



**MODA TASARIMINDA GELENEĞİN
YORUMLANMASI KONUSUNUN ULUSAL KİMLİK
ÇERÇEVESİNDE İNCELENMESİ**
Yüksek Lisans Tezi

Ülker TATLIDİL

ESKİŞEHİR 2020

**MODA TASARIMINDA GELENEĞİN YORUMLANMASI KONUSUNUN
ULUSAL KİMLİK ÇERÇEVESİNDE İNCELENMESİ**

Ülker TATLIDİL

Yüksek Lisans Tezi

Endüstriyel Sanatlar Anabilim Dalı

Danışman: Prof. Yüksel ŞAHİN

Eskişehir

Eskişehir Teknik Üniversitesi

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Haziran 2020

ÖZET

MODA TASARIMINDA GELENEĞİN YORUMLANMASI KONUSUNUN ULUSAL KİMLİK ÇERÇEVESİNDE İNCELENMESİ

Ülker TATLIDİL

Endüstriyel Sanatlar Anabilim Dalı

Eskişehir Teknik Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Haziran 2020

Danışman: Prof. Yüksel ŞAHİN

Toplulukların yaşayış biçimlerinin şekillenmesinde yadsınamaz biçimde etkili bir unsur olduğu bilinen gelenek tarih boyunca çeşitli şekillerde anlamlandırılmış ve konumlandırılmıştır. Tarihsel süreçteki değişimi ardından gelenek günümüz toplumlarında sanat ve edebiyat gibi alanların yanında moda tasarımcıları tarafından tasarımlara ve tasarım süreçlerine dahil edilmektedir. Geleneğin yorumlanmasının geleneksel kültürün korunması, tasarımcının görünürlüğü ve ulusların modaları üzerinde etkili olduğu görülmektedir. Günümüzde üzerine çeşitli tartışmalar gerçekleştirilen geleneğin yorumlanması konusu ülkelerin ulusal moda kimlikleri açısından önemini ve güncelliğini koruyan bir meseledir. Çalışmanın amacı, geleneğin moda tasarımında hangi şekillerde yorumlandığına ve geleneğin yorumlanmasının ülkelerin ulusal kimlikleri üzerinde nasıl etki gösterdiğine dair bir analiz yapmaktır. Çalışmada 1980’li yıllarda uluslararası moda sahnesinde kendine yer edinen Japon tasarımcıların geleneği yorumlama biçimleri ve bu tasarımcıların geleneği yorumlama biçimlerinin Japon ulusal moda kimliğine etkilerinden yola çıkılmıştır. Bu amaçla belirlenen örneklem dahilindeki tasarımcıların geleneği yorumlama biçimleri incelenecektir. Ardından geleneği ele alan tasarımcıların çalışmalarının, ülkelerinin ulusal moda kimlikleri üzerindeki yansımalarının hangi şekillerde gerçekleştiğine dair bir çerçeve çizilmeye çalışılacaktır.

Anahtar Sözcükler: Gelenek, Moda tasarımı, Geleneğin yorumlanması, Ulusal kimlik, Ulusal moda

ABSTRACT

EXAMINATION OF THE INTERPRETATION OF TRADITION IN FASHION DESIGN WITHIN THE FRAMEWORK OF NATIONAL IDENTITY

Ülker TATLIDİL

Department of Industrial Arts

Eskişehir Technical University, Graduate School of Sciences, June 2020

Supervisor: Prof. Yüksel ŞAHİN

The tradition, known to be an undeniably effective factor in shaping the way of living of communities, has been understood and positioned in various ways throughout history. Following its change in the historical process, tradition is being included in designs and design processes in various ways by fashion designers as well as in art and literature. It can be seen that the interpretation of tradition has an impact on the preservation of traditional culture, the visibility of the designer and the nations' fashion identities. The issue of interpretation of the tradition, which has been negotiated today, is an issue that maintains its importance and validity in terms of national fashion identities of countries. The aim of this study is to make an analysis of the ways in which tradition is interpreted in fashion design and how the interpretation of tradition affects the national fashion identities. The study is based on the way of interpretation of tradition by Japanese designers, who found a place within the international fashion dialogue starting from 1980's, and on the effects of interpretation of tradition of Japanese designers on the Japanese fashion identity. For this purpose, the ways of interpretation of the tradition in the work of designers will be examined. Then, a framework will be given on how the works of designers interpreting the tradition has reflected on their national fashion identities.

Keywords: Tradition, Fashion design, Interpretation of tradition, National identity, National fashion

TEŞEKKÜR

Sadece tez süreci boyunca değil öğrencisi olduğum tüm süre boyunca beni her konuda destekleyen danışmanım Prof. Yüksel ŞAHİN'e benimle paylaştığı her şey için sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Manevi desteklerini benden hiçbir zaman esirgemeyen kurumumun Moda Tasarımı Bölümü hocalarına çok teşekkür ederim. Tez yazım sürecimde kendi yöntemleriyle bana desteklerini ve sevgilerini sunan aileme ve bana inanan arkadaşlarıma teşekkürlerimi sunmak isterim.

Ülker TATLIDİL

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarında bilimsel etik ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Eskişehir Teknik Üniversitesi tarafından kullanılan “bilimsel intihal tespit programı”yla tarandığını ve hiçbir şekilde “intihal içermediğini” beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçları kabul ettiğimi bildiririm.

Ülker TATLIDİL

İÇİNDEKİLER

Sayfa

BAŞLIK SAYFASI	i
JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI.....	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT.....	iv
TEŞEKKÜR	v
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ.....	vi
İÇİNDEKİLER	vii
GÖRSELLER DİZİNİ	ix
1. GİRİŞ	1
1.1. Çalışmanın Yöntemi	1
2. GELENEK VE MODA	5
2.1. Sosyal Bilimlerin Konusu Olan Gelenek.....	5
2.1.1. Modernizmin doğuşu	10
2.1.2. Gelenegin ele alınması.....	12
2.2. Moda.....	15
2.2.1. Moda kavramı ve moda olgusu	15
2.2.2. Moda sistemi ve moda endüstrisi	17
2.2.3. Moda tasarımında gelenegin yorumlanması.....	18
3. GELENEK, ULUSAL KİMLİK VE MODA TASARIMI	24
3.1. Ulusal Kimlik.....	24
3.2. Ulusal Kimlik ve Moda Tasarımı İlişkisi	26
3.3. Moda Tasarımında Gelenegin Yorumlanması ve Ulusal Kimlik	28
3.3.1. Japonya örneği.....	32
3.3.1.1. Japon ulusal moda kimliği	38
4. MODA TASARIMINDA GELENEĞİ YORUMLAYAN TASARIMCILARIN İNCELENMESİ.....	42

4.1. Hollandalı Tasarımcılar	42
4.1.1. Hollanda ulusal moda kimliği	49
4.2. Faslı Tasarımcılar	51
4.2.1. Fas ulusal moda kimliği	56
4.3. Güney Afrikalı Tasarımcılar.....	58
4.3.1. Güney Afrika ulusal moda kimliği.....	65
4.4. Çinli Tasarımcılar	67
4.4.1. Çin ulusal moda kimliği.....	71
5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	75
KAYNAKÇA.....	82
EKLER	93
ÖZGEÇMİŞ	

[GÖRSELLER DİZİNİ

Sayfa

Görsel 2.1. Paul Poiret'in "Nubienne" isimli tasarımı	19
Görsel 2.2. Yves Sain Laurent'in 1965 yılı Koleksiyonundan bir gelinlik.....	21
Görsel 2.3. John Galliano 1994 Sonbahar/Kış Koleksiyonundan bir görünüm	22
Görsel 2.4. Hüseyin Çağlayan "Ambimorphous" koleksiyonu	23
Görsel 3.1. Comme des Garçons 1983-84 Sonbahar/Kış koleksiyonundan geleneksel Japon seyahat giysilerinin özelliklerini taşıyan tasarımları	35
Görsel 3.2. Comme des Garçons markası 2011 İlkbahar koleksiyonundan bir görünüm	36
Görsel 3.3. Issey Miyake tasarımı "Minaret" elbise	37
Görsel 4.1. Viktor & Rolf, 2006/2007, "Silver" koleksiyonundan bir görünüm	44
Görsel 4.2. Viktor & Rolf, 2007/2008, "Fashion Show" koleksiyonundan bir görünüm	45
Görsel 4.3. Francisco van Benthum, 2008/2009 "Hope" koleksiyonundan bir görünüm	46
Görsel 4.4. Spijkers & Spijkers markası, S/S 2011	47
Görsel 4.5. Iris van Herpen, "Sensory Seas", S/S 2020	49
Görsel 4.6. Noureddine Amir, 2018 Sonbahar/Kış koleksiyonundan iki görünüm	52
Görsel 4.7. Art/C, "Uthopia Special Collection"	53
Görsel 4.8. Art/C, "Love, don't know?" 2019 Yaz koleksiyonunda iki görünüm.....	54
Görsel 4.9. Amine Bendriouich, 2014 "Ich Bin Ein Berberliner" koleksiyonundan bir görünüm.....	55
Görsel 4.10. Maxhosa, Sonbahar/Kış 2013	60
Görsel 4.11. Leopard Frock, 2017 Sonbahar/Kış koleksiyonu	61
Görsel 4.12. Sun Goddess, Audi Joburg Moda Haftası, 2007	62
Görsel 4.13. Strangelove markasının Neliswe Xaba ile iş birliğinden "They Look at Me and That's All They Think" isimli projesinden performans giysisi, 2007-2008.....	64
Görsel 4.14. Stoned Cherrie, Sheer Glamour, İlkbahar/Yaz 2013	65
Görsel 4.15. Ji Cheng'in Sonbahar/Kış 2012, "Zen Awakening" isimli koleksiyonundan bir görünüm	69
Görsel 4.16. Ma ke'nin "Wuyong" projesinin 2007 koleksiyonundan bir görünüm	70

Görsel 4.17. Zhang Huishan’ın Sonbahar/Kış 2013 Koleksiyonundan Mao ceketini uyarlamasının bir örneği	71
--	----



1. GİRİŞ

Sosyal bilimler çerçevesinde geleneksel kültürün gelecekte nasıl şekilleneceği ve günümüze kadar gelen tarihsel süreçte ne gibi değişimler geçirdiği tartışılmaktadır. Özellikle küresel bir kültür anlayışına doğru ilerlendiğinden geleneksel kültür öğelerinin küreselleşme ile kaybolmaya yüz tuttuğu ifade edilen düşünceler arasındadır. Oysa geleneksel kültürlerin varlığının kültürel çeşitliliği sağladığı yönündeki ifadeler geleneksel kültür mirasların yaşatılması gerekliliğine değinmektedir. Geleneksel kültürel mirasın yaşatılmasının yollarından biri olarak geleneklerin sanat ve tasarım gibi alanlardaki uygulamalara dahil edildiği ve çalışmalara konu olarak seçildiği gözlemlenmiştir. Yaratımlarında çeşitli referanslardan yola çıkan moda tasarımcıları da tasarımlarında ve tasarım süreçlerinde geleneği yorumlamaktadır. Geleneksel kültür öğelerini konu alan ve bu sebeple kültürel mirasın sürdürülmesine katkı sağlayabilecek moda tasarımcılarının gelenek ile hangi şekillerde iletişime geçtiği ve hangi yaklaşımları sergilediği incelenmeye değer bulunmuştur. Ayrıca tasarımcıların, ülkelerin ulusal kimliklerinde önemli bir yere sahip olan ulusal moda kimliklerinin şekillenmesinde rol oynadığı bilinmektedir. Tasarımcıların geleneksel kültüre ait öğeleri yorumlamasının toplumların ulusal modaları üzerinde hangi şekillerde etkili olduğu sorusu da cevaplanmak üzere sorulmaktadır. Çalışmanın amacı tasarımcıların geleneği ele almalarının ulusal moda kimliği üzerinde gerçekleştirdiği etkileri ortaya koyacak bir analiz yapmaktır.

1.1. Çalışmanın Yöntemi

Araştırmada geleneğin moda tasarımında yorumlanmasının incelenmesinden önce, kültürün konularından biri olarak gelişen geleneği açıklamak üzere yapılmış çeşitli yaklaşımlar irdelenecek ve bu yaklaşımların ortaya koyduğu geleneğin özellikleri belirtilecektir. Geleneğin tarihsel süreçte geçirdiği anlamlandırılma değişimlerinin ardından son yüzyıldaki yükselişiyle yaratıcı alanlardan biri olan moda tasarımında yorumlanması ele alınacaktır. Sonrasında ise ulusal kimlik ve ulusal moda olguları incelenecektir. Toplumların ortak değerleriyle oluşturulmuş bir kimlik türü olan ulusal kimlik toplumların tarihlerini, kültürlerini ve ülkelerini paylaştıkları bir olgudur. Çeşitli öğeleri içinde barındıran ulusal kimliği oluşturan öğelerden biri de ülkelerin ulusal imajlarını yansıtan bir araç olan ulusal moda kimliğidir. Ulusal moda kimliği de ulusal

kimliğin bir alanı olarak toplumların ekonomik güç ve uluslararası diyalogda saygınlık kazanmasını sağlayan bir araç olarak işlev görmektedir. İnşa edilen ulusal moda kimliğinin en önemli güçlerinden biri ise tasarımın gücünün sergilenmesine imkan veren moda tasarımıdır. Çalışmalarında zaman zaman ulusa ait öğelere ve bu öğelerden geleneksel kültür öğelerine yer veren tasarımcılar ulusal moda kimliğini şekillenmesinde etkili olabilmektedir. Çalışmada geleneğin moda tasarımında yorumlanmasının ardından ulusal moda kimliğinin şekillenmesinde geleneksel kültürün etkisi üzerinde durulacaktır. Moda tasarımcılarının geleneği yorumlamalarının toplumların ulusal kimlikleri üzerinde nasıl bir etki yarattığı incelenecektir.

Çalışmanın anahtar kelimeleri olan; gelenek, moda tasarımı, geleneğin yorumlanması, ulusal kimlik ve ulusal moda terimleriyle ilişkili tanımları, kavramları ve olguları içeren literatür taraması yapılmıştır. Geleneksel öğeleri iyi analiz edebilmek ve geleneğin yorumlanmasını anlayabilmek için çalışmaya öncelikle gelenek kavramının tanımları ile başlanmıştır. Gelenek kavramının toplumlar için ifade ettiği anlamın çeşitli disiplinlerdeki tanımları incelenmiştir. Öncelikle geleneğin Halk Bilimi alanına ait tanımları ile karşılaşılmış, kavramın Antropoloji ve Sosyoloji gibi disiplinlerde de yer bulduğu görülmüştür. Kültür ile geleneğin ilişkisi sorgulanmış, bu ilişki ile ilgili tanımlamalara yer verilmiştir. Gelenek kavramının sosyal bilimler literatüründe tüm maddi ve manevi kültürel mirası simgeleyen anlamıyla kullanıldığı belirlenmiştir. Aynı şekilde, kültürel miras tanımlarının da geleneksel öğeler ile eş anlamlı kullanıldığı görülmüştür. Geleneğin sosyal bilimler araştırmacıları tarafından çoğunlukla modernizm ile ilişkilendirildiği ve ele alındığı, buna sebep olan olgunun ise Aydınlanma Çağı, Endüstri Devrimi ve ardından gerçekleşen toplumsal dönüşümler ile geleneğin yeniden tanımlaması olduğu görülmüştür.

Araştırmanın kapsamı 1960 ve 1970’li yıllar sonrasında şekillenen çağdaş moda tasarımı olarak belirlenmiştir. Modanın bir kavram olarak ortaya çıkışı ve modernizmle paralel bir sistem olarak gelişimi modanın yapısını ortaya koymak amacıyla antropoloji ve sosyoloji alanlarına ait moda çalışmalarının yardımıyla incelenmiştir. Toplumların ulusal modalarının şekillenmesinde modanın bir kurum ve sistem olarak varlığının ve yapısal özelliklerinin büyük payı olduğu görülmüştür. Moda tarihine kıyasla göreceli olarak yakın zamana kadar moda araştırmacılarının Batılı toplumlarda ortaya çıkan bir olgu olarak gördüğü modanın merkezsizleşmeye başladığı ve yeni görüşlerin

doğrultusunda moda araştırmalarının da yön değiştirdiği, bunun yanında modanın gelişiminin oldukça hız kazandığı bugünün dünyasında tasarımcıların konumlandırılmalarının da modadaki değişimlere paralel olarak değişim gösterdiği görölmüştür. Bu değişim içerisindeki tasarımcıların geleneği yorumlamaları ulusal modalarının şekillenmesine doğrudan katkıda bulunabilirken tasarımcıların motivasyonlarının, geleneksel kùltüre yaklaşımlarının ve geleneği yorumlama biçimlerinin de değişimini gösteren verilere yer verilmiştir.

Çalışmanın ıkış noktası moda tasarımı tarihinin şekillenmesine büyük katkı sağlayan öncü Japon tasarımcıların geleneksel ögelere tasarımlarında ve tasarım anlayışlarında yer verme pratikleridir. Japon tasarımcıların başarıları sadece moda tarihinin akışını değiştirmemiş Japonya'nın bir moda merkezi olarak saygınlık kazanmasında da rol oynamıştır. Japon tasarımcılar örneğinden hareketle aędař Hollandalı, Faslı, Güney Afrikalı ve Çinli moda tasarımcılarının kendi geleneksel kùltür araçları, simgeleri, anlayışları ve zanaatlarıyla etkileşime geçmesi, tasarımlarında ve tasarım anlayışında bu ögelere yer vermesi incelenmiş, tasarımcıların çalışmalarının ulusal kimliklerine etkisi, kendi ölkelerini ele alan başlıklar altında sunulmuştur. Araştırmada tasarımcıların geleneği nasıl ele aldığı ve yansıttığı, neleri dikkate aldığı, tüm bu tasarım sürecinde gelenek, ulusal kimlik ve tasarımcı etkileşiminin ne şekilde gerçekleştiğine dair araştırmacıların görüşlerine yer verilmiştir.

Çalışmada öncelikle iki ana soru olan, “Moda tasarımcısı geleneği nasıl yorumlamaktadır/gelenekle nasıl etkileşime geçmektedir?” ve “Tasarımcının gelenek ile etkileşimi tasarımcının ait olduğu ulusun ulusal kimliği üzerinde nasıl bir etki yaratmaktadır?” soruları sorulmuştur. Çalışma içeriği ve araştırma türü bakımından niteldir. Veri toplama tekniği olarak döküman inceleme yöntemine başvurulmuştur. Çalışmada kullanılan veriler basılı kaynakların ve internette yer alan dökümanların incelenmesi ile elde edilmiştir. Gözlem veya görüşmenin mümkün olmadığı araştırmalarda tek başına veri toplamak amacıyla, diğer veri toplama yöntemleriyle birlikte kullanıldığında ise verilerin çeşitlendirilmesini sağlamak ve araştırmanın geçerliğini artırmak amacıyla kullanılan bir teknik olan ve araştırma konusu hakkında bilgi içeren yazılı materyallerin özömlenmesi (Yıldırım & şimşek, 2005, s. 188-189) yoluyla gerçekleştirilen doküman inceleme yöntemi kullanılmıştır. Elde edilen verilerin analizi için betimsel veri analizi yöntemi kullanılmıştır. Bu tür analizde amaç, elde edilen

bulguları düzenlenmiş ve yorumlanmış bir biçimde okuyucuya sunmaktır. Betimsel analizde elde edilen veriler, daha önceden belirlenen başlıklar altında özetlenir ve yorumlanır (Güldü, 2019). Bu yöntemden hareketle çalışmada elde edilen veriler ülke ve tasarımcı örnekleri üzerinden derlenmiş ve sunulmuştur.



2. GELENEK VE MODA

2.1. Sosyal Bilimlerin Konusu Olan Gelenek

Gelenek sosyal bilimlerin çeşitli alanlarında karşılaşılan bir kavram olarak yaygın biçimde yer bulurken kavram öncelikle geçmişle ilgili bir çağrışım yapmaktadır. Türkçe Sözlük'te gelenek terimi; "Bir toplumda, toplulukta eskiden kalmış olmaları dolayısıyla saygın tutulup, kuşaktan kuşağa iletilen, yaptırım gücü olan kültürel kalıntılar, alışkanlıklar, bilgi, töre, davranışlar ve ananeler" olarak tanımlanmıştır (Ekici, 2008). Halkbilimleri sözlüğünde gelenek; "düşünüşlerin, efsanelerin ve adetlerin uzun bir süre içinde yerleşip bir çağdan öbür çağa sözlü olarak aktarılması olarak ifade edilmektedir (Artun, 2014, s. 202)". Gelenek başka bir kaynaktan ise; "eski çağlardan beri yerleşmiş olup kuşaktan kuşağa geçerek gelen ve topluluğun üyeleri arasında ortak ve özel bir ruh ve dolayısıyla sağlam bir bağ meydana getiren her türlü ilişki" olarak tanımlanmıştır (Artun, 2014, s. 202). Kültür kavramının tanımları incelendiğinde kavramın gelenek ile birlikte açıklandığı görülmektedir. Kültürü en kapsamlı haliyle;

"Geniş tanımıyla kültür, bir toplum üyelerinin dünyaları ve birbirleriyle ilişkilerinde kullandığı ve öğrenme yoluyla bir kuşaktan sonrakine aktarılan ortak inanç, değer, adet, davranış ve maddi nesneler sistemidir. Bu tanım yalnızca davranış biçimlerini değil, düşünce tarzlarını (yani bir toplum üyelerinin çeşitli doğal, dini ve ideolojik olgulara verdiği ortak anlamları), gereçleri, çanak çömleği, konutları, makineleri, sanat yapıtlarını ve bunları biçimlendirmek üzere kullanılan kültürel becerilerle teknikleri de kapsar. Kısacası, kültür içgüdüsel ya da kalıtsal değil de öğrenilmiş olan hemen her davranış biçimini kapsamaktadır."

olarak tanımlayan Bates'in (2009, s. 6) tanımında geleneğin özellikleri görülebilmektedir. UNESCO da "toplum veya bir sosyal gruba özgü manevi, maddi, entelektüel ve duygusal özelliklerin tümü" olarak tanımladığı kültürün gelenekleri de kuşattığını belirtmiştir (2001). Turan (1990, s. 12) kültürü ilk kez bilimsel bir temele dayandırmak isteyen Antropolog Taylor'ın (1871) kültür kavramını uygarlık ile eş anlamlı olarak kullanmış, kültür veya uygarlığın, insanın bir toplumun üyesi olarak edindiği bilgi, inanç, sanat, ahlak, gelenek ve göreneklerle her türlü beceri ve alışkanlıklarını içeren karmaşık bir yapı olduğunu belirtmiştir. Antropolog Taylor, bu tanımda kültürün içerisinde geleneği de barındırdığını dile getirmiştir. Turan, P. Bagby'nin "Tarihin kalıplı ve tekrarlanan eseri" biçimindeki kültür tanımına katılmamakla birlikte kültürün tarihsel devinimini en iyi şekilde yansıttığını düşündüğü "Kültür, bir toplumda geçerli olan ve gelenek halinde devam eden her türlü dil, duygu,

düşünce, inanç, sanat ve yaşayış öğelerinin tümüdür” tanımının kullanmayı doğru bulmuştur (1990). Turan burada ise geleneği, kültürün devam etme şekli ve bir tarz olarak tanımlamıştır. Bu tanımlarda geleneğin kültürün bir alt başlığı olarak yer bulduğu görülmektedir. Geleneğin tanımlarının içerisinde kültürle, kültürün tanımlarının içinde ise gelenekle bağlantı bulunduğu görülmektedir. Kültürün tanımlarından hareketle, somut ve somut olmayan gelenekselleşmiş kültür öğelerini tanımlayan geleneksel öğelerin kültürden farkı şu örnekte görülebilmektedir;

“Bir zamanlar dokunan halı ve çevresinde oluşan kültürel öğeler makineleşme ile ortadan kalkmıştır. Halı dokuyan insanlar işlerini değiştirmiş, dokuma tezgâhları boşta kalmıştır. Halı dokuma çevresinde gelişmiş olan gelenek ise tedricen yaşamdan elini eteğini çekmiştir. Kültürü oluşturan halı dokuma eylemi güncel zamanda devamlılığını yitirerek bir geleneksel kültür ögesine dönüşmüştür (Demir, 2012).”

Sadece halı dokuma aktivitesi değil aktivitenin yarattığı yaşayış biçimlerinin de geleneksel yaşayış biçimlerine dönüştüğü görülmektedir.

Gelenek kavramı birçok sosyal bilimler çalışmasında gerek doğrudan gerekse başka kavramlarla ilişkili olarak ele alınmıştır. Geleneksel kültür sosyal bilimin alt disiplinlerinden halkbilimin konusu olarak yoğun biçimde yer bulurken, gelenek kavramının antropolojik ve sosyolojik açıdan değerlendirmeleri ise kavramın özelliklerine ve niteliklerine işaret etmektedir. Özbudun, “Küreselleşme ve Geleneği Yeniden Düşünmek” isimli çalışmasının notlar bölümünde sosyal bilimler literatüründe gelenek konusu üzerinde duran incelemelerin sayısının oldukça sınırlı olduğunu belirtmekte ve bu konuyu kitap haline getiren araştırmacıları; Sumner (1978), Shils (1981), Hobsbawm ve Ranger (1983), Boyer (1990) ve Gross (1992) olarak sıralamaktadır (2005). Bu araştırmacılar Boyer’in sosyal bilimler alanında tutarlı bir gelenek tanımı olmadığını belirttiği görülmektedir (1990). Bu açıklama, geleneğin karşılaşılan tanımlarının kapsamlılığı ile ilişkilendirilebilir. Edward Shils “Gelenek” isimli çalışmasında geleneği “geçmişten günümüze intikal ettirilen ya da miras bırakılan herhangi bir şey” biçiminde tanımlayarak geleneğin yapısını ortaya koyan fikirlerini sunmaktadır (Shils, 2003, s. 101). Shils; “Şimdiye kadar gerçekleştirilmemiş amaçları gerçekleştirme, hedeflerin peşinde koşma çabası, daima bir anlamda geleneksel standartlardan kopuştur” tanımını yapmakta, aslında gerçekleştirilen birçok yenilikçi eylemin gelenekle ilişkisini göstererek geleneğin kapsamlılığını ifade etmektedir (2003, s. 127). Yine Shils’in tanımına göre; “Aktarılan şey anlamına gelen gelenek somut

nesneler, herhangi bir konu hakkında inançlar, kişiler ve olayların görünüşleri, pratikler ve kurumları içerir. Hobsbawm'ın tanımına göre de gelenek terimi; şimdiki zamanda var olan ama geçmişten miras kalmış dizi pratiği, çeşitli inançları veya düşünme biçimlerini ifade etmektedir (2006, s. 2). Hobsbawm ve Ranger'ın tanımı da kavramın kapsamlılığına işaret etmektedir.

Geleneğin tanımları incelendiğinde kavramın çeşitli özelliklerinin ön plana çıktığı görülmektedir. Burada dikkat çeken ilk özellik geleneğin işlevselliğidir. Toplumların yaşayış biçimlerinden kültürel öğelerine geniş bir yelpazeyi konu alan ve folklorik öğeleri inceleyen halk bilimi alanı çerçevesinde gelenek, toplumların değerlerini ve alışkanlıklarını yansıtan bir kavram olarak genişçe yer bulmaktadır;

“En geniş anlamı ile folklorun büyük bir çoğunluğu zaten geleneğin bir parçasıdır, zira folklor bazı bağlamlar içerisinde çoğu zaman uygun ve beklenen davranıştır. Hasta bir insan geleneksel olarak aktar doktorundan tavsiye alır; gelenek sebebi ile yerli Amerikalı hikâye anlatıcısı bazı hikâyeleri anlatmak için kış bekler; şarkıcı performansını geleneksel açılış ve kapanış formülleri ile çerçeveler. Çözüm yolları, masallar ve şarkılar gelenek olarak kabul edilmese de bunların uygulanışı halk gelenekleri tarafından belirlenmektedir. (Sweterlitsch, 2016, s. 124).”

Sweterlitsch, geleneğin belirli toplulukların davranış kodlarını belirlediğini ve toplumların gelenekleri ürettiklerini ifade etmektedir. Araştırmacı, Richard Dorson'ın yukarı Michigan bölgesindeki oduncular üzerine yaptığı bir araştırmada bölgedeki oduncuların belirli davranış kodlarını kullandıklarını belirtmiştir. Dorson bu topluluğun kendi üzerlerinde etkili olan davranış kodları geliştirdiklerini ve bu kodların da gelenekleri oluşturduğunu belirtir (Sweterlitsch, 2016, s. 124).” Sweterlitsch'e göre bu gelenekler toplumu düzenleyici işlevi sağlamaktadır. Sözelimi bir evin bacasının evin içinde mi yoksa dışında mı inşa edileceği veya müstemilatin eve göre hangi konumda olacağı da gelenekler tarafından belirlenmektedir (Sweterlitsch, 2016, s. 124). Bu örnek de geleneklerin maddi kültürün ve günlük yaşamın her alanına etki ettiğine işaret etmektedir. Çalışlar da yeni geleneklerin oluşmasının uzun zaman alan karmaşık bir süreç olduğu ve ancak tüm halkın çıkarlarına uyumlu hale gelmesi ile toplumsal bilincin hızla gelişmesine yardımcı olabileceğini ifade etmektedir (1983, s. 155).” Geleneğin toplumu düzenleyici işlevinin aynı zamanda millet birliğini sağlamadaki rolünü işaret eden ifadelerle örtüştüğü belirtilebilir.

