

GÜZEL SANATLAR ALANINDA AKADEMİK ARAŞTIRMA ve DERLEMELER

Editör

Doç. Dr. Göktürk ERDOĞAN



DUJAR

**GÜZEL SANATLAR ALANINDA
AKADEMİK ARAŞTIRMA ve
DERLEMELER**

Editör

Doç. Dr. Gökürk ERDOĞAN



Güzel Sanatlar Alanında Akademik Araştırma ve Derlemeler
Editör: Doç Dr. Göktürk ERDOĞAN

Genel Yayın Yönetmeni: Berkan Balpetek
Kapak ve Sayfa Tasarımı: Duvar Design
Baskı: Mayıs 2021
Yayıncı Sertifika No: 49837
ISBN: 978-625-7680-67-7

© Duvar Yayınları
853 Sokak No:13 P.10 Kemeraltı-Konak/İzmir
Tel: 0 232 484 88 68

www.duvar yayinlari.com
duvarkitabevi@gmail.com

Baskı ve Cilt: Vadi Grafik Tasarım ve Reklamcılık Ltd. Şti.
İvedik Org. San. 1420. Cad. No: 58/1
Yenimahalle/ANKARA
Tel: 0 312 395 85 71
Sertifika No: 47479

İÇİNDEKİLER

- 1.Bölüm** **5**
Çağdaş Sanatta Hikayeci Eğilim:
Çizgi Roman Anlatım Dilinin Çağdaş Sanata Yansımaları
Çiğdem MENTEŞOĞLU CHATZOULDAS
- 2.Bölüm** **27**
Covid-19 Pandemi Süreci ve
“Hızlı Moda”
Nursen GEYİK DEĞERLİ

1.Bölüm

ÇAĞDAŞ SANATTA HİKAYECİ EĞİLİM: Çizgi Roman Anlatım Dilinin Çağdaş Sanata Yansımaları

Çiğdem MENTEŞOĞLU CHATZOUDAS¹

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Balıkesir Üniversitesi GSF, Resim Bölümü
cigdem.m.chatzoudas@balikesir.edu.tr ORCID: 0000-0001-5737-1193

Giriş

Görsel sanatların temelinde anlatım ve hikâye etme endişesi yatar. Ancak bazı sanatçılarda bu endişe sanat pratiğinin yapı taşını oluşturur. ‘Narrative’ yani anlatımsal yaklaşımla şekillenen yapıtların içeriğini bir karakter ya da karakterin başından geçen olay ve olayın gerçekleşmesine ilişkin süreç oluşturur. Bu sanat yapıtlarına yakından baktığımızda dokuzuncu sanat olarak kabul edilen çizgi romanın anlatım dilinin yansımalarını görebiliriz.

Dokuzuncu sanat olarak kabul edilen çizgi roman 1960’lardan itibaren popüler kültürün ayrılmaz bir parçasına dönüşmüş olup bu durum çağdaş sanatla etkileşimini kaçınılmaz kılmıştır. İlk örneklerini pop sanatında gördüğümüz bu yapıtlar zamanla iki sanat dalının da dönüşmesine neden olmuştur. Çağdaş sanat diye adlandırılan ve içinde bulunduğumuz zamanı da kapsayan bu dönemde dışa vurma eğiliminin yanında anlatımcı geleneğin de öne çıktığını söylemek mümkündür. Tarih boyunca sanatçılar, tarihi anlatıları, mitleri çağının gerektirdiği eleştirel kodları, ihtiyaçları ve sorunları irdeleyen öykülemeyi öne çıkaran farklı biçimsel yollar seçmişlerdir. Bu anlatım biçimlerinden biri de çizgi roman estetiğidir.

Bu çalışmayla amaç, çizgi roman sanatsal formunun öğelerini çalışmalarında anlatım dili olarak kullanan çağdaş sanatçıların eserlerini derlemektir. Araştırmanın çıktılarında biri de dokuzuncu sanat olarak kabul edilen çizgi romanın bir anlatım aracı olarak 1960 sonrası çağdaş resim sanatını etkilediğini ortaya koymaktır. Bu etkileşim yurtdışında sergi (When Comics and Contemporary Art Intertwine, Boca Müzesi 2019), makale gibi çeşitli etkinliklerle öne çıkmaya başlamıştır. Ancak Türkiye’de bu konu üzerinde tartışma ve yeterli araştırma olmadığı görülmektedir. Bu gerçekten hareketle, çalışmanın amacı çizgi roman ile çağdaş sanat arasındaki etkileşimi ortaya koyarak sanatta yeni olanakların varlığını vurgulamaktır. Ayrıca çizgi romanın bir an-

latım dili olarak çağdaş sanata yansımaları üzerine farkındalık yaratarak, alanda yapılabilecek çalışmalara katkı sağlanmak istenmiştir.

Çizgi Roman Estetiği

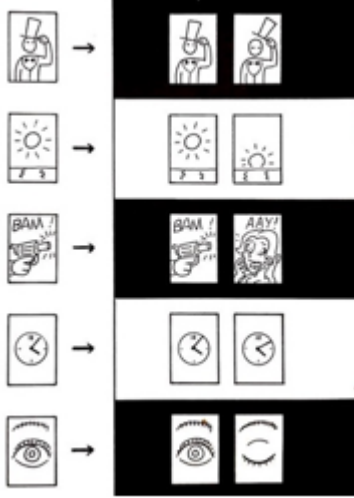
Türk Dil Kurumuna göre çizgi roman, konuyu ve olaylar zincirini kesintisiz olarak resimleme yöntemiyle okuyucuya sunan roman olarak tanımlanmaktadır. Ancak, bir sanat formu olarak çizgi romanı Kosta Ceran ise şöyle açıklamıştır: “Ne resim ne de yazıdır. Resmin ya da yazının, bütünleyici olarak kullanılan diğer bir faktörle ilişkisi sonucunda ulaştığı sentezdir. Yani çizgi roman, birbirinden farklı iki temel unsurun (metinle resmin) kaynaşmasıyla oluşan bir anlatım biçimi, bir kurgu sanatıdır. Çizgi roman içindeki yazı ve çizimin birbirine oranı, yapılacak kurguya ve anlatılmak istenen olaya bağlı olarak sürekli bir şekilde değişime uğrar. (...) Çünkü kendine has anlatım tarzlarına sahip bağımsız bir sanat dalı olarak, gene kendine has farklı ve bağımsız bir evren yaratma imkânına sahiptir” (Ceran’den aktaran Yıldızkan, 2018: 12).

Alsaç (1994) da çalışmasında çizgi romanın en önemli özelliği olarak resim yazı ilişkisi olarak hatta bütünlüğü olarak görür. Her sanat dalının kendine has bir dili ve aktarım biçimi vardır. Sözcüklerle ilişki içinde olan görsellerden oluşan hikâye anlatma sanatı olan çizgi roman dilinde okuyucuya aktarılmak istenen ifadeler çizgi bantlarda, kare veya dikdörtgen gibi geometrik şekiller içerisinde verildiği için diğer anlatı türlerinden farklıdır. Ayrıca çizgi romanı akademik olarak inceleyen Gluibizzi (2007) makalesinde belirttiği gibi her bir sayfanın her bir dikdörtgeninin içinde kendine has anlatımsal karakteri olabilir ve bu anlamda metnin ve görsel doğrusal bir anlatımın ötesine çıkar.

Çizgi romanlarda sanatsal biçimi oluşturan beden dilinin kullanımı, tekrarlamalar, büyütme, dramatizasyon, yakın çekim ve

montajlama gibi teknik ögeler sinemaya özgü birçok karakteristik özellikle benzerlik gösterir. Yağlı (2017), çizgi romanın estetiğini tarihsel bağlamda ortaya koyan kitabında da belirttiği gibi beden dili, yani çizgi romandaki karakterlerin bedensel hareketleri öykü içinde sıklıkla kullanılır. Çizgi romanın iletişimde önemli yeri olduğunu belirten Yağlı, imgesel gösterime çizgi romanda çokça başvurulduğunu ve duygunun imgelerde hayat bulduğunu, bu anlamda da devinimsel ardışık bir özelliğe sahip olduğunu dile getirir.

