

**GENÇLİK ALTKÜLTÜRLERİNİN**

**GİYİME ETKİLERİ**

**Yüksek Lisans Tezi**

**Tutku Ceren RUŞAN**

**Eskişehir, 2017**

# **GENÇLİK ALTKÜLTÜRLERİNİN GİYİME ETKİLERİ**

**Tutku Ceren RUŞAN**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Endüstriyel Sanatlar Anabilim Dalı**

**Moda Tasarımı Programı**

**Danışman: Doç. Dr. Nilay ERTÜRK**

**Eskişehir**

**Anadolu Üniversitesi**

**Fen Bilimleri Enstitüsü**

**Aralık, 2017**

## JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Tutku Ceren RUŞAN'ın "Gençlik Altkültürlerinin Giyime Etkileri" başlıklı tezi 15/12/2017 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından değerlendirilerek "Anadolu Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliği"nin ilgili maddeleri uyarınca, Endüstriyel Sanatlar Anabilim dalında Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

<u>Unvanı Adı Soyadı</u>	<u>İmza</u>
Üye (Tez Danışmanı) : Doç. Dr. Nilay ERTÜRK	.....
Üye : Yrd. Doç. Dr. Esra VAROL	.....
Üye : Yrd. Doç. Dr. Irmak BAYBURTLU	.....

.....

Enstitü Müdürü

## ÖZET

### GENÇLİK ALTKÜLTÜRLERİNİN GİYİME ETKİLERİ

**Tutku Ceren RUŞAN**

**Endüstriyel Sanatlar Anabilim Dalı**

**Moda Tasarımı Programı**

**Anadolu Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Aralık, 2017**

**Danışman: Doç. Dr. Nilay ERTÜRK**

Modern toplum çok sayıda altkültür içerecek biçimde gelişmiş, kendilerine oluşturdukları alternatif kültürel biçim içerisinde yaşayan gençlik altkültürleri egemen değerlere yönelik protestolarının bir kısmını giyim göstergeleri aracılığıyla gerçekleştirmişlerdir. Gençlik altkültürlerine red ve protestolarını gösterebilecekleri bir zemin oluşturan giyim göstergeleri, uğradıkları yapıbozumunun ardından yeniden tanımlanarak simgeleşmiştir. Böylece nesnelere işlevleri dönüştürülmüş, gençlik altkültürlerinin gösterilenlerini ilettikleri bir iletişim aracı olmuşlardır.

Öte yandan kapitalist iktisadi sistemin bir sonucu olarak kültür endüstrisi doğmuş, kültür endüstrisinin önemli bir kolu olan moda endüstrisi altkültürel üretimleri kendisine ilham kaynağı kabul etmiştir. Araştırmada moda tasarımcılarının ele alınan gençlik altkültürlerinden yola çıkarak hazırlanmış oldukları koleksiyonlar, söz konusu gençlik altkültürlerinin görselleri ile karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. Sonuç olarak moda endüstrisinin bu altkültürel değerleri kullanırken radikal anlamlarından kopardığı görülmüştür. Gençlik altkültürleri birer anti-modacı iken, moda endüstrisinin elinde birer ana akım moda trendine dönüşmüştür.

**Anahtar Sözcükler:** Alt kültür, Giyim, Kimlik, Göstergebilim, Moda.

## **ABSTRACT**

### **EFFECTS OF THE YOUTH SUBCULTURES ON CLOTHING**

**Tutku Ceren RUŞAN**

**Department of Industrial Arts**

**Fashion Design Program**

**Anadolu University, Graduate School of Sciences, December, 2017**

**Supervisor: Assoc. Prof. Dr. Nilay ERTÜRK**

The modern society has developed to include numerous subcultures, youth subcultures, who living in the alternative cultural form they have created, have carried out some of their protests against dominant values via their wear signs. The wear signs, which provide a platform for youth subcultures to show their rejections and protests, become a symbol by being redefined after deconstruction. In this way, the objects' functions are transformed and it became a communication tool which have forwarded youth subcultures signals.

On the other hand, as a result of the capitalist economy the culture industry was born, therefore fashion industry, which is an important branch of the culture industry, has taken subcultural productions as a source of inspiration. In this survey, the collections of fashion designers, which inspired these youth subcultures, examine with compare subcultures photos. As a result, it is seen that when the fashion industry is using these subcultural values, these values is separated from their radical meanings. While youth subcultures are anti-fashioners, they have turned into mainstream fashion trends in the hands of the fashion industry.

**Keywords:** Subculture, Clothing, Identity, Semiology, Fashion.

## ÖNSÖZ

Günümüzde, görsel öğeleri altkültürel üretime dayanmakta olup gençler tarafından sadece plastik birer imaj olarak taklit edilmekte olan kimlik örnekleri çoğalmaktadır. Fakat gençlik altkültürleri, gençlik sosyolojisinde salt görsel bir imaj olarak değil, hâkim kültürel değerleri reddedip kendi kültürel biçimlerini geliştiren toplumsal grup olarak tanımlanmaktadır. Bu tez çalışmasında gençlik altkültür gruplarının maddi kültürünün nasıl salt görsel bir imaj haline dönüştüğü sorusuna cevap aranmış, gençlik altkültürlerinin giyime etkisinin neler olduğu temel problemi açılanmaya çalışılmıştır.

Araştırmada, maddi nesne ağlarına sembolik anlamlar yükleyerek toplumsal iletişimlerini gerçekleştiren gençlik altkültürlerinin maddi kültürlerinin bir parçası olan giyim üretimleri görsel göstergebilimsel metodolojiyle açıklanmaya çalışılmıştır. Ardından moda tasarımcıları ve markalarının gençlik altkültürlerinin giyim göstergelerini referans alarak hazırladıkları tasarımlar, ilgili gençlik altkültürün görselleri ile karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. Sonuç olarak, gençlik altkültürlerinin giyim göstergeleri kültür endüstrisinin önemli bir kolu olan moda endüstrisinde kullanıldığında göstergelerin nasıl dönüşüme uğradıkları, değişim ve dönüşümün hangi yönde olduğu açıklanmaya çalışılmıştır.

Çalışmama katkılarından dolayı tez danışmanım sayın hocam Doç. Dr. Nilay ERTÜRK'e teşekkürlerimi sunarım.

Çalışmam sırasında bana destek olan herkese teşekkür ederim.

Tutku Ceren RUŞAN

Eskişehir, 2017

## **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 ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmamın Anadolu Üniversitesi tarafından kullanılan “bilimsel intihal tespit programı”yla tarandığımı 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 sonuçlara razı olduğumu bildiririm.

Tutku Ceren RUŞAN

## İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
BAŞLIK SAYFASI.....	i
JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI.....	ii
ÖZET.....	iii
ABSTRACT.....	iv
ÖNSÖZ.....	v
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ.....	vi
İÇİNDEKİLER.....	vii
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	x
1. ARAŞTIRMANIN KURAMSAL ÇERÇEVESİ.....	1
1.1. Giriş.....	1
1.2. Problem Durumu.....	2
1.3. Problem Cümlesi.....	2
1.4. Araştırmanın Amacı.....	3
1.5. Araştırmanın Önemi.....	4
1.6. Yöntem.....	4
1.7. Sınırlılıklar.....	5
1.8. Sayıtlar / Varsayımlar.....	5
2. ALTKÜLTÜR SOSYOLOJİSİ.....	6
3. GÖSTERGEBİLİMSEL YAKLAŞIM.....	14
3.1. Giysinin Göstergebilimsel İncelenişi.....	18
3.1.1. Gençlik altkültürlerinin giyim tarzı oluşturma tekniklerinin göstergebilimsel incelenişi.....	21
4. 1950-1980 YILLARI ARASI GENÇLİK ALTKÜLTÜRLERİNİN GÖSTERGEBİLİMSEL İNCELENİŞİ.....	24
4.1. Reggae.....	24
4.2. Ted.....	34
4.3. Mod.....	41
4.4. Hipster.....	46
4.5. Beat.....	48
4.6. Dazlaklar.....	54

4.7. Hippi.....	59
4.8. Punk.....	66
4.9. Glam-rock.....	81
5. ALTKÜLTÜRÜN ENDÜSTRİYELLEŞMESİ.....	92
5.1. Kültürün Endüstriyelmesi.....	92
5.2. Gençlik Altkültürlerinin Endüstriyelmesi ile Giyimlerinde Metalaşma ve Değer Kaybı.....	96
6. BULGULAR.....	112
6.1. Gençlik Altkültürlerinin Giyimlerinin Moda Tasarımcılarının ve Markalarının Tasarımlarıyla Karşılaştırılması.....	112
6.1.1. Punk-Balmain karşılaştırması I.....	112
6.1.2. Punk-Balmain karşılaştırması II.....	113
6.1.3. Punk- Karl Lagerfeld karşılaştırması .....	114
6.1.4. Punk- Gianni Versace karşılaştırması .....	115
6.1.5. Dazlak- DSquared2 karşılaştırması I.....	116
6.1.6. Dazlak- DSquared2 karşılaştırması II.....	117
6.1.7. Reggae- Tommy Hilfiger karşılaştırması I.....	118
6.1.8. Reggae- Tommy Hilfiger ve Bluemarine karşılaştırması.....	119
6.1.9. Reggae- Bluemarine karşılaştırması.....	120
6.1.10. Reggae- Tommy Hilfiger karşılaştırması II.....	121
6.1.11. Mod- Fred Perry karşılaştırması.....	122
6.1.12. Mod- Todd Snyder karşılaştırması.....	123
6.1.13. Hippi- DSquared2 karşılaştırması.....	124
6.1.14. Hippi- AnnaSui karşılaştırması.....	125
6.1.15. Ted- Bottega Veneta karşılaştırması I.....	126
6.1.16. Ted- Bottega Veneta karşılaştırması II.....	127
6.1.17. Ted- Yves Saint Laurent karşılaştırması .....	128
6.1.18. Ted- Richard James karşılaştırması .....	129
6.1.19. Ted- Dolce Gabana karşılaştırması.....	130
6.1.20. Ted- Paul Smith karşılaştırması.....	131
6.1.21. Glam- Alexander McQueen karşılaştırması I.....	132
6.1.22. Glam- Alexander McQueen karşılaştırması II.....	133
6.1.23. Glam- Jean Paul Gaultier karşılaştırması I.....	134

6.1.24. Glam- Jean Paul Gaultier karşılaştırması II.....	135
6.2. Yorum.....	136
7. SONUÇ.....	139
KAYNAKÇA.....	142
ÖZGEÇMİŞ.....	157

## ŞEKİLLER DİZİNİ

	<u>Sayfa</u>
Şekil 4.1. Reggae gençleri .....	29
Şekil 4.2. Etiyopya bayraklı tişörtü ile bir Reggae müzisyeni.....	31
Şekil 4.3. Rasta saçlı bir Rastafaryan.....	32
Şekil 4.4. Sarı, kırmızı, yeşil renklerde örülmüş <i>Tam</i> isimli beresi ile Bob Marley.....	33
Şekil 4.5. Reggae sokak müzisyenleri.....	34
Şekil 4.6. Londra’da Ted gençleri.....	35
Şekil 4.7. Londra’da Ted genç topluluğu .....	36
Şekil 4.8. Ted gençlik altkültüründen gençler .....	37
Şekil 4.9. Ted gençlik altkültüründen gençler .....	39
Şekil 4.10. Ted gençlik altkültüründen gençler .....	40
Şekil 4.11. Mod gençlik altkültüründen gençler .....	42
Şekil 4.12. Mod gençlik altkültüründen gençler .....	43
Şekil 4.13. Mod gençlik altkültür topluluğu.....	43
Şekil 4.14. Vespa motorsikletler ile gezen Mod gençlik altkültüründen bir topluluk....	45
Şekil 4.15. Tipik bir Mod kadını olan Twiggy.....	45
Şekil 4.16. Hipster’lar.....	47
Şekil 4.17. Beat gençlik altkültüründen müzisyenler.....	48
Şekil 4.18. Etnik desenli yelek giyinmiş bir Beat genci .....	50
Şekil 4.19. Beat genci.....	52
Şekil 4.20. Beat gençlik altkültüründen çift.....	53
Şekil 4.21. Beat gençlik altkültüründen bir topluluk.....	54
Şekil 4.22. Dazlak gençler.....	56
Şekil 4.23. Dazlak gençlik altkültüründen bir grup .....	58
Şekil 4.24. Dazlak gençlik altkültüründen bir grup .....	59
Şekil 4.25. Protesto esnasında Hippi gençlik altkültüründen bir genç.....	60
Şekil 4.26. Genç Hippi kadınlar .....	62
Şekil 4.27. Genç bir Hippi kadın.....	63
Şekil 4.28. Woodstock festivalinde Hippi çift.....	64
Şekil 4.29. Woodstock festivalinde genç bir Hippi kadın .....	65
Şekil 4.30. Hippi gençlik altkültüründen çift .....	65

Şekil 4.31. Punk gençlik altkültüründen bir topluluk.....	68
Şekil 4.32. Velvet underground müzik grubu.....	70
Şekil 4.33. Punk gençlik altkültüründen gençler .....	72
Şekil 4.34. Punk gençlik altkültüründen gençler.....	72
Şekil 4.35. Gamalı haç dövmeli Punk’lar.....	73
Şekil 4.36. Sex Pistols müzik grubu.....	74
Şekil 4.37. Sex Pistols müzik grubunun el ilanı.....	76
Şekil 4.38. Çengelli iğneyi piercing olarak kullanan bir Punk genci.....	77
Şekil 4.39. Punk gençlik altkültüründen gençler .....	78
Şekil 4.40. Glam Rock gençlik altkültüründen iki genç .....	82
Şekil 4.41. Glam Rock müzisyeni Marc Bolan.....	84
Şekil 4.42. Glam Rock müzisyeni Marc Bolan.....	84
Şekil 4.43. Glam Rock müzisyeni David Bowie.....	85
Şekil 4.44. Glam Rock müzisyeni David Bowie.....	85
Şekil 4.45. David Bowie’nin “Ziggy Stardust” kostümü.....	86
Şekil 4.46. New York Dolls grubu.....	88
Şekil 4.47. New York Dolls grubu.....	89
Şekil 4.48. New York Dolls grubunun Malcolm McLaren stilingi.....	90
Şekil 4.49. Glam Rock tarzı platform topuklu bot.....	91
Şekil 5.1. Kültür endüstrisi kapsamı.....	96
Şekil 5.2. Dr. Marten botu.....	104
Şekil 5.3. Ben Sherman markasının reklamı.....	105
Şekil 5.4. “Let It Rock” mağazası.....	107
Şekil 5.5. “Sex” isimli Punk giyim mağazası.....	108
Şekil 5.6. “Style: Singapura” dergisinin fotoğraf çekimi-I.....	109
Şekil 5.7. “Style: Singapura” dergisinin fotoğraf çekimi-II.....	109
Şekil 5.8. “Style: Singapura” dergisinin fotoğraf çekimi-III.....	109
Şekil 5.9. “Shortlist” dergisindeki Mod stilingi.....	110
Şekil 5.10. Zoo dergisi Mod stilingi.....	111
Şekil 6.1. Punk’lar.....	112
Şekil 6.2. Balmain’ın tasarımı-I.....	112
Şekil 6.3. Balmain’ın tasarımı-II.....	112
Şekil 6.4. Johnny Rotten.....	113

Şekil 6.5. Punk genci.....	113
Şekil 6.6. Balmain'ın tasarımı-III.....	113
Şekil 6.7. Balmain'ın tasarımı-IV.....	113
Şekil 6.8. Balmain'ın tasarımı-V.....	113
Şekil 6.9. Punk müzisyeni.....	114
Şekil 6.10. Johnny Rotten.....	114
Şekil 6.11. Karl Lagerfeld'in tasarımı-I.....	114
Şekil 6.12. Karl Lagerfeld'in tasarımı-II.....	114
Şekil 6.13. Sex Pistols grubu.....	115
Şekil 6.14. Johnny Rotten.....	115
Şekil 6.15. Gianni Versace'nin tasarımı-I.....	115
Şekil 6.16. Gianni Versace'nin tasarımı-II.....	115
Şekil 6.17. Dazlaklar.....	116
Şekil 6.18. DSquared2 markasının tasarımı-I.....	116
Şekil 6.19. DSquared2 markasının tasarımı-II.....	116
Şekil 6.20. Dazlaklar.....	117
Şekil 6.21. Dazlaklar.....	117
Şekil 6.22. DSquared2 markasının tasarımı-III.....	117
Şekil 6.23. DSquared2 markasının tasarımı-IV.....	117
Şekil 6.24. Reggae müzisyeni Calvin Cordozar Broadus.....	118
Şekil 6.25. Tommy Hilfiger markasının tasarımı-I.....	118
Şekil 6.26. Tommy Hilfiger markasının tasarımı-II.....	118
Şekil 6.27. Bob Marley.....	119
Şekil 6.28. Bob Marley.....	119
Şekil 6.29. Tommy Hilfiger markasının tasarımı-III.....	119
Şekil 6.30. Bluemarine markasının tasarımı-I.....	119
Şekil 6.31. Rastafaryanlar.....	120
Şekil 6.32. Bluemarine markasının tasarımı-II.....	120
Şekil 6.33. Bluemarine markasının tasarımı-III.....	120
Şekil 6.34. Reggae müzisyeni Calvin Cordozar Broadus.....	121
Şekil 6.35. Reggae genci.....	121
Şekil 6.36. Tommy Hilfiger markasının tasarımı-IV.....	121
Şekil 6.37. Tommy Hilfiger markasının tasarımı-V.....	121

Şekil 6.38. Mod gençleri.....	122
Şekil 6.39. Fred Perry markasının tasarımı-I.....	122
Şekil 6.40. Fred Perry markasının tasarımı-II.....	122
Şekil 6.41. Mod gençleri.....	123
Şekil 6.42. Todd Snyder'ın tasarımı-I.....	123
Şekil 6.43. Todd Snyder'ın tasarımı-II.....	123
Şekil 6.44. Hippiler.....	124
Şekil 6.45. Hippiler.....	124
Şekil 6.46. DSquared markasının tasarımı-I.....	124
Şekil 6.47. DSquared markasının tasarımı-II.....	124
Şekil 6.48. Hippiler.....	125
Şekil 6.49. Hippiler.....	125
Şekil 6.50. Anna Sui'nin tasarımı-I.....	125
Şekil 6.51. Anna Sui'nin tasarımı-II.....	125
Şekil 6.52. Teddy Boy gençleri.....	126
Şekil 6.53. Bottega Veneta'nın tasarımı-I.....	126
Şekil 6.54. Bottega Veneta'nın tasarımı-II.....	126
Şekil 6.55. Teddy Boy gençleri.....	127
Şekil 6.56. Bottega Veneta'nın tasarımı-III.....	127
Şekil 6.57. Bottega Veneta'nın tasarımı-IV.....	127
Şekil 6.58. Teddy Boy gençleri.....	128
Şekil 6.59. Yves Saint Laurent'in tasarımı-I.....	128
Şekil 6.60. Yves Saint Laurent'in tasarımı-II.....	128
Şekil 6.61. Teddy Boy.....	129
Şekil 6.62. Richard James'in tasarımı-I.....	129
Şekil 6.63. Richard James'in tasarımı-II.....	129
Şekil 6.64. Teddy Girl.....	130
Şekil 6.65. Dolce Gabana'nın tasarımı-I.....	130
Şekil 6.66. Dolce Gabana'nın tasarımı-II.....	130
Şekil 6.67. Teddy Boy genci.....	131
Şekil 6.68. Teddy Girl genci.....	131
Şekil 6.69. Paul Smith'in tasarımı-I.....	131
Şekil 6.70. Paul Smith'in tasarımı-II.....	131

<b>Şekil 6.71.</b> Paul Smith'in tasarımı-III.....	131
<b>Şekil 6.72.</b> David Bowie.....	132
<b>Şekil 6.73.</b> Alexander McQuenn'in tasarımı-I.....	132
<b>Şekil 6.74.</b> David Bowie.....	133
<b>Şekil 6.75.</b> David Bowie.....	133
<b>Şekil 6.76.</b> Alexander McQuenn'in tasarımı-II.....	133
<b>Şekil 6.77.</b> David Bowie.....	134
<b>Şekil 6.78.</b> Jean Paul Gaultier'in tasarımı-I.....	134
<b>Şekil 6.79.</b> David Bowie.....	135
<b>Şekil 6.80.</b> David Bowie.....	135
<b>Şekil 6.81.</b> Jean Paul Gaultier'in tasarımı-II.....	135
<b>Şekil 6.82.</b> Jean Paul Gaultier'in tasarımı-III.....	135

# 1. ARAŞTIRMANIN KURAMSAL ÇERÇEVESİ

## 1.1. Giriş

Araştırma, -temel olarak giyim göstergesi çevresinde dönen- altkültürel nesnelerin kullanımı ve anlamları konusunda yapılmış bir maddi kültür çalışmasıdır. Genel geçer akademik kullanımıyla “maddi kültür” terimi, maddi bir nesnenin ya da maddi nesnelere ağırlıkla kültür ve toplum için önemli olduğunu, nesnelerin sembolik anlamlar yüklenme yoluyla toplumsal işlevler gerçekleştirdiğini vurgulayan ve toplumsal analiz yaparken de nesnelere dikkate alan bir sosyal bilim yaklaşımıdır. Maddi kültür, üzerinde akademik ilginin arttığı bir inceleme alanı olarak, tasarım ve kültür incelemelerinde önemli bir alan haline gelmiştir (Woodward, 2016). Sosyal unsurlarında bulunan ortaklıkları sebebiyle güzel sanatlar ve tasarım araştırmaları kadar önem arz eden moda olgusu maddi kültürün bir parçası olarak ele alınmıştır (Kawamura, 2016).

Nesnelerin önem arz etmesinin sebebi nesnelerin insanlar adına şeyleri imleme gücüne sahip olması ve kültürel iletişim kapasiteleridir. Woodward (2016), nesnelerin kültürel açıdan güçlü olmasının sebebinin fiziki ve zihinsel manipülasyonu pratikte birbirine bağlaması olduğunu söylemiştir. Yani maddi olan bir nesne zihinsel bir metaforu fiziki bir şekilde aktarabilme kapasitesine sahiptir ki bu da maddi bir nesnenin bu şekilde bir iletişim aracı olduğu anlamına gelmektedir. Fikirleri, düşünceleri veya sosyal olguları (toplumun üretim-tüketim sistemleri ya da her türlü toplumsal statüleri) iletebilme gücüne sahip olan nesne kültürel bir ağırlığa sahip olmaktadır. Bu sebeple, nesnelere kültürü ve toplumu anlayabilme açısından önem arz etmektedir (Woodward, 2016).

Araştırmada, moda ve giyime maddi kültür çalışmaları içerisinde imal edilmiş kültürel sembolik nesnelere yaklaşmıştır. Kawamura (2016), hem bir sosyal organizasyon sonucunda imal edilmiş olduğu için hem de sembolik kültürel nesnelere üretmesi sebebiyle modanın, akademik anlamda, meşru bir araştırma konusu olduğunu söylemiştir. Meşru bir araştırma konusu olarak modanın üretiminin dayandığı, destek aldığı ve/veya el koyduğu sosyal olgu olarak alt kültürel dinamikler ile üretim yönteminin sonuçları değerlendirilmiştir. Yani teorik olarak Kawamura (2016)’nın “Modabilimi” adını verdiği sisteme benzer bir yaklaşım mevcuttur.

“Modabilimi, sosyal teorilerin mikro ve makro düzeylerini, yani sembolik etkileşimciliği ve yapısal işlevselciği birleştirir, çünkü, modanın sosyal organizasyonunun makrososyolojik çözümlemesine odaklanırken bir yandan da moda üretiminde yer alan tasarımcı ve bireylerin mikroetkileşimci çözümlemesine odaklanır.” (Kawamura, 2016).

Çalışmanın giyim araştırmaları içerisindeki teorik yaklaşımı özetle alıntıda ki gibidir. Bir yandan sosyal sistemler ve sosyal yapıların analizi ile ulaşılabilen sosyolojik bir sonuç olarak altkültürel çözümlemeye odaklanırken diğer yandan moda üretiminde yer alan tasarımcı ve markalarının bunlarla etkileşimi incelenmiştir.

## **1.2. Problem Durumu**

Toplumun, onu sarmalayan öğretilerden ve deneyimlerinden yola çıkarak oluşturduğu toplumsal bir miras olan kültür; ekonomik, teknolojik, sosyal, vb. değişkenliklerden etkilenmiş ve toplum, çok sayıda altkültür içerecek biçimde gelişmiştir. Alt kültür grupları içerisinde gelişen gençlik alt kültürleri, egemen kültürel değerleri reddeden ve bu hâkim kültür yerine kendi oluşturdukları alternatif kültürel biçim içerisindeki gençleri tarif etmektedir (Ambrose, Harris, 2012). Gençlerin oluşturdukları bu kültürel biçim giyim göstergelerini de kapsamış, egemen değerleri giyim göstergeleri aracılığıyla eleştirmişlerdir. Öte yandan, kapitalist kültürel değişkeni de kültürü etkilemiş ve bir kültür endüstrisi doğurmuştur. Gençlik alt kültürlerine ait özgün giyim pratikleri kültür endüstrisinin önemli bir ayağı olan moda endüstrisince trend kaynağı olarak görülmüş ve ilham kaynağı olarak kullanılmıştır. Fakat bu esnada, altkültürel giyim pratikleri ticarileşmiş, ticarileşme simgesel bir sığılmaya sebep olmuştur (Hoskins, 2014).

## **1.3. Problem Cümlesi**

Bu araştırmada “Gençlik alt kültürlerinin giyime etkileri nelerdir?” sorusuna yanıt aranmıştır. Çözümleme aşağıdaki alt problemler cevaplanarak yapılmıştır:

1. Gençlik alt kültürlerinin ortaya çıkmalarının sebepleri nelerdir?
2. Gençlik alt kültürleri, bir iletişim biçimi olan giyim kodlarıyla ne söylemek istemiş, bu görsel iletişimi nasıl gerçekleştirmiş ve göstergelerinin bütünü olan tarzlarını hangi tekniklerle oluşturmuşlardır?
3. Gençlerin altkültürel yaratı ve ifade alanı olarak kullandıkları giyim göstergeleri moda endüstrisinde kullanıldığında ne ölçüde değişikliğe uğramakta, bu değişiklikler

gerçekleşirken göstergelerde oluşan anlam ve değer değişimi hangi yönde olmakta ve endüstri bunu göstergelere nasıl yansıtmaktadır?

4. Moda tasarımcılarının, ele alınan gençlik altkültürlerinden yola çıkarak hazırlamış oldukları koleksiyonlar hangileridir?

5. Moda tasarımcıları gençlik altkültürlerinin göstergelerini nasıl ve ne ölçüde kullanmış, kullanırken göstergeler üzerinde nasıl ve ne ölçüde değişikliğe gitmişlerdir?

#### **1.4. Araştırmanın Amacı**

Bu araştırma, gençlik altkültürlerinin giyimlerinin göstergebilimsel olarak açıklanması, moda endüstrisinin gençlik altkültürlerinden yola çıkarak nasıl tasarımlar yaptığının ve bu noktadan sonra altkültürel yaratıların ne tür değişimler geçirdiğinin görülmesi amacıyla yapılmıştır.

Gençlik altkültürleri, içinde yaşadıkları toplumun egemen kültürüyle karşıtlık içinde olup, o toplumun değer ve normlarını reddetmiş ve tam zıddı olan değer ve normları benimsemiş bir sosyal gruptur (Marshall, 2005). Giyim-kuşam bir göstergesel kod olması sebebiyle, kendilerini ifade etme yolları arayan gençlik altkültürlerine, red ve protestolarını gösterebilecekleri bir zemin oluşturmuştur. Gençlik altkültürleri, ürettikleri müzik ve argo gibi kendilerine dışavurum alanı sağlayan giyim göstergelerinin işlevlerini dönüştürerek kendi anlamlarını yüklemişlerdir (Hebdige, 2004). Öte yandan kendisine hammadde arayışı içerisindeki kültür endüstrisi, altkültürel yaratıların değiş-tokuş değerini fark etmiş, gençlik altkültürlerinin –zaten işlevlerini dönüştürdükleri- göstergelerine ikinci bir müdahalede bulunup herkes için tüketilebilir hale dönüştürmüştür (Gootdiener 2005). Bu dönüşüm esnasında altkültürel göstergelerin egemen değerlere yönelik eleştirel tutumlarının görünürlüğünün bulanıklaştığı gözlemlenmiştir.

Araştırma, altkültür gençlerinin kendilerine nasıl bir kültür yarattıklarının ve kültür endüstrisinin bunu kendisine nasıl kaynak olarak aldığı ve tüm bu süreçte giyim göstergelerinin nasıl dönüşüme uğradıklarının anlaşılmasını amaçlamıştır.

### **1.5. Araştırmanın Önemi**

Günümüzde kültür endüstrilerince yaratılan kimlik örnekleri gençler tarafından taklit edilmekte ve felsefi olarak anlamından haberdar olmasa da, giyim aracılığı ile plastik olarak o kimliğe bürünmüş gençler çoğalmaktadır. Gençlik altkültürlerinin giyim göstergeleri kullanılarak hazırlanıp tüketime sunulmuş giysiler bu ‘yapay kimlik’lerin başında gelmektedir (Göksel, 2007). Fakat özünde gençlik altkültürleri, egemen kültür ve sistem ile problemleri olan, buna direnen; bu direnişi onlara baskı yapan egemen kültüre ve onun kültürel sistemlerine ters yönde hareket ederek gerçekleştiren, bu anlamda kimi politik, kimi felsefi toplumsal gruplardır. Gençlik altkültürleri direnişlerinin en azından bir kısmını, giysilerin göstergesel güçlerini kullanarak gerçekleştirmişlerdir. Nesnelere, temel işlevlerinin dışında kendi anlamlarını yükleyen altkültürler, onlara gösterge değerleri katmışlardır. Kattıkları değerler, kendi felsefi ve politik bakış açıları olmuştur. Yani gençlik altkültürlerinin giyimlerindeki her bir öğe – simge- imge yüklüdür (Hebdige, 2004). Fakat sanayileşme, kentleşme ve modernleşme süreçleriyle ortaya çıkmış olan iktisadi kültürel değişim altkültürleri de etkilemiş, moda endüstrisi altkültürel üretimi kendisine ilham kaynağı kabul etmiş; daha fazla tüketiciye ulaşabilmek için ‘herkes için giyilebilir’ tarza uyarlamıştır. Bunun sonucunda altkültürel yaratı, endüstri müdahalesiyle tekdüzeleşmiş, popüler gençlik kültürüne dâhil olmuştur (Konyar, 2008).

Araştırma, altkültürel giyimin muhalif anlamlar barındıran bir protesto biçimi olmasından popüler kültüre dâhil oluş süreçlerini kapsamaktadır. Giyimlerinin ortaya çıktıkları kendi protest zamanlarından endüstriyelendirildiği zamanlara evrilirken yaşadığı göstergesel dönüşümü incelenmiş olup, giyim kültürü üzerinde nasıl ve hangi tekniklerle müdahalelere gidildiğinin anlaşılması açısından önem taşımaktadır.

### **1.6. Yöntem**

Bu araştırma, 1950-1980 yılları arasında, Avrupa ve Amerika’da ortaya çıkmış gençlik altkültürlerinin giyime olan etkilerini belirlemek için tarama modeli ve doküman analizi teknikleri kullanılmakla beraber betimsel bir araştırmadır.

Betimsel araştırma, çok sayıda denek veya objeden elde edilen verilerin analiz edilmesine dayanan bir modeldir. Görsel kültürün bir parçası olan moda araştırmalarında genellikle çizimler, resimler ve fotoğrafların yanında süreli yayınlar, mağaza katalogları, reklamlar, broşürler incelenmektedir (Kawamura, 2016). Bu

araştırmada da bahsi geçen gençlik altkültürlerine ve bahsi geçen moda tasarımcılarının koleksiyonlarına ait, yazılı ve görsel basın üzerinden elde edilen görsel imajlar analiz edilmiştir (Arseven, 2004).

Tarama modeli, geçmişte ya da günümüzde varolan durumun aynen betimlemeyi amaçlayan bir araştırma modelidir. Bu doğrultuda araştırmaya konu olan olay, birey ya da nesne –ki bu araştırmada sosyal bir grup olan gençlik altkültürleri- kendi koşulları içerisinde tanımlanmaya çalışılmıştır. Tarama modeli araştırmalarında geçmiş olaylara dair yargılarda bulunulabilmesi amacıyla, bilgilerin toplanması ve değerlendirilmesiyle bir ilişki kurulmaktadır. Bu araştırmada da tarama modeline uygun bir biçimde, önceden tutulmuş yazılı ve görsel basın, kitap ve fotoğraflar şeklinde bulunan dağınık veriler derlenerek yorumlanmıştır (Karasar, 2012). Keza moda araştırmalarında resim gibi görsel bulguların yanında, güncel ortamında giysinin anlamı anlayabilmek için yazılı kaynakların da kullanılması gerekmektedir (Kawamura, 2016).

### **1.7. Sınırlılıklar**

1. Araştırma 1950-1980 yılları arasında, Avrupa ve Amerika’da ortaya çıkmış gençlik altkltrleriyle sınırlıdır.
2. Araştırma 1950-1980 yılları arasında, Avrupa ve Amerika’da ortaya çıkmış gençlik altkültürlerinden yazılı ve görsel kaynaklardan ulaşılabilen gençlik altkltrleriyle sınırlıdır.
3. Araştırmada moda tasarımcılarının gençlik altkültürlerini referans alarak tasarladıkları koleksiyonlar 1990-2016 yılları arasında üretilmiş olanlar ile sınırlıdır.
4. Araştırmadaki moda tasarımcılarının 1990-2016 yılları arasında gençlik altkültürlerini referans alarak tasarladıkları koleksiyonlar yazılı ve görsel basın üzerinden ulaşılabilenler ile sınırlıdır.

### **1.8. Sayılılar / Varsayımlar**

1. Araştırma ile ilgili yazılı, basılı ve görsel kaynakların doğru bilgileri içerdiği varsayılmaktadır.
2. Araştırmada bilgilerinden faydalanılan sosyal bilimcilerin tespitlerinin doğru bilgiler içerdiği varsayılmaktadır.

## 2. ALTKÜLTÜR SOSYOLOJİSİ

Kültür, insanların bireysel ve toplu yaşamı anlama, düzenleme ve yapılandırma için ürettikleri; inanç ve yaşam biçimlerini zaman içerisinde oluşturdukları bir anlam ve önem sistemidir. Sosyolojik olarak kültür, toplumları sarmalayan öğretilerden ve deneyimlerden yola çıkarak oluşturulmuş toplumsal bir mirastır. Toplumsal sistemlerin öğelerinden alıntı yapılarak soyutlaştırılmış olan değerlerin, normların ve sembollerin örgütlenmesine ise kültürel sistem adı verilir. Günümüzdeki kültürel sistem homojen değildir. Bir homojenitenin varolması için bir toplumda gelir, kültür, etnisite ve yaşam biçimleri gibi toplumsal öğelerin tam bir eşitlik ve benzerlik içerisinde olması gerekir. Oysa modern toplumlarda üretim biçimine bağlı olarak iş bölümü farklılıkları, buna bağlı olarak sınıf, statü ve gelir eşitsizlikleri, yaşam biçimi farklılıkları mevcuttur. Bu durum kültürel sisteme farklılık olarak yansımaktadır (Bostancı, 2010).

“Küçük toplumlar (avcı ve toplayıcı toplumlar gibi) kültürel bakımdan tekbiçimli olma eğilimindedirler; buna karşılık sanayi toplumları kendi içlerinde, çok sayıda farklı altkültür içerecek biçimde, kültürel bakımdan çeşitlilik gösterirler.” (Giddens, 2000)

Toplumlar genişleyip çoğaldıkça içerisinde sosyal farklılaşmalar görülmektedir. Her sosyal grup da özgün bir altkültürü oluşturmaktadır. Cuche (2013), altkültürlerin, karmaşık toplumlarda, toplumun genel kültürünü paylaşmakla birlikte, kendilerine özgü düşünce ve davranış moduslarına sahip olduğunu söylemiştir. Buna göre karmaşık heterojen toplumlar bireylere, ilkel toplumlardakine göre daha esnek, daha az baskıcı modellerle yaklaşmaktadır. Bunun sonucu olarak bireyler, sosyalizasyon aracılığıyla kendi toplumsal gruplarını kurmaktadır (Cuche, 2013). Modern dönemin sosyolojik sonucu olan altkültür, milli sınırlar içerisindeki farklı etnik kökenleri, erkek egemen toplumda kadınları ve eşcinselleri, sınıflı toplumlardaki dar gelirlileri, göçmenleri, siyahileri, çingeneleri, Punk’ları kapsayan çok geniş bir kavramdır (Erşen, 2002)

“Alt kültür (subcultures) toplumun temel kültürel değerlerini paylaşan ancak bunun dışında kendini diğer gruplardan ayıran değer, norm ve yaşam biçimleri olan gruplardır.” (Özkalp, 2000)

Altkültürlerin egemen kültürle arasında çelişkiler bulunduğunu, bu çelişkilerin niteliğinin ise her altkültürün özelliklerine bağlı olarak farklılıklar gösterdiğini söyleyen Selek’e (2014) göre altkültürler, mekân, sınıf, statü, etnisite, dil, cinsiyet, yaş, ideoloji, din gibi farklı faktörlere bağlı olarak, farklı anlam ağları ve yaşam pratikleri oluşturmaktadır. Her altkültürün yapısına bağlı olarak anlam ve pratikleri farkı olsa da

temel olan altkültürlerin, öyle ya da böyle, egemen kültürün karşında yer almasıdır (Selek, 2014).

“Her toplumda hâkim kültür sistemine dâhil olmayan çok fazla değer sistemi, alt kültür vardır. Alt kültürler, hâkim kültür açısından bir karşı alandır. Hâkim kültür genel siyasal ve ekonomik düzenin içinde geliştiği için, onun egemenliğinin sistemle ilgili işlem ve anlamları vardır. Dolayısıyla alt kültürlerin hâkim kültüre karşı direnişleri aynı zamanda sistem karşıtı bir nitelik taşır.” (Selek, 2014)

Daha geniş bir kültürün parçası olmakla birlikte, kimi inançları ve davranışlarıyla bu ana kültürden farklılaşan bir toplumsal kümenin kültürü olarak tanım bulan altkültüre, beyazların çoğunlukta olduğu bir toplumda siyahlar, erkek egemen bir toplumda da kadınlar ile eşcinseller örnek olarak gösterilebilir (Mutlu, 2012). Alt kültürlerin genel özelliklerinden biri buldukları egemen kültürdekilere göre sosyo-ekonomik açıdan alt toplumsal konumlarda yer almalarıdır.

“Alt kültür kavramı genelde toplumsal anlamda alt sınıfları ve düşük statülü bireyleri (“mavi yakalılar”), sapkın davranışlar sergileyen madde bağımlıları ve suçluları, toplumda farklı olarak algılanan gençlik gruplarını tanımlamak amacıyla kullanılmaktadır.” (Yaman, 2013)

Marshall (2005) alt kültür kuramının özündeki fikrin, alt kültür üyelerinin gerçekleşmesi engellenmiş olan özlemlerine ya da toplumdaki konularından kaynaklanan problemlerine kolektif bir çözüm bulmaya çalışmaları olduğunu söylemiştir. Buna göre alt kültürler okullar ve hapishaneler gibi toplumsal kurumlar içindeki sembolik direniş biçimleri şeklinde ortaya çıkabilmekte, ya da örneğin eşcinseller gibi bazı kesimlerin hissettikleri farklılık duygusunu ifade edebilmelerine uygun kanallar sunabilmektedir (Marshall, 2005).

Alt kültürler, kendi içerisinde alt başlıklara ayrılmaktadır. Downes (1966), bir tanesi iki alt kategori içeren iki ana türde alt kültür sınıflandırması yapmıştır. (Aktaran: Jenks, 2007)

“(a) “egemen kültür” bağlamından önce gelen ya da onun dışında oluşturulanlar: örneğin, ev “egemen kültür”den önce gelen, fakat onunla beraber varlığını sürdüren, onunla kaynaşan veya ona farklı olarak tepki veren bölgesel alt kültürler.

(b) Kökeni egemen kültür bağlamının içine dayananlar; bunlar iki alt kategoriye ayrılır:

(i) toplumsal ve kültürel yapıların taleplerine verilen olumlu tepkiden doğanlar; örneğin, mesleki alt kültürler, yaş grubu alt kültürleri ve

(ii) toplumsal ve kültürel yapıların taleplerine verilen olumsuz tepkiden doğanlar; örneğin, suç alt kültürleri; dini-Mesihi-dini uyanışa teşvik edici alt kültürler; politikanın aşırı ucundaki alt kültürler.” (Downes, 1966)

Gençlik altkültürleri, genel altkültür başlığı içerisinde özel bir başlıkta incelenmektedir. Bazı sosyologlar “gençlik altkültürü” tanımı kullanırken, bazı sosyologlar “karşı kültür” tanımı kullanmaktadır.

“Alt-kültürler, içinde yaşadıkları toplumun egemen kültürüyle özellikle doğrudan bir karşıtlık içinde olup, o toplumun en önemli değer ve normlarını reddedebilir, bunun tam zıddı olan değer ve normları benimseyebilir ve bu durumda bazen “karşı-kültürler” diye adlandırılır.” (Marshall, 2005)

Özkalp (2000) ise karşı kültürün bir altkültür grubu olduğunu söylemiştir.

“Karşı kültür (counter culture) ise bir alt kültür olup değer, norm ve yaşam biçimleri açısından içinde yaşanılan kültüre ters düşen tutum ve davranışları içerir. Bu gruplar toplumun sahip olduğu hatta gurur duyduğu norm ve değerleri reddederek, karşıt tutum ve davranışlara sahiptirler.” (Özkalp, 2000)

Outwaite (2008) ise gençliğe ait bir karşıt kültürün, gençliğe ait bir altkültürden farklı olduğunu söylemiştir.

“Gençliğe ait bir karşı kültür, bir alt kültürden daha inkarcı, anti sosyal ve kavgacıdır ve otoriteye ve sıradan kültüre karşı bir meydan okuyuşu temsil eder. Karşıt kültürü savunan gençlik, oldukça hareketlidir ve bazen şiddete başvurur (kültler, hippiler, dazlaklar ve punklar) ya da radikal ideolojik-ütopik gruplarda ve saldırgan politik muhaliflerde olduğu üzere, isyankar politik eylemlere katılabilirler (bazı hayvan hakkı savunucuları ve çevre eylemcileri yanı sıra bazı anarşist, nihilist ve aşırı sağ-kanat gençliği).” (Outhwaite, 2008)

Terminolojik tanımlama yönünden farklılıklar olan gençlik altkültürlerine Girtler (2005) ise ‘kenar kültür’ tanımlaması yapmıştır. Kavram içinde yer alan 'alt' kelimesinin bu kültürlerin, olumsuz anlamda, aşağı bir mevkide yer aldığını ifade etmesi sebebiyle 'kenar' kelimesini kullanmayı tercih ettiğini söylemiştir.

Fakat tüm bu tanımlar modern toplumda görülmekte olan aykırı giyim, konuşma biçimi, müzik, felsefe ve yaşam biçimine sahip gençleri tarif etmektedir. Temel olarak egemen kültürel değerleri reddeden ve bu hâkim kültür yerine kendi oluşturdukları alternatif bir kültürel biçim içerisindeki gençlerdir (Ambrose, Harris, 2012).

“Parçası oldukları yaygın kültür tarafından benimsenmiş değerlerden farklı davranış ve inançları olan grup. Bir altkültür, politik ya da sanatsal görüşü, ırk, cinsiyet yönelimi ve benzeri değerlerle tanımlanabilir. Alt kültürün sahip olduğu değerler üyelerinin giyim kuşamı ve kullandıkları sembollerle görsel olarak da desteklenir.” (Ambrose, Harris, 2012)

Gençlik alt kültürlerinin ortaya çıkışı, sınıf ve statü çelişkileri, aile sorunları, cinsiyet, etnik kimlik, işsizlik, yaş farklılığı ve yabancılaşma gibi pek çok sebepten kaynaklanmaktadır. Bu konuda farklı görüşler mevcuttur. Bazı sosyal bilimciler gençlik kültürlerinin oluşumunu, “*yetişkin toplumsallaşmasının bir başarısızlığı*” olarak

yorumlamaktadır. Diğerleri ise gençlik kültürünün, genç insanların statüko ile olan hoşnutsuzluklarına ve kendileri için daha iyi bir dünya yaratma arzularına işaret ettiğini ileri sürmektedir (Outwaite, 2008).

Cohen (1955) ise, suça eğilimli bu gençlik altkültürlerinin ergenlik dönemi problemlerine bağlı olarak ortaya çıktığını ileri sürmüş, orta sınıfın değerlerine özlem duyan fakat sınıflarına özgü fırsat yapıları sebebiyle kısıtlı kaynaklara sahip olan işçi sınıfından gençlerin bir tür statü takıntısı olduğunu söylemiştir. Buna bağlı olarak, özlem duydukları imkânlarla ulaşmak için meşru fırsatlar bulamayınca, statüye karşı muhalif değerleri benimseyerek altkültürel yapılanmaya girmektedirler. Cloward ve Ohlin (1960) de altkültürel oluşumun sınıf atlama hedeflerine ulaşmanın meşru araçlarının tıkanmasından kaynaklandığını saptamışlardır. Bazı gençler, tıkanan meşru fırsatlardan farklı olarak, meşru olmayan fırsat yapıları olan suçlu ya da çatışmalı araçlara yönelmektedir. Bu kurama göre, uyuşturucu ve alkole sığınma gibi davranışlar hem meşru hem de meşru olmayan girişim alanlarında yaşanan çifte başarısızlığa işaret etmektedir (Aktaran: Marshall, 2005).

