

T.C.

DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ

GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ

TEKSTİL VE MODA TASARIMI ANASANAT DALI

Sanatta Yeterlik Tezi

ZANAAT YOLUYLA SOSYAL KATILIM: MODADA KULLANIM

PRATİKLERİ VE ZANAAT AKTİVİZMİ

Hazırlayan

Ülker TATLIDİL ŞAHİN

Danışman

Prof. Leyla ÖĞÜT

İZMİR/2025

YEMİN METNİ

Sanatta Yeterlik Tezi olarak sunduğum “Zanaat Yoluyla Sosyal Katılım: Modada Kullanım Pratikleri ve Zanaat Aktivizmi” adlı çalışmanın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını, yararlandığım eserlerin bibliyografyada gösterilenden oluştuğunu ve bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir, bunu onurumla doğrularım.

06/01/2025

Ülker TATLIDİL ŞAHİN

TUTANAK

Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü' nün / / tarih ve sayılı toplantısında oluşturulan jüri, Lisanüstü Öğretim Yönetmeliği' nin maddesine göre öğrencisi'nın konulu tezi incelenmiş ve aday / / tarihinde, saat.....'da jüri önünde tez savunmasına alınmıştır.

Adayın kişisel çalışmaya dayanan tezini savunmasından sonra dakikalık süre içinde gerek tez konusu, gerekse tezin dayanağı olan anasanat dallarından jüri üyelerine sorulan sorulara verdiği cevaplar değerlendirilerek tezin olduğuna oy..... ile karar verilmiştir.

BAŞKAN

ÜYE

ÜYE

ÜYE

ÜYE

ÖZET

Sürdürülebilir moda perspektifinden bakıldığında güncel moda söylemi moda paradigmasında değişim ihtiyacına işaret etmektedir. Bireylerin giysiler ve modayla ilişkisi bağlamında, giysileri ve modayı tüketim nesnesi olarak görmek yerine onlarla daha anlamlı ve daha verimli ilişkiler inşa etmesinin yolları sürdürülebilir moda çalışmalarıyla ilgili olarak araştırılmaktadır. Ayrıca bu çalışmalarda tüketiciler için yeni roller önerilerek daha aktif bir moda katılım vurgulanmaktadır.

Araştırmada moda katılımı vurgulayan yaklaşımlardan yola çıkılarak moda katılımının sağlanması konusu üzerine çalışılmıştır. Çalışmada bireylerin moda ve giysilerle ilgili her türlü davranışı ve modayla tüm etkileşimleri “moda katılım” çerçevesinde kavramsallaştırılmıştır. Bu doğrultuda çalışmada moda katılımının teşvik edilmesi ve sağlanması için zanaat aktivizminin bir strateji olarak kullanılmasına karar verilmiştir. Zanaat aktivizmi hem bir aktivizm türü hem de bir tür sosyal değişim aracı olarak görülmesi açısından bir araca dönüşme potansiyeline sahiptir.

Çalışmanın esas amacı zanaat aktivizminin moda katılımının sağlanmasında nasıl bir strateji olarak kullanılabileceği sorusundan hareketle belirlenmiştir. Çalışma uygulama temelli bir araştırma olarak gerçekleştirilmiştir. Çalışmada moda katılımı ilişkili olarak gerçekleştirilen zanaat aktivizmi eylemleri moda katılımı ilişkili olarak belirlenen “modayı açmak”, “güç dengeleri” ve “topluluk oluşturmak” başlıkları altında incelenmiştir. Gerçekleştirilen eylemler moda katılımının boyutları olarak belirlenen başlıklar bağlamında tartışılmıştır. Çalışmada moda katılım için zanaat aktivizminin genel olarak bireysel değişim, toplumsal değişim ve yerellik gibi temalar üzerinden işlevselleştiği görülmüştür.

Anahtar Sözcükler: Moda, Katılım, Zanaat Aktivizmi, Zanaat.

ABSTRACT

From a sustainable fashion perspective, current fashion discourse points to a need for change in the fashion paradigm. In the context of individuals' relationship with clothes and fashion, instead of seeing clothes and fashion as objects of consumption, ways to build more meaningful and productive relationships with clothes and fashion are being investigated in sustainable fashion studies. In addition, these studies emphasize more active participation in fashion by proposing new roles for consumers.

In the research, the subject of ensuring participation in fashion was studied based on approaches emphasizing participation in fashion. All kinds of behaviors of individuals regarding fashion and clothes and all their interactions with fashion were conceptualized within the framework of "participation in fashion." In this direction, it was decided to use craft activism as a strategy in the study to encourage and ensure participation in fashion. Craft activism has the potential to become a tool in terms of being seen as both a type of activism and a type of social change tool.

The main purpose of the study was determined by asking how craft activism can be used as a strategy for ensuring participation in fashion. The study was carried out as an application-based research. In the study, craft activism actions carried out in relation to participation in fashion were examined under the headings of "opening up fashion," "balance of power," and "building community" determined in relation to participation in fashion. The actions carried out were discussed in the context of the headings determined as the dimensions of participation in fashion. In the study, it was seen that craft activism for participation in fashion was generally functionalized through themes such as individual change, social change, and locality.

Keywords: Fashion, Participation, Craftivism, Craft.

ÖNSÖZ

Sürdürülebilir moda çalışmalarında yer yer rastladığım benzer söylemlerden hareketle bu tez çalışmasında “Modaya katılım” kavramından yola çıktım. Amacım alanıma katkı sağlamak oldu ve bu bilgi üretimi sürecinde kimi zaman yeterince iyi bir çalışma yapmadığıma dair kaygı duyarak ilerledim. Şimdi dönüp geriye baktığımda çalışmamın sağlam temeller üzerine kurabildiğini görüyorum. Sanatta Yeterlik eğitimimin başlangıcından sonuna kadar bana kazandırmış olduğu tüm akademik bilgi ve deneyim için, çalışmamı yürütmem adına verdiği cesaret için çok değerli tez danışmanım Prof. Leyla ÖĞÜT’e teşekkür ve minnetlerimi sunarım.

Çalışmam bağlamında bir yöntem olarak yararlandığım zanaat aktivizminin topluluk olma bakış açısı doğrultusunda hep iş birliği içinde olmaya çalıştım ve bir araştırmacı olarak hep çevremde yeni moda deneyimlerine yönelik girişimleri aradım. Sürdürülebilir modaya yaptıkları katkıyla öne çıkan; paylaşma, beraberliğe ve üretime dayalı bir moda ekonomisinin inşası için emeklerini canıgönülden ortaya koyan Devridaim Enstitüsü’ne teşekkür etmek isterim. Hem bu tez bağlamında bir araya geldiğimiz, hem de zaman zaman fikir alışverişleriyle birbirimizi desteklediğimiz Devridaim Enstitüsü’nün kurucu ortaklarından Yasemin ULUÇINAR’a, enstitünün eğitmenleri ve tasarımcıları olan Hare ANDAÇ’a ve Hande KARS’a teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca Hatay projesi için katkıda bulunan gönüllü öğrencilere ve tez kapsamında görüştüğüm bireysel giysi üreticilerine de teşekkür ederim.

Üç yıllık tez sürecimde bana hep destek olan İstanbul Bilgi Üniversitesi Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü hocalarıma ve her daim çalışmama yeni bakış açıları sunan bölüm başkanı hocam Dr. İrem ARIKAN EKŞİ’ye teşekkürlerimi sunarım. Bu sanatta yeterlik tezini yazmak benim için oldukça öğretici, bir o kadar da inişler ve çıkışlarla dolu bir süreçti. Bu süreçte benzer disiplinlerden olmasak da tez sürecimde bana yol arkadaşlığı eden sevgili dostum Dr. Fatma Talya SUDABAŞ’a teşekkürlerimi sunarım.

Sevgili annem Mjgan TATLIDL'e, babam Recai TATLIDL'e, kardeşim Pelin TATLIDL'e, Eşim Ali Mesut şAHN'e beni her zaman destekledikleri ve motive ettikleri iin teşekkr ederim. Bu alışmayı yaşamım boyunca sahip olduğum maddi ve manevi tm değerlerin mimarları olan sevgili aileme adıyorum.

lker Tatlıdil şAHN

2025



İÇİNDEKİLER

YEMİN METNİ.....	ii
TUTANAK	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT.....	v
ÖNSÖZ	vi
İÇİNDEKİLER	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ	xii
TABLolar LİSTESİ.....	xv
GİRİŞ	1

1. BÖLÜM

MODA VE KATILIM

1.1. Sürdürülebilir Modanın Güncel Durumu	7
1.2. Yeni Bir Moda Algısı.....	8
1.3. Modaya Katılım Literatürü	12
1.3.1. Moda Pazarlaması Alanında Modaya Katılım	12

1.3.2.	Topluma Katılım İçin Moda	13
1.3.3.	Günlük Bir Pratik Olarak Modaya Katılım.....	15
1.3.4.	Modada Katılımcılı Tasarım	22
1.4.	Bir Kavram Olarak Modaya Katılım.....	27
1.5.	Modaya Katılımın Fiziksel Olmayan Unsurları.....	34
1.5.1.	Modaya Katılım: Hiyerarşi, İlişkisel ve Sürdürülebilirlikle İlişki	36

2. BÖLÜM

ZANAAT AKTİVİZMİ VE KATILIM

2.1.	Zanaat ve Katılım	44
2.2.	Zanaat Aktivizmi.....	47
2.3.	Zanaat Aktivizmi ve Katılım.....	64

3. BÖLÜM

MODAYA KATILIM İÇİN ZANAAT AKTİVİZMİ

3.1.	Moda ve Zanaat Aktivizmi	69
3.2.	Bir Strateji Olarak Zanaat Aktivizmi	75
3.3.	Modaya Katılım İçin Zanaat Aktivizmi	79

4. BÖLÜM

UYGULAMALAR

4.1.	Zanaat Aktivizmi Çalışmalarım	85
4.1.1.	Doomscrolling/Felaket Kaydırması	85
4.1.2.	Kelimeler.....	87
4.1.3.	Yeni Yıl Kaygıları.....	94
4.1.4.	Hülya Antoinette.....	96
4.2.	Modayı Açmak.....	100
4.2.1.	Uygulama: Gerilla Hediyeler	104
4.2.2.	Uygulama: Çocuk İşçiler	109
4.3.	Güç Dengeleri	114
4.3.1.	Zanaata Dayalı Moda Pratiklerini Benimseyenler ile Görüşmeler .	121
4.3.2.	Uygulama: Elindeki Kıymetini Bilmek Gibisi Var mı?	137
4.4.	Topluluk Oluşturmak	143
4.4.1.	Uygulama: Hataylı Depremzede Kadınlar için Yardım Çalışması.	150
TARTIŞMA.....		155
SONUÇ.....		171

KAYNAKÇA.....	176
----------------------	------------

ÖZGEÇMİŞ



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Tekstiller ile oluşturulan Suffrage Hareketi afişlerine bir örnek.....	50
Şekil 2. Pinochet Hükümetinin zulmünü anlatan Şili "Arpillera"ları.....	51
Şekil 3. AIDS Hatıra Yorganları	52
Şekil 4. "Birmingham Ladies Society for the Relief of Negro Slaves" topluluğunun kölelik karşıtı çantası.....	53
Şekil 5. Carrie Reichardt'ın Uygulamalı Bilimler ve Sanatlar Müzesi'nde sergilenen Tiki Love Truck isimli eseri.....	54
Şekil 6. Marienne Jorgensen'in önderliğinde gerçekleştirilen Pembe Tank Eyleminden bir görünüm.....	55
Şekil 7. "Knitting Nannas" isimli topluluğun eylemlerinden bir görüntü	56
Şekil 8. COP26 iklim zirvesi için dünyanın dört bir yanından zanaat aktivistleriyle gerçekleştirilen iklim mesajları çalışmasından bir görüntü	57
Şekil 9. Avustralya, Blacktown'da aile içi ve ev içi şiddet odaklı olarak yapılmış bir giydirme uygulaması.....	59
Şekil 10. Mehmetçiğe çorap ören 117 yaşındaki Zeliha Nine.....	61
Şekil 11. Örgü ile kaplanmış Kadıköy Boğa Heykeli.....	62
Şekil 12. (Solda) İstanbul Heybeliada'da bulunan çocuk istismarı mesajları içeren ağaç giydirme (05.12.2021) ve (Sağda) İstanbul Kadıköy'de bulunan bir ağaç giydirme...	64
Şekil 13. Craftivist Collective topluluğunun "Love Fashion Hate Sweatshops" eyleminden bir afiş örneği.....	70

Şekil 14. Nike Dilekçe Yorganı.....	71
Şekil 15. Fashion Revolution haftası için gerçekleştirilen eylemin ürünlerinden bir görünüm	72
Şekil 16. Craftivist Collective topluluğunun kurucusu Sarah Corbett “Don’t Blow It” mendil projesinde yaptığı mendili ile	73
Şekil 17. Counterfeit Crochet	74
Şekil 18. Kate Sekules’in onardığı bir bluzu	75
Şekil 19. Carole Frances Lung’un "The American Brand" isimli performansı, 2010. Bisiklet gücüyle çalışan dikiş makinesi ile Los Angeles sokaklarında emek performansı..	80
Şekil 20. Microrevolt tarafından geliştirilen Knitpro ile üretilmiş giysiler	82
Şekil 21. “Doomscrolling” temalı çalışmanın görüntüsü	87
Şekil 22. “Doublespeak” havlusu	89
Şekil 23. "Ableism" maskesi	91
Şekil 24. “Agnotology” işlemesi	94
Şekil 25. Tasarımlara ait bir eskiz örneği ve üretim sürecinden bir fotoğraf	95
Şekil 26. Yılbaşı ağacına yerleştirilmiş süslerin görüntüsü, Ülker Tatlıdil Şahin 2021.....	96
Şekil 27. "Ay biz bu saatten sonra simit mi yiyecez!" işlemeli çalışma ve detay görüntüsü, Ülker Tatlıdil Şahin.....	97
Şekil 28. İşleme Çalışması, Dünyada Görmek İstediyim Değişimin Kendisi Ol...	99

Şekil 29. Yılbaşı hediyeleri.....	105
Şekil 30. Gerilla hediye yerleştirmeleri, Yapı Kredi Müzesi ve Botter Apartmanı	106
Şekil 31. Gerilla hediye yerleştirmeleri, İki farklı kitapçıya yapılan yerleştirmeler	107
Şekil 32. "Mutlu Yıllar" sayfasının görünümü	108
Şekil 33. Kamusal alana yerleştirilen 23 Nisan afişleri 2	111
Şekil 34. Kamusal alana yerleştirilen minik 23 nisan afişleri	112
Şekil 35. Kamusal alana yerleştirilen 23 nisan afişlerini inceleyenlerin görüntüleri	113
Şekil 36. “Elindekini kıymetini bilmek gibisi var mı?” çalışmasının görüntüsü	139
Şekil 37. Çalışmanın ithaf edildiği kişiye gönderildiği ve ilgili kişiden dönüş alındığı sosyal medya içerikleri	140
Şekil 38. Doğunun Cadıları Kolektifi'nin ortak manifesto yazımı etkinliğinde yazılan bir dilek.....	147
Şekil 39. Öğrenciler ile gerçekleştirilen Hatay'lı kadınlara yardım atölyesinden bir görüntü, Ülker Tatlıdil Şahin	152

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1. Çalışmanın akışı şeması.....	5
Tablo 2. Kahn'ın katılım modeli.....	32
Tablo 3. Gibbs ve Poskitt'in katılımın bileşenleri tablosu.....	33
Tablo 4. Dijital Etnografi ile elde edilen veriler	124

GİRİŞ

Tarımdan sosyal medyaya pek çok sektörü kapsayan ve 75 milyondan fazla insanı istihdam eden moda endüstrisinin ekosistem üzerinde yıkıcı etkilere sahip olduğu bilinmektedir (Gwilt, Payne ve Ruthschilling, 2019). Endüstrinin çevresel etkileri, 2009'da tanımlanan dokuz gezegen sınırından en az üçünün (iklim değişikliği, biyolojik çeşitlilik kaybı ve nitrojen döngüsündeki bozulma) aşıldığına işaret eden çevre raporunda ortaya konulmuştur (Rockström vd., 2009; Fletcher & Tham, 2015). Bugünün moda endüstrisinin yıkıcı etkilerine karşı mücadele eden ve sürdürülebilir moda çözümleri üretme hedefiyle çalışan sayısız araştırma bulunmaktadır. Bu doğrultuda moda endüstrisi, sürdürülebilirlik açısından son 30 yılda önemli tartışmalara tanık olmuştur. Ham maddelerden üretim süreçlerine, satıştan tüketim süreçlerine kadar tüm alanlarda sürdürülebilirlik çalışmaları yürütülmektedir (Reiley & DeLong, 2011). Ulaşım, ham madde üretiminde, ürün sonrası hayatın yönetilmesi gibi alanlarda yapılan çalışmalar moda endüstrisinin çevresel yükünü azaltmaya yönelik önemli bulgular elde etmektedir. Giysilerin çevresel etkisi, yalnızca üretim sürecindeki etkileri ile sınırlı kalmamakta, tüketim süreçleri de bu çevresel etkide önemli bir rol oynamaktadır. Moda endüstrisinin çevresel yükünün oluşmasında, moda ürünlerinin üretim süreçlerindeki çeşitli adımlarında gerçekleşen sorunların yanı sıra ürünlerin tüketim süreçlerindeki kullanım alışkanlıklarının da etkili olduğu bilinmektedir. Bu doğrultuda moda döngüleri, giysi ömürlerini kısaltırken, tüketim hızını ve atık miktarını artırmıştır. Örneğin, her yıl 100 milyardan fazla giysi üretilmekte; ancak bunların %40'ı hiç giyilmemektedir (Greenpeace; Gwilt vd., 2019).

Moda endüstrisinin sürdürülebilirliği için tüketim üzerine yapılan araştırmalar oldukça büyük önem taşımaktadır. Sürdürülebilir moda alanında tüketicilerin davranışlarını hedef alan çalışmalar şimdiye kadar genellikle az tüketmeye teşvik etmek veya hiç tüketmemek konular odağında gelişmiştir. Tüketim merkezli sürdürülebilirlik çözümleri, bugüne kadar önemli bilgiler ortaya koymuş olsa da tüketim odaklı yaklaşımlar; modanın insani ve duygusal etkilerini göz ardı ettiği gerekçesiyle eleştirilmektedir. Bu doğrultuda

Fletcher (2007), modayı insanın temel duygusal ve sosyal ihtiyaçlarını karşılayan bir araç olarak görür ve yalnızca tüketim miktarını azaltmaya dayalı bir vizyonun yetersiz olduğunu belirtir. Fletcher’a göre, modanın geleceği, tüketim yerine bireylerin modayla kurduğu anlamlı ilişkileri güçlendiren, yaratıcı ve katılımcı bir sisteme dayanmalıdır (2007). Tüketim odağından çıkan bu yeni sürdürülebilir moda yaklaşımı yalnızca üretim süreçlerini değil, aynı zamanda tüketicilerin davranışlarını da dönüştürmeyi hedefler. Tüketicilerin aktif katılımını teşvik eden yaklaşımlar, giysilerin tamir edilmesi, yeniden kullanılması ve yerel topluluklarla paylaşılması gibi uygulamaları önermektedir (Fletcher, 2015). Yine benzer bir yaklaşımla, doğanın döngüsüne ve insanın hızına uyum sağlayan yeni bir moda anlayışının desteklendiği görülmektedir (Clark, 2008; Reiley ve DeLong, 2011b). Benzer şekilde Busch da (2019), modayı bir sistem veya ürün olarak değil, insanlar arasında ortak bir duyarlılık alanı olarak görmeyi önerir. Araştırmacılar, gelecekte modanın yeni biçimlerinin, özellikle tüketim merkezli olmayan ve katılımcılığı içeren türlerinin keşfinin önemine dikkat çekmektedir (Fletcher & Tham, 2015). Araştırmacıların yeni yaklaşımları, modayı tüketmek ve tüketmemek perspektifinden ele almanın ötesinde modayı farklı bir bakış açısıyla değerlendirerek insanın modayla ilişkisinin farklı boyutlarını ele almak yönündedir. Bu bağlamda, tüketicilerin tasarım ve üretim süreçlerine aktif katılımını savunan yaklaşımların giderek daha fazla önem kazandığı görülmektedir.

Sürdürülebilir modanın tüketici pratikleriyle ilgili gelecek gündemlerinin; insanın yaratıcı, sorgulayıcı ve sosyal yönlerini ön plana çıkaran bir dönüşüm sürecine işaret ettiği görülmektedir. Tüketicinin dönüşümünü esas alan bu yaklaşım alanyazında ortak şekilde, tüketici için yalnızca tüketim eylemini gerçekleştirmeye odaklı bir rolden modayı farklı şekillerde deneyimlemeye ve moda deneyimini yaratmaya yönelik daha aktif bir moda katılımcısına dönüşmeyi tanımlar. Sunulan bağlam doğrultusunda bu çalışmada modaya katılımın daha anlamlı ve aktif biçimlerini teşvik etmenin yollarını araştırmak hedeflenmiştir. Belirlenen amaç doğrultusunda çalışmada, her türlü sosyal meseleyle ilişkili şekilde ele alınabilen “zanaat aktivizmi”nin modaya katılım için bir strateji olarak kullanılması önerilmektedir. Modayla ve moda endüstrisiyle ilgili sorunları sıklıkla radarına alan “zanaat

aktivizmi” bugünün zanaat literatüründe zanaatin sosyal işlevi açısından önemli bir yer tutmaktadır. Her türlü el işinin sosyal, politik, ekonomik ve çevresel konulardaki kaygıları dile getirmek; bu konulara dikkat çekmek için kullanılmasını tanımlayan zanaat aktivizmi bireylerin topluma katılımını sağlama işlevi ile ön plana çıkmaktadır (Buszek & Robertson, 2011; Greer, 2014).

Çalışmada iki temel hipotezden yola çıkılmıştır. Bunlardan ilki “modaya katılımın” aktif ve çeşitli biçimlerinin tüketime değil, farklı değerlere dayalı olan bir moda sisteminin inşasıyla ilişkili olduğu düşüncesidir. Çalışmanın ikinci hipotezi ise zanaat aktivizminin, modaya çeşitli biçimlerde katılım için araçlar sunabileceği düşüncesidir. Zanaat aktivizminin modaya katılım için hangi şekillerde kullanılabileceğine dair yapılan bu çalışma, nitel yöntemlerle gerçekleştirilen, uygulama temelli bir araştırma olarak geliştirilmiştir. Araştırmada esas olarak başvuru alan uygulamaların yanında hem görüşmelere hem de alanyazın incelemesi aracılığıyla ulaşılan verilere yer verilmiştir. Araştırmacının zanaatkar olarak bireysel üretimleri ve bireysel eylemleri doğrultusunda kişisel deneyimleri öncelikli veri kaynağı olmuştur. Gerçekleştirilen bireysel eylemlerle/uygulamalarla etkileşime giren kişilerin gözlemlenmesi diğer bir veri kaynağını oluşturmaktadır. Kullanılan bir diğer veri toplama aracı ise görüşmedir. Hem bireysel eylemlerle hem de kolektif eylemlerle etkileşime geçen hem de kolektif eylemlere katılım sağlayan kişilerin deneyimleri ve görüşlerine veri kaynağı olarak başvurulmuştur. Araştırmacı bu çalışmada hem bir “araştırmacı” hem bir “zanaat aktivisti” hem de “zanaatkar/üretici” olarak rol almıştır.

Araştırmanın ilk bölümünde “modaya katılım”ın çerçevesinin belirlenmesi üzerine çalışılmıştır. Modaya katılımın biçimleri, mevcut moda araştırmalarıyla ilişkisi ve “katılım” kavramına yer veren moda çalışmaları incelenmiştir. Moda alanyazınından yola çıkılarak ve sosyal bilimlerin çeşitli alanlarındaki “katılım” tanımlarından yararlanılarak “modaya katılım” tanımı ortaya konulmuştur. Çalışmada kullanılan “modaya katılım” tüm tüketici pratiklerine karşılık gelen bir ifade olarak tanımlanmıştır. Bu nedenle çalışmada giysilerin kullanım süreçlerini/yani tüketici süreçlerini ve tüketici davranışlarını tanımlayan “kullanım

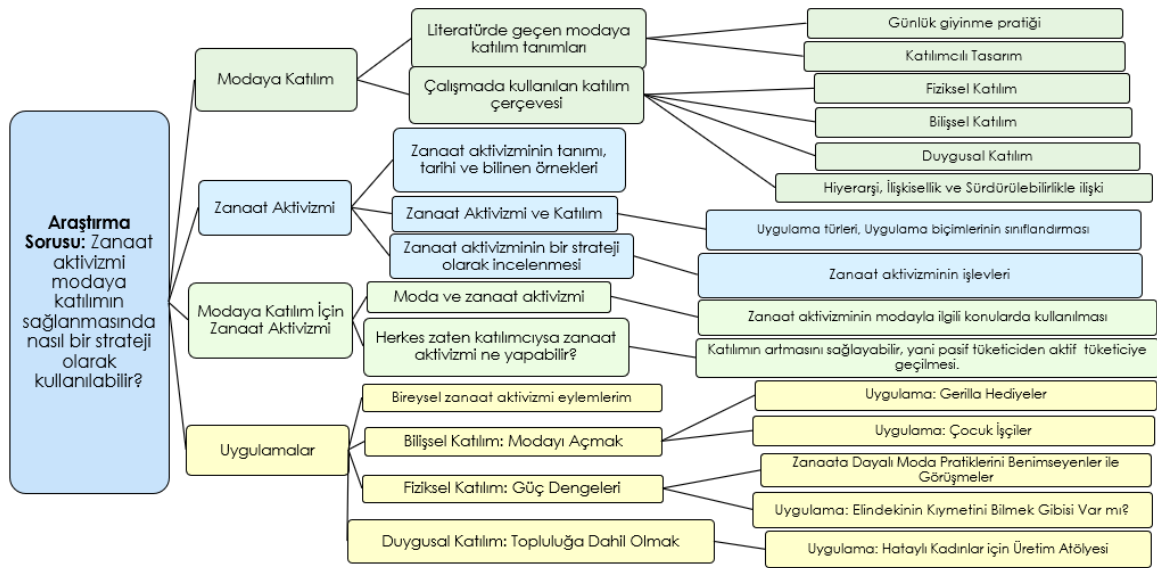
pratikleri” ifadesine yer verilmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünde modaya katılım için bir araç olarak kullanılabileceği düşünülen zanaat aktivizminin tarihine, zanaat alanyazınındaki yerine ve önemine değinilmiştir. Zanaat aktivizminin katılımı ilişkisi ve nasıl bir araç /strateji olarak ele alındığı incelenmiştir. Zanaat aktivizmi ve modanın ortak tarihi incelendikten sonra modaya katılım olgusuyla bağlantılı olarak zanaat aktivizmi eylemleri gerçekleştirilmiştir.

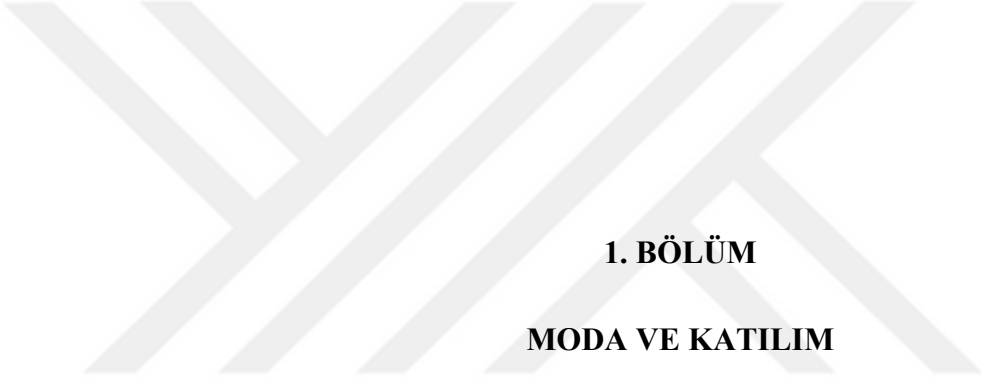
Araştırmanın “Modayı açmak” isimli bölümünde bilişsel katılımı ilgili olarak moda ile ilgili bilme konusuna yer verilmiştir. Bilme konusu “moda endüstrisi hakkında bilgi sahibi olma” ve “giysi üretim bilgisine sahip olma” gibi başlıklar üzerinden ele alınmıştır. Konuyla ilgili zanaat aktivizmi uygulamaları gerçekleştirilerek bu bölümde paylaşılmıştır. Araştırmanın “Güç dengeleri” isimli bölümünde tüketici-üretici ilişkisine, ekonomik hiyerarşi gibi konulara ve bireysel üretimin güçle ilişkisine işaret eden çeşitli görüşlere yer verilmiştir. Bu bölümde ayrıca zanaat aktivizminin bireysel giysi üretimiyle ilgili kapsayıcı yaklaşımına yer verilmektedir. Konuyla ilgili zanaat aktivizmi uygulamaları gerçekleştirilerek paylaşılmıştır. Araştırmanın “topluluk oluşturmak” isimli bölümünde alternatif moda sistemlerinin bireyselden çok toplumsal birliktelik ve sosyal dayanışmayı vurgulayan yapısına değinilmiştir. Ayrıca zanaat aktivizminin toplumsal birliktelik temelli bakış açısına yer verilmiştir. Konuyla ilgili zanaat aktivizmi uygulamaları gerçekleştirilerek paylaşılmıştır.

Çalışmanın tartışma bölümünde elde edilen bulguların tümünün sunumuna, sonuç bölümünde ise ortaya çıkan tüm önemli noktaların alanyazın ile bağlantısına yer verilmiştir. Araştırmacı sonuç bölümünde çalışmanın amacı ve bulgularının moda çalışmaları içindeki yerine değinmiş, çalışmanın sonuçları doğrultusunda gelecekteki ilgili çalışmalar için önerilerde bulunmuştur. Çalışma; “Zanaat aktivizminin moda için kullanılması yoluyla modaya katılım bağlamında hangi deneyimler ortaya çıkar?” sorusundan hareketle gerçekleştirilmiştir. Bulguların değerlendirilmesi neticesinde zanaat aktivizmi aracılığıyla modaya katılımın sağlanmasında bireysel dönüşüm, toplumsal dönüşüm ve yerellik

temalarının ortaya çıktığı görülmektedir. Çalışmada, gerçekleştirilen eylemlerin sonucu olarak ortaya çıkan deneyimler ve anlamlar moda katılım bağlamında değerlendirilmiş; bu değerlendirme yoluyla bilime katkı yapmak amaçlamıştır. “Modaya katılım” kavramı bireylerin moda kullanıcıları olarak deneyimlerinin esas olduğu bir yaklaşıma işaret etmektedir. Uygulamacının erişim alanı ve coğrafi konumu neticesinde uygulamalar, elde edilen veriler ve bulgular yerel düzeydedir. Dolayısıyla çalışma coğrafyaya ve içinde bulunulan zaman dilimine özgü bir nitelikte gerçekleşmiştir.

Tablo 1. Çalışmanın akış şeması





1. BÖLÜM

MODA VE KATILIM

1. BÖLÜM

MODA VE KATILIM

1.1. Sürdürülebilir Modanın Güncel Durumu

Moda endüstrisi, çoğunluğunu kadınların oluşturduğu 75 milyondan fazla insanın istihdam edildiği, tarım, eğitim ve iletişim gibi birçok sektörü kapsayan bir endüstridir (Gwilt, Payne ve Ruthschilling 2019). Sanat yapımları, sinema, kültür endüstrisi, sosyal medya gibi birçok alanı kapsayan moda endüstrisi, ekosistem için en yıkıcı etkiye sahip sektörlerin başında gelmektedir. 2009 yılında, ihlal edilmesi durumunda Dünya sistemlerinde öngörülemeyen istikrarsızlığa yol açacak dokuz gezegen sınırını tanımlayan kapsamlı bir araştırma yayınlanmıştır (Rockström vd, 2009). Endişe verici bir şekilde, en az üç gezegen sınırı çoktan aşılmıştır ve özellikle iklim değişikliği, biyolojik çeşitlilik kaybı oranı, nitrojen döngülerindeki insan müdahalesi oranı gibi unsurlar nedeniyle diğer sınırların da kısa zamanda geçileceği öngörülmektedir (Fletcher & Tham, 2015: 2). Moda endüstrisinin doğal kaynakların azalma sürecine etkisi giderek daha fazla dikkat çekmektedir. Sürdürülebilir moda, moda endüstrisinin dünya ve insan kaynaklarını sömürme temelli yaklaşımının önüne geçilmesini hedefleyen bir alan olarak ortaya çıkmıştır. Endüstrinin bu yıkıcı etkilerine karşın yaklaşık son otuz yıldır geliştirilen sürdürülebilir yaklaşımlar moda endüstrisi için önem kazanmıştır. Ham madde, üretim, tasarım gibi moda endüstrisinin tüm alanlarında sürdürülebilir gelişmelerin gerçekleştiği bilinmektedir. Sürdürülebilir moda çalışmalarının, modanın yaratım ve üretim süreçlerine ek olarak tüketim süreçlerini de kapsadığı görülmektedir. Modada sürdürülebilirlik tasarımcılar, üreticiler, pazarlamacılar ve tüketiciler gibi sektörün tüm aktörleri için dönüşüme işaret etmektedir (Reiley & DeLong, 2011: 63).

Genel olarak bakıldığında sürdürülebilir çözümlerinin, ham maddelerin ve süreçlerin tercihindan etik moda meselesine, ileri dönüşüm veya tasarım çözümleri gibi yöntemlerden döngüsel iş modellerine kadar farklı başlıklar altında gerçekleştirildiği görülmektedir. Moda endüstrisinde moda ürünlerinin üretim süreçlerinin çevreye ciddi zararlar verdiği bilinse de giysilerin kullanım süreçleri de üretim süreçleri kadar çevresel

etkiye sahiptir. Tüketiciler, moda endüstrisinin sürdürülebilirliği konusunda oldukça büyük bir rol oynayan aktörlerdir (Reiley & DeLong, 2011: 79). Giyim ürünlerinin çevresel etkisinin büyük çoğunluğu giysilerin satın alınmasından sonraki kullanım sürecinde gerçekleşir (Fletcher, 2014: 91). Giysiler kullanım sürelerinin dolması sonrasında hızla atığa dönüşmekte; hızlı moda döngüleri nedeniyle günümüzde giyim ürünlerinin yaşam süreleri oldukça kısalmaktadır. Greenpeace'e göre yılda 100 milyardan fazla giysi üretilmektedir ve giyim üretimi 2000'den bu yana iki kattan fazla artış göstermiştir. Buna rağmen satın alınan ürünlerin yaklaşık % 40'ı hiç giyilmemektedir (Gwilt vd., 2019). Tüketici sonrası tekstil atıkları yalnızca çok fazla giysi olmasından değil, aynı zamanda giysilerin "kullanım ömürlerinin" kısaltılmış olmasından da kaynaklanmaktadır. Hızlı modanın etkisiyle giyim ürünlerinin kalitelerinin düşmesi de ürün ömürlerinin kısalmasına ve daha kısa sürede elden çıkarılmalarına sebep olmaktadır. Daha fazla satın alınan ürünleri daha az süre kullanmak hızlı modanın yarattığı kültürün tüketim özelliği haline gelmiştir (Horton & Street, 2023). Tüketim ayağında sürdürülemezlik sorunu temel olarak çok fazla moda ürününün çok hızlı şekilde tüketilmesini içeren tüketim temelli davranışlar nedeniyle ortaya çıkmaktadır.

1.2. Yeni Bir Moda Algısı

Sürdürülebilir moda çalışmalarının şimdiye kadar ortaya çıkardığı bulgular tüketiciler için de belirli davranış biçimlerini önerir. Tüketici davranışları hakkındaki sürdürülebilir moda çözümleri genellikle öncelikli olarak moda ürünlerini satın almayı bırakma ve tüketimi azaltma konuları etrafında şekillenmektedir. Sürdürülebilir moda tartışmasında güncel çalışmalar tüketicilerin davranışlarıyla ve algılarıyla ilgili yeni yaklaşımlara ihtiyaç olduğuna işaret etmektedir. Çünkü sürdürülebilir moda davranışını tüketimin hızı ve miktarı düzeyine indirgeyen sürdürülebilir moda anlayışı Fletcher'a göre bir çıkmaz yaratmaktadır (2007). Tüketime odaklı bakış açısı tüketimin hızının ve miktarının düşmesinde etkiliyken uzun vadede sürdürülemez bir vizyon olarak işaret edilir (Fletcher, 2007: 121). Fletcher bu düşünme biçimini “yarının koşullarıyla başa çıkmak için dünün düşünme biçiminden yararlanmak” olarak tanımlar. Bu düşüncenin temelinde insanın

modayla olan bağının gözardı edilmesi düşüncesi bulunmaktadır. Fletcher, mevcut sürdürülebilir moda öğretilerinin insanın duygusal ihtiyaçlarını görmezden geldiğini ve insani ihtiyaçları önceliklendirmeden kıyafet tüketimini radikal biçimde sonlandırmaya çalışmanın faydasız olacağını belirtir (2007: 128).

Modanın, giyinmenin başladığı zamanlardan itibaren insanın sosyal yönü açısından oldukça önemli bir role sahip olduğu bilinmektedir. Günlük bir pratik olarak moda pek çok insanın hayatında önemli rol oynar (Craik, 1993: xi). Fletcher ilişkilerimiz, estetik arzularımız ve kimliğimiz için önemli olan modadan vazgeçmenin mümkün olmadığını, çünkü modanın insan olmanın bir parçası olduğunu ifade eder (2007: 121). Fletcher Maslow'un ihtiyaçlar listesine atıfta bulunarak giyinmenin, insanın yalnızca fiziksel ihtiyacını değil, duygusal ve psikolojik ihtiyacını da karşıladığını iddia etmektedir (2007: 130). İnsanın modaya ihtiyacı olduğundan Fletcher, modanın tüketimi için yeni bir yaklaşım önerir. Sürdürülebilir moda için yeni vizyon “minimum tüketim” dürtüsünden daha fazlasını sunmalıdır; moda bağımlısı olduğumuz için değil, modanın insan kültürü açısından taşıdığı önem nedeniyle daha çekici bir vizyon olmalıdır (Fletcher, 2007: 121). Fletcher'a göre bu çok boyutlu yaklaşım; küreselden yerele, tüketmekten üretmeye, illüzyondan hayal gücüne, doğal kaynakların tüketiminden doğal dünyayı yüceltmeye/kıymetini bilmeye geçmek anlamına gelmektedir (2007: 119).

Moda temel olarak tüketim davranışı ile bağdaştırılmış bir kavramdır (Fletcher, 2015: 18). Araştırmacıların yeni yaklaşımları tüketicilerin “tüketim” alışkanlıklarının ötesinde; modayla olan bağları ve onunla potansiyel ilişkilerine odaklanmanın sürdürülebilir moda için önemli olabileceğini iddia eder. Bireyler/tüketiciler için sadece satın almanın azaltılmasına odaklanan bir bakış açısı yerine modanın tüketim ürünleri haricinde neler olabileceğinin keşfi düşüncesi gittikçe popüler hale gelmektedir. Gelecekteki moda çalışmalarının etrafında toplandığı birkaç başlıktan biri modanın yeni biçimlerinin (özellikle aşırı tüketime dayalı olmayan ve katılımcılığı içeren türlerinin) keşfi olarak işaret edilir (Fletcher & Tham, 2015: 294).

Moda maddi ürünlerin üretimi haricinde aynı zamanda sembolik bir üretimle de ilişkilendirilir. Reiley ve DeLong da modayı ve bu sembolik üretimi insan kültürünün önemli bir yönü olarak ele almak yoluyla moda davranışını maddi tüketimden ayrı şekilde incelemenin mümkün olacağını ifade eder (2011). Fletcher’a göre (moda) alışlageldik işlevlerinin yanında bireyleri ve grupları güçlendirme, iletişime aracılık etme ve yaratıcılığı körükleme potansiyeline sahiptir (2007: 121). Yer verilen bu yaklaşımlar moda deneyimlerinin çeşitlenmesine ve modanın anlamının derinleştirilmesine işaret eder. Gelecekteki moda çalışmalarının temel konularından biri modanın yeni biçimlerinin (özellikle aşırı tüketime dayalı olmayan ve katılımcılığı içeren türlerinin) keşfi olarak işaret edilir (Fletcher & Tham, 2015: 294). Bu araştırmalar insanla giysiler arasında daha anlamlı ilişkilerin varlığına; yalnızca tüketime dayalı olmayan, insana ve çevreye saygılı, hatta faydalı bir moda sistemi olasılığına dikkat çekmektedir. Fletcher’a benzer şekilde modayı sadece “moda ürünlerinin tüketilmesi” boyutunda ele almanın ötesinde modayı farklı boyutlardan ele almayı öneren çok sayıda görüş gelişmektedir. Bu bağlamda Clark (2008) yavaş moda kavrayışı için tüketime odaklı olmayan; doğanın hızına ve döngüsüne odaklı bir modanın inşasına işaret etmektedir. Busch ise modayı tüketim üzerine kurulu bir sistem olarak ele almak yerine insana fayda sağlayabilecek yeni olasılıkların kaynağı olarak görmeyi önerir (2008). Busch, mevcut moda birimlerinin -tasarım, üretim, dağıtım ve satış- modanın potansiyel gücüne karşı algımızı sınırladığını; modanın bir endüstri, bir sistem veya bir ürün olarak algılanmanın ötesinde insanlar arasında “ortak bir duyarlılık” alanı olarak algılanabileceğini iddia eder (2019). Busch önerilerini felsefi bir yaklaşımla, modayı bir oyun alanı gibi, yeni potansiyeller için bir fırsat olarak görmek fikirleri üzerinden geliştirir (2019).

Modanın tüketim ürünü ve maddi tüketime teşvik eden bir sistem olarak algılanmasının ötesinde neler olabileceğini sorgulayan, araştıran ve deneyimleyen araştırmacılar benzer şekilde modanın sosyal bir araç olmasına, sosyal etkileşime ve iletişime dikkat çekmektedir. Fletcher ekosistem ile modayı birbirine benzeterek, ekosistemin canlılığının enerji ve kaynak alışverişine dayandığı gibi gelecek modasının canlılığının da yarattığı ilişkilere bağlı olacağını ifade eder (2007: 123). Fletcher’ın işaret ettiği bu moda

deneyimi bireylerin birlikteliğine, katılıma, sosyal etkileşime ve çevreye değer veren bir yaklaşıma dayanmaktadır (2013: 149). Fletcher'ın tüketime odaklı moda anlayışının yerine önerdiği ilişkisel, sürdürülebilir ve anlam merkezli moda yaklaşımı, bireylerin giysilerle kurduğu ilişkiye ve kullanım süreçlerine odaklanarak, mevcut tüketim-dominant paradigmayı eleştirir ve alternatifler sunar. Fletcher'in önerdiği bu yeni moda anlayışı, modayı bireysel tüketimden çıkarıp topluluk, paylaşım ve sürdürülebilirlik temelli bir sistem olarak yeniden tanımlar. Fletcher bu tür bir moda pratiğine örnek olarak arkadaşların bir arada örgü örmesini, kullanım ömrü dolduğunda gübreye dönüştürülen giysileri, bilinçli satın alma yoluyla dezavantajlı grupların desteklenmesi gibi çeşitli uygulamaları gösterir (2007: 123). Benzer şekilde Busch da tüketicilerin tasarım ve üretim sürecinde aktif rol aldığı mevcut doğrusal moda anlayışından farklı bir moda anlayışı önerir (2008). Bu tür sistemlerde insanların rolleri aktif şekilde üretme ve yaratma süreçlerine katılarak sistemin üretim modelini ters yüz etmek üzerinedir.

Tüketiciler için yeni bir moda algısını öneren ve modanın potansiyellerine işaret eden bu çalışmalar tüketici boyutunda bireylerin moda karşısındaki rolü için bir değişime işaret etmektedir. Bu rol ürünlerin kullanıcısı olan bir tüketici rolünün ötesinde moda sisteminin daha aktif katılımcıları oldukları bir roldür. Araştırmacıların işaret ettiği moda anlayışında tüketici, giysilerini tamir ederek, yeniden kullanarak veya ürünlerini serbestçe kişiselleştirerek aktif bir katılımcı olur. Giysilerin işlevlerini dönüştürmek, paylaşım ağlarına katılmak ya da yerel topluluklarla giysi değişim etkinlikleri düzenlemek bu aktif rolün örneklerindendir (Fletcher, 2015). Modada önerilen bireylerin daha aktif olması durumu, tüketim odaklı bir moda yerine üretim odaklı bir modayı, modanın yalnızca imaj yansıtma işlevi yerine başka manevi işlevlerine odaklanmayı vurgular. Bu görüşlerin; insanın sorgulayıcı, yaratıcı, üretici ve müdahaleci niteliklerini ön plana çıkaran tüm eylemler ve pratiklere işaret ettiği görülmektedir. Çalışmanın sonraki bölümünde, tüketici için işaret edilen katılımcı rolün, modaya katılım kavramı çerçevesinde literatürdeki karşılıkları incelenmiştir.

1.3. Modaya Katılım Literatürü

Modaya katılımla ilgili olarak alanyazının tarandığı bu bölümde moda literatüründe geçen katılım tanımları incelenmektedir. Sonrasında ortak tanımlar ve anlamlar üzerine kurulmuş bir “modaya katılım” tanımı ortaya konulmaktadır. Katılım alanyazınından hareketle, sonraki bölümde ise “modaya katılım” kavramı için bir alt sınıflandırma yapılmakta ve “modaya katılım” olgusunun kapsayıcılık, akışkanlık ve hiyerarşi gibi yapısal özellikleri ele alınmaktadır.

1.3.1. Moda Pazarlaması Alanında Modaya Katılım

Modaya katılım kavramına öncelikle sıklıkla moda sektörüyle ilgili pazarlama çalışma alanında rastlanılmaktadır. Orijinal biçimiyle “fashion involvement” olarak yer bulan ifade “modaya katılım” olarak çevrilmekle birlikte pazarlama alanında tüketici davranışları ile ilgili çalışmalarda kullanılan bir ifadedir. Modaya katılım “tüketicilerin yeni moda ürünleri ve markalar ile ilgi davranışlarına karşılık gelen bir kavram” olarak tanımlanır (O’Cass, 2000). O’cass moda katılımının bilgi, farkındalık, ilgi ve kıyafet seçimi sürecindeki durumlar olmak üzere moda ile ilgili bireysel davranışlara karşılık geldiğini ifade eder (2000).

Katılım, pazarlama alanındaki alanyazın için önemli bir çalışma alanıdır (Listyorini vd., 2018). Katılım, genel olarak müşteri ve marka etkileşiminin ayrılmaz bir parçası olarak görülür (Samala & Katkam, 2020). Modaya katılım (fashion involvement) ile ilgili çalışmalar tüketicilerin satın alma öncesi durumlarına, karar verme süreçlerine ve ayrıca tüketicinin uzun dönemde marka veya ürünlere bağlılığına odaklanmış çalışmalardır (O’Cass, 2000). Katılımla ilgili çalışmalar, pazarlama alanı içinde müşteri bağlılığıyla ilişkili olarak önem taşımaktadır. O’Cass’a (2000) göre, müşteriler modaya ne kadar çok dahil olursa moda ürünleri satın almaya da o kadar fazla yatkın olmaktadır. Bireylerin satın alma ve tüketim davranışlarını anlama çabası özellikle 1960’lı yıllar sonrasında pazarlama çalışmalarında “katılım” olgusunu anlamak için büyük bir istek doğurmuştur (O’Cass, 2000).

Brodie ve arkadaşları ise tüketici katılımını “consumer engagement” kavramı üzerinden tanımlar. Bu tanıma göre tüketici katılımı tüketici ile markanın ve diğer marka ilgililerinin (diğer tüketicilerinin) arasında gerçekleşen belirli interaktif etkileşimleri içerir (Brodie vd., 2013). Müşterinin katılımı sanal şekilde gerçekleşen bir davranış olarak da incelenmektedir. Samala ve Katkam katılımın sanal ortamlarda gerçekleşen boyutunu inceledikleri çalışmalarında katılımı; “tüketicilerin markalarla sanal ortamdaki çeşitli aktiviteler aracılığıyla etkileşime girmesi” olarak tanımlar (2020). Bu etkileşim, beğenme, yorum yapma, markanın içeriğini paylaşma ve markayla ilgili etkinliklere veya tartışmalara katılma gibi eylemleri içerir (Samala & Katkam, 2020).

“Fashion participation” olarak yer bulan moda pazarlamasındaki modaya katılım tanımları bireylerin markalarla etkileşimini tanımlayan bir kavram olarak kullanılmaktadır. Sonuç olarak moda pazarlaması alanında tüketici çalışmalarıyla ilgili gerçekleşen “moda katılımı (fashion involvement)” çalışmaları aynı zamanda “tüketici katılımı (consumer engagement)” çalışmaları olarak da tanımlanmaktadır. Literatürde bu iki tanım olan “fashion involvement” ve “consumer engagement” tanımlarının benzer şeyleri ifade ettiği görülmektedir. “Involvement” kavramı tanımı itibarıyla dahil olmak, ilgili olmak, etkileşim halinde olmak gibi anlamların toplamından oluşmaktadır. Türkçeye “katılım” olarak çevrilen bu tanım aslında yine Türkçeye katılım olarak çevrilen “participation” kavramıyla aynı anlamı taşımamaktadır. Dahil olma anlamını taşıyan “involvement” ifadesi çok aktörün diğer değişken ile etkileşimini tanımlayan bir kavram olmaktadır.

1.3.2. Topluma Katılım İçin Moda

Moda çalışmaları içinde katılımcı olma olgusunun çeşitli şekillerde yer bulduğu görülmektedir. Bu katılım tanımlarından birisi kimliğin yansıtılması ve inşası için kullanılan modanın topluma katılımı ile ilgili bir araç olduğunu ifade eden görüşlerdir. Moda araştırmalarının hız kazandığı son elli yılda modanın sosyal etkilerine dair çok sayıda çalışma gerçekleştirilmiştir. Sosyal bağlamda moda kişinin sosyal statüsünü veya kişisel stilini yansıtmaya yarayan bir araç olarak görülebilmektedir (Hirscher, 2013). Moda araştırmaları

içinde en kabul görmüş görüşlerden biri modanın bireyin kimliğiyle olan ilişkisine dairdir. Giysiler bireyin kimliği ve kendiliği ile temel bir bağa sahiptir (Holroyd, 2013). İnsanın toplum içindeki varoluş biçimini ve ayırıcı özelliklerini ifade eden kimlik, insanın toplumsal yönü için oldukça önemlidir. Kimlik terimi bir kişiye hem kendisi hem de başkaları tarafından ithaf edilen tanımları ifade etmek için kullanılan bir terimdir (Rogers & Smith-Lovin, 2011). Holroyd'un Burke ve Stets'ten (2009) aktardığına göre bu tanımlar bireyin toplumdaki rolleri, ait olduğu gruplar ve kişisel özellikleri sayesinde edinilir (2013).

Giyim ürünleri bireyin kendini yansıtmayı, aidiyeti için önemli mesajlar taşıma gücüne sahiptir. Kimlik yaratımında kullanılan en yaygın araç, kişinin sahip olduğu varlıklar olmaktadır (Belk, 1988). Crane'e göre, moda ürünleri gibi kültürel ürünlerin tüketimi bireyin kimliği için oldukça büyük önem taşır (2000: 11). Moda ve giysiler kişinin kendisini yansıtmaya yolu olmanın yanında bireyin topluma katılımı için de önemli bir unsurdur. Holroyd bireyin topluma yaratılan kimlik aracılığıyla katılımından söz eder (2013: 18).

Kimlik, aidiyet ve kendini ifade gibi moda aracılığıyla zaman zaman karşılanabilen ihtiyaçlar Max-Neef tarafından insanın en temel ihtiyaçları olarak işaret edilir (1992). İnsanlar ulus, din ve kültür fark etmeksizin aynı belirli ihtiyaçlara sahiptirler. Manfred Max-Neef insanların bu ihtiyaçlarını; geçim, koruma, sevgi, anlayış, yaratma, dinlenme, kimlik ve özgürlük olarak tanımlamıştır (1992). Max-Neef'e göre yeteri şekilde karşılanamayan bir temel ihtiyacın olması durumunda "yoksulluk" durumu ortaya çıkar (aktaran Fletcher, 2014: 146). Fletcher tıpkı insanların yetersiz yemeğe ve korunağa sahip olması durumunda yoksulluğun ortaya çıkması gibi diğer maddi olmayan ihtiyaçlara yönelik olarak da yoksulluğun ortaya çıkabileceğini iddia eder. Fletcher'a göre insanlar maddi olmayan; kimlik, katılım ve yaratım gibi ihtiyaçlarının karşılanamaması durumunda da yoksul sayılabilir (2014: 146).

Fletcher insanın çoğu ihtiyacının karşılanmasında moda ve giyimin önemli rol oynadığını öne sürmektedir (2014). Fletcher ve Grose giyim aracılığıyla insanın temel ihtiyaçlarından barınma ve korunma gibi maddi ihtiyaçlarının karşılandığı gibi moda ile

bağlantılı giyim aracılığıyla ise kendini ifade, kimlik ve aidiyet gibi maddi olmayan ihtiyaçlarının karşılanabildiğini ifade eder (2012: 133). Katılım ihtiyacı sadece topluma katılımı sınırlı kalmaz. Çeşitli sosyal grupların parçası olmak da insanın katılım ihtiyacı ile ilişkili olarak işaret edilir. Fletcher ve Grose bu duruma örnek olarak katılımcılı projelerin de insanın katılım ihtiyacını karşılayacağını belirtir (2012: 133). Kullanıcısıyla birlikte tasarlanmak üzere geliştirilen bir ürün kişiye; katılım, yaratıcılık ve yaratıcı ifade fırsatının yanı sıra yeni beceriler geliştirme fırsatı da dahil olmak üzere bir dizi maddi olmayan fayda sunar (Fletcher & Grose, 2012: 133).

1.3.3. Günlük Bir Pratik Olarak Modaya Katılım

“Modaya katılımcı olmak” moda alanyazınında yeni bir olgu değildir. Birçok araştırmacının “modaya katılımcı olmak” tanımını çeşitli biçimlerde kullandığı gözlemlenmektedir. Holroyd insanların zorunlu bir biçimde modanın katılımcısı olduklarını ifade ederek katılım ifadesini kullanır. Holroyd, Hollander’ın “tüm giyim kararları moda sistemi tarafından çevrelenmiştir” düşüncesinden hareketle tüm insanların modanın katılımcısı olduğunu ifade eder (2013: 66). Gibson da sabahları giyinmek gibi basit bir hareketle insanların moda süreçlerine katıldıklarını iddia eder (2000: 353). Holroyd’un da belirttiği gibi; “Diğer kültürel biçimlerin aksine, modaya katılım otomatiktir ve dolayısıyla zorunludur (2013: 66).” Burada bahsedilen katılımdan hareketle modaya katılımın “günlük olarak yapılan giyinme pratiği” anlamında kullanıldığı görülmektedir. Holroyd, günlük düzeyde gerçekleştirilen bir pratik olarak moda katılımcılığının farklı biçimlerine dikkat çeker. Holroyd; zorunlu olarak yapılan giyinme davranışı içinde kimi bireylerin modayı ve trendleri takip etmek için istek duyan kişiler olduğu gibi kimilerinin ise sosyal açıdan utanç duymamak amacıyla minimum efor ile giyinme işini gerçekleştirdiklerini ifade eder (2013: 66). Hatta bu bağlamda Holroyd, erkeklerin modaya katılmak için daha az baskı deneyimlerken kadınların modaya cinsiyet rolleri gereğince daha fazla ilgi göstermelerinin beklendiğini ifade eder (2013: 66).

Modaya katılımcı olmaktan söz eden araştırmacılardan bir diğeri Woodward'dır. Modada etnografik yaklaşım aracılığıyla bireylerin giysileri giyinme pratikleri ve bu pratiklerle bağlantılı nedenlerin araştırılması konusu üzerinde duran Woodward, bireylerin giysileri “neden ve nasıl seçtikleri” ile ilgili araştırmaların tüketici pratiklerini anlamlandırma konusuna ışık tuttuğunu iddia eder (2015: 134). Woodward modaya katılımcı olmayı, giysilerin seçim ve giyim süreçleriyle ilişkilendirerek “moda ve giyim pratiklerine katılımcı olmak” biçiminde kullanır. Ayrıca Woodward'ın modaya katılımı, bireylerin “giysileri seçim ve giyim pratikleri” anlamında kullandığı görülmektedir. Woodward'ın ifadesiyle; “kişilerin modaya katılımları belirli kişisel, ilişkisel ve sosyal bağlamlara bağlıdır (2015).” Woodward bireylerin günlük giyinme pratiklerinin incelenmesinin sürdürülebilirlik çalışmaları açısından da önemli olduğunu ifade eder. Woodward giysi kullanım süreçlerinde ortaya çıkan ilişkilere ve süreçlere bakılarak ne tür sürdürülebilir çözümlerin geliştirilebileceğinin yerel düzeyde anlaşılmasına başlanabileceğini iddia eder (2015: 134).

Görüldüğü gibi modaya katılımcı olmak bireylerin günlük düzeyde gerçekleştirdiği giyim pratiği ile ilişkilendirilmiştir. “Günlük moda” tanımlarından yola çıkarak aslında tüm günlük giyinme pratiklerinin modaya katılımı ile ilişkilendirilmesi mümkün olmaktadır. “Giyinme pratikleri” ve “günlük moda” tanımları, moda araştırmalarında yer bulan çalışma konuları olarak bireylerin günlük düzeyde gerçekleştirdikleri giyinme davranışlarını tanımlamak için kullanılır. Hansen, benzer bir tanımlı “giyinme pratikleri” ismi ile yaparak giyim pratiklerinin (clothing practices), kişilerin günlük yaşamda kıyafet seçimlerini nasıl yaptıklarını ve nasıl giydiklerini tanımladığını ifade eder (Hansen, 2012). Giyim pratikleri, giyinme pratikleri, kullanım pratikleri ifadelerinin bireylerin günlük düzeyde gerçekleştirdikleri giyim ve moda ürünleriyle ilgili davranışlarını tanımladığı görülmektedir.

