

MODA, GİYİM, İÇGİYİM, RENKLER, REKLAM VE GENÇLER...

Nükhet GÜNDEŞ GÜZ¹, Seher ER²

Özet

İçgiyimin çağrışımsal alanı, renkler ve reklam" başlıklı bir alan araştırması yapılmıştır. Alan araştırmasından elde edilen sonuçlara içerik çözümlemesi uygulanarak verilen yanıtlara göre metnin dayattığı sınıflandırmalar yapılmıştır. İçgiyimin çağrışımsal alanı "biçimsel ve anlamsal" bağlamda saptanmış olup, tarihsel süreç içinde moda, giyim, içgiyim bağlantısını kurarak, göstergebilimsel açıdan giyimin anlamlandırması yapılmaya çalışılmıştır. Daha sonra içgiyimde seçilen renkler ve renklerin yeğ tutulma nedenleri saptanmıştır. Araştırmadan elde edilen sonuçlar cinsiyete göre karşılaştırmalı olarak değerlendirilmiştir.

Abstract

A field research called 'The connotative field of underwear, colors and advertisement' has been made and by doing content analysis on the results of this field research, classifications, imposed by the text, have been made according to the results. The connotative field of underwear has been determined in 'form and meaning context', and within the historical process; fashion, clothing, underwear connections have been done and a meaning has been tried to be given from a semiotics view. Then the reasons of the choice of the colors and why these colors are chosen are determined. The results of the research are analyzed comparatively with the gender.

Anahtar Sözcükler: Moda, Giyim, İçgiyim, Araştırma, Reklam, Renkler, Gençler

Bir kadının elbisesi, o kadının en gizli düşüncelerinin, bir dilin ve bir sembolün kalıcı ifadesidir." [1]

Balzac, (1839)

I. Ana Kapsam

Bu çalışma; "Üniversite Gençliğinin Beslenme Alkol-İçgiyim Alışkanlıkları" başlıklı araştırmanın üçüncü bölümünü oluşturan "İçgiyimin Çağrışımsal Alanı ve Renkler" başlıklı çalışmadan yararlanılarak oluşturulmuştur. Çalışmanın ereği, moda ve giyim bağlantısını tarihsel, düşünsel ve göstergebilimsel açıdan irdelemek, alan çalışmasında sorgulama uygulanan üniversite gençliğinin "içgiyim" konusunda tutumlarını incelemek: içgiyimin ve içgiyimde yeğlenen renklerin çağrışımsal alanını saptamaktır.

Ünlü Fransız bilim adamı, göstergebilimci Roland Barthes, giyimsel göstergenin çözümlemesi konusunda şöyle yönlendirmektedir.

"Modanın içerdiği iktisadi ve toplumbilimsel yönler vardır kuşkusuz. Ama göstergebilimci Modanın ne iktisadı ne de toplumbilimiyle ilgilenecektir. O yalnızca iktisat ve toplumbilimin, Modanın anlamsal dizelgesinin hangi düzeyinde göstergebilimsel belirginliğe katıldığını söyleyecektir. Sözelimi, giyimsel göstergenin **oluşum düzeyinde mi, çağrışımsal zorlamalar** (tabular) düzeyinde mi, yoksa yananlamsal söylem düzeyinde mi? Belirginlik ilkesi çözümlemecide kuşkusuz bir içkinlik durumu yaratır...":[2]

¹ İstanbul Kültür Üniversitesi, Sanat Yönetimi Bölümü, 34156 Ataköy / İstanbul

² İstanbul Üniversitesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, Vezneciler / İstanbul

Bir boyutuyla da giyim, içgiyim göstergelerini ele alan, araştırma İstanbul'da bulunan 18 Üniversitede gerçekleştirilmiştir: İstanbul, Marmara, İstanbul Teknik, Yıldız Teknik, Boğaziçi, Yeditepe, Bilgi, Mimar Sinan, Maltepe, Işık, Doğuş, Sabancı, Beykent, İstanbul Kültür, Galatasaray, Fatih, Haliç, Kadir Has.

Araştırmada 452 kişiyle **kadın** (Yüzde 48,7) **erkek** (yüzde 51,3) sormaca yordamından yararlanılarak yüzyüze görüşülmüştür. Araştırmanın alan çalışması ve düzgü-lenmesi (kodlanması) sırasında 25 öğrenci görev almıştır.

2.Olgular ve Yöntem

Çalışmada seçmeci (eklektik) yöntemden yararlanılmıştır. (alan çalışması, içerik çözümlemesi, göstergibilim). Roland Barthes'ın yönlendirdiği gibi bütüncü içgiyim, "İçgi-yimin"ve "İçgiyimde Renkler"in çağrışımsal ve yananlamsal söylem düzeyinde incelenmesi yapılacaktır. Başka bir anlatımla "Bir dilin anlatım düzlemi bakımından ya da bildirilerin üretilmesi açısından içerdiği varsayılan katmanların her biri" incelenecektir. [3]

Deneklerin içgiyim ve içgiyimde renklerin çağrışımsal alanına yerleştirdikleri yanıtlar, sözcükler anlamsal ve biçimsel açıdan sınıflandırılacaktır. Bu sınıflandırmalar içinde yer bulan ve araştırmanın kendi içinde dayattığı ayrımlar irdelenecektir..

3.Sınırlılıklar

Çalışmanın başlangıcında kısaca tarihsel, düşünsel ve göstergibilimsel açıdan moda ve giysi, içgiyim, renkler ilişkisi ortaya konulacaktır. Bu çalışma içerisinde araştırmadan elde edilen "İçgiyimin ve İçgiyimde Renkler"in anlamsal ve biçimsel çağrışımların sınıflandırması yapılacaktır. Anlamsal Çağrışım: Tanım içi sözcükler ve tanım dışı sözcükler bağlamında sınıflandırmayla birlikte araştırmada elde edilen sonuçların dayattığı sınıflandırma yapılacaktır. Anlamsal Çağrışımların Sınıflandır-masında yer alan sınıflandırma öbekleri: İçgiyimde aranan özellikler açısından bir sınıflandırma içermektedir. İçgiyim tür-leri, renkler , eşeysellik, simgeler açısından bir sınıflandırma ile bu sınıflandırmalar dışında kalan öbür sınıflandırmalar bulunmaktadır. Biçimsel Sınıflandırmada ise sözcüklerin aralarında oluşturdukları biçimsel bağlantılar saptanacaktır. Roland Barthes'ın da belirttiği gibi giyim bir dil tanımını verip giyinme biçimine bir söz niteliğiyle bakarak bu saptamaya dayalı bakış açısıyla araştırmada elde edilen sonuçlar değerlendirilecektir.