Geleneğin toplumsal açıdan işlevselliği ve kapsamlılığının yanında çeşitli çalışma alanlarından araştırmacılar tarafından üzerinde durulan başka bir nokta ise geleneğin tanımlarında sıklıkla yer bulduğu görülen aktarılma özelliği olmuştur. Geleneğin tecrübelerle şekillenen alışkanlıkların aktarılması olmasının sadece kültürel ögeler üzerinde değil hayatın her alanında etkili olduğunu ifade eden Shils, alışkanlıkların veya pratiklerin aktarılmalarıyla ilgili ilginç bir noktaya değinmektedir. Shils, her bilim adamının kuşağının, kendi soyunun birbirini izlediği deneyimler ve analizlerle başardığı şeyi kazandığını; bu tecrübelerin ve analizlerin meyvelerinin geleceğe aktarıldığını belirtir (2003, s. 120). Bu ifadede Shils'in bahsettiği durumun da geleneğin işleyiş biçimi ile aynı olduğu görülebilir. Shils, böyle bir pratiğin de aktarılma özelliğinin sahip olması ile geleneğin bir çeşidi olduğunu belirtmektedir. Bu yaklaşım ile değerlendirildiğinde Shils; Rönesans görgü kuralları, Grek asker gelenekleri, Roma dini gibi örneklerin de birer gelenek olduğunu dile getirmiştir (2003, s. 123). Antropoloji alanında çalışmalar yürüten Özbudun da çalışmasında Gross'tan aktardığı düşünceler ile geleneğin aktarım özelliğine vurgu yapmıştır;

“Gelenek, “aktarmak, vazgeçmek ya da devretmek anlamına gelen Latince sözcük olan tradere'den gelmektedir. Traditio, bir şeyin aktarıldığı sürece, traditum ise aktarılan şeye gönderme içerir. (Oxford sözlüğü geleneği birinden diğerine, bir kuşaktan diğerine... “aktarma” edimi olarak tanımlamaktadır. Webster ise “bir başkasının eline vermek” ya da “bilginin ardaşık kuşaklara aktarımı olarak tanımlamaktadır.) Tradere aynı zamanda bir şeyi saklaması için birine vermek anlamında kullanılmaktadır... O halde traditio denildiğinde: a) birine verilen; b) armağanı alan kişinin, verene karşı yükümlülük olarak iyi muhafaza etmesi gereken; c) değerli olan bir şey anlaşılmalıdır” (2005, s. 53).

Özbudun, geleneğin aktarılma ile ilgili olduğunu dile getirmekle birlikte önemli bulduğu başka bir noktayı da belirtir. Araştırmacı geleneğin aktarılma özelliğinin yanında onun aynı zamanda bir benimsenme meselesi olduğuna vurgu yapar;

“Her kuşak hiç kuşkusuz ki, ardılına sınırsız sayıda beceri, teknik, bilgi, deneyim, izlenim, anlayış, buluş, davranış tarzı, imge, simge, fikir, yapıt, biçim, tarz vb. devreder. Ve yine hiç kuşkusuz ki bunların tümü ardıl kuşak tarafından gelenek olarak muhafaza edilmeye değer bulunmaz. Bazıları benimsenirken diğerleri unutulmaya terk edilir. Bu saptama bize geleneğin asli özelliğine getirmektedir. Geleneği gelenek kılan, onu tanımlayan yönü, vericiler, aktarıcılar tarafından değil, alıcılar tarafından seçilime tabi tutulmasıdır. Şu halde Gross'un tanımını ters çevirmek, geleneğin bir aktarım değil, bir seçim, alım ve kabullenme sorunu olduğunu vurgulamak gerekir (Özbudun, 2005, s. 53).”

Özbudun yeni kuşakların aldıkları gelenekleri benimseme konusunda seçici olduklarını belirtirken Shils de geleneğin yeni kuşaklar tarafından benimsenme ile ilgili olduğuna işaret eder. Shils zamana dayalı bir zincir olarak geleneğin, benimsenerek intikal ettirilen temalar konusundaki bir varyasyonlar serisi olduğunu ifade etmektedir (2003).

İşlevsellik özelliğine sahip olan geleneğin aktarılma ve benimsenme süreçleri sırasında değişkenlik gösterdiği görülmektedir. İşlevsellik, aktarılma ve benimsenme özellikleri vurgulanan geleneğin bir diğer özelliğinin de değişkenlik olduğu söylenebilmektedir. Geleneğin değişkenlik özelliğini, geleneğin işlevselliğinin güncellenmesi olarak da değerlendirmek mümkün olabilir. Araştırmacı Ekici geleneğin değişim özelliğini toplumdaki sürekli değişim arzusu ile açıklar;

“Yapısında gençlik olgusunun her zaman hâkim olduğu bir toplumun sürekli bir dinamizm, akışkanlık, arayış, yenilik ve değişim arzusu içinde olması kaçınılmazdır. Böylesi bir toplumda sosyal yapıları sürekli kılmak ve benimsetmek çok zordur ve büyük bir çaba ister. Kalıpları belirlenmiş, istek ve arzuları tatmin edilmiş; zevkleri, beğenileri ve alışkanlıkları oturmuş yaş gruplarına karşın; henüz bu yapıları tam olarak oturtmamış bir grubun değişim arzusu en yüksek noktadadır. Toplumumuzdaki sürekli değişme eğilimini de burada aramak, sanırım, yanlış olmaz (Ekici, 2008, s. 37).”

Özbudun ise geleneklerin değişim özelliğini vurgulamak için geleneğin süreğenlik imgesiyle yüklü değişken görüngüler ve gelenek ediniminin de dinamik bir süreç olduğunu belirtir (Özbudun, 2005, s. 55). Kimi araştırmacıya göre ise bu değişim geleneğin doğasında bulunurken kimi araştırmacı da değişimin yok olmamak için gerçekleştirilen kaçınılmaz bir eylem olduğunu belirtmektedir. Shils, değişime direnilmemesi ve değişim aranması gerektiğini, en iyisinin ise değişimi başlatmak olduğunu ifade eder (2003, s. 102). Aktulum da değişimin gerekliliğini kültürel unsurların devingen bir özelliğe sahip oldukları sürece varlıklarını sürdürebileceğini belirterek açıklar (aktaran Üstünova, 2016, s. 189). Ekici ise geleneğin değişim özelliği göstermesini benimsenme sürecindeki bireysel yaratıcılık ile açıklamaktadır; “Gelenek içinde mutlaka bireysel yaratıcılık ve bireysel yaratıcılığın getirdiği bir değişme ve değişmenin getirdiği bir gelişme az veya çok var olacaktır (2008, s. 4).”

2.1.1. Modernizmin doğuşu

Gelenekle ilgili çağrışımların günümüzde genellikle eski ile ilişkilendirilmesi ve gelenekçilik gibi kavramları anımsatmasının tesadüfi olmadığı görülmektedir. Tarihsel sürece bakıldığında gelenek kavramının Aydınlanma Dönemi ve modernite ile birlikte geçmişle ve gericilikle denk görülmeye başlandığı anlaşılmaktadır. Bu durum geleneğin tekrar tartışma konusu olduğu modernite sonrası zamanlarda birçok araştırmacı tarafından incelenen bir konu olmuştur. Araştırmacı Uludağ, modernitenin ortaya çıkış sürecini; “Batı gelişim basamaklarında modernizm ile yükselmiş gibi bir intiba uyandırırken geri kalmışlığı da geleneğe bağlılıkla ilintilemiştir” şeklinde yorumlamaktadır (Uludağ, 2017, s. 12). Özbudun, geleneğin bir sorunsal halini almasının en büyük sebebinin kendisine göre Batı düşünce tarihi içinde, “modernite” kavramıyla ikili zıtlık halinde bağlanıp “modernite”nin ötekisi kılınması olduğunu belirtmektedir (2005, s. 51).

“Aydınlanma ve Fransız Devrimi’ne dayanan radikalizm ve Sanayi Devrimi’ne dayanan liberalizmle karşıtlık içinde gelişen muhafazakar düşünce, toplumsal düzen ve istikrarın yeniden tesisi adına gelenek kavramına sarılırken, onu tanımlama ve içeriğini tayin işlevini de neredeyse tek başına üstlenmiş, bir başka deyişle, geleneğin yeniden üretim misyonunu tekeline almıştır. Bu nedenle de kavram çoğu sosyal bilim çevrelerinde yakın zamana dek modernite/ gelenek dikotomisinin, yerini er geç zıddına bırakacak olan “olumsuz” kutbu olarak algılanagelmıştır (Özbudun, 2005, s. 52).”

Modernite ise dünya üzerindeki tüm toplumların ve insanlığın etkileneceği gelişmelerin başlangıcını oluşturmuştur. Giddens (2014, s. 29) sözü edilen modernite kavramının kabaca “sanayileşmiş dünya” ya karşılık gelen bir dönem olduğunu belirtir. Modernitenin ortaya çıkışı ile sonuçlanan gelişmelerden biri 18. Yüzyılda filizlenen Sanayi Devrimi’dir. Endüstriyel hareketliliğin artmasıyla Batılı devletlerde görülen dönüşümler ekonomi başta olmak üzere pek çok alanda değişimin önünü açmıştır. Tanilli 19. Yüzyılın, Batı uygarlığının tarihi için, ani ve keskin dönüşümlerin, daha yerinde bir deyimle "devrimler" in yüzyılı olduğundan ve yalnız siyasal değil, iktisadi ve sosyal alanda da bu etkinin varlığından söz etmektedir (2006, s. 111).”

Avrupa tarihinde Orta Çağ’da başlayan ve Batılı toplumların dönüşüm sürecinin başlangıcını oluşturan devrim ise Fransız Devrimi’dir. Fransız Devrimi’ne de temel oluşturan Aydınlanma düşüncesi bireylere daha sorgulayıcı düşünme biçimleri için yol gösterici olarak dönüşümü başlatmıştır. 18. Yüzyıl Aydınlanma Dönemi filozofları

tarafından ortaya atılan modernlik düşüncesi insana kendi potansiyelini gösterdiği gibi kendi dışındaki gelenek ve tanrı gibi otoritelerden kurtulmasının da yolunu aralamıştır (Şahin, 2016, s. 79). Descartes'tan sonraki düşünürler kendilerini yeni bir us çağına girmiş olarak görmeye başlamışlar; geleneğe, otoriteye ve hurafelere esir olmak şeklinde tanımlanan orta çağ ruhunun zincirlerinden tamamen kurtulmuş yeni bir çağdan bahsetmişlerdir (Law'dan aktaran Şahin, 2016, s. 78). Kant'ın aydınlanmanın sloganı olarak gösterdiği “kendi kavrayışını kullanma konusunda cesur olma” düşüncesi (aktaran Sennett, 2019, s.118) dönemin değişen düşünce yapısını ifade etmektedir.

Böyle bir gelişim sürecinde de geçmişe ait ne varsa olumsuz bir yaklaşımla yeniden değerlendirilmiştir. Bu değerlendirme süreci geçmiş ile en çok ilişkilendirilen kavramlardan biri olan gelenek kavramını etkilemiştir. Modern toplumun ve modern kültürün doğuşu yalnızca, geleneksel inanç ve eylem modellerinin ilkeleri aleyhine girilen eylemlere güç sağlamıştır (Shils, 2003, p. 127). Shils'e göre; “Bir tarafta rasyonalite ve bilimsel bilgi, diğer tarafta geleneksellik ve cehalet, birbirlerinin karşısına antitezler olarak konulmuştur” (2003, s. 103).

Batılı toplumların yaşadığı ilki düşünsel ve sonra toplumsal dönüşümler, dünya üzerindeki tüm toplumları etkisi altına alacak köklü değişikliklerin temelini atmıştır. Batılı toplumların geçirdiği ortak dönüşüm deneyimi, bu toplumlar arasında birlik duygusu doğmasını sağlamıştır. Voltaire, Avrupada oluşan ve ortak akılcılık düşüncesinin getirdiği birlik duygusunu “mürekkep yalamışların ortak cumhuriyeti” tanımıyla ifade etmiştir (Tanilli, 1997, s. 181). İfade edilen birlik duygusu aynı zamanda modernizmin bir etkisi olarak Batılı ülkelerin diğer dünya toplumlarını geri kalmış olarak görmesinin yolunu açacak değişimi de başlatmıştır.

Modernizm fikriyle geçmişten tamamen uzaklaşıldığı düşünceleri bir taraftan da modern toplumun temelini aslında önceki geleneksel toplumunun oluşturduğu ve gelenekle (geçmişle) modernitenin güçlü bir bağı olduğu gibi fikirleri karşı karşıya getirmiştir. Tönnies, Simmel, Spengler, Scheler, Barries, Bergson, Weil, Gill, Chesterton ve büyük ya da küçük diğer birçok düşünür, değişik biçimlerde, yıkıcı modern toplumun ortaya çıkışından önce insan ırkının, kırılmaya maruz kalmayan bir gelenekselliğe sahip olduğunu ima etmiştir (Shils, 2003, s. 57). Raymond Williams, Keywords adlı ilginç bir kelime tarihi araştırmasında modern kelimesinin alt anlamlarını sıralarken, modernin geleneğin ıslah edilmiş şekli olduğuna değinmektedir (Armağan, 1995, s. 15). Giddens

da moderniteyi gelenek ötesi bir düzen olarak tanımlayarak geleneğin modernite ile ayrılmaz bir bağı olduğunu ifade etmiştir (2014, s. 35). Takış ise çalışmasında “Modernlik gelenekle bütün bağların koparılması anlamına gelmediği gibi tarihin en güçlü modern sesleri, en güçlü geleneklerden doğmuştur. Her iki kavram arasındaki intikal, yorumlama ve eleştiri süreci bir diğerinin önemini vazgeçilmez kılmaktadır” düşüncesini vurgulayarak gelenekle modernite kavramlarının birbirleriyle ilişkisini tanımlamaktadır (2003).

2.1.2. Geleneğin ele alınması

Aydınlanma ve ardından modernite ile gelen köklü değişimlerin getirdiği yeni yaşam biçimleri toplumu oluşturan bireylerin üzerinde çeşitli etkiler yaratmıştır. Endüstriyelleşmenin gelişimi sonucu insan gücüne olan ihtiyaç azalmış, insan emeği ile yapılan üretimin yerini daha kısa sürede daha etkili sonuçlar veren makineler almıştır. Şehirlere göçlerin artması bireyleri yalnızlığa ve bireyselliğe itmiştir. Bireylerin alışkanlıklarının ve yaşantılarının değişmesi ile toplum içindeki bireyler çeşitli yönlerden endişeler ve sıkıntılar duymaya başlamıştır. Modernizmle birlikte gelen toplumsal, evrensel ve bireysel kimlik özellikleri bir anlamda sosyal yapıyı oluşturan varlığın yani bireyin kolektif ruh içerisinde bulunan ve tarım kültürü anlayışına dayalı klasik dönem özelliklerini bir tarafa bırakıp yoğun ve kalabalık banliyö metropollerinde yalnızlaşmasına neden olmuştur (Şahin, 2016, s. 84). “İlerleme Çağı”nın gelecekle ilgili öngörülere gerçekleşmemiş, sürekli ilerleme, daha kolay bir hayat ve daha çok mutluluk vaatleri genel anlamda tüm insanlık için hayal kırıklığıyla sonuçlanmıştır (Yalçın, 2013). Sanayileşmenin ve modernleşmenin hızlı temposu insanların geçmişin yavaş ritimlerine, sürekliliğe, toplumsal kaynaşmışlığa ve geleneğe duydukları özlemi daha da yoğunlaştırmıştır (Boym, 2009).

Yeni yaşam biçimleri üretim ve yaratıcılık gibi konulara sahip olan el sanatları ve zanaat üzerine de kaygıların doğmasına sebep olmuştur. Sanayi devrimlerinin ve modernizm ile üretimlerin makineleşmesi sonucunda el emeğine olan talebin azalması sonucu ortaya çıkmıştır. El üretiminin yok olması ile ilgili ortaya çıkan kaygının ilk yansımaları ise sanatçılar arasında gerçekleşmiştir. Böyle bir kaygı, Britanya’dan Kıta Avrupa’sına ve 19. Yüzyılın sonlarında da Amerika’ya yayılmış olan Ruskin ve Morris’in

Sanat ve Zanaat (Arts and Crafts) hareketinin başlamasına neden olmuştur (Shiner, 2017, s. 360).

Yakın dönem araştırmacıları geleneğin, toplumsal bütünlüğün önemli yapıtaşlarından biri olduğu fikrinde uzlaşır görünmektedirler. Geleneğin/geçmişin reddi üzerine inşa edilen geleceğin itibar kaybetmesi, geleneği, kaybedilmiş değerleri ve kültürü yeniden gündeme getirmiştir (Yalçın, 2013, s. 175). Geçmişe özlem duyma, modern toplumun bireylerinin yaşayışları üzerinde etkili olmuş ve yansımalar bulmuştur. Bunun haricinde Batı harici toplumlar üzerinde daha farklı bir etki gösteren modernizm Batı gibi modernleşme sürecini politik, dini ve sosyal değişim süreçleriyle birlikte yaşamış toplumlara göre bu alanlardaki değişimi yoğunlaştırılmış şekilde ve kısa bir sürede yaşamak zorunda bırakılmış toplumlarda kimlik sorunu gibi travmatik sonuçlara sebep olmuştur (Yalçın, 2013, s. 172). Modernizmin getirilerinin sonucu olan toplumsal sorunlar özellikle sanat alanında ifade biçimleriyle dile getirilirken gelenek de tekrar çalışmaların konusu olarak yer bulmaya başlamıştır. Bir anlamda modernizmin savaş açtığı gelenek, kültür ve değerlere iade-i itibar yapılmakta, modernizmin ötekileştirerek nesneleştirdiği her ne varsa bugünün öznesine dönüşmektedir (Yalçın, 2013, s. 175). İfade edilen geleneğe tekrar yönelik resimden müziğe, müzikten sinemaya birçok sanat dalını kapsayacak yaygınlığa ulaşmıştır (Yalçın, 2013, s. 173).

Geleneğin özellikleri ve işlevleri günümüz dünyasında tartışılmaya başlamış, geleneğin ele alınışı ve yorumlanması yaratıcı alanlarda ve güzel sanatlarda günümüz modern dünyasını anlamlandırmak için başvuru kavramlarından biri haline gelmiştir (Bek, 2008). Toplumsal olaylara ve modern dünyaya tepki olarak reddedilen kavramlara yönelişin bir sonucu olan geleneğin ele alınması ise birçok araştırmacı tarafından çalışma konusu haline getirilmiştir.

Geleneğe olan yönelişle ilgili olarak araştırmacıların vurguladıkları noktaların geleneğin yer verilen özellikleriyle benzerlik gösterdiği görülmektedir. Araştırmacılar geleneğin yorumlanmasının olası etkilerini şu şekillerde ifade etmektedir; Bek'in Aksoy'dan aktardığına göre, "Bir toplumun ana karakterinin oluşumunda "uygarlık" kadar "gelenek" de etkindir ve gerek politik gerek gündelik yaşamda gerekse sanat alanında geleneğin temel alınması başarıyı getirecektir (Bek, 2008)." Gelenek ile ilinti aynı zamanda kültür mirasına yaratıcı eleştirci bir yaklaşımı da getirmektedir (Çalışlar, 1983, s. 155). Çalışlar'a göre; "Geçmişin insancıl geleneğinin korunması ve yeniden

yaratıcı bir yolda ele alınması da büyük önem taşır. Bu nedenle ne geleneklere karşı anarşist bir tavır geçerlidir, ne de geleneklerin aşılmasıyla tümünden benimsenerek kutsanması (1983)”. Aksoy da gelenekten yararlanmanın, ölüyü diriltmek, statik kalmak, eskiye bilinçsizce bağlanmak anlamına gelmediğini belirtmektedir (Aktaran Bek, 2008, s. 123). Giddens da geleneği “belirli bir etkinlik ya da deneyimi, yinelenen toplumsal uygulamalarla yapılanmış olan geçmişin, bugünün ve geleceğin sürekliliği içine yerleştiren bir zaman ve uzam kullanma yolu olarak tanımlar (1994, s. 40).” Giddens gelenekle olan ilişkide asıl önemli olan boyutun geleneğin yeniden icat edilmesi olduğunu ifade etmektedir (1994, s. 40). Üstünoğlu’nun Aktulum’dan (2013) aktardığına göre; “Bir ulusun kültürünün temel unsurlarını canlı tutmanın yolu onların sürekli olarak başka dönemlerde güncellenmelerine bağlıdır (2016, s. 184).

Geleneklerin ele alınış biçimleri ile ilgili olarak ise yaratıcı alanlardan hem sanat hem de edebiyat alanında farklı yorumlar ve yollardan söz edilmektedir. Çalışlar’ın ifadesi ile, “Sanat ve edebiyatta geleneklerin alınışı ve yaratıcı bir biçimde işlenişi ancak diyalektik yoldan bir değişikliğe uğratılmalarıyla olanaklıdır (1983, s. 155).” Edebiyat alanında da benzer görüşleri destekleyen araştırmacılar bulunmaktadır. Aktulum geriye dönük bir okuma yöntemi benimseyerek folklorlaşmış yapıtların durağan anlamlarını belirlemekle yetinmeyip onların devingenliklerini ortaya koymanın öneminden bahsetmiştir (Öztekin, 2013). Aktulum’un ifadesiyle; “Basmakalıplaşarak sıradanlaşma, müzeleşme ve unutulma tehlikesiyle yüzyüze bulunan, ulusal kültürü temsil eden yapıtları gündemde tutmanın, sürdürülebilirliklerini sağlamanın en etkili yolu onları yeni bağlamlarda alıntılar yapmak, yeniden kullanmak ya da yeniden yazmaktır” (aktaran Öztekin, 2013).

Geleneğin yeniden yaratım alanlarının konusu olması çeşitli şekillerde gerçekleşebilmektedir. Geleneğin yorumlanması gelenek kavramının kapsamlılığı düşünüldüğünde geleneksel kültürün ele alınmasının yanında geçmişe ait gelenekselleşmiş yapıtlardan gelenekselleşmiş yaklaşımların yorumlanmasına kadar çeşitlenmektedir. Çalışmada ele alınan olgu ise geleneksel kültür öğelerinin yorumlanması olarak sınırlandırılmıştır.

Geleneğin aktarılma ve benimsenme meseleleri olması fikirlerinden yola çıkarak geleneğin yorumlanması eylemlerinin bir bakımdan geleneğin sonraki kuşaklara aktarılması biçiminde değerlendirilmesi mümkün olabilmektedir. Geleneğin

yorumlanmasının başka bir yaratıcı alan olan moda tasarımı alanında da gerçekleştiği bilinmektedir. Dolayısıyla bu şekilde bir değerlendirmenin, geleneğin moda tasarımında yorumlanması için de geçerli olabileceği varsayılarak moda tasarımı alanında geleneksel kültür öğelerinin yorumlanmasına sonraki bölümlerde yer verilecektir.

2.2. Moda

Moda tasarımcılarının geleneği yorumlamasının ulusal kimliğe etkisinin incelenmesinden önce bu bölümde modayı oluşturan yapılar ve dinamiklere kısaca yer verilecektir. Ardından ise moda tasarımında geleneğin yorumlanması konusu tasarımcı örnekleriyle sunulacaktır.

2.2.1. Moda kavramı ve moda olgusu

Jansen modanın evrensel ve tamamıyla bütün disiplinlerdeki anlamlarını kapsayıcı bir tanımı olmadığını ifade etse de (2015, s. 3) modanın sosyal bilimler alanındaki tanımlarında bazı ortak noktalar olduğu görülmektedir. Moda ve moda sürecinin çeşitli alanlardaki benzerlikler taşıyan tanımlarının modayı “toplum içinde görülen stillerin hızlı değişimi” şeklinde ifade ettiği söylenebilmektedir. Tortora modanın tanımlarının hemen hemen hepsinde iki unsurun ortak olarak görüldüğünü söyler (2010). Bu unsurlardan birincisi çok sayıda insan tarafından kabul görme iken ikincisi ise süredir: “Çok sayıda insanın belirli tarzları kabulü nispeten kısa sürelidir. Bu şekilde kullanıldığında modanın işleyişinde anahtar unsurun değişim olduğu görülmektedir (Tortora, 2010).”

Modanın tanımlarının çoğu modayı giyim ürünleriyle ilişkilendirirken modayı giyim kuşam ve beden aksesuarlarından daha fazla kavram ve olgudaki değişimi ifade etmek amacıyla kullanan tanımların da olduğu görülmektedir. En soyut biçimiyle modayı insanların düşüncelerinde yer alan bir değer sistemi ve kendiliğinden bir öze sahip olmayan sembolik bir ürün olarak tanımlamayan Kawamura insanların kıyafetler giydiği her toplumda ve kültürde giyime rastlanabilirken, modanın ise kurumsal olarak inşa edilmiş ve kültürel olarak yayılmış olması gerektiğini belirtir (2016).

Kıyafet tarihçilerinin çoğu modanın kapitalizmin kademeli yükselişinin bir parçası olarak on dördüncü yüzyılda Avrupa'da başladığına inanma eğilimindeyken bir grup

araştırmacı ise modanın başlangıcını on dokuzuncu yüzyıl modernliği ile tanımlamakta ve Sanayi Devrimi ile tüketici ekonomisinin başlangıcı olan on sekizinci yüzyıla odaklanmaktadır (Steele, 2018). En yaygın ve kabul gören tanımıyla değişimi ifade eden moda, bugünün örgütlenmiş sistemleri ve endüstrileri haline gelmeden önce bir olgu olarak görülmeye başlamıştır. Modayı değişimin görüldüğü ürünleri adlandıran bir olgu olarak tanımlayan görüşler modanın başlangıcını tetikleyen olayların toplumsal anlamda köklü değişimlerin görüldüğü on dördüncü yüzyıldan itibaren gerçekleşmeye başladığını belirtir. Ülkeler arası dolaşımların ve haberleşmenin kolaylaşması gibi gelişmeler tüm maddi ürünlerin olduğu gibi giyim ürünlerinin de üretimini ve yaygınlaşmasını kolaylaştırmıştır (Cole & Deihl, 2015). Rönesans döneminde, Avrupalı olmayanlarla yapılan ticaret ve şehirlerde çalışan zanaatkarların artan sayısı da insanlara sunulan malları giderek çoğalmış, 1600’lü yılların başlarında maddi bolluk aşağı kesimlere doğru seyrederken de gündelik malzemeler arasında yer alan ögelere, örneğin, yemek pişirmek için farklı tencerelere, yemek yemek için farklı tabaklara, bir çift ayakkabıdan daha fazlasına ve farklı mevsimlerde giymek üzere farklı giysilere dek uzanmıştır (Sennett, 2019, s. 109).

Çoğunlukla giyim ürünlerindeki bolluk ile ilişkilendirilen ve önceleri sadece toplum içerisinde bir olgu olarak görülen moda sıklıkla modernizmle bağdaştırılmaktadır. Modanın modernizmle ilişkili kökleri kelimenin etimolojik kökeni göz önüne alındığında da görülebilmektedir. “Moda” kelimesi Cermen dillerinde olduğu gibi birçok Latin kökenli dilde de modanın bir sembol veya metafor haline geldiği Avrupa başkentlerindeki hızlı tempolu kentsel yaşamla ilişkilendirilen “modernite” kelimesinin de kökü olan ve Latince de şekil veya tarz anlamında kullanılan “mode” veya “moda” kelimesinden gelmiştir (Baudelaire, 2004’den aktaran Jenns, 2016). Moda sosyal düzenlemenin ya da denetimin bir formu, bir hiyerarşi, sosyal bir adet, sosyal bir süreç ve daha nice farklı şekillerde ele alınabileceğini belirten Kawamura (2016, s. 68) Toennies’in (1963) toplum ve cemaat ayırımına vurgu yapmakta, modanın başlangıcının sosyal olarak ayırıcı olan geleneğe bağlı giyim alışkanlıklarının dışına çıkış ile gerçekleştiğini belirtmektedir. Kawamura’nın insanlar arasındaki ayırım dürtüsünün geleneksel yapıların gücünü zayıflattığını, bunun da “Toplum (Gesellschaft)” olarak modanın başlangıcı olduğunu ifade eder (2016, s. 50). Kawamura’nın modanın bir olgu olarak ortaya çıkışı hakkındaki Toennies’den aktardığı görüş, Toennies’in modernitenin de başlangıcını geleneksel toplumlardan ayrılma olgusu ile ilişkilendirmesi sebebiyle Baudelaire’in modernite

vurgusuyla örtüşmektedir. Araştırmacı Shils'in "toplumsal değişimler" anlamında kullandığı moda olgusu hakkında ifade ettiği düşünceler de dikkate alınmaya değerdir. Shils, bir pratik olarak gelenekle modanın ayrımını geleneklerin de modaların da benzer şekilde topluluklar tarafından uzun veya kısa sürelerce benimsendiğini belirterek şu düşüncesini aktarır;

Moda ve gelenek, bir tarzın takdimi ve bu tarzın diğer kişilerce benimsenmesi bakımından ortak özelliklere sahiptirler; bir moda, ömrü tek bir kuşakla sınırlı olduğu sürece, bu kuşağın hayatının büyük bölümünde varlığını sürdürse bile, bir gelenek değildir. Birçok moda bu kadar süre bile varlığını sürdüremez. Bir moda, kısa ömrü içinde, nispeten süratle ve nüfusun önemli bir miktarını aşan sayıda alıcı bulmalıdır; oysa bir gelenek, uzun bir ömrü bulunduğu için daha tedrici olarak büyür. Moda olarak başlayan bir şey bir geleneğe dönüşebilir. Gelenek ile moda arasındaki sınır belirsizdir; keyfi ve uygulanamaz bir tarzda belirlenmesi dışında belirlenemez. Fakat, bu sınırın belirsizliğine rağmen, aralarındaki farklılık apaçık ortadadır (Shils, 2003, s. 114)".