Gençlik altkültürlerinin oluşmasında birey ve toplum arasındaki çelişki önemli sebeplerden birisidir. Ancak bu altkültürler basit bir uyumsuzluk sorunundan değil derin toplumsal çelişki ve problemlerden doğmuşlardır. Bir takım toplumsal problem ve çelişkilere yol açması sebebiyle, altkültürlerin ortaya çıkmasına zemin hazırlayan etmenlerden biri modernizmdir. Bauman (2000), modernizmin ulus devletlerin çıkarları üzerine inşa edildiğini söylemiştir. Modern ulus devlet ‘düzen’ temeli üzerine kuruludur ve bu düzenin sağlanması için her türlü baskıyı uygulayabilecek erke sahiptir. Okul, fabrika, cezaevi, askeri kışla, karakol, ıslahevi, işyeri gibi modern icatlar “*düzenin fabrikaları*”dır. Bauman (2000), bu durumun birey üzerindeki etkilerini Freud’dan yararlanarak çözümlenmiştir. Modernizm, daha düzenli dünya yaratmak için daha az özgür bir dünya yaratmış ve bu durum birey haklarını daraltmıştır (Bauman, 2000). Gençlik altkültürlerinin oluşmasında bu ‘düzen’ ve baskı önemli rol oynamıştır. Altkültürlerin modern toplumun dayattığı bu baskıcı ve ‘düzenli’ hayatı protesto etme örneklerini şarkı sözlerinde görebiliriz. Örneğin; Marcus (2013), Punk altkültürünün müzik grubu Sex Pistols “Anarchy in UK” şarkısında Tanrı’ya, devlete, iş yaşamına, aileye lanetler yağdırarak dünyayı değiştirme arzularından söz ettiklerini söylemiştir (Erşen, 2002).

Modernizmin altkültürleri doğuran diğer etmeni, modernizmin toplumu dönüştürme çabası ve bunun sonucunda tek tip bir kitle toplumu yaratmasıdır. Modernizmin toplumu dönüştürme çabası çerçevesinde, gündelik hayatta –giyim kuşamdan ev içi düzenine hatta mutfak kültürüne kadar- tüm alanlar yeniden düzenlenmiştir (Demir, 2014). Bu durum toplumların sosyo-kültürel olarak tektipleşmesine sebep olmuştur. Sanayi kapitalizmi bu sorunu daha da derinleştirmiş ve bir ‘kitle toplumu’ ortaya çıkmıştır. Kitleleşen modern toplumda gençlik altkültürleri farklılaşarak ‘birey’leşmektedir. Alt kültürler modern toplumda bireylik hakkının savunulması ve egemen kitle kültürüne yönelik bir protesto niteliği taşımaktadırlar (Erşen, 2002). Bu bağlamda, gençlik altkültürleri dinledikleri müzik türü, giysileri, konuşma ve eğlenme biçimleri gibi etmenlerle toplumun ‘doğru’ olarak onayladığı müzik, giyim, davranış biçimlerini reddederler ve ‘yanlış’ olanı yapmak bu altkültürlerin kendi seçimleridir. Bu altkültürler, ana akım siyasete, ahlâğa, dine, kitlesel beğenilere, geleneklere, toplumsal sınıflara karşıdırlar ve ‘normal’liğe muhalefet etmektedirler (Hebdige, 2004).

Hebdige’nin altkültür tezi; bireyin egemen kültüre direnişi temeline dayanmaktadır. Bu teze göre birey, kendine egemen kültür içerisinde yer bulamamaktadır. Birey, altkültürel üretimindeki farklılık ve tarzlarla ait olmadığını hissettiği toplumu protesto etmektedir. Yapısalcı ve göstergebilimsel analiz teknikleri kullanan Hebdige’ye göre altkültürel gruplar tarzlarıyla, egemen kültürün toplumsal kodlarıyla dolu bir toplumda, özgün kodlarını üretirerek ve göstererek, kendi varlıklarını altını çizmektedirler (Hebdige, 2004).

Hebdige (2004), gençlik altkültürlerinin protesto ettikleri egemen kültürün üst sınıfın kültürü olduğunu söylemiştir. Toplumsal sınıf olarak üst kesimdeki gruplar kuralların konulması ve toplumun şekillenmesinde daha fazla söz hakkına sahipken, alt kesimlerdeki gruplar kendi dünyalarını yaratma ve bunu kabul ettirme konusunda daha güçsüzdür. Bu durumu Marx ve Engels’den alıntı yaparak açıklamıştır.

“Egemen sınıfın fikirleri, her dönemde egemen fikirler olmuşlardır; yani toplumun maddi gücü olan sınıf, aynı zamanda toplumdaki egemen entelektüel güçtür. Maddi üretim araçlarına sahip olan sınıf, aynı zamanda düşünsel üretim araçlarına da sahiptir; böylece düşünsel üretim araçlarına sahip olmayan sınıfların fikirleri, bu egemen sınıfa bağlı olmaktadır.” (Marx ve Engels, 1970. Aktaran: Hebdige, 2004)

Bu bağlamda Hebdige (2004), gençlik altkültürlerinin, toplumun yaygın düşünsel planını oluşturma erkine sahip olan egemen sınıfın ‘alt’ındaki dezavantajlı

sınıf olarak, toplumsal otorite olan hegemonyaya isyan ettiğini ve bu isyanı tarzları – göstergeleri- aracılığıyla yaptıklarını savunmuştur.

Karl Marx, gençlik altkültürlerine temkinli bir yaklaşım sergilemiştir. Marksist ideolojiye göre, kapitalizm toplumu üretim araçlarını elinde bulunduran burjuvalar ve üretim araçlarının sahipleri için çalışan proleterler olarak tabakalaştırmıştır. Efendi-köle ilişkisinin yeniden şekillenmesi olan bu sistemde proleterya sınıfı, baskı ve aristokratik araçlar vasıtasıyla sömürülür. Sömürü ve sefalet içerisindeki sistemin son bulması, düzenin yapıbozumuyla yapılacak devrim ile mümkündür. Devrimi gerçekleştirecek yol ise proleteryanın sınıf dayanışmasıdır. Marx, altkültürleri ‘tehlikeli sınıf’ olarak görmüş ve altkültürleri ‘lumpenproleterya’ olarak tanımlamıştır. Marx, lumpenproleteryanın üretime katılmamaları ve sınıf bilincinden yoksun olmaları sebebiyle olası bir devrime katkı yapamayacakları hatta karşı-devrim saflarında yer alabilecek bilinçsizler olarak tanımlamıştır (Jenks, 2007).

“Tehlikeli sınıf, toplumun yüz karaları, eski toplumun en düşük tabakalarının başlarından attığı o pasif olarak çürüyen kitle ara sıra bir proleterya devrimi tarafından harekete sürüklenebilir; bununla beraber, onun yaşam koşulları, onu daha çok gerici entrikanın rüşvet verilen bir aracının parçası olmaya hazırlar.” (Marx, 1988. Aktaran: Jenks, 2007)

Weber altkültürel grupları komünal ve işbirlikçi toplumsal ilişkiler olarak adlandırmıştır. Komünal ilişkide teamül ve duygulanma gibi öznel hislere dayalı bir gruba ait olma, işbirlikçi ilişkide ekonomik olsun olmasın üyelerin kendi çıkarlarına dayalı birlik vardır. Suçlu altkültürüne üye olmak “başka kimse bana sahip çıkmaz” düşüncesinin göstergesidir. Kötü hareketler, tavır, giyinme, dans etme ve tüketim, altkültürün en açık temaları olduğunu söyleyen Weber altkültürlerin karizma tarzına yakın olduklarını söylemiştir (Jenks, 2007).

“En saf biçimiyle karizmatik otorite, özellikle gündelik rutin yapılara yabancı bir mahiyettedir. Doğrudan katılım olan toplumsal ilişkiler, karizmatik kişilik niteliklerinin geçerliği ve pratiğine dayanan tam manasıyla, kişisel ilişkilerdir.” (Weber, 1964 Aktaran: Jenks, 2007)

Altkültürün uzun fakat çoğunlukla unutulmuş bir tarihe sahip bir kavram olduğu söyleyen Jenks’e (2007) göre altkültür grupları, toplum dışına itilmiş, izah edilemeyenlerin ve daha önceki dayanışma kuramları tarafından dışlananların bir araya toplanmasıdır.

“Daha önce kısaca değindiğimiz bir anlamda, altkültür fikri, bazen kaybedenleri, reddedilmiş, düşmüş olanı, ya da belki de daha analitik olarak, toplumdaki ilişkilerin

egemen, normatif, sınıflandırıcı yapısı tarafından dışlananları bir araya toplama tarzı olarak kurama evrilir.” (Jenks, 2007)

O’Hara (2003), altkültürleri toplumsal yabancılaşmaya karşı farkındalığı olan toplumsal gruplar şeklinde tanımlamıştır. Bu toplumsal yabancılaşmanın kökleri Sanayi Devrimi’ne dayanmaktadır. Sanayi Devrimi, toplumda derin bir dönüşüme sebep olmuş, toptan üretime karşın azami verimliliğe yol açmış, işyerleri bireyler için ikinci bir eve dönüşmüştür. Ve bir süre sonra modern toplumun yabancılaşma hissi; kabul gören, kanıksanan, hatta farkına dahi varılmayan bir hale dönüşecek kadar güçlü ve yaygın hale gelmiştir. Altkültürlerin varlığı bu noktada ortaya çıkmaktadır. Buna göre altkültürler, kendisine yabancılaşmış modern toplumda, yabancılaşmaya sebep olan etmenleri fark eden, bunları reddeden ve bu reddedişi yıkıcı bir biçimde ifade eden toplumsal gruplardır (O’Hara, 2003).

“Ancak her zaman yabancılaşmış insanların arasından, kendilerine yapılanların farkına varan bir grup çıkar ortaya. Bu fark etmenin temelinde, bu insanların ya ana akım toplumu reddetmeleri ya da bu toplum tarafından reddedilmeleri yatar. Bu grup ya önlerindeki yabancılaşmayı reddeder ya da istemeyerek ana akım toplum tarafından reddedilirler. Siyahlar, eşcinseller, AIDS’liler, alt sınıflar, bütün bu gruplar toplumsal hiyerarşilerin farkına vardıkları için bir araya gelirler veya yıkıcı, otoriteye dayalı bir güç tarafından aynı saflara itilirler.” (O’Hara, 2003)

Altkültürlere ait bireyler, işsizlik ve kötü toplumsal koşullarından kaynaklanan hayal kırıklıkları yaşamakta, bu hayalkırıklıkları öfke yaratmaktadır. O’Hara’ya (2003) göre; bu öfke çok farklı yöntemlerle dışavurulabilmekte ve en sık kullanılan dışavurma yöntemi suç işlemek olmaktadır. Fakat gençlik altkültürlerinde, bu ‘sokak serserileri’ hem umutsuzluğa kapılmaktan kaynaklanan küçük suçlar işlemeye hem de gitar çalmaya başlamış; bu da onları yaratıcılığa ilerletmiştir. Örneğin; İngiltere’de Punk gençlik altkültürü, imkânları sınırlı olan işçi sınıfından beyaz gençlerin oluşturduğu bir hareket olarak sosyal konumlarının dezavantajlı durumlarından hissettikleri rahatsızlıklarını Punk vasıtasıyla dile getirmişlerdir (O’Hara, 2003).

Fakat yabancılaşmaya karşı çıkan bu öfkeli altkültürler, aynı zamanda otoriteye karşı çıktıkları için, toplumdan dışlanmakta, “*belli derecede toplumdan tecrit edilmiş olmakla*” karşı karşıya kalmaktadırlar. Buna rağmen, O’Hara (2003), toplumun dışladığı bu altkültürlere ait insanların, kendi aralarında, toplumun genelinde eksik olan anlaşma ve dayanışma ruhunu yakalamayı başardıklarını söylemiştir (O’Hara, 2003).

Selek (2014), de benzer bir biçimde, hâkim kültüre karşı bir direniş geliştiren altkültürlerin bu direnişinin, alt kültürlerin doğrudan ortaya koydukları bir şey olmadığını, direnişin dolaylı olduğunu ve bu dolaylı altkültürel direnişin, kendisini üslupla dışa vurduğunu söylemiştir. Buna göre üslup, altkültürlerin sistemin düzenine karşı uyumsuzlukları ile biçim bulmakta, jestlerin biraraya gelmesiyle oluşmaktadır. Selek (2014) bu üslubun altkültürler için bir silah olduğunu, hâkim kültürce anormal sayılıp bir sapkınlığın işareti olarak kabul edildiğini ve en sonunda ya dışlandıklarını ya da ‘düzene sokuldukları’ nı söylemiştir (Selek, 2014).

### 3. GÖSTERGEBİLİMSEL YAKLAŞIM

Maddi kültür çalışmalarına göstergebilimsel yaklaşımın temel ilkesi, nesnelerin kendilerinin –var ise- temel işlevi dışında başka bir şeye atıfta bulunduğuudur. Bu yaklaşımda nesnenin bir fikrin, düşüncenin veya toplumsal anlamın taşıyıcısı olduğu düşünölmekte ve çözümlenmektedir. Örneğin bir nesne kişinin mesleğine, dinine ya da toplumsal cinsiyetine göndermede bulunabilir (Woodward, 2016).

Buna göre nesnelere toplumsal iletişimde rol oynamaktadırlar. Bu iletişim nesnenin imgeyle doğrudan ve yan anlamsal bağı aracılığıyla gerçekleşmektedir. Maddi bir nesne ile imgenin iç içe geçmesinin kökeni ilkel toplumlardaki simgesel düşünceye dayanmaktadır. Gootdiener (2005), bu durumu Antik Etrüksler'in kentlerini kurma biçimleriyle örnelemiştir.

“Duvarlar dikilmeden önce bir öküz altın bir sabana koşulur, yeni yerleşim alanını çevreleyen büyük bir çember etrafında dolaştırılırdı. Bu “kutsal saban izi”, içinde insanların yaşayacağı alanı belirler, kutsal yerleşme alanını kutsal olmayan dışarısının evreninden ayıracak kent duvarlarının tam yerini gösterirdi.” (Gootdiener, 2005)

Bu örnekte maddi olan (kent duvarları) ile manevi olan (kutsal saban) iç içe geçmiştir. Yani tinsel olan maddi nesneyle eklenmiştir (Gootdiener, 2005). Düşünce (kutsal saban), nesne (kent duvarları) ile kendisini göstermiştir. Bu durumda nesne simgeleşmiş; bir imgeyi aktarma görevi üstlenmiştir.

“İmge bir form taşıdığıında bu forma simge denir. Simge, imgeyi taşır. Ama imge formsuz da vardır. Kendini soyut olarak hep var tutar bellekte. Simgenin mutlaka taşıdığı bir imge vardır ve simge görseldir. Görsel olan simgeler kendiliğinden oluşmazlar, insanlar tarafından oluşturulurlar veya yok edilirler.” (Küçüköner, 2005)

Bu toplumsal iletişim sisteminde imge anlam; sembol bu anlamı aktaran bir gösterendir. Anlam yüklü imgeler simgeler aracılığıyla bir şeyler anlatmaktadır.

“İmge bir tamlık'tır; sembol ise tamlık'a ulaştırıcı bir tamamlayıcı'dır. Dolayısıyla anlam, 'demek istenende', yani imge'de gizlidir. Sembol yalnızca bizi imgeye taşıyan bir gösterendir.” (Emir,2003)

Bir şeyi temsil eden fakat temsil ettiği şeyle doğal bir ilişkisi olmayan sembolün bir örneği siyah rengin yas simgesi olmasıdır. Simge (siyah), imge (yas, matem) ile doğada doğrudan ilişki içerisinde değildir. Fakat toplumsal kültür, siyah rengi üzüntü, yas gibi imgesel anlamlarla ile ilişkilendirmiş ve bunu simgeleştirmiştir. Başka bir örnek kutsal bir nesne olan çarmıhtır. Çarmıhın anlamı hakkında bilgisi olmayan birisi için çarmıh belli açılarla birbirine tutturulmuş iki kazık parçasıdır. Fakat bir Hristiyan için çarmıh iki ağaç parçasından çok daha fazlasıdır; çarmıh, Hristiyanlığın en önemli

hikâyesine işaret eden önemli bir sembolik anlam taşıyan güçlü bir simgedir (Woodward, 2016). İmgeler toplumsal kültürün örüntüleri olmakta, bu imgeleri yüklenen simgeler toplum kültürünün derin anlamlarını aktarmaktadır. Yani simgelere atfedilen nitelikler rastlantısal değil kültürel çağrışımlar neticesinde oluşmaktadır.

“Simgelerde biçimle içerik arasındaki ilişki nedenli değil uzlaşmaya bağlıdır, yani niyetlidir. Simgenin niteliklerinden biri onun asla keyfi ve nedensiz olmaması, yani bir niyete bağlı olarak oluşmasıdır. Simge boşuna değildir.” (Parsa, 2012)

Maddi kültür çalışmalarına göstergebilimsel yaklaşımda bulunan antropolog Levi-Strauss, kültürün altında yatan yasaları açığa çıkarmak için yapısalcı modeli kullanmıştır. Levi-Strauss’un nesnelere açıklarken onların fayda sağlayabileceği amaca yönelik değil insanların kültürel evrenlerindeki anlamlandırmalarını üzerlerinde inşa ettikleri semboller olarak yaklaşılmasını gerektiğini düşünmüştür. Buna göre kültürel kodlar nesnelere anlamlarını şekillendirmektedir ve kültürü ancak, Levi-Strauss’un deyişiyle, “*kültürün kodlarını kırarak*” anlayabiliriz. Bu yaklaşıma göre nesnelere kültürel bir mesaj olarak yaklaşılması; kültürel sistemin anlaşılmasını sağlamaktadır (Woodward, 2016). Örneğin, avcılıkla yaşamın devam ettirildiği ilkel dönemlerde insanlar avladıkları hayvanların boynuzlarını başlarına takarak avcılıkla ilgili maharetlerini sergilemişlerdir. Altın madenin işlenebildiği yıllara gelindiğindeyse bu simge monarşinin sembolü olan bir taç halini almıştır (Emir, 2003). Buradaki simgelerin formu değişmiştir fakat yüklü olduğu imge olan güç ve iktidar kaybolmamıştır. Levi-Strauss’un modeline göre; bir nesne olan taç yapı sökülmesine uğratılıp çözümlendiğinde kültürün kökenlerine dair –monarşi ve iktidarın kökeni- kültürel bilgilere ulaşılmaktadır.

İmge ve simge kullanımı insanlığın tüm evrelerinde var olmuştur. İnsanların ilkel topluluklar halinde yaşadıkları çağlarda da yeniçağdaki modern toplumsallaşma sürecinde de simgesel iletişim mevcuttur. İnsanların düşünce tarihi imgelerle başlamış, bu sembolik düşünceler simgelerle ifade edilmiştir (Emir, 2003). Kültürün evrimine paralel olarak da simgeler de evrim geçirmiş, göstergeler halini almıştır. Simgeler göstergelerin temelini atmıştır.

“O halde imge, gerçeğin, varlığın, anlamın yerini alan şey; simge, imgeyi taşıyan, biçimlendiren, görünür, duyulur, tutulur, dokunulur kılan şey; gösterge de, imgeyi taşıyan simgenin daha anlaşılır, daha kolay algılanabilir bir seviyedeki bir şekli, hatta simgenin yerine getirilen yeni bir formdur. Bu haliyle gösterge, biçimdir. Anlamın taşıyıcısı olan biçim.” (Küçüköner, 2005)

Simge gibi gösterge de imgeyi taşıyan biçimdir. İmge-simge arasında doğal ve dolaylı ilişki gibi imge-gösterge arasındaki ilişkide de göstergeyle imge iç içedir. Gösterge, anlatılmak istenilen şey olan imgenin büründüğü biçimdir.

“En basit tanımında gösterge; kendisi o şey olmadığı halde, o şeyi çağrıştırarak iletişimde bulunan araçtır. Gösterenin biçim ve içerikten oluşan ikili bir yapısı bulunmaktadır; "gösteren" biçim, "gösterilen" ise içeriğin karşılığıdır.” (Parsa, 2012)

Yani bu yeni iletişim formunda eski adıyla simge; gösteren, imge ise gösterilendir. Simge nasıl imgeyi çağrıştırmaktaysa, gösteren de gösterileni çağrıştırmaktadır. Levi-Strauss’un antropolojik araştırmalarında kullandığı yapısalci ilkeyi ileri tüketim toplumları için uyarlayan Fransız göstergebilimci Roland Barthes, modern göstergebilimin temelini atmıştır. Antropolog Levi-Strauss nasıl kültürü anlamının yolunun nesnelere kodlarını kırmak olduğunu düşündü ise, Barthes de modern dünyanın temelini oluşturan ideolojik sistemin anlamının en iyi yolunun onu bir göstergeler sistemi olarak analiz etmek olduğunu düşünmüştür. Örneğin; Barthes’e göre, oyuncaklar modern yetişkin dünyasının çeşitli ideolojilerini kodlamaktadır. Küçük kız çocukları için Barbie bebek üretirken, erkek çocuğu için asker, silah, kılıçla oyuncakları üretmek toplumsal cinsiyet ideolojilerinin dayatıldığının göstergeleridir. Levi-Strauss’un nesnelere işlevlerinin onların anlamlarını açıklamadığı, nesnelere işlevinden bağımsız anlamlar taşıdığı yaklaşımına benzer bir şekilde Barthes de Eyfel Kulesi örneğini vermiştir. Eyfel Kulesi’nin Parisliler için onlara şehrin içinde yön bulma işlevi elbette mevcuttur. Fakat dünya için bu kule modernlik, iletişim, bilim ve kozmopolit seyahatin evrensel bir sembolü olmuştur. Kule aslında işlevsizdir, orada öylece durmaktadır fakat sonsuz bir şekilde anlam yüklüdür (Woodward, 2016).

Barthes (2014), tüm bu çözümlenmeleri yaparken yapı sökümü için model geliştirmiştir. Barthes’in modeline göre; gösterge bir gösteren ile bir gösterilen düzlemi üstüne kurulu olmaktadır. Buna göre gösterenler düzlemi anlatım düzlemini, gösterilenler düzlemi de içerik düzlemini oluşturmaktadır. Gösterilen düzlemi nesnelere, görüntüler, el-kol-baş hareketleri gibi araçlarla aktarılan anlamdır. Bu araçlar ise gösterenlerdir. Bu iki bağlantısal düzlem göstergeyi oluşturmaktadır. Her gösterenin (simge) olduğu yerde bir gösterilen (imge) mevcuttur (Barthes, 2014).

“Toplum bulunan her yerde, her kullanım kendisinin göstergesine dönüşür. Yağmurluk yağmura karşı korunmak için kullanılır; ama bu kullanım, belli bir hava durumunu belirten göstergelerden ayrılmaz” (Barthes, 2014)

Barthes'e göre bir göstergenin üç temel niteliği mevcuttur. Bu niteliklerden ilki fiziksel bir biçimi olması, ikincisi kendisinden başka bir şeye gönderme yapması, üçüncüsü ise insanlar tarafından bir gösterge olarak kabul edilmesi ve kullanılmasıdır. Barthes gösterge kavramını gül örneğiyle açıklamıştır. Gül normalde bir çiçektir, ama genç bir adam onu kız arkadaşına takdim ederse bu bir gösterge olmaktadır. Çünkü bu durumda gül, *genç adamın romantik tutkusuna* gönderme yapmaktadır (Mutlu, 2012).

Hebdige (2004), kültürün içerisindeki en bildik nesnelere bir gösterge görevi yaptığını söylemiştir. Bunu eğitimdeki yaygın ideolojik kavramlar ile eğitim kurumlarının fiziksel yapısının birbirlerine eklenmesiyle örneklendirmiştir. Kırmızı tuğla ve beyaz kiremitle inşa edilen binalar modern eğitim kurumlarının, farklı binalara yerleştirilen fakülte sistemi sanat ve bilim dallarının disiplinlere göre ayrılmasının, yukarıya doğru yükselen sıra dizisi olan sınıfların fiziksel planı öğretmenin otoritesinin gösterenleridir. Yani bu örnekte sınıfın fiziksel planı gösteren, öğretmenin otoritesi gösterilendir (Hebdige, 2004).

Cansız varlıklar olan nesnelere, göstergesel iletişim aracı olan anlam taşıyıcısı olmaktadır. Nesnelere işlevsel yanının haricinde, yan anlamsal değerleri mevcuttur. Mutlu (2012), yan anlamın oluşmasının nasıl olduğu anlatmıştır. Yan anlam ilk göstergeyi, yani düz anlamı göstereni olarak kullanmakta ve ona bir başka anlam, bir başka gösterilen bağlamaktadır. Örneğin; oldukça işlevsel bir nesne olan telefonun işlevinden bağımsız anlamları mevcuttur. Beyaz bir telefon, lüksle ve kadınlıkla ilgili çağrışımlar yapmakta, bürokraside kullanılan telefonlar ise resmiliği, kurumsallığı çağrıştırmaktadır. Benzer bir şekilde dolmakalem nesnesi zenginlik, ciddilik, sadelik gibi yan anlamları sergilemektedir (Barthes, 2014).

Barthes (2014), nesnelere bu tür anlamları yüklenmesinin ne zaman başladığını sorgulamıştır. Barthes'in göstergebilimsel çözümlerine göre nesnenin anlam belirtmesi, nesnenin bir insan toplumu tarafından üretildiği ve tüketildiği anda gerçekleşmektedir. Bu durumu Roma Cumhuriyeti döneminde giysi ile örneklendirmiştir.

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

bedene oturmayan bu örtü, bir anlamın, “askerlik” anlamının taşıyıcısı durumuna geldi.”  
(Barthes, 2014)

Toplum ürünü olan tüm nesnelerin bir anlamı mevcuttur. Bir nesne doğaçlama üretilse dahi bir süre sonra bir anlam edinecektir. Örneğin; ekonomik yokluk sebebiyle gazete kâğıdından ayakkabı yapan bir sokak serserisinin üretimi özgürdür fakat nesne çok kısa bir süre içerisinde sokak serserisinin göstergesi durumuna gelecektir. Özetle nesneler, bir insan tarafından imal edildiği anda kaçınılmaz bir şekilde bir göstergeye dönüşecektir. Kültürel düzende her nesne bir göstergeye işaret etmektedir (Barthes,2014).

### 3.1. Giysinin Göstergibilimsel İncelenişi

Göstergeler, daha karmaşık iletiler oluşturmak için bir araya getirilip kodları oluşturmaktadırlar. Kodlar bir kültürde üyelerin paylaştığı anlam sistemidirler. Mutlu (2012), İletişim Sözlüğü’nde “*Kod (code)*” u tanımlamıştır;

“İnsanların anlamlı mesajları değiş tokuş etmeleri için sistemle aşına olmalarına olanak verecek şekilde düzenlenmiş bir göstergeler sistemi.” (Mutlu, 2012)

Kısaca kodlar, bir tür gösterge (sembol) zinciridir.

“Semboller zinciri diyoruz; çünkü algılama ve yorumlama sürecinde, her gösteren aynı zamanda bir başka kod zincirinin göstergesidir. Birbirinden koparılamayan bu semboller zinciri, bir alt metin oluşturur. Bu metin, sembollerin görünen yanının içinde gizli olan görünmeyenin gösterenidir aslında.” (Emir, 2003)

Kodlar, temel olarak, biri dört alt başlık oluşturmak üzere üç ana başlığa ayrılmaktadır.

1. Metinsel kodlar
2. Yorumlama kodları
3. Sosyal kodlar

3.1. Dil kodları

3.2. Beden kodları

3.3. Davranış kodları

3.4. Ticari kodlar (Moda, giyim, otomobiller) (Parsa,2012)

Nesneler dünyasının toplumsal parçalarından biri olan giysiler birer gösterge olarak sosyal kodlar kapsamında incelenmektedir. Giysi nesneleri sosyal bir anlam sistemi barındırmaktadırlar. Davis (1997), giysinin onu giyen kişi hakkında kodlar barındıran bir iletişim ağı olduğunu söylemiştir.

“Kıyafetler sayesinde insanlar, birer kişi olarak kendileri hakkında bir şeyler anlatır ve kolektif düzeyde bizde simgesel olarak onları, belli statü iddialarının geçerli olduğu bir dünyaya yerleştirir, hayat tarzlarına ilişkin belli bağlantılar kurarız.” (Davis, 1997)

Toplumsal iletişimde giyim kodunun rolü, toplumsal kimlik ve statülerin izlenim yaratma yoluyla dışavurumu şeklinde gerçekleşmektedir. Giysiler, doğaçlama örtünmenin aksine insanın imal edip tükettiği nesnelere olması sebebiyle bir takım göstergesel anlamlar edinmişlerdir. Bu göstergesel özellikler, kişinin toplumdaki rolleriyle ve toplumsal statüsüyle ilişkilidir.

“Toplumsal sınıflaşmanın ve farklılaşmanın olmadığı toplumlarda bile, en azından cinsiyete, yaşa ve belli ayrıcalık ölçütlerine göre kişilerin giysileri belli anlamlar yüklenmektedir. Örneğin; bir üniforma ya da takım elbiseyle, spor bir eşofman takımının kültürel anlamda iletişim aracı veya kod olarak taşıdığı farklı iletiler bulunmaktadır.” (Parsa, 2012)

Kelimeler, vurgulamalar, ses tonu, yüz ifadesi, el-kol hareketleri gibi giysiler de çeşitli kodlar barındırarak çeşitli mesajlar iletmektedir. Bu kodlar kişinin karakteri ile ilgili olabilmekle birlikte temel olarak toplumsal kimliklerle ilgilidir.

“Giysiler, toplumsal kimlikleri empoze etme güçleriyle davranışları yaratır. Bundan dolayı bireylerin gizli toplumsal kimliklerini ifade etmelerine olanak sağlar. Kimi giysiler kişinin hareketlerini ve davranışlarını kısıtlarken, üniforma gibi kimi giysilerde toplumsal statüleri belirleyici özelliktedir.” (Göksel, 2007)

Giyim, temel işlevi olan örtünmenin yanında, görüntüsel bir gösterge bütünü olması sebebiyle giyenin karşısındaki bireye, bilinçli ya da bilinçsiz bir şekilde gönderdiği sinyaller aracılığıyla, iletişim kurmasını sağlayan bir araçtır. Mutlu (2012), “İletişim Sözlüğü”nde “Giyim Kuşam Sinyalleri (clothing signals)”ni şu şekilde tanımlamıştır;

“İnsanların kendilerine ve diğer şeylere –sınıflarına, inançlarına, rollerine, statülerine, önceliklerine vb.’ ne- ilişkin tutumlarını giydikleri şeyler aracılığıyla belirten sinyaller.” (Mutlu, 2012)

Davis (1997), kıyafetleri gösteren-gösterilen ilişkisi çerçevesinde incelemiş, göstergebilim terminolojisinde kıyafet göstergelerinin değişken olduğu söylemiştir. Göstergelerin değişkenliği göstereni anlamlandırmada farklı yorumların ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Giysileri oluşturan form, doku, renk, duruş ve simgeler hakkında elimizde kesin veriler bulunmayışı giysileri semiyotik olarak kavramanın temel güçlüğüdür. Kıyafet göstergelerini anlamlandırılmanın bir diğer güçlüğü gösterenin değişik bölgelerde farklı simgesel referansları olmasıdır. Örneğin; Gotik tarz

Almanya’da milliyetçilik anlamı taşıırken, Anglo-Sakson kültüründe antik kültürü hatırlatan nostaljik bir imaj taşımaktadır. Yani giysi gösterenlerinin anlamları kültürlere göre değişiklik içermektedir (Davis, 1997).

“Bir sözsüz görsel iletişim biçimi olarak giysi, yıkıcı toplumsal ifadeler oluşturmak için etkili bir yoldur. Bazı giysi çeşitlerinin taşıdıkları anlamlardaki ve giysilerin bu anlamları iletme biçimindeki değişiklikler, toplumsal grupların ve toplulukların birbiriyle ilişkilerini algılama biçimindeki temel değişikliklerin göstergeleridir.” (Göksel, 2007)

Gösterenin anlamlandırılışı kitlelerin simgeleri algılayış biçimiyle de değişmektedir. Örneğin; muhafazakâr bir toplumsal kimlik taşıyan ile deneyselliğe yatkın olan kitleler arasında algısal bir farklılık sözkonusudur. Fakat Davis (1997), giysi gösterenlerinin anlamlarının kültüre ve toplumsal kimliklere göre farklı algılanması gibi tüm değişkenliklerine rağmen tüm insanlarda temel bir çağrışım yaptığını söylemiştir. Bu durumu erkek Hippi’nin uzun saçları ile örneklendirmiştir. Erkek Hippi’nin uzun saçları kendi çevresinde cinsiyet rollerinden bağımsız olma anlamı taşımaktayken, muhafazakâr biri için sapkınlığı ifade etmektedir. Algılayış farklılığı olsa da yorumcular o uzun saçlı erkeğin ‘kimlerden’ olduğu anlayabilmektedirler. Bu durumda bir erkeğin uzun saçı toplumsal bir iletişim dizgesinin ögesi olmakta ve kişinin ‘kim’ veya ‘kimlerden’ olduğunu algılama konusunda topluma ileti vermektedir. Gösterge aracılığıyla verilen iletiyi karşı taraf, farkında olmaksızın, ‘eksik kodlama’ yaparak yorumlamaktadır. Kesin yorumlama kuralları bulunmadığı zaman açığa çıkan eksik kodlama kişiyi çıkarım yapmaya yönelterek iletiyi/göstereni yorumlatmaktadır (Davis, 1997).

“Bir iletişim aracı olarak kıyafeti, konuşmadan ayıran temel farklılık, kıyafetin gösterenleri arasındaki anlamlı farklılıkların, konuşmaya dayalı iletişimde kullanılan söze dökülü sesler kadar kesin biçimde belirlenip standartlaştırılmış olmamasıdır. Fakat konuyu formüle etmek istersek kıyafetin taşıdığı anlamlar kültürelidir.” (Davis, 1997)

### **3.1.1. Gençlik altkültürlerinin giyim tarzı oluşturma tekniklerinin göstergebilimsel incelenişi**

Giyim kimliği ifade etme özelliği sebebiyle, kendilerini ifade etme yolları arayan gençlik altkültürlerine önemli bir kaynak oluşturmuştur. Herhangi bir altkültüre ait bir genci ana kültürden ya da diğer altkültürlerden ayırmayı sağlayan, ürettiği müzik ve argo gibi ona bir dışavurum alanı sağlayan öğelerden biri giyim tarzıdır. Kendilerini ifade etmelerinin meşru yolları kapalı olan altkültürler, müziklerindeki şarkı sözleri

gibi, giysilerine kendilerine dair anlamlar yüklemiş, giyimin anlamları iletme gücünü kullanmışlardır.

“Bir sözsüz görsel iletişim biçimi olarak giysi, yıkıcı toplumsal ifadeler oluşturmak için etkili bir yoldur. Bazı giysi çeşitlerinin taşıdıkları anlamlardaki ve giysilerin bu anlamları iletme biçimindeki değişiklikler, toplumsal grupların ve toplulukların birbiriyle ilişkilerini algılama biçimindeki temel değişikliklerin göstergeleridir.” (Göksel, 2007)

Birer gösteren olan nesnelere, maddi işlevini yerine getirmenin dışında ve öncelikli olarak toplumsal temelli olarak kullanıldığında nesnenin işlevi dönüşüme uğramaktadır. Örneğin; sadece ulaşım için kullanılan bir otomobil ile belli bir statü iddiası taşımak için kullanılan otomobil arasında işlevsel fark oluşmaktadır. İkinci otomobil işlevi dönüştürülmüş bir göstergedir. Nesnenin işlevsel dönüşümüne bir diğer örnek giysilerdir. Tüketicinin ihtiyacı olduğu için değil son moda gözükmek için satın aldığı iki giysinin işlevi farklıdır ve bu örnekte de ikinci giysinin işlevi dönüştürülmüş, gösterenin yan anlamsal içeriği değişmiştir (Gootdiener, 2005).

Nesnelerin işlevlerinin dönüştürülmesi altkültür gençlerinin gösterge oluşturma biçimidir. Örneğin; çengelli iğne Punk giyim tarzının parçalarından biridir. Çengelli iğne rastgele ve ihtiyaç dışında kullanılmış yani nesnenin işlevi –iki parçayı ihtiyaç için birleştirmek- değiştirilmiştir. Çengelli iğne, kişinin Punk altkültürüne ait olduğu gibi yeni bir yan anlamsal içerik edinmiştir. Altkültürel yaratı, eski nesnelere yeni simgesel içerik yükleyerek nesnelere işlevsel dönüşüme uğratma temeline dayanmaktadır (Gootdiener, 2005).

“Alt kültürler daha geniş nitelikteki kültürden ayrıdır, yalnız o kültürün sembolleri, değerleri ve inançlarını ödünç alırlar (ve genellikle çarpıtır, abartır veya tersine çevirirler).” (Marshall, 2005)

Hebdige (2004), gençlik altkültürlerini diğer kültürlerden ayıran özelliğinin kendi göstergelerini yaratmış olmaları olduğunu söylemiştir. Bu göstergeleri yaratma biçimleri nesnenin temel anlamının yapıbozumu ve ardından nesneye kendi anlamlarını yüklemektir. Nesnelere, onların temel işlevlerinin dışında, kendi anlamları yükleyerek altkültürler, nesnelere gösterge değerleri katmışlardır. Gösterge değeri, toplumsal nesnelerin kullanım değerlerinin yanı sıra anlamlar taşıyıp iletmeleri ve böylece bir iletişim faaliyetine girmeleriyle aldıkları statüdür (Mutlu, 2012).

Gençlik altkültürlerinin göstergelerinin bütünü olan tarzlarını yaratma teknikleri ise brikolajdır. Birbirleriyle bağlantısız olan nesnelere, parçaları birleştirip yeni bir anlam üretme tekniği olan brikolaj için Hebdige (2004) Clarke’ın sözlerini aktarır;

“Nesne ve anlam, birlikte bir işaret oluştururlar ve böyle işaretler, herhangi bir kültür içerisinde, sürekli olarak karakteristik söylem biçimleriyle birleşirler. Ne var ki, brikolör aynı işaretler bütünü kullanarak anlamlı nesneyi, bu söylem içerisinde farklı bir konuma yeniden yerleştirdiğinde ya da bu nesne, tamamen farklı bir bütüne yerleştirildiğinde, yeni bir söylem oluşturulur ve farklı bir mesaj iletir.” (Clarke, 1976)

Nesnelerin geleneksel anlamı göstergeler bütünü içerisinde değişmekte ve brikolör görevi görmektedirler. Örneğin; Mod gençlik altkültürü takım elbiseler giymiş, ofis yaşamının geleneksel işareti olan yaka ve kravat takmış, motosiklete binmiş, keskinleştirilmiş metal taraklar ve parçalanıp anoraklar üzerine aplike edilmiş İngiliz bayrağı kullanmışlardır. Tüm bunlar; ceket, motosiklet, metal tarak, bayrak; birbirleriyle ilgisiz nesnelere altkültürel brikolör uygulamayla; narsist, saldırgan, çarpıcı bir tarz meydana getirmişlerdir (Hebdige 2004).

Maddi bir varlık olan nesnelere işlevleri dönüştürüldüğünde, yeni yüklenen anlamlarını iletmektedirler. Böylece gösteren (nesne), iletişimsel bir eylem aracına dönüşmektedir. Karmaşık toplumsal süreçlerin ürünleri olan işlevi dönüştürülmüş nesnelere, altkültürel grupların anlam taşıyıcısıdır. Kitle kültürü üretimine karşı olan bu altkültürel üretim, gençlerin dışavurum yöntemleridir (Gootdiener 2005).

Barnard (2010) reddetme ve tersine çevirme olarak iki tür giyimde başkaldırı yönteminden bahsetmiştir. Buna göre reddetme; bireye dayatılan ve etrafını saran yapılara aykırı hareket etme, tersine çevirme; bireyin etrafında şekillenen hegemonyayı tersine çevirme girişimidir. Örneğin; kadın hakları savunucuları tarafından, kadınların pantolon giyme hakkını savunmak; kadınların toplum içerisindeki dezavantajlı konumunun değişmesine yönelik bir başkaldırı hareketidir ki burada bir tersine çevirme yöntemi uygulanmıştır. Fakat hâkim kültürün tüm giyim ve estetik algısının tam tersini uygulayan Punk gençlik altkültüründe uygulanan yöntem bir reddetmedir (Hoskins, 2014).

Giysiler, uzun bir süre insanların toplumsal kimliklerini iletmiş, fakat yakın geçmişte ise toplumsal kimlik tanımlamalarına karşı olan gençlik altkültürlerince başkaldırının göstergesel alanı olarak kullanılmıştır. Giysilerin bir başkaldırı yöntemi olarak kullanılmasının politik bilinç üretmek için kullanılabileceğine dair bir görüş olduğu gibi; tarzın protestonun kendisi olmadığına, protestocuya sadece dış vurum sağlayan bir ifade alanı yarattığına inanılan bir görüş de mevcuttur. Fakat bu başkaldırı protestonun kendisi olsa da protestonun sadece dışavurum alanlarından biri de olsa

Hoskins (2014) bu durumunun zor ve tehlikeli olduğunu söylemiş, bunu gençlik altkültürlerinden Punk ile örneklendirmiştir;

“Peki ya hâkim sınıfın güzellik anlayışını reddeden, hem sesleriyle hem de giysileriyle imparatorun çıplak olduğunu ve ideolojisini ayakta tutmak için tek güvencesinin toplumun sessiz itaatine yaslanmak olduğunu haykıranlar ne olacak? Punk, güzellik ideallerine meydan okuyan giyinme biçimlerinden biridir. Otoritenin estetik değerleri karşısına dikilen tavrı Punk’ı, ideolojik olarak da kapitalizme karşıt bir akım olarak konumlandırır.”  
(Hoskins, 2014)

İdeolojik olarak hâkim sınıfa karşı konumlanmak da bu karşı duruşu giyim ile ifade etmek de tehlikeli bir durumdur. Çünkü –biri gösterge olarak- giyindiğiniz giysi iş bulabilmenizi, ev kiralayabilmenizi, vize alabilmenizi, seçimleri kazanabilmenizi, arkadaş edinebilmenizi etkileyen bir olgudur. Dolayısıyla düzene itaat etmeyen ve bu itaatsizliğini giysileriyle ilan eden gençlik altkültürleri, toplum tarafından, türlü şekillerde cezalandırılmaktadır (Hoskins, 2014).

## 4. 1950-1980 YILLARI ARASI GENÇLİK ALTKÜLTÜRLERİNİN GÖSTERGEBİLİMSEL İNCELENİŞİ

### 4.1. Reggae

Reggae, İngiltere'nin sanayi kentlerinin varoş mahallelerinde yaşayan Karayip'li göçmenlere ait bir altkültür grubudur. Ekonomi başta olmak üzere çeşitli sebeplerle Karayipler'deki Jamaika'dan İngiltere'ye göç etmiş ailelerin İngiltere'de doğmuş nesli, beyaz İngiliz toplumu ile entegrasyon sorunu yaşamıştır. Karayipli siyahi genç işçilerin sağlıksız yerleşim, işsizlik, ırkçı saldırılar ve polis tacizi gibi sorunları yıllar boyunca artmış ve sonucunda altkültürel dayanışma içine girmelerine sebep olmuştur (Hebdige, 2004).

Reggae altkültürünün köklerinde çok eski toplumsal olaylar ve dinsel dönüşümler yatmaktadır. Bu kültürün doğru anlaşılabilmesi için tarihsel arka planından bahsetmek gerekmektedir.

Reggae'ler, 400 yıldan fazla süren Atlantik köle ticareti tarihinin 1600'lü yıllarında Afrika'nın Batı Sahili'nden zorla getirilip, İngiliz idaresi sırasında Karayip adalarının şeker plantasyonlarında çalıştırılmış siyah kölelerin torunlarıdır. Çoğunluğu gemi kamaralarındaki havasızlık sebebiyle, Afrika'dan İngiliz yönetimindeki Karayip Adalarına getirilen kölelerin %25-35'i yolculuk sırasında hayatlarını kaybetmişlerdir. Fakat bu büyük köle nakliyatları son derece meşru idi keza o zamanlarda Vatikan'da Afrikalıların insan olup olmadıkları tartışıldığı bilinmektedir (Campbell, 2014).

Gemiler Karayip limanlarına vardığında da koşullar düzelmemiş, hayatta kalabilen Afrikalılar Hebdige'nin (2003) betimiyle “*tıpkı sığırlar gibi rıhtım boyunca sıraya dizilmiş*”, en yüksek ücreti verene köle olarak satılmışlardır. Satın alınan köleler ete kızgın bir demirle vurulan damga ile menkul köle olduklarına dair bir işaretle damgalanmışlardır (Campbell, 2014). Kölelerin birçoğu bağışıklıklarının alışıksız olmadığı çiçek hastalığı, dizanteri, tetanos gibi hastalıklar sebebiyle ölmüşlerdir (Hebdige, 2003). Geriye kalan köleler üç yıl boyunca kırbaçlanma, plantasyoncuların tabiri ile “terbiye” evresinden geçirilmiştir. Bu üç yıl süren kırbaç sürecinde Afrikalıların üçte biri ölmüştür. Afrikalı kölelerin ortalama yaşam ömrünün, Afrika'da yakalandıkları andan itibaren sadece dokuz yıl olduğu kayda geçmiştir (Campbell, 2014).

Hayatta kalabilen köleler, *köle kamçıcularının* gözetiminde bir günde ortalama on sekiz saat çalıştırılmıştır (Campbell, 2014). “Efendileri” adı verilen sahiplerinin

malikânelerinin arkasındaki hapisane benzeri evlerde kalmışlardır. Hırçın, huysuz ya da itaatsiz olduğu düşünülen köleler kırbaçlanarak ya da falakaya yatırılarak cezalandırılmıştır. Kaçmaya çalışan köleler yakalandıklarında asılmış ve cesetleri çürüyene kadar kamuya açık alanda sergilenmiştir (Hebdige, 2003). Siyahi kadınlara yönelik yoğun cinsel sömürü sonucunda ise ciddi nüfusa sahip bir melez tabakası oluşmuştur (Campbell, 2014).

1700lü yılların ortalarından itibaren sık sık köle isyanları çıkmış, son büyük köle isyanı Jamaika’da yaşanmıştır. Ayaklanma, isyan eden kölelerin İngiliz askerler tarafından katledilmesiyle sona ermiştir (Hebdige, 2003). Afrikalı köleler 1783 yılında köleliğin feshi kampanyaları başlatmıştır. Böylece bir direniş kültürü doğmuştur. Bunun sonucunda İngiliz plantasyoncularla savaşan Marun kabilesi savaşı kazanıp Afrika’ya geri dönen ilk grup olmuşlardır. “Efendi”lerine karşı savaşan kölelerin uzun bir mücadelelerinden sonra da 1804 yılında, ilk bağımsız siyah cumhuriyeti sıfatıyla, Haiti kurulmuştur (Campbell, 2014). 01. 08. 1834 yılında köleliği kaldıran Köleliği İlgâ Yasası kabul edilmiş, 668.000 köle özgürlüğüne kavuşmuştur (Campbell, 2014) (Hebdige, 2003).