Amerika’da çizgi roman kültürü 1930’lu yıllarda süper kahraman olarak beliren karakterlerle ortaya çıkmıştır. Bu kahramanlar aracılığıyla mesaj vermek, insanların ilgisini çekerek belirli eksiklikleri gidermek düşünülmüştür. Eğribel’in (2012) de belirttiği gibi çizgi roman mesaj içerikli oluşuyla diğer sanat dallarından ayrılır. İlk zamanlarda toplumda eğitim, propaganda gibi amaçlara yönelik olarak ortaya çıkmıştır. Çizgi romanlar toplum bilincinin aktarılması ve eğitilmesi amacıyla kullanılmıştır. Araştırmacı ve Sanatçı Scott McCloud’un (1993) çalışmasında da öne sürüldüğü gibi tarihi orta çağ, hatta Mısır sanatına uzanan ilk örneklerinde olduğu gibi çizgi roman resimlerle bir süreci anlatma tekniği olarak tanımlanabilir. Bu anlamda süreç odaklı bir anlatım biçimidir ve diğer sanatlar arasındaki yeri ise süreç içindeki hareket izlenimini durağan görsellerle zihinde devamlılık hissi yaratarak verebilmesindedir.



Resim 1. Scott McCloud. Ardışık sanatın oluşması.

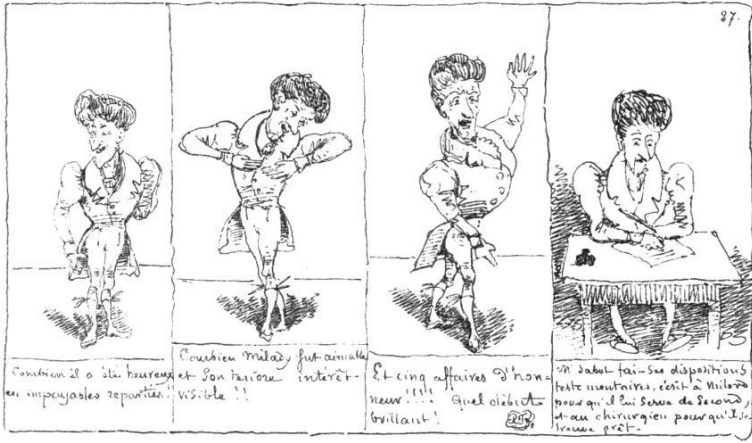
Yine McCloud'un çalışmasına (1993) göre çizgi roman, yüksek ve alçak kültürler arasındaki ayrımın çoğu kez aşınmış sayıldığı gittikçe Post modern bir dünyaya ait bir sanat formudur. Bu sanatın toplum içinde yaygınlaşması 1960'larda kendisini gösterir. 20'nci yüzyılda doğan birkaç sanat formundan biri olan çizgi roman, eleştirel düşünmeyi önceler ve katmanlı yapısıyla çağdaş bir anlatıma dayanırken izleyicinin de aktif katılımını gerektirir. McCloud'a (1993) göre ardışık sanat ve görsel anlatı, bir okuyucunun birden çok imgeyi birden çok kelimeye bağlamasını, tüm öyküyü anlamak için bir panelden diğerine dil ve görüntü bilgilerini sürekli olarak entegre etmesini gerektirir.

Çizgi roman, çeşitli görsellerin belirli bir sırada yazılan hikâyeyi okuyucunun görsel algısı üzerinden birleştirerek sayfalarda derlemesi, kitap formunda biçimlenmesidir. Yıldızkan (2018), çizgi romanın basılı olma özelliği bakımından diğer anlatım biçimlerinden ayrı tutulduğunu dile getirir. Bu özelliğiyle baskı sa-

natlarıyla güçlü ilişkisinden bahsedilebilir. Günümüz sanatında da baskı sanatlarının kullanımının yaygın olması ve farklı olanaklara sahip olmasının bu ilişkiyi genişlettiği söylenebilir.

Çizgi romanda, görsel ile metin arasında yaratıcı bir ilişki söz konusudur. Baloncuklar içerisindeki yazı boyutu sesin tonuna göre değişiklik gösterir. Hikâyenin panellerde anlam bulmasına sözel ve görsel öğelerin dışında sadece panelin şekline göre de anlatım çeşitlenebilir. Kimi zaman yazının kendisi bile, çizgi romanda birden fazla biçime dönüşebilir. Bazı çizgi romanlarda ise yazı hiç kullanılmadan verilmek istenen mesaj doğrudan görseller üzerinden sağlanır, bu sessiz paneller anlam genişliği yaratabilir. ‘David Weisner’ın Flotsam’ı gibi bazı resimli kitaplar gibi bazı grafik romanlar tamamen sözsüz olabilir. Bu kitaplar imgeyi aynı zamanda dile de bağlı olan düşünceye bağlar. Okuyucular görüntülerden anlam kazandıkça, bir görüntüyü yorumlamak, parçalamak ve anlamak için sürekli olarak dili kullanırlar. Sözsüz çizgi romanlar da dahil olmak üzere grafik romanlarda, okuyucular bu beceriyi birden çok görüntüye uygularken önceki panellerden bilgileri sentezler veya bütünleştirir’ (Kelley, 2010:4).

Dokuzuncu sanatın en önemli özelliği insanın gündelik hayatını oldukça iyi bir şekilde gözlemlemesi ve bunu aktarmasıdır. Gündelik hayata bu denli yakın olması halkın ilgisini çekmiş, popüler kültürde yer edinmesini sağlamıştır. Çizgi romanda sekanslar arasındaki boşluklar ve geçişler okuyucuya bırakılır böylelikle okuyucuda hayal etme alanı açar ve boşlukları kişisel yorumlama yeteneğiyle doldurur. Okuyucunun bu aktif rolü ise çizgi romanı interaktif kılar.



Resim 2: Rodolphe Töpffer. Möstö Jabot (Bay Kravat). 1833.

İsviçreli R. Töpffer, çalışmalarında metin ve resmi birlikte ele alarak, içeriğini mizahla zenginleştirdiği konulardan oluşturduğu resimlerini panellere bölerek aktarmıştır. Töpffer'in, resim ve metin birlikteliğini kullanarak tarihteki ilk çizgi roman karakterlerini yarattığı söylenebilir. Hikâyelerini kareleyerek ve metin ekleyerek geleneksellikten uzak bir anlatım dilinin oluşmasını ve yeni bir iletişim aracının doğmasını sağlamıştır.

Çizgi Roman Anlatım Dilinin Çağdaş Sanata Yansımaları

Temsilin temel sorun olduğu sanat kendine ait bir anlam alanı yaratır. Sanat tarihi boyunca sanatın anlamını belirleyen konular ve anlatım biçimleri, bazı kırılma noktalarına göre değişim gösterir. Bu bağlamda sanat, toplumun değişmesi ile değişmekte ve dönüşmektedir. 1960' larla daha eleştirel bir bakışla şekillenen sanat, daha fazla mesaj içerikli ve toplumu çevreleyen kültürel öğeleri, kavramları sorun edinen bir yönelim göstermiştir. Bu bağlamda birçok sanatçı için çizgi roman dikkat çekici hale gelmiş ve bu yeni görsel dilinin arkasındaki kavramsal yapıyı be-

nimsemişlerdir. Bunun nedeninin toplumsal dönüşümle birlikte bireysel ve sosyal ihtiyaçların görsel anlatım biçimlerini etkilediği düşünülmektedir.



Resim 3: Roy Lichtenstein, Tuval üzerine yağlıboya, 1961

Çizgi roman anlatım biçiminin çağdaş sanatta kullanılması ilk olarak pop sanatın temsilcilerinden Roy Lichtenstein yapıtlarında görülmüştür. Çizgi roman sayfalarındaki kareleri tuvalerine taşıyan Lichtenstein'in onları çok büyük boyutlarda yeniden üretmiştir. "Pop Art'ta bazı sanatçılar asıl malzemeyi yüceltirken, bazılarının ise daha eleştirel yaklaştıkları görülmektedir. Örneğin Roy Lichtenstein'in, Amerikan çizgi romanlarına duyduğu ilgiyi çalışmalarına yansıtarak ironik bir yaklaşım ile yeniden yorumladığı görülmüştür (Yıldızkan, 2018:38).

