

Gençlerde giyim modası ve kimlik ilişkisi

Dr. Nevbahar Göksel*

Korunmak ve örtünmek amacıyla ortaya çıkan giyinme ihtiyacı insanlığın kaydettiği aşamalarla değişmiş; yere, zamana ve mekâna göre farklı formlara girmiştir. Kıyafetin ihtiyaç karşılama işlevinden çıkıp, herkesçe kabul gören "akım" olarak belirginleşmesi ise, iki asır önceye dayanmaktadır. Moda, geniş ölçüde giyim kuşamı kapsar. Onun dışında kalan ve en geniş anlamıyla, 'trend' denilen yaşama biçimlerini, tarzlarını kapsayan modaysa daha çok popüler kültür, kültür sosyolojisi gibi çalışma alanlarının hedefidir. Modayı, insanların birbirini tanımak, aynı cemaat içinde yer aldıklarını anlamak için kullandıkları bir ortak dil diye tanımlamak mümkün.

Moda, sürekli değişen ve bu değişimini yaşama belirsiz zaman dilimlerinde yansıtan bir süreçtir. Genel olarak; giyim, süsleme, dekorasyon gibi insan yaşamına etkin olarak giren farklı kullanım alanlarındaki değişiklik ve yenilikleri belirtmek amacıyla kullanılmaktadır. Modanın etkisi en belirgin, hızlı ve etkin olarak giyim alanında görülmekte, sonra diğer alanlara yansımaktadır. Ayrıca sosyal ve kültürel alanların yanında ekonomik ve psikolojik alanlarda da etkili olan moda oldukça geniş bir olguyu tanımlamaktadır.

Modanın baştan çıkarıcılığı, bugün de olduğu gibi bireye bir anlamda farklı daha çekici ya da güçlü olma olanağı sunar gibi görünmesidir. Giysiler, öncelikle, statüyü savunma amacıyla belirli toplumsal gruplarla bağları güçlendirme aracı olarak kullanılmıştır. Aynı zamanda, giysiler tarih içerisinde toplumsal denetim aracı olarak kullanılmıştır. Gençler çoğu zaman farklılaşma çabasıyla özel bir giyim şekli arayışı içerisinde. Bu nedenle gençlerde kimlik ve kişilik oluşum sürecinin, yaşam tarzının araştırılmasının önemi büyüktür..

Birçok yaşam tarzının tipik niteliği olan bireysel kimlik saplantısı, giderek karmaşıklaşan ve yorumlanması güçleşen toplumun ve kültürün sonuçlarından biridir. Moda, giysilere sürekli anlamlar yükleyerek toplumsal kimlikleri yeniden tanımlanmasına yol açar. Toplumsal kimlikleri çevreleyen, gençliğe

karşılık yaşlılık gibi zıt değerleri ifade ettikleri için modacılar moda için uygun giysilerin tüketiciler için anlamlı olduğunu savunmaktadırlar. Kuramcılar, tüketim mallarının anlamlarının açık esnek ve uygulanabilir olduğu konusunda uzlaşsa da yeni anlamların tüketim mallarına nasıl yüklendiği belli değildir.

Giysiler aracılığıyla kimliğin kuruluşunu açıklamak için giysilerin taşıdıkları anlamlara, nasıl ifade ettiklerini yorumlamak gerekir. Bir sözsüz görsel iletişim biçimi olarak giysi, yıkıcı toplumsal ifadeler oluşturmak için etkili bir yoldur. Bazı giysi çeşitlerinin taşıdıkları anlamlardaki ve giysilerin bu anlamları ileme biçimlerindeki değişiklikler, toplumsal grupların ve toplulukların birbiriyle ilişkilerini algılama biçimlerindeki temel değişikliklerin göstergeleridir.