Kölelik günleri Karayip Adalarında silinmez izler bırakmış, Jamaika’daki yoksulluk, işsizlik, ırksal ve sosyal eşitsizlikler bu geçmişten miras kalmıştır. Köle statüsünden işçi statüsüne geçen Afrikalıların hayatlarında kırbaçlanmama haricinde ciddi bir değişiklik yaşanmamıştır. İşçi Tazminat Yasası, iş yarası, fabrikalarda güvenlik koşullarını sağlayacak herhangi bir yasa, asgari ücret, seçme ve seçilme hakları yoktur. Campbell (2014), buna neo-sömürge dönemi demiştir keza Sömürge Bakanlığı kaldırılrsa da güvencesiz ağır işçi çalıştırılarak Afrikalılar üzerindeki Britanya sömürüsü devam etmiştir (Campbell, 2014).

Tüm bu geçmişin bir diğer mirası ise dinsel müzik ile şekillenen yeni bir kültür olmuştur. Dinsel müzik Karayipli siyah köleleri birleştiren bir dinamik olmuştur. Uzun bir süre Batı Afrika kökenlilerin büyük bir kısmı atalarına tapınmış, tapınma ayinlerindeki temel enstrüman olan davul çalmışlardır (Hebdige, 2003). Fakat daha sonra Afrika’nın yerel inançlarından beslenen geleneksel Afrika müzikleri ve ritüelleri, Kilise ve kolonyal devletlerce Hristiyanlığa aykırı kabul edilmiş ve pagan ilan edilmiştir (Hebdige, 2004). Köleler bilfiil Hristiyan olmaya zorlanmışlardır. Pek çok köle özgürlüğüne kavuştuktan sonra, köleliğin kaldırılmasında önemli roller oynayan Baptistler ve Metodistler gibi, Anglikan Kilisesi’ne bağlı olmayan kiliselere katılmıştır.

Kilisedeki ayinlerin Afrika tapınma biçimleriyle bir takım ortak yönünün olması bu kiliseleri eski köleler için cazip kılmıştır. Özellikle Baptist Kilisesinde bir özgürlük mevcuttur. Ayine katılanlar ilahi söylemenin yanında, eski yerel Afrika ayinlerindeki gibi, dans etmiş ve kendi lisanlarıyla konuşmuşlardır. Böylece eski köleler, Hristiyan ayinlerine eski Afrika çağrı ve cevap örüntüsünü yerleştirmişlerdir. Kiliselerin tüm karşı çıkma çabalarına rağmen Hristiyan ve Batı Afrika ibadetlerinin özelliklerini harmanlayan birtakım yeni inanış ve kültürler ortaya çıkmıştır. Örneğin; Hristiyanlıktaki Vaftizci Yahya, Afrikalı demir tanrısı Ogun ile özdeşleştirilmiştir (Hebdige, 2003).

Afrika kültürünün sembolik bir tehdit olarak görülüp dışlanması, kolonilerde zencilere yönelik kölelik uygulamalarıyla beraber bir baskıya sebep olmuştur. Baskılar, kıta insanında, Avrupa karşıtı değerlerin toplanmasına neden olmuştur. Bu karşı değerler zamanla yeni Hristiyanlık inancı ile eklemlenmiş ve sonuç olarak özgün bir felsefe ve inanç sistemi olan Rastafaryanizm doğmuştur. Rastafaryanizm, iki sembolik grup olan Kara Afrika ve Beyaz Adamın İncil'ini bütünleştiren yeni bir yorumdur (Hebdige, 2004).

“Yıllar geçtikçe, kölelik uygulamasıyla, daha önce bunu “açıklamış” olan Hristiyan ideolojisi arasında belirgin bir ayırım olduğu daha net bir şekilde anlaşılmaya başlanmıştır. Bu çelişkileri kontrol altına almak gittikçe zorlaştı. Sonuç olarak zenci toplumu, kaçınılmaz olarak, İncil'deki metinlerde kendisine ilişkin ifadeleri aramaya başladı; zaten dinsel metaforların açıklığı da bu çeşit bir kimliklendirme sürecine davetiye çıkarıyordu.” (Hebdige, 2004)

İlk Rastafaryanlar 1930'da Haide Selassie'nin büyük torunu Ras Tafari'nin Etiyopya İmparatoru olmasının ardından ortaya çıkmıştır. Siyah bir kral olan Ras Tafari'nin taç giymesi bütün Karayipler'de büyük bir coşkuyla karşılanmıştır (Campbell, 2014). 1935'te İtalyan faşist diktatör Mussolini, Etiyopya'yı işgal ettiğinde, Jamaika başta olmak üzere, Karayip halklarının çok geniş kitlesel desteğini bulmuşlardır. Çünkü bir kralın siyah olması, eski siyah köleler için önemli olmuştur. Zamanla siyah kral ilahlaştırılmış hatta Karayipli üç siyah rahip tarafından 'Yaşayan Tanrı' olarak görülmüştür (Hebdige, 2003).

Rastafaryanların beslenme politikalarında da bir red biçimi mevcuttur. Rastafaryanlar yıllar içinde vejeteryan olmuşlardır. Onlar kapitalist zihniyetin ucuz et sağlamak için sürekli büyükbaş hayvan öldürmelerine karşı çıkmış ve et yemeği bırakmışlardır. Rastafaryanlar köylerin yetiştirdikleri sebze ve meyvelerle beslenmiş, ithal gıda bağımlılığını kırmaya çalışmış, yerel gıdaları özenle hazırlamışlardır. Bir

anlamda kaynaklarına uygun yemek hazırlayarak kendilerine yetmiş ve bağımsızlaşmışlardır (Campbell, 2014).

1950lili yıllara gelindiğinde Afrika'dan Karayip Adalarına köle olarak getirilen halkın torunları ikinci göçü yaşamış; İngiltere'ye göçmüşlerdir. İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra İngiltere'nin işgücü ihtiyacı doğmuş, bunu da eski köleleri olan Karayip halkından sağlamak istemiştir.

“Tıpkı yüzyıllar önce şeker krallarının Batı Hint Adaları'ndaki plantasyonlarında çalıştırmak köle ithal etmeleri gibi, 1950'lerde de İngiltere hükümeti işgücü açığını kapamak üzere kölelerin torunlarının –siyahi Batı Hint Adalıların- ülkeye göç etmeleri teşvik etti” (Hebdige, 2003)

Karayip halkına vasıflı iş vaadinde bulunulsa da İngiltere'ye vardıklarında bu göçmenlere İngiltere halkının yapmak istemediği vasıfsız işler verilmiş, genellikle temizlikçilik, kapıcılık gibi düşük statülü işler yapmışlardır. Irkçı önyargıları olan pek çok ev sahibi siyah göçmenlere ev kiralamayı reddetmiş, beyaz mahallelerine alınmamışlardır. Göçmenlerin bu ümitsiz durumlarından istifade eden bazı ev sahipleri, kentlerin en yoksul mahallerindeki yıkık dökük evlerini çok sayıda göçmene fahiş fiyatlarla kiralamış, gazeteler “bir odada sefalet içinde yaşayan siyah göçmenler” ile ilgili sansasyonel haberler yapmışlardır. Londra'da Paddington, Brixton; Shepherd'da Bush ve Notting Hill gibi bölgeler bu şekilde gettolaşmıştır. Göçmenler çoğu zaman düşmanca karşılandıkları bir çevrede birbirlerine ve Karayiplerdeki kültürlerine sığınmışlar, böylece ‘Karayipli göçmenler’ olarak İngiltere’de bir altkültür grubu oluşturmuşlardır. Fakat Karayip kültüründen çıkan ve en ses getiren grup, gene bu altkültürün bünyesinden çıkan bir gençlik altkültürü grubu Reggae olmuştur (Hebdige, 2003).

Reggae, Batı Afrika'dan zorla getirilen kölelik günlerinden bu yana, bu halkın biriktirdiği tüm hikâyenin gençler yoluyla dışa vurulmasıdır. Reggae gençleri; Afrika'lı köklerinden, Karayiplerdeki kölelik günlerinden, Rastafaryanizmden, İngiltere'deki kapitalizmden etkilenmiş, bu durumlar üzerinden birbirlerine bağlanmış ve değerler üretilen bir dışavurum gerçekleştirmişlerdir. Örneğin; en popüler Reggae müzisyeni Bob Marley'in Wailers adlı Reggae müzik grubuyla yaptığı düetteki şarkı sözlerinde, kölelik günlerinin izleri görülmektedir (Hebdige, 2003).

“Kamçının şaklayışını her duyduğumda  
Kanım donuyor  
Köle gemisinde  
Hatırlıyorum ruhumu nasıl insanlıktan çıkardıklarını”  
(Bob Marley and the Wailers, “Catch a Fire”)

Reggae müziği, Afrika’ya özgü çalışırken söylenen ezgilerin kimi müzikal öğelerini barındırmaktadır. Jamaika’da ayakta kalmayı başarabilen diğer bazı Afrika gelenekleri de Reggae’nin kendine özgü tarzının biçimlenmesinde rol oynamıştır. Bununla birlikte Reggae müziği Afrika ritimleri ile Avrupa melodi ve armonisinin bileşiminin bir ürünüdür. Reggae müziği aynı zamanda güçlü Rastafaryan etkisinde üretilmiştir. Siyahlığın bir tür pozitif değerlendirilmesi olan Rastafaryanizm etkisindeki Reggae, siyah gurur ve siyah kimlik konularıyla yakından ilgilidir. Karayip Adaları, özellikle Jamaika, Reggae’nin etkilendiği bir diğer ögedir. Örneğin; 1978’de Reggae müzik grubu Wailers’ın kurucularından Peter Tosh, Jamaika’nın Ulusal Stadyumu’nda bir konser vermiştir. Reggae müzisyeni Tosh, bu konserde, Jamaika’da hala korsanlar olduğunu ama artık onlara turist adı verildiğini ve kılıç yerine “boyunlarında küçük fotoğraf makinaları” kuşandıklarını söylemiştir. Reggae müzisyeni Bob Marley de Jamaika’ya “beton orman” adını takmıştır. Bunun sebebi, adanın siyah nüfusunun hayatlarının Ochos Rios ve Montego Bay’in lüks tatil beldelerindeki koşullarla ilgisi olmayan, çok kötü koşullarda sürdükleri kenar mahalle ve gecekondu hayatıdır. Reggae bu görüntünün yurtdışında da tanınması için epeyce çaba göstermiştir. Reggae şarkılarının sözleri, rock ve pop müziğin işlediği ebeveynlerle, erkek ve kız arkadaşlarla yaşanan problemler gibi sıradan kaygılardan çok daha farklı konularla ilgilidir. Bir mesaj kaygısı taşımakta ve bu mesaj yoksullukla, eşitsizlikle ve siyahların kimliğiyle ilgili olmaktadır (Hebdige, 2003). Örnek olarak Marley’in “War” şarkısının sözleri şöyledir;

“Bir ırkı üstün diğerinin aşağı gören felsefe  
Nihai olarak ve tamamen itibarsızlaştırılana ve terkedilene kadar;  
Hiçbir millette birinci ve ikinci sınıf vatandaş ayrımı kalmayana kadar,  
Irka bakmaksızın herkese  
İnsan hakları eşit olarak sağlanana kadar,  
...” (Aktaran: Campbell, 2014)



Şekil 4.1. : Reggae gençleri (<http-1>)

Jamaikalı Rastafaryanlar'ın sözlü kültüründe iki kavram vardır; “Babil” ve “Siyon”. “Babil” adını verdikleri şey rekabetçi ticari dünya yani kapitalizmdir. “Siyon” ise kapitalizmin olmadığı, geri dönmek istenen Afrika’dır. Jamaikalı Rastafaryanların birçoğu vergi ödemeyi ya da “Babil” için çalışmayı reddetmektedirler. Reggae de sözlerinde sürekli “Babil”i lanetlemekte ve “Siyon”a olan özlemden bahsetmektedir. Reggae’nin sürekli bahsetmekte olduğu “Babil ile mücadele etmek.” ; kapitalizm ile mücadele etmek, yaşadıkları ülkenin koşullarını değiştirmek anlamına gelmektedir (Hebdige, 2003).

Beyaz İngiliz toplumuna katılabilmek umutlarını kaybetmiş olan Karayipli siyahi gençlerin bir kısmı “Afrika’ya geri dönelim” sloganını benimsemiştir. Bir kısmı ise kalma ve “Babil” ile mücadele etme taraftarı olmuşlardır.

“Reggae, göçlerin tarihsel dizinini tersine çeviren (Afrika-Jamaika-İngiltere) geçmişe dönük bir dizi hareketle (Rastafaryan hareketi) geçiş yapan bir topluluğa hitap etmektedir.” (Hebdige, 2004)

İngiltere’de çıkan Şüpheli Kişiler Yasası Karayip’li göçmenlerin dezavantajlı durumunu daha derinleştirmiştir. Bu yasaya göre polis, herhangi bir kanıt olmaksızın suç işlemeyi planladığından şüphelendiği herkesi tutuklama yetkisini almıştır. Toplumda siyahi göçmenlerin potansiyel suçlu olarak görülmesi, ırkçılıkla birleşmiş; siyahi gençler uzun yıllar ağır polis şiddetine maruz kalmışlardır. Siyahi gençlerin sürekli polis şiddetine maruz kalmaları ve keyfi tutuklanmaları tüm göçmen Karayip toplumunda tepki yaratmış, ülkenin güvenlik güçleriyle karşı karşıya getirmiştir.

Özellikle siyah bir gencin güvenlik güçleri tarafından sebepsiz bir şekilde silahla öldürülmesi tepkileri doruğa tırmandırılmış, İngiltere basını uzun bir süre polis ile siyah göçmenler arasındaki çatışmaları haber yapmıştır. Reggae müziğinde İngiltere'deki siyahların içinde yaşadıkları koşullar işlenmiştir. Örneğin; Aswad isimli müzik grubunun “Three Babylon” (Üç Babil) ve “Can't Walk the Streets” (Caddede Yürüyememek) gibi şarkıları polis tacizlerini konu almıştır (Hebdige, 2003).

Reggae giyim tarzının temel prensibi; onlara baskı yapan ‘beyaz’lara ait giysiler yerine, kendilerine ait olan siyah Afrikalı imajı taşıyan giysiler giymektir. Karmaşık toplumsal süreçlerin ürünleri olan altkültürel giyim tarzları, altkültürel grupların anlam taşıyıcısıdır. Bu anlam gösteren ve gösterilen denklemi üzerinden iletilmektedir. Örneğin; Reggae’ler beyaz İngilizlerin silindir şapkalarını değil yün örgü bereler takmışlardır. Burada gösteren yün örgü bere gösterilen ise Avrupa değerlerine direnmek ve doğal Afrika değerlerini benimsemektir. Bu doğrultuda tonik, tiftik, terilen kumaşların yerine pamuklu ve yünlü kumaşları tercih etmişlerdir (Hebdige, 2004).

Reggae gençlik altkültürünün giyim tarzının önemli gösterenlerinden biri sarı, kırmızı ve yeşilden oluşan üçlü renk kombinasyonudur. Sarı, kırmızı ve yeşil renkeri Etiyopya bayrağının renkleridir. Yeşil; zengin bereketli Afrika kıtasını, sarı; kıtanın sağlığını, kırmızı; tek doğru kiliseyi temsil etmektedir (De La Haye, 1996).

Göçmen Karayip toplumu, derilerinin rengi sebebiyle dışlandıkları Afrikalı köklerini Etiyopya bayrağının sarı, kırmızı ve yeşil renklerinde bulmuş ve bu renkleri rozet, ceket, gömlek, ayakkabı, yünlü şapkalarında kullanmışlardır (Hebdige, 2004).

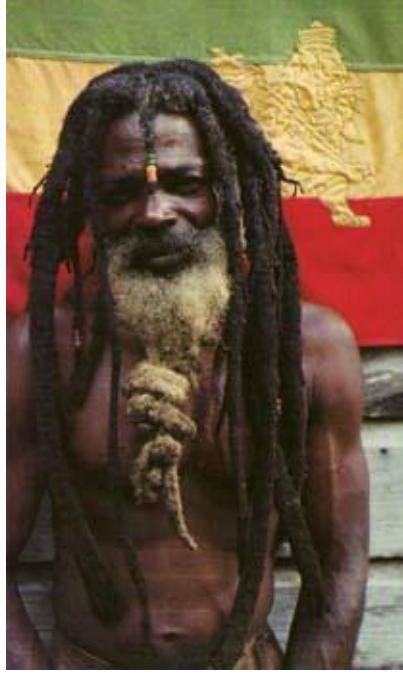
“Kübalı kadınların kendilerini Afrika Tanrısına adanmışlarının gizli bir işareti olan *Shango* kolyeleri takmaları gibi, Rastalar da Afrika’yı simgelediği için Etiyopya bayrağının renklerini baştacı ederler. Bir Hıristiyan nasıl İsa’yı simgeleyen haçı takarsa, onlar da bu renkleri benzer bir amaçla kullanırlar.” (Hebdige, 2003)

Etiyopya bayrağının renkleri olan sarı, kırmızı ve yeşiline yer yer siyahın eklendiği olmuştur. Örneğin; ABD’de ilk önemli siyah hareketini örgütleyen Jamaikalı siyah önder olan Marcus Garvey kırmızı, yeşil ve siyahı kullanmıştır. Buradaki yeni gösteren olan siyah; siyah ten rengini temsil etmektedir (Hebdige, 2003).



**Şekil 4.2. :** Etiyopya bayraklı tişörtü ile bir reggae müzisyeni (<http-2>)

Rasta saç, Reggae tarzının ayırtedici göstergelerinden biridir ve kökeni Rastafaryan'dır. Rasta saçı özünde Afrikalı kabilelerin kullandığı bir biçimdir. Kenya'daki "Mau Mau" isyanındaki savaşçılardan etkilenen Rastafaryan'lar onları kendileriyle özdeşleştirmiş saçlarını Rasta lülesi şeklinde uzatmaya başlamışlardır. Rastafaryanların saçları Karayiplerdeki yönetici sınıfı tarafından sembolik bir tehdit olarak görülmüş ve bizzat devlet görevlileri tarafından saçları kesilmeye çalışılmıştır. Benzer uygulamaları Britanya'daki torunları olan Reggae'lerde yaşamış saçları sebebiyle okullara kabul edilmemiş, yoğun polis tacizine maruz kalmışlardır. Fakat Rasta saç, siyah gururunun bir sembolü olmuş, Rastafaryanlar da Reggae'ler de kesilmesine izin vermemişlerdir (Campbell, 2014). Rastafaryanlar Rasta saçı İncil'deki "bukleleri kesmeyin" öğüdüyle meşrulaştırmış ve kullanmışlardır. Rastafaryanlar neden saçlarını kesmedikleri sorulduğunda İncil'den pasajları göstermişlerdir. Reggae gençlerin ayırt edici göstereni haline gelmiştir ki Reggae altkültürüne "Rastalar" denildiği görülmüştür (Hebdige,2003) (Hebdige, 2004).



Şekil 4.3. : Rasta saçlı bir rastafaryan (<http-3>)

“*Tam*” adı verilen yün bere Reggae gençlik altkültürünün göstergelerinden biridir. Rastafaryanların giydiği bu uzun yün bere Reggae’ler için de önemli olmuştur. Tam isimli bere, Reggae’ler için birkaç gösterileni kapsayan bir gösterge haline dönüşmüştür. Birincisi tam yün bir beredir ve pamuk, yün gibi doğal liflerin kullanımı Rastafaryanlar için çevreyle uyum inancından kaynaklanmaktadır. İkincisi tamlar tipik bir Rastafaryan gösterge olan sarı, kırmızı, yeşil renkli yünlerden örülmüş; Afrikalı kökenin göstergesel anlamını içerir şekilde kullanılmıştır. Bir diğer göstergesel değeri, kullanıldığı mekân (İngiltere) ile olan zıtlığından kaynaklanmaktadır. Avrupa’da kullanılan fötr ve silindir şapkanın aksine yün tam berenin kullanılması beyaz İngiliz giyiminin reddi gibi bir yananlamsal içeriğe sahiptir (De La Haye, 1996).



**Şekil 4.4.** : Sarı, kırmızı, yeşil renklerde örülmüş Tam isimli beresi ile Bob Marley (<http-4>)

Toplum ürünü olan tüm nesnelere bir anlam mevcuttur. Bir nesne doğaçlama üretilse dahi bir süre sonra bir anlam edinecektir. Örneğin; ekonomik yokluk sebebiyle gazete kâğıdından ayakkabı yapan bir sokak serserisinin üretimi özgürdür fakat nesne çok kısa bir süre içerisinde sokak serserisinin göstergesi durumuna gelecektir. Özetle nesnelere, bir insan tarafından imal edildiği anda kaçınılmaz bir şekilde bir göstergeye dönüşecektir. Kültürel düzende her nesne bir göstergeye işaret etmektedir (Barthes, 2014). Reggae gençlik altkültüründe de böyle bir durum söz konusudur. Alt gelir grubundan insanlar olan Reggae gençler, ordu fazlası kamuflaj ceket, naylon kemer ve deri botlar giyinmişlerdir. Reggae'nin diğer gösterenleri –rasta saç, sarı, kırmızı, yeşil renkleri, yün tam bere- ile birlikte kullanıldıklarında bu ordu fazlası giysiler Reggae gençlerinin göstergesi haline gelmişlerdir (De La Haye, 1996).



Şekil 4.5. : Reggae sokak müzisyenleri (<http-5>)

#### 4.2. Ted

İngiltere'deki toplumsal ve ekonomik huzursuzluğun bir gençlik altkültürü biçiminde dışavurumu, 1950'lilerden itibaren oldukça yaygın olmuş, İngiliz gençliği kolay bir şekilde birbirlerinden ayırtedilebilen gruplar kurmuşlardır. Teddy boylar ya da Tedler, 1950'lerde ortaya çıkmış bir İngiliz gençlik altkültür grubu olarak Edward dönemi takım elbiselere yoğunlaşan giyim tarzlarıyla dikkat çekmiştir (Young, 1999). Hopkins'e (2016) göre Ted'ler ebeveynleri gibi giyinmek istemeyen gençler olarak tanımlanan ilk gençlik altkültürüdür. Judt'a (2009) göre, Buhran Dönemini yaşayan ebeveynlerin çocukları olan dönem gençleri, eğlence ya da dinlenme tesislerinden yoksun kalmış ve çetelere dönüşmüştür. "Teddy boy" adıyla bilinen Londralı işçi sınıfı gençlerinden oluşan bu altkültür grubunun oluşumu böyle bir toplumsal koşulun sonucudur. Brake (1980), Ted'leri savaş sonrası işçi sınıfı züppeleri olarak tanımlamıştır.

1950'lerin başında ayrı bir altkültürel kimlik olarak ortaya çıkmaya başlayan "Teddy Boy" ismi ilk kez 25.Haziran.1954'te *Times* gazetesinde görülmüştür. Yeni bir grubun kendini adlandırma şekli, ideolojik sorunlara farkındalık şekliyle ilgilidir. Muhafazakâr ve milliyetçi olan Ted topluluğunun oluşturduğu medya, milliyetçi çağrışımları olan "Teddy boys" ismi etrafında toplanmıştır. 'New Elizabethans' (*Yeni*

*Elizabethçiler*); yeni ve genç bir kraliçe sembolizmiyle yeni ve genç Teddy kültürünün anlam içeriğini temsil etmektedir (Bentley, 2010).



Şekil 4.6. : Londra'da Ted gençleri (<http-6>)

1954 yılından itibaren, Teddy gençlik altkültürüne katılım sayısı hızla artmış, terim genellikle 'suç' ile bir bağlantıyı çağrıştıracak şekilde gelişmiştir. Örneğin; aynı anda gelişmekte olan Mod altkültürü caz takipçilerini tarif ederken, Ted altkültürü daha çok suç ve çete örgütlenmesiyle ilişkilendirilmiş popüler bir 'genç' (teenager) altkültür olmuştur. Terim, kamuoyu ve basında, temel olarak, genç ve ergen suçluluğu tanımlaması için stenografi oluşturmuştur (Bentley, 2010).

Ana Ted gencinin hâkim görüntüsü; suç ve şiddet eylemlerini destekleyici biçimde kavgacı fakat çok genç olduğu için henüz zayıf; sonuç itibarıyla komik bir figür olan "Edwardian Ted" karakteridir. Rock'n'roll müzik, suç, şiddet ve ırkçılık gibi öğelerde ortaklaşan Dazlak altkültürüyle karşılaştırıldığında Ted'ler, Dazlakların dayanıklı, güçlü ve maço görüntüsünün yanında henüz ergen (teenager) oldukları için kavgacı fakat çelimsiz bir silüet vermektedir (Bentley, 2010).



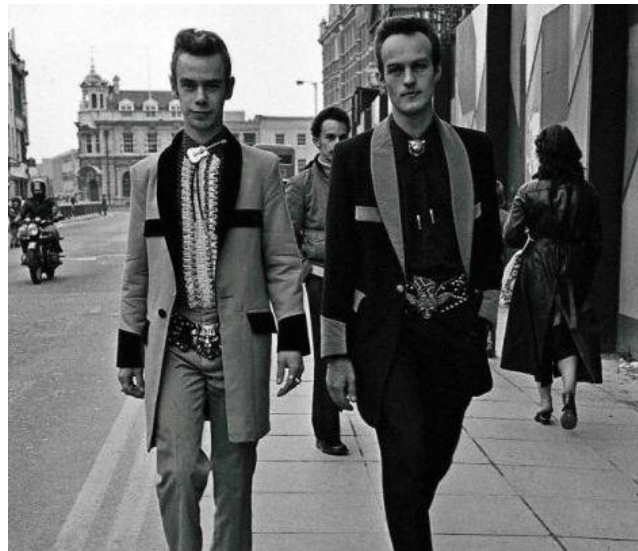
**Şekil 4.7. :** Londra'da Ted genç topluluğu (<http-7>)

İşçi sınıfının İşçi Partisi ve parlamenter siyasete yönelik hayal kırıklıkları, ekonominin çökmesi ve bu durumdan en çok işçi sınıfının etkilenmesi, barınma imkânlarının azalması ve grev çatışmaları 2. Dünya Savaşı ile ortaya çıkan ideolojik yapılanmalarla birlikte ırkçılık ve milliyetçiliği işçi sınıfının sorunlarının çözümü için alternatif bir hale getirmiş; işçi sınıfının bir kısmınca desteklenmiştir. Ted'ler de destek veren işçi sınıfı gençleridir. Ted'ler ırkçı ve yabancı düşmanı bir yapıya sahiplerdir. Londralı işçi sınıfı gençlerinden oluşan Ted'ler, Karayipli siyahi göçmenlere karşı -silahlı dâhil- çeşitli saldırılar düzenlemiş ve 1958'de yaşanan ırk çatışmalarında ciddi bir rol oynamıştır. Göçmenler Batı Londra'nın gettolarında haraççılık ve fuhuşla özdeşleştirilmiş; halk nezdinde hoş karşılanmamışlardır. 'Muhafazakâr beyaz İngiliz' toplum öğelerinin dramatik bir biçimde abartılmasıyla oluşturdukları tarzları olan Ted'ler, negatif imaja sahip siyahi göçmenlere düşmanca tavır takınmışlardır (Hebdige, 2004).

Ted'lerin yabancı düşmanı yapısı, sadece göçmenlere değil diğer gençlik altkültürleri olan Beat'ler ve Punk'lara karşı bir tutum takınmalarına da sebep olmuştur. Hebdige (2004), Ted'lerin Beat'lere düşmanca tavır takınmalarının nedeninin Beat'lerin siyahilerle –özellikle modern caz müziğine olan ilgileri sebebiyle oluşan- yakın bir ilişki içerisinde olması olduğunu söylemiştir. Punk'larla olan husumetleri ise daha derindir.

Bu husumet temel olarak iki altkültürün yapısal farklılıklarından kaynaklanmaktadır. Ted'ler ve Punk'ların arasındaki düşmanlık, yapısal –felsefi- farklılıkları, farklı müzik, kıyafet, grupların farklı siyasal tarafları, ırksal münasebetleri, ana toplumla olan farklı ilişkileri gibi pek çok faktöre bağlı olmuştur. Punk'lar kavramsal olarak “ilerici” iken, Ted'ler “muhafazakâr”dır. Ted'ler, toplumla entegrasyon sorunu yaşasalar da, toplumun değerlerini sürdürmüş, Punk'lar ise toplum değer ve normlarının karşısında olmuş, bu değer ve normlara simgesel bir saldırı gerçekleştirmiştir. Hebdige (2004), iki altkültür arasındaki bu derin farkın gösterge oluşturma biçimlerine de yansıdığını söylemiştir. İki altkültürün anlam ilettikleri giyim tarzlarını inşa etme biçimleri birbirlerinden farklıdır. Punk'lar giysileri ters yüz edilerek yeniden bir araya getirme, yırtma, sökme, dekonstrüksiyon gibi tekniklerle kinetik ve dikkatin nesne üzerine uygulanan dönüştürme eylemine yoğunlaşmasını sağlayan bir tarz geliştirmişlerdir. Ted pratiği ise durağan, dışavurumcu ve dikkati nesnenin kendisine yoğunlaştırmıştır. Ted'ler tarzı ile doğrudan ve açık bir şekilde kendisini ifade etmekte; gösterilene ve onun biçimi olan gösterene sadık kalmaktadır. Sonuç olarak altkültürlerin yapıları sadece tarzlarında kullandıkları göstergelere değil, aynı zamanda göstergelerini oluşturma biçimlerine yansımıştır (Hebdige, 2004).

“Geçmişe, cemaatin ve ana kültürün dar sınırlarına, bilinene ve yasal olana yaptığı sihirli dönüş aracılığıyla oluşturduğu anlamlandırma biçimi, özündeki muhafazakârlıkla tam tamına uyuyordu.” (Hebdige, 2004)



Şekil 4.8. : Ted gençlik altkültüründen gençler (<http-8>)

Genellikle Teddy boy tamlamasıyla bilenen Ted'ler Rock'n'roll ve Rockabilly tarzı müzik dinlemiş, Rock'n Roll çalınan mekânlarda vakit geçirmiş, Rock'n Roll kafe-

barlarının dans salonlarında eğlenmişlerdir (Çerezcioglu, 2014). Hebdige (2004), Ted tarzı rock'n'roll'u *öfkeli, sinirli ve huzursuz* olarak, giyim tarzlarını da *arsızca oluşturulmuş bir estetik anlayışı* şeklinde tanımlamıştır. Teddy gençlerini semiyolojik olarak inceleyen Cohen, Ted gençlerinin rock müziğinin, yüksek sesli aşırılıklarının müziğe eleştirel bir tepki olduğunu söylemiştir.

Guffey (2006), Ted'leri heyecanlı, enerjik ve kurum karşıtı bir altkültür olarak tanımlamıştır. Temelde kendilerine “cazibeli kötü adam” imajı vermek isteyen Ted'ler uzun klapalı ceketleri, dar pantolonları ve yağlı saçlarıyla toplumun genel geçer imajı ve dönem modası dışında bir görsel imaj oluşturmuştur. Uzun klapaları ve toplum içinde gerilim yaratıcı hareketleriyle dikkat çekmişlerdir. Ted gençleri uzun kalıplı dökümlü ceketler, manşetli kollar, yelekler ve “drainpipe” adı verilen dar, boru paça pantolonlar, “brogue” adı verilen ya da kauçuk tabanlı ayakkabılar giymişlerdir (Hopkins, 2016).

Ted'lerin ana göstergesi Edward tarzı takım elbiselerdir. Gençler, özünde üst sınıfın giydiği, Edward tarzı takımlara benzer takımları sıradan terzilere diktirmiş ya da ikinci el alarak giyinmişlerdir (Fischel, Baggaley, O'Hara, Sturgeon, Gersh, Khurana, 2013). 1950'lerin başında genç işçi sınıfı tarafından benimsenen bu tarz, aslında üst sınıf erkekler için Saville Row terzileri tarafından geliştirilmiştir. 1950'lilerin gençlik kültürü, giysiyi bir dizi yan anlamsal bağlamda kullanmıştır. Tony Jefferson, el emeğine dayanan düşük ücretli işlerde çalışan işçi sınıfı gençlerinin bu tarzı kullanmasının, paradoksal aspirational arzunun temsilcisi olduğunu; üniforma giyme seçeneğinin kullanılmasının başlangıçta statü almak için olduğunu söylemiştir (Bentley, 2010). Brake (1980) de buna benzer bir yorum yapmış, Ted'lerin savaş sebebiyle ara verdikleri burjuvalaşma süreçlerini telafi ettiklerini söylemiştir. Brake (1980), Hall'un, Ted'lerin kraliyet gibi İngiliz toplumunun yüksek egemen sınıfının bir tür 'cover'ını yaptığı şeklindeki tespitini aktarmıştır.



**Şekil 4.9. :** *Ted gençlik altkültüründen gençler (http-9)*

Brake (1980) Ted'leri Dandy'lere benzetmiştir. Dandy'ler 1900'lü yıllarda üst sınıfı taklit ederek bir tarz oluşturmuş bir altkültürdür. Dandy kuşağı da Ted'ler gibi Edward dönemi terzi dikimlerinden ilham alarak bir giyim tarzı geliştirmiştir. (Hopkins, 2016) Ted'ler ile Dandy'ler arasındaki benzerlik, temelde, her ikisinin de üst sınıfın giyimini taklit eden alt sınıf olmasıdır. Giyimde toplumsal sınıfların birbirlerini taklit etmesi, modanın bir yayılım biçimlerinden biridir. Davis (1997), bu durumun kişinin 'hakkı' olarak görülebilecek olandan fazla ya da eksik bir statünün simgesel biçimde iddia edilmesi olduğunu söylemiştir. Alt sınıfın üst sınıfı taklit etmesi, genellikle karşı tarafa özendirme hissi uyandırarak statü rekabetine girme gibi bir amaca hizmet eder. Fakat Dandy ve Ted örneği bu genellemenin dışında olmakta, birer gençlik altkültürü olarak, giysileri (göstergeleri) farklı yoruma ihtiyaç duymaktadır. Üst sınıfın giyimini taklit eden alt sınıf gençleri olarak Dandy ve Ted'lerin taklitleri, olduklarından daha üst bir statü iddiası taşımamıştır. Dandy'ler üst sınıfın kıyafet gösterenleriyle oluşturdukları giyim tarzları ile toplum içinde üst sınıftan birisi olarak algılanmamışlardır. Giyim gösterenleriyle verdikleri kimlik mesajı Dandy altkültürüne ait bir genç olmaları olmuştur. Ted'lerde aynı şekilde, aristokratlara özgü kıyafetlerle 1950'lilerde Londra sokaklarında varolmuş; fakat aristokrat sanılmamışlardır. Yani burada birer gösteren olarak giysinin –üst sınıftan kopyalansa da- gösterileni 'üst sınıf olma' değildir.

Gösterenin verdiği mesaj; altkültürel kimlikleri ve bunun dolayındaki düşünceleridir. Örneğin; Ted'lerin vermek istedikleri mesaj bir aristokrat oldukları değil, saf beyaz bir İngiliz olduklarıdır.

Edward stili, temelde, üst sınıfa ait bir gösteren olmasının yanında İngiliz kraliyet mensubiyetliğinin imzasını taşımaktadır. Bu durum, bir gösteren olarak giysiye, aristokratik üst sınıflığının yanında 'İngilizlik' gibi bir anlam katmaktadır. Milliyetçi Ted'lerin Edward stili giyimini kullanmalarının 'İngilizlik' gibi yananlamsal gösterge değeri de mevcuttur. Ted'ler boru paça pantolonlu, kadife yakalı, uzun ceketleri ve üst sınıfın kullandığı ince kravatları ile oluşturdukları Edward stili tarzlarıyla göçmen ve azınlıklara 'gerçek beyaz İngiliz' baskısı yapmışlardır (Brake, 1980).



Şekil 4.10. : Ted gençlik altkültüründen gençler (<http-10>)

### 4.3. Mod

Mod'lar 1960'larda İngiltere'de ortaya çıkmış bir gençlik altkültür grubudur. 'Mod' terimi 'Modernist' kelimesinden türetilmiştir (Hopkins,2016). Young (1999) , Mod'ların varoluşlarının sarıh bir politik ve felsefi dayanağı olmadığını söylemiştir. Hebdige (2004) ise altkültürlerin tarzları aracılığıyla yaşadıkları dönemlerin sorunlarına gönderme yaptığını söylemiş, bununla ilgili olarak Phil Cohen'in "*altkültürün örtük işlevi ana kültürde çözülmemiş veya gizli kalmış çelişkileri dışa vurma ve sihirli biçimde olsa bile çözmektedir*" şeklindeki tespitini aktarmıştır. Cohen'in tespitinden yola çıkarak, Mod'ların en aktif ve görünür olduğu 60'lı yılların özellikleri incelendiği zaman, Mod'ların bir takım sosyal değişimlerin sonucu olduğu görülmektedir.

1960'lı yılların ortalarında, savaş sonrasında ilk defa genç nüfus artmış, demografik bir değişim meydana gelmiştir. Genç nüfusun artmasının önemli sonuçları olmuştur. Bu zamana kadar aile gelirinin bir parçası olan gençler hanenin ortak harcamalarını karşılamıştır. Fakat artan genç nüfus ile birlikte hane başına düşen gelir getirici sayısı da artmış; ailesiyle yaşayan gençlerin kendi kazançları kendilerine kalmıştır. Çalışan grup olan gençler ailelerinden bağımsız bir kazanç elde etmeye bunun sonucunda da tüketmeye başlamışlardır. Bu dönemde Avrupa tarihinde ilk kez gençler kendi başlarına bir şeyler satın almaya başlamışlardır. Judt (2009), gelir elde ederek ailesinden bağımsızlaşan genç bireyin yaptığı ilk işin kendisine bir gramofon plağı satın almak olduğunu söylemiştir.

"Yaşa özgü giyim önemliydi, bağımsızlık, hatta başkaldırı göstergesiydi. Aynı zamanda yeniydi de –eskiden genç yetişkinlerin anneleri ve babalarıyla aynı giysileri giymekten başka seçenekleri olmazdı ne de olsa. Ama ekonomik açıdan ergenlik çağı harcama alışkanlıklarının getirdiği en önemli değişiklik bu değildi: gençler giysilere çok para harcıyorlardı, ancak müziğe çok daha fazlasını yatırıyorlardı." (Judt, 2009)

Daha sonraki on yıllarda olgunlaşacak tüketim kültürünün ilk adımının atıldığı bu savaş sonrası sosyal değişim yaşanan dönemde gençler yönlendirilmemiş keyfi harcamalar yapmışlardır; tütün, alkol, mobilet, motorsiklet, giyim kuşam, ayakkabı, makyaj malzemesi, saç bakımı, dergi, plak, pikap, radyo, vb. (Judt, 2009). Bu dönemde bir gençlik altkültürü olan Mod'lar, çalışan genç işçiler olarak dönemin gençlik sosyolojisinin tipik özelliklerini göstermişlerdir.

"Fakat İkinci Dünya Savaşı'ndan sonraki on yıllarda "teenager"ların –özellikle çalışıyorlarsa- görece refah içinde yaşamaları, özellikle genç tüketicileri hedef alan geniş ve karlı bir mal ve hizmetler pazarının ortaya çıkıp büyümesini teşvik etmiş; buna bağlı olarak,

pek çoğunun kaynağı ABD olan özgün gençlik modaları ve giyim, müzik ve boş zaman geçirme tarzları şekillenmiştir.” (Marshall, 2005)

Haftada yaklaşık 11 pound kazanan ortalama bir Mod yarı kalifiye bir işçi ya da tipik bir ofis işçisidir. Zamanlarının çoğunu iş yerinde geçiren bir Mod genci, iş yeri dışındaki zamanını daha önceki genç kuşakların geleneksel biçimleriyle değil kendi yarattığı altkültürel sosyal ortam içerisinde geçirmiştir (Hebdige, 2004).

“Ticari takvimin yaprakları arasında, yaptıkları işleri daha da anlamlı kılan boş zamanın içerisinde yaşıyorlardı. Bazı durumlarda amfetaminler aracılığıyla acı biçimde süresi uzatılan bu boş zamanlarda asıl “iş”ler yapılırdı: motosikletler parlatılır, plaklar alınır, pantolonlar ütülenir ve saçlar yıkanıp kurutulurdu.” (Hebdige, 2004)

Mod tarzı, temel olarak, ince ve sakindir. Makul renkli, temiz, ütülü klasik takım elbiseler giymişlerdir. Kravatlarını titizce bağlamışlardır. Saçları kısa, temiz ve had safhada düzgünce taranmış bir şekildedir. Ayakkabıları temiz ve cilalıdır. Kısaca Mod tarzı fazla temiz ve düzenli olmuştur. Fakat bu düzgünlük, ofis veya okul gibi resmî kurumlar dışındaki yerlerde garip karşılanacak, obsesif derecedir. Young (1999), Mod tarzını ‘*zor koşullarda temiz yaşamak*’ olarak betimlemiştir. Hafta içi fabrikada vida sıkkan, atölyede çalışan genç boş zamanı olan hafta sonunda Londra sokaklarında ‘*gıcır gıcır*’ görünüşleriyle modern bir görüntü sergilemiştir. Goldman, Modları titiz New Yorklu avukatlar gibi gömlek yakaları, ısmarlama ceketlerinin genişliği ve el yapımı ayakkabılarıyla “tipik alt sınıf züppeleri” olarak tanımlamıştır (Hebdige, 2004).



Şekil 4.11. : Mod gençlik altkültüründen gençler ([http-11](http://11))

Mod'ların isimlerinin türediği 'Modern' kelimesiyle uyuşur biçimde modern stilistik kaygı ve beğenileri vardır. Mod'lar düzgün kesimli, dar ceket yakaları ve dar kesimli pantolonları olan, moher ve iki tonlu kumaşlardan üretilen İtalyan takım elbiseler giyinmişlerdir. Yakalarındaki düğmeyi mutlaka kapalı kullanmış, dar örme kravatlar takmışlardır (Fogg, 2014). 'Winklepickers' adı verilen sivri burunlu ayakkabıları temiz ve cilalı şekilde kullanmışlardır. Bir Mod göstereni haline gelen parka ceketlerine ya İngiliz bayrağını applike etmiş ya da İngiliz bayrağının renkleri olan kırmızı, beyaz ve mavi renklerde logo ve rozetler takmışlardır (Hopkins, 2016).



Şekil 4.12. : Mod gençlik altkültüründen gençler (<http-12>)



Şekil 4.13. : Mod gençlik altkültür topluluğu (<http-13>)

Görsel altkültürler olarak gençlik altkültürlerinin dışsal bileşimleri –giyim tarzları, grafik tasarımları- onları, etraflarını saran ana kültürden ayırmıştır. Alt kültürel yaratı, hegemonya ve/veya düzene yönelik sembolik düzeyde bir eleştiriyi ve/veya direnişi içermiştir. Gençlik altkültürleri nesnelere göstergesel ilk anlamlarının yapılarını bozup, iletmek istedikleri anlamları yükleyerek iletişim kurmuşlardır. Mod gençlik altkültürünün görsel göstergeleriyle oluşturdukları tarzlarında da nesnelere temel anlamlarına yeni anlamlar kazandırıldığı görülmektedir. Örneğin; Mod'ların görsel bir parçası olan küçük Vespa motosikletler, temel işlevi olan ulaşım aracından, grup dayanışmasının tehdit edici bir sembolüne dönüşmüştür. Oldukça keskinleştirilmiş metal tarakları ise Mod'ların saldırgan narsist yönlerini sembolize eden bir gösterebilir. Diğer bir örnek Mod giyim tarzının parçaları olan takım elbise, yaka, kravat, kısa saç gibi iş hayatının geleneksel göstergeleri ile ilgilidir. Nesnelere yönelik alt kültürel müdahale ile iş yaşamının resmi giysilerinin asıl anlamı olan etkinlik, ihtiras, otoriteye bağlılık olan anlamları soyutlanarak, kurulu düzendeki zariflik anlayışına dair alaylı bir göndermenin göstereni olmuşlardır (Hebdige, 2004).

Gençlik altkültürlerinin tarzlarını yaratma teknikleri olan brikolaj; birbirleriyle bağlantısız olan nesnelere, parçaları birleştirip yeni bir anlam üretme tekniğidir. Bir gençlik altkültürü olan Mod'lar, nesnelere ilk anlamlarını bozup onlara kendi imgelerini yerleştirdiği sembolik işaret bütünü olan tarzlarının bütünü bu brikolaj tekniği ile oluşturmuşlardır. Mod gençlik altkültürü klasik ceketler giymiş, ofis yaşamının geleneksel işareti olan yaka ve kravat takmış, motosiklete binmiş, keskinleştirilmiş metal taraklar ve parçalanıp anoraklar üzerine aplike edilmiş İngiliz bayrağı kullanmışlardır. Tüm bunlar; ceket, motosiklet, metal tarak, bayrak; birbirleriyle ilgisiz nesnelere alt kültürel brikolör uygulamayla narsist, saldırgan, çarpıcı bir tarz meydana getirmişlerdir (Hebdige, 2004).



Şekil 4.14. : Vespa motorsikletler ile gezen Mod gençlik altkültüründen bir topluluk (<http-14>)

Brake, Mod'ları temiz giyimli, anti-modacı, erkeksi ve sosyal statüsü olan Rokerlar şeklinde tanımlamıştır. Erkeksi tarzlarının temelinde kadınlara karşı tutucu tavırları vardır. Modlar çoğu zaman 'kadın düşmanı' olmakla itham edilmiştir. Mevcut olan kadın Modlar da bu doğrultuda androjen bir görüntü sergilemişlerdir. Zayıf, yassı – kalçasız ve göğüssüz- bir vücut, soğuk ilgisiz tavırlar, uzun fakat geri planda düz saçlar Mod kadınların genel silüetidir (Brake, 1980).



Şekil 4.15. : Tipik bir Mod kadını olan Twiggy (<http-15>)

Mod tarzının oluşmasında siyahi getto kültürünün önemli bir yeri olmuştur. 60'lı yıllarda sanayisindeki iş gücü açığı sebebiyle yoğun göç alan İngiltere'de siyah göçmen nüfusu oluşmuştur. Bu durum sanayi kentlerinde gettolaşmaya sebep olmuştur. Dini, etnik veya kültürel özellikleri itibariyle bütünle kaynaşamayan insanların yoğunlaştığı bir alan veya bölge olarak getto mahallelerinde Reggae, Ska, Caz gibi yeni altkültürel yaratılar oluşmuştur (Erkal, Baloğlu, Baloğlu, 1997). Mod'lar, siyahi getto mahallerine komşu olan beyaz alt sınıf mahallerinde yaşayan genç işçi sınıfından bireyler olarak, Karayip'li siyahi göçmenler etrafında gelişen bir gençlik altkültür grubu olmuşlardır. Hebdige (2004) Mod'ların, siyahi gençlik altkültürlerinin varlığına olumlu yanıt veren ve onların tarzlarını taklit eden ilk grup olduğunu söylemiştir. Mod'lar, genel olarak, siyahi gençlik altkültürlerinin ska ("bluebeat" olarak da bilinen), modern caz, blues, rhythm and blues (R&B) ve soul müziklerini dinlemişlerdir. Daha sonra farklı altkültürlere (dazlaklar gibi) dönüşecek olan bazı Mod'lar ise rock'n'roll müzik dinlemişlerdir. Fakat Mod'lar genel olarak siyahi kökenli olan caz müziği takipçilerini tarif etmektedir.