Roy Lichtenstein, çizgi romanın bir sanat biçimi olarak algılanmasının önünü açmış ve bilinirliğini geleneksel sanat alanına sokmuştur. Ayrıca, Lichtenstein çizgi romanın doğası ve sana-

tı hakkında daha ciddi bir tartışmanın başlamasını sağlamıştır. 'Roy Lichtenstein' nın Little Golden Book' tan (Look Mickey (1961) Mickey Mouse'u kendine mal etmesiyle başlayarak, beş ünlü karakter, karakteristik görsel stil (siyah ana hatlar ve düz renkli alanlar) ve çizgi romanların anlatım araçları (sıralı paneller, konuşma balonları) Pop sanat tarafından memnuniyetle kullanıldı. Yarım asır sonra çizgi romanlar hala çağdaş sanatta sıklıkla alıntılanmaktadır (Peltz, 2013).

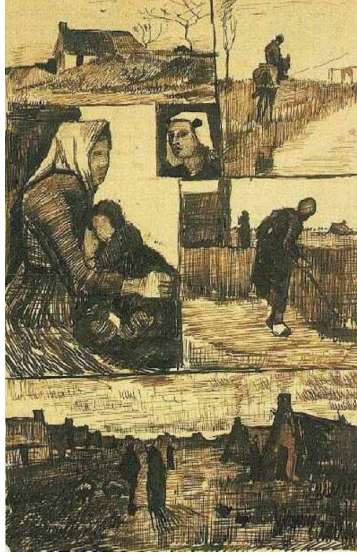
Çizgi romanda mekân ve zaman önem taşır ve fragmanlar halinde aktarılır. Bu hikayeler paneller ayrılarak kareler halinde verilmekte, bu özelliğiyle de sinema ve video sanatına yakın duran bir özellik sunmaktadır. Çağdaş resim sanatında sıklıkla karşılaştığımız bu yaklaşımın örneklerini 18.yy'a kadar uzanan süreçte görmek mümkündür (Resim 4).



Resim 4. William Hogarth. Öncesi ve Sonrası 1730-1731.
Tuval üzerine yağlıboya

Bu yöntemi ilk kullanan (1697-1794) İngiliz çizer-karikatürist ve yağlı boya ressamı olan William Hogarth'tır. Sanatçının çalışmalarına baktığımızda bu yapıtların süreç odaklı olduklarını ve çizgi roman benzeri seriler halinde yapıldıkları görülebilir.

Panellere ayrılan betimlemelerde yazı olmasa da çizgi romana has hareket ve süreklilik öğeleri sezilir.



Resim 5: Vincent Van Gogh eskiz defterinden bir sayfa. 1883

1883 yılına tarihlenen Van Gogh'a ait eskiz defterinde (Resim 5) birkaç karenin çizildiği ve farklı açılardan ortaya konduğu çizgi roman kitabının bir sayfasını andıran birkaç örneğe rastlamak ilgi çekicidir. Resim sanatında zaman ve mekân ilişkisi her zaman bir sorunsal olarak belirmiştir. Resim sanatının zamanla ilişkisi daha çok durağandır. Resim zaman içinden bir anı olarak bir kare içinde sunarak zamanı durdurur. Çağdaş resim sanatında ise toplumun dönüşen zaman ve mekân anlayışına göre bu kavramlar yeniden değerlendirilir ve farklı olanaklar araştırılır. Ayvaoğlu (2002)'e göre, resimde perspektifin inkârıyla, mekân ve buna bağlı olarak zaman ortadan kalktığı için, böyle bir sahnede her şey imkân dâhilindedir. Hikâyede her şey yaratmanın isteğine göre hareket eder. Zaten hikâyede gerçeğe benzerlik gayesi

güdülmeye için, okuyucu ya da izleyiciyi ne kadar şaşırtırsa o kadar iyidir.

Ressamlar edebiyata yakından ilgi duymuş ve kitabı bir sanatsal form olarak kullanmayı denemişlerdir. Bunun en bilinen örneği sürrealist sanatçı Max Ernst' in ortaya koyduğu kolaj romanı "A Week of Kindness" (1934) ve çağdaş sanatçılardan Grayson Perry'nin (1992) çizgi roman çalışmalarıdır. Böylece çizgi romanın daha özgün bir dile evrimleşmesi söz konusu olmuş, görsel ve sözel olan çift dil ile anlatımın olasılıkları üzerine düşünölmeye başlanmıştır.



Resim 6: Kiki Smith,
Sergiden bir görünüm



Resim 7: Kiki Smith, Elde
Kuşlar, Kâğıt üzerine
Karakalem

Kiki Smith, yapıtlarında edebiyattan etkilenen çağdaş sanatçılardandır. Yapıtlarındaki öykücü tavrı ile ön plana çıkan sanatçının evrensel masallardan yola çıkarak yaptığı çalışmalardan biri olan (Resim 6) Kırmızı Başlıklı Kız isimli Alman halk hikayesini konu almaktadır. Bu hikâyenin kahramanı olan küçük kız, sanatçının yapıtında karelere ayrılarak bölünmüş olup farklı renkler ve duruşlarla ifade edilmiştir. Panellerden oluşan bu kompozisyon anlayışıyla izleyicide süreç hissini yaratmıştır. Yine Panel fikrini hatırlatan sunumuyla bu desenler bir hikâyeyi parçalardan oluşan bir düzen içinde gösterir. Buradaki ifade çizgi romandaki gibi

süreç odaklı bir anlatım yaratır. Bedensel dili kullanan sanatçı, beden dilini de seçtiği hayvan figürleri gibi sembolik olarak kullanır. “Sanatçının çalışmalarının çoğunda olduğu gibi yorumlamaya açık, sembolik anlatıma dayanan bu yapıt, kuş sembolünü mitolojik bir unsur olarak kullanır, öyküsel bir anlatım yaratır” (Chatzoudas, 2018).

Anlam oluşturma aşamasında önemli olan unsur tek bir karenin kendisi değil, kareler arasındaki imsel ve anlamsal ilişkidir. Bu bağlamda çizgi romanın en önemli özelliklerinden biri okuyucunun zihninde oluşturduğu kareler arasındaki geçiş, boşluğun kendisine bırakılmasıdır. Smith’in yapıtında da (Resim 7) bu anlamsal ilişkiden bahsetmek mümkündür.

Günümüzün dinamiklerinden olarak bağlam kurmak, bu bağlamın izleyici odaklı olması, sembolik ve öyküsel anlatım yapının doğasını yorumlamaya açık kılar. Smith’in uygulamayı seçtiği bir yol olarak bu öyküsel anlatımın öne çıkmasını sağlar. İki boyutlu yüzeyde tek bir anın ötesine geçmek kaygısı, anlatımcı niteliği güçlendirmek için zaman ve mekân ögesini kullanımı hikâyenin devamlılığını sağlaması açısından önem taşıdığı gibi resme yeni olanaklar kazandırır.

Kiki Smith, yaşadığı dönemin dinamiklerinden etkilenmiş, evrensel sembol ve mitleri kullanarak figüratif temelli öyküsel bir anlatım dili geliştirmiştir. Çizimden baskıya, heykelden yerleştirmeye, kâğıttan bronza çok çeşitli malzeme ve teknikleri kullanan sanatçı için teknik ve materyalin çağrıştırdığı kavramlar da sembolik öge olarak yapıtlarının anlatımcı niteliğini güçlendirmiş ve hikâyenin öne çıkmasını sağlamıştır. (Chatzoudas, 2018).



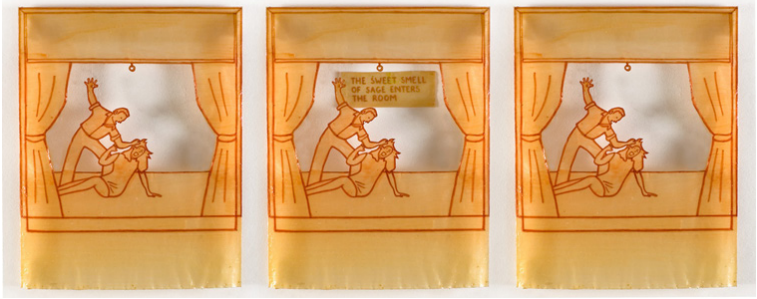
Resim 8: Valerie Hammond, Ziyaretçi,
Kâğıt üzerine karakalem ve kömür

Hammond (Resim 8) yine panelleri hatırlatan bir biçem kurarak kompozisyonu kurar. Burada devimin varlığın zamanın ilerleyişinden algılayabiliriz. Smith gibi Hammond'un çalışmasında da klasik resim anlayışının aksine akışkan bir atmosfer vardır. Bu atmosferde zaman durmaz, devam ederek izleyiciyi içine alan bir etkiye sahiptir.