4.Moda ve Giyim...

Moda insan yaşamında yer bulan tüm alanlarda incelenebilecek bir olgudur. Bu çalışma içinde moda giysi açısından bir sınırlandırma içermektedir. Dolayısıyla önce göstergibilimsel açıdan giysinin açıklanması yapılacaktır: Giysi göstergibilimsel açıdan duyumsamanın gösterene dönüşmesidir. Bu da giysinin kendiyle bağlantılı ancak kendi dışında bir edime, bir olguya, bir düşünceye, toplumsal, ekonomik, ekinel...vb nitelikli bir başka gösterge taşımaktadır.

"Giysi duyumsadığımız şeyin bir gösterene, bir işaret edene dönüşmesidir, yani insan gövdesi giysiyle bir şeyler anlatmaya başlar, dolayısıyla birtakım göstergeler, hatta kendine özgü göstergeler taşır". [4]

Deve tüyü palto, deri çanta, deri eldiven, tek taş yüzük toplumsal / edimsel / ekonomik göstergeler bütünüdür, ekose etek, içli dışlı yün kazak, makosen ayakkabı ise başka göstergeler bütünüdür.

Tarihsel açıdan giysi incelendiğinde toplumsal sınıflar arasındaki ayrımı gösterdiği, düşüncibilimsel açıdan kişinin ruhunu yansıttığı dolayısıyla giysiye bakılarak ruhsal durumun da anlaşılabilceği belirtilir . Örneğin, Fransız toplumunda giysinin çok kesin ve belirli bir

işlevi vardır: Bir insanın toplumdaki yerini, durumunu, uğraşını, daha açık bir anlatımla, toplumsal sınıflar arasındaki ayrımını saptamak, belirtmek vurgulamak. [4] Günümüz giysisinin en belirgin özelliği de, hiç kuşkusuz, eşeşeyli(hem erkek hem de kadın için) denilen tek cins giysi. Eşeyler arasındaki ayrım giysi düzeyinde ortadan kalkıyor. Üstelik blue jean, dik yaka kazak ve kadife ceket giymiş bir kişi dendiğinde göstergeler toplumsal/ekinsel bağlam konusunda ipuçları vermesine karşın dişil/eril ayrımı üzerine bilgi vermemektedir, en azından giysileri taşıyan görüntüsü yoksa...[4]

Uygarlık evriminin süreci içinde giysinin kişinin ruhunu yansıttığı görüşü yaygındır: Giysi, denir kimi yerlerde, bir anlamda bedeninin bedenidir. Yukarıda da belirtildiği gibi giysiye bakılarak ruhun durumu anlaşılabilir. Erasmus ne tür giysinin ne tür ruh durumunu yansıttığına ilişkin örnekler verir. [5] Resmi ya da özel kuruluşlarda giysilerle ilgili kuralların, yönetmeliklerin varlığı biraz da bireylerin bu ruhsal durumlarının yansımaması içindir.

Giysi denince usa hemen gelecek sözcük hiç kuşkusuz modadır ve bu içgiyime dek her türden giysiyi ilgilendirir. Günümüzden 200 yıl önce yazılmış olan bir yapıtta, **Ansiklopedi ya da Bilimler, Sanatlar ve Zanaatlar Açıklamalı Sözlüğü**'nde ise moda kavramı şöyle açıklanmaktadır:

"Töre, kullanım, giyinme tarzı olarak ele alınabilen ve kısacası süslenmeyi ve lüksü sağlayan her şey olarak tanımlanabilen moda, **siyasal ve felsefi** açıdan incelenebilir... Ne kadar garip olursa olsun, kabullenildiği sürece insanın süslenmesini ve güzel görünmesini sağlayan ve hoşla gitmeyi sağlama olanağını sunan modaya karşı çıkmak hatalı bir davranıştır. (...) İnsanın zavallılığını ortaya koyan ve bir çeşit çılgınlığa benzeyen şey, beğeniyi, yaşamı, sağlığı, bilinci ruhu ve bilgileri kapsayacak şekilde genişletilen modalara körü körüne boyun eğmektir.... Bu alan, aslında değişikliklerin ve kaprislerin gerçek alanıdır. Modalar, kimi zaman, hiçbir neden söz konusu değilken art arda ortaya çıkar, birbirini tahrip eder ve kaybolup giderler.(...) " [6]

İki yüzyıl önceki bu yapıtta yer alan düşünceler günümüzde de etkisini sürdürmektedir. Ünlü düşünür Henri Lefebvre ise **Modern Dünyada Gündelik Hayat** adlı yapıtında modayı sürekli değişim/dönüşüm içerisinde olan bir edim niteliğiyle tanımlar.

"Kaç Kadın Modaya uygun bir hayat sürüyor? Mankenlerden "kapak-kızlarından", Olimposlular'dan oluşan karma bir kitle. Modayı oluşturan bu kişiler bir kez piyasaya sürüldükten sonra moda onların elinden kaçtığına ve bir başka moda bulmak zorunda olduklarına göre, artık moda olmamak korkusu içindedirler. (nesne burada önce çevresini sonra da kendi kendisini yok eder" [7]

Modanın dil dizgesi üzerine düşünen Roland Barthes dil/söz bağıntılarından önce tüm gösterge dizgelerinin çift eklemlili göstergeler dizgesine dönüştürülmeleri ya da sıradan bir anlatımla yazılı ya da sözlü dile dönüştürülmeleri ya da bu türden göstergelere yazılı/sözlü dil göstergelerinden kaynaklandırılarak varıldığını düşündüğünden olsa gerek "moda, mut-fak, görüntü, yazın gibi göstere dizgelerinin dil desteğiyle bir gerçeklik " kazandığı savını destekler. [8]

