



**T.C.
HALIÇ ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
TEKSTİL VE MODA TASARIMI ANASANAT DALI
TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

POSTMODERNİZM ÇERÇEVESİNDE MODA EĞİLİMLERİ VE ÇAĞDAŞ ERKEK GİYSİ MODASI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Güner TOPRAK

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Şöhret AKTEPE DAL

ŞUBAT 2022

**T.C.
HALIÇ ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
TEKSTİL VE MODA TASARIMI ANASANAT DALI
TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

**POSTMODERNİZM ÇERÇEVESİNDE MODA EĞİLİMLERİ
VE ÇAĞDAŞ ERKEK GİYİŞİ MODASI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**Güner TOPRAK
18141580011**

Doç. Dr. Şöhret AKTEPE DAL

ŞUBAT 2022

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

Tekstil ve Moda Tasarımı Anasanat Dalı Yüksek Lisans Programı Öğrencisi Güner TOPRAK tarafından hazırlanan **“POSTMODERNİZM ÇERÇEVESİNDE MODA EĞİLİMLERİ VE ÇAĞDAŞ ERKEK GİYSİ MODASI”** konulu çalışması jürimizce Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Tez Savunma Tarihi: 11/02 /2022

Jüri Üyesinin Ünvanı, Adı, Soyadı ve Kurumu:

İmzası

Jüri Üyesi : Doç. Dr. Şöhret AKTEPE DAL
Pamukkale Üniversitesi

Jüri Üyesi : Dr. Öğr. Üyesi Zehra DOĞAN SÖZÜER
Haliç Üniversitesi

Jüri Üyesi : Prof. Dr. Sefa ÇELİKSAP
İstanbul Aydın Üniversitesi

Bu tez yukarıdaki jüri üyeleri tarafından uygun görülmüş ve Enstitü Yönetim Kurulu'nun kararıyla kabul edilmiştir.

Prof. Dr. Hatice YORULMAZ

Vekil Müdürü



Turnitin Originality Report

Postmodernizm Çerçevesinde Moda
Eğilimleri ve Çağdaş Erkek Giysi Modası
by Güner Toprak

From TÜRK HAZİR GIYİM
MARKALARININ SÜRDÜRÜLEBİLİR
MODAYA YÖNELİK FAALİYETLERİNİN
İNCELENMESİ (TEZ 2022)

Similarity Index

17%

Similarity by Source

Internet Sources:	15%
Publications:	3%
Student Papers:	5%

Processed on 01-Apr-2022 11:58 +03

ID: 1798730912

Word Count: 25565

Sources:

1

2% match (Internet from 25-Feb-2022)

https://acikbilim.yok.gov.tr/bitstream/handle/20.500.12812/90503/yokAcikBilim_10064634.pdf?isAllowed=y&sequence=-1

2

1% match (Internet from 06-Mar-2022)

<http://docplayer.biz.tr/60867746-lse-yabanci-ressam-ve-gezginlerin-eserleriyle-turk-ressamlarinin-minyaturlerinden-ogrenilmektedir.html>

3

1% match (Internet from 12-Oct-2018)

https://www.researchgate.net/publication/282613805_Geleneksel_Giysi_Tarzlarinin

4

1% match (Internet from 22-Nov-2020)

<https://silo.tips/download/anahtar-szckler-osmanl-dnemi-giysileri-cumhuriyet-dnemi-giysileri-batlama-erkek>

5

1% match (Internet from 30-Jul-2021)

<http://acikerisimsiv.selcuk.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/7808/189201.pdf>

6

1% match (Internet from 07-Oct-2021)

<https://www.acarindex.com/pdf/acarindex-eae4055d-87b3.pdf>

7

1% match (Internet from 15-Oct-2018)

<http://dergipark.gov.tr/download/article-file/407286>

8

< 1% match (Internet from 10-Feb-2022)

https://acikbilim.yok.gov.tr/bitstream/handle/20.500.12812/352814/yokAcikBilim_10075974.pdf?isAllowed=y&sequence=-1

9

< 1% match (Internet from 10-Feb-2022)

https://acikbilim.yok.gov.tr/bitstream/handle/20.500.12812/362446/yokAcikBilim_393727.pdf?isAllowed=y&sequence=-1

10

< 1% match (Internet from 03-Feb-2022)

https://acikbilim.yok.gov.tr/bitstream/handle/20.500.12812/138435/yokAcikBilim_10057625.pdf?isAllowed=y&sequence=-1

11

< 1% match (Internet from 07-Mar-2022)

https://acikbilim.yok.gov.tr/bitstream/handle/20.500.12812/95886/yokAcikBilim_10168047.pdf?isAllowed=y&sequence=-1

12

< 1% match (Internet from 10-Feb-2022)

https://acikbilim.yok.gov.tr/bitstream/handle/20.500.12812/378389/yokAcikBilim_10105497.pdf?isAllowed=y&sequence=-1

13

< 1% match (Internet from 25-Feb-2022)

https://acikbilim.yok.gov.tr/bitstream/handle/20.500.12812/90804/yokAcikBilim_432827.pdf?isAllowed=y&sequence=-1

14

< 1% match (Internet from 25-Feb-2022)

https://acikbilim.yok.gov.tr/bitstream/handle/20.500.12812/89986/yokAcikBilim_10296754.pdf?isAllowed=y&sequence=-1

15

< 1% match (Internet from 20-Jul-2016)

<http://docplayer.biz.tr/11033340-Moda-kavrami-moda-kuramlari-ve-guncel-moda-egilimi-calismalari.html>

16

< 1% match (Internet from 06-Jan-2022)

<http://docplayer.biz.tr/111319172-Osmanli-sarayi-kadin-giysileri-ve-gunumuz-giysi-tasarimina-bir-uyarlama.html>

TEZ ETİK BEYANI

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum **“Postmodernizm Çerçevesinde Moda Eğilimleri Ve Çağdaş Erkek Giysi Modası”** başlıklı bu çalışmayı baştan sona kadar danışmanım Doç. Dr. Şöhret AKTEPE DAL’ın sorumluluğunda tamamladığımı, verileri/örnekleri kendim topladığımı, deneyleri/analizleri ilgili laboratuvarlarda yaptığımı/yaptırdığımı, başka kaynaklardan aldığım bilgileri metinde ve kaynakçada eksiksiz olarak gösterdiğimi, çalışma sürecinde bilimsel araştırma ve etik kurallara uygun olarak davrandığımı ve aksinin ortaya çıkması durumunda her türlü yasal sonucu kabul ettiğimi beyan ederim.

Güner Toprak

07/02/2022

TEŞEKKÜR

Oscar Wilde,

Tez çalışmamda engin bilgileriyle bana yol gösteren ve ilerlemesini sağlayan sevgili tez danışmanım Doç. Dr. Şöhret AKTEPE DAL'a ve lisans dönemi boyunca değerli bilgilerini benimle paylaşan Dr. Öğr. Üyesi Zehra DOĞAN SÖZÜER'e çok teşekkür ederim.

Desteklerini hiçbir zaman üzerimden eksik etmeyen, her daim yanımda olan canım aileme bu tezi armağan ediyorum.

07.02.2022

Güner TOPRAK

İÇİNDEKİLER

	Sayfa No.
TEZ ETİK BEYANI.....	i
TEŞEKKÜR.....	ii
İÇİNDEKİLER.....	iii
KISALTMALAR	v
ŞEKİLLER.....	vi
TABLOLAR.....	xi
ÖZET.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
1.GİRİŞ.....	1
2. POSTMODERNİZM OLGUSUNA GENEL BAKIŞ	3
2.1. Postmodernizm ve Sanat.....	8
2.1.1. Mimari.....	14
2.1.2. Resim.....	16
2.1.3. Felsefe.....	20
2.1.4. Edebiyat.....	22
2.2. Giyebilir Sanat.....	24
3. POSTMODERNİZMLE BERABER DEĞİŞEN ERKEK MODASI VE MODA EĞİLİMLERİ.....	28
3.1. Tarihsel Gelişim Süreci Boyunca Dünya’da Erkek Giysisine Genel Bakış.....	30
3.1.1. M.Ö. 3000 – M.S. 400 Yılları Arası Giyim Tarihine Bakış.....	31
3.1.2. 5. Yüzyıl – 15.Yüzyılları Arası Giyim Tarihine Bakış	36
3.1.3. 16. Yüzyıl – 18. Yüzyılları Arası Giyim Tarihine Bakış	42
3.1.4 19. Yüzyıl – 20. Yüzyılları Arası Giyim Tarihine Bakış	49
3.2. Tarihsel Gelişim Süreci Boyunca Türkiye’de Erkek Giysisine Genel Bakış.....	75
3.2.1. Osmanlı Dönemi.....	76
3.2.2. Cumhuriyet Dönemi.....	86
4. POSTMODERNİZM ÇERÇEVESİNDE MODA SEKTÖRÜNÜN ÇAĞDAŞ ERKEK GİYSİ MODASI ÜZERİNE ETKİLERİ.....	92
4.1. Postmodernizm ve Moda Kavramı.....	104
4.1.1. Moda ve Eklektizm.....	109
4.2. Postmodernizm, Tüketim Kültürü ve Moda.....	110
4.2.1. Giyimde Sınıf ve Statü Göstergeleri.....	113
4.2.2. Trend Kavramının Doğuşu ve Modaya Etkileri.....	125
4.2.3. Popüler Kültür.....	128
4.2.4. Sosyal Medya.....	129
4.3. Toplumdaki Erkek Rollerinin Giysiye Etkileri.....	131
4.4. Erkeklerin Tüketici Kitleler Haline Getirilme Eğilimleri.....	144

4.4.1. Reklamlarda Erkeklik İmgesi.....	147
4.4.2. Erkek Yaşam Dergileri ve Giysi Modası.....	149
5. SONUÇLAR.....	153
6. KAYNAKLAR.....	156
7. ÖZGEÇMİŞ	166



KISALTMALAR

C	: Cilt
FHM	: For Him Magazine
GQ	: Gentlemen Quuarterly
M.Ö.	: Milattan Önce
M.S.	: Milattan Sonra
S	: Sayı
Ss	: Sayfa Sayısı
S/S	: Summer/Spring
Vb	: Ve Benzeri
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
WGSN	: World Global Style Network
WF	: World Panel Fashio

ŞEKİLLER

Sayfa No.

Şekil 2.1.1. Marcel Duchamp 1917.....	10
Şekil 2.1.2. Andy Warhol Coca-Cola Çalışması.....	11
Şekil 2.1.3. Andy Warhol Campbell's Çalışması.....	11
Şekil 2.1.2.1 David Salle, OldBottles, 1995.....	17
Şekil 2.1.2.2. RobertRauschenberg, Retroactive 1, 1964	18
Şekil 2.1.2.3. ChrisOfili, TheHoly Virgin Mary, 1996	19
Şekil 2.2.1. Juergen Mayer Metropol Parasol / JunyaWatanabe Autum/Winter 2015.....	25
Şekil 2.2.2. Hüseyin Çağlayan Masa Elbisesi Autum/Winter 2000.....	26
Şekil 2.2.3. İris Van Herper.....	27
Şekil 3.1.1.1. Antik Mısır Döneme Ait Erkek Giyim Şekli	32
Şekil 3.1.1.2. Antik Yunan Döneme Ait Giyim Şekli	33
Şekil 3.1.1.3. Antik Yunan Dönemine Ait Erkek Giyim Şekli	34
Şekil 3.1.1.4. Antik Roma Dönemine Ait Giyim Şekli.....	35
Şekil 3.1.2.1. Bizans Döneminin Ait Erkek Giyim Şekli.....	36
Şekil 3.1.2.2. Bizans Dönemine Kral ve Kraliçe Giyim Şekli	37
Şekil 3.1.2.3. Dolca&Gabbana 2013 Fashion Show Bizans Dönemi Koleksiyonu	37
Şekil 3.1.2.4. Romanesk Dönemine Ait Erkek Giyim Şekli.....	39
Şekil 3.1.2.5. Gotik Döneme Ait Erkek Giyim Şekli 1	41
Şekil 3.1.2.6. Gotik Döneme Ait Giyim Şekli 2	41
Şekil 3.1.3.1. Rönesans Dönemine Ait Erkek Giyim Şekli 1	43
Şekil 3.1.3.2. Rönesans Dönemine Ait Erkek Giyim Şekli 2	44
Şekil 3.1.3.3. Barok Dönemine Ait Erkek Giyim Şekilleri.....	46

Şekil 3.1.3.4. Rokoko Dönemine Ait Erkek Giyim Şekilleri	48
Şekil 3.1.3.5. Rokoko Dönemi 18.Yüzyıl Erkek Giyim Şekilleri	48
Şekil 3.1.4.1. 19. Yüzyıla Ait Erkek Giyim Şekilleri 1.....	51
Şekil 3.1.4.2. 19. Yüzyıla Ait Erkek Giyim Şekilleri 2	51
Şekil 3.1.4.3. 1900-1910 Yılları Arası Erkek Giyim Tarzları.....	53
Şekil 3.1.4.4. 1900 Yılları Erkek Giyim Tarzları.....	54
Şekil 3.1.4.5. 1910 Yılları Erkek Giyim Tarzları.....	54
Şekil 3.1.4.6. 1924-1927 Yılları Arası Erkek Giyim Tarzları	56
Şekil 3.1.4.7. 1920 Yılları Erkek Giyim Tarzları.....	57
Şekil 3.1.4.8. 1930 Yılları Erkek Giyim Tarzları	59
Şekil 3.1.4.9. 1940 Yılları Erkek Giyim Tarzları.....	61
Şekil 3.1.4.10. 1941- 1946 Yılları Erkek Giyim Tarzları.....	61
Şekil 3.1.4.11. 1950-59 Yılları Arasında Erkek Giyim Tarzları.....	63
Şekil 3.1.4.12. Marlon Brando Giyim Tarzı	64
Şekil 3.1.4.13. Elvis Presley Sahne Giyim Tarzı.....	64
Şekil 3.1.4.14. 1960-69 Yılları Erkek Giyim Stilleri.....	66
Şekil 3.1.4.15. Roberto Cavalli Men's Spring 2017 Hippi Giyim Stiline Örnek.....	67
Şekil 3.1.4.16. 1970-79 Yılları Erkek Giyim Stilleri.....	69
Şekil 3.1.4.17. Punk Stiline Örnek Giyim.....	69
Şekil 3.1.4.18. David Bowie Glam Rock Sahne Kıyafetleri.....	70
Şekil 3.1.4.19. 1980-89 Yılları Erkek Giyim Tarzları	72
Şekil 3.1.4.20. 1980 Erkek Giyimine Örnek.....	72
Şekil 3.1.4.21. 1990-99 Yılları Erkek Giyim Tarzları.....	74
Şekil 3.1.4.22. 1990 Brad Pitt Erkek Giyimine Örnek.....	74
Şekil 3.2.1.1. Osmanlı Kaftan Örneği	77
Şekil 3.2.1.2. Nizamı-ı Cedid Ordusu.....	79
Şekil 3.2.1.3. Yeniçeri Ocağı'nın Yerine Kurulan "Asakir-i Mansure-i Muhammediye"'nin Giysileri.....	79

Şekil 3.2.1.4. III. Selim.....	80
Şekil3.2.1.5. Padişah 2.Mahmut'un Kıyafet Reformundan Öncesi.....	82
Şekil 3.2.1.6. Padişah 2.Mahmut'un Kıyafet Reformundan Sonrası.....	82
Şekil 3.2.1.7. 2.Abdülhamit.....	84
Şekil 3.2.1.8. Sultan II. Abdülhamid'in Taktığı Fes.....	84
Şekil 3.2.1.9.Genel Hatlarıyla Redingot (solda), 19. Yüzyılda Giyilen Modern Makferlan Temsili	85
Şekil 3.2.1.10. Meşrutiyet'in simge isimlerinden bazıları; Soldan Sağa, Talat Paşa, Ahmet Rıza Bey, Enver Paşa	85
Şekil3.2.2.1. Mustafa Kemal Atatürk Şapka Örneği.....	87
Şekil 3.2.2.2. Cumhuriyet Dönemi Giyim Tarzına Örnek.....	88
Şekil 3.2.2.3. Şapka Ve Palto Örneği.....	88
Şekil 3.2.2.4. Erkek Pantolon ve Norfolk Ceket Takımı.....	90
Şekil 3.2.2.5. Erkek Şapka Örneği.....	90
Şekil 4.1. 2000-2009 Yılları Erkek Giyim Stillerine Örnek.....	93
Şekil 4.2. 2010-19 Yılları Erkek Giyim Stillerine Örnek.....	95
Şekil 4.3. Überseksüel Erkek Stiline Örnek.....	95
Şekil 4.4. Kenzo Men Fashion Show SS/2020.....	97
Şekil 4.5. Kenzo Men Fashion Show SS/2021.....	97
Şekil 4.6. Dolce&Gabbana Fashion Show Men SS/2021.....	98
Şekil 4.7. Dolce&Gabbana Fashion Show Men Fall/2021.....	98
Şekil 4.8. Erkek Giyim Stiline Örnek / Damir Doma SS/ 2019.....	99
Şekil 4.9. Palomo Spain Fashion Show Men Fall/Winter/2017.....	99
Şekil 4.10. Dolce & Gabbana Man SS/2015 Fashion Week.....	100
Şekil 4.11. Versace Man SS/2015 Fashion Week.....	100
Şekil 4.12. Ünlü Şarkıcı Haryy Style Mat Gala Ödül Töreni Stili Ve Ojeli Tırnakları.....	101
Şekil 4.13. Modacıların podyumda Sunduğu Etekli Erkek Giyim Tarzları.....	101
Şekil 4.14. Dünyaca Ünlü Starların 21. Yüzyıl Giyim Stilleri.....	102

Şekil 4.15. Erkek Spor Giyim Tarzına Örnek 1.....	103
Şekil 4.16. Erkek Spor Giyim Tarzına Örnek 2.....	103
Şekil 4.2.1.1. Soylu Sınıfa Örnek Kadın Kraliçe 1.Elizabeth	117
Şekil 4.2.1.2. Soylu Sınıfına Örnek Erkek Giyim Şekli.....	118
Şekil 4.2.1.3. Isabel Marant Kadın Lacivert Yün Kaban Fiyatı: 21.950,00 TL Üst Sınıfa Örnek.....	119
Şekil 4.2.1.4. Zara Kadın Çift Düğmeli Yün Karışıklı Kaban Fiyatı: 999.95 TL Orta Sınıfa Örnek.....	120
Şekil 4.2.1.5. Trendyolmilla Kadın Koyu Lacivert Kaş Kaban Fiyatı: 265,99 TL Alt Sınıfa Örnek.....	121
Şekil 4.2.1.6. Saint Laurent Erkek Siyah Kelebek Yaka Yün Kaban Fiyatı: 34.950,00 TL Üst Sınıfa Örnek.....	122
Şekil 4.2.1.7. Zara Erkek Yün Karışıklı Kaban Fiyatı: 1.499,00 TL Orta Sınıfa Örnek.....	123
Şekil 4.2.1.8. Trendyol Erkek Pamuklu Kaş Kaban Fiyatı: 341,99 TL Alt Sınıfa Örnek...	124
Şekil 4.2.2.1. WGSN Sayfa Görünümüne Örnek	127
Şekil 4.2.2.2. Nelly Rodi Sayfa Görünümüne Örnek.....	127
Şekil 4.3.1. Erkek Renkli Giyim Tarzına Örnek.....	132
Şekil 4.3.2. Erkek Giyimine Örnek.....	133
Şekil 4.3.3. Erkek Giyim Stiline Örnek / Damir Doma SS/2019.....	133
Şekil 4.3.4. Erkek Giyim Stiline Örnek 1.....	134
Şekil 4.3.5 Erkek Giyim Stiline Örnek 2.....	134
Şekil 4.3.6. Erkek Giyim Stiline Örnek 3.....	135
Şekil 4.3.7. Erkek Giyim Stiline Örnek 4.....	135
Şekil 4.3.8. Erkek Giyim Stiline Örnek 5.....	136
Şekil 4.3.9. Erkek Giyim Stiline Örnek 6.....	136
Şekil 4.3.10. Erkek Giyim Stiline Örnek 7.....	137
Şekil 4.3.11. Erkek Giyim Stiline Örnek 8.....	138
Şekil 4.3.12. Erkek Giyim Stiline Örnek 9.....	138
Şekil 4.3.13. Erkek Giyim Stiline Örnek 10.....	139

Şekil 4.3.14. Erkek Giyim Stiline Örnek 11.....	139
Şekil 4.3.15. Erkek Giyim Stiline Örnek 12.....	140
Şekil 4.3.16. Erkek Giyim Stiline Örnek 13.....	140
Şekil 4.3.17. Erkek Giyim Stiline Örnek 14.....	141
Şekil 4.3.18. Erkek Giyim Stiline Örnek 15.....	142
Şekil 4.3.19. Erkek Giyim Stiline Örnek	143
Şekil 4.4.1. Yeni Erkeklik İmajına Örnek 1.....	145
Şekil 4.4.2. Yeni Erkeklik İmajına Örnek 2.....	146
Şekil 4.4.3. 2022 Erkek Sokak Tarzı.....	146
Şekil 4.4.1.1. Erkek Parfüm Reklamı.....	148
Şekil 4.4.2.1. Calvin Klein Jeans Dergi Çekimleri.....	151
Şekil 4.4.2.2. Calvin Klein Jeans Dergi Çekimleri	152

TABLÖLAR

Sayfa No.

Tablo 2.1. Modernizm ve Postmodernizm Arasındaki Kavram Farklı Tablosu.....	5
Tablo 2.1.1. Modern ve Postmodern Sanattta Öne Çıkan Kavramlar ve Yöntemler.....	12
Tablo 2.1.2. Modern ve Postmodern Sanattta Öne Çıkan Kavramlar ve Yöntemler.....	13
Tablo 2.1.3.1. Postmodern Düşünürlerin Hakkında Kısa Bilgiler.....	21

POSTMODERNİZM ÇERÇEVESİNDE MODA EĞİLİMLERİ VE ÇAĞDAŞ ERKEK GİYSİ MODASI

ÖZET

Moda ve postmodernizm nosyonu “değişim ve dönüşüm” kelimelerinin tam karşılığını ifade etmiştir. Moda küresel bir olguyu ifade ederken postmodernizmde çoğulculuğu ve çeşitliliği ifade etmiştir. Postmodernizm ve moda değişimin yaşandığı tarihsel süreçte yalnız değildi, onu etkileyen popüler kültür, sosyal medya ve tüketim kültürü ciddi bir rol oynamıştır. Postmodernizmle beraber erkek modasının kültür farklılaşmasıyla oluşan, yenileşmesini ve dönüştüğü çeşitli yaşam biçimlerini, değer yargılarını ve imajını göreceğiz.

Bu çalışmada postmodernizm ve moda kavramı detaylı olarak incelenmiş ve erkek modası hakkındaki akademik araştırmaların sınırlı olduğu fark edilip katkı sağlanmak istenmiştir. İnsanların giyinmeye başladığı çağlardan itibaren geçirdiği değişme, evrimleşme ve yenileşme süreci anlatılmıştır. Kalıplaşmış erkek kimliğine değinilerek, değişmeye ve evrimleşmeye başlayan yenedünya düzeninde ortaya çıkan yeni erkeklik ve erkek rollerine atıfta bulunularak ve değişen erkek modasını görsellerle desteklenerek geldiği son hali anlatılmıştır.

Tez çalışmasında sırası ile; ikinci bölüm postmodernizm olgusu genel olarak açıklanmış ve modayla birlikte etkilediği alanlara değinilmiş, üçüncü bölüm erkek giysisinin tarihsel süreci boyunca geçirdiği evrimi görselle sunmuş ve son kısımda 21. yüzyıl çağdaş erkek giyiminin geldiği son hali anlatılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Postmodernizm, Moda, Erkek Modası, Erkek Giysi*

FASHION TRENDS IN THE FRAMEWORK OF POSTMODERNISM AND THE CONTEMPORARY MEN'S CLOTHING FASHION

ABSTRACT

In fashion and postmodern expression, the words “fashion and postmodern change and transformation” are expressed literally. In what is seen as postmodernism and fashion alone, popular culture, social media and general culture have played a role in it. To pump the lifestyle, value judgments and image of men's fashion, which is formed by the cultural differentiation of men's fashion together with postmodernism, its renewal and transformation.

In this study, the concept of postmodernism and fashion is different from everyone else because it is studied and not understood as it is about fashion. From the aging process, I have had a gradual, evolution and renewal process. In the stereotyped world and from its point of view, it was benefited from the support for the ideas presented for the innovation and male roles that emerged in the new view of the innovation oriented to evolve comprehensively.

With the place of thesis; In the second part, the phenomenon of postmodernism is explained in general and the fashion is mentioned extensively, the fully progressed evolution of the sections in the children's section is explained visually, and in the last part, the appearance and final state of the 21st century contemporary men's clothing.

Keywords: *Postmodernism, Fashion, Men's Fashion, Men's Clothing*

1.GİRİŞ

Moda iletişim ve anlam içeren kültürel bir olgudur ve insanların giydikleri kıyafetlerden çok daha fazlası olmuştur. İnsanlığın dünyaya geldiğinde ilk ihtiyaçlarından biri olan giyinme ve korunma günümüz kültürünün de etkisiyle beraber temel ihtiyaçların da ötesinde anlamlar elde etmiştir. Sanayi devriminden sonra popüler kültürün hız kazanmasıyla beraber toplumların giyim anlayışları da hızlı bir şekilde değişmiştir. Bu değişim yoğun tüketim ve gösterişin getirdiği dayatmalardan dolayı giyinişler arasında farklılaşma azalmaya başlamıştır. Özellikle postmodernizmle beraber bu farklılaşma daha da azalma göstermiştir. Popüler kültür, sosyal medya ve tüketim kültürü, teknolojinin ileri boyutlara gelmesiyle beraber günlük yaşamın bir parçası haline gelmiş, postmodernizme hayat verirken globalleşmede de tamamen dünyaya modanın gücünü göstermiştir. Moda ve postmodernizm birlikte kapitalizmin temel unsuru olan; üretilen ürünlerin metaya dönüşmesine tanık olunmuştur.

Fransız İhtilali ve Sanayi Devriminin yaşandığı sosyal ve kültürel yapıyı sarsarak yeniden biçimlendirmiş ve İtalya'da başlayıp Avrupa'da yayılmıştır. Sanayileşmeyle beraber göçler artmış, kadınların iş hayatına atılması, gençlik alt kültürün oluşması, gençlerin birçok iş kolunda bulunması, istihdamın artmasıyla daha da gelişmeye başlamıştır. Bu gelişmeyle birlikte moda da hareketlilik başlamıştır. Sanayileşmenin getirisi olarak teknolojinin artması seri üretime geçilmiş ve giysiye ulaşımı kolaylaşmıştır. Sanayi Devrimi döneminde; tarımdan tekstile, metal imalatından ulaşım ve İngiltere'nin ekonomik, politik ve sosyal bünyesinde ciddi değişimlerin yaşandığı bir dönem olmuştur (Gerçek, 2006).

Toplumsal, bireysel ve kültürel farklılıkların harmanlanarak küreselleşmiş dünyada birçok akım, yenilikler oluşmaya devam etmiştir ve etmeye devam edecektir. Bu değişim ve dönüşüm dünyasında özellikle erkekler arasında ciddi yenilikler oluşmaya başlamıştır. Bu değişim özellikle 1950'li yıllarında artmıştır. Modern yaşamdaki erkeklerin tıpkı kadınlar gibi spor, sağlık, moda, ilişkiler üzerine yoğunlaşması fikir sahibi olmaları kadın-erkek arasında rağbete yol açmıştır.

Günümüz erkeklerin potsmodern yaşamdaki stillerini dışarıya nasıl yansıttıkları ve bu yaşam döngüsünde kendilerini nasıl ifade ettiklerini, bunları yaparken en çok nerelerden etkilendiklerini, toplumun baskısına maruz kalıp kalmadıklarını öğrenmek amaçlanmıştır.

Son zamanlarda kalıplaşmış erkek davranışlarında küpe takmak, mor, pembe vb. gibi renklerde kıyafetler giymeleri, saç ve tırnak uzatmaları, oje sürmeleri, saçlarını boyatmaları gibi eğilimleri fazlaca dikkatleri üzerine çekmiştir. Toplumsal yaşam içindeki tüm cinsiyet rollerinin ve kimliklerdeki farklılaşma raddesinde oldukça kuvvetli bir eğilim gösteren postmodern dönemde erkeklerin, efemine/kadını, kadınların maskülen/erkeksi giyim davranışları içinde oldukları farkına varılmamıştır (Tunç, 2011). Özellikle erkeklerin metroseksüel olması, giyim ve kuşamına önem vermesi son dönemlerde arttığı gözlemlenmiştir. Erkek bedeninin son zamanlarda ticaret boyutuna geçirildiği, cinsel obje olarak gösterildiği ve sosyal medyada, reklamlarda ve dergilerde sıkça karşımıza çıktığı görülmektedir. Giyim şekillerinde de sunulan kadını erkek tarzlarıyla bedenleri karmaşık bir duruma dönüşmüştür.

Erkek otoritesine dayanan yaşam kodlarında, erkek ve kadınları belli bir statülere yerleştirmekte ve çoğu zaman sınırları çizilmiş fonksiyonlarda ve iş alanlarında olmaları istenmektedir. Nitekim son yıllarda Türkiye açısından bakıldığında toplumsal cinsiyet kalıplarının yumuşağı ve birbirine geçmiş bir halde olduğu görülmektedir. Toplumsal cinsiyet hakimiyeti karmaşık bir duruma gelmektedir ve üniseks/ortak yaşam stillerinin fazlasıyla arttığı gözlenmektedir. Modernizminden kaynaklanan ve onun sorunsulaştırdığı ve aşılmaya çalıştığı tüm konuları postmodernizm eleştirip, bir aşamaya ulaştırmıştır.

Erkeklerin kamu alanlarında çalıştığı, ev geçindirdiği iş payı ve kadınların ev içerisinde olmaları, bu dünyanın klasik resmi ve düzeni olarak görünmüştür (Yavuz, 2017). Postmodernizmle beraber bu görüntü artık değişmiştir.

Bu çalışma ile çağdaş erkek modasının postmodernizmle beraber geldiği noktayı yaşadığımız toplumda, gelenekselleşmiş veya kabul görmüş erkek giyim tarzlarının, günümüzde yeni yaratılan tarzlar arasındaki farklılıkları inceleme amaçlanmıştır.

2.POSTMODERNİZM OLGUSUNA GENEL BAKIŞ

Postmodernizm; “Modernist arayışın canlılığını yitirmesinden sonra 20. yüzyılın ikinci yarısında türeyen farklı üslup ve yönelişlerin adı” olmuştur (sozluk.gov.tr Erişim Tarihi: 15.02.2021). “Post” ön eki Latince’de “-den sonra” manasına gelmektedir. Burada ön eki alan kelime, köhneleşmiş birtakım yapılar içermiş olsa da tümüyle farklı veya yeni bir oluşumu, yaklaşımı tanımlamıştır (Koşay, 2015). Postmodernizm kavram olarak “modernizm sonrası” bir zaman diliminde ifade edilmiştir. Modernizme ait olan dönemi eleştirel bir bakış açısıyla açıklamak, sorgulamak ve sorunsallaşan konuları çözüm üretmek için bir arayış oluşturmuştur. Postmodernizm anlam olarak geniş, karmaşık ve belirsizdir. Tam olarak tanımlı ve fikir birliği olmamıştır. Birçok yazar postmodernizmin farklı yönlerini ele alıp tanımlama yoluna girmiş ve birçok tanım türemiştir. Bu durumu Featherstone’dan aktaran Hatipler (2017), “postmodernlerin sayısı kadar postmodern tanım vardır” diyerek açıklamıştır. Lyotard (2019), aşırı basitleştirilmiş ifadeyle, “postmodern” sayılan tutum, üst anlatılara karşı inançsızlıktır demiştir.

Postmodernizmi anlamak için önce modernizmin ne olduğunu bilmemiz gerekmektedir. Modernizme göre; insan sadece aklıyla mutlu olabilir, özgürlüğüne ve mutluluğa ancak böyle ulaşabilmiştir. Modernizmde savunulan ve topluma vaat edilen tek şey akıl olmuştur. Postmodernizm, öncelikle modernizmin eleştirisi konumundadır ve kendini onunla hesaplaşarak var etmiştir. Bu hesaplaşmanın yapıldığı sosyal bünyede, her ne kadar şu anda da kapitalist olsa da siyasal, ekonomik ve kültürel konumunda yeni nitelikler göstermektedir (Yılmaz, 2013). Postmodernizm nosyonu, Amerika Birleşik Devletleri’nde doğmuştur. Hatipler (2017), postmodernizmin, kapitalizmden kopuş olduğunu söylese de hakiki olan, postmodernizmin kapitalizm içinde ciddi değişimler olduğu gerçeğidir.

Arnold Joseph Toynbee 1939 yılında “*A Study of History*” adlı eserinde modernitenin 19. yüzyılın üçüncü yarısından itibaren sona erdiğini, I. Dünya

Savaşına kadar modern dönemin etkilerinin azaldığını ve II. Dünya Savaşına kadar postmodernitenin özelliklerinin olgunlaştığını belirtmiştir (Yılmaz, 2017). Batı uygarlıklarının tarihsel sürecinden ve oluşumlarından bahsedilmiştir. Postmodernizmin ilk kez nerede meydana çıktığı sorusuna cevaben 1950-1960 yıllarında New York’lu sanatçılar ve eleştirmenleri gösteririz ve 1970’li yıllarda Avrupa’ya geçip burada ilerlemiştir (Şaylan, 2016). Birçok toplum tarafından postmodernizm yeni bir evren sistemi olarak nitelendirilmektedir.

Sanat çevresinde başlayan daha sonra 1970’li ve 1980’li yıllarda sosyoloji ve felsefe alanlarında da ortaya çıkan ve postmodernizm tartışmaları yeni bir toplumsal dönüşüm sürecini ifade etmiştir. Postmodernizmin en dikkat çeken özelliği; sosyal, kültürel ve ekonomik alanlardan hızlıca tüketim alanına doğru ilerleyip kapitalist sistemle beraber globalleşme yoluna girmiş olmasıdır. Dünyanın tüm gerçekleriyle hem eski hem yenileriyle uyum içinde olmuş hem de birleşmiştir. Yenilikleri daima kendine çekmiş yalnız zorunluluk durumuna getirmemiştir. Postmodernizm, değişiklikleri ve bütüncüllüğü ile öncü bir nosyon(kavrayış) olmuştur. Modernizm de postmodernizm gibi bir söylemdir; yani içinde hem açıklama iddiasından olan kuramları hem de ideolojileri barındırmıştır. Kuram ve ideolojiyi kapsayan bir dil türevi olarak düşünülmüştür. Şaylan, postmodernizmle ilgili görüşleri şu şekildedir;

“Postmodernizm 19.yüzyılda sanayi devrimiyle beraber büyümüş ve birçok yeniliklere adım atmıştır. Bu adımları belirleyen temel toplumsal fenomenler sanayileşme ve kentleşme olmuş ve 19.yüzyılın ikinci yarısından başlayarak temel toplumsal nizam, sanayileşmiş kent toplumu tarih var olmaya başlamıştır. 19.yüzyıla iz bırakan büyük ve abartılı değişim yalnızca sanayi ve kentleşme olarak bilinmemelidir. Çünkü, sanayileşme ve kentleşme, bir dünya sistemi olarak kapitalizmin merkez ülkeleri sayılabilecek Batı Avrupa ve Kuzey Amerika için söz konusu olmuştur. Merkez ülkelerindeki bu dönüşüm, aynı zamanda insanoğlunun düşünce dünyasının da sabit ve geniş içerikli bir biçimde değişimi anlamına gelmiştir” (Şaylan, 2016).

Postmodernizmle beraber özne, birey ön planda olmuş; mantık ve sözün egemenliği bozulmuş, yazının egemenliği onaylanmış, din, bilim, sanat felsefe farklarını ihlal etmiştir. Batı halkının yaptığı başarıları, onların yarattığı kanıtları yok etmeye çalışılmıştır. Geniş bir şekilde bakıldığında postmodern düşünce ve teorilerle, postmodernizmin bir sürekliliğin olmayışı, evrimsel süreçte geride yer almış ayrı bir evre olarak öne sürülmüştür.

Tablo 2.1. Modernizm ve Postmodernizm Arasındaki Kavram Farklı Tablosu

Modernizm	Postmodernizm
Romantizm / Sembolizm	Patafizik / Dadaizm
Formu (birleşik, kapalı)	Antiform (ayrışık, açık)
Amaç	Oyun
Tasarım	Şans
Hiyerarşi	Anarşi
Egemenlik / Logos	Tükenme / Sessizlik
Sanat Nesnesi / Bitmiş yapıt	Süreç / Performans / Happening
Mesafe	Katılım
Yaratım / Bütünselleştirme	Yok etme / Yapıbozum
Sentez	Antitez
Mevcudiyet	Yokluk
Merkezlenme	Dağılma
Tarz / Sınır	Metin / Metinlerarasılık
Semantik	Retorik
Paradigma	Sentegma
Hipotaksi	Parataksi
Mecaz	Kinaye
Seçim	Kombinasyon
Kök / Derinlik	Köksap / Yüzey
Yorum / Okuma	Yorum Karşı / Farklı okuma
Gösterilen	Gösteren
Okunabilirlik (Okuyucu)	Yazılabilirlik (Yazar)
Anlatı / Büyük Tarih	Karşı-Anlatı / Küçük Tarih
Ana Kod	İdiyolekt (Kişisel Dil)
Belirti	Arzu
Tür	Değişime uğramış
Genital / Fallik	Çok biçimli / Androjen
Paranoya	Şizofreni
Köken / Neden	Farklılık-Farklılaşım / İz
Tanrı Baba	Kutsal Ruh
Metafizik	İroni
Belirlenmişlik	Belirsizlik
Aşkılık	İçkinlik

Kaynak: (Koşar, 2010: 10).

Geleneksellikten koparak sanatla gündelik yaşam arasındaki sınırları silmeyi hedefleyen postmodernizmin en belirgin özellikleri eklektik, taklitçi, çoğulcu, retorik (söz söyleme sanatı), kendi kendisini ve öncesini tekrar eden devamlı ‘şimdi’ içinde dağılan bir tabirle varoluş bildirmiştir. Postmodern her şeyi taklit etmeye eğilimli olmuştur. Orijinal hiçbir şey yoktur. Posmodern akımın önemli alanları şu şekildedir;

1. Büyük anlatıların dökümü ve dağılımı,
2. İletişim teknolojilerin yükselişi,
3. Geç kapitalizmin doğurduğu tüketiciliğin yükselişi.

Modernizm döneminin ‘büyük anlatılar’ olan inanç ve uzlaş hakkında fikirlerini postmodernizmle beraber parçalanmıştır. Modernizmin bireysel ilerleme, bilim, teknoloji, yüksek sanat, ahlaki gelişimlerini postmodernizm reddetmiştir. Postmodernizmin yapmaya çalıştığı resmi kesinlikler çağının bir sonuca vardığı, şimdi sınırların çözüldüğünü ve her şeyin tüketmek için olduğu bir çağda yaşıyoruz algısı eğiliminde olmuştur. Postmodernizm modernizmin getirdiği normatif ortamı ortadan kaldırmayı hedeflemiştir. Posmodernizm doğrultusu bundan sonra hayal gücü, öznel, yaratıcılık, duygu, sevgi ön plana çıkmıştır.

Köseoğlu (2018), bilgi bundan sonra hükmedenlerin uzlaştırıcısı olmamış, farklılıklara karşı hassasiyetimizi arttırmış, ortak olarak kabul görülmeyene bile hoşgörüyle karşılamamızı sağlamıştır. Lyotard (2019), bilginin iki başlı temeli vardır; birincisi bilginin araştırılması ve iletilmesi, ikincisi alet ve aygıtların küçülmesi, standartlaştırılması, ucuzlaması, bilgi edinme, sınıflama, kullanıma hazırlama ve yarar amacıyla kullanma operasyonlarının değişime uğramasıdır.