Bir iletişim biçimi olarak moda, sembolik etkileşim aracılığıyla toplumsallaşma sürecinde, seçimlere göre işleyen ve kimlikleri ifadelendiren bir kavramdır. Kimlik, yaşadığımız toplumsal, kültürel ve ekonomik ilişkilerle belirlenen ve ilişkileri deneyimleme tarzımızı belirleyen, kim olduğumuzu güvence altına alan anlamlandırma haritasıdır. Bundan dolayı farklı olmaya vurgu yapılmalıdır. Günümüzde gençler de farklı olma çabası içerisinde olmalarına rağmen, popüler kültürün etkisiyle sürekli ve hızlı bir tüketimle "aynılaşma" süreci içerisinde. Bir iletişim biçimi olarak moda, sembolik etkileşim aracılığıyla toplumsallaşma sürecinde, seçimlere göre işleyen ve kimlikleri ifadelendiren bir kavramdır. Kimlik, yaşadığımız toplumsal, kültürel ve ekonomik ilişkilerle belirlenen ve ilişkileri deneyimleme tarzımızı belirleyen, kim olduğumuzu güvence altına alan anlamlandırma haritasıdır. Bundan dolayı farklı olmaya vurgu yapılmalıdır. Günümüzde gençler de farklı olma çabası içerisinde olmalarına rağmen, popüler kültürün etkisiyle sürekli ve hızlı bir tüketimle "aynılaşma" süreci içerisinde.

Giysi, bireyin kişiliğinin ve kimliğinin ifadesinde en önemli iletişim aracı olarak karşımıza çıkmaktadır. Genç bireylerin, benlik kavramları ile fiziksel benlik kavramları yakından ilişkilidir. Ergenlik döneminde hızlı büyüme nedeniyle hem erkekler hem de kızlar fazlasıyla kendi görüntüleriyle ilgilenirler. Özellikle genç kızlar zamanlarının büyük bir bölümünü mağazaları dolaşarak ve moda giysilerini iletişim araçlarından takip ederek geçirirler. Bundan dolayı giysiler "benliğin simgesi" haline gelir.

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.

Kimlik Kavramı

Kimlik kavramı, bir kişinin kimliğinin veya bir çevrenin kimliğinin netliğine ve istikrarına ilişkin bir tahmini içerir. Kişisel kimlik, kişinin hedeflerine, ilgilerine ve yeteneklerine ilişkin net ve kararlı bir görüntüye sahip olması şeklinde tanımlanabilir.

Kimlik ve kişilik oluşumu, bireylerin kendilerini toplum içinde konumlandırmalarına yön veren iki farklı süreç olarak tanımlanabilir. Her iki süreç de, bireyin kendisini toplum içinde bir özne olarak tanımasına ve tanımlanmasına katkıda bulunur. Hatta bu iki süreç bireylerin toplumsallaşmasında aynı anda etkili olabilir ve birbirine eklenebilir. Aralarındaki temel ayrım kimlik oluşumunun kolektif, kişilik oluşumunun ise bireysel düzlemde gerçekleşmesidir.¹ Kimlik oluşumunun ayırt edici niteliği, bu süreçte bireyin kendisini belirli bir kolektiviteye ait hissetmesidir. Bu kolektivite ulus, ırk, cemaat, mezhep, sınıf, siyasal parti vb olabilir. Kolektif kimlik böyle bir aidiyet duygusuyla gelişir ve her zaman kendi dışında, farklı ya da karşıt kolektif kimliklerin varlığını ya da varsayılmasını gerektirir. Bir başka deyişle, her kimlik kendisini "öteki" kimlikler aracılığıyla tanımlar.

Kolektif kimlik bir yandan dışarıya karşı bir "farklılık" oluştururken, bir yandan da iç farklılıkları ya da değişik aidiyetleri siler, kolektivite içindeki bireylerin kişisel farklılıklarını eritir. Dolayısıyla, bireylerin kişisel farklılıklarını koruma eğilimleri zayıfladığı ölçüde kolektif kimlik de güçlenir.