#### **4.4. Hipster**

Siyah işçi sınıfının protestocu altkültürel dayanışması beyaz gençlik altkültürlerinin ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Köleliğe, ırkçılığa, eşitsizliğe karşı çıkan siyah işçi altkültürleri –Reggae, Caz, sistemle sorunları olan beyaz gençler için bir rol model olmuştur. Siyah ve beyaz gençler arasındaki yakınlaşan bağlar kendisini ilk Caz'da göstermiştir. Beyaz gençler, siyahi altkültürlerden o kadar etkilenmiştir ki Caz müzik yapan beyaz müzisyenler için "beyaz gibi çalmak" ifadesi en güçlü hakaret sayılmıştır. Hipster gençlik altkültürünün varlığını bu noktada görülmektedir. Hipsterlar, Caz ve Afro-Küba tarzlarından etkilenerek kendilerine özgü bir tarz geliştirmişlerdir (Hebdige, 2004).



Şekil 4.16. : *Hipster'lar* (<http-16>)

Hipster tarzı gettolardaki siyahlarla özdeşleştirilmiştir. Gösterişli kıyafetleri ve parlak takım elbiseleriyle siyahi sokak serserilerinin geleneksel giyim kodlarını taşımışlardır. Hebdige (2004), Goldman'ın hipsterlar için yazdıklarını aktarır;

“...Tipik bir alt sınıf züppesi olan hipster, kendisini gettolardaki kaba görünümlü kişilerden ayırmak için takındığı cool ve zeki tavrıyla tıpkı bir pezevenk gibi giyinir ve kendisini “çay”ın en iyisi ve müziğin en güzeli (caz ve Afro-Küba tarzı gibi) gibi hayatın tatlarına kaptırırdı...” (Goldman, 1974)

Ayak bileklerine doğru daralan yüksek belli pantolon, geniş klapalı ve vatkalı ceketlerden oluşan ve “zoot suit” adlandırılan takımlar Hipster'ların üniformaları sayılmaktadır. Bu takımlar genellikle altın bir saat zinciri, geniş kenarlı keçe şapka ve iki renkli, sivri burunlu ayakkabılarla tamamlanmaktaydı (Fischel, Baggaley, O'Hara, Sturgeon, Gersh, Khurana, 2013).

Hipsterlar çoğunlukla parlak ve egzotik derilerden yapılan, iki renkli ve 1920'lerde varlıklı erkeklerin günlük giydikleri tarzdaki ayakkabılara benzer, kalın tabanlı ayakkabılar giymişlerdir. Ayakkabılarını kıyafetle uyumuna göre değil, ne derece dikkat çekici olduklarına göre seçmişlerdir (Fischel, Baggaley, O'Hara, Sturgeon, Gersh, Khurana, 2013).

#### 4.5. Beat

Beat'ler, 1950 ve 1960'lı yıllarda, Amerikan şairleri ve yazarlarının öncülük ettiği bir altkültür grubudur. Felsefi temelleri Birinci Dünya Savaşı sonrası "Kayıp Kuşağı", Fransız bohemleri, Caz başta olmak üzere siyahi gençlik altkültürleri, Uzakdoğu kökenli Buda inancı gibi birçok farklı akıma dayanmaktadır. Amerikan konformizmine muhalif olan Beat'ler antikonformist, mülkiyet ve aidiyete karşı bir yapıya sahiplerdir. Tüketim kültüründen ve para piyasalarından soyutlanmış alternatif bir yaşam biçimi yaratılabileceğine inanmışlardır (Palmer, 2011). Çerezcioğlu (2014) Beat'lerin altkültür hareketleri içerisinde karşı kültür olarak tanımlanabilecek ilk kültür olduğunu söylemiştir;

"Karşıt kültür ve onunla aynı anlama gelerek kullanılan "underground" terimleri ilk olarak, dönemin etkileyici sosyal hareketlerinin sonucu, 1950'lerin sonlarında görünürlük kazanan "Beatler" ve daha sonradan 1960'ların ortalarındaki orta sınıf "alt kültür" hareketleri için kullanılmaya başlanır. Yani karşıt kültür kavramının kökenlerini Beatler'e borçlu olduğunu söylemek yanlış olmaz." (Çerezcioğlu, 2014)



Şekil 4.17. : Beat gençlik altkültüründen müzisyenler (http-17)

Beat akımının önemli yazarlarından Jack Kerouac, bu altkültür grubuna "Beat Kuşağı" terimini kazandıran kişidir. "Beat" sözcüğü aslında bir sokak şairi Herbert Huncke tarafından icat edilen belirsiz bir terim olmuş, fakat Kerouac tarafından alınıp terime içerik kazandırılmıştır. Beat akımı şairlerinden John Clellon Holmes, 16 Kasım 1952 tarihinde *The Sunday Times*'da yayınladığı makalesinde, bu altkültürü tanımlarken

Kerouac'ın kendisini tanımladığı şekliyle “Beat” terimini kullanmış ve bunun ardından grup “Beat”, “Beatnik”, “Beat Kuşağı” şeklinde anılmıştır (Duval, 2011). Rex (1975), “Beat” sözcüğünün ilk kullanımının, en az 1958 kadar, 'tembel' ya da 'dikkatsiz' anlamına geldiğini söylemiştir. Bebop jargonunda ise Beat olmak; dipte, yoksun, yiyecek bir şey bulamadığı için fiziksel olarak takatten düşmüş olmak gibi fakirlikle ilişkilendirilmiş bir anlamı karşılamaktadır (Aktaran: Palmer, 2011). Daha sonra bu altkültürün temelleri olan avargarde sanat, Fransız bohemiği, edebiyat, antikonformist görüş ile ilgili bir gençlik altkültürünü tanımlar hale gelmiştir.

“Tüm basitliğiyle “beat” sözcüğü zengin bir potansiyele sahiptir. İsim babası olarak kabul ettiğimiz Kerouac, beat'te karar kılmadan önce –ona kesin bir şekil vermeden- birçok sözcük üzerinde düşündü. Beat yorgunluk, konformist toplum ve maddî değerlerin inançsızca reddedilmesi anlamına gelebilir, ama Jack ona aslında pozitif bir değer verdi. 1954'ten sonra, The Wild Ones ve Blackboard Jungle yüzünden moda olan genç suçlular ve asilerle karıştırılmaması için sözcüğe ruhanî bir yan anlam kattı. Beat'i Budist iç huzuruyla (beatitude), sonra da Hıristiyan iç huzuruyla ilişkilendirdi, Katolik çocukluğunun bir yansıması, terimin bu boyutunu sürekli hatırlattı, özellikle beat'lerin kamunun ilgisini çektiği 1957'den sonra.” (Duval, 2011)

1950'lilerin ilk bilinçli Beat romanı 1952'de yayımlanan, John Clellon Holmes'un “Go” isimli romanıdır. Holmes Beat'lerin mekanlarına dair bilgiler vermiştir; Times Meydanı kafeteryaları, bebop mekanları, “hip” bar ve sokakları. Palmer (2011), Holmes'un Beat'leri anlatışını aktarmıştır;

“Hayata yeraltından, gizemli bir bakışları vardı ve alışverişlerin, kalacak bir meskenin, “kendinden geçiren cazı anlama”nın ve her şeyin yürümesinin gerçeklikleri dışındaki herhangi bir şeyden bihaber gibiydiler (...) Bir keresinde (Kerouac) ona şöyle demişti (...) “Biliyor musun, tanıdığım herkes bir nevi kaçak, bir nevi beat. Hepsi de sokakta bir şeylerden suçluymuş ama suça inanmıyormuş gibi gidiyorlar. Onları anında seçebiliyorum. Ve bu ülkenin her yerinde, herkesin başına gelebiliyor; ruhun devrimi bir nevi.” “ (Aktaran: Palmer, 2011 )

Beat'ler kendilerini “kayıp kuşağın” modern bir versiyonu olarak görmüşlerdir. Birinci Dünya Savaşı sonrası ortaya çıkan “kayıp kuşak”, kendisini savaş sonrası toplumunun dışında bırakılmış hisseden, kendilerinin savaşmak için henüz çok genç oldukları söyleyen, savaş karşıtı bir altkültür grubudur. Paris'e göç eden Kayıp Kuşak'ı model alan Beatler de New York ve San Francisco gibi kentlere göç etmiş, ‘göç’ ve ‘yol’ metaforu edebiyatlarının ana temaları olmuştur (Swearingen, 2007).

“Kendilerinin kültürel normların dışında gören diğer hareketler gibi, beatler de yeni ve farklı olduklarını düşünüyorlardı. 20. yüzyılın başında Birleşik Devletlerden Paris'e göçen

sanatçı ve yazarların kayıp kuşağı gibi, beatler de katı Amerikan geçmişlerinden uzaklaşmak istiyorlardı.” (Swearingen, 2007)

Beat altkültürünün temellerinin oluşmasında Fransız bohemlerinin de önemli bir etkisi olmuştur. 19. yüzyıl sonlarında kültürel sınırlamaları ve normları reddeden, bir grup genç sanatçı ve yazar, bohemler, gençliği “özgürlük” olarak idealleştirmiş ve Fransız orta sınıfının sınırlamalarının dışına çıkarak hayatın özgürce yaşanabileceğine inanmışlardır. “Bohem” teriminin kökü Çekoslovakya’da çingenelerin yaşadığı bir bölgeye olan Bohemia’ya dayanmaktadır. Buna bağlı olarak Fransız bohemleri, yaşam tarzlarında ve giyimlerinde, kültürel ana-akıma uymayan, özgür çingene hayatını yansıtmışlardır. Beatler, bu Fransız bohemlerinin felsefi temellerinden ve romantik sanatsal üretimlerinden ilham almışlardır (Swearingen, 2007).



Şekil 4.18. : Etnik desenli yelek giyinmiş bir Beat genci (<http-18>)

Siyahi gençlik altkültürleri, Beat'leri etkileyen bir diğer öge olmuştur. Hegemonyaya ve hegemonik püriten kültüre muhalif beyaz gençler için, bunlarla problemleri olan siyahi gençlerin simgesel direnişi bir rol model olmuştur. Goldman, Beat'leri, sürekli aşağılanan siyah adamdan etkilenerek özgürlüğünü kısıtlayan şehir yaşamına aykırı hareket eden orta sınıf kolejlisi diye tanımlamıştır. Bu bağlamda Beat altkültüründen beyaz gençler, kendi altkültürel temellerini oluştururken, siyahi göçmenlerin kültürleriyle bir çeşit romantik bileşim gerçekleştirmişlerdir. Siyahi altkültür müziği olan Caz, bu bileşimin başında gelmiştir. Fakat bu durum muhafazakâr toplumda tepki yaratmıştır. Beatniklerin 50'li yıllar boyunca Newport Caz Festivali'nde yıllık buluşmalar düzenlemesi ahlaki bir paniğe sebep olmuştur. Siyahlar ve beyazlar arasında eşi görülmemiş bu yakınlaşmasının olumsuz karşılanmasında popüler basın demonolojisinde siyah gençlik müziği olan Caz'ın, uyuşturucu ve suçla eşitlenmesinin önemli payı bulunmaktadır. Beat altkültürü siyahi altkültürlerden o kadar etkilenmiştir ki toplumda siyahilere gösterilen tepkiler onlara da gösterilmiştir. Örneğin; Karayıplı siyahi göçmenlere ırkçı saldırılar düzenleyen yabancı düşmanı Ted altkültürü, benzer saldırıları Beatniklere de yapmıştır (Hebdige, 2004).

“Sözlü ve okuryazar kültürden beslenen, avant-garde sanata (soyut resim, şiir ve Fransız egzistansiyalizmi) ilgi duyan ve bohem bir kozmopolit hoşgörü anlayışına sahip olan beatniklerin tersine, tedler proleter kökenli ve yabancı düşmanıydı.” (Hebdige, 2004)

Palmer (2011), Beat altkültürünün otoritenin baskılarına maruz kaldığını söylemiştir. Yaşadıkları bölgelerde polis gözetimleri arttırılmış, tehdit ve hakaretlerle tehdit edilmiş, kitaplarına el konulup yakılmış, ana akım medyada kötülenmişlerdir.

Welters (2008), Beat'lerin savaş sonrasında Amerika'nın ilk muhalif grubu olduğunu söylemiştir. Welters (2008)'in betimlemesiyle, 1950'lili yılların sanayi toplumunda, *yabancılaşmış, memnuniyetsiz, şüpheli, küçük ama büyüyen bir grup olarak Beat'ler*, sanayi toplumlarının anlam sistemlerini sorgulamıştır. Bu anlam sistemlerinden biri dindir. Beat'ler batılı olmayan dinlere yönelmiş, Budizm'in doğa ile bütünleşik yapısından etkilenmişlerdir.



Şekil 4.19. : *Beat genci* (<http-19>)

Toplumsal gösterge alanlarından biri olan giysiler, altkültürel okumayı sağlayan sosyal kodlar barındırmakta, Beat'ler de yapılarının okunmasını sağlayacak giysi gösterenleri kullanmışlardır. Kültürel temelleri eklektik olan Beat'lerin, sosyal bir anlam sistemi barındıran giysi gösterenleri de eklektiktir. Fakat temel olarak Beat giyimi bir anti-modadır. Davis (1997), anti-modanın zamanın hâkim modasına karşı simgesel bir muhalefet ve itiraz olduğunu söylemiştir. Zamanın hâkim modasına uyum sağlamamanın bir tercih olduğu durum olan anti-modacılık, hâkim kültüre, meta fetişizmine, orta sınıf beğenilerine karşı olan Beat felsefesine uygun bir şekilde, karşı kültür göstergesidir. Craine (2003), Beat gençlik altkültürünün işçi sınıfıyla ilişkili kirli, hırpani ve dağınık giysiler seçerek kurumsallaşma karşıtı tutumunu ifade ettiğini söylemiştir.



Şekil 4.20. : *Beat* gençlik altkültüründen çift (<http-20>)

Özgür çingene yaşamının göstergelerini kullanan bohem felsefe doğrultusunda *Beat*'ler titizlik ve düzgünlük üzerinden yürüyen püriten alışkanlıklara karşıtlar. *Beat*'lerin temel göstereni, orta sınıfın bakımlı ve titiz göstergelerinin tam tersi bakımsız, doğal ve pastiş primifliklerdir. Chartes *Beat*'leri kirli sakallı, sandaletli bohem olarak tarif etmiştir (Rex, 1975. Aktaran: Palmer, 2011). Burada kirli sakallı, dağınık görüntüleri gösteren, hâkim kültürün kısıtlayıcı püriten alışkanlıklarına karşı olma durumu gösterilendir.

Maddi dünyanın ötesinde bir gerçeklik arayan *Beat*'ler, sanayi kapitalizminin ana akım çarkı olduğunu düşündükleri hazır giyim sanayi dünyasından kaçmanın yollarını aramışlar, hazır giyim ürünlerine tavır geliştirmişlerdir. Bu doğrultuda ikinci el ve ordu fazlası giysiler giyinmişlerdir (McRobbie 2013). Buradaki gösteren-gösterilen anlam dizgesinde metalaşma karşıtı bir tutum mevcuttur. Sanayide ürünler, üreticilerin doğrudan kullanımı için değil, para aracıyla mübadele için üretilmektedir. Üretenin ihtiyacı için değil, mübadele için üretilen ürün de bir metadır (Marshall, 2005). Seri halde imal edilip, pazara sürülen, kullanım değeri ile mübadele değeri arasında yüksek

farklar olan hazır giyim sanayisinin ürünlerini kullanmayı reddetmek Beat'lerin gösterilenidir. Bu örnekte meta ürünü satın almama göstergesi, kapitalist üretim ilişkilerine, meta fetişizmine karşıt olma; ikinci el ve ordu fazlası giysileri giyinme göstergesi, bu karşıtlığa alternatif üretebileceği ihtimaline işaret etmektedir.



Şekil 4.21. : *Beat gençlik altkültüründen bir topluluk (http-21)*

Hebdige (2004), kot pantolonlu ve sandaletli Beat'in, hayalinde bir kutsal mekân oluşturan yoksullukla ilişkisini dışa vurduğunu söylemiştir. Meksika sandaletleri Beat'lerin giyim göstergelerinden birisidir. Ayrıca yerel halkların geleneksel tekniklerle ürettikleri pançolar giyinmişlerdir (Welters, 2008). Sanayinin aksine yerel üretimlerde üretici, ürünün başından sonuna tüm üretim aşamasında yer almakta, zanaat işçiliğine dayalı bir emek performansı gerçekleştirmektedir. Sanayi toplumunun üretim ilişkilerinden farklı olan bu durum Beat'lerin eleştirdikleri sanayi toplumu ve onun tüketime dayalı kültüründen farklı bir metafora işaret etmektedir.

#### 4.6. Dazlaklar

1960lı yılların ikinci yarısından sonra Mod gençlik altkültürü, farklı gruplara ayrılmaya başlamıştır. Cohen'in gözlemlerine göre Blues müzikle ilgilenen ve eşcinsel eğilimlileri olan Modlar Hippilere, kısa saçlı, kot pantolonlu, agrasif 'katı Modlar' rock ve skaya ilgi duymuştur. Dazlaklar ikinci grubun bünyesinden çıkmış ve yeni bir altkültür oluşturmuşlardır (Brake, 1980). Dazlaklar, Mod tarzı içerisinde proleter olan unsurların abartılmasıyla sert bir tarz yaratmışlardır. Bu gençlik altkültürü androjen,

dayanıklı ve maço görüntüsüyle geleneksel işçi toplumunun imajını dramatize etmişlerdir.

Cotter (1999), Dazlak altkültürünün ortaya çıkmasına zemin hazırlayan durumlardan birisinin; serbest piyasa kapitalizminin ilerlemesiyle birlikte siyasi sağ kanattaki yükselme ve özellikle Doğu Avrupa’da hissedilen milliyetçilik akımı, diğerinin ise göçmen sayısındaki hızlı artış olduğunu söylemiştir. Göçmen sayısındaki hızlı artış yerel toplumda, zaten ekonomik bir düşüş içerisinde oldukları bir zamanda, ekonomik bir belirsizlik olacağı kaygısını doğurmuş bunun sonucu olarak göçmenleri ülkelerinde istememiş, öfkeleri onlara yönelmiştir. Örneğin; 1960’lı yıllarda İngiltere Pakistan’dan –ucuz işgücü olarak kullanılmak üzere- çok sayıda göçmen almış ve bu durum birçok Dazlağın ve ailesinin işsiz kalmasına neden olmuş, kızgınlıklarını yeni göçmen işçilere yöneltmişlerdir (Cotter, 1999). Bu gençler müzik grupları kurmuş, işlerini göçmenlere kaptırmaları ve İngiliz işçi sınıfına mensup olmaktan duydukları gurur hakkında şarkılar söylemiş ve kısa sürede popülerlik kazanmışlardır. O’Hara (2003), Dazlakların müzik gruplarının kısa sürede popülerlik kazanmasında, National Front (Ulusal Cephe) gibi faşist örgütlerin, taciz ve şiddet olaylarında "*asker olarak kullanabilecekleri*" yeni üyeler çekmek için, Dazlak müzik gruplarını ekonomik olarak desteklemelerinin önemli bir payı olduğunu söylemiştir. Benzer bir durum Amerika’da da yaşanmış, Dazlak gençler Afrika, Asya veya Latin Amerika kökenli Amerikalıların, işlerinin ellerinden aldıklarını düşünmüş ve cephe almışlardır (O’Hara, 2003). White Diamond ve Fortress gruplarının konuyla ilgili şarkılarının sözleri şöyledir;

“Get out of my country...

Get out, we don't want you around

Get out, is what the people shout

Get out, get out of my sight

Get out, parasite” (Cotter, 1999)

(Ülkemde çık ...

Çık dışarı, biz seni etrafımızda istemiyoruz

Çık dışarı, insanlara bağırma ne

Çık dışarı, gözümün önünden defol

Defol, parazit)



Şekil 4.22.: Dazlak gençler (http-22)

O'Hara (2003), Dazlakların '*kör bir vatanseverliği*' olduğunu söylemiştir. Örneğin; Körfez Savaşı'na karşı yapılan protestolar sırasında Dazlaklar, Amerika'yı protesto eden protestoculara karşı olmuş, onlara ırkçı, cinsiyetçi küfürler etmiş, çoğu zaman kavga etmişlerdir. Amerika'lı Punk'ların, savaşa giren Amerika'nın bayrağını yakma eylemlerinde Punk'larla Dazlaklar arasında şiddetli çatışmalar yaşanmış, en büyük olay 4 Temmuz 1989 tarihinde New York'ta yaklaşık elli Dazlak gencin Punk konserine saldırması olmuştur. Dazlaklar '*Bum the flag and we'll bum a fag*' ('*Siz bayrağı yakarsanız, biz de bir ibneyi yakarız*'), '*Burası Amerika ya sev ya terk et*' sloganlarını atmış ve aralarında şiddetli bir çatışma çıkmıştır (O'Hara, 2003). Amerikalı Dazlakların en büyük müzik grubu olan Agnostic Front'un konuyla ilgili açıklaması şöyledir:

"Siz Punk'lar dünyanın en özgür ülkesinde yaşadığınızı göremiyor musunuz? 2.000 mil uzaktaki bir savaş kimin umurunda? Amerika'da olmuyor. Nükleer silahlara gelince: Özgür bir adam olarak ölmek, 100 sene köle olarak Rusya'da yaşamaktan daha iyidir... Ben bir Sağcıyım ve liberaller, komünistler, geysellerden (çünkü onlar sapıktır) nefret ediyorum ve bence hepsinin imha edilmesi gerekiyor... En çok Punk'lardan nefret ediyorum, çünkü onlar komünizmi ve geyliği temsil ediyor ve tamamen aptal insanlar" (Carmelo Nieves, MRR, Sayı: 18, Ekim 1984)

Punk'ların düzenledikleri 'İrkçılığa Karşı Rock' kampanyasının ardından Dazlaklar da 'Komünizme Karşı Rock' kampanyası düzenlemiştir. Cotter (1999), siyasal sağ kanadın, ırkçılık gibi aşırı uçlarında yer alan Dazlaklar (beyaz ırka yönelik

Yahudi'lerin komplolar düzenlediğine dair inançları olanlar) olduğu gibi, apolitik Dazlaklar da olduğunu söylemiştir. Fakat istisnaları olmakla birlikte, Dazlakların çoğu; sağcı, homofobik, anti-semitist, muhafazakâr, beyaz, işçi sınıfından ve erkektir. İrkçi eğilimleri olan Dazlaklar siyahilere ve Asyalılara karşı birçok ırkçı eylem ve saldırıda bulunmuş, bu anlamda pek politik olmayan Dazlaklar ise eşcinsellere, Hippilere, Mod'lara karşı da saldırılarda bulunmuştur (Brake, 1980). Genellikle çeteler şeklinde biraraya gelen Dazlakların saldırgan, şiddet içerikli davranışları sebebiyle bazı şehirlerde girilmelerine izin verilmeyen gösteriler düzenlenmiş, bazı kulüpler Dazlakların mekânlarına giriş yapmalarını yasaklamıştır (O'Hara, 2003).

Dazlak gençler geleneksel toplumun onayladığı 'hanım evladı' davranışları reddetmiş, hegemonik kültürün 'serseri' olarak adlandırdığı davranış biçimleri benimsemişlerdir. Bu bağlamda Dazlaklar, nihilist, narsist, anarşist ve şiddet temalarını vurgulamış, toplum içerisinde şiddet dolu davranışlar sergilenmişlerdir (Cotter, 1999).

İletilmek istenen bir düşüncenin, fikrin nesnelere aracılığıyla, kullanım değerlerinin yanı sıra yan anlamlar yüklenerek aktarılması, yani nesnenin göstergesel bir değeri olması gençlik altkültürlerini okumanın yollarından biridir. Bu bağlamda, bir altkültür olan Dazlaklar ile ilgili olarak Brake (1980), motosikletin Dazlaklar için bir ulaşım aracı değil çevresine gözdağı veren, tehdit eden bir simge olduğunu söylemiştir. Yani motosiklet Dazlak altkültürünün agrasif, vahşi, korumacı, maskülen yapılarının gösterenidir (Brake, 1980).

Simge kullanımı gençlik altkültürlerinin çokça başvurdukları bir dışavurum yöntemidir. Bir gençlik altkültürü olarak Dazlaklar da kendilerini bir şekilde temsil ettiklerini düşündükleri simge ve sembollerini kullanmışlardır. Örneğin; Amerikalı Dazlakların giyim tarzlarının bir parçası, pilot montlarının omzundaki Amerikan (veya confederate) bayrağıdır (O'Hara, 2003). Burada bir gösteren olarak kullanılan bayrak Dazlak gençlerin ülkelerine bağlılıklarına ve vatanseverliklerine yönelik bir dışavurumdur.

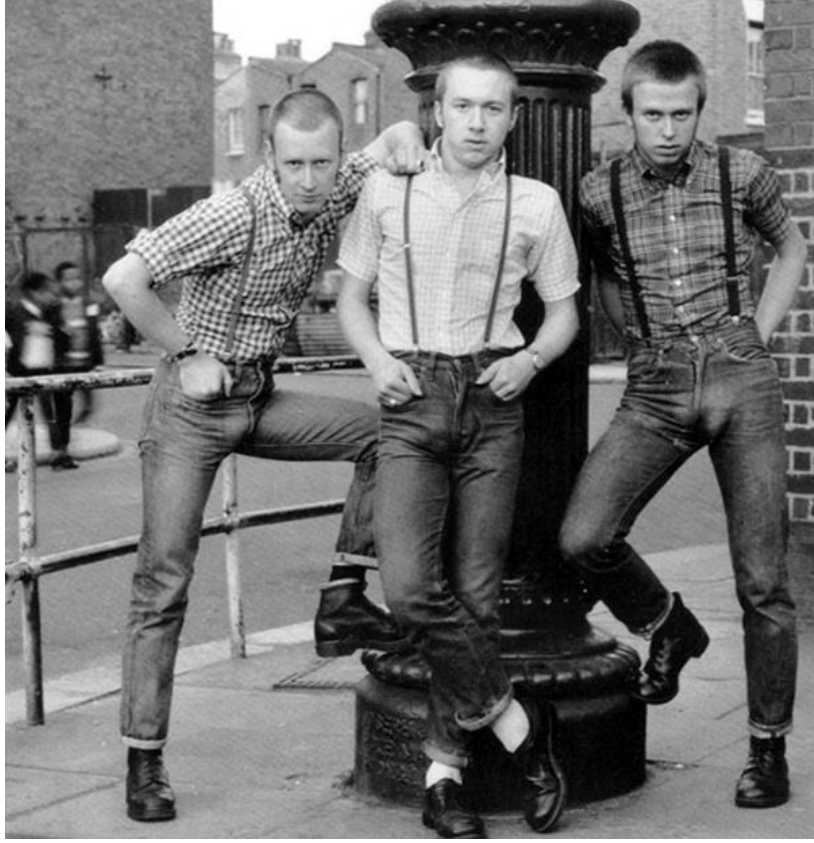
'Dazlak üniforması' olarak da bilinen temel Dazlak giyimi Doc Marten markalı çalışma botları, pilot montları, denim pantolonu ve pantolon askılarından oluşmaktadır. Burada giyimin bir kimlikleşme aracı olarak kullanıldığı görülmektedir. Bu bileşenlerden oluşan, kafası tıraşlı bir genç erkek görüldüğü zaman, karşı taraf bu göstergesel giyim kodlarını okumakta ve kişinin bir 'Dazlak' (Skinhead) olduğunu

anlamaktadır. Cotter (1999), polis gibi güvenlik güçlerinin, şiddet içerikli olaylarının içerisinde çok yer alan Dazlakları giyimlerinden tespit ettiklerini söylemiştir.

Dazlakların görünümünün en karakteristik özelliği, kısa kesimli ya da tamamen tıraşlanmış kafalarıdır. Ben Sherman ve Brutus gibi belli markaların polo tişörtlerini pantolon askılarıyla giyinmişlerdir. Sta-Prest pantolonlar ya da paçaları kıvrılmış dar kesimli denim pantolonlar, “Crombie” tarzı bir palto ve Dr. Marten marka bağcıklı botlar ve loafer makosenler giyinmişlerdir (Hopkins, 2016).



Şekil 4.23. : Dazlak gençlik altkültüründen bir grup (<http-23>)



Şekil 4.24. : Dazlak gençlik altkültüründen bir grup (<http-24>)

Nefret suçları ve saldırgan davranışlarla özdeşleşen Dazlaklar, çevresine korku salan bir imaj taşımakta; giyim sinyalleri tehdit edici bir anlam içermektedir. Dazlakların bu maço görüntüleriyle ilgili Hebdige (2004), Clarke ve Jefferson'ın Dazlaklar hakkında “*beyaz lümpen erkeklerin şekillendirilmiş ve ‘sert’ streotipleri*” şeklinde tanımını aktarmıştır. Giyim stillerinde, en üst düzeyde şok etme tekniğine dair kullandıkları gösterge ise Nazi Almanya’sının gamalı haçı olmuştur. Nazizme yaptıkları gösterge toplumda şok ve korku etkisi yaratmıştır.

#### 4.7. Hippi

Hippiler, ilk olarak 1967 yılında San Francisco’nun Haight-Ashburg bölgesinde ortaya çıkmış, Birleşik Devletlerde daha sonra Avrupa’da ve daha sonra da Avrupa’nın ötesine yayılan bir gençlik altkültürü haline gelmişlerdir (Hopkins, 2016). Felsefi temelleri mülkiyeti, iş hayatını ve geleneksel giyim tarzını reddeden Beat altkültürüne dayanmaktadır (Fogg, 2014) (McRobbie, 2013). Miller (2011), Hippi’lerin, 1950’lilerin Beat’lerinin 1960’lardaki halefi olduğunu söylemiştir.



Şekil 4.25. : Protesto esnasında Hippi gençlik altkültüründen bir genç (http-25)

Pek çok benzerlik içermesine rağmen Hippi'ler, Beat'lerden ayrı bir altkültür grubu oluşturmuştur. Birbirleri arasındaki farklardan biri Hippi'lerin halefi oldukları Beat'lerden daha politik bir altkültür olmuş olmasıdır. Hippi'lerin politize olmalarının sebepleri içinde buldukları dönem ile ilgili olmuştur (Miller, 2011). Hareket öncelikle Vietnam Savaşı'na (1965-73) giren ABD'nin politikalarına yönelik bir protesto olarak başlamıştır (Fischel, Baggaley, O'Hara, Sturgeon, Gersh, Khurana, 2013). Vietnam Savaşı'nın tırmanması, savaş döneminde topluma uygulanan baskılar, Hippi'leri kamusal alanda politik olmaya iten sebeplerdir. Hippi'ler ile Beat'ler arasındaki bir diğer fark sanat anlayışlarıdır. Beat'ler caz müzik ve şiirde elitist zevk nosyonlarını kullanmış, Hippi'ler ise rock müzik ve folklorik estetik nosyonlarını seçmişlerdir. Beat ve Hippi'lerin müziklerindeki en büyük fark ise, Hippi'lerin politizasyonuna bağlı olarak, Hippi müziğinin Amerikan müzik estetiğine daha agrasif bir tutum içerisinde olması olmuştur (Miller, 2011).

Hippi kültürel hareketi çevrecilik, doğacılık, vejeteryanizm, nudizm, uyuşturucu kullanımı, mistik envanterler, anti-materyalizm, anti-kapitalizm gibi birçok alt hareketi kapsamıştır. Hippi'ler bireyciliğe, şiddete, materyalizme, kurgulanmış dini öğretilere karşı olmuş, tüm bunların ötesinde yüksek bir gerçeklik arama taraftarı olmuşlardır. Yüksek gerçekliği bu olgu ve kavramlardan azade bir yaşam kurarak aramışlardır (Miller, 2011).

Altkültürler, toplumdaki egemen kültüre doğrudan bir karşıtlık içinde olabilmekte, içinde yaşadıkları toplumun değer ve normlarını reddedebilmektedirler.

Reddettikleri bu değer ve normların yerine ise bunların tam zıddı olan değer ve normları benimseyebilmektedirler (Marshall, 2005). 1960’larda ve 1970 başlarında Amerikan toplumundaki bireyciliğe, rekabete ve materyalizme karşı simgesel bir başkaldırı şeklinde gelişen Hippi altkültürü böyle bir sosyolojik olguyla açıklanmakta, çoğu zaman karşı kültür olarak tanımlanmaktadır (Erkal, Baloğlu, Baloğlu, 1997). Miller (2011) Hippi’leri Amerikan hayat tarzına tepki gösteren en etkin karşı kültür olarak tanımlamıştır. Örneğin; modern şehirleşme, toplumun temel yaşayış biçimi iken, Hippi’ler şehirleşmeye karşı olmuş, ilkel komün hayatına benzer bir yaşam biçimi savunmuş ve kurdukları köylerde komün yaşam sürmüşlerdir. Bir diğer örnek Hippilerin teknolojik ürünleri kullanmayı reddetmesidir. Modern toplumların gelişmişlik düzeyini tarif etmek için kullanılan teknolojik ürünler, ekolojik düzenin doğasına uygun yaşamı savunan Hippilerin karşı oldukları bir diğer şey olmuştur. Hippi’ler teknolojiyi, sıhhi tesisatı, elektrik ve tesisatı, telefon kullanmayı reddetmişlerdir. Sanayii Devrimi öncesindeki gibi organik tarım yapmış, kendilerine komün köyler kurmuşlardır. Hippi’lerin kurdukları komün köyler arasında Earth Family Farm (Colorado), Earth Home (Oregon), Earthwind (California), Earthward Bound (Kentucky), Earthworks (Vermont), Nature Farm (Vermont) vardır (Welters, 2008).

Kimyasal kullanımı doğaya aykırı hareket edildiği gerekçesiyle Hippilerce reddedilen bir diğer durumdur. Bu bağlamda Hippiler doğum kontrol hapını kullanmayı, kimyasal içerikli olması ve insanın doğasına aykırı olması sebebiyle reddetmişlerdir (Miller, 2011). Özetle Hippiler, yaşadıkları dönemde, içinde buldukları toplumun yaşama biçimine pek çok yönden aykırı hareket etmiş; ritüellerini, uygulamalarını, kullanımlarını reddetmiş ve alternatif bir yaşam biçimi tasarlamışlardır.

Alternatif yaşam biçimlerine, giyime, müziğe, ritüellere sahip toplumsal gruplar olan altkültür/karşı kültür grupları, ana topluluğun baskın egemen kültürüyle çelişki içinde girmekte, tüm toplumsal gruplarda olduğu gibi, kendi kültürlerini yansıtan, kendilerine özgü göstergesel kodlar üretip kullanmaktadırlar (Mutlu, 2012).

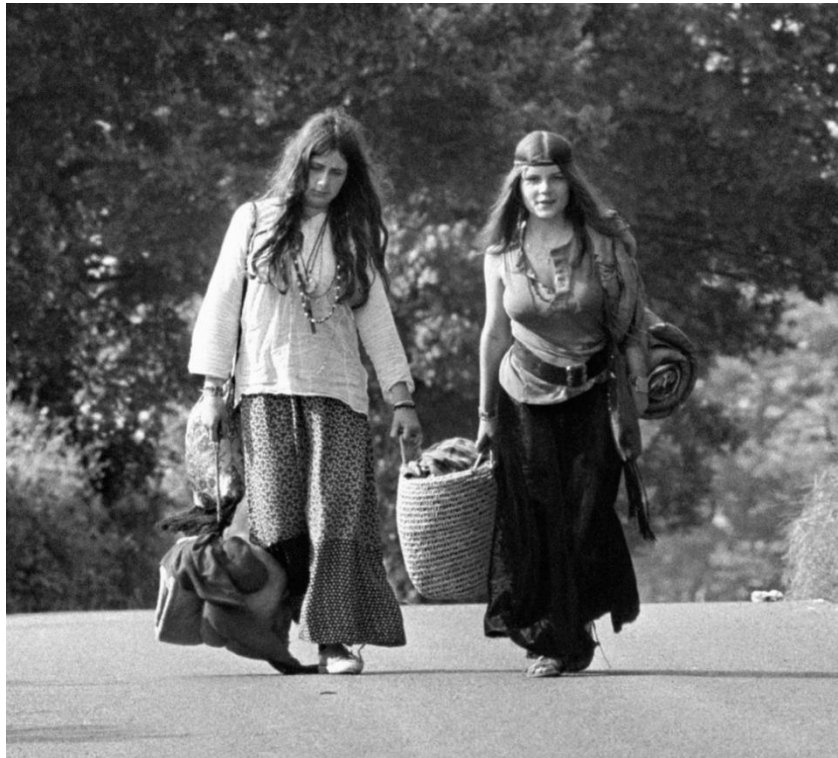
“Grup, kendilerine özgü bir dili, ritüelleri ve semboller sistemi bulunan, özgün kıyafetler giyen, ortak menfaatleri olan ve hayatı idame etmekte müşterek stratejiler geliştiren insanlar kümesidir.” (Girtler, 2005)

Kendilerine özgü yaşam felsefesi olan bir altkültür grubu olarak Hippi’lerde de, giyimin bir kimlikleşme aracı olarak varolduğu görülmektedir. ‘Yippie’(ya da ‘*solcu hippie*’) olarak da bilinen bu altkültürün tarzını şekillendiren, maddi zenginliği

lanetlemek ve daha yüksek bir gerçekliği aramak arzusu olmuştur (Yaman, 2013) (Erşen, 2002). Hippi giyimi, temel olarak, sentetik ve seri üretilmiş giysileri reddetme, buna karşılık doğal olana ve eski zamanlara geri dönme prensibine dayanmaktadır (Miller, 2011). Hippiler bu doğrultuda Batı moda sistemi içerisinde satışa sunulan seri üretilmiş, makine parçası ürünler yerine, geleneksel yöntemlerle üretilmiş eski çoğu zaman ikinci el giysiler giymişlerdir (Marcus, 2013). McRobbie bununla ilgili şöyle söylemiştir:

“Sokak pazarlarının bugünkü canlılığı 1960 sonlarının hippie karşı-kültürüne çok şey borçludur: Bitpazarlarını yeniden harekete geçiren, işte bu akımdır.” (McRobbie, 2013)

Hippiler giysinin nasıl olduğuyla birlikte nasıl üretildiğine dair bir algı geliştirmişler, seçimlerini bu doğrultuda yapmışlardır. Hippiler anti-materyalist dünya görüşleri sebebiyle, kumaşın en basit yöntemlerle elde edilmesine dayanan eklektik orjinli kıyafetler kullanmışlardır. Zillerle süslü Hint duaa gömlekleri, Nehru ceketleri, ayna parçalarıyla süslenmiş büzgülü etekler, sarma pantolonlar, nakışlı yelekler giymişlerdir (Fogg, 2014).



Şekil 4.26. : Genç Hippi kadınlar (<http-26>)

Hippilerin gözdesi olan giysiler saf, doğal hammaddeden otantik parçalardır ve tüm bunlar ana cadde modasında bulunan sentetik maddeleri reddetmeyi ifade etmiştir.

Hippi kızların giydikleri iç eteklikler, saf ipekten bluzlar, krepe elbiseler, kadife etekler ve saf yünden yapılan paltolar; eski zanaatkarlık değerlerine ve bir kişinin malının üretiminin başından sonuna kadar üstlendiği günlere özlemi ifade etmektedir. Çoğunlukla ikinci el olan kıyafetler yama, nakış ve aplikelerle yeniden yorumlanmıştır. Rustik imgeler ve kutsal semboller, Afgan tarzı bol kıyafetler, saçaklı süet ceketler, bandanalar, boncuklar ile etnik bir görüntü elde etmişlerdir. Bunlar dışında İspanyol paça ve loon denim pantolonlar giyinmişlerdir (Fischel, Baggaley, O'Hara, Sturgeon, Gersh, Khurana, 2013).



Şekil 4.27. : Genç bir Hippi kadın (<http-27>)

Beat'ler doğal görünüm akımını başlatan altkültür olmalarına rağmen, doğal görünüm akımına en güçlü etki Hippi'lerden gelmiştir (Welters, 2008). Endüstriyel işlemlerle üretilmiş sentetik ürünler, Hippilerin “doğaya dönüş” (back to the nature) yaşam tarzıyla çelişmektedir. 1968 yılının politik ve sosyal olayları içinde “çiçek gücü” (flower power) hareketindeki Hippiler, otoritenin karşısında doğanın gücünü anlatmışlardır. “Çiçek çocuklar” adıyla da anılan Hippiler'in giysilerinde bolca kullandıkları çiçek desenleri kökeni bu düşünceden almıştır (Fogg, 2014).

Plastik ve sentetik lifler, savaş sonrası dönemin sonuçları olmaları sebebiyle Hippi'lerce kullanımı reddedilmiş tekstil ürünlerinden birisidir. Modern toplumun sanayii kompleksine ve ürünlerine olan bağımlılığı, insan vücudunun doğasına aykırı

sentetik maddeler dayalı ürünler giymeleri Hippi'lerde reddedilmiştir. Giyim ürünlerinde yoğun sentetik kullanımı, çevreci Hippi'leri doğal olana yöneltmiş, en yüksek doğallığı ise çıplaklıkta bulmuşlardır. Nüvizm, Hippi'ler için çevrecilik, doğallık, dürüstlük, açıklık, özgürlük gibi anlamların göstereni olmuştur (Miller, 2011).



Şekil 4.28. : Woodstock Festivalinde Hippi çift (<http-28>)

Tüketim kültürünü reddeden Hippi'ler pastiş bir yoksul görüntü uygulamışlardır. Eski ve yıpranmış giysileri bu metaforun bir göstergesidir (Welters, 2008).

Hippi'lerin aksesuarları arasında uzun saçlarının üstündeki kafa bantları, ağır pirinç tokalı geniş kemerler, keçe şapkalar, sandaletler, deri kesecikleri, kovboy çizmeleri yer almıştır (Welters, 2008).



Şekil 4.29. : *Woodstock Festivalinde genç bir Hippi kadın*

Hippi'ler unisex görüntüleriyle, baskın kültürdeki cinsiyet rollerinin giyim ile yeniden üretilmesine karşı çıkmış, cinsiyet görüntüsünü bulanıklaştırmışlardır (Welters, 2008). Hippi erkekler uzun saç benimsenmiştir (Hopkins, 2016).



Şekil 4.30. : *Hippi gençlik altkültüründen çift (http-30)*

#### 4.8. Punk

Punk 1960'ların ortalarında New York'lu müzisyenler tarafından Amerika'da yaratılmış, 1970'lerde İngiltere'de olgunlaşmış bir gençlik akımıdır. Sokak kültürüne dayanan, geleceğe karamsar bakan, toplumsal değerlere saldıran bir kültür üretmişlerdir. Muhafazakâr toplumsal iklime son derece aykırı olmalarına rağmen, 1970'lerin ortalarından itibaren Batı'daki sanat, moda, grafik, yazın, sinema gibi estetik eğilimleri etkileyecek kadar ses getirmişlerdir. Tümünden bir protesto ve red duygusu içinde olan Punk, gençlik altkültürlerinin semiyolojik anlamda en yüksek noktası sayılmaktadır (Hebdige, 2004).

“Punk, her şeyden önce ve her şeyden fazla, kültürel idi. Kendilerini dışa vurdukları müzik, grafik dizayn, görsel imgeler, stil ve yazı seviyesinde gerçekleşiyor; dolayısıyla sanat ve kitle iletişim araçları alanında kendini duyuruyordu.” (McRobbie, 2013)

Punk'lar, genel olarak, antiburjuva ve antikapitalisttirler (Young, 1999). Önemli bir Punk yayını olan Punk-Anarşist'in 1992'de çıkan 13. Sayısında Punk gençlerinin ataerkil kapitalist sisteme olan muhaliflikleri görülmektedir;

“Biz, beyaz üstünlükçü, ataerkil, kapitalist dünya düzeninin varisleriyiz. Ebeveynlerimiz, terbiyemiz, kültürümüz, tarihimiz bize, yönetici sınıfının sermaye koruyucuları ve alt sınıfın idarecileri olmamız için üstün bir görev vermiştir; fakat biz buna rağmen, bunu reddedebilecek kadar ahlaki cesarete sahibiz. Punk'lar olarak, bize miras kalan ırk ve sınıf konularımızı reddediyoruz, çünkü bunun saçma olduğunu biliyoruz.” (Joel, Punk-Anarşist Fanzin Profane Existence köşe yazısı; Sayı 13, Şubat, 1992) (Aktaran: O'Hara, 2003)

Punk sözcüğü İngilizcede ilk kez fahişe ile eşanlamlı kullanılmıştır. Oxford İngilizce Sözlüğü'nün 1971 baskısında sözcüğün Shakespeare'in “*Kısasa Kısas*” adlı komedisindeki kullanımına göndermede bulunulmuştur; “Onların çoğu ne Bakire, ne Cadı ne de Eş olduğuna göre, o belki de bir Punk'tır (*Puncke*).” Sözcük uzun bir süre homoseksüel erkekleri tanımlamak için kullanılmış, 20. Yüzyılda ise yeni anlamlar yüklenmiş ve içerdiği cinsel çağrışım kaybolmuştur. ‘Punk’ genç haydut, hayta, serseri gibi anlamları ifade eder hale dönüşmüştür (Young, 1999).

Punk gençlik altkültürü temel özellikleri olan antisosyal davranışları, uyumsuzlukları, geleceğe dair karamsarlıklarıyla bilinçli bir şekilde bir sokak kültürü yaratmışlardır. Akımın üyeleri çoğunlukla alt işçi sınıfından beyaz gençlerdir. Punk'ın özdeşleştiği sloganlardan biri olan “Gelecek Yok” (*No Future*), bu işçi sınıfından gençlerin para ve politik güç gibi dezavantajlı toplumsal konularına yaptıkları bir göndermedir. Bu kültürün temel kaygısı diğer gençlik altkültürleri gibi toplumsal

başkaldırıldır. İçinde buldukları durumu protesto etmek üzere toplum üzerinde bir şok etkisi yaratmışlardır. Punk giyimi ve sanatı bu şok etkisi yaratma prensibine dayanmaktadır (Young, 1999).