Gerçekten de modernite ve postmodernizm ilkeleri felsefe, sanat, müzik ve popüler kültürde baskın temalar haline gelmiştir. Postmodernizmin tüm belirsizliği ve anlaşılmazlığı içinde ne olduğunu anlamasını gerektirmiştir. Postmodernizm bazı düşünürlere göre dönemin ismidir ve yeni bir felsefi görüşün, üslubun, nosyonun, aynı dönemde modern düşüncenin farklı söylemi olmuştur. Postmodernizm radikal bir kopuşu değil, bir dizi değişikliği ve kırılma olarak değerlendirilmiştir. Postmodernizm doğası sorgulamaktır ve çözüm odaklı bir arayış olmaktadır. Postmodernizm söylemin önemli bir özelliği de “karşı çıkma” durumu olmuştur.

Postmodernizm bir ironidir ve modernizmin önemli gördüğü alanları ciddiye almamıştır. Şaylan postmodernizmi şu şekilde dile getirmiştir;

“Kısaca ve genel olarak “postmodernizm söylemi” başlığı altında toplanabilecek çıkışların, ortaya sürülen eleştiri ve kritiklerin yoğun ve şiddetli tartışmalara yol açtığı bilinmektedir. İçinde belirsizlikler, hatta karşıtlıklar barındırmakta olmasına karşın postmodern söylemin, belirgin ve açık ögesi radikal sayılacak bir kritik tutumdur. Bilindiği gibi, bu radikal sayılacak tutum farklı çevrelerin şiddetli tepki ya da karşı çıkışlarına neden olmuştur. Postmodernizmin bilhassa oturmuş egemenliklerde bilim anlayışını sorgulaması, daha da fazla ileri giderek bilim anlayışının imkansızlığını ileri sürerek reaksiyonlara neden olmuştur” (Şaylan, 2016).

Postmodernizm denilince akla gelen ilk isimleri ve alanları şöyledir;

- Sanat alanında; Julian Schnabel, Andy Warhol, Anselm Kiefer, Gerhard Richter, Damien Hirst, Gary Hume,
- Mimari alanında; Robert Venturi, Cesar Pelli, Antoine Predock, James Stirling,
- Edebiyat alanında; Roland Barthes, Pynchon, Barthalime, Umberto Eco, Italo Calvino,
- Sinema alanında; David Lynch, Quentin Tarantino, Alain Robbe Grillet
- Felsefe alanında; J Derrida, J.F.Lyotard, J Baudrillard, M. Heidegger.

2.1. Postmodernizm ve Sanat

Sanat; “Belli bir kesimin ve medeniyetin zihniyet ve beğeni ölçütlerine göre şekillenmiş bir anlatım” olmasıdır. Postmodern sanat 1960’lı yıllarda modern sanata tepki olarak çıkmış, ilk olarak mimari alanda daha sonra resim, edebiyat, felsefe, müzik ve heykelde alanlarda yayılmıştır (Çiçek, 2005). 20. yüzyılın ikinci yarısında başlayan yeni düşünce ve davranış şekillerinin, yeni siyasal, ekonomik, kültürel ve sanatsal gelişmelerinin tahlil edilmesinde ve nitelendirilmesinde kullanılmıştır. Postmodernizm kelimesi bir yandan çevrenin birçok faaliyetleriyle ilişkilendirilmiş, öte yandan da kültürel anlamda bireyden devlete kadar yayılım göstermiştir (Çakır, 2014).

Sanat sosyal bir olgudur, kitle iletişim araçlarında aracıdır ve hatta uluslararası diplomatik ilişkiler kurmada iyi bir yöntem olmuştur. Sanat tutumlarımızı, tutkularımızı ve görüşlerimizi şekillendirmeye yardımcı olmuş ve hızla değişen toplumda gelişmemize katkı sağlamıştır. Postmodern sanat şimdide kalınılan anın dile getirilmesi olmuştur. Postmoderniste göre “her şey uyar” ve “her şey gider” düşünce tarzıyla eski ve yeni fark etmeksizin eklektik biçimde farklı anlatım biçimleri oluşturulmuştur.

Postmodern sanatı incelerken karşımıza çıkan ilk özelliği yorumlamaya karşı olmasıdır. Yoruma açık bir mesaj ileten modern sanat, anlama gönderme yapar ve anlaşılması gerektirmiştir. Postmodern sanat yalnızca var olmuştur ve yaşanması gerekmiştir. Postmodern sanat kendsini dış görünüş olarak gösterirken , modern sanat dış görünüşün altında derinlik aramıştır.

Modernizm döneminin akli ve bilimi yücelten ifadesinin reddederek, geniş kapsamlı potmodernizm sanat anlayışı çoğulculuğu ve çoğulcu perspektifine vurgu yapmıştır. Modern sanat; katı, ciddi, estetik sınırları olan, formlara önem veren, seçkin sanat anlayışını benimseyen, saflık ve kesinlik ilkelerini kabul etmiştir. Postmodern sanat ise “ironik, estetik sınırları altüst eden, alaycı, ilgisiz bir yapı sergileyen, melezlik ve muğlaklığın olduğu bir sanat anlayışı benimsemiştir” (Koşay, 2015). 1960’lı yılların sonunda ortaya çıkan kavramsal sanat, süreç sanatı, posta sanatı, süreç sanatı, vücut sanatı, fluxus, video sanat ve hipergerçeklik gibi akımlar postmodern sanatta yer alan akımlardır (Çiçek, 2005).

Postmodernizmin doğuşunda sanat alanındaki modernizmin bir anlamda başarısızlığı, öz ve biçime ilişkin yeniliklerin yaratıcılıktan ya da sanatsal anlamdan yoksun yenilikler olarak kalmıştır. Erdem (2019), Marcel Duchamp'ın ortaya koyduğu “Çeşme” (Fontain) isimli çalışması, hazır kurulmuş çalışmalarıyla, sanatın açısı değişmiş ve devamında tartışmalara sebep olmuştur. Erdem postmodern sanatı şu şekilde açıklamıştır;

“Her ‘şey’in sanatı kapsaması, her objenin sanatın meselesi olması, hayata ilişkin her bir parçanın sanat olarak değerlendirilebilmesi mümkün olmuştur. Postmodern sanat ‘gerçek olanı’ bulma çabasıdır. Postmodern sanatın modern sanattan ayrılan en önemli raddesi kullanılan malzeme ve yöntemlerin sınırsızlığıdır. Bu raddede hayat içerisinde kullanılan her bir eşya, örneğin bir diş fırçası bile sanatın aracı ya da konusu olabilmıştır. Sanattaki sert kaideler postmodernizm ile yok edilmiştir” (Erdem, 2019).

Modern sanatın katı estetik kuralları doğrultusunda; malzeme, form ve üslup üstünlüğünü manipüle edenlere karşı fikrin, düşüncenin önceliğini savunan bir anlayışla çalışan Marcel Duchamp olmuştur. Dönemin sanatsal zevk ve beğeniye hitap eden estetik ve fiziksel niteliklerinden çok; zihinsel bir etkinlik veya davranış biçimi olarak önemini vurgulanmıştır.

Postmodern sanatta önemli olan diğer sanat akımında Pop-Art’tır. Pop-art sanatının en tanınmış ismi ve ustası Andy Warhol’dur. Sanatın yazarlık ve meta kavramlarıyla ilişkisini kökten değiştirmiş ve performans, fotoğraf, resim ve heykel arasındaki sınırları bulanıklaştırmıştır. Andy Warhol yaptığı çalışmalarını kıfayetlere uygulamış ve birçok tasarımcıya ilham olmuştur. Şayan pop-art sanatı şu şekilde açıklamıştır;

“1960’lı yıllarda oluşmaya başlayan ve hızla muhteşem bir popülerite sahip olan *pop-art*, modernizm anlayışına karşı postmodern reaksiyon olarak tanımlanmıştır. Öncedende tartışıldığı üzere modernizm anlayış ölçülerinin en ileride gelenlerinden

biri seçkinciliktir, modern sanat seçkinci (elitist) bir anlayışa dayanmıştır. Ayrıca, sanatçının yaratıcı kabiliyetinin yansıtıldığı orijinal ya da sıra dışı yapıtların ortaya çıkarılması gerekmektedir. Modern sanat ve estetik algılayışı, 1890'lı yıllardan sonra, 1960'lı yıllara dek görsel sanatlardan, müziğe ve edebiyata kadar sanatın bütün kollarında üstün gelmektedir. Pop-art kavrayışı ile sanatın seçkinciliğine ve yaratıcılığın orijinal olması gerekliliğine belli olarak karşı çıkmış; bu ölçütler yadsınmıştır. Pop-art'ın çıkış noktası “sanatın yaşama taraf verme ya da yaşamı tehlikeye atma gibi bir görevi olmadığıdır” (Şaylan, 2016).



Şekil 2.1.1. Marcel Duchamp Çeşme (Fontain) Çalışması 1917

Kaynak: (<https://tr.pinterest.com/pin/702702348118785445>) Erişim Tarihi: 04.02.2021



Şekil 2.1.2. Andy Warhol Coca-Cola Çalışması

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/826269862872720200/> Erişim Tarihi: 04.02.2021



Şekil 2.1.3. Andy Warhol Campbell's Çalışması

Kaynak: (<https://tr.pinterest.com/pin/184577284698252527>) Erişim Tarihi: 04.02.2021

Tablo 2.1 Modern ve Postmodern Sanatta Öne Çıkan Kavramlar ve Yöntemler

MODERN SANATTA ÖNE ÇIKAN KAVRAM ve YÖNTEMLER	POSTMODERN SANATTA ÖNE ÇIKAN KAVRAM ve YÖNTEMLER
Yenilik, ilerleme: Yenilik kavramı, modern düşüncenin özünde yer almıştır. Yenilik düşüncesi, ilerleme düşüncesini doğurur.	Yeni –cilik/culuk: Yeni dadacılık, yeni gerçekçilik, yeni dışavurumculuk, yeni geometricilik, yeni kavramsalculuk... Ancak, yeni ön ekine gerek duymayan akım ve eğilimler de var: <i>pop, kavramsal, gösteri, yeryüzü, süreç, dijital, video, reklam, klip ve canlandırma</i> sanatları.
Ciddiyet: Modern sanatçı sanatı yüce bir uğraş olarak görür. Sulandırılmasına razı gelmez. Mizahı da ciddiyetle yapar.	Pastiş, ironi, alay: Jameson’a göre <i>pastiş parodinin</i> yerine geçmiştir. Modern sanatta parodi, ‘ölü bir dil’i kullanarak güçlü bir eleştirel mizah yaratmanın bir yoluydu. Ancak, pastiş parodinin gizli niyeti, şeytani itkisi ve kahkahasından yoksundur.
Duygu, sezgi, coşku: Bu kavramlar, modernizm ile modernlik arasındaki karşıtlığa işaret ederler. Modernlik düşüncesinde, insan iradesi Tanrı iradesinin, <i>bilim</i> ise kutsal kitabın yerine konmuştur. Ancak yaratıcılık uğruna, modern sanatçıların büyük çoğunluğu, akıl ve bilime karşı <i>duygu, coşku ve sezgi</i> gibi kavramlara öncelik vermiştir. Dünyevilik: Gözler <i>öte dünyadan bu dünyaya</i> çevrilmiş, dinsel temalar sanattan çok büyük oranda atılmıştır. Ama bu, pozitivizm ve materyalizmdeki dünyevilikten farklıdır.	Bilimsel akla, tarihsel ilerlemeye ve büyük anlatılara güvensizlik ya da kayıtsızlık: Modern düşüncenin merkezinde yer alan bu kavramlara güvensizlik, postmodern sanata yöneltilen eleştiri ve itirazların başlıca gerekçeleridir. Oysa, Delacroix’dan Monet ve Picasso’ya, Kirchner’den Mondrian ve Kandinski’ye, modern sanatçıların büyük çoğunluğu da, <i>sanat</i> söz konusu olduğunda modern akıl, nesnellik ve sanayileşmeden ziyade, “sezgi, coşku ve imgelemin özgür oyunu” adına idealist, metafizik ya da öznel eğilimlere ilgi göstermişlerdir.
Dehâ ve Yüce Sanat: Sanat yaptığı bir <i>dehanın</i> yaratmasıdır. Bu inanç giderek sanatçının Tanrılaştırılmasına kadar varmış; sanat da uğrunda her şeyin feda edildiği <i>yüce</i> bir amaç haline gelmiştir. Öncü, ilerici (avangard): Modern sanatçı, eskimiş kurallara göre değil, çağın gereklerine göre davranır, <i>bilinmeyeni keşfe</i> çıkar, risk alır. Öznellik, bireysellik: Bunlar, <i>nesnellik ve bilimsellik</i> karşıtı olarak öne sürülen kavramlardır.	Yüce estetiğinin ve dehânın (öznenin) ölümü: Büyük anlatılara güvensizliğin sanattaki karşılığı, Kant’ın başını çektiği <i>yüce sanat ve dâhi sanatçı</i> söyleminin terk edilmesi şeklinde ortaya çıkmıştır. <i>Özne</i> ye en büyük saldırının sanatın kendi içinden, Duchamp’dan geldiği kabul edilse bile, onun son derece belirleyici bir <i>özne</i> olduğu açıktır. Yine aynı şekilde, Beuys’tan Haacke ve Abramoviç’e kadar güçlü ve sorgulayıcı <i>özneler</i> dolaşıyor postmodern sanat arenasında. Özet: <i>Dehâ ve yüce sanat</i> ölmüş olsa da, <i>özne</i> hâlâ ayaktadır – tabii, <i>çoğalmış</i> olarak.
Sanat için sanat: Sanatın başka amaçlar uğruna kullanılmasına, ona <i>sanat dışı bir işlev</i> yüklenmesine modern sanatçıların çoğu karşı çıkmıştır.	Araçsallık: Postmodern sanatta, özel konulardan siyasal, ekonomik, bölgesel ya da küresel konuların eleştirisine kadar, sanatın türlü amaçlara alet edildiğine ve bunun da normal karşılandığına tanık olmaktadır.

Kaynak: (Koşar, 2010: 12).

Tablo 2.1 Modern ve Postmodern Sanatta Öne Çıkan Kavramlar ve Yöntemler

Özerklik: ‘Sanat için sanat’ düşüncesi, ileriki yıllarda sanatın önce sanattan ibaret hale getirilmesi, ardında da her sanat disiplininin özerkleşmesi düşüncesini doğurmuştur. Not: <i>Sanat için sanat</i> ve <i>özerklik</i> kavramları, aslında sınıflar bir kökeni olan, <i>yüksek ve alçak sanat arasındaki ayrımı</i> işaret ederler.	Yüksek ve alçak sanat arasındaki sınırın belirsizleşmesi: Dadacı ve gerçeküstücülerin <i>yüksek ve alçak sanat</i> ayrımına karşı başlattıkları mücadele <i>pop</i> sanatçıların devreye girmesiyle zaferle sonuçlanmıştır. Bir farkla: <i>Pop</i> sanatçıları piyasaya karşı değildir.
Biçimbozma: Modern sanatçıların çoğu, geleneğe karşı çıkma, ifadeyi güçlendirme ya da soyutlama için nesne görüntüsünü kasıtlı olarak bozmuştur.	Biçimbozma: Gerekliğinde elbette başvurulabilir. Ancak, “olmazsa olmaz” bir ilke değildir.
Soyut, soyutlama (figür karşıtlığı): Başta insan figure olmak üzere, her türlü nesne <i>temsilinden</i> kurtulma düşüncesi ve yöntemi, 20. yüzyılın ilk yarısında o kadar vurgulanmıştır ki, <i>soyut sanat</i> kavramı neredeyse <i>modern sanatla</i> eşanlamli kullanılır hale gelmiştir. Modern sanatçıların çoğu, sanatın özerkliği adına, <i>yaşam</i> ve <i>sanat</i> arasına bir sınır çekmişler; yaşamın ilkelerini sanata dayatmaktan vazgeçmişlerdir.	Bedenleşen figür: 20. yüzyılın ikinci yarısında bazı sanatçılar geleceğe ve dadacılıktaki <i>gösteri</i> mantığını sürdürmüşler; bir anlamda, cehenneme gönderilen figürü hortlatarak onunla birleşmişler; et ve ruhtan mürekkep bir <i>beden</i> olarak sahneye çıkmışlardır. Yaşam ve sanat arasındaki sınırın belirsizleşmesi: Beuys, Abramoviç ve Nitsch gibi bazı postmodern sanatçılar, modernizm öncesi temsil anlayışına dönmeksizin, yaşam ve sanat arasındaki sınır aşmaya özen göstermişlerdir.
Saflık: Saf sanat her türlü yabancı elemandan <i>arınmış</i>, sadece kendisi için varolan, nesne temsiliinden, araçsallıktan mümkün mertebeye kurtulmuş sanattır. Saf sanat, ikilemlere pek tahammül edemez; <i>ya o ya bu</i> mantığına inanır. Tutarlılık: Dil tutarlılığı önemlidir. Not: Saflık, soyutluk ve tutarlılık gibi ilkeler, kuramsal bağlamda, bir disiplinin kendi içine dönük olmasına, diğer disiplinlerle alışverişe geçmesine karşı olmasına olmasına (özdisiplinliğe, kapalılığa) işaret ederler; ancak, uygulamada, bu ilkeler baştan itibaren ihlal edilmiştir.	Saflığın önemini yitirmesi: Postmodern sanatçıların görsel biçime dayalı bir tutarlılığı ihlal etmekten çekinmedikleri, hatta keyif aldıkları görülmektedir. Ayrıca, onlar için biçimler arasındaki <i>hiyerarşi</i> de anlamsızdır. Yine, postmodern sanatçıların çoğunun farklı dilleri karıştırmaktan keyif aldıkları görülmektedir. Ne olsa uyar: Feyerabend’e göre, bu kural, tıkanıklığı aşmak için en önemli ilkedir. Sınırları akıl tarafından belirlenen bilimsel (ve sanatsal) kuramlar eninde sonunda, hiç de akla gelmedik ve üstelik eldeki kuramlarla çelişen ihlaller sayesinde ilerlemişlerdir. Aklın yolu bir değildir. Disiplinlerarasılık, Çokdisiplinlilik: Bu kavramlar modernizmin <i>saf sanat</i> anlayışına karşı çıkışı ifade eder. Bir türün varlığını sürdürebilmesi için <i>yabancı kanlara</i> ihtiyaç olduğu gerçeği önemsenmiştir.
Kesyap (kolaj) ve kurgu (montaj): Picasso ve Braque’dan bu yana kullanılan ve doğrudan modern teknolojiyi çağrıştıran bu yöntemler, <i>sanat dışı</i> amaçlar için üretilen şeylerin sanata dâhil edilmesine kapı aralamıştır. Uzun süre fark edilmedi, ama kesyap ve kurgunun, modernizmin <i>ya o ya bu</i> mantığına değil de, postmodernizmin <i>hem o hem bu</i> mantığına daha çok uyduğunu söylemek mümkündür.	Kesyap, kurgu, toplama, yerleştirme, çoğulculuk, eklektiklik: Birbiriyle bağlantılı olan bu yöntemler, Picasso ve Braque’dan bu yana gittikçe artan bir ilgiyle kullanılmaktadır. Rauchenberg kesyap ve kurguyu kendi amaçlarına uyarlamış, buna da <i>toplama (asamaj)</i> demiştir. Postmodern sanatta, <i>yerleştirme (enstalasyon)</i> adı verilen tür ve yöntem, yine kesyap, kurgu ve toplama mantığının uzantısıdır.

Kaynak: (Koşar, 2010: 13).

2.1.1. Mimari

Postmodernizm mimari; “Günümüz mimarisinde fonksiyonel olmayı bir kenarda bırakıp, bambaşka yapı formlarını rahatlıkla kullanmaya yatkın olan yöntem” olmuştur (sozluk.gov.tr Erişim Tarihi: 13.09.2021).

II. Dünya Savaşı sonrasında modernizm kavramı her alanda sorgulanmaya başlanmıştır. Modern mimariden postmodern mimariye geçiş alanında ilk sorgulananlardan olmuştur. Modern mimarinin eksiliklerine, katı kurallarına, monotonluğuna ve süsleme eksiliğiyle ortaya çıkardığı yapıların tarihini yok saymasına bir tepki olarak postmodern mimari ortaya çıkmıştır. Postmodernizm mimari ilk adımları 1950’lere dayanmış olsa da gerçek yaklaşımı 1970’lerde oluşmaya başlayan bir tarz veya hareket olmuştur. Taşdelen, postmodern mimariyi şu şekilde açıklamıştır;

“Sahiden de, İkinci Dünya savaşından yersiz yurtsuz olarak çıkan bireyleri yurt etmek için yapılan sosyal konutlar, yeni bir mimari algılayışı doğurmuştur: Çok katlı, dar koridorlu, dar odalı, alabildiği kadar fazla insanı alabilecek bir yapı stili, bir “barınma makinesi.” 1960 yıllarında, daha çok bir edebiyat ve sanat eleştirisi olarak seçkinlik kazanan postmodernizm, bir mimari biçim olarak, 1970’lerde, ana maddesi beton, demir ve cam olan bu modernist ve işlevci yapıların yıkımı ile kendini hissettirmiştir. “Modern hareketin can çekişmesini tarihe yazarak popülerleştirenlerden en bilini ve postmodern bir mimarinin sözcülerinden olan Charles Jencks, modern mimarinin simgesel ölüm anını 15 Temmuz 1972’de öğleden sonra 3,32 olarak tespit ediyor. Bu tarih ve dakikada “St. Luis’in Pritt-İgoe Binasının (Misoru Yamaski tarafından 1950 yıllarında inşa edilmişti) kalın dilimler şeklindeki birkaç bloğu dinamitlerle patlatılmış ve binanın çöküşü haberlerde trajik bir şekilde gösterilmiştir” (Taşdelen, 2007).

Postmodernizm hareketi genellikle Amerika’da 1960-70 yılları arasında başlayıp daha sonra Avrupa ve dünyanın geri kalanına yayılarak günümüze kadar ulaşmıştır. Postmodernizmin konularının, farklı görünüşleri göz önüne alındığında epeyce bütünleşmiştir. Özellikleri arasında en büyüleyici olanı alaycı, abartılı formları ve binaların aktardığı anlamları yansıtmıştır. Bozkurt, postmodern mimari görüşünü şu şekilde aktarmıştır;

‘Postmodernist mimarlık anlayışı tarihin içsel mekanizmalarının böylesine köklü bir biçimde işlemediği düşüncesinde temellenir. Dolayısıyla mimarlık için zorunlu ve sürekli bir değişim temposu ve koşullara göre belirlenmiş rasyonel tavırla alma sıvıyla yönlendirilen bir biçimlendirme arayışı postmodernizmde söz konusu olmamaktadır’ (Bozkurt, 2004).

Modern mimaride yapılar karmaşık, çatışan biçim ve anlamları yansıtmıştır. Modernitenin önem vermediği estetik çeşitlilik yapılarda görülmeye başlamıştır. Moderniteye özgü tekdüze, statik, renksiz ve ruhsuz yapıların yerini postmodern mimaride çoğullu, çok anlamlılık, çeşitli dekoratif ve süsleme anlayışı olan, ironik anlamlar taşıyan ve sosyal hayata uyumlu binalar almıştır.

Yeni teknolojinin getirileri ile Modern dönemin sanayi temelli mimari kavramı Postmodernde geleneksel zaman ve mekân kavramını yıkarak dönüşmüştür. 1970’lerin sonundan itibaren kendisini uygulama alanlarında gösteren postmodern mimari “neo-eklektik” olarak anılmıştır. Gösterişin ve abartının çeşitli şekillerinin kullanılmasını içermiştir. Postmodernizm en temel anlamı ve çağrışımları geçmişe bir çeşit imada bulunmak olmuştur. Modernizmin reddedilişi, geleneklere ve tarihe yeni bir uyanıştır. Postmodernizm, geçmişi yinelemek, tarihi devam ettirmek anlamında bir uyanış değil, daha çok geçmişin ironi anlamda yorumlanması olmuştur.

2.1.2. Resim

1970’li yıllarla belirmeye başlayan postmodernizm 80’li yıllara gelindiğinde yaygınlaşmış, kabul görmüş daha fazla sanatçının içinde bulunduğu bir sanatsal tercih haline gelmiştir. (Olgun, 2017). Postmodern sanat anlayışı çerçevesinde, birçok olayla birlikte ‘resmin ve sanatın öldüğü’, ‘sanat ürünü’ diye bir şeyin kalmadığı, sanatın ve sanatçının zihinsel, biçimsel değişim ve dönüşüm yaşandığı ileri sürülmüştür. Resimde yeni anlayışın en belirgin özelliği Pop Art ve Yeni Dışavurumcu sanat akımları olmuştur. Bu ileri sanat kavrayışında toplum değil, sanatçı önde olmuş, asıl yerine belirsizlik ve kararsızlık esas alınmıştır.

Postmodern sanatçılar, sosyal intizamı belirleyen göstergeler düzeniyle oynamayı, onları koruyarak, kendi üzerine alarak dönüştürmeyi, bildik görüntülerden yeni manalar çıkararak sorgulamayı hedeflemişlerdir. Sanatın tüm dallarında olduğu gibi resimde de yeniden yorumlama, yeniden yapılandırma, eski dönemlerdeki sanatı yeni bir aşamaya getirme duygusunu kitlelere mesaj vermiştir. Postmodernizm; görsel sanatlarda kolaj tekniğini ön plana çıkararak geçmişle bugünü birleştirdiği gözlemlenmektedir. Bu durum sanatta yeniden üretim düşüncesini geçmişten beslenerek yeni olguları da geçmişin üzerinden yeniden yapılandırıldığını gösterir (Bildir, 2019).

Postmodern sanatta eklektizim, alıntılanma ve rastlantısal anlayışa önem verip ‘kendine mal etme’ kavramını benimseyip modern düşünceden çıkıp bireysel düşünmeye başlamıştır (Olgun, 2017). Modernizmin seçkincilik, yüksek ve popüler kültür ayrımı, katı kurallarını yok etmeye çalışan postmodernizm; ‘her şey uyar’ mantalitesiyle gelişen teknolojiyi de kullanarak eski ve yeniyi bir arada eklektik bir şekilde kullanmıştır. Sanatçının eserlerini oluşturan unsurları anlatırken hangi tekniği kullandığı önemini kaybetmekte ve bu süreçte modernizmin yankısı olan ‘sanatta disiplinleşme’ anlayışı postmodernizmde ‘disiplinler arası geçişe yönelmiştir.

Postmodern kuramların, geçmişin kapılarını aralayıp yüzlerce yıllık birikimin ressamın ve sanatının önüne gelmesiyle sanatta ve resimde yeni bir döneme geçildiği görüşleri ortaya çıkmıştır. Postmodernizmle ortaya konulan çok seslilik ve çok görüntülülük, resim ve diğer sanatlarda olumlu-olumsuz, doğru-yanlış ve güzel-çirkin adına ne varsa kabul görebileceği bir zemin oluşturduğu görüşünün pek çok

yazar ve eleştirmen tarafından ortaya konulduğu ifade edilebilir. Postmodern kuramlara getirilen bütün eleştirilere rağmen kendine mal etme yöntemleriyle üretilen resimler, modernlerin resim anlayışı ve sanatın sonunun geldiği tartışmalarının olduğu bir ortama denk düşmüştür.

Erdem (2019), postmodernizm tarihi soymak ve bulabildiği her şeyi şimdinin bir boyutu olarak özümseme konusunda olağanüstü bir sanat geliştirmiştir. Modernizm ile gelişen teknoloji ve iletişim dünyasını reddeden postmodernist hareket, sanat ve toplumu bir araya getirirken, tamamlanmış bir nesne yerine düşünce, süreç, eylem ve kavram arasındaki bağlantıya başka arayışlar yoluna gidilmiştir.

Dijital çağın bir diğer faydası da görsel kültürdür. Son zamanlarda görsel kültürün sanat üzerindeki hakimiyeti giderek artmaktadır. Postmodern resimde görebileceğimiz kurgu, montaj, fotomontaj, kolaj ve eklektizim özelliklerini görülmüştür. Seyirci evrimsel açıdan bu dönemin kültürüyle uygun şekillerde değerlendiren görsel kültür, uzun süredir devam eden bir çelişkiyi tekrar ortaya koymuştur.

Postmodern resimde önemli sanatçıları ve eserleri;



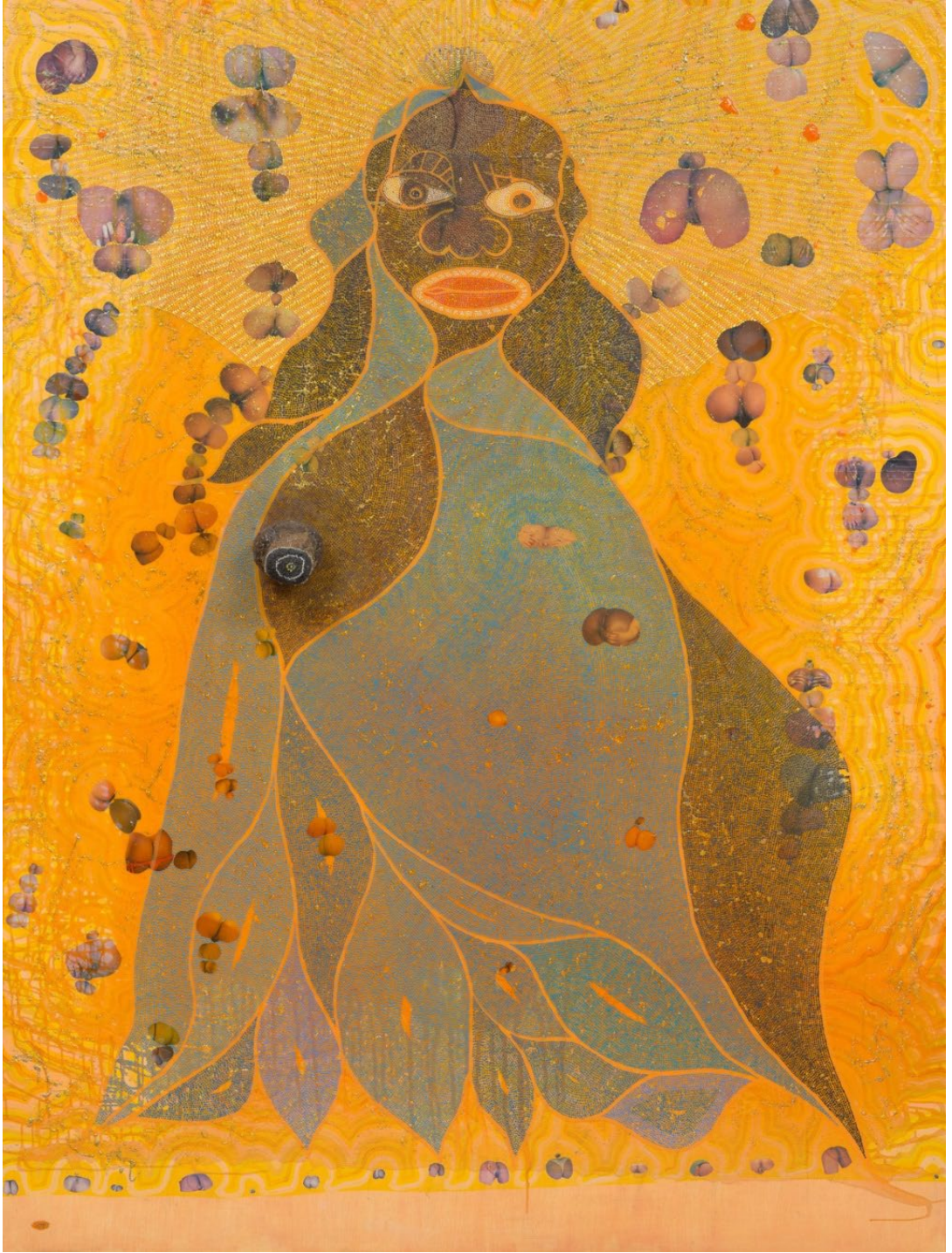
Şekil 2.1.2.1. David Salle, OldBottles, 1995

Kaynak: (Olgun, 2017: 28).



Şekil 2.1.2.2. Robert Rauschenberg, Retroactive 1, 1964

Kaynak: <https://decombo.com/postmodernizm-nedir-ozellikleri-nelerdir/> 13.04.2021



Şekil 2.1.2.3. ChrisOfili, TheHoly Virgin Mary, 1996

Kaynak: <https://decombo.com/postmodernizm-nedir-ozellikleri-nelerdir/> 13.12.2021

2.1.3. Felsefe

Postmodernizm kavramı ilk başta modernizme tepki olarak ortaya çıktığı bilinse de gerçek anlamda tanımlaması güç bir kavramdır. Postmoderndeki ‘post’ ön eki modernlikten ayrıldığını işaret ederek eleştirel bakılmaya başlanmıştır.

Postmodernizm gerçeğin sınırsız ifade edilebileceğini, modernizmin savunduğu sabit, değişmez, hakikat arayışa karşı sınırsızdır ve kesin kanıt yoktur. Genel olarak ele alındığında postmodernistler, modernizmin adalet, teori, hakikat vb. kavramlarla kendisini meşrulaştırdığını, bilimsel ve nesnel üst anlatılar olduğunu iddia eden söylemleri reddetmişlerdir (Küçükalp, 2002).

Felsefi anlamıyla düşünüldüğünde, modernizmin eleştirileri ve varsayımları, postmodernizm nosyonun kullanımından daha da uzaklaştırılabilir. Bugün postmodern olarak nitelendirilen birçok filozofun ve felsefenin esin kaynağı eleştirilerdir. Bu açıdan bakıldığında postmodern teori modernizmin düşüncesine, akılcılığın ve bir bütün olarak metafizik geleneğine yönelik kötü eleştirileri getiren Nietzsche tarafından başlatılmıştır (Küçükalp, 2002).

Nietzsche 19.yüzyılın en önde gelen düşünürü olmuştur. Nietzsche, özümüzü teselli etmek için başvurduğumuz sanatta yalnızca bir yanılsama olarak görmüş ve tüm değerlerin yeniden gözden geçirmek için yeni bir platform öngörmüştür (Koşay, 2015). Asıl gerçeklik hayattır ve kutsallaştırılması gereken şeydir. Bu düşünceler postmodern sanatın aslını oluşturmaktadır. Şaylan, felsefeyle ilgili şu açıklamaları yapmıştır;

“Nietzsche, gelenek felsefesinin “öz”, “hakikat” “mantıksal temel” gibi nosyonlarına çok eleştirel bir bakışla yaklaşmaktadır. Bu nedenle de günümüzün postyapısalcılığın peygamberi olarak kabul edilmektedir. Nietzsche’ye göre, evrenin bir değil birkaç anlamı vardır bu durumda tek bir gerçeğin temsili bilginin tutarsız olduğu tezidir” (Şaylan, 2016).

Postmodern felsefi akımını tanımlamanın en iyi yöntemlerinden biri, onu bir şüphecilik, otorite, kabul eden bilgelik, kültürel ve politik normlar, vb. ile alakalı

normları olarak tanımlamak doğru olacaktır. Postmodernin en önemli kuramcıları, filozofları;

- Jean Baudrillard; Toplumsalın Sonu
- Jean-François Lyotard; Postmodern Durum
- Jacques Lacan
- Julia Kristeva
- Michel Foucault
- Gilles Deleuze
- Jacques Derrida

Adı geçen tüm düşünürlerin ortak özelliği modern felsefenin akıl, sistem, bilgi, bütünlük, birikim ve evrensellik kavramlarına karşı eleştirel ve ironik bir şekilde yaklaşmalarıdır.

Tablo 2.1.3.1. Postmodern Düşünürlerin Hakkında Kısa Bilgiler

	Anti-özcülük/Olumsuzluk	Anti-temelcilik/Anti-tekabülîyet	Farklılık Politikası
	Ontoloji	Epistemoloji	Etik-Politik
Foucault	Farklı özne biçimleri olarak deli, suçlu, cinsel, hasta özne deneyimleri	Bilgi ve hakikatin söylemselliği olarak hakikat oyunları Bilgi ile iktidarın iç içeliği	Kimliğin kuruluş sürecinde dışlanan ve “ötekileştirilen” farklılıklara dikkat çeken soykütüğü yöntemi
Derrida	Merkezsizleşmiş varlık	“Metin” dışına çıkmanın olanaksızlığı ve <i>différance</i>	Metnin dışladığı veya göz ardı ettiği farklılıklara odaklanan yapıbozum stratejisi
Lyotard	Nihai ve zorunlu tarihsel ilerlemenin çöküşü olarak metaanlatıların geçersizliği	Metaanlatılara yönelik güvensizlik İfade kategorilerini belirleyen “dil oyunları”	Farklılıklara vurgu yapan ve bunları kendi bağlamsallıkları içinde meşrulaştıran paralojiye dayalı küçük anlatılar

Kaynak: (Evre, 2017: 5).

2.1.4. Edebiyat

Postmodernizm ‘modernizmden sonra gelen’ ‘modernizmin ötesinde’ gibi kavramlarla ifade edilmiştir. Modern sonrası yıllarda ortaya çıkan ve modernizmin kuralcılığından sıyrılan postmodeernizm, sınırları kaldıran, kuralsızlığı savunan ve eleştiren taraf olmuştur.

Postmodern dönemin en önemli özelliklerinden biri de parodi ve pastijdir. Posrmodern edebiyatta geçmiş metinlerdeki parodisi kurgu nesnesi olarak görülmüştür. Bu özellik ile mevcut ve klasik eserler veya bilinen temalar üzerinde düzenlemeler yapılmıştır. Böylece yeni bir eser yaratma ihtiyacı ortadan kaldırılmıştır. Bu sayede, halihazırda var olana farklı bir bakış açısı getirilmiştir. Parodi ’de genel metin sahte olabilir ve cümle veya kişi metni sahte gibi algılayabilir olmuştur. Connor, edebiyatla ilgili şu açıklamaları yapmıştır;

“Edebiyat çalışmalarında, estetik ve eleştirel normlar dayatan ya da yayan bir akademi fikri, mimari ve resimde olduğu kadar yerleşmiş değildir. Aynı zamanda ve belki daha da önemli olarak, edebiyat çalışmalarının piyasayla ilişkisi çok daha gevşektir ve diğer kültürel disiplinlere göre daha çeşitli biçimler alır; bu alanda eleştiri normları hiçbir zaman modernizm teorilerinin başka yerlerde sahip olduğu edebi ün ve yayıncılık üstündeki etkilerinin aynısına sahip olmamıştır” (Connor, 2005).

Postmodern edebiyatta klasik kurgu formlarını bir kenara itmiş ve geleneksel olmayan kurgu ve teknikleri, yaşanan sosyolojik ve psikolojik durumları, çok sesliliği kabul ettirmiştir. Her çeşitte renk, ses, koku, duygu, düşünce vb. eleştirel bir değerlendirmeye tabi olunmaksızın istediği gibi literatür içerisinde var olmaya başlamıştır.

Edebiyatla ortaya konulan eserlerde zaman, mekân, belli bir üslup yoktur. Okuyucudan istenen esere dâhil olmak ve kendi yorumunu katmaktır. Eserlerde teklik, merkeziyetçilik ve bütünlük değil, çoğulculuk ve çeşitlik istenmiştir. Sanat ve gündelik yaşam arasındaki çizginin kalkması, seçkinci kültür ile popüler kültür arasındaki uçurumun alt edilmesi, parodi, pastij ve ironin öne çıkması söz konusudur.