Modada kullanım pratikleriyle ilgili başka bir isimlendirme ise “moda pratikleri” tanımıdır. Birçok yazar modanın kapsamlı yapısına işaret ederek giyinme pratiklerini “moda pratikleri” olarak adlandırır. “Moda pratiği” tanımını kullanan araştırmacılardan biri olan Lange, bir pratik olarak modanın giyinmeyle ve giysilerle ilgili tüm eylemleri kapsadığına

işaret eder (2019: 33). Günlük pratiklerin moda pratikleri olarak adlandırılmasının esas dayanağı günlük olarak gerçekleştirilen giysilere yönelik tüm pratiklerin aslında modayı oluşturan pratikler olduğu düşüncesidir. Moda, araştırmacılar tarafından yalnızca moda tasarımcıları ve moda endüstrisinin pratik ettiği ve ürettiği değil her birey tarafından deneyimlenen bir olgu olarak görülmektedir. Moda, genel olarak etkileyici moda haftaları, değişen yeni tasarımlar ve yeni modalar ile ilişkilendirilse de Craik moda denince ilk akla gelebilecek tür olan “tasarımcı modası”nın, modanın sadece bir türü olduğunu belirtir (1993: xi). Fletcher modanın gerçekleştiği düzeyin günlük de olduğuna işaret ederek; modanın, bir tasarımcının Milan’da koleksiyonunu sunmasıyla gerçekleşebileceği gibi bir gencin kotunu kısaltması veya Converse ayakkabısını boyaması gibi eylemler aracılığıyla da ortaya çıkabileceğini ifade etmektedir (2007: 121). Clark’ın ifadesiyle ise moda; belirli zaman aralıkları için “in” ve neyin “out” olduğunu dikte eden bir “moda endüstrisi”nin kararlarından ziyade (çoğunlukla kadın) kullanıcıların yaptığı seçimler ile tanımlanır (2018: 318). Woodward da modanın kapsamıyla ilgili olarak günlük moda pratiklerine dikkat çekmektedir. Moda, hem giysi seçimi ve giyimi hakkındaki bilgi birikimini tanımlar hem de yeni ya da tekrarlanan giysi kombinasyonları biçiminde ortaya çıkan bir olgu olarak gerçekleşir (Woodward, 2015). Bu nedenle burada moda, dışarıdan tanımlanmış veya empoze edilmiş bir olgu olmaktan ziyade giyinmeye ve giysi seçimine dayalı günlük pratikler olarak anlaşılmaktadır (Woodward, 2015).

Yukarıda açıklanan “günlük giyim ve günlük moda pratikleri” anlamından yola çıkarak modaya katılımın çeşitli biçimlerde gerçekleştiğini söylemek mümkün olmaktadır. Bireylerin modayla ilgili eylemleri düşünüldüğünde bunlar giyinme pratikleri haricinde aslında giysileri kullanımlarıyla ilgili tüm davranışlara karşılık gelmektedir. Satın alma davranışları, moda ürünü tedarikçisi tercihleri, alışveriş alışkanlıkları, giyim ürünlerinin bakımıyla ilgili davranışlar ve giyim ürünlerine müdahalelerin tümü günlük moda pratiklerinin kapsamına girmektedir. Lange da bir pratik olarak modanın, giyinme üzerinde mülkiyete ve özerkliğe; ayrıca giysilerin seçimi, nasıl giyildikleri, bunun ötesinde

bakımlarının nasıl yapıldığı ve nasıl saklandıkları ile ilgili seçimlere olanak sağladığını iddia eder (2019: 33).

Tüketicinin modayla bilinen en yaygın etkileşimi alışveriştir. Holroyd modaya katılım ve alışverişin çoğu zaman aynı şeyler olarak algılandıklarını iddia eder (2017: 180). Giysilerin satın alınması bireylerin modayla etkileşiminin en yaygın ve ilk akla gelen biçimidir. Alışveriş yaygın biçimde sıfırdan üretilmiş ürünlerin satın alınması şeklinde gerçekleşse de ikinci el ürün pazarı da alternatif bir pazar türü olarak algılanır. Son yıllarda ikinci el ürün pazarı sürdürülebilir kaygılardan dolayı gelişimini hızlandırmış bir pazar olarak ortaya çıkmaktadır. Eskiden genellikle uzak durulan bir seçenek olsa da ikinci el giyim birçok ülkede sürdürülebilir kaygılar sebebiyle popülerlik kazanmaktadır. DeLong ve arkadaşları yaptığı bir çalışmada tüketicilerin gün geçtikçe ikinci el giyime karşı önyargılarından uzaklaştıklarını ortaya koymaktadır (DeLong vd., 2005). Ayrıca çeşitli az gelişmiş ülkede ithal edilmiş ikinci el giysilerden oluşan ciddi boyutta bir ikinci el giysi pazarı vardır. Örneğin araştırmacı Hansen, Batılı ülkelerden ihraç edilip Zambia'nın ikinci el giysi pazarlarında satışa sunulan kullanım ömrünü tamamlamış giysilerin Zambia modasına ciddi etkileri olduğunu ortaya koymuştur (Hansen, 2005). Hansen bu giysilerin ikinci el giysi pazarına etkisi ve “salaula” adı verilen ikinci el giysilerden bu giysi seçim sürecinin Zambialı insanların giyim pratiklerine yansımaları konusunda çarpıcı sonuçlar ortaya koymuştur.

Modaya katılım ile ilgili akla gelen ilk davranış alışveriş olsa da modaya katılımın yalnızca alışveriş eylemi anlamı taşımadığını ifade etmek mümkün olmaktadır. Giysilerin el değiştirmesi ve takas, giysilerin bireyler arasında kalıcı veya geçici olarak değiştirilmesi olarak tanımlanır. Giysi değişimi kültürel olarak eski bir tarihe sahiptir. Özellikle endüstriyel modanın gelişimi ile giyim ürünlerinin yaygınlaşması öncesi giyilmeyen kıyafetlerin kardeşten kardeşe aktarılması, veya akrabalar arasında değiştirilmesi gibi uygulamalar yaygın olarak görülmekteydi. Günümüzde sürdürülebilir bir moda anlayışı benimsemek adına takas etkinlikleri gerçekleşmektedir. Sürdürülebilir davranışların yaygınlaşması adına giysilerin bağışlanması da bu kapsamda değerlendirilmektedir.

En temel ve zorunlu bir katılım biçimi olan giyinme pratiği giyim ürünlerinin mevcut kıyafetler içinden seçilerek giyilmesi eylemini tanımlar. Bu basit giyinme eylemi aslında giysilerin çeşitli motivasyonlar ve değerler doğrultusunda bir arada kullanılmasını içerir. İnsanın temel olarak fiziksel etkilerden korunma amacının haricinde güzel görünmek ve iyi hissetmek gibi motivasyonlarla giyindiği yaygın olarak bilinmektedir. Bu amaçla insan mevcut kıyafet öğelerini, istediği etkiyi oluşturmak amacıyla bir araya getirerek giymek yoluyla kullanır. İnsanın bu bir araya getirme davranışı aslında yaratıcı bir süreç karşılık gelir. Bu süreçte giysileri stil ve renk anlamında uyumlu kullanma çabası görülebilir. Yeni görünümler veya yenilikler yalnızca mağazalardan toptan olarak satın alınmaz; aslında insanların halihazırda sahip olduğu şeylerin yeni kombinasyonları veya eski eşyaların yeni satın alınanlarla yeniden birleştirilmesiyle yaratılır (Woodward, 2015).

Giysileri seçip giyme süreçlerindeki yaratıcılık aynı zamanda giysileri mevcut kullanış biçimlerinden farklı biçimlerde kullanma davranışında da görülebilmektedir. Giysileri mevcut kullanım biçiminden farklı biçimlerde giymek her zaman tüketici için yaratıcılığa imkan vermiştir. Bu tür uygulamalar şalların bluz ve elbise biçiminde kullanılması gibi şekillerde görülebilmektedir. Bu davranış kişisel stil ve yaratıcılık ile ilişkilendirilmektedir. Giysileri farklı biçimlerde giyme, giysileri çok işlevli hale getirir. Fletcher farklı coğrafyalardan insanların giysileri kullanım becerilerindeki çeşitliliği ortaya koymak amacıyla “Local Wisdom: The Craft of Use” isimli bir proje başlatmıştır (2016). Bu proje, katılımcı olan moda kullanıcılarının mevcut kıyafetlerini çeşitli motivasyonlarla modifiye etme ve bu şekilde kullanımlarını yıllardır sürdürme hikayelerini anlatmaktadır. Mevcut giysileri değişik yollarla giymeye dair çeşitli uygulamalara bugün sosyal medya mecralarında sıklıkla rastlanmaktadır. Tüketicilerin giysilere sahip oldukları süre boyunca uyguladıkları giyinme harici pratikler de günlük modanın kapsamındadır. Giysilerin temizlenmesi ve bakımı ile ilgili tüm davranışlar bu kapsama girmektedir.

Moda pratikleri içerisindeki uygulamalar yalnızca giysi edinme davranışını veya giysilerin çeşitli biçimlerde giyilmesini kapsamaz. Moda pratikleri temelde giysilerin

modifikasyonunu ve bireysel giysi üretme uygulamalarını da tanımlar. Bireysel üretime dair pratikler onarım, ileri dönüşüm, giysilerin modifiye edilmesi, giysi üretimi gibi elle yapılan müdahalelerin tümünü içermektedir. Bireysel giysi üretimi insanlığın ortaya çıkışından Endüstri Devrimi'nin gelişimine kadar olağan ve yaygın uygulamalar olarak günlük yaşamda yer bulmuştur. Endüstri Devrimi'nin gelişmesiyle giyim ürünlerinin ucuzlayıp yaygınlaşması sonrası giysi üretimi endüstri tarafından devralınmış; bu şekilde günlük bir pratik olan giysi üretimi, günlük yaşamın içinde hızla yok olmaya başlamıştır. Son yıllarda hem sürdürülebilir moda kaygılarıyla hem el uğraşlarının günlük hayatta değer kazanmasıyla hem de ekonomik kaygılarla bireysel giysi üretimi gittikçe daha fazla popülerlik kazanmaya başlamıştır. İşlevsel bir ürüne dönüşen bir son ürün olması ve terapötik etkiler yaratması el üretimi giysilerin araştırmacılarca vurgulanan özelliklerindendir. Özellikle Amerika ve Avrupa'da bireysel üretim için kalıpların ortaya çıkması; paylaşım üzerine inşa edilmiş, bireyselliği teşvik eden ve kendi trendlerini belirleme üzerine inşa edilmiş bir moda anlayışı olarak değerlendirilebilir. Bu kalıplar aynı zamanda kitlelerle paylaşılan çeşitli ürünlere bireysel olarak müdahale edebilme olanağı sağlamıştır (De Castro, 2021).

Tarih boyunca giysi üretimi için geliştirilmiş pek çok teknik vardır. Örgü ve dikiş giysi üretimi için kullanılan yaygın tekniklerdendir. Bu alan geri dönüştürülmüş malzemelerin kullanımını da kapsar. Holroyd, zanaata dayalı tüm pratikleri “folk fashion” terimi altında toplamaktadır (Holroyd, 2017: 12). Holroyd'un ifadesiyle “folk fashion” “Kendi kıyafetlerini yapan kişileri ve yaptıkları her şeyi” kapsayan bir tanımdır (2017: 12). “Folk fashion” giysiler her türden kıyafetler olabilir ve bu tür giysilerin sabit bir estetik tanımı yoktur. “Folk fashion”ın en önemli özelliği, bu faaliyeti atölye çalışmaları, talimatlar ve kalıplarla desteklemeyi amaçlayan birçok profesyonel olmasına rağmen, profesyonel biçimde değil amatör biçimde uygulanmasıdır (Holroyd, 2017: 12). Lange ise zanaata dayalı giyinme pratikleri için “craft fashion”¹ tanımını kullanır (2019: 36). Fletcher'ın “craft of use”

¹ Kavramın Türkçe karşılığı bulunmadığından “zanaat modası” olarak çevrilebilir.

isimli çalışmasında, bireylerin giyinme pratiklerine dayalı hikayelerinde yaygın biçimde bireysel üretime (modifikasyon, tamir gibi) dayalı pratiklerin de olduğu görülmektedir (2012).

Onarım, giysilerin zarar gören kısımlarının veya bütününün zararının giderilmesi anlamına gelir. Onarım, bir giysinin yeniden kullanıma sokulması veya daha iyi fiziksel duruma getirilmesi için kullanılan bir yöntemdir. Onarımın çeşitli uygulama biçimleri bulunmaktadır. Yama, örerek onarma gibi teknikler yaygın onarma teknikleridir. Kültürlere has onarım biçimleri de yaygın olarak uygulanmaktadır. Onarım ayrıca görünür onarım ve görünmez onarım olarak uygulanabilmektedir. Onarım, Endüstri Devrimi öncesi toplumlarda oldukça yerleşik bir kullanım pratiği olmuştur. Giyim ve moda tarihinde tamir edilmiş giysileri giymek -ve özellikle görünür tamirler- genellikle finansal zorlukla ilişkilendirilmiştir. Bu anlayış günümüzdeki giysi onarımına dair algıyı şekillendiren bir anlayış olmuştur. Giysi onarımı sürdürülebilir modaya yönelik kaygıların artmasıyla popülerlik kazanmakta olan bir pratiktir. Tamirin anlamı son yirmi yılda önemli derecede değişmiştir. Bir zanaat olarak giysi onarımı son yıllarda gizli ve özel bir alan olarak evlerden çıkıp daha görünür bir form olarak bir kamusal alan etkinliğine dönüşmüştür (Lange, 2019).

Giysilerin değiştirilmesi çeşitli amaçlarla ve çeşitli biçimlerde gerçekleştirilmektedir. Giysiler bedene uymaları için değiştirildikleri (modifiye edildikleri) gibi modellerinin farklılaştırılması için de yaygın olarak değiştirilirler. Giysilerin değiştirilmesi aynı zamanda giysilerin çeşitli tekniklerle süslenmesini de içerir. Süsleme amacıyla aplikeler ve aksesuarlar kullanılabilir. Giysiler bütün olarak veya kısmen boyanabilir ve çizimlerle geliştirilebilir. Ayrıca giysilerin biçimsel özellikleri üzerinde oynamalar yapılabilir. Giysilerin manevi ve maddi anlamda değer kazanması amacıyla ilişkilendirilen ileri dönüşüm ise var olan giysileri değiştirmek için popülerlik kazanmakta olan bir yöntemdir.

Sonuç olarak yukarıda yer verilen tüm davranış türleri günlük giyim ve günlük moda kavramlarının tanımları düşünüldüğünde bu tanımların kapsamında yer bulmaktadır.

Yukarıda yer verilen tüm bu pratikler insanın modaya katılımının farklı biçimleri olarak tanımlanabilir. Bireysel üretime dayalı pratikler de günlük giyim davranışları kapsamında olduğundan moda pratiği ve modaya katılım bağlamında değerlendirilebilir. Yani bireysel üretimi de içeren tüm giyinme pratiklerinin modaya katılımcı olmanın farklı biçimleri olarak değerlendirilmesi mümkün olmaktadır.

1.3.4. Modada Katılımcılı Tasarım

Moda alanyazınında “modaya katılım”ın tüm günlük giyim pratikleri ile ilişkilendirildiği görülmektedir. Moda çalışmalarında rastlanan bir diğer katılım biçimi ise “katılımcılı tasarım” olmaktadır. Katılımcılı tasarım “tasarlama ve üretim sürecinde kullanıcının/tüketicinin rol alması”na karşılık gelmektedir. Son on yıllarda kullanıcı katılımı için çok sayıda girişim olmuştur. Bu tür tasarımlar kullanıcıların tüketicileri oldukları ürünler üzerinde değişiklik yapmasına olanak veren türden ürünlerdir (Fletcher, 2014: 228). Kişiselleştirme için kalemle satılan çamaşırlar, kullanıcının belirlenen yerlerden keserek bedenine uydurması için satılan giysiler gibi örnekler yaygın olarak görülmektedir (Fletcher, 2014: 228).

Son yıllarda modaya katılımı ile ilgili olarak mevcut katılımcılı tasarım anlayışının ötesinde bir katılımcılık tanımının gelişimi dikkat çekmektedir. Fletcher bugüne kadar geliştirilmiş katılımcılı tasarım ürünlerinin genellikle tüketicileri yüzeysel şekilde katılımcı yaptığını öne sürmektedir (2014: 228). Bu tür tasarımlar kullanıcıyı eğlendirmek ve belki de tasarım biçimlerini veya tedarik zincirlerini etkilemeden bedene uyum gibi ayrıntıları iyileştirmek için kullanıcı etkileşimine başvurmaktadırlar (Fletcher, 2014: 228). Ayrıca bu tür tasarımlar kullanıcılarla daha farklı bir ilişkiyi ifade ederken modanın yukarıdan aşağıya doğru olan hiyerarşisine meydan okumakta yetersiz kalmaktadırlar (Fletcher, 2014: 228). Fletcher moda tasarımı için “User Maker”² sistemi isminde, moda kullanıcılarının süreçteki

² Kavramın Türkçe karşılığı bulunmadığından “kullanıcı üretici” olarak çevrilebilir.

ortak üreticiler olduğu bir yaklaşım önermiştir (aktaran Hur & Beverley, 2011). Bu katılımcılık anlayışı öncekinden farklı olarak yeni moda deneyimleriyle ilgili şekilde ortaya çıkan bir anlayıştır. Fletcher’ın ifadesi ile “user maker” sistemi modayla (ve tekstillerle) daha bağlantılı ve daha aktif bir katılımı teşvik etmek için birlikte tasarım yapmanın potansiyelini incelemektedir (Fletcher, 2014: 222). Fletcher yeni katılımcılı tasarım modelinde tüketicinin rolünü tanımlarken kültür eleştirmeni Illrich’in ortaya attığı “life of action” konseptinden ve Toffler’in “prosumer (üreten tüketici)” tanımlarından yararlanır (Fletcher, 2014: 224). Illrich dünyanın gelecek vizyonu için tüketim odaklı bir yaşam yerine eylem odaklı bir yaşam seçmenin önemiyle ilgili fikirler ortaya atmıştır. Benzer şekilde Toffler da tüketim kültürünün oluşturduğu üretici ve tüketici ayrımını sorgulamıştır.

Yeni katılımcılı tasarım anlayışı tüketicilerin sadece ürün tasarımına katılımcı olduğu bir moda anlayışını tanımlamaz. Bu tür bir tasarım, çoğu kitlesel üretim ve kitlesel tüketim modasında gördüğümüzden daha farklı bir güç dağılımı ve kapsamayı içerir (Fletcher, 2014: 224). Katılımcı tasarım esasen, vurgunun kontrolden uzaklaştığı; üretim sistemlerine, tasarıma, üretime, ürüne ve sonuçlara ilişkin fikirlerin değiştiği bir sistemdir (Fletcher, 2014: 228). Fletcher hem tasarımcının rol aldığı hem kullanıcının üretici olduğu bu sistem için sadece başta gerçekleşen bir üretim adımı olarak değil kullanıma entegre olmuş süregelen bir yaratımdan bahseder (Fletcher, 2014: 224). Bu yeni sistemde tasarım artık sadece yüzey tasarımıyla ilgili değil, eyleme geçmeyi teşvik etmekle ilgili olduğundan amacı kullanıcının potansiyelini arttırmak ve odağı sosyal değişim olur (Fletcher, 2014: 229). Kullanıcı artık yalnızca pasif izleyici değil, daha ziyade ortak yaratıcıya ve bir partnere dönüşür. Fletcher’ın katılımcılı tasarım anlayışına göre kullanıcı sadece yeni giysiler değil yeni deneyimler yaratan “moda”nın katılımcılarıdır. Fletcher burada tüketici için daha aktif bir rol önerirken tasarımcı için de tüketiciye rehberlik eden yeni bir rol önerir. Tasarımcının, kullanıcının katılımını teşvik ettiği ve yönettiği bir tasarım anlayışına vurgu yapar. Fletcher, Busch’un tasarımcıyı bir orkestra şefi gibi konumlandığı tasarımcı rolüne işaret eder. Bu tasarımcı rolü, geleneksel tasarımcı rolünün ötesine geçerek daha fazla sayıda ve daha çeşitli değişkenlerle dolu bir role geçer (2014: 229).” Yeni moda içerisinde tasarımcı, modaya

katılımı sağlayan bir aktör olarak şekillenmektedir. Odabaşı da tasarımcının yeni rolüne katılımcılığı sağlayan bir rol olarak işaret eder;

"Tasarımcı adaleti sağlayarak ve toplulukla birlikte hareket ederek katılımcılığı sağlayabilir. Tasarımcı-katılımcılık-diyalog üçgeni ele alındığında, tasarımcının sadece nesne üreten biri olduğu değil aynı zamanda bir çeşit eğitmen de olduğu ortaya çıkmaktadır. Tasarımcı ürün odaklı değil çözüm odaklı hareket ederse yerel komüniteler ve dezavantajlı grupları üretim ve eylem sürecine dâhil edebilir (2021)."

Fletcher, yaklaşımına uygun olarak kimi zaman “yaratıcı” tasarımcı rolünü sorgulayan kimi zaman ise kullanıcının etkileşimini yaratıcı yollarla araştıran çeşitli katılımcılı tasarım örneklerine işaret eder (2014: 233). Örnek gösterdiği çalışmalardan biri Busch’un “Reform” isimli projesidir. Bu projede Busch, eski kıyafetlerden yenilerini ortaya çıkarmak üzerine hazırladığı çeşitli kendin-yap metodlarını uygulamaya koymuştur (2008). Busch, bu metodları “tarif kitapları” olarak tanımlar ve kendi tabiriyle giysi koleksiyonları değil yöntem koleksiyonları üretir (Fletcher, 2014: 233). Bu tarifler aracılığıyla Busch, moda kullanıcılarını temel becerilerle donatarak onları hazır giyimin önceden hazırlanmış tariflerini (giysilerini) alma eyleminden özgürleştirmeyi amaçlamıştır (Fletcher, 2014: 233).

Fletcher’ın işaret ettiği katılımcılı tasarım örneklerinden bir diğeri ise “Do” tişörtü projesidir (2014: 233). Bu tasarımın amacı, kullanıcıları kendi ürünlerini şekillendirmelerinin esas olduğu bir üretim yaklaşımını teşvik etmektir. Do tişörtü özellikle kullanıcı etkileşimi için tasarlanmıştır; tişört, sahibi görevini gerçekleştirilinceye kadar giyilemez. Tişört, do tişörtü modellerinden oluşan bir kitapçıkla ve sonrasında gerçekleştirilecek bir Do tişörtü sergisine katkıda bulunma davetiyle birlikte müşterilere ulaştırılmaktadır. Ürün, yalnızca kullanıcı kendi müdahalesini yaptığında kullanılabilir hale gelir. Ayrıca tasarım özelliği itibarıyla tişörtü aynı şekilde iki kez giymek zor olduğundan, aslında giysi her giyildiğinde benzersiz bir ürüne dönüşür. Bu şekilde tasarımcının kontrolünün çok ötesinde bir kullanıcı tasarımı süreci gerçekleşir (Fletcher, 2014: 233). Fletcher’ın gösterdiği bir diğer örnek olan “Güncellenebilir Tişört (The Updatable T-shirt)” 5Ways araştırma grubu tarafından geliştirilmiştir. Kullanıcıların üründe bir dizi değişim yapması etrafında şekillenen tasarım;

“bir giysiden çok giysiye” ve “pasif tüketiciden aktif tüketiciye” vurgusu ile üretilmiştir. Projenin amacı; beceriler ile özgüven oluşturmak, bir giysi yaratma sürecindeki birçok küçük adımın tüketiciler tarafından daha iyi anlaşılmasını sağlamak ve insanları bireysel üretime teşvik etmektir. Proje tasarım fikirlerinin, üretim yöntemlerinin ve önerilerin küçük bir kullanıcı grubuna posta yoluyla gönderilmesi ile gerçekleştirilmiş; kullanıcıların talimatları yorumlayarak benzersiz giysiler üretmeleri ile sonuçlanmıştır. Sonuç olarak projede benzersiz bir iş birliğinden oldukça eklektik bir giysi seçkisi ortaya çıkmıştır (Fletcher, 2014: 233).

Fletcher’ın katılımcı tasarım anlayışına örnek olarak Busch’un çalışmalarını vermesi tesadüf değildir. Busch da çalışmalarında modaya katılıma; “moda kullanıcılarının tasarım süreçlerine katılımcı olduğu bir tasarım anlayışı” bağlamında değinmektedir. Busch doktora tezi çalışmasında daha aktif şekillerdeki tüketici katılımıyla ilişkili bir “moda tasarımcısı” rolünün nasıl anlaşılabilirliği ve geliştirilebilirliğiyle ilgili olarak çeşitli yaklaşımları araştırdığını ifade eder (2008: 32). Busch tüketicilerin modaya katılımı için yeni yollar araştırdığını ifade ettiği bu çalışmada tüketicilerin daha aktif olduğu bir rolü vurgulamak için “engaged forms of consumer participation” tanımlamasını kullanmıştır (2008 32). Busch’un aktif bir katılıma işaret ettiği bu tanımını “tüketici katılımının müdahil biçimleri” şeklinde tercüme etmek mümkündür. Busch, tüketicinin yalnızca satın alma ve seçimler yapmanın ötesinde bir rolünün olabileceği, tüketicinin kendi pratiklerini yaratabileceği bir modanın ve böyle bir modaya katılım biçimlerinin mümkün olabileceğine işaret eder (2008: 32). Busch, çalışmasında güçlü bir katılımcılığın aracı olarak “fashion hacktivism (moda hacktivismi)” kavramını ortaya atmaktadır (2008: 32). Busch “moda hacktivismi”ni; modanın “işletim sistemi”nin kodlarını çözmekle ilişkilendirerek modayı kullanıcıların katkıda bulunabilecekleri, katkıda bulunmak için çeşitli becerileri kolayca öğrenebilecekleri, açık ve davetkâr bir moda sistemi alternatifine dönüştürmekle ilişkili olarak ele alır (2015: 281). Busch geliştirdiği yaklaşım için insanların giysilerine yaratıcı müdahalelerde bulunmalarına imkan vermeyi amaçlayan bir dizi uygulama önermiştir. Bu doğrultuda hazırladığı kılavuzlarla kullanıcılara giysiler için basit üretim ve değiştirme

yöntemleri sunarak, kendi ifadesiyle kullanıcılara “müdahale alanları” açmaktadır. Kılavuzlarda ileri dönüşüm ve yapı söküm kavramlarına yer verilmekle birlikte bu kılavuzlar “Haute Couture” gibi klasik giysi üretim sistemlerinin aksine insanların modaya katılımını sağlamak ve modayla etkileşimlerini güçlendirmek için geliştirilmişlerdir (Busch, 2008: 93). Busch kılavuzların üretime dikkat çekmek, bilinci yükseltmek, becerileri geliştirmek, neyin mümkün olduğunu göstermek ve eylem alanının eşiğini düşürmek için olduğunu iddia eder (2008: 93).

Görüldüğü gibi Busch modaya katılımı, “tüketicilerin moda ürünlerinin üretim süreçlerine aktif olarak katılımı” şeklinde tanımlamıştır. İlgili çalışmalarda bahsedilen moda ürünlerinin üretim süreci ve moda endüstrisinin işleyiş biçimi klasik süreçlerden farklı bağlamlarda ele alınmıştır. Satın alma harici moda deneyimlerinin yaratılması için tüketicilerin kolektif aktivitelere katılım sağlaması modaya katılım için alternatif bir yol olarak incelenmiştir. Araştırmacı Stauss da gelecek dönemlerdeki moda tasarımı yaklaşımları için modaya katılımı içeren yeni bir anlayış önerir. Straus’un ifadesiyle; “Modayı üreten ve giyen herkesin, onu hem benlik hem de bağlam farkındalığını genişleten, bir diyalog alanı yaratan ve yeni katılım biçimlerine olanak tanıyan bir şey olarak düşünmeye başlaması gerekmektedir (2015: 82).” Tham de modanın güncel çalışma konularından biri olarak işaret edilen katılım çalışmalarından söz etmektedir. Tham gelecek çalışmaların odaklarından birinin; “modanın, mevcut kapitalist modelinin sunduğu modelden nasıl daha büyük olabileceğinin keşfedilmesi (ve aşırı tüketimin kullanım veya katılım yönünde yeniden yapılandırılması) olduğunu belirtir (Fletcher & Tham, 2015: 294).”

Moda tasarımına katılımdan bahseden bir başka kaynak ise Fuad-Luke ve Hirscher’in “Open Participatory Designing for an Alternative Fashion Economy”³ isimli çalışmasıdır (2013). Bu çalışmada yazarlar; tasarımcı, üretici ve tüketici arasındaki mevcut

³ Çalışmanın ismi “Alternatif Moda Ekonomisi İçin Açık Katılımcılı Tasarım” olarak tercüme edilebilir.

hakim roller ve ilişkilere meydan okuyan, açık ve katılımcı moda tasarımı pratikleri odaklı yeni uygulamaları keşfetmeyi amaçladıklarını belirtirler. Bu yaklaşım, moda sistemindeki değişimlerin parasal ve parasal olmayan (zaman, bilgi, beceriler gibi) biçimlerde olabileceği; aynı zamanda tüketicinin aktif olacağı “alternatif bir moda ekonomisi” için istekli olma halini talep eder (Hirscher & Fuad-Luke, 2013). Hirscher ve Fuad-Luke da katılımcılı bir moda için tüketicinin aktif rolüne dikkat çekmektedir. Araştırmacılara göre tüketicilerin; nesnelerin nasıl üretildiğine dair beceri ve anlayış kazanmaları için tasarımcılar tarafından pasif alıcıdan aktif katılımcıya geçmelerinin sağlanması gerekmektedir (Hirscher & Fuad-Luke, 2013).

1.4. Bir Kavram Olarak Modaya Katılım

“Günlük bir pratik olarak ele alınan moda” çalışmaları içinde “katılım” bireylerin günlük pratikleri gerçekleştirmesi durumuna karşılık gelmektedir. Bu bağlamda ele alındığında tüm günlük moda pratiklerinin modaya katılımın biçimlerini oluşturduğunu söylemek mümkün olmaktadır. “Katılımcılı moda” kavramı incelendiğinde buna atıf yapan çeşitli araştırmacıların olduğu görülmektedir. Busch modaya katılımı “tüketicinin yeni bir moda sisteminin inşası için çeşitli yaratıcı biçimlerde katılımı” anlamıyla ele alır (2008). Fletcher ve diğer araştırmacılar da tüketicinin, kullandığı ürünün üretiminin belirli bir kısmında görev aldığı bir katılımcılı tasarım anlayışı yerine tüketicilerin, süreçlerin ve ürünlerin inşasında daha yaratıcı şekillerde yer aldığı bir katılım tanımı yapar. Burada yalnızca tüketicinin dönüşümü yerine sistemin dönüşümüne ve tasarımcının yeni moda deneyimleri yaratabilecek esnek ve yaratıcı rolüne işaret edilmektedir. Modaya katılım, katılımcı anlayışı vurgulayan bu çalışmalarda; modanın tüketim nesneleri olmanın ötesinde algılanması ve yeni moda anlayışının inşası için tüketicinin yeni deneyimlerde aktif yer alması durumunu tanımlamaktadır. Katılımcılı moda hakkındaki radikal fikirler; tüketicinin, moda ürünlerinin üretimi yerine yeni moda deneyimlerinin üretimine katılımını ele almaktadır. Günlük giyinme pratiğikleri ve yeni katılımcılı moda anlayışına katılım bu bağlamda modaya katılımın farklı türleri olarak kabul edilebilir. Günlük giyinme ile gelen katılım tanımından hareketle moda pratiklerinin kapsamına giren giyinme, kıyafet seçimi,

alışveriş tercihleri, giysilerin bakım süreçleri modaya katılımın biçimleri olarak değerlendirilebilir. Bu yaklaşımla yine giysi üretimi, onarım, giysileri yeniden tasarlama ve değiştirme gibi davranışlar da bireysel üretime dayalı pratikler olarak modaya katılımın çeşitli biçimlerini oluşturur. Yeni katılımcılı tasarım anlayışı düşünüldüğünde kullanıcıların ürün ve deneyim süreçlerine dahil olmasıyla ilgili tüm davranışlar da katılım kapsamında ele alınabilir.

Tüm tanımların ortak yönleri incelendiğinde bu tanımların benzer şekilde fiziksel olarak bulunmayla ve eylemlerle ilişkili olarak ele alındığı gözlemlenmektedir. Fiziksel unsurlara dayalı pratiklerin tümünün fiziksel olarak bulunma ve fiziksel olarak aktif olma halleriyle ilişkili olduğu görülmektedir. Katılım literatürü incelendiğinde bir sosyal yapı ile ilişkili olarak fiziksel olarak bulunma ve aktif olma halinden yaygın şekilde söz edildiği görülmektedir. Oxford İngilizce Sözlüğü'nde katılım (participation) “bir konuya veya etkinliğe aktif olarak dahil olma” şeklinde tanımlanır (https://www.oed.com/dictionary/participation_n?tab=factsheet#31573450 Erişim Tarihi: 06.04.2023). Putnam'ın siyaset bilimi ve sosyoloji disiplinleri için gerçekleştirdiği çok sayıda atıf alan araştırmasında katılım, bireylerin sosyal ve sivil faaliyetlere dahil olması olarak tanımlanır. Bu katılım biçimi, gönüllü kuruluşlara katılım, sosyal ağlarda yer alma, topluluk etkinliklerine katılma gibi faaliyetleri içerir (Putnam, 2000). Katılımın, kullanıldığı bağlama göre farklı alanlardaki katılımcı davranışı tanımlamak için kullanıldığı görülmektedir. Örneğin Levasseur ve arkadaşları sosyal katılımı; “Bir kişinin topluluk yaşamında ve önemli ortak alanlarda başkalarıyla etkileşimini sağlayan, mevcut zamana, toplumsal bağlama, bireylerin isteklerine ve onlar için anlamlı olan şeylere göre değişen faaliyetlere katılımı” biçiminde tanımlar (2022). Sosyal katılım; bireylerin topluma katılımı ile sosyalleşme durumlarını, fiziksel aktivitenin biçimi ve yoğunluğu üzerinden tanımlayan bir ifadedir.

Günlük pratikler üzerinden modaya katılım düşünüldüğünde giyinmek ve diğer davranışlar öncelikle fiziksel aktivite olarak tanımlanan eylemlerdir. Katılımcılı modanın önerdiği katılım biçimi de benzer şekilde süreçlere katılımı, katkı sağlamayı, dahil olmayı

ifade eder. Fakat fiziksel aktivitenin ön planda olduğu bu moda katılımı biçimleri ve tanımları yalnızca eylemleri değil, bu eylemlere eşlik eden zihinsel süreçleri de içermektedir. Örneğin katılımcılı moda uygulamalarında katılımcı olan kişilerin zihinsel süreçler yürüttüğü veya giysi seçiminin karar verme süreçlerini içerdiği bilinmektedir. Eylemlerin, düşünsel süreçlerle iç içe olduğu fikri sosyal bilimlerde birçok araştırmacı tarafından ele alınmıştır. Sivil katılım üzerine çalışan Bobek ve arkadaşları da insanların hareketlerinin, motivasyonları ve hedefleriyle ilişkisine işaret etmektedir (2009). Araştırmacılar çalışmalarını sivil katılımın sadece faaliyetlere katılımı değil, aynı zamanda bireylerin bu eylemler aracılığıyla geliştirdiği beceriler, bağlantılar ve bağlılıkları da içerdiği fikrine dayandırmaktadır (2009). Sivil katılımın bilişsel süreçleri de içerdiği iddia edilen bu çalışmada Erikson ve Alman eylem teorisyenlerinin eylem teorisine işaret edilir. Eylem teorisine göre, davranışlar belirli görevler doğrultusunda motivasyonlar ve hedef yönelimleriyle iç içedir (Bobek vd., 2009). Psikoloji alanına ait eylem teorisi; bilişsel, duygusal ve davranışsal bileşenlerin, katılım sürecinin ayrılmaz parçaları olduğunu savunur (Bobek vd., 2009). Yine sivil katılım üzerine çalışan Youniss de kolektif şekilde paylaşılan yapılarda gerçekleşen eylemleri bilişsel süreçlerle kaynaştıran bir gelişimsel politik-sivil katılım teorisi ortaya atmıştır (2006).

Katılımın çalışıldığı diğer pek çok alanda bilişsel süreçlerin varlığından açık veya üstü kapalı şekilde söz edilmektedir. Katılım, sosyal bilimlerin pek çok alanında yer bulan bir kavram olarak katılma davranışını ve bu davranışla ilişkili süreçleri tanımlar. Li ve arkadaşları sosyal katılımın birçok türüne değinmiştir. Onlara göre sosyal katılım; resmi, resmi olmayan, üretken, tüketime dayalı, kişilerarası, sanal (dijital katılım), kişisel ve topluluk/sosyal/sivil katılım gibi farklı katılım türleri biçiminde sınıflandırılmaktadır (Li vd., 2021). Vatandaşlık çalışmalarındaki katılım örneğine bakıldığında da bilişsel unsurlara değinildiği görülmektedir. Vatandaş (yurttaş) katılımı kavramı; “vatandaşın kamusal karar verme süreçlerine katılımı”nı ifade eder (Baum, 2001). Buradaki tanımda katılım anlamına gelen “involvement” sözcüğü “dahil olma biçiminde yer bulmak” anlamında, yani “karar alma süreçlerinde” yer almak anlamında kullanılmıştır. Aktif dahil olma durumu ise

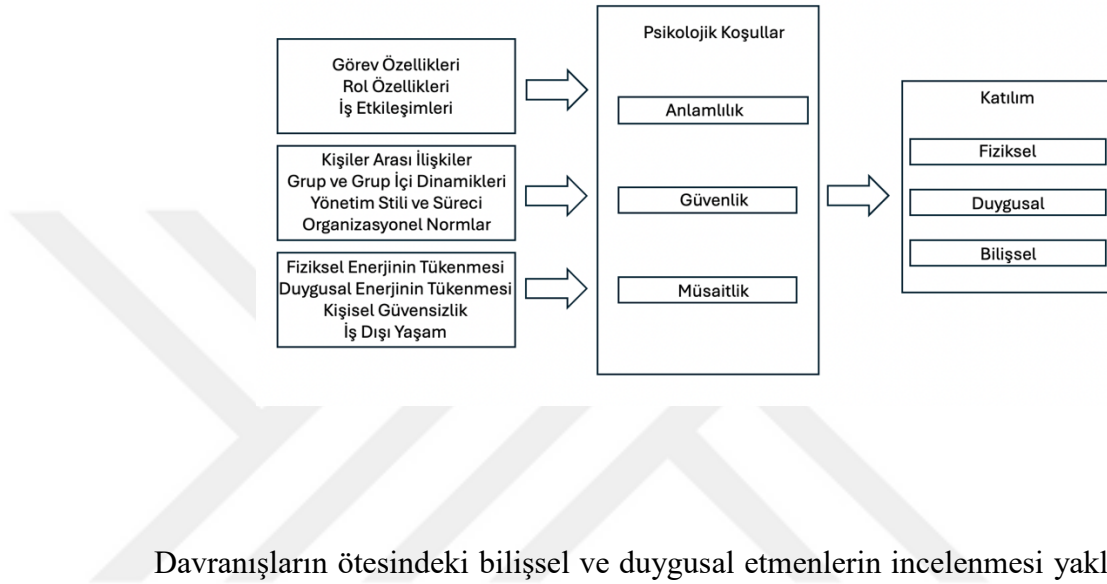
insanların belirli bir konu ile ilgili bilgilerini arttırmak için o konu ile temasta bulunmaları veya ilişkilerini sürdürmeleri anlamına gelir (Ainley, 2001). Yönetişime (halkın) katılımı ise paydaşların ilgi duydukları politikalar, planlar veya programlar hakkındaki karar alma süreçlerine doğrudan ve dolaylı katılımını içerir (Quick & Bryson, 2022). İlgili katılım tanımları bireyin karar alma süreçlerine katılım için oy verme, açık etkinliklere katılma gibi belirli davranış türlerinden söz ederken karar verme, bilgi edinme gibi zihinsel bileşenleri de katılım dahilinde ele alır. Yani katılımcı olmak, bilişsel eylemleri içeren bir ilişki kurma süreciyle ilgili olarak ele alınmıştır.

Fiziksel katılımın ötesinde bir katılımın vurgulandığı çok sayıda yönetişimsel ve politik odaklı çalışma bulunmaktadır. Amna ve Ekman genç bireylerin politik katılımlarını inceledikleri çalışmalarında katılımı hem fiziksel hem de bilişsel süreçleri içerecek şekilde; hem politik ilgiyi hem de politik aktiviteleri esas alarak sınıflamışlardır (en yüksek politik ilgi ve orta derece fiziksel katılım, düşük derece ilgi ve fiziksel katılım, en düşük ilgi ve en düşük fiziksel katılım)(2014). Karageorgou ve arkadaşları da psikolojik bir süreç olarak katılımdan bahsederler (2024). Araştırmacılar Amna ve Ekman'ın politik katılımın derecelerini tanımlamak için kullandıkları modelden faydalanarak politik katılımı “politik ilgi”yle ilişkili şekilde incelemişlerdir. Bu bağlamda “political engagement (politik katılım)” bilişsel ve duygusal yönleri içeren bir süreç iken “political participation (politik katılım)” özellikle davranışsal yön ile ilgili olarak ele alınmıştır (2024). Politik katılımın tümüyle davranışsal olan yönlerinin ötesinde Carreras da bilişsel bir bileşenden bahseder ve politik katılımı iki biçimde; “bir vatandaşın siyasi sisteme psikolojik bağlılığını” ifade etmek için kullanılan ve politik ilgiyi, siyasi parti kimliğini, politik bilgi arama durumunu içeren bileşen ve kendini “politikacılarla temasa geçme, siyasi parti toplantılarına katılma, şehirdeki halka açık toplantılara katılma” şeklinde gösteren bileşen olarak ele alır (2016).

Görüldüğü gibi siyaset çalışmalarında katılımı bilişsel ve davranışsal olarak ayırmaya yönelik yaklaşımlar bulunmaktadır. Bu çalışmalar politik katılımı political engagement” ve “political participation” biçiminde birbirinden farklı kavramlar olarak ele

alır. Bu çalışmalar “political engagement” kavramını bilişsel ve duygusal boyutları içeren psikolojik bir süreç olarak tanımlarken “political participation” kavramını yalnızca davranışsal yön ile ilişkilendirir. Katılımın sadece fiziksel değil duygular ve düşüncelerle ilgili bir unsur olduğu fikri özellikle “engagement” kavramı ile ilişkili araştırmalarda ortaya atılmıştır. Barrett and Brunton-Smith politik katılımı (political engagement); “politik ve sivil konularla alakalı olarak ilgiye sahip olma, dikkatini verme; bilgi, inanç, fikir, tutum ve duygular taşıma”ya yönelik psikolojik bir süreç olarak tanımlar (2014). Katılımla ilgili olarak “engagement” kelimesinin kullanımına literatürde sıkça rastlanmaktadır. Türkçeye “katılım” olarak çevrilen “engagement” sözcüğünün de “participation” gibi katılımı tanımlamak için kullanıldığı görülmektedir. Örneğin “sivil katılım (civic engagement)” kavramının tanımına bakıldığında “participation” kavramı ile benzer şeyi tanımladığı görülebilir. Sivil katılım; “bir topluluğun sivil yaşamında bir fark yaratmak için çalışmak ve bu farkı yaratmak için bilgi, beceri, değerler ve motivasyon kombinasyonu geliştirmek” anlamına gelir (https://youth.gov/youth-topics/civic-engagement-and-volunteering#_ftn Erişim Tarihi: 31.01.2024).

Katılımı fiziksel boyutun ötesinde ele almış bir diğer bilimci ise Kahn’dır. Yönetim bilimleri alanında katılım’ı kavramsallaştıran ilk araştırmacı olan (Meskelis, 2017) Kahn’ın ortaya attığı model, katılımın üç unsurla ilişkili olduğunu iddia eder. Bu boyutlar fiziksel, bilişsel ve duygusal boyutlardır (Kahn, 1990). Kahn katılımı; “kişinin işle ilişkili olan görevleri yürütmesinde “tercih ettiği benliği” sürekli biçimde benimseyişi ve yansıması” biçiminde; kişinin (duygusal, fiziksel ve bilişsel bileşenleri de içeren) bir var olma/bulunma hali olarak tanımlar (1990: 700). Kahn’a göre; katılım sağlamış bireyler tamamıyla “mevcut” durumda olarak tanımlanırlar (1990). Bu bireyler işleriyle fiziksel, mental ve duygusal olarak bir bağlantı halindedir (Rich vd., 2010).

Tablo 2. Kahn'ın katılım modeli (1990: 700)

Davranışların ötesindeki bilişsel ve duygusal etmenlerin incelenmesi yaklaşımının örneklerini yönetişim alanında olduğu gibi eğitim bilimlerinde de gözlemlemek mümkündür. Örneğin Gibbs ve Poskitt'in (2010) eğitim bilimleri alanındaki çalışmaları derledikleri araştırmalarında öğrencilerin sınıf için katılımının ortak şekilde çeşitli başlıklar altında incelendiğini ortaya koymuşlardır. Gibbs ve Poskitt'in incelemesine göre son yapılan araştırmalar öğrenci katılımını çok boyutlu ve birbirine bağlı unsurlardan oluşan bir yapı olarak görse de öğrenci katılımı genel bir sınıflandırma olarak davranışsal, bilişsel ve duygusal katılım olarak üç boyutta incelenmektedir (2010: 1).

Tablo 3. Gibbs ve Poskitt'in katılımın bileşenleri tablosu (Gibbs & Poskitt, 2010)

Katılımın Boyutları		Aşağıdaki Unsurlarla Örneklenmiştir;	Alanyazın Kaynakları
Davranışsal	Öğrenmeye yönelik yatırım ve bağlılık seviyelerinin artması	- Katılma - Bulunma - Göreve kendini adanma - Davranış - Kurallara uyma, - Efor, devamlılık, konsantrasyon, dikkat, katkı oranı/katkı kalitesi - Okulla ilişkili aktivitelere katılma	Fredricks vd. (2004) Tyler ve Boelter (2008)
Duygusal		- Öğretmenlere, sınıf arkadaşlarına, akademik aktivitelere ve okula negatif veya pozitif tepki verme - Öğrencinin tutumu (duygular, düşünceler, görünüm) - Öğrenmenin değerine ilişkin algı - İlgî ve keyif - Okulla özdeşleşme - Okula aidiyet	Bishop (2007), Fredricks vd. (2004) Tyler ve Boelter (2008), Patrick vd. (2007) Johnson (2008), Hulleman vd. (2008) Walker & Greene (2009), Wentzel vd. (2004), Libbey (2004), Shin vd. (2007) Martin ve Dowson (2009), Tsai vd. (2008) Shernoff ve Schmidt (2008), Gottfried vd. (2001)
Bilişsel		- Özdüzenleme öğrenimi (seçimle öğrenme) - Efor göstermeye yatırım yapma ve isteklilik - Düşünme (derin düşünme sürecinin uygulanması) - Kendi kendini denetleme (özdüzenleme) - Amaç belirleme - Üstbilişsel becerilerin kullanımı - Rekabet için isteklilik - Dayanıklılık ve süreklilik - Uсталık yönelimi - Özelik duygusu	Fredricks vd. (2004), Tyler ve Boelter (2008), Walker & Greene (2009), Bandura vd. (1996), Bacchini & Magliulo (2003), Martin ve Dowson (2009), Zimmerman ve Cleary (2006), Dembo ve Eaton (2000), Nota vd. (2004), Schunk (2008), Caprara vd. (2008), Joseph (2006), Dinsmore vd. (2008), Long vd. (2007), Bong (2004), Anderson vd. (2005), Gottfried vd. (2001), Joselowsky (2007)

Gibbs ve Poskitt, davranışsal katılımın daha gözlemlenebilir bir katılım biçimi olduğunu ileri sürmektedir (2010). Bu doğrultuda davranışsal katılımın bileşenleri; katılma, bulunma, kurallara uyma, efor sarf etme, okulla alakalı aktivitelerde yer alma gibi bileşenler olarak sıralanır. Davranışsal katılımın aksine duygusal katılım ise daha çok öğrenciler arası iletişimin ve öğretmen öğrenci iletişiminin psikolojik etkilerine odaklı olma eğilimindedir. Duygusal katılım; diğer sınıf arkadaşlarına ve öğretmenlerine pozitif ve negatif tepkiler, öğrencinin tutumu (düşünceler, duygular), ilgi duyma, mutluluk, aidiyet hissi gibi bileşenleri içerecek şekilde tanımlanmıştır. Bilişsel katılım gerçekleştiğinde ise öğrenci “anlam yaratma (anlamlandırma) ve bilgi üretme” işlerini yerine getirir; anlam üretmek için sistemli bir sorgulama yapabilir, çalışmalarını okul başarısının ötesinde söylem, ürün ve performans geliştirmek için kullanabilir (Gibbs & Poskitt, 2010). Bilişsel katılımın bileşenleri; çaba

gösterme istekliliği, hedef belirleyebilme, dayanıklılık gibi bileşenler olarak belirlenmiştir. Gibbs ve Poskitt'in ilgili çalışması bir literatür özeti olduğundan yazarlar bu kavramları katılımın boyutları altına yerleştirirken eğitim alanyazınından faydalanmışlardır. Gibbs ve Poskitt'in bu ayrımına göre katılım (participation) davranışsal katılımın (behavioral engagement) bir bileşeni olarak sunulmuştur.

1.5. Modaya Katılımın Fiziksel Olmayan Unsurları

Yukarıdaki bölümlerde moda alanyazınından hareketle modaya katılımın günlük moda pratiklerini kapsayacak şekilde kullanıldığı ve katılımcılı modada katılımcı olan tüketicinin eylemlerini ifade ettiği ortaya konulmuştur. Genel olarak tüm bu katılım biçimlerinde öncelikle giyinme, alışveriş, bireysel üretime dair pratikler ve kolektif üretim biçimlerine katkı sağlama gibi fiziksel aktivitelerin ele alındığı görülmektedir. Modaya katılımcı olmak Holroyd'un ifade ettiği gibi giyinerek yapılan bir davranış biçimidir. Giyinmek zorunlu bir eylem olarak katılımın en belirgin unsuru olsa da moda sistemiyle ilgili diğer tüm davranışlar bu başlık altında yer bulabilir. Bu eylemlere bu bağlamda, alışveriş yapmak, çamaşırların bakımını yapmak, giysilere keserek biçerek müdahale etmek, giysi üretmek gibi pratikler de dahildir. Benzer şekilde katılımcılı modada da bireylerin tasarım süreçlerinde öncelikli olarak fiziksel katkı sağlaması söz konusudur.

Fiziksel katılım, eylemlerle ilişkili unsurları kapsayacak şekilde; giyinme, alışveriş, giysi değiş-tokuşu, giysilerin bakım ve onarımıyla ilgili davranışlar, bireysel üretim pratikleri, modayla ilgili bilgi paylaşımı, moda gelişmelerini takip etme gibi davranış ve pratikleri kapsayacak şekilde tanımlanmıştır. Modayla ilgili kolektif veya bireysel etkinliklerde yer alma davranışlarının da fiziksel katılımın göstergelerinden biri olduğu iddia edilebilir. Fakat modaya katılım düşünüldüğünde tıpkı yukarıdaki bölümde yer verilen katılım örnekleri gibi fiziksel unsurların ötesinde bilişsel unsurların varolduğu görülebilmektedir. Bu bağlamda modada da diğer sosyal fenomenler gibi, duygusal ve bilişsel süreçlerin tüm fiziksel süreçlerin eşlikçileri olduğu görülebilmektedir. Günlük bir pratik olarak moda süreçleri düşünüldüğünde en temel katılım biçimi olan giyinme pratiği

bile giysilerin seçimleriyle ilgili ilgili bir karar verme sürecini içerir. Benzer şekilde, alışveriş yapma davranışı da moda algısı ve kişisel değerler tarafından yönlendirilmektedir. Giysileri kombinleme, giysi alışverişi gibi süreçler kişinin kültürel arkaplanı, inançları, sosyal çevresinin etkisiyle biçimlenir ve kişiye özgü şekilde gelişir. Diğer bireysel üretim veya onarım gibi yaratıcı katılım biçimleri de modayla giyim ürünlerine dair birtakım düşünceler, motivasyonlar ve arzular doğrultusunda gerçekleşir.

Moda süreçlerine zihinsel unsurların eşlikçiliği, modanın maddi bir unsur olmasının ötesinde kültürel ve sosyal bir unsur olması ile de açıklanabilir. Moda, tarihi boyunca çeşitli araştırmacılar tarafından kimi zaman bireyselleşme ve farklılaşma için bir araç olarak kimi zaman ekonomik statüyü yansıtmaya işlevine dikkat çekilerek kimi zaman ise kişisel değerlerle ilişkili şekilde, sosyal bir olgu biçiminde ele alınmıştır (Davis, 1994; Simmel, 1957; Veblen, 1899). Modanın, insanın değer dünyası ve maddi dünyasındaki yansımaları birçok moda çalışmasında vurgulanmaktadır. Kawamura bireylerin inançlarında var olan modayı imal edilmiş bir kültürel sembol ve bir inanç sistemi olarak ele alır (2016). Moda kültürel bir olgu olduğundan insanların zihninde bir karşılık bulur. İnsanların giysilerle duygusal bağları, giysiler hakkındaki inançları, moda endüstrisi hakkında bilgileriyle düşüncelerinin, onların bilişsel ve duygusal süreçlerini oluşturduğu iddia edilebilir. Bu bağlamda, bu unsurları bilişsel ve duygusal katılımın türleri olarak sınıflandırmak mümkün olmaktadır. Fiziksel süreçlerle ilişkili olarak ortaya çıkan bu zihinsel unsurların bazıları; sürdürülebilirlik bilinci, kültürle gelen pratiklere yatkınlık, moda algısı ve modayla ilgili değerler olarak işaret edilebilir. Bu unsurlar, davranışlarla ilişkili şekilde kimi zaman davranışların motivasyonu olarak veya davranışlar neticesinde ortaya çıkan etmenlerdir. Zihinsel süreçlerle ilişkili şekilde ortaya çıkan duygusal etmenler de, yukarıdaki bölümde yer verilen katılım modellerinde olduğu gibi, fiziksel ve bilişsel unsurlara ek olarak “duygusal katılım” başlığı altında değerlendirilebilir. Duygusal boyut, Gibbs ve Poskitt’in (2010) eğitim alanındaki sınıflandırmasında öncelikle öğrencinin eğitimle ilgili algısı, sınıfla, sınıf arkadaşlarıyla ve sınıf arkadaşlarıyla ilgili duygu düşünceleri şeklinde ele alınmıştır. Duygu ve hisleri

tanımlayan duygusal boyut, fiziksel ve bilişsel unsurlarla ilişkili şekilde; manevi tatmin, aidiyet hissi, beğenilme, keyif alma gibi unsurlar olarak tanımlanabilir.

1.5.1. Modaya Katılım: Hiyerarşi, İlişkisellik ve Sürdürülebilirlikle İlişki

Katılımın davranış ve düşünceler ile ilgili olduğu yaklaşımdan hareketle modaya katılımın, fiziksel olarak bulunma, zihinsel olarak dahil olma, ilgilenme, düşünme ve katkı sağlama gibi unsurların tümü olduğu görülmektedir. Fiziksel katılım bireylerin günlük moda pratikleriyle ilişkisi ve davranışlarıyla ilgiliyken bilişsel ve duygusal katılım bireylerin modayla, moda endüstrisiyle, giysilerle-giyinme pratiğiyle ilgili tüm duygu ve düşüncelerini kapsayacak şekilde tanımlanabilmektedir. Ele alınan modaya katılım tanımına yeniden göz atıldığında bireyin moda tüketicisi olarak gerçekleştirdiği tüm eylemlerin; ayrıca sahip oldukları tüm duygular, düşünceler ve bilişsel süreçlerin bu katılım tanımı dahilinde tanımlandığı görülmektedir. Ayrıca modaya katılım kavramının oldukça kapsayıcı bir yapıda olduğu söylenebilir.

Tüm katılım biçimlerini kapsadığı kabul edilen moda katılımının kapsamındaki çeşitli katılım biçimlerinin farklı özellikler taşıdıkları görülmektedir. Örneğin modaya katılım biçimi olarak tüketim davranışı incelendiğinde tüketimin başlı başına farklı nitelikteki katılım biçimlerini kapsadığı görülmektedir. Tüketim kavramı sıklıkla giysiyle ilişkili bir dizi pratik olarak ele alınmaktadır. Bu pratikler giysilerin ediniminden kullanımına, bakımından nihayetinde elden çıkarılmasına kadar tüm davranışları kapsar. Woodward (2015) ve Entwistle (2015) gibi araştırmacılar günlük giyim uygulamalarının hem bilinçli tüketicilerin kasıtlı seçimlerini hem de genel tüketimin alışılmış davranışlarını kapsadığını savunmaktadırlar. Woodward etnografik araştırmasında dürtüsel alışveriş ve elden çıkarma gibi olağan olarak değerlendirilen pratiklerin de moda pratikleri olduğunu; çünkü bu pratiklerin giysilere dair kültürel davranışları açığa çıkardığını ifade etmektedir (2015).

Katılımın biçimlerindeki nitelik farklılıkları kimi katılım türlerinin daha aktif türlerken kimilerinin daha pasif türler olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bağlamda gündelik alışlageldik giyim davranışlarının yaratıcı, yapıcı veya üretken süreçleri içermezken bilinçli tüketime dair eylemlerin (bilinçli alışveriş tercihleri yapma, bilinçli ve sürdürülebilir bakım pratikleri gibi) daha aktif düşünce ve duygu süreçlerini içerdiği iddia edilebilir. Katılımın türlerinin farklı niteliklerde olduğuna işaret eden bir yaklaşım Arnstein tarafından geliştirilmiştir. Arnstein, vatandaş katılımının farklı seviyelerini tanımlayan "katılım merdiveni" teorisinde, katılımı pasif bilgilenme sürecinden aktif karar verme süreçlerine kadar genişleyen bir spektruma benzeterek ele almıştır (1969). Burada hiyerarşik bir yaklaşım olduğu görülmektedir. Daha aktif türler hiyerarşik modelde üst sıralarda yer alırken pasif katılım ilk basamak olarak konumlandırılmıştır. Benzer bir model katılımın biçimleri için uygulandığında, temel bir hareket olarak günlük giyinmenin en pasif katılım biçimi olarak tanımlanması mümkün olabilir. Günlük giyinme davranışı dışında, giysi alışverişi ve temel bakım davranışları gibi unsurlar günlük giyinme davranışının bir üstündeki katılım biçimleri olarak konumlandırılabilir. Günlük pratikler dışındaki fiziksel katılım göstergeleri de (sürdürülebilir ve adil moda savunuculuğuna veya katılımcılı tasarım aktivitelerinin parçası olmaya yönelik davranışlar) aktif bir modaya katılım ile ilişkilendirilebilir. Bu doğrultuda örneğin moda aktivizmi gibi yoğun düşünsel süreçleri içeren bir davranış biçiminin diğer fiziksel katılım biçimlerine kıyasla daha aktif bir katılıma karşılık geldiği ifade edilebilir.