F.de Saussure'un dil/söz ayrımı düşünüldüğünde edimler,olgular bu ikilikten birine öz-gülenir. Dil geneli kapsayıcıdır söz ise dilin bireysel kullanımı sayılır. Böylece R. Barthes , kimi olgu kümelerinin "dil" ulamına , daha başkalarının da "söz" ulamına bağlanmasının öngörülebileceğini belirtir. Bir moda dergisindeki yazılı dili çözümle-diğinden R.Barthes, buradaki yazılı dilin kişiye özgüllüğü değil de kurallar bütünü'nün sergilenmesi olarak görür. Bütünüyle bir dil dizgesi, çift eklemlili göstergelerin dizgesidir sözkonusu dil ve de belirli bir topluluğun kararı ve sözleşmesi sonunda ortaya çıkmıştır. Bu ne giyeceğine modanın etkisi

de söz konusu olsa sözü , giysi sözünü oluşturan buna bir seçim sonunda ayrıca toplumsal/kültürel/ekonomik vb. göstegelerin gölgesinde karar veren birey yol açar. Artık dil söze dönüşmüştür. Ayrıca dil/söz karşıtlığının yanısıra anlam boyutunda düzanlam/yananlam kavramlarıyla dili moda dilini kurgulamak ve çözümlemek gerekmektedir, yine R. Bathes gözardı edilmezse. [9] Giyim dilinin oluşumuna gelince, bu dilin öğeleri değişmeye yol açacak özellikler taşır tıpkı insan dilinde olduğu gibi değiştirim öğeleri işlevini taşır . Örnekse, erkek için başı örten aksesuar şapka genel adı altında fötr/melon/kasket/kalpak/bere vb... Ancak bunlardan birini seçmek yeni bir anlam kurgulamak demektir. Bu anlam giysiyi bütünleyiciliğin yanısıra bireysel/toplumsal konum , kültürel/ekonomik giderek siyasal göstergesel işlevler de taşımakta, ayrıca belli bir gösterge küreye göndergelemektedir

Friedrich Nietzsche **Gezgin ve Gölgesi, İnsanca, Pek İnsanca 2** adlı yapıtında; moda ve modern kavramlarını şöyle açıklamaktadır:

“Aymazlığın , pislüğün, batıl inancın sürgit cirit attığı, ve de ulaşımın güdük, tarımın sefil, ruhban sınıfının güçlü olduğu her yerde, dinin çizdiği, çizdiği sanıldığı giysiler giyiledurulur. Tüm bunların karşıtlarının belirtilerinin bulunduğu yerde moda egemendir. Demek ki günümüz Avrupa’sının erdemlerinin yanısıra bulunmalıdır moda: gerçekte arka yüz mü olmalıydı?Özellikle artık tinsel/yörel/simgesel, modaya uygun erkek giysisi, giyen kişi konusunda, Avrupalı erkeğin ne birey olarak ne de bir sınıfın ya da halkın üyesi olarak göze çarpmak isteğini bu tür kasıtlılıkları kasıtlı olarak buharlaştırmayı kendine yasa edindiğini söyler,çünkü çalışkan biridir ve giyinip süslenmeye ayrıracak fazla zamanı yoktur, kumaşın ve kesimin pahalı ve bol oluşu, işiyle çelişki içindedir, son olarak da giysisiyle , bilgisel ve tinsel uğraşların bir Avrupa insanı olarak en yakın durduğu ya da durmak istediği uğraşların varlığına göndergelemektedir. oysa sürgit varolan ulusal/yörel...vb giysilerde en istenilen ve en ileri gelen uğraşlar parıldamaktadır. ...**Demek ki genelde moda ve çağcılın ayırıcı özelliği değişme değil, ulusal zümresel ve bireysel kibrin yadsınmasıdır. Çünkü tam da değişme eskiye özgü bir şeydir ve henüz olgunlaşmamış Avrupalı erkek ve kadınları tanımlar. Buna uygun olarak Avrupa’nın birkaç kentinin ve yöresinin, geri kalanların tümü adına giyim konusunda düşünmesi ve buluşlar yapmasını, biçim duygusunun herkese bağışlanmamış olduğunu dikkate alarak** erk ve zaman tutumluluğu sağladığı için övmek gerekir...” [10]

Moda ve Giysinin tarihsel, düşünsel ve göstergesel bağlamda değerlendirmesini giyim içinde yer alan onun bir alt alanını oluşturan içgiyimin irdelenmesi izleyecektir. Giysinin parçalarüstü birimi daha doğrusu birimler bütünü oluşturuçularından biridir içgiyim ve hem parça hem de parçaüstü birimlerdeki dizisel ve dizimsel bağlantıları dil/ söz bağıntılarına göndergeleyen bir dizgenin kapsamındadır hiç tartışmasız.

Tarihsel süreç içinde geçirdiği evreler bağlamında sıradanlaşan moda giysi ilişkisinin bir yansımasıdır içgiyim , ayrıca olumsuz yargının yadsınmadığı bir giysidir içgiyim ve kendisinin dışında çağrıştırdığı en önemli özelliği giyim içinde aranan rahatlık, temizlik, seksilik...özellikleridir.

Roland Barthes, **Bir Aşk Söyleminden Parçalar** adlı ünlü yapıtında giysiyle ilgili Platon’un **Şölen**’inden aktardığı Sokrates’in düşüncesini aşağıdaki gibi açıklamaktadır:

“Şölen: 2.Sokrates: “güzel bir delikanlının yanına gitmek için güzel olayım diye süslendim.”Sevdiğine benzemeliyim. Ötekiyle kendi aramda bir öz uygunluğu bulunduğunu varsayıyorum (bu da bana haz veriyor). İmge, öykünme, olabildiğince çok şeyi öteki gibi yapıyorum. Öteki olmak istiyorum, öteki ben olsun istiyorum, giysi aşık İmgelik’imi oluşturan şu kaynaşık maddenin dümdüz kabuğundan başka bir şey olmadığına göre, aynı ten kılıfında birleşmiş, kapanmış olalım istiyorum.” [11]

Elisabeth Noelle-Neumann, **Kamuoyu, Suskunluk Sarmalının Keşfi** adlı yapıtının “moda kamuoyudur” başlıklı onüçüncü bölümünde, “başka birçok kişiyle aynı yönde hareket ettiği duygusunun bireyi heyecanlandırıldığını ve büyülediğini” belirtir.