Postmodernizm sanatsal üretimin orijinal karşı çıkan gerçek sanat eserinin gerçek dehaların ürünü olduğu tezini yok etmiştir (Bozkurt, 2004). Kuşcu, postmodern edebiyatın özelliklerini böyle dile getirmiştir;

“Eserde bütünlük eksikliği, bölümler arası bağlantılarda görülen kopukluklar, olayların mantığa dönüşmemesi, birbirleriyle alakasız kahramanlar, kahramansız romanlar/hikayeler, çoğulculuk ilkesi, karşıtlıklar, karmaşık ve heterojen yapı, grotesk, parodik ve masalsı anlatım, aksiyon, polisiye öğelerden yararlanma, gerilim, üstkurmaca, metinler arası hayali anlatım postmodern anlatıda karşılaşacağımız en seçkin özellikler olmuştur” (Kuşcu, 2017).

Bozkurt, postmodern metinle ilgili düşüncelerini şu şekilde açıklamıştır;

“Ekletizm, aktarmacılığa, yapıntı ve rastlantısallığa önem veren bu akım, metnin yaratıcısı olarak yazarın yetke ve gücüne meydan okur. Başka bir deyişle postmodernizmde metnin kendisi yazardan, yazar bireyden daha üst bir konuma yerleştirildiği için, yazarın amacının ya da niyetinin ne olduğunun hiçbir önemi kalmaz” (Bozkurt; 2004).

Postmodern edebiyatının en önemli yazarları şunlardır;

- Wirgina Wolf; Roman
- James Joyce; Roman,Felsefe
- Franz Kafka; Roman,Hikaye
- Alber Camus; Roman, Deneme
- Max Frisch; Tiyatro, Felsefe

2.2. Giyilebilir Sanat

Giyilebilir sanat; insanların giysilerle olan ilişkisine odaklanan, giysilerin beden ve ruhuna dayalı ve sanatçının düşünce ve duygularını çalışmalarında barındıran sanattır. Kelime olarak ilk kez 1975 yılında kullanılmıştır. Tasarımcılar tarafından malzeme ve teknikler kullanılarak oluşturulan tekstil sanatıdır. Giyilebilir sanat moda, doğal dünyadan güzel sanatlara kadar tüm kaynaklardan ilham almıştır. Postmodern tasarımlarda sınır yoktur, kıvrımlı biçimlere, dekoratif öğelere, asimetriye, parlak renklere ve çoğunlukla her şeyi birbiriyle uyumlamaya sahip olmuştur.

Giyilebilir sanat seri üretimle çelişen bir sektördür. Malzemeler doğada bulunan tüm nesneler arasından seçilmiştir. Sadece doğaya bağlı kalmamıştır. Dokuma, örme, patchwork, boyama, baskı, keçe tekniği, applique, nakış bu sanattaki teknikler olmuştur. Ağırlıklı olarak lifli kumaşlar ve elyaflar, takı, mücevher, plastik kaplama, metal gibi malzemeler kullanılmıştır. Giyilebilir ve giyilebilir olmayan ürünler yaratan elyaf sanatı kullanılır.

Giyilebilir sanatta estetik, moda ve el sanatları uyum içerisinde olmuştur. Moda ve sanat her daim yakından ilişkili olmuştur. Diğer sanat dallarına kıyasla sanatçıların yetenek ve yaratıcılıklarının bu alanda daha yaygın kullanıldığı görülmektedir. Yenilikçi ve özgün tasarımlarla ortaya çıkan doku ve yüzeyler, kaliteli dikiş teknikleriyle beraber desteklenmesiyle birlikte güçlü ve farklı tasarımlar meydana gelmektedir.

Giyilebilir Sanat tasarımcılarına örnek isimler şöyledir; Paul Poiret, Pierre Balmain, Gianfranco Ferré, Balenciaga, Marchesa, Chloé, Alexander McQueen, Hüseyin Çağlayan, Frank Gehry gibi kendi ilhamını kendi bireysel stiline göre yorumlamıştır.



Şekil 2.2.1. Juergen Mayer Metropol Parasol / Junya Watanabe Autum/Winter 2015

Kaynak: https://www.archdaily.com/902370/does-form-follow-fashion-viktoria-lytras-montages-keep-iconic-architecture-in-vogue/5ba3681af197cc369f000659-does-form-follow-fashion-viktoria-lytras-montages-keep-iconic-architecture-in-vogue-image?next_project=no Erişim Tarihi: 04.02.2021



Şekil 2.2.2. Hüseyin Çağlayan Masa Elbisesi Autum/Winter 2000

Kaynak: https://www.archdaily.com/902370/does-form-follow-fashion-viktoria-lytras-montages-keep-iconic-architecture-in-vogue/5ba3679df197cc369f00064f-does-form-follow-fashion-viktoria-lytras-montages-keep-iconic-architecture-in-vogue-image?ad_source=myarchdaily&ad_medium=bookmark-show&ad_content=current-user Erişim Tarihi: 04.02.2021



Şekil 2.2.3. Iris Van Herper

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/166140673742921784/> Erişim Tarihi: 04.02.2021

3. POSTMODERNİZMLE BERABER DEĞİŞEN ERKEK VE MODA EĞİLİMLERİ

‘Sonra’, ‘sonrası’ ya da ‘ötesi’ anlamındaki post ekinden anlaşılabacağı gibi postmodernizm kavramı ‘modernizmin sonrası’ demektir (Yılmaz, 2013). Modernizmin disipline edici rollerini yumuşatarak ve eleştirerek bireysel ifade edici rollerine olanak sağlayarak geliştirmiştir. 1970’li yıllarda kendini gösteren postmodernizm sanat, kültür, ekonomi, bilim, mimari, moda, cinsiyet gibi birçok alanda etkisini göstermiştir. Bu bölümde anlatılmak istenilen gelenekçi erkek yapısının ve modasının postmodern döneme kadar geldiği süreci ve bu dönemde erkek modasının geldiği son hali anlatılmıştır.

Erkeklik; hegemonik ideolojilerin ürettiği, kültürün şekillendirdiği ve ataerkil toplumların özelliklerine göre şekillenen bir kavramdır (Onbaş, 2019). Erkeklik gerçeği daha çok sosyaldır ve somut özellikleri içeren bir nosyon olarak ifade edilmiştir. Ataerkil toplumlarda erkek akıllı, güçlü, kurnaz gibi özellikleri temsil ederken kadın zayıf, güçsüz, duygusal, şefkatli gibi özellikleri temsil etmiştir. Ataerkil yaşamda eril her zaman erkekliğini kanıtlamalı ve her an erkekliğini ispat etmek zorunda hissetmesi durumunda toplumda erkek sayılmıştır. Bu çevrenin etrafında erkekler bulundukları toplumdaki diğer yaşlılarından daha hırslı, daha güçlü ve daha mücadeleci davranmışlardır. Toplumsal cinsiyette biyolojik olarak erkek olmakla kavramsal olarak erkek olmak arasında farklı algılar oluşmuştur. Toplumsal cinsiyet bireye varlık kazanmasına ve bir statüye sahip olmasına aracı olmuştur.

Toplumsal cinsiyet bireyin eril ve dişil olarak çoğalma bölümünü kapsayan, bu bölünmeyle toplumsal uygulamalarını ve biyolojik temelini oluşturmaktadır. Erkeklik kavramı biyolojik olanın ötesinde tarihsel, kültürel ve toplumsal bir kurgu olarak eril iktidarı ve egemenlik ilişkileri içinde barındırmaktadır (Sınay, 2013). Kadın ve erkeklik biyolojik farklar dışında toplum tarafından türetilmiş ve içerisinde farklı görevler barındıran birer kurgu olmuştur. Erkekliğe sınıfsal bakış açısıyla bakıldığında; aile, iş yeri, kamusal alan, dayanıklılık, emek, hırs, iş gücü, iktidar gibi alanlar erkek egemenliği ile özdeşleşmiştir. Kadınlarda ise ev hanımlığı, çocuk bakımı gibi işlerle özdeşleşmiştir.

Sanayileşmeyle beraber ekonomideki değişim hem erkeklerde hem de kadınlarda yeni bir dönemin başladığına işaret etmiştir. Ataerkil toplumdaki bu gelenekçi yapı kalıpları 1970'lere gelindiğinde sorgulanmaya başlanmıştır. Yeni, farklı erkeklikten bahsedilmeye, toplumsal ve kültürel boyutlarda değişime geçiş süreci başlamıştır, bu yıllarda feminist hareketlerinin etkisi oldukça fazladır. Femizinizm; kadınların toplum içinde rolü ve haklarının genişletilmesini, cinsiyet eşitsizliğinin ortadan kalmasını sağlayan toplumsal bir hareket olmuştur. Erkeklerin bir kısmı toplumsal cinsiyet eşitliği savunmuş olsalar da bir kısmı hala erkek egemen toplumu yapının bozulmasından rahatsızlık duymuşlardır.

Postmodern dönemde 1970 yılına kadar sergilenen geleneksel erkek kimliğinin katı kuralları bu yıllardan sonra yumuşamaya başlamıştır. Kadınların iş hayatına girmesi erkekler tarafından yeni bir rakip olarak görülmüş ve iş ortamında kendilerini gösterme, beğendirme çabasına girmiştir. Sanat, popüler kültür ve tüketimin de etkisiyle, erkeklikte geleneksellikten postmoderne doğru bir geçiş sağlanmıştır. Bu geçişte erkekler bedenlerini sorgulamaya ve fiziksel görünümleriyle ilgili vücut ve yeni kimlik inşası çalışmalarına başlamıştır. 20.yüzyılın başından itibaren hızla gelişen sosyal ve toplumsal değişimi hızlandıran kitle iletişim araçları özellikle sinema endüstrisi, müzik ve moda sektörü ile etkileşim içine girmeye başlamıştır. Yavuz (2017), 'erkeklerin örnek alması gereken model konusundaki kafa karışıklığında, erkek dergileri erkeklerin hayatlarının ötesine geçmeyi vaat ediyor, bu vaat kadınlara sunulanla aynı: Tüketmek'.

Postmodern dönemde erkek bedeni, reklamlar, diyetler, spor, moda ve tüketim alışkanlıkları vb. birçok alanla şekillendirilmiştir. Vücuda yapılan müdahale yöntemleri bu tür yönlendirmelerle sınırlı olmayıp, ilaçlar kullanılarak veya çeşitli estetik operasyonlar tercih edilerek de yapılmaktadır (Turan,2019). Yeni erkeklik modellerinin inşasında kadın-erkek arasındaki farklar bulanıklaşmış ve unisex kavramının oluşmasını sağlamıştır. Modacılar bu kavramla beraber hem erkek hem de kadının kullanabileceği koleksiyonlar hazırlamışlardır. Postmodern dönemde insanların kişisel cinsel tercihlerinde, yönelimlerinde, yaşam şekillerinin konuşulması dışında toplumda görülmeye ve söz sahibi olmaya başlamıştır. Cinsiyet değiştirme, lezbiyenlik, metroseksüellik, homoseksüellik, gay, biseksüellik interseks, transseksüel vb. gibi kavramların görünürlüğü daha artmıştır. Turan erkeklik konusuyla ilgili görüşleri şu şekildedir;

“1990’lı yıllardan sonra ortaya çıkan metroseksüel erkeklik kavramıyla beraber “daha bakımlı, sağlığına dikkat eden, spor yapan, kentli, çoğunlukla iyi eğitim almış ve kendine özen gösteren ya da bunları bir gereklilik olarak gören” yeni erkeklerin yaygınlık kazanmasını sağlamıştır. Buna paralel olarak bakımlı olmak, iyi giyiniyor olmayı da gerekli kılmış ve erkekler modanın hedef kitlesine dâhil edilmiştir. Bu süreç, moda fotoğraflarında ve reklamlarda, giyim ve kuşama ilişkin olarak farklı erkeklik imajlarının ortaya çıkmasıyla sonuçlanmıştır” (Turan, 2019).

3.1. Tarihsel Gelişim Süreci Boyunca Dünya’da Erkek Giysisine Genel Bakış

Giysi geçmişte kalmış bir zamanı öğrenmek için bir anahtardır (Er, 2013). İnsanlar ilk zamanlarda çıplak olarak dolaşmış, ardından avladıkları hayvanların deri ve postlarını doğal halleriyle vücutlarına sarmış ve zamanla deriyi işleyerek daha farklı şekillerde kullanarak vücutlarına sararak giymişlerdir. İnsanlar ilk çağlarda hayvan derilerini, ağaç kabuklarını ve bitkileri kullanarak örtünme gereksinimlerini karşılamışlardır (Kartal,2014). Önceleri korunmak ve örtünmek amacıyla giyinen insanlar, ilerleyen dönemlerde süslenmek için giyinmişlerdir. İlk kumaş deseni olarak ilkel devirlerde meyveler ile yapraklar üzerine çizilen desenler kabul edilebilir. Antik çağlardan günümüze ulaşan eserlerden giyim örnekleri çok az sayıda ve yıpranmış durumda bulunmuştur. Duvar resimlerinde, fresklerde, heykellerde ve seramik biçimlerde kullanılan süslemelerde dönemin ve toplumun giyim-kuşam özelliklerini ve değişen moda evrimlerini yansıtmıştır. Er konuyla ilgili açıklaması şu şekildedir;

“İlk dönem antikitenin ilk zamanlarından on dördüncü yüzyıla uzanmaktadır... Bu dönemde giysilerde çok küçük değişiklikler olmuştur... İkinci dönem ise, giysinin kısa ve vücuda oturan bir şekilde olduğu on dördüncü yüzyıldan yirminci yüzyılın endüstriyel yayılmasına dek uzanmaktadır... Bu dönemde giysiler politik ve ticari organizasyonlara daha fazla bağlıydı... On dokuzuncu yüzyılın ortasında başlayan ve günümüze kadar süren üçüncü dönem ise, giysinin giderek daha az kişisel ve daha uluslararası olduğu görünüm içinde belirlenmektedir. Bu dönem endüstriyel kitlesel üretim ve dünyadaki Avrupa yayılmacılığının etkisi altındadır” (Er, 2013).

3.1.1. M.Ö. 3000 – M.S. 400 Yılları Arası Giyim Tarihine Bakış

Bu bölümde dönemsel olarak incelediğimiz erkek giyimin geçirdiği evrimi göreceğiz. Giyim insanlık tarihi kadar eski olduğu ve milletlerin medeniyet gelişmelerini, ahlaki anlayış, gelenekler, görenekler, örf ve adetler, ekonomik şartlar, teknolojik gelişmeler tarihi süreç içinde öğrenilmiştir. Erkek giysilerini geçirdiği evreyi Hopkins şu şekilde açıklamıştır;

“Aslında erkek giysilerinde iki temel biçim oraya çıkmıştır. İlk dökümlü tarzdaki erkek giysileri olup yaygın bir biçimde Antik Yunan, Roma ve Etrüsk Uygarlıklarıyla ilişkilendirilir. Dökümlü modellerin karakteristik özelliği dikdörtgen, oval ya da hilal şeklinde geniş kumaşların beden üzerinde düzenlenmesidir. Bu uzun kumaşlar katlanıp piliseler yapılarak, iğneler ve kemerler yardımıyla çeşitli biçimlerde bedene sarılırdı. Bu erken dönem giyinme biçiminde dokunmuş kumaşın tamamı kullanılır, hiç kumaş ziyan edilmezdi. Erkek giyimin gelişimine esas teşkil eden ikinci giysi tipi ise “kesimle biçim verilen” veya “terzilik içeren” bir tarzdır” (Hopkins, 2016).

Kaya antik çağlardaki giysideki görünümle ilgili açıklamaları şu şekildedir;

“1.yüzyıldan 5.yüzyıla kadar olan dönemde, giysilerde genelde şu özelliklere rastlanmaktadır. Kumaşların eni ve boyu giyside bağlayıcı rol oynamıştır. Kumaşlar vücuda sarılmış bir omuz ya da göğsün yarısı açık bırakılmıştır. Belde ya da göğüs altında vücuda sarılan kumaşları tutturmak için, kuşak-kemer bağlanarak giysilere korsaj havası verilmiştir. İlk dönemlerde yalınayak gezilmiş sonraları sandalet türü, parmak arasından geçen atkılı ayakkabılar giyinmiştir. Saçlar, çeşitli uzunlukta olup, baş süslemelerinde örtü ve şapkalarla önem verilmiştir. Saçlar ve sakallara spiral görüntüler hâkim olmuştur. Aksesuar ve takı olarak, ilk dönemlerde yapılan kemik ve metal süs eşyalarının, ilerleyen yıllarda yerini kıymetli taş ve boncuklara bırakmıştır” (Kaya, 2007).

Antik Mısır’da; erkekler belden diz kapaklarına uzanan giysi giymişlerdi, saçlarını örten gösterişli başlıklar kullanmışlardı. Erkekler piliseli etekler giyiyor ve bu etekler bel hizasından bir kemerle tutturuluyor ya da kumaşın tamamıyla bele dolandırılıyordu. Bu kıyafeti hem kadın hem erkek kullanıyordu ve “Chenti” deniyordu. Erkekler Mısır’ın ilk dönemlerinde üstlerine pek bir şey giymiyorlardı. Fakat zenginlik arttıkça erkeklerde üstlerine bugünün gömleğini andıran veya bir çeşit gömlek olan “Kalasiris” giymeye başladılar (Gürsoy, 2004). Kalasiris erkeğin omuzlarından itibaren tek parça olarak giyiliyordu. Gürsoy (2015), Antik Mısır’la ilgili şu şekilde açıklama yapmıştır;

“Özellikle Mısır erkekleri süs olarak boyunlarının etrafında ve kendi omuzlarını da tamamen örtecek şekilde bir yakalık aksesuar kullanıyorlar. Bu kıymetli madenden olabiliyor, deriden olabiliyor, süslü ve simli kumaşlardan olabiliyor... Ayakta tahmin edilebileceği gibi çok çeşitli hakiki deriden yapılmış sandaletler söz konusudur. Mısır’da kadınlar da erkekler de ziynet eşyasını çok seviyorlar. Çok gösterişli, başta altın olmak üzere kıymetli taşlardan yapılan eşyaları vücutlarında kullanıyorlar” (Gürsoy, 2015).



Şekil 3.1.1.1. Antik Mısır Döneme Ait Erkek Giyim Şekli

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/251075747968600189/> Erişim Tarihi:12.10.2021

Antik Yunan'da; erkeklerin ve kadınların giydiği kıyafetlerde kısmen benzerlikler olmuştur. Genel anlamda antik çağlarda kadın ve erkekler kıyafette benzerlik gösteriyordu. Erkeklerde omzun bir kısmı açık kalacak şekilde dizin bir karış üstünde biten belinde kemerle tutturulan kıyafetlere “chiton” deniliyordu. Chlamys(klamüs); geniş ve yuvarlak kesilerek göğüs üzerinden düğmeyle tutturulan kumaşın ihtişamlı olduğu ve statü sahibi kişilerin giydiği daha sonra asker süvariler kullanmıştır. Chlamys, bugünkü pelerin pançoların atası sayılmıştır (Gürsoy, 2004). Exomis(eksomis); göğüs ve omzun sol tarafından açık bırakılacak şekilde giyilen kumaş fakir ve köle tarafından giyilmiştir. Himation(himasyon) sol omuzdan arkaya atılıp sağ kol altından öne döner, önde de sol omuza atılarak kullanılır ve kişinin kimliğine dair fikir veren özel işlemler bulunmuştur. Genellikle açık renk, ince keten, pamuklu kumaşlarla, dökümlü bol pile bırakılarak ve kemerle elbiselere form ve estetik kazandırılmıştır. Antik Yunan'da erkek ve kadın ayaklarına genelde sandalet giyerlerdi. Altın ve kıymetli madenden yapılan süs eşyalarını erkek ve kadınlar kullanmaktaydılar.



Şekil 3.1.1.2. Antik Yunan Döneme Ait Giyim Şekli

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/12244230221125349/> Erişim Tarihi: 12.10.2021

ANCIENT GREECE c. 300-150 BC



Şekil 3.1.1.3. Antik Yunan Dönemine Ait Giyim Şekli

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/251075747968600171/> Erişim Tarihi:12.10.2021

Antik Roma’da Yunanlıların birçok alanda etkisi devam etmiştir ve kültürlerinin iç içe olduğu düşünülmektedir. Romalılardan kalma “Tunica” (tunik); dizi örten, omuzlardan aşağı doğru inen bir giysi olmuştur. Erkeklerde dizin hemen altına inen tunik kalça üzerinde kemerle kullanılıyordu. Her çağda olduğu gibi giysilerin sınıf ayırt edici özellikleri vardır. Roma’ da “Toga” adı verilen giysi görkemi ve zarafeti temsil eden ulusal kostümüdür ve soylu olan, devlet hizmetinde üst derecede olan, saygınlık gören insanlar giymiştir. Çoğunlukla yünden yapılmış ve mavi, kırmızı, yeşil, sarı renklerden yapılmıştır. Bu dönemde “Stola” bir omzu açıkta bırakılan ve öteki omzu doğru çapraz biçimde inen dökümlü ve kademeli bir giysi, “Palla” ise her iki omuzu örterek yukarıdan aşağıya doğru şal gibi dökülen vücuda birkaç defa dolanan bir elbisedir (Gürsoy, 2004). Gürsoy (2015), Antik Roma ilgili şu şekilde açıklama yapmıştır;

Romalılar ayrıca tüm vücudu örten kolsuz ve kalın kumaştan yapılmış paenula (Paenula) adı verilen kapşonlu pelerin giyerlerdi. Paenula soğuk ve yağmura karşı vücudu korurdu. Süvarilerin savaşta giydikleri pelerin adına Sagum denirdi. Roma’ da Toga barışın, Sagum savaşın giysisiydi. Sagum’un rengi kızıl kırmızı ise onu ancak imparatorlar giyebilirdi. Romalı’ların ayaklarına giydikleri sandaletlere ise Solea denirdi. Aynen üst giyimde olduğu gibi askerler, köleler, efendiler farklı renkte sandalet giyerlerdi” (Gürsoy, 2015).



Şekil 3.1.1.4. Antik Roma Dönemine Ait Giyim Şekli

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/251075747968600205/> Erişim Tarihi:12.10.2021

3.1.2. 5. Yüzyıl – 15.Yüzyılları Arası Giyim Tarihine Bakış

Bizans Dönemi; Doğu ve Batının egzotik bir karışımı olan Bizans giyim tarzları renk, kumaş, süsleme açısından zengindir. Erkek ve kadın giysileri arasında Roma Dönemi'nde kullanılan Tunica ve Stola dikkatleri çekmiştir. Erkeklerde “Tunica”lar ve “Dalmatica” (dalmatika) adı verilen kemerle bağlanmayan uzun elbiseler göze çarpmıştır ve diğer bir kıyafeti olan “Tablion” (Tabliyon) dikdörtgen biçiminde kullanılan giysidir (Gürsoy, 2004). Sınıf farklılıklarının giderek arttığı bu dönemde yoğun bir şekilde mücevherlerle işlenmiş kraliyet düğünü kıyafetleri, çan kollu brokarlar, ipek elbiseler tüm sınıflardan giyim stillerini temsil etmiştir. Bizansta ipek dokumacılığı kurulmuş ve brokar dokuma sanatında uzmanlaştığı, ağır altın işlemeciliği, incilerle nakışlar yapılmaya başlanmıştır. İmparatorluktaki saraylılar ve üst düzey yetkililer hariç kimse mor rengi kullanmamıştır. Gürsoy Bizans Dönemi ile ilgili şu şekilde açıklama yapmıştır;

“Erkek beyaz maden- pirinç karışımı, altın ve gümüşten birtakım ziynet eşyalarını boyun bölgesi başta olmak üzere şapka ve ayakkabılarla kullanıyorlar. Halkın sade giyiniyor olmasına rağmen oldukça geniş olan hanedan kıyafetleri ve onun etrafındaki asillere ait kıyafetlerde ise ihtişam hala çok arzu edilen ve başvuru bir anlayış. Kısaca lüks denilebilir. Tabii refahın ve paranın olduğu her yerde lüksü de göreceğiz” (Gürsoy, 2015).



Şekil 3.1.2.1. Bizans Dönemine Ait Erkek Giyim Şekli

Kaynak: <https://gallerybyzantium.com/stylish-and-practical-fashion-in-the-byzantine-empire/> Erişim Tarihi: 12.10.2021



Şekil 3.1.2.2. Bizans Döneminin Kral ve Kraliçe Giyim Şekli

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/633740978916726776/> Erişim Tarihi: 12.10.2021



Şekil 3.1.2.3. Dolca&Gabbana 2013 Fashion Show Bizans Dönemi Koleksiyonu

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/62206038593134610/> Erişim Kaynağı: 12.10.2021

Romanesk Dönemi; Orta Çağ'ın içinde 6. yüzyılda yer alan Romanesk Dönem uygarlığın başlangıcı olarak kabul edilmiş, derebeylik ve şövalye devrinde kostümler daha şık, elegan stillere dönüşmüştür (Dereboy, 2012). Orta Çağ'ın başlarında, keten ve yünlü kumaşlardan giysiler dikilirdi. İpek lüks bir eşyaydı ve sadece Bizanslı tüccarlardan satın alan zengin feodal beyler için mevcuttu. Asilzade sınıf için kostümler ağırlıklı olarak parlak renklerdeki kumaşlardan mavi, yeşil, mor renklerde dikilmiştir. Soylular tarafından giyilen siyah başlıklı tuniklere “Chaperon” adı verilmiştir (Dereboy, 2012). Tunik hem erkek hem de kadın giyiminin ana parçası olmaya devam etmiştir, bu nedenle karakteristik kıyafet, dar uzun kollu uzun alt tunikten (chainse) ve bunun üzerine kısa, daha geniş veya daha dar kollu daha kısa bir tunikten (bliaud) oluşmuştur. Üst tunik ayrıca beli sıkılaştırılmıştı ve kurdele veya işlemelerle süslenmiştir. Kadın tunikleri erkeklere göre daha dar ve daha kısaydı ve arkadan veya yandan bağlanan dar bir gömlek (gipon) ve fırfırlı eteklerden oluşuyordu. Bel, ayak bileklerine kadar sarkan bir deri veya ipek kemerle kemerliydi. Tunik her zaman kuşaklıydı ve bazen kemerin üzerinden sarkabiliyordu. Dereboy, Romanesk Dönemi erkek kıyafetleri ile ilgili şöyle demiştir;

“Orta çağ'da 5. Yüzyılda kuzeyden güneye inen, hayvan kürkü, deri, kaba kumaştan tunik pantolonlar giyen istilacıların, Roma tunik ve togasına duydukları hayranlık modada değişimlere neden olmuştur. "Zimarra" tokalı, çift dönen deri kemer ve eldivenlerle tamamlanan uzun tunikler, belden aşağı daralan bacaklara çapraz deri bantlarla sarılan kumaş pantolonlar, bıçkılı çoraplar, kolsuz, yanları yırtmaçlı, yaka, kol, etek turu zengin nakışlı, ermin, kırlangıç tüyleriyle süslü cüppeler, kökeni Doğu'ya dayanan geniş kollu, yanlara bol, beyaz keten içliklerle giyilen “Bliaud” adlı elbiseler Romanesk Dönem 1050-1250 yıllarında giyilmiştir” (Dereboy, 2012).



Şekil 3.1.2.4. Romanesk Dönemine Ait Erkek Giyim Şekli

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/251075747968621642/> Erişim Tarihi: 12.10.2021

Gotik Dönem; Geç Orta çağ 1200-1453 yılları arasında başlayarak Fransa’da doğmuştur. Bugünün Avrupası’na en büyük kültürel katkıyı yapmış olan Rönesans Döneminin başlangıcı olmuştur (Gürsoy, 2004). Bu dönemin giyim tarihi açısından en göze çarpan özelliği kadın ve erkek giyimi hatlarında farklılıkların başlaması olmuştur ayrıca kadın estetiğinin başladığı çağ olarak bilinmektedir. Paris’in lüksün ve erkek modasının merkezi olarak bilinmesi, modanın gelişmesine, geniş kitlelere ulaşmasına sağlamıştır (Dereboy, 2012). Gotik Dönemde giysiler mimari etkisi fazlasıyla görülmüştür. Mimarinin ayırt edici özelliği olarak sivri kubbeli kuleler, sivri tonozlar, çok dengeli zarif tavan süslemeleri bütünüyle erkek giyimine yansımıştır (Gürsoy, 2015).

Terzilik bu dönemde ciddiye alınan ve saygı duyulan meslek olmuştur. Erkek kıyafetleri kadınların ki gibi gösterişlidir. Erkekler tarafından giyilen “Ulusal Resmi” kıyafet olarak kabul edilen Cote-Hardie’leri, armayla işlenen, yakası bant ve kordonlarla tutturulan pelerinler tamamlamıştır (Dereboy, 2012). Gürsoy (2015), Gotik Dönemle ilgili şunları söylemiştir;

“Erkek ayakkabıları burunları oldukça sivri, çizmeler önce dize kadar ancak daha sonra bunlar yerini erkek külotlu çoraplarına bırakıyor ve tarihte ilk kez erkelerin külotlu çorap giydiklerini görüyoruz. Ve bu kıyafetlerin önünde erkeklerin cinsel organlarını rahatlıkla taşımasını sağlayan özel torba yapılmış. Erkek şapkaları uzun tüylerle süslü, desenli veya düz giysiler, sırma ve çeşitli taşlarla bezenmiş yuvarlak yakalı ceketler, külot biçiminde ve kalçaların hemen altında biten pileler halindeki pantolonlar dönemin giysilerinde öne çıkıyor. Bu dönemin erkek giysilerinde hem kalçayı örten hem de kalçanın üzerinde kalan bir takım cepken tarzı giysiler ve godeli omuzlar görülmekte. Manşette daralan ama kol ağzına girinceye kadar bol olan birtakım gömlekler görülüyor. Çağın geleneksel özellikleri renklerde de tabii kendini göstermekte. Buna hâkim renk olarak bordo rengi diyebiliriz. Büyük toprak sahibi soylular sıradan insanları hor görmeye başlayınca, boynuna daha dik ve asil bir havaya girmesini sağlamak için erkek gömleklerinin yakaları çeneye kadar uzatılıyor” (Gürsoy, 2015).



Şekil 3.1.2.5. Gotik Döneme Ait Erkek Giyim Şekli 1

Kaynak:

<https://onlineshops.storecheap2021.com/category?name=middle%20ages%20men%20s%20clothing>
Erişim Tarihi: 12.10.2021



Şekil 3.1.2.6. Gotik Döneme Ait Giyim Şekli 2

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/399905641919799844/> Erişim Tarihi:12.10.2021

3.1.3. 16. Yüzyıl – 18. Yüzyılları Arası Giyim Tarihine Bakış

Rönesans Dönemi; Kökleri 14. yüzyıla dayanan, İtalya'dan başlayarak tüm Avrupa'ya yayılan, 15. yüzyılda doruk noktasına ulaşan, 16. yüzyıla kadar süren döneme “Yeniden Doğuş” anlamına gelen “Rönesans” adı verilmiştir (Dereboy, 2012). Yaklaşık 1450'de matbaa icat edildiğinde, yeni bir çağ, yeni icatlara, yeni tarzlara ve yeni keşiflere izin veren hızla dolaşan bir bilgi çağı başlamıştı: Rönesans. Bu renkli dönem sırasıyla İtalya'nın Floransa kentinde başlamıştı, ancak kısa sürede Avrupa'nın geri kalanına yayıldı ve müzik, sanat ve edebiyat gelişmişti. Terzi mesleği, soylular ve hatta orta sınıflarda bile günlük gardıroplarını oluşturmak için kişisel terziler tuttukça çok daha prestijli hale gelmiştir.

Erkek giyimi, omuzları ve göğsü vurgulayarak başlamıştır. Dizlere kadar uzanan tunikler ve yelekler giyiyorlardı, beli kemerli, göğüs ve kolları dolguluydu. Genellikle kürk astarlı olan yeleklerin üzerine giyilirdi. Düz, geniş şapkalar giyilirdi. Gömlekler boydan boya kesilip bilek ve boyun kısımlarında toplanmıştır. Erkekler gövdeyi inceltmek için korse giymeye başladı ve kadınlar gibi onlar da v şeklindeki beline sahip olmuşturlar. Dereboy, Rönesans erkek giyimi için şöyle demiştir;

“Rönesans'ta erkek gardıroplarında diz hizasında biten Doublet ve kalça çizgisinde bol, kenarları kürk bordürlü Cassock adı verilen ceketle, omuzları vatkalı, göğüs kısmı pamuklarla doldurulan, vücuda sıkıca oturan Ruff yakalı yelekler, uzun geniş yırtmaç kollu yün gabardin Petticoat paltolar, kadife, nakışlı kısa cape pelerinler, 1550 yılından sonra at kılı doldurularak kabartılan, zümrüt taş, emaye halka veya ipek düğmeler, farklı renkte diz kapaklarıyla süslenen büyük balon stili, kalça çevresinde bollaşan kontrast renkli yırtmaçlarla pili etkisi yaratılan Venedik tarzı “Breech” pantolonlar, sarı renkli ve kurdeleli çoraplar yer almıştır” (Dereboy, 2012).



Şekil 3.1.3.1. Rönesans Dönemine Ait Erkek Giyim Şekli 1

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/251075747968624261/> Erişim Tarihi: 14.10.2021



Şekil 3.1.3.2. Rönesans Dönemine Ait Erkek Giyim Şekli 2

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/258675572324990847/> Erişim Tarihi: 14.10.2021

Barok Dönemi; Rönesans'tan sonra gelen 1600-1720 yılları arasında yer alan Avrupa sarayları ve büyük merkezlerinde abartılı gösteri zevkine uygun sanat olarak nitelendirilen döneme “Barok” adı verilmiştir (Dereboy, 2012). Bu dönemin en önemli özelliği aşırı gösterişe düşkün olması ve Avrupa'nın en gösterişli sarayı olan Versailles (Versay) giysilerini aynen yansıtmasıdır (Gürsoy, 2004). Bu dönemin erkekleri kadınsı özellikler taşımış, insanlar giysilerde kadın veya erkek ayrımı yapmakta zorlanmıştır. Erkek giysilerinde abartılı bir şekilde döşemelik kumaş, kadife, brokar ve danteller kullanılmıştır. Dantelin dünya giyimine girişi bu dönemde başlamıştır. Erkekler bu dönemde peruk kullanmaya başlamıştır. Dereboy (2012), Barok dönemi erkek giyimiyle ilgili şunları söylemiştir;

“Barok Dönem’de XIII. Louis Dönemi erkek gardıroplarında, bol yırtmaçlı, diz hizasında, kurdele ve dantellerde süslenen volümlü pantolonlar, kol ağzı fırfırlı beyaz gömlekler, kısa bolero stili ceket, konçu yelpaze gibi açılan önü tokalı çizmeler, dize kadar uzanan, geniş etek turu, büyük cepli “Trois quarts” turvakar kollu, muslin ve dantel volanlı “Engagement” adı verilen kol kapakları süslenen paltolar, zincir ve kurdelelerle bağlanan büyük manşonlar, altın saplı bastonlar yüzyılın sonlarına doğru uzun işlemeli Pers stili yelek, ceket, dantelli kravat fularlar, yüksek topuklu ayakkabılar, peruklar ve “Tricorne” şapkalar yer almıştır” (Dereboy, 2012).



Şekil 3.1.3.3. Barok Dönemine Ait Erkek Giyim Şekilleri

Кайнак: <https://tr.pinterest.com/pin/251075747968600354/> Erişim Tarihi: 14.10.2021

Rokoko Dönemi; 18. yüzyılın ikici yarısına kadar Baroktan etkilenmiş ve yeni bir moda akımı oluşturmuştur. Rokoko. 17. Yüzyılın ciddi ağır başlı kostümlerinden farklı, sofistike, ekstra dekoratif detay yüklü çizgi sergilemiş, yeni line'lar, sarayın neşeli havasını, altın iplikli muhteşem nakışlar, emsalsiz danteller Rokoko Dönemi'nin karakteristiğini yansıtmıştır (Dereboy, 2012). Erkekler bu dönemde şapka kullanıyor, peruk takmaya devam ediyor, saçlarını uzatıp arkadan tokayla tutturuyorlar. 18. Yüzyılın başından Fransız Devrimi'ne kadar bu şekilde devam etmiştir. Dereboy (2012), Rokoko Dönemi erkek giyimi ilgili görüşleri şu şekildedir;

“Rokoko Dönem'in ilk yarısında erkek gardıroplarında düğme, kopça gibi aparatlarla tutturulan diz kapağı hizasına kadar inen dar pantolonlar, daha sonra yanlara bolluk veren, balenlerle sertleştirilen pilili modeller, yukarıdan aşağı doğru “A” line inen, büyük düğme ve iliklerle süslenen truvakar kollu, geniş kol kapakları geriye doğru dönerek dört-beş düğme ile tutturulan büyük cepli, arkası yırtmaçlı pantolar, belde tek veya çoklu düğme sistemleri ile iliklenen kolsuz yelekler, keten yaka ve kol manşetli, dantelli iç gömlekler, kare burunlu, toka ve rozetlerle süslenen yüksek topluklu ayakkabılar, üç kenarlı “Tricorne” şapkalar yer almıştır” (Dereboy, 2012).

Rokoko Dönemi'nin ikinci yarısında Avrupa Aydınlanma çağına sahne olmuştur. Fransız Devrimiyle beraber krallıktan cumhuriyet sistemine geçilmiştir.

Modada sadeleşme ve geri dönüşü olmayacak değişimler yaşanmaya başlanmıştı. Kadın hakları desteklenmiş ve iş hayatına girmeye başlamıştır. Kadın ve erkek giyimindeki farklar artmıştır. Moda tasarımcı terimleri ortaya çıkmıştır ve zengin, aristokrat sınıf elbiselerini diktirmek için özel terzi, kostüm tasarımcıları tutmaya başlamıştır (Dereboy, 2012).



Şekil 3.1.3.4. Rokoko Dönemine Ait Erkek Giyim Şekilleri

Кайнак: <https://tr.pinterest.com/pin/317011261280983912/> Erişim Tarihi: 14.10.2021



Şekil 3.1.3.5. Rokoko Dönemi 18.Yüzyıl Erkek Giyim Şekilleri

Кайнак: <https://tr.pinterest.com/pin/251075747968624778/> Erişim Tarihi: 14.10.2021

3.1.4. 19. Yüzyıl – 20. Yüzyılları Arası Erkek Giyim Tarihine Bakış

Napolyon'un Avrupa'da imparator ilan edilmesi 19.yüzyılda gerçekleşmiştir. 1800-1899 yılları beraberinde yeni düşüncelerin, yeni fikirlerin doğmasına yol açmıştır. 19. Yüzyılda bilim ve teknolojiadaki hızlı ilerlemeler, sanayi devrimi, endüstri alanındaki süreklilik arz gelişmeler, değişen dünya görüş ve düşünceleri, ülkelerin yeni kıtalarda koloniler elde etme yarışına girişı, toplum, sanat, mimari müzik ve modadan vb. şekilde birçok alanda etkilenmiştir (Dereboy, 2012). 19. Yüzyılın ilk yarısında moda endüstrisi hızla ivme kazanmış ve globalleşmede önemli rol oynamıştır. Paris bu dönemde yine moda merkezi olmuştur.