“Bu Punk’ların amacı, öfkelerini haşın ve özgün bir biçimde ifade etmektir. Dünyada en nefret edilen şey, topluma uyan kimseydi. Birçok Punk müzik grubu ilkelerini veya mesajlarını uyumsuzluğu destekleyerek ve ona yol vererek şekillendirmiştir. Gerçeği arayışta veya sadece insanları şoke etmek için mümkün olan her cephede reddedilir uysallık.” (O’Hara, 2003)

Punk’lar hâkim kültürünkenden farklı görünüşleri, müzikleri ve yaygın düşünme biçimlerine aykırı fikirleriyle uysallığı sorgulamışlardır. Buna göre; ‘uysal insan’ fikirleri etrafındaki insanlar tarafından belirlenen bir yapıya sahip olması sebebiyle iş, cinsiyet, benlik ile ilgili meseleleri sorgulamamaktadır. ‘Uysal olmayan’ insan ise kendi gerçeklerini kendisi belirleyen, belirlemeyi başkalarının fikirleri üzerine dayandırmayan kişi olmaktadır. Punk’lara göre uysallığı sorgulamanın önemli bir parçası otoriteyi sorgulamaktır. Punk’ların otoriteye yönelik sorgulamaları simgesel düzeyde bir muhalefet ve direnişe dönüşmüş, giyimlerinden müziklerine kadar tüm özelliklerinin temeli; bu sorgulama, direnme ve ‘uymama’ya dayanmaktadır (O’Hara, 2003).

“Bu Punk’ların amacı, öfkelerini haşın ve özgün bir biçimde ifade etmektir. Dünyada en nefret edilen şey, topluma uyan kimseydi. Birçok Punk müzik grubu ilkelerini veya mesajlarını uyumsuzluğu destekleyerek ve ona yol vererek şekillendirmiştir. Gerçeği arayışta veya sadece insanları şoke etmek için mümkün olan her cephede reddedilir uysallık.” (O’Hara, 2003)

Punk modası bir anti-modadır. Anti-moda, modaaya yönelik bir kayıtsızlık değil, zamanın hâkim modasına karşı simgesel bir muhalefeti tarif etmektedir. Davis (1997), toplumda birçok kişinin modaaya kayıtsız olduğunu fakat anti-modacılar da tasarlanmış bir uyuşmazlığın mevcut olduğunu ve bir karşı kültür olarak Punk’ların da bir anti-modacı olduğunu söylemiştir. Punk’lar, her gün işe giden orta sınıf dünyasına ve onların giyim modasına karşıdır ve bunu, içinde buldukları dönemin modasıyla alakası olmayan zincirlerle donatılmış ceketler, delinip küpe takılmış yanaklarıyla sadomazoşist tavırlı giyimle göstermişlerdir (Davis, 1997). Hâkim kültürde çirkin kabul edilen göstergeleri kullanmışlardır. Vazelinle dikleştirilmiş doğal olmayan saçlar, pejmürde saç kesimleri, boyunlarına taktıkları köpek tasmaları bu göstergelerden bazılarıdır (Young, 1999).



Şekil 4.31. : Punk gençlik altkültüründen bir topluluk (<http-31>)

Punk müziği olarak bilinen Punk-rock, rock kültürünün temel rolleri olan pek çok olumsuz ögeyi –*kötü çocuk, isyankâr, uygunsuz, yasa tanımaz, zevk düşkün, toplumdışı*- barındırmıştır. Dahası alternatif bir tür olarak Punk rock, rock kültüründeki ‘kötü çocuk’ imajını absürd derecede abartarak, en uç noktaya taşımış ve müzikleri toplumda genellikle “gürültü” olarak görülmüştür. Punk’lar, müziği teknik bir maharet gösterisi olarak görmemiştir. Punk müziği -formal bir eğitimden geçen müzisyenleri olsa dahi- kasıtlı bir amatörlük içermiştir. Young’ın (1999) tanımıyla Punk’ın estetik duyarlılığı *çiğ ve cilasızdır*. Bu ticari bir kaygı taşımadıklarının göstergesidir (Young, 1999).

“Öte yandan, İngiltere’deki müzisyenler hayatlarını idame ettirecek düzenli işler bulmakta büyük zorluk çekmekteydiler. Sergiledikleri işçi sınıfı tarzı ve davranışları, ‘fakir gibi görünmek’ ya da ‘yakınıp durmak’ amacıyla edinilen orta sınıf özellikleri değil, hayatlarının gerçeğiydi. Bu nedenle İngiliz punk’ı yalnızca müzik yapmak için yapılmış bir müzik değil, aynı zamanda ciddi bir toplumsal mesajdı. Bu müzik işçi sınıfının huzursuzluğunu anlatıyordu. Kimi zaman da toplumsal ve ekonomik çaresizliği yansıtan bir çılgıktı.” (Young, 1999)

Akımın başlangıcı 1965’te New York’ta kurulan Velvet Underground müzik grubu sayılmaktadır. Grubun giyim tarzı gibi şarkı sözleri de Punk tarzının ilk işaretlerini taşımıştır. 1960’ların ortalarının rock’n roll müziğinin iyimser ve romantik aşk hikâyelerini konu etmesinin aksine grup eroin bağımlılığı ve sadomazoşizm gibi

kamuoyunca uygunsuz bulunan konular üzerine yoğunlaşmışlardır. “Eroin”(Heroin) isimli şarkının sözlerinde Punk kültürünün “Gelecek Yok” ve “İplemiyorum” sloganlarının temelleri görülmektedir (Young, 1999).

“...  
Mal damarlarımda dolaşmaya başlamaya görsün  
Artık hiçbir şeyi ipelemem  
Ne siz şehirdeki bütün dalaverecileri  
Ne de birbirinin kuyusunu kazanları  
Ve ne de delirmiş gibi böğüren politikacıları  
...” (Young, 1999)

Eroin orta sınıf zihniyetini rahatsız eden ve korkutan bir tabu olması sebebiyle rahatsız edici olmuştur. Fakat Punk zaten bilinçli bir şekilde toplumu rahatsız etmek ve tabu yıkmak istemiştir. Velvet Underground grubunun “Venus in Furs” şarkısı da diğer bir tabu olan sadomazoşizmi konu almaktadır (Young, 1999).

“...  
Parlak parlak deri çizmeleri öp  
Parlak parlak deri, karanlıkta  
Köseleyi yala, yolunu gözleyen kemeri  
Vur sevgili sahibem ve onun vicdanını rahatlat  
...” (Young, 1999)

Mazoşizm Punk’ın belli bir şeye dikkat çekmek üzere kullandığı bir şok taktiğidir. Sadomazoşizme özgü çılgınlıklar aslında özgür toplum düşüyle ilişkilidir. Young (1999), John Pareless ve Patricia Romanovski’nin Punk müzik grubu Velvet Underground hakkındaki görüşlerini aktarmıştır.

“Velvetler bilinçli edepsizlikleri, çirkinliğin içinde güzellik görme kavrayışları ve şarkı sözleri ile biricikti. ‘Çiçek gücü’ (flower power) döneminde, toplumsal yabancılaşma, cinsel sapkınlık, uyuşturucu bağımlılığı, şiddet ve umutsuzluktan üstü kapalı sözler kullanmadan bahsettiler. Hem sözleri hem de müzikleri açısından şarkıları modern şehir yaşamının canlılığı ve yıkıcılığını yansıtır.” (Pareless & Romavoski, 1983. Aktaran: Young, 1999)

Punk giyim kültüründe sadomazoşizm temel unsurlardan biri olmuştur. Köle kıyafetleri, zincirler, deriler, ziynet olarak takılmış olan jiletler ve çengelli iğneler, kancalar, piercingler sadomazoşist görüntüye ulaştıran malzemelerdir. Toplum içerisinde korkutucu ve tiksindirici görüntüye ulaşmak dehşet ve şok etkisi yaratmak amacına hizmet etmiştir. Temel toplum değer ve tabularına karşı olan Punk’lar giyimlerini de bu değer ve tabulara saldırmak amacıyla kullanmışlardır (Young, 1999).

İlk Punk grubu olarak kabul edilen Velvet Underground'ın giyim tarzı 1960 giyim modasının nonkonformist bir antitezidir. Kendileriyle kamuoyu arasına mesafe koymak için bilinçli bir şekilde kaba bir görünüm oluşmuşlardır. Siyah deri ceketler, siyah botlar, siyah yelekler, siyah kotlar, tişörtler, süveterler ve siyah güneş gözlükleri kullanarak bir gangster görüntüsü çizmişlerdir. Sürekli kullandıkları siyah güneş gözlüklerinin yarattığı iletişime kapalılık bir tür 'uzak dur' çağrısıdır. Bu iletişime kapalılığı beden dilleriyle pekiştirmiş; sahnede seyircilere sırtlarını dönerek çalmalarıyla ünlenmişlerdir. Underground tarzına uygun bir şekilde sahneye çıktıkları bodrum barları ve avangart film evlerinde bir hayran kitlesi edinmiş; bu tarzı benimseyen bir gençlik kitlesi oluşmuştur (Young, 1999).



Şekil 4.32. : Velvet Underground müzik grubu (<http-32>)

1974'de Manhattan'da açılan 'CBGB & OMFUG' isimli mekân, müzik sektörünün tutucu olduğu bu yıllarda, deneysel rock kültürüne aşina bir kitle oluşturarak Punk evriminde katalizör görevi görmüştür. 1975 yazında dört hafta boyunca 40'tan fazla grubun sahne aldığı bir rock festivali düzenleyen CBGB, müzik tarzının eklektik olmasına rağmen, giyim kuşam açısından belli bir imaj yaratmış, olgun İngiliz Punk'ının bir önceki safhasını oluşturmuştur. İmajları Glitter Rockçılara bir tepki niteliğinde oluşmuş; Glitter Rockçuların cinsiyeti muğlaklaştıran gösterişli giyimlerinin aksine yırtık, pis sokak kıyafetleri giyinmişlerdir. En önemli giyim gösterenleri yırtık tişört, yırtık denim pantolon ve bu yırtıkları birbirlerine tutturdukları çengelli iğneler, kısa ve diken diken saçlarıdır. CBGB'deki bu giyim tarzı İngiliz Punk akımının temelini oluşturmuştur. İngiliz menajer ve yapımcı Malcolm McLaren, CBGB'nin düzenlediği

rock festivaline katılmış, bu Punk kültürünü İngiltere'ye taşıyan isim olmuştur (Young, 1999).

Felsefi temelleri olan Punk'ın, Amerika'da başlamasına rağmen İngiltere'de tam anlamıyla olgunlaşan bir gençlik akımı haline gelmesi İngiltere'deki ekonomik ve toplumsal koşullar ile bağlantılı olmuştur. İngiltere 1975'te 2. Dünya Savaşı'ndan beri gördüğü en yüksek işsizlik oranlarından biri yaşamış, bu durum en çok işçi sınıfı gençliğini etkilemiştir. Bu dönemde genç işçi sınıfının çoğu işsiz, işi olanlar ise çok düşük ücretli, düşük statülü, sıkıcı, yaratıcılığa olanak tanımayan işçilerde çalışmışlardır.

“Delikanlı fabrikaya gittiğinde şok geçirmez ve her şey tanıdık gelir, çünkü çıldırtıcı sıkıcılığa, zaman kaybına aşınadır...çünkü okulda, yabancılaşmaya giden yoldaki bu gerçek deneyimleri zaten öğrenmiştir. Sonuç tipik işçi sınıfı kaderciliğidir.” (Brake, 1980)

Brake'in (1980), bahsettiği işçi sınıfının kaderciliği kendisini antikapitalist ve burjuva karşıtı bir düşünce dünyası ile dışavurmaktadır. Genç işçi sınıfı kendileri için istikbal vaat etmeyen ulusal ekonomik gidişatının sebeplerinin toplumsal yapı, istismarcı işveren ve politikacılar olduğunu düşünmeye başlamakta ve tavır geliştirmektedir. (Brake, 1980) Punk İngiltere'de böyle bir sosyolojik gelişimle yerini almıştır. İngiliz Punk'ı, işçi sınıfı gençlerinin mağdur olduğu bir dönemde ortaya çıkmıştır. Gençler kendilerine dair bir gelecek görememiş; bundan kapitalist toplumsal sistemi sorumlu tutmuşlardır. Buna bağlı olarak, Punk'ın olgun dönemi diye tanımlanan bu dönemde, fakirlik kavramı Punk'lar için önemlidir. Bu dönemde Punk'ın görünüşü çok zayıftır. Bu yeterince beslenmemek anlamına gelmektedir ve zayıflama burada bir reddiye işaretidir. Fanzinleri, “şişman adamlar” ve “yağ tulumu kapitalistler” ile ilgili kinayeler ile doludur. Punk'ların bilerek yırtık tişört giymesinin altında gene fakirlik kavramı vardır (Hebdige, 2004).

Modern hayatın anlamsızlığı üzerine kurulu bir felsefeye sahip olan Punk'ların makyajla oldukça beyazlatılmış yüzleri ölü beyaz yüzleri temsil etmektedir (Hebdige, 2004). Punk'ların solgun yüzleri, siyaha boyalı gözleri, boyalı dişleri ile oluşturdukları ölümle ilgili gösterenler karamsar, geleceğe dair beklenti ya da umut taşımayan düşünceleriyle ilişkilidir. Bu bir tür 'yürüyen ölü' görüntüsü Punk'ın sloganı haline gelen “Gelecek Yok” fikriyle örtüşen bir görünümdür (Young, 1999).



Şekil 4.33. : Punk gençlik altkültüründen gençler ([http-33](http://33))



Şekil 4.34. : Punk gençlik altkültüründen gençler ([http-34](http://34))

Punk giyim kuşamında faşizm simgelerinin kullanılması Punk'ların bir başka şok etme tekniğidir. Bir Nazi göstereni olan Gamalı haçın dövmesini ve Nazilerin törensel malzemelerini kullanmışlardır. Fakat Punk'lar bu göstergeleri faşizm yanlısı olduklarının sembolü olarak değil, topluma faşizmin içinde barındırdığı gaddarlığı hatırlatmak için kullanmışlardır (Young, 1999). Punk'lar, Irkçılığa Karşı Rock Kampanyası gibi anti-faşist hareketlere geniş kapsamlı destek vermiş, 1970'lerde yeniden ortaya çıkan ırkçılığa tepki göstermişlerdir. Punk'lar, karşı oldukları faşizmin

gösterenlerini kullanarak, göstergelerin işlevlerini dönüştürmüştür. Böylece gamalı haç göstereni geleneksel anlamı olan Nazizimden kopartılmış, alternatif altkültürel tepkiye yerleştirilmiştir (Hebdige, 2004).



Şekil 4.35. : Gamalı haç dövmeli Punk'lar ([http-35](http://35))

CBGB'nin düzenlediği rock festivaline katılıp Punk-rock kültüründen etkilenen İngiliz menajer ve yapımcı Malcolm McLaren İngiltere'ye döndüğünde, daha sonra ciddi bir fenomen olacak, bir Punk müzik grubu kurmuştur. McLaren, giysi tasarımcısı Vivienne Westwood ile birlikte kurduğu 'Sex' isimli kostüm mağazasının isminden yola çıkarak gruba 'Sex Pistols' adını vermiştir. Sex Pistols grubunun üyeleri, enerjilerini Rock müziğine kanalize etmeden önce, içlerindeki nefret ve yabancılaşmayı suç işleyerek dışavurmuş varoş mahalle gençleridir. Sex Pistols grubu, polise saldırma, kamu malına zarar verme, silah taşıma, araba hırsızlığı, ev soyma, kavga çıkarma, toplum huzurunu bozma gibi suçlardan sabıkalı Londra'lı dört fakir işçi sınıfı gencinden oluşmuştur. Grubun agresif tavırları ve müziklerindeki hâkim toplumsal değerleri aşağılayıcı sözleri sebebiyle ilk konserleri sadece on dakika sürmüştür. Grup ikinci konserini Sanat Merkez Okulu'nda vermiş, otuz dakika sonra kovulmuştur. Yerel basın, İngiliz toplum değerlerini aşağılayan grubun barbar ve yetenezsiz olduğuna dair birçok kötüleyici haber yapmıştır. Basının Sex Pistols'u kötülemesini iki sonucundan biri; Punk'ların muhafazakâr toplumun öfkesini çekmesi, diğer sonucu ise daha geniş bir genç hayran kitlesinin dikkatini çekmesidir. Punk gençliği gittikçe çoğalmış ve sokaklarda görünürlükleri artmıştır. Sex Pistols hayranları konserlerde plastik çöp

torbaları, boyunlarında köpek tasmaları, kayışlar, çengelli iğnelerle tutturulmuş yırtık giysiler gibi fazlasıyla sıra dışı kıyafetlerle görünmeye başlamıştır. Sonuç olarak kimlik sembolleri sayesinde, görselliği vurgulanan ve toplum içinde hemen tanınabilen bir Punk topluluğu ortaya çıkmıştır (Young, 1999).

Punk'lar ekonomik ve sosyal hayata katılmaya reddetmiş ve görünüşleri, söylemleri, afişleriyle düzene ait her şeyi protesto etmişlerdir. Punk müzik grubu Sex Pistols'un konserleri halkın ar ve namus duygularıyla oynadığı gerekçesiyle kent yönetimlerince yasaklanmış, mecliste İngiliz hayat tarzını tehlikeye düşürdükleri gerekçesiyle yerilmişlerdir. Plaklarına konulan ambargo ve sahne yasakları sebebiyle sahte isimlerle konser vermişlerdir (Marcus, 2013).



Şekil 4.36. : Sex Pistols müzik grubu (<http-36>)

Punk'lar sadece artan işsizlik ve yoksullukla değil hegemonya ve aristokrasiye de tepki göstermişlerdir. “İngiltere'nin çöküşü” diye bilinen süreci dramatize etmişlerdir. İngiltere Kraliçesinin tahta çıkışının 50. Yıldönümü olan 1977 yılında Punk müzik grubu Sex Pistols'un “God Save the Queen” (Tanrı Kraliçeyi Korusun) şarkısını yapmışlardır (Hebdige, 2004).

“Tanrı Kraliçeyi korusun  
Faşist rejimi de  
Sizi bir moron  
Potansiyel bir hidrojen bombası yapan  
Tanrı Kraliçeyi korusun  
O bir insan değil  
Gelecek yok  
İngiltere’nin hayallerinde  
Gelecek yok gelecek yok gelecek yok  
...” (Young, 1999)

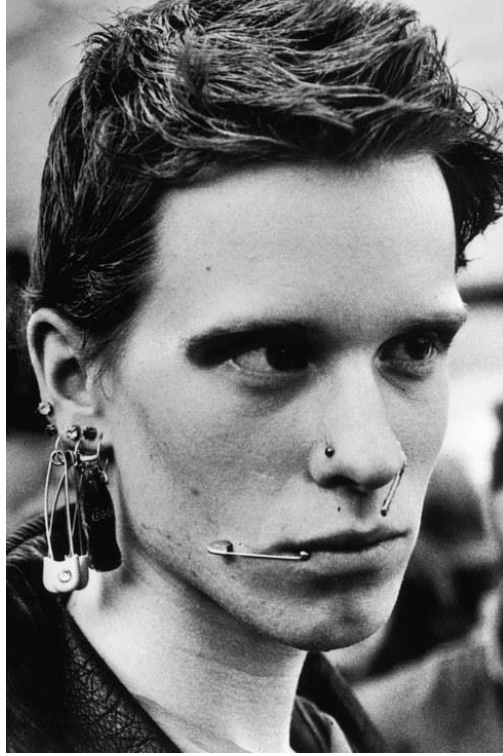
Kraliçenin tahta çıkışının 50. Yıldönümü kutlamalarının ortasında Sex Pistols’un “Tanrı Kraliçeyi Korusun” (God Save the Quenn) şarkısı çıkarmış, beş gün sonra BBC ve özel radyolar şarkıyı yayınlamayı yasaklamış buna rağmen şarkı İngiltere’deki müzik listelerinde birinci olmuştur. Grup şarkının başarısını kutlamak üzere “Queen Elizabeth” (Kraliçe Elizabeth) isimli geminin güvertesinde bir parti vermiş, gemide Parlamento Binası’nın önünden geçerken “Anarchy in U.K.” (Birleşik Krallıklarda Anarşi) şarkısını çalınmıştır. (Young, 1999) Rowe’a göre İngiltere’de yetmişli yıllarda artan işsizlik ve parlamenter demokrat aygıttan yabancılaşmanın derinleşmesi Punk’ın muhalif duruşunu radikalleştirmiştir (Hebdige, 2004). Altkültürler, işlevi egemen biçimleri protesto etmek olan biçimler üretirler. Punk altkültürü, egemen ikonolojiye en fazla saldıran grup olarak, İngiliz aristokrasini –basının ve muhafazakâr toplumun baskılarına rağmen- eleştirmiştir. Örneğin; Sex Pistols’un 1977’de hazırlanan el ilanlarında, kraliçenin fotoğrafının ağzına çengelli iğne tutturulmuştur. Çengelli iğne batan, birleştiren, iptal eden bir malzeme olarak bir Punk göstereni haline dönüşmüştür (Erşen, 2002).

“Çengelli iğneler, ya doğrudan doğruya yaşanıp abartılan ya da sempatik bir şekilde kabul edilen ve bunun sonucu olarak da, gündelik yaşamın tinsel yetersizliğini temsil eden göreceli maddesel yoksulluğu niteliyorlardı.” (Hebdige, 2004)



Şekil 4.37. : Sex Pistols müzik grubunun el ilanı (Young, 1999)

Punk'ın gençlik altkültürleri içerisinde semiyotik olarak en zengin kültür olduğunu söyleyen Hebdige (2004), gençlik altkültürlerini diğer kültürlerden ayıran temel özelliğinin kendi göstergelerini yaratmış olmaları olduğunu söylemiştir. Gençlik altkültürleri nesnelere temel işlevlerinin dışında kullanmış ve böylece nesnelere kendi anlamlarını yüklemişlerdir. Örneğin; çengelli iğneler, ev içindeki kullanım ortamlarından alınıp çene, dudak veya kulak etrafında kullanılmış, nesnenin temel işlevi olan –iki kumaş parçasını ihtiyaç için birleştirmek- değişmiş, Punk'ın tabusuz özgür toplum idealinin dışavurumu olan mazoşist tutumları çerçevesinde, Punkçıların ürkütücü piercingleri haline gelmiştir (Hebdige, 2004).



**Şekil 4.38.** : Çengelli iğneyi piercing olarak kullanan bir Punk genci (<http-37>)

Altkültür gençlerinin gösterge oluşturma biçimi nesnelere işlevlerinin dönüştürülmesidir. Bu dönüşüm, eski nesnelere yeni sembolik içerik yükleme prensibine dayanmaktadır. Nesnelere işlevleri dönüştürüldüğünde, yeni yüklenen anlamlarını iletir böylece gösteren (nesne) –temel işlevi anlam barındırmasa bile- iletişimsel bir eylem aracına dönüşmektedir (Gootdiener, 2005). Punk’lar sahte leopar derisi, PVC, plastik, lureks gibi modası geçtiği için kenara atılan kaba tasarımlı ürünleri kullanmıştır. Ürünlerin demode olması Punk’lar için tercih sebebi olmuştur. Bu örnekte modası geçmiş ürünler gösteren, Punk’ların modernitenin zevk nosyonlarını dikkate almaması gösterilmiştir. Bilinçli bir şekilde yaygın estetik değerler hiçe sayılmış, demode olduğu için artık bir ‘çöp’ olan nesnelere bir başkaldırı sembollerine dönüşmüştür. Punk’ların şıklığa ilişkin genel fikirleri hiçe sayma tavırları, geleneksel kozmetik estetiğiyle hiç uyuşmayan makyajlarında da görülmektedir. Hem kadınlarda hem erkeklerde görülen sıra dışı makyajlarla yüzler soyut portreler haline dönüşmüştür. Saçlar saman sarısı, jet siyahı, açık turuncu gibi doğal olmayan renklerde boyanmış, vazelinle dikleştirilmiştir (Hebdige, 2004).

Altkültürel gruplar tarzlarıyla, karşı oldukları egemen kültürün toplumsal kodlarıyla oynamış, bu kodları manipüle ederek özgün üretimler gerçekleştirmiş ve

simgesel bir direniş gerçekleştirmişlerdir. Bauman (2000), düzen temeli üzerine kurulu modern ulus devlet yapılanmasında okul, fabrika, cezaevi, askeri kışla, karakol, ıslahevi, işyeri gibi modern icatların “düzenin fabrikaları” olduğunu söylemiştir. Bu ‘düzen’e saldıran Punk’lar için okul kurumu, hegemonik kültürü aktarmaları sebebiyle, bir hedef olmuştur. Punk’lar okul üniformalarının beyaz naylon gömlek, okul kravatları gibi küçük parçalarını, bir takım sembolik anlamlar ekleyerek giyinmişlerdir. Kravatlar bağlanmamış, gömlekler yazı ve sahte kanla kaplanmış, dar deri pantolonlar ve uçuk pembe tiftik ceketlerle kombin edilmiştir (Hebdige, 2004).

Punk sarsıcı görsel etki yaratacak şekilde giyinmiş, toplumsal norm olan ahlak kurallarına aykırı bir imaj oluşturmuştur. Bir red biçimi olarak edepsiz giyim kuşam, kamuoyunu şok etmek ve daha önce karşılaşmadıkları bir şeyler sunma amacı taşımıştır (Young, 1999).

“Özellikle de, yasak cinsel fetişizm ikonografisi, tahmin edilebilir bir etkiyle kullanılmıştı. Taciz edici maskeler, kauçuk giysiler, deri yelekler, ağ çoraplar, uzun sivri topuklu ayakkabılar ve akla köleliği getiren bütün eşyalar – kemerler, kırbaçlar ve zincirler- yatak odalarından, dolaplardan ve pornografik filmlerden çıkarılarak, yasak çağrışımlarını korudukları caddelere taşındılar.” (Hebdige, 2004)



Şekil 4.39. : Punk gençlik altkültüründen gençler ([http-38](http://38))

Punk, gençlik altkültürüne uygun metaforuyla döneminin problemleri gösterebilme açısından başarılı bir simgesel direniş örneği göstermiştir. Punk estetiği sanatçı ile halk arasında mesafenin olduğu bir dönemde ortaya çıkmış, proleter yanıyla

rock süperstarlarıyla zıtlık oluşturmuştur. İşçi sınıflılığının ağır bastığı toplumsal konumlarını işçi sınıfını sembolize eden kirli elbiseler giyerek ifade etmiş; ironilerle dolu göstergeler üretmişlerdir. Bir gençlik altkültürü olarak sokak çocuğu retoriği üretmiş, bu retoriği özgün ve imge yüklü sembollerle göstergeleştirmiştir.

Woodward (2016), Hebdige'nin 1979 yılında Punk hakkında yaptığı yorumlardan hareketle Punk'ın geleneksel tarzın karşısına çıkardığı ikili karşıtıklardan bazılarını şöyle listelemiştir;

- doğal - yapılandırılmış
- geleneksel - geleneksel olmayan
- cinsel açıdan saygın - cinsel açıdan sapkın
- münasip - bağlamdan kopuk
- incelikli - cırlak
- sessiz - gürültülü
- yumuşak - keskin
- zevkli - kitsch / uygunsuz
- profesyonel - amatör
- ahenk - kakofoni
- düzen - kaos (Woodward, 2016)

Young (1999) Punk politikası ile estetiğinin 20. Yüzyıl avangart estetik anlayışıyla pek çok benzerlik taşıdığını, her ikisinin de devrimci olduğunu söylemiştir. Young'a göre Punk felsefelerine uygun estetiği avangart akımın uyguladığı devrimci tekniği uygulamıştır. Sanat ile gündelik yaşam arasındaki sınırların bulanıklaşması, birbiriyle alakasız nesne ve davranışların yan yana gelmesi, alanlarında eğitim almamış icracıların kabul görmesi, gösteri biçimlerinin düzensizlik üzerine düzenlenmesi bu tekniklerden bazılarıdır. O'Hara (2003), da Punk'ların bilinçli ya da bilinçsiz bir şekilde avangart sanattan etkilendiklerini söylemiştir.

“Erken Punk'lar (belki de pek farkında olmadan) erken avangard (yenilikçi) sanat hareketlerinin de kullandığı birçok devrimci yöntem kullandılar: değişik giyim tarzları, sanatla günlük hayat arasındaki sınırların muğlaklaştırılması, görsel olarak birbirlerine uymayan nesnelere ve davranışların bir araya getirilmesi, seyircileri/dinleyicilerin kasten kışkırtılması, eğitilmemiş müzisyenlerin veya gösteri yapan insanların katılımı ve kabul edilen gösteri tarzlarının aşırı biçimde yeniden düzenlenmesi (veya düzensizleştirilmesi).” (O'Hara, 2003)

Avangart benzerliğe dâhil olarak Young (1999), Punk'ların giyim kuşam kültürünü Rus Fütüristlerinin yaptıklarına benzer devrimci unsurlar barındırdığını iddia etmiştir. Rus Fütüristlerinin silindir şapka ve küpe takıp, kadife ceket giyip, yüzleri boyalı biçimde saldırgan giyimleriyle fütürist duyarlılıklarını sokağa taşımaları gibi Punk'lar da zincirler, köpek tasmaları, renkli saçları, korku filmini andıran makyajlarıyla toplumsal yargılarını sokağa taşımış, benzer biçimde toplumlu 'rahatsız etmişler' dir (Young, 1999). O'Hara (2003), da Punk giyiminin Fütüristlerin giyimiyle benzerlikler taşıdığını söylemiştir;

“Punk hareketini etkileyen başka bir unsur da Fütüristlerin seçtiği giyim tarzıdır. Fütüristler edepsiz ve şoke edici kıyafetleriyle, küpe ve makyajlarıyla sanat karşıtı mesajlarını sokaklara taşımayı amaçlıyorlardı. Aynı giyim tarzı daha sonra modalarıyla dikkat çeken Londra'da Kings Road'daki Punk'lar tarafından da sergilenmiştir.” (O'Hara, 2003)

Birbiriyle ilgisiz unsurların yan yana getirilmesiyle oluşturulan Punk kolajı da birbirleriyle alakasız ve orantısız nesnelere yan yana getirildiği Dada ve Sürrealist sanatla benzerlik taşımaktadır. Bu benzerlikte, alışılmış nesnelere alışılmadık düzlemlerin içinde kullanılmasıyla, bağlamın farklılaşması söz konusu olmaktadır. Kolaj ve giyimlerindeki Dada benzerliğinin yanı sıra Punk akımının üyeleri kendilerini 'yeni-Dada' olarak tanımlamıştır. Saldırgan ve yıkıcı felsefe ve bu doğrultuda tarzları olan Punk'ların konserlerinde gerek sahnedeki icracılar gerekse izleyiciler saldırgan tavırlar sergilemiştir. Kışkırtıcı politikaya sahip Punk felsefesine uygun bir şekilde icracılar sahneye kusmak, seyircilere tükürmek, kırık şişelerle bedenlerinde açtıkları yaraları seyirciye sergilemeleri gibi saldırgan tavırlar sergilemişlerdir. Seyirciler ise bira şişelerini, bardakları, sandalyeleri sahneye fırlatmışlar; bu kapışma bir Punk ritüeli haline dönüşmüştür. İracı- seyirci kapışması Dadaist ve Fütürist performansların da bir parçası olmuştur. Bu performanslar da sahne sanatçısının oyunculara küfür ettiği seyircilerinde benzer kışkırtıcı tepkiler verdiği örnekler mevcuttur (Young, 1999).

“Punk hareketini etkileyen başka bir unsur da Fütüristlerin seçtiği giyim tarzıdır. Fütüristler edepsiz ve şoke edici kıyafetleriyle, küpe ve makyajlarıyla sanat karşıtı mesajlarını sokaklara taşımayı amaçlıyorlardı. Aynı giyim tarzı daha sonra modalarıyla dikkat çeken Londra'da Kings Road'daki Punk'lar tarafından da sergilenmiştir.” (O'Hara, 2003)

Punk'ta da Ekspresyonizme benzer şekilde değerlere yönelik saldırı kültürü mevcuttur. Ekspresyonizmin sembolü haline gelen çılgılık, Punk'ın hem şarkılarında hem de fanzin, kaset kapağı, el ilanları gibi basılı ürünlerindeki grafik tasarımlarında çok kullandıkları bir motif olmuştur (Young, 1999).

#### 4.9. Glam-rock

Glitter Rock adıyla da bilinen Glam Rock, 1970'lerin başlarında İngiltere ve ABD'de eşzamanlı olarak ortaya çıkan bir gençlik altkültür grubudur. Müzikal olarak ağır metal, art-rock ve punkı çağırırsa da Glam, hard-rock ve pop tarzının ağır gitar soundlarıyla şekillenmesiyle oluşmuştur (Encyclopedia Britannica, 2014). Diğer gençlik altkültürleri gibi geleneksel toplumda sakıncalı bulunan konuları dışavurmuş ve kamuoyunun tepkisini çekmiştir. Glam Rock, genel kabul gören değerlere simgesel bir saldırı gerçekleştirmiş, bu değerlerin başında cinsiyet rolleri gelmiştir. Temel rock-and-roll kitlesi arasında, kendi zamanına kadar, ilk kez geleneksel cinsiyet rolleri ve cinsiyet ayırımına yönelik tavır geliştiren altkültür grubudur (Young, 1999). 70'li yılların başında bir kült olmayı başaran Glam altkültüründe temel vurgu, kendinden önceki gençlik altkültürlerindeki temel vurgu olan sınıf ve gençlik, cinsellik ve cinsiyet sınıflandırılmasına kaymıştır (Hebdige, 2004).

Glam rock, giyim aracılığıyla gösterilen geleneksel cinsiyet rolüne, androjenik görünümleriyle tepki göstermişlerdir. Aslında kıyafette cinsiyetlerin birbirini taklit etmesi, androjeni, 18. Yüzyılın ortalarına kadar aristokrat erkeklerde; krallar, dükler, kontların kadınlardan çok daha ihtişamlı mücevherler, daha canlı renkler ve kumaşlar kullanmasıyla görülmektedir. Fakat Victoria döneminde erkeklere iş, meslek, geçim sorumluluğu verilmiş bununla birlikte erkek kıyafetlerine sade ve ağırbaşlı olma kuralı getirilmiştir. Bunun sonucu olarak erkekler, kadınsılığı çağırıştıran kıyafetlere yönelik hassasiyet göstermeye başlamışlardır. Sanayi devriminden sonra bu durum daha da kemikleşmiş, giyimde cinsiyet kodu bir tabu haline gelmiştir (Davis, 1997). Toplumsal cinsiyet rollerine bağlı olarak erkek ve kadınların kıyafetleri kesin çizgilerle birbirlerinden ayrılmıştır. Toplumsal cinsiyet rollerinin giyim kodlarıyla kendini yeniden ürettiği modern çağda Glam rock, geleneksel erkek ve kadınlara uyan standart cinsiyet streotiplerinden rahatsız olan gençler için, makyajı ve boyalı saçlarıyla farklı bir cinsel imaj oluşturmuştur. Glam rock, daha önceki Rock ve diğer gençlik altkültürleri tarafından bastırılan, ihmal edilen veya gizlenen cinsel kişilik sorunları üzerinde durmuştur (Hebdige, 2004).

Glam rock altkültürüne ait gençler, kendilerini radikal anlamda özgür kılmaları da hegemonik kültür olan yetişkin dünyasını sorgulamış, bu sorgulamayı da geleneksel erkek ve kadın imajlarını bilinçli bir şekilde bozarak gerçekleştirmişlerdir.

“Sigarayı tutuş şekilleri, 50’li yılların plastik sandalyeleri (aynen Boy’un yaptığı gibi), kendine özgü omuz duruşlarıyla bu zarif yaratıklar, gençlik kültürünün muhalif içeriği ve “otantikliği” üzerinde duran rock yorumcularını utandıran ve dehşet içerisinde bırakan bir uydurmaca oyununa katılmışlardı.” (Hebdige, 2004)



Şekil 4.40. : *Glam Rock gençlik altkültüründen iki genç (http-39)*

Glam rock tarzı; makyaj malzemeleri, uniseks ve kadın kıyafetleri ile aksesuarları kullanma eğilimi içindeki erkek müzisyenlerce şekillendirilmiştir.

“Bu müzisyenlerin sahne kişilikleri, hem Elvis Presley ve Rolling Stones gibi müzisyenlerin ortaya koyduğu rock-and-roll maçoğunun geleneksel giyim kodlarından ve hem de cinsiyet ayrımı için kullanılan kanıksanmış giyim anlayışlarından ayrı düşen bir çizgide ifadesini bulmuştur.” (Young, 1999)

Glam rock müzisyenleri, 1960’lardaki cinsel devrim ve güçlenen gay özgürlük hareketiyle birlikte, bireyin cinsel kimliğine dair bir okumaya izin vermeyen androjen giyimi gösteri dünyasında kullanmaya başlamışlardır. Young (1999), Warhol ve Hackett’in 60’lı yıllarda transeksüel bireylere yönelik toplumsal algının yaşadığı değişimi anlatışlarını aktarmıştır.

“67'nin sonlarına kadar travestiler ucube (freak) çevrelerde hala kabul görülmemiştir. O zamana dek nerelerde sürtmüşlerse – kenar mahallelerde, büyük şehirlerinin çeşitli bölgelerinde, özellikle de kendi muhitlerine yakın köhne küçük otellerde- oralara çürük dişleri, kötü kokuları, berbat makyajları ve pespaye elbiseleriyle toplumdışı kişiler olarak takılmaya devam etmekteydiler. Fakat sonra, uyuşturucuların ya da cinsel sapkınlıkların ortalama kişilerin de yaşamlarına girmesiyle, insanlar travestileri biraz daha tanımaya ve onları kaybetmeye mahkûm depresifler olarak değil de ‘cinsel radikaller’ olarak görmeye başladılar. İşte bu şekilde 68’de, onlardan yıllarca tiksinen halk travestileri, Drag Queen’leri kabullenmeye ve hatta peşlerinden koşup her yere davet etmeye başladı.” (Warhol ve Hackett, 1980. Aktaran: Young, 1999)

68 hareketinin cinsel devrim kazanımına rağmen transvestizm sadece deneysel sanat camiasınca ilgi çekip ve bir ölçüde kabul görmüş, hâkim kültür tarafından kabul edilmemiştir. Bu nedenle, orta sınıfı şok etme etkisini korumuş, Glam rock’ın temel malzemesi olmuştur. Toplumda şok etkisi yaratarak bir konuya dikkat çekmek için kullanılan şok etme tekniği, rock-and-roll müzisyenlerince kullanılan bir tekniktir. Fakat seyirciler üzerinde, sergilenen şok göstergeleri kanıksandıkça, göstergelerin etkisi zayıflamış, yerine daha etkili daha uç yöntemler denenmiştir. Örneğin; Punk rockçıların sadomazoşist göstergeleri kullanarak yarattıkları şok etkisi zayıflayınca, Glam rockçılar transvestizm hakkında şarkılar yazıp travesti giyimiyle konserlere çıkararak şok etkisini daha üst seviyeye taşımaya çalışmışlardır (Young, 1999).

Glam rock ve tarzı aşamalı bir gelişim göstermiştir. 1970 yılında Punk müzik grubu Velvet Underground’dan ayrılan Lou Redd, şarkı sözlerinde cinsel roller ve transvestizme değinmiştir. 1967-1975 yılları arasından Tyrannosaurus adlı grupta çalan İngiliz müzisyen Marc Bolan ise şarkı sözlerinde cinsiyet ayrımcılığını işlemese de uzun saçlı, makyajlı, payetli ceket giyinmiş androjen görüntüsüyle sahneye çıkmıştır. Fakat tam anlamıyla Glam tarzı müzisyen David Bowie ile gelişimini tamamlamıştır. Bowie, Redd ve Bolan’dan etkilenerek oluşturduğu müzik ve giyim tarzını Redd ve Bolan’dan bir üst noktaya taşımıştır (Young, 1999).



Şekil 4.41. : *Glam Rock müzisyeni Marc Bolan (http-40)*



Şekil 4.42. : *Glam Rock müzisyeni Marc Bolan (http-41)*

David Bowie, Punk grupları ve müzisyenleri –Redd ve Bolan-, sanatsal avangart düşünce ve underground sinemadan beslenerek özgün ve marjinal bir estetik ortaya koymuştur. Şarkı sözü yazarken edebiyatçı William Burroughs’tan etkilenen Bowie, gelişi güzel olmuş ünlü bileşimleri parçalama tekniğini kullandığını söylemiştir. Kitle gençliğine hitap eden Bowie, 70’li yılların başlarında eşcinsel görüntüsüyle bir kült haline gelmiştir. (Hebdige, 2004) Yüksek platformlu çizmeleri, desenli tulumları, boyalı aslan yelesi saçları, yüz ve vücut makyajıyla Bowie, baştan aşağı androjen bir aşırılık içermiştir (Fogg, 2014).



Şekil 4.43. : Glam Rock müzisyeni David Bowie (<http-42>)

Bowie, konserlerinde kullanmak üzere, ortak özelliği eşcinsellik olan bir dizi kurgusal ikinci kişilik yaratmıştır. Kendi kurguladığı bu ikinci kişiliklerden bazıları; Marstan gelen uzaylı Ziggy Stardust, yok olma eşiğinde olan dünyayı kurtarma mücadelesi veren fütüristik Aladdin Sane, Mr. Newton, çılgın bir aristokrat olan Zayıf Beyaz Dük ve Sarışın Fuehrer'dir (Young, 1999).



Şekil 4.44. : Glam Rock müzisyeni David Bowie (<http-43>)

Bowie, Mayıs 1972’de sahneye, daha sonra bir fenomen haline gelecek olan, Ziggy Stardust adını verdiği tiplmesiyle çıkmıştır. Fogg (2014), Bowie’nin Ziggy Stardust kurgusal karakteriyle sahneye çıkmasını, androjen alter egosunu Glam rock sahnesine taşıdığı şeklinde yorumlamıştır.

“Zarif, egzotik, androjenik bir kişilik olan Ziggy ufak tefek, narin yapılıdır; turuncu renkte kısa, diken diken saçları vardır; yüzü boyalı ve tırnakları ojelidir; vücudunu sıkıca saran, payetli, fütüristik kıyafetler giymektedir. Bowie rock’a daha önce hiç rastlanmayan bir cinsiyet muğlaklığı unsuru katmıştır.” (Young, 1999)



Şekil 4.45. : David Bowie’nin “Ziggy Stardust” kostümü. (Fogg,2014)

Şekil 4.45.’de görülen David Bowie’nin kurgusal Ziggy Stardust karakteriyle giydiği Glam rock kıyafeti Japon tasarımcı Kansai Yamamoto tarafından tasarlanmıştır. Tüm vücudu saran dar kıyafet, jakarlı trikotaj makineleri kullanılarak hazırlanan örme bir kostümdür. Kıyafetin özellikle bel ve kasık bölgelerindeki darlıkla Bowie’nin oldukça zayıf neredeyse cinsiyetsiz yapısını vurgulamıştır. Kıyafetin sol kolu ve aksi yöndeki sağ bacağına kadar açıkta bırakan bölümleri, Bowie’nin Mars’tan gelen bir uzaylı şeklinde kurguladığı Ziggy Stardust karakterine uygun şekilde, kasıtlı bir androjenlik sağlamıştır. Kostüm ışık altında parlayan metalik Lurex ipliklerle örülmüş, el ve ayak bileklerinde -kelepçe havası taşıyan- aynı parlak metalik kumaştan büyük boy halka bilezikler kullanılmıştır. Önleri kısa ve diken gibi, yanları uzun ve

arkada bir kuyruğu olan kızıl aslan yelesi saçları temelde bir kadın saçı modelidir. Alnına altından bir çember olan Ziggy logosu çizilmiş, parlak bir makyaj yapılmıştır. Bu kıyafetin androjen tiyatrallığıyla Bowie, İngiltere ve Amerika’da oldukça popüler hale gelmiştir. Amerikan *Rock Scene* dergisi, Ekim 1973 sayısında “Kendiniz Yapın: David Bowie Görünümü” başlıklı “nasıl yapılır?” dosyası hazırlamıştır (Fogg, 2014). Bowie, kıyafet ve makyajıyla Ziggy Stardust karakterini sahne dışında da korumuş, kamuoyunun karşında sürekli bu kurgusal androjen stille çıkmıştır. Glam rockerlar, Ziggy Stardust stilini taklit etmiş, konserlerde ve gündelik yaşamlarında böyle giyinmişlerdir (Young, 1999).

“Genel olarak sahne gösterilerine mahsus olan irkiltici dış görünüşleri sokaklara taşınmasıyla Bowie’nin yarattığı etki çok daha keskinleşir. Tiyatro gösterisi bağlamında bile yeterince tuhaf kaçan bir şey halk arasında daha da garip durmaktaydı.” (Young, 1999)

Bowie kişilik ve seks ile ilgili iletilerini fantastik bir geçmiş veya bilim-kurgu bir gelecek hayalleri üzerinden vermiştir. Hebdige (2004), Bowie’nin işçi sınıfı yaşantısının problemleri gibi çağdaş siyasal ve toplumsal sorunlara açıkça ilgisiz kaldığını, bunun yerine gerçek dünyayla ilgisi olmayan kurgusal bir estetik dünya yarattığını söylemiştir. Bu bağlamda Glam rock, işçi sınıfı problemlerine yönelik apolitik tutum sergiledikleri yönünde eleştirilere maruz kalmışlardır. Fakat Glam rockçılar, öteki olma durumlarını ileten alternatif bir kimlik oluşturmuşlardır. İşçi sınıfından gelen kişiler olarak işçi sınıfı gösterenleri yerine sembolik seviyede yeni bir stereotip geliştirmişlerdir. Bir anlamda hem orta sınıf kültürünün geleneksel cinsiyet rollerine, hem de geleneksel işçi sınıfı püritenliğine karşı bir biçim geliştirmişlerdir. İşçi sınıfını değil sınıfın püriten yanlarını sorgulamışlardır. Bu bağlamda Dazlak, Punk, Reggea gençlik altkültürlerinin yaptığı gibi ana kültürün işçi sınıfını anlamdırma biçimlerini dramatize ederek işçi sınıfılığını vurgusu yapmamışlardır. Glam rockerlar, sembolik seviyede, hem cinsiyet hem de sınıf stereotiplerine karşı çıkmışlardır (Hebdige, 2004).