Gençlik Dönemi ve Kimlik Oluşumu

"Gençlik, belirli ve sınırlı bir yaş dilimi içinde duygu, düşünce, davranış ve tutum olarak bireyi sosyal olgunluğa hazırlayan bir dönemdir."² Bir diğer ifade ile gençlik dönemi, bireyin biyolojik ve duygusal süreçlerindeki değişikliklerle başlayan, cinsel ve psiko-sosyal olgunluğa doğru gelişmesi ile sürerek bireyin bağımsızlığını ve sosyal üretkenliğini kazandığı, belirlenmemiş bir zamanda sona eren kronolojik bir dönemdir. Bu döneme hızlı fiziksel ve sosyal değişiklikler eşlik eder.²

Tanımdan da anlaşılacağı gibi dönemi sınırlayan kesinleşmiş yaş dilimleri yoktur. Genelde biyolojik değişiklikler dönemin başlangıcını belirler. Dönemin sonlanışını belirleyen ise bireyin ekonomik bağımsızlığını kazanması, bir yuva kurması gibi sosyal faktörlerdir. Bu durum tabii ki toplumdaki topluma, bireyden bireye değişebilir.

Gençlik döneminin en önemli psikososyal yanı, kimliğin kazanılmasıdır. Gençin bu dönemde sağlam bir kimlik duygusu geliştirebilmesi gerekir. Kimliğin en kısa tanımı "kişinin kim olduğunun ve nereye gittiğinin farkında olması"dır. Yani genç insanın "ben kimim?" sorusuna verebilecek cevabı bulunmasıdır. Kimlik, özdeşimlerin bittiği yerde başlar. Çocuk, ruhsal gelişimi sırasında çeşitli özdeşimler kurar. Yani çevresindeki yetişkin insanları, dar anlamıyla da anababayı model alır, onların davranışlarını taklit eder, içine sindirerek kendi özellikleri haline getirir. Çocuktaki bu özdeşimlerin birbiriyle bütünleştirilmesi ve gençlik dönemindeki arkadaş gruplarının değerlerinin alınmasıyla kimlik oluşur. Yani kimlik, çocuklukta çevredeki kişilerden kazanılan özelliklerin bütünleşerek benliğe yerleşmesiyle oluşur. Kimlik duygusu ise bu bütünleşmenin yaşanması ve buna bağlı güven duygusudur. Kimlik duygusu sağlam bir bireyin "ben neyim?", "kimim?" soruları karşısında duraksamadan vereceği cevapları vardır. Bunun rahatlıkla yapılabilmesi için, kişinin kendi bireysel benliğine yerleşmiş olan süreklilik ve aynılık duygusuna gereksinim duyulur. Kimlik duygusu güçlü olan bireyler, kendilerini diğer insanlardan ayrı bir kimse olarak ayırtedebilirler. Zaman içinde kendileri ile ilgili devamlılık, tamlik ve bütünlük hissine sahip olurlar. Kimliğin gelişimi için toplumsal ortam, çevre önem taşır; yani kişinin kendisini nasıl gördüğü diğer insanların onu nasıl gördüğü ile bağlantılıdır. Gençlik döneminde kişi, yaşa-

mının önceki dönemlerinde yaptığı özdeşimleri birleştirerek tek ve bir kimliğe dönüştürebilmelidir. Bu da, gençlik döneminde ulaşılan bilişsel kapasiteyle başarılabilecek bir durumdur.

Kimlik oluşumunda aile ile olan ilişkiler de büyük önem taşır. Kimliği ile ilgili tam bir netliğe ulaşamamış, kimlik araştırması içinde olan gençler, aileye daha bağımlı olan, bağımsızlığın ve atılğanlığın hoş görülmediği ailelerden çıkan gençlerdir. Kimlik gelişimi, çeşitli biçimlerde duraklar veya bozulabilir. Kimlik duygusu oluşmamış kimselerin yaşamla ilgili seçimleri amaçları sağlıksız seyredecek; sonuçta ortaya çıkan durum ise kimlik karmaşası olacaktır. Kimlik krizi ise, kişisel ayınlık ve tarihsel süreklilik duygusunun yitimi, toplum tarafından kişiden beklenen rolü kabullenememe veya yerine getiremememe durumudur. Bunun sonucunda toplumsal yalıtılma ve geriye çekilme, aşırılıklar, isyankarlık veya her şeyi reddetme gibi tutumlar ortaya çıkar.³

Güçlü bir kimlik duygusuna sahip olan insanlar, daha otonom, yaratıcı, çevrenin uyum için yapacağı baskılara direnebilen, yakınlık kurabilme kapasitesine sahip kimselerdir.