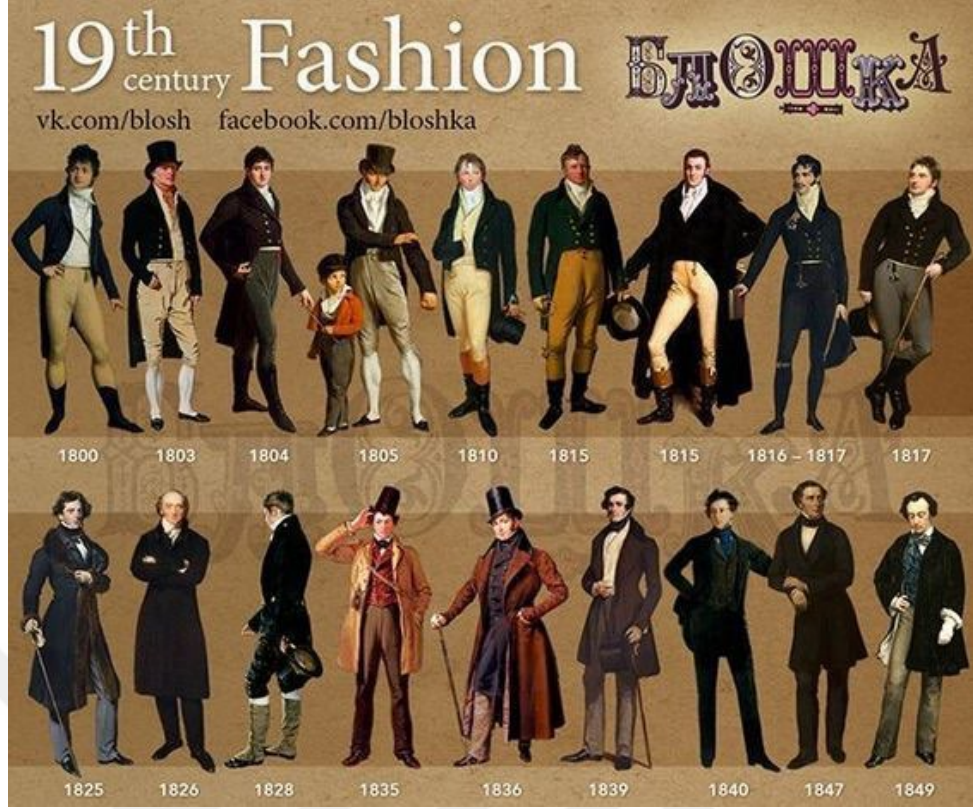
19. Yüzyıl ilk yarısının da yaşanan Empire Dönemi 1795-1820 yılları arasında gerçekleşmiştir. Bu dönemde doğallık, fiziksel güzellik, bireysellik, bağımsızlık, sosyo-ekonomik değişimler, yeni rejimin doğuşu Neo-klasik moda akımları Empire Dönem stilinin temelini oluşturmuştur (Dereboy, 2012). Fransız Devriminden sonra 19. Yüzyılın erken dönemlerinde erkekler için İngiliz giyim tarzları etkili ve popüler olmuştur. Bu dönemde George Bryan Brummel daha iyi bilinen adıyla Beau Brummell, "Dandy" akımını yaymıştır. Erkek giyiminde sadeleşmeyi sağlayan bir öncüdür.

Romantik Dönem 1825-1845 yıllarını kapsayan dönemdir. Empire Dönem'den sonra Neo-gotik ve Romantik akımlar modaya hâkim olmuştur ve modada büyük değişiklikler yaşanmıştır. 19. Yüzyılda, modanın uluslararası ortamında dikkat çekilmesi gereken bir başka gelişme de Amerika'nın moda sahnesindeki rolünün ortaya çıkmasıydı (Er, 2013). Dikiş makinesinin icadı, seri üretimin artması, orta sınıfın gelişmesi moda ürünlerine kolay ulaşmayı sağlamıştır. 1825 yılında yapılan dikiş makinesinin, 1851 yılında patentinin alınması, 1820 yılında şapka, 1840'larda kol saatlerinin seri üretim içinde üretilmeye başlanması gibi teknolojik gelişmeler modanın yayılmasını kolaylaştırmıştır (Er,2013). Bu dönemlerde erkeklerde sigara içmek popüler olmuştur. Dereboy, 19.yüzyılın ilk yarısında erkek giyim için şöyle demiştir;

“19.yüzyılın I. yarısında erkek modasına, George Brummell’in öncülüğünü yaptığı Dandyizm akımı hakim olmuş, Rokoko ve Barok Dönemi’nin dantel, fırfır, ipek çorap, üçgen şapka ve abartılı detaylarından arındırmaya ve sadeleştirmeye yönelik bu akımda dar kesimli, vücuda oturan, vatkalı, ciddi görünümlü, siyah sis, cezayir, toz yeşili, gri renkte Sliesia kumaştan, kadife, yüksek yakalı, büyük çelik düğmeli, uzun kuyruklu ceketler, kısa kare kesimli Gliets yelek, jabolu beyaz kolalı gömlek, Stock boyun bağları, diz altında biten pantolon ve çizmeler, uzun silindir şapkalar, deri eldiven, bastonlar Empire erkek gardıroplarında yer almıştır” (Dereboy, 2012).

19. Yüzyıl Victorian(Viktoryen) Dönemi 1860- 1899 yıllarını kapsamıştır. Aşırı uçlara ulaşan modada büyük değişiklikler gözlenmiş, toplumsal konum, sınıf farklılıkları stil ve tarzları etkilerken, standart idealler ön plana çıkmış ve modanın tanınması ve globalleşmesinde önemli rol oynamıştır (Dereboy, 2012). Bu dönemde erkek kostümlerinde resmi bir görünüm hâkim olmuştur ve parlak renklerden uzak durulmuştur. Er (2013), 19. yüzyılın sonlarına yaklaşıırken, muhafazakâr Viktoryen dönemin katı ahlak kurallarına ve giyinme tarzına yönelik tepki moda aracılığıyla şekillenmeye başlamıştır. Dereboy (2012), Viktoryen Dönemi erkek giyimi ile ilgili şu açıklamaları yapmıştır;

“19. yüzyılın II. yarısında Kraliçe Victoria’nın eşi Prens Albert’ın stili, Avrupa modasının cezbetmiş, erkek kostümleri Albert Top Frock, Albert Driving Cape ve Frock ceketler adıyla anılmaya başlanmıştır. Kuyruğu kare, ön dönüşleri yuvarlak redingot, palto stili resmi kıyafet olarak kabul edilen, ufak yakalı röverleri ensiz içe dönük, önden yüksek düğmeli, desenli brokar yelekler, yakarlı dışa dönen küçük kravat ve papyonlarla kullanılan gömlekler, yüzyılın sonuna doğru parlak renkli kumaşlardan dikilen smokin ceketler, deri eldiven, baston ve çeşitli varyasyonları bulunan silindir şapkalar, erkek gardıroplarında yer almıştır” (Dereboy, 2012).



Şekil 3.1.4.1. 19. Yüzyıla Ait Giyim Şekilleri 1

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/251075747968624990/> Erişim Tarihi: 16.10.2021



Şekil 3.1.4.2. 19. Yüzyıla Ait Giyim Şekilleri 2

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/251075747968624989/> Erişim Tarihi: 16.10.2021

20. Yüzyıl ikinci on yıllık periyodunda yer alan 1900'lu yıllarda, birçok alanda yürütülen teknik ve mekanik gelişmeler yaşanmıştır. Moda endüstrisinin gelişmesinde yeni stil, line, look'lar ve moda evlerinin büyümesinde ve globalleşmesinde lider olmuştur (Dereboy, 2012). Krallık rejiminin yıkılıp saray kavramının kaybolmasıyla beraber, şato hayatından şehir hayatına geçiş başlanmıştır. “Bu yıllarda başlayan değişiklikler günümüze kadar ulaşan şık erkek gardırobunun çizgisini özetleyen şu sözler olmuştur; Basit, yalın, koyu renkler” (Worsley, 2018).

1900-1914 yılları arası I. Dünya Savaşına kadar La Bella Epoque Güzel Çağ olarak adlandırılmıştır. La Bella Epoque Dönemi nezaketi, yaşamın yumuşaklığını, kibarlığı, yüksek sosyete ve aristokratların giysileri sabah, öğle, akşam, balo, çay daveti şeklinde gruplandırılmıştır. Avrupa'nın kibar erkeği yeni özgürlük modeli olarak giyimlerinde av partileri, yolculuk zevkleri, hafta sonu giyimleri değişmiştir (Worsley, 2018). Bu dönemde zenginliğin artmasıyla davetler ve kokteyller de artıyor bununla birlikte yeni giysiler ortaya çıkıyor. Akşam yemeklerinde redingot yerine artık smokin tercih edilmiştir. Smokin ilk kez 1900'lü yıllara ortaya çıkmıştır (Gürsoy, 2015). Erkekler bu dönemde eldivensiz ve şapkasız dışarı çıkmıyor ve aksesuar olarak da kaşkol, şemsiye kullanıyorlardı. Erkek giysileri kadınlar kadar hızlı değişmeye de büyük ölçüde etkilenmiştir. İlk önceleri dar ve yapışık külot daha sonra ayakaltına uzanan ve beline kemer takılan sonra da yırtmaçlı olarak giyilen pantolon 18. ve 20. yüzyılın erkek gardırobuna getirdiği en büyük yenilik ve çağdaşlık olmuştur (Worsley, 2018).

Birinci Dünya Savaşı 1914-1918 yılları arasında gerçekleşmiştir. Erkeklerin savaşmak için evlerini terk ettiği ve sonrasında kadınların tüm alanlarda aktif olduğu dönem olmuştur. Savaş sonrası moda da çok ilerleme olmamış bu dönemde üretilen ürünler üniformalar olmuştur. Fabrikalarda çalışan işçi kadınlar pantolon, tulum ve asker yeşili üniformalar dikilmiştir. Bu dönem artık sadelik ve yalınlık ön planda olmuştur. Gürsoy (2015), I. Dünya Savaşı'nın getirdiği önemli erkek giysisi olan bugünkü formların atası olan Chesterfield pardösüleri, paltoları, Frak ve Cutaway dediğimiz kıyafetleri ve redingot ilk kez bu dönemde ortaya çıkmıştır.

1901-1914

SUITS FOR CITY GENTLEMEN

The turn of the century did not herald major changes to the three-piece suit, although some styles were gradually replaced or began to be used for different occasions. For the day the black frock coat with its long, straight skirt, worn with black trousers, was the most formal option. It was followed by the cutaway frock ("morning coat" in the UK) with its sloping front, which could be worn with matching or contrasting trousers. The lounge suit, originally country wear, was now worn in town. In the evening options gradually expanded as "tails" (tailcoats) were joined by tuxedos (tail-less dinner jackets), at first only considered appropriate for informal dinner parties. More formal attire demanded the stiff collar, available in several shapes. Men had a wide choice of accessories including canes, umbrellas, a variety of hat styles, cravats, bow ties, watch chains, and tiepins.

ROYAL FASHION LEADER



King Edward VII had become a male fashion icon when he was still Prince Albert of Wales, popularizing the Norfolk jacket, the Homburg hat, and the Albert watch chain. The king also lent his name to double-breasted frock coats, which he preferred. The unusual closure shown here might have had more to do with his increasing girth than with any fashionable considerations.



Morning coat The very dapper Lord Chesterfield wears his morning coat with white vest, shirt with high stiff collar, striped cravat, and prominent buttonhole (the flower worn on the lapel).



Frock coat A young Winston Churchill wears a single-breasted black frock coat with customary silk-faced lapels. His top hat and cane indicate this is a formal outing—they were beginning to be associated only with special occasions.



Lounge suit Unusually the Duke of Roxburghe wears a lounge suit, rather than morning coat, to call at Buckingham Palace. A waistcoat slip, a stiff cotton strip attached to the neckline of his vest, gives the illusion of a second vest worn beneath.

Şekil 3.1.4.3. 1900-1910 Yılları Arası Erkek Giyim Tarzları

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/251075747968631900/> Erişim Tarihi: 17.10.2021



Şekil 3.1.4.4. 1900 Yılları Erkek Giyim Tarzları

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/251075747968600371/> Erişim Tarihi: 17.10.2021



Şekil 3.1.4.5. 1910 Yılları Erkek Giyim Tarzları

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/251075747968600375/> Erişim Tarihi: 17.10.2021

1920’li yıllar I. Dünya Savaşı savaş sonrası yaraların sarılmaya çalışıldığı yıllar olmuştur. Bu dönemde yaşanan olayların günümüz kültürüne çok etkisi olmuştur. Ünlü moda evlerinin ortaya çıkışı, sanatta yeni akımların oluşması yeni bir dönemim başlangıcı kabul edilmiştir. Güzel sanatlarda mimari ve modada farklı eğilimlerin doğması, kültürün kolektif anlam kazanması, modernizmin geniş alanlarda etkisini hissettirmesi, resim sanatında Soyut, Fütürist, Sürrealist Akımlar ve Kübizm Akımı modada etkin olmuştur (Dereboy, 2012).

1920’li yılların modası olan Art Deco sanat akımı çıkmış ve gösterişli iç dekorasyon objeleri üretilmiş, yine bu dönem ortaya çıkan Bauhaus savaşın kötü etkilerini gidermek için ev malzemelerinin, inşaat ürünlerinin ve dekoratif ürünlerin satıldığı yer olmuştur. Gürsoy (2015), sosyal anlamda Sürrealizm ve biçimsel yaşamı bütünüyle inkâr eden Dadaizm bu dönemde var olmuştur. Bu dönemin modacıları; asıl adı Gabrielle Chanel olan Coco Chanel, Yves Sait Laurent, Lanvin, Jean Patou olmuştur.

Kadınlar bu dönemde ne kadar zarif ve gösterişliyse erkekler o kadar yalın ve sade giyinmişlerdir. Dereboy (2012), 1925- 1929 yılları modada “Charleston Dönem” olarak adlandırılan yıllara ve görsel sanatlara esin kaynağı olmuştur, çarliston dansının tutkuyla yaşanması sebebinden ötürü uluslararası popülerlik kazanmıştır. Gürsoy (2015), bu dönemin en dikkat çeken simgesi Trenchcoat tipinin paltoya değişik özellikler katarak ortaya çıkmasıdır. Trenchcoat bu dönemden sonra ikonik bir giyim eşyası olmuş hem erkek hem kadın giyiminde çağdaş moda klasiğine dönüşmüştür (Hopkins, 2016). Kaya, 1920 yıllarındaki erkek giyiminin görünümüyle ilgili şunları demiştir;

“20’li yıllarda erkek günlük giyimde, gömlek üzerine giyilen süveterlerle beyaz renkli tenis pantolonları görülmüştür. Paltoların yaygın görünümü ceketlerle paralel olarak dönem içinde değişiklik göstermiş, palto kenarlarında ya da yakalarında kürk bordürler kullanılmıştır. Palto ve pardösülerin tamamlayıcı bir aksesuarı olarak eldivenler tercih edilmiştir. Erkek gece giyiminde kuyruklu veya kuyruksuz olarak kullanılan smokinler göz doldurmuştur. 19.yüzyılda George Bryan Brummel’ in tarafından başlatılan Dandyizm akımının özellikleri bu dönemde tekrar moda sahnesindedir. Amerikalı yazar F.Scott Fitzgerald, bu akımın Amerika’ da ki savunucusu olmuş ve “The Great Gatsby“ olmak üzere romanlarında bu etkileşimi yansıtmıştır. Caz müziğinin etkisiyle erkek modasında yeni bir stil ortaya çıkmıştır. Caz müzisyenlerinin giydikleri uzun, bol pantolonlar ve bol, dökümlü ceketler bu

stilin yaygın hatlarını belirlemiştir. 1920'lere kadar modada belirleyici ve etkin bir rol oynayan Worth ve Poiret' nin modaevleri bu dönemde de çalışmalarını sürdürmüşler, bununla birlikte açılan diğer modaevleri modada çeşitliliğin doğmasına olanak sağlamıştır" (Kaya, 2007).



Şekil 3.1.4.6. 1924-1927 Yılları Arası Erkek Giyim Tarzları

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/251075747968631899/> Erişim Tarihi: 17.10.2021



Şekil 3.1.4.7. 1920 Yılları Erkek Giyim Tarzları

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/251075747968600374/> Erişim Tarihi: 17.10.2021

1930’lu yıllar Amerika Birleşik Devletleri New York Wall Street borsasının trajik çöküşüyle başlamıştır. Dünyada yaşanan ilk ekonomik krizin getirdiği durgunluk, işsizlik ve enflasyon Avrupa’yı sıkıntı verici havaya bürümüş ve moda dünyasını yoğun etkilemiştir (Dereboy, 2012). Bu trajik olaydan sonra yeni giysi alınamaz olmuş ve eldeki kıyafetler ters-yüz edilerek, onarılarak tekrar giyilmeye başlanmıştır.

1930’lu yıllarda moda artık özgür bir hal almıştır. Modanın merkezi yine Paris olmuştur. Modanın yayılmasında en önemli etken sinema endüstrisi ve Hollywood filmleri olmuştur. Hollywood’un ünlü aktörlerini giydiren modacıların giysileri insanlar tarafından beğenilerek takip ve taklit edilmiştir. Dereboy (2012), Robert Taylor, Clark Gable’ın karizmatik görünümü, Tyrone Power’ın üç düğmeli üstten pili cepli, arkası kemerli spor ceket stili, Fred Astaire’in müzikal filmlerde giydiği polo gömlek, geniş pantolonları, beyaz papyonlu takım elbiseleri, erkek modasını yönlendirmiştir.

Gürsoy (2015), bu dönemin erkek giysisinin kahramanı kendisine stil prenside denen ünlü Windsor Dük’ü VII. Edward ve sonraki yıllarda dünya modasını büyük ölçüde etkilemiştir. Bu dönemin önemli moda tasarımcıları; Elsa Schiaparelli, Christobal Balenciaga, Jeanne Paquin, Edward Molyneux olmuştur. Dereboy 1930’lu yılların erkek modasını şu şekilde açıklamıştır;

“30’lu yılların erkek gardıroplarında, kışın çizgili, balıksırtı, ekoseli, yün, tüvit, kangarn kumaşlardan gri, siyah, gece mavisi, kahve tonlarında, vatkalı, geniş omuzlu dar kol bitişli, sivri klapa yakalı, kruvaze, büyük cep ve düğmeli ceketler bol paça pantolonlar, Hollywood, Brodway, Gatsby stili takımları fötr, fedora şapkalar, yaz mevsiminde beyaz, bej, yeşil, denizci mavisi, ipek iplikli, şantug ketenden, vücudun nefes almasını sağlayan, yıkanabilir meşhur Palm Beach suitleri, gabardinden metalik düğmeli blazerlar, marka monogram işli gömlek triko süveterler, davetler için “Tuxedo” saten yakalı, yelekli smokinler yer almıştır” (Dereboy, 2012).



Şekil 3.1.4.8. 1930 Yılları Erkek Giyim Tarzları

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/251075747968632493/> Erişim Tarihi: 17.10.2021

1940'lı yıllar II. Dünya savaşı ile başlamış Avrupa'dan Kuzey Afrika'ya, Pasifik'ten Atlantik'e, Sovyetler Birliği'nden Japon İmparatorluğu'na kadar uzanmıştır (Dereboy, 2012). Savaşın etkisi çok sert yansımıştır. Yiyecek, giyecek, yoksulluk ve vahşetin yaşandığı karanlık bir döneme girilmiştir. Bu dönemin ilk beş yılında modadan bahsetmek çok zor olmuştur. Savaş yıllarında giyim ve kuşam karneye bağlanmış, Avrupa modası savaştan her konuda etkilenmiştir (Kaya, 2007).

Amerika'da renkli televizyon çalışmaları hız kazanmış, 1947 "Eniac" adı verilen ilk bilgisayarın kullanılması 'Dijital Çağ'ı başlatmıştır (Dereboy, 2012). Savaşta uzakta olan Amerika'da modada daha fazla gelişme olanağı bulmuştu ve Amerikalı moda tasarımcıları güç kazanmıştı (Er, 2013). Savaş sonrasında modada yeni adımlar atılmıştır. Bunlardan biri 1947 yılında Christian Dior kadınları New Look (Yeni Görünüm) adı verilen yeni bir tarz olmuştur. Christian Dior 1940'lı yılların tartışmasız "Modanın Kralı" ilan edilmiştir.

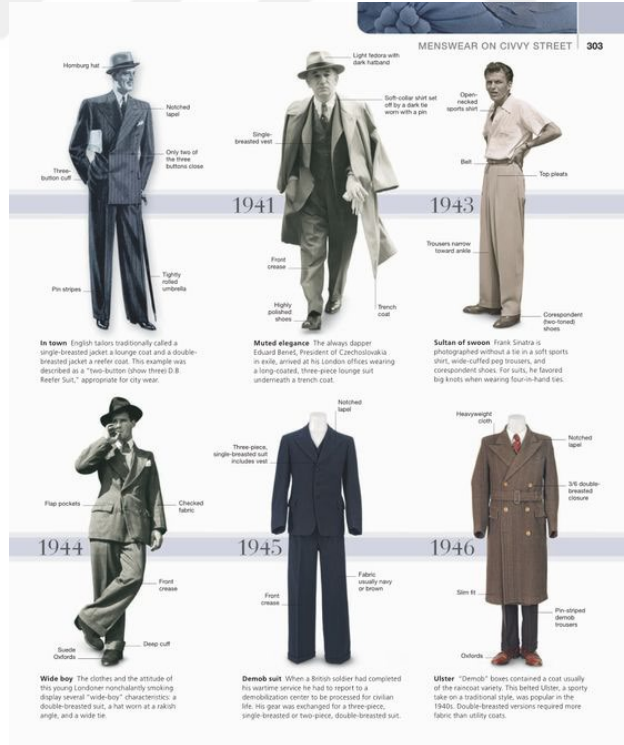
Erkekler arasında Bobstil takımlar yaygınlık göstermiştir. Hollywood stili moda trendlerini ekilemeye devam etmiştir. Bu dönemin önemli modacılar, Christian Dior, Amerikan tasarımcı McCardell, Nina Ricci, Lanvin olmuştur. Dereboy. 1940'lı yıllarda erkek giyimi ilgili şunları söylemiştir;

"1940'lı yıllarda çizgili kumaştan geniş vatkalı, sivri klapa, kruvaze kapanışlı dört düğmeli ceket, yüksek bel, dar duble paça pantolonlu "Bob-Stil" takımlar, kol düğmeli beyaz gömlek, renkli kravat, büyük ipek mendil, başkan Roosevelt stili fötr şapkalar, 30'lu yıllara benzeyen ayakkabılarla giyilmiş, siyah iki düğmeli resmi "Bold-Look" takımlar, gençler arasında "Zoot" adı verilen suit, moda olmuş 1947 yılında ilk kez California ve Florida sahillerinde giyilen Hawaii stili ada, okyanus, palmye, tropik çiçek, desen baskılı, rengarenk "Carisa" gömlekler "V" yaka süeter, manşet kollu montlar, Meksika-Kovboy stilleri popüler olmuştur" (Dereboy, 2012).



Şekil 3.1.4.9. 1940 Yılları Erkek Giyim Tarzları

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/251075747968632495/> Erişim Tarihi: 17.10.2021



Şekil 3.1.4.10. 1941- 1946 Yılları Erkek Giyim Tarzları

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/251075747968631898/> Erişim Tarihi: 18.10.2021

1950'lı yılları savaş sonrası yaşanan iyileşme dönemi olarak bilinmiştir. Zenginlik ve ekonomik rahatlık, yeni teknolojilerin gelişi, Küba Devrimi, yeni icatlar ve keşifler, açılan yeni havayolu şirketleri, ilk kredi kartı, popüler kültür şovları, sinema ve müziğin altın çağı olması gibi birçok yenilik gelmiştir (Dereboy, 2012). Bu yıllarda Paris liderliğini sürdürürken yeni moda merkezleri sayısı çoğalmış, Londra, İtalya, New York, İspanya Dublin gibi şehirler olmuştur. Amerika endüstriyel tekniklere uygun üretim yaparak spor giyim sektörünü modaya katmıştır. Spor giyimin ilk adımları atılmıştır.

1950'li yılları birçok yenilik getirmiştir. Sinema dünyasının erkek moda ikonları haline gelen Marlon Brando, James Dean farklı görünüm sergileyerek genç kuşağı etkilemişlerdir. Kot pantolon Jean giyimde, beyaz t-shirt ve deri ceket birleşimleri gençler arasında üniforma haline gelmiş, blucin kült statüye ulaşmıştır. Crane (2018), bu yıllarda giysilere yüklenen anlamlar evrilmiş olsa da giysilerin isyan veya uyumculukla ilişkileri değişmemiştir.

Müzik dünyasında Elvis Presley Rock'n Roll müziğin dünya çapında yayılmasına öncülük etmiştir ve devamında çeşitli müzik türleri ortaya çıkmıştır. Kaya (2007), Elvis Presley'in kışkırtıcı hareketleri ve parlak sahne kıyafetleri bilhassa genç kuşağın tümünü hayran topluluğu haline getirmiştir. Sanat alanında Picasso Kübizmi günümüze kadar getiren değişik sanat akımların öncüsü olmuştur (Gürsoy, 2015).

1950'lerle genç erkekler arasında Teddy boy işçi sınıfı modası olarak yayılmaya başlamıştır. Teddy boy tarzı İngiltere'de babaları gibi giyinmek istemeyen genç erkeklere hitap eden ilk gençlik alt kültürü olmuştur (Hopkins, 2016). Bu dönemin modacıları; Christian Dior, Yves Saint Laurent, Jean Desses, Pierre Balmain, Hubert De Givenchy, John Cavanagh, Heim Hubert gibi isimler olmuştur. Dereboy, 1950'li yılları erkek giyimi için şu şekilde açıklama yapmıştır;

“50'li yıllarda erkek modasına, yıkama ve ütüleme kolaylığı sağlayan beyaz naylon gömlekler, ince kravat, klasik pantolon-ceklet takımlar ve kült moda akımları hakim olmuş, Neo-Edwardian stilde kadife yaka ve manşetli frock ceklet-dar pantolon, Teddy Boys Akımı'nda kolalı gömlek, papyon benzeri boyun bağı, koyu renk uzun cekletli suit takımlar, kalın tabanlı ayakkabılar moda olmuş, II.Dünya Savaşı'nda

Amerikalı askerlerin üniformalarıyla kullandıkları, özgürlük, erkeksi görünüm ve ideolojik bağlantıları yansıtan jean pantolonlar, 1950’li yıllarda popülerlik kazanarak gelenekselleşmiş ve basic giyim ünitleri arasında yer almıştır” (Dereboy, 2012).



Şekil 3.1.4.11. 1950-59 Yılları Arasında Erkek Giyim Tarzları

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/251075747968632496/> Erişim Tarihi: 18.10.2021



Şekil 3.1.4.12. Marlon Brando Giyim Tarzı

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/251075747968633185/> Erişim Tarihi: 18.10.2021



Şekil 3.1.4.13. Elvis Presley Sahne Giyim Tarzı

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/251075747968633171/> Erişim Tarihi: 18.10.2021

1960'lı yıllar ilginç moda olaylarına tanık olmuştur. Doğu-Batı arasında geçen komünizm kapitalizm, nükleer ve soğuk savaşlar, Küba krizi, siyasi geçişmeler damga vurmuştur (Dereboy, 2012). Uzaya ilk gidiş bu yıllarda gerçekleşiyor. Sanat akımlarında Pop-Art ve Op-Art modayı etkilemiştir. Pop-Art'ın kurucu Andy Warhol modayı etkisi altına almıştır.

Moda ilk kez eskisi kadar haute-couture de yüksek sınıfa hitap etme özelliğini kaybetmiştir ve genç tüketicilere hitap etmek için daha uygun fiyatlı pret a porter (hazır giyim) giysileri geniş kitlelere ulaştırmıştır.

Modanın odak noktası gençler olmaya başlamıştır. Gençleri etkisi altına alan müzik Rock'n Roll'dan sonra Beatles müzik grubu olmuştur. Gençler arasında yeni bir moda akımı ortaya çıkmıştır. Hippi terimi aslında hipster sözcüğünden türetilmiştir ve kısa zamanda Birleşik Devletlerde ortaya çıkan gençlik hareketine dönüşmüştür (Hopkins, 2016). Dünya barışını ifade eden hippilerin, özgürlükçü, ikinci el giysiler giyen, erkeklerde uzun saç benimsen, eski püskü bir görünüme sahip, uzun kolyeler takan, kot pantolonlar, çiçek desenli gömlekler gibi kıyafetlerle birleştiren bir görüntüye sahip olmuşlardır.

60'lı yıllarda hayat tarzındaki köklü başkalaşım paralelinde karşıt cinsler arasında bir çeşit rol değişimi ortaya çıkmıştır. Paris sokaklarında takım elbiseleriyle dolaşan sigara içen kızların varlığının yanında, etek giymiş erkeklerde sokaklara çıkmıştır (Kaya, 2007). Üniseks kavramı artık görünür olmuştur. Altmışlı yıllarda tasarımcılar önceki dönemlerin muhafazakâr davranışı bozarak toplumsal cinsiyet alanı da dâhil olmak üzere geleneksel düşünce ve kurumların üzerine gitmişlerdir (Er, 2013). Bu dönemim modacıları; Emilio Pucci, Valentino, Emanuel Ungaro, Hanae Mori, Oscar De La Renta, Pierre Cardin, Nina Ricci modaya yön vermiştir. Dereboy, 1960 yılları erkek giyimiyle ilgili şunları söylemiştir;

“1960'lı yılların ortalarına kadar erkek modasında köklü değişim yaşanmamış parlak, canlı renklerin gücü keşfedilerek, giyim seçimlerinde özgür davranılmaya başlanmış, takım ve paltolarda dar stiller, gömlek ve kravatın yerini alan balıkçı yaka kazaklar, yelekler, fermuarlı ceketler, yakası kürk bordürlü mont, kaban trenchcoat'lar, Pop-Art, Op-Art sanat akımlarının etkisinde tasarlanan renkli kravatlar, dar polo gömlek, çizgili t-shirtler, Levi's jean'ler gardıroplarda yer almış 1969'da kürk paltolar, çok renkli chic giyim stilleri, Clark pantolonlar, Britwell

baskılar, Psychedelic akımlar ile erkek modasında, radikal değişimler yaşanmıştır” (Dereboy, 2012).



Şekil 3.1.4.14. 1960-69 Yılları Erkek Giyim Stilleri

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/251075747968632497/> Erişim Tarihi: 18.10.2021



Şekil 3.1.4.15. Roberto Cavilli Men's Spring 2017 Hippi Giyim Stiline Örnek

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/111675265749239638/> Erişim Tarihi: 18.10.2021

1970’li Yıllar terörizmin küresel sahnede ortaya çıkışı ve beraberinde getirdiği siyasi, toplumsal olaylar bu yıllara damgasını vurmuştur (Gürsoy, 2010). Global problemler, endüstriyel ve ekonomik çalkantılar, feminizm akımı, petrol sorunları vb. gibi birçok sorun ortaya çıkmıştır.

Haute-couture bu yıllarda da önemini yitirirken pret a porter daha çok önem kazanmıştır. Bu dönemde jean pantolonlar çok trend olmuş ve neredeyse tüm modacılar jean’i koleksiyonlarında kullanmışlardır. 1970’li yıllar erkekler için şatafat, çekilik ve parıltı yılları olmuş ve bu görünüm ‘Glam Rock’ moda akımını getirmiştir. Glam rock androjen bir görünüme sahiptir. Erkeklerin kadınlar gibi süslandıkları, makyaj yaptıkları, parlak kıyafetler ve topuklu ayakkabı giydikleri yıllar olmuştur. Glam rock’ın öncüsü David Bowie’dır. Ziggy Stardust sahne kimliğiyle ünlenen Bowie saçlarını parlak renklere boyaması ve sıra dışı sahne kıyafeti ve abartılı makyajıyla ön plana çıkmıştır. Crane (2018), Bowie giyimin cinsiyeti kodlama ve belirleme şekillerine radikal saldırıda bulunmuş ve travesti imajını yansıtan ilk şarkıcı olmuştur.

Dereboy (2012), doğal giyim stillerine karşı gelen, yeraltı müzik dinleyen asi, sadomazoşist görünümlü “Punk” moda akımın merkezi olmuştur. Kısaca “punkçı” adıyla bilinen punk rockçılar, Britanya ve Amerika Birleşik Devletleri’nde 1970’lerde ortaya çıkmıştır, aşırı uçlarda görünümleri hemen dikkat çekmiştir (Hopkins, 2016). Bu dönemin modacılar; Giorgio Armani, Kenzo, Karl Lagerfeld, Thierry Mugler, Issey Miyake, Vivien Westwood, Ralph Lauren, Calvin Klein genç modacılar modaya yön vermiştir. Dereboy; 1970 yılının erkek giyimiyle ilgili şu şekilde açıklama yapmıştır;

“70’li yıllarda büyük, sivri yakalı, fırfırlı polyester, modern dans ve disko ışıkları altında mükemmel duran iki düğmesi açık kullanılan beyaz gömlekler, egzotik tropik desenli bluzlar, aplike, baskılı t-shirt’ler, yüksek belli çan, İspanyol paçalı pantolonlar, Ralph Lauren, Calvin Klein, Perry Ellis’in jean’leri, bermudalar, kısa şortlar, fermuarlı tulum, yün, kadife, süet, deri blazer’lar, safari, beyzbol ceketler, üç parçalı yelekli suit takımlar, multi-renkli geniş kravatlar, büyük saten papyonlar, Afgan, astragan, tilki kürkleri, trenchcoatlar, uzun maxi paltolar, platformlu ayakkabılar, Texas kovboy çizmeleri erkek gardıroplarında yer almıştır” (Dereboy, 2012).



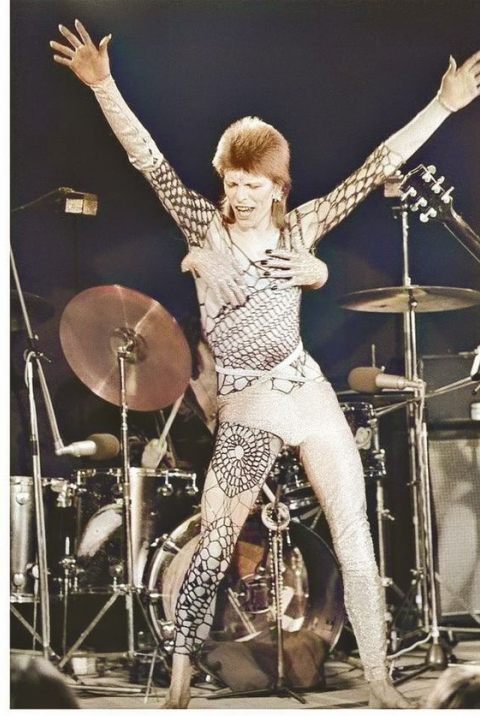
Şekil 3.1.4.16. 1970-79 Yılları Erkek Giyim Stilleri

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/251075747968632501/> Erişim Tarihi: 18.10.2021



Şekil 3.1.4.17. Punk Stiline Örnek Giyim

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/Aa-HN3fRQrVV-s-diUmJh7fDta4wLjccrzBPG0T9eQdBBjWUKtI98fo8/> Erişim Tarihi: 18.10.2021



Şekil 3.1.4.18. David Bowie Glam Rock Sahne Kıyafetleri

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/> Erişim Tarihi: 18.10.2021

1980’li yıllarda üretim tekniklerinin artması, yeni orta sınıf ve farklı ekonomilerin ortaya çıkışı, küresel büyüme, ucuz iş gücünün Asya pazarına kayması, kültür, göçü nüfus patlaması vb. gibi olaylar ortaya çıkmıştır (Dereboy, 2012). Bu dönemde artık tüketim toplumu olarak değil gösteri toplumu olarak var olmuştur. Halklara özgürlük anlayışı gündemde olduğu ve modacılarında özgürlüğe dönük moda anlayışlarını ön plana çıkarmıştır. Özgürlük ve refahın getirdiği rahat giyim özellikle hafta sonları ve tatillerde ağırlıkta olmuştur (Gürsoy, 2010). Spor giyim her kesim tarafından kullanılmaya başlanmıştır. 80’ler de spor modası öne çıkmış, üstü bol paçaları dar pantolonlar, taytlar, parmak uçları kesik eldivenler, parlak ve canlı renkler, kocaman takılar, parlak kumaşlar ve abartılı çizgiler, deri kıyafetler, renkli makyajlar bu dönemde trend olmuştur.

80’li yılları etkileyen bir diğer faktörde kitle iletişim araçlarının bir parçası olan televizyon ve televizyon dizileri olmuştur (Kaya, 2007). İlk kişisel bilgisayarlar, sinema sektöründe kullanılan efektler, müzik çalarların kullanımı da bu dönemde artmıştır. Pop, hard rock, heavy glam, metal, latin, techno gibi birçok müzik türleri çıkmıştır. Her şey mümkün, her şey uyar, her stil moda ve her şey doğru anlayışı Postmodernizmin özelliklerini kapsamaktadır. Postmodernizm bu dönemde tam anlamıyla kendisini, sanatta, mimaride, modada, müzikte ve birçok alanda kendisini göstermiştir.

Disko kültürü, devasa gece kulüpleri, şova dönüşen konserler modayı etkilemiş ve modaya diskonun atmosferini yansıtan enerji veren parlak ve renkli kumaşların bir arada kullanılmasını sağlamıştır. Bu dönemin önemli modacıları; Yohji Yamanato, Issey Miyake, Rei Kawakubo, Kenzo, Hanae Mori, Valentino, Givency, Thierry Mugler modaya yön vermişlerdir, Dereboy, 1980 yılları erkek giyimiyle ilgili şu açıklamaları yapmıştır;

“1980’li yıllarda erkek gardıroplarında alttan düğmeli, küçük yakalı, Oxford stili gömlekler, dar enli deri kravatlar, ince klapalı erkek yakalı, çizgili suit takımlar smokin ve jaketataylar, gri, beyaz, ekru, spor dikişli, sık tek ceketler, blazerlar kaşmir kabanlar, açık pastel pembe, eflatun, turkuaz gibi renklerle logolu, marka monogramlı t-shirtler, Hawaii gömlekleri, teknolojinin yeni buluşu su geçirmez kumaştan üretilen fermuarlı mont, anorak ve yelekler, dar kesimli jean pantolonlar,

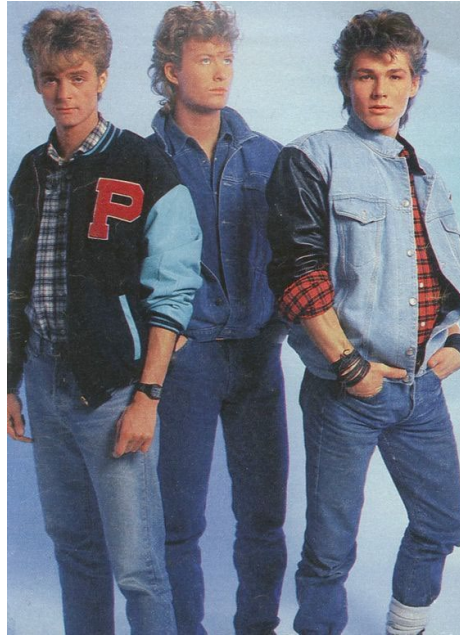
uzun kazak, baklava, ekose desenli süveterler, vatkalı, geniş omuzlu, armalı süet deri pilot ceketler, resimli, çok renkli iç çamaşırları, boxer ve mayolar yer almıştır” (Dereboy, 2012).



Şekil 3.1.4.19. 1980-89 Yılları Erkek Giyim Tarzları

Kaynak:

https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.autoconnective.in%2Ffoudsq.aspx%3Fproductid%3D133936521%26categoryid%3D73&psig=AOvVaw2zCHDmNtmIMSbllHLQjxuW&ust=1641675472748000&source=images&cd=vfe&ved=0CAsQjRxqFwoTCLDrx-_DoPUCFQAAAAAdAAAAABAU Erişim tarihi:18.10.2021



Şekil 3.1.4.20. 1980 Erkek Giyimine Örnek

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/251075747968633975/> Erişim Tarihi: 18.10.2021

1990'lı yıllar teknoloji ve medyanın hızlı geliştiği, büyük ülkelerin tüketim toplumuna dönüştüğü, moda seyahatleri, günlük alışveriş turları, televizyon yoluyla yapılan sanal satışlar gibi birçok yenilikler başlamıştır (Dereboy, 2012). Doksanlı yıllara, sade ve vücudu kavrayan formlar iz bırakmıştır.