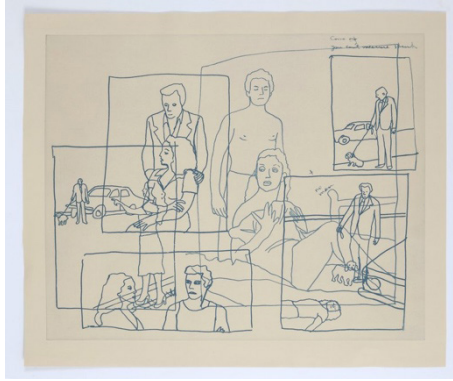


Resim 9: Öyvind Fahlström, 1972, "Sütun no 1"
Kâğıt üzerine Akrilik ve Çini Mürekkebi, 60.6 x 49 cm.

Sanatçı Öyvind Fahlström da çalışmalarında (Resim 14) yazılar, karakterlerdeki abartılar, çizgisel üslup gibi çizgi roman öğelerini kullanmasıyla bilinir. Karikatüre kaçan bu çalışmalarındaki en önemli özellik mesaj içerikli olması ve ironik bir anlatım tarzına sahip olmasıdır.



Resim 10: Ida Appelbroog, Tatlı bir adaçayı kokusu odaya girer, 1979. Papirus Kâğıdı üzerine mürekkep



Resim 11: Ida Appelbroog, Taslak

David Salle, Ida Appelbroog, gibi sanatçılar ise çalışmalarında panel formatı kullanmış, süreci öne çıkararak devinimi görselleştirmeye çalışmışlardır. Bu iki sanatçı için de anlatımsal ve öyküleme özelliği dikkat çekicidir. David Salle'in yapıtlarında çizgi

roman estetiğini oluşturan imgeleri görmek mümkündür (Resim 11, 12). Kompozisyon ise dörtgenlere ayrılarak farklı görseller içinde devinimi vurgularken günlük hayatın içinde fragmanlaşan imgeleri sezdirir. Salle'nin çalışmalarında çizgi romanla birlikte sinemanın da etkilerini görebiliriz. Sunil Manghani'nin (2015) belirttiği gibi sinema hem kültürel ve hem de sanatsal bir dil olarak ressam David Salle' in sanat pratiğini etkilemiştir.



Resim 12: David Salle, Madenci, 1985, Tuval üzerine yağlıboya



Resim 13: David Salle Meksika'da Mingus, 1990

Sue Williams, özellikle ilk dönem siyah-beyaz çalışmalarında çizgi romanlardan, çizgi roman estetiğinden oldukça ilham alan etkilenen bir sanatçıdır. Sanatçı erken çalışmalarının çoğunda kadına dair anlatıları paylaşıyor. “Sanatçı, provokasyon ve hiciv jestiyle canlandırdığı aile içi şiddet ve kadına yönelik cinsel istismar sahneleri çiziyor. Gerçekliğin tedirgin edici yönlerini beklenmedik mizahla birleştiren eserlerinde trajikomik bir duygu ifade ediyor” (Lucia Pesapane, 2013).



Resim 14: Sue Williams, Çok İşimiz Var, 1992, Tuval üzerine yağlıboya, 106.7x203.2 cm

Aidan Koch'un çalışmaları ise hikâye anlatma formatını soyutlama ve deneysel kompozisyonla birleştiriyor. The Blonde Woman'ın (2012) bir sayfasında (Resim 15) karakteri farklı açılardan ve panellere ayrılmış kompozisyon içinde görürüz. Bu sayfada da olduğu gibi zamanın döngüsel etkisi panellemeler aracılığıyla verilmiş görünüyor. Ticari ofset baskı olan bu çalışma, oldukça resimsel ve özenle uygulanmış guaj ve suluboya uygulamasıyla da ilgi çekicidir.



Resim 15: Aidan Koch, Sarışın Kadın
(The Blonde Woman), 2012 Ofset Baskı, 500 Baskı



Resim 16:
Christian Marclay,
Çığlık (Dil) 2017
Ağaçbaskı, (205.5 x 121,5 cm)



Resim 17:
Christian Marclay,
Çığlık (Dört parça), 2017,
Ağaçbaskı, (215.5 x 121,5 cm)

Christian Marclay Çılgılık serisinde (Resim 16, 17) Japon çizgi romanına ait Manga karakterlerinden kareleri görebilmekteyiz. Kolaj mantığıyla birleştirilen bu karelerle hareket ve dinamizm etkisi yaratıldığı söylenebilir. Ağaç Baskı tekniğiyle yapılan bu çalışmalarda baskı sanatının özellikleri ağaç dokusu vurgulanırken karakterlere ait parçalardan yapılan kolaj ve abartılı ifadeler çizgi roman estetiğinin yansımaları olarak belirir.

SONUÇ

Bu araştırmayla günümüzün popüler sanat biçimlerinden biri olan çizgi roman ile çağdaş resim sanatının etkileşim içerisinde olduğu ortaya konulmuştur. Çağdaş sanat açısından çizgi romanın zaman ve mekân yaratıcı bir şekilde kullanma olanakları sunması, bu anlatım dilini ilgi çekici kılmaktadır.

Çizgi romanda döngüsel bir zaman anlayışı olabilir. Mekân içindeki devinimler önem kazanır. Bu da günümüzdeki kompleks zaman ve mekân anlayışına denk düşmektedir. Böylelikle günümüzün kavrayış açısına ve yaklaşımına uygun bu anlatım biçimi izleyiciye daha tanıdık ve zengin bir deneyim sunmaktadır. Zaman kavramının sübjektif olması da önemlidir. Çünkü, sonuç olarak çizgi roman kareleri içerisinde birden fazla anlam genişliği içerisinde, hikâyenin akışını etkileyen paneller kadar, okuyucu ya da izleyici de hikâyenin akışına etki eder.

Çizgi romanlar hikâye anlatma biçimleri ve hikâye içerisinde duygu nosyonu, romanlar gibi gerçek anlamda kelimeler aracılığı ile değil daha çok insan mimikleri ve hareketleri, insan davranışlarını ve duygularını beden dili üzerinden okuyucuya aktarır. Bu bakımdan çizgi romandan etkilenen sanatçıların çoğunun sanat pratiğinde hikayeci bir anlatım ve beden dilini kullanan bir yaklaşım olduğu bulgulanmıştır. Ayrıca inceleme sonucunda çizgi roman'a özgü bu hikayeci anlatım dilinin, çizgi romanın henüz popüler kültürün bir ögesi haline gelmeden çok daha önce resim sanatındaki örneklerine karşılaşılmıştır.

Kaynakça

1. Ayvazoğlu, B. (2002). Aşk Estetiği, İstanbul: Ötüken Yayınları.
2. Baetens, J. Frey, H. (2015) The Graphic Novel: An Introduction, Cambridge University Press
3. Chatzoudas, Menteşoğlu Ç. (2018) Kiki Smith'in Çalışmalarında Mitolojik Unsurlar, idil, 2018, cilt / volume 7, sayı / issue 49
4. Eğribel, E. (Mayıs 2012) Çizgi Roman Olayı ve Toplum. İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi s.1-44 <https://dergipark.org.tr/en/pub/iusosyoloji/issue/532/4892>
5. Ernst, M. (1934) A Week of Kindness Ernst, http://www.all-art.org/art_20th_century/ernst_Max1.html
6. Gluibizzi A. (2007) The Aesthetics and Academics of Graphic Novels and Comics. Journal of the Art Libraries Society of North America, Vol. 26, No. 1 (Spring 2007), pp. 28-30 Published By: The University of Chicago Press https://www.jstor.org/stable/27949450?seq=1#metadata_info_tab_contents
7. Grayson P. Çizgi Roman. (1992) <https://www.trouva.com/products/atlas-press-grayson-perry-graphic-novel-cycle-of-violence>
8. Kelley, B. (2010) Sequential Art, Graphic Novels, and Comics, SANE journal: Sequential Art Narrative in Education. University of Nebraska- Lincoln <http://digitalcommons.unl.edu/sane/vol1/iss1/10>
9. Martinique, E. (16 Nisan 2019) When Comics and Contemporary Art Intertwine <https://www.widewalls.ch/magazine/comics-contemporary-art-boca-raton-museum>
10. Manghani, S. (2015), The influence of cinema on painting, Journal of Contemporary Painting 1(1):123-146 Doi: 10.1386/jcp.1.1.1231