5 Moda ve İçgiyim...!

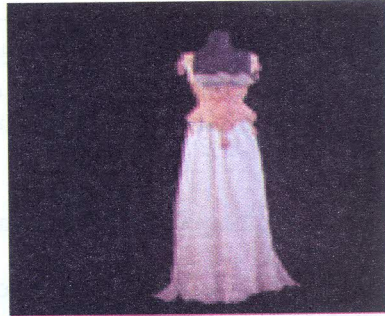
“Sütyen bir mücevher kutusu gibidir, kadının en değerli organını korur” [12]
d.dolce & s.gabbana

Bu alanda yapılan çalışmalarda içgiyim kullanımının Yunan ve Roma dönemine kadar uzandığı belirtilmektedir. Kadın giysilerinin onikinci yüzyıldan başlayarak beden biçimini almaya başlamasıyla birlikte içgiyim de önem kazandı. Bunun başlıca nedeni; kadınların çoğunun modanın buyurduğu çizgilerde doğal biçimde bulunmayı istiyordu, sahip olmayıştı. Onaltıncı yüzyılın ikinci yarısında beli iyice belirginleşen sıkı korsajlar, karnı ve mideyi saran balenalı korseler gündelik kadın giyiminin bir parçasına dönüştü. Fransız Devrimiyle birlikte toplumsal farklılıkların silinmeye başlaması giyimde de sınıfsız bir biçimin benimsenmesine yol açıyordu. XIX .yüzyılın ikinci yarısı boyunca, kadın iç çamaşırları modaya uygun giysilere ayrı bir biçim vermiştir. Kabarması için eteğin altına yerleştirilen bir kasnak seti olan krinolin, (*crinoline*) yüzyılın üçüncü çeyreğinde modaya uygun giysilerin en belirgin özelliğidir. XX. yüzyılın başlarına kadar moda olan öbür özel iç çamaşırı ise, “zenginler arasında kadın giyiminin vazgeçilmez bir parçası” olan *korsedir*. [1]

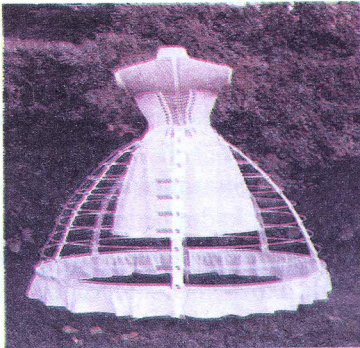
Korsaj /Korse/Krinolin Görüntüleri:



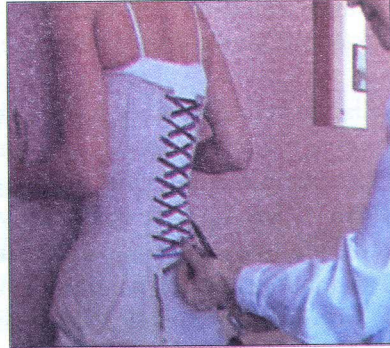
Korsaj



Korsaj



Krinolin



Korse

Le Play ve yardımcıları (1850-74 ve 1875-1909) tarafından yürütülen araştırmalardaki işçi sınıfı erkeğinin giysi dökümünü temel alan çalışmada modanın yaygın olduğunun saptanmasına karşın içgiyim bu dökümler içinde yer almadığını saptamıştır. [1]

Aynı çalışmada işçi sınıfı kadınların giysi dökümüne dayanarak saptanan giysi kalemleri arasında “iç çamaşırı: **Korse ve Krinolin** saptanmıştır. [1]

Marilyn Yalom, memeye yönelik olarak üretilen iç çamaşırların tarihte Yunan ve Roma dönemlerine kadar uzandığını belirterek ve yapıtında bu örgeni “Kutsal, Erotik , Domestik, Politik, Psikolojik, Ticarileştirilmiş, Tıbbi, Özgür, Dönüm Noktasındaki Meme” olarak ince-liyor. .

Hande Kökten Ersoy’un çevirdiği Hilary J.Deighton’un **Eski Roma Yaşantısında Bir Gün** adlı çalışmada kadınların karmaşık iç çamaşırı giydiklerini ve kadın akrobatların üst tarafı sıradan bir kuşağı andıran bikiniye benzer giysilerle betimlendiklerini belirtilmektedir.

Marilyn Yalom adı geçen yapıtında; Minos rahibelerinin çan biçiminde etekler ve tü-müyle gözler önüne serilmiş olan memelerini yukarı kaldıran açık kesimli korsajlar giydiğini belirtmekte . [13] ve bu çalışmada şöyle bir saptama yapmaktadır:

“Eğer Freud bir kadın olsaydı, muhtemelen, “penis kıskançlığı” kuramı yerine “meme kıskançlığı” kuramını geliştirebilirdi.” [13]

Aynı çalışmada içgiyimin destekleyici çamaşırlarının da modayı varetteğini belirterek “Christian Dior’un sık alıntılanan “destekleyici iç çamaşırları olmaksızın moda var olmaz” sözü, geride bıraktığımız yedi yüzyıl için büyük anlam taşıdığını vurgular. Destekleyiciler (korseler, sutyenler ve korsajlar) [13]

Maslow’un gereksinimler aşama sırasına göre içgiyimin hangi aşama sırasında yer aldığı sorgulanmalıdır. Ancak, günümüz toplumsal yapısı içinde içgiyimin zorunlu gereksi-nimler arasında yer bulduğunu söylemek olanaklı görülmemektedir. Daha da ötesi, tüketici davranışlarını inceleyen kuramlar ölçü alındığında içgiyimin satın alma davranışı içinde yer alıp almadığı ya da sınırlı bilgi gereği duyulup duyulmadığı sorgulandığı zaman reklam sektörünün çok da içgiyim üzerinde etkili olmadığı saptanmıştır. Tüketici davranışını etkile-yen işlevler içinde yer alan etkileyici rolünü oynayanın arkadaş olması önem taşımaktadır.

İçgiyimin Kitap Kapaklarında Kullanımı!