2.2.2. Moda sistemi ve moda endüstrisi

Modanın yayılımı ve gelişimi 19. Yüzyıla kadar öncelikle kadın giyimi ile ilgili stillerin toplum içerisindeki hareketliliği üzerinden ilerlerken 19. Yüzyılda gerçekleşmeye başlayan birtakım olaylar modanın gelişiminde çeşitli değişimlerin görülmesine neden olmuştur (Cole & Deihl, 2015). Modanın bir sistem ve endüstri haline gelmesinin ilk adımları Avrupa'daki devrimlerle gelen ve hayatın her alanı gibi giyim ürünlerini de etkileyen değişimler ile başlamıştır. Giyim ürünlerinin dolaşımının ve yaygınlığının artması ile birlikte modanın bir olgu olarak daha etkili biçimde görülmeye başlamasının yanında çeşitli gelişmeler modanın birçok ülkede kabul edilen yeni stilleri ortaya koyan bir merkeze (Steele, 2018) sahip bir sistem ve endüstri olarak gelişiminin temelleri atılmıştır. Özellikle Fransa Kralı 14. Louis'nin politik becerileri, sanatın gelişime, gösterişçiliğe ve törenlere verdiği önemin Paris'e Avrupalı sahnede merkezi bir ün vermesiyle Paris modanın başkenti olarak görülmeye başlamıştır (Tortora, 2010). 19. Yüzyılın ortalarından itibaren kıyafeti üreten kişilerin üretim sürecinde söz sahibi olması ile moda tasarımcılığının bir meslek olarak ün kazanması da modanın sistemleşmiş bir yapı olarak gelişimini başlatacak unsurlardan biri olmuştur. İfade edilen moda sisteminin, moda tasarımcılığının bugünkü tanımına yakın icraatlarıyla tanınan ve ilk moda tasarımcısı olarak kabul edilen moda tasarımcısı Charles Frederic Worth ve dönemdaşları

tarafından şekillendiği belirtilir (Cole, 2011, s. 174). Modern moda sisteminin kademeli başlangıcının bir diğer göstergesi de günümüzde halen varlığını ve işleyişini sürdüren “Haute Couture Sendikası” da 1868 yılında seçkin Parisli moda tasarımcıları için Worth’un oğulları tarafından kurulması olmuştur.

Bugünün modası her yönden oldukça gelişmiş bir yapı halini almıştır. Hiyerarşik yapıya sahip moda Paris dışındaki merkezlerde bulunan, üretimden tüketime ve sunuma çeşitli alanları kapsayan bir oluşum haline gelmiştir (Breward, 2014, s. 51). Bu endüstri hem bir kültür ürünü hem ekonomik araç hem de birçok özelliği taşıyan kurumların birliğinden oluşur (Aspers & Godart, 2013, s. 181). Kawamura bugün birçok araştırmacı tarafından da bir “sistem” olarak ifade edilen modern moda yapısının üretim alanında terziler, moda tasarımcıları, küçük ya da büyük ölçekli firmalar; tüketim alanında yeni ürünlere yönelik talep oluşturan ve bu ürünleri özgürce tüketebilen tüketiciler; ayrıca üretim ve tüketim arasında denge sağlayan, moda tasarımcılarının ve firmaların moda sektörüne hangi şartlar altında girebileceğini organize eden bir örgüt ve bunların tüketiciler arasında tanınırlığını sağlayan bir medya ağından oluştuğunu belirtir (2016). Tasarımcılar ise, içerisindeki süreçlerde görev alan çeşitli aktörlerin bulunduğu moda sisteminin ön planındaki kişiler ve moda belirleyicilerinden olarak bu yapının ayrılmaz parçalarıdır (Kawamura, 2016).

2.2.3. Moda tasarımında geleneğin yorumlanması

19. Yüzyılda Sanayinin ve ülkeler arası ticaret ağlarının gelişmesi gibi sebepler ile ülkeler arası iletişim ve kültürlerin etkileşimi daha kolay hale gelmeye başlamıştır. Gelişmiş ülkelere hammadde ticaretlerinin sonucunda moda sistemi dünyanın çeşitli ülkelerinin kültürlerinden giyim ve tekstil unsurlarına kadar geniş bir ürün yelpazesinden yararlanmaya başlamıştır (Cole & Deihl, 2015, s. 40-41). Süreçlerinde çeşitli ilham kaynaklarından yararlanan tasarımcıların da modern modanın başlangıcından itibaren başka kültürlerle ait öğelere tasarımlarında yer vermeye başladığı görülmektedir. Örneğin bu dönemle birlikte birçok tasarımcı birbiri ardından Japonizm akımının etkisinde kaldıkları tasarımlarını sunmuştur (Fukai, 1996). English, tasarımcı Paul Poiret’in de Japonizmin etkisinde kalarak kadınları kısıtlayıcı korselerden kurtaran, bol ve rahat giysileri moda haline getirdiğini belirtir (English, 2011, s. 17). 1890’lı yıllarda Charles Frederick Worth gibi Fransız tekstil tasarımcıları Japonya’dan gelen yeni ve “egzotik”

çiçek motiflerini içeren kumaşlara modaya uygun elbiseler yaratmak amacıyla koleksiyonlarında yer vermiştir (Mears, 2008, s. 103). Yine yirminci yüzyılın başlarında, Doğu temalarının kullanımına başvuran ünlü bale topluluğu Ballets Russes'in Bolşevik Devrimi sonrası Rusya'dan Paris'e gelmesi de Paris tasarımcılarının ve sanatçılarının Doğulu ilhamlara başvurmasında önemli bir etken haline gelmiştir (Jirousek, 2005, s. 12). Aynı şekilde Osmanlı ve Türk geleneksel giysilerinin etkilerinin yansımaları tasarımcıların koleksiyonunda görülebilmektedir. Paul Poiret sıklıkla Japon kimonolarını kullanmanın yanında en önemli şovlarından birinde şalvar, türban, peçe ve tüyleri kullanarak Türk temasını koleksiyonlarına yansıtmıştır (Jirousek, 2005, s. 12). Yine Paul Poiret'in Afrika'ya özgü geleneksel öğelere çeşitli tasarımlarında yer verdiği görülmektedir. Geleneksel Afrika formlarından esinlendiği "Nubienne" tasarımı Poiret'in çeşitli kültürel kaynaklardan esinlendiği çalışmalarına örnek gösterilebilir (Rovine, 2015).



Görsel 2.1. Paul Poiret'in "Nubienne" isimli tasarımı (Rovine, 2015)

Kurumsallaşmış Batılı moda tarihinin ilk dönemlerinden itibaren tasarımcıların başvurduğu ilham kaynaklarından biri olan kültürel kaynaklardan esinlenmenin (Au, Taylor ve Newton, 2003) tasarımcılar arasında yaygın olduğu görülmektedir. 1960'lı yıllara gelindiğinde ise yeni modaların ortaya çıkışı ve dünya üzerindeki iletişim ve ticaret ağlarının gelişmesi gibi sebepler, tasarımcıların daha geniş ilhamlar çeşitliliğinden beslenmeye başlaması ile sonuçlanmıştır (Teunissen, 2005, s. 11). Steele 1960'lı yılları modern moda sisteminin doğuşundan neredeyse yüz yıl sonra artık yeni modaların elitler tarafından belirlenememesi ve trendlerin sokaktan ve alt kültürlerden beslenmesi sebepleriyle sona erdiği dönem olarak ifade etmiştir (2018). Moda artık Fransız tasarımcılar tarafından belirlenememeye başlamış çünkü sokak kültürleri çeşitlilik ve stil özgürlüğüne imkan veren yeni modalar getirmiştir (Smelik, 2017, s. 11). Hazır giyimin ve gençlik kültürünün ortaya çıkışı ile moda herkes için ulaşılabilir hale gelmiştir (Teunissen, 2017, s. 37). 1960'ların ortalarında İngiltere'de ortaya çıkan fenomenler ise demokratik ve kısa ömürlü sokak modalarını vurgulamasıyla hazır giyim sistemini karakterize eden dönüşümlerin daha hızlı bir şekilde gerçekleşmesine katkı sağlamıştır (Breward, 2010). Moda, yüksek modadan popüler kültüre geçişi gerçekleştirmiş ve iki moda arasındaki geçiş, aralarındaki sınır belirsizleşene kadar devam etmiştir (Smelik, 2017).

Ortaya çıkan hippie alt kültürü ile başlayan dönemde geleneksel motiflerin ve el üretimi giysilerin kullanımı artmıştır. İlhamını tarihi veya kültürel kaynaklardan alan moda tasarımcıları için de başka kültürlerin geleneksel öğelerine yönelim 1960'lı yıllarda artış göstermiştir (Teunissen, 2005, s. 13). Bu artışın örneklerini tasarımcıların koleksiyonlarında görmek mümkün olmaktadır. Cezayir asıllı tasarımcı Yves Saint Laurent 1965 yılına ait koleksiyonunda Rus matruşka bebeklerinden esinlendiği ve örgü yüzeylerden oluşturulmuş bir gelinlik tasarımı geliştirmiştir. El örgüsü yün tasarımı için matruşka bebeklerinin formundan ilhamla oluşturduğu gelinliği yerel kültürlerden ilham alan çağdaş moda tasarımının örneklerinden biridir (Museeyslparis, 2020).



Görsel 2.2. Yves Sain Laurent'in 1965 yılı Koleksiyonundan bir gelinlik (Museeyslparis, 2020)

Eklektik tasarım stili ile tanınan tasarımcı John Galliano ise Dior markası için çalıştığı dönem boyunca farklı ülkeleri gezerek kendisine ilham veren parçaları bir araya getirdiğini belirtmiştir (Teunissen, 2005, s. 19). Tasarımcının çeşitli koleksiyonlarında farklı kültürlere ait geleneksel öğelerin yansımaları görülmektedir. John Galliano'nun Christian Dior için 1997 yılında hazırladığı ilk koleksiyonu ise bir dizi Doğu Afrika esinlenmeli görünümünden oluşmaktadır. Koleksiyonda yer alan ipek gece elbiseleri; örgülü şapkalar, tasma kolyeler ve korseler ile tamamlanarak seyirciye sunulmuştur (Jennings, 2011, s. 13).



Görsel 2.3. John Galliano 1994 Sonbahar/Kış Koleksiyonundan bir görünüm (Vogue, 2020)

Kavramsal çalışma stiliyle diğer tasarımcılardan ayrılan Hüseyin Çağlayan'ın 2002 yılına ait "Ambimorphous" isimli koleksiyonu ise geleneksel öğelerin moda tasarımında yorumlanması konusuna geleneksel bir giysiyi konu alması bakımından ilginç bir örnek olarak gösterilebilir. Kendi geçmişini politik anlamlar yüklü tasarımlara dönüştürme olarak görülen tasarım stiliyle Çağlayan bu koleksiyonunda geleneksel giysinin dönüşümünü ele almıştır (Teunissen, 2005).



Görsel 2.4. Hüseyin Çağlayan “Ambimorphous” koleksiyonu (Vogue, 2020)

3. GELENEK, ULUSAL KİMLİK VE MODA TASARIMI

Tasarımcıların geleneği yorumlamalarının ulusal moda kimliği üzerindeki etkilerinin incelenmesi için bu bölümde ulusal kimlik ve ulusal kimlik ile modanın ilişkisini inceleyen bölümlere yer verilecektir. Bölümün son kısmında ise tasarımcıların kendi geleneklerini yorumlama biçimlerinin ve geleneği yorumlamanın ulusal moda kimliğine etkilerinin incelendiği dördüncü bölüm için yol gösterici olacak veriler ve Japon tasarımcılar örneği sunulacaktır.

3.1. Ulusal Kimlik

Bir çok sosyal bilimler alanının araştırma konusu olan ulusal kimliğin çeşitli görüşler ve yaklaşımlar çerçevesinde değerlendirildiği görülmektedir. Smith her “bireysel kendi” yi oluşturan kategorilerden ilkinin cinsiyet kategorisi olduğunu ve ülke-toprak kategorisinin ikinci kolektif kimlik türü olduğunu belirtir (1994, s. 18). Kolektif bir kimlik türü olduğu ifade edilen ulusal kimlik çeşitli öğelerle ilişkili olarak açıklanmaktadır. Ulusal kimlik; uluslar ve ulusçuluk gibi kültürel olayların bir ürünü olarak kabul edilir (Martinez, 2016, s. 10). Ulusal kimliği yaratan ulus ve ulusçuluk kavramlarından ulusçuluğun çeşitlenen tanımlarının iki görüş etrafında toplandığı görülmektedir. Bir grup araştırmacı ulusların tarihin başından beri varolduğunu bir grup araştırmacı ise ulusların devletler tarafından icat edilen yapılar olduğunu ileri sürmektedir (Martinez, 2016).

1960 tarihli çalışmasında ulusçuluğun 19. yüzyılın başında Avrupa'da icat edilen bir öğreti olduğunu vurgulayan Kedorie bu öğretinin temel doktrininin insanlığın doğal olarak uluslara bölündüğü, ulusların keşfedilebilecek belirli özelliklerle bilindiği ve tek meşru yönetim türünün ulusal özyönetim olduğu düşüncesi üzerine kurulduğunu ifade eder (1960, s. 9). Ulusların icat edildiği fikrini savunan Hobsbawm da (2006) ulusçuluk kavramının, toplumların faydası için toplumlar tarafından geliştirilen yapılar olduğunu belirtmektedir. Ulusların tarihin başından beri varolduğu ve icat edilen ürünler olduğu gibi farklı yaklaşımlar arasında ulusların modern olgular olduğunu ve bir ideoloji olarak 19. yüzyıl sonrasında ortaya çıktığını savunan Smith ulus kavramını “tarihî bir toprağı/ülkeyi, ortak mitleri ve tarihî belleği, kitlevi bir kamu kültürünü, ortak bir ekonomiyi, ortak yasal hak ve görevleri paylaşan bir insan topluluğunun adı” olarak tanımlar (1994, s. 32).

Smith ve Kedourie'nin çalışmalarında da görülen ulusçuluğun temel doktrininin (Triandafyllidou, 1998, s. 595) bir maddesi her ulusun onu diğer uluslar içinde eşsiz kılan kendi kültürü, tarihi ve kaderine sahip olduğudur. Bu özelliklerin ulus toplumlar için diğer toplumlardan ayırt edilmelerini sağlayıcı çeşitli kavramları oluşturduğu belirtilmektedir. Penrose'un (1995) aktardığına göre uluslar "ayırt edici olan bir insan topluluğu, bu insan topluluğunun işgal ettiği bir toprak parçası ve zaman içinde insanları ve toprağı birleştiren bağ (tarihi deneyim)" etmenlerinden oluşmaktadır (aktaran Martinez, 2016, s. 15). Sözü edilen tarihi deneyim ise yarattığı aidiyet ve birlik hissiyatı ile ulusal birliğin sağlanmasında rol oynamaktadır. Bu psikolojik bağ "aidiyet duygusu" (Connor, 1978) veya "ortak his" (Geertz, 1963) terimleriyle ifade edilir (Triandafyllidou, 1998, s. 595). Triandafyllidou da hemen hemen tüm ulusal topluluklar için kendini ayırmaya veya bağımsızlaştırmaya çalıştığı toplulukların varolduğuna işaret ederek bu bağın dışında kalan toplulukların oluşturduğu "diğer" kavramını tanıtır. Triandafyllidou "Tarihin ve Ernest Gellner'in (1983) öğrettiğine göre gerçek ulusçuluğun yolunun engebeli" olduğunu ve bu yüzden bugün varolan çoğu ulusun varlıklarını korumak için savaşmak ve bağımsızlıklarını elde etmek zorunda kaldıklarını belirtir (Triandafyllidou, 1998). Martinez de Billig (1995) ve Anderson'un (1991) ulusal kimliğin işlevlerine olumsuz bir tavırla yaklaştığını belirtirken Smith'in (1994) ulusal kimliğin işlevleri tanımının daha objektif olduğunu söyler (2016, s. 29). Smith ulus kimliğinin olumsuz ve olumlu yönleri üzerinde durmak yerine bu kimliğin işlevlerini "içsel" ve "dışsal" işlevler olarak gruplandırmıştır (1994, s. 34).

Ulusçuluğun bağ oluşturma özelliğinin yanında Smith ulusçuluğun "mülayim" olarak adlandırdığı bazı etkilerinin "kayıp tarih ve edebiyatların kurtarıcısı olması, kültürel yenilenmelere ilham vermesi ve kendi gücüne dayalı bir ekonomik gelişmeye kaynaklık etmesi" olduğunu belirtir (1994, s. 37). Ulusçuluğun bu özelliklerinin gerçekleşmesinin ise bir ulus kimliği aracılığıyla meydana geldiği görülür. Penrose'un aktardığı ulus tanımında da yer bulan ayırt edicilik ulusal kimliğin uluslararası alanda işlev görmesinin bir yolu olarak öne çıkmaktadır (Martinez, 2016). Triandafyllidou'nun tanımına göre başkaları ile farklılık oluşturma yoluyla anlam kazanan ulusal kimlik ulusların dışsal bir etki ile milleti diğer uluslardan veya etnik gruplardan ayırt ederek farklılaştırma işlevine sahiptir (1998, s. 595).

Smith'in belirttiğine göre ulusçuğun vurguladığı bağ, birlik, farklılık gibi kavramlar içinde bulunan dünyanın epey bir bölümünü meydana getiren dışavurumcu seremonilere/sembollere sahiptir ve yine bu kavramlar birbirleriyle ilintili bir dili/söylemi biçimlendiren öğelerden oluşur (Smith, 1994, s. 126). Ulusların bireylerinin geliştirdiği bu etkinlikler hem içsel hem de dışsal etki gösterir (Smith, 1994). İfade edilen gelenek türlerinin, törenler, seramoniler ve kültürel semboller gibi ulusal birlik duygusunu güçlendirici ürünler olduğu görülmektedir (Hobsbawm, 2006). Hobsbawm ise bu etkinliklerin ulusların ulusal kimliğin gücünden fayda sağlamak amacıyla icat edildiğini ifade etmektedir (2006). Ait olduğu toplumun kültür kaynaklarından bazılarının seçimi ile oluşturulmuş (Şimşek ve Ilgaz, 2007, s. 195) bu kimlik modern dünyada ulusların birbirleri ile ilişkisi için birer ulus imajı oluştururken ülkeler bir taraftan da ulusal kimliklerini diğer toplumlarla bir iletişim aracı olarak şekillendirmekte ve kullanmaktadırlar (Martinez, 2016, s. 2).

Geleneğin yeniden icadının gerçekleştirildiği geleneksel seramoniler ve törenler gibi etkinlikler haricinde somut ulusal nesnelerin üretiminde tasarım olgusunun yer bulduğu görülmektedir. Görsel ve materyal kültürünün bir alanı olan tasarım her zaman çeşitli etkenlerle bilinçli veya bilinçsiz biçimde ulusal kimliğin inşa biçimlerinde kullanılan bir öge olmuştur (Filipova, 2017). Martinez, tasarımın yüzyıllar boyunca ulusların kendileri için geçmiş yaratabilecekleri bir araç olduğunu belirterek (2016, s. 31) tasarımın ulusal kimlik yaratımı için işlevini gözler önüne sermektedir. Smith'in ulusal kimliğin gelenekler, davranış tarzları, mimari üslup, başkentler veya belirli mekanlara kadar çeşitlediği öğeleri (1994, s. 126) yine ulusal kimliğe değer katmak amacıyla şekillendirilmektedir. Bu bağlamda şehir merkezlerinin dahi birer tasarım ürünü olarak geliştirildiği ve bu şekilde turistik açıdan cazibe merkezleri haline getirildiği görülmektedir (Martinez, 2016, s. 128).

3.2. Ulusal Kimlik ve Moda Tasarımı İlişkisi

Ulusların uluslararası düzeyde diğer ülkeler ile iletişimini sağlayan başka bir araç ise modadır. Ulusal kimliğin bir alanı olarak moda ülkelere hem ekonomik güç olarak katkı sağlamakta hem de yaratıcı endüstrileri desteklemenin bir yolu olarak ulusal politikalarda giderek daha önemli bir rol oynamaktadır (Smelik, 2017, s. 11). Ülkeler modanın tasarım gücüne ağırlık verip bu yönde bir çekicilik ve moda haftaları gibi

etkinliklerle turizm gücü yaratmaya çalışabilmektedir. Moda Nye'nin (2004) bir ülkenin askeri güç kullanmadan diğer ülkeleri etkileme yolları olan “yumuşak güç” olarak tanımladığı unsur için önemli bir kaynaktır (aktaran Godart, 2014). Simona Segre Reinach'a (2011, s. 270) göre ise “bir ülkenin elçisi” olarak görülebilecek moda, ürünlerin küresel değiş tokuşunda ulusal bir pozisyon üretmek konusunda önemli bir yere sahiptir. Moda sadece kıyafet yapmak değildir ve artık ulusların onsuz yapamayacağı bir simgedir (Reinach, 2011, s. 270).

Ulusal modanın ortaya çıkışı 19. yüzyılın sonunda modernizmle gelişen ulusal kimlik kavramına göre nispeten daha yeni bir fenomen olarak çok daha yakın bir zamanda gerçekleşmiştir (Smelik, 2017, s. 11). Bu yüzyılda lüks tüketimi simgeleyen Paris'in moda başkenti olarak görülmeye başlamasıyla (Beward, 2010) ulusal modadan söz edilebilir olmaya başlamıştır. Özellikle 20. Yüzyılın ortalarında ilk moda kenti olan Paris'in yanında çeşitli Avrupa ülkelerinin ve Amerika'da gerçekleştirilmeye başlayan moda haftaları ile moda merkezleri çeşitlenmeye başlamıştır (Beward, 2010). Tasarımcıların Paris modasını kopyalamadan yeni bir yaratıcı stil ve ayırt edici imza ile bir marka oluşturabilmelerinin mümkün olduğu hazır giyimin dönüşümü ise ülkelerin ulusal moda kimlikleri adına umut verici bir gelişme olmuştur (Teunissen, 2017, s. 37). 1980'li yıllarda Japon tasarımcıların başarısıyla Tokyo'nun bir moda başkenti olarak görülmeye başlaması yeni moda merkezleri söylemini yaratmıştır (Skov, 2011, s. 140). Japon devrimi ardından birçok ülke için ulusal modaya ağırlık vermek önemli bir gündem olmuştur. Skov geleneksel olarak modanın başkentleri sayılan Paris, Milano, Londra ve New York gibi şehirlere göre marjinal sayılabilecek bu küçük ülkelerin modanın gücünden yararlanmak için ulusal moda kimliği inşa etme çalışmalarını “küçük ulusların moda rüyası” olarak adlandırır (2011).

Modanın gücüne başvuran ülkelerin çeşitlenmeye başlaması ile yaratıcılığın gücü aracılığıyla başarıyı yakalamak isteyen birçok ülke diğer ülkeler içerisinde kendilerini farklılaştıracak ulusal kimlik öğelerine yönelmiştir. Ülkeler orijinal bir yaratım sunmak için ilk olarak tarihi elementlerini ve miraslarını öne çıkarmaktadırlar (Ferrero-Regis ve Lindgren, 2012). Tasarımcılar ve markalar ulusal kimliğin simgelerine ve ikonlarına yer verme yolu ile ürünlerine değer katmaktadır (Teunissen, 2005). Amy de la Haye (1996) ise ulusal kimliğin ticari yönünü “ulusal kimlik ürün farklılığını sağlayacak bir yol ve iyi bir iş anlayışı yaratır” açıklaması ile vurgulamaktadır (aktaran Smelik, 2019). Bu sayede

ulusal kimliklere yönelim başarılı bir strateji haline gelmiştir. (Manlow, 2011 ve Melchior 2011'den aktaran Jansen ve Feitsma, 2014, s. 7). Teunissen moda haftalarının özellikle 1990'lı yıllardan itibaren ulusal kimliği vurgulamak amacıyla gerçekleştirilmeye başladığını belirtir (2011, s. 160).

3.3. Moda Tasarımında Geleneğin Yorumlanması ve Ulusal Kimlik

Geleneğin yorumlanması başka kültürlerin değerlerinden sembolik olarak yararlanma şeklinde ve tasarımcının kendi geleneksel kültür öğelerini tasarımın konusu haline getirmesi ile gerçekleşebilmektedir. Ulusal modayı vurgulamak için ulusal kimliklere başvurma eylemi geleneksel kültürün yorumlanmasını da içermektedir. Craik ve Jansen ulusal kimliğin öğelerinden olan kültürel ve geleneksel öğeleri yorumlamanın ulusa katkısının yanında tasarımcıya da ayırt edici bir nitelik sağladığını açıklamaktadır (2015). Moda tasarımcılarının giderek artan bir hızla ulusal miraslarını/geleneklerini başarılı bir pazarlama aracı olarak markalamaları, bir taraftan küreselleşen dünyada kendilerini son derece rekabetçi bir uluslararası moda pazarında farklılaştırmalarını sağlarken bir taraftan da ulusal düzeyde giderek artan yabancı kültürel etkilere karşı ulusal kimliğin değerini yükseltmeleri ile onları başarılı kılmaktadır (Craik ve Jansen, 2015). Japon tasarımcıların 1980'lerdeki başarısı ve hemen ardından Belçikalı tasarım altılısının başarısından bu yana, tasarımcının kendi ülkesinin kültürel mirası, farklı bir yapı inşa etmek için ulusal tasarım kimlikleri adına büyüyen bir ilham kaynağı haline gelmiştir (Jansen ve Craik, 2016). Tasarımcılar bu kültür öğelerini yorumlama yoluyla uluslararası tasarım sahnesinde kendilerine yer edinerek uluslararası stillerini vurgulamaktadır (Smelik, 2019, s. 17).

Tasarımcılar ayırt edici niteliğe sahip bir stil yaratabilmek amacıyla geleneksel kültürlerine yönelebilmektedir. Özellikle moda tasarımında ulusların farklılıklarını vurgulamak amacıyla ulusal kimliğin inşa edilmesinde rol alan tasarımcılar, kendi kültürel öğelerini hem uluslararası Paris modasında kabul görebilmek hem de ülkelerinin ayırt edici gücünü ön plana çıkarmak için kullanabilmektedir. Bunun haricinde tasarımcının kendi kültürünün etkilerinin çalışmalarında görülmesi başka bir kaygının sonucu olarak da görülebilmektedir. Son yıllarda görülen yerel miraslara ve zanaatlara olan ilgi artışı modada da gerçekleşmiştir (Teunissen, 2011, s. 160). Moda endüstrisinin gelişmesi ve üretimin düşük maliyetli ülkelere kaymasıyla giyim ürünlerinin kalitesindeki

düşüş tasarımcılara büyük ölçekli üretimler sebebiyle geleneksel bilgi ve zanaatın kaybolacağı korkusunu yaşatmıştır (Teunissen, 2005, s. 21). Teunissen'in belirttiği bu kaygı geleneksel öğelere yönelişin bir sebebi olarak görülmektedir.

Bu motivasyonların yanında tasarımcıların moda hiyerarşisi içindeki konumlandırılmalarının da geleneği yorumlama pratikleri üzerinde etkili olduğu ve tasarımcının Batılı bir tasarımcı olmamasının onu ister istemez bir ulusal moda tartışmasının içine yerleştirdiği görülmektedir. Modada yetkin kabul edilen ülkelerin dışındaki ülkelere gelen moda tasarımcıları sürekli olarak kültürel kimliklerine göre değerlendirilirken Avrupalı tasarımcılardan kültürel/ulusal kimlikleriyle ilgili referanslarını açıklamaları veya gerekçelendirmeleri ise nadiren istenmektedir (Jansen, 2020). Japon tasarımcı Kawamura bir röportajda basın tarafından kendisinin “Japon” tasarımcı olduğunun ön plana çıkarıldığından fakat Fransız bir tasarımcının bu şekilde anılmadığından bahsederek bu duruma dikkat çekmektedir (Kondo, 2014).