11. McCloud, S. (Nisan 1994) Understanding Comics: The Invisible Art, William Morrow Paperbacks
12. Peltz, A. (2013) A Visual Turn: Comics and Art after the Graphic Novel, Sayı 2, No:6 <https://artinprint.org/article/a-visual-turn-comics-and-art-after-the-graphic-novel/>
13. Pesapane, L. (2013) Sue Williams. <https://awarewomenartists.com/en/artiste/sue-williams/>
14. Yağlı, A. (2017). Modern Bir Anlatı Olarak izgi Roman, İstanbul: Kriter Yayınları
15. Yıldızkan, S. (2018) izgi Roman ve Karikatür Sahnelerinin Seramik Uygulamaları, Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Seramik Anasanat Dalı.

2.Bölüm

COVID-19 PANDEMİ SÜRECİ ve “HIZLI MODA”

Dr. Öğr. Üyesi Nursen GEYİK DEĞERLİ²

² Nişantaşı Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü,
nursen.degerli@nisantasi.edu.tr, Orcid no: 0000-0001-9144-3066

Giriş

Giysi, en başta bireylerin örtünme ve dış etkilerden korunma gibi ihtiyaçlarını karşılarken, zaman içerisinde statü göstergesi ve bir iletişim aracı haline gelmiştir.

Moda kavramı ise, belirli bir zaman diliminde toplumun ortak beğenisini ve ilgisini oluşturan, yaşam tarzlarında geçici olarak kendini gösteren döngüsel yenilikler olarak tanımlanabilir.

Moda ile giysi tasarımında, ürün grupları ve ürün çeşitleri bireylerin zevkine hitap edecek şekilde artmaya başlamıştır. Bu nedenle müşteri talepleri giyim ürünlerinde belirleyici bir kistas olarak etkilidir. Çünkü benzer ürünlere karşı duyulan bıkkınlık, yeni ve farklı olana sahip olma isteğinin oluşmasını sağlar. Bu durum kendini moda olarak tabir edilen bir yaklaşım olarak gösterirken, moda yaşam tarzlarını etkileyen bir yapıya dönüşür.

20.yüzyılın sonlarına doğru hızlı moda kavramı, giysi üretiminde yeni yaklaşımları ve hızlı-ucuz aynı zamanda etik üretim tartışmalarını gündeme getirmiştir. Covid-19 pandemisi tekstil ve moda endüstrilerinde, özellikle Rana Plaza yıkımından sonra dikkat çeken çalışma koşullarının iyileştirilmesi, sürdürülebilir iş stratejileri ve uygulamalarının geliştirilmesi koşullarını sekteye uğratmıştır. Pandemi süreci, “modern kölelik” koşullarındaki giyim üreticileri çalışanlarını, özellikleri kadınları ve genç kızları, çok daha zor üretim koşullarıyla yüzyüze getirmiştir.

21.yüzyılın ilk büyük krizini karşılayan moda markaları ise dijital teknolojileri kullanarak, markalar arası işbirliği yaparak ve üretim maliyetlerini minimuma indirerek kar marjlarını kaybetmeme çabası içindedirler.

20. Yüzyılda Modanın Değişimi

Tekstil üretimindeki talep yeniliklere bağlı olarak artmıştır. “Spinning Jenny” iplik eğirme makinesinin keşfi (1764) tekstil üretimini hızlandırmış ve jakarlı dokuma tezgahı kumaş tasarımlarında karmaşık desenleri yapma olanağını sunmuştur. Bununla birlikte, kitlesel üretim ve moda endüstrisinin büyümesi için 19. yüzyılın ortalarından itibaren akılcı bir sistemin geliştirilmesine ihtiyaç olmuştur. Örneğin 1847’de Philippe Perrot, Paris’te 7.000 kişiyi istihdam eden 233 hazır giyim üreticisi olduğunu belirtirken, Britanya’daki 1851 nüfus sayımı, kadınların ev hizmetinden sonra çalıştığı giyim ticaretinin ikinci sırada olduğunu göstermiştir. Bu dönemde kadın ve erkek hazır giyimi hızla gelişmeye başlamıştır (Arnold, 2009, s. 53).

Bernard Shaw, 1906 yılında “modanın günün sonunda sadece salgın hastalık” olduğunu ifade etmiştir. Aslında Shaw direk olarak moda endüstrisine gönderme yapmamıştır, çünkü 1900 ile 1938 yılları arasında İngiltere’deki giyim pazarının nispeten durağan olduğu bilinmektedir. Fakat gözlemleri günümüzün modası bağlamında ileri görüşlüydü. Modayla uğraşan tüccarlar bunu tamamı ile anlamışlar; müşterilerine eskimiş eşyaları satmakta ve istemedikleri bir şeyleri aldılmakta başarılı olmuşlardır (Siegle, 2011, s. 4-5).

Geçtięimiz yüzyıl içinde Chanel, Dior, Vouitton, Hermès gibi büyük moda liderleri işlev yanında kalite ve işçiliği de ön plana çıkarak günümüz modern modasının öncüsü olmuşlardır. Sadece üst ekonomik sınıfa sahip kişilerin karşılayabileceği moda giysilere sahip olmak ya da giymek sosyal sınıfın göstergesiydi. 1900’den önce bir çok kişinin gardrobundaki giysilerin çoğu tamir edilmiş ya da ikinci el olarak temin edilmişti. 1920’li yıllarda orta sınıf Amerikan kadını tüm yıl boyunca ortalama dokuz kıyafete sahip olabiliştir. İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra erkekler ve kadınlar çalışma hayatına katılmış, aile bütçesine iki maař girmeye başlamıştır. 1950-60 yılları arasındaki gelir artışı ve rek-

lamlar moda endüstrisinin geri dönülemez şekilde değiştirmiştir.

1960'lı yıllarda giyimle ilgili düşünceler, ihtiyaçtan “en son modayı takip etme”ye dönüşmüş ve Amerika’da büyük marka mağazalarının sayısı hızla artmıştır. 1970’li yılların başına kadar zenginliğin gösterilmesi ve özellikle lüks tüketim ortadan kalkmıştı. 1980’li yıllarda çalışan kadının göz önünde olması ve dik-kat çekmesi, lüks göstergesinin yeniden ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bu durum perakendecilerin, büyük moda markalarını yakından takip etmesine neden olmuştur. Lüks moda markaları ile perakendeciler arasındaki işbirlikleri ise, bir süre sonra lüks markalarının geniş kitlelere yayılmasına ve “*modanın demokratikleşmesine*” neden olmuştur.

1990 ve 2000 yılları arasında büyük moda perakendecileri İspanya’dan Zara ve İsviçre’den H&M hızlı moda iş modelini geliştirdiler. Değişen stillerin çok hızlı bir şekilde tüketiciye ulaşması için öncü oldular. Hızlı modanın kesin bir tanımı olmasa da, düşük fiyatlar ve kesintisiz hız en önemli iki karakteristik özellik olarak görülmektedir (Eagan, 2014, s. 14-15).

Genellikle bir modanın tekrar görülmesi için 15 yıllık bir süre yeterlidir. İngiltere’de her yıl 300 bin ton kullanılmış giysinin çöplüklerde toplandığı tahmin edilmektedir. Bu kullanılmış giysilerin ortalama yedi defa giyildiği ve bu sayıdan daha fazla giyilmediği göz önünde bulundurulmalıdır. 2019 yılında İngilizler yaklaşık 2.7 milyar £ giysilere harcadılar ve yaklaşık 700 milyon £ sadece yılda bir kez yaptıkları yaz tatilinde kullanmak için aldıkları giysiler için harcadı (Bravo,2020, s. 21). İhtiyaç ve istek arasındaki çizginin, tarihte hiçbir zaman bu kadar belirsiz olmadığı açıktır.