Örnek bütüncedeki kitap kapakları incelendiği zaman kadın içgiyiminde siyah, egemen renktir. İç giyimde özellikle jartiyerin ve siyah rengin seksiliği çağrıştırması nedeniyle kulla-nıldığı bilinmektedir. Oysa siyah görünmeyen görünür kılındığı bir renktir içgiyimde. İçgiyim denince cinsiyetler arasında bir sıralama yapmak gerektiğinde kadınlar öncelikle akla gelmektedir. Örnek vermek gerekirse, işte birkaç yapıtın kapak görüntüleri:

- Wilhelm Reich’in **Dinle Küçük Adam** başlıklı çalışmasının kapağında, siyah dantel korse ve jartiyer giyinmiş bir kadın görüntüsü (1994),
- Alphonse Allais’nin gülmece yazılarını içeren **Kimine Şampanya Dokunur** adlı çalışmada karikatürize edilmiş siyah külot ve jartiyerli bir kadın bedeni (1983),
- Jackie Collins’in **Aşıklar ve Kumarbazlar** adlı romanının kapağında siyah dantelli sutyen, külot ve jartiyerli bir kadın görüntüsü (1986),
- Paul Erdman’ın **Lekeli Oyun** adlı çalışmasının kapağında siyah jartiyerli bir kadın yarı bedeni (1989)

6. İçgiyim Araştırması

A. Araştırmadan Elde Edilen Sonuçlar

İçgiyimin Çağrışımsal Alanı ve Renkler ve Reklam başlıklı araştırmadan elde edilen sonuçlar değerlendirildiğinde öncelikle içgiyimin çağrışımsal alanında öncelikle içgiyimde aranan özellikler yer almaktadır: “İçgiyim denince akla gelen ilk sözcük **“rahatlık”**tır. Araştırmaya katılanların yüzde 11.3’ü tedirgin etmeyen, kendilerine sıkıntı vermeyen içgiyimi yeğlemektedir..

İç giyim denince ikinci akla gelen sözcük **“temizlik”**tır. Deneklerin yüzde 9.7’si içgiyimin temiz durması ve tutulması gerektiğini belirtiyor. Rahatlık ve temizlikten sonra içgiyimin **gerekli** olduğu belirtilmiştir. (yüzde 8.6)

Çizelge 1

İçgiyim Denince Akla Gelen İlk Sözcük...!

	N	%
Rahatlık	51	11.3
Temizlik	44	9.7
Gereklilik	38	8.6
Seksilik	23	5.1
Sağlık	11	2.4
Don	9	2.0
Güven	8	1.8
Kadın	7	1.5
Güzellik	6	1.3
Atlet	6	1.3
Cinsellik	6	1.3
Sütyen	5	1.1
Hiçbirşey	5	1.1
Erotizm	5	1.1
Boxer	5	1.1
Öbür	52	11.5
Yanıtsız	171	37.8
Toplam	452	100.0

Öbür Seçenekler Şöyledir: Gizlilik, Sevilme, Beyaz, Külot, Fantezi, Önemli, Kalite, Özel, Normallik, Erkekler, İnsan, Çekicilik, Kırmızı Kalp, Şıklık, Ten, Dantel, Zevk, Man-kenler,Müstehcen,Doğallık, Hissetmek, Hamam, ahlak, Şeffaflık, Marka, Renkler, Tanga, Kayanma, Para, Mahrem, Kullanılabilirlik, Terbiye..

B..Araştırmadan Elde Edilen Bulguların Sınıflandırılması

Bu bölümde araştırmadan elde edilen sonuçlar içerik analizi yapılarak sınıflandırılmıştır. Bu Sınıflandırma, sözcük çağrışımlarının türlerini sıklıklara göre ortaya çıkarmıştır. Çağrı-şım yoluyla aralarında biçimsel ya da anlamsal bağıntılar kurulabilen sözcüklerin oluşturu-

duğu bütüne “Çağrışımsal Alan” denir. Örnek (alım, yazım, bakım)arasında biçimsel, us, düşünce, kavram arasında anlamsal bağıntılar bulunduğundan her iki düzlemde de çağrışımsal alandan söz edilebilir. [3]

Araştırmaya katılan deneklerin verdiği yanıtlar değerlendirildiğinde **bulguların anlamsal bağıntudan çok biçimsel bağıntılar içerdiği görülmektedir**. İçgiyim denince akla gelen en önemli sözcük nedir? sorusuna verilen yanıtlar ulamlara ayrılınca tanım dışı (Anlamsal Bağıntılar) sözcüklerin bulunduğu saptanmıştır. Başka bir anlatımla “İç Giyim”in düz anlamlar dışında yan anlamlar içerdiği saptanmıştır.

B.1. Anlamsal Çağrışımların Sınıflandırılması

B.1.1 Tanım İçi Sözcükler (Düz Anlamlar)

A.İçgiyimin Sözlük Tanımı

Türk Dil Kurumunun Türkçe sözlüğünde içgiyim sözcüğü bulunmamakla birlikte karşılığında kullanılan bir sözcük olan çamaşır'ın tanımı şöyle yapılmaktadır: **1. İçgiysisi**. Ayrıca “içgiysisi” girişli bir madde yoktur ve de geniş anlamda “çamaşır” yıkanacak giyisiler olarak verilmiş, tam bir genel anlam çalışması görülüyorki henüz yapılmamıştır. Ali Pükülloğlu'nun yapıtı **Türkçe Sözlükte** ise “içgiyim”, “içgiysisi” maddeleri yoktur, ancak bu sözcüklerin karşılığındaki eşanlamlı “çamaşır” maddesi bulunmaktadır: **çamaşır**: a.Far. 1 don , fanila , gömlek gibi iç giysisi” İkinci anlam olarak “2 yıkanması gereken iç giyisileri “ , üçüncü anlam olarak : “3 kirli iç giyisilerini yatak kılıflarını vb. yıkama işi”. Oysa , araştırma kapsamında çamaşır ya da içgiysisi yanıtını veren denek bulunmamaktadır.Bu bağlamda sözlük çalışmalarında yenilenme gerekmektedir. Ancak, bu türden çalışmalar için sözlük yazarlarına geniş boyutta kaynakça yardımı yapılması zorunludur,bu türden bir çalışma olarak her yıl yenilenen fransızca sözlük Le Petit Robert örnek verilebilir.