1990'lı yılların basitleştirme ve sadeleşmeye sonra gelen akım “minimalizm” olmuştur. Günümüze kadar var olan tarzların sonsuz çeşitleri 80'lere oranla fazla etkisini göstermiş, geçmiş yılların tarzlarını tekrar ortaya çıkarmışlardır. Dereboy (2012), genç giyimde 60'lı, 70'li yılların yenilenen stillerine geri dönüşler yaşanmıştır. Müzik türlerinde r&b, pop, hip-hop, rock çok popüler olmuştur. 90'lı yılların erkek ünlü isimleri Tom Cruise, Brad Pitt, Leonarda Di Caprio, David Beckham, Johnny Depp, George Michael, Justin Timberlack, Ricky Martin modaya yön vermiştir. Bu dönem deri ceketler, kot pantolonları ve tişört görünümü erkek modasını mükemmel bir şekilde tanımlamıştır.

Kumaş teknolojisinde önemli ve büyük ölçüde gelişim sağlanmış, lycra, elastan, doğal görünümlü elyaflar üretilmiştir. Spor giyim artık her an hayata karışmış durumdaydı. Çalışan insanlar için uygun üretimler yapılmıştır. Modacılar tarafından marka ve logo çalışmaları ortaya çıkmış ve bunun sonucunda taklitler çoğalmıştır. Bu yıllarda marka tasarımcıları egemenliklerini ilan etmişlerdir. 90'lı yıllarda çevreye duyarlılık, artmış hayvan haklarını koruma dernekleri kurulmuş, kürk kullanımı protesto edilmiştir. Bu dönemin ünlü modacıları; Thierry Mugler, Jean-Paul Gaultier, Byblos, Kenzo, Moschino, Kumagai, Paul Smith, Yamamoto, Adolfo Dominguez, Versace, Armani, Valentino, Prada, Gucci, Lacost, Calvin Klein, Louis Vuitton, Tommy Hilfiger modaya yön vermiştir. Erkeklerde dövme, küpe ve piercing trend olmuştur.

90'lı yılların Celebrity adı verilen ünlü kişiler modaya yön vermiştir. Dereboy, 1990 erkek giyimi ile ilgili şu açıklamaları yapmıştır;

“1990'lı yıllarda, altmışlı yılların rock, Latin Amerika özgürlüğünü çağrıştıran işlevsel, metropoitan stiller klasiklerin yerini alırken, Mickey Mouse gibi çizgi kahramanların, Versace'nin özel desenlerinin yer aldığı kravatlar, açık sarı, mavi, yeşil, kırmızı renkli, üç boyutlu Panama , Fresco, Cotele, pamuklu, ham ipek, çuval keten kumaş suitler, lacivert blazer, siyah deri, üç-dört düğmeli, rahat , gündelik iş

giysisi ceketler, ince sveter, kazak, polo, aloha gömlekler, baskılı t-shirtler, anorak, düz kesimli, “Levi’s 501” jean, haki kargo pantolonlar, loafer, tekne Nike spor ayakkabılar, aviator güneş gözlükleri erkek gardıroplarında yer almıştır” (Dereboy, 2012).



şekil 3.1.4.21. 1990-99 Yılları Erkek Giyim Tarzları

Kaynak: <https://www.lapolo.in/blog/100-years-mens-fashion/> Erişim Tarihi: 19.10.2021



şekil 3.1.4.22. 1990 Brad Pitt Erkek Giyimine rnek

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/140806218667247/> Erişim Tarihi: 19.10.2021

3.2. Tarihsel Gelişim Süreci Boyunca Türkiye’de Erkek Giysisine Genel Bakış

Giysi sahip olunan dünya görüşünün aynası niteliğindedir (Koca ve Koç, 2009). Ülkemizde erkek giyiminin gösterdiği değişim, askeri anlamda yapılan nizamlarla doğrudan bağlantılı olmuştur. Türkler, Orta Asya’nın merkezi göçebe kavim olarak Çin etkisini doğudan alırken, 10 ve 11’inci yüzyıllarda İslam’dan etkilenmişlerdir (Gürsoy, 2004).

Türk giysilerine ilişkin en eski bilgiler, Asya’da ele geçen duvar resimlerinden, Tufandaki buluntulardan, minyatürlerden vb. kaynaklardan ulaşılmaktadır (Tokuştepe, 2011). Öngen, Cumhuriyet Dönemi’yle ilgili şu açıklamaları yapmıştır;

“Türk erkeklerinin modernleşme sürecinde ve Batılı yaşam tarzı, Cumhuriyet Döneminden önce Osmanlı Döneminde Tanzimat’la başlamıştır. Cumhuriyetin ilanı ile çağdaş ve uygarlık yolunda atılan adımlar Türk halkına inerek hız kazanması, sosyal hayatı da etkileyerek giyim kuşamda değişim ve dönüşümlere neden olmuştur. Batılılaşmanın bir devlet politikası olarak kabul edildiği ve uygulandığı XIX. yüzyılın sonlarına doğru Osmanlı Döneminde ve Cumhuriyet’in ilk yıllarında Batılılaşma, ilk olarak erkek moda anlayışındaki değişimle karşımıza çıkar” (Öngen, 2015).

Türkiye’de yaşanan Batılılaşma süreci toplumun her kesimini etkilemiş özellikle de kadından ziyade erkeğin değişimi ile başlamıştır. Koç ve Koca (2009), Osmanlı imparatorluğunun en önemli şehri ve imparatorluğun Avrupa’ya açılan kapısı olarak görülen şehir İstanbul olmuştur. Geleneksel kıyafet tarzlarının terkedildiği hem hayat hem de kullanım olarak Avrupalı tarzların kabul edildiği ve ilk olarak kullanıldığı şehir olarak karşımıza çıkmıştır. Koç ve Koca Türklerle ilgili şu açıklamaları yapmıştır;

“Türkler İstanbul’u Bizanslılardan aldıktan sonra yalnızca antik imparatorlukları ve taşları değil aynı zamanda yasalarını, adetlerini, geleneklerini ve hatta boyun eğmiş

ulusların adlarını da yıkıp yok ederek, yerine kendi kuralları gelenekleri ve adetlerini yerleştirmiş bir ulus olarak kendini dünyaya kabul ettirmiştir Osmanlı İmparatorluğunun reform sürecinde giyim, toplumunun “etiket” kurallarının bir parçası, çok önemli bir görsel iletişim dili ve toplumsal hiyerarşinin korunmasındaki temel unsurlardan biri olarak görüldüğü için bu yönde tanımlamalar ve tasarımlar gerçekleştirilmiştir. Dönemin, Fransız kültürünün etkisinde olması nedeni ile Fransız zevkinin Osmanlı sosyal hayatındaki hâkimiyeti özellikle giyim kuşam ürünlerinde daha çok görülmüştür” (Koç, Koca, 2009).

3.2.1.Osmanlı Dönemi

Selçuklulara bağlı bir uç beyliği olarak Anadolu’da kurulan Osmanlı Beyliği devlet niteliğini kazandığı Sultan Orhan (1324-1362) zamanından itibaren yayılmaya ve genişlemeye başladıkça düzenli birlik yapısına kavuşan ordu ile ilk düzenlemeler kıyafetle başlamıştır (Aktepe, 2020). 1453’te İstanbul’un fethinden sonra Türkler, tüm Avrupa’nın kışkırdığı gösterişli giyim tabanının ilkelerinin bozulmasına boyun eğmediler (Koç, Koca, 2009). Osmanlı imparatorluğunun askeri alanında var olan yenileme ve modernizasyon çalışmaları, ağırlıklı olarak giyim kuşam üzerine olmuştur. Yeni oluşturulan orduların tepeden tırnağa değiştirilmiş üniformalarına ek olarak, yeniden düzenlenen devlet teşkilatının bürokrat ve memurlarında giyim kuşamı tamamen değiştirilmiştir (Sağduyu, 2017).

16. yüzyılda saray üyelerinin elbiseleri sarayın terzileri tarafından özel olarak dikilmiştir. Giysilerdeki kumaşların nitelikleri ve özel işçiliği ile halk giysilerinden ayırt edilmiştir (Taştepe, 2014). Osmanlı’lar da genel olarak giysilerin ilişkisinde üç temel katmanı görmek her zaman mümkün olmuştur. Bunlar;

1. Şalvar ve gömleklerden oluşan iç giyimler,
2. Entari, kaftan ve cepkenlerden oluşan dış giyimler,
3. Ferace ve dış kaftanlarından oluşan üst giyimler (Koç, Koca, 2009).

17. yüzyılda kumaş desenlerindeki dağılım ve kalitesindeki düşmelere rağmen ihtişamın, gösterişin ilerlediği görülmüştür. Taştepe (2014), Osmanlı hayatındaki asıl ilerleme ise Sultan III. Ahmed devrinde (1703–1730), başlayan Batılılaşma hareketleri ve Lâle Devri ile yaşanmıştır.



Şekil 3.2.1.1. Osmanlı Kaftan Örneği

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/317363104966864524/> Erişim Tarihi: 08.12.2021

18. Yüzyılın başında Pasarofça anlaşmasından sonra III. Ahmet'in parlak dönemi Lale Devrinde "Kanuni Teşrifat" ta yeni düzenlemeler yapılarak devam etmiştir. Osmanlı sarayı ve devlet adamlarının kıyafetleri en gösterişli biçimde ve simgesel tarzda sınıf ve rütbelerine göre padişahın şahsında son bulacak şekilde bir düzenlenmiştir (Koca, 2009).

III. Selim'in eğilimleri bilhassa askeri bölümde batılılaşma yönünde olmuştur. Osmanlı devletine yeni bir düzen (Nizam-ı Cedid) getirecek kadar çok önemsemiştir.

1829 süresince Sultan II. Mahmut göstergesi olarak bir dizi karar aldı ve kılık kıyafete dayalı bütün eski sosyal işaretleri kaldırmıştır. Batılılaşma yolunda ilk kıyafet inkılâbını yapan padişah olmuştur. II. Mahmut inkılâpları için doğru zamanını beklemiş, 14 Haziran 1826'da Asakir-i Mansure-i Muhammediye orduya Avrupa stilinde yeni üniformalarını giydirmiş, birçok olaya neden olacak olayları gerçekleştirmiştir ve yeniçerileri reformunu ortadan kaldırtmıştır. Aktepe, II. Mahmud dönemi ilgili şunları söylemiştir;

"II.Mahmud kurduğu yeni orduda; askerin, setre ve pantolonun yanı sıra başlık olarak *fes* giymelerini kurala bağlamış ve zorunluluk haline getirmiştir. Askeri ve idari değişikliklerin yoğun olarak yaşadığı bu dönemde, erkek giyimindeki değişimin başlangıç noktasını oluşturan askeri kıyafetler özellikle başlık olarak kullanılan fes; bu süreçte önemli bir sembol olarak, başta devler ricali olmak üzere toplumun üst katmanlarından başlamış, çeşitli tepkiler olmasına rağmen halk arasında da yayılmıştır. Artan ihtiyacın karşılanması için önceleri başta Tunus ve Mısır'dan ithal edilmiş sonrasında ise Türk giyim sanayinin en önemli fabrikalarından biri feshane kurulmuştur" (Aktepe, 2020).

Osmanlı toplumunda 18. Ve 19. Yüzyıl boyunca her alanda önemli ve köklü değişimler gözlemlenmiştir. Bir kültürün en kolay görünen en önemli unsurlarından biri olan giyim, 18.yüzyılın başlarından itibaren Osmanlı Devleti'nde oluşmaya başlamasıyla kültürel değişim sürecinin önemli bir parçası olarak gündemde kalmıştır (Koca, 2009).



Şekil 3.2.1.2. Nizami-ı Cedid Ordusu

Kaynak: (Aktepe, 2020: 166).



Şekil 3.2.1.3. Yeniçeri Ocağı'nın Yerine Kurulan 'Asakir-i Mansure-i Muhammediye'nin Giysileri

Kaynak: (Tokuştepe, 2011: 101).



Şekil 3.2.1.4. III. Selim

Kaynak: (Koca, 2009).

19.yüzyıl Osmanlı erkek giysisi, Batı'nın etkisiyle geleneksel giysi stiline etkisi altında giderek uzaklaşmıştır. Devletin önemli mensupları ve memurlarıyla İstanbul'un üst kesimleri zaman içerisinde geleneksel kıyafetleri yerine, setre pantolon başta olmak üzere Avrupa tarzı kıyafetler giymişlerdir (Öngen, 2015).

III. Selim Dönemi reform hareketlerinde, Avrupa metotları hâkim olmuştur. II. Mahmud devletin sorunu olan yeniçeri ocağını 1826 yılında kaldırdı yerine, giyimden teçhizata kadar yeni teknolojiyle donatılmış bir ordu kurmuştur (Öngen, 2015). Osmanlı'da ilk yenilik askeri giysilerde başlamış ve sonra üniformasız erkek kıyafetleri görülmüştür.

3 Mart 1829'da Sultan II. Mahmud bir irade ile devlet memurları askerlerin bu zamandan sonra kavuk yerine fes giymelerini mecbur kılmıştır. 1839'da ilan edilen "Tanzimat Fermanı" ile öncelikle asker üniformalarında yapılan düzenlemeler daha sonra sivil sektördeki erkek giysilerine yansıtılmıştır. Evliyaoğlu, Tanzimat Dönemi ile ilgili şu şekilde açıklama yapmıştır;

"3 Kasım 1839 yılında imzalanan Tanzimat Fermanı ile tüm devlet memurlarını tekrardan oluşturulmuştur. Tanzimat Fermanı, Osmanlı İmparatorluğu'nun Avrupai stillerinin modernleşmenin ilk resmi adımı olarak kabul edilmiştir. Tanzimat'la beraber Sultan Abdülmecit yıllarında (1839-61) de bir önceki II. Mahmud yıllarındaki gibi kılık kıyafet noktasında Avrupai varyasyonlar devam etmiştir. Askeri giysilerindeki setre ve pantolon kullanımı bu yıllarda görülmüştür. Bir önceki yıllarda kullanılan aşağıda geniş yukarı doğru daralan "Tunus fesleri" kullanılmaya devam edilmiştir. Yine setre pantolon ve fes bu yılların değişmez Avrupai giysilerin temelini oluşturmuştur. Tanzimat'ın ilan edilmesiyle kıyafet reformu yalnızca erkeklerle kalmayıp kadınları da kapsamıştır" (Evliyaoğlu, 2019).

Giyim her zaman bir statü vasıtası olarak kabul edildiği, Osmanlı İmparatorluğu'nda her daim siyasi öneme sahip olmuştur. Giysi renkleri ve stilleri, karmaşık bir toplumun bir kesimini din, dil, ırk, meslek, zenginlik açısından diğerlerinden ayırmaya yardımcı olmuştur. Teknolojide gösterdiği gibi sanatta da kendini gösteren Avrupa her alanda Osmanlı İmparatorluğu'nda yayılmaya başlamıştır. Giyim anlayışında modernleşme adı altında yaşanan değişimler, Osmanlı



Şekil 3.2.1.5. Padişah 2.Mahmut'un Kıyafet Reformundan Öncesi

Kaynak: (Aktepe, 2020: 154).



Şekil 3.2.1.6. Padişah 2.Mahmut'un Kıyafet Reformundan Sonrası

Kaynak: (Evliyaoğlu, 2019: 94)

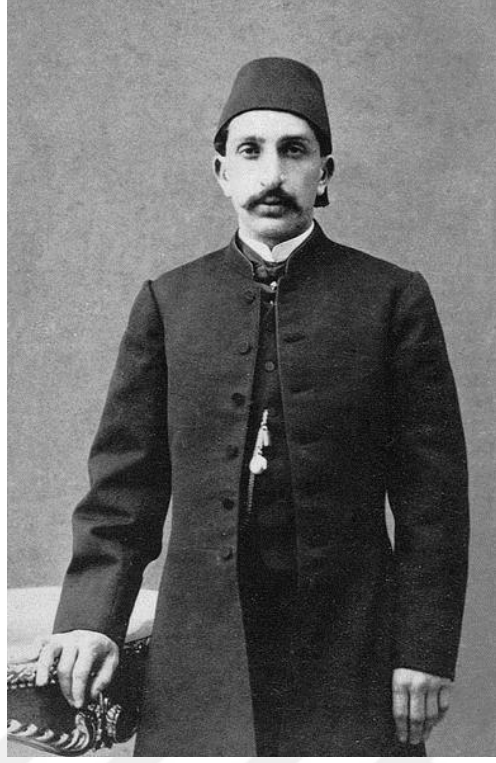
İmparatorluğunun politik ve ekonomik olarak gerilemeye başladığı bu döneme denk gelmiştir (Koca, 2009).

19. yüzyılın son padişahı, II. Abdülhamid, 1876 yılına gelindiği zaman imzalanan ilk anayasa olan Kanun-i Esasi’de devlet ve halkın giysileri, resmi bir şekilde değiştirilmiştir. Askeri devrimin kapasitesini sınırlandıran şalvar, mintan ve camadanların evrensel durumda askerlik nizamına elverişli olmadığı söylenerek kullanılmaması mevzusunda resmî sonuç kesinleştirilmiştir. Daha sonra 1879’da, askerlerin yalnızca setre ve pantolon giyebileceği hükmü verilmiştir. Koç ve Koca, giysi değişimiyle ilgili şunları söylemişlerdir;

“Askeri kıyafet olan setire – pantolonu halk tarafından benimsenmeye başlayınca İstanbul terzileri alaturka bir setire şekli olan “istanbulini” icat etmiştir. Abdülhamit döneminde, istanbulin yerine diz kapağının altına kadar uzanan geniş etekli, arkası yırtmaçlı alafranga bir ceket olan redingot giyilmeye başlanmış, yakası kolalı frenk gömleği, boyun bağı, yelek ve redingotla benzer kumaştan pantolon İstanbullu beylerin yeni trendi olmuş. Sarık, cübbe ve ayakkabının yerini; redingotlar, pelerinler, pantolonlar ve siyah derili potinler almıştır” (Koç ve Koca, 2009)

Batılılaşma hareketleri II. Meşrutiyet Dönemi 1908- 1922 yılları süresince bir takım fikir akımları çevresinde gelişen toplumsal hareketlenmelerin yoğunluk kazandığı ve kadının toplumsal rolünün Batılılaşma politikasında yer aldığı görülmüştür (Aktepe, 2020).

Osmanlıda yaşanan değişimler ilerlerken İtilaf ve İttifak devletleri arasında süren I. Dünya Savaşına Osmanlılar da girmiş ve savaşı kaybetmişlerdir. Öngen (2015), 30 Ekim 1918’de Mondros Mütarekesi’ni imzalayan Osmanlı, İtilâf Devletleri’nin dayattığı zor koşullara boyun eğmek zorunda kalmıştır. Cumhuriyet, 29 Ekim 1923’te Kurtuluş Savaşı kazanılarak ilan edilmiştir.



Şekil 3.2.1.7. 2.Abdülhamit

Kaynak: (Aktepe, 2020: 162).



Şekil 3.2.1.8. Sultan II. Abdülhamit'in Taktığı Fes

Kaynak: (Evliyaoğlu, (2019: 84).

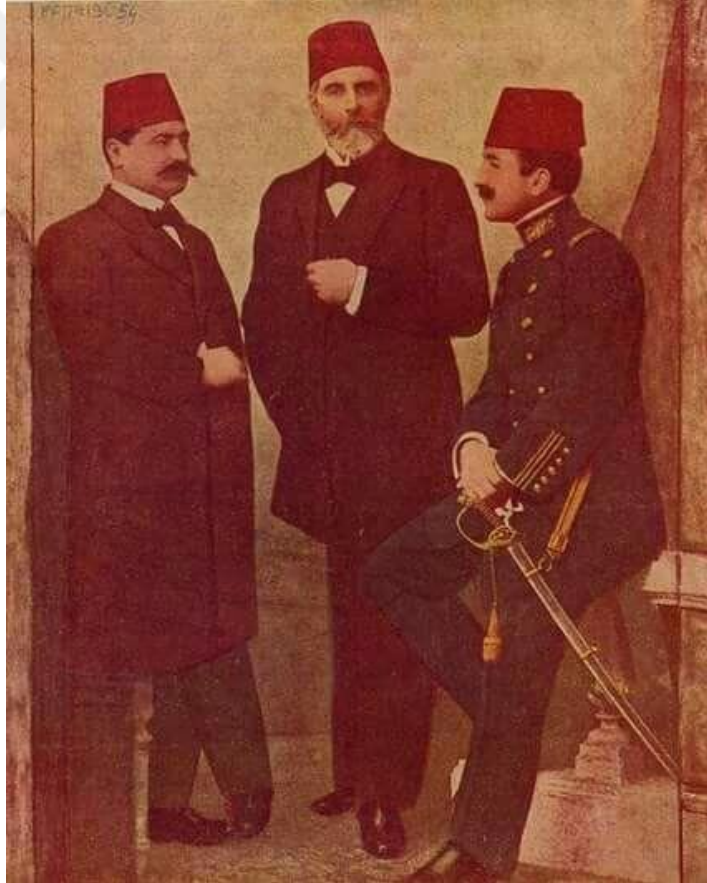


) Redingot



Şekil 3.2.1.9. Genel Hatlarıyla Redingot (solda), 19. Yüzyılda Giyilen Modern Makferlan Temsili

Kaynak: (Evliyaoglu, (2019: 85-95).



Şekil 3.2.1.10. Meşrutiyet'in Simge İsimlerinden Bazıları; Soldan Sağa, Talat Paşa, Ahmet Rıza Bey, Enver Paşa

Kaynak: (Aktepe, (2020: 35).

3.2.2. Cumhuriyet Dönemi

Mustafa Kemal Atatürk'ün Kurtuluş Savaşını kazanıp 29 Ekim 1923'te Cumhuriyeti İlan etmesiyle sosyal, siyasal ve toplumsal alanda yeniliklerin başlamasına öncü olmuştur. Böylece Cumhuriyet ile birlikte aile yaşamı, ilişkiler, giyim ve eğlence hayatı gibi sosyal yaşamı içine alan değişiklikler olmuştur (Öngen, 2015).

İlk yenilik şapka kanunuyla başlamıştır. 25 Kasım 1925'te mecliste kabul edilen ve 28 Kasım 1925'te Resmî Gazetede yayımlanmış, erkeklerin şapka takmalarını onaylamış, ceket, pantolon, kravat, baston vb. aksesuarlarla tamamlamıştır. Batı tarzında 1925'lerden sonra, erkek modasında İngiliz tarzı ilgi çekmiş, İngilizler dönemin zarif, şık, titiz bir cazibeye sahip statüye kavuşturmuşlardır. Öngen erkek giyiminin yeniliklerini şöyle açıklamıştır;

“Cumhuriyetle birlikte "güzel giyinmek kavramı "basında, "erkek kıyafet modası ve nasıl giyilmesi" konusunda bilgi veren yazılar yazılmaktaydı. Ayrıca bu dönemde ilköğretimin zorunlu kılınması, kız ve erkeklerin birlikte okuması, yurtdışına birçok alanda öğrenci gönderilmesiyle okuma yazma oranı artmasıyla, sayıları hızla artan gazete ve dergilerde, Avrupa'da toplumsal sahada yaşanan yeniliklerin takip edilmesi sağlamış, basılan kitap sayısının ve satışının arttığı görülmüştür. Artık çağdaşlaşma, devrimlerle, devlet ve toplum yaşamına yansıtılmaktadır. Böylelikle toplum büyük bir değişim projesinin içine girmiştir. Eğlenceden modaya, sanattan ticarete, tatil yapma tarzından, bayram ziyaretlerine, insan ilişkilerinden, selamlaşma şekline, ana-baba çocuk ilişkilerine, beslenme alışkanlıklarından, yeme-içme kültürüne, yeni alışkanlıklara, hayat felsefesine, tutum ve davranışlara, ahlak kurallarına, bilgi, görgü gibi anlayışların değişmesine neden olmuştur” (Öngen, 2015).

Gerçekleştirilen inkılâplar Türkiye Devletini modernize etmek ve gelişmiş milletler düzeyine ulaştırmaktır. Atatürk bu amacına ulaşmak için değişime kendisinden başlamıştır. Badem (2016), dönemin en zarif erkeği olan Atatürk, frak ceketi ile siyah saten şapkayı, ipek beyaz deri eldivenleri, siyah rugan ayakkabıları ve smokini resmi davetlerde seçmiştir. Batı toplumunda orta çağdan beri giyilen pantolon, frak, yelek, eldiven ve kullanılan baston yeni Türkiye'de de kullanılmaya başlanmıştır.



Şekil 3.2.2.1. Mustafa Kemal Atatürk Şapka Örneği

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/251075747968640586/> Erişim Tarihi: 09.12.2021



Şekil 3.2.2.2. Cumhuriyet Dönemi Erkek Giyim Tarzına Örnek

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/251075747968640588/> Erişim Tarihi: 09.12.2021



Şekil 3.2.2.3. Şapka ve Palto Örneği

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/251075747968640591/> Erişim Tarihi: 09.12.2021

Türkiye’de ısmarlama terzilik bir modadan çok gereklilik ve ihtiyaç olmuştur. Avrupa’dan getirtilen malları tüketen mağazaların az olması, büyük olmaması ve malların yüksek fiyatlı olması sebebiyle terzilere rağbet artmıştır. Türklerde moda, artarak bütün toplumsal statülere yayılmış batılılaşma zorunluluğu getirilmiş; kıyafet terzi ürünü olmaktan çıkmış, sanayileşmeyle beraber çok daha uygun fiyatlı olan hazır giyimin adımları atılmıştır.

Eski ve modası geçmiş kurumların ortadan kaldırılmasıyla, eskimiş görüntüler çağdaş hale getirilmiş ve giyside 1925’ten 1934’e kadar değişim ve modernleşme başlamıştır. 1930’lu yıllarda ekonomik kriz, giyimde sadelik ve yalınlık rüzgarları estirmiştir.

1930’lu yıllarda Türk Silahlı Kuvvetleri için ısmarlanan üniformalar üst düzey rütbeli askerler için merasim giysileri olarak kullanılmaya başlanmıştır. 1940’lı yılların sonu ve 1950’li yılların başında moda ve giyim masraf olarak görülmemiş ve toplumun tek bir biçimde giyinişmesi konusuna önem verilmiştir (Taştepe, 2014). 1945 devrimleri gerçekleştirdiği sırada, Mustafa Kemal Atatürk devlet bilir kişileri gösteren Türk ordusunun üniformalarının stillerine ilgi duyduğu dönemin ünlü moda tasarımcısı Coco Chanel’den tasarlamasını istemiştir (Badem, 2016). 1930-40 yılları arasında erkek giyiminde çok ilerleme olmamıştır.

1950’li yılların sonuna doğru, klasik erkek giyiminde yeni tarzlar ortaya çıkmıştır, tatil ve özel vakitleri, boş zaman aktiviteleri için yeni, farklı giysi tarzları doğmuştur. Bu yıllarda ceketlerde süet yaka, aksesuarlarda ise kep, melon şapka birbiriyle uyum içerisinde mendil, kravat, eldiven ve ütü izine vurgu yapan pantolonlarda duble paça kullanılmaya başlanmıştır. Müzik ve sinema dünyası modada batıyı ciddi şekilde etkisi altına alırken, Türkiye’de etkilenmiştir. Dönemin yıldızı Elvis Presley Rock’n Roll müzikle gençleri etkilemiştir. Sinema yıldızı Marlon Brando ve James Dean giyimleri modayı fazlasıyla etkilemiş ve bu dönemden sonra jean (kot pantolon), deri ceket ve tişörtler popülerlik kazanmıştır. Türk erkekleri de jeanden etkilenmiş ve sık kullanmaya başlamıştır.

1960 Türk modası taslaklarına bakıldığında, zarif ince bedenler, bu bedene oturan dar fitler ve omuzlar, ceket boylarında ince uzun, pantolonlar dar ve pilisiz şekilde kullanıldığı görülmüştür.



Şekil 3.2.2.4. Erkek Pantolon ve Norfolk Ceket Takımı

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/251075747968640599/> Erişim Tarihi: 09.12.2021



Şekil 3.2.2.5. Erkek Şapka Örneği

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/251075747968640601/> Erişim Tarihi: 09.12.2021

1970'lerde Türkiye hızlı politik ve kültürel devinimlerin yaşandığı yıllar olmuştur. Badem (2016), bu durum toplumdaki ayrılaşmayı arttırmış, siyasi ve ideolojik kanatlar arasındaki tartışmaları yoğunlaştırmıştır. Türkiye'de kot pantolon bu dönemde giderek yaygınlaşmaya başlamıştır.

1980'li yıllarda spor giyim popüler olmaya başlamıştır. Özel tasarımlar büyük endüstriyel üretim nitelikleri ve hız ile birlikte yüksek gelir gruplarına marka oluşturulmuştur. Giyimde kullanılan büyük etiketler lüksü temsil etmeye başlamıştır. Bu dönemde polo yaka tişört Türk erkek giyiminde kullanılmış, kesimler bol ve dökümlü olmuş, kruvaze ve 3 düğme takımlar görülmüştür. İtalyan modasının aksine Türkler, bol ve dökümlü tarzı ile İngiliz modasından etkilenmiştir.

1990'larda Körfez Savaşı'nın etkileri kendini göstermeye başlamıştır. Küreselleşme, işsizlik, politika, medya, teknolojinin hızlı ilerleyişi sosyal çevreyi etkisi altına almıştır. Türkiye'de bu durumdan etkilenmiştir. Türk giyiminde markalaşma gelişmiş, Batı ülkelerindeki gibi büyük alışveriş merkezlerinin benzerleri Türkiye'de de açılmış ve tüketime yönelim artmıştır.

2000'li yıllar Türk erkek modası geçmişin izlerini bu dönemde de devam ettirme olarak algılanmıştır. Batı modasını takip etmenin yanı sıra, 2000 yıllarına gelindiğinde artık kendi modasını yaratmayı hedeflemiş ve Türk erkek modası özünü yüksek düzeye taşımıştır. Türkiye artık moda dünyasında orta konuma ulaşmayı zorlamıştır. Moda, şıklığı, rahatlığı, konforu, giyilebilir ve kullanılabilirliği estetikle yorumlamıştır.

2010 yılında Türk erkek modası yalnızca Batılı ünlülerinden veya moda markalarından etkilenmemiştir. Ünlülere ulaşmak ve takip etmek internet sayesinde artık bir tık uzağımızdadır. Gelişen internet ve teknolojiyi sayesinde Türk ünlüleri de dikkatleri üzerine çekmiştir. Facebook, Twitter, Instagram gibi sosyal ağlarla moda her an takipte olunmuştur. Sosyal medya ile birlikte ünlülerin kendi sayfaları insanlar tarafından merak edilip, takip edilmekte ve günlük olarak ne yaptıkları ne kıyafetler giydikleri izlemiş olmaktadır (Badem, 2016).

4. POSTMODERNİZM ÇERÇEVESİNDE MODA SEKTÖRÜNÜN ÇAĞDAŞ ERKEK GIYSİ MODASI ÜZERİNE ETKİLERİ

Tarih boyunca giysi konusu birçok evrime şahit olmuştur. Bunlar siyasi olaylar, doğa olayları, göçler, ekonomik olaylar ve sanattaki oluşumlar giysideki değişimlere etki etmiştir. Günümüzde ise bu değişimler devam etmektedir. Sanayileşme ve kentleşmenin getirdiği yeniliklerden biri olan moda bugün küreselleşmeyle birlikte, hazır giyimin de artışından dolayı ciddi boyutlarda tüketilen alanlardan biri haline gelmiştir.

Milenyum çağı olarak bilinen çağ 2000’li yıllarda başlamaktadır. Bu yıllarda tıp alanında kök hücrenin keşfi, evrende yeni gezegenlerin buluşu, küresel ısınma, terör saldırıları, iklim değişiklikleri, internetin hızı gibi birçok yeni olaylar yaşanmıştır. Dereboy (2012), dünya nüfusun çoğalmasıyla hızla artan tüketim, teknolojinin hızla gelişmesiyle günlük hayata giren internet, laptop, mobil cihazlar, Facebook, Twitter, Instagram gibi sosyal ağların yayılımı hız kazanmıştır. Moda internet aracılığıyla sosyal ağlarla birlikte ilerlemiş, moda siteleri ve blogların yayılmasıyla globalleşmesine etken olmuştur. İnsanlar zarafeti, konforu, rahatlığı, giyilebilir ve kullanılabilirliği estetikle yorumlayan bir moda anlayışına ve moda trendlerine ilgi göstermişlerdir. Dereboy, 2000 yılı erkek giyimi ilgili şu açıklamaları yapmıştır;

“2000’li yıllarda ellilerin stilinde klasik takım elbiseler, ganster tarzı suitler tüvit, gabardinden, kruvaze, tek düğmeli, slim-fit kesimli, safari, blazer ceketler klasik beyaz, çiçekli, grafik desenli gömlekler, ince kravatlar, dar kalıplı, kısa paçalı İtalyan stili, şalvar, ince fitilli kadife, kanvas, keten, pamuklu pantolonlar, bermudalar, düşük belli taşlanmış jeanler, pastel ve canlı renklerde polo yakalı baskılı t-shirtler, triko, merserize kazak ve hırkalar, Oxford, loafer stili ayakkabılar, bedene oturan deri pilot kolej montları, yelekler, çoban pantolonlar, parkalar, anorak baseball kasketleri ve aviator güneş gözlükleri, erkek gardıroplarında yer almıştır” (Dereboy, 2012).

Moda, farklı kimliklere sahip insanların çeşitli şekillerde tüketilen bir çevre olmuştur. Unisex kavramıyla birlikte üretilen ürünlerin pazar payı yükselmiştir. Bu

nedenle moda kültürel bir görseldir ve göstergelerden biridir, çünkü “satın alma ve tüketme edinimi olmadan modanın kültürel ürünü tamamlanmış olunmaz ve giyim imal edildiğinde giyilir ve tüketilir” olmuştur (Bırol ve Güdekli, 2017). Giyimde üretim ve tüketim ilişkisi karşılıklı etkileşim içerisinde olmuştur. Crane çağdaş erkek kimliği ile ilgili açıklamaları şu şekildedir;

“Çağdaş erkeğin dört temel niteliği vardır. (1) Erkek bedeniyle özdeşleştirilen fiziksel kuvvet ve kontrol (2) Erkeklerin çevrelerinde, kadınlarla cinsel ilişki kurma biçiminde tarif edilen heteroseksüellik (3) “Erkek mesleği” olarak görülen işlerdeki mesleki zaferi ve (4) Ataerkil aile rolü, nice erkek tarafından olan kurallarından çıkan bir imaj yansıtmayı istemişlerdir. Genel görüş çoğunlukla erkek kimliğinin toplumsal olarak kurulduğu değil, sabit olduğu ve doğuştan geldiği yönündedir. Bu nedenle giyim davranışı yoluyla kimlik kurma girişimleri özellikle de erkekler tarafından şüpheyle karşılanır. Modaya ve giyim davranışına meraklı olma genellikle efemine davranış biçiminde yorumlanır” (Crane, 2018).



Şekil 4.1. 2000-2009 Yılları Erkek Giyim Stillerine Örnek

Kaynak: <https://www.lapolo.in/blog/100-years-mens-fashion/> Erişim Tarihi: 11.12.2021

Geleneksel giyim veya baskın olunmuş giyim tarzları ile yeni tarz arasında ayırım yapmaya dayanan kıyafet formunda yenilik ve değişim oluşturma çabasına girilmiştir. Küreselleşmede tüketim, günlük yaşamın doğasında ve dinamiklerinde bir değişikliğe eşlik etmiştir. Tüketim, geçmişte olmadığı kadar küresel çağda kimlik

üreten ve statü belirleyen bir yaşam biçimi haline gelmiştir. Medya aracılığıyla özellikle reklamlar ile yaygınlaşan erkeklik değerleri gelenekselin kırılmasına ve küreselle kaynaşmasına neden olmuştur. ‘Küreselleşme tarafından hızlandırılan süreç, giderek artan boş zaman ve tüketim biçimiyle kimliğini tanımlar’ olmuştur (Yavuz, 2017).

Gürsoy (2010), Uzakdoğu’nun hâkimiyeti, Çin’in Dünya Ticaret Örgütü’ne katılımının ardından moda merkezine hızlı giriş yapmış, ucuz ve normal kıyafetlerin ön plana çıkışı, bugün al yarın giy ertesi gün de at şeklindeki özgür giyim kavrayışı bugünün modasına yansımıştır. Erkekler ilerleyen yıllarda kadınsı çizgiler taşıyan erkek görünümleri, transparan baskılar, gömlekler ve vücut hatlarını ön plana çıkaran kıyafetler tercih etmiştir. Yaygın bir şekilde Neo-Romantizm hareketi ve çok renkli giysiler ön planda belirmiş ve kadın çizgisindeki modellerin fazlalığı ilgi çekmiştir (Kaya, 2007).

21. Yüzyıl moda tasarımının geleceğe yön vermek için yeni fikirlerin ortaya çıktığı, yaratıcılığın ön planda olacağı, tasarımın sanatla beraber ilerleyeceği, son teknolojinin tasarımla tamamlanacağı bir yüzyıl olmuştur. 21. Yüzyıl için teknoloji çağı, dijital çağ denmiştir.

Son yıllarda erkeklerin bilinçli veya bilinçsiz tüketimleri kadın modasının da ötesinde, erkek modasının giderek detaylı bir şekilde sunulmaya başlanmıştır. ‘Tüketiminin yaygın hale gelmesinden dolayı modada yaşanan dönemler arasındaki geçişlerin, giysilerde kullanılan unsurların birbirine benzetilmiş olsa da giysilerin birtakım farklı içeriklere sahip olduğunu göstermiştir’ (Birol ve Güdekli, 2017). Şehir yaşamındaki artan nüfus yoğunluğundan dolayı sosyal ilişkilerde yaşanan yabancılaşma, insanları tanımlamada birtakım yeniliklere götürmüştür. Bunun en bariz örneği, bireyin giydiği kıyafetler, taktığı aksesuarlar kısacası moda dünyası olmuştur. Sokak modası da modayı yönlendirmede en iyi etmenlerden biri haline gelmeye başlamıştır.

Moda endüstrisinin çok gelişmiş olmasına rağmen, toplum hala kıyafetleri kategorize etmekten vazgeçmiyor. “Metroseksüel” kelimesinin basılı medyada ilk kez İngiliz gazeteci Mark Simpson’ın 15 Kasım 1994 tarihinde The Independent’ta yayımlanan “Here Come the Mirror Men” başlıklı makalesinde kullanıldığı tespit edilmiştir. Metroseksüellik; kalıplaşmış kadınsı niteliklerin sayıldığı, alışveriş

yapmak, makyaj yapmak, oje sürmek, bakımlı olmak, epilasyon yaptırmak, saç boyatmak kendine baktırmak ve kendine bakılmasından hoşlanmak gibi faaliyetler bir erkek tarafından uygulandığında o erkeğin imajında kadınsı (feminen) bir algı oluşturmuştur. İdeal erkek kavramıyla örtüşen überseksüellik metroseksüel erkeklikten en belirgin farkı feminenleşmeden, kendi karakterini ortaya koyarak erkeklik kimliğini ön plana çıkarmasıdır (Özkantar, 2019).



Şekil 4.2. 2010-19 Yılları Erkek Giyim Stillerine Örnek

Kaynak: <https://www.lapolo.in/blog/100-years-mens-fashion/> Erişim Tarihi: 11.12.2021



Şekil 4.3. Überseksüel Erkek Stiline Örnek

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/251075747963788531/> Erişim Tarihi: 11.12.2021

21. Yüzyılla beraber alışıl gelmiş erkeklik hala değişmektedir ve değişmeye devam edecektir. Tasarımcı erkek modasında, kabul edilebilir toplumsal cinsiyet ifade biçimlerinin sınırlarını zorlamakta ve genişletmektedir. Günümüzdeki yeni erkek modasında; her şey giyilebilir, her şey birbirine uyabilir durumda olmuştur. Bugün postmodernizmle beraber erkek modasında karmaşık ve çok kodlu bir kültür ortaya çıkmıştır.