Giyim ve Kimlik

Chaney kimlik ve giyim arasındaki ilişkiyi şu şekilde tarif etmektedir: "Modaya uymak, hem toplumsal kimliğimizi onaylayan, bütünü içerdiğinde olduğumuz ve onun bir parçasını oluşturduğumuzu belirleyen bir göstergedir, hem de aynı zamanda, birey olarak kendinizi başkalarından ayırt etmenizi sağlar".⁴ Ayrıca Chaney modanın "bireysel seçimlere hükmeden toplumsal beklentilerin hem zaman içinde, hem de toplumsal gruplar içinde ve arasında düzenli olarak değiştiği ve değişmesinin beklendiği eşya, hizmet ve eğlence şekillerine ait bütün kullanılış yolları" anlamına geldiğini belirtmektedir.⁵

Giyim, tüketimin en görünür biçimlerinden biri olarak, kimliğin kurulmasında önemli bir rol oynar. Giyim tercihleri, insanların, hem belirli bir zaman dilimine uygun görünüşlerine (modaya) ilişkin güçlü normları, hem de olağan üstü bir seçenek zenginliğini barındıran kültürün belirli bir biçimini kendi amaçları doğrultusunda nasıl yorumladıklarını incelemek için eşsiz bir alan sağlar. Toplumsal statünün ve cinsiyetin en belirgin göstergelerinden biri olan ve bu

nedenle sembolik sınırların korunmasında ya da yıkılmasında etkili olan giyim, toplumsal yapılar içindeki konumların farklı çağlarda nasıl algılandığını ve statü sınırlarının nasıl belirlendiğini gösterir. Geçmiş yüzyıllarda, kamusal alanda kimliği ifade eden başlıca araç, giyim olmuştur. Kimliğin meslek, bölgesel din ve toplumsal sınıf gibi bir çok farklı boyutu, dönemin koşullarına uygun biçimde giyimle ifade edilmiştir. Yaygın olarak kullanılan bazı giyim eşyaları statüyü bir anda gözler önüne sermektedir. Giyim tercihlerindeki çeşitlilik, farklı toplumlarda ve bu toplumlardaki farklı konumlarda nasıl yaşandığının göstergeleridir.

Toplumsal sınıf ve cinsiyetin, toplumsal kimliğin en önemli özelliği olduğu toplumlarda, karşımıza çıkan moda ve giyim tercihleri; yaşam tarzları, yaş grupları, cinsiyet, cinsel tercih ve etnik kökeninde benlik imgesinin kuruluşunda ve sunumunda toplumsal sınıf kadar anlamı olduğu toplumlarda görülen moda ve giyim tercihlerinden ne ölçüde farklıdır? Modanın yayılmasındaki ve giyim tercihlerindeki değişiklikler, sınıf kültürlerindeki bu dönüşümlerin izini sürmek ve onları yorumlamak için kullanılabilir.

Niye Giyiniriz?