Cline, müşterilerin yirmi yıl öncesine kıyasla iki kat daha fazla kıyafet aldığını, bu hızlı döngü içerisinde sonunda moda psikolojisinin hastalık bilimi haline geleceğini iddia etmektedir (Cline, 2019, s. 15).

Hızlı Moda'nın Doğuşu ve Kıtalararası Üretim

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra ABD hükümeti, Amerikan pamuk tarım lobisinin ısrarıyla, Japon tekstil endüstrisinin yeniden kalkınmasına yardım etti. 1950'lerin sonlarına doğru ABD tekstil endüstrisi, Japonya'nın yanısıra, ihracatla beslenen güçlü ekonomileri ile Asya "Kaplanları" olarak bilinen Güney Kore, Hong Kong, Singapur ve Tayvan'dan yapılan düşük maliyetli ithalatlardan dolayı rahatsızlık duymaya başladı.

Moda yöneticileri yurt dışında üretim yapmanın yurtiçinden daha ucuz olduğunu fark etmişlerdi. Gemi nakliyesi ile ürün gelişi yavaştı, ancak kar marjları önemli ölçüde daha yüksekti. 1960 yılında ABD'de satılan kadın giyiminin yaklaşık yüzde 10'u ithal edilmişti.

1980'lerin ortalarında ABD Hazır Giyim İmalat Derneği tarafından düşük maliyetli işgücü piyasalarından yapılan ithalatlara karşı rekabet etmek için QR (quick response) "hızlı tepki" verimlilik sistemi geliştirildi.

Aynı yıllarda İspanya'da moda yöneticisi Amancio Ortega Gaona, Quick Response sistemini yerel orta seviye giyim şirketi Zara'ya nasıl uyarlayabileceği konusunda çalışmalar başlamıştı. Ortega, sezonluk modayı İspanya'da üretilen eski moda hazır giyim modelleri yerine taklit koleksiyonları ile takip etti. Ortega hızlı üretim uygulamalarını perakendecilikle birleştirirse trendleri, satışları, karları hızlandırabileceğini ve QR sisteminin anahar role sahip olduğunu keşfetti.

Zara, İspanya pazarında kısa mesafelerden kıyafetleri mağazalara hızlıca getirerek, hızla satarak, yeniden stoklayarak ve mevsim dışı yeni stiller yaratarak, müşterileri mağazalarını daha sık ziyaret etmeye zorladı. Tüketiciler, düzenli olarak güncellenen mağazalardan hep daha fazlasını alarak çıktılar. Ortega, yeni yöntemine "instant fashion (anında moda)" adını verdi, moda ve giyimde bütün değerler dizisini değiştirmiş oldu.

İspanya'dakinden daha ucuz, kalite kontrolü kolay ve hızlı teslimata uygun Fas'taki dış kaynakları artan talebi karşılamak için kullanmaya başladı. Elde edilen daha yüksek kar marjları Gap, Urban Outfitters, H&M ve Benetton gibi rakiplerin de dikkatini çekti. Tıpkı Zara gibi, üst düzey moda evlerinden silüetleri daha düşük kumaşlarla yeniden yorumlayarak orta pazar tüketicisine uygun fiyatlarla sundular. Tüm markalar üretim ve satışları o kadar hızlandırdı ki, bu sistem *“fast fashion (hızlı moda)”* olarak anılmaya başlandı (Thomas, 2019).

Hazır giyim firmaları üretimlerini kendi ülkelerinin dışına taşıdıklarında, bunu en düşük ücret ve daha uysal bir işgücü arayışı içinde, genellikle genç kadınlar, göçmen işçiler ve güvencesiz sözleşmeli işçilerin olduğu ülkeler arasından seçerek gerçekleştirirler. Günümüzde de halen Çin, Bangladeş, Endonezya, Filipinler, Vietnam gibi başlıca hazır giyim üreten ülkeler, işçilerin örgütlenmesi açısından yetersiz görülen ülkelerdendir.



Görsel 1: Giyim işçilerinin Covid-19 pandemi dönemi kötü çalışma koşullarını duyurma çabaları, Myanmar,2021

Erişim Kaynağı: <https://www.beljacobs.com/changemakers-xx/2021/1/14/andrew-tillett-saks>, Erişim tarihi: 12 Mart 2021

Pandemi Öncesi “Hızlı Moda” Koşulları

On yıl içinde 9 milyarı aşacak olan dünya nüfusu için, endüstriler alışveriş yapanların ihtiyaçlarını karşılamak ve aynı zamanda çevresel stresle başa çıkmak için mücadele etmektedirler. HEC Paris tarafından yapılan bir araştırmaya göre, Y kuşağı, kararlarının çevre üzerinde ne gibi etkileri olduğu konusunda daha fazla endişe duymalarına rağmen, aynı zamanda sürdürülebilirlik paradoksu olarak bilinen sürdürülebilir veya ‘yeşil’ modayı tercih etmemektedir. Sonuç olarak, tasarımcılar, üreticiler ve perakendeciler şeffaflığı, etik ve sürdürülebilirlik standartlarını arttırmak için daha iyi stratejiler ve iş uygulamaları aramaktadırlar (Dynamics of sustainability, 2021).

Birçok moda markası sosyal, çevresel ve ekonomik ilkeler arasında dengeyi sağlamalarına yardımcı olmak amacıyla etik kaynak kullanımı, etik insan gücü kullanımı ve döngüsellik gibi şeffaflığı ve sürdürülebilirlik standartlarını arttırma çabasıdadır. Moda endüstrisi, küresel karbon emisyonunun yüzde 10’dan fazlasını üreten suçlu olarak (ki bu, deniz taşımacılığı ve uluslararası havayollarının birlikte saldığı emisyonlardan daha fazlasıdır) görülmektedir (Dynamics of sustainability, 2021).

Tekstil ve moda endüstrilerinde sürdürülebilir iş uygulamaları ve stratejilerinin teşvik edilmesi ve geliştirilmesi, ne yazık ki yakın zamana kadar önem kazanmamıştır. 2005 yılında Bangladeş’teki Spectrum hazır giyim fabrikasının çökmesi, giyim endüstrisinde modern kölelik kavramı ve işçi haklarını gündeme taşımıştı. Inditex / Zara’ya kıyafet tedarik eden Spectrum fabrikasında yasa dışı olarak inşa edilen ekstra katlar çökerek 64 işçiyi öldürmüştü. 2012’de Tazreen fabrikasında çıkan yangında ölen 112 işçi ve yaralananlar için de, devlet ve markalar tazminat ödemek istememişti.

24 Nisan 2013 tarihinde Bangladeş’te Rana Plaza binası çöktü. Tarihteki en büyük dördüncü endüstriyel felaket olarak kayıt-

lara geçen bu olayda 1.134 kişi öldü ve 2.500'den fazla kişi yaralandı. Rana Plaza, moda ve giyim endüstrileri üzerinde büyük bir Çok yarattı ve sistemin öncesine dönmeyecek Şekilde değişimine neden oldu.

Sonrasında Moda'da büyük bir devrim yaşandı. En dikkat çeken konu, Rana Plaza'da batı ekonomisine üretim yapan beş büyük giyim fabrikası bulunmaktaydı ve kurbanların çoğu genç kadınlardı. Bu olayda medya ve halkın tepkisi, markaları yaşanan olaylarla etkileşim kurmaya zorladı. Bir milyondan fazla insan H&M'e CCC (Clean Clothes Campaign-Temiz Giysi Kampanyası) ile anlaşma imzalamalarını talep eden bir mektup yazdı. Bu olay, diğer markaların da imzalamasını ve tazminat ödenmesini sağlamak için etkili oldu (Minney, 2017).

Tek bir binada bu kadar çok sayıda kişinin giyim üretiminde ölmesi, global olarak bir farkındalık yaratmış ve giyim endstisindeki taleplerin değişimini sağlamıştır. Bu olaydan sonra, bir çok insan modanın dünyayı değiştirebilecek olan gücüne inandı ve küresel bir hareket tarzı ortaya çıkmış oldu. İnsanlar, modanın dünyayı iyi yönde değiştirebilecek bir güce sahip olduğuna ve daha temiz, daha güvenli, daha adil, daha Őeffaf ve lcl moda ve tekstil üretiminin mümkün olabileceğine inanmaya başladılar.