Pasif katılımın genellikle alışkanlık ya da kültürel normlarla yönlendirilen, giyinme ve kıyafet satın alma gibi günlük eylemleri içerdiği görülmektedir. Aktif katılım ise sürdürülebilir markaları seçmek veya geri dönüşüm yapmak gibi daha bilinçli eylemlerden, moda savunuculuğu ve aktivizmi gibi topluluk odaklı davranışlara kadar geniş bir yelpazeyi kapsar. Giyim ürünlerinde el işlerinin kullanımı, giysilerin kişiselleştirilmesi ve onarım gibi pratikler pasif katılımı değil moda içinde ortak yaratıcılığı ve aktif bir katılımı temsil eder. Sonuç olarak aktif katılım veya pasif katılım olarak tanımlanabilecek her katılım biçimi ortak değerlere dayalı bir sistem olarak moda üzerinde farklı etkilere sahip gibi görünmektedir.

“Participatory Democracy (Katılımcılı Demokrasi)” isimli çalışmasında Fuchs (2012) aktif katılım gerçekleştiren vatandaşların doğrudan demokratik süreçlere dahil olarak; kolektif bilgi paylaşımı, açık diyalog ve karar alma mekanizmalarına aktif olarak katılmak yoluyla yönetim süreçlerini etkileme yeteneğine sahip olduklarını iddia eder. Fuchs’un çalışmasındaki örneğe göre; katılımcı bütçeleme gibi uygulamalarla, vatandaşlar yönetim için yalnızca önerilerde bulunmakla kalmaz, aynı zamanda yerel yönetimlerin kaynaklarının nasıl tahsis edileceği konusunda somut kararlar alabilirler (2012). Bu süreçler, bireylerin yönetim üzerinde doğrudan etkili olduğu ve toplumun ihtiyaçlarını daha iyi karşılayan politikalar üretilmesine olanak tanıyan bir yönetim biçimini teşvik etmektedir. Aktif katılım ve pasif katılım arasındaki bu ilişki, katılımın bu iki niteliğinin bir hiyerarşik ilişki içinde olduğuna da işaret etmektedir. Çünkü benzer şekilde, modaya katılım olgusu düşünüldüğünde pasif katılıma karşın aktif moda katılımının sürdürülebilir moda ile çeşitli açılardan güçlü bağlara sahip olduğu görülmektedir. Bu sebeple pasif, zorunlu katılımdan bilinç ve yaratım odaklı katılıma kadar genişleyen katılım hiyerarşisinin kabulü sürdürülebilir moda açısından modaya katılım kavramının daha işlevsel hale gelmesine katkı sağlayabilir.

Öncelikle fiziksel katılım boyutu üzerinden düşünüldüğünde katılımın pasif katılımdan aktif katılıma kadar genişleyen bir spektrum gibi ele alınabileceği görülmektedir. Zorunlu ve otomatik davranışlar olarak günlük giyim davranışları spektrumun bir ucundayken spektrumun diğer ucuna doğru fiziksel olarak daha fazla aktif olma halini gösteren bakım onarım pratikleri, bireysel üretim pratikleri, moda savunuculuğu ve moda aktivizmine yönelik fiziksel eylemler yerleştirilebilir. Katılımın bu türleri göz önüne alındığında aktif türlerin çeşitli şekillerde sürdürülebilir moda ile daha ilişkili olduğu görülebilmektedir. Giysilerin bakım süreçlerinde bilinçli yöntemlerin benimsenmesinin veya onarım pratiklerinin uygulanmasının, giysi ömrünün uzatılması konusunda etkili olduğu bilinmektedir. Ayrıca üretim pratiklerine yönelmek de tüketimi azaltma potansiyelinden dolayı sürdürülebilirlikle ilişkilendirilir.

Satın alma ve alışveriş dışındaki moda katılım biçimleri alternatif moda sistemlerine olanak sağlayabilecek potansiyellerinden dolayı teşvik edilen davranış biçimleri olmaktadır. Moda araştırmacılarının yeni yaklaşımları; yeni deneyimleri öneren eğitimleri ve atölyeleri aslında moda katılımının artmasını sağlayabilecek araçlardır. Busch çeşitli tekniklerle moda tüketicilerinin yeni deneyimler yaşaması ve üretime teşvik edilmesi yoluyla moda katılımlarını hedeflemektedir (2008; 2014). Holroyd da insanların modayı algılama biçimlerinde dönüşümü pratik etmek için atölyeler düzenleyerek bu etkinliklerde bireyleri alternatif moda sistemlerini hayal etmeye teşvik eden çalışmalar yapmaktadır (<https://fashionfictions.org/about/> Erişim Tarihi: 12.03.2023)

Katılımcılı tasarım da alternatif modanın inşasında rol oynaması nedeniyle sürdürülebilirlikle ilişkili olarak ele alınır. Katılımcılı tasarımın öncelikli olarak sürdürülebilir tüketimi teşvik edebileceği iddia edilir. Fletcher, tüketicilerin ortak üretici olduğu “kullanıcı üretici (user maker)” gibi uygulamaların daha sürdürülebilir moda tüketimini teşvik edebileceğini ileri sürmektedir (2014). Katılımcılı tasarım, işbirlikçi yapım sürecini teşvik ederek ve tasarımcı ile tüketici rollerinin yeniden konumlandırılmasını mümkün kılarak maddi ürünler üzerinden inşa edilmiş moda sistemini sınağa gücüne sahiptir (Hirscher & Fuad-Luke, 2013). Katılımın tüketime dayalı olmayan ve ortak deneyime/değerlere yönelik anlamlar üzerine inşa edilen bir modanın gelişimine katkı sağladığı düşünülmektedir. Katılımcılı tasarım projesi örneği olarak Gina Gonzalez’in “Hacking Couture” isimli projesi kapsamında kullanıcıları mevcut giyim modellerini “hacklemeye” teşvik ettiği görülmektedir. González, “Hacking Couture” projesiyle Chanel ve Yves Saint Laurent gibi büyük markaların moda kodlarını yeniden yorumlamıştır. Eğitimci, atölyelerinde katılımcılara çeşitli markalardan alınabilecek, açılacak, dolayısıyla kamu için demokratikleştirilebilecek materyaller sağlamıştır (Hirscher, 2013).

Bilişsel katılımın artması da sürdürülebilir modanın inşasıyla çeşitli şekillerde ilişkilidir. Örneğin sürdürülebilir davranışlara yönelmek için yaygın motivasyonlardan birinin adil olmayan moda endüstrisi hakkında bilgi sahibi olmak olduğu bilinmektedir.

Modaya karşı tutum anlamında; iklim ve moda endüstrisi hakkında bilinç sahibi olmak, tüketim pratiği ile ilgili olarak sorgulayıcı bakış açısına sahip olmak teşvik edilen davranışlar ve pratikler olmaktadır. Bilişsel katılım ise fiziksel katılımdan farklı olarak bir spektrum değil de çeşitli unsurları içeren bir küme gibi ele alınabilir.

Duygusal katılımın artması yani duygusal unsurların varlığı da sürdürülebilirlikle ilişkili olarak değerlendirilmektedir. Duygusal bağ ortaya çıktıkça kıyafetleri elden çıkarma süresinin uzadığı araştırmalarca ortaya konulmuştur (Fletcher, 2014). Kıyafetler, kıyafetlerin taşıdıkları anlamlar, anılar, hatıralar veya giysi giyme, kıyafet seçme gibi eylemler insanda duygular uyandıran eylemlerdir. Örneğin giyilen veya müdahale edilen kıyafetin beğenilmesi bir duygu olarak ortaya çıkar. Günlük moda pratiklerinin araştırılması da giysilerle duygusal bağın keşfedilmesini amaçlayan, sürdürülebilir moda araştırmaları için önemli bir çalışma alanıdır. Tüketim pratiklerini anlamak, daha sürdürülebilir pratikler geliştirmek açısından oldukça “hayati bir inceleme alanı” (Woodward, 2015) olarak ele alınmaktadır. Modaya katılım giysiler için fiziksel ve duygusal dayanıklılık ile de ilişkilidir. Giysilere iyi bakılması ve onlarla mevcut bağın devam ettirilmesi gibi konular sürdürülebilir modanın çalışma alanlarından. Fletcher da kıyafetlerle anlamlı ilişkilerin materyallere talebi azaltacağını söyleyerek sürdürülebilirlikle ilişkilendirir. Fletcher’a göre; “giysilere ihtiyacın azalmasıyla ilgili fırsatlar giysilerin tatmin edici şekillerde kullanımının vurgulanmasında yatmaktadır (2017).” Fletcher’ın “Local Wisdom: The Craft of Use”⁴ isimli projesi ile Tibor ve Maria Kalman’ın “(un)Fashion” isimli kitabı (2000), insan ilişkilerini temel alması bakımından güzel birer örnektir. Her iki proje de genellikle, isimsizlikten ve belirli olanı gösteren nesnellikten uzaklaşarak kıyafetin özelliklerine yoğunlaşır (Busch, 2017: 20). Fletcher’ın, insanların giysilerini hangi yaratıcı şekillerde kullandıklarını ele aldığı bu çalışmada giysilerin kullanımına yönelik pratikler “kullanım zanaatı” olarak tanımlanmıştır. İnsanların kıyafetleri satın aldıktan sonra tamir etme, giyme ve saklama gibi kullanım pratikleri

⁴ Kaynağın ismi “Yerel Bilgelik: Kullanım Zanaatı” biçiminde çevrilebilir.

anlamında neler yaptıklarını ele alan çalışma, insanların giyim ile sahip oldukları tatmin edici ilişkileri anlamada çok önemli bir kaynak olarak öne çıkmaktadır (Woodward, 2015).

Katılım sürecinde duygusal ve bilişsel etmenlerin fiziksel katılımı ilişkili şekilde ortaya çıktığı görülmektedir. Katılımcılı tasarım üzerinden düşünüldüğünde ortak deneyimlere ve değerlere yönelik bir modanın inşası bireylerde bilişsel ve duygusal etmenlerin ortaya çıkmasıyla gerçekleşmektedir. Bu bağlamda moda aktivizmi fiziksel, duygusal ve bilişsel katılım unsurlarının bir arada bulunduğu bir katılım biçimi olarak ele alınabilir. Hirscher moda aktivizmini politik bir aktivizm biçimi olmasının yanında tüketicilerin güçlenmesinin ve daha aktif katılımcılar olmalarının hedeflendiği bir yaklaşım olarak ele alır (aktaran Hirscher & Fuad-Luke, 2013). Çok yönlü bir pratik olarak moda aktivizmi; moda endüstrisi, moda tüketimi, moda tasarımıyla alakalı olan çeşitli politik, sosyal ve çevresel odaklı aktiviteler için şemsiye bir kavramdır (Hirscher, 2013). Busch mevcut moda aktivizmi stratejilerinin; açık tasarımı, moda hacklemesini (fashion hacking), yavaş modayı, modüler giyimi, zanaat aktivizmini, kendin yap giysileri, ileri dönüşümü, tüketici eğitimini, katılımcılı moda atölyelerini ve katılımcılı tasarım gibi uygulamaları içerdiğini iddia eder (2008). Çok yönlü bir pratikler bütünü olarak düşünüldüğünde moda aktivizmi öncelikle fiziksel katılımın öne çıktığı, fiziksel katılıma bilişsel katılımın da eşlik ettiği, aktif moda katılımına güzel bir örnektir. Fakat klasik anlamda bir moda aktivizmi tanımı da düşünüldüğünde hem fiziksel hem duygusal hem bilişsel katılımın bir kombinasyonunun varolduğu görülebilmektedir. Yaygın anlamda moda aktivizmi moda alanındaki adaletsizliklere dikkat çekme amacıyla yapılan çeşitli aktivizm uygulamaları anlamına gelmektedir. Fuad-luke ve Hirscher moda aktivizmini aktivist eylemler bağlamından çıkararak başka bir bağlamda ele almışlardır. Moda aktivizmi; politik aktivizmin yanında tüketicileri aktif ve bağımsız bireyler olmaları için araçlarla/bilgiyle güçlendiren katılımcılı yaklaşımla tutarlı bir kavramdır (Hirscher, 2013).

Bilişsel ve duygusal unsurların fiziksel katılımı ilişkisinin yalnızca katılımcılı tasarım ve moda aktivizmine özgü olmadığı görülmektedir. Katılımın tüm türlerinin yaygın

şekilde bilişsel, duygusal ve fiziksel unsurları içerdiği gözlemlenmektedir. Örneğin bilişsel bir unsur olarak moda endüstrisi hakkında bilgi edinmek eyleminin gerçekleşmesi aynı zamanda fiziksel katılımın da artması anlamına gelebilir. Bu bağlamda bilinçlenen kişi bireysel üretim pratiklerini uygulamaya yönelebilir. Veya kişi tüketim davranışını endüstriyel ve çevresel kaygıları doğrultusunda yeniden düzenleyebilir. Daha yüksek bir bilişsel katılım daha sürdürülebilir moda alışkanlıklarına zemin hazırlayabilir. Örneğin Testa ve arkadaşları sosyal medya aracılığıyla bireylerin modayla ilgili içeriklerle ilişkisini ele aldığı çalışmada etkileşimin sürdürülebilir pratiklerle ilişkisini ortaya koymaktadır (2021). Testa ve arkadaşlarının çalışmasına göre modaya yoğun şekilde katılım gösteren kişiler sosyal medya platformlarındaki sürdürülebilir içeriklerle etkileşimleri göz önüne alındığında genellikle sürdürülebilir moda pratikleriyle ilgili olmaya ve etik moda tüketimine daha yatkın olmaktadır (2021). Benzer şekilde duygusal katılım da fiziksel katılım ile ilişkilidir. Giysilere karşı güçlü duygusal bağlar, bireyleri giysilerine özen göstermeye, onları onarmaya veya yeniden kullanmaya motive ederek daha sürdürülebilir sonuçlara imkan verebilir. Duygusal ve bilişsel unsurların fiziksel katılımı getirdiği düşüncesi tam aksi yönde de gerçek olabilir. Bu bağlamda davranışsal unsurların duygusal ve bilişsel katılımı arttırdığı iddia edilebilir. El uğraşlarına dayalı faaliyetler veya savunuculuk çabaları modaya yönelik duygusal bağları derinleştirebilir; hazır giyim üretimi ve endüstri etkileri konusundaki farkındalığı artırabilir.

Sonuç olarak, farklı niteliklere sahip farklı modaya katılım biçimlerinin birbiriyle derin bağlara sahip olduğu; bu katılım biçimlerinin çeşitli şekillerde bir diğerini mümkün kıldığı iddia edilebilir. Modaya katılım biçimlerinin arasındaki bağ ve ilişkisellik, boyutlar arasındaki “akışkanlık” özelliğine işaret etmektedir. Katılım, bireylerin rutin eylemlerle (moda trendlerini takip etmek gibi) başlayıp moda endüstrisinin çevresel etkilerine yönelik olarak farkındalık kazandıkça daha fazla bilişsel ve duygusal katılıma doğru ilerleyebildiği, boyutlar arasında dinamik bir etkileşim olarak değerlendirilebilir. Boyutlar arasında akışkanlık olarak tanımlanabilecek bu değişkenlik, moda katılımının bilinçsiz

uygulamalardan son derece kasıtlı ve aktivist odaklı çabalara kadar uzanan, süregelen bir yolculuk olabileceği düşüncesine işaret etmektedir.





2. BÖLÜM

ZANAAT AKTİVİZMİ VE KATILIM

2. BÖLÜM

ZANAAT AKTİVİZMİ VE KATILIM

2.1. Zanaat ve Katılım

Zanaat insanlığın doğuşundan Endüstri Devrimiyle gelen makinaların devrine kadar kadar tarih boyunca medeniyetlerin gelişiminin en önemli aktörü olmuştur. Bugünkü mevcut modern zanaat anlayışı 140 yıl önce Sanat ve Zanaat hareketi ile ortaya atılmıştır. Sanat ve Zanaat Hareketi öncesinde “zanaat” kelimesi büyücülük uğraşlarının taşıdığı anlamda olduğu gibi açıkgozlülük ve manipölasyonu tanımlamak için kullanılmıştır (Greer, 2014). Sanat ve Zanaat Hareketi zanaatin kapsamı ve zanaat nesnelerinin tanımının şekillenmesinde önemli bir dönüm noktası olmuştur. John Ruskin ve William Morris, Sanat ve Zanaat Hareketi aracılığıyla bugün “zanaat” olarak adlandırılan kavramı şekillendirmiştir (Greer, 2014). Hareketin getirdiği değişim, makineleşmiş üretime ve endüstriyel kapitalizme karşın pratik becerileri politik ütopyacılıkla birleştiren; genellikle dürüst, yüksek kaliteli, tatmin edici bir çalışma modeli olarak idealleştirilen bir üretim anlayışıyla güzel ve kullanışlı nesneleri ortaya çıkarmıştır (Greer, 2014). Adamson’ın ifadesiyle Sanat ve Zanaat Hareketi; “zanaatin ekonomik değerini koruma başarısını gösterememiş olmasına rağmen zanaat ürünlerinin estetik önemi hakkında farkındalık oluşturmuş, bu sayede zanaatin bağımsız bir sanat formu olarak yeniden doğması için bir yol açmıştır (2018: 2).”

Tarihsel süreçte zanaat hem sanatla hem tasarımla iç içe bir kavram olarak şekillenmiştir. “Zanaat” terimi, 20. ve 21. yüzyıllarda sanat ve tasarım dünyasında en çok tartışılan terimlerden biri olmuş, neredeyse her zaman ne olduğundan ziyade ne olmadığıyla tanımlanmıştır (Niedderer & Townsend, 2014: 626). Bu tartışmaların başında zanatin sanatla ilişkisi yer almıştır. Zanaatlarla uğraşan zanaatkarlar kimi zaman sanatçı olarak tanımlamışlar kimi zaman da sanat disiplininin dışlanarak sınır dışı edilmişlerdir. Bu dönem aynı zamanda zanaattan kendini ayrı tutmak isteyen sanatçıların başlattığı “studio craft (stüdyo zanaati)” hareketini de içermektedir (Buzsek, 2011). Sanatın dönüşüme uğradığı ve tasarımın şekillendiği yirminci yüzyıl boyunca zanaat hem tasarımla hem de sanatla ilgili

olarak bir tartışma konusu olmuştur. Zanaat aynı zamanda sadece sanat-zanaat tartışmalarının değil feminist çalışmaların da içinde yer almıştır. Tarih boyunca sıklıkla küçümseyici bir tavırla aile için kıyafetler ve özel eşyalar yapan kadınların uğraşını tanımlamak için kullanılan zanaat, kamusal alanda erkek egemen faaliyetlerle aynı saygıyı görmeyen bir faaliyet olmuştur (Greer, 2014). Buna karşın zanaat tarihçileri, feminist tarihçiler, zanaatkarlarla zanaat uygulayıcıları sanatsal ve akademik diyaloglarda zanaatın tanınmasını savunmuşlardır (Black & Burisch, 2011). Günümüzde el işi malzemeleri varlıklı tüketiciler için hobi ürünleri olarak seri üretilip paketlenmekte ve el sanatları uygulamaları alternatif ve kendin-yap (DIY) yaşam tarzlarının ana akım pazarlamasına dahil edilmektedir. Küresel iletişimin artmasıyla zanaat bilgisinin ve becerisinin paylaşılması kolaylaşmış, bu durum zanaat pratiklerinin demokratikleşmesine yol açmıştır (Black & Burisch, 2011).

Zanaat tarih boyunca insanın hayatla bağ kurma yollarının en temeli olmuştur. Öncelikle insanın günlük ürünleri üretmesiyle işlevselleşen zanaat ürünleri toplumların ve ekonomilerin gelişmesine paralel olarak zaman içinde ticari ürünlere dönüşmüştür. Zanaat, insanlık tarihinin en eski uğraşlarından biri olarak toplumların kültürel ve ekonomik gelişimlerinde önemli rol oynamıştır. Zanaat ürünleri ekonomik değerinin yanında toplumların maddi kültürünün de önemli bir göstergesi olmaktadır. Endüstri Devrimi sonrası günlük hayatın içinden zanaatin çekilmesi ve üretime dair eylemlerin belirli gruplarla kişilerin ticari eylemlerine dönüşmesi gerçekleşmiştir. Zanaat hayatın içinde pek çok şekilde görev alır. Gauntlett'e göre; bir şeyler üretmek bize güçlü ve yaratıcı canlılar olduğumuzu, diğer insanların görebileceği, keyif alabileceği, öğretici olabilecek şeyler üretebilebilme kapasitemiz olduğunu gösterir (aktaran Fitzpatrick, 2018: 37). Bütünsel iyi olma haliyle ilgili çalışmalar genel olarak sanat ve tasarımla ilgili uğraşların kişilerin iyi olma durumları ile bağlantılı olduğunu ortaya koymuştur; bu çalışmalara göre sanat ve tasarımla düzenli uğraş insanlara fiziksel, zihinsel, duygusal ve sosyal fayda sağlamaktadır (Devlin, 2010: 10). Sennett, zanaatin insanın beceri gelişimi ve sosyal becerileri için etkisini şu şekilde anlatır;

“Fiziksel nesneler üretmek, başkalarıyla olan ilişkilerimizi şekillendirebilecek deneyim tekniklerine dair içgörü sağlar. Nesneler üretmenin

getirdiği zorluklar ve taşıdığı olasılıklar insan ilişkileri kurma konusundaki zorluklarla benzerlik gösterir... Malzemenin direncine karşı çalışmak veya üretim sürecinde öngörülemeyen sorunları yönetmek gibi zanaat üretimi sürecinde gerçekleşen fiziksel zorluklar, insanların birbirlerine karşı gösterdiği direnci veya insanlar arasındaki karmaşık sınırları anlama konusunda öğretici olmaktadır (2008: 289).”

Zanaatın, insanın iç dünyası ve becerilerinin ötesinde sosyal anlamda da büyük bir role sahip olduğu görülmektedir. Zanaat teorisyeni Adamson da Sennett’e benzer şekilde, zanaatın insan becerilerinin dışavurumu ve geliştirilmesi için bir araç olduğunu ifade etmektedir. Adamson, zanaat süreçlerinin bireyler arasında iş birliği ve iletişim sağlayarak topluluklar inşa etmeyi kolaylaştırdığını ileri sürer. Ayrıca Adamson, zanaatın tekrarlı ve dikkat gerektiren doğasının, insanın kendisiyle ve başkalarıyla daha derin, daha anlamlı bağlar kurmasına katkıda bulunduğunu belirtmektedir. Zanaatın, insanların birbirleriyle iletişiminin ötesinde topluma katılımcı olmaları için de kullanıldığı görülmektedir. Buzsek’in ifadesine göre; “Zanaat uygulamaları bireyler arasında empati, iş birliği ve dayanışmayı teşvik ederek toplulukları güçlendirme potansiyeline sahiptir (2011: 75).” Buzsek ayrıca zanaatın, insanları ortak bir amaç doğrultusunda bir araya getiren ve toplumsal bağlar oluşturan bir araç olduğunu iddia eder. Bu bağlamda zanaatın üretme/yaratma imkanı sağlayarak bireyler üzerinden toplumu dönüştürücü etkiye sahip olduğunu belirtir (Buzsek, 2011: 75). Çeşitli toplumsal meselelere yöneltilmiş bir ilginin yaygın aracı olan zanaat, tarih boyunca karşı hareketlerin ve direnişin temsilcisi olmuş; karşı hareketlerle ilişkili zanaat ayrı bir çalışma alanı olarak ele alınmıştır. Adamson, modern zanaatın merkezinde yer alan iki idealizm türünü; kişiliğin gelişimine yönelik daha kişisel, manevi bir zanaat ve ana akıma açıkça karşıt olan “karşı zanaat”⁵ olarak tanımlar (Black & Burisch, 2020). Adamson zanaat tarihinde radikalliğin Sanat ve Zanaat Hareketi’ne kadar dayandığını iddia eder (2018: 2). Sanat ve Zanaat Hareketi’nin kendisi endüstriyellemeye karşı tepkisiyle toplumsal bir hareket olarak görülmektedir. 19. yüzyılın sonları ile 20. yüzyılın başlarındaki Sanat ve

⁵“Countercultural art” kavramı “karşı sanat” olarak çevrildiğinden dolayı “countercultural craft” kavramı da “karşı zanaat” olarak tercüme edilebilir.

Zanaat Hareketi, çalışan kitlelere iyi yapılmış işlevsel nesneler sağlama hedefiyle zanaatkarlığın onurunu kurtarmak, onu yeniden canlandırmak için İngiltere'den Amerika'ya, oradan Japonya'ya kadar birçok zanaatkarı ve tasarımcıyı kültürel bir mücadelede birleştirmiştir (Jaffe, 2014: 2). İşçi sınıfının sermayeye karşı mücadelesinin ilk zamanları, aynı zamanda zanaatkar sınıfının ve onun aydınlar içindeki savunucularının, zanaatın marjinalleşmesine karşı tepkisine de tanık olmuştur (Jaffe, 2014: 2). 19. yüzyılın başlarında, İngiltere'deki radikal tekstil zanaatkarları olan Ludditler, protesto amacıyla yeni elektrikli dokuma tezgahlarını parçalayarak el emeğinin kayboluşuna tepkilerini göstermişlerdir (Jaffe, 2014: 2). Zanaatlerin direniş amacıyla kullanımının feminist sanat tarihinde de önemli yer tuttuğu görülmektedir. Kadın haklarının savunulması için bir araya gelen Suffrage'lar mücadelelerini tekstiller aracılığıyla güçlendirmişlerdir. Ayrıca "The Subversive Stitch (1984)" isimli kitabında el işi uygulamalarının tarih boyunca yıkıcı, meydan okuyucu, sosyal normları ve statükoyu sorgulayıcı eylemler için nasıl kullanıldığını ele alan Parker'ın ifadesine göre kadınlar neredeyse on altıncı yüzyıldan beridir zanaatlarını statükoyu sorgulayan, sosyal normlara karşı gelen mesajları için kullanmışlardır (aktaran McGovern, 2019). Toplumsal olaylarla ilişkili olarak zanaat, özellikle yakın zamanlarda daha fazla ilgi görmeye başlamıştır. 2000'li yıllarda kendin-yap (DIY) ve üretici (Maker) hareketlerinin yaygınlaşmasıyla bireyler, kitlesel üretime bağımlı olmadan kendi kültürel ve işlevsel ürünlerini yaratmaya yönelmiştir. Bu, aynı zamanda zanaatın hem bireysel hem de topluluk düzeyinde bir direniş biçimi olarak benimsenmesine yol açmıştır (Weida, 2013). Sosyal medyanın ortaya çıkışı ve yaygınlaşması, sanal ortamda topluluklar oluşturulmasına imkan vererek politik meselelerle toplumsal meselelere karşı zanaatın daha güçlü bir ifade aracı haline gelmesine imkan vermiştir.

2.2. Zanaat Aktivizmi

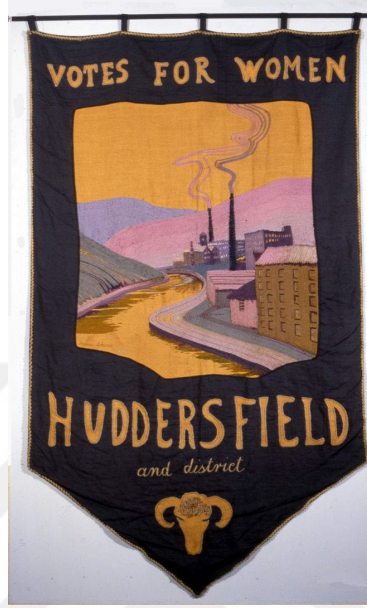
Yirminci yüzyılın başında, bir kavram olarak ortaya çıkan zanaat aktivizmi zanaat ile aktivizmin kesişiminde konumlandırılmış bir pratiktir (Corbett & Housley, 2011). İlk olarak sosyolog, zanaatkar ve aktivist olan Betsy Greer tarafından 2003 yılında bir tanım

olarak kullanılan “zanaat aktivizmi (craftivism)” bugün bireylerin zanaat aracılığıyla topluma katılımlarının en gelişmiş, popülerleşmiş ve sistemleşmiş biçimi olarak varlık göstermektedir. Zanaat ve aktivizm terimlerinin birleştirilmesi sonucunda ortaya çıkan “zanaat aktivizmi” terimi sosyal ve politik aktivizmle ilgili olarak yapılan el işi ve zanaat uğraşını tanımlamak için kullanılan bir tanım haline gelmiştir (Greer, 2014: 8). Zanaat aktivizminin popüler uygulamaları sosyal, politik ve ekolojik meselelere zanaatın farklı biçimleriyle dikkat çekilmesi şeklinde olmaktadır. Modern zanaat tarihi içerisinde aktivist zanaata ilgi özellikle son yirmi yılda önemli ölçüde artmış, politik ve sosyal zanaat popülerlik kazanmıştır. Zanaat aktivizminin popülerlik kazanması büyük ölçüde 2000’li yıllar ve Irak savaşı sonrasında gerçekleşmiştir. 2017’de Donald Trump’ın başkanlık görevine başlamasını protesto etmek için düzenlenen Kadınlar Yürüyüşü ile bağlantılı olarak ortaya çıkan “Pembe Bereler Hareketi (Pussyhat Project)” zanaat aktivizminin güncel uygulamalarına uygun bir örnektir. Bu hareketin amacı, Donald Trump’ın kadın hakları, LGBTQ+ hakları ve göçmenlik yasalarına yönelik tehdit olarak görülen politikalarına karşı tepki göstermek olmuştur. Örgü tekniği ile üretilen bu ikonik pembe şapkalar, Trump’ın kadınlara yönelik aşağılayıcı söylemlerini ve özellikle "Access Hollywood" kayıtlarındaki cinsiyetçi ifadelerini protesto etmek amacıyla üretilmişlerdir (May, 2020).

Zanaat aktivizmi her ne kadar 21. Yüzyılın dönümünde ortaya çıkmış bir tanım olsa da zanaatın çeşitli türleri aracılığıyla toplumsal meselelere dikkat çekme pratiğinin çok daha eskilere dayandığı bilinmektedir. Zanaat aktivizmi kavramının yaygınlaşmaya başladığı 2000’li yıllar öncesinde de her türlü toplumsal meselenin zanaat aracılığıyla dile getirildiği örnekler söz konusudur. Zanaati ütopyacı, politik ve iyileşmeye yönelik amaçlarla kullanan çalışmalar uzun ve zengin bir geçmişe sahiptir (Buszek & Robertson, 2011: 199). Zanaat aktivizmi literatüründe geçen, zanaatın ve sosyal kaygıların bir arada görüldüğü ilk örnek, Sanat ve Zanaat Hareketi olarak gösterilmektedir (Burcikova, 2011). Sanat ve Zanaat Hareketiyle endüstriyellemenin yarattığı tahribata karşı gelişen tepki (ürün kalitesinde düşüş, bireylerin el işçiliğinden uzaklaşmasıyla yaratıcılığın düşmesi ve ürün kalitelerinin kötüleşmesi) zanaat ürünleri üzerinden ve bu ürünler aracılığıyla vurgulanmış; bu nedenle

literatürde zanaat aktivizminin felsefesini yansıtan bir hareket olarak ifade edilmiştir. Zanaat aktivizminin gelişimi Gandhi'nin başlattığı Hindistan Bağımsızlık Hareketi'nde tekstillerin İngiliz Hükümeti'ni boykot amacıyla kullanılmasından 1930'lu yıllar İngilteresi'nde kadın hakları için gerçekleştirilen "Suffrage Hareketi" için tekstillerin kullanılmasına kadar (Fitzpatrick, 2018) çeşitli tarihsel olaylarla ilişkili olarak ele alınır. Mahatma Gandhi'nin İngiliz hükümetini boykot etmek amacıyla başlattığı bireysel üretim eylemi zanaat aktivizminin yaygın olarak kabul görmüş tarihi örneklerinden biridir. İngiliz hükümeti Endüstri Devrimi'nin ardından gelişen buharlı makineleri tekstil üretimi için devreye sokarak Hindistan'daki tekstil üretimini sistematik olarak bitirmek üzere çeşitli düzenlemeler devreye sokmuştur (Singhal & Greiner, 2008). Gandhi ise Hindistan'da inanılmaz derecede işsizliğe ve fakirliğe sebep olan bu uygulamalarla İngiliz Hükümetini boykot etmek (ve Hindistan Bağımsızlığı hareketi için) adına kendi giysilerini üretmeye başlamış; tüm Hindistan halkını da aynı şeyi yapmaya teşvik etmiştir. Bu hareket boyunca Gandhi elle eğirme yöntemini kullanarak yabancı giysileri boykot etmiştir (Singhal & Greiner, 2008).

1860'larda başlayan ve 1928'de İngiltere'de kadınların tam oy hakkına kavuşmasına kadar yaklaşık 70 yıl süren Suffrage Hareketi de tekstillerin yoğun olarak kullanıldığı bir diğer harekettir. Tekstiller bu süreçte kadınların seslerini duyurmak, mücadelelerini görünür kılmak ve dayanışma mesajlarını iletmek amacıyla yaratıcı bir direniş aracı olarak kullanılmıştır. Bu bağlamda, mahkum edilen kadınların işledikleri mendiller ve kumaşlar hem kişisel hikayeleri belgeleyen hem de harekete katılan kadınların adlarını içeren birer sembol olarak işlev görmüştür (Wheeler, 2012). Hareket boyunca gerçekleştirilen eylemlerde tekstillerden yapılmış afişlerin de sıklıkla kullanıldığı görülmektedir (<https://womanandhersphere.com/2014/11/26/suffrage-stories-an-army-of-banners-designed-for-the-nuwss-suffrage-procession-13-june-1908/> Erişim tarihi: 21.02.2022)(Şekil 1).



Şekil 1. Tekstiller ile oluşturulan Suffrage Hareketi afişlerine bir örnek
(<https://womanandhersphere.com/2014/11/26/suffrage-stories-an-army-of-banners-designed-for-the-nuwss-suffrage-procession-13-june-1908/> Erişim tarihi: 21.02.2022)

Bunun dışında dünyanın çeşitli bölgelerinden örnekler zanaatler aracılığıyla gerçekleşen toplumsal hareketlerin temsilcileri olmuştur. On dokuzuncu yüzyılda yorgan zanaatkarlarının yorganlar üzerine işledikleri yeraltı demiryolu rotaları zanaat aktivizminin başka bir tarihi örneği olarak işaret edilmektedir (Garber, 2013: 57). Yorganlara işlenen görsel kodlar; kaçak kölelere, yorganlara dikilmiş şekilleri ve motifleri okuyarak bölgedeki anlık tehlikeler ve hatta nereye gideceklerini bilmeleri konusunda rehber olmuştur (<https://folklife.si.edu/magazine/underground-railroad-quilt-codes> Erişim Tarihi: 10.03.2023). 1960'lı yılların ortalarında Afrikalı Amerikalı kadınların finansal olarak bağımsız hale gelmek ve medeni haklar mücadelesine katılmak için başlattıkları “Freedom Quilting Bee” hareketi direniş için zanaatin kullanımının kayda değer örneklerinden bir diğeridir (Fitzpatrick, 2018: 4).



Şekil 2. Pinochet Hükümetinin zulmünü anlatan Şili “Arpillera”ları
(<https://slate.com/human-interest/2014/09/history-of-quilting-arpilleras-made-by-chilean-women-to-protest-pinochet.html> Erişim Tarihi: 10.12.2021)

Diğer tarihi örnekler arasında; 1980'lerde Pinochet hükümeti sırasında kaybolan insanların hikayelerini kaydetmek için applike ve nakış tekniklerini kullanarak askeri bir diktatörlük altındaki yaşamı belgeleyen Şili “Arpillera (yorgan)”ları (Şekil 2) ve bugüne kadar dünyanın en büyük kolektif sanat projesi olmaya devam eden, 1987’de başlatılmış “AIDS Hatıra Yorganı” projesi yer almaktadır (Fitzpatrick, 2018: 4)(Şekil 3).



Şekil 3. AIDS Hatıra Yorganları

(<https://interactive.wttw.com/ten/monuments/aids-memorial-quilt> Erişim Tarihi: 27.02.2022)

Zanaat aktivizminin kimi örnekleri yalnızca tekstil sanatlarının değil aynı zamanda giysilerin kullanımını da içermektedir. Buna örnek olan tarihi eylemlerden biri “Birmingham Hanımlar Tpluluğu (Birmingham Ladies Society for the Relief of Negro Slaves)”nın kölelik karşıtı çantalarıdır. Topluluk, 1825 yılında West Bromwich'te kurulan ve köleliğin kaldırılması için mücadele eden ilk kadın derneğidir. Köle emeğiyle üretilen şekerin boykot edilmesi için kampanyalar düzenleyen ve ev ziyaretleri aracılığıyla halkı bilinçlendiren topluluk ayrıca ipek saten çantalar gibi moda nesneleri üretip bunları zengin kadınlara satarak kölelik karşıtı mesajlarını yaymışlardır. Bu çantaların bir yüzünde kadın bir kölenin kucağında çocuğuyla tasviri, diğer yüzünde ise kölelerin çektiği acıları anlatan bir şiir yer almaktadır (<https://www.ngv.vic.gov.au/essay/birmingham-ladies-society-for-the-relief-of-negro-slaves-bag/> Erişim Tarihi: 26.10.2022)(Şekil 4).



Şekil 4. “Birmingham Ladies Society for the Relief of Negro Slaves” topluluğunun kölelik karşıtı çantası (<https://www.stephaniesyjuco.com/projects/the-counterfeit-crochet-project-critique-of-a-political-economy> Erişim Tarihi: 22.03.2024)

Zanaat aktivizmiyle ilişkilendirilen direniş eylemleri genellikle evsel olarak tanımlanan tekstil uğraşları üzerinden şekillenmiştir. Buna rağmen tekstil sanatına ve tekniklerine bağlı olmayan çok sayıda zanaat aktivizmi çalışması bulunmaktadır. Seramik sanatçısı ve zanaat aktivisti Carrie Reichardt seramikleri kullanarak, John Joe Amador ve Luis Ramirez ile Louisiana hapisanesinde onlarca yıl hücre hapsinde kalan Angola Üçlüsü de dahil olmak üzere ölüm cezası almış mahkumların haklarını konu aldığı çeşitli eserler üretmiştir (Greer, 2014). Reichardt acımasız ve adaletsiz olarak tanımladığı ceza sistemine dikkat çekmek adına “Tiki Love Truck” ve “Voodoo Zulu Liberation Taxi” olarak adlandırdığı mozaiklerle kaplanmış arabalar ve Batı Londra'daki evinin duvarlarında bulunan bir dizi mozaik duvar resmi yapmıştır (McGovern, 2019)(Şekil 5).



Şekil 5. Carrie Reichardt’ın Uygulamalı Bilimler ve Sanatlar Müzesi’nde sergilenen Tiki Love Truck isimli eseri (McGovern, 2019)

Günümüzde zanaat aktivizmi eylemleri çevresel, ekonomik, politik konularla ilgili olarak gerçekleştirilebilmektedir. 2006 yılında Marianne Jørgensen tarafından başlatılan “Pembe tank” eylemi savaş karşıtı olarak geliştirilmiş bir eylemdir. Jørgensen Irak Savaşı’nı protesto etmek amacıyla bir araya gelen binden fazla gönüllünün ortaya çıkardığı 4000 tığ işi kareyi Danimarka Hükümeti’nden ödünç aldıkları bir tank üzerinde bir araya getirerek katılımcıların emeklerini savaş simgeleyen bu tank ile anıtlıştırmıştır (Black & Burisch, 2011)(Şekil 6). Bir başka eylem ise İngiltere’nin eski Kraliyet Hava Kuvvetleri Üssü’nün dışında yer alan kadınlar barış kampındaki savaş karşıtı aktivistlerin gerçekleştirdiği örgü kaplama eylemidir (Robertson & Vinebaum, 2016). 1981’de gerçekleştirilen bu eylem, örgü kaplama eylemlerinin öncüsü olarak kabul edilmektedir. Katılımcılar bir protesto yöntemi

olarak üssü çevreleyen telleri örme uygulamaları için yüzey olarak kullanmış; bu şekilde tartışmalı bir alan üzerinde hak iddia etme stratejisi olarak zanaatten faydalanmışlardır (Robertson & Vinebaum, 2016).

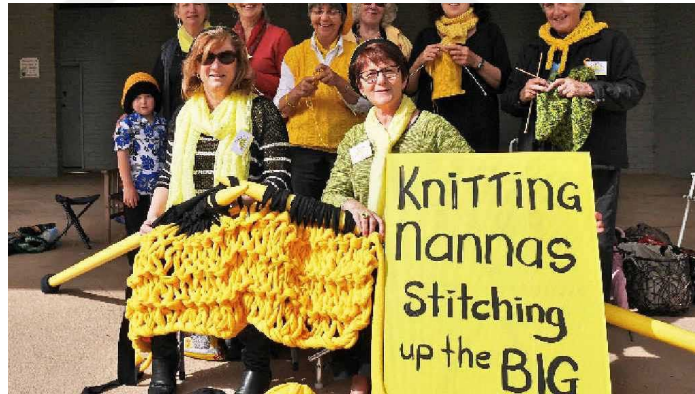


Şekil 6. Marianne Jorgensen'in önderliğinde gerçekleştirilen Pembe Tank Eyleminden bir görünüm (https://www.researchgate.net/figure/Pink-M24-Chaffee-Tank-Copyright-permission-granted-by-Marianne-Jorgenson_fig1_324907301 Erişim Tarihi: 16.01.2022)

Ekonomik sorunlar ve daha genel olarak kapitalizm ile ilgili direniş ve eylemler de zanaat aktivizminin stratejilerinden yararlanmaktadır. En bilinen anti-kapitalist, aktivist gruplardan biri Kanadalı “Revolutionary Knitting Circle” isimli örgü grubudur. 2000’den beri faaliyet gösteren grup çeşitli kamusal alanlarda barış odaklı ve anti-kapitalist konuları ele alan protesto amaçlı örme etkinlikleri gerçekleştirmektedir (Carpenter, 2010: 1). Grup, örgü, kapitone gibi el sanatlarını ve diğer el sanatlarını “adaletin küreselleşmesi” ve “yapıcı devrim” gibi değerleri yaratma aracı olarak kullanmaktadır (McGovern, 2019). Bir başka örgü grubu olan Londra temelli “Cast Off Knitting Club” ise, yaratıcı eylem için kamusal

alanın daha nazik bir şekilde geri kazanılması amacıyla, halka açık örgü etkinlikleri düzenlemektedir (Carpenter, 2010: 1).

Zanaat aktivizmi tıpkı aktivizmde olduğu gibi sosyal, politik ve çevresel sorunlara odaklanır. Çevreyle ilgili iklim krizi, etik üretim, su krizi, açlık, politik meseleler zanaat aktivizmi eylemleri aracılığıyla sıklıkla vurgulanmaktadır. Bu hareketlerden biri; Avustralya’da 2012 tarihinde başlayan the “Knitting Nannas Against Gas” hareketidir. Bu hareket Avustralya’daki verimli tarım alanlarının kömür yatağı gazı elde etmek için politik amaçlarla dönüştürülmesini protesto etmektedir. Sessizce bir araya gelip örgü ürünler üreterek pasif protesto gerçekleştiren grup üyeleri eylemlerini “çevresel yıkıma tanıklık ederken zanaat ürünleri üretmek” olarak tanımlamaktadırlar (McGovern, 2019: 29)(Şekil 7).



Şekil 7. “Knitting Nannas” isimli topluluğun eylemlerinden bir görüntü
(<https://www.dailytelegraph.com.au/news/nsw/grafon/knitting-nannas-call-on-nationals-to-declare-csg-ban/news-story/c365b0d21d55e690a9f0fe8dd55524f0> Erişim Tarihi: 26.12.2021)

Çevresel odaklı bir diğer hareket ise iklim krizini merkezine alan “Stitches for Survival” hareketidir. Stitches For Survival Hareketi 2021’de Glasgow’da gerçekleştirilen COP26 iklim görüşmeleriyle ilgili olarak organize edilmiştir

(<https://stitchesforsurvival.earth/> Erişim Tarihi: 04.03.2023). Eylem dünyanın dört bir yanından gelen bir grup örgücü, tığ işi ustası, dikişçi ve zanaatkardan oluşmaktadır. Yedi ay boyunca çalışan zanaat aktivistleri toplamda 1,5 km uzunluğunda örgü, tığ işi ve dikiş ile oluşturulmuş iklim mesajları taşıyan bir afişler üretmişlerdir. Bu afişler 6 Kasım 2021'de COP26 görüşmeleri sırasında Glasgow Drying Green'de yağmur ve şiddetli rüzgar altında kamusal alanda sunulmuştur (Şekil 11). Hareket, artık siyasi kararların merkezine parayı değil insanların hayatının esas kaynağı olan dünyayı koymanın gerekliliği mesajını vermeyi amaçlamıştır (<https://stitchesforsurvival.earth/> Erişim Tarihi: 04.03.2023).



Şekil 8. COP26 iklim zirvesi için dünyanın dört bir yanından zanaat aktivistleriyle gerçekleştirilen iklim mesajları çalışmasından bir görüntü
(<https://stitchesforsurvival.earth/category/news/> Erişim Tarihi: 06.07.2024)

Zanaat aktivizmi yalnızca çevreyle ilgili konularla değil kadın hakları ve üreme haklarıyla ilgili olarak da gerçekleşmektedir (Clarke, 2016: 299). Bunların en yaygın olarak bilinen örneği AIDS'ten ölenlerin anısına ve o dönemdeki sağlık sorunlarının büyüklüğüne

dikkat çekmek için tasarlanan AIDS anma yorganı'dır. Zanaat aktivizmi sağlık meseleleriyle ilgili olarak, özellikle koronavirüs pandemisi sırasında yoğun şekilde gündeme gelmiştir. Pandemi döneminin ani maske ihtiyacı nedeniyle maske üretimi pandemi döneminin en önemli zanaat aktivizmi gündemini oluşturmuştur (Anderson & Davis, 2023). Zanaat aktivizmi iyi oluş amacı taşıyan uygulamalar için de sıklıkla kullanılmaktadır. "Fine Cell Work" adlı yardım kuruluşu, 1997 yılından bu yana İngiltere genelinde 300 mahkumla nakış ve iğne işi atölyeleri yaparak mahkumların cezaevi deneyimlerini iyileştirmek üzerine çalışmıştır (Chalmers, 2014). Sağlıkla ilgili diğer zanaat aktivizmi uygulamaları genellikle toplumsal adalet sorunlarıyla ilişkilendirilen ruh sağlığı ve travmayla ilgili uygulamalar olmaktadır. Aile içi şiddet ve cinsiyete dayalı şiddet mağdurlarına odaklanan eylemler ve uygulamalar aracılığıyla hem katılımcılar için terapötik faydalar sağlanması hem de toplumsal bilincin yükseltilmesi hedeflenmektedir. Youngson mesleki terapi alanında çalışan terapistlerin mesleki becerilerinin gelişimi için zanaat aktivizminden fayda sağlayabileceklerini iddia eder (2019).



Şekil 9. Avustralya, Blacktown’da aile içi ve ev içi şiddet odaklı olarak yapılmış bir giydirme uygulaması (<https://www.unsw.edu.au/newsroom/news/2022/12/craftivism--effecting-change-with-needle-and-yarn> Erişim Tarihi 12.07.2024)

Zanaat aktivizminin küresel uygulamaları haricinde yerel düzeyde de çok sayıda örneği bulunmaktadır. Zanaat aktivizmi yabancı kökenli bir kavram olsa da özünde yatan zanaatların iyilik amaçlı kullanımı Türk coğrafyası ve kültürü için yeni değildir. Yardımlaşma ve dayanışma olgusu Türk ve Anadolu kültüründe önemli bir yere sahiptir. Türk ve Anadolu kültüründe halkın biraraya gelerek yaptığı yardımlaşma ve dayanışma eylemlerini tanımlayan bir imece geleneği gelişmiştir (Karabatak, 2018). Bunun haricinde Osmanlı Dönemi’nde zanaatkarlar arasında yardımlaşma kültürünün de oldukça geliştiği görülmektedir. Osmanlı Devleti’nde ortaya çıkan Ahilik Teşkilatı ve onun devamı niteliğinde olan loncalar Türk zanaatkarların dayanışması için kurulmuş bir tür sendikalar olmuşlardır (Bayram, 2012). Yardımlaşma ve dayanışmanın Türk Milleti için çok özel anlamının olduğu görülmektedir. Milli mücadele döneminin en önemli özelliği yardımlaşma ve dayanışmanın zafere ulaşma sürecinde sağladığı katkı olarak değerlendirilebilir. Milli mücadele süreci halkın fertlerinin seferberliği ve iş birliği sayesinde sürdürülmüştür. Türk kadınının

abalarının ve el emeğinin bu dayanışma sürecindeki rolünü Atatürk, 21 Mart 1923 tarihinde yaptığı konuşmada şu sözlerle anlatır;

“Kimse inkâr edemez ki, bu harpte ve ondan evvelki harplerde milletin kabiliyeti hayatiyesini tutan hep kadınlarımızdır. Çift süren, tarlayı eken, ormandan odunu, keresteyi getiren, mahsulâtı pazara götürerek paraya kalbeden, aile ocaklarının dumanını tütüren, bütün bunlarla beraber, sırtıyla, kağınsıyla, kucağındaki yavrusıyla, yağmur demeyip, kış demeyip, sıcak demeyip cephenin mühimmatını taşıyan hep onlar, hep o ulvî, o fedakâr, o ilâhî Anadolu kadınları olmuştur (Atatürk Araştırma Merkezi, 2006).”

Zanaatların yardımlaşma ve dayanışma amaçlı kullanımı günümüz Türkiyeğinde çeşitli biçimlerde yaygın olarak varolmaya devam etmektedir. Üretilen zanaat ürünlerinin ihtiyaç sahiplerine ulaştırılması şeklinde gerçekleştirilen uygulamaların çok sayıda yerel örneğı bulunmaktadır. Elazığ’da yaşayan ve kendisi de depremzede olan 12 yaşındaki Eslem Gezer ve gönüllü kadınlar, kış nedeniyle zor zamanlar geçiren depremzedeler için atkı, bere ve patik örmüşlerdir (<https://elazighaberkent.com/kendisi-gibi-depremzede-cocuklar-icin-bere-ve-atki-oruyor/> Erişim Tarihi: 19.12.2023). Benzer şekilde Kastamonu’da gönüllü gençler, “Merkezim Her Yerde Projesi” kapsamında ihtiyaç sahibi çocuklar için atkı, bere ve oyuncak örme etkinliğı gerçekleştirilmiştir (<https://www.trthaber.com/haber/guncel/gonullu-gencler-cocuklarin-yuzu-gulsun-diye-atki-bere-ve-oyuncak-oruyor-738514.html> Erişim Tarihi: 20.07.2023). Bireysel olarak üretilen yardımların ihtiyaç sahibine ulaştırılması şeklindeki uygulamaların da çok sayıda örneğı bulunmaktadır. Bu örneklerden biri yaşı 100’ü aşkın Zeliha Barlas’ın koronavirüs pandemisi döneminde 115 çift yün çorap örerek Mehmetçik’e hediye etmesidir (<https://www.trthaber.com/haber/turkiye/mehmetcikten-kendilerine-corap-oren-zeliha-nineye-tesekkur-ziyareti-546964.html> Erişim Tarihi: 19.12.2023)(Şekil 10).



Şekil 10. Mehmetçiğe çorap ören 117 yaşındaki Zeliha Nine
(<https://www.trthaber.com/haber/turkiye/mehmetcikten-kendilerine-corap-oren-zeliha-nineye-tesekkur-ziyareti-546964.html> Erişim Tarihi: 19.12.2023)

Yardımlaşma etkinlikleri tekstil ve zanaat ürünleri dışındaki ürünler üzerinden de gerçekleştirilmektedir. Eskişehir’de kurulan atölyede gönüllü görev alan öğrenci ve öğretmenlerin Hatay depremi sonrası deprem bölgesi için ekmek üretimine başlamaları (<https://www.haber1.com/guncel/okulun-firininda-depremzedeler-icin-gunluk-15-bin-ekmek-uretiyorlar/> Erişim Tarihi: 20.07.2023) ve lise öğrencilerinin yenilenme ihtiyacı olan bir ilkokulu boyamak üzere çalışmaları (<https://www.haberekspress.com.tr/yasitlari-tatilde-onlar-okul-boyuyor> Erişim Tarihi: 20.07.3023) gibi uygulamalar el emeği temelli yardım projelerinin örneklerindendir. Zanaat uygulamalarının ve el uğraşlarının bilişsel iyi oluş amacıyla ele alınmasının bir örneği ise Aksaray Bakım, Rehabilitasyon ve Aile Danışma Merkezi’nde rehabilitasyon gören hafif zihinsel engelli hastaların iyi oluş halleri hedef alınarak düzenlenmiş galoş üretim atölyeleri olarak gösterilebilir (<https://www.yeniaksaray.com.tr/haber/rehabilitasyon-merkezinde-galos-uretiyorlar-18443> Erişim Tarihi: 21.07.2023)

Dünyada popüler olan örgü kaplama eylemleri Türkiye’de en çok yaygınlık kazanan uygulamalardan biri olmuştur. Birçok insanın bir araya gelip birer parçasını üreterek oluşturdukları tekstil parçaları çeşitli kamusal objeler ve ağaçlar etrafına sarılarak sergilenmektedir. Örgü kaplama uygulamaları Türkiye’nin çeşitli şehirlerinde kimi zaman sosyal yardım amacıyla kimi zaman farkındalık amacıyla gerçekleştirilebilmektedir. Örneğin birkaç gönüllü Kadıköy’de yer alan Boğa heykelini Van depremi depremzedelerinin soğuk nedeniyle çektikleri sıkıntıya vurgu yapmak için kendi ördükleri örgüler ile kaplamışlardır (https://www.facebook.com/Greenpeace.Akdeniz.Turkiye/photos/a.10150704275244517/10150704278054517/?type=3#_=_ Erişim Tarihi: 20.04.2023)(Şekil 11).



Şekil 11. Örgü ile kaplanmış Kadıköy Boğa Heykeli,
https://www.facebook.com/Greenpeace.Akdeniz.Turkiye/photos/a.10150704275244517/10150704278054517/?type=3#_=_ Erişim Tarihi: 20.04.2023

Bir diğer örnek Bursa'da “doğayı koruma ve kaybolmaya yüz tutmuş Anadolu kilim motiflerinin yaşatılması” amacıyla rengarenk kilim motiflerinin işlendiği el örgülerini ağaç

gövdelerine giydiren üniversite öğrencileridir (<https://www.bursadabugun.com/haber/bursa-da-kilim-motifli-el-orguleri-agac-govdelerinde-627876.html> Erişim Tarihi: 26.08.2023). Benzer şekilde Bursa Uludağ Üniversitesi (BUÜ) Eğitim Fakültesi Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü öğrencileri de özel bir eğitim kurumuyla birlikte “doğaya ve doğal olana dikkat çekmek, duyarlılık oluşturmak, farkındalık yaratmak” amacıyla ağaç giydirme projesi gerçekleştirmişlerdir (<https://www.uludag.edu.tr/haber/view/6207/yalovada-agaclar-renklendi> Erişim Tarihi: 13.10.2022). İplik kaplama eylemleri çevresel, toplumsal ve politik kaygıların yanında estetik kaygılar doğrultusunda, salt olarak çevreyi güzelleştirme amacı ile veya terapötik etkileri nedeniyle de yapılabilmektedir (bkz: <https://www.gazetekadikoy.com.tr/kultur-sanat/agalari-hi-byle-grmediniz> ve <https://www.trthaber.com/haber/yasam/muglada-kadinlar-agaclari-igne-oyasiyla-susledi-570484.html> (Erişim Tarihi: 13.10.2022) Yaygın olarak gerçekleştirilen örgü kaplama uygulamalarına çeşitli kamusal alanlarda rastlanabilmektedir (Şekil 12).



Şekil 12. (Solda) İstanbul Heybeliada'da bulunan çocuk istismarı mesajları içeren ağaç giydirme (05.12.2021) ve (Sağda) İstanbul Kadıköy'de bulunan bir ağaç giydirme (24.06.2024), Ülker Tatlıdil Şahin

2.3. Zanaat Aktivizmi ve Katılım

Zanaat aktivizmi bugüne kadar en yaygın haliyle zanaatin tekniklerini aktivizmin hedefleriyle bir araya getiren aktiviteleri tanımlamak için kullanılmıştır (Fitzpatrick, 2018). Zanaat aktivizmi aktivizmle büyük bir ortak paydaya sahip olmasına rağmen aktivizmin gürültülü yöntemlerinden farklı olarak sessiz ve yapıcı bir aktivizm türü (Greer, 2014) olarak değerlendirilir. Greer, kutuplaştırıcı olabilen kimi aktivizm biçimlerine göre zanaat aktivizminin uzlaşmacı yaklaşıma açık bir alan olduğunu iddia eder (2014).”