Redd ve Bowie’nin izinden giden New York Dolls, bir diğer önemli Glam rock grubudur. Grup cinsiyet göstergelerini bulanıklaştırmayı ve tiyatral giyimlerini sokağa taşımayı farklı bir boyuta getirmiştir. Bowie ve Redd androjen giyimleriyle hâkim giyim anlayışıyla ayrı düşseler de bir takım moda eğilimlerinden etkilenmişlerdir. Örneğin; Bowie ‘uzay çağı’ modasından etkilenmiş fütüristik tasarımlar, Redd 1970’lerde rock-and-roll müzisyenler sayesinde belli bir yaygınlık kazanmış siyah

ağırlıklı tasarımlar giyinmiştir. Fakat New York Dolls, o zamana kadar giyim modasında hiç kullanılmamış giyim kuşam öğelerini kullanarak androjeniyi en uç noktada yansıtmıştır. Grup standart cinsiyet giyim kodlarının çok ötesine geçen çeşitlilikte bir giyim tarzına sahiptir. Apartman topuklu çizmeler, deri pantolonlar, leopar derisinden tulumlar, taytlar, file çoraplar, eşarplar, kadın bluzları, süet ceket ve yelekler, bilezikler, melon şapkalar grubun Glam tarzını uç noktaya taşıyan giyim öğelerinden bazılarıdır. Grup ayrıca oldukça androjenik makyajları, boyalı, permalı uzun saçları, fantezi elbiseleriyle cinsel kimlik kalıplarını muğlaklaştırmış, Kirby'nin (1972), deyişle *normal erkekler ve gayler arasındaki görsel sınırları başarıyla yıkmıştır* (Young, 1999).



Şekil 4.46. : New York Dolls grubu ([http-44](http://44))

New York Dolls'un bilinçli bir şekilde kurguladıkları alaylı androjenik görüntüleri Glam rockın en parlak dönemi sayılmaktadır. New York Dolls grubu üyelerinin sahne dışındaki taşkın hareketleri Glam rockın bileşeni haline gelmiştir. Grup

üyelerinin hepsi işçi sınıfından gelen küfürlü konuşma ve işçi sınıfı aksanı olan sokak kültürü taşıyan kişilerdir. New York Dolls'un alkol ve uyuşturucuyla olan bağı dejenere kimliklerini pekiştirmiştir (Young, 1999). Dejenere kimliğin, toplumun doğru olarak onayladığı kimlik stereotipiyle olan aykırılığı altkültürlerin simgesel düzeyde gerçekleşen direnişlerinin bir parçasıdır. Ana akım siyasete, ahlaka, dine, kitlesel beğenilere, geleneklere, toplumsal sınıf ve rollere karşı olan gençlik altkültürleri buna bağlı olarak toplumun onayladığı müzik, giyim, davranış biçimlerini bilinçli olarak reddetmiş ve bunlara alternatif bir kimlik geliştirmişlerdir. Toplumun 'normal' kabul ettiği kimlik tipine zaten karşı olan altkültür, kendi ürünü olan altkültürel kimlikle bu 'normal'liğe muhalefet etmiştir (Hebdige, 2004).



Şekil 4.47. : New York Dolls grubu (<http-45>)

Ekim 1974'te New York'a gelen İngiliz menajer ve yapımcı Malcolm McLaren, New York Dolls grubunun menajerliğini üstlenmiştir. Görsel imajın taşıdığı önem sebebiyle McLaren, grubun menajerliğini yaptığı sırada grubun müziğinden çok giyim ve sahne tasarımları üzerine çalışmıştır. New York Dolls, bu dönemde verdiği konserlerde, hepsi kırmızı renkte olmak üzere; vinil pantolonlar, gömlekler, kravatlar ve yüksek topuklu ayakkabılar giyinmiştir. McLaren, baştan aşağı kırmızı renk giyen grubun sahne arkasına komünizmin sembolü olan orak-çekiç desenli bayrak asmıştır. McLaren, komünizmin sembolü olan orak-çekiç desenli bayrağı, grubun politik tarafının göstergesi olarak değil, kamuoyunu şok etmek için kullanmıştır. Young

(1999), Jordan'ın New York Dolls grubunun komünizme yönelik göndermesini nasıl yorumladığını aktarmıştır;

“Kırmızı (giysiler) ile komünist bayrağın yanyanalığı... gülünçtü. Bir espri olarak düşünülmüştü. Oysa, grubun bazı eski menajerleri de dâhil, birçok kişi bunu ciddiye aldı. Gösterinin bütünündeki mizahı göremediler. Kırmızı rugan giysilerin ve apartman topuklu ayakkabıların Kızıl Çin’de veya Sovyetler Birliği’nde giyilmediğini fark etmemek için bayağı kalın kafalı olmanız gerekir.” (Jordan, 1986)



Şekil 4.48. : New York Dolls grubunun Malcolm McLaren stilingi ([http-46](http://46))

Glam rock, kendisini 1960’ların siyah rockına bir karşı tepki olarak da konumlamıştır. Ana akım rock kültürünün temel rolleri; kötü çocuk, isyankâr, uygunsuz, yasa tanımaz, zevk düşkün, toplumdışı gibi hâkim kültürde olumsuz olarak değerlendirilen öğeleri içermiştir. Toplumsal iletişim sistemi olan giyim gösterenini bu isyankâr yapılarının dışavurumu gerçekleştirecekleri bir alan olarak kullanan ana akım Rockerlar, siyahın etrafında dönen –siyah pantolon, siyah gömlek, siyah tişört, siyah ayakkabı- bir tarz yaratmışlardır. Glam rockerlar ise canlı renkler, PVC, tüy fular, parlak renkli topuklu ayakkabılar giymiş; ana akım rock kültüründeki siyah hâkimiyetine ters yönde bir giyim tarzı geliştirmişlerdir. İsyân retoriği etrafında şekillen ana akım Rock’ına karşı Glam rock, Eleştirmen Robert Palmer deyişiyle “isyana karşı isyan” gibi bir pozisyona almıştır (Encyclopedia Britannica, 2014).

Glam rock giyim tarzının gelişip olgunlaşmasında Glam müzisyenlerinin etkili olması kadar, butikler de etkili olmuştur. 1973'te Covent Garden'da açılan, Tommy Roberts'in sahibi olduğu Mr. Freedom isimli butik bunlardan biridir. Butikte Glam rockerlar tarafından alınan karikatür desenli tişörtler, saten mini şortlar, saten bomber ceket ve gömlekler, kalçaya yapışan ve çizmelerin üzerinde genişleyen yüksek belli pantolonlar, uzay çağ akımına dair motifler bulunan dar kazaklar satılmıştır. King's Road'da bulunan Biba isimli butik Glam rock görüntüsüne öncülük eden bir diğer butiktir (Fogg, 2014). 1964 yılında ilk Biba butiği açılmış, 1969 yılına kadar hızla büyümüş ve yayılmıştır. Barbara Hulanicki, Biba isimli butiğinde tüylü fularlar, payetli ceketler, süslü yelekler ve gösterişli pelerinlerinden oluşan ürünler satmıştır. Biba'da canlı renklere sahip elbiseler gibi Glam'ın gösterişine uygun parçalar askılarda ve antika mobilyalar üzerinde sergilenmiş; orijinal kıyafetler uygun fiyatlara satıldığı için ekonomik anlamda alt kesimden olan altkültür gençlerince talep görmüştür. Hulanicki, podyum ve sahne dünyasındaki ihtişamı sokağa taşıyarak uygun fiyat politikasında tasarımcılara öncülük etmiştir (Fischel, Baggaley, O'Hara, Sturgeon, Gersh, Khurana, 2013). İngiliz ayakkabı tasarımcısı Terry de Havilland'ın 1972'de Cobblers to the World isimli mağazasını açmasının ardından tasarladığı devasa platform topuklu çizmeler butik aracılığıyla Glam tarzını etkileyen ürünlerden biridir. Yüksek platform topuklu çizmeler, Glam rockerların sık kullanımı sebebiyle, Glamın göstereni haline gelmiştir. Kalın bir tabana sahip olan yüksek topuklu çizmeler, üzerine çiçek ve gökkuşağı desenleri eklenmiş boyalı yılan derisinden yapılmış, hem kadın hem erkeklerce giyilmiştir (Fogg, 2014).



Şekil 4.49. : Glam Rock tarzı platform topuklu bot (Fogg, 2004)

## 5. ALTKÜLTÜRÜN ENDÜSTRİYELLEŞMESİ

### 5.1. Kültürün Endüstriyellemesi

Kültür, içinde bulunduğu dönemin şartları sebebiyle ortaya çıkan kültürel değişkenliklerden etkilenmekte, maruz kaldığı sosyal, ekonomik, politik, teknolojik değişikliklerden kaynaklanan kültürel değişimlerin etkisiyle dönüşüme uğramaktadır. Sonucunda yeni kültürel yapılanmalar ortaya çıkmaktadır (Sengir, 2015).

Yeni kültürel yapılanmalara sebep olan çağımızın en önemli kültürel değişkenlerinden biri kapitalizmdir. Sanayileşme, kentleşme ve modernleşme süreçleriyle ortaya çıkmış olan kapitalist üretim ilişkileri kültürü de etkilemiştir. Baumann'ın (1972), yorumuna göre; kapitalizm, pazara ve teknolojiye bağımlılıkla karakterize olan yeni bir kültürel biçime sebep olmuştur. Bu kültürel biçim ise kitle toplumdur. Bunun sonucunda bireylerin arasındaki farklılıklar giderek ortadan kalkmış, birbirlerine benzer bireylerin oluşturduğu bir kitle toplumu ortaya çıkmıştır (Mutlu, 2012).

Bu bağlamda sosyolog Simmel de, maddiyatın toplumun giderek daha önemli bir parçası haline geldiğini, bu kültürel değişkenin sonucunun da *nesnel kültürün öznel kültür üzerinde hâkimiyet kurması* ile sonuçlandığını söylemiştir. Simmel'in "Kültürün Trajedisi" dediği bu durumda *birey, nesnel kültürün kölesi haline dönüşmüştür* (Birekul, 2015).

Kapitalist kültürel değişkeninin ortaya çıkardığı diğer bir olgu kültürün metalaşması kavramıdır. Metalaşma kuramını ilk kez Karl Marx ortaya atmıştır. Metalaşma kuramına göre, kapitalist toplum öncesinde, üretici ürünü kendi ihtiyacını karşılamak için üretmekteyken, sonrasında üretici ürünü mübadele için üretmektedir. Yani kapitalist toplumlarda ürünler, kullanım değeri için değil değiş tokuş değeri için üretilmektedir (Marshall, 2005).

"Geleneksel çerçevede bakıldığında, metalaş(tır)ma terimleri, eskiden geçim amacıyla kullanılan mal ve hizmetlerin artık pazarda alınıp satılması süreci şeklinde tanımlanabilir."  
(Marshall, 2005)

Yani metalaşma kurama göre nesne artık pazardaki mübadele sonucunda bulacağı karşılık için üretilmektedir. Nesnenin mübadele sonucunda bulacağı karşılık da paradır. Sonuç olarak kapitalist toplumlarda nesne, karşılık bulacağı para için üretilmektedir. Piyasa ise bir metanın alıcı ve satıcı arasındaki mübadelenin

gerçekleştiği bir alandır. Nesnelere, karşılığında para alacağı mübadelesi için üretilmekte, yani nesne metalaştırılmakta, piyasa da mübadele alanını genişletmek – karşılığında daha fazla para elde etmek- için nesnelere pazarına uygun biçimlere sokmaktadır. Aynı şekilde imge ve fikirler simgesel biçimde metalaştırılmakta, medya piyasasının metalar pazarında üretilip satılmaktadır (Marshall,2005).

“Modern toplumun yeşerdiği topraklarda her şey alınıp satılabilir; her şey bir metaydı artık; insan bile. Sanayi devrimiyle birlikte, imaj da artık bağımsız koşullarda, kendiliğinden oluşmuyor, tamamıyla örgütlü ve sistemin çarkı içerisinde oluşturulup, diğer tüm değerler gibi metaya dönüştürülüyordu.” (Emir, 2003)

Woodward (2016), Marx’ın ne kastettiğini anlamak için basitçe meta yerine “nesne”, “şey” ya da “maddi kültür” terimini koyulamayacağını söylemiştir. Çünkü Marx meta kelimesini para değeri olan, mübadele edilebilir nesnelere anlatmak için kullanmıştır. Ayrıca, Marx nesnelere (metayı) yabancılaşma, sömürü ve kişinin emeğinden uzaklaşması gibi kapitalist toplumun temel özelliklerini temsil eden birimler olarak görmüştür. Yani Marx meta derken, paralı mübadele sistemi içinde üretilen kapitalist toplumdaki maddi kültürü kastetmiştir (Woodward, 2016).

Maddi kültüre yönelik Marksist yaklaşımcılardan biri de Lukacs’dır. Marx gibi, Lukacs da kapitalizmin temelini meta formu olarak görmüş ve metanın arka planına bakmanın kapitalizmi anlamak olduğuna inanmıştır. Buna göre meta nesnelere, kapitalist sistemdeki sömürü ilişkilerini cisimleştiren etmendir. Dolayısıyla nesne, ideolojik bir işlev görmektedir ve kapitalist sistem nesnelere (metalar) aracılığıyla kendini yeniden üretmektedir (Woodward, 2016).

Kültürün metalaşması ile ilgili Debord (2014), ise modern toplumlarda yaşamın *gösterilerin* oluşturduğu bir dünya olduğunu söylemiş, *gösterinin* ise imajların dolayımından gerçekleşen bir toplumsal ilişki olduğunu belirtmiştir. Debord (2014)’un bu gösteri toplumu kuramına göre; reel dünya basit imajlara dönüşmüş, gerçekte varolan her şey yerini bir temsile bırakmıştır. Artık toplum dünyayı doğrudan doğruya algılayamamakta, *farklı dolayımlarla gösterme eğilimi* olarak gösteri soyutlamasıyla algılamaktadır. Buna göre gösterinin totolojik karakteri, araçların amaca dönüşmesi olgusunda kaynaklanmaktadır. Aracın amaca dönüşmesinin sebebi ise artık malın değişim değerinin kullanım değerinden daha önemli olmasında yani metalaşmasından kaynaklanmaktadır. Metalaşan her şey tüketicide bir yanılısama yaratmakta, tüketici bol meta kullanımından kaynaklanan tatmin eksikliğine düşmekte sonucunda daha çok meta

tüketmektedir. Kitle iletişim araçlarıyla sürekli pazarlanan verili ürünlere yönelik heyecanlar yayılmakta ve tüketiciye ulaşmaktadır (Debord, 2014).

“Bir giyim tarzı bir filmde çıkar; bir dergi çeşitli giyim alışkanlıklarını meşhur eden gece kulüplerini tanıtır. Bu tür ıvır zıvırın ifade ettiği şey, meta yığını çocuksu bir aptallığa doğru yöneldiğinde bu aptallığın kendisinin de özel bir meta haline geldiğidir.” (Debord, 2014)

Fakat meta tüketimi, imajlar dolayımında oluşan bir soyutlama olarak, bir yanılısamadır. Örneğin; bir insanın gösterideki temsili olarak gördüğü bir ünlü kişi; olası bir rolün imajını kendisinde toplayan, temsili olarak gören kişi ile hiçbir bağı bulunmayan bir yanılısamadır. Burada bu ünlü kişi, kendisini onunla özdeşleştiren kişinin yaşamındaki parçalanmayı telafi eden bir özdeşleşme nesnesidir. Ve burada nesneleşen bu ünlü kişi aslında bir meta karakterdir. Artık bilinçsiz bir etkinlik olarak seyrin bir sonucu olarak, izleyici seyrettiği nesneye yabancılaşmakta, bu yabancılaşma şu şekilde gerçekleşmektedir; izleyici ne kadar çok seyrederse o kadar az yaşamakta (az yaşadığı için yaşamında eksiklikler çoğalmakta) kendisini imajlarla tarif etmeyi ne kadar kabul ederse esas varoluşunu o kadar geri plana atmaktadır. Bu sebeple kişinin yaşamındaki “sahip olma” etkinliği “gibi görünme”ye doğru bir kayma yaşamaktadır. Sonuç olarak hızla tüketilen rol ve nesnelere sürekli çoğaltılmakta ve modern topluma egemen olmaktadır. Debord (2014), bu gösteri toplumunun oluşmasının sebebi ise günümüzün iktisadi sistemi olduğunu söylemiştir. Buna göre gösteri iktisadın kendisi için geliştirdiği bir düzendir ki bundan maddi kazanç sağlamaktadır (Debord, 2014).

“Gösteri paranın öteki yüzüdür: Bütün metaların soyut genel eşdeğeridir. Para, genel eşdeğerliğin, yani eşsiz kullanımlı çok sayıda malın değişebilirlik özelliğinin temsilcisi olarak toplumu yönetiyor olsa da; gösteri, paranın gelişmiş modern tamamlayıcısıdır ve meta dünyasının bütünlüğü bütün toplumun olabileceği ve yapabileceği şeyin genel eşdeğeri olarak hep birlikte gösteride ortaya çıkar.” (Debord, 2014)

Adorno’ya göre; kapitalist toplumlarda ekonomik gücün tekelleşmesi kültürü bağımsız bir olgu olmaktan çıkarmıştır. Bu kültürel değişkenin sonucu olarak kültür, kültür endüstrisini yöneten kapitalist iş adamları tarafından şekillendirilen bir sektör haline gelmiştir (Birekul, 2015). Kültür endüstrisi, kültürel pazarının büyük bir kısmına ulaşabilmek için, kültür ürünlerini standartlaştırmakta ve estetik biçimlerini asgari düzeye indirgemektedir. Kültür endüstrisi günlük yaşam içerisinde şekillenen medya, reklam, moda ve imaj gibi unsurları kapsamaktadır (Sengir, 2015). Zamanla, sadece kitlesel pazarın kitlesel tüketimi için imal edilmiş kültürel ürünlerden oluşan, bir

kitle sanatı ortaya çıkmıştır. Adorno bu durumu klasik müzikle açıklamıştır. Örneğin; tanınmış parçalardan seçilen kısımlar pazarlanmakta ve bu da tüm eserin biçimini bozmaktadır (Mutlu, 2012).

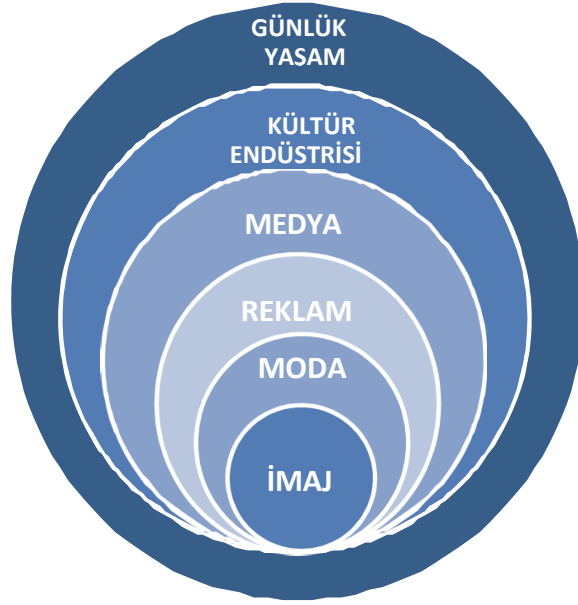
“Kültür endüstrisi, kültürün endüstriyel kimliği, kültürel yeni olguların çeşitliliği ve günlük yaşamın içindeki gücü ile orantılı olarak kendini göstermiştir. Kültürün kapitalizmle birlikte bir meta haline getirilip ticaretinin yapılmasıyla kültür endüstrisi kavramı gündeme gelmiştir” (Sengir, 2015)

Adorno sanat ve kültürün, kitlesel tüketime yönelik üretimini popüler müzik üzerinden açıklamıştır. Buna göre müzik kolay anlaşılabilir türler şeklinde standartlaşmış, dinlemek için pek önemli bir çabayı gerektirmeyen bir biçime dönüşmüştür. Popüler müzikte önemli olan bütün değil, tarz ve ritmdir. Kitlelerce tüketilebilir olmasına bağlı olarak en iyi, en başarılı müzik “*sürekli tekrar edenle uyumlu olan*” olmaktadır. Yani müzik standartlaşmış; estetik biçim standart, yeni olmayan, tekrar eden, daha önce deneyimlenen olması yönünde değişmiştir (Birekul, 2015). Bu bağlamda üretilen nesnelere de, tıpkı müzik gibi, kültür endüstrisinin çarkını döndürecek olan tüketim için üretilmiş metalar halini almıştır (Sengir, 2015). Adorno’ya göre, geleneksel toplumlarda nesnelere “tinselleştirilirken”, modern sanayi toplumlarında “fetişleştirilir”. Pop müzik, kuşe kâğıtlı dergiler, moda sneakerlar ve çeşitli kitle kültürü biçimleri için Adorno; kültürün şu anda diğer şeyler gibi bir meta olduğunu ve standartlaştırma mantığına göre üretildiğini söylemiştir (Woodward, 2016).

Emir (2003), modern dünyada insan dâhil her şeyin alınıp satılabilen bir metaya dönüştüğünü, Sanayi devrimiyle birlikte imajın da artık bağımsız koşullarda değil sistemli bir çarkta metalar şeklinde üretildiğini söylemiştir. Yani bu yeni imaj dünyasında, imgeyi üreten ile tüketen arasında bir bağ bulunmamakta, tüketim toplumunun fantazyalarına hizmet eden ticari imajlar mevcuttur (Emir, 2003).

“Toplumsal iş bölümünün gelişmesiyle birlikte sınıflı topluma geçişte, üretim ve tüketim ilişkisi aracısız gerçekleşemez hale gelince, bu dolaylılık imaj üretimi ve kullanımında da kendini göstermeye başladı. İmaj bugün artık kendiliğinden oluşmuyor. Modern toplumun gelişimiyle birlikte, kitlesel imaj üreticilerinin elinde imaj, ideolojik bir aygıtla dönüşmüştür; toplumun yönlendiricisi olmuştur.” (Emir, 2003)

Yani bağımsız koşullarda değil kültür endüstrisi iradesinde üretilen imajlar kapitalist iktisadın meta dünyasının parçalarından biri olmaktadır. Günlük yaşam içerisinde yer alan bu meta imajlar moda, reklam ve medya endüstrilerini içeren bir dolaşım sistemine sahiptir (Sengir, 2015).



Şekil 5.1. : Kültür endüstrisi kapsamı (Sengir, 2015)

## 5.2. Gençlik Altkültürlerinin Endüstriyelmesi ile Giyimlerinde Metalaşma ve Değer Kaybı

Kitle kültür endüstrileri, hızlı tüketim çağında, kendilerine hammadde ve ilham sağlayacakları alanlara yönelmektedirler. Gençlik altkültürleri, kültürel üretim için kitle kültürü endüstrilerine hammadde oluşturan kaynaklardan biri olmuşlardır. Göksel (2007), gençlik altkültürlerinin üyelerinin nihayetinde tüketim kültürünün sindireceği tarzlar ürettiklerini söylemiştir. Konyar (2008), da benzer şekilde, gençlik altkültürlerinin dönüştürülüp kitlesel tüketime sunulduğunu söylemiştir:

“Gençlik alt kültürleri muhalif karakterleri ve kendilerine özgü stilleri ile orta sınıf gençlik kitlesinin tüketmeyi çok fazla istediği kültürel biçimlerdir. Ancak medya tarafından da hızla dönüştürülüp kitlesel tüketime sunulan bir kültürdür. Bu denli hızla dönüştürülmeleri alt kültürlerin artık suni /yapay olarak oluşturulmalarına, hızlı ve çok fazla tüketilme talebinin olması nedeniyle de sadece gençlik kitlesinin değil orta sınıf kitlenin büyük bir kesiminin tükettiği kültür haline dönüşmüştür.” (Konyar, 2008)

Müzik, argo, dans, giyim, felsefe, siyasi görüş öğeleri etrafında fikir birliğiyle biraya gelmiş gençlik altkültürlerinin göstergelerinin kullanım alanları grubun kendisi ile sınırlı olmaktadır. Fakat büyük pazarlarla büyük kârı hedefleyen kültür endüstrileri için pazarlanacak ürünün kullanım alanının (pazar hacminin) geniş olması gerekmektedir. Özgün altkültürel yaratının pazar hacminin genişletilmesi için de göstergelerin ‘herkes için kullanılabilir/giyilebilir/dinlenilebilir’ hale dönüştürülebilmesi

gerekmiştir. Bu gerekliliği endüstri, göstergeleri metalaştırarak sağlamıştır. Bu aşamada endüstri, altkültürel göstergeleri pazarlanabilir duruma dönüştürürken radikal anlamlarından kopartmaktadır. Bu durum, altkültürel göstergeleri kitlelerce tüketilebilir hale getirirken uygulanan metalaştırma, simgesel bir sığlaşmaya sebep olmaktadır. Metalaşan göstergeler girişimcilerin elinde kârlı bir eşya haline gelmiş, anlamları ‘dondurulmuştur’ (Hebdige 2004) (Gootdiener, 2005).

“Örneğin; “punk rock” göstereni Top 40 radyo endüstrisi tarafından cilalanmış ve “New Wave”e dönüştürmüştür. Punk rock devrimci bir karşı kültürü çağrıştırırken, yeni dalga türündeki bir değişikliği belirtmek için güçlü “yeni” dürtüsünü kullanan bir pazarlama terimidir.” (Gootdiener, 2005)

Hâkim kültürel yapıların alt kültürlerin popüler kültür haline dönüştürme süreci medya aracılığıyla yönetilen bir süreçtir. Örneğin; bu çalışmada konu olan 2. Dünya Savaşı sonrası gençlik altkültürleri, ortaya çıktıkları üretim dönemlerinde medya kanallarında “garip şeyler” olarak tanımlanmış ve toplumda ahlaki paniğe neden olmuşlardır. Medya, gençlik altkültürlerinin anti-sosyal hareketlerini; küfürlerini, polisle çatışmalarını “hayvani davranışlara sahip olmaları” ile değerlendirmiş ve tarzlarının ‘anormalliğini’ de bu iddia ile açıklamıştır. Fakat altkültürlere -kültür endüstrilerince pazarlanabilir yönü fark edildiğinde- medyanın tavrı da değişme uğramıştır. Göstergelerinin ticarileştirilebilir yönü fark edilen altkültürler medya aracılığıyla normalleştirilmiştir. (Hebdige 2004)

“Sonunda modlar, punklar, glitter rockçılar bütünleştirilip aynı çizgiye getirilerek, rujlu erkek çocukların “sadece süslenen çocuklar” lastik elbiseli kız çocukların ise “aynı sizinkiler gibi kız evlatlar” olduğu noktada, “problematik toplumsal gerçekliğin haritasında” (Geertz, 1964) bir bölgeye yerleştirilirler” (Hebdige 2004)

“Dev şirketlere ait müzik ve moda dergileri, son yirmi yıl boyunca ya yasakladığı ya da küçümsediği Punk gruplarının bazılarını artık "yeni tarzın yaratıcısı" veya yetenekli yenilikçiler olarak sesleniyor. Bir zamanlar Punk’tan içlenen dev müzik şirketlerinin yöneticileri artık “yeni trendlerin öncüleri” diye ilan ettikleri, uysal olmayan seslerden para kazanmak için sağda solda ne kadar genç müzik grubu varsa, onlarla sözleşme yapmaya çalışıyor.” (O’Hara, 2003)

Böylece göstergeleri kitle endüstrilerince fark edilmiş ve pazarlanmaya hazırlanan gençlik altkültürleri medya aracılığı ile törpülenmiştir. Hebdige (2004) bu iyileştirme sürecinin iki temel özelliği olduğunu söylemiştir:

“1) altkültürel işaretlerin (giyim, müzik vb.) kitle üretim nesnelere (yani meta biçimine) dönüşmesi;

2) sapkın davranışların, hâkim gruplarca –polis, medya, adalet (yani ideolojik biçim)-“etiketlenip” yeniden tanımlanması.” (Hebdige 2004)

Daha önce ötekileştirilen altkültürün, kültür endüstrisinde dönüştürüldüğü süreç yeniden tanımlama sürecidir. Bir altkültür yeniden tanımlanırken farklılıkları ortadan kaldırılmaktadır. Medya burada “ötekileştirme” politikasından vazgeçmekte, altkültürü ilgi çekici bir egzotikliğe sokmaktadır (Konyar, 2008).

“Punk örneğinde, punkların her şeyden önce insan oldukları söylemi yer alır. Burada doğallaştırma, evcilleştirme uygulamaları yer alır. Medyada bu üsluplar hem görsel ve hem de sözsözsel olarak yaygınlaştırılır. Böylece alt kültürler daha fazla pazarlanırlar.” (Konyar, 2008)

Medya aracılığıyla bu yeniden tanımlama sürecinde, yani endüstrilerce yapılan anlam üretiminde, gençlik altkültürlerinin göstergeleri toplumsal dönüşüme uğratılmakta, bu eşyalara iki aşamalı yöntem ile uygulanmaktadır. Birinci aşama; göstergelere yönelik ideolojik denetimdir. Bu denetim, reklamcılık aracılığıyla, kullanım değerlerine yeni göstergeler eklenerek rekabet dolu pazara hazırlanması olmaktadır. İkinci aşama ise; altkültürlerce işlevleri dönüştürülen nesnelere kitlesel üretime uygun anlam ve işlevle değiştirilmesidir. Kitle endüstrisi, göstergeleri yeniden yapılandırmada kodlarla oynamakta ve altkültürel protest içerikten boşaltmaktadır. Alt kültürlerin muhalif tavrı ve hegemonik baskıya karşı yıkıcı gücü, yeniden tanımlama ve ideolojik denetim ile kaybolmaktadır (Gootdiener, 2005).

Gençlik altkültürleri, hâkim kültüre dâhil edildiklerinde, birer popüler kültüre dönüştürülmektedirler. Bunun sonucunda muhalifliklerini kaybetmiş bir beden kültürü haline gelmektedirler. Geriye bir gençlik stili olarak; protest içeriklerinden boşaltılmış, eğlence ve hazzın sembolü haline getirilmiş stilistik imajlar kalmaktadır (Konyar, 2008).

“Medya alt kültürleri evcilleştirerek birer popüler/tüketim kültürü haline getirip, hâkim kültüre dönüştürürken aynı zamanda bu yeni tarz tüketimi toplumun diğer kesimlerine aktarıp, kitleselleştirir. Bununla birlikte de bu poplaşmış formlar içine giren hâkim kültürün değerlerini de kitleselleştirmiş olur.” (Konyar, 2008)

Bu akımlardaki stilistik imajlar, tüketim kültürü çerçevesinde, eğlenceli bir yenilik olarak kabul görmekte, popüler gençlik kültürüne dâhil olmakta, ana akım gençlik kültürüne, boş zamanın doldurulması için bir tüketim pratiği olarak sunulmaktadır (Konyar, 2008).

“Böylece alt kültürler yeni orta sınıfların seçkin olma arzularına uygun olarak muhaliflikleri yumuşatılmış ve sadece cool bir görünüm sergilemek üzere tüketilirlerken

daha geniş kitleler açısından da hegemonik kültürel değerlerin taşıyıcıları olarak yeniden işlevselleştirilmiş halleriyle, yeni stil, biçimlerin sergilenmesi ve birer gösteri malzemesi olarak tüketilmektedirler.” (Konyar, 2008)

Konyar (2008), altkültürlere ait üslupların ana akım gençlik kültüründe bir moda akımı haline dönüşümünün basit bir kültürel süreç olmadığını; plakçıları, kayıt şirketlerini, butikleri vb. ticari şirketleri kapsayan ticari ve ekonomik kurumsal yapıları kapsayan süreç olduğunu söylemiş, bunu Hippi gençlik altkültürünün sağlıklı besin lokantaları, el sanatları dükkânları ve antik pazarlar gibi ticari ağda yer bulmasıyla örneklendirmiştir. Alışverişin kamusal bir edim olduğunu söyleyen McRobbie (2013), savaş sonrası gençlik altkültürlerinin kendilerine tarz sağlayacak hammaddeyi ikinci el pazarlarından sağladıklarını söylemiştir. Bir tür sokak hareketi olan altkültürler için ikinci el pazarları önemli olmuştur çünkü buradaki alışveriş edimi sokakta gerçekleşmektedir. Giysi, plak, kitap, müzik aleti, aksesuar, fanzin gibi ürünlerin alışveriş edimlerinin sonucunda altkültürlere ait yarı-girişimsel bir ağ oluşmuştur. Alt kültürleri finanse eden bu küçük ölçekli girişimlerin, uyuşturucuda dâhil olmak üzere, alışveriş ediminde oynadığı rol önemli olmuştur. Fakat alt kültürlerin endüstriyellemesiyle birlikte alt kültürlerin ikinci el pazarları da metalaştırılmıştır (McRobbie 2013).

“Son birkaç sene içinde başta gelen mağazaların çoğu, dükkân içi dekorasyonlarını değiştirerek pazar yeri havası uyandıracak yeni bir tarz benimsedi, örneğin Oxford Caddesi’ndeki ‘TopShop’ bodrumunda senelik indirimler yapılıyor; giysiler karmakarışık bir bollukta sergileniyor. Mallarla doldurulmuş tezgâhlar bitişik yerleştirildiklerinden müşteriler birbirlerini iterek alışverişlerini yapmak zorunda kalıyorlar.” (McRobbie 2013)

Kitle kültü eski nesnelere yeni simgesel içerik yükleyerek nesnelere işlevsel dönüşüme uğratan altkültürel göstergelere, endüstriler de aynısını yaparak kendi anlamlarını yüklemektedirler. Fiske (2012), kot pantolonu göstergebilimsel yöntemle incelemiş ve sonunda kitle endüstrisinde nasıl ticarileştiğini anlatmıştır. Fiske, kot pantolonların cinsiyet, sınıf, ırk, yaş, din, ulus gibi tüm toplumsal kategorilerin sınırlarını çığneyebilme gibi bir özelliği olduğunu söylemiştir. Toplumsal rollerin dayattığı davranış sınırlamaları kot pantolonu giyerek kapı dışı bırakılmakta bu durumda da giyen kişi özgürleşmektedir. Ayrıca bu pantolonların fiziksel dayanıklılığının, fiziksel emeği çağrıştıran işçi kültürüyle yan anlamsal bir bağı bulunmaktadır. Kot pantolonun bu muhalif anlamı, -denim kumaşın ve blue jean’in

çıkış yeri olan- Amerika ve onun emperyalizmiyle olan ilişkisini çağrıştıran içerikten uzaklaştırmak için biçimi bozularak; yırtılıp, eskitilerek pekiştirilmiştir (Fiske, 2012).

“Ama yırtık kot pantolonun olası öteki anlamlarından çok daha anlamlı olanı, yırtıklığın kullanıcının bir üretimi ve seçimi olması olgusudur. Bu üretim ve seçim bir metanın tabi bir alt kültüre ait kılınması ve metalaştırma sürecinin doğasında varolan gücün en azından bir kısmının tabi bir alt kültüre aktarılmasıdır. Yırtma eylemi metalaştırmanın reddedilmesi ve kişinin meta sisteminin sağladığı kaynaklardan kendine ait bir altkültür oluşturma hakkının ortaya konmasıdır.” (Fiske 2012)

Geç kapitalizmin pazar ekonomisinin ayırt edici özelliği olan metalaşma, meta üreticilerle başlayan bir süreçtir. Metanın imalatı ve satışından kâr eden üreticiler, ürünün maddi bedelinin çok üstünde bir ücretle meta tüketicisine ulaştırmaktadır. Kot pantolonlar, bugün geldiğimiz noktada kapitalizmin ideolojisiyle dolmuş ve muhalif anlamlarını yitirmişlerdir. Egemen sistem, altkültürel yaratının kendisine sağladığı kaynağı, özgül anlamından boşaltarak metalaştırmaktadır (Fiske 2012).

“İmalatçılar satış öncesinde fabrikada yırtılan, “yıkanan” ya da beyazlatılan kot pantolonlar üreterek vakit geçirmeden yırtık (eski ve beyazlatılmış) kot pantolonların popülerliğini sömürdüler. Direniş göstergelerini uyarlama süreci bunları egemen sisteme dâhil eder ve böylece egemen sistem bunların her türlü karşıt anlamlarını ellerinden almaya gayret gösterir.” (Fiske 2012)

Bir giysi olarak kot pantolonuna; tüketilmekten ibaret bir meta olarak değil kültürel kaynak olarak yaklaşan altkültürel yaratı, kapitalist pazarın meta dünyasındaki kot pantolonu imalatçılarınca ilk başta keşfedilmektedir. Değiş tokuş değeri fark edilen ürünün, özgül toplumsal gruplar hedef alınarak pazarlama ve reklam stratejileriyle ticarileşmesinin önü açılmaktadır. Fiske (2012), bu durumu Levi’s markasının 501 isimli modelinin reklamıyla örneklendirmiştir. Reklamda, şehrin salaş bir sokağında kot pantolon giymiş, yoksul olduğu açıkça belli olan alt sınıftan üç genç vardır. Gene altkültürel bir müzik tarzı olan, “mavi yakalı”ların yaşamlarındaki zorlukları ifade eden “blues” müziği etkisinde bir jingle kullanılmıştır. Bu reklamda başarılı fakat inişli çıkışlı, zor yaşam koşullarıyla başa çıkabilen eril, bireyselliği ağır basan bir kimlik prototipi sunulmaktadır. Kolektif düzeyde yaşanan alt kültürel protesto, simgesel direniş ve yaratı kapitalizmin bireyciliğiyle çelişmekte, bu reklamda da bu kolektif altkültürel dünyanın karşısına, bireysel yetenekleri önceleyen kapitalist ideolojinin belirgin izi çıkarılmıştır. Sonuç olarak kolektif simgesel direniş, bireyci kapitalist ideolojiyle değiştirilmiştir.

“ ‘Calvin Klein’in spor kotu’. Kopya devam ediyor, “markalı düğmeli yeni kotların görünüşleriyle eskiden beğenilenleri hissedin. Bir de buna mavi ve yeşil tonların hâkim olduğu beyaz yakasız gömleği (şu günlerde gözde olan) eklendiğinde bütünüyle rahatlamış bir ruh hali için hazırsınızdır.” Her türlü muhalif anlam tehdit edici olmayan “eski gözdeler”e dâhil edilir, onların içlerinde evcilleştirilir.” (Fiske 2012)

Giyim, birer gösterge olarak, gençlik altkültürlerinin direnişini görünür kılmış, protestolarını iletmede bir araç olarak kullanılmış, akademisyen Bell Hooks tarafından *direnme kapasitesini besleyen kültürel pratikler* olarak tanımlanmıştır. Fakat gençlik altkültürlerinin ki gibi birçok direnişçi moda hareketi, bir süre sonra ana akım moda tarafından kullanılmıştır. Hoskins (2014)’in deyişiyile *‘başkaldırı, moda hem meydan okuyor hem de onu besliyor’*.

Giysiler birer gösterge bütünü olsa da günümüzde giysi üretimini moda endüstrisi tekelinde bulundurmaktadır. Bu noktada giysiler imge yüklü simgeler değil, kazanç elde etmek için piyasada satışa sunulan metalara dönüşmektedir. Endüstri kendisine yeni esin kaynağı bulmak için çeşitli alanlara yönelmekte, geleneksel ve modern altkültürlerin pratiklerine el koymaktadır. Örneğin; 2012’de Rodarte markası, Avusturalya Aborijin sanatına dayanan bir koleksiyon üretmiş fakat Kalıcı Birleşmiş Milletler Forumu’nun Aborijin üyesi koleksiyonu, “Aborijin sanatına, maneviyatına ve toprağına tamamıyla duyarsız” olduğunu söylemiş, Avustralya’da hiç bulunmadıklarını itiraf eden tasarımcı grubu olan Rodarte kardeşler 60.000 yıllık taş üzeri resim sanatını taklit etmekle eleştirilmiştir. Bir diğer örnek; 2012 yılında Urban Outfitters markası, “Navajo” isimli giysi ve aksesuar serisini piyasaya sürmesidir. Amerika Yerlilerine ait isimlerle orijinal olmayan ürünlerin pazarlanması Yerel Sanatlar ve Zanaatkârlar Yasası’na göre yasak olmasına rağmen, seri de Navajo zanaatına dair sahte baskı desenleri kullanılmıştır. Diğer örnek Hint kültür ve sanatıyla ilgilidir. Chanel, Hint motiflerini taklit eden Paris-Bombay koleksiyonunu Paris Grand Palais’da sergilemiş, Hermes fakir Hintliler tarafından giyilen geleneksel bir giysi olan *sariyi* 1.800-100.000 dolar arasında değişen fiyatlarla satmıştır. Diğer bir önemli örnek; Filistin’in İsrail’e karşı direnişinin sembolü olan *poşu* isimli siyah-beyaz desenli boyun bağıdır. 2008-2009 yıllarında İsrail’in Filistin’e karşı gerçekleştirdiği Dökme Kurşun Harekâtı sebebiyle Filistinlilere destek büyümüş, Londra’da başta olmak üzere tüm Avrupa’da Filistin yanlısı anti-emperyalist bir duruş sergilemenin sembolü olarak poşu takmak moda olmuştur. Kısa bir süre sonra poşu, etnik desenli otantik bir atkıya dönüşmüş, çok çeşitli renklerde üretilmiş ve cadde mağazalarının vitrinlerinde sergilenmeye başlanmış,

hatta Balenciaga 2.000 dolara poşular satmıştır. Bu durumdan Filistin kurtuluşunun savunucuları, poşunun politik bağlamından koparılmasından endişe ettikleri için memnun olmamışlar, Filistin kurtuluşu yanlısı rapçi Lowkey “*ben poşu sallardım, Topshop’tan alınmış bir el bezi değil*” ve “*konuşmadan önce üzerinde taşıdığın boyun bağının anlamını öğren*” gibi sözler içeren şarkılar yapmıştır. Poşuyu kopyalayıp yüksek fiyatlarla satan Topshop, Primark, Balenciaga gibi markalar bundan ciddi kâr sağlamış, Hoskins (2014)’in deyişiyle “*Poşu ile bütünleşmiş olan başkaldırı ve özgürlük nosyonlarını alıp bir bütün halinde kendi markalarına aktardılar.*” Tüm bu örneklerde moda endüstrisi ile direnişçi moda arasında diyalektik bir ilişki mevcuttur. Bu diyalektik ilişki moda endüstrisinin bu direniş sembollerini alıp/el koyup, ambalajlayıp bize geri satmasıdır. Moda endüstrisinin *fast fashion* (hızlı moda) yolunda evrilmesi de, endüstrinin bu konudaki hareket kabiliyetini arttırmıştır. Hızlı moda, ürün sirkülasyonu çok hızlı olan bir süreç olarak, hızla değişen trendler üzerinden ilerlemektedir. Birkaç hafta içerisinde yeniden üretilen trendler kaynaklarını, altkültürel ya da geleneksel kültürel pratiklere ‘el koyarak’ ve satışından sağlanan tüm kazancı elinde tutarak, bulmaktadır. Tüketici, el konulan bu kültürel pratiklerin kopyalarını tüketirken, bu pratiklerin dinamiklerinden faydalanmamakta, kültürel dinamik de bundan maddi-manevi fayda sağlamamakta hatta imgesel yoğunluğunun alaşağı edilmesi, sığlaştırılması hatta tamamen boşaltılması gibi bir tehlike ile karşı karşıya kalmaktadır. Gençlik altkültürlerinin üslupları da benzer biçimde bir gençlik modasına dönüşmektedir. Sonuç olarak; Valerie Steele’nin modayı “*Kapitalizmin en gözde çocuğu*” olarak tanımlamasından yola çıkarak; kapitalist moda endüstrisi, giysiler üzerindeki özgün tüm üretimlere el koyup, piyasaya sürebileceği –imgelerden boşaltıp-forma dönüştürüp sömürmektedir (Hoskins, 2014).

“Punk defilelerde boy gösteriyor, Che Guevara tişörtleri her yerde, Filistin’e özgü poşu “leopar desen kadar yaygın” ve “Özgürlük” artık bir slogan değil, bir mağaza ismi. Hiçbir şey kutsal değil; her şey kopyalanmaya açık ve hazır.” (Hoskins, 2014)

2. Dünya Savaşı’dan sonra yükselen altkültürel değerler zamanla kültür endüstrisinin ilgisini çekmiş, alt kolları olan müzik, medya, iletişim ve moda endüstrisi bu konuda çalışmaya başlamıştır. Örneğin, gene bir gençlik kültürü olan Rock’n Roll’a olan ilgi endüstrice fark edilmiş ve yeni bir ticari yönelim olarak kullanılmıştır. Frith (2000)’e göre Elvis Presley gibi birçok Rock’n Roll ikonu endüstrinin piyasaya sürdüğü meta karakterlerdir. Bu Rock’n Roll müzisyenlerinin sosyal içerikten yoksun, sadece

ikili ilişkilere dayalı, *kof* ve *bayağı* müzikleri, bu gençlik kültürünü plak şirketlerinin himayesi altına almıştır (Frith, 2000).