Görsel 2: “Vücutumuza giydiğimiz malzemeler moda tedarik zincirindeki insanlar üzerinde derin bir sosyal etkiye sahiptir.” Collage: Bronwyn Seier for Fashion Revolution

Erişim Kaynağı: <https://tr.pinterest.com/pin/322288917086424832/>, Erişim tarihi: 12 Mart 2021

Covid-19 Pandemi Dönemi Ve Moda Endüstrisi

Alman sosyolog Georg Simmel, ilk kez 1904 yılında yavaş moda teorisini tanıtan bir yazı hazırlamıştı. Simmel ve Veblen gibi diğer akademisyenler de, modanın Avrupa Amerikan toplumu üzerindeki etkisini anlamaya çalışmışlardı. Moda sistemini anlamak için temel kabul edilen yazısında Simmel, modayı aşağıdaki şekilde anlatmaktadır (Welters, 2018, s. 31):

“Moda bir taklit ve dolayısıyla toplumsal eşitleme biçimidir, ancak paradoksal olarak, sürekli değişerek, bir zamanı diğerinden ve bir sosyal tabakayı diğerinden farklılaştırır. Sosyal bir sınıfa ait olanları birleştirir ve onları diğerlerinden ayırır. Seçkinler bir moda başlatır ve kitle, sınıfın dışsal ayrımlarını ortadan kaldırmak için onu taklit ettiğinde, onu daha yeni bir moda için terk eder. Bu zenginliğin artmasıyla hızlanan bir süreç.”

Yeninin peşinde koşmak insan alışkanlığıdır. Psikologlar alışmayı, “sık tekrarlanan bir uyarana karşı doğuştan gelen tepkinin azalması” olarak tanımlar. Daha çok görülen şeylere daha az değer verilmesi gibi, tüketiciler de çok kısa sürede hızlı moda alıştı. Son 15 yıl içinde küresel giysi üretimi iki katına çıkmış oldu. Normal büyüme istatistiklerine göre dünya nüfusunun iki katına çıkması 200 yıl alır, ancak Facebook ortaya çıktıktan sonraki yıllarda giysilerin üretimi iki katına ulaşmıştır (Bravo, 2020, s.15). Bu dönemde, giysiler “hızlı tüketim malları” arasına girmiş; önceleri markalar yılda dört koleksiyon sunarken günümüzde genellikle 52 ya da daha fazla koleksiyon hazırlar olmuşlardır.

Birinci ve ikinci dünya savaşlarının moda üzerindeki etkileri gibi, pandemi dönemi sonrasında modadaki değişimler gözlenecektir. Bu dönemi tekstil ve moda markalarının, maksimum fayda ve kar sağlayacak şekilde tamamlamak istedikleri açıktır ve markalar arasında farklı işbirlikleri görülmektedir.

H&M, 2004 yılında ilk tasarımcı işbirliğini Lagerfeld ile başlatmıştı ve koleksiyon piyasaya sürüldükten birkaç dakika sonra tükenerek emsal oluşturmuştu. Marka, sonrasında yeni işbirliklerini Aleksander Wang, Lanvin, Versace, Balmain, Kenzo ile yapmıştı.

Örneğin, pandemi döneminde Gucci ve North Face markalarının iddialı işbirliği ile, her iki marka içinde bir ilk ve macera arayanlarla statükoya meydan okuyan kadın ve erkekler için koleksiyonlar hazırlanmıştır. Aslında Pandemi dönemi, moda kardeşliğini gündeme getirmiş olup markaların birbirlerini desteklemek için elinden gelenin en iyisini yapmaya çalıştığını ve doğru planlamalarla birlikte büyümek için doğru zaman olduğunu göstermektedir (Anurima, 2021).

Pandemi döneminde moda etkinlikleri de dijital ortamda düzenlenmeye başlamış, büyük moda markalarından Chanel Cruise 2020/2021 koleksiyonunu ilk dijital moda şovu olarak sunmuştur.

COVID-19 pandemisinin talep tarafı ve arz tarafındaki etkileri görülmektedir, ancak henüz ölçek ve süre konuları anlaşılama-mıştır. Bu nedenle markaların ve insanların aldığı kararlar, belki de şu ana kadar aldıkları en iyi kararlar olmayabilir. Bu dönemde, tüketici ve perakende şirketlerinin liderlerinin yüzde 80’inden fazlası, artık büyük kararları eskisinden daha hızlı aldıklarını ve uyguladıklarını bildirmiştir (The State of Fashion 2021, 2021). Covid pandemisinin bu dönemdeki küresel temelli etkilerini anlamamanın zor olacağı ve zaman alacağı açıktır. Rana Plaza’nın halen etkisini sürdürdüğü tekstil ve moda endüstrileri, Covid-19 pandeminden de emek yoğun çalışan sektörler arasında en çok etkilenenlerden olmuştur.

COVID-19 krizi istisnai bir durum olarak yaşanmaktadır. Bununla birlikte bu krizdeki yapısal mali kırılmalıklar en fazla hazır giyim işçilerini etkilemiştir, hazır giyim üretimi yapan ülkelerin çoğu yeterli sosyal güvenlik sistemine sahip değildir. Bu dönemde hükümetlerin hazır giyimdeki işçiler için sosyal koruma programları uygulamaları ve markaların satın alma uygulamalarında bu tür sistemlere katkı sağlamaları önemlidir.

2020 yılı mart ayında Hindistan’dan tedarik sağlayan önde gelen markalar ve perakendeciler COVID-19 nedeniyle satışları düştüğü için siparişlerini büyük ölçüde iptal ettiğini açıklamıştı. Geçen bir yıllık süre içinde tekstil ve moda sektöründeki belirsizlik halen devam etmektedir (Tagra, 2020).

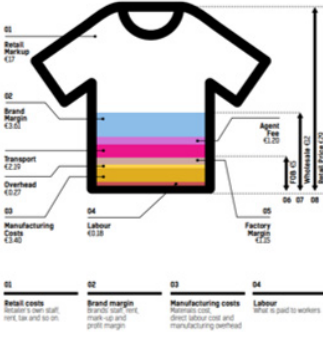
Apperal Resource, İngiltere moda perakende dünyasında 7 Şubat 2020’den 2021’e kadar satışların %91.9 oranında düştüğünü, bununla birlikte, beklendiği gibi toplam mağaza dışı satışların yaklaşık %180’lik arttığı belirtilmektedir (Fashion sales continue, 2021). Çin Guangzhou’daki Hermès mağazasının, salgın sonrası açıldığı ilk gün 2,7 milyon dolarlık satış yapmış olması, birçok moda markasının pandemi sonrasına bakış açısını değiştirmiştir (Çin’de intikam alışverişi, 2020).

Modanın çok büyük ve genellikle olumsuz sosyal ve çevresel etkileri vardır. Giysi üretimi ve sonrasındaki tüketici kullanımı sırasında çok fazla su, enerji, kimyasal kullanılır ve atık çıkar. Modanın iyi yönde dönüştürme gücünün görülebilmesi için, öncelikle bireylerin giyim ve giysiler konusundaki düşüncelerinin değişmesi gerekir. Tüketicilerin farkındalığı ile, giysileri severek uzun süre kullanmak ve kullanım koşullarına özen göstermek, modanın olumlu yönde değişimini hızlandıracaktır. Hızlı modanın olumsuz yönlerinin geniş kitleler tarafından bilinmesi ve önemsenmesi global bir farkındalık yaratacaktır. Örneğin, bir adet tişört üretimi için 2720 litre su gerekir ve bu bir kişinin üç yıllık sürede içeceği su miktarına karşılık gelir. Yıllık 400 milyon m² tekstil üretimi yapıldığı ve 60 milyon m²'nin kesimhanelerde atık olarak kaldığı tahmin ediliyor. Çin Guangdong'da genç kadınlar her ay 150 saatten çok fazla mesai yapar, %60'ının sözleşmesi ve % 90'ının sosyal güvencesi yoktur (Ditty, Cook, Hunter, Futerra, & Blanchard, 2019, s. 15).