Zanaat aktivizmi terimi zanaat ve aktivizm kavramlarının birlikteliğini ifade eden bir terim olarak ortaya atılmış olsa da hem Greer (2011: 183) hem de diğer araştırmacılar zanaat aktivizminin aktivizmden daha fazlasını ifade ettiğini iddia eder. Zanaat aktivizmini insanlara maddi veya maddi olmayan destek sağlamanın bir yolu olarak tanımlayan Greer zanaat aktivizminin işlevlerini bilgilendirme (bir sorun veya konu hakkında farkındalık oluşturma), güzelleştirme (etrafını daha güzel hale getirme) ve bağışlama (yapılan ürünleri başkasına verme) şeklinde 3 boyutta inceler (2016). Fitzpatrick de zanaat aktivizminin yalnızca bir aktivizm biçimi şeklinde ele alınmasının kısıtlayıcı bir çerçeve sunarak günlük düzeyde gerçekleştirilen küçük ölçekli eylemleri dışladığını iddia eder (Fitzpatrick, 2018: 118).

Zanaat aktivizmi politik ve sosyal meselelere yöneltilmiş yaratıcı ve geleneksel el sanatları ile ilişkilendirilir (Buszek & Robertson, 2011: 197). Zanaat aktivizminin bu kapsam genişliği eylemlerin türlerinin sınıflandırılmasına yönelik girişimler doğurmuştur. McGovern zanaat aktivizminin kapsamıyla ilgili olarak zanaat aktivizmini üç başlıkta ele alan bir sınıflandırma önermiştir. McGovern kriminal çalışmalar ve zanaat aktivizmi konulu çalışmasında zanaat aktivizminin; birbiriyle bağlantılı olan ve her biri zanaat aktivizminin farklı yönlerini kapsayan üç eylem türü şeklinde gerçekleştiğini iddia eder (2019). Bunlar “kişisel (the personal)”, “topluluk (the community)” ve “politik (the political)” eylemlerdir (McGovern, 2019). Zanaat aktivizminin “Kişisel mantık” olarak tanımlanmış başlığı kişisel boyutta gerçekleşen zanaat aktivizmi eylemlerini tanımlamak için kullanılır. Örneğin bir feminist sloganı kanaviçe ile işleyip evine asmak zanaat aktivisti bir eylem olabilir; çünkü bu zanaatların açık şekilde kişisel bir politik bakış açısını yansıtmak için kullanımıdır. Bu durum aynı zamanda bireysel direniş ve güçlenme ile ilişkilendirilebilir (McGovern & Barnes, 2022). İkinci mantık olan topluluk mantığı, topluluk düzeyinde gerçekleşen zanaat aktivizmi eylemlerini tanımlar. Bu eylemler farkındalık oluşturmak ve belirli konularda aktif topluluklar yaratmak için kullanılırlar. Örgü örmek, yerel sorunları tartışmak ve bilgi paylaşımında bulunmak için bir araya gelen örgü çemberlerinin kurulması buna bir örnek olabilir. Üçüncü ve son mantık olan politik mantık, politik bakış açılarını ifade eden; sistemik

veya kurumsal değişimi etkilemeye odaklanan zanaat aktivizmi eylemlerini kapsar (McGovern & Barnes, 2022). McGovern zanaat aktivizmi eylemlerinin kapsamını ele aldığı üç boyutun sınırlarının kesin çizgilerle çizilmediğini ifade eder. Bu doğrultuda sosyal boyut başlığı altında politik meseleler rahatlıkla yer bulabilir veya bireysel eylemler de politik içerikli olabilir.

Zanaat aktivizminin işlevini tanımlayan bir diğer yaklaşım zanaat aktivizminin bir sosyal değişim aracı olduğu yaklaşımıdır. Cambridge sözlüğünde zanaat aktivistleri; politik veya sosyal değişim yaratmak için zanaati (dikiş yapma veya elle obje üretme) kullanan kişi olarak tanımlanmaktadır. Zanaat aktivizminin getirdiği; bireyin sosyal, politik ve diğer çeşitli konularda müdahil olma durumu aynı zamanda katılım kültürüyle de ilişkili olarak açıklanır. Zanaat aktivizmi; bir düşünme ve dünyaya karşı kişisel gelişim, eleştirel yansıtma, eğitim ve kültür yaratma aracı olarak zanaatin uzun tarihsel rolünü takip eder (Press'den aktaran Busch, 2008: 73). Zanaatlar aracılığıyla modern toplumda insanların kültürü ürettiği bir katılımcı kültür oluşmuştur. Zanaat aktivizmi de bu katılımcı kültürün oluşmasında önemli rol oynar. Markus, Jenkins'in katılım kültürü tanımını referans alarak zanaat aktivizminin katılım kültürü yarattığını ifade eder (2019: 87). Katılımcılı kültür, sanatsal ifadenin ve toplumsal katılımın yüksek olduğu, yaratım ve paylaşım konusunda güçlü desteğin ön planda olduğu, deneyimlilerin deneyimsizlere bilgi aktardığı bir kültürdür (Jenkins vd., 2009: xi). Jenkins ve arkadaşlarına göre katılım kültüründe bireyler yaratıcı olabildikleri, birbirlerinden öğrenebildikleri, kendi katkılarının değerli görüldüğü bir çevreye katılımcı olurlar (2009: xi). Markus, zanaat ortak paydası üzerinden şekillenmiş zanaat aktivizmi topluluklarının katılım kültürünü yansıtan topluluklar olduklarını ifade eder. Buna rnek olarak online bir örgü sanatçıları topluluğu olan “Ravelry”den bahseder. 2007’de kurulan site 8 milyon rgcden ve zanaatkardan, ayrıca 40 binden fazla gruptan oluşmaktadır (Markus, 2019). Bu grupların içinde silah reformu ve LGBTQIA hakları gibi konuları merkezine alan “This is what a feminist looks like” ve “The Pussyhat Project” gibi grupları içeren bolca zanaat aktivizmi grubu bulunmaktadır (Markus, 2019). Katılımcıların videolar aracılığıyla teknikler öğrendikleri, siyasi fikirlerini sergileyebildikleri, zanaat aktivizmi etkinliklerinden haberdar

oldukları, öğrenmenin ve katılımın resmi olmayan alanları olan bu online zanaat aktivizmi grupları Markus tarafından katılım kültürünün bir göstergesi biçiminde ele alınmaktadır (2019).

Zanaat aktivizminin ilgili olduğu konuda katılımcılık sağladığı görülmektedir. Örneğin politik meselelere dikkat çekmeye ve değişim gerçekleştirmeye yarayan bir araç olarak zanaat aktivizminin politik katılımcılığa imkan verdiğine işaret edilir. Zanaat aktivizmini kendin yap vatandaşlık (DIY citizenship) için bir araç olarak ele alan Fitzpatrick (2018) vatandaşların demokrasiye katılımı için zanaat aktivizminin yaratıcı yollar sunduğunu iddia eder. Fitzpatrick “Craftivism as DIY Citizenship: The Practice of Making Change”⁶ isimli çalışmasında kamusal, özel, kurumsal ve çevrimiçi alanlarda yürüttüğü yedi zanaat aktivizmi projesini ele almıştır (Fitzpatrick, 2018: 118). Fitzpatrick tez çalışmasında bu projeler aracılığıyla vatandaşların zanaat aktivizminin uygulamalı pratiğine katılabilecekleri çeşitli yolları araştırdığını ifade etmektedir. Bu çalışmada Fitzpatrick zanaat aktivizminin, zanaat aktivistlerinin becerilerini ve öz güvenlerini geliştirmelerine yardım ederek onların güçlendirmeleri için bir araç olduğu sonucunu ortaya atmaktadır (2018: 118). Garber da zanaat aktivizmi eylemlerinin nasıl demokrasiye benzer şekilde işlediğine işaret eder. Garber yaratıcı eylemler şeklinde gerçekleşen zanaat aktivizminin, eylemcinin politik görüşünün görünmesine araç olarak katılımcılı demokrasiyi inşa ettiğini iddia eder (2013: 55).

⁶ Kaynak “Kendin-yap Vatandaşlık Olarak Zanaat Aktivizmi: Değişim Yaratma Pratiği” olarak çevrilebilir.

3. BÖLÜM

MODAYA KATILIM İÇİN ZANAAT AKTİVİZMİ

3. BÖLÜM

MODAYA KATILIM İÇİN ZANAAT AKTİVİZMİ

Bu bölümde zanaat aktivizminin modayla ilişkisi incelenmekte ve zanaat aktivizminin modayı konu alan çeşitli örneklerine yer verilmektedir. Ardından modaya katılım için zanaat aktivizminin nasıl bir strateji olarak kullanılabileceği incelenmektedir. Son olarak modaya katılım bağlamında eylemlerin ilişkilendirildiği “modayı açmak”, “güç dengeleri” ve “topluluk oluşturmak” başlıklarına değinilmektedir.

3.1. Moda ve Zanaat Aktivizmi

Tüm sosyal ve politik meseleler zanaat aktivizminin konusu olabilmektedir. Zanaat aktivizminin kapsamına giren çeşitli sosyal meselelerden biri de dünyanın sürdürülebilirliği için ciddi tehlike oluşturan mevcut moda endüstrisidir. Son yıllarda zanaat aktivizmi eylemleri, hızlı modanın kullan-at kültüründen hazır giyim işçilerinin adil olmayan geçim ücretleri ve çalışma koşullarına kadar küresel moda endüstrisinin bazı etkilerini vurgulamak amacıyla moda ve tekstil endüstrisini hedef almaktadır (McGovern & Barnes, 2022). Modanın adil olmayan yapısının hedef alan bir eylem örneği “Craftivist Collective” topluluğu tarafından gerçekleştirilen “Mini Banner” projesidir. El üretimi afişler kullanarak moda endüstrisindeki ağır şartlarda çalışılan atölyelere ve diğer insan hakları ihlallerine karşı bir duruş sergilemek amacıyla gerçekleştirilen proje 2012 yılında başlamıştır. Yüzlerce zanaatkar, War on Want topluluğunun “Love Fashion, Hate Sweatshops” adlı kampanyasını desteklemek adına her Eylül ayında bu projeyi sürdürmüştür (Craftivist Collective, 2013). Kampanya, insanları dikiş ve nakış becerilerini kullanarak ürettikleri mini protesto pankartları ile moda endüstrisindeki sorunlara işaret etmeye çağırmıştır. Bu sorunlar arasında kıyafetleri üreten hazır giyim işçileri ile onları podyumda taşıyan modeller arasındaki ücret eşitsizliği gibi sorunlar da yer almaktadır. Pankartlar moda haftası etkinliklerinin gerçekleştiği yerlere yakın kamusal alanlarda sergilenmiştir (McGovern & Barnes, 2022)(Şekil 13). McBride mini protesto pankartlarının amacını; “insanların küresel moda

endüstrisinin diğer tarafındaki komşularına karşı duyarlı olmalarını sağlamak” olarak tanımlar (<https://craftivistcollective.wordpress.com/2012/08/20/love-fashion-hate-sweatshops-mini-protest-banner-workshop-at-fabrications/> Erişim Tarihi: 04.04.2023).



Şekil 13. Craftivist Collective topluluğunun “Love Fashion Hate Sweatshops” eyleminden bir afiş örneği (<https://craftivistcollective.wordpress.com/2012/08/20/love-fashion-hate-sweatshops-mini-protest-banner-workshop-at-fabrications/> Erişim Tarihi: 02.04.2022)

Moda endüstrisindeki ücret adaletsizliğini hedef alan bir diğer eylem de “MicroRevolt” topluluğu tarafından başlatılan “NIKE Battaniye Dilekçesi” eylemidir. Bu proje dünyanın dört bir yanından örgü ve tığ işi yapan kişilerin ürettikleri 10 x 10 cm’lik karelerle üretilen yaklaşık 5 metre genişlikte bir battaniyeden oluşmaktadır. Battaniye,

MicroRevolt'un açıkladığı üzere NIKE hazır giyim işçileri için adil çalışma politikalarının bir imzası olan NIKE sembolünü tasvir etmektedir (Şekil 14). Tamamlanan projenin web sitesini ziyaret edenler için battaniyenin her bir karesine tıklayıp yaratıcısının adını ve yerini görmelerini sağlayan sanal bir bileşen de eşlik etmiştir (McGovern 2019: 23). Ayrıca uygulama lüks ve spor ürünleri üreten işyerlerinin işverenlerine sunduğu çalışma koşullarının göz önüne getirilmesini mümkün kılmıştır (Rall & Costello, 2010).



Şekil 14. Nike Dilekçe Yorganı (<https://www.microrevolt.org/web/blanket.htm>
Erişim Tarihi 20.12.2022)

Son zamanlarda gerçekleştirilen bir diğer farkındalık yaratma kampanyası ise 2021 yılında gerçekleştirilen “Manchester Moda Hareketi” ve sergisidir. Bu kampanya çerçevesinde, artık kumaşlardan yapılan minyatür giysiler Hullard Park'ta sergilenmiş ve giysiler ziyaretçilerin #payup kampanyasına katılmaları için bir dijital kod ile sunulmuştur. Kampanya kapsamında katılımcılar, kendi minyatür tişört, pantolon veya üstlerini yapmak için şablonlar temin ederek tamamladıkları eserleri teslim ederek sergiye katkıda bulunmuşlardır (<https://otcreativespace.co.uk/2021/04/19/fashion-revolution-week-2021/>
Erişim Tarihi: 05.04.2023)(Şekil 15).



Şekil 15. Fashion Revolution haftası için gerçekleştirilen eylemin ürünlerinden bir görünüm (<https://otcreativespace.co.uk/2021/04/19/fashion-revolution-week-2021/> Erişim Tarihi: 12.10.2023)

Bir diğer eylem örneği Craftivist Collective'in 2015 yılında başlattığı Marks & Spencer'in çalışanlarına yaşam ücreti ödemesi talebi doğrultusunda gerçekleştirilen "Marks & Spencer Yaşam Ücreti" kampanyasıdır. Kampanya, "stitch-in" adı verilen dikiş etkinlikleriyle ve hedefe yönelik diğer faaliyetlerle, tekstil işçilerinin ücretleri ile çalışma koşullarını iyileştirmeyi amaçlamıştır (Şekil 16). Bu bağlamda, mendiller üzerine işlemeyle yaşam ücreti talebini vurgulayan mesajları yazabilmeyi mümkün kılan dikiş kitleri hazırlanmış, ayrıca şirket yönetim kurulu üyelerine el yapımı ve kişisel mesajlar içeren 14 mendil hediye edilmiştir. Mayıs 2016'da Marks & Spencer'in, çalışanlarına yaşam ücretinin üzerinde bir ödeme yapmayı kabul etmesiyle kampanya önemli bir başarıya ulaşmıştır (McGovern & Barnes, 2022).



Şekil 16. Craftivist Collective topluluğunun kurucusu Sarah Corbett “Don’t Blow It” mendil projesinde yaptığı mendili ile (<https://www.swlondoner.co.uk/news/25062015-dont-blow-it-campaigners-host-marks-spencer-hanky-stitch-ins-across-uk-to-urge-retail-giant-to-pay-living-wage> Erişim Tarihi: 22.04.2022)

Zanaatin moda sistemindeki adaletsizliklere işaret etmek için kullanımının yalnızca popüler ve yaygın zanaat aktivizmi uygulamaları biçiminde gerçekleşmediği görülmektedir. Syjuco tarafından 2006 yılında başlatılan “Counterfeit Crochet (Sahte Tığ İşi)” projesi Adil olmayan moda endüstrisine karşı bireysel üretimi esas alan bir uygulama örneğidir (Stephanie Syjuco, 2008)(Şekil 17). Syjuco projenin katılımcılarını tığ işi tekniğiyle Fendi,

Gucci, Chanel, Prada gibi lüks giyim markalarının çantalarının taklitlerini üretmeye ve bu çantaları kullanmaya cesaretlendirmiştir. Üretilen bu taklit çantalar, markaların tasarımlarının kopyalanması yoluyla bir etik sorun oluştururken bu etik sorun aracılığıyla lüks markaların gelişmemiş ülkelerde adil olmayan yollarla üretim sistemleri kurmalarına dikkat çekmek amaçlanmıştır (Stephanie Syjuco, 2008). Bu proje sergiler ve atölyeler biçiminde, İstanbul da dahil olmak üzere çeşitli yerlerde gerçekleşmiştir (Stephanie Syjuco, 2008).



Şekil 17. Counterfeit Crochet (<https://www.messynessychic.com/2013/02/06/the-counterfeit-crochet-project/> Erişim Tarihi: 11/12/2021)

Kate Sekules'ın Instagram'da başlattığı "MendMarch" isimli görünür onarım projesi zanaat aktivizminin moda odaklı başka bir örneği olarak kabul edilebilir. Sekules her sene Mart ayında her gün için bir onarım projesi paylaşarak insanları kendi kıyafetlerini

onarmaları için teşvik etmektedir (2022). Mart ayının her gününde Sekules takipçilerine ilham verecek bir tema paylaşır; amacını herkesi tamir etmenin manevi tatmini ile tanıştırmak olarak tanımlar (Sekules, 2022). Mendmarch aynı zamanda Sekules'in eğitimler ve etkinlikler gerçekleştirdiği, her yıl tekrarlanan kolektif bir harekete dönüşmüştür (2022)(Şekil 18).



Şekil 18. Kate Sekules'in onardığı bir bluzu
(<https://miniaturerhino.myshopify.com/blogs/news/modern-mender-kate-sekules-of-visible-mend> Erişim Tarihi: 30.11.2023)

3.2. Bir Strateji Olarak Zanaat Aktivizmi

Bu bölümde, zanaat aktivizminin bir araç ve strateji olarak farklı bağlamlarda nasıl kullanıldığına dair yapılan akademik çalışmalara odaklanılmaktadır. Zanaat aktivizmi, geleneksel anlamda pratik zanaat uygulamaları ile ilişkilendirilirken, akademik alanlardan moda, tekstil, sanat, tasarım gibi disiplinlerde inceleme konusu olmaktadır. Zanaat

aktivizminin çeşitli disiplinlerde bir yöntem ya da bir araç biçiminde kullanılarak toplumsal sorunlara çözümler üretilmesine katkı sağladığı görülmektedir.

Virginia Brinn'in (2019) "An Autoethnographic Journey Through Craftivism: Making with/for Meaning" başlıklı çalışmasında zanaat aktivizminin sanat eğitimi bağlamında dönüştürücü deneyimleri teşvik etme potansiyeli incelenmiştir. Brinn, zanaat aktivizmini "anamlı bir üretim biçimi" olarak tanımlamış; bu yaklaşımın sanat eğitimi alanında yeni pedagojik yaklaşımları nasıl etkileyebileceğini incelemiştir. Brinn zanaat aktivizminin sanat eğitimi disiplini içerisindeki dönüştürücü deneyimleri nasıl teşvik edebileceğini araştırdığını ifade eder (2019).

Watfern ve arkadaşları ise zanaat aktivizmini yakınlarının hasta bakımlarını üstlenen bireylerin psikolojik iyi oluş hallerine destek sağlayabilecek bir araç olarak ele alınmıştır (2024). Bu çalışmada Watfern ve arkadaşları, demanslı kişilerin bakıcılığını üstlenen bireylerin bakım ve hasta yakını olmaya dair deneyimlerini kumaşa aktardıkları sanat temelli bir araştırma projesi gerçekleştirmişlerdir. Watfern ve arkadaşlarının yaklaşımına göre bakım süreçlerini üstlenen hasta yakınları, büyük ölçüde değersizleştirilmiş bir iş gücü oluştururken yüksek oranda ruhsal sağlıksızlık ve tükenmişlikle karşı karşıyadır. Araştırmacılar bu projede, zanaat aktivizmi aracılığıyla bakıcıların emeğini değerlendirdiklerini ve güçlendirdiklerini iddia etmektedirler (2024).

Fitzpatrick ise uygulama temelli araştırmasında zanaat aktivizmini katılımcılı demokrasi ile ilişkilendirerek Kendin-yap vatandaşlığın (DIY Citizenship) bir uygulama biçimi olarak ele almıştır. Tal Fitzpatrick, zanaat aktivizmini "DIY Vatandaşlık (Kendin-Yap Vatandaşlık)" modeli çerçevesinde kavramsallaştırarak, bu pratiğin bireylerin demokrasi deneyimlerini günlük yaşamlarının bir parçası haline getirmelerine olanak tanıdığını savunur (2018). Fitzpatrick gerçekleştirdiği zanaat aktivizmi eylemlerini kendi bağlamı içerisinde yaratıcı-aktif vatandaşlığın bir biçimi olarak değerlendirmiştir. Araştırması, bireylerin zanaat becerilerini kullanarak sosyal bağlar kurma, empati geliştirme ve demokratik süreçlere katkıda bulunma süreçlerini inceler. Fitzpatrick, zanaat aktivizminin, bireylerin küçük ölçekli

yaratıcı müdahaleler yoluyla toplumsal değişimlere katılmasını sağladığını vurgular (2018). Bu yaklaşım, bireysel yaratıcılığın ve toplumsal katılımın politik ve sosyal değişime dönüştürülebileceği bir araç olarak zanaat aktivizmini ön plana çıkarır.

David Gauntlett “Making Is Connecting” isimli kitabında yaratıcılığın sosyal ve politik etkilerini ele alarak zanaat aktivizmini, bireylerin toplumsal değişim için yaratıcılıklarını kullanmalarını sağlayan bir araç olarak inceler (2011). Sandra Markus’un (2019) “Through the Eye of a Needle: Craftivism as an Emerging Mode of Civic Engagement and Cultural Participation”⁷ başlıklı çalışması, zanaat aktivizminin katılım kültürü ve sosyal adalet konularında etkili bir araç olarak kullanılmasını araştırır. Markus, bu pratiğin özellikle kadınlar arasında demokratik ifadeyi ve kültürel katılımı destekleyen bir platform sağladığını ifade etmektedir. Çalışma, zanaat aktivizminin feminist ve kapsayıcı yönlerini analiz ederek, bu hareketin farklı toplumsal gruplar için nasıl bir ifade alanı sunduğunu göstermektedir .

Hinda Mandell’in (2021) “Monstrous’ Craft Activism: A City Yarn Installation that Wrought Controversy Through Textile Togetherness and Community Engagement”⁸ isimli çalışması, zanaat aktivizminin kamusal alanda yaratıcı ve tartışmalı bir protesto biçimi olarak nasıl kullanıldığını incelemektedir. Mandell’in ifadesine göre; özellikle kamusal sanat bağlamında zanaat uygulamaları, toplumsal farkındalık yaratma ve yerel toplulukları bir araya getirme potansiyeli taşımaktadır. Mandell zanaat aktivizminin kamusal alanda yaratıcı ve tartışmalı bir protesto stratejisi olarak kullanılabildiğini iddia eder. Mandell, zanaat aktivizminin "canavarca" olarak algılanabilecek yenilikçi biçimlerinin toplumsal kuralları ve algıları yeniden şekillendirme potansiyeline sahip olduğunu ifade eder. Bu nedenle, zanaat

⁷ Kaynağın ismi “İğnenin Gözünden: Sivil ve Kültürel Katılımın Gelişen bir Türü Olarak Zanaat Aktivizmi” biçiminde tercüme edilebilir.

⁸ Kaynağın ismi “Canavarca Zanaat Aktivizmi: Tekstil Birlikteliği ve Topluluk Katılımı Yoluyla Tartışma Yaratın bir İplik Enstalasyonu” biçiminde tercüme edilebilir.

aktivizmi hem estetik hem de sosyal anlamda kamusal alanın sanatsal müdahalelerle yeniden yorumlanması için etkili bir araç olarak görülür .

Busch (2008) ise “FASHION-able: Hacktivism and Engaged Fashion Design” isimli doktora tezi çalışmasında zanaat aktivizmini moda sistemi içinde bireylerin katılımını ve yaratıcı potansiyelini artırmak amacıyla kullanılabilecek stratejilerden biri olarak tanımlar. Çalışmasında, zanaat aktivizminin yalnızca tüketimle sınırlı olan geleneksel moda sistemini eleştirmekle kalmayıp, bireyleri moda yaratım süreçlerine aktif katılımcılar olarak dahil etmeyi hedeflediğini savunur. Busch zanaat aktivizmine; bireylere araçlar, beceriler ve eylem alanları sunarak, onların pasif tüketicilerden yaratıcı ve katılımcı bireylere dönüşmelerine olanak sağlayan katılımcılık stratejilerinden biri olarak işaret eder (2008). Busch zanaat aktivizminin ve onun gibi çeşitli üretim politikalarının, bireyleri yalnızca kendileri için moda yaratmalarına değil, aynı zamanda toplumsal değişime katkıda bulunmalarına teşvik ettiğini iddia eder.

Şimdiye kadar çeşitli şekillerde moda ile ilişkilendirilen zanaat aktivizmi McGovern ve Barthes’ın çalışmasında moda endüstrisini sorumlu tutmak için bir araç olarak ele alınmıştır (2022). “Visible Mending, Street Stitching and Embroidered Handkerchiefs: How Craftivism is Being Used to Challenge the Fashion Industry”⁹ isimli bu çalışma moda endüstrisindeki sorunlara işaret etmek için zanaat aktivizminin nasıl kullanıldığına dair bir inceleme olarak gerçekleştirilmiştir (McGovern & Barnes, 2022). Zanaat aktivizminin hem bireysel hem de kolektif biçimlerinin örneklerinden yararlanan bu makale, zanaat aktivizminin yalnızca dünya çapında moda ve tekstilin etik kullanımını, tüketimini ve üretimini harekete geçirmenin bir aracı olarak değil, aynı zamanda dünya çapında moda endüstrisini Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri tarafından vurgulanan temel meselelere karşı sorumlu tutmak için bir araç olarak incelemiştir. Bu çalışma zanaat

⁹ Kaynağın ismi “Görünür Onarım, Sokak Dikişi ve İşlemeli Mendiller: El Sanatları Moda Endüstrisine Meydan Okumak için Nasıl Kullanılıyor” olarak tercüme edilebilir.

aktivizminin, moda endüstrisinin dönüştürülmesi için bir model olarak kullanılabilirliğini incelemektedir (2022).

Yukarıda ele alınan araştırmalar, zanaat aktivizminin toplumsal ve bireysel düzeylerde geniş bir yelpazede etkili bir araç olduğunu ortaya koymaktadır. Busch'un tez çalışmasında ise zanaat aktivizminin, bireylerin aktif katılımcılara dönüşmesi yolundaki stratejilerden biri olarak ele alındığı görülmektedir. McGovern ve Barnes'ın çalışmasında da zanaat aktivizmi, moda endüstrisindeki etik sorunlara dikkat çekmek ve endüstriyi Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri doğrultusunda sorumlu tutmak için bir araç olarak ele alınmıştır. Zanaat aktivizmi, bireylerin yaratıcı süreçlere katılımını teşvik ederken aynı zamanda demokratik katılımı artıran, sosyal adaleti destekleyen ve etik farkındalığı geliştiren bir yöntem olarak işaret edilmektedir. Örneklerde görüldüğü gibi zanaat aktivizmi toplumsal pek çok konuda işlevsel bir araç olarak ele alınmıştır. Bu çalışmalar, zanaat aktivizminin sanat eğitimi, sosyal hizmetler, sürdürülebilir moda ve kamusal sanat gibi farklı bağlamlarda nasıl kullanıldığına dair güçlü örnekler sunar. Bu yaklaşımlar örnek çalışmaları tanımlamak ve eylemleri tasarlamak için araştırmacıya genel bir çerçeve sağlamıştır.

3.3. Modaya Katılım İçin Zanaat Aktivizmi

Zanaat aktivizminin pek çok konuda bir strateji olabildiği önceki bölümde ele alınmıştır. Bu doğrultuda zanaat aktivizmi değişim başlatmak için, güçlenme aracı olarak, demokrasi aracı olarak, en önemlisi de bireyin topluma katılımı için kullanılmaktadır. Modaya katılım söz konusu olduğunda zanaat aktivizminin modayla ilgili katılım unsurlarıyla ilişkili şekilde kullanıldığı görülmektedir.

Zanaat aktivizminin temel motivasyonlarından biri üzerinde durduğu konu hakkında bilgi aktarımı, bilinçlendirme gibi bilişsel unsurlar olmaktadır. Modayla ilgili bilişsel süreçler düşünüldüğünde moda endüstrisiyle ilgili çeşitli eylemler bilişsel katılımı ilişkili olarak ele alınabilir. Örneğin zanaat aktivizminin moda endüstrisiyle ilgili konularda bilinç yaymak için sıklıkla kullanıldığı görülmektedir. Bunlardan biri moda endüstrisinin adil olmayan üretim

modeline yaratıcı şekilde dikkat çekmeyi amaçlayan “Love Fashion, Hate Sweatshops” isimli minik afişler eylemidir (Craftivist Collective, 2013). Zanaat aktivizmi giyim endüstrisindeki adaletsizliklere ve endüstrinin yarattığı sorunlara dikkat çekmek için sıklıkla kullanılmaktadır. Carole Frances Lung (diğer adıyla Frau Fiber), bisikletle çalışan dikiş makinesini şehrin sokaklarına çıkararak küresel hazır giyim endüstrisindeki suistimaller hakkında kamuoyunun farkındalığını arttırmak amacıyla kendi kıyafetlerini üretmek ve onarmak hakkında eğitimler vermektedir (<https://www.unitedstatesartists.org/artists/carole-frances-lung> Erişim Tarihi: 04.06.2023)(Şekil 19). Lung’ın projesinin bilinç yayma konusunda rol aldığı ifade edilebilir. Lung giyim endüstrisindeki adaletsizliğe dikkat çekmeyi hedefleyerek bireyleri üretmeye teşvik etmektedir (Robertson & Vinebaum, 2016).



Şekil 19. Carole Frances Lung’un “The American Brand” isimli performansı, 2010. Bisiklet gücüyle çalışan dikiş makinesi ile Los Angeles sokaklarında emek performansı, 2010 (<https://www.unitedstatesartists.org/artists/carole-frances-lung> Erişim Tarihi: 12.06.2022)

Modayla ve moda endüstrisiyle ilgili bilgi sahibi olma konusu bilişsel katılımın önemli bir unsurudur. Çalışmanın ilk uygulama bölümü “modayı açmak” konusu üzerinden ele alınmıştır. Öncelikle bölümde moda endüstrisinin kapalı bir sistem olarak tanımlanmasına yol açan yapısı ele alınmıştır. Bu bağlamda üretimin tüketiciden uzak gerçekleştirilmesi, endüstrinin kirli sırlarını küresel kuzeyden uzak tutması gibi unsurların modanın kapalı bir sistem olarak tanımlanmasına yol açtığı konusu üzerinde durulmaktadır. Bir yapıya katılımcı olmakla ilgili olarak modayla ilgili bilgi ve bilinç sahibi olma konuları bu başlık altında ele alınmıştır.

Modayı konu alan çeşitli zanaat aktivizmi eylemleri bireylerin fiziksel olarak katılımıyla yakından ilgilidir. Zanaat aktivizmi bireylerin üretime yönelik eylemleri aracılığıyla gerçekleştiğinden fiziksel katılım ön plandadır. Ayrıca eylemler haricinde bireysel üretime yönelmekle ilgili uygulamalar bu başlık altında yer bulur. 2000’li yılların başında kurulmuş zanaat aktivisti grup MicroRevolt bireylerin bireysel üretime yönelmesi, girişimlerinin desteklenmesi için çeşitli araçlar ve uygulamalar geliştirmiştir (<https://www.microrevolt.org/mission.htm> Erişim Tarihi: 28:03.2024). MicroRevolt’un geliştirdiği ve projelerinde kullandığı araçlardan biri şirketlerin logolarını örgü desenlerine dönüştürmek için ürettikleri “Knitpro” isimli dijital araçtır (Şekil 20). Topluluk amaçlarını; insanları kendi ürünlerini üretmelerine teşvik etmek ve şirketleşmiş markaları gölgeleyerek tüketim karşıtı bir mesaj yaymalarına yardımcı olmak olarak tanımlamaktadır (Rall & Costello, 2010). Bireysel üretime yönlendiren diğer eylem örnekleri de bulunmaktadır. Sekules tarafından başlatılan “Mendmarch” hareketi de insanları bireysel üretime yönlendiren bir zanaat hareketidir. “Counterfeit” projesi de benzer şekilde moda endüstrisindeki adaletsizliklere dikkat çekmek amacıyla katılımcılarını çanta üretmeye davet etmiştir.



Şekil 20. Microrevolt tarafından geliştirilen Knitpro ile üretilmiş giysiler
(<https://www.microrevolt.org/knitPro.htm> Erişim Tarihi: 06.12.2023)

Çalışmanın ikinci uygulama bölümü “güç dengeleri” başlığı üzerinden katılım ile ilişkilendirilmiştir. Modaya fiziksel katılım temelli bu eylemler ve uygulamalar kullanıcının üreticiye dönüşmesini esas almaktadır. Bireyin dönüşen rolü ise mevcut tüketim odaklı ekonomik modelde bir anlamda tüketicilerin güçlenmesine karşılık gelen literatür ile örtüşmektedir. Bu literatüre göre mevcut moda sisteminde güç endüstrinin elindeyken tüketiciler kendilerine biçilen tüketim davranışının ötesine geçtikçe güç sahibi olmaya başlar. Bu da güç dengelerinde bir değişime neden olur. Bu nedenle modaya fiziksel katılım “güç dengeleri” konusu ile ilişkilendirilerek ele alınmıştır. Zanaat aktivizminin güç konusuyla ilişkisi ise bireylerin sesini duyurma aracı olması ve adaleti sağlama gücü vermesi konuları üzerinden ele alınmıştır.

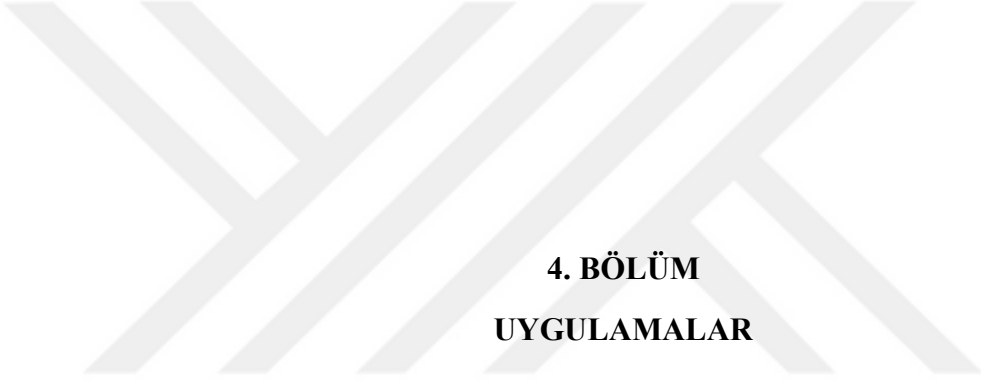
Zanaat aktivizmi bireylerin modaya duygusal anlamda katılım sağlamasında da rol alabilir. Zanaat aktivizminin isim annesi olan Greer insanların tekstillerle bağımlı ele alan bir çalışma gerçekleştirmiştir (<https://deartextiles.com/about/> Erişim Tarihi: 10.04.2023). Anlatılmamış binlerce tekstilin hikayesini ortaya çıkarmak için başlattığı bu proje Greer’ın kendi tekstillerinin hikayesini aktardığı ve insanlardan kendi tekstillerinin hikayelerini paylaşmaya teşvik ettiği bir projeye dönüşmüştür (<https://deartextiles.com/about/> Erişim Tarihi: 10.04.2023). Tekstilleri yeni bir gözle değerlendirmeyi öneren bu çalışma, kişilerin giysiler ve tekstillerle ilişkilerini yeniden keşfetmeyi ve bağı arttırmayı amaçlamıştır. Benzer

şekilde Fletcher'ın "Local Wisdom" projesi de bireylerin giyim ürünlerine yaratıcı müdahalelerinin esas alındığı bir proje olarak ortaya çıkmıştır (localwisdom.info/about Erişim Tarihi: 15.03.2023). Bunun dışında birçok zanaat aktivizmi eyleminin dolaylı şekilde duygusal etmenlerin ortaya çıkmasına imkan verdiği ifade edilebilir. Moda ile ilgili zanaat aktivizmi örneklerine bakıldığında bireylerin kimi zaman bilinçlenerek davranış değişikliğine teşvik edildiği görülürken kimi zaman doğrudan şekilde üretime yönlendirildikleri eylemler şeklinde gerçekleştikleri görülmektedir. Hem bilişsel katılıma hem de fiziksel katılıma teşvik eden eylemler düşünüldüğünde düşünsel süreçlerle gelen duygusal süreçlerin de varlığı görülebilir. Örneğin bilgi verme ve bilinçlendirme amaçlı eylemler kimi zaman bireylerin duygularına hitap ederek sürdürülebilir davranışa yönelmenin ortaya çıkmasına yol açabilir. Bu konuya örnek olarak Corbett, fiziksel katılımın duygusal ve bilişsel katılımı getirebileceğine dair görüşlerini ifade eder. Corbett, giysi üretimi ve onarım gibi pratikleri öğrenmenin giysi üretmek için ihtiyaç duyulan zaman ile becerinin farkına varılmasını sağladığını iddia etmektedir. Bu farkındalık, bireylerin hızlı moda endüstrisini sorgulamasına ve etik olmayan bu üretim sistemine dahil olmama seçeneklerini kullanmasına imkan sağlar (Fitzpatrick, 2018: 37).

Duygusal unsurlar özellikle sosyal bir varlık olarak insanların oluşturduğu topluluklarda aidiyet hissetme, desteklenmiş hissetme gibi unsurlarla ilişkili olarak ortaya çıkabilir. Bu hisler, bireylerin topluluk içinde güvenli bir yer bulmalarını ve bu sayede daha anlamlı sosyal ilişkiler geliştirmelerini sağlar (Costin, 2008). Sürdürülebilirlik gündemiyle ilişkili olarak topluluk oluşturmak ve topluluğa dahil olmak olguları alternatif bir modanın inşası için ön plana çıkmaktadır. Moda odağındaki uygulamalarda birlikte üretmek, yardım için üretmek gibi topluluk oluşturmaya yönelik destekleyici davranışların bireyselliğe dayalı tüketicilikten daha anlamlı bir moda deneyimi getireceği iddia edilir (Hur & Beverley, 2011). Bu tür bir dönüşüm, moda ürünlerinin kullanıcılar için sadece işlevsel değil, aynı zamanda duygusal bir anlam taşımasını da sağlayabilir. Çalışmanın birliktelik ve topluluk oluşturmak gibi temalardan yola çıkılarak oluşturulmuş üçüncü uygulama bölümü "topluluğa dahil olmak" başlığı altında ele alınmıştır. Topluluğa dahil olmak meselesi kolektif olarak

gerçekleştirilen eylemlerin duygusal bağ ve duygusal katılım yaratabileceği düşüncesinden yola çıkılarak seçilmiştir.





4. BÖLÜM

UYGULAMALAR

4. BÖLÜM

UYGULAMALAR

4.1. Zanaat Aktivizmi Çalışmalarım

Bu bölümde araştırmacının moda ve giysilerden bağımsız olarak çeşitli meselelerle ilgili kişisel kaygılarını zanaat aktivizmi çalışmalarına dönüştürme denemelerine yer verilmiştir. Tüm çalışmalarda ortak şekilde işleme tekniği kullanılmıştır. Yine çalışmalarda ortak şekilde tartışmaya açmak ve dikkat çekmek istenilen konular, kelimeler ile metinler üzerinden ele alınmıştır.

4.1.1. Doomscrolling/Felaket Kaydırması

2020 yılında başlayan Koronavirüs Pandemisi özellikle insanların evlerine kapandığı, dünyadaki gelişmeleri takip etmek için telefonlarına sarıldığı-bir dönem olmuştur. Sosyal medya ise yoğun biçimde dünyayla ilgili bilgilere ulaşmak için ana kaynağa dönüşmüştür. Sosyal medya aynı zamanda kötü haberlere ulaşmada da bir köprü görevini görmüştür. Telefonlar aracılığıyla hastalığın yaygınlığının artması ve vaka sayılarının gün geçtikçe çoğalmasına dair birçok habere ulaşılmıştır. Sürekli kötü haber almak insanlar arasında bir nevi bir bağımlılık yaratmıştır. Bu bağımlılık, dünya genelinde “doomscrolling” ismiyle tanımlanmış ve 2021 yılında yılın sözcüğü olarak seçilmiştir. Doomscrolling olarak tanımlanan bu kötü haber bağımlılığı Türkçe kaynaklara "felaket kaydırması" olarak geçmiştir. Kötü haberler sadece pandemi kaynaklı değil; ekonomik kriz, doğa felaketleri ve çevresel yıkım haberleri olarak da görülmektedir. Gündemden haberdar olmak ne kadar modern, gündelik yaşamın önemli bir parçası olsa da bu haberler kişilerin ruh sağlığı üzerinde olumsuz etkiler yaratmaktadır.

Araştırmacı 2021'de yılın kelimesi seçilmiş olan ve araştırmacının tesadüfen karşılaştığı doomscrolling kavramını daha fazla araştırdığında doğa meraklısı bir twitter kullanıcısı olan Karen Sloan'ın (@karensloan) gönderisiyle karşılaşmıştır. Sloan'ın felaket kaydırmasından vazgeçip doğayla yeniden bağlantı kurmayı öneren postu bir an durup

telefondan uzaklaşarak kişilerin ruh sağlığını düşünmeleri için arkadaşça bir hatırlatma niteliğindeydi. Bunun üzerine araştırmacı kendi yakınlarına arkadaşça bir hatırlatma yapma niyetiyle “Stop doomscrolling and reconnect with nature” yazılı bir çalışma yapmayı planlayarak eskiz hazırlamıştır. Araştırmacı, ardından bu eskizi kumaşa aktarıp dikiş makinesi ile dikerek üretmiştir. Araştırmacı elde edilen bu çalışmayı kendi sosyal medya sayfalarında paylaşmıştır. Bu, hem araştırmacının felaket kaydırmasına mola vermek için bir fırsat olurken hem de kendisine keyifli bir uğraşla geçirilen bir zaman dilimini armağan etmesine olanak vermiştir. Yapılan zanaat çalışmasının sosyal medya aracılığıyla paylaşılması doomscrolling kavramına yeni bir anlam yüklenerek bunun bir eyleme dönüşmesini sağlamıştır.

Bu çalışma 20x30 cm’lik Amerikan bezi üzerine yapılmıştır. Öncelikle kumaşın üzerine serbest şekilde tekstil kalemi ile bir çizim yapılmış, ardından dikiş makinesi kullanılarak çizilen desen kumaşa aktarılmıştır. Çizilen desen için iki renk kullanılmış, desen dikiş makinesi ile işlenirken deneysel olarak ağaçlara benzeyen küçük detaylar eklenmiştir. Dikiş makinesinin altında farklı yönlerde doğru hareket ettirilen kumaş ile farklı teknikleri içeren çalışma ortaya çıkmıştır. Dikiş makinesinin hızlı çalışma prensibi el dikişinin sağlayamadığı, karalama benzeri hareketlerin uygulanabilmesini mümkün kılmıştır (Şekil 21).



Şekil 21. “Doomscrolling” temalı çalışmanın görüntüsü, Ülker Tatlıdil Şahin, 2022

Araştırmacının ilk uygulaması olan “doomscrolling” herkesi etkisi alan bir kavram hakkında bilinç oluşturmak için yapılmıştır. Üretilen çalışmanın hedef kitlesi araştırmacının sosyal medya hesaplarındaki kişiler olmuştur. Aynı zamanda eylemde başka bir kişinin fikrinin desteklenmesi yoluyla bu eyleme katılım sağlanmıştır. Uygulama sonucunda fikrin sahibi kişinin yapılan bu çalışmayı sosyal medya hesabında paylaşmasıyla da tekstil çalışması daha çok kişiye ulaşmıştır.

4.1.2. Kelimeler

Kelimeler isimli bu seri için araştırmacı içinde bulunulan yüzyılın hızla değişen yapısından, ardı ardına gerçekleşen toplumsal gelişmelerden ve çevresel felaketlerden ilham

almıştır. Araştırmacı kimisi deneyimlenen kimisi ise duyulup görülerek algılanan bu olguları ele alarak ne anlama geldiklerini açıklamak üzere üç kelimelik bir seri hazırlamıştır. Araştırmacı bu seriyi pandemi sonrası yılın sözcüğü seçilen doomscrolling kelimesini duyduktan sonra üretmeye karar vermiştir. Çalışmaya konu olan sözcükler “Doublespeak”, “Ableism” ve “Agnology” kelimeleridir.

4.1.2.1.Doublespeak

Bugün birçok kişi medya tarafından yapılan kitlesel algı yönetiminin farkındadır. Oldukça yaygın biçimde uygulanan manipülasyon tekniklerinin birden fazla türünün bulunduğu bilinmektedir. “Doublespeak” ve diğer adıyla “double-talk” ise bunlardan biridir. Cambridge sözlüğünde “gerçek anlamı olmayan veya birden fazla anlamı olan, gerçeği saklamak amacıyla yaratılan dil” şeklinde tanımlanan “doublespeak” terimi olumsuz eylemleri daha zararsız çağrışımları olan söz öbekleri ile yeniden tanımlama biçiminde kullanılmaktadır. Politika alanında sıklıkla kullanılan bu teknikle insanların düşünce ve davranışlarını biçimlendirmek amaçlanmaktadır. Savaş bakanlığı anlamına gelen Savunma Bakanlığı için kullanılan “savunma” ifadesi, “sivil zayiat” terimi, uluslararası bir kriz sırasında bir istilâdan söz ederken kullanılan “operasyon” terimi, polis memurları tarafından gerçekleştirilen ölümleri ifade etmek için kullanılan “officer-involved shooting” ifadeleri eylemlerin gerçek etkilerini saklamak-yumuşatmak üzerine yaratılmış doublespeak örnekleridir.

Araştırmacı bu çalışma için resim çalışmalarında kullandığı bir havludan yararlanmış; 30x35 cm boyutlarındaki havlunun üzerine mavi bir nakış ipi ile “doublespeak” kelimesini işlemiştir. Harfleri işlemek için basit bir işleme tekniği ve basit harf tasarımı kullanmıştır. Araştırmacı bu tasarım aracılığıyla işlemenin estetik olarak mesajdan daha baskın olmamasını hedeflemiştir.



Şekil 22. “Doublespeak” havlusu, Ülker Tatlıdıl Şahin, 2022

Araştırmacı çalışmayı sosyal medya sayfalarında paylaşıırken; “Kendi gündemimizden tanık olduğumuz “zam değil güncelleme”, “zam değil fiyat ayarlaması” gibi ifadeler ve bunun gibi nice açıklama gerçeğin çarpıtılmasına dayanan manipülasyonun örneklerinden olabilir mi?” notunu eklemiştir. Bu not ile araştırmacı çevresindeki insanları konu üzerinde düşündürmeyi ve hatta onların fikirlerini alabilmeyi hedeflemiştir. Paylaşım yorum almasa da birçok kişi tarafından beğeni almıştır.

4.1.2.2. Ableism

Ableism “engelli bireylere yönelik ayrımcılık veya önyargı” anlamına gelmektedir. Özünde ableism; “fiziksel, zihinsel, gelişimsel engelleri olan insanlara yönelik toplumda tam anlamıyla işlev gösterebilen bireyler olarak var olmaları için ‘düzeltilmeleri’ gerektiği inancı ile karakterize edilmiş bir ayrımcılık yahut önyargı biçimidir. Kavram Türkçe kaynaklarda

“engelli ayrımcılığı” olarak geçmektedir. Bu ayrımcılığın genel olarak; ayrımcı dilin kullanımı, engelliliğe karşı tutum ve apaçık olmayan engelliliği yok saymak gibi biçimlerde gerçekleştiği görülmektedir. Ayrımcı dil “ruh hastası”, “deli”, “geri zekâlı” gibi kelimelerin ve “hasta bunlar, tedavi olmalı” gibi cümlelerin kullanımı ile kendini gösterirken, sorun; kişinin kullandığı kelimelerin ayrımcılık yarattığını fark etmemesi yahut bu ayrımcılığı, dilini değiştirecek kadar önemsememesi ile kendisini göstermektedir. Engelliliğin; üstesinden gelinmesi gereken bir kusur yahut eksiklik olarak görülmesi de en yaygın engelli ayrımcılığı biçimi olarak değerlendirilebilir. Engelliliğin tek başına bir kusur, eksiklik gibi görülmesi pratikte birçok soruna yol açmaktadır. Bu bakış açısı en basit haliyle; engelli kişiyi bir “eşit” olarak değil de “acınacak” alt bir tabakaya ait görmeye sebep olmaktadır.

“Ortada olmayan” engelliliklerin diğerleri kadar ciddiye alınmaması da engelli ayrımcısı sistemin sorunlu davranış biçimlerinden bir diğeridir. Otizm, DEHB, disleksi, çeşitli mental hastalıklar gibi dışarıdan bakınca anlaşılmayan engellilik durumlarına karşı toplumun ön yargısı ve hastalık semptomlarının iyileştirilmesi için işe yaradığı kanıtlanmış ilaç, terapi vb. bilimsel yaklaşımların yine toplum tarafından “gereksiz” görülmesi sonucu bireylerin ihtiyaç duyduğu tedaviye erişememesi ciddi sorunlardır. Yine bu kişilerden nörotipik (“zihinsel, bilişsel, gelişimsel olarak tipik olmak” şeklinde tanımlanabilir) kalıplara uymalarını beklemek absürt olduğu kadar bu kişilere karşı yapılmış ciddi bir zorbalıktır. Bu nedenle kendisinden nörotipik olmasını bekleyen dünyaya uyum sağlaması zorlaşan bu insanlar birçok ciddi ve hayati sorunla karşılaşmaktadır (<https://medium.com/@bresson> Erişim Tarihi: 20.12.2022).

Bu konuda yapılan çalışma için araştırmacı bir maskeyi kullanmayı tercih etmiştir. Maske, koronavirüs pandemisi boyunca günlük hayattaki yerini sağlamlaştırarak ve insanlar için sembolik anlamını değiştirerek yaygınlaşan bir nesne olma özelliği taşımaktadır. Aynı zamanda bu yaygınlık maskenin günlük hayatta son derece olağan bir nesneye dönüşmesine neden olmuştur. Sıradanlaşan ve pandemi dönemi günlük hayatın merkezine yerleşen maske, işleme çalışmasında zemin olarak kullanılmıştır. Maskenin dikdörtgen ve geniş yüzeyi

biçimsel olarak çalışmanın mesajını iletmek için oldukça uygun bir çerçeve görevi görmüştür. Maskenin üzerine pembe bir iplikle “doublespeak” çalışmasında kullanılan basit işleme tekniğinden ve harf tasarımından yararlanılmıştır. Maskenin yalınlığı ve harflerin sadeliğinin güzel bir uyum oluşturduğu düşünülmektedir (Şekil 23).



Şekil 23. “Ableism” maskesi, Ülker Tatlıdil Şahin, 2022

4.1.2.3.Agotology

Araştırmacı bu çalışmada; ilk öğrendiği anda yoğun şekilde ilgisini çeken Agnotoloji sözcüğünden yola çıkmıştır. Terimle ilgili bilgiler bbc.com haber sitesinin “Menfaat gereği cehalet yaymayı inceleyen bilim” başlıklı yazısından elde edilmiştir (https://www.bbc.com/turkce/haberler/2016/01/160107_vert_fut_agnotoloji_bilgisizlik_bilimi Erişim Tarihi: 22.11.2022). Üretilen çalışma, web sitesinden alınan bilgilerin

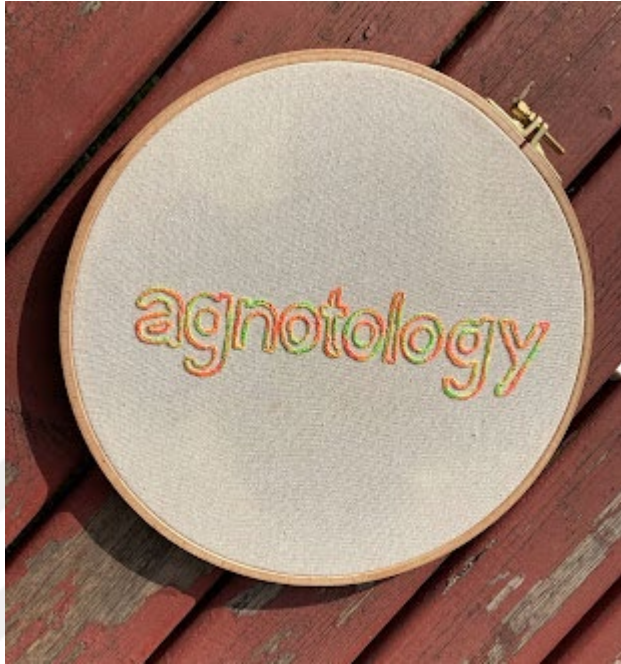
düzenlenmesi sonrasında aşağıdaki iki paragraf şeklinde araştırmacının sosyal medya hesabında paylaşılmıştır.

Agnotoloji veya diğer adıyla bilgisizlik bilimi bir ürünü satmak ya da çıkar elde etmek için kasıtlı olarak kafa karışıklığı ve yalan bilgi yaymanın incelenmesi anlamına gelmektedir. Agnotoloji Neoklasik Yunancada bilgisizlik anlamına gelen “agnosis” ve varlık felsefesi anlamına gelen “ontology” terimlerinin bir araya getirilmesiyle türetilmiştir. Terim 2005 yılında, sigara şirketleri üzerinde yaptığı araştırmalar sonucu ortaya çıkan bulgulara dayanarak terimi bilim dünyasına kazandıran bilim tarihçisi Robert N. Proctor tarafından ortaya atılmıştır. Proctor’a göre tütün şirketlerinin kullandığı taktikler agnotoloji için oldukça ilginç örneklerdir. 1979’da ortaya çıkan sigara ve tütün şirketlerinin kullandığı gizli bir talimata göre 1969’da Brown & Williamson tütün şirketi Sigara ve Sağlık Önerileri başlıklı bir yazı yayınlamıştır. Bu yazıda firma, sigara karşıtı kampanyaların üstesinden gelmek için büyük tütün şirketlerinin uyguladığı taktiklerden söz etmektedir. Metindeki önemli noktalardan biri, sigaranın kitlelere nasıl pazarlanması gerektiği ile ilgili olarak genel kamuoyunun kafasındaki olgusal gerçeklerle başa çıkmanın ve bu konuda ihtilaf yaratmanın en iyi yolunun şüphe yaratmak olduğu ifadesiydi.

Bu bilgilerin ortaya çıkması üzerine Stanford Üniversitesi’nden bilim tarihçisi Robert Proctor tütün şirketlerinin uygulamaları ve sigara içmenin kansere yol açıp açmadığı konusunda kafa karışıklığı yaratma girişimlerini araştırmaya başlamıştır. Proctor, tütün sanayisinin, tüketicilerin sigaranın zararlarını öğrenmesini istemediğini ve sigara içmenin sağlık üzerindeki zararlı etkileri konusundaki gerçekleri bulandırmak için milyarlar harcadıklarını ortaya koymuştur. Bugün dünyada sigara endüstrisinin yanında gıda endüstrisi başta olmak üzere çeşitli endüstrilerin kendi çıkarları doğrultusunda sonuç veren yanı sıra araştırmalara sponsor olduğu bilinmektedir. İklim değişikliğinden genetiği değiştirilmiş organizmalara ve kanser araştırmalarına kadar pek çok alanda gerçek ile gerçek olmayan arasında toplum manipülasyonunun sürdüğü görülebilmektedir. Proctor’a göre, bilgisizliğin yayılması için sıklıkla başvurulan stratejilerden en temeli dengeli tartışma örtüsü yaratmaktır.

Bu stratejiye göre iki farklı görüşün her zaman rasyonel bir sonuca ulaşmayacağı fikri üzerinde durulur. ‘Dengeleme’ adı verilen bu yöntemle bütün şirketleri ya da bugünkü iklim değişikliği inkârcıları, mevcut konularda iki farklı temel görüş olduğu, yani ‘uzmanların hemfikir olmadığı’ algısını yaratmaktadır. Bu şekilde yanıltma amaçlı bir strateji ile kitlesel boyutta gerçeğin yanlış bir şekilde resmedilmesi, yani bilgisizliğin-cahilliğin yaratılması ve yayılması amaçlanmaktadır (https://www.bbc.com/turkce/haberler/2016/01/160107_vert_fut_agnotoloji_bilgisizlik_bilimi Erişim Tarihi: 22.11.2022)

Bu çalışmada araştırmacı yüzey olarak günlük bir nesne kullanmak yerine Amerikan bezi kullanmıştır. Çalışmada tasarımın uyumlu olması istendiğinden işleme için kullanılan iplikte aynı kalınlık değerine sahip olan bir font tasarımı yapılmıştır. Düz renkte bir iplik yerine renk geçişleri olan bir iplik kullanılmıştır. 30x30 cm ölçüdeki bu çalışmada her bir dikiş adımının zincir şeklinde oluşturulduğu zincir dikiş tekniği kullanılmıştır. Kullanılan fontun belli bir kalınlığa sahip olması sayesinde geçişli ipliğin renk değiştirme özelliğinin daha rahat şekilde sergilenebildiği düşünülmektedir. İşlemeyi gerçekleştirmek için kullanılan kasnağın kendisi tasarımın bir parçası olarak çalışmayla bir bütün halinde sunulmuştur (Şekil 24).



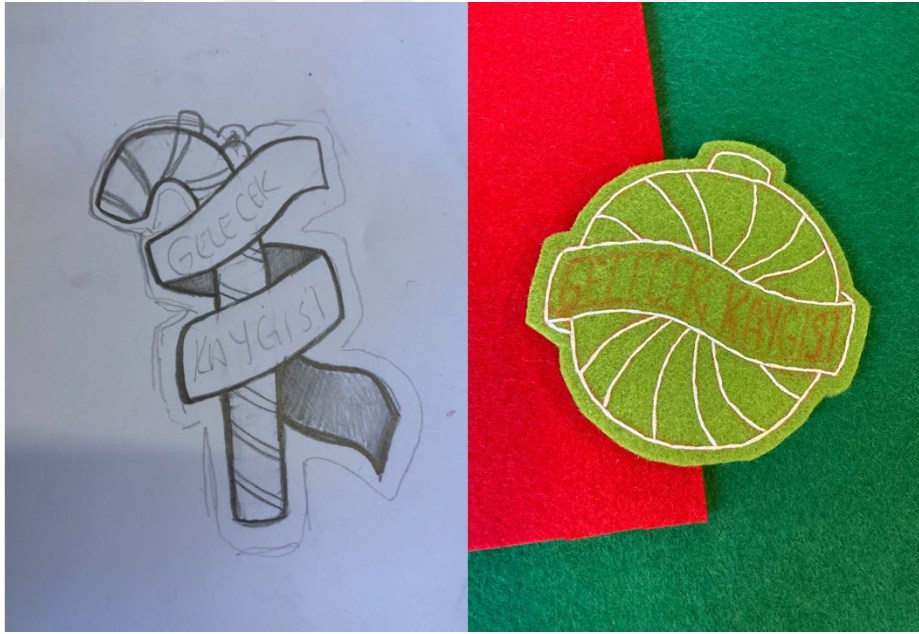
Şekil 24. “Agnotology” işlemesi, Ülker Tatlıdıl Şahin

4.1.3. Yeni Yıl Kaygıları

Araştırmacı Türkiye ekonomik krizinin yükselişe geçtiği 2021 yılının sonlarına doğru gerçekleştirdiği bu çalışmada krizin etkilerini esprili bir dille yansıtmayı amaçlamıştır. Özellikle Türk gençlerinin gelecek kaygısını yoğun olarak deneyimlediği düşünülerek çalışma bir çam ağacı süsü serisi olarak hazırlanmıştır.