Bu etken de göz önüne alındığında tasarımcının kendi geleneği ile etkileşime geçmesinin onun tartışmalı konumunu daha da tartışmalı hale getirdiği ifade edilmektedir. Tasarımcının geleneksel kültürün öğelerini çalışmalarında kullanışı ile ilgili olarak Batılı ve Batılı olmayan ayrımının tasarımcının değerlendirilmesinde etkili olduğu Jansen ve Craik tarafından ifade edilmektedir (2016, s. 10). Tasarımcıların geleneksel öğelere yer vermesi onun “geleneksel” olarak değerlendirilmesi gibi bir sonuç doğurabilmektedir. Tasarımcı özellikle Avrupalı değil ise kendisinin işlerinde hep kendi ülkesine ve kültürüne aitlik aranmakta olduğu gözlemlenmiştir. Batılı olmayan tasarımcılar kültürel miraslarını ilham kaynağı olarak kullandıklarında “geleneksel kimlik” olarak kabul edilirken, Batı moda tasarımcıları kültürel miraslarını markalaştırdıklarında “moda kimliği” olarak kabul edilmektedir (Craik ve Jansen, 2015). Bunun haricinde Batılı olmayan moda tasarımcıları çalışmalarıyla Batılı moda estetiğini birleştirdiklerinde çoğunlukla Batılılaşma ve yerel kültür kaybı olarak algılanırken Batılı moda tasarımcıları ilham almak için Batılı olmayan kültürlerle yöneldiklerinde yenilikçi ve modaya uygun olarak görülürler (Jansen ve Craik, 2016).

İncelenen imaj meselesinin, tasarımcının nasıl değerlendirildiğinin yanında ülkenin nasıl değerlendirildiği üzerinde de etkili olduğu belirtilmektedir. Bu durumun özellikle Batılı olmayan ülkeler için şu şekilde geliştiği ifade edilmektedir; Batılı olmayan toplumlar sürekli olarak farklılaşma ihtiyacı hissederken ve kendilerine özgü kültürel

kimliklerini korurken, küresel (Batı egemen) söylemin bir parçası olmak adına modern ve (Batılı ülkelerin standartlarına göre) gelişmiş görünme ihtiyacı duymaktadırlar (Jansen ve Feitsma, 2014, s. 10).

Modanın çoğu tanımının örgütlenmiş moda sisteminin Batı ülkelerinde ortaya çıktığına işaret etmesi sebebiyle tarih boyunca modanın yalnızca Batılı ülkelerde gerçekleşen bir olgu olduğuna dair inancın bulunduğu görülmektedir. Sosyal bilimler literatüründe Hansen’in ifadesi ile; Batılı giysiler ile dünyanın geri kalanının “geleneksel” olarak tanımlanan giysileri arasında, modanın kökenini kapitalist üretim sistemine dayandırarak açıklayan araştırmacılar tarafından oluşturulmuş bir ayrım gelişmiştir (Hansen, 2004). Yine bu görüşe göre dünyanın geri kalanı yaratıcı bireylerin geldiği bir yer olarak değil sadece ilham ve iyi zanaatkarlığın kaynağı olarak görülmüştür (Ling, Lorusso ve Reinach, 2018). Antropolog Sandra Niessen (2003) de kendi kültüründen başka kültürlerin giyimleri hakkında yazan Batılı antropologların nadiren modadan bahsettiklerini belirtir (Tortora, 2010). Modaya uygun Batı elbisesinin dışında kalan giysilerin tanımlanması için “Etnik” terimine ek olarak, yaygın biçimde “Batı dışı”, “köylü”, “halk”, “ilkel”, “egzotik”, “yerel”, “endüstriyel olmayan” ve “geleneksel” gibi terimler kullanılmıştır (Baizerman, Eicher ve Cerny, 1993). Bu görüşün Avrupa’nın ve Avrupalı medeniyetlere temel oluşturan Akdeniz kültürlerinin tek giyim tarihi olduğu inancı üzerine kurulduğu ifade edilmektedir (Welters ve Lillethun, 2018).

Batılı olan modanın üstünlüğünü kabul eden bu inancın bugünün dünyasında tasarımcıların ve moda sistemlerinin değerlendirilmesi ve konumlandırılması üzerinde gittikçe azalan fakat hala geçerliliğini koruyan bir etkiye sahip olduğu söylenmektedir. 1990’lardan beri Avrupa merkezilik antropologlar, kostüm tarihçileri, moda kuramcıları ve tasarımcıları tarafından yeniden düzenlenmekte ve kullanımı gittikçe azalmaktadır (Ling, Lorusso ve Reinach, 2018). Son yıllarda dünyanın başka bölgelerinde ve tarihin başka dönemlerinde de moda sistemlerinin var olduğu düşünceleri (Welters ve Lillethun, 2018) gittikçe popülerlik kazanmakta, Batı harici toplumların farklı seslerini keşfetmek amacıyla materyal kültürünün tarihini “Batı merkezli” bakış açıları haricinde başka perspektiflerden keşfetme arzusu gelişmektedir (Jansen ve Craik, 2016, s. 5). Entwistle sınıf ve endüstriyel süreçler gibi modayı şekillendiren iki önemli faktörün Endüstri Devrimi’yle ve dolayısıyla Batılı modern gelişmelerle ilişkili olduğunu savunmanın yanında modanın her yerde bulunabileceğini, kapsamı ve özelliğinin toplumsal düzenin

türüyle ilgili birkaç faktöre bağlı olduğunu belirtmektedir (2015). Farklı moda sistemlerinin dünya üzerinde çeşitli yerlerde bulunduğu ve bu sistemler birbiriyle bağlantılı biçimde, rekabet ve iş birliği içerisinde Avrupalı moda sisteminden bağımsız olarak geliştiği fikri oldukça kabul görmektedir (Jansen ve Craik, 2016, s. 1).

Bu açıklamalar ve gelişmeler doğrultusunda tasarımcıların tamamıyla “geleneksel” olarak adlandırılmamak için belirli bir tarife uymasının beklendiği ifade edilmektedir. Niessen'in (2003, s. 259) açıkladığı gibi, modern stiller Batılı eğilimler tarafından belirlenir, ancak ideal olan baştan aşağı bir Batılı görünüm değildir (Jansen ve Craik, 2016). Batılı moda tarzlarını benimsemenin, tasarımcının kendi kültürel ayırt ediciliğini bırakmaması koşulu ile, uluslararası söyleme (modaya) entegre olmasının önemli bir yolu olduğu ifade edilir (Jansen ve Craik, 2016). Belirtilen ihtiyacın karşılanması ile ilgili olarak uluslardan beklenenin ise Neissen tarafından yapılmış bir tanımı bulunmaktadır. Niessen (2003) modada “Batılı olmayan fakat gelişmekte olan ülke” imajını oluşturmak için tasarımcıların koleksiyonlarının kültürel mirasın öğeleri ile donatılması gerekliliğini vurgular; “Modernitenin tarif edilen sonucu ise ikisinden de çok fazla olmamak üzere bu iki unsur tarafından oluşturulmaktadır (Jansen ve Craik, 2016).”

Modanın Doğu ve Batı söylemi haricinde tasarımcıların değerlendirilmesi ile ilgili başka bir etmen ise ülkelerin farklı koşullara sahip olması olabilir. Ele alınan ülke örneklerinin farklı coğrafyalardan ve farklı tarihe sahip olmaları onları birbirleriyle karşılaştıramayacakları bir konuma getirmektedir. Moda araştırmacısı Jansen, “Fashion Anthropology: Challenging Eurocentricity in Fashion Studies” isimli çalışmasında her bir kültürün tıpkı antropoloji alanında olduğu gibi, örneğin moda gibi ayrı ayrı özellikleri ile değil “bütünsellik” ilkesi dahilinde, bütüncül şekilde ele alınması gerektiğini ifade etmektedir (2015). Aynı şekilde araştırmacı Eicher da “The Anthropology of Dress” isimli çalışmasında moda ile ilgili olarak antropolojide sıklıkla karşılaşılan bütüncüllük ilkesine değinmektedir (2000).

Çalışmada, tasarımcıların ve ülkelerin tasarım yönleriyle moda sistemleri altında konumlandırılmalarında etkili olan söylemlere yer verilmiştir. Yukarıda belirtilen etmenler, endişeler ve tartışmalar göz önünde bulundurularak ülkeler ve tasarımcıları için genel bir çerçeve çizilmesi amaçlanmıştır. Bu bağlamda tez kapsamında tasarımcıların ulusal kimliklerine ait geleneksel kültür öğelerini yorumlamalarının, tasarımcı kimliklerine ve ulusal moda kimliklerine olası etkileri doğrultusunda gelenekle hangi

şekillerde etkileşime geçtikleri ülke örnekleri üzerinden ele alınacaktır. Ülke ve tasarımcı örnekleri, ülkelerin ulusal modaları üzerinde etkili olan sosyal, kültürel, ekonomik gelişmelerin ışığında açıklanacaktır.

Çalışmada avangart tarzlarıyla ulusal moda kimlikleri üzerinde bir Japonluk yaratılmasında etkili olan ve geleneğin yorumlanması ulusal kimliği şekillendirmesi durumuna bir örnek sunan Japon tasarımcıların incelenmesinin ardından, farklı coğrafyalardan seçilen örnek ülkeler ve bu ülkelerin tasarımcılarının hazır giyim koleksiyonlarından kavramsal tasarımlarına kadar çeşitlenen bir pazardaki tasarımları, tasarım anlayışları üzerinden incelenecektir. Çalışmanın devamında yer verilecek ülkeler; Hollanda, Fas, Güney Afrika ve Çin olacaktır.

3.3.1. Japonya örneği

Japonya, 1980’li yıllarda çağdaş moda tasarımında alışlagelmiş tarzlarının dışında çalışmalarıyla tanınan Rei Kawakubo, Yohji Yamamoto ve Issey Miyake’yi moda dünyasına kazandırmıştır. Bu tasarımcılar, moda dünyasına çeşitli araştırmacıların yorumuyla köklü ve alışılmadık yenilikler getiren ilk çağdaş tasarımcılar olarak görülmektedir. Çağdaş moda tasarımında farklı ifade biçimlerinin ortaya çıkışı ile ilişkilendirilen tasarımcılar uluslararası moda yapısı üzerinde oldukça büyük bir etki yaratmışlardır. Bugün birçok insan “Japon moda devrimi”nin moda sistemine karşı gerçekleştirilmiş son önemli meydan okuması olduğuna inanmaktadır (Geczy ve Karaminas, 2018).

Avrupa moda sahnesine giriş yapan üç Japon tasarımcıdan ilki Issey Miyake’dir. Koleksiyonlarını 1970’li yıllarda Paris’te sergilemeye başlayan Miyake, Batılı moda dünyasında yer alan ilk Japon tasarımcı olmamasına rağmen öncülleri olan Japon tasarımcılardan farklı moda anlayışı ile çağdaş Japon tasarımcı üçlüsünden biri olarak kabul edilmiştir. Issey Miyake, giysileri farklı biçimlerde giyme yolları geliştirerek alışılmış Batılı terzilik anlayışını yapı söküne uğratmak gibi kavramsal ifade biçimleri ile kendilerinden önce Paris’te koleksiyonlarını sergilemeye başlayan Japon tasarımcılar olan Kenzo ve Mori’den daha farklı bir şekilde konumlandırılmıştır (Kawamura, 2004).

Rei Kawakubo ve Yohji Yamamoto ise Mori, Kenzo ve Miyake’nin başarısının ardından, ilk koleksiyonlarını 1980’li yılların başında Paris’te uluslararası bir kitleye

sunmuşlardır (Mears, 2008, s. 98). Yaklaşık on yıl boyunca Japonya'da koleksiyonlarını sunan tasarımcılar, 1982'de Paris'te sergilemeye başladıkları minimalist, yapı sökücü, siyah beyaz koleksiyonları ile moda dünyasında çığır açmıştır (Updike, 2013, s. 21).

Miyake, Kawakubo ve Yamamoto'nun 1980'li yıllarda Avrupa moda sahnesine giriş yapmaları farklı ülkelerden modaların özgün bir anlayışı yansıttığı bir girişimdir. Bu üç tasarımcıdan önce Avrupalı moda sahnesinde yer alan ilk yabancı tasarımcılar olan Mori ve Kenzo 1970'li yıllarda uluslararası moda sahnesinde "Haute Couture" giysileriyle kendi isimlerini duyurmuş ve ardından hazır giyime yönelmişlerdir (Fukai, 1996). Bu tasarımcıların çalışmaları Batılı giyim tarzları üzerinde kendi kültürlerine ait öğelerin uygulanması olarak gerçekleşmiştir (Fukai, 1996). Miyake, Kawakubo ve Yamamoto Paris modasında boy gösteren ilk yabancı tasarımcılar olmamalarına rağmen Avrupalı moda stillerinin son derece dışında olan tarzlarını Avrupalı moda sahnesine getirmeleriyle devrim etkisi yaratmışlardır (Kawamura, 2004). Özellikle Kawakubo ve Yamamoto'nun geleneksel Haute Couture anlayışından uzak, o günün şıklık ve zerafet gibi vurgulanan kalıplarına uymayan ve moda tarihçisi Harold Koda tarafından 'sefaletin estetiği' olarak adlandırılan (English, 2011, s. 40) tasarım yaklaşımları moda dünyası mensupları ve otoriteleri tarafından yadırganmışsa da tasarımcıların çalışmaları yarattığı şok dalgasının ardından büyük beğeni toplamıştır. Giysilerde yıpranmış kenarların kullanımı gibi Japon avangardı tarafından öncülük edilen tasarım yeniliklerinin çoğu sonrasında hem yüksek modaya hem de kitle modasına dahil edilmiştir (Geczy ve Karaminas, 2018).

Japon tasarımcılar sadece yeni giyim tarzları önermemiş, moda sistemi ve moda olgusuna karşı yıkıcı ve eleştirel bakış açıları da geliştirmişlerdir. Bu tasarımcılar moda sistemini sorgulayıcı yaklaşımları ile kendilerinden sonra gelen birçok tasarımcı için çeşitli biçimlerde ilham kaynağı olmuşlardır. Ann Demeulemeester ve Jil Sander gibi minimalist tasarımcılar da dahil olmak üzere birçok Avrupalı tasarımcı Miyake, Kawakubo ve Yamamoto tarafından yapılan zarif bir şekilde süssüz ve heykelsi işlerin etkisi altında kalmıştır (Updike, 2013, s. 23). Yine John Galliano ve Alexander McQueen gibi İngiliz tasarımcılar ve daha genç Belçikalı tasarımcılar olan Margiela, Van Noten ve Von Beirendonck da Japon tasarımcılarının moda gösterilerini çeşitli yerlerde gerçekleştirme pratiğini benimsemişlerdir (English, 2011, s. 7).

Issey Miyake, Rei Kawakubo ve Yohji Yamamoto ilk koleksiyonlarını 1970'lerde ve 1980'lerde uluslararası kitleye sunduklarında, çağdaş modayı yeniden tanımlamışlardır (Mears, 2008, s. 96). Yenilikçi ve avangart tarzlarıyla ün kazanan tasarımcıların çalışmalarında vurgulamak istedikleri öncül değerler olmasa da Japon kültürüne ait geleneksel öğelere ve sembollere yer verdikleri görülmektedir. Bu öğeler Japon geleneksel giysilerinden, geleneksel sanatlara, geleneksel anlayışlarından geleneksel felsefelere kadar çeşitlenmektedir. Günay, Miyake'nin ortaya çıkardığı yeniliklerin; Japon fenerinin biçiminden, salınımından ve yaylanan hareketli duruşundan; kimononun yalın, geniş, düz, az kesimli yüzeylerinden, kapama yerlerinin sadeliğinden, bedenle arasındaki dengeli boşluktan, sadece gerekli detaylara yer vermesinden; Japon savaşçıların zırhlarından yani geleneklerden geldiğini belirtmektedir (2009, s. 140). Günay'ın ifade ettiği tanımlamanın benzer bir biçimde diğer tasarımcılar olan Kawakubo ve Yamamoto'nun çalışmaları için de geçerli olduğu görülmektedir.

Japon tasarımcılar "kimono" da dahil olmak üzere çeşitli Japon geleneksel giysilerinden ve bu giysilerin düşünsel temellerinden esinlenen tasarımlar geliştirmişlerdir (Kawamura, 2004). Üç tasarımcı da ortak bir anlayışla tasarımlarında kimono konseptine ve her şeyin bir şekilde katlandığı, sarıldığı ve şekillendirildiği geleneksel yöntemlere yer vermektedir (English, 2011, s. 20). Vücudu tamamıyla saracak şekilde tasarlanan Batılı giysilerin aksine, giyilmediğinde düz olan dikdörtgen kumaş parçalarının bir birleşimi olan kimono, kumaşı kesmek yerine vücudu kaplayacak şekilde düzenlenmektedir (Kubler, 2014, s. 23). Kimononun üretim anlayışına dayanan tasarımların başka kıyafetlere dönüşmesi ile tasarımcıların koleksiyonlarında yer aldığını görmek mümkündür. Kawakubo'nun 1983-1984 Sonbahar/Kış koleksiyonuna ait bej yün keçe paltosu ve koyu mavi rayon elbisesinin geleneksel kimono giysisinin özelliklerini taşıdığı görülmektedir. Giysilerin vücuda oturmayan yapısı kimononun özelliklerini yansıtırken ayrıntılarda da geleneksel giysinin özelliklerinin yansıtılmasına dikkat edilmiştir (Kawamura, 2004). Düz bir yüzeye yerleştirildiğinde karmaşık geometrik şekiller oluşturan kimonoya ve geleneksel Japon seyahat paltolarına benzeyen giysiler dikiş, pens veya düğme benzeri birleştirme parçaları içermemektedir (Morar, 2010, s. 3). Japon tasarımcıların kimononun sadece fiziksel özelliklerini taşıyan tasarımlarının yanında giysinin kavramsal altyapısını içeren tasarımlara da yer verdikleri görülmektedir. Tasarımcıların çalışmalarında ana prensip kumaşı kesmek değil, malzemenin bütünlüğüne saygı göstermek ve kumaşın şeklini vücudu sarmak için kullanmaktır

(English, 2011, s. 15). Bu değerleri gözeteren Miyake'nin "A Piece of Cloth" isimli koleksiyonu için de kimonoyu bir başlangıç noktası olarak kullandığı görülmektedir (Querolo, 2016).



Görsel 3.1. *Comme des Garçons 1983-84 Sonbahar/Kış koleksiyonundan geleneksel Japon seyahat giysilerinin özelliklerini taşıyan tasarımları (Mills, 2010)*

Geleneksel Japon estetik anlayışları ve felsefi temellerinin etkileri de tasarımcıların çalışmalarında görülmektedir. Fukai'nin ifadesi ile Japonca'da boşluk anlamına gelen "ma" Beden ve giysi arasında yaratılan mekanı vurgulayan bir Japon estetiğidir (Fukai, 1996). Ma felsefesine Japon tasarımcıların çalışmalarında rastlamak mümkündür. Batı terzilik standardı vücutun kıvrımlarına uyan formlar oluşturmaya dayanırken, Japon tasarımcılar bunun yerine vücut ve giysi arasındaki boşluğa odaklanmışlardır (Fukai, 1996). Dikkate alınan bu boşluk kullanıcıyı önceden belirlenmiş bir giysi formu ile kısıtlamaksızın kullanıcıya doğal alanında yaşama imkanı vermektedir (Fukai, 1996).

Wabi-sabinin ise Japon tasarımcıların tasarımlarında yer bulan başka bir geleneksel felsefe olduğu görülmektedir. İki kavramdan oluşan tanım wabi (doğal sadelik) ve sabi (yaşla birlikte gelen güzellik) üzerine kurulmuş bir Japon estetiğini ifade etmektedir (Fukai, 2010). Wabi-sabi estetik anlayışının vurguladığı mükemmel olmama ve tamamlanmamış olma halinin giysi örneklerinde asimetri, yanlış yerleştirilmiş giysi bölümleri ve tamamlanmamışlık biçimlerinde yansımaktadır (Morar, 2010, s. 1). Wabi-

sabi düşüncesinin yansımasının bir örneği Kawakubo'nun koleksiyonlarında ayak bileklerinin etrafına kazak manşetleri eklenmiş pantolonlar, kasten hatalı ve defolu olarak üretilmiş büyük boy paltolar ve asimetrik tasarımlar olarak görülmektedir (Morar, 2010, s. 1).



Görsel 3.2. Comme des Garçons markası 2011 İlkbahar koleksiyonundan bir görünüm (Vogue, 2020)

Tasarımcıların kimono, ma ve wabi-sabi gibi geleneksel giysi ve düşünce biçimlerinin haricinde el sanatları veya geleneksel üretim yöntemleri gibi başka geleneklere de tasarımlarında yer verdikleri görülmektedir. Tasarımcılar geleneksel tekstillerden, malzemelerden ve tekniklerden de yararlanmışlardır. Miyake, keten krep, dokuma pamuk, polyester ve jarse üzerinde kağıt katlamalarına benzeri kıvrımları denemek, ilginç dokularla işlevsellik aramak ve modern teknolojileri kullanarak yeni tekstiller geliştirmek üzerinde çalışmış, 1988 yılında polyester kumaş ile ısı yoluyla kalıcı pili oluşturma tekniğini geliştirip bu teknikte ustalaşmıştır (Morar, 2010, s. 3). Miyake

1995 ilkbahar / yaz koleksiyonundaki Japon kağıt fenerine benzeyen ve giyilmediğinde iki boyutlu dairesel bir şekle dönüşen “Minare” elbisesi için yine bu pilileme tekniği ile çalışmıştır (Morar, 2010, s. 3). Miyake’nin Japon köylü çiftçiler tarafından giyilen geleneksel giysilerin parçası ceketlerde kullanılan bir işleme türü olan Sashiko’yu koleksiyonlarında denim kumaşına alternatif olarak kullanması ve “tabi-ura” adı verilen çoraplarda kullanılan bir malzemeye tasarımlarında yer vermesi ise tasarımcının geleneksel öğelere yer vermesinin başka örnekleridir (English, 2011, s. 22).



Görsel 3.3. Issey Miyake tasarımı “Minare” elbise (Maasmuseum, 2020)

Geleneksel sanatların ve zanaatların yansımaları Kawakubo ve Yamamoto’nun çalışmalarında da görülmektedir. Tasarımcılar Paris’teki ilk defileleri için siyahın tonlarıyla bezenmiş Japon boyama sanatı sumi-e için kullanılan mürekkep boyasının tonlarına tasarımlarında siyah renginin tonları ve doygunluğu üzerinde stratejik oynamalar yaparak yer vermişlerdir (Kubler, 2014, s. 23). Yine origami sanatının katlama ve çok katlılık özellikleri Yamamoto ve Kawakubo’nun tasarımlarının büyük bölümünde

yer bulmaktadır (Updike, 2013, s. 22). Mears, Yamamoto'nun erkek giyiminden esinlendiği kadın giysilerinin ise Japon mirasının cinsiyet belirsizliği ile ilgili bir yönüne, yani Japon sahne sanatlarının yüzyıllardır önemli bir unsuru olan profesyonel kadın taklitçi-göstericiler (Onnagata) için ters bir referans olduğunu belirtmektedir (Mears, 2008, s. 100).

Japon tasarımcıların çalışmalarında geleneksel giysi öğelerinin kavramsal olarak çözümlendiği ve elde edilen anlamların tasarımlarda kullanıldığını görülmektedir. Geleneksel giysi kültürel bağlamda incelenerek ve yorumlanarak tasarımlara aktarılmıştır. Aynı şekilde bazen geleneksel giyim tarzlarına ait öğelerin fiziksel yapılarından ve tekniklerinden bazen de geleneksel malzemelerin kendilerinden yararlanıldığı görülmektedir. Tasarımcılar çoğu zaman geleneksel soyut öğelerden ve değerlerden yararlanmış, geleneksel Japon kültürü sembolleri yerine sıklıkla soyut öğelere ve uygulama biçimlerine yer vermişlerdir. Tasarımcıların koleksiyonlarında sıklıkla yer bulan giysinin cinsiyetsizliği fikri, geleneksel giysilerden hareketle elde edilmiştir. Tasarımcıların çalışmalarında geleneksel üretim tekniklerinin de zamanın getirdiği imkanlar ile geliştirilerek güncellendiği ve yenilikçi üretim yöntemlerine dönüştüğü görülmektedir.

3.3.1.1. Japon ulusal moda kimliği

Japon tasarımcıların çalışmaları moda tarihi üzerinde oldukça büyük bir etki oluşturmuş ve Batılı modayı kökten etkilemiştir. Modanın ve giysinin yeniden tanımlanmasında önemli bir rol oynayan Japon tasarımcılar giysi sisteminin Batılı tanımlarını yok etmiş ve yeniden yorumlamışlardır (Kawamura, 2004, s. 164). Tasarımcıların çalışmaları yalnızca yeni tarzları, yeni giysi üretim teknikleri ve silüetleri sunmamış modanın kadın bedeni ve güzellik ile ilgili tanımlarına da meydan okumuştur (Kawamura, 2004). Alışılmadık yeni tasarım anlayışlarının yanında modanın kurumlarını ve otoritesini sorgulayan bu tasarımcılar moda dünyasında kendilerinden sonra gelen sayısız tasarımcıya ilham kaynağı olmuşlardır. Jansen ve Craik (2016) Japon moda tasarımcıları haricindeki tasarımcıların nadiren küresel dünyaya gerçekten nüfuz etmeyi başarabildiklerini belirtir.

Japon tasarımcıların oluşturdukları yenilikçi imajın Japon geleneksel kültür öğelerini de içerdiği görülmektedir. Tasarımcıların çalışmalarındaki geleneksellik ve avangart yaklaşımın birleşimi onlara son derece evrensel bir kimlik kazandırmıştır (Kawamura, 2004). Japon tasarımcıların tasarım stilleri aynı zamanda moda tasarımında avangart olarak tanımlanacak bir tarzın başlangıcını da oluşturmaktadır. Bu tasarımcılar geleneksel öğeleri açıkça veya tasarımlarının ana unsurları olarak değil tasarım anlayışlarına yerleşmiş ölçülü ve dengeli tasarım unsurları şeklinde kullanmışlardır. Japon tasarımcıların geleneksel öğelere ait sembolleri ve anlayışları koleksiyonlarına yansıtması tasarımcıların kültürel kaynakları ile ilişkilendirilmektedir. Miyake büyük ölçekli üretimin etkileri sebebiyle geleneksel bilgi ve el işçiliğini kaybetme endişesini yaşayan tasarımcılardan biri (Teunissen, 2005, s. 21) olarak gösterilmiştir. Tasarımcı, geleneksel işçilik ve el sanatları geleneklerini korumanın ve kullanmanın önemli olduğunu düşünmekte, bilgisayarlarla ve yüksek teknolojiyle çalıştığı zamanlarda bile her zaman elin becerisini tasarım süreçlerine ekleme gayretini belirtmektedir (English, 2011, s. 11). Günay da Güvenç'ten (2002) alıntıladığı Japonların kültürel alışkanlığını yansıtan açıklamayla bu duruma vurgu yapmaktadır;

“Japonlar bir ada ülkesi olmanın getirdiği "kısmi" izolasyon, değişken ve çetin olan doğa şartları ile kendi başına mücadele etme zorunluluğu gibi durumlar sebebiyle elindeki sınırlı kaynakların değerini bilme, doğayla savaşmak yerine onunla uzlaşıp ona saygı ve sevgi besleme gibi karakter özelliklerini bünyelerinde barındırırlar. Bu sınırlandırılmış ortamda dahi tarih içinde yarattıkları gelenek ve kültür öğelerini sahiplenir ve içselleştirirler (Günay, 2009, s. 135).”

Moda eleştirmenleri Avrupamerkezci moda söylemi ile bu tasarımcıları “Japon” tasarımcılar olarak göstermekte ve tanımlamaktadır. Tasarımcılar ise çalışmalarında kendi kültürel öğelerini alışlageldik şekilde kullanmadıklarını, stillerinin “Japon”luğu yansıtmadığını söylemişlerdir. Japon tasarımcıların geleneksel öğeleri kullanımı açıkça görülse de bu tasarımcılar “Japon” tasarımcılar olarak değil uluslararası tasarımcılar olarak tanınırlık kazanmak istemişlerdir. Miyake ve Kawakubo “Japon tasarımcılar” olarak sunulmaktan duydukları rahatsızlığı çeşitli zamanlarda dile getirmiştir (Kondo, 2014; Querolo, 2016). Kawakubo'nun ise kimliğini uluslararası bir biçimde şekillendirmek adına markasını Japon kimliğini maskeleyecek bir Fransız isim olan “Comme des Garçons” ile isimlendirdiği belirtilmektedir (Querolo, 2016).