Bu bölümde verilen tanımlar içinde bulunan kavramlar ve değerlendirmeleri düz anlamda yani birincil anlamda değerlendirilmiştir. İçgiyimin çağrışımsal alanında tanım içi sözcük bulunmamaktadır.

B.1.2.Tanım Dışı Sözcükler (Yan Anlamlar)

Sözlük tanımları dışında yer alan yanıtlar ise sözlük birimin anlam alanında yer alan “Yan Anlamlar” bağlamında değerlendirilmiştir. Bu bağlamda yapılan değerkendirme içinde yer alan sınıflandırmalar şöyledir:

B.1.2.1 İçgiyimde Aranılan Özellikler Açısından Bir Sınıflandırma:

Çizelge 2

İçgiyimin çağrışımsal alanında öncelikle içgiyimde aranan özellikler bulunmaktadır.

	N	%
Rahatlık	51	11.3
Temizlik	44	9.7
Seksilik	23	5.1
Sağlık	11	2.4
Güven	8	1.8
Güzellik	6	1.3
Öbür	17	3.7

Öbür Seçenekler: Gizlilik, Kalite, Normallik, Çekicilik, Şıklık, Sağlık, Doğallık Hissetmek, Şeffaflık, Kullanılabilirlik

B.1.2.2. İçgiyimde Cinsellik Belirten Sözcükler Açısından Yapılan Sınıflandırma

Çizelge 3

	N	%
Seksilik	23	5.1
Kadın	7	1.5
Cinsellik	6	1.3
Erotizm	5	1.1
Öbür	9	1.9

Öbür Seçenekler: Fantezi, Erkekler, Çekicilik, Müstehcen, Mahrem

B.1.2.3. İçgiyim Türleri Açısından Yapılan Sınıflandırma

İçgiyimin çağrışımsal alanında içgiyim türleri yüzde 6.8 oranda bulunmaktadır.

İçgiyimin çağrışımsal alanında Giyim türleri değerlendirildiğinde dizgesel: Bedenin aynı noktasında, aynı anda bulunamayacak olan ve değişimi giyimsel bir anlam değişmesine yol açan parçalar, ek parçalar ya da ayrıntılar öbeği: Takke'bere'sapka, vb, ve dizimsel eksenlerdeki sınıflandırma: Aynı kılık/giyim değişik öğelerin yan yana bulunması: Etek, buluz, ceket seçenekler bulunmaktadır. [2]

Bazı dizgeler kendi eşsüremliliklerini yine kendileri oluştururlar. Sözelimi yıldan yıla değişen moda. [2]

Çizelge 4

	N	%
Don	9	2.0
Atlet	6	1.3
Sütyen	5	1.1
Boxer	5	1.1
Külot	3	1.1
Tanga	1	.2

Çağrışımsal alan içinde yer alan sınıflandırma türlerinin, öncelikle içgiyimde aranan özellikler bağlamında sonra içgiyim türleri bağlamında, ve daha sonra cinsellik yargısal, renkler açısından bir sınıflandırma yapıldığı saptanmıştır.

Bu bölümde önemli bir saptama İçgiyim denince akla gelmeyenler: İçetek, korse, body, jupon, kombinezon..

C. Biçimsel Çağrışımların Sınıflandırılması

Çizelge 5

	N	%
Rahatlık	51	11.3
Temizlik	44	9.7
Gereklilik	30	6.6
Seksilik	23	5.1
Sağlık	10	2.2
Güzellik	6	1.3
Cinsellik	6	1.3
Öbür	14	2.9

Öbür Seçenekler; Gizlilik, Normallik,Çekicilik, Şıklık, Sağlık, Doğallık,Şeffaflık, Kullanılabilirlik.

İçgiyim ve Renkler...

Bu bölümde Renklerin Çağrışımsal Alanı saptanmıştır . İçgiyimde tercih edilen renkler sorgulandığında “Beyaz” en önde gelen renk olmaktadır. Roland Barthes’in giyim (Dil) giyinmeyi (Söz) ayırımından yola çıkarak yine aynı göstergebilimcinin yazı ve renkler saptamasını **içgiyimde renkler(Dil) ve seçilen renkler(Söz)** bağlamında değerlendirildi: Roland Barthes **Yazı üzerine Çeşitlemeler Metnin Hazı** adlı yapıtında Yazı ve renk ilişkisini aşağıdaki gibi kurmuştur:

“Sorgulanması gereken bir konu:renkli yazılar ,oldukça az bulunan renkli yazılar. Renk, bir gerilimdir; iletilerimize rengin izninin bulunmasından korkarız, bu nedenle siyah yazarız; sadece genel kabul gören, dolaysız belirtileri bulunan ayrıcalıklara izin veririz: dikkat çekmek için mavi, düzeltme yapmak için kırmızı. Renk kullanımında yapılacak herhangi bir değişiklik apaçık münasebetsizliktir: sarı, pembe ya da gri renkte yazılmış bir mektup, kızıl-kahverengi, asker yeşili, okyanus mavisi kitaplar düşünülebilir mi?Ama yine de sözcüklerin anlamlarının da renklerle birlikte değişmeyeceğini kim bilebilir? Hiç Kuşkusuz temelde pek önemli olmayan sözlük anlamları değil, Ama kiplik anlamları; çünkü tıpkı eylemler, adların da kipleri vardır, kendilerini dile getiren özneyi üstlenirken, açığa çıkarırken ya da baskı altında tutarken belirli bir tutum içerisindedirler. Renk yazıya dayalı bu yüce dilbilgisinin bir parçası olmalıdır, oysa bu türden bir dilbilgisi;kuralcı olmayan , düşlemsel bir dilbilgisi yoktur.” [2]

İçgiyimde Yeğlenen Renkler...

Çizelge 6

Beyaz	185	40.9
Siyah	65	14.4
Kırmızı	26	5.8
Mavi	22	4.9
Ten	7	1.5
Renkli	7	1.5
fark etmez	5	1.1
Gri	5	1.1
Pembe	5	1.1
Koyu	5	1.1
Öbür	11	2.3

Araştırma kapsamında İçgiyimde yeğlenen renkler sorgulandıktan sonra bu renklerin “Üniversite Gençlerine” seçilme nedenleri sorulduğunda alınan yanıtlar şöyledir: Temizlik (yüzde 11.7), Seviyorum (yüzde 7.3) Alışkanlık (yüzde 4.0).