Çam ağacı süsleri için keçe tabakalarından yararlanılmıştır. Yılbaşının ruhunu yansıttığı düşünülen renklerden faydalanılarak yeşil ve kırmızı renkler seçilmiştir. Tabaka keçelerden yılbaşı ağacı süsü, yılbaşı kurabiyesi ve baston şeker şeklinde 3 süs tasarlanmıştır. Öncelikle çeşitli eskizler oluşturulmuş, beğenilen eskizler kumaş kalemi yardımıyla keçe yüzeye aktarılmıştır. Tasarımların üzerine ekonomik krizin etkilerini yansıttığı düşünülen “hayat pahalılığı”, “gelecek kaygısı” ve “kredi borçları” ifadeleri eklenmiştir. Sonuç olarak

yaklaşık 10x12 cm boyutlarında 3 adet obje üretilmiştir. Objeler üzerinde kullanılan işleme tekniği iki ipliğin aynı anda kullanılmasını içeren basit olmayan bir işleme tekniği olarak tasarlanmıştır. Öncelikle düz dikiş (straight), geri dikiş (backstitch) gibi teknikler kullanılmasına rağmen bu tekniklerle istenilen görüntü elde edilememiştir. Küçük yüzey alanında oluşturmak istenilen harfler için bu teknikler yetersiz kalmıştır. Bu nedenle daha karmaşık olan bir teknik olan kordon tekniği kullanılmıştır. Bu teknik tıpkı bir dikiş makinesi mantığıyla çalışmaktadır. Kordon olarak üstte kalın bir iplik, alt yüzeyde ise bu kordonu tutacak ayrı bir iplik kullanılmıştır. Üstteki kordon ile istenilen şekil verirken alttaki ince iplik ile harflere köşe ve kavis vermek istenilen noktalarda malzemenin yüzeyine çıkarak kordon sabitlenmiştir (Şekil 25).



Şekil 25. Tasarımlara ait bir eskiz örneği ve üretim sürecinden bir fotoğraf, Ülker Tatlıdıl Şahin

Araştırmacı bu çalışmada eski yıl ile geride bırakmayı umut ettiği sorunları estetik objeler haline getirerek diğer insanlarla paylaşmayı amaçlamıştır. Bu çalışma ile üzerinde yaşanan toprakların herkesi ilgilendiren sorunlarını dile getirilmiş ve birlikte daha iyi

koşullara doğru gelişme dileği ortaya konulmuştur. Çalışma, sanal ortamda paylaşılmaktansa önceki sergileme biçimlerinden farklı olarak bu defa kamusal bir alanda paylaşılmıştır (Şekil 26). Eserler çalışılan okulun ortak alanına yerleştirilmiş bir yılbaşı ağacının üzerine asılarak sergilenmiştir. Çalışmaları yerleştirdikten sonra gören kişilerden esprili ve güzel olduklarına dair sözlü yorum alınmıştır.



Şekil 26. Yılbaşı ağacına yerleştirilmiş süslerin görüntüsü, Ülker Tatlıdil Şahin 2021

4.1.4. Hülya Antoinette

Hülya Avşar 2021 yılında Türkiye'deki ekonomik koşullar hakkında yaptığı bir yorum ile gündeme gelmiştir. Avşar, ekonomik kriz hakkında “ay biz bu saatten sonra simit

mi yiyeceğiz? Gerekirse yenecek, ama bu günleri de kolay atlatacağız.” şeklinde bir açıklama yapmıştır. Hülya Avşar’ın yaptığı bu yorum sosyal medyada tepkilere neden olmuştur. İnsanlar Avşar’ı ait olmadığı bir ekonomik kesime gerçekçi olmayan bir yorum yapmakla eleştirmiştir. Bir kişi bir internet paylaşımında Hülya Avşar’ı “Ekmek bulamıyorlarsa pasta yesinler” sözünün sahibi Maria Antoinette’e benzetmiştir. Araştırmacı da bu benzetmeden yola çıkarak “Ay biz bu saatten sonra simit mi yiyecez!” sözünü işlediği bir tasarım yapmıştır. Tasarım için iki farklı renkte iplikten yararlanılmıştır. Çalışmanın metni el yazısı ile serbest şekilde doğrudan kumaşın üstüne çizerek oluşturulmuştur. Metni desteklemek adına simit imgesi kullanılmış ve imge ikiye bölünerek metnin altına ve üstüne yerleştirilmiştir (Şekil 27).



Şekil 27. “Ay biz bu saatten sonra simit mi yiyecez!” işlemeli çalışma ve detay görüntüsü, Ülker Tatlıdil Şahin

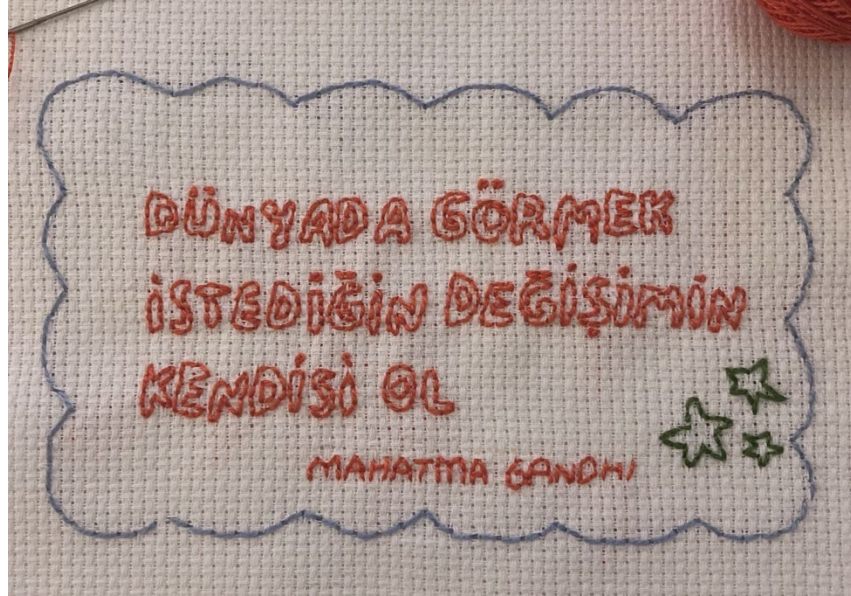
Bu bölümdeki zanaat aktivizmi uygulamaları araştırmacının ilk uygulamalarıdır. Bu uygulamalar zanaat aktivizmi bakış açısıyla hangi konuların ele alınabileceğinin

düşünülmesi ile ortaya çıkmıştır. Bölümdeki her bireysel uygulama farklı bir konuyu ele almaktadır. Araştırmacının ilk uygulaması olan “doomscrolling” toplumu etkisi alan bir olgu hakkında bilinç yaymak amacı doğrultusunda ortaya çıkmıştır. İkinci uygulama yanlış tanımlamayı anlatan “double-speak” kavramını, diğer çalışma cahillik bilimi kavramını ele almıştır. Zanaat aktivizmi insanların günlük hayatta gördüğü adaletsizliklere cevap verme eylemleri için araç olmaktadır. Ayrıca zanaat aktivizmi bireylerin rahatsızlık duyduğu sorunlara dikkat çekmek için kullanılabilir. Bu çalışmaların tümünde belirli toplumsal sorunlara işaret etmek amaçlanmıştır. Çalışmalar sorunlara işaret etmenin ötesinde, sorunlarla ilgili bilgilendirmeyi, bilinç yaymayı da amaçlamaktadır. Zanaat aktivizmi kişinin günlük hayatta karşılaştığı durumlarda bilinç yayma gibi amaçlarla yaygın şekilde kullanılmaktadır. Kelimeler çalışmasında bilinçlendirme amacıyla konuyla ilgili metin paylaşımları yapılmıştır. Çalışmalarda bilgilendirme amacının haricinde iyi oluş haline de vurgu yapılmaktadır. Doomscrolling çalışmasında ruh sağlığının korunmasına dair bir hatırlatma ve ruh sağlığının önemine vurgu yapılmaktadır. Tercih edilen kelimelerin İngilizce kelimeler olması İngilizcenin ortak evrensel dil olması nedeniyle gerçekleşmiştir. Özellikle İngilizce kelimeler bulmak üzerine çalışılmasa da yılın kelimesi seçilen kelimelerin İngilizce olarak ortaya atılması ve kavramsallaştırılması nedeniyle bu kelimeler original şekilleriyle kullanılmıştır.

Yapılan ilk çalışmaların hedef kitlesi genel olarak araştırmacının sosyal medya hesaplarındaki kişiler olmuştur. Çalışmalar araştırmacının sosyal medya hesabı aracılığıyla paylaşılmıştır. Sosyal medya bireysel kaygıları ve zanaat aktivizmi mesajlarını kolaylıkla yayabilmek için oldukça uygun bir araç olmaktadır. Doomscrolling konulu uygulama başka bir kişinin fikrini desteklemek ve sesini yükseltmesine destek olmak amacıyla kullanılmıştır. Bu eylem sonucu fikrin sahibi kişinin araştırmacının çalışmasını sosyal medya hesabında paylaşmasıyla çalışma daha çok kişiye ulaşmıştır. Uygulamalardan sonra izleyicilerden geri dönüş almak eylemlerin asıl amacı olmasa da bazı eylemler sürecinde izleyicileri düşündürmenin ötesinde fikir belirtmeleri teşvik edilmiştir. Araştırmacı “double-speak” konulu çalışmayı sosyal medya sayfalarında paylaşıırken; “Kendi gündemimizden tanık

olduğumuz “zam değil güncelleme”, “zam değil fiyat ayarlaması” gibi ifadeler ve bunun gibi nice açıklama gerçeğin çarpıtılmasına dayanan manipölasyonun örneklerinden olabilir mi?” notunu eklemiştir. Bu not ile araştırmacı çevresindeki insanları konu üzerinde düşündürmeyi ve hatta onların fikirlerini alabilmeyi hedeflemiştir.

Gerçekleştirilen ilk eylemler büyük boyutta sosyal bir etki gerçekleştirme amacından ziyade araştırmacının toplumsal kaygılara ve sosyal adaletsizliklere dikkat çekmek için gerçekleştirdiği küçük adımlar olma niteliği taşımaktadır. Fitzpatrick küçük ölçekli zanaat aktivizmi eylemlerinin büyük toplumsal değişimler yaratmaktan ziyade değişim yaratmayı öğrenme yolunda önemli ilk adımlar olduğunu iddia eder (2018). Gerçekleştirilen her eylem, hem üretim sürecinde gerçekleşen düşünsel süreçler, hem beceri gelişimi, hem de kaygıların yaratıcı yolla dışa vurulması ve bu yolla sosyal etkileşime girilmesi doğrultusunda araştırmacıya toplumda görmek istediği değişimi yaratabileceğine dair inancın yeşermesine imkan vermiştir.



Şekil 28. İşleme Çalışması, Dünyada Görmek İsteddiğin Değişimin Kendisi Ol, Ülker Tatlıdil Şahin, 2024

4.2. Modayı Açmak

Bu bölümde moda katılım ile ilişkilendirilen “modayı açmak” başlığına bağlı olarak gerçekleştirilmiş zanaat aktivizmi uygulamalarına yer verilmiştir. Çalışmanın bu kısmında mevcut moda sisteminin tekelleştirdiği üretim bilgisini ve endüstrinin şeffaf olmayan üretim modelini şeffaflaştırmak “modayı açmak” başlığı altında ele alınmaktadır.

Mevcut moda sisteminin özellikleri incelendiğinde öne çıkan bir konu modanın açıklığı meselesidir. Bu mesele, birçok araştırmacı tarafından vurgulanmakla birlikte modanın endüstriyelleşmiş üretim modelinin tüketicinin müdahalesine izin vermeyen kapalı bir sistem olduğu düşüncesinden çıkmaktadır. Giyim ürünlerinin günümüzdeki yaygınlığa ve ucuzluğa ulaşması Endüstri Devriminin endüstriyel modayı ortaya çıkarmasına kadar uzanmaktadır. Endüstriyel moda her ne kadar modayı demokratikleştirmiş olsa da aynı zamanda giysilerin üretilmesi görevini tamamen endüstriye devretmiştir. Bu şekilde giysileri üretmek endüstrinin işiyken giysilerle ilgili üretim pratikleri tüketicilerden uzak pratikler haline gelmiştir (Holroyd, 2013: 84). Hızlı moda kalitesiz giyim ürünleri sunmanın yanında tamire, sonradan müdahaleye imkan vermeyecek bir tasarım anlayışına sahiptir. Giyim ürünleri kullanıcının sonradan müdahalesine izin vermeyen ürünler olarak üretilmektedir. Bugünün tüketim sistemi, hazır giyim ürünlerinin yenilenmesi yerine elden çıkarıp yenisinin alınmasının daha kolay olduğu bir düzen üzerine kurulmuştur.

Mevcut moda endüstrisinin giyim ürünlerinin tümünü hazır ürünler olarak sunması ve giyim ürünlerinin bu müdahale edilemezliği moda sisteminin kapalı bir sistem olarak tanımlanmasına yol açar. Endüstriyel üretim modeli içinde giyim ürünleri giyenin ürüne müdahale etmesine izin vermeyen şekilde üretilip tüketicilere “kapalı” ve “tamamlanmış”, ve hatta neredeyse dokunulamaz-müdahale edilemez statüdeki ürünler olarak sunulmaktadır (Fletcher, 2014). Holroyd modanın Endüstri Devrimi’yle birlikte (kullanıcıları kendi giysilerini üretmeye yabancılaşmasına sebep olmakla sonuçlanan) kapalı bir üretim modeli haline gelmesini “kapanış (enclosure)” olarak tanımlar (2013: 232). Busch da mükemmelleştirilmek üzere optimal düzeyde sadeleştirilmiş bu endüstriyel üretim ve

tüketim modelini “overloklanmış üretim modeli (overlocked mode of production)” olarak tanımlar¹⁰ (2012).

Üretimle tüketicinin tamamen birbirinden uzaklaştırılmasıyla ortaya çıkan kopuş tüketicinin bilgisiz olduğu bir durumla sonuçlanmaktadır. Dikiş makinesi tamir servisleri, terziler, tuhafiyeler marjinalleştirilerek giysi satan mağazalardan uzaklaştırılmış, yani giysilerin bakımı ve onarımı ile ilgili işyerleri izole hale getirilmiştir. Bu yüzden modayı tüketimci değerlerden bağımsız şekilde deneyimlemek imkansız hale gelmiştir (Fletcher, 2015: 19). Yani insanların giydikleri ürünlere müdahalesi tamamen marjinalleştirilmiştir. Açıklıkla ilgili ortaya çıkan deneyimin paylaşılması sadece üretimin tüketiciye geçmesi olan “üretimle dair bilginin paylaşılması” ile değil aynı zamanda endüstriyle ilgili gerçeklerin paylaşılmasıyla ilgili olarak da ortaya çıkmaktadır. Şeffaf iş modellerine sahip olmayan günümüz moda endüstrisi çoğu moda kullanıcısının bilgi sahibi olmadığı kapalı bir sistemdir. Emek yoğun bir sistem olan moda endüstrisi çok sayıda çalışanın adil olmayan şartlarda üretim yapmasıyla işleyen bir sistem olarak inşa edilmiştir. Fakat modanın adil ve sürdürülebilir olmayan şartları çoğu zaman tüketicinin gözü önünden uzak gerçekleşir. Tüketiciler sistemin dışına itilip üretme becerisinden uzaklaşırken üretimle ilgili diğer tüm bilgilerden de kopuk yaşar. Endüstri, tasarlama ve üretme pratiğini kontrol altında tutup sözde “profesyonelleştirerek” tüketicilerin; giysilerin nasıl, hangi malzemeden ve kimler tarafından üretildiğine dair mümkün olan en az bilgiye sahip olduğu bir endüstri yaratır (Fletcher, 2014).

Tüketicilerin yaratıcı şekilde modayla etkileşime girmesi, tekrar aktif konuma gelmesi ise kapalı olarak tanımlanan bir sistem olarak modayı açmakla ilişkili şekilde ele

¹⁰ Bu metafor, ismini mükemmel şekilde bitirilmiş kitlesel üretim modelinin giysilerinde kullanılan overlok dikişinden alır. Bu tasarım anlayışı; kapalı, korunmuş, efektif, hızlıdır, fakat modifikasyona ve kullanıcı müdahalesine kesinlikle izin vermez (Busch, 2012)

alınmaktadır. Bu bağlamda modayı açmak, kapalı bir sistem olarak sunulan giysilerin bütünlüğüne müdahale etmek anlamına gelmektedir. Bu bağlamda Holroyd modayı “ortak bir alana (a common land)” benzeterek tüm bireylerin bu alana erişimi üzerinden modanın açıklığı meselesine vurgu yapar. Holroyd açık moda metaforu ile açık bir modaya sahip olmanın önemini ifade eder. Modanın açılması gerekliliğini; çünkü kimlik oluşumu için mevcut kapalı modanın bir sınırlama teşkil ettiğini ve insanların birbirleriyle iletişimi için açık modanın daha etkili olacağını iddia etmektedir (Holroyd, 2017). Modayı açmak, endüstrinin bilinçli olarak sakladığı sırların açığa çıkarılması anlamını da ortaya çıkarmaktadır.

Günümüzde araştırmacılar modayı açmak ve tüketicileri modanın üretim modeline dahil edecek şekilde güncellenmesi üzerine sayısız uygulamalı araştırma yapmaktadır. Günümüzde endüstriyel üretim modeli bireyi üretimin ve yaratımın dışına itmiş olsa da yakın zamana kadar giysi üretimi insanlar için yaygın şekilde günlük bir aktivite olmuştur (Fletcher, 2014). Açık kaynak moda kavramı da tüketicinin üretim ve tasarım süreçlerine çeşitli şekillerde dahil olduğu bir moda anlayışını önermektedir. Açık Kaynak Moda şeffaflığa, ortak bir anlayışa ve tüketicilere olanak sağlamaya yönelik önemli bir adım olarak görülür (Openwear, 2010). Açık Kaynak Moda, popülerlik kazanmakta olan dikiş talimatlarını da içeren indirilebilir giysi kalıplarının paylaşılmasını içerebilmektedir (A.-L. Hirscher, 2013). Ayrıca Fletcher açık kaynak tasarımın moda için daha kapsayıcı ve daha katılımcı bir model önerdiğini; açık kaynak modellerinde insanların aktif olmaya yatkın şekilde belirli amaçlar doğrultusunda hareket edebildiklerini iddia eder (2014: 224).

Açıklık konusu sadece moda ile ilgili olarak değil kendi başına bir kültürel değişim olarak da gerçekleşmiştir. Busch açıklık kültürünün gelişiminin ilk olarak endüstriyel üretim modellerine karşı gerçekleştiğini iddia eder. Endüstriyellemenin üretimi tekelleştirip büyük fabrikalara ve üreticilere dönüştürmesi üretim ve tüketim arasında bir kopuş yaratmıştır. Endüstriyel üretim modelinden bağımsızlaşmanın yeni biçimleri internet aracılığıyla yaygınlık kazanırken yirminci yüzyılın sonlarına doğru gelişen çeşitli “açık”lık biçimleri, “iş

bölümüne (divisions of labour)”¹¹ karşı zaman geçtikçe daha da güçlenen genel bir cevap ya da direniş olarak görülebilir (Busch, 2012). Açıklık kültürü doğmuş, “açıklık” ve açık kaynak gibi olgular ortaya çıkmıştır. Tüm açık kaynak girişimleri -ki çoğu internet sayesinde mümkün olmuştur- Youtube, Vikipediya, bloglar dahil olmak üzere, insanların becerilere sahip olduğu ve bu becerileri paylaşmak istedikleri; çeşitli otorilere bağlı kalmadan başarılı şekilde büyük ölçekli projelerde yer alabilecekleri gerçeğinden ortaya çıkmıştır (Fletcher, 2014). Bu girişimler şirketlerden tüketicilere doğru gerçekleşen tek yönlü bilgi akışına müdahale etmişler, bunun yerine malzeme yeniden kullanımı ve yenilik gibi alanlar için yeni üretim akışları sağlamıştır (Fletcher, 2014). Bu dönemde sıradan insanlar üretici olmaya başlamaktadır. Yani pasif olarak tanımlanan aktörler aktif aktörlere dönüşmektedir. Bireyler yazılımların ucuzlaması ve üretim araçlarının halka açılmasıyla bilginin ve ürünlerin üreticilerine dönüşmüşlerdir. Bütün alanlarda üretimin artması üretici kültürün oluşmasına, bireylerin her alanda aktif kullanıcılara dönüşmesine yol açmıştır (Holroyd, 2013). Üretici kültürün oluşması aynı zamanda bilginin merkezden değil insanların kendilerinden gelen ve birbirleri arasında aktarılan bir şeye dönüşmesine yol açmıştır. Jenkins bireylerin katılımcı olduğu kültürde bilginin deneyimli kişilerden deneyimsizlere aktarıldığını ve “bilginin üretiminin üreticiden tüketiciye geçtiğini” ifade eder (2009: xi). Bilinçlenme anlamında bir “bilginin paylaşılması” da açıklıkla ilgili olarak ortaya çıkar. İnternetin yaygınlaşması insanların üretim modellerinden haberdar olmasını da getirmiştir.

Zanaat aktivizmi ise katılımcılı kültürün açık paylaşımı benimseyen yaklaşımıyla oldukça örtüşmektedir. Açıklık kültürü insanların üretim bilgisi de dahil olmak üzere her türlü bilgi türünün açık şekilde paylaşıldığı bir toplumu yaratmıştır. Zanaat aktivizmi de açıklık kültürünün bu yönünden yaygın şekilde faydalanır. Açık kaynak erişimi zanaat aktivistleri tarafından sıklıkla kullanılan bir paylaşım aracıdır. Açık kaynak üretim kapsamındaki tekstil çalışmaları için güzel bir kaynak MicroRevolt topluluğu tarafından

¹¹ İş bölümü kavramı ekonomik modelde her insanın işin bir parçasını yapması görevini tanımlayan bir kavram olarak ortaya çıkmıştır.

geliştirilen KnitPro uygulamasıdır. KnitPro, dijital görüntüleri örgü, tığ işi, oya ve kanaviçe desenlerine dönüştüren ücretsiz bir internet aracıdır (<https://www.microrevolt.org/knitPro.htm> Erişim Tarihi: 28.03.2024). İstenen tasarımın resimlerinin yüklenmesinin ardından yazılım herhangi bir tür tekstil projesi için kullanılabilir (örgü, işleme gibi) çeşitli boyutlarda tekstil şablonları oluşturmaktadır. Yaratıcılarına göre bu yazılım ile, kalıpları özgürce paylaşan ve bunları nesilden nesile aktaran Sanayi Devrimi öncesi zanaat çevrelerinin geleneğini dijital olarak taklit etmek amaçlanmıştır (<https://www.microrevolt.org/knitPro.htm> Erişim Tarihi: 28.03.2024).

4.2.1. Uygulama: Gerilla Hediyeler

Bu çalışmada araştırmacı modayı açma konusuyla ilgili olarak hem giysiyi açmaya teşvik eden hem de moda endüstrisi hakkında bilinçlendirmeyi amaçlayan bir eylem tasarlamayı amaçlamıştır. Bu niyetle “knowledge dropping” olarak adlandırılan bir teknik kullanılmıştır. Zanaat aktivizminin bilinçlendirme ve bilgi yayma konusunda kullandığı tekniklerden biri “knowledge dropping” olarak adlandırılan rastgele bilgi yayma tekniğidir (<https://badasscrossstitch.substack.com/p/a-craftivism-zine> Erişim Tarihi: 16.08.2022). Modayı açmak konusu etrafında şekillenen bu eylem için “bilgi verme (knowledge dropping)” yöntemi “gerilla iyilik (guerrilla kindness)” yöntemi ile birleştirilerek uygulanmıştır. Gerilla iyilik, gerilla sanatı ile rastgele iyilik hareketlerini bir araya getirerek kullanan bir tekniktir (Lothian, 2018). Gerilla iyilik uygulamaları genellikle küçük el işi eserlerin rastgele şekilde insanlar tarafından bulunması için kamusal alanlara bırakılmaları ile gerçekleştirilmektedir (Lothian, 2018). Bu yöntem ile kamusal alanlara yerleştirilecek objeler tasarlayarak insanlara hem bu objeleri hediye etmek hem de bu hediyelerle onlara moda mesajları ulaştırmak amaçlanmıştır. Üretilen objeler bir QR kod ile şehrin çeşitli yerlerine bırakılmıştır. Bulan kişilerin hediyelerdeki kodu okutup hazırlanan metne erişerek bilgi sahibi olması hedeflenmiştir. İnsanlara ulaştırmak istenilen öğretici mesaj için endüstrinin tüketicileri aldatmak amacıyla başvurduğu yöntemlerden bahsedilmiştir.

Modayla ilgili pek çok konu tüketicilerden uzak gerçekleştiğinden tüketicilerin sektörün üretim modelinde adil ve çevreci olmayan pek çok işleyişle ilgili bilgi sahibi olmadığı bilinmektedir. Bu sorunlar haricinde tüketim modeline dayalı ekonominin “planlı eskitme” stratejisinin moda endüstrisi ile bilinmesi gereken bir strateji olduğu düşünülmüştür. Araştırmacı yeşil yıkama, planlı eskitme, adil olmayan üretim gibi endüstri sırlarına ve sürdürülebilirliğin sistemselsel bir sorun iken nasıl tüketici sorumluluğu gibi gösterilmekte olduğuna işaret etmek istemiştir. İnsanların ilgisini çekebilmek ve onlarla bağ kurabilmek amacıyla objeler, uygulamanın gerçekleştirileceği zaman dilimine uygun olarak yılbaşı temasına uygun şekilde hazırlanmıştır. Bu objeler aynı zamanda dekoratif ve sevimli objeler biçiminde tasarlanarak bulan kişilerin saklamak isteyecekleri hediyeler olmaları hedeflenmiştir. Araştırmacı elindeki artık malzemelerden; kumaşlardan, keçelerden ve ipliklerden yılbaşı ağacı süsü şeklinde hediyeler üretmiştir (Şekil 29).



Şekil 29. Yılbaşı hediyeleri, Ülker Tatlıdil Şahin

Çalışmaların arşivlenmesi için hem bu çalışmanın hem de sonraki çalışmaların ekleneceği bir blog oluşturulmuştur. Kişisel bloglar zanaatlar ile uğraşan kişiler tarafından sıklıkla kullanılmaktadır. Corbett, çalışmalarının oluşturduğu blogda yazılarını ve çalışmalarını arşivlemeye başlamasından sonra görünürlük kazandığını ifade etmektedir (2017). Araştırmacı blog sayfasına önceki bireysel eylemlerini de eklemiştir.

Araştırmacının yarattığı objelerle etkileşime geçen insanlar eylemin etki alanını ve hedefini oluşturmaktadır. Greer seyircileri hazırlıksız yakalamanın, sürpriz unsurunun ve şaşırtmanın zanaat aktivizmi eylemlerinin etkinliği için temel unsurlar olduklarını ifade etmektedir (aktaran Fitzpatrick, 2018: 32).



Şekil 30. Gerilla hediye yerleştirmeleri, Yapı Kredi Müzesi ve Botter Apartmanı,
Ülker Tatlıdıl ŞAHİN

Yerleşim yapılacak mekânların kültürel ve tarihi mekânlar olmasına karar verilmiştir. Bu şekilde objelerin kıymet verecek insanlar tarafından bulunması olasılığını

arttırmak amaçlanmıştır. Araştırmacı, Salt Galata, İstanbul Modern, Atatürk Kültür Merkezi, Arter, Yapı Kredi Kültür Merkezi gibi kültür ve sanat merkezlerine mailler göndererek eylemin niyetini ve nasıl gerçekleşeceğini aktarmıştır. Ulaşılan kurumlardan olumlu yanıt alınamadığından yerleştirme yapılacak mekanlar yeniden planlanmıştır (Şekil 30 ve 31).



Şekil 31. Gerilla hediye yerleştirmeleri, İki farklı kitapçıya yapılan yerleştirmeler, Ülker Tatlıdil ŞAHİN

Eylemin bilgi verme hedefine bağlı olarak her objenin içine “Bu hediye senin. İyi seneler” yazılı ve karekod eklenmiş notlar yerleştirilmiştir. Karekodun bağlı olduğu sayfada hediyeleri bulan kişileri ilgili metin karşılamıştır (Şekil 32). Metinde moda endüstrisinin tüketime yönelten “planlı eskitme” stratejisi ve bilinçli olarak benimsenen düşük üretim kalitesine işaret edilirken kişileri amatör üretime teşvik eden ifadeler de yer verilmiştir. Sayfadaki blog yazısının yorumlar bölümü aracılığıyla metinde hediye bulan kişiler yorum yapmaya teşvik edilmiştir.



Şekil 32. “Mutlu Yıllar” sayfasının görünümü, Ülker Tatlıdil Şahin

Proje için Beyoğlu bölgesinde bulunan çeşitli mekânlara toplamda 8 hediye yerleştirilmiştir. Yerleştirmeleri yaparken hediyelerin sürpriz unsurunu bozmamak adına görülmemek için dikkatli davranılmıştır. Yerleştirmelerden sonra araştırmacının hediyeleri bulan insanları gözlemleme fırsatı olmasa da hediyelere yerleştirilen QR kod tarama sayılarını takip etmek mümkün olmuştur. Sonraki bir haftalık süreçte hediyelerin üzerine bırakılan kodların tarama raporları takip edilmiştir. Bırakılan 8 hediye den hiçbirisi için bulan kişiler tarafından blog gönderisinin altına yorum yapılmadığı görülmektedir. Hediyelerin ve hediyelere iliştirilen notların insanlara ulaşıp ulaşmadığını bilgisine sahip olunamasa da hediyelerle birlikte bırakılan kodlardan yalnızca 6 defa tarama yapıldığı görüntülenmiştir. 8 hediye için yalnızca 6 tarama yapılması en iyi ihtimalle 6 kişiye ulaşıldığını, diğer 2

hediyein kodunun hiç taratılmadığı ve bu bir hediye yoluyla metinlere hiç ulaşılmadığı göstermektedir.

Dijital olmayan, gerçek kamusal alanda gerçekleştirilen bu ilk eylem tamamen bireysel bir eylem olma niteliği taşımaktadır. Zanaat aktivizmi eylemleri kimi zaman çok sayıda insanı kapsayan büyük projeler olabileceği gibi bireysel veya birkaç kişi tarafından gerçekleştirilen eylemler şeklinde de olabilmektedir. Kolektif eylemler çok sayıda insana ulaşma konusunda etkili olabilirken bireysel eylemler de harekete geçmek adına önem taşır. Bireysel eylemler aynı zamanda genellikle bireylerin duygu ve düşüncelerini ifade etmeleri adına oldukça elverişli uygulamalardır. Bireysel eylemler tek başına hareket özgürlüğü tanımakla birlikte özellikle içe kapanık bireyler için uygun bir ifade alanı olmaktadır (Corbett, 2018). Araştırmacı uygulamayı bireysel şekilde gerçekleştirmesi ve insanlarla doğrudan iletişime girmemesi nedeniyle konfor alanında kalarak insanlara dolaylı şekilde de olsa etkide bulunduğunu deneyimlemiştir.

4.2.2. Uygulama: Çocuk İşçiler

Araştırmacı ikinci uygulaması için amacını belirlemeden önce birinci eylemden deneyimleri doğrultusunda daha farklı bir yöntem belirlemeye karar vermiştir. Kamusal alana rastgele şekilde yerleştirilen ve etkileşime geçen kişilerin blog yazısına yorum yapmasının beklendiği ilk uygulamada hiç blog yorumu alınamamıştır. Mesajın uzun olduğu ve insanların QR kodu siber tehlike kaygısıyla okutmak istemedikleri tahmin edilerek diğer eylem gerilla hediyelerden farklı bir yöntemle gerçekleştirilmiştir. Araştırmacı eyleminde daha kısa bir metin ve daha doğrudan bir yöntem aracılığıyla insanlara ulaşmaya karar vermiştir.

Araştırmacının ikinci eylem için seçtiği konu zaman unsuruna bağlı olarak ortaya çıkmıştır. Araştırmacı 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'nın yaklaşması sebebiyle bayram temasına uygun olacak bir konu belirlemek istemiştir. Bu doğrultuda tekstil sektörünün önemli bir sorunu olan çocuk işçiler konusu ele alınarak bir eylem tasarlanmıştır.

Moda ve tekstil sektörünün büyük bir emek sömürsü üzerine kurulu olduğu bilinmektedir. Moda üreticileri, işçilerine haksız ücretler ödeyerek, onları güvenli olmayan çalışma koşullarına maruz bırakarak, iş sağlığı ve güvenliği gerekliliklerini göz ardı ederek, örgütlenme özgürlüğü, örgütlenme hakkı ve toplu pazarlık hakkı gibi işçi haklarını yerine getirmeyerek uzun yıllardır işçilerini sömürmektedir (Ross, 1997). Dünyanın pek çok yerinde tekstil ürünlerinin üretildiği tesislerde çalışan çocuk işçiler de büyük bir insan hakları problemi yaratmaktadır. Araştırmacı bu sebeple eylemi çocuk işçilikle ilgili mesajları içeren minik afişler üretilip bunları kamusal alana yerleştirme yoluyla gerçekleştirmeyi planlamıştır.

Minik afişler ve mesaj veren tekstiller zanaat aktivizminde sıklıkla kullanılmaktadır. Bu eylemi gerçekleştirme fikri, tarihin 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'na yakın olması nedeniyle çocuk işçilere dikkat çekilebileceği fikrinden gelmiştir. Bu çalışma için “Love Fashion, Hate Sweatshops” projesinde kullanılan minik el işlemesi afişlerinden ilham alınmıştır (Craftivist Collective, 2013). Bu nedenle araştırmacı çocuk işçiler konulu küçük tekstiller hazırlamıştır. Çocuk işçiler üzerine yapılan çalışmada mesajların emredici olmayan mesajlar olmasına dikkat edilmiştir. Corbett zanaat aktivizmi mesajlarının bağ kurmayı önceliklendiren mesaj olması gerektiğini ifade etmektedir. Corbett; “Eğer dünyamızın güzel, kibar ve adil olmasını istiyorsak zanaat aktivizmi eylemimizin de güzel, kibar ve adil olması gerektiğini” belirtir (2018). Corbett ayrıca mesajların yapıcı bir yaklaşımla, dikkat çekici ve otoriteyi sorgulayıcı mesajlar hazırlamanın önemini vurgular;

“İnsanları değersizleştirmeden kibarca soru sormaya cesaretlendirmek ve harekete geçmeye teşvik etmek istersiniz. Zanaat aktivizmi çalışmalarınız insanların dikkatini çekmek için sevimli olmalı, keşif için güvenli ve saygılı bir alan oluşturmalı, akıllıca bir mesaj yoluyla çalışmanızla etkileşime geçen insanları statükoyu sorgulamaya teşvik etmeli (Corbett, 2018: 144).”

Araştırmacı mesajlarla ilgili yönlendirmelere dikkat ederek mesajlardan birini kapsayıcı ve dikkat çekici bir 23 Nisan kutlaması mesajı şeklinde, bir diğerini ise kişisel bir iyi dilek şeklinde tasarlamıştır.



Şekil 33. Kamusal alana yerleştirilen 23 Nisan afişleri 2

23 Nisan mesajları etamin kumaş üzerine farklı fontlar ve renklerin kullanıldığı işlemler ile aktarılmıştır. İşleme yapılan kumaşın başka kumaş parçaları üzerine sabitlenmesiyle görsel açıdan dikkat çekici objeler oluşturmak amaçlanmıştır. Mesajlı tekstiller 23 Nisan’da kamusal bir alana yerleştirilmiştir. Yerleştirme yapılacak alan araştırmacının muhiti olan Şişhane bölgesi düşünülerek araştırılmıştır. Yerleştirme yapılacak yerin hem insanların yoğun olarak kullanacağı bir yer olması hem de yerleştirmenin sorun yaratmayacağı bir yer olması hedeflenmiştir. Afişleri kabul edebilecek yol üstü kafeleri, kütüphaneler ve butikler gözden geçirilmiştir. En sonunda mesajların Beyoğlu Belediyesi binasının yanında yer alan Beyoğlu Millet Bahçesi’nin korkuluklarına yerleştirilmesine karar verilmiştir. Afişler kütüphanenin sokağa bakan kapısının sağ ve sol kısımlarına sergilenmek üzere yerleştirilmiştir (Şekil 33 ve Şekil 34).



Şekil 34. Kamusal alana yerleştirilen minik 23 nisan afişleri, Ülker Tatlıdil Şahin

Minik afiş uygulamasının mesajı araştırmacının ilk eylemine kıyasla daha çok kişiye ulaştırdığını varsaymak mümkündür. İlk uygulamada yaklaşık olarak 6 kişinin karekodu okuttuğu bulgusundan hareketle en az 6 kişinin bu mesajı okuduğu varsayılabilir. En iyi ihtimalle mesajı çevresindekilere okutmuş veya oyuncağı yanında tanıdığı bir kimse varken okumuş kişiler aracılığıyla her mesaj birden fazla kişiye ulaşmış olabilir. Fakat minik afiş uygulaması insanların yoğun olarak kullandığı bir yol üzerinde yer alan bir kamusal mekanın kaldırılma bakan korkuluklarına yerleştirilmiştir. Bu sayede bilinçli şekilde mesajları daha fazla sayıda kişiye ulaştırmak amaçlanmıştır. Araştırmacı afişleri yerleştirdikten sonraki yaklaşık 10 dakikalık süreçte alanda bulunmaya devam ettiğinde en az 4 kişinin afişleri okuduğunu gözlemlemiştir. Bu nedenle afişleri gören ve okuyan kişi sayısının günde 4 kişiden fazla olabileceği rahatlıkla varsayılabilir. Minik afişler yerleştirildikleri yerde 25 gün boyunca durmuşlardır. Bu 25 günlük süre boyunca afişler günde en az 4 kişi tarafından

görülse bile toplamda en az 100 kişi tarafından okunduğuna dair bir tahminde bulunmak mümkün olmaktadır.



Şekil 35. Kamusal alana yerleştirilen 23 nisan afişlerini inceleyenlerin görüntüleri, Ülker Tatlıdil Şahin

Uygulamada metinlerin daha fazla kişiye ulaştırılması amacıyla kalabalık bir mekanın seçilmesi oldukça bilinçli bir seçim olmuştur. Ayrıca ilk eylemde araştırmacının edindiği deneyim ikinci eylem için daha kalabalık bir sergilenme alanı seçimi yapmasında etkili olmuştur. Zanaat aktivizmi çalışmaları galerilerde sergilenen sanat eserlerinden farklı olarak yaratıcı ve sınırsız şekillerde sergilenebilir. Örneğin Belaruslu sanatçı Rufina Bazlova ülkesindeki iç savaşı yansıttığı tekstil çalışmalarını her gün yaptığı otobüs yolculuğu sırasında üreterek diğer yolcuların merakını uyandırdığını ifade etmektedir (https://cris.brighton.ac.uk/ws/portalfiles/portal/31410976/The_Red_Thread_Pollen_article_submission_for_Selvedge_141221.pdf Erişim Tarihi: 06.11.2023). Bu eylemin, önceki

eylemle karşılaştırıldığında daha fazla etkileşimi ortaya çıkaran bir eylem olduğu görülmektedir.

Yerleştirme eylemi sonrasında araştırmacı, yerleştirme işlemi sırasında gelen mekan yetkilisi ile eserlerin içeriği ve amacı hakkında görüşmüştür. Ayrıca ürünlerin yerleştirilmesi sonrasında alanda bulunan kişilerin çalışmaları inceledikleri görülmüştür. Araştırmacı çalışmaları inceleyen kişilerden ilki olan orta bir çifte çalışmadaki mesajla ilgili görüşlerini sormuştur. Bu şekilde eylemin kendisi araştırmacının dikkat çekmek istediği mesele için bir diyalog başlatıcı olmuştur. Greer zanaat aktivistlerinin ürettikleri ürünler aracılığıyla insanları çalışmalarının politik ve sosyal anlamı ile ilgili bir diyaloga davet ettiklerini ifade eder (Aktaran Fitzpatrick, 2018: 32). Araştırmacının gerçekleştirdiği eylem moda ile ilgili kaygısını dile getirmek üzere diğer insanlarla bir araya gelip diyaloglar oluşturmasını mümkün kılmıştır.

Araştırmacının endişe duyduğu toplumsal bir konu hakkında diyalog yaratabilmesi kendisi için dönüştürücü bir deneyim olmuştur. İnsanların yoğun olarak bulunduğu bir bölgede kişisel düşünceleri yansıtan mesajları sergilemek kendini içe dönük olarak nitelendiren araştırmacı için oldukça cesaretlendirici bir sürece dönüşmüştür. Araştırmacı kendi moda mesajını dile getirmenin cesaret işi olduğu kadar onun için oldukça da rahatlatıcı olduğunu deneyimlemiştir. Çocuk işçiler meselesi aynı zamanda ekonomi ve isdihtam konularıyla ilişkisi nedeniyle politik bir konu olma özelliğini taşır. Zanaat aktivizmi politik endişelerin dile getirilmesi konusunda bireysel üretim becerilerini bireylere kazandırma gücüne sahiptir (Fitzpatrick, 2018). Toplumsal kaygının bireysel beceri ile vurgulanması aynı zamanda güçlendirici bir deneyim olmuştur.

4.3. Güç Dengeleri

Modaya katılımcı olmakla ilişkilendirilen güç dengeleri konusunun ele alındığı bu bölümde öncelikle modanın içinde güç meselesinin nasıl yer bulduğu anlatılmaktadır. Ticari modanın, tüketicinin rolünü nasıl tanımladığı ve tüketici davranışlarının nasıl güçle

ilişkilendirildiği konularına değinilmektedir. Bölümde bireysel üretime dayalı pratiklerin bireyi tüketici olmanın ötesine taşıdığı ve onu güç-iktidar sahibi yaptığına dair yaklaşımlar ele alınmaktadır. Sonrasında zanaat aktivisti bir davranış türü olarak ele alınan bireysel giysi üretimi incelenmekte ve modayı tüketimin ötesindeki biçimlerde deneyimlemeye yönelik bir zanaat aktivizmi uygulaması gerçekleştirilmektedir.

Güç konusu moda çalışmalarında farklı biçimlerde yer bulur. Bu güç tanımlarından biri bir inanç sistemi olarak modanın birey üzerindeki gücünü tanımlayan yaklaşımdır. Kawamura “Fashion-ology (Moda-loji)” isimli çalışmasında modayı, yalnızca fiziksel bir nesne veya giysi olarak değil, bireylerin zihninde toplumsal bağlamda inşa edilen bir inanış sistemi olarak ele alır (2018). Ayrıca bu inanç sisteminin insanlar üzerinde bir tesire sahip olduğunu vurgular. Bu perspektif, modanın insanlar tarafından algılanan sembolik anlamları üzerine yoğunlaşır ve giysilerin yalnızca maddi objeler olmaktan çıkıp; sosyal iletişim ile kimlik inşası süreçlerinde oynadığı role dikkat çeker. Bu bağlamda moda bir inanç sistemidir; çünkü insanlar belirli bir kıyafetin yalnızca bir giysi olmadığını, aynı zamanda belirli bir moda anlayışının temsilcisi olduğunu düşünür ve buna inanırlar. Örneğin bir kıyafet parçası, belirli bir moda sisteminin parçası olarak tanındığında, giysi maddi değerinin ötesine geçerek sosyal ve kültürel anlamlarla yüklenir. Kawamura aynı zamanda Simmel ve Baudrillard’ın, modanın insan üzerindeki tesirine yönelik olan düşüncelerine de yer verir. Simmel, modayı bir “taklit ve ayrışma” mekanizması olarak tanımlamış; insanların moda aracılığıyla sosyal sınıflarını hem ifade ettiklerini hem de diğer sınıflardan ayıştırdıklarını öne sürmüştür. Simmel’e göre moda, bireyleri birleştirirken aynı zamanda onları farklı sosyal sınıflara ayırır ve bu, modanın gücünü oluşturan temel mekanizmalardan biridir (aktaran Kawamura, 2018). Baudrillard’a göre ise moda, sosyal mobilite ve demokratikleşme bağlamında bir yanılsama yaratır. Görünürde toplumsal eşitliği artırdığı düşünülse de, gerçekte sosyal hiyerarşileri ve kültürel eşitsizlikleri yeniden üreten bir sistem olarak çalışır. Moda, sınıf ayrımlarını sürdürürken, bireylerde “sürekli yenilik arzusunu” teşvik eder ve bu yönüyle bireylerin tüketim davranışları üzerinden inançlarını şekillendirir (aktaran Kawamura, 2018).

Klepp ve Laitala (2015) çalışmalarında güç meselesini moda olgusuyla ilişkili olarak şu şekilde ele almaktadır; “Moda hem kişiliğimizi yansıtmaya gücüne sahiptir hem de bunu tehdit eden bir güçtür. Bu da modanın kişiliğimizi yansıtmaya ve sosyal yönüyle ilgilidir. Moda güçlüdür, çünkü modaya inanç olduğundan moda insan için güçlü hale gelir (2015).” Klepp ve Laitala (2015) modanın birey üzerindeki gücünü günlük tercihlerinin şekillenmesiyle ilişkili olarak şu şekilde tartışır; “Bir takımı veya elbiseyi artık moda olmadığı için giyemeyeceğinizi düşünüyorsanız başkalarının ne düşüneceği konusunda endişeleniyorsunuz demektir. Yalnızca herkes modanın gücüne inandığı zaman moda güçlü hale gelir.”

Moda çalışmalarında ayrıca tüketici ve üretici arasındaki yetki ve davranışlara bağlı bir üstünlük olgusunun varolduğu yaygın bir düşüncedir. Bu düşünceye göre moda endüstrisinin tüketime dayalı modeli bir güç ilişkisi üzerine kuruludur. Bugünün moda sistemi; ham madde toplama, eğirme, boyama, dokuma, kesme, dikim ve küresel taşımacılıkta yer alan pek çok kişinin dahil olduğu karmaşık bir sistemdir (Hirscher & Fuad-Luke, 2013). Moda endüstrisinin en kalabalık paydaşı olan “tüketiciler” ise yaygın şekilde giyinme ve alışveriş gibi yollarla moda sistemi içinde yer alırlar. Tüketim toplumunda moda hakkındaki fikirler ticaret ve tüketim etrafında şekillenmektedir (Fletcher, 2015: 18). Çoğu kişi için modayla satın alınan ürünler aracılığıyla etkileşime girmek ve para karşılığında moda ürünlerine ulaşmak normaldir (Fletcher, 2015: 18). Moda endüstrisi için tüketicilerin ürünleri satın alması büyük önem taşır. Ekonomik büyümeyi sağlayan, insanların satın alma davranışını devam ettirmeleridir. Piyasa ekonomisi inancına göre ekonominin istikrarını korumak için büyüme şarttır ve bu nedenle “ilerleme” fikirleri en başlıcası hazır giyim ürünlerinin tüketimi olmak üzere maddi ürünlerin tüketilmesi fikri üzerinden sosyal büyüme anlatısına bağlı hale gelmiştir (Fletcher, 2015: 18). Modanın maddi ürünlerin tüketilmesi odaklı modeli, tüketici ve üretici arasında bir hiyerarşi yaratır (Fletcher, 2015: 18). Kaiser de moda çalışmalarında bugüne kadar yaygın şekilde kullanılmış metaforların bu hiyerarşik ilişkiyi güçlendirdiğine dikkat çekmektedir (2015). Kullanılan yaygın metaforlardan biri olan doğrusal moda üretim metaforunda son adım olarak tüketici ele alınır. Kaiser bu metafordaki

hiyerarşik akışın üretici/tasarımcı ve kullanıcı arasındaki ayrımı derinleştirdiğini ifade eder (aktaran Holroyd, 2013: 77).

Benzer şekilde Busch da tüketiciler ve üreticiler arasında seçimleri belirlemeye yönelik bir güç dengesi olduğuna dikkat çeker. Busch bütün moda kararlarının endüstri tarafından verildiği mevcut moda endüstrisi anlatısının tüketiciler üstünde hakimiyet kurmuş yaygın anlatı olduğunu iddia eder (2019: 304). Busch’a göre tüm bireyler sınırsız seçenekler arasından moda seçimlerini yapıyormuş gibi hissetseler de neyin değerli ve neyin doğru olduğuna dair tamamıyla kontrol altında oldukları bir pasifleştirme sistemi içindedirler (2008). Busch’un ifadesiyle bütün giyinme kararları dev fakat gittikçe daralan bir moda ekonomisi tünelinden geçmektedir. Moda sistemi içindeki güç dengeleri konusunu araştırmacı Busch “A Crisis of Power in Fashion: Is There Agency for Change?”¹² isimli makalesinde de ele alır (2019). Araştırmacı çalışmada moda endüstrisindeki güç dinamiklerini sorgulayarak sürdürülebilir değişim için bir değişim gündemi oluşturulup oluşturulamayacağını incelemektedir. Yazar, değişim için gerekli gücün (sektör tarafından sahip olunan) “kontrol gücü” ve (tüketicilerin sahip olduğu) “harekete geçme gücü” ve “iş birliği gücü” gibi farklı boyutları üzerinden tartışmaktadır (Busch, 2019).

Busch gibi Fletcher da mevcut moda sisteminin, tüketicilerin müdahalesine izin vermeyen bu yapısının korunmasının söz konusu olduğunu ifade eder. Fletcher ayrıca moda sisteminin kapalı yapısını muhafaza eden tavrının onun gücünü arttırdığını iddia eder (2014: 223). Moda sisteminin tüketime odaklı yapısı tüketicinin tüketici olarak kalması üzerine tasarlanmıştır. Endüstrinin üretimi ve tüm yaratım süreçlerini tekelleştirmesi tüketicinin pasifize edilmesi ile sonuçlanmıştır. Mevcut moda sistemi içerisinde bağımsız olan ve ortak beklentilere dayanan bir moda üretimi tamamıyla unutulmuştur. Eskiden tüm sosyal sınıflar, yaşlar ve cinsiyetler arasında son derece yaygın olan evde giysi üretimi ve giysi onarımı gibi

¹² Çalışmanın başlığı “Modada Güç (İktidar) Krizi: Değişim İçin Hareket Alanı Var mı?” olarak tercüme edilebilir.

uygulamalar daha az görülür olmuştur. Giysileri temiz ve kullanışlı tutmaya yönelik teşvik; yeni giysilerin ucuz fiyatı ve bunlara kolay erişim nedeniyle baltalanmıştır (Fletcher, 2015: 19). Fletcher ve Grose (2008: 5), günümüzün moda tüketicilerinin pasif ve haklarından mahrum aktörler oldukları konusunda hemfikirdir; çünkü tüketicilere “kendini ifade etme alanı tanımayan tamamlanmış ürünler” sunulmaktadır (aktaran Holroyd, 2013: 84). Mevcut giysileri tüketicilerin üretemeyeceği gerçeği moda sisteminin mevcut iktidar yapısını güçlendirmekte; moda sistemi tüketiciden yapılan müdahalelere direndiği için üst konumdaki aktörlerin statülerini arttırmaktadır (Fletcher, 2014: 223).

Tüketicinin belirli bir role yerleştirildiği mevcut moda sisteminde, tüketicinin kendisine biçilen davranış modelinin dışına çıkmasının güç dengelerinde bir değişime neden olduğu ifade edilmektedir. Bireysel üretim ise güç dengelerini değiştirme konusunda önemli bir konuma yerleşmektedir. Zanaat alanyazını açısından incelendiğinde bireysel üretim davranışının üreticiyle kullanıcı arasındaki boşluğu kapattığı ileri sürülmektedir. Charny’ye göre; “bireysel üretim ve zanaat, Endüstri Devrimi’nden beri dünyayı şekillendiren üretici ve kullanıcı arasındaki sürekli artmakta olan mesafeyi azaltır (aktaran Busch vd., 2014).” Son on yılda birçok proje ve sergi aracılığıyla el sanatlarının sosyal gelişim doğrultusunda bireysel güçlenme için nasıl merkezi bir rol oynayabileceği araştırılmıştır (Busch vd., 2014). Üretime ve yaratıcı uygulamalara yönelik tüm müdahaleler kullanıcı ve moda sistemi dengesine etki ediyor gibi görünmektedir. Üretici ile tüketici arasında bir denge olduğunu belirten Holroyd da amatör üretime dair giyim pratiklerinin güç dengelerinde tüketiciye doğru bir kayma yaratabileceği fikri üzerinde durmaktadır (2017: 12). Holroyd bireysel üretim temelli modanın moda ortak alanını açık hale getirerek modadaki güç dengelerini kullanıcılara ve giysilerini üretenlere doğru kaydırmasının mümkün olabileceğine işaret eder. Fletcher'ın belirttiği gibi; “giysilerini değiştirmek potansiyel olarak güçlendiricidir, çünkü ne olduğumuzu ve günlük boyutta giysilerle ne yapacağımızı seçmek moda sistemini değiştirme gücüne sahip olmak anlamına gelir (aktaran Clark, 2018: 318).” Özellikle tüketicinin satın alıcı yerine kendi ürünlerinin üreticisi olması, kendi kıyafetlerini onarması gibi davranışlar kendisine biçilen tüketim rolünün dışına çıkması anlamına gelmektedir. Giysi üretme

becerisi giyen kişiye bir güç verir; bu da kişiyi daha az bağımlı ve daha az pasif yapar (Holroyd, 2015: 257).

Zanaatin direnişle ilgili tarihini takip eden zanaat aktivizminin ise güçle özel bir bağa sahip olduğu görülmektedir. Zanaatlar tarih boyunca bireylerin güçlenmesi konusuyla ilişkili olarak çok kez ele alınmıştır. Zanaat aktivizminin güçle bağı için öncelikle zanaatin güçle bağlantılı kökenine işaret edilmektedir. Yaygın olarak bilinen tanımıyla zanaat Almancada “güç” veya “kuvvet” anlamına gelen “kraft” kelimesinden gelir (Fariello, 2011). Fakat buradaki güç, “hiyerarşi” veya “üstünlük” değil “kapasite” veya “beceri” anlamı taşımaktadır (Bratich & Brush, 2011). Bratich ve Brush bahsedilen gücün geldiği anlamı Greer’den aktararak tanımlar. Greer zanaat aktivizminin içerdiği güç bileşenini; “kendi yaratıcılığını gözardı edilemeyecek bir kuvvete dönüştürmek” biçiminde tanımlar (aktaran Bratich & Brush, 2011). Greer da (2014) çalışmasında tanımı, Almancada güç, beceri ve kapasite anlamlarına gelen zanaat tanımına atıf yaparak kullanır. Zanaat aktivizmine yönelik en yaygın yaklaşım zanaat aktivizminin bireylere sosyal değişim gerçekleştirme gücü sağladığına yönelik yaklaşımdır. Corbett zanaat aktivizminin sanat ve zanaatlar aracılığıyla değişime güç verdiğini ifade eder (<https://www.changewildlifeconsumers.org/toolkit/craftivism-works-how-using-a-gentle-protest-approach-can-win/> Erişim Tarihi: 06.04.2022). Sosyal değişimi gerçekleştirmek için kullanılan zanaat aktivizmi yaygın olarak yenilikçi politikalarla ilişkili şekilde kullanılabilmektedir. Örneğin bazı zanaat politikaları, reformist politikalar olarak mevcut politikaları (örneğin üreme hakları) değiştirmeyi hedeflemenin yanı sıra fon toplamanın ve farkındalık yaratmanın yollarını aramaktadırlar (Bratich & Brush, 2011). Zanaat aktivizminin bir diğer eylem alanı ise daha çok günlük yaşamın ticarileştirilmiş alanlarına mesajlar bırakılan kültürel müdahaleler (örneğin sokak sanatı, stencil sanatı, grafiti) şeklinde olmaktadır (Bratich & Brush, 2011). Bir diğer eylem türü ise küreselleşme karşıtı protestolar için örgü uygulamaları gibi sokak temelli doğrudan eylemler olmaktadır (Bratich & Brush, 2011).

Zanaat aktivizmi bireysel üretimin aktivizm veya sosyal değişim amacıyla kullanılmasını tanımlamaktadır. Bireysel giysi üretimi pratikleri ise kimi araştırmacı tarafından aktivist bir pratik olarak tanımlanmanın yanında zanaat aktivisti bir davranış biçimi olarak da ele alınmaktadır. Lange “Craft as a Fashion Activist Practice”¹³ isimli çalışmasında bireysel giysi üretimini, tüketime dayalı moda sisteminde aktivist bir pratik olarak konumlandırır (2019: 36). De Castro da bireysel giysi üretimini zanaat aktivizminin ilkeleriyle birlikte ele alır (2021). De Castro’ya göre;

“Amatör giysi üreticileri günümüzün kahramanları ve önemli bir mirasın koruyucularıdır. Her yıl yüz milyarlarca giysinin üretildiği bir sektörde, bu bilinçli yavaşlamayı uygulayan insanlar, endüstrinin modern tüketim hastalığıyla mücadele etmek için iğne iplik ve sosyal medya ağlarını kullanarak değişime öncülük etmektedirler.”