Japon tasarımcıların çalışmalarının Japon modasına yansımaları çeşitli şekillerde gerçekleşmiştir. Bu tasarımcıların moda giysilere ve moda anlayışlarına yaklaşımları,

geleneksel öğelerin kullanımı ile birleştirildiğinde moda tarihinde “Japon modası” olarak bilinecek bir tarzın tanınırlığını sağlamıştır. Tasarımcıların siyah büyük beden giysiler, giysilerde kullanılan dekorasyon amaçlı delikler, asimetrik kesimler ve renkleri solmuş görünümü verilen buruşuk tekstillerden oluşan tarzları “Japon modası” olarak adlandırılmıştır (Skov, 1996). Bu tasarımcılar “Japon modası”nın yaratılmasının yanında kendi uluslarının moda kimliğinin üzerinde birtakım etkiler yaratmıştır. Japon tasarımcıların geleneksel yaklaşımları ve anlayışı da içeren çağdaş tasarım stilleri Japon moda imajının uluslararası düzeyde olumlu şekilde etkilenmesine yol açmıştır. Japon tasarımcıların başarısı Tokyo’yu uluslararası bir moda başkentine çevirme üzerinde etkili bir etmendir (Skov, 1996, s. 134). Ayrıca bu tasarımcıların başarısı Paris ve New York’un Tokyo ve Asya’yı moda endüstrisinde sadece üretici bölgeler olarak değil tasarımda yetkin ve söz sahibi bölgeler olarak tanımalarını sağlamıştır (Kondo, 2014). Japonların yüksek modaya girmesi, Japonya’ya gelişmiş bir kapitalist güç ve moda için kültürel lider olarak statü sağlamış ve gelişmiş ülkelerde bulunan küresel bir endüstri olarak moda artık bu gelişmiş ülkelerde bulunan büyük şehir merkezlerine yaratım gücü olan merkezler olarak bir otorite iddia etme gücü vermiştir (Kondo, 2014). Japonya’nın saygınlık kazanan ulusal moda kimliği ile Japon tasarımcılar yeni nesil Japon tasarımcıların da saygın tasarımcılar olarak görülmesinde etkili rol oynamıştır (Kawamura, 2004).

Bu tasarımcıların yeni yaklaşımları modernizmle birlikte Batılı ülkelerde sanattan kültüre etki gösteren, yıllardır Japonya’nın Batı’da tanınırlığını şekillendiren ve zaman zaman Avrupalı moda tasarımcılarına ilham veren “Japonizm” kavramının da yeniden şekillendirilmesinde etkili olmuştur (Skov, 1996). Japonizmle gelen egzotik “Japon” imajı Japon tasarımcıların uluslararası modada görülmeye başlaması sonucu 1980’li yıllarda bu tasarımcıların çalışmalarını tanımlamak için çeşitli moda eleştirmeni tarafından tekrar gündeme getirilmişse de “Japonizm” avangart Japon tasarımcıların postmodernist yaklaşımları ile bu egzotik Japonluk tanımından uzaklaşmıştır (Skov, 1996, s. 130-131).

Tasarımcıların çağdaş stilleri ile geleneksel kültürü yorumlamalarının onların tanınırlık ve başarısındaki tek unsur olmadığı görülmektedir. Fakat geleneği kullanmalarını oluşturdukları emsalsiz tasarım kimliklerinde onlara ayırt ediciliği sağlayan unsurlardan biri olarak görmek mümkündür. Sonuç olarak Japon tasarımcıların sağladığı başarı moda sisteminin zeminini sarsıp moda tarihini değiştirmenin ve sayısız

tasarımcıya ilham olmanın yanında ülkenin moda kimliğinin şekillenmesinde de büyük ölçüde etkili olmuştur. Tasarımcılar “Japonizm” kavramını alışlageldik Batılı tanımlamalardaki anlamları ile oynamış ve Japonya’nın bir moda gücü olarak yükselmesine doğrudan katkıda bulunmuşlardır. Moda literatüründe akıllara Japon tasarımcıların geliştirdiği eşsiz stili getiren “Japon modası” kavramı da ulusal moda kimliğini güçlendiren bir unsur olarak yerini almıştır.



4. MODA TASARIMINDA GELENEĞİ YORUMLAYAN TASARIMCILARIN İNCELENMESİ

Japon tasarımcılar geleneksel öğeleri yorumlamaları aracılığıyla şekillendirdikleri avangart stilleriyle birçok ülkeden tasarımcının kendini uluslararası moda sahnesinde sunması adına öncü olmuşlardır. Ayrıca çalışmalarıyla ulusal kimlikleri üzerinde bir Japon modası yaratılmasında etkili olan Japon tasarımcılar birçok ülke için modanın dönüştürücü gücünün görülmesini mümkün kılmıştır. Bu bölümde Hollandalı, Faslı, Güney Afrikalı ve Çinli tasarımcıların geleneksel öğeleri yorumlama biçimleri ve tasarımcıların yaklaşımlarının ulusal moda kimliklerine etkisi incelenecektir.

4.1. Hollandalı Tasarımcılar

1990'lı yıllarda uluslararası moda dünyasında özgün bir yer edinen Hollanda öncelerinde uzun bir süre boyunca Paris modasının etkisinde gelişmiştir (Teunissen, 2011). Hollandalı moda tasarımcıları modayı 1960'lı yıllara kadar Parisli tasarımcıların sunduğu şekliyle takip etmişler ve bu stilleri bazı küçük değişiklikler ile Hollandalı kadınlara daha uygun olduğunu düşündükleri yeni giysilere dönüştürmüşlerdir (Feitsma, 2009).

Bugün Hollanda'nın modanın çeşitli marketlerine yönelik tasarımlar geliştiren tasarımcı çeşitliliği Viktor & Rolf'tan teknolojik geliştirmeleri çalışmalarına dahil eden tasarımcı Iris van Herpen'a kadar genişlemektedir. Hollandalı tasarımcıların uluslararası alanda daha tanınır hale gelmesi ise 1990'lı yıllarda gelişen ve ortaya çıkan tasarımcılar ile gerçekleşmiştir. Hollanda'nın tasarım okulu Arnhem Akademisinden 1992 yılında mezun olan Marcel Verheijen, Lucas Ossendriver, Viktor Horsting, Rolf Snoeren (Viktor & Rolf), Saskia van Drimmelen ve Pascal Gatzert ertesi yıl güçlerini birleştirerek Le Cri Neerlands ismiyle Paris ve Milano'daki moda etkinliklerde kendilerini bir grup olarak sunarak büyük başarı elde etmişlerdir (Thomas, 2008). Stratejik bir kararla bir araya gelen tasarımcı grubunun üyeleri çeşitli şekillerde dikkat çekmiş ve tasarımcılar büyük bir çıkış yaparak başarı kazanmıştır. Paris'teki yeni gelişmeleri ilgiyle takip eden Hollandalı moda tasarımcıları Yohji Yamamoto ve Comme des Garçons'ın etkisi ile Hollanda'da kıyafetin biçimini ve anlamını araştırdıkları kavramsal tasarımlara yönelmişlerdir (Teunissen, 2011). Ayrıca yine aynı dönemlerde, Hollandalı tasarımcılardan önce stratejik bir çıkış ile uluslararası moda aracılığıyla isimlerini duyuran Belçikalı tasarımcılar da Hollandalı

tasarımcılar için birer örnek oluşturmıştır. Teunissen, Hollandalı tasarımcıların “Antwerp tasarım altılısı”nın yapışökümcü yaklaşımından ve özellikle Londra ve Paris'in en iyi tasarımcıları arasında kendilerini genç ve bağımsız tasarımcılar olarak gösterme cesaretlerinden ilham aldıklarını belirtir (2011, s. 162).

Hollandalı tasarımcıların kendilerini öncelikli olarak modernist tasarım mirasından beslenen sanatçı/tasarımcılar olarak sundukları yaklaşımları ve net formlara dayanan tarzları “Dutch Modernism” olarak adlandırılmıştır (Teunissen, 2011, s. 159). Fakat Hollandalı tasarımcıların son onyıllarda yükseliş geçiren modasının modernist anlayıştan oluşan stilleri son yıllarda Hollanda gelenekselliğini de içeren tasarımlarla ön plana çıkmaktadır (Smelik, 2017, s. 10). Özellikle 2000’li yılların başlangıcından bu yana Hollandalı moda tasarımcıları halkbilimine, bölgesel kıyafetlere ve yerel el sanatları ile üretim yöntemlerine ilgi göstermeye başlamışlardır (Teunissen, 2011).

Bu bağlamda, Alexander van Slobbe, Viktor & Rolf, Francisco van Benthum ve Jan Taminiau gibi ünlü tasarımcıların Hollanda geleneksel kıyafetlerinden esinlenen koleksiyonlar yarattıkları görölmektedir (Feitsma, 2009). Yenilikçi tarzları ile alaycı yaklaşımları ile tanınan tasarımcılar olan Viktor Horsting ve Rolf Snoeren’in tasarımlarında kimi zaman kendi kültürel miraslarını başlangıç noktası olarak kullandıkları görölmektedir. Tasarım ikilisi, “Bedtime Story” (2005/6) isimli koleksiyonlarında Hollanda dantelini kullanmış, “Silver” (2006/7) koleksiyonu için ise yeni doğan bebeklerin ayakkabılarının gümüş ile kaplanması geleneğinden esinlenerek bazı giysileri kısmen, bazı giysileri ise tamamen gümüşe boyayarak bu tekniğin ve geleneğin kullanımını yorumlamıştır (Smelik, 2019).



Görsel 4.1. Viktor & Rolf, 2006/2007, “Silver” koleksiyonundan bir görünüm (<http-1>)

İkili, Fashion Show (Sonbahar/Kış 2007/8) koleksiyonlarında geleneksel giysinin çeşitli versiyonlarına (Teunissen, 2011, s. 172) ve diğer koleksiyonlarında ise yine diğer stillerin ve tekniklerin yanında, Staphorst bölgesinin nokta boyama tekniğine¹ ve geleneksel kumaşlara yer vermiştir (Feitsma, 2011, s. 128). Tasarımcıların kavramsal tarzlarını simgeleyen heykelsi giysilerinin inşasında zaman zaman geleneksel öğelerin kullanımı görülmektedir. Feitsma tasarımcıların ilhamlarını farklı yerel kıyafetlerden almalarının ve bu giysileri başka öğelerle birleştirmelerinin Hollandalı tasarımcılar arasında oldukça yaygın bir çalışma yöntemi olduğunu belirtir (2011, s. 128). Yine Hollandalı tasarımcı Barnhard Willhelm’in tasarımlarında da el sanatlarına ait öğelerin kullanımı görülmektedir (Teunissen, 2005, s. 17).

¹ İngilizcede “dotting technique” ismi ile geçen teknik Hollanda’nın Staphorst köyüne ait bir boyama tekniğidir. Bu teknik ağaç kalıp ile yapılan nokta boyama tekniği olarak bilinmektedir.



Görsel 4.2. Viktor & Rolf, 2007/2008, “Fashion Show” koleksiyonundan bir görünüm (Vogue, 2020)

Koleksiyonlarında geleneksel öğelere ve sembolere yer verdiği görülen diğer tasarımcılar ise Francisco van Benthum ve Alexander van Slobbe’dur. Van Benthum ve Van Slobbe geleneksel geniş kesim balıkçı pantolonlarını veya çiftçilerin giysilerini erkek giyimi için yeni silüetler geliştirmek üzere kullanmışlardır (Smelik, 2017, s. 13). Van Benthum’un özellikle Volendam Köyü’ne ait geleneksel giysilerden şapkalara ve yaka çeşitlerinden örneklerle yer verdiği görülmektedir (Feitsma, 2011). Diğer tasarımcıların da genellikle Staphorst bölgesinin nokta boyama tekniğine ya da Marken köyünün iğne işleri gibi zanaatlarına² yöneldikleri görülmektedir (Smelik, 2019).

² İngilizcede “Needlework” olarak geçen teknik Hollanda’nın Marken köyüne ait bir işleme tekniğidir.



Görsel 4.3. *Francisco van Benthum, 2008/2009 “Hope” koleksiyonundan bir görünüm (<http-2>)*

Tasarımcı Van Slobbe 2001 yılında sunduğu “Rewind” koleksiyonu için kullandığı çeşitli tekniklerin yanında yatay katlama biçimlerine de yer vermiştir (Teunissen, 2011). Bu yöntem Zeeland kentinde bir su baskını durumunda kolay taşınabilmesi için kıyafetleri mümkün olan en kompakt biçimde saklamaya yönelik geliştirilmiş bir depolama yöntemidir (Teunissen, 2011). Tasarımcının gelenekselleşmiş bir yaşam biçiminden bir unsuru tasarımlarına aktardığı görülmektedir.

Feitsma yine geleneksellikten beslenen bir çalışmanın örneğini tasarım ikilisi Spijkers & Spijkers’ın 2011 yılına ait bir koleksiyonu ile sunmaktadır (2011). Tasarımcılar bu koleksiyonda denizci olmak için erkek gibi giyinen bir kızın hikayesini anlatan geleneksel bir halk şarkısından esinlenerek koleksiyonu şarkının sözlerinden ilhamla şekillendirmişlerdir (Feitsma, 2011). Giysiler denizcilikle ilgili bütün referansları taşıırken temanın ana renkleri mavi, yeşil ve beyazlardan oluşmaktadır. Düğmeler ve deniz kabuğu baskılarının olduğu detayların haricinde tasarımlarda 17. yüzyıla ait

yelkenlilere yer verilmektedir. Koleksiyonun bazı parçalarında mankenler üzerinde gemi figürleriyle süslenen geleneksel Delft çinilerinden parçalar taşıyormuş gibi görünmektedirler (Feitsma, 2011). Burada geleneksel Delft çinilerinin çömleklerde ve yüzeylerde kullanılmasının haricinde bağlamından koparılarak giysilere taşındığı anlaşılmaktadır (Feitsma, 2011).



Görsel 4.4. *Spijkers & Spijkers markası, S/S 2011 (Spijkersenspijkers, 2020)*

Bir başka Hollandalı tasarımcı Klavers van Engelen'in koleksiyonlarında da geleneksel giysilerden unsurların kullanımı görülmektedir. Engelen beyaz dantelden üretilen ve zengin kasabalılar tarafından giyilen, ruff yakanın bir çeşidi olan geleneksel yakanın karakteristik katlamalarını elbiselerin veya tişörtlerin yaka dışındaki çeşitli bölümlerine yerleştirerek tekrar kullanmıştır (Smelik, 2019).

Smelik; teknoloji ve zanaati birarada kucaklayan Iris van Herpen, Bart Hess, ve Pauline van Dongen gibi tasarımcıların da çalışmalarında geleneksel öğelere yer verdiğini belirtir (2017, s. 18). Bu anlamda geleneksel öğelerin koleksiyonlara yansımalarının bir

örneği Hollandalı tasarımcı Iris van Herpen'in çalışmalarında görülebilmektedir. Herpen üç boyutlu giysileri, yenilikçi malzeme arayışları ve araştırmalarına başvurması, giysinin kavramsal anlamda beden ve ortam iletişimi ile ilgili çalışmalar yürütmesi bakımından ilginçtir. Teknoloji ile moda tasarımını bir arada geliştiren tasarımcının çalışmalarında geleneği ele alış biçimi ise diğer tasarımcıların yaklaşımlarından farklılık göstermektedir. Tasarımcı, yoğun el işçiliği içeren tasarımlarında geleneksel unsurlardan çok geleneksel üretim pratiğinin süreçlerini tekrarlayarak zanaati ön plana koymaktadır. Yeni bir yöntem ve oluşturduğu malzeme ile yeni bir el becerisi alanı açan Iris Van Herpen, yaptığı işi zanaat olarak yorumlarken (Smelik, 2019), bu yeni yöntemdeki el becerisine işaret etmektedir. Bu haliyle yeni yöntem, gelenekte yer alan el becerisi tanımına yakın bir konumdadır. Araştırmacı Smelik, Herpen gibi Hollandalı tasarımcıların yerel el sanatlarını kullandıkları bu yaklaşımın "New Materialism" düşüncesinin felsefesi ile uyuştuğunu ifade etmektedir. Bu akım ile yeni nesil Hollandalı tasarımcıların yerel stillere ve el sanatlarına başvurduğu, fakat bunu geleneksel yollarla değil yenilikçi biçimlerde gerçekleştirdikleri ifade edilmektedir. Yeni materyalist yaklaşım, modanın maddiliğini vurgulamaya ve hem yerel hem de küresel meselelerin modadaki karma karışımını anlamaya yardımcı olmaktadır (Smelik, 2019). Malzemeyi esas alan bu yaklaşımın hem yerel hem de evrensel bir tasarım anlayışı oluşturduğu vurgulanır. Smelik'in yorumuyla; malzemenin dönüşümü", "küresel-yerel" modayı hem yerel el sanatlarının malzemelerinin yeniden kullanımı olarak hem de küreselleşen kimlikler için manevi bir olgu olarak anlamayı sağlamaktadır (2019).



Görsel 4.5. Iris van Herpen, “Sensory Seas”, S/S 2020 (<http-3>)

Bu açıklamalara göre Hollandalı tasarımcıların 21. Yüzyıldan itibaren çalışmalarında tamamen yeniliğin kullanımına gitmek yerine yerel öğeleri çeşitlenen yenilikçi tasarım anlayışları ile bir arada sundukları bir anlayışı benimsedikleri görülmektedir. Bu bağlamda, tasarımcı için tarihsel olanla bağlantının yeniden kurulduğu ve gelenekten kopuşun gerçekleşmediği yorumunu yapmak mümkün olmaktadır. Ayrıca Herpen gibi yeni nesil tasarımcılar tamamen teknolojiyi ön planda tutuyor gibi görünse de geleneğin tasarım anlayışında ve süreçlerinde yer alması, aslında geleneğin tam olarak günümüz koşullarına uyarlanarak devam etmesi fikri ile örtüşmektedir.

4.1.1. Hollanda ulusal moda kimliği

Tasarımcılarının Paris’ten gelen trendleri takip ettiği ve uzun yıllar boyunca Paris modasının etkisi altında gelişen Hollanda modası 1960’lı yıllardan bu yana özellikle 1980’li yılların sonunda yükselerek ve 1990’lı yıllarda büyük bir sıçrama yaparak

merkezi modadan bağımsızlaşmıştır ve ancak böyle bir durumda ülke için moda kimliğinden söz edilmeye başlanmıştır (Feitsma, 2009). Hollandalı tasarımcılar 1990'lı yıllarda özgün Hollanda özelliklerinden olan modernizmi içeren bir kimlik inşa etmeye başlamışlardır (Smelik, 2017). Bu tasarımcılar Paris modası ve giyimi üzerinde kendi özgün ulusal karakterlerinden esinlenerek yeni bir tarz ve yaklaşım geliştirmişlerdir (Teunissen, 2011, s. 159). Tasarımcıların Paris'te tanınırlık kazanmasıyla modernist Hollanda modasının tanınırlığı artmıştır (Teunissen, 2011).

Yüzyılın başlarında, ulusal kültürel mirasın Hollanda'da kendine özgü ve benzersiz ulusal bir moda kimliği inşasında baskın bir rol oynadığı görülmektedir (Jansen & Feitsma, 2014, s. 7). Tanımlanan modern tarzın yanında yeni yüzyılın ardından Hollanda'ya ait geleneksel semboller ve öğeler Hollandalı tasarımcıların çalışmalarında zaman zaman yer bulmaya başlamıştır. Çağdaş Hollandalı tasarımcılar, geleneksel el sanatlarını ve el işi tekniklerini, yeni ve taze tasarımlar geliştirmek için kullanabilecekleri, ancak aynı zamanda gelenekselliğin kalitesini yansıtan ve ürüne "kimlik" kazandıran zengin bir ilham kaynağı olarak görmüşlerdir (Teunissen, 2011, s. 170). Bu sebeple Hollandalı moda tasarımcıları ayırt edici bir Hollanda modası geliştirmek ve sürdürmek için yöresel giyimi ve on yedinci yüzyılın Calvinist stilini ve geleneksel el sanatlarını da içeren kültürel geleneklere ve Hollanda'nın sanatlarına yönelmişlerdir (Teunissen, 2011, s. 159). Tasarımcıların niyeti geçmiş zamanların romantik bir resmini tekrar yaratmak değil, duru ve modern bir tasarım dili elde etmek için sadece geleneksel formları ve teknikleri ilham kaynağı olarak kullanmaktır (Teunissen, 2011, s. 167). Smelik Hollandalı tasarımcıların kültürel mirası yorumlamasının, geçmiş tekniklerin, malzemelerin ya da tasarımların değişmez ya da sadık bir şekilde yansıtılmasından ziyade tarihçi Eric Hobsbawm'un önerdiği "gelenegin icadı" kavramına işaret ettiğini ifade eder (Smelik, 2017, s. 14).

Hollandalı tasarımcıların geleneksel öğelere olan bu yönelişinin farklı bir ulusal moda kimliğinin inşası olduğu ifade edilmektedir (Jansen ve Feitsma, 2014). Kültürel ve geleneksel öğelere farklı yöntemlerle yer verme anlayışı, ülkenin moda kimliğini daha önceki Modernist tarzdan değiştirilmesi üzerinde etkili olmuştur. Malzemelerin ve üretim tekniklerinin yanında karakteristik yerel öğeleri modernize ederek ve yeniden icat ederek tanıtan bu tasarımcılar yalnızca bireysel bir tasarım kimliği inşa etmemiş aynı zamanda Hollanda moda kimliğini de yeniden oluşturmuşlardır, çünkü bu renkli ve süslü Hollanda

modası oldukça belirgin bir şekilde son derece gösterişsiz ve minimalist 1990'lar Hollanda modasından epey farklıdır (Jansen ve Feitsma, 2014, s. 7). Bunun yanında Iris van Herpen, Pauline van Dongen ve Bart Hess gibi tasarımcıların zanaatla birlikte teknolojiye yer veren çalışmaları da moda tasarımına yeni perspektifler öneren bu tasarımcıların çalışmalarının Hollanda modasına saygınlık kazandırarak ulusal kimliğe olumlu yönde katkı sağladığı söylenebilir.

4.2. Faslı Tasarımcılar

Genellikle Doğu kültürünün yansımalarının görüldüğü Fas zengin bir kültür mirasına sahiptir. Fransa'nın diğer Avrupalı ülkelerle anlaşma yaparak 1912 yılında işgal ettiği Fas 1956 yılında bağımsızlığına kavuşmuştur (Ennaji, 2005, s. 97). Bağımsızlık döneminden özellikle 1990'lı ve 2000'li yıllara kadar Fas modası Faslı tasarımcıların açık bir şekilde Faslı öğeler taşıyan tasarımları ile şekillenmiştir. 21. yüzyılın başında ortaya çıkan yeni nesil Faslı tasarımcılar yine önceki tasarımcılar gibi kültürel öğelerin etkisiyle koleksiyonlarını şekillendiriyor gibi görünseler de bu tasarımcıların çalışmaları giysiyi sanatsal bir ifade aracı olarak görmeleri açısından müşterileri için giysiler tasarlayan önceki tasarımcılardan farklıdır (Jansen, 2013). Tasarımcıların yerel olarak dokunmuş yün kumaşlar (bzioui) ve keçe (tarz), passementerie ve sfifa gibi giysileri ve özel süsleme teknikleri gibi karakteristik Faslı öğeleri kullanmayı tercih ettikleri fakat bu tasarımcıların yenilikçi yaklaşımlar sergiledikleri görülmektedir. Jansen yeni nesil tasarımcıların silüetlerinin artık bir dizi geleneksel giysiden esinlenmediğini, esinlendiği zaman ise bu yönelişin son derece kavramsal, yenilikçi ve kişisel yollarla gerçekleştiğini ifade etmektedir (2014, s. 14).

Jansen yeni nesil tasarımcıların öncüleri olabilecek tasarımcıların Artsi Ifrach, Nouredine Amir ve Salima Abdelwahab olduğunu belirtir (2013). Abdelvahab'ın günlük Faslı yaşamından, kişiliklerden ve altkültürlerden ilham almasının haricinde çalışmalarında geleneksel öğelerin açıkça kullanıldığı görülmektedir. Bir diğer yeni nesil tasarımcı ise Nouredine Amir'dir. Amir tasarımlarında sıklıkla geleneksel bir boyama tekniğine yer vermektedir. Tasarımcı, Fas erkek giyiminde yer alan materyalleri, Fas'ın kırsal bölgelerinde yapıldığı gibi kına ile boyayarak ve geleneksel kına motiflerini yorumlayarak tasarımlarına aktarmıştır (2013). Tasarımcının sonraki koleksiyonu ise

yine alışılmadık şekilde rafya, bitkisel ipek ip, yün, gibi yerel malzemelerin yaratıcı ve son derece kişisel bir yolla yeniden çalışması ile oluşturulmuştur (Jansen, 2014, s. 11).



Görsel 4.6. Nouredine Amir, 2018 Sonbahar/Kış koleksiyonundan iki görünüm (Downes, 2018)

Nouredine Amir'in çalışmalarının çoğu açık referanslardan çok dolaylı yollarla Fas kültürüne gönderme yapmaktadır: Amir'in tasarımları Arap ve Berber giysilerindeki yerel formlara ve stilistik referanslara yer vermek yerine daha çok bu yerel toplulukların giysilerinin işçiliklerinde/ zanaatkarlıklarında yer alan ustalığı ve beceriyi kullanmak ile ilgilidir (Kutesko, 2013). Amir, Faslı kimliğini çalışmalarının esas bileşeni olarak kullanmasa da bulunduğu çevre ve etrafındaki şeyler, O'nun modaya kavramsal bir anlayışla yaklaşımında etkili olmuştur (Kutesko, 2013). Tasarımcının çalışmalarının çoğu Faslı geleneksel kadın giysisi olan Haik'e benzer bir teknikle hazırlanan sarmalama, örtme ve vücudu çevrelemek için kumaşın genişliğini kullanma gibi yöntemlerle oluşturulmuştur (Kutesko, 2013).



Görsel 4.7. Art/C, “Uthopia Special Collection”(Bidouzo-Coudray, 2014)

Faslı bir başka yeni nesil tasarımcı ise ART/C markası ile bilinen Artsi ifrach’tır. Jansen’in ifadesi ile kökleri için sürekli bir arayış içinde olan tasarımcı, oldukça romantik bir ulusal/kültürel miras kavramından esinlenmektedir. (Jansen, 2014, s. 13). Ifrach’ın hem yerel formlara ve motiflere hem de Batılı giyim tarzlarına aynı anda yer verdiği görülmektedir. Tasarımcının çalışmaları dönüştürülmüş yerel nesnelerden, eski Amazigh dokumaları ve halılarından, yerel takılardan, tekstillerden, Afrika balmumu baskılarından ve daha birçok ögenin birleşiminden oluşmaktadır (Jansen, 2014). Tasarımcı kültürün yaşam için köklü bir anlam ve hayalgücü kaynağı olduğunu ifade etmektedir (<http-4>). Ifrach'a göre tasarımcılık “benzersiz olmak”, “geçmişe ve kültüre saygılı olmak” kadar “bireysellik” ile ve “gelenekseli sürdürmek” ve “dünyaya tamamen açılırken kökleri korumak” ile ilgilidir (Jansen, 2014, s. 13).



Görsel 4.8. Art/C, “Love, don’t know?” 2019 Yaz koleksiyonunda iki görünüm (<http-5>)

Tasarımlarında geleneksel kültürün etkilerinin görüldüğü bir diğer Faslı tasarımcı ise sokak ve moda fotoğrafçısı Joseph Quechen’in ifadesiyle Fas’ın en yenilikçi tasarımcılarından biri olarak görülen (Leket, 2019) Marakeş kökenli Amine Bendriouich’tır. Jennings tasarımcının androjen silüetler ile Faslı sokak giyimini kaynaştırdığını ifade etmektedir (2015). Tasarımcı, ilhamını kendi neslinin estetiğinden ve dolayısı ile popüler özgünlükten, şehirli stillerden ve Fas kültürel mirasından aldığını belirtir (<http-6>).

Bendriouich 2008 yılında uluslararası pret-a-porter markası olan ABCB (Amine Bendriouich Couture & Bullshit)’yi kurmuştur (Kutesko, 2013). Tasarımcı, markası olan “ABCB” ile trendleri takip etmediğini, koleksiyonlarının zamansız olduğunu ve bu sebeple kıyafetlerin 6 ay sonra demode olmadığını, giysilerinin bu yolla insanlara özgürlük sağladığını belirtmektedir (<http-6>). Tasarımcı trendlerin her yerde; kendimizde, etrafımızda, insanlarımızda ve kabilemizde bulunabileceğinden bahsetmektedir (<http-6>). Bendriouich’in geleneksel öğeleri kullanımının görülebileceği koleksiyonlarından biri 2014 yılına ait “Berberliner” koleksiyonudur. Tasarımcı bu koleksiyonda geleneksel işleme tekniklerine yer vermiş ve geleneksel sembolleri kendine has desenler haline getirmiştir. Tasarımcının koleksiyonda geleneksel sembollerin kullanımına yer verdiği

görülmektedir. Koleksiyon, çoğunlukla M’hamid Ighizlane bölgesindeki işleme zanaatının ustaları olan Faslı kadınlar ile iş birliği yapılarak hazırlanmıştır (http-6). Bendriouich’in ifadesiyle; “Çalışma, bölgenin zanaat ürünlerini modern silüetlere adapte ederek geleneksel zanaati basmakalıp inanışlardan ve folklorik olarak algılanma biçiminden kurtarmayı amaçlamıştır (http-6).”

“Berberliner” var olmuş veya halen var olabilecek bir kabiledir; “Berber” kabilesi aniden kendi doğal ortamından Tiergarten-Berlin’e ıslanmıştır. Bu çalışma onların kültürünün yeni Berlin etkisi altındaki evrimini ve bu etkinin onların kimliğini şekillendirmesini göstermektedir. Çalışma, farklı kültürlerin birleşiminden doğan ihtimallerin bolluğunu açığa çıkarmaktadır (http-6).”