Blair (1996), 1980'lerin sonunda ortaya çıkan Rap altkültürünün nasıl ticarileştiğini incelemiştir. Rap altkültürü toplumdaki dezavantajlı konumlarından rahatsız olan siyahilerin oluşturduğu, fakir siyahi mahallerinden çıkan, siyahi bir dışavurum alanı olan bir altkültürdür. Ortaya çıktıkları dönemde siyahi kentsel çevrelerdeki yaşamla ilgili entelektüel mesajlar vermiş ve politik muhaliflikleri yoğun bir biçimde dışavurmuşlardır. Fakat Rap altkültürü, zaman içerisinde, popüler kültürün hâkimiyet alanına girmiştir. Endüstri pazarlayacağı ürünün Pazar hacmini genişletmek için ürünü “herkes için” formuna dönüştürmektedir. Bu sebeple Rap gençlik altkültürünün müziğinin kitlelerce beğenilmesi için yapılan pazarlamada beyaz sanatçılar kullanılmış, Rap altkültürü temel vurgusu olan siyahi direnişten uzaklaştırılmış ve plak şirketleri ciddi bir ticari başarıya erişmiştir. Rap müziği özellikle reklamcılık alanında, ürünlerle hiçbir bağlantıları olmadıkları halde, jingle olarak da bolca kullanılmış; Pepsi Cola, Coca Cola ve British Knights şirketleri ürünlerinin tanıtımları için ünlü Rap müzisyenleriyle anlaşma yapmıştır. Bir diğer örnekler; Rap altkültürünün müziği ve dansı, imajı geleneksel üst sınıftan beyaz kadın olan Barbie bebeğin, Ronald Mc Donald reklam karakterinin Rap müzik eşliğinde breakdance yaptığı Mc Donalds'ın “Chicken MgNugget” ürününün tanıtım reklamlarında kullanılmış olmasıdır. Rap altkültürünün kullanıldığı tüm bu örneklerde görülüyor ki endüstri, altkültürel üretimi, kendi ticari emelleri için kullanılırken, Rap altkültürünün çıkış noktası olan siyahi politiği eritmiş, direnişçi altkültürü *sterilize* etmiştir. Blair (1996), Tony Van Der Meer'in “The Rap Attack”ta konuyla ilgili görüşünü aktarmıştır ki Meer burada siyahi dışavurum olan bir kültürün, tarihsel deneyimlerinden kopartılıp yeniden ambalajlanıp satılmasını eleştirmiştir;

“Bir topluluğun, belirli biçim ve anlamlarına saygı gösterdiği sürece başka bir topluluğun kültürel formlarını öğrenmesinde bir terslik yoktur. Terslik, egemen bir topluluğun, ezilen toplulukların kültürel formlarını almasında, onları yaşamsallığından ve biçiminden, yaratıcılarının mirasından ayırmasında ve popülerize etmesindedir. Sonuç, gerçek-miş gibi görünen beyazlatılmış pepsi kültürüdür.” (Tony Van Der Meer, Aktaran: Blair, 1996)

Siyahi direniş kültürünün bir parçası olan Reggae de bir piyasaya sürülme evresi geçirmiştir. Esasen Rastafaryanların köylerinde yaptıkları kalipso müzikleri aktaran Reggae'lerin müzikleri zamanla ticarileştirilmeye başlamıştır. Plak şirketleri Reggae müzisyenlerine sahte sözleşmeler düzenlemiş bu yolla Reggae gençlik altkültürüne ait

kültürel ve sanatsal dinamiklere sömürünün kapısını açmışlardır. Campbell (2014), Reggae müziklerinin ne denli ticarileştirildiğini tıpkı ABD’de sabun, deodorant, diş macunu gibi ürünlerin reklamlarında kullanılan bir diğer siyahi direniş müzikleri gibi Reggae müziğinin de palmiyeli kumlu sahillere turist çekme aracı olarak görüldüğünü söylemiştir.

1990’ların önemli gençlik altkültürlerinden Grunge; yırtık, hırpani, kirli giyim kuşamlarıyla tüketim karşıtlığını benimsemiştir. Fakat moda endüstrisi Grunge gençlik altkültürüne de benzer bir kendine mal etme, metalaştırma ve sonucunda ondan kar etme politikası izlemiştir. Hatta tasarımcı Marc Jacobs, Grunge tarzında bir koleksiyon hazırlamış –fakat üretilmesine izin verilmemiş- bu sebeple firmada bir kriz çıkmış ve Perry Ellis’den kovulmuştur (Hoskins, 2014).

Endüstri tarafından altkültürel üretimden alınıp kendisine mal edilen ürünün bir diğer örneği Dazlak gençlik altkültürüne aittir. Dazlakların giyimlerinin ana göstergelerinden birisi Dr. Marten marka bağcıklı botlardır (Hopkins, 2016). Dazlak gençlik altkültürünün giydiği Dr. Marten botları 1980’lerdeve 1990’ların başında bir kitlesel gençlik markası haline gelmiş ve şu anda “sneaker” piyasasında rekabet etmekte, büyük oranda endüstri marifetiyle genişletilmiş genç pazar kitlesine ulaşmakta ve endüstri bu kendisine mal ettiği kültürel göstergeden maddi kazanç sağlamaktadır (Woodward, 2016).



Şekil 5.2. : Dr. Marten botu (http-47)

Bir diğerk örnek Mod gençlik altkültürüne dairdir. 1960’larda İngiltere’de ortaya çıkan Mod gençlik altkültürü, savaş sonrasında yaşanan önemli demografik değışimin sonucunda ailelerinden bağımsız bir kazanç elde etmeye başlayan gençlerin, hayallerindeki refah düzeyine ulaşamamış olmalarından kaynaklanan hayal kırıklığı ile oluşan bir altkültürdür. Hayallerindeki sosyal sınıfa atlayamayan gençler, aşırı tüketimle cevap vermiş fakat bu durum özgün bir altkültürel koda sahip olmalarına sebep olmuştur. Fakat kültür endüstrisi, kendine maddi olanak sağlamak için müdâhil olduğı tüm kültürler gibi Mod gençlik altkültürüne de benzer bir müdahale yapmıştır. Popüler İngiliz televizyon dizisi “Ready, Steady, Go”, Mod stili nesnelere kullanıldığı fakat anlam içeriğinin aktarılmadığı, Mod kültürünü popüler bir moda akımı haline dönüştüren bir fenomen olmuştur (Blair, 1996).

Mod gençlik altkültürünün endüstriyellemeye sürecine verilebilecek örneklerden biri “Ben Sherman” ve “Fred Perry” gömlek firmalarıyla arasında olan ilişkidir. Her iki marka da “eski ekol” Londra tarzı giyim markası olup, 1960’larda Mod gençliği tarafından tercih edilmiş, Mod’ların bir göstergesi haline gelmiştir. Günümüzde her iki marka için de Mod popülerliğini korumakta, bu akıma ana akım piyasalara yayılmaktadır (Woodward, 2016).



Şekil 5.3. : Ben Sherman markasının reklamı ([http-48](http://48))

Fakat gençlik altkültürlerinin endüstriyellemeye sürecine verilebilecek en iyi örneklerden biri Punk gençlik altkültürüdür. Punk gençlik altkültürünün yükselişine geçtiğı 1970’li yılların kültürel koşullarında gençlik kesimi işsizlik, düşük düzeyli gelirle yüz yüze kalmış ve bu durum Punk’ın muhalif duruşunu radikallemişti. Radikalleşen erken dönem anarşist Punk büyük plak üretim şirketlerine karşı olumsuz

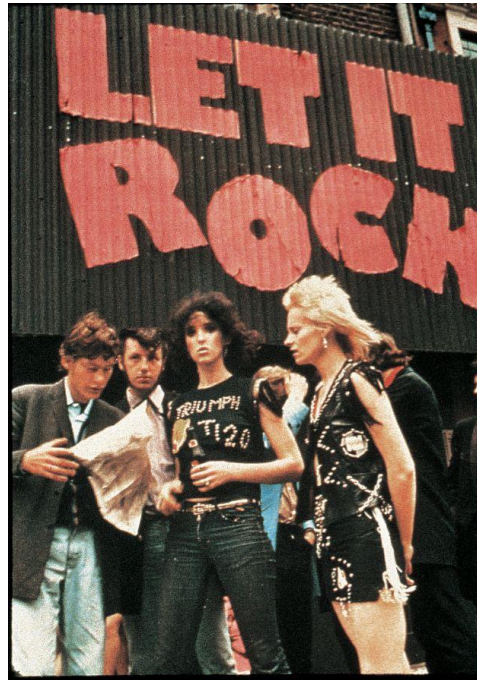
bir tavır sergilemiş, plak kayıt araçları kötü de olsa büyük plak şirketlerindense bağımsız plak şirketleri ile çalışmıştır. Teknik açıdan amatörce, Rowe (1996)'nin deyişiyle “güdüük”, sayılan kayıtları olan Punk'ın retorığı zaten büyük kayıt ve icra bütçelerine erişim olanaklarına sahip olmamalarının saf estetik olduğu ve teknik gelişkinliğin de sanat için gerekli olmadığı yönündedir. Bu sebeple erken dönem grupların küçük bağımsız plak şirketlerince piyasaya sunulması zaten Punk'ın yapısına uygun bir tavır olmuştur. Bu “hesaplanmış amatörlük” icracı ve izlerkitle arasındaki mesafeyi ortadan kaldırmış; müzisyen ve dinleyici arasında eşitlikçi bir ilişki doğmasını sağlamıştır. Punk'ın bu eşitlikçi etiği, icracı ve izlerkitle arasındaki statü farkını ortadan kaldıran devrimci yapısı ile plak şirketlerini rahatsız etmiştir (Rowe, 1996).

“Sahnenin önünde izleyici konumundan çıkıp sahneye fırlayarak katılımcı olabilen hayran düşüncesi, punk mitolojisinin bütünsel bir parçasıydı. İracı ve tüketici arasındaki bölünmeyi aşmaya yönelik bu girişim, punk bağımsızlarının kahramanca bir vizyona sahip olmasını besledi. Büyük şirketlerin oldukça rutinleşmiş ve rasyonelleşmiş yordamcı icracı, yardımcı ekip ve izlerkitleyi birbirinden sistematik bir tarzda ayırmıştı.” (Rowe, 1996)

Punk gençlik altkültürünün büyük plak şirketlerindense, küçük bağımsız şirketlerle çalışması Punk izleyicilerini zorunluluk gereği plakların etiketlenmesi, görsel sanat eserlerinin icrası, konserlerin afişleme ve reklamının yapılması süreçlerine dâhil etmiştir. Punk'ların “Kendin yap!” (“Do it yourself!”) söylemi böyle uygulamalarla karşılık bulmuştur. Bu durumda Punk, büyük şirketlerin karşısına, yabancılaşmamış emek modeli sunmuş, Punk'ın bütünüünün üretime katılmasıyla artisan emeği olarak tanımlanabilecek demokratik bir model geliştirmiştir ki bu metalaşmanın tam tersidir. Ayrıca Punk müzik grubu Sex Pistols büyük plak şirketinin adı olan “EMI” isimli şarkısını yapmış, bu şarkıda büyük plak şirketini eleştirmiştir. Fakat kitle kültürü endüstrilerine hammadde oluşturan kaynaklardan biri olan gençlik altkültürlerinden biri olan Punk potansiyel bir iktisadi kaynak olarak görülmüş, büyük plak şirketlerinin hedefi olmuşlardır. Büyük plak şirketlerine karşı tepkili olan Punk'ların büyük plak şirketleriyle anlaşması çok zor olduğundan, Punk'ı kaynaklarına almak uğruna sektör çok farklı bir strateji geliştirmiştir. Büyük şirketler, rock piyasasına çok fazla “sahte bağımsız” şirket sunmuş, Punk icracılarını bu paravan sahte bağımsız şirketler aracılığıyla kendilerine bağlamıştır. Yarı özerk birimlerle oluşturduğu örgüt ağıyla müzik endüstrisi Punk icraatında denetim sahibi olmaya başarmıştır. Büyük şirketlerin bağımsızları bu şekilde taklit etmeleriyle hem iktisadi zedelenebilirliklerini en aza indirmiş hem de Punk kültürel üretimini sömürmeye başlamıştır. Kültür endüstrisi

entelektüel malı satın alıp sanatçıyı bir marka olarak geri pazarlama prensibine dayanmaktadır. Buna uygun bir şekilde Punk icracıları satın alınmış, mübadele için pazar hacimini geliştiren endüstri Punk'ı metalaştırmış ve piyasaya sunmuştur (Rowe, 1996).

Punk gençlik altkültürünün metalaşma evresinde İngiliz menajer ve yapımcı Malcolm McLaren de önemli bir aktör olmuştur. McLaren bir girişimcidir ve onun elinde Punk da karlı bir ürün olmuştur. Keza McLaren; Fransa'daki 1968 Mayıs ayaklanması döneminde Londra'da protestoların düzenlenmesine önyak olduktan sonra üzerinde '68 Mayıs'ında kullanılan sloganların yer aldığı tişörtler satmaya başlamıştır. Ayrıca McLaren, 1973'te motosiklet giysileri ile gençlik çetesi aksesuarları sattığı dönemde dükkanının adını "Too Fast to Live Too Young to Die" (Yaşamak İçin Çok Hızlı, Ölmek İçin Çok Genç), 1977'de de Teddy Boy giysileri ile eski 45'likler sattığı sıralarda dükkanının adını "Let It Rock" koymuş; tüm bu gençlik kültürlerinin popülaritesinden yararlanmış ve maddi kazanç sağlamıştır (Marcus, 2013).



Şekil 5.4.: "Let It Rock" mağazası ([http-49](http://49))

McLaren Punk kültürü için de benzer bir yol izlemiştir. Amerika'da CGBN'nin düzenlediği bir rock festivaline katılıp Punk-rock kültüründen etkilenen McLaren, giysi tasarımcısı Vivienne Westwood ile birlikte kurduğu 'Sex' isimli kostüm mağazasının isminden yola çıkarak 'Sex Pistols' müzik grubunu kurmuştur (Marcus, 2013).

“Kendini Svengali olarak gören King’s Road’daki butiğin sahibi Malcolm McLaren’in düşüncesinde ise Sex Pistols dokuz aylık bir mucizeden, iyi para götürmenin ucuz bir aracı olmaktan, bir iki kahkahadan ve eski epater la bourgeoisie yankısından başka bir şey değildi hiç kuşkusuz. Malcolm McLaren onları dükkânının dışında bir yerde kampa alır, prova yapabilecekleri bir yer bulur, onlara tuhaf ve saldırganlığı çağrıştıran bir isim verir, pop müziğin ne kadar boş bir müzik türü olduğu, bu müzik türüyle yüzleşmenin ve iğrençleşmenin mümkün olduğu hakkında nutuk atar, herkesin olduğu kadar onların da gürültü çıkarma şanslarının olduğu, buna hakları olduğunu söyler.” (Marcus, 2013)

Tasarımcı Vivienne Westwood Punk akımı ile özdeşleşen önemli bir isim olmuştur. Westwood, McLaren ile birlikte kurdukları “Sex” isimli mağazaların Sex Pistols grubunun reklamını yapmış ardından bir diğer Punk müzik grubu olan New York Dolls’a kıyafetler tasarlamıştır (Dereboy, 2008). Fakat bu durum Punk’ın bir altkültürel direnişten ana akım moda içerisinde bir trend haline gelmesine sebep olmuştur.



Şekil 5.5. : “Sex” isimli Punk giyim mağazası ([http-50](http://50))

Gençlik altkültürlerinin metalaştırılmasına dair bir diğer örnek Glam-rock’a aittir. “Style: Singapura” moda dergisinin 2011 yılı Haziran ayı sayısında, stylingini Sharon T’nin, modelliğini Sanne Nijhof’un, fotoğrafçılığını Wee Khim’in yaptığı Glam-rock stili temalı editöryel yayın yapılmıştır. Şekil 5.6. , 5.7. ve 5.8.’de örnekleri yer alan çekimde Glam-rock sadece stilistik bir öge olarak sunulmaktadır. Hâkim kültüre dâhil edilip birer popüler kültüre dönüşen Glam gençlik altkültürü, bu örnekte de görüldüğü gibi, bir beden kültürü haline gelmiş, toplumsal cinsiyete dair muhalif anlamını kaybetmiş birer stilistik imaj haline gelmiştir.



Şekil 5.6. : “Style: Singapura” dergisinin fotoğraf çekimi-I (<http-51>)



Şekil 5.7. : “Style: Singapura” dergisinin fotoğraf çekimi-II (<http-52>)



Şekil 5.8. : “Style: Singapura” dergisinin fotoğraf çekimi-III (<http-53>)

2011 yılında “Shortlist” dergisinde, “Enter the Mods” (Mod’lara Giriş) başlıklı, styling teması Mod gençlik altkültürü olan editöryal bir çekim yer almıştır. Şekildeki göstergeler incelendiğinde Mod’ların görsel bir parçası olan küçük Vespa motorsiklet, parka mont, kapalı yakalı gömlekler, dar kesimli pantolonlar, dar kesimli takım elbise ve ‘Winklepickers’ adı verilen sivri burunlu ayakkabılara benzer ayakkabıların yer aldığı görülmektedir. Fotoğrafın solunda ve altında ise giysilerin markaları ve fiyatları ile ilgili bilgiler yer almaktadır. Bu örnekte bir altkültürel dinamiğin metalaştırıldığı açıkça görülmektedir. Bir gençlik altkültürünün dışavurum ve iletişim aracı olarak gördüğü ve bu doğrultuda imgeler yüklediği giyimlerinin formlarının kopyalandığı, ardından mübadelede karşılık bulacağı fiyatlarıyla birlikte asıl imgesinden yoksun imajlar şeklinde piyasaya sunulduğu görülmektedir.



Şekil 5.9. : “Shortlist” dergisindeki Mod stylingi (<http://54>)

“Zoo” magazin dergisinin 2013 yılı ocak ayı sayısında, sporcu Bradley Wiggins’in Mod giyimine benzer stiline gönderme yaparak yola çıkarak hazırlanmış bir styling sayfası yer almıştır. Sayfada Mod tarzının göstergeleri olan parka mont, İngiliz bayrağı, motorsiklet kaskı (Mod’lar Vespa motorsikletleri ile tanınmışlardır), ayaklı yakalı polo tişört, ‘Winklepickers’ adı verilen sivri burunlu ayakkabılara benzer ayakkabıların yer aldığı görülmektedir. Yer alan her ürün Mod gençlik altkültürünün giyindiği giysilerdir. Fakat burada Mod kültürünün metalaştırıldığı görülmektedir. Keza Mod’lar bir altkültür grubudur ve göstergelerini kendileri kendi ihtiyaçları için

üretmişlerdir. Dergide yer alan Mod giysileri ise bir başkasına satılmak üzere üretilmiş, dergide her birine kırmızı oklar çizilerek her birinin fiyatı ve satıldığı marka ismi belirtilmiştir. Bu noktada her biri altkültürel yaratı olmaktan çıkıp, meta statüsündeki nesnelere haline gelmiştir.



Şekil 5.10. : Zoo dergisi Mod stilingi (<http://55>)

## 6.BULGULAR

### 6.1. Gençlik Altkültürlerinin Giyimlerinin Moda Tasarımcılarının ve Markalarının Tasarımlarıyla Karşılaştırılması

#### 6.1.1. Punk-Balmain karşılaştırması-I



Şekil 6.1. : Punk'lar (<http-56>)

Şekil 6.1.'de 2. Dünya Savaşı Sonrası dönemi Punk altkültüründen gençler görülmektedir. Şekil 6.2. ve Şekil 6.3.'te Balmain'in, 2013 İlkbahar-Yaz koleksiyonundan parçalar görülmektedir. Şekiller karşılaştırıldığında Balmain'in koleksiyonundaki Punk göstergeleri okunmaktadır. Balmain, Punk gençlerinin yaptığı gibi, deri ceket klapalarında metal aksesuarlar kullanmıştır. Koleksiyonda Punk'ın simgesi haline gelen dekonstrüksiyon teknikleri kullanılmış ve ayrılan parçalar çengelli iğne ile bir araya getirilmiştir.

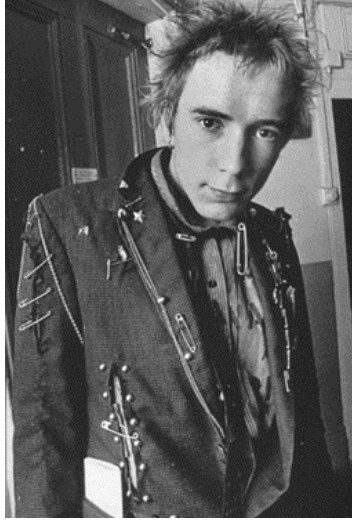


Şekil 6. 2. : Balmain'in tasarımı-I (<http-57>)



Şekil 6.3. : Balmain'in tasarımı-II (<http-58>)

## 6.1.2. Punk-Balmian karşılaştırılması-II



Şekil 6.4. : Johnny Rotten (<http-59>)



Şekil 6.5. : Punk genci (<http-60>)

Şekil 6.4.'te Punk müzik grubu Sex Pistols'un üyesi Johnny Rotten'ın zincir ve çengelli iğnelerin kullanıldığı ceketini, Şekil 6.5.'de bir Punk gencinin yırtma tekniği ile dekonstüre ettiği, bir Punk göstergesi olan lekeli giysileri görülmektedir. Şekil 6.6., 6.7. ve 6.8.'de Balmain'ın, 2013 İlkbahar-Yaz sezonunda, aynı teknikleri kullanarak hazırladığı tasarımları görülmektedir.



Şekil 6.6. : Balmain'ın tasarımı-III (<http-61>)



Şekil 6.7. : Balmain'ın tasarımı-IV (<http-62>)

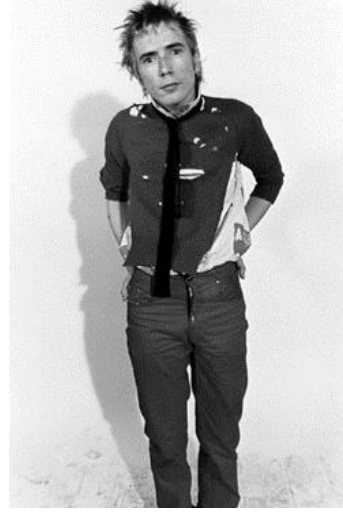


Şekil 6.8. : Balmain'ın tasarımı-V (<http-63>)

### 6.1.3. Punk- Karl Legardfield karşılaştırması



Şekil 6.9. : Punk müzisyeni (<http-64>)



Şekil 6.10. : Johnny Rotten (<http-65>)

Şekil 6.9. ve 6.10.'da Punk müzisyenlerinin örme giysileri yırtma ve sökme teknikleri ile manipüle ettikleri fotoğrafları görülmektedir. Şekil 6.11. ve 6.12.'de moda tasarımcısı Karl Lagerfeld'in, 2011 yılında, Chanel markası için hazırladığı, Punk temalı tasarımları görülmektedir. Tasarımlarda Punk gençlik altkültürünün göstergesi haline gelmiş olup Şekil 6.9. ve 6.10.'da da görülmekte olan, giysilerin yırtma ve sökme teknikleri ile manipüle edildiği görülmektedir.



Şekil 6.11. : Karl Lagerfeld'in tasarımı-I (<http-66>)



Şekil 6.12. : Karl Lagerfeld'in tasarımı-II (<http-67>)

#### 6.1.4. Punk- GianniVersace karşılaştırması



Şekil 6.13. : Sex Pistols grubu (<http-68>)



Şekil 6.14. : Johnny Rotten (<http-69>)

Şekil 6.13. ve 6.14.'te Punk müzik grubu Sex Pistols üyelerinin çengelli iğneler kullandıkları giysileri görülmektedir. Şekil 6.15. ve 6.16.'da moda tasarımcısı Gianni Versace'nin, 1994 yılı İlkbahar-Yaz sezonunda hazırladığı tasarımları görülmektedir. Versace tasarımlarında, Punk gençlik altkültürünün yaptığı gibi, çengelli iğneleri bolca ve ihtiyaç dışında, yani göstergesel değerinden yararlanarak kullanmıştır.



Şekil 6.15. : Gianni Versace'nin tasarımı-I (<http-70>)



Şekil 6.16. : Gianni Versace'nin tasarımı-II (<http-71>)

### 6.1.5. Dazlak- DSquared2 karşılaştırması-I



Şekil 6.17. : Dazlaklar (<http-72>)

Şekil 6.17.'de Dazlak gençlik altkültüründen bir genç grubu görülmektedir. Şekil 6.18. ve 6.19.'da “DSquared2” markasının 2008-2009 yılı Sonbahar-Kış koleksiyonunun defilesinden iki model görülmektedir. Şekiller karşılaştırıldığında DSquared2 markasının tasarımlarında Dazlak gençlerin giyim göstergeleri olan; Dr. Marten markalı çalışma botları, denim pantolonu, pilot montu ile birlikte tıraş edilmiş saçları kullandığı görülmektedir.



Şekil 6.18. : DSquared2 markasının tasarımı-I (<http-73>)



Şekil 6.19.: DSquared2 markasının tasarımı-II (<http-74>)

### 6.1.6. Dazlak- DSquared2 karşılaştırması-II



Şekil 6.20. : Dazlaklar (<http-75>)



Şekil 6.21. : Dazlaklar (<http-76>)

Şekil 6.20. ve 6.21.'de Dazlak gençlik altkültüründen bir genç grubu görülmektedir. Şekil 6.22. ve 6.23.'te "DSquared2" markasının 2008-2009 yılı Sonbahar-Kış koleksiyonunun defilesinden iki model görülmektedir. Şekiller karşılaştırıldığında DSquared2 markasının tasarımlarında Dazlak gençlerin giyim göstergeleri olan Dr. Marten markalı çalışma botları, denim pantolonu, kamuflej pantolon, pantolon askısı, pilot montu ile birlikte tıraş edilmiş saçları ve dövme kullandığı görülmektedir.



Şekil 6.22.: DSquared2 markasının tasarımı-III (<http-77>)



Şekil 6.23.: DSquared2 markasının tasarımı-IV (<http-78>)

### 6.1.7.Reggae- TommyHilfiger karşılaştırması-I



Şekil 6.24. : Reggae müzisyeni Calvin Cordozar Broadus ([http-79](http://79))

Şekil 6.24.'de Reggae gençlik altkültürünün göstergesi olan sarı, kırmızı, yeşil, siyah renk dörtlemesinin kullanıldığı file atlet ve aksesuarlar giymiş olan Reggae müzisyeni Calvin Cordozar Broadus görülmektedir. Şekil 6.25. ve 6.26.'da “Tommy Hilfiger” markasının 2016 yılı İlkbahar-Yaz sezonu koleksiyonunun defilesinden iki model görülmektedir. İki modelin giyindiği tasarımlarda da Şekil 6.24.'de görülen sarı, kırmızı, yeşil, siyah renk dörtlemesinin kullanıldığı file kumaşın (Şekil 6.25.'de atlet Şekil 6.26.'da pareo olarak) kullanılmasının yanında aynı renk dörtlemesinden örme bikini ve bere tasarlandığı görülmektedir.



Şekil 6.25.: Tommy Hilfiger markasının tasarımı-I ([http-80](http://80))



Şekil 6.26.: Tommy Hilfiger markasının tasarımı-II ([http-81](http://81))

### 6.1.8.Reggae- TommyHilfiger ve Bluemarine karşılaştırması



Şekil 6.27. : Bob Marley (<http>-82)



Şekil 6.28. : Bob Marley (<http>-83)

Şekil 6.27.'de Reggae müzisyeni Bob Marley'in Reggae göstergeleri olan olan sarı, kırmızı, yeşil, siyah renk dörtlemesi ve yün örme kumaştan üretilmiş olan yelek ve denim kumaşından pantolon giydiği görülmektedir. Şekil 6.28.'de Marley'in aynı renk renk dörtlemesinden bir mont ve denim kumaşından pantolon giydiği görülmektedir. Şekil 6.29.'da "Tommy Hilfiger" markasının 2016 yılı İlkbahar-Yaz sezonu koleksiyonunun defilesinden, Şekil 6.30.'da "Bluemarine" markasının 2010 yılı İlkbahar-Yaz sezonu koleksiyonunun defilesinden iki model görülmektedir. Şekiller karşılaştırıldıklarında tasarımlarda Reggae göstergeleri olan renk dörtlemesi, yün örme kumaş ve denim kumaştan pantolon kullanıldığı görülmektedir.



Şekil 6.29. : Tommy Hilfiger markasının tasarımı-III (<http>-84)



Şekil 6.30. : Bluemarine markasının tasarımı-I (<http>-85)

### 6.1.9.Reggae- Bluemarine karşılaştırması



Şekil 6.31. : Rastafaryanlar(<http-86>)

Şekil 6.31.'de Rastafaryan kadınların, tipik Rastafaryan ve Reggae göstegeleri olan, sarı, kırmızı, yeşil, siyah renk dörtlemesinden aksesuarlar ve ordu fazlası kamuflaj ceketler giyindikleri görülmektedir. Şekil 6.32. ve 6.33.'de “Bluemarine” markasının 2010 yılı İlkbahar-Yaz sezonu koleksiyonunun defilesinden iki model görülmektedir. Markanın tasarımlarından Şekil 6.31.'de görülmekte olan sarı, kırmızı, yeşil, siyah renk dörtlemesinden aksesuarlar ve kamuflaj desenli kumaştan yapılmış olan tasarımlar görülmektedir.



Şekil 6.32. : Bluemarine markasının tasarımı-II (<http-87>)



Şekil 6.33. : Bluemarine markasının tasarımı-III (<http-88>)

### 6.1.10. Reggae- Tommy Hilfiger karşılaştırması II



Şekil 6.34. : Reggae müzisyeni Calvin Cordozar Broadus (<http-89>)



Şekil 6.35.: Reggae genci (<http-90>)

Şekil 6.34.'de Rastafaryan ve Reggae gençlik altkültürünün göstergesi olan sarı, kırmızı, yeşil, siyah renk dörtlemesinin kullanıldığı *Tam* adındaki yün bere ve aksesuarlar giymiş olan Reggae müzisyeni Calvin Cordozar Broadus, Şekil 6.35.'de bu renk dörtlemesinin kullanıldığı *Tam* isimli yün bere ve aksesuarlar giymiş olan bir Reggae genci görülmektedir. Şekil 6.36. ve 6.37.'de "Tommy Hilfiger" markasının 2016 yılı İlkbahar-Yaz sezonu koleksiyonunun defilesinden iki model görülmektedir. İki modelin giyindiği tasarımlarda Şekil 6.34. ve 6.35.'de görülmekte olan Rastafaryan ve Reggae göstegeleri olan sarı, kırmızı, yeşil, siyah renk dörtlemesinden yün örme giysi tasarımları ve *Tam* isimli yün örme bere ve aksesuarlar kullanıldığı görülmektedir.



Şekil 6.36. : Tommy Hilfiger markasının tasarımı-IV (<http-91>)



Şekil 6.37. : Tommy Hilfiger markasının tasarımı-V (<http-92>)

### 6.1.11. Mod- Fred Perry karşılaştırması



Şekil 6.38. : Mod gençleri (<http-93>)

Şekil 6.38.'de Mod gençlik altkültüründen, Mod göstergeleri olan düzgün kesimli, dar yakalı ve dar kesimli pantolonları olan, parka ceketleriyle gençler görülmektedir. Şekil 6.39. ve 6.40.'da eski ekol Londra tarzı giyim markası olup Mod tarzı ile özdeşleşen “Fred Perry” markasının 2014 yılı İlkbahar-Yaz sezonu koleksiyonundan iki model görülmektedir. Şekiller karşılaştırıldığında markanın Mod göstergelerini – sırtında aplikasyonu olan parka, dar yakalı gömlek, dar kesimli pantolon, kısa, temiz ve düzgün saç kesimi- taşıyan tasarımlar yaptığı görülmektedir.



Şekil 6.39.: Fred Perry markasının tasarımı-I (<http-94>)



Şekil 6.40.: Fred Perry markasının tasarımı-II (<http-95>)

### 6.1.12. Mod- Todd Snyder karşılaştırması



Şekil 6.41. : Mod gençleri ([http-96](http://96))

Şekil 6.41.'de Mod gençlik altkültüründen, Mod göstergeleri olan düzgün kesimli, dar yakalı, yakasını kravat ile bağlanmış ve dar kesimli pantolonları olan modern İtalyan kesim takım elbiseler, takım elbisenin üzerine parka ceketleriyle gençler görülmektedir. Şekil 6.42. ve 6.43.'de erkek giyim tasarımcısı Todd Snyder'ın 2014 yılı Sonbahar-Kış sezonu koleksiyonunun defilesinden, aynı tasarımı giymiş olan, model görülmektedir. Şekiller karşılaştırıldığında tasarımcının Mod göstergelerinin tamamını kullanmış olduğu görülmektedir.



Şekil 6.42. :Todd Snyder'in tasarımı-I ([http-97](http://97))



Şekil 6.43. :Todd Snyder'in tasarımı-II ([http-98](http://98))

### 6.1.13. Hippi- DSquared2 karşılaştırması



Şekil 6.44. : Hippiler (<http-99>)



Şekil 6.45. : Hippiler (<http-100>)

Şekil 6.44. ve 6.45.'de Hippi gençlik altkültüründen; Hippi kadınların giyim göstergelerinden biri olan dökümlü uzun etekler giyen gençler görülmektedir. Şekil 6.46. ve 6.47.'de "DSquared" markasının 2012 yılı İlkbahar-Yaz sezonu koleksiyonunun defilesinden bir model görülmektedir. Şekiller karşılaştırıldığında markanın tasarımlarında dökümlü uzun bir elbise, etnik desenler, en önemli Hippi göstergesinden birisi olan uzun saçların üstünde bir kafa bandı kullandığı görülmektedir.

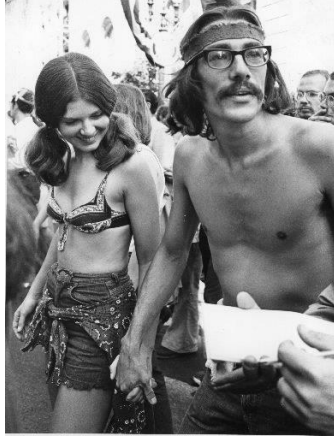


Şekil 6.46.: DSquared markasının tasarımı-I (<http-101>)



Şekil 6.47.: DSquared markasının tasarımı-II (<http-102>)

#### 6.1.14. Hippi- AnnaSui karşılaştırması



Şekil 6.48. : Hippiler (<http-103>)



Şekil 6.49. : Hippiiler (<http-104>)

Şekil 6.48.'de Hippi gençlik altkültüründen bir genç çift, Şekil 6.49.'da Hippi gençlik altkültüründen bir kadın görülmektedir. Şekil 6.50. ve 6.51.'de moda tasarımcısı Anna Sui'nin 2014 yılı İlkbahar-Yaz sezonu koleksiyonunun defilesinden iki model görülmektedir. Şekiller karşılaştırıldığında tasarımcının, şekillerde de görülmekte olan Hippi'lerin giydikleri şort, bikini üstü, yelek ve etnik desen göstergelerini tasarımlarında bir arada kullandığı görülmektedir.



Şekil 6.50.:Anna Sui'nin tasarımı-I (<http-105>)



Şekil 6.51.:Anna Sui'nin tasarımı-II (<http-106>)

### 6.1.15. Ted- Bottega Veneta karşılaştırması-I



Şekil 6.52. : *Teddy Boy gençleri (http-107)*

Şekil 6.52.'de Ted gençlik altkültüründen Edward tarzı uzun klapalı ceketleri, boyun bağları, manşetli kolları, yelekleri ve “drainpipe” adı verilen dar, boru paça pantolonları giyinmiş olan gençler görülmektedir. Şekil 6.53. ve 6.54.'de ise “Bottega Veneta” markasının 2010 yılı Sonbahar-Kış sezonunun erkek giyim koleksiyonunun defilesinden iki model görülmektedir. Şekiller karşılaştırıldığında markanın tasarımlarında Ted altkültür gençlerinin tipik göstergeleri olup Şekil 6.52.'de de görülmekte olan uzun klapalı ceketli, boyun bağı bağlanan, manşetli kollu, yelekli ve drainpipe pantolonlu Edward tarzı takım elbiseye yönelik tasarımlar yapıldığı görülmektedir.



Şekil 6.53. : *Bottega Veneta'nın tasarımı-I (http-108)*



Şekil 6.54. : *Bottega Veneta'nın tasarımı-II (http-109)*

### 6.1.16. Ted- Bottega Veneta karşılaştırması-II



Şekil 6.55. : *Teddy Boy gençleri (http-110)*

Şekil 6.55.'de Ted gençlik altkültüründen gençler görülmektedir. “Teddy boy” olarak adlandırılan Ted erkekleri saçlarını şekilde görüldüğü gibi şekillendirmektedirler. Şekil 6.56. ve 6.57.'de “Bottega Veneta” markasının 2010 yılı Sonbahar-Kış sezonunun, Ted gençlik altkültürünün giyim göstergeleri referans alınarak hazırlanan erkek giyim koleksiyonunun defilesinden iki model görülmektedir. Bu iki modelin saç biçimlerinin, Ted gençlik altkültürünün göstergelerinden biri olan saç biçimleriyle ciddi bir benzerlik gösterdiği, saç tasarımlarının Teddy Boy’ların saçlarını şekillendirme biçimleri referans alınarak tasarlandığı görülmektedir.



Şekil 6.56. : *Bottega Veneta'nın tasarımı-III (http-111)*



Şekil 6.57. : *Bottega Veneta'nın tasarımı-IV (http-112)*

### 6.1.17. Ted- Yves Saint Laurent karşılaştırması



Şekil 6.58. : *Teddy Boy* gençleri (<http-113>)

Şekil 6.58.'de Ted gençlik altkültüründen; tipik göstergeleri olan uzun klapalı ceketli, boyun bağı bağlanan, manşetli kollar ve drainpipe pantolonlu Edward tarzı takım elbisesini giyen gençler görülmektedir. Şekil 6.59. ve 6.60.'da tasarımcı Yves Saint Laurent'ın markasının 2014 yılı erkek giyim koleksiyonunun defilesinden iki model görülmektedir. Şekiller karşılaştırıldığında markanın tasarımlarında Ted altkültür gençlerinin tipik göstergeleri olup Şekil 6.58.'de de görülmekte olan Edward tarzı takım elbiseye yönelik tasarımlar yaptığı görülmektedir.



Şekil 6.59. : *Yves Saint Laurent*'in tasarımı-I (<http-114>)



Şekil 6.60.: *Yves Saint Laurent*'in tasarımı-II (<http-115>)

### 6.1.18. Ted- Richard James karşılaştırması



Şekil 6.61. : *Teddy Boy* (<http-116>)

Şekil 6.61.'de Ted gençlik altkültüründen, biri yakayla klapanın farklı renklerde olduğu uzun klapalı ceket ve yakalarını boyun bağcığı ile bağlamış olan gençler görülmektedir. Şekil 6.62. ve 6.63.'de, Ted gençlik altkültürünün giyindiği Edward tarzı takım elbiselerin terzilerinin bulunduğu ekol olan Saville Row'dan bir tasarımcı olan Richard James'in 2014 yılı erkek giyim koleksiyonunun defilesinden iki model görülmektedir. Şekiller karşılaştırıldığında tasarımcının tasarımlarında Ted altkültür gençlerinin tipik göstergeleri olup Şekil 6.61.'de de görülmekte olan yakayla klapanın farklı renklerde olduğu uzun klapalı ceket ve yakalarını boyun bağcığı ile bağlama gösterenlerini referans aldığı görülmektedir.



Şekil 6.62.: *Richard James'in tasarımı-I* (<http-117>)



Şekil 6.63: *Richard James'in tasarımı-II* (<http-118>)

### 6.1.19. Ted- Dolce Gabana karşılaştırması



Şekil 6.64. : *Teddy Girl* (<http-119>)

Şekil 6.64.'de Ted gençlik altkültüründen iki erkek bir kadın olmak üzere üç genç görülmektedir. “Teddygirl” olarak adlandırılan Ted kadını, tipik bir Ted giyimine sahiptir; klapanın yakayla farklı renklerde olduğu, cepli, düğmeli bir ceket, kapalı kullanılan erkek yakalı gömlek, yelek, pantolon ve dönem kadın ayakkabılarından farklı olarak bir mokasen. Şekil 6.65. ve 6.66.'da “Dolce Gabana” markasının 2011 yılı Sonbahar hazır giyim koleksiyonunun defilesinden iki model görülmektedir. Şekiller karşılaştırıldığında markanın tasarımlarında Ted altkültür gençlerinin tipik göstergeleri olup Şekil 6.64.'de de görülmekte olan farklı renklerde yaka-klapa, cepli ve düğmeli bir ceket kapalı kullanılan erkek yakalı gömlek, yelek, pantolon ve mokasenden yola çıkarak tasarım yaptığı görülmektedir.



Şekil 6.65. : *Dolce Gabana'nın tasarımı-I* (<http-120>)



Şekil 6.66. : *Dolce Gabana'nın tasarımı-II* (<http-121>)

### 6.1.20. Ted- Paul Smith karşılaştırması



Şekil 6.67.: Teddy Boy genci (<http-122>)



Şekil 6.68.: Teddy Girl genci (<http-123>)

Şekil 6.67. ve 6.68.'de Ted gençlik altkültüründen –erkek olan “Teddy Boy” kadın olan “Teddygirl” olarak adlandırılan- gençler görülmektedir. Her iki gencin de Edward tarzı uzun klapalı ceketleri, boyun bağları ve dar, boru paça drainpipe pantolonları giyinmiş oldukları görülmektedir. Şekil 6.69., 6.70. ve 6.71.'de moda tasarımcısı Paul Smith'in 2011 yılı İlkbahar-Yaz sezonu hazır giyim koleksiyonunun defilesinden üç model görülmektedir. Tasarımcının tasarımlarında, “Teddy girl” profiline uygun bir şekilde, Ted göstergeleri olan erkek yakalı gömleklerin yakalarında boyun bağları ve dar, boru paça drainpipe pantolonları ile uzun klapalı ceketler görülmektedir.



Şekil 6.69.:Paul Smith'in tasarımı-I (<http-124>)



Şekil 6.70.:Paul Smith'in tasarımı-II (<http-125>)



Şekil 6.71.:Paul Smith'in tasarımı-III (<http-126>)

### 6.1.21. Glam- Alexander McQuenn karşılaştırması-I



Şekil 6.72. : David Bowie (<http-127>)

Şekil 6.72.’de Glammüzişiyeni David Bowie’nin kurgusal sahne karakteri “Ziggy Stardust” için giyindiği kostüm görölmektedir. Şekil 6.73.’de “Alexander McQuenn” markasının 2013 yılı koleksiyonundan bir giysi tasarımı görölmektedir. Şekiller karşılaştırıldığında; Bowie’nin ‘uzay çağı’ modasından etkilenmiş olan tulumundaki fütüristik çizgi, kalıp ve formunun markanın tasarımı olan tulumunun kalıp ve formunda da –“Glam”; parlak ve renkli kumaşıyla desteklenerek- varolduğu görölmektedir.



Şekil 6.73. :Alexander McQuenn’in tasarımı-I (<http-128>)

## 6.1.22. Glam- Alexander McQuenn karşılaştırması-II



Şekil 6.74. : David Bowie (<http-129>)



Şekil 6.75. : David Bowie (<http-130>)

Şekil 6.74. ve 6.75.'de Glam müzisyeni David Bowie ve kostümleri görülmektedir. Şekillerdeki kostümlerde tipik Glam-rock göstergesi olan canlı renkler, parlak kumaşlar, futuristik desen ve formlar olduğu görülmektedir. Şekil 6.76.'da "Alexander McQuenn" markasının 2013 yılı koleksiyonundan bir giysi tasarımı görülmektedir. Bu tasarımda Şekil 6.75.'deki Glam kostümüyle form açısından ciddi benzerlik görülmekle birlikte, hem Şekil 6.74.'deki hem Şekil 6.75.'deki kostümlerdeki fütüristik ayaklı yaka formu kullanılmıştır. Markanın tasarımında Glam göstereni olan parlak kumaşın kullanılmasıyla birlikte, tasarımın Glam giyimi referans alınarak tasarlandığı anlaşılmaktadır.



Şekil 6.76. :Alexander McQuenn'in tasarımı-II (<http-131>)

### 6.1.23. Glam- Jean Paul Gaultier karşılaştırması-I



Şekil 6.77. : David Bowie (Fogg, 2014)

Şekil 6.77.'de Glam müzisyeni David Bowie'nin kurgusal "Ziggy Stardust" isimli sahne karakteri için giyindiği jakarlı örme bir kostümü görülmektedir. Şekil 6.78.'de tasarımcı Jean Paul Gaultier'in 2013 yılı İlkbahar-Yaz sezonu koleksiyonunun defilesinden bir giysi tasarımı görülmektedir. Şekiller karşılaştırıldığında her iki kıyafette de sol kolu ve aksi yöndeki sağ bacağı kasığa kadar açıkta bırakan bölümlerinin olması, parlayan metalik ipliklerle örülmüş jakarlı örme kumaştan yapılmış olmaları, açıkta kalan kol bileğinde kalın bilezikler olmasıyla birlikte önleri kısa ve diken gibi olup, yanları uzun ve arkada bir kuyruğu olan kıvılcık saçları ciddi bir benzerlik olduğu, tasarımcının tasarımını Glam kostümünü referans olarak hazırlamış olduğu anlaşılmaktadır.



Şekil 6.78. : Jean Paul Gaultier'in tasarımı-I (<http://132>)

#### 6.1.24. Glam- Jean Paul Gaultier karşılaştırması-II



Şekil 6.79. : David Bowie (<http-133>)

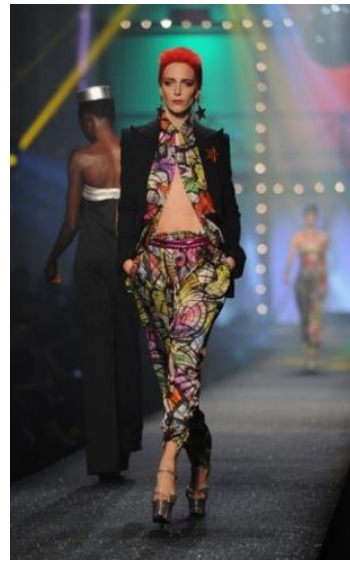


Şekil 6.80. : David Bowie (<http-134>)

Şekil 6.79. ve 6.80.'de Glam müzisyeni David Bowie'nin Glam tarzında çokça görülen hepsi parlak renkli olmak üzere eşarp, kadın bluzu, yelek, tulum olan kostümleri görülmektedir. Şekil 6.81. ve 6.82.'te tasarımcı Jean Paul Gaultier'in 2013 yılı İlkbahar-Yaz sezonu koleksiyonunun defilesinden bir giysi tasarımı görülmektedir. Gaultier'in tasarımı Bowie'nin kostümleriyle karşılaştırıldığında, tasarımcının Glam göstergeleri olup Şekil 6.79. ve 6.80.'de de görülen parlak renkli kumaştan tulum, kıvılcık saç, Glam makyajı ile apartman topuklu ayakkabılarıyla, Glam-rockçı Bowie'yi referans olarak tasarım yaptığı görülmektedir.