Greer ise “Craftivism: The Art of Craft and Activism”¹⁴ adlı kitabında bireysel giyim üretimi davranışının zanaat aktivizmiyle ilişkisini şu şekilde açıklar;

“Kitabın bu bölümünde, bireysel üretim süreci ve bu sürecin bize neler katabileceği hakkındaki kişisel hikayelerden, zanaatin vücudu süslemek ve dekore etmek için nasıl kullanıldığına geliyoruz. Zanaat aktivizmiyle ilgili olan durum şudur ki; zanaat aktivizmi vücudunuzu saran bir formda olduğunda bazen aktivizmle belirgin bir bağlantısı olmamaktadır. Ancak günümüzün seri üretim ve tüketim çağında hızlı modanın dışına çıkmaya cesaret edenler aynı zamanda bir diyalog başlatmaya da cesaret etmiş olurlar. Birisinin altın iplikle onarılmış bir giysi kolunu fark edebileceği veya “Bunu nereden aldın?” diye sorabileceği bir ortam yaratmaya cesaret ediyoruz. Kendimizi (el üretimi yoluyla) benzersiz hikayelere sahip benzersiz parçalarla donattığımızda diğer insanları sohbet etmeye davet ediyoruz. İçten dışa doğru olan bu yolculukta zanaat aktivizminin ne olduğunu dışarı açıyoruz (2014).”

McGowern ve Barnes da yukarıdaki araştırmacılar benzer şekilde, kişilerin bireysel düzeyde hızlı moda ya direnen; yama, onarım, ve ileri dönüşüm gibi çeşitli üretim davranışlarının, tüketime karşı duran tavırları nedeniyle zanaat aktivizminin kapsamına

¹³ Çalışmanın ismi “Moda Aktivisti Bir Pratik Olarak Zanaat Aktivizmi” olarak tercüme edilebilir.

¹⁴ Çalışmanın ismi “Zanaat Aktivizmi: Zanaat ve Aktivizm Sanatı” olarak tercüme edilebilir.

girdiklerini ifade ederler (2022). Bu doğrultuda onarma hareketi gibi hareketlerin de bireysel bir direniş ve bir tür politik duruş olduğu iddia edilmektedir. Giysi tarihçisi/görünür onarım eğitmeni olan Sekules, görünür onarımı “bir protesto hareketi, bir sanat formu ve bir moda ifadesi” olarak tanımlar. Sekules'e göre görünür onarım; tarihi onarmanın, sistemik adaletsizliği iyileştirmenin, yara izlerini açığa çıkarmanın bir yoludur (2022). McGovern ve Barnes da Sekules tarafından başlatılan Görünür Onarım Hareketi'nin tüketicileri, tüketici kültürüne görünür bir şekilde direnmek ve politik bir duruş sergilemek için kendi becerilerini kullanmaya teşvik ettiğini iddia eder (2022). Zanaat aktivizmi moda için yaygın şekilde insanları üretmeye, tüketim harici şeyleri deneyimlemeye teşvik etmekte kullanılarak endüstrinin tüketici için biçtiği rolün ötesine geçmesinde etkili olabilmektedir. Özellikle üretmeye teşvik etmek düşünüldüğünde zanaat aktivizmi, üretimin merkezde olduğu bir pratik olarak insanları güçlendirme konusunda özel bir rol alır. Tüketici güçlenmesinin bir biçimi olarak etik tüketim meselesi de zanaat aktivizmi aracılığıyla ele alınmaktadır. Zanaat aktivizmi, son on yılda tüketici satın alma kararlarını destekleyen bir çerçeve ve politik bir söylem olarak popülerlik kazanmış “etik temelli tüketim” konusuyla ilişkili çok sayıda eylem için bir uygulama biçimi olmuştur (Le Normand vd., 2023).

4.3.1. Zanaata Dayalı Moda Pratiklerini Benimseyenler ile Görüşmeler

Zanaat aktivizmi içerdiği uygulama biçimleri açısından düşünüldüğünde zengin bir yaklaşım olarak tanımlanabilir. Moda ile ilgili zanaat aktivizmi uygulamalarının bilindik eylemler ve uygulamalar şeklinde olmanın ötesine geçtiği görülmektedir. Yukarıdaki bölümde yer verildiği gibi, radikal bir yaklaşıma göre bireysel giysi üretimi zanaat aktivisti bir davranış biçimi olarak değerlendirilir. Çalışmanın bu bölümünde bireysel üretimin zanaat aktivisti bir davranış türü olduğu yaklaşımından hareketle, bireysel giysi üretim pratiklerini uygulayan kişilerin deneyimlerinin aydınlatılması amaçlanmıştır. Bireylerin üretim süreçleriyle ilgili deneyimlerinin moda sistemi içindeki güç unsuru ile hangi şekillerde ilişkilendirilebileceğinin keşfedilmesi üzerine çalışılmıştır. Bu doğrultuda kişilerle

derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiş; görüşmelerden elde edilen temalar alt başlıklar halinde düzenlenerek güç dengeleri konusu ile ilişkileri bakımından incelenmiştir.

Araştırma evreni için bireysel olarak giysi üretimine ilgisi olan ve amatör olarak giysi üreten kişilerden veri toplanmasına karar verilmiştir. Bireysel giysi üretimi pratikleri olan dikiş, örgü, onarım ve ileri dönüşüm gibi teknikleri kullanan kişiler çalışmanın kapsamına dahil olmuştur. Kişilerin amatör giysi üreticileri ve kullanıcıları olarak deneyimlerinin incelenmesi söz konusu olduğundan çalışmanın veri kaynakları, ürettiği giysilerden ticari kar sağlamayıp bu giysileri giyen kişiler olarak belirlenmiştir. Ayrıca tekstil ve moda alanına dair profesyonel bilgiye sahip olan kişilerin algılarının moda kullanıcılarından daha farklı olacağı düşünüldüğünden kişilerin tekstil ve moda alanından akademisyenler ve profesyoneller olmamasına özen gösterilmiştir.

Çalışmada veri toplama yöntemi olarak görüşme seçilmiştir. Görüşme yönteminin yanında ikinci bir veri toplama aracı olarak ise sanal etnografi yöntemine başvurulmuştur. Geleneksel etnografik tekniklerin ve kavramların dijital alana uyarlanmasına yönelik metodolojik çabanın önemli bir örneği Christine Hine tarafından öne sürülen sanal etnografidir (Caliandro, 2018). Hızla gelişimini sürdüregelen bu dijitalleşme çağında internetin bir etnografik inceleme aracı ve ortamı olarak kullanılabileceği fikrinden ortaya çıkan sanal etnografi, gittikçe yaygınlık kazanan bir araştırma aracı olmaktadır. Teknolojinin önderlik ettiği bu iletişim biçimi, günlük yaşamın giderek daha fazla alanına dahil edilmektedir. Hallett ve Barber'ın işaret ettiği gibi, günümüzde etnografik araştırmanın çevrimiçi alanlar hesaba katılmadan yapılması mümkün görünmemektedir (2014, p. 307). Çalışmanın görüşmeci grubunun belirlenmesi için sosyal medya plantormu olan "Instagram"dan yararlanılmıştır. Sosyal medya profilleri yaygın şekilde kullanılan bir dijital araç olarak bireylerin günlük yaşantılarını aktardıkları önemli sosyalleşme ortamlarıdır. Twitter, Instagram, Youtube gibi platformlar internet kullanıcılarının hayatlarını aktarmak için kullandıkları en önemlileri araçlardandır (Airolidi, 2018). Bunlardan biri olan Instagram da kişilerin günlük yaşantılarını, görüşlerini, inançlarını ve yaşayış biçimlerini sosyal

çevrelerine aktarmak için kullandıkları önemli bir araçtır. Kişiler hakkında oldukça fazla veriyi içeren sosyal medya mecraları, aynı zamanda kişilerin giyim alışkanlıkları ve benimsedikleri moda pratikleri hakkında bilinçli veya bilinçsiz şekilde pek çok bilgiyi paylaştıkları araçlardır. Bu nedenle günümüzde sosyal medya mecraları, kişilerin giyim alışkanlıkları ve moda pratikleri ile ilgili veri toplamak için oldukça uygun ortamlar olma potansiyelini taşır. Bir araştırma yöntemi olarak sanal etnografi ise etnografik teknikleri dijital alana uyarlayarak aynı zamanda bu teknikleri sanallaştırır (sanal anketler, chat ve email aracılığıyla ropörtajlar gibi); dijital ve analog teknikleri ustaca bir arada kullanır (çevrimiçi ve çevrimdışı katılımcı gözlemi)(Caliandro, 2018). Bu çalışmada, bahsedilen dijital araçlardan “çevrimiçi katılımcı gözlemi” ve “sanal görüşme” teknikleri kullanılmıştır. Kişiler belirlendikten sonra adayların instagram profilleri incelenerek/gözlemlenerek mümkün olduğunca veri toplanmıştır. Sonrasında bu kişiler ile sanal araçlar yardımıyla derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Çalışmanın evreni Türkiye’deki sosyal medya kullanıcısı olan bireysel giysi üretimi pratiklerini benimsemiş kişiler olarak belirlenmiştir. Örneklem çerçevesi ise iletişime geçilebilen tüm bireysel giysi üreticileridir. Çalışmada olasılıklı örnekleme yöntemlerinin kullanılması mümkün olmadığından olasılıklı olmayan örnekleme yöntemlerine başvurulmuştur. Olasılıklı olmayan yöntemler çalışma evreniyle ilgili örneklem listesinin bulunmaması veya örneklem listesinin oluşturulması ihtimalinin bulunmaması durumunda kullanılır (Güçlü, 2021, s.116). Türkiye’deki bireysel giysi üretimi yapan tüm kişilerin listesini yapmak mümkün görünmediğinden olasılıklı olmayan örnekleme yöntemi, çalışmanın kapsamı için uygun görünmektedir. Olasılıklı olmayan örnekleme türleriyle seçilen her bir örnek, tüm çalışma evrenini temsil etmekten ziyade sadece kendini temsil eder ve sübjektiftir (Güçlü, 2021, s.116). Çalışmada araştırmacının gerekli olan örnek sayısına ulaşana kadar hazır ve elverişli olan örnekleri seçtiği “elverişlilik örneklemesi” örnekleme yöntemi olarak kullanılmıştır (Güçlü, 2021, s.116). Olasılıklı olmayan örnekleme türlerinden bir diğeri olan “amaçlı örnekleme” ise çalışmanın amacı doğrultusunda örneklemin belirlenmesi için kullanılabilir. Görüşme için örneklem, toplumun çoğunluğunun

yaşantılarını yansıttıkları bir sosyal mecra ve dijital bir platform olan “Instagram” üzerinden belirlenmiştir. Dijital etnografi doğrultusunda kişilerin demografik bilgileri ve uyguladıkları pratiklerle ilgili bilgiler profil sayfalarının incelenmesiyle elde edilmiştir. Bilgiler tablolaştırılarak ilk etapta bir veri tablosuna ulaşılmıştır.

Tablo 4. Dijital Etnografi ile elde edilen veriler

No	Takma İsim	Cinsiyet	Hangi pratikleri uyguluyor? Dikiş, örgü, ileri dönüşüm veya onarım.
1	Hilal	K	dikiş, ileri dönüşüm
2	Eda	K	Dikiş
3	Sevil	K	Dikiş
4	Burçak	K	İleri dönüşüm, dikiş
5	Sezgin	K	İleri dönüşüm, dikiş
6	Ayşe	K	Dikiş
7	Leyla	K	Dikiş
8	Merve	K	Dikiş, örgü
9	Ceren	K	Dikiş
10	Kıymet	K	Dikiş
11	Nergis	K	Dikiş
12	Elif	K	Dikiş
13	Aynur	K	Dikiş, örgü
14	Yeliz	K	Örgü, Onarım
15	Hatice	K	Örgü

Tablo kişilerin uygun örneklem olup olmadıklarını belirlemek amacıyla hazırlanmıştır. Tabloda kişilerin benimsediği uygulama biçimlerine yer verilmiş olsa da kişilerin uyguladıkları pratikler görüşmeler sırasında teyit edilmiştir. Belirlenen listeden ilk etapta 13 kişiye Instagram üzerinden mesaj atılmıştır. Gönderilen mesajlara cevap veren 6 kişiden 4’ü görüşme talebini kabul etmiş, 1 kişi müsait olmadığını bildirerek ileri bir tarihte görüşmeyi teklif etmiş, diğer bir kişi ise zamanı olmadığı için soruları yazılı olarak cevaplayabileceğini bildirmiştir. Süreç sonunda 4 kişi ile görüşme sağlanmıştır. Tüm görüşmeler görüntülü görüşme programı olan Zoom uygulaması aracılığıyla gerçekleştirilmiştir.

Görüşmelerin gerçekleştirilmesi ardından kişi verilerinin korunması amacıyla kimlik bilgileri anonimleştirilmiştir. Kişi bilgilerinin anonimleştirilmesi için her katılımcıya bir sahte isim atanmıştır. “Takma ad”, bir kişinin gerçek adından (ortonym) veya yer adından

(toponym) farklı olan sahte bir addır. Nitel araştırmalarda, bireysel katılımcılara araştırmacılar tarafından takma adlar verilir veya kendilerinden kendi takma adlarını seçmeleri istenebilir (Heaton, 2022: 124). Görüşülen kişilerin yaş aralığı 25 ve 51'dir. Görüşülen kişilerin tümü kadındır. Görüşülen kişilerin biri evli iken üçü bekardır. Görüşmeciler farklı şehirlerde yaşamakla birlikte farklı mesleklere sahiptirler. Görüşmeciler genellikle dikiş yoluyla giysi üretseler de bazı görüşmeciler zaman zaman örgü tekniğiyle, nadiren de ileri dönüşüm ile giysi ürettiklerini ifade etmektedirler. Görüşmeler sesli olarak kayıt edildikten sonra kayıtlar deşifre edilmek amacıyla yazılı metinlere dönüştürülmüştür. Görüşme metinleri düzenlenmiş, ardından metinlerde ortak temaların keşfedilmesi üzerine çalışılmıştır. Görüşme verilerinin değerlendirilmesi, görüşme verilerinden anlamlı temalar ve kalıplar çıkarmayı hedefleyen tematik analiz yöntemiyle yapılmıştır.

4.3.1.1.Maddi Nedenler

Görüşmecilerin kendi giysilerini üretmeye yönelik ortaya çıkan ilk motivasyonları hazır giyim ürünlerinin pahalılığı olmuştur. Türkiye'de çalışmanın yapıldığı zaman diliminde mevcudiyetini koruyan, ciddi şekilde hayat pahalılığına sebep olan enflasyon, görüşmeciler tarafından vurgulanan bir unsurdur. Türkiye'de son yıllarda yaşanan ekonomik kriz genel anlamda alım gücünün düşmesine yol açmıştır. Ekonomik enflasyon nedeniyle "ucuz" olarak nitelendirilen hızlı moda markaları bile son derece ulaşılmaz durumdadır. Türkiye'de 2018 yılında Türk lirasının dolar karşısında %34'ten fazla değer kaybetmesi ve döviz borcu artışının neden olduğu ekonomik kriz, para biriminde büyük değer kaybı ve aşırı enflasyon ile sonuçlanmıştır (Y. N. Lee, 2018). Türk lirasının değerindeki bu hızlı düşüş, Türk tüketicilerin tüketim karşıtı davranışlar sergilemesinde etkili olmuştur. Tüketiciler hızla değişen moda trendlerine ayak uydurmak ile ülkedeki bu yeni ekonomik durumla baş etmek arasında bir çelişkiyle karşı karşıya kalmaya başlamıştır (Özdamar Ertekin vd., 2020). Bu doğrultuda görüşmecilerden Nergis, giyim ürünleriyle ilgili ekonomik endişelerini şu şekilde ifade etmektedir;

“(Arkadaşlarım) kimi zaman görevlendirmeye yurt dışına gidiyorlar. Birisi mont almış mesela, 20 Euro. Yani 20 birim. Ben aynı montu burada 5 bin liradan aşağıya alamam. 5 bin birim nerede, 20 birim nerede.”

Buna karşın evde üretimin hazır giyim ürünlere kıyasla daha az maliyetli olması görüşmeciler için kendi giysilerini üretme motivasyonlarından biri olmaktadır. Görüşmecilerden Hilal de istediği giysileri kendisi üreterek ekonomik unsurlardan daha az etkilendiğini ifade etmektedir;

“Artık giysi sektörü çok pahalı ve ben istediğim kumaşla neredeyse istediğime yakın her şeyi dikebiliyorum. Yani bir şeyi almak istediğimde 3000 lira tutuyorsa 500 liraya kumaşını bulabiliyorum ve 2 gün içinde onu üretiyorum.”

Bunun dışında diğer markalara göre daha ulaşılabilir durumda olan hızlı moda markalarının düşün ürün kalitesi maliyetle ilgili öne çıkan bir diğer unsurdur. Özellikle yüksek kalitede olan ve uzun süre kullanılabilecek giysilerin maliyetlerinin yüksek bulunması görüşmecilerin giysi üretimine yönelik maddi motivasyonlarının bir diğeri olmaktadır.

4.3.1.2. Kalite Unsuru

Hazır giyim ürünlerinin genel anlamda düşük kaliteye sahip olduğu görüşü görüşmecilerin kendi ürünlerini üretmeye dair diğer bir motivasyonu olmaktadır. Holroyd pek çok kişinin giyim ürünleri üretmeyi, satın almaya kıyasla daha kaliteli veya daha iyi oturan kıyafetleri (potansiyel olarak daha düşük bir fiyata) elde etmenin bir yolu olarak gördüğünü ifade eder (2017). Giysi üretim süreci hakkında bilgi edinilmesi aynı zamanda malzeme ve üretim teknikleri konusunda gelişime imkan verir. Benzer şekilde görüşmeciler de giysi üretim sürecinde edindikleri bilgi ve becerilerin onlara mevcut hazır giyim ürünlerinin kalitelerini anlamaya yönelik bilinç kazandırdığını ifade etmektedir. Görüşmeciler malzeme ve üretim teknikleri hakkında bilgi kazandıkça hazır giyim ürünlerinde karşılaştıkları kalitesiz işçiliğe karşı farkındalık kazandıklarını belirtirler. Nergis, hazır giyim ürünlerinin kalitelerine yönelik görüşünü şu şekilde ifade eder;

“Dışarıdan hazır tekstil ürünü bir şey almak istemiyorum çünkü kumaş kalitesine güvenemiyorum. Dışarıdan bir ürün aldığım zaman çeker mi çekmez mi, bunun içinde ne var, kumaş kalitesi nedir, bunu kestiremiyorum.”

Görüşmeciler yalnızca malzeme ve üretim bilgisi konusunda değil giysilerin kalıp özellikleri konusunda da kendilerini geliştirdiklerini; dolayısıyla kaliteli ürün arayışında olduklarını ifade etmektedirler. Örneğin Hilal giysi üretmeye başladıktan sonra hazır giyim markalarının tüm beden tiplerine hitap etme konusunda nasıl yetersiz kaldığına dair görüşünü şu şekilde ifade etmektedir;

“...Çünkü mesela şu an fabrikasyon üretim olarak herkes, daha doğrusu çoğu kişi aynı şeyleri giyiyor. Kendi vücutlarına uygun olmayıp genel beden standartlarına göre üretilmiş giysileri giyiyorlar.”

Görüşmecilerden Kıymet de bireysel üretim deneyimi nedeniyle kalıp bilgisinin geliştiğini; bu sayede kendi beden özelliklerini ve sunulan giysilerin kalıp özelliklerindeki farklılıkları ayırt edebildiğini ifade etmektedir.

4.3.1.3. Seçenek Bolluğu-Özgürlük

Görüşmecilerin kendi giysilerini üretme deneyimleriyle ilgili ortaya çıkan bir diğer tema ise giysi stillerine yönelik seçenek bolluğu ve özgürlüğü olmuştur. Görüşmeciler ticari modanın yalnızca belirli stilleri sunma özelliğini, bireysel üretim için başka bir motivasyon kaynağı olarak işaret etmektedir. Görüşmeciler ortak şekilde hazır giyim sektörünün sunduğu giysilerin tek tip olmasının ortaya çıkardığı bir sorun olarak çevrelerindeki insanların tek tip giyiniyor olmasına dikkat çekmektedirler. Görüşmecilerin belirttiği seçenek sınırlılığı moda araştırmacıları tarafından da mevcut moda endüstrisinin bir çıktısı olarak işaret edilmektedir. Seri şekilde üretilen giysilerin büyük ölçüde aynılık sağladığı bu dönemde (Agins 2000) tüketici, kişiselleştirilmiş veya benzersiz görünümler yaratmanın bir yolunu bulmakta zorlanmaktadır (Reiley & DeLong, 2011). Örneğin Elif aradığı stilleri hazır giyim ürünleri arasında bulamayışını şu şekilde ifade eder;

“Mesela aradığım şeyler oluyordu. Şöyle sarı bir giysim olsa güzel olur diye düşünüp sarı bir elbise aradım bir süre. Şöyle bir şeyim olsun güzel olur diye.

Bir kürk yeleğim olsun güzel olur, gibi şeyler düşünmüştüm. Böyle, kendime aradığım şeyleri bulamadığım zamanlar olmuştu.”

Bireysel üretim ise bu noktada görüşmecilerin, kendilerine sunulan stillerin ötesinde stiller yaratmalarına imkan sağlamaktadır. Görüşmecilerin çoğu ortak şekilde ticari modanın ürünleriyle ve sezonda sunulan ürünlerle kısıtlı kalmadan giyim alışkanlıklarını şekillendirdiklerini belirtmektedirler. Görüşmeci Kıymet ürettiği giysiler sayesinde giyim tarzını şekillendirirken “Avm’lere bağlı kalmadığını” ifade etmektedir. Görüşmecilerden Hilal ise kendi ülkesinde satışa sunulmayan veya üretimi olmayan bir stili gerek duyduğunda kendisi için üretebildiğini ifade etmektedir. Hilal stilini ticari modanın sunduğu giysilere ve maliyet unsuruna bağlı kalmadan nasıl oluşturduğunu şu şekilde anlatmaktadır;

“Ben mesela hep eski korseleri çok severdim. Rönesans stili gibi, değişik, yaldızlı kumaşlardan, bel hatlarını vurgulayacak kıyafetleri çok severdim. Tabii bunları bulmak da zor sektörde. Bulduğumda da çok maliyetli oluyor. Onları yapıp giymeye başladım. Atıyorum gömleğimin üzerine, sıcak havalarda direkt bedenime giyiyorum mesela. Yani aslında kendime beğendiğim stili yavaş yavaş oluşturmaya başladım bu şekilde.”

Ayrıca beden seçenekleri veya stoğu kalmayan giysilerin üretilmesinin de mümkün olduğu görülmektedir. Görüşmeci Kıymet çok beğendiği halde bedeni kalmadığı için alamadığı bir pantolonu, kumaş alarak diktğini ifade etmektedir. Ayrıca Kıymet ince vücut yapısı nedeniyle bedenine uygun kıyafet bulmakta zorlandığından bireysel giysi üretmenin bedenine uygun kıyafet bulma sorununa son derece uygun bir çözüm olduğunu ifade etmektedir.

4.3.1.4. Kişiselleştirme ve Deneysellik

Görüşmeciler için giysi üretme pratikleri, içeriğindeki zanaat edinimi süreci nedeniyle bireysel bir deneyimleme süreci olarak öne çıkmaktadır. Görüşmeciler için bireysel giysi üretiminin zanaat edinimi açısından anlam kazanmaya başladığı görülmektedir. Öncelikle bireysel giysi üretimi bir iyi hissetme haline neden olmaktadır. Görüşmecilerin tümü giysi üretiminin ve dikiş pratiğinin kendileri için çok rahatlatıcı, mutluluk verici bir eylem olduğunu ifade etmektedir.

Giysi üretim süreciyle ortaya çıkan öğrenme ve beceri edinme deneyimi görüşmeciler tarafından değerli bir deneyim olarak kabul edilmektedir. Ayrıca görülmektedir ki üretim sürecinde yapılan hatalar, zanaat edinimi ve öğrenme süreci için önemli yaşanmışlıklar olarak değerlendirilmektedir. Görüşmecilerden Hilal ürettiği bir giyside yaptığı hatayı ve hataya yaklaşımını şu şekilde ifade etmektedir;

“Instagram'da paylaşmamıştım ama bir tane mont dikmişim, böyle bayağı kalın yün gibi bir kumaştan. Astarlıydı. O giysi aynı etkiyi yapmıştı bende. Çünkü zor bir kumaştı ve yaka dikmek zordur, siz de belki biliyorsunuzdur. Yaka dikme deneyimimi güzeldi benim için. Yani sökmek, baştan dikmek, sökmek, baştan dikmek, o hatayı baştan keşfetmek çok öğretici bir süreçti. O süreci sevmiştim... Öğrenmek benim için çok daha önemli. Oradan bir şey kazanabilmek, onu deneyimlemek...Çünkü artık o hatayı bir daha yapmayacağımı biliyorum.”

Giysi üretim sürecinde yapılan hataların aynı zamanda giysinin kullanım süreciyle ilişkili olarak da değerlendirildiği görülmektedir. Görüşmecilerden Nergis'in giysi üretim sürecinde yaptığı hatayı, giysiyi kullanım deneyimiyle ilişkilendirdiği görülmektedir;

“(Hatalı üretince) üzüldüm başta ama dedim ki ben bunu atmayacağım. O giysiyi hatalarına rağmen giydim, çünkü bu hatalı giysi benim özgüvenimi tazelememde etkili olacak diye düşündüm.”

Modanın, görüşmecilerin hayatında giysilerin edinilip giyilmesi haricinde bir deneyimleme ve yaratıcılık aracına dönüştüğü görülmektedir. Hatta kimi zaman giysilerin kullanımından çok üretim sürecinde yaşanan manevi tatmin unsuru da ön plana çıkmaktadır. Görüşmecilerden Hilal bazı zamanlar üretimi sonucu elde ettiği üründen fazla, üretim sürecindeki deneyimlemeden keyif aldığını ifade etmektedir. Her insan gibi giysileri ile beğenilme arzusu taşıyan görüşmeciler ürettikleri kıyafetlerin “hazır giyim ürünler” gibi ve “düzgün” görünmelerine önem verseler de giysilerin üretim süreçleriyle ilgili olarak; yeni deneyimler kazanmaya ve hatalar yapmaya verdikleri öneme değinmektedirler. Ratto bireysel üretim deneyiminin esas olarak üreticinin kendisi tarafından yeni anlamlar yaratılmasına hizmet ettiğini ifade eder (aktaran Holroyd, 2013: 39). Yanlış üretilen

giysilerin, görüşmecilerin hatıralarında önemli tuttuğu ve bireysel üretim ürünü olmaları nedeniyle bu giysilerin yeni anlamlar kazandığı görülmektedir.

Görüşmeciler deneyimlemenin ve bireysel zanaat ediniminin getirdiği tatminin yanında giysi üretimi sürecinin içerdiği yaratıcılığa da işaret etmektedir. Örneğin Kıymet bireysel üretim sürecinin her adımında kuralları takip etmenin yaratıcılığını kısıtladığını ifade eder. Üretim sürecinin deneyselliğe açık yapısı görüşmeciler için aynı zamanda giysileri kişiselleştirmeye imkan sağlamaktadır. Görüşmecilerden Hilal ürettiği bir giysiyi kişiselleştirme sürecini şu şekilde aktarır;

“Kendimden bir şey ekleyebilmek hoşuma gidiyor. Mesela benim için çok önemli olan, üzerimde taşımak istediğim bir şey var diyelim. Bu, köyde anneannemin bana verdiği bir şey olabilir örneğin. Onun bir parçasını kıyafetimin üzerine dikmek, onu orada hissetmek onun varlığını yanımda hissetmek çok hoşuma gidiyor. Bunun anlamını ben biliyorum, manevi olarak beni çok tatmin eden bir durum bu.”

Kişiselleştirmenin yanında üretilen ürünlerin biricik olması da görüşmeciler tarafından vurgulanan bir unsurdur. Örneğin görüşmeciler ürünlerin biricikliğini aşağıdaki biçimlerde ifade etmektedirler;

“Bir şey yapıyorsunuz, bulmaca gibi parçaları birleştiriyorsunuz, kendinize ait bir şey yaratıyorsunuz ve biricik oluyor (Kıymet).”

“Hem kendi kıyafetlerimi dikebiliyor olmak, hem de herkesin giymediği şeyleri giyebiliyor olmak bana iyi hissettirdi (Hilal).”

“Diktiğim şey zaten tek bir parça, yani eşsiz bir şey. Dışarıda birebir aynısını bulamayacağımız ürünler (Nergis).”

“Tamamen benim hayal gücüm. Çünkü bu üzerimdeki kalıp benim kendi üzerimde bantlayarak çıkarttığım, kendi yaptığım bir kalıp. Tamamen benim tasarladığım, benim kafamda oluşturduğum bir kalıp (Nergis).”

“Eğer o kazağı giyebileceksem, o bereyi takabileceksem örüyorum ve eşsiz olsun başkasında olmasın istiyorum (Kıymet).”

Görüşmecilerin tümü için ürettikleri giysilerin biricik olmasının ve yalnızca kendilerinde olmasının önemli bir motivasyon ve duygusal tatmin kaynağı olduğu görülmektedir.

4.3.1.5. Beğenilme ve Sosyal Etki

Bireysel giysi üretimine dayalı zanaat uğraşında çıktı olan ürün giysidir. Üretilen giysi giyilme yoluyla zanaatkarın üzerinde sergilenir. Görüşmeciler giydikleri bireysel üretim giysilerin etraflarındaki kişiler tarafından beğeniliyor olmasına ve becerilerinin takdir görmesine önemli bir deneyim olarak işaret etmektedirler;

“Yani şimdi bunu kendim yapabiliyorken ‘bunu ben yaptım’ demenin de ayrı bir duygusal tatmini var tabii ki (Nergis).”

Görüşmeciler üretme becerileriyle aynı zamanda diğer insanlara fayda sağlamalarına da dikkat çekmektedir. Elif, arkadaşının ürettiği giysileri beğenerek kendisinden giysi üretmesini istemesinin duygusal bir tatmin sebebi olduğunu ifade etmektedir.

“(Yaptığım ürünleri) ben beğendim evet. Ama başkasının da beğenmesi, ‘ya ben bunu çok beğendim’ demesi, arkadaşımın düğününde ‘böyle bir şey giymeyi çok isterim dikebilir misin?’ diye sorması... Ya diyorum ki demek ki evet, sadece ben beğenmiyorum ürettiklerimi.”

“Mesela benim kendim için yaptığım ürün kötü görünüyor, çünkü profesyonel değil. Ama başkası öyle düşünmüyor. Bir arkadaşım mesela tango gösterisine çıkacakmış, ‘benim için bir tango elbisesi dikebilir misin?’ dedi. Böyle bir şey beni çok mutlu ediyor (Elif).”

Kıymet ise ürettiği kıyafetleri arkadaşlarıyla paylaştığını ve giysileri değiş tokuş yaptıklarını ifade etmektedir. Bireysel giysi üretiminin yalnızca yakınlar arasında bir paylaşım değil daha geniş çaplı kolektif paylaşımlara da imkan verdiği görülmektedir;

“(Deprem bölgesine gönderdiği dikişlerden örnek verir) Ama hani şunu anlatmaya çalışıyorum. Bir hobiniz var, bir yeteneğiniz var, bunun somut bir şeylere çevirebiliyorsunuz ve bu somut şeyler de sizin dışınızdaki diğer insanlara da fayda sağlıyor. Bu bence çok önemli bir şey (Nergis).”

4.3.1.6. Moda Deneyiminin Dönüşümü

Görülmektedir ki görüşmeciler için kendi kıyafetlerini üretebiliyor olmak, giyinme alışkanlıklarında önemli değişiklikler yaratmaktadır. Görüşmecilerin bir kısmı giysi üretim becerisini edinmelerinden sonra giysi alışverişlerinin oldukça azaldığını, bir kısmı ise neredeyse tamamen sonlandığını ifade etmiştir. Görüşmecilerden Kıymet yalnızca kot pantolon gibi karmaşık ve ev ortamında üretilmesi mümkün olmayan giysileri satın aldığını ifade etmektedir.

Görüşmeciler için satın alma davranışının yerini çoğunlukla bireysel üretimin aldığı görülmektedir. Bu nedenle alışveriş ve mağaza gezme deneyiminin görüşmeciler için kıyafetlerin yapılarını incelemek ve ilham almak için gerçekleştirilen aktiviteler halini aldığı görülmektedir. Görüşmeciler hazır giyim ürünlerini almamakla birlikte mağaza gezme deneyimini; ürünleri inceleme, fotoğraflarını çekme, kumaş ve malzeme türleriyle modelleri analiz etme deneyimi olarak görmeye başlamışlardır. Ayrıca görüşmeciler için yakınlarının giysilerini incelemek ve bu giysileri kalıp çıkarmak için ödünç almak yaygın bir uygulamaya dönüşmüştür;

“AVM gezmeyi çok sevmemekle birlikte vitrin gezmeyi seviyorum. Çünkü sizin görsel zevkinizi geliştiriyor mağazalar. Orada kurgu yapabiliyorsunuz. AVM vitrinine bağlı kalmıyorsunuz. O anlamda iyi bence. Ama mutlaka gezmek gerekiyor. Ben çok yaratıcıyım demek yanlış olur. Vitrin görmek gerekiyor. Vitrindeki o kumaşları görmek gerekiyor. Oradan ilham almak gerekiyor. Onu kendi gözünüzde ‘nasıl değiştirebilirim?’ diye düşünmek gerekiyor (Kıymet)”.

“Mesela ablamla beraberiz ve mağazalara gidiyoruz diyelim. Bir şey bakıyoruz örneğin, beğeniyoruz. Hemen ablama diyorum ki ‘alsana abla.’ Çünkü o alınca hemen ürünün kalıbını çıkaracağım (gülüşmeler)(Elif).”

Ayrıca günlük hayatta karşılaşılan insanların kıyafetlerinin; modelleri ve üretilebilirliklerini analiz etmek üzere derinlemesine gözlemlenmesi üretime özgün olarak gelişen bir diğer davranış biçimi olmuştur.

“Her şeyin fotoğrafını çekiyorum. Mesela beğeniyorum bir giysiyi. Diyorum ki, ben bunu dikerim. Ve sonra o giysinin dikişini çekiyorum, içini çekiyorum, dışını çekiyorum (Elif).”

“Beğendiğim şeylerin kalıbını çıkarıyorum hep. Kardeşimin kıyafetlerinden kalıp çıkarıyorum. Birine bir hediye alıyorum, onu hediye etmeden önce kalıbımı çıkarıyorum (Elif).”

“Aslında sürekli insanların kıyafetlerine bakan bir insandım hep. Üniversitede ev arkadaşımı ‘ben kızları fazla bakıyorum ama kıyafetlerine bakıyorum senin haberin olsun’ diye uyarmıştım, çünkü hep insanlara bakıyordum ve onlar da dönüp bana bakıyordu doğal olarak. O yüzden gözüm aslında üretmesem bile hep giysileri tarıyordu (Elif).”

Görüşmecilerin moda deneyimlerinin haricinde moda algılarının da değiştiği gözlemlenmektedir. Görüşmecilerden Kıymet, bir markanın kendine uygun bedenini bulamadığı pantolonu kendisi ürettiğini, hatta bu pantolondan farklı renklerde birden fazla adette üreterek satın almayla elde edeceği üründen daha fazlasını elde ettiğini vurgulamakta, bu yolla kendini nasıl güçlü hissettiğini anlatmaktadır. Görüşmecilerden Kıymet beğendiği stili üretme sürecindeki deneyiminin kendisinde yarattığı tatmini şu şekilde ifade etmektedir;

“Pembe Jeans’in mesela bir tane kadife pantolonunu gördüm. Bedeni yoktu. Aslında almayı çok istedim, çok düşündüm ama oradan çıktım. Erkek kesim, kalçada biten bir pantolundu. Tek pilili, fitilli kadife bir pantolon. Kumaşçıya gittim. Kumaş aldım ve 5 tane diktim ondan. Marka sadece bir renkle kaldı ama benim renk kadife pantolonum var. Yani Pembe Jeans sen kimsin diyorum (Kıymet).”

Görüşmecilerin çevrelerindeki insanlara giysi üreterek başkalarının da moda alışkanlıklarında değişikliğe neden oldukları görülmektedir.

“Mesela bir arkadaşım tango gösterisine çıkacakmış. Dedi ki benim için bir tango elbisesi dikebilir misin?... Ben beğendim, evet ama başkasının da beğenip ya ‘ben bunu çok beğendim arkadaşımın düğününde böyle bir şey giymeyi çok isterim, dikebilir misin?’ diye sorması çok güzel. Diyorum ki demek ki evet, sadece ben beğenmiyorum aslında (Elif).”

Bu bölümde bireysel giysi üretiminin zanaat aktivisti bir davranış olarak değerlendirilmesinden hareketle bireysel üretim pratiklerini benimsemiş bireylerin deneyimlerine, düşüncelerine ve algılarına yer verilmiştir. Görüşme bulgularından hareketle

deneyimlerin belirli temalar etrafında şekillendiği görülmektedir. Bireysel üretimle ilgili kimi temaların görüşmecilerin erişim ve yetki alanının genişlemesine işaret ettiği görülmektedir. Giyim ürünlerinin ekonomik durum nedeniyle masraflı hale gelmesi görüşmeciler için modaya uygun yeni giysilere ulaşmak üzere alışveriş yapma davranışını olumsuz etkilemektedir. Maddi gerekçeye bağlı kalmaksızın görüşmeciler, bireysel üretim becerileri yoluyla istedikleri giysileri üretebildiklerini ifade ederler. Bu sayede bireysel üretim becerisi ve bireysel üretim eylemi tüketiciler için bir kısıtlanmanın ortadan kaldırılması anlamına gelmektedir. Maddi unsurların haricinde gelişen malzeme ve üretim bilgisi görüşmecilerin hazır giyim ürünlerine karşı farkındalık kazanmasına imkan vermiştir. Kalitesiz malzeme ve üretim yöntemlerini ayırt edebilmeye başlayan görüşmeciler bireysel üretim yoluyla daha kaliteli giysiler elde edebildiklerini ifade etmektedirler. Bir anlamda bireysel giysi üretimi aktivitesi daha kaliteli ürünlere ulaşmak için bir araç olmaktadır.

Bireysel üretim becerisinin, görüşmecilerin beğendikleri stilleri ve istedikleri bedenleri elde etmek için de bir araç olduğu görülmektedir. Bireysel üretim görüşmecilerin, modanın hazır olarak sunduğu veya coğrafi olarak kendilerine sunulan moda ürünlerine bağlı kalmayan moda kullanıcıları olmalarına imkan vermektedir. Bu konu güç konusu üzerinden düşünüldüğünde bireysel üretimin, kişinin moda sistemi içindeki erişim alanını genişlettiği ifade edilebilir. Bu erişim alanı pahalı bulunan ürünleri üretebilme becerisini, markaların beğenilmeyen stillerinin haricinde farklı stillerdeki giysilerin üretimini, hızlı modanın sunduğu kalitesiz ürünlerin ötesinde kaliteli ürünlere erişimi, mevcut olmayan bedenlerde veya özel ölçülere göre giysi üretimini ifade etmektedir. Bireysel üreticilerin etki alanının genişlemesi üreticilere, sektöre (neyin üretilip üretilmediğine, hangi stillerin kendilerine sunulup sunulmadığına) daha az bağımlı moda kullanıcıları olma imkanı verir. Bu, onların yine kendilerine biçilen rol açısından daha güçlü şekilde konumlanmalarını mümkün kılmaktadır. Mağazada bedenini bulamadığı giysiden yola çıkarak kendi üretimini yapan Kıymet'in, kendisini markadan daha üstün hissetme deneyimi bu konuya uygun bir örnektir. Burada bireysel üretimin kişiye üstünlük duygusu sağlamış olduğu görülmektedir.

Ayrıca görüşmeciler zanaat sürecinin getirdiği deneyimsellik aracılığıyla ürünlerini kişiselleştirebilmekte; istedikleri adımda, istedikleri şekilde ürünlerine müdahale edebilmektedirler. Ana akım moda, Fletcher'ın ifadesiyle, birbirine benzer tarzlardaki ürünlerle dolu olduğundan bu seçenek eksikliği kişilerin bireyselliğine zarar vermekte, hayal güçlerini köreltmekte ve kıyafetlerin ne olabileceğine dair vizyonlarını sınırlamaktadır (2014: 223). Bireysel üretim aracılığıyla mümkün olan kişiselleştirmenin, ana akım modanın sunduğu belirli stillerin ötesine erişime imkan verdiği ifade edilebilir. Ayrıca yaratıcılık unsurunun üretilen giysilerle daha derin duygusal bağ kurulmasına imkan verdiği iddia edilebilir. Bu noktada bireysel üretim deneyiminin, moda deneyiminin derinleşmesine etkisi söz konusudur.

Zanaat edinimi bireysel giysi üreticilerinin deneyimleri doğrultusunda ortaya çıkan bir başka temadır. Karmaşık bir beceri edinme sürecine dayalı giysi üretiminin öğrenilmesi görüşmecilerin giysilerle ilişkisini değiştiren bir unsur olarak gözlemlenir. Görüşmeciler ürettikleri ürünlerle artık yalnızca tüketim nesneleri olarak değil, zanaatkar-zanaat ürünü perspektifinden bağ kurmaktadır. Bu bağ da sıradan bir hazır nesne ile kurulan bağdan daha derin bir bağdır. Yani bireysel üreticiler, ürettikleri giyim ürünleriyle hazır alınmış giyim ürünlerinden daha derin bir bağa sahip olmaktadır. Moda deneyimine etki eden bir başka deneyim ise görüşmecilerin mağazalardaki ve diğer insanların üzerindeki giysilerden becerilerini geliştirmek için faydalanmalarıdır. Görüşmeciler artık giysileri incelemek amacıyla mağazaları gezdiklerini ifade etmektedirler. Görüşmeciler için alışveriş yapma ve mağaza gezme deneyimi ürün satın alma amacından ziyade ürün geliştirme amacına hizmet ederek bir anlam dönüşümü geçirmiştir. Ayrıca moda pratiklerini üretim pratikleri ile şekillendiren görüşmeciler için hazır giyim ürünlerinin alınıp tüketilen nesneler olma işlevinin ötesinde bir deneyime dönüştüğü görülmektedir.

Bireysel üretimin sosyal kimliğin yaratılması konusunda da bir güç sağladığı ifade edilmektedir. Zanaatlar bireysel modayı yaratmak için kullanıldığında, bireysel üretici neyi ürettiği ve neyi dünyaya görünür yaptığı konusunda özerkliğe sahip olur (Lange, 2019).

Ayrıca bireysel giysi üretimi becerisi görüşmeciler tarafından farklı şekillerde sosyal etkileşim aracı olmuştur. Giyilen bireysel üretim giysiler aracılığıyla beğeni toplanması da görüşmeciler tarafından işaret edilen bir diğer unsurdur. Bireysel üretim ürünlerin beğenilmesinin, görüşmecilerin sosyal deneyimlerine etki ettiği ifade edilebilir. Bireysel üretim ürünler kişilerin moda aracılığıyla süregelen sosyal rollerini inşa etme süreçlerine dahil olmaktadır. Görüşmeciler ürettikleri bireysel üretim ürünlerin çevrelerindeki kişiler tarafından beğenildiğini ve bu ürünleri etrafındakiler tarafından istendiğini ifade etmektedir. Yine bu tür bir etkileşim de moda deneyiminin değişmesini ifade eder. Yani bireysel üretim aracılığıyla sosyal deneyimin, dolayısıyla moda deneyiminin şekillendiği görülmektedir.

Üretim sürecindeki kişiselleştirmenin, beceri edinilmesi sürecindeki deneyimselliğin, erişim alanının genişlemesinin ve değişen sosyal süreçlerin, moda deneyiminin şekillenmesinde etkili olduğu görülmektedir. Bu noktada bireysel üretimin moda deneyimini de dönüştürdüğü görülmektedir. Moda deneyimi artık temel olarak alışveriş yapma ve giyinme davranışı şeklinde gerçekleşmez; bireysel üretimi de içerecek şekilde biçimlenir. Bireysel üretim deneyimi çeşitli yollarla -beceri gelişimi, üretilen veya hazır giysilerle farklı şekilde bağ kurma, yaracılık için bir alan ve erişim alanının genişlemesi- moda deneyiminin değişmesine, dolayısıyla da moda algısının yeniden şekillenmesine imkan verir.

Sonuç olarak, bireysel üretimi benimseyen kişilerin erişim alanlarının genişlemesiyle moda hiyerarşisinde daha güçlü konuma taşındıklarını ifade etmek mümkündür. Bu durum aynı zamanda Holroyd'un "modayı herkesin erişimine açık bir ortak kaynak" olarak tasvir ettiği "ortak bir toprak parçası olarak moda"¹⁵ metaforuyla birlikte açıklanabilir (2013). Bu metafor, modanın belirli bir grup tarafından kontrol edilen bir alan olmaktan ziyade; herkesin yaratıcı katkıda bulunabileceği, paylaşabileceği ve değiştirebileceği bir "ortak toprak" gibi düşünülmesi düşüncesine dayanmaktadır (2013).

¹⁵ Fashion as a commonland

Holroyd'un metaforunda olduğu gibi, bireysel üretimi benimseyenlerin moda içinde bir tüketiciden daha fazla yer kaplamaya başladığı iddia edilebilir. Aynı zamanda bireysel üretime yönelen kişilerin, kendi kendilerine yetebilme duygularının geliştiğinin ve moda ihtiyaçlarının ticari moda tarafından değil bir ölçüde kendileri tarafından karşılandığının ifade edilmesi mümkündür. Burada bireysel üretim hem kimliğin hem de moda deneyiminin inşası için kullanılmaktadır. Bu bir anlamda kişilerin daha çok kontrol sahibi ve yetkin hissedebildiğiyle ilişkili olarak ele alınmıştır.

4.3.2. Uygulama: Elindekini Kıymetini Bilmek Gibisi Var mı?

Güç dengeleri açısından bakıldığında tüketicinin sergilediği tüketim harici davranışının (ve özellikle üretim davranışının) güç dengelerinde değişime sebep olduğu kabul edilmektedir. Bu bağlamda tüketimin yerine üretimin tercih edilmesi gibi tüketimin sorgulanmasına ve yeni değerlerin bulunmasına yönelik davranışlar da güç dengeleriyle doğrudan ilişkilidir. Giysiler ve moda ile ilişkili tüketim davranışı haricinde değerler-anlamlar ortaya çıkarmak tüketici güçlenmesi sürecinde önemli bir deneyim olarak ortaya çıkar. Tüketimin haricinde moda ve giysiler üzerine düşünme süreçlerine teşvik etmeye yönelik davranışlar da güç dengelerine etki etmesi bağlamında ele alınabilir. Bu anlam ve değer ortaya çıkarma sürecinde sahip olunan giysilerle ilişkinin ele alınması, bu giysilerin anlamlarının değerlendirilmesi ve bu giysilerle mevcut bağların gözden geçirilmesi tüketicileri tüketim davranışından bağımsızlaştırma yoluyla güç dengelerinde değişime katkı sağlayabilir. Çalışmanın bu bölümünde yer verilen uygulama “giysilerle ilişkileri yeniden değerlendirmek” konusu bağlamında gerçekleştirilmiştir.

Araştırmacı ele alınan konu doğrultusunda araştırma yaparken sosyal medyadan takip ettiği bir kişinin paylaşımları dikkatini çekmiştir. Sürdürülebilir moda ile ilgili paylaşımlar yapan bu sosyal medya kullanıcısı söz konusu uygulamayı yapması için araştırmacıya ilham vermiştir. İlgili kişi sahip olunan giysilerin tekrar tekrar giyilmesi ve tekrar tekrar kullanma davranışının tüketim toplumunun üyeleri için ne anlam ifade ettiğine dair düşündürmek üzere paylaşımlar yapmaktadır. Bu kişi aynı zamanda mevcut giysilerin

tekrar tekrar giyilmesinin nasıl kültürel pratiklerle ilgili olduğu, nasıl etik bir mesele olduğu, nasıl kişisel bir sorumluluk olduğu hakkındaki düşüncelerini paylaşmaktadır. İlgili kişi uzun yıllardır giydiği giysiler üzerinden yola çıkarak takipçilerine mesajlar iletmektedir. Sürdürülebilir yaşamı destekleyen ve sürdürülebilir giyinme pratiklerinin yayılması için içerikler hazırlayan bu kullanıcının bir paylaşımı araştırmacıyı bireysel uygulama yapmak için harekete geçirmiştir.

Araştırmacı, vermek istediği mesajı takipçilerine ilgi çekici kişisel deneyimler ile aktaran; takipçilerini düşünmeye, giysileriyle ilişkilerini sorgulamaya teşvik eden bu kişinin çeşitli moda mesajlarını mevcut şartlarda kendisinin yayabileceğinden daha iyi şekilde yaydığını düşünmüştür. Bu sebeple araştırmacı, bu kişinin amacını ve yaratıcı eylemini desteklemek amacıyla bir uygulama yapmaya karar vermiştir. Araştırmacı, kişinin ilgili paylaşımında kullandığı bir ifadeyi çok vurucu bulduğundan bu ifadenin yer aldığı bir tasarım gerçekleştirmiştir. İlgili kişi hazırladığı bir videoda yıllardır sürekli giydiği giysiler üzerinden örnek vermekte; giysilerin tekrar tekrar giyilmesinin içerdiği emek ve enerji yoğun süreç sebebiyle utanılacak değil gurur duyulacak bir eylem olduğunu ifade etmektedir. İlgili kişi “Elindeki kiyim kiyiminin kıymetini bilmek gibisi var mı?” sözüyle mesajını tamamlayıp takipçilerini mevcut giysileriyle ilişkisine bakmaya davet etmektedir. Araştırmacı da bu sözün son derece etkileyici olduğunu düşündüğünden bir tekstil çalışması ile ilgili kişinin bu sözünü vurgulamak istemiştir. Gevşek dokulu bir pamuklu etamin kumaş üzerine etamin tekniği ile ilgili sözü işlerken farklı büyüklükteki ve formdaki karakterler kullanmayı seçmiştir. Çalışmaya bir figür de eklemek istediğinden araştırmacı keçe malzemeden bir kazak figürü hazırlayarak nakış ipi ile bu kazağın üstünde desenler oluşturmuştur. Oluşturduğu kazak figürünü metin ile orantılı şekilde kumaşa yerleştirmiş; çalışılan kumaşın kenarlarından iplikler çekerek çerçeve formuna benzer bir saçak dokusu oluşturmuştur (Şekil 36).



Şekil 36. “Elindeki kiyimetini bilmek gibisi var mı?” çalışmasının görüntüsü, Ülker Tatlıdil Şahin

Araştırmacı tasarımı ürettikten sonra ilgili kişiyi de etiketleyerek çalışmanın fotoğrafını kendi sosyal medya hesabında paylaşmıştır. Ardından kendisine özel mesaj göndererek yaptığı paylaşımlarının sürdürülebilir moda gündemi açısından ne kadar anlamlı olduğunu ve kendisinden ilham alarak bir çalışma ürettiğini bildirmiştir;

“Merhaba Eda (Kod adı) Hanım, ben sizi bir süredir takip ediyorum. Sürdürülebilir moda alışkanlıklarını kazanmak, bu konu hakkında toplumdaki bilinç ve sosyal etkileşimlerimiz tam da çalışma alanlarımdan. Aynı zamanda çeşitli el işleri aracılığıyla toplumda bilinç yaratmayı amaçlayan eserler üretiyorum son zamanlarda. Geçtiğimiz günlerde paylaşmış olduğunuz, eski bir elbisenizle olan ilişkinizi anlattığınız reels gerçekten çok hoşuma gitti. Videoda “Elindeki kiyimetini bilmek gibisi var mı?” diyerek giysilerimizle ilişkimize bakmaya davet ediyorsunuz bizleri. Ben de bu sözünüzden ilham alarak bir işleme yaptım ve bu işlemeyi sizinle paylaşmak istedim. Umarım hoşunuza gider. Sürdürülebilir bir dünyanın inşası için küçük gibi görünen adımlar birikerek büyük etkiler yaratır. Giysilerimizle ilişkilerimizi daha fazla sorguladığımız bir hayat onlarla derin bağlarımızı keşfetmemize ilham olur, bence bu da tüketim

alışkanlıklarımızı dönüştürecek olan anlamlı bağıdır. Takipçilerinize ilham olduğunuz için kendi adıma teşekkür ederim.”

İlgili kişi gönderilen mesaj karşısında çok memnun olduğunu bildirmiş ve çalışmayı kendi sayfasında hikaye olarak paylaşmıştır (Şekil 37).



Şekil 37. Çalışmanın ithaf edildiği kişiye gönderildiği ve ilgili kişiden dönüş alındığı sosyal medya içerikleri, Ülker Tatlıdıl Şahin

Eyleme ilham kaynağı olan kişinin mevcut olan giysilerle bağı yeniden keşfetmek ve ortaya çıkarmak üzerine gerçekleştirdiği davranışının, kendi başına oldukça büyük bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Bu çalışmada bireyleri “giysilerle ilişkilerini yeniden değerlendirme” amacına uygun olarak, insanları bilinçlendiren bir kişinin işini desteklemek yoluyla hareket edilmiştir. İlgili kişinin davranışı içinde bulunduğumuz tüketim toplumunda bir açıdan aktivist bir yaklaşımla paylaşımlarda bulunmaktır. Zanaat aktivizmi eylemleri

kimi zaman iyi etki yaratan kişilerin desteklenmesi biçiminde de gerçekleştirilebilir. Corbett, zanaat aktivizminin nazik bir protesto biçimi olarak toplumsal durumlara olumlu katkı sağlayan kişilere destek olmak için kullanılabileceğini vurgular. Bu bağlamda Corbett zanaat aktivizminin mutlaka çatışmacı olması gerekmediğini, bunun yerine toplumsal değişim için çalışan bireylerin veya organizasyonların seslerini daha güçlü bir şekilde duyurabilmek için destek de sunabileceğini ifade eder (2018).

Çalışma küçük bir parça kumaşın üzerine metin yazılmak suretiyle gerçekleştirilmiştir. Zanaat aktivizmi içerdiği metin paylaşımı ile kaygıların, mesajların açık bir şekilde diğer insanlar ile paylaşılmasına imkan verir. Corbett zanaat aktivizminin, mesajları açıkça paylaşarak toplumsal farkındalığı arttırmak ve izleyicileri harekete geçirmek için yaratıcı bir araç biçiminde kullanılabileceğini ifade etmektedir (2018). Güzel, ilginç ve vurucu biçimlerde kurgulanabilecek bu mesajların, insanların meseleye olan ilgisini pekiştirdiği ve toplumun daha geniş kesimlerine ulaşmayı sağladığı vurgulanmaktadır. Açıkça metin yazabilmek bu çalışmada modadan alınan keyfin “değer bilmek” teması ile yeniden değerlendirilmesine vurgu yapmaya imkan vermiştir. Çalışmada “değer bilmek” olgusu özendirilecek bir unsur olarak vurgulanmıştır.

Çalışma öncelikle araştırmacının kendi sosyal medya sayfasında paylaşılmış, ardından ithaf edildiği kişiye mesaj olarak gönderilmesiyle bu kişiye ulaştırılmıştır. İlgili kişi ise çalışmayı çok beğendiğini ifade ederek kendi sosyal medya sayfasında paylaşmıştır. Çalışmanın iki kişi tarafından paylaşılmasıyla mesaj yalnızca bir değil iki kişinin de takipçilerine ulaşmıştır. Zanaat aktivizmi uygulamaları ana akım sanat eseri sergilenme biçimi olan müze ve galerilerde izleyiciye ulaştırılmanın ötesinde çok çeşitli biçimlerde sergilenebilmektedir. Hatta yaratıcı sergilenme biçimleri zanaat aktivizmi çalışmalarının sergilenmesiyle ilgili olarak öne çıkan önemli bir unsurdur. Sosyal medya zanaat aktivizmi çalışmalarının yaygın olarak sergilendiği mecralardan biridir. Sosyal medya haricinde zanaat aktivizminin çeşitli biçimleri yaratıcı sergilenme yollarını içerir. Çalışmanın önceki bölümünde yer verilen kamusal alanlara yerleştirme yapmak veya gerilla yollarla mesajları

ulaştırmak bunlardan bazılarıdır. Ayrıca performansa dayalı eylemlerin; protesto edilen mağazanın önünde örme eylemi yapmak (Bkz. sf. 54, Knitting Nannas Against Gas) gibi biçimlerde olabildiği görölmektedir. Bunun haricinde işe gidiş geliş otobüsünde işleme yaparak diğeryolcularda ürünle ilgili merak uyandırmayı amaçlayan sanatçı Rufina Bazlova'nın (Bkz. sf. 108) uygulama biçimi de bu konuya örnektir. Zanaat aktivizmi yaratıcı sergilenme biçimleri sayesinde moda mesajları ve kaygıları daha çok kişiye ulaştırılabilir. Örneğın bu eylemde tüketici güçlenmesini hedefleyen mesajın daha fazla kişiye ulaştırılabildiği ifade edilebilir.

Tüketimden üretime doğru hedeflenen tüketici rolü göz önüne alındığında bu eylemin büyük ölçekli, insanları doğrudan üretime yöneltmeye teşvik eden bir eylem olmadığı ifade edilebilir. Fakat küçük bir etkiye sahip gibi görünen eylemleri de değişime öncülük etme konusunda küçük kaldırım taşları gibi düşünmek mümkündür. Corbett, zanaat aktivizminin doğrudan büyük değişimler yaratmaktan ziyade, insanların zihnine küçük düşünce tohumları ekerek farkındalık yaratmayı ve zamanla değişime öncülük etmeyi hedeflediğini ifade etmektedir (2018). Yine de giysilere değeryerilmesini öneren bu mesajın dolaylı yolla da olsa bireysel üretimi teşvik edebileceği düşünülmektedir. Kıymet verilen bir giysinin hasar görmesi söz konusu olduğunda onarılması daha olası bir durumdur.