Görsel 4.9. Amine Bendriouich, 2014 “Ich Bin Ein Berberliner” koleksiyonundan bir görünüm (http-6)

Seçkin cinsiyetsiz tasarım tarzı ile Bendriouich’in tasarımları Fas mirasına açık ve samimi bir referans vermektedir (Kutesko, 2013). Tasarımcı genellikle Batılı sokak stili giysilerinin unsurlarına çalışmalarında yer verirken aynı zamanda “djellabah” ve “babouches” gibi geleneksel Fas giyim öğelerine de çalışmalarında yer vermektedir (Kutesko, 2013). Bendriouich’in çalışmaları sıklıkla yalnızca Batılı şehir merkezlerinde bulunan bir değişim fenomeni olarak görülen moda karşın, yerel giysilerin geleneğe yönelik giysi türlerinin sabit bir ögesi olduğu ve taşrada bulunduğu fikrine meydan okumaktadır (Kutesko, 2013). Tasarımcı “Ich Bin Ein Berberliner” gibi “Gnawa Bombs” ve “Gnawa Cash” gibi koleksiyonlarının projeleri örnek olmak üzere çeşitli

alışmalarında yerel zanaatkarların üretim gyle iş birlikleri yapmıştır (http-6). Bendriouich yerel zanaatkarlarla çalışmakta ve trendleri takip etmediğini belirtmektedir. Böyle bir durumda tasarımcının hem bir anlamda modanın sunduğu sürekli değişim mesajına alternatif bir söylem sunduğu hem de geleneksel ögeleri ve zanaatları üretim süreçlerine dahil ederek geleneği bugünün konusu haline getirdiği ifade edilebilir.

Bir başka Faslı tasarımcı ise moda tasarımcılığından çok fotoğrafçılık üzerine odaklanan ve çalışmaları oto-egzotizmin ticari bir rneği (Kutesko, 2013) olarak görülen Hasan Hajjaj’dır. Fotoğrafçılık stili ile Fas’ın Andy Warhol’u olarak adlandırılan tasarımcı Faslı gelere yer verdiği tasarımlarını fotoğraflarında başka tasarımlar ile biraraya getirmektedir (http-7). Hajjaj’ın alışmaları, Fas modasını geleneksel pee-örtüler, djellabah, babouch ve kaftanlar gibi geleneksel unsurlar aracılığıyla yansıtarak ilk bakışta klişelerden oluşan Fas fikrini aktarmaya çalışmaktadır (Kutesko, 2013).

Fas’a ait sembollerin ve ögelerin çalışmalarında görüldüğü bir başka tasarımcı ise Hisham Oumlil’dir. Oumlil’in çalışmalarında Batılı tarz giysilerin geleneksel Arap ve Berber kültüründen ögelerle birarada kullanıldığı görülmektedir (Hammond, 2017, s. 271) . Fas kültürel ögelerine yaklaşımının yansımaları Oumlil’in çalışmalarında kraliyet mavisi veya koyu kırmızı gibi canlı renklerle ortaya çıkmaktadır (Kutesko, 2013). “Weather in Transition” gibi koleksiyonları ile asimetrik kapamalar, gizli kıvrımlar gibi ayrıntılarla geleneksel silüetler ve formları yeniden biçimlendirerek ve cep kapakları yerine düğme kapanmaları gibi alışılmadık ayrıntılarla Avrupa terzilik tarzı üzerinde devrim yaratmıştır (Kutesko, 2013). Bu alışma tarzıyla Oumlil, Batı etkilerini pasif olarak benimsemek yerine onları Fas duyarlılıklarına hitap edecek şekilde düzenleyerek bu etkileri kendi kültürüne uyarlamaktadır (Kutesko, 2013).

4.2.1. Fas ulusal moda kimliği

Uzun yıllar boyunca Fransa’nın smręesi olan Fas Fransa’nın kültürü ve dilinin etkisi altında kalmış, ülkenin giyim kültürü de bu süreç boyunca Fransız kültürünün etkisinde şekillenmiştir (Jansen, 2013). 1956 yılına kadar Fransa’nın hakimiyeti altında olan Fas’ın bağımsızlığını ilan etmesi sonrası ülkede yeni bir kimlik inşa etmek için yaygın olarak benimsenen Arap-müslüman kimliğinin yansımaları moda endüstrisinde de görülmüştür (Jansen, 2014). 1960’lı yıllarda tasarımcılar ülkenin daha bağımsız bir

ulusal kimlik inşa etme hareketine ortak olmak için sıklıkla bu kültürün simgelerine çalışmalarında yer vermişlerdir (Jansen, 2014). Dönemin tasarımcıları ithal edilmiş materyalleri, yakın zaman içerisinde büyük ölçüde Avrupa moda anlayışından esinlenmiş kesimleri ve süsleme tekniklerini kullanırken, silüetleri ise yine Kaftan, Jellebai, Gandura ve Jabador gibi ulusalcı hareket sırasında ulusal kimliği temsil etmesi için seçilen geleneksel giysilerin birer temsili olarak değerlendirilmiştir (Jansen, 2014, s. 14).

Yeni yüzyılın başlangıcıyla gelen küresel trendlerin ve tasarım yaklaşımlarının etkileriyle Faslı tasarımcıların tasarım anlayışında değişiklikler görülmeye başlanmıştır. Bir kısım erken yirmi birinci yüzyıl tasarımcısı belirgin bir şekilde yerel formlardan ilham alan Faslı giysiler üretirken bir grup tasarımcı ise Faslı kimliğine daha dolaylı bir şekilde vurgu yaptıkları daha soyut bir yaklaşımı benimsemiştir (Kutesko, 2013). Michalove bu yaklaşımı şu şekilde ifade etmektedir:

“Sömürge döneminden bu yana Fas modası “geleneksel” ve “modern”in birlikteliğine odaklanmıştır ve tasarımcılar gelenekseli modernleştirmenin, modernin de gelenekselleştirmenin yani diğer bir deyişle Faslı görsel mirası ile etkileşim halinde olmanın ve onu geliştirmenin yolları için arayış halinde olmuşlardır. Ancak yirmi birinci yüzyılda, Faslı tasarımcılar geleneksel-modern diyalektiğin kısıtlamalarından kurtulmak adına sadece “geleneksel” Fas formlarından esinlenmelerini bekleyen egzotikleştirici çerçeveyi reddetmişlerdir (Michalove, 2014)”.

Yeni nesil Faslı moda tasarımcılarının geleneksel kültüre açıkça yer vermeyen tasarımları zaman zaman yanlış bir yaklaşımla kültürel küreselleşmeden kaynaklanan Batılılaşmanın bir belirtisi olarak kabul edilmiştir (Jansen, 2014, s. 12). Faslı tasarımcıları üç nesil olarak tanımlayan Jansen, ilk ve özellikle ikinci nesil Faslı moda tasarımcılarının tasarımlarının kitlesel bir şekilde kendi toplumlarında kabul gördüğü için son derece başarılı olarak kabul edilirken, üçüncü nesil tasarımcıların ise ulusal Faslı kimliğini, geleneğini ve özgünlüğünü bünyelerinde toplamalarına rağmen Faslı tüketiciler tarafından yeterince “Faslı” görünmemekle itham edildiğini ifade eder (Jansen, 2013). Fakat Jansen bunu yanlış bir değerlendirme olduğunu ve bu tasarımcıların sürekli yenilik peşinde olduğunu vurgulamaktadır. Jansen ve Feitsma’ya göre ise (2014, s. 9) tasarımcıların kendi ulusal miraslarından seçtikleri elementler belirli bir tarzı yaratan boş stilistik alıntılar değildir ve bu elementler sembolik anlamlar taşıyan görsel dilin birer parçası haline gelmiştir. Kutesko da Faslı tasarımcıların tarihi deneyimlerden ve kimliklerden soyutlanmış tasarımlarının açıkça görülmesi de diğer tasarımcılardan daha

az Faslı olmadığını vurgular (2013). Bu tasarımcılar kültürün özünü kavramsallaştırarak çalışmakta, çalışmalarında simgesel öğelere yer vermeseler de kendi geleneksel kültürlerinin yansımaları çalışmalarında görülmektedir.

Faslı moda tasarımcılarının geleneği yorumlama biçimlerindeki değişimin Fas moda kimliği üzerinde de dönüştürücü etki gösterdiğini söylemek mümkün olmaktadır. Yeni dönem Faslı tasarımcıların geleneğe ve kültüre yaklaşımları Fas moda kimliği için daha farklı tanımlamalara yol açmıştır. Faslı tasarımcılar 1960'lı yıllardan beri yabancı malzemeleri, estetiği ve süsleme tekniklerini sürekli olarak Fas modasına entegre etmişlerdir. Bu bağlamda tasarımcılar, "Faslılık"ı yeniden inşa etmek için, yerel unsurları durmadan yabancı etkilerle birleştirmişlerdir (Jansen, 2014, s. 14). Bu yorumlama ve yaklaşımların daha geleneksel ve daha egzotik bir ulusal modaya imajını yarattığı görülmektedir.

Yüzyılın başlarında ise ulusal kültürel miras Fas'ta farklı ve eşsiz ulusal moda kimliklerinin inşasında baskın bir rol oynamaya başlamıştır (Jansen ve Feitsma, 2014, s. 7). Genç tasarımcıların yeni bir yaklaşım benimsemeleriyle, "Faslılık" imajına bağlılık konusunu sınırlandırdıkları ve uluslararası moda diyalogu ile daha ilişkili bir tasarım estetiği elde ettikleri görülmüştür (Michalove, 2014). Bu tasarımcılar sadece Faslı oldukları için değil en büyük ilham kaynakları Fas toplumu ve kültürel mirası olduğu için kendi çalışmalarını "Faslı" olarak tanımlamaktadırlar (Jansen, 2014, s. 11). Yeni nesil Faslı tasarımcılar artık koleksiyonlarını Fas kültürel mirasının 'kalıplaşmış' yorumlamaları üzerine inşa etmek yerine bireysel bir imza ile bu mirası yeniden icat etmekte ve şekillendirmektedirler (Jansen, 2013). Bu tasarımcılar kültürel miraslarını küresel bir arka plana karşı analiz ederek Fas modasını kalıplaşmış folklorik görünümünden çok farklı bir şekilde yeniden inşa etmektedirler (Kutesko, 2013).

4.3. Güney Afrikalı Tasarımcılar

Son on yıllarda Afrika'da giderek artan bir hızla yeni nesil genç moda tasarımcıları öncülüğünde canlı bir moda sahnesi ortaya çıkmaktadır (Langevang, 2016). 1970'li yıllar sonrasında gelişimi hız kazanan Afrika moda endüstrisi, bazıları uluslararası moda ağında yer alan ve bazıları ise yerel pazarları hedef alan çeşitli çağdaş tasarımcıya ev sahipliği yapmaktadır (Rovine, 2019). Amanda Laird Cherry, Mzukisi Mbane (Imprint), Anisa

Mpungwe (Loin Cloth & Ashes), David Tlale, Marianne Fassler, Palesa Mokubung (Mantsho) gibi tasarımcılar da bu endüstri içerisinde ön plana çıkan Güney Afrikalı tasarımcılardandır.

Birbirlerinden farklı stillere sahip Güney Afrikalı tasarımcılar çeşitli geleneksel sembollere ve giysi öğelerine tasarımlarında yer vermektedir (Rovine, 2015). Güney Afrika'nın geleneksel topluluklarına ait öğelerden olan Isishweshwe kumaşı başta olmak üzere Xhosa ve Venda kültürleriyle ilişkili "Umbhaco" ve "Mwenda" gibi giyim unsurları Marianne Fassler, Stoned Cherrie, Sun Goddess, Black Olive gibi tasarımcıların koleksiyonlarında yer bulmaktadır (Rovine, 2015).

Black Coffee adı ile markalaşmış ve ortaya çıkışı diğer tasarımcılara göre daha yakın zamanda gerçekleşmiş Jacques van der Watt (Farber, 2010, s. 139) çalışmalarında geleneksel öğelerin yansımaları görülen Güney Afrikalı tasarımcılardan biridir. Tasarımcı Black Coffee markasıyla modayı 1999 yılında bir sanat formu olarak sunan Güney Afrika Moda haftasında yer alarak birlikte kısa sürede dikkat çekmiş ve Cape Town, San Francisco, Berlin ve New York Moda Haftalarında da yer alma şansını yakalamıştır (<http-8>). Tasarımcı markası aracılığıyla çeşitli şekillerde giyilebilen değişebilir giysiler ve son derece kavramsal çalışmalar sunmaktadır (Jennings, 2015). Jacques van der Watt, tasarımlarını şapkacılık ve applikecilik gibi geleneksel yöntemlerle süslemekte ve modern bir yaklaşım ile Afrikalı motifleri tekrar sunmaktadır (<http-8>). Çalışmalarında Güney Afrika Merinos yününe de yer veren tasarımcının kültürel mirasın parçasını oluşturan yün giysileri yenilikçi malzemeleri bir bir araya getirerek bu kumaşların sert ve yumuşak dokuları yardımıyla modernite ve gelenek kavramlarına vurgu yapmaktadır (<http-8>).

Geleneksel öğelerin çalışmalarında yer aldığı bir başka Güney Afrikalı tasarımcı olan Laduma Ngxokolo geleneksel kültürü geleceğe taşıyan yaklaşımla etkileşime girdiğini belirtmektedir (<http-9>). Maxhosa markası olarak faaliyet gösteren tasarımcı yerel toplulukları desteklemek için tasarımlarında Doğu Cape bölgesinden tedarik ettiği merinos yünü ve tiftiğini kullanmakta, Xhosa bölgesinin estetiğini örgü ile bir araya getirerek çalışmaktadır (Rovine, 2015). Tasarımcı Xhosa topluluklarının erkekler için yetişkinliğe geçiş töreninden yola çıkarak törenin adaylarının törenden sonra altı ay boyunca giymeleri gereken resmi yerel giysiden ve bölgenin boncuk işlemelerinden ilham alarak giysilerini oluşturmuştur (<http-10>).



Görsel 4.10. *Maxhosa, Sonbahar/Kış 2013 (<http-10>)*

Bir başka Güney Afrikalı tasarımcı olan Marianne Fassler de çeşitli koleksiyonlarında geleneksel öğelere yer vermektedir. Leopard Frock isimli markası ile 1970’li yıllarda tanınırlık kazanan tasarımcı Marianne Fassler Avrupalı tasarım stillerini takip ettiği tarzıyla tanınsa da Rovine tasarımcının yerel kültürlerden ve tarihten esinlendiğini ifade etmektedir (2015). Tasarımcının, imzası haline getirdiği leopar baskısını sıklıkla etnik kimliklerden öğelerle bir arada kullandığı görülmektedir (Jennings, 2015). Koleksiyonlarında geleneksel Isishweshwe kumaş desenini farklı kumaşlarla eşleştiren Fassler 2007 yılına ait bir koleksiyonunda bu kumaşı pul gibi materyallerle birleştirerek kumaşı Güney Afrikalı kökenlerinden ayrı biçimde ve lüksün bir ifadesi olarak kullanmıştır (Rovine, 2015).



Görsel 4.11. *Leopard Frock, 2017 Sonbahar/Kış koleksiyonu (http-11)*

Güney Afrikalı Sun Goddess markasının tasarımcıları olan Vanya ve Tando Mangaliso'nun tasarımlarında da geleneksel kültürün yansımaları görülmektedir. Tasarımcılar geniş ölçüde özellikle geleneksel “Xhosa” giysisini de içeren geleneksel stilleri güncelleştirilmiş referanslara dönüştürerek Batılı tarzı ile kaynaştıran çağdaş biçimlerde kullanmaktadır (Farber, 2010). Sun Goddess'ın tasarımcıları geleneksel kültür ile ilişkili olan giyim pratiklerini Xhosa bölgesinin ötesinde geniş kitlelere ulaşmayı hedefleyen moda tasarımına uyarlamıştır (Rovine, 2015). Tasarımcılar Xhosa bölgesine ait geleneksel giysinin temelini oluşturan boncuk işi yöntemini koleksiyonlarındaki giysilerde çeşitli şekillerde kullanmışlardır (Rovine, 2015).



Görsel 4.12. *Sun Goddess, Audi Joburg Moda Haftası, 2007 (<http-12>)*

Afrika ülkelerinin giysileri ve modaları üzerine çalışmalar yürüten araştırmacı Rovine, Afrikalı moda tasarımcılarının moda tasarımı için sergilediği yaklaşımları iki türe ayırmıştır (2010). Rovine çoğu Afrikalı tasarımcının bu iki kategoriden birine ait olmak yerine ikisi arasında gidip geldiği bu yaklaşımlardan birini Afrikalı çoğu tasarımcının uyguladığı ayırt edici şekilde yerli Afrikalı formları ve giysileri Batılı tarzlarla bir araya getirme olarak sunarken diğer yaklaşımı ise Afrikalı sembollerden ve görsellerden yararlanmayan, fakat yine de Afrika kültürüne ve tarihine yer veren tasarım anlayışı olarak sınıflandırmıştır (2010). Rovine, tasarımcıların Afrikalı formlar yerine Afrikalı anlayıştan ilham aldığı yaklaşımı “kavramsal Afrika modası” olarak tanımlamaktadır (2010). Bu yaklaşımı benimseyen tasarımcılar yerel formlara ince düzenlemeler yapmakta veya yerel kültürlerden ilham alan tamamen yeni stiller oluşturmaktadır (Rovine, 2010a, s. 103). Rovine’in tüm Afrikalı tasarımcılar için oluşturduğu kriterlerin Güney Afrikalı tasarımcılar için de geçerli olduğunu söylemek mümkündür. Rovine çeşitli çalışmalarında performans sanatını ve heykelsi giysileri kendi toplumlarının

geçmişıyle ilişki kurmak için kullanan Güney Afrikalı Strangelove markasının (Rovine, 2010) benzer bir kavramsal yaklaşımı sergilediğini belirtir. Strangelove ismi ile kıyafet tasarlayan Güney Afrikalı tasarımcılar Carlo Gibson ve Ziemek Pater tarihi ve çağdaş Güney Afrika kültür öğelerine ve “geleneksel” stillere pek az doğrudan gönderme yapan giysiler aracılığıyla tasarımlarında yer vermektedirler (Rovine, 2010a, s. 100).

Strangelove markasının tasarımlarında geleneksel öğelerin kullanımı yoğun biçimde görülmesine de bu öğelerin fazlasıyla düşünülmüş tasarım süreçlerinde zaman zaman yer bulduğunu söylemek mümkün olmaktadır. Giysiyi çeşitli hikayeler anlattıkları ortamlar olarak gören tasarım ikilisi, Güney Afrika tarihi ve kültürünün farklı yönlerini aydınlatan bir tasarım anlayışına sahiptirler (Rovine, 2016, s. 167). Rovine, tasarımcıların 2004 yılı Olimpiyatları açılış töreni için tasarladıkları üniformalarda geleneksel giysiye ait öğeleri ve kavramsal altyapıyı alışılmışın dışında yollarla giysilere aktardıklarını ifade eder (2015). Strangelove aynı zamanda yerel kültürleri ve tarihi geri dönüşüm yolu ile keşfetmektedir (Rovine, 2015). Rovine, Carlo Gibson ve Ziemek Pater gibi tasarımcıların giysilerinin tamamıyla alışıldık Afrikalı görünümü yansıtmayabileceğini, ancak daha yakından bakıldığında yerel tarihlere ve kültürel pratiklere çeşitli göndermelerin okunabileceğini belirtmektedir (Rovine, 2010a, s. 98).



Görsel 4.13. *Strangelove* markasının Neliswe Xaba ile iş birliğinden “*They Look at Me and That’s All They Think*” isimli projesinden performans giysisi, 2007-2008 (Rovine, 2015)

Tasarımlarında gelenekselliğin yansımalarının görülebileceği bir diğer tasarımcı 2000 yılında kurduğu Stoned Cherrie markası ile faaliyet gösteren Nkhensani Manganyi Nkosi’dir. Tasarımcının koleksiyonlarında zaman zaman somut geleneksel öğelere yer verdiği görülmektedir. Farber, Stoned Cherrie’nin giysilerinde kendi özgün tarzını oluşturmak adına Batılı terzilikle geleneksel referansları birleştirdiğini belirtmektedir (2010). Marka Afrikalı boncuk işçiliği, bordürleri ve geleneksel Xhosa stilleri gibi unsurları şehirli tarzlar ile biraraya getirse de (Vincent, 2007) tasarımcı belirgin Afrikalı formlar yerine daha çok Afrika duyarlılığına sahip giysiler yaratmak üzerine odaklanmıştır (Rovine, 2010).



Görsel 4.14. *Stoned Cherrie, Sheer Glamour, İlkbahar/Yaz 2013* (<http-13>)

4.3.1. Güney Afrika ulusal moda kimliği

Güney Afrikalı tasarımcılar da dahil olmak üzere birçok Afrikalı tasarımcı tasarımlarında bilinçli olarak kendi ülkeleri içindeki ve Afrika kıtasının farklı bölgelerindeki etnik gruplarla ilgili stillere ve malzemelere yer vermektedir (Langevang, 2016). Afrikalı tasarımcılar çalışmalarında, tasarımlarında ve kimliklerinde sürekli olarak tartıştıkları şeyin “Afrikalılık” olduğunu belirtirken sadece bir kısım tasarımcı ulusal kimlikleri ile ilgili şeylerin tasarımlarında yer aldığına vurgu yapmaktadır (Langevang, 2016). Bu durumun sebebi ise çoğu Afrika ülkesi için ülkesel değerlerin yeni yeni söz konusu olması olabilir. Özellikle ulusal kimlik olgusu Güney Afrika’nın etnik çeşitlilik ve sömürgecilik tarihini paylaşan birçok Afrika ülkesi için oldukça yeni bir olgudur (Rovine, 2015). Çeşitli kültürel katmanların, on bir resmi dilin, ırk ayrımcılığından yeni sayılabilecek bir kurtuluşun ve etnik temelli “vatanlar”ın ülkesi olan Güney Afrika için de (Davison, 2010) ulusal bir kimliğin varlığı yavaş yavaş bir gündem olmaya başlamıştır. Apartheid’in sona ermesiyle birlikte ülkede geçmişte yaşanan baskının incelendiği

ancak tüm farklı grupları da kucaklayan yeni bir kimlik inşa etmek önemli bir ulusal öncelik haline gelmiştir (Nanda, 2004). Bu öncelik amacıyla ülke ırksal ayrıma dayalı bir kimlikten yeni Güney Afrika devletine ortak sadakate dayanan bir kimliğe dönüşümü gerçekleştirmeyi amaçlamıştır (Croucher'dan aktaran Eaton, 2002).

Güney Afrika, Afrika modasının gelişmekte olan moda pazarlarından birini elinde bulunduran ülkelerden biridir (Rovine, 2010). Ülkenin moda sistemi de Güney Afrika gibi uzun bir süre boyunca 1800'lü yılların sonlarında başlayıp 1994 yılında "Apartheid" hükümetinin çöküşü ile sonra eren Avrupalı sömürgeciliğinin etkisi altında olmuştur (Rovine, 2010). Bu değişim ve mücadele dönemi politika, ekonomik sistem, din gibi hayatın çeşitli yönleri gibi giysi ile ilgili gelişmeleri de kökten etkilemiştir (Akou, 2010).

Güney Afrika'nın sömürgecilikten kurtuluşuyla gerçekleşen siyasi dönüşüm ile ülkenin ulusal moda kimliği ve moda endüstrisi adına da büyük değişimler gerçekleşmeye başlamıştır. Güney Afrika, medya, perakende kültürü ve moda haftaları açısından son derece gelişmiş moda endüstrisine sahiptir (Jennings, 2015) fakat ülkenin gelişen moda endüstrisi için politik özgürlük oldukça yakın bir zamanda, 1990'daki ırk ayrımcılığının sona ermesiyle birlikte gelmiştir (Rovine, 2010).

Apartheid sonrası oluşturulan yeni ulusal kimliğin inşası adına tüm sanatsal alanlardaki keşifler için ana konu olan "geçmişe ve dönüşüm vaadini gerçekleştirmek için devam eden mücadeleye atıf yapma" konusu, bu keşifler için oldukça uygun bir ortam sağlayan bir araç olarak moda alanında da görülmeye başlamıştır (Rovine, 2015). Moda tasarımında yaratıcı ifadenin temsilcilerinden olan tasarımcılar incelendiğinde Güney Afrikalı tasarımcıların da bu tarihi ögelere çalışmalarında vurgu yaptıkları görülmektedir. Ulusal kimliğin inşa söyleminde de yer bulan etnik çeşitliliğe ve tarihe ait ögelerin Güney Afrikalı tasarımcıların çalışmalarında vurgulandığı görülmektedir.

Araştırmacı Rovine Güney Afrika'nın moda endüstrisi ile ilgili olarak etnik çeşitlilik, ırk temelli ayrımcılık geçmişi ve son derece gelişmiş endüstriyel/ticari altyapı unsurlarının ülkenin modasının ayırt edici özelliklerini oluşturduğunu belirtir (2015). Bu noktada Güney Afrikalı moda kimliğinin ayırt edici unsurlarından biri olarak sunulan Güney Afrikalı tasarımcıların kavramsal yaklaşımlara yatkınlıklarının özellikle ön plana çıktığı görülmektedir. Rovine Güney Afrika'nın geniş ve çeşitli moda endüstrisinin, işi kavramsal olarak analiz eden ve yerel kültürlerin unsurlarını doğrudan kullanmadan karmaşık yerel bölgeleri vurgulayan giysiler yaratan çok sayıda tasarımcıyı içerdiğini

ifade eder (Rovine, 2015). Güney Afrikalı tasarımcılar hem yerel toplulukların geleneklerini yorumladıkları hem de geçmişe ve tarihe vurgu yaptıkları tasarım anlayışlarıyla tanınırlık sağlamaktadırlar. Tasarımcıların geleneksel simgelere yer verdikleri çalışmalarının yanında soyut tasarım yaklaşımları da Güney Afrikalı moda tasarımının ulusal düzeyde özgünlüğünü kanıtlamasına katkı sağladığı ifade edilmektedir.

Bu yaklaşımın örneklerine ülkenin geçmişine vurgu yaparken bir taraftan da geleneksel formlara yer verme biçiminde Stangelove'ın çalışmalarında veya etnik grubun materyal kültürüne odaklanmak yerine kavramsal bir yaklaşıma yönelen Liard Cherry'nin tasarımlarında rastlamak mümkündür. Özellikle Cherry'nin tasarım yaklaşımı Güney Afrika modası adına ayırt edici bir nitelikle yeni ulusal kimliğin söyleminde ön plana çıkan azınlıkları kucaklama tanımına uymaktadır. Sonuç olarak tasarımcıların etnik çeşitliliği vurgulamaları ve kavramsal yaklaşımlarla geleneği ele almalarının, değişmekte ve şekillenmekte olan Güney Afrika modasının ayırt edici yapısının güçlenmesine katkıda bulunduğunu söylemek mümkün olmaktadır.

4.4. Çinli Tasarımcılar

Çin kültürü uzun yıllara dayanan tarihiyle Batılı moda tasarımcıları için ilham kaynağı olmanın yanısıra Çinli tasarımcılar için de önemli bir ilham kaynağı olmuştur. Çinli tasarımcıların Çin tarihine ve kültürüne sahip Çinli kökenlerini ve miraslarını yansıtmaya tutkuları sıklıkla tasarımlarında görülmektedir (Tsui, 2013, s. 580). Özellikle 1980'li ve 1990'lı yıllardaki Çin'in dışa kapalılığının ve devlet medyasında üretilen güçlü milliyetçi duyguların bir sonucu olarak Çinli tasarımcıların 1980'lerde ve 1990'larda geleneksel ulusal kültürlerinden ilham olarak yararlanma konusunda kendilerinden daha emin oldukları vurgulanmaktadır (Tsui, 2013, s. 589).

Clark, günümüzde ejderhalar ve egzotik kuşlar gibi oryantalist motiflerin kullanımını ve 1980'li yıllarda Japon moda tasarımcıların sunduğu yeni silüetleri içeren iki tasarım yönteminin Asyalı tasarımcılar ile ilişkilendirildiğini belirtir (2012). Çinli tasarımcılar için egzotik öğelerin kullanıldığı açık biçimde Çinli sembollere ve simgelere yer verme trendi yirmi birinci yüzyılda gittikçe azalıyor gibi görünmektedir. Son yıllarda Çinli tasarımcılar tarafından yaratılan tasarımlarda önceleri yaygın biçimde yer bulan geleneksel sembollerin kullanımı oldukça nadir olarak görülmektedir.