Flügel'in 1930'larda yayınlanan "Giysilerin Psikolojisi" adlı kitabında giyinmenin temel nitelikler şu şekilde açıklanmıştır;

- Sergileme: Çoğu sosyal durumdan başkasının eli ve yüzü dışında vücudunun fazla bir bölümünü göremeyiz. Vücutla değil giysiler yoluyla yapılan sergilemeye karşılık veririz.
- Sosyal doğruluk: Bir düğünde ne giymemiz gerektiğini biliyorsak kuralları biliyor oluşumuzdan dolayı üstünlük hissederiz.
- Karşı cinsi çekebilme.
- İffet: Vücudun açıkta kalan yerlerin sosyal ve kültürel geleneklerimize göre utanç verici ve yakışsız durum oluşturmaması gerekir.
- Cinsel kimlik: Kadınlığımızı ve erkekliğimizi algılama biçimimizi belirler.
- Büyü ve Ruhlardan korunma.
- İyi şans için.
- Dünyanın hiç de dostça olmayan tavrına karşı korunmak için: Üstümüzdekilere sıkıca sarılmanın rahatlatıcılığı fiziksel ve duygusal güvenlik hissi kazanmamızı sağlar.
- Yansız Giyinenler: Ayarı bozuk bir benlik duygusu

sunu sahiptir. Çoğunlukla gençliklerinde veya ilk çocukluk çağlarında belki yatılı okulda, koruyucu ya da düş gücü zayıf bir anneden öğrenilen bir reçeteye göre giyinirler

- Dışavurumcu Giyinenler: Giysilerden zevk alırlar. Onlar için giyinmek ve ne giyeceğini seçmek keyifli bir uğraştır.
- Olumsuz Giyinenler: Giysiler üzerinde kafa yormaktan hiç hoşlanmazlar. Kılıksız ve uyumsuz görünebilirler. Giysileri temiz, bakımlı veya ütülü değildir.
- Politik Giyinenler: Giysilerini sosyal ve profesyonel bir ifade oluşturmakta kullanırlar.
- Ekonomik Giyinenler: Kelepir olmadıkça kendilerine bir giysi almaya asla kalkışmazlar. Olabildiğince az harcamak uyum ve kaliteden öndedir.
- Vücudunun Bilincinde Giyinenler:
- Dramatik Giyinenler: Üstün gelmek için giyinirler.
- Rahat İçin Giyinenler: Bu kişilerde seçimde ilk kural bütün elbiselerin fiziksel açıdan rahat olmasıdır.

Gençlerde Giyim Modası

Genç insanlar, kısa ömürlü modalara ve akımlara çok çabuk karşılık verirler. Bir moda tahmincisi şöyle söyler: "Kişiliklerin sık sık değiştiği bir süreçten geçiyorlar. Kendilerini bulmaya ve kendilerini giyimle ifade etmeye odaklanıyorlar" egemenlik çağındaki ve ergenlik sonrası genç insanların giydikleri giysiler genellikle yaşlıların giysilerinden çok daha yoğun ve güçlü ifade kodlarına sahiptir.⁶

Genç alt kültürlerin üyeleri, medya kültürünün sembolleri olarak ve düşlem, estetik ifade ve kolajın çeşitli biçimleriyle ilgilenecek nihai olarak "tüketici" modasının sindireceği tarzlar üretirler.

1950'lerde, Hollywood yapımı bir grup film, ergen kimliğine daha sonra milyonlarca gencin taklit etmeye çalışacağı yeni bir anlayış getirir; İşçi isyan miti. Bu filimler de aktörler blucin, siyah deri ceket ve tişörtten oluşan bir kostüm giyerler. İşçi sınıfı gençliğinin hüsrannı çok etkili bir biçimde ifade eden bu filmler, izleyicinin kendini filmdeki karakterlerle özdeşleştirmesine ve karşıtlıklarının ifadesi olarak onların giyim tarzlarını benimsemesine yol açar. İkinci Dünya Savaşı sonrası dönemi benzersiz kılan medya ve giyim tarzları arasındaki bağ, özellikle de giyim tarzları medya aracılığıyla yayılan sokak alt kültürlerinin, giyim akımlarını etkileme biçimleridir..