Üretilen çalışma insanların modayla ilişkilerini sorgulamaya teşvik edilmesi konusunda görev alabilir. Bu çalışmaya ilham kaynağı olan içerik aslında kişilerin giyim ürünüyle bağlarını keşfetmeye teşvik etmektedir. Bu eylemde zanaat aktivizminin, giysilerin öneminin gündeme getirilmesi konusunda araçsallaşabileceği görölmektedir. Mevcut giysilerle bağın keşfi aynı zamanda insanların modayla ilişkilerini de sorgulamalarına imkan sağlayabilir. Bu da tüketim odaklı moda davranışının sorgulanmasına ve yeniden değerylendirilmesine imkan verebilir. McGovern ve Barnes'ın belirtildiğı gibi, bu tür eylemler mevcut giysilerle yeniden bağ kurarak tüketim alışkanlıklarını sorgulamaya ve değiştirmeye teşvik etme amacı taşır (2022). Bu çalışma da elinde olanın kıymetini bilmeye vurgu yaparak,

tüketimden bağımsız bir moda deneyiminin imkanlılığının sorgulanmasına dair önemli bir örnek sunmaktadır.

4.4. Topluluk Oluşturmak

Bu bölümde moda katılımcı olmakla ilişkilendirilen topluluk oluşturma ve toplumsal birliktelik konusu ele alınmaktadır. Modaya yönelik gelecek eğilimlerinin birbirini desteklemeye ve sosyal dayanışmaya yönelik deneyimlerle ilişkili olarak nasıl incelendiği aktarılmaktadır. Daha sonra modada kolektif ve bireysel üretim yoluyla nasıl birlikteliğe ve dayanışmaya yönelik deneyimlerin ortaya çıktığı incelenmektedir. Zanaat aktivizminin, modayla ilişkili şekilde insanları biraraya getirme ve birbirini desteklenme konusunda rol alabileceği incelenmektedir. Bu bölümde zanaat aktivizminin toplumsal birliktelik odaklı modanın inşasında nasıl kullanılabileceği uygulama aracılığıyla ele alınmıştır.

Moda deneyiminin en temel düzeyde bireysel bir deneyim olarak ortaya çıktığı düşünülmektedir. Özellikle modern tüketim kültürünün etkisiyle moda öncelikle bir kimlik ifade etme aracı olarak görülmektedir. Fletcher (2014) modanın, tüketici toplumunun bireyci ve piyasa odaklı yapısından etkilendiğini ve bu bağlamda modanın, bireyler için kendilerini ayrıştırarak sosyal statülerini belirleme aracı olarak konumlandığını ifade etmektedir. Bu bireyselleştirici yaklaşım, bireylerin topluluk bağlarından kopmasına, moda aracılığıyla kendilerini yalnızca bireysel kimlikler üzerinden tanımlamalarına neden olmaktadır. Fakat sürdürülebilir modanın gelecek gündemlerine paralel olarak moda çalışmalarının, gelecekteki modayı kolektiviteyle, topluluk olmayla ve bireyselliğin ötesine geçen bir anlayışla ilişkili şekilde açıkladığı görülmektedir. Fletcher ve Tham (2014: 1) sürdürülebilir moda anlayışının bireysel tüketici sorumluluğundan çıkarak, dayanıklılığı ve kapsayıcılığı merkeze alan topluluk temelli bir çerçeveye kayması gerektiğini vurgulamaktadır. Fletcher, “Other Fashion Systems”¹⁶ isimli çalışmasında mevcut tüketim odaklı moda sisteminin

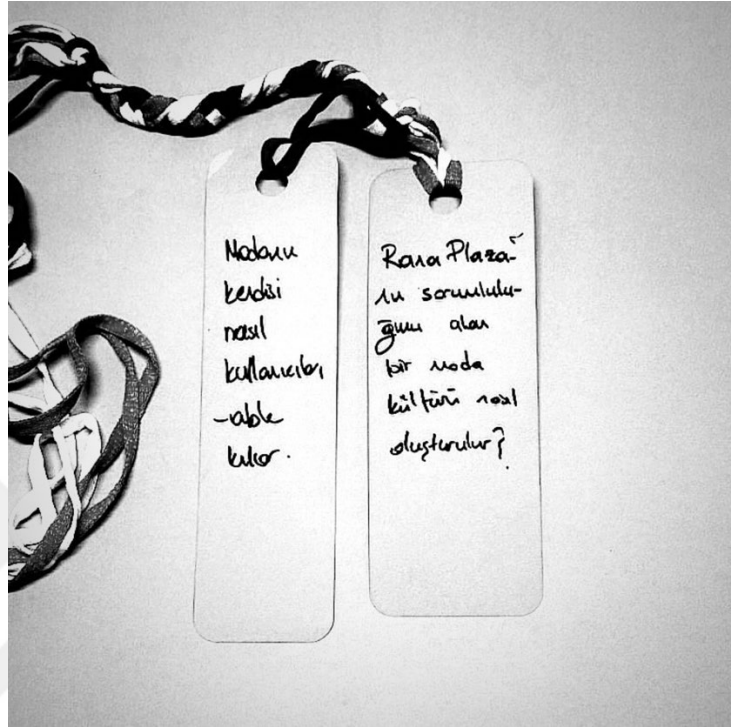
¹⁶ Çalışmanın ismi “Diğer Moda Sistemleri” olarak tercüme edilebilir.

toplumsal bağları zayıflattığını; buna karşın topluluk bağlarını ve sosyal dayanışmayı güçlendiren sürdürülebilir modellerin geliştirilmesi gerektiğini ifade etmektedir (2014: 15-17). Yine Fletcher (2007: 118) modanın sadece ürün odaklı değil, aynı zamanda toplumsal etkileşimleri destekleyen bir araç olarak ele alınması gerektiğini savunarak, moda pratiğinin duygusal bağları besleme potansiyeline dikkat çeker. Fletcher sürdürülebilir moda deneyiminden kolektiviteye odaklanmış bir deneyim olarak bahsederken modanın canlılığını ekosistemin canlılığına benzetmektedir. Fletcher ekosistemlerin canlılığının ilişkilere, enerji ve kaynakların kullanımına ve alışverişine bağlı olduğu gibi, modanın geleceğinin canlılığının da yarattığı ilişkilerde saklı olduğunu ifade etmektedir (2007: 123). Bu bağlamda arkadaşların birlikte örgü örmesini, kompost edilebilir giysileri, dezavantajlı bir topluluğu dikkatli satın alma ile destekleme davranışını örnek olarak gösterir. Moda üretiminde katılımcı bir bakış açısı öneren Busch (2008: 30) ise toplulukların ortak yaratım sürecine dahil olmasını ve modanın sosyal güçlenme aracı olarak kullanılmasını önerir. Aynı zamanda Busch moda praksi kitabında moda için bir praksis ideali inşa eder. Busch “praksis”i Arendt’in tanımına paralel olarak; modada iş birliği, katılım ve toplumsal refahın sağlanması idealini de beraberinde getiren bir çeşit toplumsal birliktelik şekli olarak tanımlar (2017: 14).

Kolektiviteye ve beraberliğe dayalı modanın tezahürlerinin çeşitli şekillerde olduğu görülmektedir. Kipöz paylaşımına dayalı moda biçimlerini “işbirlikçi tüketim” ve “işbirlikçi tasarım” olarak iki başlık altında ele alır (2021b). İşbirlikçi tüketim, markaların ortak tüketime dayalı ürünleri dolaşıma sokmasıyla ve genellikle giysi kütüphaneleri, kiralama sistemi gibi uygulamalarla çalışmasını tanımlarken takas uygulamaları işbirlikçi tüketimin bir diğer biçimi olarak ele alınmıştır. “Giysi Takası” platformu 2012 yılından beri takas ağırlıklı çeşitli etkinliklere ev sahipliği yaparken (Kipöz, 2021a) sosyal bir girişim olan Devridaim Enstitüsü gerçekleştirdikleri atölyelerin yanında takas etkinlikleri de düzenlemektedir. İşbirlikçi tasarım uygulamaları ise katılımcılı tasarım ve açık-kaynak tasarım modelleri ile açıklanmıştır. Genellikle tasarımcı çağrısı ile atölyelerde gerçekleştirilen bu tür üretim etkinlikleri bireylerin üretimin parçası olarak becerilerle donatılması ve bireysel üretimi deneyimlemeleriyle ilişkili olarak ele alınmaktadır (2021b).

Örneğin araştırmacı Busch 2000 yıllarından bu yana kolektif üretimi ve bireylerin katılımcılığını esas alan üretim modelleri üzerine çalışmaktadır. Busch (2008: 30) tarafından ortaya konan “*FASHION-able*” projeleri, kullanıcıları ve tasarımcıları bir araya getirerek, katılımcıların moda üzerinde yaratıcı kontrol sahibi olmalarını sağlayan “eylem alanları” oluşturmaktadır. “Swap-O-Rama-Rama” etkinlikleri ise moda hackleme ve yeniden tasarım yoluyla katılımcıları topluluk içinde yaratıcı iş birliğine teşvik etmektedir (Busch, 2008: 55). İngiltere’de yürütülen “Remade in Leeds” projesi ise topluluktaki bireylerin yeniden kullanım ve geri dönüşüm teknikleriyle kendi giysilerini yaratmalarını sağlayarak yerel ekonomiyi ve sürdürülebilir üretim süreçlerini desteklemeyi amaçlamaktadır (Harrison, 2014: 249). “Mend it Better” gibi tamir projeleri kıyafetlerin ömrünü uzatarak hem sürdürülebilirliği hem de kolektif bir kimlik inşasını desteklemektedir (Holroyd, 2014: 258). Ziyaret edenlerin üretim yapabilecekleri tamir kafeleri gibi oluşumlar bulunmaktadır (Harrison, 2014). Kolektif tasarım topluluğu olan ve genellikle moda odağında çalışan “Doğunun Cadıları” topluluğu da modanın kolektiviteye ve birlikteliğe odaklı gelecek gündemleri için örnek bir topluluktur. Altı kadın tarafından kurulmuş olan Doğunun Cadıları kolektifi doğa ve insan arasındaki ilişkiyi etik, döngüsel, yavaş ve simbiyotik tasarım yaklaşımlarıyla onarmayı amaçlayan, ekofeminist bir tasarım kolektifidir (<https://www.linkedin.com/in/witches-of-the-east-collective-363526295/?originalSubdomain=tr> Erişim Tarihi: 11.11.2024). Kolektif, adil, dayanışmacı ve sürdürülebilir bir moda sistemi yaratmak için tekstil, biyotasarım ve ekolojik üretim yöntemlerini birleştirerek çok disiplinli çalışmalar üretmektedir (<https://www.linkedin.com/in/witches-of-the-east-collective-363526295/?originalSubdomain=tr> Erişim Tarihi: 11.11.2024). Tasarım pratikleriyle onarmayı amaçlayan, Derya İrkdaş Doğu, Dilek Himam Er, Elif Tekcan, Filiz Özbengi Uslu, Melis Baloğlu, Şölen Kipöz tarafından kurulmuş olan kolektif, Türkiye’de ilk defa İzmir’de gerçekleştirilen Uluslararası Tekstil Bienali’nde “Simpoietik bir Moda Pratiği: Bağ” çalışmalarıyla yer almıştır (<https://www.izmir.art/tr/dogu-nun-cadilari-kolektifi-ile-uluslararasi-tekstil-bienali-uzerine> Erişim Tarihi: 11.11.2024). Kolektif üyeleri sergi kapsamında, iklim krizi, ekolojik yıkım ve atık sömürgeciliği gibi küresel sorunlara dikkat çekmek ve yerinden edilen

canlı türleri ile malzemelere dair farkındalık yaratmak motivasyonlarıyla tasarımlar geliştirmişlerdir. Bu bağlamda, ölü stok kumaşlar, doğa atıkları ve biyoplastikler gibi malzemeler kullanarak, örme tekniği ve figüratif nakışlarla hazırlanan, zanaat ve doğayla bağ kurmayı hedefleyen yerleştirmeler sunmuşlardır (<https://www.izmir.art/tr/dogu-nun-cadilari-kolektifi-ile-uluslararası-tekstil-bienali-uzerine> Erişim Tarihi: 11.11.2024). Kolektifin bir diğer dikkat çeken çalışması gönüllü kişileri, moda sisteminin neden olduğu iklim krizi, gezegensel kriz, toplumsal adaletsizlik ve cinsiyet ayrımcılığı gibi sorunlara karşı daha etik, adil, yavaş, döngüsel ve ekofeminist bir ilişki inşa etme motivasyonu, manifesto yazma süreçlerine ortak olmaya davet etme etkinlikleridir. Kolektifin bu etkinliğindeki niyetlerde moda sistemine yönelik olarak kapsayıcılık, kendi kendine yetebilmek, sorumluluk alma gibi temaların ortaya çıktığı görülmektedir (Şekil 38)(<https://www.instagram.com/p/C1wONEfoI2B/> Erişim Tarihi: 10.11.2024). Kolektifin ayrıca çeşitli topluluklar ve toplum merkezleri ile iş birliği içinde çeşitli üretim etkinlikleri ve atölyeler yaptıkları görülmektedir (<https://www.instagram.com/p/C8ITWT8IYHj/> Erişim Tarihi: 10.11.2024).



Şekil 38. Doğunun Cadıları Kolektifi'nin ortak manifesto yazımı etkinliğinde yazılan bir dilek, (<https://www.instagram.com/p/C1wOA4soYxk/> Erişim Tarihi: 11.11.2024)

Birlikte üretimi esas alan üretim etkinliklerinin yalnızca tasarımcılar aracılığıyla değil, belirli amaçlar doğrultusunda bir araya gelen kuruluşlar aracılığıyla da gerçekleştiği görülmektedir. Birleşik Krallık'ta başlatılan “Passion for Fashion” projesi, sosyal konutlarda yaşayan işsiz gençlere dikiş atölyeleri aracılığıyla hem mesleki beceri kazandırmakta hem de iş ve mali danışmanlık hizmetlerine erişim sağlamaktadır (Harrison: 248). Bu projeye benzer olarak “Antiform” projesi ise yerel üretimi ve zanaatı destekleyerek, katılımcı bir üretim süreciyle ortaya çıkmış bir projedir (Harrison, 2014: 249). Antiform projesi, Birleşik Krallık'ta sosyal ve çevresel sürdürülebilirliği desteklemek amacıyla yerel üreticiler ve zanaatkârlarla iş birliği içinde başlatılmıştır, yerel kaynakları kullanarak moda ürünleri tasarlamakta ve üretmektedir. Kolektif üretim odağında hareket eden çok sayıda yerli sosyal girişim ve uygulama da bulunmaktadır. Katılımcılı tasarımıyla üretim yapan “Incomplit”, Açık kaynak üretimi de içeren modeliyle “Mandalinarossa”, kültürel mirasın görünür kılınması

için sosyal sürdürülebilirlik odaklı olarak faaliyet gösteren “Argande” markası bu bağlamda ele alınabilir (Kipöz, 2021a). El üretimi ve zanaatların sürdürülmesi, istihdam ve iş birliği odaklı olarak yürütülen kooperatifler de kolektiviteyi benimsemiş organizasyonlardır. Örneğin Ödemiş Kadın Kooperatifi, kadınların el yapımı üretime odaklanarak yerel ve kültürel kimliğin korunmasına katkıda bulunmalarına imkan verirken, nesli tükenmekte olan yerel zanaatların sürdürülmesini de destekleyen iş birliği olanakları sunmaktadır (Atalay, 2015).

Yukarıda yer verilen uygulamalar, modanın bireysel tüketimden çıkarak topluluk odaklı bir bağlamda dayanıklılık, çevresel farkındalık ve sosyal bütünleşme yaratan bir alan olarak nasıl dönüştürülebileceğine dair somut örnekler sunmaktadır. Bu projeler, geleneksel moda endüstrisinin aksine, yerel kaynakları ve zanaat tekniklerini kullanarak, yerel üretimi teşvik etmektedir. Yerel üretim süreci, sadece çevresel sürdürülebilirliği desteklemekle kalmaz, aynı zamanda topluluk içindeki bireyleri üretim zincirinin bir parçası haline getirerek topluluk bağlarını kuvvetlendirir. Harrison bu projelerin, bireylerin becerilerini kullanarak aktif katkıda bulunmalarını sağladığını ve böylece topluluğa aidiyet hissi kazandırarak sosyal dayanıklılığı artırdığını vurgular (2014: 248). Kolektiviteye dayalı oluşumlar geleneksel moda endüstrisinin bireyselliğe yönelten yapısının aksine birlikte çalışma, birlikte üretme, sosyal fayda ve iyi oluş gibi olguları ön planda tutmalarıyla bireyselliğin ötesinde toplumsal bağı güçlendirerek topluluğa ait olma duygusunu da destekleme etkisine sahiptir.

İşaret edilen yaklaşımlar, modanın gelecekte kolektiviteyi güçlendiren, bireyselliğin ötesine geçerek topluluk bağlarını ve çevresel-insani refahı destekleyen bir alan olarak gelişeceğine vurgu yapmaktadır. Zanaat aktivizmi ise topluluk duygusunun yoğun olarak yaşandığı ve hissedildiği bir uygulamalar bütünüdür. Zanaat aktivizmi pek çok şekilde kolektif deneyimler üretme gücüne sahiptir. Greer zanaat aktivizminin güzelleştirme, bağışlama ve bilgilendirme olarak üç yönü olduğunu iddia eder. Fitzpatrick ise zanaat aktivizminin kendi kendini örgütlemeyi içeren ve halkın katılımına odaklanan “kolektif deneyimler üretme gücü”nü bu üç unsura ek olarak ele alır (2018). Kolektif deneyimler

oluşturan şeylerin başında ise zanaat aktivizmi toplulukları gelmektedir. Bu topluluklar kalıcı ya da bir amaç çerçevesinde geçici olarak toplanmış insanlardan oluşmaktadır. Zanaat aktivizmi toplulukları belirli konulara veya güncel meselelere karşılık oluşturulan topluluklar olarak çalışmalarını zanaat temelli direniş için toplumsal eylemlere odaklarlar (Fitzpatrick, 2018). Calgary merkezli “Revolutionary Knitting Circle” grubu ve bu grup gibi diğer radikal zanaat aktivizmi grupları iş birliğine dayalı veya atölye temelli bir ortamda örgü, kapitone veya el işi becerilerinin öğretilmesine vurgu yapmaktadır (Black & Burisch, 2011). Grup etkinlikleri sırasında gerçekleşen etkileşimler ve tartışmalar aynı zamanda aktivist stratejilerin ve politikaların öğretilmesi, paylaşılması ve desteklenmesi için erişilebilir bir forum görevi görmektedir (Black & Burisch, 2011).

Zanaat aktivizminin birbirini desteklemeyi amaçlayan bir diğer örnek eylemi Craftivist Collective topluluğunun 2015 yılında gerçekleştirdiği ‘Marks & Spencer Geçim Ücreti’ kampanyasıdır (McGovern & Barnes, 2022). Sarah Corbett’in işlenmiş mendiller yoluyla yetki sahiplerine kibar mesajlarını ulaştırdıkları proje, giyim işçilerine adil ücret getirerek çalışanlara destek olmuştur (<https://ideas.ted.com/how-a-gentle-protest-with-hand-embroidered-hankies-helped-bring-higher-wages-for-retail-employees/> Erişim Tarihi: 06.09.2022). Benzer şekilde MicroRevolt tarafından başlatılan “Nike Yorgan Projesi” de Nike için üretim yapan firmalarda çalışan işçilere adil ücret getirilmesi konusunda çalışarak duyarlı kişilerin desteğe ihtiyacı olan tekstil çalışanlarına yardım ulaştırılmasına imkan vermiştir. Zanaat aktivistleri hakkını arama, yardım toplama, gibi amaçlarla bir araya gelebilir. Moral ve pozitif etki zanaat aktivizminin temel duygularından ve etmenlerinden olarak öne çıkmaktadır (Black & Burisch, 2011).

Aktivizm, sosyal farkındalık gibi amaçlarla bir araya gelen zanaat grupları Türkiye’de Avrupa ve Amerika’daki gibi yaygın şekilde gerçekleşmese de çeşitli yerel örneklerin dezavantajlı grupları desteklemek ve hak mücadeleleri gibi amaçlarla kullanıldığı gözlemlenmektedir (Bkz. Yerel zanaat aktivizmi örnekleri bölümü). Zanaat aktivizmi amaçlı grupların ötesinde birlikte üretmenin çeşitli biçimleri yerel düzeyde yaygın biçimde varlık

göstermektedir. Eski bir gelenek olan örgü toplulukları yalnızca bu ticari organizasyonlar tarafından değil kadınlar tarafından kendi arkadaş, akraba gruplarıyla grup üyelerinin evlerinde bir araya gelinen toplanmalar biçiminde da gerçekleştirilmektedir. Kadınların “gün” olarak adlandırdıkları etkinliklerde bir araya gelerek vakit geçirirken örgülerini de yanlarında götürmek suretiyle bu toplanmalarda şiş ve tığ işi örgü çalışmalarını üretmeleri yaygın kültürel bir davranıştır. Genellikle hobi ve örgü malzemeleri satan dükkanların kimi zaman üretim etkinlikleri ve atölyeleri düzenledikleri bilinmektedir. Bireysel bir örgü üreticisi kimi zaman arkadaşlarıyla bir kafede her hafta bir araya gelerek örgü ördükleri bir örgü grubu olduğunu ifade etmiştir¹⁷. Bazı üniversitelerde öğrenciler tarafından oluşturulan örgü veya hobi grupları bulunmaktadır. Yine tekstil sanatçıları ve tekstil işleriyle uğraşan kişiler tarafından oluşturulan grupların çeşitli projeler gerçekleştirdikleri görülmektedir. Textile Art Platform (TAP) isimli tekstil grubu 14 Nisan 2023’te Hatay depremini konu alarak “iyileşme” teması altında kolektif bir örgü örme etkinliği düzenlemiştir. Bu amaçla kendi temalarını belirleyen sanatçılar ve katılımcılar depremin psikolojik etkilerini paylaşmak ve yaralarını sarmak amacıyla örgü işlemeleri yapmışlardır. Derya Tecimer ve Deniz Kesen öncülüğünde depremzede çocukların, Down sendromlu bireylerin, ve yardıma muhtaç çocukların desteklenmesini de içeren çok sayıda örme ve örgü bağışlama etkinlikleri düzenlemiş Derya Deniz Örgü Grubu da yerli oluşumlara örnek olarak gösterilebilir.

4.4.1. Uygulama: Hataylı Depremzede Kadınlar için Yardım Çalışması

Türkiye 6 Şubat 2023 tarihinde büyük bir deprem felaketi geçirdi. Bu felaket ile 6 şehirde binlerce insan hayatını kaybetti, yüzbinlerce insan yaralandı, evsiz kaldı; kentler ve yerleşim yerleri yok oldu. Depremin üzerinden geçen zamana rağmen depremin yaralarının sarılması, bölge halkının yeniden refaha kavuşması ise yıkımın büyüklüğü nedeniyle uzun yıllar alacak gibi görünmektedir. Türkiye’nin dört bir yanından bölgeye maddi ve manevi

¹⁷ İsmi gizli tutulan görüşmeci ile 1.11.2023 tarihinde yapılan online görüşme

yardım yapılırken her bir topluluk yardım edebileceği imkanlar dahilinde yardım etmeye devam etmektedir.

Hatay depremi depremzedelerine yardım uygulamaları hem bireysel hem kolektif şekillerde gerçekleşmektedir. Zanaat aktivizmi uygulamaları ise yalnızca çatışmacı fikirlerin üretilmesini değil doğrudan yardım eylemlerini de kapsayan bir eylem türü olmaktadır. Zanaat aktivizmi farkındalık oluşturmak kadar direkt eyleme geçmeyi de kapsayan bir ideolojidir. Bu yüzden zanaat aktivizminde yardım eylemleri büyük önem taşır. Greer zanaat aktivizminin üç büyük boyutundan birini bağışlama ve yardım eylemleri olarak işaret eder (<https://craftindustryalliance.org/craftivism-crafts-activism-meet/> Erişim Tarihi: 02.09.2022). Zanaatlar ile uğraşanların bağış uygulamaları genellikle el yapımı bir nesne yapıp bağışlamayı veya el yapımı nesneleri satarak elde edilen parayı bağışlama yoluyla belirli amaçlar için para toplamayı içermektedir (Fitzpatrick, 2018: 9). Bu başlık altında Hataylı kadınlara yardım amacıyla gerçekleştirilen kolektif bir proje ele alınmıştır. Proje, sosyal bir girişim olan Devridaim Enstitüsü'nün başlattığı Hatay Samandağ'da bulunan bir köye iç çamaşırı üretimi şeklinde gerçekleşen projenin devamı biçiminde kurgulanmıştır. Proje, araştırmacının çalıştığı eğitim kurumundaki öğrencilerle birlikte katılım teklifinin ardından ikinci bir ayak olarak yeniden şekillenmiştir. Öncesinde projenin gerçekleşme şekli gönüllü katılımcıların, organizasyonun kendi alanında gerçekleştirilen üretimine katılmaları şeklindeyken, araştırmacının yürütücü ve katılımcı olduğu ikinci kısımda daha farklı biçimde şekil almıştır. Proje İstanbul Bilgi Üniversitesi'nin Tekstil ve Moda Tasarımı programında eğitim gören gönüllü öğrenciler ile gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler ardından yardım etkinliği gönüllü öğrencilerle üretim yapılan uzun soluklu bir formata dönüştürülmüştür. Yardım üretim atölyesi 2024 yılının Mayıs ayı boyunca haftada ortalama 3 gün açık olmuştur. Açık atölye formatında gerçekleşen atölyede öğrenciler müsaitliklerine göre katılım sağlayarak üretimde bulunmuşlardır (Şekil 39). Öğrencilerin üretimleri üretim ayı sonunda Devridaim Enstitüsü aracılığıyla bölgedeki ihtiyaç sahiplerine ulaştırılmıştır. Eylemin okulda öğrencilerle olması nedeniyle uygulamada zorunluluğun olmamasına büyük önem

verilmiştir. Tamamen gönüllülük üzerine olduğu belirtilen eylemde zorunlu katılım olmadığına dair bilgi paylaşımı yapılmıştır.



Şekil 39. Öğrenciler ile gerçekleştirilen Hatay'lı kadınlara yardım atölyesinden bir görüntü, Ülker Tatlıdil Şahin

Yardım atölyesi ile ortaya çıkan katılımcı deneyimleri sosyal birlikteliği ve dayanışmayı merkezine alan bir moda deneyimi için çeşitli bulgular sunmaktadır. Öncülük edilen atölye daha öncesinde Devridaim Enstitüsü tarafından başlatılmış olan bir projenin devamı niteliğinde olmuştur. Bu noktada hem yardım görevini gerçekleştiren kurumun projesi desteklenmiş, hem de kurumun kendisi yardım eylemi için bir kaldıraç görevi görmüştür. Fitzpatrick (2018) zanaat aktivistlerinin yaratıcı becerilerini organizasyonlarla çalışmak için kullanmasının gerekçelerinden şu şekilde bahseder;

“Kişinin bireysel bir eylemci olarak değişim yaratmak istediği konularda etkili olabilmesi konusunda bazı sınırlılıklar ortaya çıkabilmektedir. Çünkü insanları örgütlemek ve değişim için savunuculuk yapmak sürekli bir bağlılık ve birçok durumda önemli bir kaynak aktarımını gerektiren zaman alıcı, karmaşık ve

nihayetinde bürokratik girişimler olmaktadır. Yine de, toplumun olumlu dönüşümü için tüm sorumluluğu tamamen kurumlara ve örgütlere devretmek yerine zanaat aktivistleri yaratıcı becerilerini, topluluk gruplarını ve kâr amacı gütmeyen örgütleri hedeflerine ulaşmaları için destekleme odağında olumlu katkı için kullanabilirler.”

Fitzpatrick örgüt ve oluşumların desteklenmesinin önemini vurgularken zanaat aktivizminin hedeflere ulaşması için de bu oluşumların desteklenmesinin avantajlarına dikkat çeker. Fitzpatrick topluluklarla birlikte çalışmanın zanaat aktivistleri için karmaşık toplumsal sorunlara uygulanabilir çözümler hayal edip uygulama baskısını hafifletirken aynı zamanda toplumsal, kültürel ve politik değişimin hızlandırılması konusunda katkı sağlaması için önemli rol oynayabileceğini iddia eder (2018). Ortaklık içinde gerçekleştirilen projeler bireysel olarak çalışan zanaat aktivistleri için daha büyük çaplı etkilere ulaşmaya imkan verir. Gerçekleştirilen projede de görüldüğü gibi iş birliği, etki alanı kısıtlı bir zanaat aktivisti olan araştırmacının, amaçlarını açıkça ortaya koymuş ve etkili bir aktörden (mevcut durumda bu aktör bir kuruluştur) güç alabilmesi anlamına gelmiştir.

Zanaat aktivizminin toplumsal sorunlara işaret etmenin yanında doğrudan yardım eylemleri konusunda da sıklıkla görev aldığı görülmektedir. Fakat geçirdiğimiz deprem örneğindeki gibi, insanların bir felaketten sonra “hayatlarını sürdürmeleri için temel gereksinimlerini karşılama” gibi hayati bir durum söz konusu olduğunda gerçekleştirilen yardım eylemleri özellikle çok kıymetli olur. Gerçekleştirilen proje daha önce yardım bulunmamış kişilerin yardımda bulunması için bir fırsat olmuştur. Projenin katılımcılarından bazıları daha önce depremzedelere yardım fırsatı bulamadıklarını, bu etkinlik aracılığıyla yardım etme şansı yakaladıklarını, bu sebeple projenin kendileri için özel bir anlam taşıdığını ifade ederler. İşbirliği yaparak oluşturulan yardım imkanı bir açıdan gönüllü katılımcılarla yardım ulaştıracak kurum arasında bir köprü görevi görülmesini sağlamıştır. Yani bu zanaat aktivizmi eylemi yardım gönüllüleri ile yardım eden kuruluş arasında bir köprü görevini görmüştür.

Bu etkinlik eylem katılımcılarının sadece yardımda bulunmalarına değil, becerilerini yardım için kullanmalarına imkan vermiştir. Atölye dikiş dikmeyi bilen gönüllü

tekstil ve moda tasarımı bölümü öğrencilerinin katılımı ile gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların bir kısmı becerilerini kullanarak depremzedelere yardımda bulunma fırsatını ilk defa bu proje ile yakaladıklarını ifade etmişlerdir. Katılımcıların yardımda bulunmak için becerilerinden yararlanmış olması kendilerini faydalı hissetmeleri konusunda ortak şekilde etkili olmuştur. Katılımcı öğrenci 1; “dikiş bilen birinin yardım konusunda beton yığınlarını kaldırmakla görevli bir vinç operatörü kadar yükümlü olduğunu” ifade etmektedir. Bireysel becerinin kullanılmasıyla yardım üretimi sürecinde öğrenciler keyif alarak üretim yaptıklarını ifade etmektedirler. Katılımcı öğrenci 2’nin ifadesine göre, bu yardım eylemi kendisine maddi şekilde değil manevi şekilde bir destekte bulunduğunu hissettirmiştir. Bireysel beceri sayesinde yardım eyleminin gerçekleştirilmesi aynı zamanda topluluk duygusunu ve beraberliği destekleme konusunda da görev alır. Corbett’in ifadesiyle; birlikte aynı şeyin üretiminde görev almak ve üretimin adımlarını birlikte deneyimlemek bir topluluk duygusu yaratmaktadır (2018).

Bu bölümde gerçekleştirilen eylem araştırmacının aracılığıyla başka bir kurumla bir hedef etrafında bir araya gelinmesini içermektedir. Bu proje ile iki tarafın hem üreticiler olarak birbirine desteği söz konusuken hem de yardımlar aracılığıyla ihtiyaç sahiplerine fayda sağlanmıştır. Bu eylem aynı zamanda yardım etmeyi düşünebilecek öğrenciler için yardım etme aracının/fırsatının geliştirilip onlara sunulmasını sağlamıştır. Bu uygulama araştırmacının bir zanaat aktivisti olarak başka bir kurumla çalışma ve gönüllüleri yardım merkezine ulaştırma konusunda köprü görevini üstlenmesini sağlamıştır. Eylem, öğrencilerin gönüllülüğüne yönelik bir proje olarak gerçekleşmiştir. Eylem aynı zamanda katılımcılara kendi becerileri ile değişim yaratmak ve katkı sağlamak için fırsat vermiştir. Bu katılımcılar her ne kadar daha önce materyal ürün yardımında bulunmuş olsalar da beceriler doğrultusunda yardımda bulunabildiklerini hissetmek katılımcıların toplumda kendilerini faydalı görmesinde görev almıştır. Katılımcıların görüşlerinden hareketle, yardım eyleminin katılımcılara toplumsal birliktelik duygusunu hissettirme konusunda etkili olduğu ifade edilebilir. Toplumda faydalı hissetmeyi içeren bu görüşün aynı zamanda sosyal birlikteliği temel alan bir modaya katılımı da tanımladığı iddia edilebilir.

TARTIŞMA

Bu çalışma yeni sürdürülebilir moda gündemleriyle ilişkili olarak ortaya çıkan katılım argümanları ışığında geliştirilmiştir. Katılımla ilişkili şekilde ele alınan zanaat aktivizminin modaya katılımı ilişkili olarak incelenebileceği fikrinden yola çıkılarak çalışmanın esas sorusu geliştirilmiştir. Bu doğrultuda çalışmada “Zanaat aktivizmi modaya katılımı ilişkili olarak hangi şekillerde işlevselleşebilir?” sorusu temel araştırma sorusu olarak belirlenmiştir. Çalışmanın temel sorusunun belirlenmesinin ardından öncelikle “modaya katılım” kavramı incelenmiştir. Modaya katılımın literatürdeki karşılıkları analiz edilmiş ve modaya katılım için ortak bir tanım ele alınmıştır. Modaya katılım, katılımı ele alan yaklaşımlar dahilinde tanımlanarak üç boyut altında sunulmuştur. Çalışmanın sonraki kısmında esas soruya yönelik olarak zanaat aktivizmi konusu ele alınmış ve modaya katılımın ilgili boyutlarıyla ilişkili olarak zanaat aktivizmi uygulamaları gerçekleştirilmiştir.

Bu araştırma yeni moda gündemleriyle ve sürdürülebilirlikle ilişkili olarak işaret edilen, tüketime odaklı olmayan ve deneyime odaklı moda deneyiminden ilhamla geliştirilmiştir. Bu yeni moda idealinin moda kullanıcılarına daha aktif ve daha katılımcı bir rol biçtiği görülmektedir. Tüketici deneyimine, davranışlarına ve algısına odaklanan bu yaklaşım, çalışmada tüketici perspektifine odaklanmak; tüketicilerin davranışlarını ve düşüncelerini “katılım” bağlamında ele almak için ilham olmuştur. Çalışmada tüketici/moda kullanıcısı odaklı bir bakış açısı oluşturabilmek adına öncelikle modaya katılım tanımının kavramsallaştırılması üzerine çalışılmıştır. Modaya katılım kavramının ele alındığı çalışmanın ilk bölümü modaya katılımı içeren alanyazın ve modaya katılımın kavramsallaştırılmasını içeren araştırma bölümü üzerine kurulmuştur. Alanyazın incelemesi sonucunda modaya katılımın günlük düzeyde zorunlu olarak gerçekleştirilen giyinme eylemini, giyimle ilgili kararları ve seçimleri içeren giyinme pratiğini (kombinleme, farklı şekillerde kullanma), moda ve giyim ürünleri ile ilgili davranışları (alışveriş ve giysi bakım uygulamaları) tanımlayacak şekilde kullanıldığı görülmektedir. Bunun haricinde katılımcılı moda tasarımı uygulamalarına dayanarak kişilerin, moda ürünlerinin üretim süreçlerine

çeşitli şekillerde katılımının da “modaya katılım”ı tanımladığı görülmektedir. Tüketicinin üretim süreçlerine katılımından ve tüm giyinme pratiklerinin “modaya katılım” ile ilişkili olarak ele alınmasından yola çıkılarak onarım, ileri dönüşüm, bireysel giysi üretimi gibi üretime dayalı tüm giyim pratikler “modaya katılım” kapsamında değerlendirilmiştir. Bu doğrultuda giyinme ile ilgili tüm davranışlar ve pratikler “modaya katılım”ı tanımlayan davranışlar olarak sunulmuştur. Yer verilen katılım biçimlerinin tümünün temel olarak eylemlerle ilişkili olduğu görülmektedir. Örneğin giyimle ilgili tüm pratikler; giysilerin giyilmesi, farklı şekilde kullanılmaları, giysilerin temizlenmesi, bakım uygulamalarının yapılması, bireysel giysi üretimi veya onarma gibi eylemlerin tümü fiziksel unsurlardır. Bunun haricinde tüketicilerin üretim süreçlerine katılım göstermeleri ve diğer katılım biçimleri de eyleme yönelik katılımın biçimlerindendir. Örneğin bireylerin üretime katılmasını içeren atölyelere ve projelere katılım gibi kolektif giysi üretim hareketlerine katılım sağlaması da bu doğrultuda ele alınabilir. Sadece üretim değil üretime dayalı olmayan moda etkinliklerine katılım sağlama veya moda sayfalarını takip etme gibi davranışlar da eyleme dayalı modaya katılım biçimleri olarak ele alınabilir.

Katılım biçimlerinin tümü eylemlere dayalı unsurlar olma özelliğini taşısa da katılımın yalnızca eylemlere ve davranışlara yönelik unsurları kapsamadığı araştırma dahilinde görülmektedir. Örneğin en temel katılım biçimi olarak ele alınan günlük düzeyde yapılan giysi giyme davranışı giysilerin seçimiyle ilgili bir karar verme sürecini içerir. Yine buna benzer olarak giysilerin kombinlenmesi, değişik biçimlerde giyilmesi, üretime yönelik onarım pratiklerinin uygulanması veya bireysel giysi üretimi gibi süreçler de karmaşık yaratıcı zihinsel süreçleri gerektirir. Alışveriş yapma davranışı da bir eylem biçimi olmanın haricinde kişisel beğeni, değerler, kültürel etkiler, ve sosyal çevre gibi etmenler doğrultusunda seçim yapma ile şekillenir. Bireysel davranışlara ek olarak kolektif bir üretimin parçası olma davranışı da birçok zihinsel süreci içermektedir. Yani temel olarak fiziksel unsurları tanımlayan modaya katılımın bilişsel süreçleri de içerdiği görülmektedir. Modaya katılım bağlamında fiziksel unsurlara bilişsel süreçlerin eşlikçiliği, hareket teorisi ve modanın bir inanç sistemi olduğunu ifade eden yaklaşım ile açıklanmıştır. Hareket

teorisine göre tüm davranışlar bir motivasyon doğrusunda gerçekleşir. Moda yaklaşımlarına göre ise moda kültürel bir olgu olduğundan insanların zihninde karşılığı bulunur.

Tüm fiziksel ve bilişsel unsurlar modaya katılımın farklı türleri olarak değerlendirilmiştir. Modaya katılımın biçimleri olarak değerlendirilen bu unsurlar katılım konusunu ele alan literatür yardımıyla açıklanmıştır. Bu doğrultuda eğitim bilimi, siyaset bilimi, yönetim gibi alanlarda katılım çalışmaları yapıldığı görülmüştür. İlgili alanyazının incelenmesi sonucunda katılımın benzer biçimde “belirli bir sosyal yapıya veya sürece fiziksel, duygusal ve bilişsel şekilde dahil olmak” şeklinde kullanıldığı görülmektedir. Katılımın, bireylerin fiziksel ve/veya zihinsel olarak bulunma, düşünme, ilgilenme, katkı sağlama halini tanımlamak için kullanıldığı görülmektedir. İlgili çalışmalar ve belirlenen tanım doğrultusunda modaya katılımı ile ilgili unsurlar bilişsel, fiziksel ve duygusal olmak üzere üç başlık altında toplanmıştır. Modaya katılımın fiziksel eylemlerle ilgili türlerinin fiziksel katılım olarak, bilişsel unsurlarla ilgili türlerinin bilişsel katılım olarak, duygusal unsurlarla ilgili türlerinin duygusal katılım olarak tanımlanabileceği öne sürülmektedir. Bu yaklaşım doğrultusunda giyinme, alışveriş, onarım, bakım, bireysel üretim, üretim ve tasarım etkinliklerinde yer alma gibi tüm davranışa yönelik katılım biçimleri modaya fiziksel katılım başlığı altında tanımlanmıştır. Fiziksel unsurları içermeyen fakat bu unsurlarla bir arada gerçekleşebilen tüm bilişsel süreçler; örneğin giysi seçim süreci, yaratıcı bireysel üretim süreci veya moda endüstrisiyle (örneğin sürdürülebilirlik bilinci), giysi üretimiyle, moda ile ilgili konularda bilgi sahibi olma gibi süreçler modaya bilişsel katılım başlığı altında tanımlanmıştır. Bilişsel süreçlere benzer şekilde ve kimi zaman bilişsel süreçlerin bir alt başlığı şeklinde ortaya çıkan tüm duygusal etmenler; örneğin giysilerle sahip olunan duygusal bağ, giyinme ile ilişkili ortaya çıkan duygular (beğenilme arzusu, kimliğin yansıtılması ve kendini beğenme gibi) modaya duygusal katılım başlığı altında tanımlanmıştır. Bölümde son olarak modaya katılımın kapsamlılığı ile modaya katılımın boyutları arasındaki hiyerarşi ve akışkanlık konusu ele alınmıştır. Bu başlık altında modaya katılımın farklı türlerinin nasıl sürdürülebilir modayla ilişkili olarak anlamlı olduğu ve

modaya katılımın farklı boyutlarının nasıl birbiriyle ilişkili olduğu örnekler üzerinden aktarılmıştır.

Çalışmanın, modaya katılım kavramının incelendiği ilk bölümü sonrasında çalışmanın esas sorusunun ele alındığı ikinci bölüme geçilmiştir. Çalışmanın “Zanaat aktivizmi modaya katılımı ilişkili olarak hangi şekillerde kullanılabilir?” temel sorusuna yönelik olarak hem belge analizi yönteminden hem de bir eylem biçimi olarak zanaat aktivizminden yararlanılmıştır. Bu doğrultuda zanaat aktivizminin modaya katılım için hangi şekillerde kullanıldığı öncelikle konu hakkındaki kaynaklardan yararlanılarak araştırılmıştır. Ardından modaya katılımın unsurlarıyla ilgili olarak çeşitli konu başlıkları belirlenmiş ve bu temalar doğrultusunda zanaat aktivizmi uygulamaları planlanarak gerçekleştirilmiştir. İki veri toplama yöntemi de farklı tür yanıtlara ulaşılmasını mümkün kılmıştır. Belge analizi yöntemi ile zanaat aktivizminin modaya katılım için kullanımının çeşitli örnekleri elde edilirken uygulamalar aracılığıyla zanaat aktivizminin hangi yönlerinin modaya katılımı ile ilgili olarak işlevselleştirdiğine dair içgörü sağlanmasına yönelik cevaplara ulaşılmıştır.

Çalışmanın, zanaat aktivizminin modaya katılımı ilişkisinin esas alındığı ikinci bölümde öncelikle zanaat aktivizminin tarihine, yapısal özelliklerine ve zanaat aktivizminin çeşitli işlevlerine yönelik yaklaşımlara yer verilmiştir. Zanaat aktivizminin işlevselleştirilmesi “iyilik için yapılan zanaat eylemi” tanımı kullanılmıştır. Ardından zanaat aktivizminin modayla ilgili meseleleri konu edinen çeşitli eylemlerinden örneklere yer verilmiştir. Zanaat aktivizminin modayla ilgili meseleleri konu edinmenin ötesinde modaya katılımın fiziksel, bilişsel ve duygusal boyutlarıyla da ilişkili olduğu bulgulanmıştır. Örneğin zanaat aktivizminin temel işlevlerinden biri olarak işaret edilen “bilgilendirme” işlevinin modaya bilişsel katılımın sağlanmasıyla doğrudan ilişkili şekilde kullanıldığı görülmektedir. Modayla ilgili çok sayıdaki zanaat aktivizmi eyleminin bilgilendirme amaçlı olduğu görülmektedir. Bu eylemler genellikle moda endüstrisinin adil olmayan yapısıyla ilgili haberlerin paylaşılmasını hedefleyen zanaat aktivizmi eylemleri olmaktadır. Zanaat aktivizminin fiziksel katılım ile de çeşitli bağlara sahip olduğu görülmektedir. Çok sayıda

zanaat aktivizmi eylemi onarım hareketi gibi eylemlerle bireysel ve kolektif giysi üretimine yönlendirmektedir. Aynı zamanda bireysel giysi üretiminin kendisi mevcut tüketime dayalı ekonomide üretime yönelik bir karşı duruş ve zanaat aktivisti bir tavır olarak tanımlanmaktadır. Zanaat aktivizminin modaya duygusal katılım ile de çeşitli bağlara sahip olduğu görülmektedir. Bilişsel katılımı amaçlayan ve bunu teşvik eden eylemler duygusal bağların ortaya çıkmasına imkan verebilir. Ayrıca fiziksel katılıma teşvik eden eylemler bilişsel katılım unsurlarının ortaya çıkmasına neden olabilecekleri gibi duygusal katılım unsurlarının da ortaya çıkmasına sebep olabilirler.

Çalışmanın bir sonraki kısmında zanaat aktivizmi uygulamaları gerçekleştirilmiştir. Modaya katılımın tanımlanan üç boyutuyla ilgili olarak birer konu başlığı belirlenmiş, gerçekleştirilen eylemler bu başlıklar altında planlanmıştır. İlk bölümde bilişsel katılımın bir alt konusu olduğu düşünüldüğünden bilme ve bilinçlilik konularıyla ilişkili şekilde “Modayı Açmak” başlığı geliştirilmiştir. Bu bölümde modada açıklık meselesine, kıyafetlerin ve moda endüstrisinin “kapalılık” ile ilgili değerlendirmelerine ve “modayı açmak” olarak tanımlanan davranışlarla ilgili tanımlara yer verilmiştir. Bu tanımlar genel olarak “endüstri ve moda sistemi hakkında bilgi sahibi olma” ve “giysi üretim bilgisine sahip olma” konularına odaklanmaktadır. Bu bölümde konu başlığına uygun olarak iki adet uygulama gerçekleştirilmiştir. İlk eylem moda sisteminin işleyiş dinamikleriyle ilgili bilgileri ulaştırmakla ilgilenirken ikinci eylem tekstil sektöründeki çocuk işçiler sorununu ele alan bir eylem olmuştur. İki eylem de moda endüstrisiyle ilgili gerçeklerin paylaşılması konularıyla ilgilidir. Eylemlerden ilki gerilla hediye olarak adlandırılan ve zanaat aktivizminin bir uygulama biçimi olan rastgele hediye bırakılması şeklinde gerçekleşmiştir. Hediyelere eklenen QR kodlar aracılığıyla sürdürülebilir modayla ilgili olan metin mesajlarının rastgele kişilere ulaştırılmasına çalışılmıştır. İkinci eylem, üzerinde çocuk işçilikle ilgili mesajlar bulunan minik tekstil afişlerinin kamusal alanda sergilenmesiyle gerçekleştirilmiştir. İlk eylem genel olarak moda endüstrisinin çalışma sistemine ve tüketime yönlendirici yapısına işaret etmektedir. İkinci eylem ise moda endüstrisinin işleyiş sistemindeki sorunlu kısımlara işaret ediyor olmanın yanında belirli bir adaletsizlik durumuna dikkat çekmektedir.

Araştırmacının ikinci projesi, çocuk işçiliği konusuna dikkat çekmek amacıyla hazırlanan mini afişlerin halka açık bir alana asılmasını içermektedir. Bu afişlerde yer alan mesajlar, Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'nı kutlayan ve çocuk işçiliğini sorgulayan içerikler içermektedir. Bu çalışma, Fitzpatrick'in (2014) belirttiği gibi, zanaat aktivizminin sosyal ve politik meselelere dair farkındalık yaratma gücüne sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Araştırmacının afişleri yoldan geçenlerin dikkatini çekerek küresel moda tedarik zincirindeki çocuk işçiliğine dair farkındalık yaratmayı amaçlamıştır. İlk iki uygulamada zanaat aktivizminin nasıl belirli mesajları ulaştırmak için araç olabileceği deneyimlenmiştir. İki eylemde de zanaat aktivizminin moda endüstrisi ile ilgili hangi sorunu ele alırsa alsın zanaat aktivizmi mesajlarını ulaştırma konusunda görev aldığı görülebilmektedir. Zanaat aktivizminin, -bir moda kullanıcısı olarak- araştırmacının moda sistemi ile ilgili endişelerini diğer moda sistemi aktörleri olan diğer kullanıcılara ulaştırma aracı olarak görev aldığını ifade etmek mümkündür. Yani zanaat aktivizmi moda kullanıcılarının birbirleriyle iletişimi ve bilgi aktarımı için bir araca dönüşmüştür.

İlk çıkmasına da alan oluşturmaktadır. Zanaat aktivizmi, sınırsız gerçekleşme yolları içinde sürprizi ve hediye vermeyi içeren yöntemleri de barındırabilir. El yapımı bir oyuncak hediye etme eylemi, bireyin duygusal olarak bu süreçte yer almasını sağlamakta ve bu eylemde hediye alan kişiye karşı bir tür empati oluşmasına katkıda bulunmaktadır. Zanaat aktivizmi bakış açısından bu tür duygusal katılım, el emeği ürünlerin insanlaştırmacı etkisiyle sosyal sorunlara dair farkındalık yaratmayı amaçlar (Greer, 2014).eylemdeki hediye ve sürpriz unsuru bilişsel süreçlerin yanında duygusal bir bağın ortaya

Çalışmanın ilk bölümünde bireysel olarak gerçekleştirilmiş iki adet zanaat aktivizmi uygulamasına yer verilmiştir. İki eylem de bireylerle kamusal alana bırakılan mesajların diğer bireylere ulaştırılmasına imkan vermiştir. Zanaat aktivizmi, bireysel eylemler gerçekleştirmeye imkan veren bir uygulamadır. Diğer insanlarla açık şekilde etkileşime geçmekte zorlanan ve içe kapanık kişiler için uygun bir uygulama biçimi olma özelliğini taşır. Araştırmacı bireysel mesajları kendi konfor alanından çıkmadan diğer insanlara

ulaştırma konusunda zanaat aktivizminin oldukça işlevsel olduğunu deneyimlemiştir. Bu eylemler aynı zamanda bireysel olduklarından ve etki alanları küçük olduğundan küçük ölçekli eylemlerdir. Küçük ölçekli eylemler, zanaat aktivisti eylemler spektrumunun diğer eylemlerle eşit miktarda önemli türleri olarak görülürler (Fitzpatrick, 2018: 53).

Çalışmanın ikinci uygulama bölümü “güç dengeleri” başlığıyla kurgulanmıştır. Güç dengeleri konusu moda sistemi içerisinde tüketiciler ve üreticiler arasında bir hiyerarşi olduğu düşüncesine dayanır. Klasik kapitalist tüketime dayalı ekonomik modelin en önemli alanlarından biri olan moda; tüketicilerin tükettiği, moda üretiminin ve karar verme konusunun ise tamamen moda endüstrisinin elinde olduğu bir endüstridir. Tüketicilere düşen görev ise satın almak ve tüketmek olmaktadır. Bu modele göre moda sisteminin tüketiciyi sınırlandıran, üreticiye sınırsız yetki veren bu yapısı tüketiciyle endüstri arasında bir hiyerarşi oluşturur. Yeni argümanlara göre kendi rolünü tüketimin ötesinde yeniden şekillendirmesi güç dengelerinde tüketiciye doğru bir değişim yaratır. Tüketimin ötesinde şekillenen rol ise, bireysel veya kolektif üretime yönelmek, tüketim dışında giysilerle/modayla ilişkiyi yeniden değerlendirmek gibi unsurlar olabilir. Bu bölümde öncelikle bireysel giysi üretiminin tüketime yönelik bir toplumda zanaat aktivisti bir eylem türü olduğunu savunan düşünceden hareket edilmiştir. Bu doğrultuda fiziksel katılımın bir göstergesi olarak bireysel üretimi benimsemiş kişilerle görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Bireysel üretimi benimseyen kişilerle gerçekleştirilen görüşmeler modada güç unsuruyla ilişkilendirilebilecek çeşitli bireysel deneyimleri ortaya çıkarmıştır. Bireysel üreticilerle ilgili deneyimleri, erişim alanlarının genişlemesi ve moda deneyimlerinin dönüşmesi başlıkları altında toplanmaktadır. Bireysel üretim moda, bireylerin sınırsız çeşitteki stillere ve hızlı modanın sunduğundan kaliteli ürünlere, maddiyata bağlı kalmadan ulaşabilmelerine imkan vermektedir. Aynı zamanda bireysel üreticilerin giysilerle ilişkilerinde ve moda deneyimlerinde dönüşüm gerçekleştiği görülmektedir. Giysi üretimi artık yaratıcı bir ifade alanı olduğundan hem kişisel gelişimle ilişkili olarak yeniden anlam kazanmakta, hem de üretilen giyim ürünleriyle olan bağ hazır giyim ürünleri ile olandan daha

derin olmaktadır. Hazır giyim ürünleri aynı zamanda öğrenmek için bir araca dönüşmekte, moda deneyimi becerinin gelişmesiyle birlikte şekillenmektedir. Kişilerin sosyal deneyimleri de üretilen giysiler ile beğenilme ve üretim becerisinin takdir edilmesi gibi unsurlar sayesinde dönüşür. Üretim sürecindeki kişiselleştirmenin, beceri edinilmesi sürecindeki deneyimselliğin, erişim alanının genişlemesinin ve değişen sosyal süreçlerin moda deneyiminin ve algısının şekillenmesinde etkili olduğu görülmektedir.

Bireysel üretim pratiklerinin, görüşmecilerin moda sistemi içindeki erişim ve yetki alanlarını genişleterek, onları moda hiyerarşisinde daha güçlü bir konuma taşıdığı görülmektedir. Ekonomik kısıtlamaları aşarak istedikleri giysileri üretebilmek, kalite ve stil konusunda özgürlük sağlamak, bireysel üreticileri hazır moda sisteminin dayatmalarına daha az bağımlı kılmaktadır. Bu durum tüketicilerin, sadece moda endüstrisinin sunduğu sınırlı seçeneklere tabi olmaktan kurtularak kendi tercih ve ihtiyaçlarına uygun ürünler yaratabilme gücüne sahip olmaları anlamına gelir. Holroyd'un "ortak bir toprak parçası olarak moda" metaforu da bu süreçte modanın belirli bir grup tarafından kontrol edilen bir alan olmaktan ziyade, herkesin yaratıcı katkıda bulunabileceği, paylaşabileceği ve değiştirebileceği bir alan olarak yeniden tanımlanmasını ifade eder (2017). Görüşmecilerin bireysel üretim yoluyla edindikleri bu güç, onların moda deneyimini sadece pasif tüketimden çıkararak, aktif bir yaratıcı sürece dönüştürmekte, bununla birlikte moda ortak alanında onların daha fazla yer kaplamalarını mümkün kılmaktadır. Bu şekilde bireysel üretim, kişilere moda üzerinde daha fazla kontrol sağlayarak, onları güçlendiren bir araç haline gelir ve moda sistemindeki güç dinamiklerini yeniden yapılandırır.

Görüşmeler sonrasında tüketicinin güçlenmesi meselesini konu alan bireysel bir uygulama gerçekleştirilmiştir. Bireyin güçlenmesi sadece üretmek yoluyla değil, tüketim harici değerlerin yükseltilmesi yoluyla da gerçekleştirilebilir. Bu amaçla uygulamada bir sosyal medya kullanıcısının giysilerle uzun süreli ilişkilere sahip olmanın hazzını anlattığı içeriğinden ilham alınarak “Elindeki kiyimlerini bilmek gibisi var mı?” sözünün yazılı olduğu bir işleme çalışması hazırlanmıştır. Çalışma araştırmacının sosyal medya sayfasında

paylaşılmasının ardından ithaf edildiği kişinin kendi sosyal medya sayfasında da paylaşılmıştır. Bu çalışmada tüketim harici diğer deneyimlerin teşvik edilmesi ve giysilerle bağın düşünülmesinin güç dengelerinde değişim yaratabileceği fikrinden yola çıkılmıştır. Bu amaçla uygulama bireylerin giysilerle ilişkisini yeniden değerlendirmeye teşvik eden bir kişinin desteklenmesi yoluyla kurgulanmıştır. Zanaat aktivizmi yalnızca çatışmacı olmak amacıyla değil toplumsal değişim için çalışan bireylerin seslerini daha güçlü şekilde duyurabilmeleri için desteklemek yoluyla da gerçekleşebilir. Zanaat aktivizminin bu yönü aracılığıyla, modayla bağların sorgulanmasını teşvik eden bir mesajın daha güçlü şekilde duyurulmasına destek olmak amaçlanmıştır. Ayrıca zanaat aktivizminin istenilen mesajın açıkça, dikkat çekici ve vurucu şekillerde paylaşılmasına imkan veren özelliği “değer bilmek” temasına vurgu yapabilmeyi mümkün kılmıştır. Zanaat aktivizminin yaratıcı ve çok çeşitli sergilenme biçimleri de mesajın daha çok kişiye ulaşmasını sağlamıştır. Bunlardan biri olarak sosyal medyada paylaşım yapılması yoluyla hem eserin sahibi olan araştırmacı hem de ithaf edildiği kişi tarafından paylaşılmıştır. Gerçekleştirilen eylem izleyicileri doğrudan üretime yönlendirmemekle birlikte mevcut giysilerle ilişkiyi analiz ederek daha derin bağlar kurulmasını teşvik edebilir. Daha derin bağlar ise giysilerin elden çıkarılmaları yerine değiştirilmeleri veya tamir edilmeleri anlamına gelebilir. Bu açıdan düşünüldüğünde bu eylem zanaat aktivizminin, insanların zihnine küçük düşünce tohumları ekerek farkındalık yaratma ve zamanla değişime öncülük etme hedefiyle örtüşmektedir.