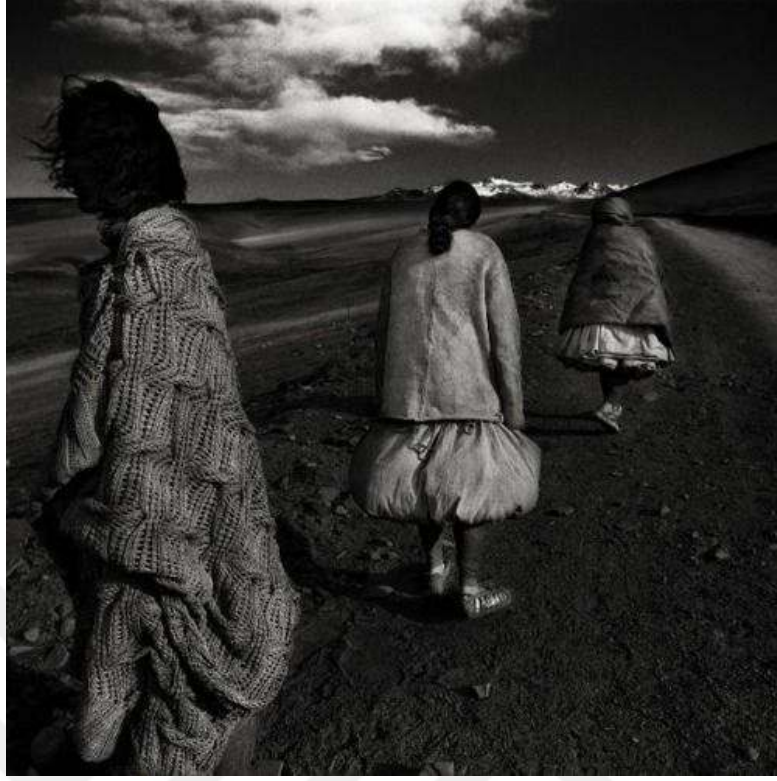
Araştırmacı Tsui, Çin kültürü ile bağ kurma konusunda yeni yaklaşımları benimseyen Çinli tasarımcıların genel olarak Çin geleneksel kültürü ile iki şekilde etkileşime girdiğini belirtir (2013, s. 580). Bu iki yöntemden biri tasarımcının “modern” Çin’i gündeme getirmesi, çağdaş günlük hayattan ilhamlara başvurusu veya modern görünümler aracılığıyla geleneksel Çin unsurlarını hayata geri döndürmesi olarak tanımlanırken ikicisi ise geleneksel Çin felsefesine yer vermedir (Tsui, 2013, s. 580). Tsui’nin ikiye ayırdığı yaklaşımların ikisinde de tasarımcıların çeşitli şekillerde geleneksel öğeleri tasarımlarına dahil ettiği görülmektedir. Ji Cheng’in “Zen Awakening” ve Qiu Hao’nun “Retiring from the World” adlı koleksiyonları geleneksel Çin felsefesine dayanmaktadır (Lindgren, 2015). La Vie markasının kurucusu Ji Cheng geleneksel giysi formunu bugünün Çin kültürüne ait öğelerle bir araya getiren bir tasarımcıdır. Tasarımcı koleksiyonuna güçlü bir Çinli kimliği kazandırmak için Çin kültürüne ait porselenlerin, uçurtmaların ve Şangay kadınlarının tarihi giysilerinin özelliklerini tasarımlarına uyarlamaktadır (Tsui, 2013, s. 589).

İlhamını Çin kültüründen ve geçmişinden alan tasarımcı Xie Feng, Çinli bir tasarımcı için derinlik, kapsamlılık ve yabancı kültürlerle hoşgörüden oluşan Çin kültürünün ve ruhunun özünü anlamının önemli olduğunu belirtir (Jing, 2011). Ona göre bu anlayışı benimsemeden, Çinli unsurlarını bir giysiye uygulamak yüzeysel olacaktır (Jing, 2011). Tasarımcı Xie bunun Çinli tasarımcının bakış açısı ile ilgili olduğunu söylemektedir. Tasarımcı Masha Ma ise Çin’de tasarımın daha çok Çinin ruhu üzerine odaklandığını ve bazı insanların Çinli tasarımcıların sadece silüeti vurguladığı yanılgısına düştüğünü söyler. Ma’ya göre Çinli tasarımcılar çalışmalarında kavramsal altyapı da göz ardı edilmemektedir (Tsui, 2013, s. 585). Bu bağlamda Ādarsa’nın Buddha markası, Wang Yiyang’ın ZucZug and Chagang markaları, Zhang Da’nın Boundless markası ve Ma Ke’nin Wuyong markası Çinli geleneksel felsefi kavramları açısından zon derece zengindir (Lindgren, 2015). Benzer şekilde tasarımcı Wu’nun düz şekilleri kullanışı geleneksel Çin giysisi ile ilişkilendirilebilirken, onun çalışmalarında kasıtlı biçimde “Çinli” olarak sunulan bir şey bulunmamaktadır (Clark, 2012).



Görsel 4.15. *Ji Cheng'in Sonbahar/Kış 2012, "Zen Awakening" isimli koleksiyonundan bir görünüm (http-14)*

Tasarımcı Ma Ke sürdürülebilirliği öne çıkarmasının yanında, onun çalışmaları Çin'in azınlıklarını ve özellikle Güney Çin'in Dong bölgesinin geleneksel boyama, dokuma ve işleme tekniklerini içermektedir (Radclyffe-Thomas & Radclyffe-Thomas, 2015). Tasarımcı, "Wuyong (useless)" isimli ürün grubu için zanaatkarlardan oluşan bir ekip ile kumaşın dokunmasından giysinin tamamlanmasına kadar üretimin bütün süreçlerinin elde yapıldığı ürünler geliştirmektedir (Tsui, 2013). Tsui, tasarımcının uzun vadeli hedefinin Çin'in geleneksel el sanatlarının sürdürülmesini sağlamak olduğunu bildirmiştir (2013, s. 584). Tasarımcının geleneksel anlayışın ve yaklaşımın yanında koleksiyonlarında buluntu objelere ve geri dönüşüm ürünlere de yer ver verdiği görülmektedir. Ayrıca tasarımcının hızlı moda trendlerini reddederek sadece el dokumasını kullanan zanaatkarlarla çalıştığı belirtilmektedir (Tsui, 2013).



Görsel 4.16. *Ma ke'nin "Wuyong" projesinin 2007 koleksiyonundan bir görünüm (Oppenheim, 2008)*

Çalışmalarında geleneksel kültürün öğelerinin görüldüğü bir başka tasarımcı Zhang Huishan'dır. Erkek giyiminin bir parçası olan Mao ceketini kadın vücuduna uygun şekilde yorumladığı parçaları ile bilinen tasarımcı Huishan, anavatanına olan bağlılığını pekiştirmek için sadece Qingdao'daki memleketinden getirdiği kumaşları kullanmaktadır (Tsui, 2013). Geleneksel öğelere ve malzemelere yer veren, tasarımlarında modern fakat yine de Çinli görünümü muhafaza eden tasarımcı Huishan giysileri için ejderha gibi geleneksel Çinli sembolleri kullanmayı sevmesine rağmen, bu sembolleri giysinin dışından görünür hale getirmek yerine, onları astarın içinde gizlemekte, bu sembollerin sadece yaka gibi kıvrılmış küçük kısımlarından görüldüğü tasarımlar yaratmaktadır (Tsui, 2013, s. 591). Tasarımcı Huishan'ın da diğer Çinli tasarımcılara benzer şekilde geleneksel öğelere zaman zaman üstü kapalı biçimde zaman zaman da açıkça yer verdiği görülmektedir.



Görsel 4.17. *Zhang Huishan'ın Sonbahar/Kış 2013 Koleksiyonundan Mao ceketi uyarlamasının bir örneği (Coghlan, 2013)*

4.4.1. Çin ulusal moda kimliği

1980'li yıllardan beri önemli uluslararası üreticilerden biri olan Çin'in (Reinach, 2012) bugünün ekonomik gelişmişlik noktasına gelmeden önce geçirdiği dönemler ile yaşadığı toplumsal değişimler ülkenin giyimi üzerinde de etkili olmuştur. 1966-76 yılları arasında geçen kültürel devrim sırasında Çin'in dış dünya ile ilişkileri tamamıyla sonlanmış ve o dönem boyunca moda bir burjuva getirisi olarak görülmüştür (Ling ve Reinach, 2018). Politika ve giyim anlamında oldukça karışık bir dönem olan devrim sonrası Post-Mao olarak adlandırılan dönemden itibaren giyim ve modasında canlanma görülmeye başlanmıştır (Wu, 2009). 1970'li yılların ekonomik reformları sonrasında ülkenin hazır giyim endüstrisi kitlelerin ihtiyacını karşılamaya başlamıştır (Wu, 2009).

Çin'in özellikle 1980'li yıllar sonrasında gelen dışa açılış dönemiyle kendi modasını sunmaya başlaması, bir çok Çinli tasarımcının Çin'e ait öğelere tasarımlarında

yer vermesi şeklinde görülmüştür. Reinach, Çin'in en ünlü sembollerinden olan Qipao, Mao giysisi, Tang ceket, Hanfu (geleneksel Han elbisesi) gibi giyim eşyalarından ilhamla kısmen gelenekle bağlantılı ve kısmen yeniden keşfedilen tasarımların 1978'den sonra yeni bir ulusal kimliğin inşası sık sık kullanıldığını belirtir (2010). Erken dönem Çinli tasarımcıların ulusal moda sahnesindeki tasarımcılardan biri olma adına çabaları, tasarımları ne kadar Çinli görünürse o kadar uluslararası görünecekleri düşüncesine dayanmaktaydı ve bu tasarımcılar Çinli özelliklerin vurgulanmasının ulusal kabul edilişe giden yol olduğuna inanmaktalardı (Wu, 2009).

Çin üretim gücüyle öne çıkmanın yanında moda tarihi boyunca Batılı tasarımcılar için Çin kültürü ile ilham kaynağı olan (Reinach, 2010) “egzotik” bir Çin imajı yaratmıştır. Çin'in moda imajını da şekillendiren bu egzotik görünüm tasarımcıların bilindik Çinli öğelerine yer vermeleriyle de güçlenmektedir. Bununla ilgili olarak tasarımcı Wang Yiyang “Çinli” sembollerin sürekli olarak kullanımının kalıplaşmış Çinli tasarım ve ulusal kimlik imajını devam ettirdiğini belirtmektedir (Radclyffe-Thomas ve Radclyffe-Thomas, 2015). 1990'larla birlikte tekstil ve hazır giyim endüstrisindeki Çinli girişimciler değişen yerel talepten kaynaklanan hızlı değişim ve artan baskı ile karşı karşıya kalmışlardır (Chrétien-Ichikawa, 2015). Yaratıcılığın ön plana çıktığı moda sektöründe ülkenin kalıplaşmış Çinli imajının devamının sağlanması ülkenin modasının gelişmesi adına bir engel olarak görülmüştür. Tasarımcı Liu da Çin modasının geçmişte ulusal pazara girme konusunda zorlanmasının önemli sebeplerinden birinin, ulusal karakterin Çinli tasarımcılar tarafından yanlış anlaşılması ve bu ulusallığın Qipao'nun üzerine Çinli semboller çizmek gibi biçimlerle yanlış şekilde yorumlanması olduğunu belirtmektedir (Wu, 2009).

2000'li yıllardan beri endüstrinin gelişimi için modada yeniliğin ve yaratıcılığın önemli bir faktör olarak görülmeye başlamasıyla (Chrétien-Ichikawa, 2015) Çinli tasarımcıların o zamana kadar yürütülen moda tasarımı yaklaşımlarını değiştirmeye başladıkları görülmektedir. Tasarımcılar Çinli sembolere ve kostümlere referansın kendi tasarımlarını Batının merakını gidermek için bir eğlence aracı statüsüne düşürdüklerini fark ederek, kendi işlerini farklılaştırmak adına ulusal kimliği kullanma stratejilerini tekrar gözden geçirmeye başlamışlardır (Tsui, 2013). Benzer bir görüşü vurgulayan Tsui (2013, s. 589) bu dönemle birlikte çoğu tasarımcının ulusal kimliği kullanırken giysileri müzeden gelmiş gibi göstermeyecek şekilde nasıl ulusal pazarda rekabet edebileceklerini,

bu giysileri sıradan insanların günlük hayatlarında nasıl giyebilecekleri hale getireceklerini ve bunların yanında kendilerini nasıl Batılı tasarımından farklılaştırabileceklerini merak ettiklerini belirtir.

Bu yolda Tsui, Çinli moda tasarımcılarının hem kendi doğalarıyla hem de modernizmin trendleriyle uyuşan bir formül bulduklarını söyler (Tsui, 2013, s. 580). Yazar Geleneksel Çin sembollerinden Çinli ruhuna doğru bir dönüşüm olduğunu iddia etmektedir; Çinli tasarımcılar Çin kültürünü açıkça, doğrudan sunmak yerine eşsiz “Çinli”liklerini dolaylı ve gizli şekilde ifade etmeye başlamışlardır (Tsui, 2013, s. 580). Bu sebeple Frankie Xie'nin belirttiği “qipao ve peonilerden daha fazlası olan Çin kültürü”, Zhang Huishan'ın metnindeki “çağdaş Çin”, Ji Cheng'in bakış açısındaki “modern Çin” ve Masha Ma'nın “ruh” olarak tanımladığı yeni bakış açılarıyla Çin modası için yeni bir kimlik oluşturmayı hedeflemişlerdir (Tsui, 2013, s. 589). Bu yeni kimlik artık geleneksel Çin sembolleri biçiminde değil, “ruh”, “felsefe” ve /veya “modern kültür” olarak tanımlanabilecek kavramsal bir temadır; fakat bu kimlik yine de halen “Çinlilik” ile ilgilidir. (Tsui, 2013, s. 586).

Wu modada Çinliliği tanımlayacak ve Çinli tasarımları özgünleştirecek düşüncenin “Made in China” etiketli giysilerin değil Çinli estetiklerin geliştirilmesi olduğunu belirtmiştir. Bu günümüzde, Vivienne Tam veya Shangai Tang gibi tasarımcıların 1990'lı yıllarda benimsediği “self-oryantalleştirici” stratejilerden farklı estetik özelliklerle gerçekleşmektedir (Clark, 2012). Ferrero-Regis ve Lindgren; Jason Wu, Alexander Wang, Peter Wong and Anna Sui gibi Çin'in kültürel devrimi sırasında dışarıya göç etmiş ailelerin çocukları olan Çinli tasarımcıların da açıkça Çinliliği yansıtan yaklaşımdan uzak durduklarını belirtmektedir (2012). Bu jenerasyon değişimi kültürel açıdan önemliyken bu tasarımcılar çalışmalarını belirli bir Çinli estetiğine göre belirlememektedir. Aksine, onlar koleksiyonlarının belirgin şekilde “Çinlileşme” sini reddetmektedirler (Ferrero-Regis ve Lindgren, 2012) Wu, yeni dalga olarak tanımladığı 2000'li yıllardan sonra gelişen Wang Yiyang, Zhang Da, Wang Wei, Hu Rong gibi tasarımcıların da “Çinli-olmayan” bir biçimde görünmekten korkmadıklarını, fakat bu tasarımcıların modern görünümlerinin altında Doğulu estetiğin ve felsefenin yaşamaya devam ettiğini ifade etmektedir (2009).

Sonuç olarak bugün Çin'in ekonomik gelişmişliğinin yanında yaratıcı endüstrilerde de yükseliş dönemini yaşayan bir ülke olduğu görülmektedir. Ülke özellikle son

onyıllarda moda tasarımcıları ile uluslararası düzeyde tanınırlık elde etmektedir. Çinli tasarımcılar ulusal kimliği vurgularken bir taraftan da geleneksel görünmemek konusunda bir yöntem bulmuş gibi görünmektedirler (Tsui, 2013). Çinli miraslar ve kimlikler ile Doğu ve Batıyı uzlaştırmak Çinli tasarımcılara çağdaş moda tasarımında yaratıcı bir özellik katmaktadır (Radclyffe-Thomas ve Radclyffe-Thomas, 2015). Çinliliğin, Çinli tasarımcıların çalışmalarında daha soyut biçimlerde yorumlanması Çin ulusal kimliğinin modern ve çağdaş bir imaj elde etmesinde etkili olmuştur. Bugün giderek artan bir hızla “Made in China (Çin’de üretildi)” etiketinin getirdiği Çinli imajın “Created in China (Çin de tasarlandı)” imajı ile değiştirilmesiyle Çin moda üreten bir ülke olarak tanınırlık kazanmaktadır (Keane, 2007).



5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Moda tarihi boyunca tasarımcıların tasarımlarının ve tasarım kimliklerinin bir parçası olarak çeşitli yaklaşımlarla geleneksel öğelere yer verdikleri görülmektedir. Tasarımcılar tarafından kimi zaman dekoratif biçimlerde kullanılan gelenek kimi zaman kavramsal bir yorumlama ile tasarımlarda yer almıştır. Bazı tasarımcıların zanaatları ve geleneksel uygulamaları da tasarım ve üretim süreçlerine dahil ettiği görülmektedir. Geleneğin yorumlanma biçimleri Hüseyin Çağlayan'ın kavramsal yaklaşımıyla şekillendirdiği tasarımlarından Jean Paul Gaultier'in geleneksel öğeleri egzotik bir unsur olarak kullandığı tasarımlara kadar çeşitlenmektedir.

Tasarımcıların geleneği yorumlama biçimlerinin yanında geleneği yorumlama motivasyonlarının da çeşitlilik gösterdiği görülmektedir. Örneğin Teunissen, Gaultier'in geleneği yorumlama biçimini tasarımcılığın kökenine kendi köklerini koyma pratiğinin dışında bir yaklaşım olarak açıklamaktadır (2005). Bunun haricinde tasarımcıların geleneksel öğelerin sürdürülmesine yönelik duyarlılıkları da Ma Ke ve Miyake gibi tasarımcı örneklerinde görülmektedir. Tasarımcıların motivasyonlarındaki ve geleneği ele alış sebeplerindeki değişim tasarımcıların kendilerinin ve çalışmalarının ulusal moda ile ilişkilendirilebilmesine imkan sağlayan bir ayrımı yaratmaktadır. Moda tasarımcıları kendi geleneğini yorumladığında bu eylemin onun ülkesinin moda kimliği üzerinde çeşitli etkiler oluşturduğu görülmektedir.

Tasarımcıların kendi geleneksel kültürlerini yorumlamaları hem tasarımcının kendisiyle hem de ulusal kimlikleriyle ilişkilendirilebilmektedir. Bu eylem tasarımcıların uluslararası moda sahnesinde kendilerini farklılaştırmaları yoluyla onları başarılı kılarken bir yandan da ulusal kimliğin öne çıkarılması aracılığıyla ulusal modalarını şekillendirmektedir. Tasarımcının geleneksel kültürünü yorumlaması ulusal kimliğin değerlerini ön plana çıkarma konusunda çeşitli faydalar sağlayabilmektedir. Örneğin Fas'ın Fransa'nın sömürgeciliğinden kurtuluşu ardından Faslı moda tasarımcıları da ulusal kimliğin dönüşümüne destek vermek amacıyla geliştirilen politikalara uyum sağlayarak geleneksel öğelere tasarımlarında bolca ve açıkça yer vermişlerdir.

Tasarımcıların uluslararası müşterileri ve izleyicileri memnun etme arzusu da uluslararası kitlenin beğenilerine bağlı kalmak adına geleneksel öğelere sıklıkla yönelmelerine sebep olmuştur. Örneğin Rovine bazı Afrikalı tasarımcılar için, yerel kültürlerle ilişkili stillerin uyarlanması, çalışmalarının “Afrikalılığına” değer veren

uluslararası tüketicileri cezbetmenin bir yolu olduğunu belirtmektedir (Rovine, 2010a, s. 93). Çinli tasarımcılar da uluslararası seyircilerin beklentilerine uyan “Çinli” görünümü sunan tasarımlarıyla başarılı olmayı arzu etmişlerdir. Bu yolla ülkelerin Batılı ülkeler tarafından oluşturulan “egzotik ülke ve kültür” imajı tasarımcılar tarafından devam ettirilmektedir. Batı modasının dünyanın geri kalanının giysilerini ve modalarını oryantalılaşması veya egzotikleştirmesi olarak tanımlanan tektipleştirmeler bu defa belirli amaçları gerçekleştirmek adına ülkelerin kendileri tarafından yine kendilerine uygulanmaktadır. Jansen bu değişimi diğer modaların nasıl görünmesi gerektiğini söyleyen üstün Avrupamerkezci söylem ile uygulanan oryantalizmden self-oryantalizme doğru bir geçiş olarak tanımlar (Jansen, 2020). Benzer şekilde Kondo da tasarımcıların kendi kültürlerine Batının gözleriyle baktıklarını ve onu Batıya geri sundukları egzotik bir ürüne çevirdikleri bu self-oryantalist yaklaşımı oto-egzotizm olarak tanımlar (2014).

Moda söylemi ülkelerin modalarının tasarımı üreten sistemler ve tasarımcılarının da çağdaş tasarımcılar olarak görünmesinin şartını geleneksellikten uzak olmak olarak tutmaktadır. Batılı gözün yakıştırdığı kalıplaşmış görünüşlerden uzaklaşmak isteyen tasarımcılar için geleneği yorumlamak ise özlerini ve nereden geldiklerini yansıtmaları açısından önem taşımaktadır. Tasarımcılar hem başarılı olmak adına kendilerini farklılaştırıp bu egzotikleştirici bakıştan uzaklaşmaya hem de ayırt ediciliği sağlamak ve sürdürmek adına ulusal kimliğin öğelerine tasarımlarda yer vermeye ihtiyaç duymaktadırlar. Yukarıdaki açıklamaların ışığında, tasarımcıların alışlageldik yöntemlerle geleneği yorumlamayı sürdürmesinin ise bu tasarımcıların geleneksel olarak adlandırılmasının sürdürülmesi anlamına geldiğini söylemek mümkündür. Güney Afrikalı moda eleştirmeni Adam Levin’in tasarımcıları küresel moda üreticileri olarak tanınırlık yaratan ülkelerin “geleneksel” stillere asla bağlı kalmadığını belirterek yerel öğelerin aşırı kullanımına karşı uyarması (Rovine, 2015, s. 234) uluslararası bir moda tasarımcısı olmak adına gösterilmesi gereken yaklaşımı açıklaması açısından yerinde bir örnektir.

Bu bağlamda, günümüzde uluslararasılık tanımına uyan fakat hala özünü koruyan özgün tasarımın nasıl olması gerektiği ile ilgili yaklaşımlar dikkat çekmektedir. Bu sistemin tanımladığı moda tasarımının hem yereli hem evrenseli içinde barındıran fakat geleneksel olarak tanımlanmayan bir stil olduğu görülmüştür. Yeni talep tasarımcıların ulusal kültürleri ve kıyafet gelenekleri ile etkileşim halinde olmaları, ancak bunu diğer

izleyiciler ve kültürler için çekici olacak şekilde yapmalarıdır (Skov, 2011). Günümüzde en iyi tasarım artık sınırlarıyla tanımlanmamakta fakat nereden geldiği anlaşılabilir (Jennings, 2011, s. 4). Tasarımcının yansıması gereken imajla ilgili açıklamalar göz önüne alındığında Japon tasarımcıların 1980’li yıllarda başlayan ve günümüzde devam eden başarılarının sembolü olan avangart tarzlarıyla geliştirdikleri yaklaşımları geleneksel öğeleri barındırmaları bakımından öne çıkmaktadır. Bu bağlamda tasarımcı Miyake’nin Japon kimliğini koruma ve aynı zamanda uluslararası etkisi ve çekiciliği olan tasarımlar üretme arzusu (Arnold, 2009) tasarımcıların küreselleşme ve moda söylemine uyum sağlama meselesine örnek bir yaklaşım niteliğindedir. Japon tasarımcılar ulusal sınırların ötesine geçtiği kadar Batı kıyafetlerinin Japon kıyafetlerine karşı kavramsal karşıtlığının da ötesine geçen bir tür yeni giyim önermişlerdir (Fukai, 1996). Bu tasarımcıların stilleri tasarımlarında geleneksel öğeleri kullansalar da geleneksel olarak adlandırılmamış ve tasarımcılar uluslararası alanda başarıyı yakalamışlardır.

Ülke örneklerindeki tasarımcılar incelendiğinde tasarımcıdan tasarımcıya çeşitlenen geleneğin yorumlanma biçimlerinin zaman içerisinde egzotikleştirici ve oto-egzotikleştirici bakıştan kurtulmaya doğru değişim gösterdiği görülmektedir. Jansen özellikle Oryantalizm ve self-oryantalizmden kopma arzusunun Faslı tasarımcılar için geliştiğini ifade eder (2013). Yeni nesil Faslı, Güney Afrikalı ve Çinli tasarımcıların günümüzde geleneksel öğeleri dekoratif amaçlı semboller olarak kullanmanın ötesinde kendilerini kültürlerinin daha derin anlamlarıyla temsil etmek istedikleri görülmektedir. Rovine de Güney Afrikalı tasarımcıların çalışmalarının yerel stillere doğrudan gönderme yapmanın yanında artık eskiden olmadığı gibi yoğun bir biçimde Afrika tarihine ve kültürüne ilişkin referanslar sağladığını belirtir (Rovine, 2015). Japon tasarımcıların yaklaşımının etkilerinin bir örneğinin de Çinli tasarımcılar için gerçekleştiğini söylemek mümkündür. Lindgren önceki nesil Çinli tasarımcıların Çin mirası ile ilgilenmek yerine yaratıcı vizyonlarını küresel ana akım izleyicilere göre ayarlamakla ilgilendiklerini, yeni nesil Çinli tasarımcıların ise Çin’in mirasıyla gurur duyduğu bir dönemde ortaya çıktıklarını belirtir (2015).

Hollandalı tasarımcılar örneğinde ise geleneğin tasarımcılar tarafından yorumlanmasının tarihsel süreçte diğer tasarımcı örneklerinden daha farklı şekilde değişim gösterdiği görülmektedir. Paris’e yakınlıkları sebebiyle merkezi modanın etkisi

altında olan Hollandalı tasarımcılar 1990'lı yıllarda modern bir stille kendilerini sunmuşlardır. Tasarımcıların ilham kaynağı olarak geleneksel kültüre yönelmeleri ise özellikle son on yıllarda büyük bir artış göstermiştir. Modada Hollanda Modernizmi, güçlü ve canlı Hollanda tasarım geleneğinin ve zihniyetinin ayrılmaz bir parçası olarak görülebilmektedir (Teunissen, 2011). Bu açıklama ile Teunissen'in Hollandalı modernist tasarım anlayışını şekillendiren modernizmi de gelenek olarak değerlendirdiği söylenebilir. Bu durumda moda tasarımında önceleri yalnızca modernist tarzlarıyla tanınan Hollandalı tasarımcıların Hollanda'ya ait geleneksel öğelere yer vermeye başlamalarının geleneğin yorumlanma biçimlerinin değişimi olarak değerlendirilmesi mümkün olabilmektedir. Bu değişim sürecinin ise diğer ülke örneklerinde görülen gelenekselden soyut yaklaşıma doğru değişim süreci ile aynı olmadığı fakat tasarımcıların geleneği yorumlama davranışlarında değişim görülmesi anlamında benzer olduğu görülmektedir.

Tasarımcıların tasarım yaklaşımlarında nesiller boyunca görülen değişimler tasarımcıların doğrudan etkileşim halinde oldukları ulusal moda kimliklerinde de değişimlerin görülmesine neden olmaktadır. Burada ülkelerinin bir moda otoritesi olarak tanınmasında rol oynayan Japon tasarımcılar örneği dikkat çekmektedir. Japon tasarımcıların başarısı moda tarihi üzerinde olduğu kadar Japon moda kimliği üzerinde de etkili olmuş ve Japonya'nın moda ülkesi olarak tanınırlık kazanmasını sağlamıştır.

Tasarımcıların geleneği yorumlamalarının, farklılıklarını vurgulamaya ihtiyaç duyan ülkelerin moda kimliği üzerinde daha ayırt edici bir özelliğin inşa edilmesine katkı sağladığı görülmektedir. Tasarımcıların kültürü özümsemesi ve kavramsal olarak ele alması biçiminde görülen geleneği yorumlama biçimleri ulusal moda kimliğine de yansımaktadır. Örneğin Güney Afrikalı tasarımcıların geleneği yorumlaması, yeni oluşan ulusal kimliği ulusal moda kimliği aracılığıyla desteklemek anlamına gelirken Çinli tasarımcıların geleneği yorumlaması ise üretim gücüyle bilinen Çin modasının tasarım gücünün ağırlık kazanmasında ve Çin'in tasarım üreten bir merkeze dönüşmesinde doğrudan etkilidir. Bunun yanında Faslı tasarımcılar da yeni yaklaşımlarıyla kendilerine özgü, sadece geleneksellikten oluşmayan fakat kültürün özünü de koruyan bir moda kimliği inşasına katkı sağlarken Hollandalı tasarımcılar geleneksel öğeleri yorumlayarak modernist moda kimliğini Hollanda tarihine ve kültürüne vurgu yapan farklı bir moda kimliğine dönüştürmektedir. Hollanda örneği için geleneği yorumlama süreçlerinin

değişimleri diğer ülke örnekleri gibi sonradan daha benimseyici bir yaklaşıma doğru evrilmese de Hollandalı tasarımcıların geleneğin yorumlamalarının ulusal moda kimlikleri üzerindeki etkileri de uluslararası diyaloglarda ayırt edici bir nitelik elde etmek isteyen diğer ülke örnekleriyle oldukça benzerdir.