Sokak Tarzları ve Gençlik Altkültürleri

Sokak kültürlerinin giyim davranışları, belli bir zaman aralığının niteliğini oluşturan tutum ve davranışlardaki dalgalanmayı gözlemlemeyi olanaklı kılan bir "büyüteç"e benzetilebilir. Sokak tarzları ince ve çok çeşitlidir ve durmadan değişir. Gençlik alt kültürleri, ergenlik döneminde bireysel düzeyde meydana gelen "kimlik çatışması" sürecine bir örnektir. Bu süreçte gençler kendilerine ilişkin değişen anlayışlarını ifade etme biçimlerini seçer ya da yaratırlar. Popüler müzik, çağdaş ergen kimliğin yaratılmasında önemli rol oynar. Çünkü ergenlerin en rahat bulabildikleri ve en kolay ulaşabildikleri medya kültürü biçimidir ve bizzat, uyum sağlayacak yada karşı çıkacak kültürel anlamlar ve standartlar açısından zengin bir kaynaktır. Örneğin rock, punk, heavy metal grunc, hardcore, hiphop gibi müzik akımları gençleri peşinden sürüklemiş ve bu etkiler giyimlerine de yansımıştır.

Gençlik alt kültürlerinin ve sokak tarzlarının çoğu, blucinler, tişörtler, deri ceketler, spor giysiler gibi sembolik giysileri, askeri kamufraj giysileri gibi ordudan arta kalan giysileri, tenis ayakkabısı ve botlar gibi belirli ayakkabı çeşitlerini kullanmışlardır.

Gençlerin yatak odalarının dekorasyonu yoluyla kimliklerini nasıl ifade ettiklerini gösteren bir inceleme, maddi kültür ve medyanın farklı kullanımları üzerine bir tipoloji geliştirmiştir. Bu tipoloji, gençlik alt kültürlerine üye olanların giyimi nasıl kullandıklarını yorumlama açısından faydalıdır. İlk kategori, gençlerin gündelik yaşantılarındaki belirli durumlara uygun maddi kültür eşyalarının ve medya imgelerinin "sahiplenilmesi"dir. Sahiplenme, alt kültür üyelerinin satın aldıkları giysileri "kendilerine uyarlama" biçimlerinde oldukça belirgindir. Uyarılma, giysilere rozet ekleyerek, işlemler yaparak ve diğer süsleme çeşitlerini kullanarak gerçekleştirilir. İkinci kategori, maddi kültürün ve medya kültürlerinin makul ve gerçekçi olmayan bir kimlik ("fantezi") kurmak üzere kullanımınıdır. Favori fantezilerden biri, rock konserlerinde rock yıldızlarının "kopyaları" gibi giyinerek onları taklit etmektir. Üçüncü kategori, "estetik ifade"nin çeşitli biçimleriyle meşgul olan sokak tasarımcıdır. "Renksiz bir erkek gömleğine boya sıçratarak, kumaşı jiletleyerek, zincirler ve çengelli iğnelerle süsleyerek" ev yapımı bir punk görünümü elde edilmiştir. Dördüncü kategori "kolaj", birey için anlamlı olan özgün bir kostüm yaratmak için farklı

giyim eşyalarını ve imgeleri bir araya getirmektedir. Gençlik alt kültürlerinin giyim davranışlarında belirgin olan başka bir kategoride "nostalji" dir. Bazı gençler, yakın geçmişin farklı on yıllarının giyim eşyaları için, ucuzluk mağazalarının depolarını taramaya satlar harcarlar. Geçmiş on yıllarda popüler olan bir tarzı aynı şekilde yaratmaya çalışırlar.

Belirli bir alt kültür içindeki giysiler bir örnek değildir. Bireysel beğenilerin bölgelere, zaman dilimlerine ve bireysel niteliklere göre değişen sayısız çeşitlemelerine rastlanır. Amaç, çoğunlukla benzerlerinin giyimlerinden ve üreticilerin pazarlama kampanyalarıyla sunduklarından farklı ya da moda profesyonellerinin dayatmalarından uzak bir giyim tarzı yaratmaktır. Dolayısıyla zaman dilimlerinin ve türlerin iç içe geçtiği çok çeşitli giyim tarzı kümeleri ortaya çıkar.