Günümüz endüstriyel modası öncelikli olarak gençlerin beğenilerini hedef almıştır Crane (2018). Özellikle korona virüs salgınından sonra spor giyim tarzına yönelim çok artmıştır. Boş zaman giyimlerinde rahat ve konforlu giyime yönelim daha çok olmuştur. İş alanlarındaki takım elbise giyimlerinde renklerde çok fazla oynama olmamış siyah, lacivert ve gri renklerini kendi içerisinde kombin etmişlerdir. Bugün günlük giyimlerdeki takım elbiselerinde renklerde sınır tanımıyor, modellerde özgür davranıyorlar. Sokak stillerinden, endüstriyel veya lüks modadan ilham alıyor göze çarpan imgeleri belirli giysi çeşitleriyle birleştiriyor.

Günümüzde erkekler duygularını baskılamadan özgürce kendilerini ifade edebiliyorlar. Erkeklerin oje sürmesinden, renklerde sınır tanımamasına, günümüzde etek giymesine kadar normalize edilmektedir. Türkiye’de etek giyme fikri daha oturmamıştır ama Avrupa ülkelerinde görülmeye başlanmıştır. Unisex kavramıyla birlikte iki karşıt cinsiyette düzleşmeler başlamış ve cinsiyette özgürleşme yaşanmıştır. Türk erkek moda tasarımcısı Emre Erdemoğlu erkek modasıyla ilgili şunları ifade etmiştir;

“Moda artık cinsiyetsizleşti. Kadın-erkek kavramı tamamen ortadan kalktı. Bu kargaşayı ve kadın-erkek ayırımı kavramını protesto etmek isteyen herkes, bu fikrini sokaklara ve podyuma taşıyor. Erkek defilelerinde de bununla sıklıkla karşılaşıyoruz. Çünkü artık ‘kadın-erkek’ yok ‘biz’ varız. Eşitlik var! Özellikle biz tasarımcılar o dominant yanımızı mutlaka podyumlara taşıyor ve bunu bir şekilde insanlara aktarmaya çalışıyoruz. Konu podyumlardan da sokaklara iniyor böylelikle. Maskülen bir kadın ya da feminen bir erkek silüeti görmeniz çok mümkün sokaklarda. Kadının erkeğin rengi olmaz... Son zamanlarda etek ya da elbise giyen erkek modellerde, feminen tasarımlara da insanlar gördükçe alıyor ve alıacak. 10 yıl önce moda böyle miydi? Hayır, çünkü çok şey değişti. “Asla olmaz!” dediğimiz kavramları temsil eden tasarımlar şu an sokaklarda. 20 yıl sonra da o etekler giyilecek...” (Barlas, 2018).



Şekil 4.4. Kenzo Men Fashion Show SS/2020

Kaynak: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2020-menswear/kenzo/slideshow/collection#16> Erişim Tarihi: 11.12.2021



Şekil 4.5. Kenzo Men Fashion Show SS/2021

Kaynak: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2021-menswear/kenzo/slideshow/collection#19> Erişim Tarihi: 11.12.2021



Şekil 4.6. Dolce&Gabbana Fashion Show Men SS/2021

Kaynak: <https://www.dolcegabbana.com/en/fashion-show-man-summer-2021/> Erişim Tarihi: 11.12.2021



Şekil 4.7. Dolce&Gabbana Fashion Show Men Fall/2021

Kaynak: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2021-menswear/dolce-gabbana/slideshow/collection#14> Erişim Tarihi: 11.12.2021



Şekil 4.8. Erkek Giyim Stiline Örnek / Damir Doma SS/ 2019

Kaynak: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2019-menswear/damir-doma/slideshow/collection#19> Erişim Tarihi: 11.12.2021



Şekil 4.9. Palomo Spain Fashion Show Man Fall/Winter/2017

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/251075747963792704/> Erişim Tarihi: 11.12.2021



Şekil 4.10. Dolce & Gabbana Man SS/2015 Fashion Week

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/15340454966774720/> Erişim Tarihi: 11.12.2021



Şekil 4.11. Versace Man SS/2015 Fashion Week

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/207658232807997178/> Erişim Tarihi: 11.12.2021



Şekil 4.12. Dünyaca Ünlü Şarkıcı Haryy Style Mat Gala Ödül Töreni Stili Ve Ojeli Tırnakları

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/417568196709937872/> Erişim Tarihi:11.12.2021



Şekil 4.13. Modacıların Podyumda Sunduğu Etekli Erkek Giyim Tarzları

Kaynak: <https://www.gq-magazine.co.uk/article/skirts-for-men> Erişim Tarihi: 11.12.2021



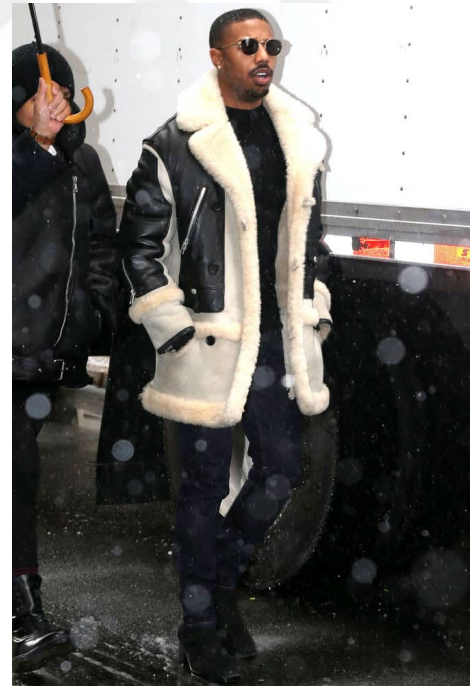
Timotée Chalamet



A\$AP



Donald Glover



Michael B. Jordan

Şekil 4.14. Dünyaca Ünlü Erkek Starların 21. Yüzyıl Giyim Stilleri

Kaynak: <https://www.fashionbeans.com/article/best-dressed-men-in-the-world/> Erişim Tarihi: 11.12.2021



Şekil 4.15. Erkek Spor Giyim Tarzına Örnek 1

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/995717798835820194/> Erişim Tarihi: 11.12.2021



Şekil 4.16. Erkek Spor Giyim Tarzına Örnek 2

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/6614730694367346/> Erişim Tarihi: 11.12.2021

4.1. POSTMODERNİZM VE MODA KAVRAMI

Moda ve postmodernizm kelimeleri “şimdi” ile ilişkili olmasına rağmen; moda, tarih süresince her dönemiyle bağlantılı bir kavram iken, postmodernizm, belli bir tarihsel dönemle bağlantılıdır (Pektaş, 2006). Moda kelimesi Türk Dil Kurumu’na göre anlamı ‘Toplum yaşamına farklı ihtiyaçlarını veya süslenme arzusunu gidermek için giren kısa ömürlü yeniliklerdir’ (<https://sozluk.gov.tr/> Erişim Tarihi: 12.10.2021).

Moda Latince de ‘Modus’ kelime kökeninden türeyip hemen, şimdi anlamına gelip dilimize ulaşmıştır. Moda ifadesi ilk 1568 yılında Oxford İngilizce Sözlüğünde ‘aynı zaman diliminde topluluk tarafından onaylanan giysi formu’ olarak belirtilir (Kuğuoğlu, 2019).

İnsanlar diğer memeli canlılardan doğası gereği farklıdır. Doğdukları andan itibaren örtünme gereği duymuştur. Eski çağlardan beri gelen bu örtünme isteği ilk olarak edep yerlerinin kapatılarak başlanılmış ve daha sonra doğanın kötü hava koşullarından korunmak için devam etmiştir. ‘Giysi geçmişte kalmış bir zamanı öğrenmek için bir anahtardır’ diyen Er devamında kıyafetlerin her daim bir kumaştan daha öte olduğunu söylemiştir (Er, 2013). Giysi aynı zamanda bize toplumun yaşadığı dönemi, dini, dili, politikayı, geleneklerin işleyişi hakkında bilgiler vermiştir. Eskimo, Afrikalı, Kızılderili, Arap, Japon, Asyalı gibi farklı milliyetlerin kendine özgü giysi, makyaj ve aksesuarlarına sahiptir, dünyadaki hemen herkes bu bakışlardan milliyeti tahmin edebilmiştir (Pektaş, 2006). Moda görüldüğünden daha derin ve daha fazlasıdır. Duman, modayla ilgili açıklamaları şu şekildedir;

“Tarihsel konumundan bakıldığında Batı toplumlarında iki kayda değer olayı Fransız ve Sanayi Devrimi sonucunda ortaya çıktığı düşünülse de gerçekte bu olaylardan önce, 13. Ve 14. yüzyıllar boyunca bu alanda bazı gelişmeler olduğu bilinmektedir. Bilhassa Haçlı Seferlerinden sonra Doğu’dan Batı’ya çok miktarda kumaş ve mücevherlerin götürülmüş olması ve soylularla beraber burjuva sınıfının ortaya çıkması, günümüzde adına moda dediğimiz yaşam tarzının gelişmesine yol açmıştır” (Duman, 2014).

Yukarıda belirtildiği gibi moda eski dönemlerde başlamıştır. Bu dönemde soyluların kıyafetlerinin dikimi söz konusu olduğunda haute-couture'ün kurucusu olarak kabul edilen Charles Frederick Worth'ün 1858 yılında “House of Worth” adlı modaevini açması ve çağdaş modanın itibarını gösteren, önemli bir değişikliği sembolize ettiği için haute-couture modasının zirvesi olarak kabul edilmiştir. Kıyafete ilk etiket diken kişi olmuştur. Worth'ün Fransada kurduğu moda evinin diğer bir özelliği, zengin müşterilerinin istediği özel kıyafetleri dikmesinin yanı sıra, kendi tasarladığı kıyafetleri dikerek müşterilere sunmuş olmasıdır. Worth'ün bu davranışı onu diğer terzilerden ayırarak daha önemli hale getirmiş, modaya yön vermiş ve öncüsü olmuştur. Worth'ün devamın birçok tasarımcı sahneye çıkmıştır. Bunların en önemlileri; Madeleine Vionnet, Paul Poiret, Gabrielle (Coco) Chanel, Jeanne Lanvin, Christian Dior dönemin önemli tasarımcılarıdır.

Moda da diğer bir değişim Fransız İhtilali ve Sanayi Devrimi ile olmuştur. Buhar makinelerinin kullanılmasıyla beraber sanayileşme başlamıştır. 1845 yılında ilk dikiş makinesini üreten Amerikalı Elias Howe, dikiş makinesini tasarlayan terzileri çok uzun süren zahmetli işçiliklerden kurtaran önemli gelişmelerden biri olmuştur (Kireççi, 2015). Dikiş makinesini ilk geliştiren Amerikalı Isaac Merritt Singer olmuştur. Sanayileşmeyle beraber seri üretim artımı özel kumaş fiyatların ucuzlamasına neden olmuş ve böylelikle insanların ulaşması, kullanması kolaylaşmıştır.

Moda, 19. yüzyılın sonuna kadar yoğun olarak Paris ve Londra'nın hâkimiyeti yoğun bir şekilde devam ederken sonraki dönemlerde modaya yön veren kaynaklar artmış ve birçok ülkede binlerce kurum, tüketicilere farklı olanaklar sunmaya başlamıştır. Er, modanın hâkimiyetiyle ilgili şu ifadeleri kullanmıştır;

“Yetmişli yıllarda sinema ve müzik endüstrileri moda üzerindeki etkilerini sürdürmüştür. Bu konudaki ilk gelişme yetmişli yıllarda yüksek modayı da etkileyen punk müzik ve giyim tarzı olmuştur. “70’lerin ortalarında Londra’nın sokaklarında ortaya çıkan ve daha sulandırılmış bir tarzda Avrupa’ya ve Kuzey Amerika’ya yayılan anarşik punk tarzı hem sokak giyiminde hem yüksek moda üzerinde büyük etkiye sahip olmuştur” (Er, 2013).

Amerika ve Avrupa yayılan moda yeni tasarımcıların markaların oluşmasını sağlamıştır. Dünyaca ünlü markaların oluşması moda da hareketlendirmeye rekabet ortamı yaratmaya başlamıştır. Bu markalar; Gucci, Prada, H  r  mes, Gianni Versace, Louis Vuitton, Burberry, Pierre Cardin, Paco Rabanne, Yves Saint Laurent, Emilio Pucci, Valentino, Giorgio Armani gibi sayacağımız marka moda da seçkin ve başarılı olmuşlardır. 1970 ve 80’li yıllarda, başka Asya   lkelerinin Kenzo Takada, Kansai Yamamoto, Issey Miyake gibi Japon tasarımcılarının bilinirliğini ve adlarının duyulmasını arttırmıştır. (Kireçci, 2015).

Modanın tarihsel sürecinde insan ve toplumla yakından ilgilidir. Tarih boyunca insan bir birey olarak toplumda bulunmak ve belirli bir gruba ait olmak istemiştir. Modanın temel unsurlarından olan bu davranış birçok alt kültürlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Örneğin; retro, hippie, punk, glam rock gibi tarzlar. Modayı bilinir ve beğenilir kılan şey g   tt  r. Giyimden sanata, davranıştan düşünce biçimlerine kadar her alanda söz sahibi olmuştur.

Moda iletişim ve anlam içeren kültürel olgudur ve insanların giydiği kıyafetten daha fazlası olmuştur. İnsanların giydiklerini gösterdiği ve kimlik oluşturmaya çalıştığı kolektif davranış biçimi olarak g  r  lm  ştur. Ahat (2018)’ a göre moda; Kişinin elleriyle büyüttüğü ancak anlamaktansa inanmayı tercih eden gizemli bir tanrıça gibi olmuştur. Kişi dikkat çekmek için, en çabuk ve en yoğun şekilde modaya hizmet ederken, sorgulamadan bir onur olarak benimsemiştir. Süslenme ihtiya  ının ve değişimin geçici bir yeniliği olarak tanımlanan moda, belirli bir anda yayılan ve her sektörü farklı şekillerde etkileyen derin bir yapıya sahip olmuştur. Moda farklılaşmanın ve değişimin cazibesini, benzerlik ve uyum içerisinde birleştirerek toplumsal bir form oluşturmuştur.

Modanın bir dili, işleyişi, mesajı ve iletişim biçimi vardır bununla beraber sembolik değere sahiptir. Giydiği ayakkabıdan, taktığı çantaya, kullandığı aksesuardan, sa   ve makyajına kadar tüm ayrıntılardan ne söylemek istediği bu dille aktarılmıştır. Aslında kültürel bir işlev olsa da; sihirli g    lerden ve kötü görünümlerden korunmak için çeşitli giysi ve süs öğelerinin kullanılması da başlıca giyinme nedenlerinden biri olarak kabul edilmiştir (Pektaş; 2006).

Moda toplumsal statünün, zenginliğin, gücün sergilenmesi için kusursuz bir araç olmuştur. Moda etkilendiği alanlar, siyasi gelişmeler, sanat akımları, sosyal değişimler, teknolojik gelişmeler, cinsiyet ve cinsellik, ünlü insanların yaşayış biçimlerini ele alabiliriz. Örneğin; devlet başkanlarının eşlerinin korona virüs için taktıkları maskelerle kıyafetlerinin uyum içerisinde olması ve ardından diğer kadınların bunları kendilerine uygulamış olmasıdır. Moda ve giyim kültürlerinin, modanın tüm yönlerinden etkilenmesi, modayı en küreselleşmiş alanlarından biri haline getirmiştir (Pektaş, 2008).

Araştırmaların çoğalması, genç nüfusun çalışma hayatına girmesi, kadın hareketlerinin özgürleşmesi, medyanın toplum üzerinde etkisinin artması, kadının çalışma hayatına başlaması doğal olarak hayat standartlarını değiştirmiştir. Diğer yandan, doksanlı yılları cinsellik açısından modanın toplumsal değişime eşlik ettiği dönüm noktalarından birisi olarak gösterilmiştir. Dönemin sanatçılarından Madonna kadınların geleneksel rollerinin sınırlarını aşan ve kadın cinselliğini aşırı kullanımıyla dikkat çeken bir şarkıcı olarak, moda olan giysi tasarımlarıyla da tartışma konusu olmuştur (Er, 2013). Bu yıllarda postmodernizm kendini göstermeye başlamış ve modernizmin yarattığı tüm olguları sorgulamaya ve eleştirmeye başlamıştır. Postmodernizmin etkilerine bakıldığında sanatta, toplumda, siyasette, ekonomide, kültürde olduğu gibi moda da etkileri çok geniştir.

Postmodernizm çok boyutluyken, postmodern modanın ise çok çeşitli ve çok farklı tanımları vardır. Postmodern moda, bugün meta estetiğin özellikleri, postmodern tüketim kültürünün yansıması olmuştur. Postmodern moda küresel bir karaktere sahiptir. Postmodernizmin modernin ötesinde olarak algılandığı ve modernin tüm katı kurallarını yok saydığı gibi, moda da kuralları yok saymıştır. Kuralsız, renkli, çeşitli, sınırsız ve eklektir. Pektaş'a göre;

“Postmodern kültürün en belirgin özelliklerinden biri giysideki tarzların çekişmesi ve karmaşıklığı olmuştur. Geniş bir alan olan giyimde, kumaşların kalitesi, süslemeler, renkler, silüetler ve bilhassa stilistik tarzların kalitesi modern çağda görülmemiş bir netlik ve farklılık sergilemektedir. Postmodern kültürde gençliğin stilleri, dansları, müzik ve yaşam tarzlarıyla bir başka düzenin göstergesi olarak giyimle birleştirmiştir” (Pektaş, 2006).

Modernizmde seçkincilik ve özgünlük önemliken, postmodernizmde kopyalamanın, taklit etmenin mahsuru yoktur. Postmodernde evren her şeyi taklit edebilir. İçinde zaman ve mekân anlayışının kaybolduğu yanlış ve benzer zaman anlayışı benimsenmiştir. Moda var olanı yeniden üreterek kendinden önceki dönemi yansıtır, farklı yaşam stillerinin meydana gelmesini sağlamıştır. Şahinoğlu, modayla ilgili görüşleri şu şekildedir;

“Küreselleşme süreci ve teknolojik gelişmeler nedeniyle moda, günümüz postmodern hatta postmodern ötesi dünyasında önemli bir rol kazanmıştır. Moda üreticileri, sanayi çağında doğmuş ve teknoloji çağında sürekli yenilenerek farklılıkları ve çeşitlilikleri artırıp moda dünyasının yaşam yolculuğuna devam etmektedir. Moda endüstrisi her gün yeni yatırımları çeken ve yeniliklere açık olan sürekli gelişen dinamik bir sektör haline gelmiştir” (Şahinoğlu, 2009).

21.yüzyılının şüphesiz en önemli tüketim biçimine Hızlı Moda (fast fashion) olanak sağlamıştır (Üstüner, 2014). Hızlı modada hazır giyimde hızlı seri üretim ve hızlı tüketim anlamı taşımaktadır. Bu da kişinin giysilere kolay ulaşip, hemen tüketebilir ve ucuza satın alabilir durumu oluşturmuştur. Giysilerin hızlı üretimi ve hızlı yayılması yeninin ‘yeni’ olma özelliğini hızlı kaybolmasına sebep olmuştur. Başka bir deyişle, nesne her zaman değişebilecek ve yenilebilecek özellikte olmuştur. Moda da yenilik olarak belirtilen tarzların geri dönüşüm niteliği taşıdığı ileri sürülmüştür.

Giyimde neyin moda olup neyin moda olmadığını kavramaya çalıştığımız süreçte bile moda değişmiş olacaktır. Moda da bugün çekici olan yarın demode olabilir, bugün popüler olan seneye popülerliğini kaybetmiş olabilir, modası geçmiş olan ürün bugün trend olabilir. Modellerin ömürleri sezonluk olmuştur (Duman, 2014). Geçici yeniliği yaratan ve bunu sembolize eden, kitle psikolojini hedef alan moda yaygınlaşmasını sağlayıp bireysel, toplumsal ve sınıfsal kimliğimizi yansıtan başat bir araç olmuştur.

4.1.1. Moda ve Eklektizim

Moda, coğrafi şartlardan, dini etmenlere, siyasi ve askeri otoriteden, toplumsal, ekonomik örgüye kadar çok fazla, çeşitli fenomen modayı etkisi altına almıştır. Ertürk, modayla ilgili şu açıklamaları yapmıştır;

“Tüm tanımlar dikkate alındığında, moda doğrudan bir ürün değil, kültürel kaynaklarla bağlantılı bir olgu olduğu, fakat ‘simgesel eser’ olarak da tanımlanabilir. Moda her zaman ortaya çıkabilir ve çeşitli faktörlere bağlı olarak başkalaşabilir. Modanın herhangi bir zamanda ortaya çıkma ve değişim özelliği, pek çok teorisyen tarafından tartışılmış, modanın neden ve nasıl değiştiğine dair farklı görüşler ileri sürülmüştür” (Ertürk, 2011).

Postmodern dönemde, orijinali çoğaltarak sunulan; hazır parçaları birbirine ekleyerek oluşturulan kolajlar ve montaj, brikolaj gibi türevleri, hazır nesnelerden oluşan, sıradan nesnelerin umulmadık zaman ve mekanlarda, alışılmadık şekilde yerleştirilmesi ekletik ve estetik ifadeleri haline gelmiştir.

Postmodernizmin esas öğretilerinde biri de eklektizmdir. Farklı felsefe veya sanat yöntemlerinden edinilen faktörlerin yeni bir düzen içinde tekrardan kullanılmıştır. Farklı ve birbirine zıt olan parçaları birleştirerek bir uyum içerisinde, abartılı, akılda kalıcı şekilde sunmuştur. Bu sunum fazlaca risk taşımakta, çünkü uyum içerisinde sunulmazsa karmaşık, gülünç ve avam bir durum yaratabilir.

Eklektizim çoğunlukla uyumsuz materyallerin bir araya getirilerek rafine edilmiş şekilde gösterilmiştir. Modacılar ekletik tarzlarda yenilikler yaratmış ve alışmadık stillerde, zıt desenleri ve renkleri bir araya getirerek koleksiyonlarında kullanmışlardır. Eklektizmin alanı modayla sınırlı değil, sanatta, mimaride, edebiyatta gibi birçok alanda yer almıştır.

4.2. Postmodernizm, Tüketim Kültürü ve Moda

İkinci Dünya Savaşı sonrası toplumsal refahla birlikte artan tüketim alışkanlıkları, tüketim toplumu, tüketim kültürü kavramını ortaya çıkarmıştır (Köseoğlu, 2018). Genel bir ifadeyle tüketim kültürü bireylerin, tükettikleri ürünler ve hizmetlerle, bilhassa da statü ve simgesel algılara sahip olan markalarla etkileşimde bulunduğu toplumun kültürü olmuştur. Ekonomi literatürde tüketim, istek ve taleplerin yerine getirilmesi olarak tanımlanmıştır. Postmodernizm dönemde varyasyonların; ihtiyaç nosyonunda özünde kendisi olmuştur. Sistemsel olarak dünyada talepler ihtiyaçların yerini almıştır.

1970 yılların sonu 1980 yıllarının başı tüketim kavramı etkileyici bir hal alarak başta sosyologlar ve psikologlar olmak üzere, iktisatçılar, reklamcılar ve pazarlamacılar tarafından da çokça ele alınmıştır. Modernizm insanları belirli bir statü, kimlik, sınıfta ve mekânda sabit tutuyorken postmodernizmde ise sabit bir özellik kalmamıştır. Günümüzde tüketim sosyal bir fenomen olarak toplumların en temel özelliği haline gelmiştir. Şahinoğlu, tüketimle ilgili şu şekilde açıklama yapmıştır;

“Dünyanın dört bir yanında, tüketim arzularının, kitle iletişim araçları, modern pazarlama stratejileri ve özellikle reklamcılık aracılığıyla talep etmeleri, oluşturulması ve ifade etmeleri sonucunda tüketici toplulukları kendilerine tanıtılan moda ürünlerinden ve marka tutumlarından haberdar olmuşlardır. Tüketim vurgusu yaparak kimliklerini ve yaşam tarzlarını oluşturma eğiliminde bulunmakta ve her geçen gün bu eğilim artış göstermektedir” (Şahinoğlu; 2009).

Postmodern dönemde tüketim kültürü metalaştırılmıştır. Kişi artık tüketimi ihtiyaçtan çok isteğe bağlı olarak kullanmıştır. Bunun en temel nedeni kapitalizm ve tabii postmodernizm olmuştur. Postmodernizm bu yolda yalnız değildir onu destekleyen popüler kültür ve medyanın yarattığı kimlikler sayesinde bireyleri tüketici toplumuna dönüştürmüştür. “Çok çalışarak az tüketim” prensibine dayanan püriten(bağnaz) ahlak öğretisi ilkesi, “az tüketerek çok üretmek” olan hedonist(hazcı) ahlak öğretisine bırakmıştır (Duman, 2014). Tüketime çok ileri boyutlara gelmesinin temel sebebi onun hayata ilişkin anlayış ve düşüncenin odak noktasına yerleştirilmesidir.

Postmodern dönemde değişkenlik ve dönüşüm en önemli değerlerden bazılarıdır. Eylemin özgürlüğü postmodern dönemin başat öğelerindendir. Postmodern dönem tüketim toplumunun varoluşudur. Postmodern kültürde üretim metotları değiştirilmiş, iletişim ağıları farklılaştırılmış ve bireylerin sorumlu olduğu yeni dünya düzeni ortaya çıkmıştır (Köseoğlu, 2018). Tüketim, kapitalist ekonomisinin büyümesinde kısır döngü içinde postmodern toplumun kültürel biçimi olmuş ve tüketim, kültür, kitle ve popüler kültürü postmodern toplumun kültürel yapısını gösteren kavramlar haline gelmiştir. Kùltürler bambaşka bir hal alıyor, tüketimin şekli değişebiliyor, fakat tüketim gerçekliği aynı kalmış oluyordu. Hatipler, postmodern tüketimle ilgili şunları dile getirmiştir;

“Yaş, cinsiyet ve etnik köken ne olursa olsun tüketim postmodernizmde ortak bir kimlik göstergesi haline gelmiştir. Tüketim hayatın baskın bir parçası olduğunu gösteren bu belirtiler, özellikle şehir merkezlerinin dışında kurulan mega / hiper alışveriş merkezleri kendini göstermeye başlamıştır. Şu anda alışveriş merkezlerinde gerçekleştirilen tüketim pratikleri, modern çağda olduğu gibi yalnızca temel ihtiyaçlarını (yeme, içme, barınma) karşılamaya yönelik faaliyetler dizisi olmaktan çıkarak, postmodernizmin göstergeleri haline gelmiştir. İnsanlar geçimlerini sağlamak için çalışmak yerine, tüketim mallarını almak için çalışmaya başlamışlardır” (Hatipler, 2017).

Postmodern tüketim kültüründe bireyler maddiyattan çok psikolojik tatmine yönelmiş, malların fiziksel özelliklerinden çok sosyal alanda çağrıştırdığı imajları önemsemişlerdir. Postmodern dönemde tüketimin aşırı derecede artması ihtiyaca göre tüketimden hazza göre tüketime doğru ilerlemiştir. Keyfi istek ve arzulara göre tüketimin artması önlenemez bir yükselişe geçerek tüketim çılgınlığını başlatmıştır. Tüketimin insan psikolojisi üzerindeki etkisi tartışılırken, modern yaşamın çekilmez anları ve insanların gücünü aşan sorunlar karşısında tüketimi kendilerini avutmak için kullandıkları bir gerçektir. Duman, tüketimle ilgili şu şekilde açıklama yapmıştır;

“Tüketim, tüketmeyi vaat ettiğinden, tüketici hiçbir zaman gerçek bir tatmin olmadığı ve tüketilen her şey, tüketildiğı andan itibaren tüketiciye doyum sağlamayacağı için de bireyler daha fazla tüketme eğiliminde olmak zorunda

kalmışlardır. Bu çark durmadığında, hep doyumsuz, bocalayan modern tüketiciler, kendilerini şu formülle ifade edecekler: Ben sahip olduğum ve tükettiğim şeyler dışında hiçbirim. Bu görünüm, tüm tüketim varlıklarını azaltmaktadır” (Duman, 2014).

Moda olgusu içinde bireyin arzusuna aynı zamanda tüketimle beraber anlam vermeye çalışmıştır. Bu etkenler; kabullenme, farklılık arama, kişisel yaratıcılığın ve cinsel çekiciliğin merkezinde olması gibi etkenlerdir. Modaya tek bir bakış açısıyla bakılmamalı; bireysel, ekonomik, toplumsal, cinsel ve hiyerarşik açıdan da bakılmalıdır. Moda ekonomik bir olgu olmasının yanı sıra evrensel uyum yasasına göre tüketimi doğrudan etkileyen bir konumda olmuştur. Diğer tetikleyici unsurlar; bireysel istek ve arzular, sosyal faktörler, taklit ile modern ekonomilerde uygarlaşma bilincinin odağını yansıtmıştır.

Moda yaratıcıları, sanayi devriminde doğmuş ve teknoloji devriminde gelişim aşamasında farklılıklarını, çeşitliliklerini arttırarak ve sürekli yenilenerek moda hayatının seyrini sürdürmüştür (Şahinoğlu, 2009). Moda endüstrisi sürekli olarak yatırımları çeken ve yeni düşüncelere açık olan dinamik bir yapıya sahip sürekli gelişen bir iş kolu haline gelmiştir. Moda varyasyonları, tüketici ve üretici arasındaki etkileşimden dolayı ortaya çıkmış, pazar ortamında maliyetlere ek olarak modanın da ne kadar önemli olduğunu vurgulayarak, tüketicilerin arzularının farkında olmalarını sağladıkça önemi çok büyük olmuştur. Şahinoğlu, moda tüketimi hakkında şu şekilde açıklama yapmıştır;

“Günümüzde moda tüketiminin çarkı geniş bir alanı kaplamaktadır. Modanın yapısını en iyi tanıtan ve endüstrileştiren birim giyimdir. Giysi ve giyinmek, modayı derinleştiren ve bireylerin kimlik oluşumunda önemsediği görünümünü oluşturan bir araçtır. Giyim, en önemli tüketim biçimlerinden biridir. Sembolik sınırların korunmasının ve yok edilmesinin etkili bir göstergesi olan giyim, konumlarının sosyal yapılarında nasıl algılandığını ve statü sınırlarının içerisinde nasıl belirlendiğini gösterir. Moda, sosyal veya kişisel davranışları etkilerken, tüketicilerin ise moda satın alma davranışı içinde ne kadar moda ile ilişkili olmak istedikleri önemli bir faktördür” (Şahinoğlu, 2009).

4.2.1. Giyimde Sınıf ve Statü Göstergeleri

Giyim maddiyat olarak ‘insan vücudunu örten parçaların bütünü’ olarak ele alınmıştır. Vücudu dış etmenler koruyan ve ısıtan bir araç olarak görülmüştür. Günümüzde ise giyim artık anlamının çok ötesine gitmiştir. Giysi ırk, din, dil ve kültür temyiz etmeksizin geniş kapsamlı bir hale gelmiştir. Sosyal ve kültürel anlamda giyim bir davranış, bir iletişim türü haline gelmiştir. Böylelikle giyside moda kavramı oluşmaya başlamıştır. Giysi modası tarih öncesi devirlere dayandığı gözlemlenmektedir. Taştepe (2014), 13. yüzyıl daima asillerin olduğu göze çarpmaktadır ve 13. yüzyılda asillerin giysileri halk giysilerinden çok başka olmuştur. Zengin giyimlerinde asaletlerini gösteren amblemlerin olduğu, Doğu’dan getirilen ipekten fazla kumaş kullanarak yapılan uzun giysiler giymişlerdir.

Yukarıda belirtildiği gibi giyimde en iyiye ulaşabilen asillerdir. Diğer alt sınıfların iki takım kıyafetlerinden başka giyecek giysileri olmamıştır. Giysi bu dönemde en değerli eşya sayılırdı ve ona ulaşmak zorlaşmıştır. Ta ki sanayi devrime kadar. 18. Yüzyıl Sanayi Devrimiyle beraber buharlı makinelerin çıkması, sanayinin ve teknolojinin ilerlemesi hazır giyim üretimine başlanmıştır. Giysiye ulaşım artık kolaylaşmıştır. Bu ulaşım beraberin tüketimi de getirmiştir. Tarihte moda sınıf yapısı sisteminde üst sınıflar rütbesi, zengin tabaka ve itibarlı insanlardan tarafından belirleyici olmuştur. Crane, bu durumu şu şekilde açıklamıştır;

“Sanayi devrimi ile birlikte Avrupa ve Amerika merkezlerine göç artmış şehirlerde yeni bir sosyal sınıf ortaya çıkmıştır. Daha önce tarımsal üretimde çalışan bu yeni sınıf düşük gelirlerine rağmen merkezlerde statü kazanmak için giyim harcamalarına değer vermişlerdir. 19.yüzyılın ikinci yarısında Amerika Birleşik Devlet’lerine gelen birçok sayıda göçmenin kıyafet tarzları dikkat çekmiştir. Göçmenler geleneksel kıyafetlerini gelir gelmez bırakmış, eski kimliklerini değiştirmek ve yenilerini yapmak için kıyafetleri kullanmışlardır” (Crane, 20018).

Giyimdeki ulaşılabilirlikle beraber tüketimin ivme kazanması sosyal sınıf farkının tekrar ortaya çıkmasına neden olmuştur. Yüksek sınıfın kendisini alt sınıflardan ayrı tutma çabası baş göstermiştir. Moda, giyim önce yüksek sınıflarda

doğar daha sonra orta sınıflarda onları taklit etmeye başlamıştır. Orta sınıf yüksek sınıfın modasına ulaştığı andan itibaren yüksek sınıf tekrar yeni bir moda oluşturarak aradaki sınıf farkını yeniden çizmeye başlamıştır. Ertürk, konuyla ilgili görüşleri şu şekildedir;

“Veblen ve Simmel tarafından geliştirilen tabana inme veya sınıf farklılığı kuramında, moda döngüsünün, moda olan ürünü ortaya çıkması toplumdaki üst sınıflar tarafından kullanılmaya başlanmasından, toplumun daha alt sınıflara inmesinden ve üst sınıfların alt sınıflardan kendilerini farklılaştırmak için moda da yeni tarzların üretilmesinin temeline dayanmaktadır” (Ertürk, 2011).

I. Ve II. Dünya Savaşının etkileri çok sert olmuş, savaş sonrası ekonominin bozulması, erkek nüfusun azalması, sosyal yaşamın değişmesi olumsuz etkilemiştir. Bu dönemde modadan bahsetmek deyim yerindeyse imkânsızdı. ‘O zamanlar bile giysilerde, ekmek ile karneye bağlanmıştı. Bu dönemde ekonomik ve yıkanabilir kumaşlar çok popüler olmuştur’ (Kaya, 2007). Bu dönemde giysiler artık tek tip olmaya ve sadeleşmeye başlamıştır. Kostümden pantolon devrine geçiş başlamıştır.

19.yüzyıl yarısından sonra moda kendisini toparlama başlamıştır. “Modanın yeniden yükselişe geçişi Christian Dior’un 1947 yılında yaptığı defilede moda evrenine yeni bir hareket sağlamıştır (Taşdelen, 2007). Amerika kendi varlığı hissettirmeye başlamış ve yeni kültürler ortaya çıkmıştır. Bu kültürlerden dolayı sınıf farklılıkları tekrar kendini göstermiştir.

19.yüzyıl sonu 20.yüzyıl başları itibariyle kadın ve erkek arasındaki farklar azalmaya başlamıştır. Feminist hareketlerinin başlaması, kadınların fabrikalarda, hastanelerde çalışması, özgürlük ve hak arayışlarına geçiş yapmıştır. Ünlü modacılar podyumda kadın mankenlere erkek kıyafetleri giydirerek androjen kimliği (her kadının içinde bir erkek her erkeğin içinde bir kadın) ortaya çıkarmıştır. Postmodern döneme gelindiğinde tüm dönemin değer ve düşünce sistemini sorgulanmış ve eleştirilmiştir. Bu dönemde sınıf ve çoğulcu kimlik politikaları yaygınlaşmıştır. Pektaş moda ile ilgili görüşlerini şu şekilde açıklamıştır;

“13. yüzyıldan 20. yüzyıl başlarına kadar Avrupa saraylarında ve burjuvazide etkili olan materyalizm tüm dünyayı etkisi altına almış bir olgudur. Bölgesel, etnik ve dini farklılıklardan oluşan ve çağlar boyu önemli değişiklikler göstermemiş giysiler 20. yüzyılın başlarında Avrupa’da, Amerika’da ve dünyanın diğer ülkelerinde önemli bir kırılma yaşayarak neredeyse dünya modası boyutlarına ulaşmıştır” (Pektaş, 2006).

Giyimdeki sınıf farklılıklarının azalması, sadeleşme, üretimin çoğalması, kadına verilen değerin artması, ülkelerin gelişmesi, internetin kullanılmaya başlanması, teknolojinin ileri seviyeye gelmesi yeni bir döneme geçişin göstergesidir. Bu dönem 21.yüzyıldır.

21.yüzyıl giyimde sınırlamalar kalkmış ve çoğulcu bir döneme girilmiştir. Giyimde tek bir moda, tek bir trend, tek bir popülerlik kalkmıştır. Herkes istediğini giyebilir, istediğini yiyebilir, istediği yere gidebilir boş zaman aktivitelerini istediği gibi yapabilir. Sınırsız bir dünya, ulaşılabilir bir yaşam, sonu gelmeyen eğlenceler... Sürekli değişim ve dönüşüm içinde olan bu yaşamda statü, kimlik savaşları devam etmiştir. Küreselleşme ile, “miras alınan ve kazanılmış” kimlikler yerine, “zorunlu olduğumuz” ya da “seçici olarak beslenen”, “sonsuz”, “yetersiz”, “tamamlanmamış” bir kimlik edinilmesinden bahsedilmeye başlanılmıştır (Koçak, 2005). Üstüner (2014), ‘kıyafetleri giymek, diğer insanların ne giydiği, tüketici için belirli bir kitleyi ifade etmiştir, kimlikle ilgili bir fikir edinmeden önce ekonomik durumla ilgili bir bilgi vermiş olmaktadır’. Bir kıyafetten çıkarılabilecek en kolay mana belki de bu olmuştur. İnsanlar giysilerinin fiyatlarını az çok kestirir ve buna göre ayırımlar yapmaya başlarlar.

İnsanların dış görünüşü giyimi bize birey hakkında fikirler verir ve bu fikirler doğrultusunda toplumda bir konuma yerleştirilmiştir. Örneğin moda, demode, tutucu veya yenilikçi gibi fikirler vermiştir. Kişinin ait oldukları sınıf sahip oldukları sosyal statü beden şekilleriyle kullanımları ve beğenileri için önemli etkiye sahip olmuştur (Baldil, 2017). Giysiler toplumsal statü belirlemede önemli bir metadır. Bu metalar gün geçtikçe popülerliğini arttırmış, satın alınmaya özendirilmiş ve kullanılıp değersizleştirildikten sonra yeni bir meta ortaya çıkarmıştır. Bu döngü böyle sürekli devam etmiştir. Sonu gelmeyen tüketimde kimlik yarışlarında kitle psikoloji ve onun çevresiyle beraber önlenemez bir duruma gelmiştir. ‘Kitlenin çekim gücü kendi

gelişimini tamamlayamamış kişi için karşı gelemeyecek kadar güçlü' olmuştur (Ahat, 2018). Bayburtlu'nun konuya dair görüşleri şu şekildedir;

“Sosyal kısıtlamalardan kurtulmanın ve gerçekte olduğundan daha fazla sosyal ve ekonomik kaynaklara sahip görünmenin bir yolu olan giysiler toplumsal statüyü “belirsizleştirme” ye elverişlidir. Modanın cazibesi, bugün hala olduğu gibi, kişiye bir anlamda değişik ve daha cazip ya da daha itibarlı olma olasılığını ve doğal olayları yansıtmıştır. Ayrıca, giysiler öncelikle fiilen ulaşılan toplumsal statüyü savunma amacıyla, bu statüyü gösterme ve benzersiz bir giyimi olan belirli gruplarla bağları güçlendirme araçları olarak kullanılmışlardır” (Bayburtlu, 2018).