Tasarımcıların geleneği yorumlamasının ulusal moda kimliğine etkilerinin yanında geleneksel kültürün kendisi üzerinde de etkili olduğunu söylemek mümkün olmaktadır. Geleneğin çalışmanın başında vurgulanan özellikleri açısından değerlendirildiğinde; tasarımcıların seçimi yoluyla bazı geleneklerin benimsenerek yorumlandığı ve geleneğin yorumlanma aracılığıyla aktarıldığı söylenebilir. Tasarımcıların özellikle uluslararası olma arayışları geleneğin daha yenilikçi şekillerde yansıtılması ile sonuçlanmaktadır. Geleneği geçmişin değişmeyen bir motifi olarak görmek yerine, küresel trendlerin ve süregelen yeniliklerin dinamik bir birleşimi olarak değerlendiren Smelik (2017) ise benzer bir görüşü “Küresel kendini yereli tekrar icat ederken bulmuştur” ifadesiyle belirterek tasarımcıların globalleşmeyi hedefleyen yaklaşımının geleneğin sürdürülmesiyle sonuçlandığını ifade eder (Smelik, 2019). Tasarımcıların çalışmalarında benimsenen ve aktarılan geleneklerin bu yolla devamlılığının sağlandığı söylenebilir. Bir anlamda ulusal kimlik öğeleriyle oluşturulabilen ulusal moda ve moda tasarımı geleneğin aktarımı için uygun bir ortama dönüşmektedir.

Sonuç olarak, farklı ülkeleri temsil eden tasarımcıların geleneksel öğeleri yorumlama biçimlerinin çeşitli olduğu görülmektedir. Ancak tasarımcıların uluslararası moda platformunda yer almak için modanın çağdaş tanımı kapsamında benzer yaklaşımları yaygın olarak benimsedikleri anlaşılmaktadır. Tasarımcıların geleneği yorumlama davranışının ulusal kimliklere etkisi hakkında ise farklı koşullarda ve imkanlara sahip ülkelerin moda kimliklerinin çeşitli şekillerde etkilendiği söylenebilir. Her ülke için farklılaşan bu süreçlerin ülkelere özgü olduğu, modernizmle ilişkilendirilerek açıklanabilmektedir. Giddens’in moderniteyi toplumların zaman kavramlarındaki farklılıklara işaret ederek açıkladığı yaklaşımı bu görüşü desteklemektedir. Giddens’a göre her kültür, kuşkusuz, kendine özgü mekansal konumlandırma biçimlerinin yanı sıra, farklı tür bir zaman hesaplama biçimine sahip olmuştur (2014). Bu görüşten hareketle nasıl modernitenin her ulus için farklı zamanlarda farklı süreçlerle gerçekleştiği kabul edilmekteyse, ulusların modalarının da bu şekilde değişmekte ve gelişmekte olduğu söylenebilir. Moda gibi modernitenin de tek bir sabit

tanımı yoktur ve birçok Batılı olmayan toplum modernitenin kendi yerel gerçekliklerine yakın türlerini inşa eder (Jansen, 2013) Bu durumun özellikle “Batılı” olmayan ülkeler için geliştiğini belirten Jansen ve Craik de Batılı olmayan ülkelerin “modern” giysilerinin performansının, tıpkı geleneksel giysilerinin olduğu gibi gelişme süreci içerisinde olduğunu ifade etmektedir (2016).

Tasarımcıların geleneği yorumlayarak kendi kültürleriyle ve geçmişleriyle etkileşime geçme yollarının ve geleneğin yorumlanması değişimine paralel olarak ulusal moda kimliğinin şekillenmesinin de toplumların gelişim ve değişim süreçlerine özel olduğu görülmüştür. Fakat burada öne çıkan bir diğer nokta ise değişime uğrayan ve halen değişim halindeki geleneğin yorumlanması olgusunun ulusal moda kimlikleri adına ortak şekilde ayırt edici bir nitelik sağladığıdır. Önceki ve yeni nesil tasarımcıların geleneği yorumlama biçimlerinin dönüşümünden hareketle geleneksel öğelerin sürekli bir yüzeysel ve üstünkörü değerlendirilmesi yerine kültürle esaslı ve samimi bir etkileşimin hem tasarımcının globalleşmesine hem ulusun moda kimliğinin saygınlık kazanmasına hem de geleneğin yorumlanması yoluyla geleneksel kültürün devamlılığına doğrudan katkı sağladığı söylenebilir.

Çalışmada ortaya konulan veriler aracılığıyla geleneksel öğelerin bir süsleme halini almadan tasarımın diline yerleşen öğelere dönüşmesinin oluşturduğu etki sunulmaya çalışılmıştır. Regis ve Lindgren’in de (2012) ortaya koyduğu gibi bir ülkenin modası ancak tüm açılardan ele alınarak değerlendirilebilir. Küreselleşmiş bir sistemde ülkenin profesyonellerini, üretiminin küreselliğini ve perakendesini hesaba katmadan ulusal bir moda tasarımının incelenmesi mümkün değildir (Ferrero-Regis ve Lindgren, 2012). Bu çalışma ise ülkelerin moda sistemlerini tüm açılardan değil yalnızca geleneksel kültürün moda tasarımındaki yansımaları ve bu yansımaların ulusal modaya etkileri açısından ele almıştır. Çalışmada geleneksel kültürün, bugünün ülkeleri için önemli bir politik araç/ekonomik kaynak olan ve yaratıcılığın sunulması şeklinde sürdürülen ülkelerin ulusal modalarını nasıl etkilediği betimlenmeye çalışılmıştır. Çalışmada geleneğin işlerlikte olması olarak değerlendirilebilecek moda tasarımında geleneğin yorumlanması olgusunun ülkelere dolaylı yoldan yapabileceği etkiler gözler önüne serilerek modanın gücüyle fayda sağlayabilecek ülkeler için bir örnek yaratmak amaçlanmıştır. Geleneğin moda tasarımında yer bulmasının çalışmada ortaya konulan etkileri sonucunda moda tasarımında da geleneklerden yararlanmanın “geçmişe takılı kalmak ve geri kalmak”

anlamına gelmediğinin ifade edilmesi mümkün olmaktadır. Bu bağlamda ülkelerin modern giysilerinin değişim içerisinde olduğu ve her ülke için ulusal modanın gelişim süreçlerinin farklılık gösterdiği fikirleri ise ulusal bir moda kimliğinden fayda sağlayabilecek fakat henüz bu yöne ağırlık vermemiş ülkeler için umut vericidir.



KAYNAKÇA

- Akou, H. M. (2010). Colonialism to Independence. J. B. Eicher, & D. H. Ross içinde, *Berg Encyclopedia of World Dress and Fashion: Africa* (s. 44-50). Oxford: Berg Publishers.
- Armağan, M. (1995). Gelenek-Modernlik-Postmodernlik. *Bilim ve Hikmet Dergisi*, 66-76.
- Arnold, R. (2009). *Fashion: A Very Short Introduction*. Oxford: Oxford University Press.
- Artun, E. (2014). *Ansiklopedik Halkbilimi / Halk Edebiyatı Terimleri Sözlüğü*. Adana: Karahan Kitabevi.
- Aspers, P. ve Godart, F. (2013). Sociology of Fashion: Order and Change. *Annual Review of Sociology*, 171-192.
- Au, J. S., Taylor, G. ve Newton, E. W. (2003). Grounded Design Theory of Japanese Fashion Designers. *The Design Journal: An International Journal for All Aspects of Design*, 3-23.
- Bates, D. G. (2009). *21. Yüzyılda Kültürel Antropoloji, İnsanın Doğadaki Yeri*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Bek, G. (2008). Çağdaş Türk Sanatında "Ulusallık/Evrensellik" Sorunsalı ve Bazı Temel Yaklaşımlar. *SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 117-130.
- Bidouzo-Coudray, J. (2014). Artsi Ifrach, The Fashion Chronicles of A Dream Catcher. Another Africa. <http://www.anotherafrica.net/design/fashion/artsi-ifrach-the-fashion-chronicles-of-a-dream-catcher> (Erişim tarihi: 16.02.2020)
- Boyer, P. (1990). *Tradition as Truth and Communication: A Cognitive Description of Traditional Discourse*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Boym, S. (2009). *Nostaljinin Geleceği* .(Çev: Ferit Burak Aydar). İstanbul : Metis Yayıncılık.
- Beward, C. (2010). Fashion Cities. J. B. Eicher, & P. G. (Editörler) içinde, *Berg Encyclopedia of World Dress and Fashion: Global Perspectives* (s. 226–229). Oxford: Berg .

- Breward, C. (2014). The Power Structure of the Fashion Industry: Fashion Capitals, Globalization and Creativity. *International Journal of Fashion Studies*, 39-55.
- Chrétien-Ichikawa, S. (2015). Shanghai, a Creative Fashion System Under Construction. *China Perspectives*, 33-41.
- Clark, H. (2012). Chinese Fashion Designers: Questions of Ethnicity and Place in the Twenty-First Century. *Fashion Practice: The Journal of Design, Creative Process & the Fashion Industry*, 41-56.
- Coghlan, T (2013). Huishan Zhang Interview. China Fashion Bloggers. <http://www.chinafashionbloggers.com/huishan-zhang-interview/> (Erişim tarihi: 12.02.2020)
- Cole, D. J. (2011). Heritage and Innovation: Charles Frederick Worth, John Redfern, and the Dawn of Modern Fashion. *Fashion & Luxury: Between Heritage & Innovation* (s. 173-181). Paris: Institut Français de la Mode.
- Cole, D. J. ve Deihl, N. (2015). *History of Modern Fashion from 1850*. London: Laurence King Publishing.
- Craik, J. ve Jansen, M. A. (2015). Constructing National Fashion Identities. *International Journal of Fashion Studies*, 3-8.
- Çalışlar, A. (1983). *Ansiklopedik Kùltùr Sùzluęù*. İstanbul: Altın Kitaplar.
- Davison, P. (2010). South Africa Overview. J. B. Eicher, & D. H. Ross içinde, *Berg Encyclopedia of World Dress and Fashion* (s. 507-512). Oxford: Berg Publishers.
- Demir, S. (2012). Kùltùrel Bellek, Gelenek ve Halkbilimi Mùzeleri. *Milli Folklor*, 184-193.
- Downes, S. (2018). This Moroccan designer just made his Paris debut. Emirates Woman. <https://emirateswoman.com/moroccan-designer-just-made-paris-debut/> (Erişim tarihi: 16.02.2020)
- Eaton, L. (2002). South African National Identity: A Research Agenda for Social Psychologists. *South African Journal of Psychology*, 45-53.

- Eicher, J. B. (2000). The Anthropology of Dress. *The Journal of the Costume Society of America*, 59-70.
- Ekici, M. (2008). Geleneksel Kùltürü Güncellemek Üzerine Bir Değerlendirme. *Milli Folklor*(80), 33-38.
- English, B. (2011). *Japanese Fashion Designers: The Work and Influence of Issey Miyake, Yohji Yamamoto and Rei Kawakubo*. London: Berg Publishers.
- Ennaji, M. (2005). *Multilingualism, Cultural Identity, and Education in Morocco*. New York: Springer.
- Entwistle, J. (2015). *The Fashioned Body: Fashion, Dress and Social Theory*. Cambridge: Polity Yayıncılık.
- Farber, L. (2010). Africanising hybridity? Toward an Afropolitan aesthetic in contemporary South African fashion design. *Critical Arts: A Journal of South-North Cultural Studies*, 128-167.
- Feitsma, M. (2009). Don't Dress to Impress: The Dutch Fashion Mentality. *Fashion: Exploring critical issues*.
- Feitsma, M. (2011). The Luxury of a National Heritage: Dutch Heritage Strategies. *Fashion & Luxury: Between Heritage & Innovation* (s. 126-132). Paris: Institut Français de la Mode.
- Ferrero-Regis, T. ve Lindgren, T. (2012). Branding "Created in China": The Rise of Chinese Fashion Designers. *Fashion Practice: The Journal of Design, Creative Process & the Fashion Industry*, 71-94.
- Filipova, M. (2017). Design and National Identity Book Review. *Journal of Design History*, 425-427.
- Fukai, A. (1996). Japonism in Fashion. *The Kyoto Costume Institute*, 16-27.
- Fukai, A. (2010). *Future beauty: 30 Years of Japanese Fashion*. Londra: Merrell Publishers.
- Geczy, A. ve Karaminas, V. (2018). *The End of Fashion: Clothing and Dress in the Age of Globalization*. Bloomsbury Yayıncılık.

- Giddens, A. (1994). *Modernliğin Sonuçları*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Giddens, A. (2014). *Modernite ve Bireysel Kimlik*. İstanbul: Say Yayınları.
- Godart, F. (2014). The Power Structure of the Fashion Industry: Fashion Capitals, Globalization and Creativity. *International Journal of Fashion Studies*, 39-55.
- Güldü, Ö. (2018). Araştırma Yöntem ve Teknikleri. https://acikders.ankara.edu.tr/pluginfile.php/88342/mod_resource/content/1/KONU%201.pdf (Erişim tarihi: 21.12.2019)
- Günay, A. (2009). Giysi Tasarımında Evrensellik ve Issey Miyake. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 125-143.
- Hammond, A. (2017). *Pop Culture in North Africa and the Middle East*. California: ABC-CLIO.
- Hansen, K. T. (2004). The World in Dress: Anthropological Perspectives on Clothing, Fashion and Culture. *Annual Review of Anthropology*, 369-392.
- Hobsbawm, E. (2006). Gelenekleri İcat Etmek. E. Hobsbawm, & T. Ranger içinde, *Gelenegin İcadı*. (Çev. Mehmet Murat Şahin) (s. 1-18). İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Jansen, A. (2019). *Decolonising Fashion: Defying the "White Man's Gaze"*. Vestoj: The Platform for Critical Thinking on Fashion: <http://vestoj.com/decolonialising-fashion/> (Erişim tarihi: 19.02.2019)
- Jansen, M. A. (2013). Three Generations of Moroccan Fashion Designers Negotiating Local and Global Identity. R. Fisher, L. Howard, & K. Monteith içinde, *Fashioning Identities: Cultures of Exchange* (s. 161-180). Oxford: Inter-Disciplinary Press.
- Jansen, M. A. (2013). Three Generations of Moroccan Fashion Designers Negotiating Local and Global Identity. R. Fisher, L. Howard, & K. Monteith içinde, *Fashioning Identities: Cultures of Exchange* (s. 161-180). Oxford: Inter-Disciplinary Press.
- Jansen, M. A. (2014). Defining Moroccaness: Aesthetics and Politics in Contemporary Moroccan Fashion Design. *SOAS*. London.

- Jansen, M. A. (2015). Fashion Anthropology: Challenging Eurocentricity in Fashion Studies. *The Fashion Tales 2015 Conference*, (s. 1-5). Milan.
- Jansen, M. A. ve Craik, J. (2016). *Modern Fashion Traditions: Negotiating Tradition and Modernity through Fashion*. Londra: Bloomsbury Academic.
- Jansen, M. A. ve Feitsma, M. (2014). Tradition or Fashion? Comparing National Fashion Identities in Morocco and the Netherlands. *Fashion Colloquia 2014/15: New Conversations in Fashion*, (s. 1-12). Amsterdam.
- Jennings, H. (2011). *New African Fashion*. Prestel.
- Jennings, H. (2015). A Brief History of African Fashion. *Journal of Contemporary African Art*, 44-53.
- Jenns, H. (2016). Introduction. *Fashion Studies: Research Methods, Sites, and Practices*. Bloomsbury Publishing. içinde
- Jing, Z. (2011). *Dressed for Success*. China Daily. http://europe.chinadaily.com.cn/epaper/2011-03/11/content_12155767.htm (Erişim tarihi: 20.04.2020)
- Jirousek, C. (2005). Ottoman Influences in Western Dress. S. Faroqhi, & C. Neumann içinde, *From Ottoman Costumes: From Textile to Identity* (s. 1-18). İstanbul: Eren Publishing.
- Kawamura, Y. (2004). *The Japanese Revolution in Paris Fashion*. Oxford: Berg Publishers.
- Kawamura, Y. (2016). *Moda-loji: Moda Çalışmalarına Giriş*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Keane, M. (2007). *Created in China: The great new leap forward*. London: Routledge.
- Kedourie, E. (1960). *Nationalism*. London : Hutchinson University Library.
- Kondo, D. (2014). *About Face: Performing Race in Fashion and Theater*. London: Routledge.
- Kubler, A. (2014). Transcending fashion: Japanese design and Future Beauty. *Art Monthly Australia*(275), 22-27.

- Kutesko, E. (2013). Moroccan Fashion Designers. J. B. Eicher, & D. H. Ross içinde, *Berg Encyclopedia of Dress and Fashion: Africa*. Oxford: Berg Publishers.
- Langevang, T. (2016). Fashioning the Future: Entrepreneurship in Africa's Emerging Fashion Industry. *Center for Business and Development Studies: Working Paper Series*, 1-39.
- Leket, C. (2019). Fashion Cities Africa Exhibition Review. *Design and Culture*, 253-256.
- Lindgren, T. (2015). How do Chinese Fashion Designers Become Global Fashion Leaders? A New Perspective on Legitimation in China's Fashion System. *International Journal of Fashion Studies*, 63-75.
- Ling, W. ve Reinach, S. S. (2018). *Fashion in Multiple Chinas: Chinese Styles in the Transglobal Landscape*. Bloomsbury Publishing.
- Ling, W., Lorusso, M. ve Reinach, S. S. (2018). *Fashion in Multiple Chinas: Chinese Styles in the Transglobal Landscape*. Bloomsbury Publishing.
- Maasmuseum. (2020). *Museum of Applied Arts and Sciences*. <https://collection.maas.museum/object/142953> (Erişim tarihi: 16.01.2020)
- Martinez, J.-G. (2016). *Design and National Identity*. London: Bloomsbury Publishing.
- Mears, P. (2008). Exhibiting Asia: The Global Impact of Japanese Fashion in Museums and Galleries. *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body and Culture*, 95-119.
- Mills, H. (2010). Future Beauty: 30 Years Of Japanese Fashion, London. Arts Thread. <https://www.artsthread.com/news/future-beauty-30-years-of-japanese-fashion-london/> (Erişim tarihi: 17.12.2019)
- Michalove, L. (2014). Who Are You Wearing? A study of Moroccan fashion discourse, identity performance, and social change. *Independent Study Project (ISP) Collection*, 1-36.
- Morar, S. L. (2010). Design Innovation by Japanese Designers Miyake, Kawakubo, and Yamamoto. J. E. Vollmer içinde, *Berg Encyclopedia of World Dress and Fashion: East Asia*. Oxford: Berg Yayıncılık.

- Museeyslparis. (2020, Ocak 20). *Musée Yves Saint Laurent Paris*.
<https://museeyslparis.com/en/biography/la-mariee-de-tricot>
- Nanda, S. (2004). South African Museums and the Creation of a New National Identity. *American Anthropologist*, 379-385.
- Oppenheim, L. (2008) Ma-Ke: Wu Yong Collection. Cool Hunting.
<https://coolhunting.com/style/ma-ke-wu-yong-u/> (Erişim tarihi: 2020, Şubat 12)
- Özbudun, S. (2005). Küreselleşme ve Geleneği Yeniden Düşünmek. B. Kümbetoğlu, & H. B. Gedik içinde, *Gelenekten Geleceğe Antropoloji* (s. 51-72). İstanbul: Epsilon Yayınevi.
- Öztekin, Ö. (2013). Folklor ve Metinlerarasılık. *Milli Folklor*, 185-204.
- Querolo, N. (2016). *Reconstructing a National Silhouette: Avant-Garde Fashion and Perceptions of the Japanese Body*.
- Radclyffe-Thomas, N. ve Radclyffe-Thomas, B. (2015). The new Shanghai Xiaojie: Chinese fashion identities . *International Journal of Fashion Studies*, 43-62.
- Reinach, S. S. (2010). Review of Chinese Fashion: from Mao to Now. *The Journal of Asian Studies*, 1221-1222.
- Reinach, S. S. (2011). National Identities and International Recognition. *Fashion Theory*, 267-272.
- Reinach, S. S. (2012). The Identity of Fashion in Contemporary China and the New Relationships with the West. *Fashion Practice: The Journal of Design, Creative Process & the Fashion Industry*, 57-70.
- Rovine, V. (2006). *Africultures: Les Mondes en Relation*. <http://africultures.com/african-fashion-design-global-networks-and-local-styles-1-5754/> (Erişim tarihi: 20.11.2019)
- Rovine, V. L. (2010). African Fashion Designers. J. B. Eicher, & D. H. Ross içinde, *Berg Encyclopedia of World Dress and Fashion* (s. 68-74). Oxford: Berg Publishers.

- Rovine, V. L. (2010a). African Fashion: Design, Identity, and History. S. Gott, & K. Loughran içinde, *Contemporary African Fashion* (s. 89-103). Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press.
- Rovine, V. L. (2015). *African Fashion, Global Style: Histories, Innovations and Ideas You Can Wear*. Bloomington ve Indianapolis: Indiana University Press.
- Rovine, V. L. (2016). History, Art and Plastic Bags: Viewing South Africa through Fashion. M. A. Jansen, & J. Craik içinde, *Modern Fashion Traditions: Negotiating Tradition and Modernity through Fashion* (s. 165-183). Londra: Bloomsbury Academic.
- Sennett, R. (2019). *Zanaatkar*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Shils, E. (2003). Gelenek. *Doğu Batı Düşünce Dergisi*(25), 101-131.
- Shiner, L. (2017). *Sanatın İcadı*. (Çev: İsmail Türkmen) . İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Skov, L. (1996). Fashion Trends, Japonisme and Postmodernism: Or "What is so Japanese about Comme des Garçons?". *Theory, Culture & Society*, 129-151.
- Skov, L. (2011). Dreams of Small Nations in a Polycentric Fashion World. *Fashion Theory*, 137-156.
- Smelik, A. (2017). Introduction: The Paradoxes of Dutch Fashion. A. S. (Editör) içinde, *Delft Blue to Denim Blue* (s. 3-26). Londra: I.B.Tauris & Co.
- Smelik, A. (2019). Fashion Matters: The ‘Glocal’ Mix of Dutch Fashion. *ZoneModa Journal*, 17-31.
- Smith, A. D. (1994). *Milli Kimlik*. (Çev: Bahadır Sina Şener). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Spijkersenspijkers. (2011). Spijkers & Spijkers. <https://spijkersenspijkers.nl/collections/ss-11/> (Erişim tarihi: 06.03.2020)
- Steele, V. (2018). Fashion Futures. A. Geczy, & V. Karaminas içinde, *The End of Fashion*: (s. ?-?).
- Sweterlitsch, R. (2016). Gelenek (Çeviri). *Milli Folklor*(110), 121-124.
- Şahin, H. (2016). Modern Sanatta Geleneğin Reddi. *Akademik Sanat*, 72-85.

- Şimşek, U. ve Ilgaz, S. (2007). Küreselleşme ve Ulusal Kimlik. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 189-199.
- Takış, T. (2003). Hayatı Geriye Dönerek Anlar, İleriye Dönerek Yaşarız. *Doğu Batı: Gelenek*, 7-8.
- Tanilli, S. (1997). *Yüzyılların Gerçeği ve Mirası IV. Cilt - 18. Yüzyıl: Aydınlanma ve Devrim*. İstanbul: Adam Yayıncılık.
- Tanilli, S. (2006). *Uygarlık Tarihi*. İstanbul: Alkım Yayınevi.
- Teunissen, J. (2005). Global Fashion Local Tradition: On the Globalization of Fashion. J. Teunissen, & J. (. Brand içinde, *Global Fashion Local Tradition: On the Globalization of Fashion* (s. 8-23). Amsterdam: Terra Publishers.
- Teunissen, J. (2011). Deconstructing Belgian and Dutch Fashion Dreams: From Global Trends to Local Crafts. *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body and Culture*, 157-176.
- Teunissen, J. (2017). Clogs on High Heels: Dutch Cultural Heritage and Fashion. A. S. (Editör) içinde, *Delft Blue to Denim Blue* (s. 30-47). London: I.B. Tauris.
- Teunissen, J. ve Brand, J. (2005). *Global Fashion Local Tradition: On the Globalization of Fashion*. Terra Publishers.
- Thomas, M. S. (2008). *Dutch Design: A History*. London: Reaktion Books.
- Tortora, P. (2010). History and Development of Fashion. J. B. Eicher, & P. G. Tortora içinde, *Berg Encyclopedia of World Dress and Fashion: Global Perspectives* (s. 159-170). Oxford: Berg.
- Triandafyllidou, A. (1998). National Identity and the 'Other'. *Ethnic and Racial Studies*, 593-612.
- Tsui, C. (2013). From Symbols to Spirit: Changing Conceptions of National Identity in Chinese Fashion. *Fashion Theory*, 579-604,.
- Turan, Ş. (1990). *Türk Kültür Tarihi*. Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Uludağ, M. E. (2017). Geleneğe Yenilen Modernizmin Zaferi! Postmodernizm. *Hikmet Akademik Edebiyat Dergisi*, 10-19.

- UNESCO. (2001). *Unesco Kültürel Çeşitlilik Evrensel Bildirgesi*.
- Updike, R. (2013). Future Beauty: 30 Years of Japanese Fashion. *Ornament*, 20-23.
- Üstünoğlu, K. (2016). Geleneklerin Dilini Yorumlamak Üzerine: Helesa. *Milli Folklor*, 180-192.
- Vincent, L. (2007). Steve Biko and Stoned Cherrie: Refashioning the Body Politic in Democratic South Africa. *African Sociological Review*(11), 80-93.
- Vogue. (2020). <https://www.vogue.com/>: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2002-ready-to-wear/chalayan/slideshow/collection#3> (Erişim tarihi: 14.02.2020)
- Vogue. (2020). <https://www.vogue.com/>: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-1994-ready-to-wear/john-galliano/slideshow/collection#4> (Erişim tarihi: 20.02.2020)
- Vogue. (2020). <https://www.vogue.com/>: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2007-ready-to-wear/viktor-rolf/slideshow/collection#3> (Erişim tarihi: 21.02.2020)
- Vogue. (2020). *Spring 2011 Ready-to-Wear: Comme des Garçons*. <https://www.vogue.com/>: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2011-ready-to-wear/comme-des-garcons> (Erişim tarihi: 14.02.2020)
- Welters, L. ve Lillethun, A. (2018). *Fashion History; A Global View*. Oxford: Bloomsbury Publishing.
- Wu, J. (2009). *Chinese Fashion: From Mao to Now*. Oxford: Berg Publishers.
- Yalçın, F. (2013). Postmodern Dünyada Gelenegin Yeniden İnşası yada Ticari Bir Meta Olarak Keşfi ve Çağdaş Türk Romanında Gelenek Sorunu. *Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi*, 171-184.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2005). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- http-1:** <http://www.hfcollection.org/hf-fashion-on-the-edge/> (Erişim tarihi: 05.01.2020)
- http-2:** <https://www.teampeterstichter.com/amsterdam/francisco-van-benthum-alexander-slobbe-catwalk-show> (Erişim tarihi: 05.03.2020)

- http-3:** <https://www.irisvanherpen.com/haute-couture/sensory-seas> (Erişim tarihi: 06.03.2020)
- http-4:** <https://www.maisonartc.com/love-dont-now> (Erişim tarihi: 16.02.2020)
- http-5:** <https://www.maisonartc.com/newseditorials> (Erişim tarihi: 08.04.2020)
- http-6:** <http://collections.bendriouich.com/6/> (Erişim tarihi: 16.02.2020)
- http-7:** <https://www.theguardian.com/artanddesign/gallery/2019/sep/25/morocco-a-go-go-the-eye-popping-visions-of-hassan-hajjaj-in-pictures> (Erişim tarihi: 25.04.2019)
- http-8:** <http://www.blackcoffee.co.za/about/> (Erişim tarihi: 27.02.2020)
- http-9:** <https://maxhosa.africa/brand-story#profile> (Erişim tarihi: 24.04.2020)
- http-10:** <https://maxhosa.africa/makrwalas> (Erişim tarihi: 24.04.2020)
- http-11:** <https://leopardfrock.co.za/?collections=2017-aw> (Erişim tarihi: 10.04.2020)
- http-12:** <https://ladybrille.com/audi-joburg-fashion-week-review/> (Erişim tarihi: 07.04.2020)
- http-13:** <https://www.safashionweek.co.za/category/designers/stoned-cherrie/collections-stoned-cherrie/> (Erişim tarihi: 30.03.2020)
- http-14:** <http://www.complexdwoman.co.uk/2012/02/complexd-women/complexd-fashion-lfw-ji-cheng-zen-awakening/> (Erişim tarihi: 16.02.2020)

EKLER

ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı : Ülker TATLIDİL

Yabancı Dil : İngilizce (Proficient)

Doğum Yeri ve Yılı : 1993-İzmir

E-Posta : ulkertatlidil@gmail.com

Eğitim ve Mesleki Geçmişi:

2018 - ... – İstanbul Bilgi Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Moda Tasarımı Bölümü, Araştırma Görevlisi

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

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

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

Yayınları ve/veya Bilimsel/Sanatsal Faaliyetleri:

Tatlídil, Ü ve Şahin, Y (2019). Giyim Kültürü ve Modanın Konuları Üzerine. ASOS Journal. 7 (96). 317-323

Tatlídil, Ü ve Şahin, Y (2019). Moda Tasarımında Dijital Teknolojilerin Kullanımı Üzerine Bir Sorgulama, Akdeniz Sanat Dergisi. (Yayın Aşamasında)