Çalışmanın üçüncü uygulama bölümü “topluluğa dahil olmak” başlığıyla kurgulanmıştır. Bu bölümde duygusal katılım konusu topluluğun parçası olmak duygusu üzerinden ele alınmıştır. Bu bölümde insani ve çevresel değerlere odaklı moda anlayışı ile ilişkili olarak ortaya çıkan topluluk olmak, dayanışma ve birbirini desteklemek gibi temalar ele alınmıştır. Modanın dayanışmacı, sosyal birlikteliğe dayanan örneklerine bölüm bağlamında yer verilmiştir. Zanaat aktivizminin toplumsal dayanışmaya odaklı bir moda sisteminde nasıl rol alabileceği, bu tür bir moda sistemi için insanları nasıl katılıma teşvik edebileceği incelenmiştir. Bu bölümün uygulama kısmında Hataylı depremzede kadınlar için bir yardım eylemi gerçekleştirilmiştir. Hatay projesi Hatay’da insanların yeniden yaşamlarını

kurmak için maddi ve manevi desteğe hala ihtiyaç olduğu konusuna dikkat çekilmesini sağlamıştır. Fakat bu eylem zanaat aktivizminin doğrudan mesaj verme, bilgilendirme, diyalog oluşturma gibi yönlerinden ziyade doğrudan bir eylem türü olma yönüyle ilgilidir. Yardım atölyeleri, üretilen ürünlerin bağışlanması veya satışa sunulmasıyla gelirin bağışlanması gibi doğrudan yardım uygulamaları zanaat aktivizminin önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Çalışma öncesinde başka bir kurum aracılığıyla gerçekleştirilen projenin bir ayağı şeklinde planlanmıştır. Zanaat aktivizmi eylemleri başka oluşumlarla iş birliği çerçevesinde gerçekleştiğinde kısıtlı etkiye sahip olabilecek zanaat aktivistinin çalıştığı konuda daha etkili ve hızlı sonuçlar alabilmesine imkan verir. Ayrıca proje ilgili kurumla yardım gönüllüleri arasında bir bağlantı kurulmasına imkan vermiştir. Projeye katılım sağlayan gönüllülerin bir kısmı depremzedelere ilk defa bu proje ile yardım edebildiklerini ifade etmektedirler. Zanaat aktivizminin doğrudan yardım özelliği bu yardım eyleminin gönüllü katılımcılarla yardım ulaştıracak kurum arasında bir köprü kurulmasını sağlamıştır. Bu etkinlik aynı zamanda eylem katılımcılarının kendilerini faydalı hissetmeleri konusunda ortak şekilde etkili olmuştur. Katılımcıların yardımda bulunmak için becerilerinden yararlanmış olması sadece yardımda bulunmalarına değil, becerilerini yardım için kullanmalarına imkan vermiştir. Öğrencilerin çalışmasıyla aslında bireylerin giysi üretme becerisi giysi ihtiyacı olan kişilere destek aracına dönüşmüştür. Bu eylem modaya katılım perspektifinden ele alındığında giysiyle ve giysi üretim becerisiyle dayanışmayı esas alan bu uygulamanın önemli bulgular verdiği iddia edilebilir. Modaya katılımın bir türü olarak kabul edilen bireysel giysi üretimi bu uygulamada gönüllüler için sosyal birliktelik ve dayanışma odaklı bir modaya katılım için bir araç olmuştur.

Atölye üretim sürecinde belirli bir ortak amaç doğrultusunda üretimi deneyimlemek aynı zamanda kolektiviteye ait duyguların da doğmasına imkan vermiştir. Yardım atölyesi sürecinde aynı ürünün üretimini deneyimlemenin katılımcılar için topluluk duygusu yarattığı görülmektedir. Corbett'e göre; ortak bir proje üzerinde çalışmak, bireylere bir bütünün parçası olduklarını hissettirir (2018). İlgili uygulama doğrultusunda; birlikte üretim etrafında ortaya çıkan keyif alma, iyi vakit geçirme, becerinin gelişmesi ve iletişime dayalı deneyimler

katılımcılar için ortaya çıkan yeni deneyimler olmaktadır. Sennett'e göre; birlikte çalışmak ve üretmek kişilerin teknik becerisini sosyal bir deneyime dönüştürür (2012). Sosyal birlikteliği esas alan bir moda perspektifinden bu deneyimler yeni modaya ait deneyimler olarak tanımlanabilir. Yani sosyal birliktelik ve dayanışma gibi deneyimlerin ortaya çıkmasına imkan veren bu eylemin insan odaklı bir moda deneyiminin yaratılmasında etkili olduğu iddia edilebilir.

Uygulama bölümlerinin bulguları incelendiğinde zanaat aktivizminin modaya katılım için çeşitli şekillerde işlevselleştiği görülmektedir. Modaya bilişsel katılım genel anlamda endüstriyle ilgili bilgiyi tanımlar. Zanaat aktivizmi moda içinde bilginin ulaştırılması, bilginin açılması, üretim bilgisinin paylaşılması, üretim becerisinin yaygınlaştırılması gibi konularda görev alır. Ayrıca zanaat aktivizminin, katılımcıların birbiriyle iletişimi konusunda da (örneğin mesajların ulaştırılması gibi yollarla) görev aldığı görülmektedir. Bu konuda görev alan zanaat aktivizmi tezin ilk bölümünde gösterilen modaya aktif katılımın biçimlerini destekler. Modaya fiziksel katılım hem bireysel üretimi hem de tüketici için tek alternatif rol olarak atanan tüketim dışındaki davranışların, pratiklerin keşfini kapsayacak şekilde tanımlanmıştır. Bireysel giysi üretiminin zanaat aktivisti bir eylem olarak görülmesine ek olarak zanaat aktivizminin fiziksel katılıma yönlendiren birçok yönü vardır. Zanaat aktivizminin bireyleri çeşitli şekillerde üreticilere dönüştürdüğü görülmektedir. Zanaat aktivizminin duygusal katılımı ile ilgili olarak topluluk oluşturma konusunda da görev aldığı gözlenmiştir. Topluluğa ait olma duygusunu ortaya çıkarmanın haricinde zanaat aktivizminin birlikteliği esas alan modanın kurulmasında etkili olduğu görülmektedir. Zanaat aktivizminin, insanın ve duyguların; dayanışmanın ve birlikteliğin merkezde olduğu bir moda deneyiminin oluşması konusunda görev alabileceği ifade edilebilir.

Modaya katılımın yapısına ait akışkanlık özelliği, eylemlerin sonucu olarak da görülmektedir. Örneğin bilginin paylaşılmasının esas olduğu eylemde hediye aracılığıyla duygusal bağ da oluşabilir. Fiziksel katılım varken bilgi edinme de vardır. Beceriye öğrenen

bireysel üretici fiziksel katılıma devam eder. Ayrıca örneğin topluluk oluşturma uygulamasında birlikte üretimin topluluk oluşturma konusunda görev aldığı görülürken birlikte üretmenin toplum içindeki güç dengeleri üzerinde de etkili olduğu ifade edilmektedir. Aynı şeyi birlikte üretmek ve birlikte zorlanmak sadece topluluk hissinin oluşmasını sağlamaz, aynı zamanda güç dengelerini de değiştirme gücüne sahiptir.

Eylemler aracılığıyla ortaya çıkan temalardan ilki üretim temasıdır. Eylemlerde ve uygulamalarda ortak şekilde modaya katılımla ilgili olarak üretim olgusunun ön plana çıktığı görülmektedir. Bu üretim ilk olarak fiziksel katılımla ilişkili olan fiziksel üretimdir. Zanaat aktivisti bir davranış olarak nitelendirilen bireysel giysi üretimi, üretim unsurunun merkezde olduğu bir pratiktir. Fiziksel katılımla ilgili olarak ilk akla gelen davranış olan giysi üretiminin haricinde bireysel ve kolektif eylemler de üretim becerisinin gelişmesi konusunda etkin rol oynamıştır. Zanaat aktivizmi bireysel üretim üzerinden yükselen bir olgudur. Kimi zaman bireysel eylemlerin içinde bireysel üretim yapılır, kimi zaman kolektif eylemlerin içinde bireysel olarak yer alıp üretim yapılır. Yani bireysel üretim zanaat aktivizminin temel yapı taşıdır. Çalışmada araştırmacının kendisi zanaatkar olarak bireysel üretimlerinden gelişim göstermiş ve teknik becerisini geliştirmiştir. Zamansal olarak ilk çalışmadan son çalışmaya doğru sanatçı-üreticinin becerileri gelişmiştir. Bireysel üretim yalnızca araştırmacının üretimlerini değil proje katılımcılarının da üretimlerini içermektedir. Çalışmada hem zanaat aktivizmi eylemlerini başlatıcı olarak araştırmacının hem de eylemlere katkıda bulunan katılımcıların beceri anlamında gelişim gösterdiği görülmektedir.

Üretim unsuru sadece fiziksel ürünlerin üretilmesi değil endüstriye veya ürün üretimine ait bilgiyi yayma biçimlerinin de üretilmesi biçiminde gözlemlenmektedir. Örneğin bilişsel katılımla ilgili olan çalışmanın ilk uygulama bölümü araştırmacının kendisinin zanaat aktivisti olarak bilgiyi yayma konusunda beceri geliştirmesine imkan vermiştir. Üretim unsuru araştırmacının zanaat aktivisti olarak bireysel deneyimlerinde de görülür. Bu süreç araştırmacıyı bir zanaat aktivisti olarak çözüm üreticiye dönüştürmüştür.

Zanaat aktivizmi araştırmacının moda topluluğuna yaratıcı ve üretici şekilde katılımı için (bilgiyi yayma yolu üretmesi, bilgiyi yayması gibi) yeni yollar sunmuştur.

Zanaat aktivizminin, bireylerin üretim becerilerine katkı sağladığı gibi katılımcıların yaratıcılıklarını ve yetkilerini de geliştirdiğı görölmektedir. Yaratıcılığın artması ve araştırmacının etrafındaki moda sorunlarına odaklanmasını mümkün kılmıştır. Eylem düşünmek yaratıcı ve etrafına bakmayla ilgili bir süreç olarak gerçekleşmiştir. Bu süreçte; “kimlerle ne yapabilirim?”, “değişim başlatmak için nasıl harekete geçebilirim?” soruları etrafında şekillenen organizasyonel bir düşünme biçiminin gelişimi deneyimlenmiştir. Zanaat aktivizmi aynı zamanda araştırmacının hareket ve yetki alanını genişletmesini de mümkün kılmıştır. Araştırmacı harekete geçme becerisinin geliştiğini deneyimlemiştir. Zanaat aktivizmi hangi konuyu gündeme getirmek ve hangi konuda değişim yaratmak için kullanılıyorsa o konuda yaratıcılığın geliştiğı görölmüştür. Her konu ve her başlık eylemler için araştırmacıyı yaratıcı olmaya zorlamıştır. Araştırmacı başlıklarla çalışırken amacını gerçekleştirmek için her konu özelinde yaratıcı yollar kurgulama ihtiyacı hissetmiştir.

Araştırmacı bu çalışmada kendisinin de zanaat aktivisti rolü boyunca geliştiğini ifade etmektedir. Bireysel eylemler ile zanaat aktivizmi bireysel gelişimin aracı olmuştur. Bu bireysel gelişim araştırmacı özelinde içe dönük bir insanken daha cesur şekilde değişim başlatma inisiyatifi alabilmesini sağlamıştır. Zanaat aktivizminin özellikle bireysel eylemler aracılığıyla içe dönük insanların topluma katılması için bir araç olduğı bilinmektedir. Zanaat aktivizmi bireylere modayla ilgili politik niyetlerini halka duyurmak için gerekli olan özgüveni sağlamakta görev alabilir. Fitzpatrick küçük ölçekli (genellikle bireysel) eylemlerin, zanaat aktivistine siyasi kaygılarını kamuoyunda ifade etmek adına gerekli becerileri ve özgüveni yavaş yavaş kazanmak için önemli bir fırsat sunduğunu iddia eder (2018). Bu bağlamda araştırmacı dünyada olumlu etki yaratabileceğine dair inancının arttığını deneyimlemiştir. Araştırmacı eylem uygulama sürecinde bireyselden toplumsala doğru ilerleyen bir süreç geçirmiştir. Zaman içinde deneyim kazanmak araştırmacının daha

kapsamlı eylemler yapabilmesine imkan vermiştir. Araştırmacı öncelikle bireysel eylemlerle başladığı yolculuğunda, eserler ürettikçe eserlerini insanlara sunma konusunda daha cesur olduğunu görmüştür. Araştırmacı bir eylemci olarak zaman içinde deneyim kazandıkça etki alanını genişleterek bireysel eylemlerden toplumsal eylemlere geçmiştir. Araştırmacının etki alanını genişletmesi aynı zamanda onu diğer insanları katılıma teşvik eden aktif bir konuma yerleştirmiştir. Bu bağlamda araştırmacı etrafındaki kişileri düzenlediği eylemler aracılığıyla katılımcıya dönüştürmektedir. Tüm eylemlerde uygulamalarla, mesajlarla, objelerle karşılaşan insanlarla bilişsel şekilde katılımcı olurken kolektif eylemde bilişselin ötesinde fiziksel katılım da gerçekleşmiştir.

Zanaat aktivizmi aracılığıyla yetki gelişimi yalnızca araştırmacının değişim başlatıcı özellik kazanmasını değil aynı zamanda bireylerin moda katılımcıları olarak daha fazla yetkinliğe sahip olmaları anlamına da gelmiştir. Bu yetkinliklerden biri bireysel üretim ile moda içinde daha fazla söz sahibi hissetme olarak işaret edilebilir. Örneğin yardım eylemi ile katılımcıların sosyal değişimin uygulayıcıları oldukları görülmektedir. Yani zanaat aktivizminin modaya katılımın sağlanması konusunda tüketimin ötesinde üretim becerisine sahip katılımcılara dönüştürme konusunda etkili olduğu iddia edilebilir.

Üretimin artması, hem yetkinin artması hem de moda katılımcılarının pasif katılımcılık biçimlerinin ötesinde aktif katılım biçimlerini göstermesi anlamına gelmektedir. Bu bağlamdaki bireysel dönüşüm ise toplumsal dönüşümün sağlanmasında görev alır. Zanaat aktivizmi öncelikle araştırmacının topluma faydalı şekilde katılımı için kişisel bir araca dönüşmüştür. Zanaat aktivizmi fiziksel ürünlerin ve bilginin yayılma biçimleri gibi bireysel etkilerin ötesinde yeni moda deneyimlerinin üretimi anlamına da gelmiştir. Örneğin ikinci uygulama bölümündeki görüşme verilerinden hareketle insanların giysi üretirken aynı zamanda kendileri için bireysel üretimin merkezde olduğu bir moda anlayışını ve deneyimini ürettikleri görülmektedir. Benzer şekilde kolektif olarak yürütülen uygulamalarda da dayanışma, birliktelik gibi deneyimler etrafında şekillenen bir moda deneyimi üretilmektedir. Fitzpatrick'in işaret ettiği gibi zanaat aktivizmi vatandaşların etraflarındaki dünyayı

keşfetmeleri, anlamaları ve şekillendirmeleri için elle üretmeye yönelik bir araca dönüşmektedir (2018). Benzer bir durum moda için de söylenebilir. Bireyler moda kullanıcıları olarak zanaata dayalı uygulamalar aracılığıyla moda sistemini anlamaya, keşfetmeye ve sistemi değiştirmeye yönelik adımlar atarlar.

Hem moda mesajlarının ulaştırıldığı ilk iki uygulamada hem de ikinci ve üçüncü uygulamalarda zanaat aktivizmi kişinin istediği demokratik ortamın üretilmesinde görev almasına imkan verir. Özellikle bireysel üreticiler üzerinden ele alındığında bireysel giysi üreticisinin sadece ürünlerin değil, aynı zamanda adil moda sisteminin üretiminin bir parçası oldukları görülmektedir. Hem zanaat aktivizmi bağlamında hem de bireysel giysi üretimi bağlamında bu üretim alanları oldukça önemlidir; çünkü bu alanlar insanlara farklı türden insanlar ve daha da ötesinde farklı türden toplumlar olma olasılıklarını gösteren deneyimler sunarlar (2018). Hem bireysel hem de toplumsal dönüşüm, sürdürülebilir moda gündemleri düşünüldüğünde oldukça hayati önem taşımaktadır. Hedefi sürdürülebilirliğe çevirmek ve dönüştürücü eylemlere daha çok, tüketim temelli eylemlere daha az odaklı bir yeni moda talep etmek moda kullanıcılarının, yani bizlerin elindedir (Fletcher, 2007). Burada hem moda sisteminin hem kullanıcının dönüştüğü bir modanın gelişiminden söz edilir. Bu modanın inşası için görülmektedir ki; zanaat aktivizmi bir yöntem olarak kullanıldığında önemli bir araca dönüşebilmektedir.

Araştırmada bireysel üretim, yetki alanlarının ve rollerin değişmesi, modanın ve moda deneyiminin şekillenmesi gibi temaların ötesinde yerellikle ilgili önemli bulgulara ulaşılmıştır. Öncelikle çalışmadaki zanaat aktivizmi eylemleri modaya katılım perspektifinden tasarlandıkları gibi araştırmacının çevresindeki gerçek sorunlara bakmasıyla ortaya çıkmıştır. Bu araştırmadaki uygulamalar, dolayısıyla, yerel düzeydeki moda sorunlarına, ihtiyaca ve araştırmacının subjektif algısına göre şekillenmiştir. Zanaat aktivizmi belirli yaygın bir tanıma sahip bir kavram olsa da zanaatların iyilik için kullanımı belirli bir zamana veya coğrafyaya özgün değildir. Zanaatin aktivizminin bir strateji olarak kullanımı belirli bir ülke veya kültürle sınırlanamamaktadır. Adalet mücadelesi veren her

topluluk, sesini duyurmak ve baskıya etkili bir şekilde direnmek için stratejiler geliştirmek için üyelerinin becerilerinden, yaratıcılığın, benzersiz gücünden yararlanmıştır (Fitzpatrick, 2018: 9). Bu çalışmada yer verilen zanaat aktivizmi, belirli bir coğrafyada ortaya çıkan bir akım/hareket biçiminde ele alınmaktansa “zanaatlar aracılığıyla olumlu değişim/iyilik” tanımıyla kullanılmıştır. Bu şekilde bir yaklaşım zanaat aktivizminin belirli bir zamana veya coğrafyaya bağlı kalmadan ele alınabilmesini mümkün kılmaktadır.

Sürdürülebilir moda için gelecek gündemlerinde yerellik önemli bir unsur olarak ön plana çıkar. Araştırmacılar tepeden inme sürdürülebilirlik çözümleri yerine yerel düzeyde sürdürülebilir çözümlerin geliştirilmesine ve keşfedilmesine dikkat çekmektedirler (Clark, 2018; Fletcher, 2013; Klepp & Laitala, 2015). Sürdürülebilir moda gündemlerinin yerelliğe olan ihtiyacının, zanaat aktivizminin, yani “iyilik için zanaat”ın çok yönlülüğü ve yerelliği ile sağlanabileceği ifade edilebilir. Yerel düzeydeki çözümlerin de yerel düzeydeki insanlar özelinde deneyimlenerek, zanaat aktivizminin bir araya gelme, yeni deneyimler üretme, oyunculuk vizyonu ile bir araya gelerek üretilebildiği görülmektedir.

SONUÇ

Çalışmanın hedefi zanaat aktivizminin modaya katılım için nasıl bir strateji olarak kullanılabileceğinin araştırılması olarak belirlenmiştir. Çalışmada çeşitli bireysel ve kolektif zanaat aktivizmi uygulamaları aracılığıyla zanaat aktivizminin modaya katılımın çeşitli yollarını teşvik etmek için hangi şekillerde kullanılabileceği incelenmiştir. Çalışmada veri toplama yöntemi olarak alanyazın taraması ve uygulamalar kullanılmıştır. Çalışmada veri toplamak amacıyla dört uygulama gerçekleştirilmiştir. Çalışmada gerçekleştirilen uygulamalar neticesinde araştırmacının bireysel deneyimleri ve gözlemleri birincil veri kaynakları olmuştur. Gerçekleşen uygulamalara katılımcı olan bireylerin görüşleri bir diğer veri kaynağıdır. Ayrıca zanaat aktivisti bir davranış olarak ele alınan bireysel üretim pratiğini benimseyen kişilerle gerçekleştirilen görüşmeler de bir veri kaynağı olarak kullanılmıştır.

Çalışmada iki temel hipotezden yola çıkılmıştır. Bunlardan ilki “modaya katılımın” aktif ve çeşitli biçimlerinin tüketime değil, farklı değerlere dayalı olan bir moda sisteminin inşasıyla ilişkili olduğu düşüncesidir. Çalışma öncelikle “modaya katılım”ın bir kavram olarak ele alınabileceği fikri ile başlar. Modada tüketici davranışlarına odaklanan çalışmalar sürdürülebilir ve adil bir moda sistemine dönüşüm yolunda tüketicinin değişen rolüne işaret eder. Tüketicinin yeni rolü daha aktif ve daha katılımcı bir rol olduğundan “modaya katılım” kavramına dair bir kavramsallaştırma yapma fikri ortaya çıkmıştır.

Moda literatürdeki ortak anlamlardan ve “katılım” literatüründen yola çıkılarak alanyazınındaki bilgi ile örtüşen, literatürdeki tanımları kapsayan bir moda tanımı geliştirilmiştir. Katılımın en temel giyinme hareketini de kapsayarak zorunlu bir davranış olduğu; ancak giyinmenin ötesinde tüm moda davranışlarının katılım kapsamında olduğu ortaya konmuştur. Modaya katılımın tüm biçimleri bilişsel, duygusal ve fiziksel katılım ile ilişkilendirilerek kategorize edilmiştir. Bu sınıflandırma modaya katılım tanımının kapsamlılığını, modaya katılım türlerinin akışkanlığı ve bağlantılılığını ortaya koymaktadır. Aktif katılım türlerinin ve çeşitli katılım biçimlerinin maddi ürünlere değil, değerlere odaklı bir moda sisteminin inşasıyla ilişkisi ortaya konulmuştur.

Çalışmanın temel ikinci hipotezi ise zanaat aktivizminin, moda çeşitli biçimlerde katılım için araçlar sunabileceği düşüncesidir. Çalışmada “modaya katılım”ın kavramsallaştırılmasının ardından zanaat aktivizminin moda katılım ile ilgili olarak ne şekillerde kullanılabileceği incelenmiştir. Alanyazın incelemesiyle elde edilen bulgulara göre zanaat aktivizminin, moda katılım türleriyle ilişkili olarak çeşitli biçimlerde kullanıldığı görülmektedir. Zanaat aktivizmi moda katılımın daha aktif türlerini teşvik etmek amacıyla yaygın şekilde kullanılmaktadır.

Zanaat aktivizminin moda katılımın alt boyutlarıyla ilişkisi modayı açmak, güç dengeleri ve topluluğa dahil olmak başlıkları üzerinden ele alınmıştır. Çalışmanın “modayı açmak” isimli bölümünde iki uygulama gerçekleştirilmiştir. Araştırmacının gerçekleştirdiği projelerde, el yapımı oyuncaklara eklenen QR kodlarla sürdürülemez moda pratiklerine dair bilgi sunulması, bireylerin moda konusunda daha derinlemesine bir farkındalık geliştirmelerine olanak tanımıştır. Bu, onların moda endüstrisine sadece bir tüketici olarak değil, aynı zamanda bilgiye dayalı bir katılımcı olarak bakmalarını sağlamıştır. Aynı şekilde, çocuk işçiliğine dair afişler, toplumsal bir sorunu kamusal alana taşıyarak bu konudaki bilişsel katılımı teşvik etmiştir. Bu tür girişimler, bireylerin moda dair eleştirel bir bakış açısı geliştirmelerine ve kendi tüketim davranışlarını bu bilinçle yeniden değerlendirmelerine katkı sunmaktadır. Zanaat aktivizminin bilişsel boyutunun, moda katılımını daha bilinçli, sorgulayıcı ve sorumluluk taşıyan bir düzleme taşıdığı; böylece bireylerin moda katılımını daha sürdürülebilir bir biçime dönüştürdüğü görülmektedir. Ayrıca zanaat aktivizminin moda sistemi içindeki kullanıcıların diğer bireylerle iletişime geçmesi için (bilgilendirme) araç olabildiği görülmektedir.

Çalışmanın güç dengeleri başlıklı ikinci bölümünde öncelikle bireysel giysi üretiminin zanaat aktivisti bir davranış türü olduğu düşüncesinden hareketle bireysel üretimi benimsemiş kişilerle derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bireysel üretimin güç konusu ile çeşitli şekillerde ilişkili bulgular sağladığı görülmektedir. Bireysel giysi üretimi bireylere hem maddi anlamda hem de ürün çeşitliliği anlamında avantaj sağlar. Bireysel

üretimin yaratıcılık ve bireylerin moda algısının değişmesi konularında da etkiye sahip olduğu görülmektedir. Bireysel üretim pratiklerinin, kişilerin moda deneyimlerinin ve moda algılarının değişmesinde büyük öneme sahip olduğu görülmektedir. Bölümün ikinci kısmında giysilerle ilişkiyi sorgulamayı öneren bir görüşten ilhamla bir çalışma gerçekleştirilmiştir. Bu uygulamada tüketim harici deneyimlerin keşfedilmesi, yaratıcı sergileme biçimleri sayesinde vurgulanmak istenen mesajın rahatça verilebilmesi gibi bulgulara ulaşılmıştır. Bu uygulama aracılığıyla zanaat aktivizminin, insanların zihnine küçük düşünce tohumları ekerek farkındalık yaratma ve zamanla değişime öncülük etme etkisi ön plana çıkmaktadır.

Çalışmanın üçüncü uygulama bölümü “topluluğa dahil olmak” başlığıyla kurgulanmıştır. Çalışmanın bu bölümünde zanaat aktivizmi insanların moda aracılığıyla dönüşmesi ve deneyimlemesi için bir araca dönüşmüştür. Bu uygulama bağlamında zanaat aktivizminin, beceriyi, (yardım üretimi) dayanışmayı, birlikteliği, topluluğa dahil olmayı içeren moda deneyiminin oluşmasında rol oynadığı görülmektedir. Zanaat aktivizmi topluluk üyelerinin birbirini desteklediği topluluklar yaratma konusunda görev almaktadır. Benzer şekilde moda için de insanların birbirini desteklediği bir modanın oluşmasında etkili olarak işaret edilebilir. Giyim ürünleri aracılığıyla iletişim ve diyalog halinde olmak, giyim ürünlerinin dayanışma öznesi olduğu bir deneyimin parçası olmak, deneyimin katılımcılarının aynı zamanda modaya katılımını göstermektedir.

Sonuç olarak, zanaat aktivizminin modaya katılım için kullanılmasının çeşitli yollarının olduğu ve bu uygulamaların anlamlı etkiler yarattığı görülmüştür. Zanaat aktivizminin modaya katılım için işlevselliği genel anlamda; bireysel düzeyde değişim, toplumsal düzeyde değişim ve yerellik temaları altında toplanabilir. Bireysel dönüşüm perspektifinden bakıldığında zanaat aktivizminin modaya katılım sürecinde bireylerin daha aktif bir katılımcı role bürünmesinde rol aldığı görülmektedir. Daha pasif katılım biçimlerinden aktif katılım biçimlerinin benimsenmesine doğru ilerleyen bu süreç bireysel düzeyde dönüşüm anlamına gelmektedir. Bu dönüşüm hem modada değişim yaratmak

amacıyla araştırmacının zanaat aktivisti olarak bireysel dönüşümü, hem eylem katılımcılarının çeşitli şekillerde katılımı deneyimleme yoluyla dönüşümü anlamına gelmektedir. Deneyime, üretmeye, aktif katılıma, aktif olmaya dayalı bir moda anlayışı için zanaat aktivizminin bireysel dönüşüme odaklı doğasının örtüştüğü görülmektedir.

Zanaat aktivizminin modaya katılım sürecinde yalnızca bireysel düzeyde değil toplumsal düzeyde de değişime etki ettiği görülmektedir. Moda sisteminin ekonomik büyüme odağından çıkıp insanı ve doğayı temel alan bir sisteme dönüşmesi güncel moda çalışmalarının (tüketici-moda kullanıcısı odaklı çalışmaların) popülerlik kazanan düşüncelerindendir. Modaya katılım sürecinde yeni deneyimlerin ortaya çıkmasının yalnızca kişilerin dönüşmesinde değil; deneyim, insan ve birliktelik odaklı bir modanın inşasında rol aldığı görülmektedir. Ayrıca adil ve maddi fayda harici değerlere odaklı bir modanın gelişimine işaret eden gelecek moda gündemleri düşünüldüğünde zanaat aktivizminin toplumsal etkileri ön plana çıkmaktadır. Her türlü adaletsizliğin işaret edilmesi ve bireyin etrafındaki dünyayı yapıcı bir yolla dönüştürmesi için bir araç olan zanaat aktivizmi görülen odur ki moda sisteminin dönüştürülmesi için de bir yöntem olabilir.

Sürdürülebilir moda için gelecek gündemlerinde yerellik unsuru da önemli bir unsur olarak ön plana çıkmaktadır. Çalışmada zanaat aktivizmi belirli uygulamalar topluluğuna, belirli bir coğrafyaya, belirli bir zamana kısıtlı kalınmaksızın “iyilik için yapılan zanaat” tanımıyla ele alınmıştır. Yabancı bir kökene sahip olan zanaat aktivizmi bu özüyle ele alındığında yerel düzeyde köklü bir geçmişe sahip olan zanaatın geçmişiyle oldukça örtüşmektedir. Yerel düzeydeki çözümler de yerel düzeydeki insanlar tarafından deneyimlenerek; zanaat aktivizminin bir araya gelme, yeni deneyimler üretme, oyunculuk vizyonu ile bir araya gelerek üretilebilir. Sürdürülebilir modanın katılımcı insanlara duyduğu ihtiyacın zanaat aktivizminin bir araya getirici, eğlenceli, kendine has yöntemleri ile sağlanabileceği görülmektedir. Zanaat aktivizmi sadece uluslararası alanyazında tanımlandığı anlamıyla değil iyilik için yapılan zanaat anlamıyla, bu çalışmaya göre adil ve

sürdürülebilir modanın inşası için modaya katılımı zenginleştiren, insanları teşvik eden bir uygulama/yaklaşım biçimi olmaktadır.

Çalışmada modaya aktif bir katılımın daha sürdürülebilir bir moda sisteminin inşasında rol aldığı kabulünden hareket edilmiştir. Sonrasında modaya bilişsel, duygusal ve fiziksel katılımın artmasının daha sürdürülebilir bir moda sisteminin inşasında kilit rol oynadığı iddia edilmiştir. Zanaat aktivizminin modaya farklı şekillerde katılımın deneyimlenmesi için işlevsel bir araç olduğu bulgulanmıştır. Bu işlevselliğin özellikle bireysel değişim, toplumsal değişim ve yerellik bağlamında önemli anlamlar ortaya çıkardığı görülmektedir. Çalışmada zanaat aktivizminin modaya katılım için işlevselliğinin incelenmesinin öncesinde modaya katılım kavramı kavramsallaştırılmıştır. Bu kavramsallaştırmanın “insanın moda algısındaki ve moda davranışındaki dönüşüm” odağında geliştirilecek moda çalışmaları için işlevsellik sağlayabileceği düşünülmüştür. Moda çalışmaları içinde tüketicilerin (moda kullanıcılarının) deneyimlerini anlamaya gittikçe daha fazla önem verilmektedir. Moda çalışmalarının geleceği için insanın giysilerle ve modayla iletişimindeki dinamiklerin keşfi ile bu iletişimin yeniden şekillenmesi sürdürülebilir modanın tüketim harici bir deneyime dönüşmesine işaret eden gelecek gündemleri için oldukça kritiktir. Dolayısıyla “katılım” perspektifinin gelecek moda çalışmaları için kullanışlı olabileceği düşünüldüğünden kavramın kavramsallaştırılmasına ihtiyaç duyulmuştur. Gerçekleştirilen kavramsallaştırma geliştirilmeye açık olmakla birlikte kavramsallaştırmanın gelecekte yapılacak çalışmalara fayda sağlayabileceği öngörülmektedir.

KAYNAKÇA

Kitaplar:

Adamson, G. (2018). *The Craft Reader*, New York: Bloomsbury.

Atatürk Araştırma Merkezi. (2006). *Atatürk'ün Söylev ve Demeçleri 1-3*, İstanbul: Divan Yayıncılık.

Black, A., & Burisch, N. (2020). *The New Politics of the Handmade: Craft, Art and Design*, New York: Bloomsbury.

Busch, O. von. (2017). *Moda Praksisi*, Yeni İnsan Yayınevi: İstanbul.

Corbett, S. (2018). *How to be a Craftivist: The Art of Gentle Protest*, London: Unbound Publishing.

Craik, J. (1993). *The Face of Fashion: Cultural Studies in Fashion*, London: Routledge Publishing.

Crane, D. (2000). *Fashion and Its Social Agendas: Class, Gender, and Identity in Clothing*, Chicago: University of Chicago Press.

Davis, F. (1994). *Fashion, Culture and Identity*, Chicago: University of Chicago Press.

De Castro, O. (2021). *Loved clothes last: how the joy of rewearing and repairing your clothes can be a revolutionary act*, London: Penguin Books.

Fletcher, K. (2013). *Sustainable Fashion and Textiles: Design Journeys*, London: Routledge Publishing.

Fletcher, K. (2014). *Sustainable Fashion and Textiles*, London: Routledge Publishing.

- Fletcher, K. (2016). *Craft of Use: Post-growth Fashion*, London: Routledge Publishing.
- Fletcher, K., & Grose, L. (2012). *Fashion and Sustainability: Design for Change*, Laurence King.
- Fletcher, K., & Tham, M. (2015). *Routledge Handbook of Sustainability and Fashion*, London: Routledge Publishing.
- Gauntlett, D. (2011). *Making is Connecting*, Cambridge: Polity Press.
- Greer, B. (2014). *Craftivism : The Art of Craft and Activism*, Vancouver: Arsenal Press.
- Holroyd, A. T. (2017). *Folk Fashion: Understanding Homemade Clothes*, New York: Bloomsbury.
- Kawamura, Y. (2018). *Fashion-ology: An introduction to fashion studies*, New York: Bloomsbury.
- Lothian, S. (2018). *Guerrilla Kindness & Other Acts of Creative Resistance: Making A Better World Through Craftivism*, Nashville: Turner Publishing Company
- McGovern, A. (2019). *Craftivism and Yarn Bombing: A Criminological Exploration*, London: Palgrave Macmillan UK.
- Kipöz, Ş. (2021a). *Modada Yavaşlık*, İstanbul: Yeni İnsan Yayınevi.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*, New York: Touchstone Publishing.
- Sennett, R. (2008). *The Craftsman*, Yale University Press.
- Sennett, R. (2012). *Together: The Rituals, Pleasures and Politics of Cooperation*, Yale University.

Veblen, T. (1899). *The Theory of the Leisure Class*, Oxford: Oxford University Press.

Ross, A. (1997). *No sweat: Fashion, free trade, and the rights of garment workers*, London: Verso Books.

Makaleler:

Amnå, E., & Ekman, J. (2014). “Standby Citizens: Diverse Faces of Political Passivity”, *European Political Science Review*, Yıl 6, Sayı 2, ss. 261-281.

Anderson, W. K. Z., & Davis, L. S. A. (2023). “White Capitalism within Communities of Craftivism: Mask Making and Health Maintenance Disparities During COVID-19”, *Frontiers in Communication*, Yıl 8, ss. 1-15.

Arnstein, S. R. (1969). “A ladder of citizen participation”, *Journal of the American Institute of planners*, Yıl 35, Sayı 4, ss. 216-224.

Atalay, D. (2015). “Women’s collaboration for the enhancement of craft culture in contemporary Turkey”, *Craft Research*, Yıl 6, Sayı 2, ss. 223-239.

Barrett, M., & Brunton-Smith, I. (2014). “Political and Civic Engagement and Participation: Towards an Integrative Perspective”, *Journal of Civil Society*, Yıl 10, Sayı 1, ss. 5-28.

Baum, H. S. (2001). “Citizen Participation”, *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 1840-1846.

Bayram, S. (2012). “Osmanlı Devleti’nde ekonomik hayatın yerel unsurları: Ahilik teşkilâtı ve esnaf loncaları”, *İstanbul Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, Sayı 21, ss. 81-115.

Belk, R. W. (1988). “Possessions and the Extended Self”, *Journal of Consumer Research*, Yıl 15, Sayı 2, ss. 139-168.

Black, A., & Burisch, N. (2011). "Craft hard, die free : Radical Curatorial Strategies for Craftivism in Unruly Contexts", *Extra/Ordinary: Craft and Contemporary Art*, Sayı 12, 204-221.

Bobek, D., Zaff, J., Li, Y., & Lerner, R. M. (2009). "Cognitive, emotional, and behavioral components of civic action: Towards an integrated measure of civic engagement", *Journal of Applied Developmental Psychology*, Yıl 30, Sayı 5, ss. 615-627.

Bratich, J. Z., & Brush, H. M. (2011). "Fabricating Activism: Craft-Work, Popular Culture, Gender", *Utopian Studies*, Yıl 22, Sayı 2, ss. 233-260.

Brodie, R. J., Ilic, A., Juric, B., & Hollebeek, L. (2013). "Consumer engagement in a virtual brand community: An exploratory analysis", *Journal of Business Research*, Yıl 66, Sayı 1, ss. 105-114.

Burcikova, M. (2011). "Craftivism 2000: Utopia of Socially Engaged Craft", *Making Futures*, Yıl 2, ss. 8-14.

Busch, O. (2012). "Generation Open: Contested Creativity and Capabilities", *The Design Journal*, Yıl 15, Sayı 4, ss. 443-460.

Busch, O. (2019). "A Crisis of Power in Fashion: Is There Agency for Change?", *Fashion Practice*, Yıl 11, Sayı 3, ss. 302-308.

Busch, O., Holroyd, A. T., Keyte, J., Yin, S. C., Ginsburg, H., Earley, R., Ballie, J., & Hansson, H. (2014). "In the Making: The 'Power to the People' Workshop Track at Crafting the Future", *The Design Journal*, Yıl 17, Sayı 3, ss. 379-401.

Buszek, M. E., & Robertson, K. (2011). "Introduction", *Utopian Studies*, Yıl 22, Sayı 2, ss. 197-200.

Buzsek, M. E. (2011). "Labor is My Medium: Some Pespective(s) on Contemporary Craft", *Archives of American Art Journal*, Yıl 50, Sayı 3/4, ss. 66-75.

Carreras, M. (2016). "Compulsory voting and political engagement (beyond the ballot box): A multilevel analysis", *Electoral Studies*, Sayı 43, ss. 158-168.

Clark, H. (2008). "Slow + Fashion - an oxymoron - or a promise for the future ...?" *Fashion Theory*, Yıl 12, Sayı 4, ss. 427-446.

Clark, H. (2018). "Slow + Fashion – Women’s Wisdom", *Fashion Practice*, Yıl 11, Sayı 3, ss. 309-327.

Clarke, K. (2016). "Willful knitting? Contemporary Australian craftivism and feminist histories", *Continuum*, Yıl 30, Sayı 3, ss. 298-306.

Corbett, S., & Housley, S. (2011). "The Craftivist Collective Guide to Craftivism", *Utopian Studies*, Yıl 22, Sayı 2, ss. 344-351.

Costin, C. L. (2008). "Introduction: Craft and Social Identity", *Archeological Papers of the American Anthropological Association*, Yıl 8, Sayı 1, ss. 3-16.

DeLong, M., Heinemann, B., & Reiley, K. (2005). "Hooked on vintage!", *Fashion Theory*, Yıl 9, Sayı 1, ss. 23-42.

Fletcher, K. (2012). "Durability, Fashion, Sustainability: The Processes and Practices of Use", *Fashion Practice*, Yıl 4, Sayı 2, ss. 221-238.

Garber, E. (2013). "Craft As Activism", *Journal of Social Theory in Art Education*, Yıl 33, Sayı 1, ss. 53-66.

Heaton, J. (2022). "“*Pseudonyms Are Used Throughout: A Footnote, Unpacked”, *Qualitative Inquiry*, Yıl 28, Sayı 1, ss. 123-132.

Hirscher, A.-L. (2013). "Fashion Activism Evaluation and Application of Fashion Activism Strategies to Ease Transition Towards Sustainable Consumption Behaviour", *RJTA*, Yıl 17, Sayı 1, ss. 23-38.

Horton, K., & Street, P. (2023). "Soft Studio: Revaluing Post-Consumer Textile Waste through Creative Design Practice", *Fashion Practice*, Yıl 16, Sayı 2, ss. 167-191.

Hur, E., & Beverley, K. (2011). "The role of craft in a co-design system for sustainable fashion", *Making Futures Journal*, Sayı 2, ss. 40-55.

Jenkins, H., Clinton, K., Purushotma, R., Robison, A. J., & Weigel, M. (2009). "Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21 Century", *MacArthur*, Yıl 21, Sayı 1, ss. 129-150.

Kahn, W. A. (1990). "Psychological Conditions of Personal Engagement and Disengagement at Work", *The Academy of Management Journal*, Yıl 33, Sayı 4, ss. 692-724.

Karabatak, N. B. (2018). "İmece kültürü ve imece kelimesi üzerine", *Türk ve İslam Dünyası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Yıl 5, Sayı 18, ss. 490-501.

Karageorgou, K., Madoglou, A., & Kalamaras, D. (2024). "Exploring emotional, behavioural, and cognitive dimensions of young citizens' political engagement in uncertain times", *Psychology*, Yıl 29, Sayı 1, ss. 100-120.

Lange, S. (2019). "Craft as a Fashion Activist Practice", *Art & Design*, Sayı 17, ss. 32-40.

Levasseur, M., Lussier-Therrien, M., Lee Biron, M., Raymond, É., Castonguay, J., Naud, D., Fortier, M., Sévigny, A., Houde, S., & Tremblay, L. (2022). "Scoping study of definitions of social participation: update and co-construction of an interdisciplinary consensual definition", *Age and Ageing*, Yıl 51, Sayı 2, ss. 1-13.

Listyorini, S., Kusumawati, A., Suharyono, & Yulianto, E. (2018). "Religiosity and Fashion Behavior Among Indonesian Muslim Women", *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, Yıl 84, Sayı 12, ss. 312-321.

Mandell, H. (2021). "'Monstrous' craft activism: A city yarn installation that wrought controversy through textile togetherness and community engagement", *Craft Research*, Yıl 12, Sayı 1, ss. 31-50.

May, K. (2020). "The Pussyhat Project: Texturing the Struggle for Feminist The Pussyhat Project: Texturing the Struggle for Feminist Solidarity Solidarity", *Journal of International Women's Studies*, Yıl 21, Sayı 3, ss. 77-89.

McGovern, A., & Barnes, C. (2022). "Visible Mending, Street Stitching and Embroidered Handkerchiefs: How Craftivism is Being Used to Challenge the Fashion Industry", *IJCJ&SD*, Yıl 11, Sayı 2, ss. 87-101.

Niedderer, K., & Townsend, K. (2014). "Designing craft research: Joining emotion and knowledge", *The Design Journal*, Yıl 17, Sayı 4, ss. 624-647.

O'Cass, A. (2000). "An assessment of consumers product, purchase decision, advertising and consumption involvement in fashion clothing", *Journal of Economic Psychology*, Yıl 21, Sayı 5, ss. 545-576.

Ozdamar Ertekin, Z., Sevil Oflac, B., & Serbetcioglu, C. (2020). "Fashion consumption during economic crisis: Emerging practices and feelings of consumers", *Journal of Global Fashion Marketing*, Yıl 11, Sayı 3, ss. 270-288.

Rall, D. N., & Costello, M. (2010). "Women, Craft and Protest: Yesterday and Today", *Australian Folklore*, Sayı 25, ss. 79-96

Reiley, K., & DeLong, M. (2011). "A Consumer Vision for Sustainable Fashion Practice", *Fashion Practice*, Yıl 3, Sayı 1, ss. 63-83.

Rich, B. L., Lepine, J. A., & Crawford, E. R. (2010). "Job engagement: Antecedents and effects on job performance", *Academy of Management Journal*, Yıl 53, Sayı 3, ss. 617-635.

Robertson, K., & Vinebaum, L. (2016). "Crafting Community", *TEXTILE*, Yıl 14, Sayı 1, ss. 2-13.

Samala, N., & Katkam, B. S. (2020). "Fashion brands are engaging the millennials: a moderated-mediation model of customer-brand engagement, participation, and involvement", *Young Consumers*, Yıl 21, Sayı 2, ss. 233-253.

Simmel, G. (1957). "Fashion", *American Journal of Sociology*, Yıl 62, Sayı 6, ss. 541-558.

Singhal, A., & Greiner, K. (2008). "Performance activism and civic engagement through symbolic and playful actions", *Journal of Development Communication*, Yıl 19, Sayı 2, ss. 43-53.

Testa, D. S., Bakhshian, S., & Eike, R. (2021). "Engaging consumers with sustainable fashion on Instagram", *Journal of Fashion Marketing and Management*, Yıl 25, Sayı 4, ss. 569-584.

Weida, C. L. (2013). "Crafting Creativity & Creating Craft: Craftivism, Art Education, And Contemporary Craft Culture", *Journal of Chemical Information and Modeling*, Yıl 53, Sayı 9, ss. 36-55.

Youngson, A. (2019). "Craftivism for occupational therapists: finding our political voice", *British journal of occupational therapy*, Yıl 82, Sayı 6, ss. 383-385.

Watfern, C., Macdonald, G., Elliot, M., Stone, L., Gilmore, I., Wallace, S., Tecson, M., Turk, N., Bingham, P., Mears, J., Dadich, A., Doran, B., & Boydell, K. (2024).

“Craftivism as Inquiry: Holding Life’s Threads”, *The Qualitative Report*, Yıl 29, Sayı 1, ss. 183-205.

Kitap İçi Bölüm:

Ainley, M. D. (2001). “Interest in learning and classroom interactions”, *Perspectives on practice and meaning in mathematics and science classrooms* (Ed. David Clark), Dordrecht: Springer Netherlands, ss. 105-130.

Busch, O. Von. (2014). “Fashion hacking”, *Design as Future Making* (Ed. Susan Yelavich & Barbara Adams), Bloomsbury Publishing, ss. 47-58.

Busch, O. von. (2015). “A suit, of his own earning: fashion supremacy and sustainable fashion activism”, *Routledge Handbook of Sustainability and Fashion* (Ed. Kate Fletcher & Mathilda Tham), ss. 275-282.

Carpenter, E. (2010). “Activist Tendencies in Craft”, *Concept Store #3: Art, Activism and Recuperation* (Ed. Geoff Cox, Nav Haq & Tom Trevor), Arnolfini, ss. 86-91.

Chalmers, J. (2014). “Don’t get angry, get cross-stitch!”, *Craftivism: The Art of Craft and Activism* (Ed. Betsy Greer), Arsenal Pulp Press, ss. 37-44.

Entwistle, J. (2015). “Sustainability and Fashion”, *Routledge Handbook of Sustainability and Fashion* (Ed. Kate Fletcher & Mathilda Tham), Routledge Publishing, ss. 25-32.

Fariello, A. (2011). “Making and Naming: The Lexicon of Studio Craft”, *Extra/Ordinary: Craft and Contemporary Art* (Ed. Maria Elena Buszek), Duke University Press, ss. 23-42.

Fletcher, K. (2007). "Clothes that Connect", *Designers, Visionaries and Other Stories: A Collection of Sustainable Design Essays* (Ed. Jonathan Chapman & Nick Gant), Earthscan Publishing, ss. 119-132.

Fletcher, K. (2015). "Other Fashion Systems", *Routledge Handbook of Sustainability and Fashion* (Ed. Kate Fletcher & Mathilda Tham), Routledge Publishing, ss. 15-24.

Fuchs, D. (2012). "Participatory Democracy", *The participatory cultures handbook* (Ed. Aaron Delwiche & Jennifer Jacobs Henderson), Routledge Publishing, ss. 163-170.

Gibson, P. C. (2000). "Redressing the balance: Patriarchy, postmodernism, and feminism", *Fashion cultures: Theories, explorations and analysis* (Ed. Stella Bruzzi & Stella Church Gibson), Routledge Publishing, ss. 349-362.

Greer, B. (2011). "Craftivist History", *Extra/Ordinary: Craft and Contemporary Art* (Ed. Maria Elena Buszek), Duke University Press Books, ss. 175-183.

Gwilt, A., Payne, A., & Ruthschilling, E. A. (2019). "Introduction", *Global Perspectives on Sustainable Fashion* (Ed. Alison Gwilt, Alice Payne, Evelise Anicet Ruthschilling), Bloomsbury Visual Arts, ss. xxiv-xxviii.

Hansen, K. T. (2005). "From Thrift to Fashion: Materiality and Aesthetics in Dress Practices in Zambia", *Clothing as Material Culture* (Ed. Susanne Küchler & Daniel Miller), Bloomsbury Publishing, ss. 107-120.

Hansen, K. T. (2012). "From Thrift to Fashion: Materiality and Aesthetics in Dress Practices in Zambia", *Clothing as Material Culture* (Ed. Susanne Küchler & Daniel Miller), Bloomsbury Publishing, ss. 107-120.

Harrison, L. (2014). "Fashion and Community", *Routledge Handbook of Sustainability and Fashion* (Ed. Kate Fletcher & Mathilda Tham), Routledge Publishing, ss. 243-252.

- Hirscher, A.-L., & Fuad-Luke, A. (2013). "Open Participatory Designing for an Alternative Fashion Economy", *Sustainable Fashion: New approaches* (Ed. Kirsi Niinimäki), Aalto Arts Books, ss. 172-197.
- Holroyd, A. T. (2015). "Openness", *Routledge Handbook of Sustainability and Fashion* (Ed. Kate Fletcher & Mathilda Tham), Routledge Publishing, ss. 253-261.
- Jaffe, N. (2014). "Introduction", *Crafting Creativity & Creating Craft* (Ed. Courtney Lee Weida), Sense Publishers, ss. 1-4.
- Kaiser, S. B. (2015). "Mixing metaphors in the fibre, textile, and apparel complex: moving forward", *Sustainable Fashion: What is Next?* (Ed. Janet Hethorn & Connie Ulasewicz), Bloomsbury Publishing, ss. 129-158.
- Kipöz, Ş. (2021b). "Modayı yavaşlatan ekonomi modelleri: döngüsel ekonomi ve paylaşım ekonomisi", *Modada Yavaşlık* (Ed. Şölen Kipöz), Yeni İnsan Yayınevi, ss. 111-125.
- Klepp, I. G., & Laitala, K. (2015). "Consumption Studies: The force of the ordinary", *Routledge Handbook of Sustainability and Fashion* (Ed. Kate Fletcher & Mathilda Tham), ss. 121-130.
- Le Normand, A., Jones, C., Gallery, C., & Henninger, C. E. (2023). "Value of clothing through the craftivism movement", *Research Handbook on Ethical Consumption* (Ed. Marylyn Carrigan, Victoria K. Wells, Karolos A. Papadas), Edward Elgar Publishing, ss. 327-345.
- Li, Y., Feng, Q., Zhu, H., Dupre, M. E., & Gu, D. (2021). "Social Participation", *Encyclopedia of Gerontology and Population Aging* (Ed. Danan Gu, Matthew E. Dupre), Springer Publishing, ss. 1-10.

- Max-Neef, M. (1992). "Development and Human Needs" *Real-life Economics* (Ed. Paul Ekins, Manfred Max-Neef), Routledge, ss. 197-214.
- Quick, K. S., & Bryson, J. M. (2022). "Public Participation", *Handbook on Theories of Governance* (Ed. Christopher Ansell & Jacob Torfing), Edward Elgar Publishing, ss. 158-168.
- Rogers, K. B., & Smith-Lovin, L. (2011). "Action, Interaction, and Groups", *The Wiley-Blackwell Companion to Sociology* (Ed. George Ritzer), Wiley Blackwell, ss. 119-138.
- Strauss, C. (2015). "Speed", *Routledge Handbook of Sustainability and Fashion* (Ed. Kate Fletcher & Mathilda Tham), Routledge Publishing, ss. 82-90.
- Woodward, S. (2015). "Accidentally sustainable? Ethnographic approaches to clothing practices", *The Routledge Handbook of Sustainability and Fashion* (Ed. Kate Fletcher & Mathilda Tham), Routledge Publishing, ss. 131-138.

Basılmamış Kaynaklar:

- Busch, O. Von. (2008). *Fashion-able: Hacktivism and engaged fashion design*, Doktora Tezi, School of Design and Crafts, Faculty of Fine, Applied and Performing Arts, University of Gothenburg.
- Brinn, V. H. (2019). *An Autoethnographic Journey Through Craftivism: Making with/for Meaning*, Doktora Tezi, dan. Dr. Pamela Lawton, Degree of Philosophy, Virginia Commonwealth University.
- Fitzpatrick, T. (2018). *Craftivism as DIY Citizenship: The Practice of Making Change*, Doktora Tezi, dan. Dr. Katve Kaisa Kontturi, Faculty of the Victorian College of the Arts and the Melbourne Conservatorium of Music, The University of Melbourne.

Gibbs, R., & Poskitt, J. (2010). *Student engagement in the middle years of schooling (year 7-10): A literature review*, Report to the Ministry of Education New Zealand.

Holroyd, A. T. (2013). *Folk Fashion: Amateur Re-knitting as a Strategy for Sustainability*, Degree of Philosophy, Birmingham Institute of Art & Design, Birmingham City University.

Levine, P. & Youniss, J. (2006). *Youth Civic Engagement: An Institutional Turn*, CIRCLE Working Paper 45, Rapor.

Markus, S. (2019). *Through the Eye of a Needle: Craftivism as an Emerging Mode of Civic Engagement and Cultural Participation*, dan. Professor Lalitha Vasudevan, Degree of Doctor of Education in Teachers College, Columbia University.

Meskelis, S. (2017). *An investigation of the relationship among honesty-humility, authentic leadership and employee engagement*, dan. Dr. J.Lee Whittington, Faculty of the Satish & Yasmin Gupta College of Business, University of Dallas.

Odabaşı, S. (2021). *Sürdürülebilirlik çağında moda tasarımı: Üst dönüşümün bireysel süreci ve bellekle etkileşimi*. dan. Dr. öğr. üyesi Serenay Şahin, Sanat ve Tasarım Anasanat Dalı, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi.

İnternet Kaynakları:

Devlin, P. (2010). *Restoring the Balance the effect of arts participation on wellbeing and health*. <https://www.artsandhealth.ie/research-evaluation/restoring-the-balance-the-effect-of-arts-participation-on-wellbeing-and-health/> (21.07.2024)

Greer, B. (2016). *Craftivism: Where Craft and Activism Meet*. <https://craftindustryalliance.org/craftivism-crafts-activism-meet/> (06.04.2022)

Sekules, K. (2022). *Visible Mend*. <https://www.instagram.com/visiblemend/>.
<https://www.instagram.com/visiblemend/> (30.11.2023)

Syjuco, S. (2008). *The Counterfeit Crochet Project (Critique of a Political Economy)*.
<https://www.stephaniesyjuco.com/projects/the-counterfeit-crochet-project-critique-of-a-political-economy> (22.03.2024)

Wheeler, E. (2012). *The Political Stitch: Voicing Resistance in a Suffrage Textile*.
<https://digitalcommons.unl.edu/tsaconf> (21.02.2022)

ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı : Ülker TATLIDİL ŞAHİN

Eğitimi:

2020- 2025 – Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Tekstil ve Moda
Tasarımı Sanatta Yeterlik Programı

2017-2020 – Eskişehir Teknik Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Moda Tasarımı
Yüksek Lisans Programı

2010-2016 – Anadolu Üniversitesi, Endüstriyel Sanatlar Yüksekokulu, Moda Tasarımı
Bölümü, Eskişehir

2006-2010 – Karşıyaka Anadolu Meslek ve Kız Meslek Lisesi, Giyim Üretim Teknolojisi
Bölümü, İzmir

İş Tecrübesi:

2024 - ... – İstanbul Bilgi Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Tekstil ve Moda
Tasarımı Bölümü, Öğretim Görevlisi

2018 - 2024 – İstanbul Bilgi Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Tekstil ve Moda
Tasarımı Bölümü, Araştırma Görevlisi

Tezler:

“Zanaat Yoluyla Katılım: Modada Kullanım Pratikleri ve Zanaat Aktivizmi”, Sanatta Yeterlik Tezi, 2025, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir. Prof. Leyla ÖĞÜT danışmanlığında.

“Moda Tasarımında Geleneğin Yorumlanması Konusunun Ulusal Kimlik Çerçevesinde İncelenmesi”, Yüksek Lisans Tezi, 2020, Eskişehir Teknik Üniversitesi, Eskişehir. Prof. Yüksel ŞAHİN danışmanlığında.

Bildiriler ve Makaleler:

TATLIDİL, Ülker, *“Friend or Foe? Adoption of Image Generating AI in Fashion Design”*, The 5th International Scientific and Methodological Seminar on the Issues and Problems of Artistic and Pedagogical Education, Mayıs 2023, Bildiri Sunumu

TATLIDİL, Ülker ve ŞAHİN, Yüksel (2022). *Moda Tasarımında Geleneğin Yorumlanması ve Ulusal Moda Kimliği Oluşturulması Üzerine Bir İnceleme*. Milli Folklor. (134), 131-144

TATLIDİL, Ülker ve ÖĞÜT, Leyla (2022). *“Rezerve Boya ve Baskı Teknikleri ile Üretilen İndigo Boyalı Afrika Tekstilleri”*, Sanat ve Tasarım Dergisi 12 (1), 153-16

TATLIDİL, Ülker ve AYRANPINAR, Selda Kozbekçi (2021). *“Yeni Koronavirüs Pandemisinin Tekstil Sanatı Çalışmalarına Yansımalarının Bir İncelemesi”*, Kesit Akademi Dergisi 7 (29), 609-627

TATLIDİL, Ülker ve ŞAHİN, Yüksel (2021). *“An Interrogation on the Use of Technological Innovations in Fashion Design”*, DESIGN. ART. INDUSTRY.

TATLIDİL, Ülker ve ŞAHİN, Yüksel (2019). *“Moda Tasarımında Dijital Teknolojilerin Kullanımı Üzerine Bir Sorgulama”*, 4. Uluslararası Akdeniz Sanat Sempozyumu Bildiri Sunumu

TATLIDİL, Ülker ve ŞAHİN, Yüksel (2019). “*Giyim Kültürü ve Modanın Konuları Üzerine*”, ASOS Journal. 7 (96). 317-323

Sanatsal Faaliyetleri:

18 Mart Uluslararası Sanat Günleri Jürili Karma Sergisi (2021). “Baloncuklu Kanvas” – Plastik, Ahşap, Sentetik ip ile tığ işi çalışma

AART Uluslararası Anadolu Sanat Sempozyumu Jürili Karma Sergisi (2021). “Playful” – Kumaş

Öykülü Giysiler Sergisi (2023). “Vivere in Momento/Unutma Yaşıyorsun” – Pamuklu Kumaş