Şekil 6.81. :Jean Paul Gaultier'in tasarımı-II (<http-135>)



Şekil 6.82. :Jean Paul Gaultier'in tasarımı-III (<http-136>)

## 6.2. Yorum

Moda tasarımcılarının ele alınan gençlik altkültürlerinden yola çıkarak hazırlamış oldukları koleksiyonları ve hangi altkültürden esinlendiklerinin listesi aşağıdaki gibidir:

- Balmain'in, 2013 yılı İlkbahar-Yaz sezonu koleksiyonu (Punk)
- Karl Lagerfeld'in ("Chanel" markası için hazırladığı) 2011 yılı tasarımları (Punk)
- Gianni Versace'nin, 1994 yılı İlkbahar-Yaz sezonu koleksiyonu (Punk)
- "DSquared2" markasının 2008-2009 yılı Sonbahar-Kış koleksiyonu (Dazlak)
- "Tommy Hilfiger" markasının 2016 yılı İlkbahar-Yaz sezonu koleksiyonu (Reggae)
- "Bluemarine" markasının 2010 yılı İlkbahar-Yaz sezonu koleksiyonu (Reggae)
- "Fred Perry" markasının 2014 yılı İlkbahar-Yaz sezonu koleksiyonu (Mod)
- Todd Snyder'in 2014 yılı Sonbahar-Kış sezonu koleksiyonu (Mod)
- "DSquared" markasının 2012 yılı İlkbahar-Yaz sezonu koleksiyonu (Hippi)
- Anna Sui'nin 2014 yılı İlkbahar-Yaz sezonu koleksiyonu (Hippi)
- "Bottega Veneta" markasının 2010 yılı Sonbahar-Kış sezonun erkek giyim koleksiyonu (Ted)
- Yves Saint Laurent'in markasının 2014 yılı erkek giyim koleksiyonu (Ted)
- Richard James'in 2014 yılı erkek giyim koleksiyonu (Ted)
- "Dolce Gabana" markasının 2011 yılı Sonbahar hazır giyim koleksiyonu (Ted)
- Paul Smith'in 2011 yılı İlkbahar-Yaz sezonu hazır giyim koleksiyonu (Ted)
- "Alexander McQuenn" markasının 2013 yılı koleksiyonu (Glam)
- Jean Paul Gaultier'in 2013 yılı İlkbahar-Yaz sezonu koleksiyonu (Glam)

Listede yer alan tüm koleksiyonlar, gençlik altkültürlerine dair görseller ile "5.3." bölümünde karşılaştırılmıştır. Karşılaştırmalar sonucunda koleksiyonların gençlik altkültürlerinin giyim-kuşam göstergelerinin referansı ile hazırladığı görülmüştür.

Stil, altkültürel aidiyetin merkezi olmakta; vücut süslemeleri ve giyim dünyanın geri kalanına dâhil olmamanın bir nevi amblemi olarak altkültürel sosyolojide yer almaktadır. Öte yandan giyim üreticileri; küçük perakendeciler, terziler ve posta siparişli kataloglarla takip edilen küçük ölçekli işletmeler ile "yüksek moda" olarak

anılan moda tasarımcıları ve onların adlarıyla markalaşmış büyük ölçekli işletmeler altkültürel yaratıları kendilerine ilham kaynağı edinmişlerdir. Bunun sonucu olarak 1990'lardan itibaren ana akım modasına karşı çıkan altkültürel giyim birer ana akım moda trendi haline gelmiştir. Gençlik altkültürlerinin enerjileri ve otantiklikleri “sokak” ile ilişkilendirilmiş; bu “sokak modası”ndan esinlenerek koleksiyonlar hazırlanmıştır. Tasarımcılar gençlik altkültürlerine dair göstergeleri kullanırken çoğu zaman bunları lüks kumaşlar ve yüksek işçilikle kombine etmişlerdir. Tasarımcılar altkültürel stillerden esinlenerek hazırladığı bu lüks koleksiyonları cadde mağazalarında satmış ve yüksek fiyatlı etiketlerle satışa sunmuşlardır (De La Haye, 1996).

Der Meer, biçim ve anlamlarına saygı gösterildiği sürece kültürel formların öğrenilebileceğini söylemiş fakat altkültürlere ait bu formların kendi özünden koparılmasına ve popülerize edilmesine karşı çıkmıştır (Aktaran: Blair,1996). Tez kapsamındaki örnekler ve karşılaştırmalarda Der Meer'in bu görüşü haklı görünmektedir. İncelenen örneklerde ve karşılaştırılan giyim göstergelerinde görülmekte olan bu doğrultudadır. Yüksek moda bu altkültürel değerleri kullanırken yaratıcılarının mirasından koparmış ve popülerize etmiştir. Örneğin; Tommy Hilfiger markasının 2016 yılı İlkbahar-Yaz sezonu koleksiyonunun Reggae gençlik altkültürüyle karşılaştırmasında renk dörtlemesi, örme kumaş, file kumaş vb. göstergelerin stilistik imajlar olarak kullanıldığı görülmüş fakat Reggae kültürünün altyapısının karşına sadece o yaz sezonuna ait eğlenceli bir plaj trendi yorumu konulmuştur.

Gençlik altkültürleri basit birer sokak stili değil derin sosyolojik problemlerden doğmuş, bu problemi dışavurmuş birer sosyal gruplardır. Dışavurumlarının önemli bir kısmını müzik ve giyim ile gerçekleştirmişlerdir. Konyar (2008), gençlik altkültürlerinin hâkim kültüre dâhil edildiklerinde, birer popüler kültüre dönüşmekte olduğunu, bunun sonucunda da muhalifliklerini kaybetmiş bir beden kültürü haline geldiklerini ve geriye protest içeriklerinden boşaltılmış bir gençlik stili olarak kaldıklarını söylemiştir. İncelenen örneklerde ve karşılaştırılan giyim göstergelerinde görülmekte olan bu doğrultudadır. Örneğin; Punk gençlik altkültürü toplumdaki ırkçılıktan, kapitalist iktisadi sisteme kadar pek çok sosyal olguya muhalefet etmiş, giyim göstergeleriyle toplumun genel-geçer normlarını ve hatta ana akım cadde modasıyla genel-geçer güzellik anlayışını eleştirmişlerdir. Gianni Versace'nin, 1994 yılı İlkbahar-Yaz sezonunda hazırladığı tasarımlara bakıldığında Punk giyim kültürünün muhalifliğini kaybettiği görülmektedir.

1990'lerden itibaren altkültürlerle yüksek modanın arasındaki stilistik sınır bulanıklaşmıştır. Kişisel styling danışmanları ve moda dergisi styling editörleri, altkültürel stillerle yüksek modayı eklektik eşleştirmelerle kombin etmektedirler (De La Haye, 1996). Günümüzde kültür endüstrilerince yaratılan bu giyim örnekleri gençler tarafından taklit edilmektedir. Kültürel olarak bu göstergelerin ortaya çıktıkları zamanlardaki anlamlarından haberdar olmayan günümüz gençleri giyim aracılığı ile plastik olarak o kimliğe bürünmektedir ki Göksel (2007), buna 'yapay kimlikler' adını vermiştir. Sonuç olarak günümüzde, sosyal kimliğin ifade alanı olan giyim ile onu referans alarak biçimlenen moda endüstrisinin üretiminde olan giyim arasındaki sınırlar ortadan kalmıştır.

## 7. SONUÇ

Toplumun deneyimlerinden yola çıkarak oluşturduğu kültür, sosyal değişkenliklerden etkilenmiş ve toplum çok sayıda altkültür içerecek biçimde gelişmiştir. Ana kültürün bir parçası olmakla birlikte, kimi inançları ve davranışlarıyla bu ana kültürden farklılaşan bir toplumsal kümeye ait olarak tanım bulan gençlik altkültürleri, hâkim kültür yerine kendi oluşturdukları alternatif kültürel biçim içerisindeki gençleri tarif etmektedir (Ambrose, Harris, 2012).

Giyim, kendilerini ifade etme yolları arayan gençlik altkültürlerine önemli bir kaynak olmuş, göstergelere kendi imgeleri yerleştirerek giyimin anlamları iletme gücünü kullanmışlardır. Kendi giyim göstergelerini yaratan gençlik altkültürlerinin bu göstergeleri yaratma biçimleri nesnenin temel anlamının yapıbozumu ve ardından nesneye kendi anlamlarını yüklemektir (Hebdige, 2004). Maddi bir varlık olan nesnelere işlevleri dönüştürüldüğünde, yeni yüklenen anlamlarını iletmede, böylece gösteren (nesne), iletişimsel bir eylem aracına dönüşmektedir. İşlevi dönüştürülmüş nesnelere (giyim göstergeleri), altkültürel grupların anlam taşıyıcıları olmuş bu altkültürel üretimle gençler, dışavurumlarını gerçekleştirecek bir alan edinmişlerdir (Gootdiener, 2005).

Karayip adalarının şeker plantasyonlarında çalıştırılmış siyah kölelerin torunları olan Reggae gençlik altkültürünün giyim tarzının temel prensibi; onlara baskı yapan 'beyaz'lara ait giysiler yerine, kendilerine ait olan siyah Afrikalı imajı taşıyan giysiler giymek olmuş bu doğrultuda Etiyopya bayrağının renkleri olan sarı, kırmızı ve yeşil renk kombinasyonlarından oluşan giysileri giyinmiş, özünde Afrikalı kabilelerin kullandığı bir biçim olan Rasta saçları bir gösterge haline gelmiştir (Campbell, 2014).

2. Dünya Savaşı ile ortaya çıkan ideolojik yapılanmalarla birlikte ırkçılık ve milliyetçiliğin işçi sınıfının sorunlarının çözümü için alternatif bir hale geldiği; işçi sınıfının bir kısmınca desteklendiği sosyolojik bir ortamda ortaya çıkan Ted gençlik altkültürünün giyim göstergesi olan Edward stili takım elbiseler 'saf beyaz İngilizlik' gibi yananlamsal gösterge değeri taşımıştır (Brake, 1980).

Savaş sonrasında yaşanan önemli demografik değişimin sonucunda ailelerinden bağımsız bir kazanç elde etmeye başlamasına rağmen hayallerindeki sosyal sınıfa atlayamayan gençlerin oluşturduğu Mod gençlik altkültürü özgün bir altkültürel koda sahip olmuşlardır (Blair, 1993). Mod gençlik altkültürü klasik ceketler giymiş, ofis

yaşamının geleneksel işareti olan yaka ve kravat takmış, motosiklete binmiş, keskinleştirilmiş metal taraklar ve parçalanıp anoraklar üzerine aplike edilmiş İngiliz bayrağı kullanmışlardır. Tüm bunlar; ceket, motosiklet, metal tarak, bayrak; birbirleriyle ilgisiz nesnelere altkültürel brikolör uygulamayla; narsist, saldırgan, çarpıcı bir tarz meydana getirmişlerdir (Hebdige 2004).

Altkültür hareketleri içerisinde karşı kültür olarak tanımlanabilecek ilk kültür olan Beat'ler antikonformist, mülkiyet ve aidiyete karşı çıkan bir kültür geliştirmişlerdir. Bununla doğru orantılı olarak Beat gençlik altkültürü işçi sınıfıyla ilişkili kirli, hırpani ve dağınık giysiler seçerek kurumsallaşma karşıtı tutumunu ifade etmişlerdir (Crane, 2003).

Serbest piyasa kapitalizminin ilerlemesiyle birlikte siyasi sağ kanattaki yükselme ve artan milliyetçilik akımıyla ortaya çıkan ve "Neo-nazi" olarak da anılan Dazlak gençlik altkültürünün giyim tarzının bir parçası olan pilot montlarının omzundaki bayraklar gençlerin algılarındaki ülkelerine bağlılıklarına ve vatanseverliklerine yönelik bir dışavurumdur (O'Hara, 2003) (Cotter, 1999).

1960'larda ve 1970 başlarında Amerikan toplumundaki bireyciliğe, rekabete ve materyalizme karşı simgesel bir başkaldırı şeklinde gelişen Hippi altkültürü anti-materyalist dünya görüşleri sebebiyle, kumaşın en basit yöntemlerle elde edilmesine dayanan eklektik orjinli kıyafetler kullanmışlardır (Erkal, Baloğlu, Baloğlu, 1997) (Fogg, 2014).

Gençlik altkültürlerinin semiyolojik anlamda en yüksek noktası sayılan Punk gençlik altkültürü hâkim toplumsal iklime dair herşeye karşı bir yapıya sahip olmuşlar ve bunu giyim göstergelerinde taşımışlardır (Hebdige, 2004). Punk'lar, orta sınıf dünyasına ve onların giyim modasına karşıdırlar ve bunu, içinde buldukları dönemin modasıyla alakası olmayan zincirlerle donatılmış ceketler, delinip küpe takılmış yanaklarıyla sadomazoşist tavırlı giyimle göstermişlerdir (Davis, 1997).

İlk kez geleneksel cinsiyet rolleri ve cinsiyet ayrımına yönelik tavır geliştiren altkültür grubu olan Glam, giyim aracılığıyla gösterilen geleneksel cinsiyet rolüne, androjenik görünümleriyle tepki göstermişlerdir. Erkek Glam müzisyenleri makyaj yapmış, uniseks ve kadın kıyafetleri ile aksesuarları kullanarak, diğer gençlik altkültürleri tarafından bastırılan, ihmal edilen veya gizlenen cinsel kişilik sorunlarına işaret etmişlerdir (Hebdige, 2004).

Sanayileşme, kentleşme ve modernleşme süreçleriyle ortaya çıkmış olan kapitalist üretim ilişkileri bir kültür endüstrisinin doğmasına sebep olmuştur (Mutlu, 2012). Kendisine ham madde arayışı içerisinde olan kültür endüstrisi altkültürel üretimlere yönelmiş, kültür endüstrisinin önemli bir kolu olan moda endüstrisi altkültürel üretimleri kendisine ilham kaynağı kabul etmiştir. Büyük pazarlarla büyük kârı hedefleyen kültür endüstrileri için pazarlanacak ürünün pazar hacmini geniş olması gerekmiş, altkültürel yaratının pazar hacminin genişletilmesi için de göstergelerin ‘herkes için kullanılabilir/giyilebilir/dinlenilebilir’ hale dönüştürülmesi gerekmiştir. Bu gereklilik göstergelerin pazarlanabilir duruma getirilip metalaşmasına sebep olmuştur. Metalaştırma, simgesel bir sığlaşmaya sebep olmuş, göstergeleri radikal anlamlarından kopartmıştır (Hebdige, 2004) (Gootdiener, 2005).

Moda tasarımcılarının ele alınan gençlik altkültürlerinden yola çıkarak hazırlamış oldukları koleksiyonları ile bu altkültürlerin görselleri karşılaştırılmış, karşılaştırmalar sonucunda koleksiyonların gençlik altkültürlerinin giyim-kuşam göstergelerinin referansı ile hazırladığı görülmüştür. Altkültürel direnişin giyim göstergeleri lüks kumaş ve yüksek işçilikle birleşmiştir. Gençlik altkültürleri birer anti-modacı iken, giyim üretimini tekeline bulduran moda endüstrisinin elinde birer ana akım moda trendine dönüşmüştür. İmge yüklü simgeler, endüstri müdahalesinde anlamlarını kaybetmiş, metalaşmış, radikal anlamlarından kopmuştur. Öte yandan moda endüstrisi, aynı zamanda, altkültürlere ait görsel imajları –anlamlarını kaybetmiş olsalar da- ait oldukları dar çevrelerinden çıkararak daha geniş kitlelere ulaşmasını da sağlamıştır.

## KAYNAKÇA

- Ambrose, G. ve Harris, P. (2012). *Görsel Moda Tasarımı Sözlüğü* (Çev: Ç. Sirkeci). İstanbul: Literatür Yayınları.
- Arseven, A. D. (2004). *Anket Hazırlama*. İstanbul: Gündüz Eğitim Yayınları.
- Barthes, R. (2014). *Göstergebilimsel Serüven* (Çev: M. Rifat, S. Rifat). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Bauman, Z. (2000). *Postmodernizm ve Hoşnutsuzlukları* (Çev: İ. Türkmen). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bentley, N. (2010). 'New Elizabethans': *The Representation of Youth Subcultures in 1950s British Fiction*. *Literature & History*, Sayı:19.
- Barnard, M. (2010). *Sanat, Tasarım ve Görsel Kültür* (Çev: G. Korkmaz). Ankara: Ütopya Yayınları.
- Birekul, M. (2015). *Popüler Kültür ve Müzikte Anlamın Kaybı*. *Akademik İncelemeler Dergisi*, Cilt: 10, Sayı: 1.
- Blair, M. E. (1996). *Rap Müziği Gençlik Altkültürünün Ticarileşmesi*. *Müzik Dergisi*, Sayı:2.
- Brake, M. (1980). *The Sociology of Youth Culture and Youth Subcultures*. New York: Routledge & Kegan Paul Ltd.
- Bostancı, N. (2010). *Toplum ve Kültür*. İ. Sezal (Ed.) *Sosyolojiye Giriş* içinde. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A. Ş.
- Campbell, H. (2014). *Rasta ve Direniş* (Çev: I. Ertuna Howison). Ankara: Dipnot Yayınları.

- Cotter, J. M. (1999). *Sounds of hate: White Power Rock and Roll and The Neo-nazi Skinhead Subculture*, Terrorism and Political Violence, Cilt: 11, Sayı:2.
- Crane, D. (2003). *Moda ve Gündemleri: Giyimde Sınıf, Cinsiyet ve Kimlik* (Çev: Ö. Çelik). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Cuche, D. (2013). *Sosyal Bilimlerde Kültür Kavramı* (Çev: T. Arnas). İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Çerezcioglu, A.B. (2014). *Popüler Müzik ve Gençlik Kültürü*. Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi, Sayı: 182.
- Davis, F. (1997). *Moda, Kültür ve Kimlik* (Çev: Ö. Arıkan). İstanbul: Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık.
- De La Haye, A. (1996). *Surfers Soulies Skinheads & Skaters*. New York: The Overlook Press.
- Debord, G. (2014). *Gösteri Toplumu* (Çev: A. Ekmekçi, O. Taşkent). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Demir, Z. (2014). *Modern ve Postmodern Feminizm*. İstanbul: Sentez Yayıncılık
- Dereboy, E. J. (2008). *100 Yılın Moda Tasarımcıları*. Ankara: Özel Güzel Sanatlar Stilizlik-Moda Ltd. Şti.
- Duval, J. (2011). *Charles Bukowski ve Beat Kuşağı* (Çev: A. Günebakanlı). İstanbul: Altıkırkbeş Yayınları.
- Emir İ.Y. (2003). *Kitle İletişimde İmaj*. İstanbul: İm Yayın Tasarım.
- Encyclopedia Britannica Online Sözlük (2014). <https://global.britannica.com/art/glam-rock> (Erişim Tarihi: 10. 03. 2015).

- Erkal M. E. , Baloğlu B. ve Baloğlu, F (1997). *Ansiklopedik Sosyoloji Sözlüğü*. İstanbul: Der Yayınları.
- Erşen, M.T. (2002). *Toplumsal İletişimde Gençlik Altkültürlerinin Yeri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi.
- Fiske, J. (2012). *Popüler Kültürü Anlamak* (Çev: S. İrvan). İstanbul: Parşömen Yayınları.
- Fischel, A. , Baggaley, A. , O'Hara, S. , Sturgeon, A. , Gersh ,C. , Khurana, A. (Eds.) (2013). *Moda – Geçmişten Günümüze Giyim Kuşam ve Stil Rehberi* (Çev: D. Özen). İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Frith, S. (2000). *Popüler Müziğin Endüstrileşmesi* (çev: S. İlbağ). J. Lull (Ed.) *Popüler Müzik ve İletişimi* içinde. İstanbul: Çiviyazıları Yayınları.
- Fogg, M. (2014). *Modanın Tüm Öyküsü* (Çev: E. Gözğü). İstanbul: Hayalperest Yayınevi.
- Hebdige, D. (2003). *Kes Yapıştır – Kültür, Kimlik ve Karayip Müziği* (Çev: Ç. Gülabioğlu). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Hebdige, D. (2004). *Altkültür-Tarzın Anlamı* (Çev: S. Nişancı). İstanbul: Babil Yayınları.
- Hopkins, J. (2016). *Moda Tasarımında Erkek Giyim* (Çev: N. Altınay). İstanbul: Literatür Yayınları.
- Hoskins, T. E. (2014). *FOYA-Modanın Antikapitalist Kitabı* (Çev: D. Bayraktaroğlu). Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Giddens, A. (2000). *Sosyoloji* (Çev:). Ankara: Ayraç Yayınevi.
- Girtler R. (2005). *Terbiyesizliğin Teorisi* (Çev: M. Beyaztaş). İstanbul: Kale Yayınları.

- Gottdiener, M. (2005). *Postmodern Göstergeler* (Çev: E. Cengiz, H. Gür, A. Nur). Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- Göksel N. (2007). *Gençlerde Giyim Modası ve Kimlik İlişkisi*. Yedi: Dokuz Eylül Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi, Temmuz Sayısı.
- Guffey, E. E. (2006). *Retro: the Culture of Revival*. London: Reaktion Books Ltd.
- Jenks C. (2007). *Altkültür- Toplumsalın Parçalanışı* (Çev: N. Demirkol). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Judt,T. (2009). *Savaş Sonrası:1945 Sonrası Avrupa Tarihi* (Çev: D. Şendil). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Karasar, N. (2012). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Kawamura, Y. (2016). *Moda-loji: Moda Çalışmalarına Giriş* (Çev: Ş. Özüdoğru). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Konyar, H. (2008). *Popüler Kültürde Hegemonik Anlamaların Üretilmesinde Gençlik Altkültürlerinin Önemi*. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi.
- Küçüköner M. (2005). *Sanatta İmge, Simge ve Gösterge İlişkilerine Bir Bakış*. Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Dergisi.
- Marshall G. (2005). *Sosyoloji Sözlüğü* (Çev: O. Akınhay, D. Kömürcü). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Marcus, G. (2013). *Ruj Lekesi-Yirminci Yüzyılın Gizli Tarihi* (Çev: G. Koca). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

- McRobbie, A. (2013). *Postmodernizm ve Popüler Kültür* (Çev: A. Özdek). İstanbul: Parşömen Yayıncılık.
- Miller, S. (2011). *Sex, Drugs, Rock & Roll, and Musicals*. Boston: Northeastern.
- Mutlu E. (2012). *İletişim Sözlüğü*. Ankara: Sofos - Kıta Basın Dağıtım Yayıncılık.
- O'Hara, C. (2003). *Punk Felsefesi - Gürültünün Ötesinde* (Çev: A. Spangler). İstanbul: Çitlembik Yayınları.
- Outhwaite, W. (2008). *Modern Toplumsal Düşünce Sözlüğü* (Çev: M. Pekdemir). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Özkalp, E. (2000). *Sosyolojiye Giriş*. Eskişehir: Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı Yayınları.
- Palmer, B.D. (2011). *Karanlığın Kültürleri – Sınır İhlallerinin Tarihinde Gece Yolculukları* (Çev: Ş. Kaptan). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Parsa S. ve Parsa, A.F. (2012). *Göstergebilim Çözümlemeleri*. İzmir: Ege Üniversitesi Yayınları.
- Rowe, D. (1996). *Popüler Kültürler: Rock ve Sporda Haz Politikası* (Çev: M. Küçük). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Selek, P. (2014). *Maskeler, Süvariler, Gacılar/Ülker Sokak: Bir Altkültürün Dışlanma Mekanı*. Ankara: Ayizi Yayınları.
- Sengir, S. (2015). *Kültürel Değişkenler Örüntüsünde Sanat Eğitiminin Görsel Kültür Eğitimine Dönüşüm Gerekeçleri*. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı:14
- Swearingen, J. (2007). *Risale-i Punk* (Çev: A. Günebakanlı). İstanbul: Altıkırkbeş Yayınları.

Yaman, Ö. M. (2013). *Apaçi Gençlik: Gençlerin Toplumsal Davranış Ve Yönelimleri İstanbul'da 'Apaçi' Altkültür Grupları Üzerine Nitel Bir Çalışma*. İstanbul: Açılım Kitap.

Young, T. H. (1999). *Punk-Bir Altkültürün Oluşumu* (Çev: H. Doğrul). Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.

Welters, L. (2008). *The Natural Look: American Style in the 1970s*. Fashion Theory, Sayı:12.

Woodward, I. (2016). *Maddi Kültürü Anlamak* (Çev:F. B. Aydar). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

**http-1:** <http://www.menwithlocs.compost63884675145loc-history-locs-and-rastafarian-culture> (Erişim Tarihi: 09.10.2015)

**http-2:** <http://www.mzansireggae.co.zathe-meditators> (Erişim Tarihi: 09.10.2015)

**http-3:** <http://www.jamaicanrastafarianlove.comrastafari-stereotypes-myths> (Erişim Tarihi: 09.10.2015)

**http-4:** <http://dunyalilar.orgraggae-muziginin-krali-bob-marley-ve-rastafarianizm.html> (Erişim Tarihi: 09.10.2015)

**http-5:** [http://www.amstardmc.comjamaicadestinationsmontego\\_baymontego\\_bay\\_reggae\\_culture.php](http://www.amstardmc.comjamaicadestinationsmontego_baymontego_bay_reggae_culture.php) (Erişim Tarihi: 09.10.2015)

**http-6:** <http://www.edwardianteddyboy.compage2.htm> (Erişim Tarihi: 02.02.2016)

**http-7:** <http://flashbak.comthe-beaulieu-palace-jazz-riot-and-a-homosexual-plot-1960-25298> (Erişim Tarihi: 02.02.2016)

**http-8:** <http://sro.pinterest.compin439734351091045505> (Erişim Tarihi: 02.02.2016)

**http-9:** <http://spangchenhao.wordpress.com20110201teddy-boys> (Erişim Tarihi: 03.02.2016)

- http-10:** [http://www.reddit.com/r/malefashionadvice/comments/wip7c/british\\_subcultures\\_and\\_fashions\\_primer\\_19501980](http://www.reddit.com/r/malefashionadvice/comments/wip7c/british_subcultures_and_fashions_primer_19501980) (Erişim Tarihi: 03.02.2016)
- http-11:** <http://djpennylane.blogspot.com.tr/2013/12/mod-is-very-laddy-culture-breaking-mod.html> (Erişim Tarihi: 02.02.2016)
- http-12:** <http://www.vintagefestival.co.uk/blog/211/>(Erişim Tarihi: 03.02.2016)
- http-13:** <http://www.flickr.com/photos/brizzlebornandbred/5130733677/> (Erişim Tarihi: 03.02.2016)
- http-14:** <http://customrodder.forumactif.org/t1208-the-mods> (Erişim Tarihi: 02.02.2016)
- http-15:** <http://www.vogue.co.uk/beauty/2015/01/20/twiggy-interview-uk-ambassador-for-loreal-professionnel/gallery/1314395/> (Erişim Tarihi: 03.02.2016)
- http-16:** [http://althistory.wikia.com/wiki/File:1950's\\_Hipsters.jpg](http://althistory.wikia.com/wiki/File:1950's_Hipsters.jpg) (Erişim Tarihi: 02.02.2016)
- http-17:** <http://www.emptymirrorbooks.com/keen-anb1965-1.html> (Erişim Tarihi: 09.02.2016)
- http-18:** <http://selvedgeyard.com/2009/03/12/the-beat-generation-of-greenwich-village-and-beyond/> (Erişim Tarihi: 02.02.2016)
- http-19:** <http://selvedgeyard.com/2009/03/12/the-beat-generation-of-greenwich-village-and-beyond/> (Erişim Tarihi: 09.02.2016)
- http-20:** <http://selvedgeyard.com/2009/03/12/the-beat-generation-of-greenwich-village-and-beyond/> (Erişim Tarihi: 09.02.2016)
- http-21:** <http://ssites.google.com/site/ahsapcomp/thebeatgeneration/home/what-is-the-beat-generation/> (Erişim Tarihi: 09.01.2016)
- http-22:** [http://joeeast.blogspot.com.tr/2013/01/skin-heads-skinhead-is-member-of\\_24.html](http://joeeast.blogspot.com.tr/2013/01/skin-heads-skinhead-is-member-of_24.html) (Erişim Tarihi: 02.02.2016)
- http-23:** <http://collections.museumoflondon.org.uk/online/object/767362.html> (Erişim Tarihi: 02.02.2016)
- http-24:** <http://www.gregwilson.co.uk/tags/skinheads/> (Erişim Tarihi: 03.03.2016)

- http-25:** <http://satypical60.com20150830taking-hippie-back> (Erişim Tarihi: 13.06.2016)
- http-26:** <http://en.ozonweb.comfashionhippie-fashion-from-1960-and-1970> (Erişim Tarihi: 07.10.2016)
- http-27:** <http://sro.pinterest.compin75857574951953372> (Erişim Tarihi: 07.10.2016)
- http-28:** <http://www.fold.lven201405rebellion-in-a-boudoir-1970ies-fashion> (Erişim Tarihi: 13.06.2016)
- http-29:** <http://www.badkidscollective.comblogsthe-bad-life13571129-modern-hippies-the-edm-generation> (Erişim Tarihi: 13.06.2016)
- http-30:** <http://sro.pinterest.comWoodstockFestkeep-the-world-happy-and-at-peace> (Erişim Tarihi: 07.10.2016)
- http-31:** <http://www.punk.pt20140201punk-revolution-no-feelings-no-fun-no-future> (Erişim Tarihi: 02.02.2016)
- http-32:** <http://www.thelineofbestfit.comreviewsalbumsthe-velvet-underground-the-velvet-underground-and-nico-45th-anniversary-deluxe-edition-112734> (Erişim Tarihi: 03.02.2016)
- http-33:** <http://sjulietexplorerresearch.wordpress.com201203061970s-subcultures-punk> (Erişim Tarihi: 03.02.2016)
- http-34:** <http://www.styleswardrobe.compunk-fashion> (Erişim Tarihi: 02.02.2016)
- http-35:** <http://emgn.comentertainment18-images-showing-the-punk-scene-was-no-joke-in-the-70s> (Erişim Tarihi: 03.02.2016)
- http-36:** <http://soniceditions.comimagessex-pistols-last-concert> (Erişim Tarihi: 03.02.2016)
- http-37:** <http://emgn.comentertainment18-images-showing-the-punk-scene-was-no-joke-in-the-70s> (Erişim Tarihi: 03.02.2016)
- http-38:** [http://www2.hm.comcs\\_czlifeculturethe-hitlistthe-top-10-most-stylish-subcultures.html](http://www2.hm.comcs_czlifeculturethe-hitlistthe-top-10-most-stylish-subcultures.html) (Erişim Tarihi: 02.02.2016)

- http-39:** <http://teachrock.org/lesson/glam-the-return-of-the-teenager> (Erişim Tarihi: 03.02.2016)
- http-40:** <http://www.telegraph.co.uk/music/artists/marc-bolan-profile-of-glam-rock-star> (Erişim Tarihi: 02.02.2016)
- http-41:** [http://www.google.com/trimgresimgurl=https40.media.tumblr.com/0dae7c1dff623ff9c2813a0292f5bb13tumblr\\_nklt4i0Ai1snb6qwo1\\_500.jpg&imgrefurl=httpswww.tumblr.com/tagged/marcBolan&h=737&w=500&tbnid=25\\_Wds3S\\_Yw8tM&docid=](http://www.google.com/trimgresimgurl=https40.media.tumblr.com/0dae7c1dff623ff9c2813a0292f5bb13tumblr_nklt4i0Ai1snb6qwo1_500.jpg&imgrefurl=httpswww.tumblr.com/tagged/marcBolan&h=737&w=500&tbnid=25_Wds3S_Yw8tM&docid=) (Erişim Tarihi: 02.02.2016)
- http-42:** <http://www.thedailybeast.com/articles/2016/01/11/how-david-bowie-sexually-liberated-us-all.html> (Erişim Tarihi: 02.02.2016)
- http-43:** <http://selvedgeyard.com/2013/03/27/ziggy-stardust-youre-just-a-girl-what-do-you-know-about-makeup> (Erişim Tarihi: 02.02.2016)
- http-44:** <http://fanart.tv/artist/1b96b9c9-0832-40cb-9f8d-7274de3733fc/new-york-dolls> (Erişim Tarihi: 03.02.2016)
- http-45:** <http://www.radiomilwaukee.org/5-oclock-shadow/new-york-dolls-split-day-1974> (Erişim Tarihi: 03.02.2016)
- http-46:** <https://ro.pinterest.com/pin/525021269033987871> (Erişim Tarihi: 03.02.2016)
- http-47:** <http://www.drmartens.com/us/originals-boots-smooth-1460-w> (Erişim Tarihi: 14.10.2016)
- http-48:** <http://www.globalblue.com/brands/ben-sherman> (Erişim Tarihi: 14.10.2016)
- http-49:** <http://www.whatgoesaroundnyc.com/blog/9800> (Erişim Tarihi: 14.10.2016)
- http-50:** <http://www.kidsofdada.com/blogs/magazine/1950453-sex-shop> (Erişim Tarihi: 17.10.2016)
- http-51:** <http://itup-editoriais.blogspot.com.tr/2011/05/that-glam-rock-style.html> (Erişim Tarihi: 04.03.2016)
- http-52:** <http://itup-editoriais.blogspot.com.tr/2011/05/that-glam-rock-style.html> (Erişim Tarihi: 04.03.2016)

- http-53:** <http://itup-editoriais.blogspot.com.tr201105that-glam-rock-style.html> (Erişim Tarihi: 04.03.2016)
- http-54:** <http://www.musto.com/our-world/wp-content/uploads/2011/09/Musto-heritage-parka-in-Shortlist-magazine-60s-moddish-enter-the-mods-menswear-style-mens-fashion.jpg> (Erişim Tarihi: 13.10.2016)
- http-55:** [http://www.merc.commercblogmod-style-feature---zoo-magazine-2148-sid=0a9e1882e916650da61efd5839e0ee24&\\_\\_store=euv](http://www.merc.commercblogmod-style-feature---zoo-magazine-2148-sid=0a9e1882e916650da61efd5839e0ee24&__store=euv) (Erişim Tarihi: 13.10.2016)
- http-56:** <http://www.styleswardrobe.compunk-fashion> (Erişim Tarihi: 15.03.2016)
- http-57:** <http://trendfashiondesign.com2011082011-balmain-spring-rtw-fashion-collectionready-to-wear-spring-summer-2011-balmain-paris-september-2010> (Erişim Tarihi: 15.03.2016)
- http-58:** <http://www.vogue.comfashion-week-review863467balmain-spring-2011> (Erişim Tarihi: 15.03.2016)
- http-59:** <http://pheresjohnnyrotten.tumblr.compage2> (Erişim Tarihi: 15.03.2016)
- http-60:** <http://sro.pinterest.comamelieloheac-punks-77-> (Erişim Tarihi: 15.03.2016)
- http-61:** <http://sfashionistasdaily.wordpress.com20101026couture-punk-rock-street-chic-balmain-spring-summer-2011> (Erişim Tarihi: 15.03.2016)
- http-62:** <http://smultiplefashiondisorder.wordpress.com20101002> (Erişim Tarihi: 15.03.2016)
- http-63:** <http://coolspotters.comclothingbalmain-spring-2011-shorts> (Erişim Tarihi: 15.03.2016)
- http-64:** <http://borstalboy.tumblr.compost68198866330kaelalovesja-ariup-ari-up-at-the-mont-de> (Erişim Tarihi: 15.03.2016)
- http-65:** <http://weareselecters.com201209punk-chaos-to-couture-at-the-met> (Erişim Tarihi: 15.06.2016)

- http-66:** <http://fashion.telegraph.co.uk/columnstamsin-blanchardTMG10035074Riccardo-Tiscis-verdict-on-Punk-Chaos-to-Couture-at-the-Met.html> (Erişim Tarihi: 15.03.2016)
- http-67:** <http://fashion.telegraph.co.uk/columnstamsinblanchardTMG10035074Riccardo-Tiscis-verdict-on-Punk-Chaos-to-Couture-at-the-Met.html> (Erişim Tarihi: 15.03.2016)
- http-68:** [http://sro.pinterest.com/I\\_GlitterSpieswere-fuckin-punks](http://sro.pinterest.com/I_GlitterSpieswere-fuckin-punks) (Erişim Tarihi: 15.03.2016)
- http-69:** <http://www.mirror.co.uk/tv/news/john-lydon-blasts-bbc-banning-6503470> (Erişim Tarihi: 15.03.2016)
- http-70:** <http://sro.pinterest.com/pin227854062372647813> (15. 03. 2015)
- http-71:** <http://www.neonscope.com/LifeEvents483-the-met-museum-s-punk-success> (Erişim Tarihi: 15.03.2016)
- http-72:** <http://www.berudy.co.uk/2015/09/skinheads-this-is-england-fuck-system.html> (Erişim Tarihi: 07.04.2016)
- http-73:** <http://ses.pinterest.com/pin546624473494434603> (Erişim Tarihi: 04.03.2016)
- http-74:** <http://sro.pinterest.com/pin473440979549698521> (Erişim Tarihi: 04.03.2016)
- http-75:** <http://michellewilliamson8348exam.blogspot.com.tr/2014/01/youth-subculture-how-to-be-skinhead.html> (Erişim Tarihi: 07.04.2016)
- http-76:** <http://www.gregwilson.co.uk/tags/skinheads> (Erişim Tarihi: 03.03.2016)
- http-77:** <http://www.vogue.co.uk/fashion/autumn-winter-2008/mens/squared2> (Erişim Tarihi: 04.03.2016)
- http-78:** <http://www.vogue.co.uk/fashion/autumn-winter-2008/mens/squared2> (Erişim Tarihi: 04.03.2016)
- http-79:** <http://www.stormfront.org/forumt904838> (Erişim Tarihi: 28.04.2016)
- http-80:** <http://www.thedailyluxe.net/2016/01/the-luxe-for-less-tommy-hilfiger.html> (Erişim Tarihi: 28.04.2016)

- http-81:** <http://www.vibe.com201509tommy-hilfiger-marley-inspired-collection-nyfw>  
(Erişim Tarihi: 28.04.2016)
- http-82:** <http://www.mirror.co.uknewsuk-newsretelling-attempted-assassination-bob-marley-6630253> (Erişim Tarihi: 28.04.2016)
- http-83:** <http://www.thesun.co.uksoilhomepageshowbiz6328445Bob-Marley-statue-unveiled-in-Jamaica-in-honour-of-reggae-stars-70th-birthday.html> (Erişim Tarihi: 28.04.2016)
- http-84:** <http://www.10magazine.com.auwomentommy-hilfiger-spring-summer-2016-new-york> (Erişim Tarihi: 27.02.2016)
- http-85:** <http://forums.thefashionspot.comf96best-model-has-ever-looked-66818-27.html> (Erişim Tarihi: 03.03.2016)
- http-86:** <http://www.theapricity.comforumshowthread.php176198-Jamaicapage3>  
(Erişim Tarihi: 28.04.2016)
- http-87:** <http://coolspotters.comclothingblumarine-spring-2010-rtw-camo-printed-strapless-dress> (Erişim Tarihi: 03.03.2016)
- http-88:** [http://www.fashion-lifestyle.bgtrends\\_en\\_broi35](http://www.fashion-lifestyle.bgtrends_en_broi35) (Erişim Tarihi: 03.03.2016)
- http-89:** <http://www.rapbasement.comsnoop-dogg012513-rohan-marley-publically-proclaims-his-support-of-snoop-lions-conversion-to-rastafarianism.html> (Erişim Tarihi: 28.04.2016)
- http-90:** <http://www.buzzle.comarticlessymbolic-meaning-of-rasta-colors.html> (Erişim Tarihi: 28.04.2016)
- http-91:** <http://honey.ninemsn.com.au201509150906tommy-hilfiger-ready-to-wear-spring-summer-2015-runway> (Erişim Tarihi: 03.03.2016)
- http-92:** <http://sro.pinterest.compin35536284537545148> (Erişim Tarihi: 03.03.2016)
- http-93:** <http://www.flickr.comphotosbrizzlebornandbred5130733677> (Erişim Tarihi: 03.02.2016)
- http-94:** <http://blog.soletrader.co.ukcompetitionsstyle-inspiration-fred-perry-returns-to-its-roots-for-autumn-2012> (Erişim Tarihi: 03.03.2016)

- http-95:** <http://www.nookmag.com/fred-perry-spring-summer-2014-authentic-margate-on-the-run> (Erişim Tarihi: 03.03.2016)
- http-96:** <http://customrodder.forumactif.org/1208-the-mods> (Erişim Tarihi: 02.02.2016)
- http-97:** [http://hypebeast.com/2014/2/todd-snyder-2014-fall-winter-collection \(2\)](http://hypebeast.com/2014/2/todd-snyder-2014-fall-winter-collection-2/)( Erişim Tarihi: 03.03.2016)
- http-98:** <http://sro.pinterest.com/pin/150729918753179285/>(Erişim Tarihi: 03.03.2016)
- http-99:** <http://www.demeterclarc.com/tag/kate-moss> (Erişim Tarihi: 07.10.2016)
- http-100:** [http://sro.pinterest.com/pin/473792823274356756](http://sro.pinterest.com/pin/473792823274356756/) (Erişim Tarihi: 07.10.2016)
- http-101:** <http://sphxfw.wordpress.com/2012/04/23/festival-fashion-spring-2012-edition/>(Erişim Tarihi: 07.10.2016)
- http-102:** <http://www.theskinnybeep.com/2011/10/dsquared2-spring-summer-2012-women-milano-fashion-week/>(Erişim Tarihi: 07.10.2016)
- http-103:** [http://www.oregonlive.com/living/index.ssf/2013/03/couple\\_whose\\_photograph\\_symbol.html](http://www.oregonlive.com/living/index.ssf/2013/03/couple_whose_photograph_symbol.html) (Erişim Tarihi: 07.10.2016)
- http-104:** [http://www.huffingtonpost.com/re-nata-rangeli-became-a-hippie-at-50\\_b\\_4676953.html](http://www.huffingtonpost.com/re-nata-rangeli-became-a-hippie-at-50_b_4676953.html) (Erişim Tarihi: 13.06.2016)
- http-105:** [http://www.annasui.com/en#collection\\_1](http://www.annasui.com/en#collection_1) (Erişim Tarihi: 07.10.2016)
- http-106:** [http://www.annasui.com/en#collection\\_1](http://www.annasui.com/en#collection_1) (Erişim Tarihi: 07.10.2016)
- http-107:** [http://sro.pinterest.com/pin/439734351091045505](http://sro.pinterest.com/pin/439734351091045505/) (Erişim Tarihi: 02.02.2016)
- http-108:** <http://coolstyledressfashion.blogspot.com.tr/2010/01/milan-fashion-week-menswear-bottega.html> (Erişim Tarihi: 02.02.2016)
- http-109:** <http://hypebeast.com/2010/1/bottega-veneta-mens-2010-fall-rtw-collection> (Erişim Tarihi: 17.03.2016)
- http-110:** <http://simpleclad.blogspot.com.tr/2012/11/ted.html> (Erişim Tarihi: 17.03.2016)
- http-111:** <http://sro.pinterest.com/pin/kitty-collins-46-menswear/> (Erişim Tarihi: 17.03.2016)

- http-112:** <http://mymanybags.blogspot.com.tr201001runway-sniper-45.html> (Erişim Tarihi: 17.03.2016)
- http-113:** <http://simpleclad.blogspot.com.tr201211ted.html> (Erişim Tarihi: 02.02.2016)
- http-114:** <http://nowfashion.comsaint-laurent-menswear-fall-winter-2014-paris-5622> (Erişim Tarihi: 02.02.2016)
- http-115:** <http://www.designerzcentral.comfashion-showsparisreview-1710-saint-laurent-mens-spring-rtw-2014-collectioncomplete-collection43> (Erişim Tarihi: 02.02.2016)
- http-116:** <http://blogs.brighton.ac.ukthepeoplespier20151026teddy-boys-and-teddy-girls> (Erişim Tarihi: 17.03.2016)
- http-117:** <http://www.merino.comfashionrunwayrichard-james-aw1415> Erişim Tarihi: (02.02.2016)
- http-118:** <http://sthatpakiblog.comtagsuits> (Erişim Tarihi: 02.02.2016)
- http-119:** <http://sro.pinterest.compin520588038150993586> (Erişim Tarihi: 02.02.2016)
- http-120:** <http://sro.pinterest.comsoloflight2002tuxedo-dress> (Erişim Tarihi: 02.02.2016)
- http-121:** <http://fdsp2012.blogspot.com.tr201302teddy-boys-elements-for-fashion.html> (Erişim Tarihi: 02.02.2016)
- http-122:** <http://huskmagazine.com50-years-of-ben-shermanteddy-boy-london-1954> Erişim Tarihi: (17.03.2016)
- http-123:** <http://fyeah-history.tumblr.compost26575178503british-teddy-girl-1955-teddy-boy-also-known-as> (Erişim Tarihi: 02.02.2016)
- http-124:** <http://sro.pinterest.compin401242648022099805> (Erişim Tarihi: 17.03.2016)
- http-125:** <http://www.eluxcubrations.com201009fashion-week-de-londres-spring-2011-part-ii> (Erişim Tarihi: 17.03.2016)
- http-126:** <http://www.vogue.itenshowsshowss-2011-ready-to-wearpaul-smith> 2(Erişim Tarihi: 17.03.2016)

- http-127:** <http://www.zoehawkinsstylist.co.uktagseventies> (Erişim Tarihi: 02.02.2016)
- http-128:** <http://tomandlorenzo.com201206alexander-mcqueen-resort-2013-collection>  
(Erişim Tarihi: 04.03.2016)
- http-129:** <http://www.ago.netdavid-bowie-is> (Erişim Tarihi: 06.10.2016)
- http-130:** <http://guestofaguest.comcelebrities6-fashion-trends-inspired-by-david-bowies-famous-personas> (Erişim Tarihi: 06.10.2016)
- http-131:** <http://www.bakimlikadin.net20120627alexander-mcqueen-resort-2013>  
(Erişim Tarihi: 04.03.2016)
- http-132:** [http://www.telegraph.co.uknewspicturegalleriespicturesoftheday9578756  
Pictures-of-the-day-1-October-2012.htmlframe=2356148](http://www.telegraph.co.uknewspicturegalleriespicturesoftheday9578756-Pictures-of-the-day-1-October-2012.htmlframe=2356148) (Erişim Tarihi:  
04.03.2016)
- http-133:** <http://www.ticketsinventory.com.concerthalloween-jack-tickets> (Erişim  
Tarihi: 06.10.2016)
- http-134:** [http://sensesofcinema.com2003cinema-and-musicbowie\\_postmodern\\_auteur](http://sensesofcinema.com2003cinema-and-musicbowie_postmodern_auteur)  
(Erişim Tarihi: 06.10.2016)
- http-135:** [http://www.zimbio.compicturesXQJg2eCW9pLJean+Paul+Gaultier+Runway  
+Paris+Fashion+WeekEKbEeR\\_sSz0](http://www.zimbio.compicturesXQJg2eCW9pLJean+Paul+Gaultier+Runway+Paris+Fashion+WeekEKbEeR_sSz0) (Erişim Tarihi: 06.10.2016)
- http-136:** [http://www.zimbio.compicturesXQJg2eCW9pLJean+Paul+Gaultier+Runway  
+Paris+Fashion+WeekhfNUovkeeKV](http://www.zimbio.compicturesXQJg2eCW9pLJean+Paul+Gaultier+Runway+Paris+Fashion+WeekhfNUovkeeKV) (Erişim Tarihi: 06.10.2016)