Renklerin seçim nedenleri arasında bulunan öbür yanıtlar ise şöyledir :

Çok Seksi, Güzel, Kullanışlı, Hoşnutluk Yaratması, Belli Olmaması, Genel Bir Renk, Klasik, Zevk, Giysiye Uygunluk, Yakışması, Çekicilik, Kışkırtıcılık, Sadelik, Renklilik, Sevgilinin Beğenmesi, Görünüşünün Uygun Olması, Yaygın, Nedensiz, Yıkanması kolay, Güvenli, Ağırbaşlı Olması Rahat Olması, Masumiyetle Özdeşleşmesi, Beğeni, Saygısızlığın kanıtı, Zorunluluk, Özgürlük, Estetik, Duruluk, Karizmayı bozması, Sağlığın simgesi, Uyuşturucu rengi, Geleneksellik , Ruhsal durumla koşutluk taşıması...

Ortaçağdan günümüze beden temizliğini aktaran “Temiz ve Kirlı” adlı yapıtta Beyazla ilgili şu bilgiler yer almaktadır:

“Beyaz, görünmeyeni kısmen görünür kılar. Deriyle temas eden kumaş, giyimimin yanı başında fakat onun dışında bir kanıt gibi durur, bazen az göze çarpan bazen çok belirgin olan bir kanıt. Giyimimin örttüğü şeyi belli eder. Bu durumda, beyaz özel bir temizliğin, içteki temizliğin işareti olur.”

O zaman yeni bir nitelik eklenmiş oluyor ve bu nitelik mahremi anımsatma yolunu açıyor. [14]

XVII. yy larda artan bir ısrarla şu yakıştırma yineleneyecektir: Çamaşırın pırıl pırıl ve derli toplu olması demek, kişinin tümüyle öyle olması demektir. Saray adamının çamaşırında, o pırıl pırlılık seçkinliğin belirtisidir. “İnsanın bulabileceği en güzel ve en ince çamaşırı almalıdır, zatına bu kadar yaklaşan bir şey için ne kadar titizlik etse yeridir”. [14]

Michel Pastoureau'nun renklerle ilgili sözlüğünde en çok yeğlenen renkler incelendiğinde beyaz için uygun düşen temizlik, saflık önemli bir yerdedir. **Siyah** ise öteki anlamlar bir yana bırakılırsa gençliğe en uygun gelen çağcılık , çağcıl yaşamın giyim rengi , **kırmızıya** gelince kırmızı en güzel renk olarak nitelenmiştir. Ayrıca kırmızı, “**renkli**” kavramıyla özdeşir ve şenlik ile lükse göre yananlam olarak kullanılmaktadır. Yine ayrıca kırmızı aşkın ve erotizmin , çekiciliğin rengidir. **Maviye** gelince batının %50 sinin beğendiği renk olarak verilir ,ikinci **yeşil** %20 , üçüncü renk ise **kırmızı** % 10'dan az bir oranla ma-

viyi izler. Batı denildiğinde ise Batı Avrupa (İspanya dışında) , Kanada , ABD anlaşılmaktadır. Mavi düş rengi , sadakat ve soyluluk rengi (buradaki anlamıyla) olarak aktarılmaktadır. [15]

İçgiyimin Kullanım Amaçları

İçgiyimin kullanım amaçları sorgulandığında ilk üç sırada yer alan sonuçlar şöyledir: Rahatlık (yüzde 21.5), Temizlik (yüzde 10.8), Alışkanlık(yüzde 5.5) öbür yanıtlar ise aşağıdaki gibidir:

Sağlık, gerekli , bilmiyorum, güven, sarması koruması, fermuardan koruması, seviyorum, görüntü, zorunluluk, giyinmek için , çıplak olmamak, seksi, teri önlemek, istediğim için, mahremiyet, gelenek, üşümemek, içgüdüsel, hoşuma gidiyor, fantezi, kamuflaj, tahrik edici, teamül, çekicilik, yakışıyor, herkes giydiği için giyiyorum.

Değişen bir şey yok içgiyimde renk kullanımında temizlik beyazla birlikte biçim temizliğinden de söz edilmektedir. [16]

Karşılaştırmalı Dağılımlar

“İçgiyimin Çağrışımsal Alanı, Renkler ve Reklam” başlıklı araştırmadan kimi karşılaştırmalı dağılımlar incelendiğinde elde edilen sonuçlar şöyledir:

İçgiyim türü denince akla gelenler sorgulandığında, Kadınların aklına öncelikle kendi kullandıkları içgiyim türü gelmektedir: “Sütyen” Erkekler içinde aynı sonuç geçerlidir. İlk akıllarına gelen içgiyim türü: “Boxer”(şort biçminde külot)dir.

İçgiyimin alındığı yer sorgulandığında kadınların güzelduyusal işleve önem verdikleri saptanmıştır. Erkekler için ise önemli olan birinci etken para-yararcıl işlev önem taşımaktadır. En son alınan içgiyim cinsiyetlere göre değerlendirildiğinde kızların sütyen, külot tanga yanıtını verdikleri görülmektedir. Erkeklerin en son aldıkları içgiyim ise; boxer, atlet fanila, don. Erkeklerin kullandıkları ve tercih ettikleri içgiyim türlerinin gücü simgeleyen adlar aldıkları görülmektedir. Bu durumun erkek sözcüğünün kökünde yer alan “**erk**” ten kaynaklandığı düşünülebilir. “İktidar” alanları içinde içgiyim türleri ve türlerin adlandırmaları da yer bulmaktadır.

İçgiyimi kendileri satın alanların büyük çoğunluğu aileleriyle birlikte yaşayanlardan oluşmaktadır. İçgiyimini arkadaşı ve sevgilisi tarafından satın alınanların çoğunluğu ise arkadaşlarıyla kalanlardan oluşmaktadır. Bu sonuçlar da içgiyim satın alımı konusunda barınma yerinin önem taşıdığını göstermektedir.

Araştırma sonuçlarına göre içgiyimini mağazadan satın alanların büyük çoğunluğu aileleriyle birlikte kalanlardan oluşmasına karşın Yurtta kalanları içgiyimlerini pazarlardan almaktadır.