Sonuç

Günümüzde herkesi etkisi altına alan moda, bireylerin kimliklerini ortaya koymada önemli bir rol oynamaktadır. Bu çalışmada, özellikle gençleri ele almamızın nedeni, çocukluktan ergenliğe geçiş döneminde yaşanan kişilik problemlerinin giyime yansımalarıdır. Toplum içinde yer edinmeye ihtiyaç duyan genç kesimin bir yere ait olma içgüdüğü ön plandadır. Eğer kendi kültürel kimliği tam oturmamışsa güçlü olan kültürün kimliğini kabullenir.

Yıllardan beri toplum içerisinde yer edinmeye çalışan ergenler toplumda kendilerinin de olduğunu ifade edebilmek için çeşitli akımlar ve alt kültürler yaratarak kitleleri de peşinden sürüklemişlerdir. Bu alt kültürler, yaşam tarzları olmuştur.

Giyim moda tarihinde, XVI. yüzyıldan XIX. yüzyıla kadar giysi modası statü ve sınıfa göre şekillenirken günümüze yaklaşıldıkça giyim modasının yön değiştirdiği görülmektedir. 1960'lı yıllardan sonra giyim modasında görülen önemli değişikliklerin bir nedeni, gençlerin düzene karşı gösterdikleri tepkilerdir. XIX. yüzyıla gelindiğinde popüler müzik ve medyanın etkisi altında kalan gençlerin giyim şekilleri farklılaşmıştır.

Son dönemlerde özellikle popüler kültürle yaratılan kimlik örnekleri gençler tarafından taklit edilerek yapay kimlik oluşturmaktadır. Yapay kimlik-

lerin oluşumunda medya önemli yer teşkil etmektedir. Görsel ve yazılı medya tarafından iletilen kimlikler bireyi kendi kimliğinden uzaklaştırarak farkında olmadan savunulmayan kimliklerin göstergelerini giydirir (yaşam tarzları).

Belirgin kültür, kimlik ve kişilik gelişimi sağlanmış kişilerde bu empoze reddedilir. Bu nedenle özellikle gençlerde daha küçük yaşlardan başlayan köklü bir eğitim sürecine önem verilmelidir (Aile, okul, toplum ve çevre). Gençlere kendi kimliklerini oluşturabilecekleri imkanlar verilmelidir. Gençler, gerek yaşam tarzında, gerek dinlediği müzikte, gerekse giydiği giysilerde kendi benliğini ortaya koyabileceği, taklitten uzak seçimler yapabilmelidir.

Çevremizde gözlemlediğimiz gençlerin çoğu maalesef bunun farkında değildir. Fakat günümüzün küreselleşen dünyasında moda trendlerinden kendimizi tamamen soyutlamak mümkün olmamaktadır. Bizim önerimiz gençlerin seçiminde bütün bunları kendi kültürel kişilik süzgeçlerinden geçirerek yeni bir senteze varmalarınıdır.

Yapılan tasarım çalışmasında beden giysiyle kurduğu ilişkiyle birlikte, beden varlığıyla ve kültürel varlığıyla kurduğu bağı irdeleyen tamamen bireye yönelik bir tasarım yapılmıştır.

- 1 Prof. Dr. Nuri Bilgin, Kimlik Sorunu, Ege Yayıncılık, İzmir, 1994, s.53
- 2 Prof. Dr. Nevzat Tahrhan, Psikolojik Savaş, Tımas Yayınları, İstanbul, 2003, s. 35
- 3 Marie Spenle, Anne Rocheblave, Ergenlik Psikolojisi, (Çev: Bekir Onur), Maya Matbaacılık, Ankara, 1980, s. 30
- 4 David Chaney, Yaşam Tarzları, (Cev: İrem Kutluk), Dost Yayınevi, Ankara, 1999, s. 60
- 5 Chaney, a.g.e., s. 144
- 6 Aktaran: Crane, a.g.e., s. 236