Günümüzde postmodernizm anlayışıyla birlikte tüketim kapitalist bir sisteme dönüşmüştür. Bu sistemde yüksek teknolojinin, sosyal medyanın, ünlü insanların etkisi çok yüksektir. Estetik değeri çok yüksek, ender bulunan, özel tasarım ve pahalı olan kıyafetler yüksek sınıfın simgesi haline gelmiştir. Kişinin zenginliğini göstermesi ilk olarak giysiyle başlamış devamında aksesuar ve çantalarla devam etmiştir. Gösterişli tüketimin giysi alanını bütçe olarak çok geniş yere sahiptir. Postmodernde birey tükettiği hiçbir şeye bağlanmak istememiş ve özgür bir şekilde serbest olmayı istemiştir.

Postmodernle beraber giysi gösteriş aracına dönüşmüş, tüketimde ihtiyaçtan çok zevklerin ve arzuların karşılanması halini almıştır. İnsanlarda imaja verilen önemin tüketimi körüklediği gerçeğini yansıtmıştır. Hatipler (2017) postmodern tüketimin en temel faktörleri; sahip olunan ürünlerin, fiziksel tatminden ziyade bir statü karşılaması, itibar yansıtıcı olması olmuştur. Böylelikle yapılan tüketimle, insanların gözünde kişilerin daha kıymetli oldukları düşüncesindedirler. Bireyler giysi ve moda olan her şey ile kendisinde statüsünü ve sosyal sınıfını belirlemeyi, kendini başkalarına gösterip bir role bürünmeyi, kendini korumayı ve kimliğini yansıtmayı hedeflemiştir. Er toplumsal sınıf farkını şu şekilde açıklamıştır;

“Moda söylemiş olduğum gibi, sınıf ayrımlarının bir ürünüdür... Modanın da ikili işlevi vardır: Hem belli bir sosyal çevreyi bir arada tutar, hem de o çevreyi diğerlerine kapalı hale getirir... Demek ki moda, bir yanıyla, insanın eşitleriyle bağlantılandırılmasına, modayla karakterize edilen bir çevrenin bir örnekliğine işaret eder. Bu da o grubun, daha altta bulunanlara, yani üst grubun aidiyet sınırları dışında kalanlara kapalı olduğu anlamına gelir. Burada ayrılmaz biçimde bir araya gelen iki temel işlev, bağlantılanması ile farklılaştırmadır” (Er, 2013).



Şekil 4.2.1.1. Soylu Sınıfa Örnek Kadın Kraliçe 1.Elizabeth Giyim Şekli

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/1069323505245538710/> Erişim Tarihi: 15.09.2021



Şekil 4.2.1.2. Soylu Sınıfına Örnek Erkek Giyim Şekli

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/47217496073949661/> Erişim Tarihi: 15.09.2021



Şekil 4.2.1.3. Isabel Marant Kadın Lacivert Yün Kaban Fiyatı: 21.950,00 TL Üst Sınıfa Örnek

Kaynak: https://www.beymen.com/p_isabel-marant-lacivert-yun-kaban_900283 Erişim Tarihi: 15.09.2021



Şekil 4.2.1.4. Zara Kadın Çift Düğmeli Yün Karışımlı Kaban Fiyatı: 999,95 TL Orta Sınıfa Örnek

Kaynak: <https://www.zara.com/tr/tr/%C3%A7i%CC%87fd%C3%BC%C4%9Fmeli%CC%87-y%C3%BCn-kari%C5%9Fimli-kaban-p08871247.html?v1=152021964> Erişim Tarihi: 15.09.2021



Şekil 4.2.1.5. Trendyolmilla Kadın Koyu Lacivert Kaşe Kaban Fiyatı: 265,99 TL Alt Sınıfa Örnek

Kaynak: <https://www.trendyol.com/trendyolmilla/koyu-lacivert-kemerli-kase-kaban-twoaw22kb0123-p-142381965?boutiqueId=593820&merchantId=968> Erişim Tarihi: 15.09.2021



Şekil 4.2.1.6. Saint Laurent Erkek Siyah Kelebek Yaka Yün Kaban Fiyatı: 34.950,00
TL Üst Sınıfa Örnek

Kaynak: https://www.beymen.com/p_saint-laurent-siyah-kelebek-yaka-yun-kaban_904621 Erişim
Tarihi: 15.09.2021



Şekil 4.2.1.7. Zara Erkek Yün Karışımli Kaban Fiyatı: 1.499,00 TL Orta Sınıfa
Örnek

Kaynak: <https://www.zara.com/tr/tr/y%C3%BCn-kari%C5%9Fimli-kaban-p04063001.html?v1=155211455> Erişim Tarihi: 15.09.2021



Şekil 4.2.1.8. Trendyol Erkek Pamuklu Kaşe Kaban Fiyatı: 341,99 TL Alt Sınıfa
Örnek

Kaynak: <https://www.trendyol.com/buratti/slim-fit-cepli-pamuklu-kase-kaban-erkek-kaban-5841015-p-127734920?boutiqueId=593722&merchantId=104972> Erişim Tarihi: 15.09.2021

4.2.2. Trend Kavramının Doğuşu ve Modaya Etkileri

Trend kelimesinin Türk Dil Kurumu'ndaki anlamı 'eğilim' demektir (<https://sozluk.gov.tr/> Erişim Tarihi: 20.12.2021). Giysi eski medeniyetlerden günümüze kadar birçok evrim geçirerek bir iletişim objesi haline gelmiştir. Giysi modanın meta bir ürünü olmakla birlikte tüketicilerin, ev eşyasından otomobiline, yemekten sanata, müzikten mimariye, estetikten elektronik eşyalara kadar tüm seçimlerinde günümüz modasında etkili olmuştur. Tüketicilerin istek, ihtiyaç ve beklentilerinin öngörüsü ile objelerin pazarlanabilirliği arasında bir ilişki olduğu gözlemlenmiş ve bu hal moda trend öngörü çalışmalarının önemini artırmıştır (Ertürk, 2011).

Bütün tanımlar birleştiğinde, modanın direkt bir yapıt olmayıp, kültürel kaynaklara bağlı bir olgu olduğu ve simgesel bir yapıt olduğu görülmüştür. Moda, farklı bir sürede var olabilir ve farklı faktörlere bağlı olarak çeşitli şekillerde değişebilmiştir. Crane trendlerle ilgili görüşü şu şekildedir;

“II. Dünya Savaşından sonra 1950’li yıllarda ortaya çıkan gençlik söylencelerinde modada yeni bir çağın başlangıcının ilk işaretlerini barındırmaktadır. “1950’lerde Hollywood yapımı bir grup film ergen kimliğine daha sonra milyonlarca gencin taklit etmeye çalışacağı yeni bir anlayış getirir: işçi sınıfı isyan miti”. Marlon Brando-Nathali Wood – Batı Yakasının Hikâyesi ve Elvis Presley – Rock and Roll gibi tüm, evreni etkileme gücüne sahip olmuşlardır. İşçi sınıfı gençliğinin hüsrânını anlatan bu filmler izleyicilerin özünü, filmdeki karakterlerle kopyalayarak ve karşıtlıklarının ifadesi olarak onların giyim tarzlarını benimsemesine yol açar” (Crane, 2018).

Bu yıllarda modanın şeklini belirleyen gençler alt kültürü olmuştur ve moda isteklerini dile getirmişlerdir. Tepkilerini giysileri ile oluşturdukları anarşist tarzlarla ortaya koyan bu alt kültürler, egemen gruplarla aralarındaki gerilimleri çift anlam taşıyan sıradan nesnelerden oluşturdukları üslupla yansıtmışlardır (Bayburtlu,2018). Dior’ un bu yıllarda yarattığı New Look akımı savaş sonrası kadınların kendilerini tekrar yenilemesi sonrası kadınsı (ince bel, büyük göğüs, zayıf beden) görünimleri ortaya çıkmıştır. Bu akımın trend olmasını sağlayan ünlü figürleri, sinema oyuncular ve müzisyenleri model alınarak hareket etmeye başlanmıştır. Marilyn Monroe, Audrey Hepburn, Grace Kelly rol model olmuştur. Erkeklerde ise Arnold

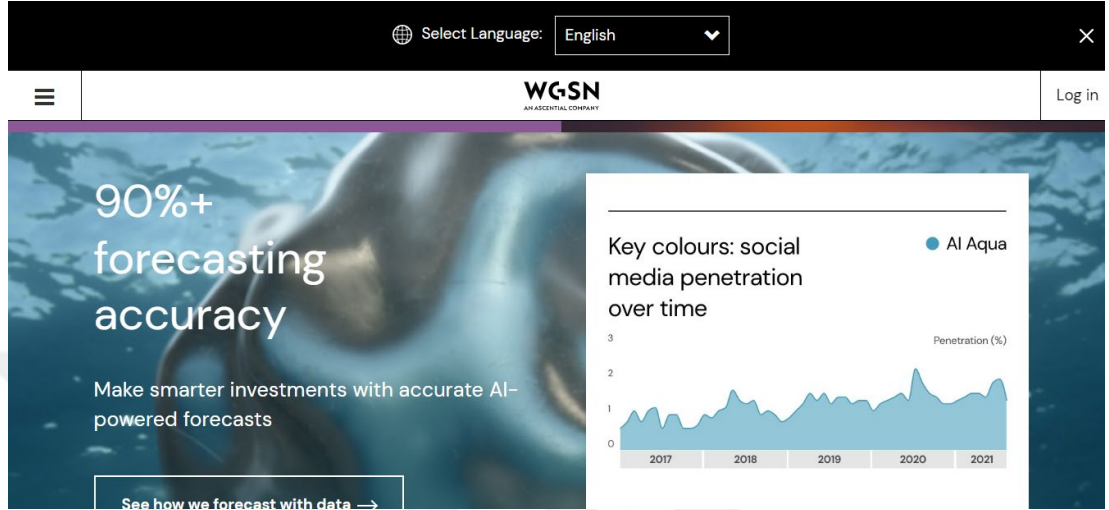
Scwazeneger, Jean Claude Van Damme, Sylvester Stallone kaslı, zayıf erkek bedeninde rol model olmuştur.

Bu gelişmelere paralel olarak savaş sonrası yeniden sanayileşen ve yeni teknolojilerin geliştirilmesi ile dünyada gelişen sosyal, siyasi, ekonomik, kültürel değişimlerin takip edilmesi kolaylaşmıştır. Moda da gelişen olayların takip edilmesi, yayılması, sunulması ve tüketiciye ulaşması hız kazanmıştır. Bu hız genel yönelimin ve hareketteki değişimin işareti olmuştur. Trendlerin hız kazanmasıyla beraber rekabetçi bir ortam oluşmuş ve bu ortamda toplumu nelerin beklediğini sezmek, doğru bir şekilde aktarmak önemli olmuştur. Moda trendinde gelecek sezonda nelerin olduğunu bilmek, renk, stil, tema, kumaş gibi detayları moda tahminciliğine ortaya çıkarmıştır.

Moda tahmini, kabiliyetli kişiler tarafından kullanılan bilimsel bir çalışmayla geliştirilmiştir. Moda tahminciliği olarak belirlenen süre, moda trendlerini kavramak için sosyal ve popüler kültürdeki değişimlerini, sanat, müzik, tiyatro, medya, butik, ödül törenlerini, defileleri, sokak modasını, yüksek moda galalarını, bölgelerdeki gezi mekânlarını, müzeleri, trendsetterları, blogları, influencerları, fuarlar, moda haftalarını takip ederek gerçekleştirilmektedir ve bu kişiler diğerlerinin göremediği bilimsel sonuçları derleyerek ve yorumlayarak uzman olmuşlardır. Modanın gerçek kelimesi olan “trend”, gelişen tüketici ihtiyaçları, talepleri ve istekleri doğrultusunda ortaya çıkan akımları ifade etmiştir. Moda tahminciliği materyallere sahip olan herkes tarafından anlaşılabilen, gerçekleştirilebilen ve uygulanabilen özgün bir süreci belirlemektedir (Kireççi, 2015).

Trendsetterlar, bloggerlar, moda ikonları, influncerlar moda trenlerini belirlemede ve yaygınlaşmasında önemli rol oynamıştır. Modanın trend olmasındaki diğer araçta reklamdır. Moda sektörü bu alana ciddi bütçe ayırmıştır. Moda reklamları, gazete ve dergilerde, mağazalarda, billboardlarda, televizyonda, internette, açık hava alanlarında gösterime sunulmuştur. Reklam ve magazin basınında süper modellerin kullanılması da etkili olmuştur. Trend tahmin araştırmacılarının kaynakları firmalara destekçi olmuş ve görsel veriler ile analiz raporları sunmuştur. Bu firmalar sayesinde gelecek yıllardaki renk, kumaş, desen, doku, materyal, silüet hakkında detayları hazırlamıştır. Bu firmalar şu şekildedir; WGSN (World Global Style Network), WF (World Panel Fashion), Style-Vision,

Pantone, Intercolor, Premier-Vision, Nelly Rodi, Luminary, Fashion Snoop, Mudpie, Carlin İnrenational, Donegar Creative Services, Peclers Paris, Promostyle, Style Sgisht, Trendstop, Tobe Report, Trend Union, Color Box.



Şekil 4.2.2.1. WGSN Sayfa Görünümüne Örnek

Kaynak: <https://www.wgsn.com/en> Erişim Tarihi:27.12.2021



Şekil 4.2.2.2. Nelly Rodi Sayfa Görünümüne Örnek

Kaynak: <https://nellyrodi.com/> Erişim Tarihi:27.12.2021

4.2.3. Popüler Kùltür

Popüler kùltür Türk Dil Kurumun' da 'Belirli yıllar içerisinde yürütölen, hızlı üretilen ve hızlı tüketilen kùltürel olguların tamamı' anlamına gelmektedir (<https://sozluk.gov.tr/> Erişim Tarihi: 18.12.2021). Popüler kùltür, bir toplulukta yaygın olarak kabul edilen inançlara, pratiklere ve bunlardaki nesnelere atıfta bulunmuştur. Popüler kùltürün diğör bir anlamı da halka ait ve halkın kùltürü, başka bir anlamı ise kapitalist pazar sisteminin bir aracısı olmasıdır. Popüler kùltürün daha birçok anlamı mevcuttur. Serdar (2012), popüler kùltürü bir kesim; gerçekten halk tarafından üretilen ve tüketilen bir olgu olarak tanımlamış, diğör bir kesimse; belli bir endüstri tarafından üretilerek halka sunulduğunu daha doğrusu dayatıldığını savunarak olumsuz tarafına da vurgu yapmıştır.

Sanayi devrimiyle birlikte ekonomik büyüme artmış, hızlı ve seri üretimlere geçilmiştir. Üretimin artması beraberinde tüketiminde artmasına sebep olmuştur. Tüketimin artması günümüzde üretimin önüne geçmiş ve bu geçiş tüketim arzusunun hâkim olduğı popüler kùltürü de arttırmıştır. 18. yüzyılın sonu ve 19. yüzyılın başındaki yıllarda toplumsal hareket biçiminin de canlanmasıyla birlikte, popüler kùltür yüksek estetiğö karşı örgütlenmiş ve savunmuştur. Sanayinin büyümesi beraberinde postmodernizmde görünürlüğünü ve bilinirliğini de arttırmıştır

Postmodernizmle birlikte popüler kùltür kavramı, günümüzde piyasasında üretilip ve satılan malların ticari olarak bir kùltür pozisyonuna gelmiştir. Popüler kùltür, pazar tarafından tüketilen ürünler için ısmarlanan yığınların en fazla kullanılan ürünlerine özendirme fikrini ve hassasiyetlerini anlatmıştır. Bugün popüler kùltür toplum ne ister? sorusuna cevap vermiş ve özellikle genç kuşağı hedef olarak büyümüştür. Medya ve medya araçlarının yükselişi sonucu, medyanın kitleleri etkileme gücünün test edildiğı ve sonuçları ciddi oranda yüksek olduğı görölmüştür. Olgun (2017), bir sektör haline gelen radyo, televizyon, sinema ve müzik, görsel yazılı basının siyasi, ekonomik faaliyetler ve tüm bu kanalları kullanarak yapılan reklamlar sonucu kitleleri tüketime yönlendirilmiş ve popüler kùltürü oluşturmuştur.

Popüler kùltür günlük hayatımızın bir parçası olmuş ve hatta büyük bir bölümünü kaplamıştır. Kitle iletişim araçlarının sağladığı destekle beraber sosyal medyayı da yanına alan popüler kùltür büyük bir ivme kazanmıştır.

4.2.4. Sosyal Medya

Medya günümüzde ‘basın yayın organı’, ‘kitle iletişim araçları’ olarak bilinmektedir. Günümüzde küreselleşme olgusunun hız kazanması, iletişim araçlarının baş döndürücü gelişimi, teknolojik yenilikler, sanayideki ilerleme medyada çok geniş kapsamlı ivme kazanmıştır. Toplumun ve bireyin hareket tarzını, yaşam biçimini ve tercihlerini etkilemiştir. Macionis (2012), ‘Web 2.0’ın kullanıcılara hizmet vermesiyle birlikte tek yönlü bilgi paylaşımından çok yanlı ve senkronik (eş zamanlı) paylaşım olanağına geçmiştir’. Medya sistemi, yeni yöntemle belirli bir kaynaktan üretilen içerik yerine herkesin kendi içeriğini ürettiği ve paylaştığı yeni bir modele geçmiştir.

Bilgi ve iletişimle teknolojileriyle gelişen ve büyüyen medya, görsellikle, insanları manipüle etmekte ve tamamen onların düşüncelerine yön vermektedir. Medyayı medya yapan en önemli şey ucuz, daha bireysel bir faaliyet olarak kabul edilmektedir. İnternetin, küreselleşmeyle beraber tüm dünyaya hâkim olma istediği toplumun ve kültürün tüm unsurlarını cazip nesnelerle donatarak medyanın gücüyle tüm dünyaya yaymaktadır. Hatipler konuyla ilgili görüşü şu şekildedir;

“Medya bu yeni gücüyle, fikir dayatma yönünde geçmişte sadece tarafsız siyasi görüşte olan, okuma alışkanlığı az ve nüfusun büyük çoğunluğunu oluşturan ortalama bireylerle ve bu kesimin de biraz alt ve üst grubuna dâhil kimselerle sınırlı iken günümüzde bütün kitleleri etkileme konumuna sahip olmuştur” (Hatipler, 2017).

21.yüzyılda kapitalizmin ve tüketimin en yeni adı ve en temel belirleyicisi sosyal medya olmuştur. Kitleleri muazzam derece etkileyen ve dönüştüren sosyal medya, eğlence sektörü, moda, reklamcılık vb. gibi alanları biçimlendirmiştir. İnsanlar artık dışarıda fiziksel olarak tanışmıyor, soysa medyada sanal kimlikleri aracılığı ile tanışmaktadırlar. Sosyal olgu tarafı ele alındığında, kullanıcıların birbirleriyle iletişim kurma ihtiyacını, duygularını belirtmekte, düşüncelerini, niyetini ve deneyimlerini paylaşabileceği bir ortamı yaratmaktadır. Medya tarafı ise, kullanıcıların iletişime geçme yöntemlerini ele almakta ve iletişimini e-posta ile web

siteleriyle, fotoğraflarla, videolarla, cep telefonlarıyla, smsler gibi iletişim teknolojilerin hepsini medya kısmında meydana getirdiği söylenmiştir.

21.yüzyıla kadar birçok sosyal medya uygulamaları ortaya çıkmış, bazıları güncelliğini kaybetmiş bazıları ise günümüze kadar gelmiştir. Günümüzde en yaygın olan en popüler olan uygulamalar Whatsapp, Tiktok, Instagram, Youtube, Twitter, Google, Facebook, Facebook Messenger Spotify, Pinterest, Snapchat, LinkedIn, Tumblr, Academia, Twitch, E-Ticaret, Mobil Bankacılık vb. gibi birçok uygulamayı sıralayabiliriz. Türkiye İstatistik Kurumu'na göre 2021 yılında hane halkı bilişim teknolojileri tarafından yapılan araştırmada evden kullanılan internet erişimi %92,0 oranında belirlenmiştir (TUİK, 2021). Bu oran geçen yıl %90,7 imiş. Bu oranın artmasında küresel salgın olan korona virüsün etkisi çok fazla olmuştur. Verilen sokağa çıkma yasakları ve kısıtlamalar insanları eve kapatmıştır ve evden erişim artmıştır. Bu kısıtlamalarla beraber insanlar işlerine gidemez oldukları için bir kısım insanlar işlerine evden devam etmiştir. Bu durumda yeni sosyal medya kullanıcıları oluşturmuştur. Zoom, Skype, Adobe Connect, Microsoft Teams gibi uygulamalar korona virüs sonrası uzaktan eğitimde, çalışma hayatında daha sık kullanılmaya başlanmıştır.

Teknoloji çağının her gün yeni bir uygulamayla tanışması ve insanların bu uygulamaları kısa sürede hayatlarına alması, kullanması, adapte olması yeniçağın öğretisi olmuştur. Yeni gelişmelerin beğenilmesi, çabuk benimsenmesi ve alışkanlık edinip yaşamında yeni dinamiklere sahip olmuştur. Bu çağı postmodern olarak tanımlamak doğru olur. Çünkü postmodern en etkili özelliklerinden biri hız, değişim ve sınır tanımayan olmasıdır. Postmodernizm hem toplumun kültürünü yansıtmaları hem de çevrimiçi dünyanın aktarımlarını sanal ortamda kullanıcılar tarafından yeni kültürel unsurlar oluşmasına neden olmuştur. Cereci sosyal medyayla ilgili görüşleri şu şekildedir;

“Görkemli görüntüsü nedeniyle gelişme gibi anlaşılan küreselleşme gerçekte, siyasi, ekonomik, toplumsal sorumsuzluklardan kaynaklanan bir sorunlar karmaşasına da dönüşebilmekte, ulaştığı son noktada var olan kültüre alternatif bir kültürü de beraberinde getirmektedir. Küreselleşmenin tüm dünyada egemen kılmak istediği kültür ve bu kültürün tüm unsurları çekici öğelerle bezenerek, medya aracılığıyla tüm dünyaya aktarılmaktadır” (Cereci, 2012).

4.3. Postmodernizmle Birlikte Toplumdaki Erkek Rollerinin Giysiye Etkileri

Geleneksel toplum ve topluluklarda; töreler, gelenek ve görenekler, insanların kimliğini belirlemiş ve kişinin kimliği oturmuş, değişmez ve durağan nitelikte olmuştur. Bu durağan nitelikler günümüz sanayinin ilerlemesi, kültürel alışverişin hızlanması, teknolojinin ileri boyutlarda gelişmesiyle birlikte değişim ve dönüşüm çok hızlı bir şekilde gerçekleşmiştir. Eski geleneksel yaşam tarzları yerini hızla gelişen dünyaya ayak uydurmaktadır. Değişen bu gelişmelerde cinsiyet rolleri ve kimlikleri, statü savaşlarını başlatmıştır. Özgürlükçü ve modern çevrelerde önceden anormal olarak bakılan davranışların günümüzde artık hoşgörülü karşılanacağı, geleneksellikten postmodernleşmeye doğru hızla ilerlemektedir. Türk toplumunda özellikle gençler arasında cinsiyet farklılaşması ve kabul görülmeyen davranış ve giyimlerin artık kabul görülmeye başlanmıştır ve yaygınlaşmıştır. Yavuz’a göre;

“Erkek olmanın özünde kişinin kendi bedeni ile meşguliyeti çok sınırlıdır, bu özellik kadınlara atfedilir. Ayrıca “yeni erkek” kendi bedenine ve giyimine düşkün, kendi görüntüsüne takıntılı bir tavır sergilemektedir. Bu durum, erkeklerin biyolojilerine dayanarak oluşturdukları “güçlü, sarsılmaz, kadınları hor gören ve kendini onlardan üstün olarak konumlayan” yönlerinin sarsılmasına yol açmıştır. 1990’larda yeni bir görüngü ortaya çıkmıştır: Yeni Erkek’e karşı “Yeni Delikanlı ya da Delikanlılık” (Yavuz, 2017).

Postmodernizmle beraber imaja verilen önem gittikçe artmıştır. İmaj yaratılmaktan çok daha öteye gitmiş, kimlik ve kişilik inşa etmeyi amaçlamıştır. Crane (2018), Avrupalı lüks erkek moda tasarımı erkeklerin, cinsiyet kimliklerinin ifadesinde meydana gelen değişimlerin öncüsü olmuştur. ‘Alanında önde gelen modacıların “moda, kişilik kazandırır” mottosunu güçlendirmiştir’ (Birol ve Güdekli, 2017). Geçmiş yıllarda erkekler kadınlara göre moda konusunda kendilerini sınırlandırmışlardır. Günümüzde artık daha özgür ve daha rahat kendilerini ifade edebilmiş, tarzlarını ön plana çıkarabilmişlerdir. Artık belli renklerde sabit kalmıyor farklı renklerle kombinasyon yapıp stillerini ortaya çıkarabiliyorlar. Erkekler moda dünyasında giyim ve renk dilini kullanarak birtakım anlamları şekillendirdikleri

giyiminde topluma sunmuşlardır. Yeni erkek; hassas, duygusal, eşitlikçi, kadınlara saygılı, fiziksel görünümüne önem veren, bakımlı ve bunun için para harcayan bir kimlik haline gelmiştir (Özkantar, 2019).



Şekil 4.3.1. Erkek Renkli Giyim Tarzına Örnek

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/378443174920429665/> Erişim Tarihi: 13.12.2021



Şekil 4.3.2. Erkek Giyimine Örnek

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/484981453604912304/> Erişim Tarihi: 13.12.2021



Şekil 4.3.3. Erkek Giyim Stiline Örnek / Damir Doma SS/2019

Kaynak: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2019-menswear/damir-doma/slideshow/collection#15> Erişim Tarihi: 13.12.2021



Şekil 4.3.4. Erkek Giyim Stiline Örnek 1

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/16677461106223886/> Erişim Tarihi: 13.12.2021



Şekil 4.3.5. Erkek Giyim Stiline Örnek 2

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/251075747968990359/> Erişim Tarihi: 05.02.2022



Şekil 4.3.6. Erkek Giyim Stiline Örnek 3

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/251075747968786925/> Erişim Tarihi: 05.02.2022



Şekil 4.3.7. Erkek Giyim Stiline Örnek 4

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/251075747968607085/> Erişim Tarihi: 05.02.2022



Şekil 4.3.8. Erkek Giyim Stiline Örnek 5

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/7529524368024813/> Erişim Tarihi: 05.02.2022



Şekil 4.3.9. Erkek Giyim Stiline Örnek 6

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/251075747968836461/> Erişim Tarihi: 05.02.2022



Şekil 4.3.10. Erkek Giyim Stiline Örnek 7

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/gnrtpk/man-style/> Erişim Tarihi: 05.02.2022



Şekil 4.3.11. Erkek Giyim Stiline Örnek 8

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/251075747968792155/> Erişim Tarihi:05.02.2022



Şekil 4.3.12. Erkek Giyim Stiline Örnek 9

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/251075747968990360/> Erişim Tarihi:05.02.2022



Şekil 4.3.13. Erkek Giyim Stiline Örnek 10

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/251075747968792185/> Erişim Tarihi: 05.02.2022



Şekil 4.3.14. Erkek Giyim Stiline Örnek 11

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/251075747968792200/> Erişim Tarihi:05.02.2022



Şekil 4.3.15. Erkek Giyim Stiline Örnek 12

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/251075747968792204/> Erişim Tarihi:05.02.2022



Şekil 4.3.16. Erkek Giyim Stiline Örnek 13

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/251075747968792181/> Erişim Tarihi:05.02.2022



Şekil 4.3.17. Erkek Giyim Stiline Örnek 14

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/251075747968836460/> Erişim Tarihi: 05.02.2022



Şekil 4.3.18. Erkek Giyim Stiline Örnek 15

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/251075747968792143/> Erişim Tarihi: 05.02.2022



Şekil 4.3.19. Erkek Giyim Stiline Örnek 16

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/251075747968792116/> Erişim Tarihi: 05.02.2022

4.4. Erkeklerin Tüketici Kitleler Haline Getirilme Eğilimleri

Ataerkil toplumda değişen dünya düzeni içerisinde aşınmaya başlamış, kadın özgürleşme hareketleri toplum içerisinde yeniden tanımlama gayreti ile kadın gücünün farkına varmış ve eril iktidarın sömürgeci yaklaşımlarına isyan etmeye başlamıştır. Özkantar (2019), geçmişin izlerinden gitmeye alışık, kemikleşmiş erkeklik, kadının gölgesinde kalmaya başlamış ve eski düzen ve yeni hayat arasında sıkışıp kalmıştır. Yani, yeni erkeklik, bir arafta kalma sürecini de içinde barındırmaktadır. Erkeklik tanımları, sadece toplumsal cinsiyet rolleri üzerinden değil, erkeğin güç ve iktidar arzusu üzerinden de tanımlanmıştır.

Erkekler toplumsal rol içerisinde para kazanan konumda olmuş, kadın ise tüketimi yapan konumda olmuştur. Toplumda erkekler, aile çevresi etrafında toplanmış, balık tutmaya giden, araba kullanan, ev ihtiyaçlarını gideren imgeler yüklenmiştir. Erkekler 1950’li yılların sonlarından itibaren tüketici hale getirilmeye başlanmış, reklamlarda özellikle 1980’lerden itibaren belirgin bir şekilde savaşçı olarak değil, tüketici olarak konumlandırılmaya başlanmıştır (Aydoğan, 2008).

Tüketim toplumunda erkeklerde artık güzel olmak zorunda bırakılmış. Güzellik değişim değeri olan ve gösteri malzemesinden olan araç olmuştur. Tüketim dünyasının işleyişi insanları aynı statüde pazarlamaktır: özgüvenli erkek. Erkeklerde giderek artan özgüven ve özgürleşme özellikle cinsellik ve erkek bedeninin reklam yayını yapma açısından pazarlama ve tüketim kültüründen fazla etkilenmiş, erkelere satılan ürünlerin çoğalmasını beraberinde getirmiştir.

Erkek modasında da tarihsel süreç içerisinde değişime uğramış, erkek ve erkeklik algısındaki görsellik ile ciddi bir boyut kazanmıştır. Özellikle modanın erkeğin vücuduna odaklandığı son yıllarda, erkeğin anatomik yapısını örten giysiler belli bir erkeklik algısını ortaya koymaktadır ve bu durum medyada sıklıkla görülmektedir (Biro ve Güdekli, 2017) İdealleştirilmiş erkek algısı genel olarak açık tenli, kaslı, güçlü ve zengin bir erkeği temsil etmektedir. Ancak, bu tasvirin çıplaklıkla sunumu erkekliğin erotikleştirilmesiyle sonuçlanmakta ve bu noktada erilik algısı da tıpkı kadınlarda olduğu gibi metalaştırılmaktadır (Özkantar, 2019). Aydoğan erkek kimliği ile ilgili şu şekilde açıklama yapmıştır;

“Günümüzde, her ne kadar erkekler kamusal alanda hala egemen olsalar da kadınlardan daha fazla kazanıyor olsalar da ayrıcalıklarını gitgide kaybetmektedirler. Artık erkekler yalnızca eve ekmek getiren taraf olmaktan çıktıklarından, reklamcılık iş kolundaki yıllarda annesinin aldığı kıyafetleri kullanan erkek türlerinin yerine, hem maço/playboy tarzı erkek türleri hem de eşcinsel kitleyi göz önüne almak durumundadır” (Aydoğan,2008).



Şekil 4.4.1. Yeni Erkeklik İmajına Örnek 1

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/1407443619754062/> Erişim Tarihi: 15.12.2021



Şekil 4.4.2. Yeni Erkeklik İmajına Örnek 2

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/31454897383890328/> Erişim Tarihi: 15.12.2021



Şekil 4.4.3. 2022 Erkek Sokak Tarzı

Kaynak : <https://tr.pinterest.com/pin/251075747968786910/> Erişim Tarihi:15.12.2021

4.4.1. Reklamlarda Erkeklik İmgesi

Günümüz medyasında resmedilen kadın ve erkek imajları, bedeni vurgulayarak onu korumaya değer tek varlığımız olarak algılanmayı hedefleyen bir pazarlama stratejisi oluşturmuştur. Giyim, kozmetik, teknolojik ürünler, aksesuarlar, diyetetik ve spor ürünleri gibi tüm promosyonlar, vücudun korunmasına ve güzelliğine adanmış ürünler olarak sunulmuştur. Reklamcılık sektöründe, kadın ya da erkek imgesi sıklıkla ideal kadını ya da ideal erkeği vurgulama kaygısı güdülmüştür (Özkantar, 2019). Aydoğan reklamcılığı şu şekilde açıklamıştır;

“Reklamcılık, tüketicilerdeki duyguları kışkırtan ürünlerle bağdaştıran duygusal imgelerle iletişim kurar. Reklamcılar tüketicinin tutkuları ve yaratılan ürün kimlikleri arasında bağ kurarlar. Bu durum, bir yandan tüketicilerin reklamların önerdiği sembolik doyumlarla karıştırılmış ürünlere para ödemesine, öte yandan da reklamların duygusal olarak kışkırtıcı imgeleri aramasına, ürünü toplumsal olarak arzu edilebilir özelliklerle doldurmasına neden olur. Üstelik reklamcılık ürün yoluyla toplumsal ilişkileri metalaştırır ve şeyselleştirirken, tüm bireysel ve toplumsal sorunların metaya yönelik çözümlerle çözümlenebileceğini sanan bireyler yaratır. Kitle halindeki insanlara bireysel doyumlar sunan reklamlar, dikkatleri çözüm bekleyen acil toplumsal sorunlardan uzaklaştırır” (Aydoğan,2008).

Medya fit, kaslı, uzun boylu bedenleri göstererek, vücudun varlığının ve korunmasının çok önemli olduğu gerçeğini beyinlere yerleştirmektedir. Durumumuz ve başarımız, reklamlarda gösterilen beden görüntüsü ve görünümle ilişkilendirilmektedir. Günümüzün başarılı erkeği vücuduna ve kıyafetlerine dikkat eden erkek tipi olmuştur. Erkekler de aynı kadınlar gibi vücutlarının sergilenmesiyle nesneleştirilmiş olarak medyada sunulmaktadır (Yavuz, 2017). Postmodern dönemle birlikte cinselliğin öznesinde değişiklik yaşanmış, önceleri sıklıkla kullanılan çıplak kadın bedeni yanında, cinsel obje olarak erkek bedeni de kullanılmaya başlanılmıştır. Postmodern dönemin bireyleri, söz konusu reklamlardaki değişimlerle iliştilen çeşitli imajları tüketerek kendi kimliklerini inşa etmişlerdir. Bu bağlamda tüketim kültürü ve reklamcılığın, kapitalist sistem içerisinde toplumsallığı sağlamaya hizmet ettiği söylenebilmiştir (Turan,2019).

Yazılı ve görsel medyaya yansıyan erkek imgelerinde, çıplaklık, cinsellik ve kadınla özdeşleşen bazı fiziksel roller ya da özellikler reklam afişlerinin yeni gerçekleri olmaya başlamıştır. Bu durum da ataerkil erkekliğin tamamen dışında

yorumlanabilecek bambaşka bir erkeği bizlere sunmaktadır. Erkek dergilerinin ideal okurları ağırlıklı olarak bekâr, üst-orta sınıf, yüksek gelirli bir yaşam süren, şehirli ve parasını harcamaktan korkmayan heteroseksüel erkekler olmuştur (Onbaş, 2019).



şekil 4.4.1.1. Erkek Parfüm Reklamı

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/807129564477285294/> Erişim Tarihi: 20.01.2022

4.4.2. Erkek Yaşam Dergileri ve Giysi Modası

Erkek yaşam dergileri, tüketime yol açan yaşam tarzlarını özendirmiş ve modern dünyada yeni erkekliklerin şekillenmesine yardımcı olmuştur. Onbaş (2019), yeni erkek şekillerinde, fiziksel görünümüne dikkat etmesi üzerine erkeklerde kıyafetlerinde ve renklerde bir değişim olduğunu söylemek mümkündür. Geçmişte, gazete ve dergilerde güç ve iktidar odaklı betimlenen erkeklik şimdilerde karşımıza çok yeni bir formla sunulmakta, erkekliğin erotizmi, feminen halleri, estetik eğilimleri yeni erkekliğin paydaşları olarak karşımıza çıkmaktadır (Özkantar, 2018). Yavuz’er erkek dergilerin çıkışıyla ilgili şu bilgileri vermiştir;

“Erkek dergileri ilk olarak Amerika ve İngiltere’de 1933 yılında yayınlanmıştır. En eski erkek yaşam tarzı dergisi Esquire’dır ve erkek modası dergisi olan Apperal Art dergisinin bölünmesiyle ortaya çıkmış, Apperal Art’ın çok beğenilmesi, erkek modası konusunda bir dergiye ihtiyaç duyulduğunu göstermiştir. Apperal Art, Esquire dergisinin üç ayda bir yayınlanan moda eki iken, 1983 yılında Conde Nast yayın grubuna satılarak, GQ (Gentleman Quarterly) adıyla yayınlanmaya başladı” (Yavuz, 2017).

Bu dergilere ek olarak da Penthouse ve Playboy dergilerini eklemek doğru olur. Esquire dergisi çıktığı günden beri Türkiye’ de yayınlamaya başlamış ve günümüzde de devam etmektedir. Türkiye’de yayınlanan diğer dergiler Erkekçe, Boxer, Men’s Health, GQ, FHM (For Him Magazine), dergileri olmuştur.