Değerlendirme ve Sonuç

Araştırma sonuçlarına göre deneklerin yüzde 87.2’si içgiyimi kullanmasına karşın yüzde 11.3’ü içgiyim kullanmadığını belirtmiştir İç giyimin çağrışımsal alanında külot, sütyen ve boxer bulunmakla birlikte tecimsel açıdan seksi olduğu için kullanılan jartiyer anlaşıldığı bağlamda ilgi çekmemektedir. (yüzde 0.7).İç giyimin rahatlığı temizliği ve seksiliği kişinin rahatlığı temiz olması ve seksi olmasının bir göstergesidir. İç giyimde seçilen beyaz renk ise bu bilgileri tamamlayıcı niteliktedir. Çamaşırın temiz olması prırlıtısı ve beyaz olması bunun bir göstergesi. Roland Barthes’in belirttiği giyim (Dil) ise giyinme (Söz) bağıntısına göre, araştırmaya katılan deneklerin Sözlere çözümlendiğinde kuşağın içinde

barındırdığı en önemli özellik olan “rahatlık” sözlerden de anlaşılmaktadır. Bu kuşağın temel özelliği rahatlığa önem vermesi , kendini sıkıntıya sokmak istememesi bunun ötesinde de rahat davranışlar sergilemesidir. Dolayısıyla bu içgiyiminde de kendini göstermektedir. İçgiyimde en önemli öbür özellik içgiyimin çağrışımsal alanı ve renk dili açısından yapıldığında “temizlik” olduğu görülmektedir. İç- giyimde renklerin söylemi de sağlıklı ve temiz olmanın önemi üzerine vurgu yapmaktadır. İçgiyim alımında denekleri tecimsel kaygıların etkilemesinin yanında gereksinim duymaktan sonra reklamın etkisi üçüncü sırada yer almaktadır.. Onu içgiyim alımına eyleten arkadaşı olmaktadır. Grup içinde arkadaş etkisinin önemi bir kez daha vurgulanmaktadır.Gençlerin sigara alışkanlığı kazanmasına da içgiyim seçimini yapmasına da arkadaş grubu etki etmektedir. Satın alma davranışını kendisi gerçekleştirmektedir. Kadınlar özellikle mağazadan alış-veriş yapmaktadır. İçgiyimde Siyah rengin beyaz renkten sonra yeğlenmesi de yine çağrışımsal alan bölümünde verilen yanıtlarla karşılaştırıldığında anlam taşımaktadır. Dolayısıyla siyahın seksiliği çağrıştırması bu sonuçlardan ve tecimsel bağlamda yapılan kitap kapağı incelemesinde de kendini duyumsatmaktadır. İç giyim çağrışımsal alanında anlamsal bağlamda ikincil anlamlar yer almakla birlikte biçimsel çağrışımların daha önemli olduğu saptanmıştır. Son olarak belirtilmesi gereken araştırmadan elde edilen bulguların araştırma içinde yer alan denekler ölçüsünde değerlendirilmesi gerekmektedir. Cinsiyetler arasındaki farklılıklar incelendiğinde kadınların içgiyimde güzel duyusal işleve erkeklerin ise yararcıl işleve önem verdikleri saptanmıştır. Erkeklerin kullandıkları içgiyim adlarında ise “gücü” “**erk-ek**”i simgeleyen adlar önem taşımaktadır. Gerçekten de bir başka çalışmanın konusu olmasına karşın bir öntat niteliğiyle söz etmek gerekirse kadın içgiyimleriyle ilgili model adları ile erkek içgiyiminin model adları incelenecek olursa dişi içgiyim adları güzel olduğu varsayılan kadın adları , egzotik , uzak , düş yaratan ülke adları ile güç düşündürücü adlar gözlemlenmektedir...

Kaynaklar

- [1] Crane D.,(2003),Çev., Çelik, N., **Moda ve Gündemleri, Giyimde Sınıf, Cinsiyet Kimlik** , Ayrıntı Yayınları.
- [2] Barthes R.,(1997),Çev., Rifat, M-S., **Göstergebilimsel Serüven** ,Yapı Kredi Yayınları
- [3] Vardar B., vd. (1998), **Açıklamalı Dilbilim Terimleri Sözlüğü** ,ABC Kitabevi AŞ.
- [4] Barthes R., (1987), Yayına Haz.,Batur E., **Yazı Nedir** , Hil Yayınları
- [5] Elias N.,(2000), Çev.,Özbek E., **Uygarlık Süreci** , İletişim Yayınları
- [6] Diderot&D’alembert, (2000),Çev., Hilav, S., **Ansiklopedi ya da Bilimler, Sanatlar ve Zanaatlar Açıklamalı Sözlüğü**
- [7] Lefebvre H.,(1998), Çev., Gürbüz, I., “ **Modern Dünyada Gündelik Hayat**” Metis Yayınları
- [8] F.de Saussure, (1980),**Cours de linguistique générale** , Payot
- [9] R. Barthes.,(1997) Mehmet Rifat -Sema Rifat, **Göstergebilimsel Serüven** ,Yapı Kredi Yayınları. Ayrıca bkz., R.Barthes “Originalité du système de la mode” in **Système de la mode**, Points.
- [10] Friedrich, N., (2005), Çev., Tüzel, M., **Gezgin ve Gölgesi**,İthaki
- [11] Barthes, R.,(1983), **Le Plaisir du texte**, Seuil. Ayrıca bkz. , **Platon,Şölen-Dostluk**, (2006) Çev.Sabahattin Eyüboğlu –Azra Erhat, Türkiye İş Bankası Kültür Yay.
- [12] Ayril C., (1993), **The Sütyen**, Bin Tane Yay.
- [13] Yalom M., (2002), Çev., Gün, A., **Memenin Tarihi**, Çitlenbik Yayınları
- [14] Vigarello G.,(1996), Çev., İlkelen, Z., **Temiz ve Kirli, Ortaçağ’dan Günümüze Vücut Bakımının Tarihi**, Kabalıcı Yayınevi.
- [15] Pastoureu M.,(1992) **Dictionnaire des couleurs de notre temps**, Bonneton.
- [16] Eco, U, (2004), Çev., Akkoyunlu A.C., **Güzelliğin Tarihi**, Doğan Yayınları