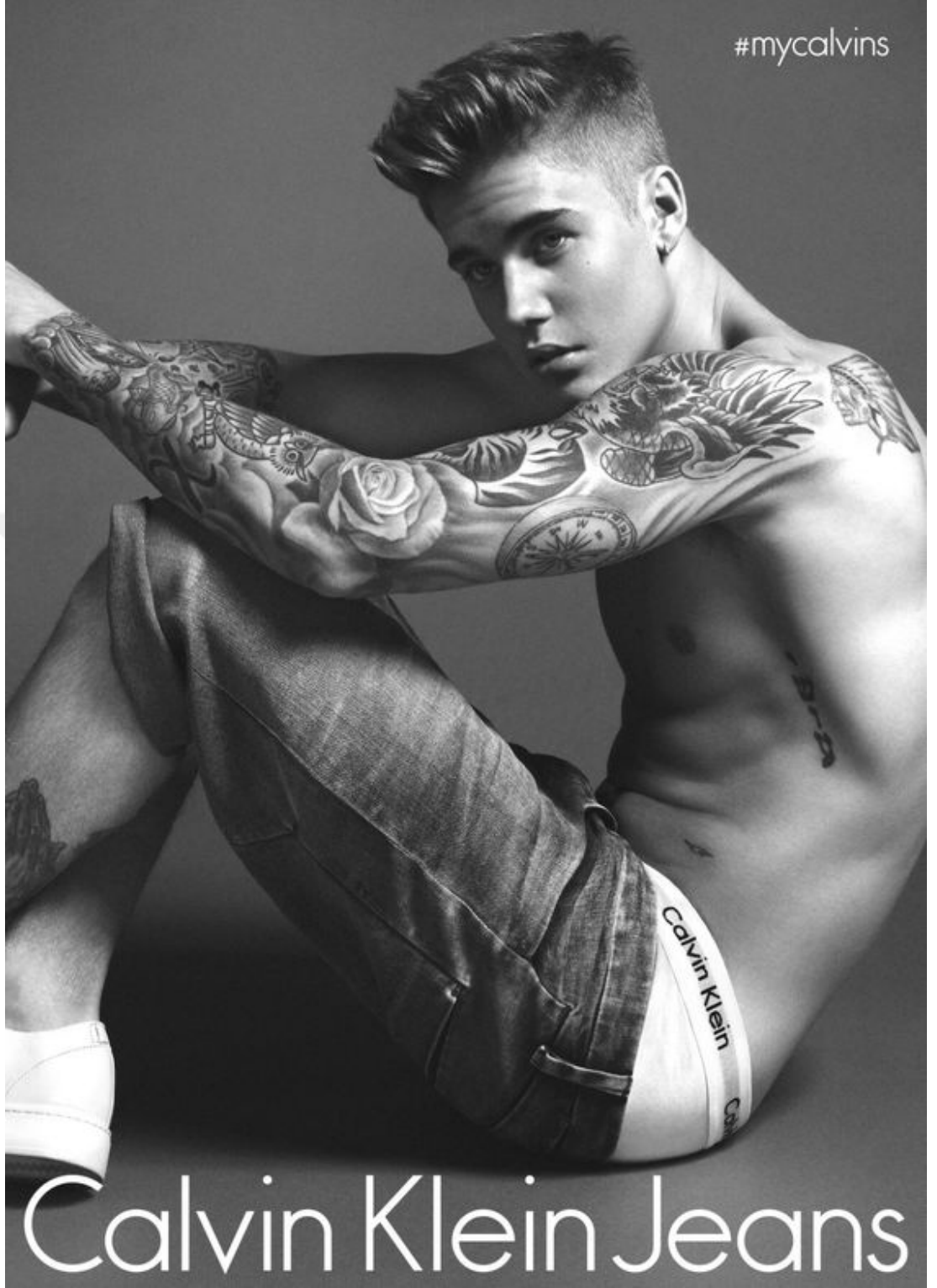
Erkeklere yönelik dergiler, erkeklere ne giyecekleri ne yiyip, nereye gidecekleri konusunda tavsiyeler vermiştir. ‘İdeal bir erkek nasıl olunur, sağlıklı ve fit görünmek için hangi egzersizleri yaptıkları gibi birçok alanda destek sunmaktadır’ (Onbaş, 2019). Erkek dergilerinin takip etmesinin nedenlerinden biri diğer erkeklerin beğenilerini, düşünceleri ve zevkleri hakkında bir fikir edinmektir. Erkek modasının çeşitliliği ve erkek modasındaki ilginin çoğalması özellikle giyim tasarımlarının yaşam tarzlarıyla örtüştüğü ve toplumda yaygınlaştığı bu dergiler sayesinde gerçekleşmektedir.

Moda alanındaki önemli söz sahiplerinden, gündemi belirleyenlerden dergi, artık geniş bir izleyici kitlesine sahip olmuştur. Dergilerin yanı sıra, hızla gelişen internet teknolojisi sayesinde de blogglar, web tabanlı yayın araçları vasıtasıyla da moda alanında güçlü iletişim sürdürülmeye başlanmıştır. Ayrıca erkekler giyimlerinde sokak stillerinden de etkilenmiştir. Crane (2018), sokak stilleri ince ve

çok çeşitlidir ve sürekli değişir demiştir. Birol ve Güdekli erkek modasıyla ilgili şu açıklamaları yapmıştır;

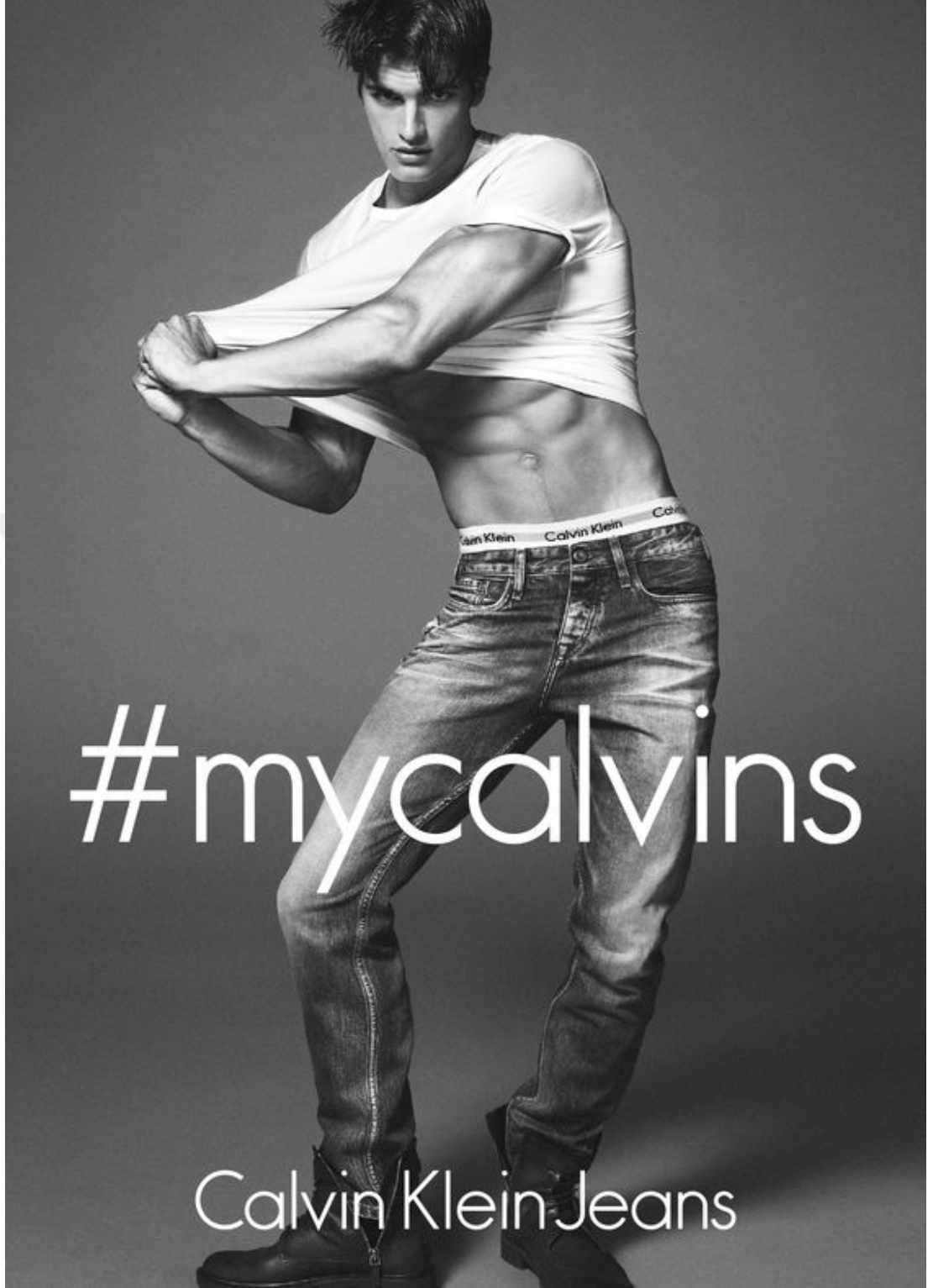
“Erkek modası, tarihsel süreç içerisinde değişime uğrayarak erkeğin ve erkekliğin algılanmasında görselliğiyle de ciddi bir boyut kazanmaktadır. Özellikle son yıllarda, moda, kendini erkeğin bedeni üzerinde gösterirken erkeğin anatomik yapısını da kuşatan giysiler belirli bir erkeklik algısını da ortaya koymaktadır. Bu durum sıkça medya araçlarından da gözlemlenebilmektedir. Özellikle dergilerin “stille zevk ve yaşam tarzının tanımına dair bilgi biçimlerinin oluşturulmasında” önemli rol oynadığını dile getirmiştir” (Birol ve Güdekli, 2017).

Erkeklerin iletişim süreçlerindeki rolleri moda bağlamında görselliklere yansımış ve giyim erkeklerin iletişim davranışlarını belirlemede sözsüz iletişim kodları olarak önemli bir rol oynamıştır. Erkek bedeninde kadınsı giyimler meta değeri olarak modada kendini belli etmiştir. Erkeklik ve kadınlık efsaneleri bundan böyle iç içe olmuş, maço olmayan, yumuşak yönleri olan bu erkeklerin yeni hassas erkek efsaneleri olarak kabul edilmiştir.



Şekil 4.4.2.1. Calvin Klein Jeans Dergi Çekimleri

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/251075747968787168/> Erişim Tarihi: 20.01.2022



Şekil 4.4.2.2. Calvin Klein Jeans Dergi Çekimleri

Kaynak: <https://tr.pinterest.com/pin/251075747968787167/> Erişim Tarihi: 20.01.2022

5.SONUÇLAR

Giyim kültürü ve modanın en önemli kısmı bir çağ olayı olması ve çok geniş anlama sahip olmasıdır. Moda postmodernizmle birlikte her şey giyebilir, her şey uyar kavramını oluşturmuştur. Moda, herhangi bir zamanda görülebilir olmuş ve zamanla değişen, dönüşen bir olgu olmuş, bir fenomene dönüşmüş, kültürel olarak da desteklenmiş bir anlatım biçimi haline gelmiştir.

Erkek giyiminin çağlar boyu tarihsel ve sosyal yapısının gelişmesini etkileyen olaylar bu tezde incelenmiştir. İncelemelerin sonucunda gelenekselleşmiş ataerkil yapılarının yumuşadığı ve küreselleşmenin, feminizm hareketlerinin yaygınlaşması ve teknolojinin ilerlemesi farklı sosyal ve kültürel bağlamlar içerisinde süregelen erkek yapılarını değiştirmiş, modanın büyüleyici ve karmaşık yolculuğunu etkilemiştir.

Sanayi Devriminin yaşanmasının ardından birçok olay gerçekleşmiş ve bu olayların ardından birçok yeniliğin, farkındalığın artmasına vesile olmuştur. Bu farkındalığın ardından 1950'li yılların ortalarında toplumsal cinsiyet algısı erkek bedeni üzerinden kalıplaşmış erkek yaşantıları, iktidarlıkları, güçlerini ve zihnimize kazınmış erkeklik algılarının günümüz kültüründe postmodernizmle beraber çok fazla değiştiği anlatılmaya çalışılmıştır. Yeni erkek kodlarının özellikleri; fiziksel görünümüne önem veren, kendine para harcayan, nasıl giyinmek istediğinde özgür olan, kadına saygılı, duygusal kırılgan ve eşitlikçi bir kimliğe bürünmüştür.

1970 yıllarında kendini gösteren postmodernizm sanat, kültür, ekonomi, bilim, mimari, moda, cinsiyet gibi birçok alanda etkisini göstermiştir. Dünyanın tüm gerçekleriyle hem eski hem yenileriyle uyum içinde olmuş hem de birleşmiştir. Postmodernizm yenilikleri daima kendine çekmiş yalnız zorunluluk durumuna getirmemiştir.

Giyim insanlık tarihi kadar eskidir. Tezimde ilk çağlardan günümüze kadar gelen erkek giyiminin evrimini tarih tarih inceleyerek araştırdım. Araştırmalarımda tek bir etkenin etkilenmediğini ve erkek giyiminin değişiminde savaşlar, uygarlıktan,

gelenek görenekler, örf adetler, ekonomik koşullar, teknolojik gelişmelerden etkilenmiştir.

Türk toplumunun giysideki değişimi Osmanlı'nın batıya yönelmesi ve orada karşılaştığı etkileri giysiye yansıtmasıyla olmuştur. Asıl değişim Mustafa Kemal Atatürk'ün kıyafet reformuyla başlamıştır. Öncelikle değişime kendisiyle başlamış ve bunu göstermiştir. Gerçekleştirdiği inkılâplar sayesinde Türkiye Devletini modernize etmiş ve gelişmiş milletler düzeyine ulaştırmıştır.

Bugünün erkeğinde ekmek parası kazandığı, ailesini geçindirdiği rolü değişmiş, erkeklik kabulünde karışıklıklar yaşanmaktadır. Çalışma hayatına kadının da girmesiyle, para kazanma rolünün ortadan kalması, yaşanan erkeklik problemlerini, sosyal medyada, dergilerde, iş ve boş zamanlarındaki çevrelerinde aramaya başlamışlardır. Tüketim toplumun sürekli değişim üzerine kurulmuş, trendler, insanlar, mallar, ilişkiler tüketimin değişim yönünü göstermiştir. Postmodernizm kapitalizmin bir ürünü olarak ortaya çıkmış ve tüketim olgusuyla önemli aşamalar kaydetmiştir.

Bu araştırmada; hızla modernleşen ve feminenleşen erkeklerin önemli bir değişim zamanı içinde olması Türk toplumunda modern koşullarda insanların geleneksel, tutum ve davranışları bıraktığı ayrıca değişen koşullara uyum sağlamaya çalıştığı görülmektedir. Sonuç olarak uzun süredir devam eden geleneksel yaşam biçimleri ve cinsiyet kalıpları da hızla değişmektedir. Toplum değiştikçe moda döngüsü de hızla değişmektedir.

21.yüzyıl çağdaş erkek modasını belirleyen ve etkileyen gelişimleri evrimsel yolcuğunu sürdürmesine olanak sağlayan çeşitli tarz ve modelleri gözler önüne sermektedir. Erkek modasının kural ve incelikleri, onun biçimsel olarak genç ve daha dinamik, ne istediği bilen, daha özgür bir şekilde dışavurum gerçekleştirmiştir. Unisex yaşam tarzı benimsenmiş, uberseksüellik artmıştır. Postmodernizmle birlikte birçok farklı erkekliğin toplumsal hayatta bir arada olduğunu, erkek cinsiyet hegemonyasının tekrardan gözden geçirildiğini ve kuralların yıkıldığı görülmüştür.

Toplum açısından değerlendirildiğinde yenilikler, yaşantımıza moda olgusu çerçevesinde sokulmuş, popüler kültür aracılığıyla yayılmış ve genişletilmiş halk tarafından tüketime neden olmuş ve bunun sonucunda moda yoluyla

güçlendirilmiştir. Günümüz tüketim toplumunda kişinin egemen sistem kuşatması altında olduğu bu döngüde kişi özverili ve bilinçli tüketim yapmaya özendirilmiştir.

İnsanların kendilerini istedikleri gibi biçimlendirmeleri, yapmaktan hoşlandıkları ve kendilerini daha mutlu hissetleri ve dolayısıyla daha başarılı olacakları durumları ve davranışları sergiledikleri, kadın-erkek ayrıştırmı yapmadan eşit bir şekilde yaşamalarına izin verilmelidir. Çeşitliliğe saygı duyulmalı, farklı giyimlere alışılmalı, kimlikler değersizleştirilmemelidir.



6. KAYNAKLAR

KİTAP

- Baldil, O.** (2017). Post Modern Estetik Anlayışlar. 1. Basım. Papatya Yayıncılık Eğitim. İstanbul, s: 27-117.
- Bozkurt, N.** (2004). Sanat ve Estetik Kuramları. 4. Baskı. Asa Kitapevi. Bursa, s: 9-85.
- Cereci, S.** (2012). Medya Yapımları ve Yapım Teknikleri. 1. Basım. s: 243-251. Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic. Ltd. Şti. Yayınları.
- Crane, D.** (2018). Moda Ve Gündemleri Giyimde Sınıf, Cinsiyet Ve Kimlik. Çeviren: Çelik Ö. 2. Baskı. Ayrıntı yayınları, İstanbul.
- Dereboy, E.J.** (2012). Tablolarla Kostüm Tarihi. Güzel Sanatlar Merkezi Stilistik Kursu ve Tic. Ltd. Şti. Yayınları. s: 81-350.
- Duman, M.Z.** (2014). Tüketim Toplumu Eleştirel Bir Bakış. 1. Baskı. Kadim Yayınları. Ankara, s: 1-117.
- Gürsoy, A.T.** (2004). Dünden Bugüne Giyim Kültürü Ve Moda. Tanıtımevi İletişim Danışmanlığı Tic. Ltd. Şti. Yayınları. İstanbul.
- Gürsoy, A.T.** (2010). Giyim Kültürü Ve Moda. Umar İletişim Hizmetleri Ltd. Şti. Yayınları. İstanbul, s:15-25.
- Gürsoy, A.T.** (2015). Giyim Kültürü Ve Moda 3. Cilt. Erkek Modası. Seçil Ofset Yayınları. İstanbul.
- Lytard, J.F.** (2019). Postmodern Durum. La Condition Postmoderne. Çeviren: Birkan İ. 3. Baskı. BilgeSu Yayıncılık. Ankara
- Macionis, J.J.** (2012). Sosyoloji. Çeviren: Vildan A. 13. Basım. Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic. Ltd. Şti. s: 68-72, 213-215.
- Özkantar, M.Ö.** (2018). Değişen Erkek Kimliğinin Bedensel İzdüşümleri: Diesel Reklemları Ve Başkalaştırılmış Erkeklik. Detay Yatıncılık. Ankara, s:208-223.
- Serdar, M.K.** (2012). Postmodern Kimliğin İnşasında Televizyon Reklamlarının Etkisi. Kum Saati Yayınları. İstanbul, s: 27-151.

- Connor, S.** (2005). Postmodernist Kültür. Çeviren: Şahiner D. 2. Baskı. Yapı Kredi Yayınları. İstanbul, s: 16-271.
- Şaylan, G.** (2016). Postmodernizm. 5. Baskı. İmge Kitapevi Yayınları. Ankara, s: 19-383.
- Yılmaz, M.** (2013). Moderninden Postmoderne Sanat. 2. Baskı. Ütopya Yayınları. Ankara.
- Worsley, H.** (2018). Modayı Değiştiren 100 Fikir. Çeviren: Öner B.B. 1. Basım. Literatür Yayınları. İstanbul, s: 50-190.

TEZ

- Ahat, K.** (2018). Bilincin Moda Yönelime Etkisi (Moda Bilinci, Öz- Bilinç ve Özel Mutluluk Üzerine Alan Araştırması). Selçuk Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Konya (Danışman:Prof. Dr. Mustafa ÖZODAŞIK).
- Aktepe, M.F.** (2020). Osmanlı'dan Cumhuriye'te Türk Devlet Politikalarının Tekstil Ve Modaya Etkisi. Haliç Üniversitesi. Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul (Danışman: Dr. Öğr. Üyesi. Şöhret AKTEPE DAL).
- Bildir, S.** (2019). Çağdaş Türk Resim Sanatında Postmodern Desen Eğilimleri. Selçuk Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Konya (Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Hafize PEKTAŞ).
- Çakır, T.M.A.** (2014). Postmodern Tüketim Ve Tüketicinin Değişen Özellikleri "Online Satın Almaya Yönelik Tutumları Ayrıştırılmış Planlı Davranış Teorisi Çerçevesinde İncelenmesi". Maltepe Ünivesitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İstanbul (Danışman: Prof. Dr. Zafer KESEBİR).
- Çiçek, Z.** (2005). Postmodern Dönemde Sanat. Cumhuriyet Üniversitesi. Sosyal bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. Sivas (Danışman: Doç. Dr. Zafer CİRHİNLİOĞLU).
- Er, E.** (2013). Moda Ve Reklam: Toplumsal Değişimin Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Moda Reklamlarında İncelenmesi. Ege Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İzmir (Danışman: Prof. Dr. Zafer ÖZDEN).
- Erdem, D.Y.** (2019). Resim Sanatında Modernizm Akılcılığı Ve Postmodern Yönelimler. Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. Tekirdağ (Danışman: Doç. Dr. Mustafa Cevat ATALAY).

- Evliyaoğlu, G.D.** (2019). 19. Yüzyıl Osmanlı Batılılaşma Dönemi Erkek Giyimi. Beykent Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul (Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Alev ÇIRPICI).
- Kartal, E.** (2014). Moda Trend Tahmin Ve Analizleri Tüketicilerin Moda Ürün Beklenti Düzeyleri. Haliç Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul (Danışman: Yrd. Doç. Dr. Şenay ALSAN).
- Kaya, L.** (2007). Mesleki Eğitim Fakültesi Giyim Endüstrisi Ve Moda Teasarımı Eğitimi Bölümü Moda Tarihi Dersi İçin Örnek Bir Model Önerisi Ve İnternet Ortamına Aktarılması. Gazi Üniversitesi. Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara (Danışman: Yrd. Doç. Dr. Halime YÜCEER ARSLAN).
- Kireçci, A.N.** (2015). Giyim Modasında “Yeni Lüks” Ve Genç Tüketicilerin Davranışlarına Etkisi. Marmara Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Doktora Tezi, İstanbul (Danışman: Prof. Dr. Peyami ÇELİKCAN).
- Kuğuoğlu, B.** (2019). Türkiye’de Erkek Modasının Sosyal Medyada Temsili: Instagram Örneği. Beykent Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul (Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Burak YENİTUNA).
- Küçükalp, K.** (2002). Nietzsche’nin Postmodernizme Felsefe Bakımından Etkileri. Uludağ Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi, Bursa (Danışman: Prof.Dr.Ahmet CEVİZCİ).
- Koşar, D.C.** (2010). Postmodern Sanat Ortamında Yapıtlar Arası İlişkiler. Gazi Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara (Danışman: Prof. Mehmet YILMAZ).
- Koşay, E.K.** (2015). Postmodernizmin Modernizme Karşıt Söylemlerinde İnsan Ve Sanat. Ondokuz Mayıs Üniversitesi. Eğitim Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Samsun (Danışman: Doç. Dr. A. Feyza ÖZGÜNDOĞDU).
- Köseoğlu, K.I.** (2018). Postmodern Tüketim Anlayışında Geleneksel Kadın İmgesi Ve Lüks Tüketim İlişkisine Yönelik Bir İnceleme. Bahçeşehir Üniversitesi. Sosyal Bilimler Fakültesi, Doktora Tezi, İstanbul (Danışman: Prof. Dr. Yeşim ULUSU).
- Köse, S.** (2019). Postmodern Filmlerde Popüler Kültür Ve Tüketim Kültürü: Dövüş Kulübü Ve Truman Show. Selçuk Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Konya (Danışman: Doç. Dr. Enderhan KARAKOÇ).
- Olgun, E.** (2017). Postmodernizm ve 1970 Sonrası Resim Sanatında Kendine Mal Etme Ve Uygulamaları. İstanbul Kemerburgaz Üniversitesi. Sosyal

Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul (Danışman: Doç. Nurdan PERDAHCI).

- Onbaş, K.** (2019). Tüketim Döngüsü İçerisinde Erkek Yaşam Tarzı Dergilerinin Yeri: İçeriği Üretenler Ve Tüketenler Üzerinde Bir Alımlama Çalışması. Trabzon Üniversitesi. Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Trabzon (Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Gülcan ŞENER).
- Pektaş, H.** (2006). Moda Ve Potmodernizm. Selçuk Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Konya (Danışman: Doç. Dr. Alaybey KAROĞLU).
- Sınay, N.** (2013). Değişen Beden Değişmeyen İktidar: 90 Sonrası Türk Sinemasında İktidarın Yansıması Açısından Erkek Bedeni. Ege Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İzmir (Danışman: Doç. Dr. K. Leyla BUDAK).
- Şahinoğlu, D.Z.B.** (2009). Postmodern Tüketim Ve Moda Satın Alma Davranışı: Türk Moda Tüketicilerine Yönelik Bir Araştırma. Marmara Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İstanbul (Danışman: Prof. Dr. Funda SAVAŞ GÜN).
- Şayan, B.** (2016). 1923-2013 Yılları Arası Batı Erkek Giyim Modasının Türk Erkek Giyim Modasına Etkisi. Beykent Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul (Danışman: Prof. Betül ATLI).
- Taştepe, Ç.** (2014). Moda Fotoğraflarındaki Giysi İmgelerinin Tüketiciler Tarafından Algılanmasına Yönelik Göstergebilimsel Bir Araştırma. Gazi Üniversitesi. Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi, Ankara (Danışman: Doç. Dr. Fatma KOÇ).
- Tokuştepe, M.** (2011). Popüler Kültür Öğelerinin Yansıtıldığı Televizyon Dizilerinin Lisans Düzeyinde Moda Tasarımı Eğitimi Alan Öğrencilerin Yaratıcılığına Etkisi. Gazi Üniversitesi. Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara (Danışman: Yrd. Doç. Armağan GÖKÇEASLAN).
- Turan, Y.** (2019). Türkiye'deki Erkek Dergi Reklamlarında Sunulan Erkeklik Olgusu: Gq, Men's Health Ve Esquire Dergilerindeki Kıyafet Reklamlarının Göstergebilimsel Çözümlemesi. Akdeniz Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Antalya (Danışman: Doç. Dr. Yeşim ÇELİK).
- Üstüner, C.** (2014). 21.YY Moda ve Sosyal Medyanın Moda Üzerindeki Etkisi. Beykent Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul (Danışman: Prof. Dr. Hamdi ÜNAL).
- Yılmaz, E.** (2017). Postmodern Kimlik Kalıplarının Popüler Türk Sinemasındaki Yansımaları. Gaziantep Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü,

MAKALE

- Aydoğan, F.** (2008). Erkeklerin Tüketici Kitleler Haline Getirilmesinde Erkek Dergilerinin Rolü Ve İçerik Analizi. Dergi Park, ss:239-246. [Elektronik Dergi].
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/maruoneri/issue/52306/683212>
- Bayburtlu, I.** (2019). Giyim Modasında Aykırı Söylemler ve Kitle Beğenisi İlişkisinde Bireşim Tarzlar. Dergi Park, ss:70-88. [Elektronik Dergi].
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/yjad/issue/46289/584174>
- Birol M, Güdekli A,** (2017). Moda ve İletişim: Erkeklik Modası Bağlamında Pinterest Uygulaması Üzerinden Göstergebilimsel Bir Analiz. Dergi Park, ss:1615-1639. [Elektronik Dergi]
<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/407286>
- Ertürk, N.** (2011). “Moda Kavramı, Moda Kuramları Ve Güncel Moda Eğilimi Çalışmaları”. Dergi Park, s:7, ss:3-30. [Elektronik Dergi]. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcggleclfindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Fdergipark.org.tr%2Ftr%2Fdownload%2Farticle-file%2F193346&chunk=true
- Evre, B.** (2007). Bir Düşünüş Biçimi Olarak Postmodernizm Ve Temel Parametleri Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi, s:13, ss:1-23.
- Hatipler, M.** (2017). Postmodernizm, Tüketim, Popüler Kültür ve Medya. Dergi Park, ss: 32-50. [Elektronik Dergi].
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/bilgisosyal/issue/29145/313804>
- Koç, E.** (2009). 18. Ve 19. Yüzyıl Osmanlı Erkek Modası. ReserchGate. [Elektronik Dergi].
https://www.researchgate.net/publication/282613987_18_VE_19_YUZYIL_OSMANLI_ERKEK_MODASI
- Koçak, D.Ö.** (2005). Kimlik Edinmede Görüntünün Gücü: Moda. Dergi Park, ss:112-123. [Elektronik Dergi]
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/maruid/issue/25253/268588>
- Koç F, Koca E.** (2009). Geleneksel Giysi Tarzlarının Değişimi Ve Türk Modasının Oluşumunda İstanbul. ResearchGate. [Elektronik Dergi].
https://www.researchgate.net/publication/282613805_Geleneksel_Giysi_Tarzlarinin_Degisimi_ve_Turk_Modasinin_Olusu_munda_Istanbul/ink/561442ff08ae983c1b4068f3/download
- Kuşcu, N. K.** (2017). “Kukla” Ve “Bütün Parklar Uç Uca” Öykülerinin PostModern Anlatı Bağlamında Karşılaştırılması. Academia, ss: 144-151. [Elektronik Dergi]. (PDF) " KUKLA " ve " BÜTÜN PARKLAR UÇ UCA " ÖYKÜLERİNİN POSTMODERN ANLATI

- Lerzan, A.** (2015). 21. Yüzyılda Postmodern Mimarlığa Naif Bir Bakış: Bitiş Mi, Dönüşüm Mü? Uludağ Üniversitesi. Mühendislik Fakültesi Dergisi. C:20, s: 2.
- Öngen, A.G.** (2015). Cumhuriyet Dönemi Modernleşme Politikasının Erkek Giyim Tarzına Etkisi. Dergi Park, ss:11
<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/275499>
- Pektaş, H.** (2008). Moda ve Küreselleşme. Academia. [Elektronik Dergi].
https://www.academia.edu/3287282/MODA_VE_K%C3%9CRESSEL_LE%C5%9EME
- Sağduyu, G.B.** (2017). Osmanlı'da Erkek Giyimin Modernleşme Süreci. Dergi Park, ss: 39-49. [Elektronik Dergi].
<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/271413>
- Taşdelen, V.** (2007). Postmodernizm Üzerine. Hece Öykü Yayınları. Hakemsiz Dergi, ss:121.
- Tunç, H.** (2011). Toplumsal Cinsiyet Farklılaşması Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma: Erkeklerin Küpe Takması Örneği. Academia, ss:33-55. [Elektronik Dergi].
https://www.academia.edu/32583339/Toplumsal_Cinsiyet_Farkl%C4%B1la%C5%9Fmas%C4%B1_%C3%9Czerine_Sosyolojik_Bir_Ara%C5%9Ft%C4%B1rma_Erkeklerin_K%C3%BCpe_Takmas%C4%B1_%C3%96rne%C4%9Fi
- Yavuz, Ş.** (2017). Erkek Yaşam Dergileri Bize Ne Söylüyor. Dergi Park, c: 4, s: 14 [Elektronik Dergi]. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/824271>

İNTERNET

- Barlas, H.C.** (2018) Modada Erkek Algısı Değişiyor Mu?
<https://www.sozcu.com.tr/hayatim/son-moda/modada-erkek-algisi-degisiyor-mu/> Erişim Tarihi: 25.10.2021
- TÜİK,** (2021). Türkiye İstatistik Kurumu
[https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanım-Arastirmasi-2021-37437](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanım-Arastirmasi-2021-37437) Erişim Tarihi: 02.12.2021
- sozluk.gov.tr Erişim Tarihi: 15.02.2021
sozluk.gov.tr Erişim Tarihi: 13.09.2021
<https://sozluk.gov.tr/> Erişim Tarihi: 12.10.2021
<https://sozluk.gov.tr/> Erişim Tarihi: 18.12.2021
<https://tr.pinterest.com/pin/702702348118785445/> Erişim Tarihi: 04.02.2021
<https://tr.pinterest.com/pin/826269862872720200/> Erişim Tarihi: 04.02.2021
<https://tr.pinterest.com/pin/800866746233270632/> Erişim Tarihi: 04.02.2021
<https://tr.pinterest.com/pin/375487687685989968/> Erişim Tarihi: 04.02.2021
: <https://www.archdaily.com/902370/does-form-follow-fashion-viktoria-lytras-montages-keep-iconic-architecture-in-vogue/5ba3672df197cc1b480001b8-does->

form-follow-fashion-viktoria-lytras-montages-keep-iconic-architecture-in-vogue-image?next_project=no Erişim Tarihi: 04.02.2021

<https://mymodernmet.com/architecture-fashion-design/#.WQTpj5VqCDc.pinterest> Erişim Tarihi: 04.02.2021

https://www.archdaily.com/902370/does-form-follow-fashion-viktoria-lytras-montages-keep-iconic-architecture-in-vogue/5ba3681af197cc369f000659-does-form-follow-fashion-viktoria-lytras-montages-keep-iconic-architecture-in-vogue-image?next_project=no Erişim Tarihi: 04.02.2021

<https://decombo.com/postmodernizm-nedir-ozellikleri-nelerdir/> 13.04.2021

<https://decombo.com/postmodernizm-nedir-ozellikleri-nelerdir/> 13.04.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/1069323505245538710/> Erişim Tarihi: 15.09.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/47217496073949661/> Erişim Tarihi: 15.09.2021

https://www.beymen.com/p_isabel-marant-lacivert-yun-kaban_900283 Erişim Tarihi: 15.09.2021

<https://www.zara.com/tr/tr/%C3%A7i%CC%87fd%C3%BC%C4%9Fmeli%CC%87-y%C3%BCn-kari%C5%9Fimli-kaban-p08871247.html?v1=152021964> Erişim Tarihi: 15.09.2021

<https://www.trendyol.com/trendyolmilla/koyu-lacivert-kemerli-kase-kaban-twoaw22kb0123-p-142381965?boutiqueId=593820&merchantId=968> Erişim Tarihi: 15.09.2021

https://www.beymen.com/p_saint-laurent-siyah-kelebek-yaka-yun-kaban_904621 Erişim Tarihi: 15.09.2021

<https://www.zara.com/tr/tr/y%C3%BCn-kari%C5%9Fimli-kaban-p04063001.html?v1=155211455> Erişim Tarihi: 15.09.2021

<https://www.trendyol.com/buratti/slim-fit-cepli-pamuklu-kase-kaban-erkek-kaban-5841015-p-127734920?boutiqueId=593722&merchantId=104972> Erişim Tarihi: 15.09.2021

<https://www.wgsn.com/en> Erişim Tarihi: 27.12.2021

<https://nellyrodi.com/> Erişim Tarihi: 27.12.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/251075747968600189/> Erişim Tarihi: 12.10.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/12244230221125349/> Erişim Tarihi: 12.10.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/251075747968600171/> Erişim Tarihi: 12.10.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/251075747968600205/> Erişim Tarihi: 12.10.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/633740978916726776/> Erişim Tarihi: 12.10.2021

<https://gallerybyzantium.com/stylish-and-practical-fashion-in-the-byzantine-empire/>
Erişim Tarihi: 12.10.2021

<https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2013-ready-to-wear/dolce-gabbana/slideshow/collection#10> Erişim Kaynağı: 12.10.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/251075747968621642/> Erişim Tarihi: 12.10.2021

<https://onlineshops.storecheap2021.com/category?name=middle%20ages%20men%20s%20clothing> Erişim Tarihi: 12.10.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/399905641919799844/> Erişim Tarihi: 12.10.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/251075747968624261/> Erişim Tarihi: 14.10.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/258675572324990847/> Erişim Tarihi: 14.10.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/251075747968600354/> Erişim Tarihi: 14.10.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/317011261280983912/> Erişim Tarihi: 14.10.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/251075747968624778/> Erişim Tarihi: 14.10.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/251075747968624990/> Erişim Tarihi: 16.10.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/251075747968624989/> Erişim Tarihi: 16.10.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/251075747968631900/> Erişim Tarihi: 17.10.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/251075747968600371/> Erişim Tarihi: 17.10.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/251075747968600375/> Erişim Tarihi: 17.10.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/251075747968631899/> Erişim Tarihi: 17.10.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/251075747968600374/> Erişim Tarihi: 17.10.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/251075747968632493/> Erişim Tarihi: 17.10.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/251075747968632495/> Erişim Tarihi: 17.10.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/251075747968631898/> Erişim Tarihi: 18.10.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/251075747968632496/> Erişim Tarihi: 18.10.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/251075747968633185/> Erişim Tarihi: 18.10.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/251075747968633171/> Erişim Tarihi: 18.10.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/251075747968632497/> Erişim Tarihi: 18.10.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/111675265749239638/> Erişim Tarihi: 18.10.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/251075747968632501/> Erişim Tarihi: 18.10.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/Aa-HN3fRQrVVs-diUmJh7fDta4wLjccrzBPG0T9eQdBBjWUKtI98fo8/> Erişim Tarihi: 18.10.2021

https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.autoconnective.in%2Ffoudsq.aspx%3Fproductid%3D133936521%26categoryid%3D73&psig=AOvVaw2zCHDMNtmIMSblHLQjxuW&ust=1641675472748000&source=images&cd=vfe&ved=0CAsQjRxqFwoTCLDrx-_DoPUCFQAAAAAdAAAAABAU Erişim tarihi:18.10.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/251075747968633975/> Erişim Tarihi: 18.10.2021

<https://www.lapolo.in/blog/100-years-mens-fashion/> Erişim Tarihi: 19.10.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/140806218667247/> Erişim Tarihi: 19.10.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/317363104966864524/> Erişim Tarihi: 08.12.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/251075747968640586/> Erişim Tarihi: 09.12.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/251075747968640588/> Erişim Tarihi: 09.12.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/251075747968640591/> Erişim Tarihi: 09.12.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/251075747968640599/> Erişim Tarihi: 09.12.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/251075747968640601/> Erişim Tarihi: 09.12.2021

<https://www.lapolo.in/blog/100-years-mens-fashion/> Erişim Tarihi: 11.12.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/251075747963788531/> Erişim Tarihi: 11.12.2021

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2020-menswear/kenzo/slideshow/collection#16> Erişim Tarihi: 11.12.2021

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2021-menswear/kenzo/slideshow/collection#19> Erişim Tarihi: 11.12.2021

<https://www.dolcegabbana.com/en/fashion-show-man-summer-2021/> Erişim Tarihi: 11.12.2021

<https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2021-menswear/dolce-gabbana/slideshow/collection#14> Erişim Tarihi: 11.12.2021

<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2019-menswear/damir-doma/slideshow/collection#19> Erişim Tarihi: 11.12.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/15340454966774720/> Erişim Tarihi: 11.12.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/207658232807997178/> Erişim Tarihi: 11.12.2021

<https://www.gq-magazine.co.uk/article/skirts-for-men> Erişim Tarihi: 11.12.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/417568196709937872/> Erişim Tarihi:11.12.2021

<https://www.fashionbeans.com/article/best-dressed-men-in-the-world/> Erişim Tarihi: 11.12.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/995717798835820194/> Erişim Tarihi: 11.12.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/6614730694367346/> Erişim Tarihi: 11.12.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/378443174920429665/> Erişim Tarihi: 13.12.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/484981453604912304/> Erişim Tarihi: 13.12.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/62206038593134610/> Erişim Tarihi: 13.12.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/16677461106223886/> Erişim Tarihi: 13.12.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/1407443619754062/> Erişim Tarihi: 15.12.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/31454897383890328/> Erişim Tarihi: 15.12.2021

<https://tr.pinterest.com/pin/251075747968607085/> Erişim Tarihi: 20.01.2022

<https://tr.pinterest.com/pin/251075747968786925/> Erişim Tarihi: 20.01.2022

<https://tr.pinterest.com/pin/271412315034702328/> Erişim Tarihi: 20.01.2022

<https://tr.pinterest.com/pin/807129564477285294/> Erişim Tarihi: 20.01.2022

<https://tr.pinterest.com/pin/251075747968787167/> Erişim Tarihi: 20.01.2022

<https://tr.pinterest.com/pin/251075747968787168/> Erişim Tarihi: 20.01.2022

<https://tr.pinterest.com/pin/807129564477285294/> Erişim Tarihi: 20.01.2022

<https://tr.pinterest.com/pin/251075747968792116/> Erişim Tarihi: 05.02.2022

<https://tr.pinterest.com/pin/251075747968792155/> Erişim Tarihi:05.02.2022

<https://tr.pinterest.com/pin/251075747968792143/> Erişim Tarihi: 05.02.2022

<https://tr.pinterest.com/pin/251075747968990359/> Erişim Tarihi: 05.02.2022

<https://tr.pinterest.com/gnrtprk/man-style/> Erişim Tarihi: 05.02.2022

<https://tr.pinterest.com/pin/7529524368024813/> Erişim Tarihi: 05.02.2022

<https://tr.pinterest.com/pin/251075747968990360/> Erişim Tarihi:05.02.2022

<https://tr.pinterest.com/pin/251075747968792204/> Erişim Tarihi:05.02.2022

7. ÖZGEÇMİŞ

Güner Toprak, 2011-2013 yılları arasında Adnan Menderes Üniversitesi Nazilli Meslek Yüksek Okulunda Tekstil Teknolojisi Bölümünde ön lisans eğitimini tamamladı. 2015-2018 yıllarında Haliç Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümünde lisans eğitimini tamamladı.

2018 yılında Haliç Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesinde tezli yüksek lisans kayıt yaptırdı. 2022 yılında yüksek lisansını tamamladı.