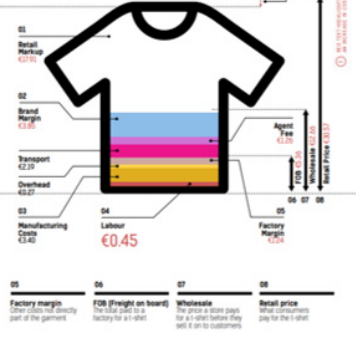
Uluslararası standartlar ve ulusal yasalar olmasına rağmen moda endüstrisinde insan hakları ihlalleri yaygındır. The Global Slavery Index, günümüzde 36 milyon insanın modern kölelik çeşitlerinden birini yaşadığını ve bu insanların çoğunun batılı markalar için giysi üretimi yaptığını tahmin etmektedir (Ditty ve diğerleri, 2019, s. 16).

Giyeim endüstrisinde en düşük ücretler Bangladeş'teki işçilere (aylık 95 \$) ödenir ve bu ücret halen yaşam standartlarının çok altında kalmaktadır (Ditty, Cook, Hunter, Futerra, & Blanchard, 2019, s. 14). Asgari ücretin günlük yaşam giderlerinin sadece yüzde altmışını karşıladığı tahmin edilmektedir. Düşük ücretler işçileri yoksulluk çemberinde tutar ve onların uzun saatler boyunca çalışmaları konusunda baskı yaratır, bu durum onların sağlığını ve güvenliğini de etkiler.

Cost breakdown of a sample €29 t-shirt



If garment workers were paid a living wage, how much more would you pay for the same t-shirt?



CHANGE IN RETAIL PRICE
+€1.57

Görsel 3: Tişört üretiminde maliyet unsurları

Kaynak:Ditty, Cook, Hunter, Futerra, & Blanchard, 2019, s.18

Örneğin: 29 Euro satış fiyatı olan bir tişört için işçilik ücreti 0.18 Euro olarak ödenmektedir. Giyim işçilerine en az yaşam standartlarını karşılayacak şekilde 0.45 Euro olarak ödeme yapılsaydı bu tişörtün satış fiyatı 1.57 Euro artmış olacaktı.

Bir çok giyim markası, sahip olmadıkları fabrikalarda üretim yaptırırlar. Bu durum, markaların aşırı ve olumsuz çalışma koşulları üzerinde doğrudan kontrol sağlayamadıkları anlamına gelir. Tüm dünyada hazır giyim işçilerinin yaklaşık dörtte üçü kadın, ve kadınlar iş yerinde şiddetten orantısız bir şekilde etkilenmektedirler. Bu nedenle hazır giyim endüstrisinde cinsiyet temelli konular gündeme geldiğinde, esas olarak kadınları ve genç kızları etkileyen konular anlaşılır (Ending Gender-Based Violence, t.y.)

“Temel ihtiyaçlar” barınma, beslenme, giyim, sağlık, eğitim, içme suyu, çocuk bakımı, ulaşım ve tasarruf gibi maliyetleri içerir. Birleşmiş Milletler Ekonomik, Sosyal ve Kültürel Haklar Sözleşmesi, işçilerin ücretlerinin “kendileri ve aileleri için insa-

na yakışır bir yaşam” sağlaması gerektiğini belirtirken, Birleşmiş Milletler’in İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi “insan onuruna layık bir yaşam” sağlayan ücretler konusuna dikkat çekmektedir. Kısacası asgari ücret insani yaşam hakkı olarak görülmektedir. Normal olarak bir aylık çalışma süresinde çalışan insanlar geçimini sağlayabilmelidir. Bununla birlikte, düşük maliyetli çoğu üretim ülkesinde, yasal asgari ücretler, işçilerin temel ihtiyaçlarını bile karşılayamayacak kadar düşüktür (Living Wages, t.y.).

Oxfam raporu, Covid-19 krizi döneminde dünyanın en zengin 1000 kişininin kayıplarını telafi etmesinin bir yıldan az zaman aldığı, ancak milyarlarca yoksul insanın “The Inequality Virus” (eşitsizlik virüsü) kaynaklı ekonomik etkilerden kurtulmasının en az on yıl alabileceğini ifade etmektedir. Rapor, krizin başlangıcından bu yana en zengin 10 milyarderin servetindeki artışın, herhangi bir vatandaşın virüs nedeniyle yoksulluğa düşmesini önlemek ve herkes için Covid-19 aşılarını ödemek için fazlasıyla yeterli olduğuna işaret etmektedir (Molla, 2021).

Fabrikalarda salgının yayılmasını kontrol altına almak için uygulanan yasaklamaların ardından perakendecilerin sipariş iptalleri, fabrika kapanmaları, indirim talebi, ödeme gecikmeleri.. vb., giyim endüstrisinde çalışan işçileri zor yaşam koşulları ile yüz yüze bırakmıştır. Bangladeş’te yapılan bir ankette, 2020 Aralık ayı itibarıyla COVID-19 krizi sırasında yaklaşık 232 fabrikanın kapandığı ve 357 bin işçinin işten çıkarıldığı yer almıştır. Fabrikaların yaklaşık yüzde 60’ının salgın sırasında yeni işçileri daha düşük bir ücret oranı ve geçici olarak aldığı gözlemlenmiştir (COVID-19, 2021).

Küresel olarak, Sedex tarafından COVID-19 salgınının farklı sektörler üzerindeki etkileri üzerine yapılan bir araştırma, hazır giyim üretiminin tedarik endüstrisi üzerinde en olumsuz etkiye sahip olduğunu ve şirketlerin % 86’sının krizden muzdarip olduğunu bildirmiştir. Rapor, ödenmemiş ücretleri, iptal edilen

siparişleri ve milyonlarca işçi kıdem tazminatı veya izin ücreti olmaksızın eve gönderilen kesimi ortaya koymaktadır. Bulgular, özellikle geçici, göçmen ve kadın işçilerin COVID-19'un hem finansal hem de sağlık etkilerine karşı genellikle en savunmasız ve en çok etkilenen kesim olduğunu göstermektedir (January 2021 , 2021).

İşçi organizatörü ve yazar, Andrew Tillett-Saks, Beljacobs üzerinden yayınladığı röportajda, hazır giyim fabrikalarının COVID-19 salgınına sendika çöküşüne bahane olarak nasıl kullandıklarını ve markaların nasıl “görmezden gelmeye” devam ettiklerini anlatmıştır. Bir organizatörün bakış açısından Tillett-Saks, bu dönemi “sürekli yangın söndürme” zamanı olarak tanımlamaktadır (January 2021 , 2021)

Saks, hazır giyim sektöründeki sömürü düzenini şöyle ifade etmektedir (Jacobs, 2021):

“...Ve gelişmekte olan ülkelere giriyorlar ve bu ülkelerin işçilerini ve vatandaşlarını sömürüyorlar. Hazır giyim sektöründe çalışanlar genellikle siyah ve kahverengi işçilerdir, çoğunlukla iş gücündekiler kadınlardır ve onların emeği inanılmaz ölçüde sömürülmektedir. O kadar çok çalışıyorlar ki, saatlerce; ücret inanılmaz derecede düşük, bu markalar için muazzam kârlar sağlıyorlar ve karşılığında neredeyse hiçbir şey almıyorlar. Bu düzenlemenin dolaylı olarak gerekçelendirilme biçiminin çoğu, bunların renkli işçiler olması, onlar kadın ve küresel ırkçılığın söylenmemiş sonuçları... Bu çalışma ve yaşam koşullarının, markaların kendi ülkelerinde ya da oldukça dürüstçe, beyaz işçiler ya da erkek işçiler için kabul edilmesi mümkün değil. Temelde, tüm hazır giyim endüstrisinin kârları, kadın işçilere ve beyaz olmayan işçilere, hangi yaşam ve çalışma koşullarının kabul edilebilir olduğuna dair daha düşük standartları zorlamaya dayanmaktadır. Bu elbette ırkçılıktır ve bu olmadan endüstri ve kârları çöker.”



Görsel 4: Bir konfeksiyon fabrikasından giyim işçilerini kurtarma operasyonu, Hindistan, Haziran 2020

Erişim Kaynağı: <https://www.fashionrevolution.org/anti-slavery-day-uk-2020/>, Erişim tarihi: 12 Mart 2021

Sömürü koşullarında saatte 800 kadar çocuk giysisi yapmak zorunda kaldığı tespit edilen işçilere rağmen, Birleşik Krallık'taki işletmelerin % 77'si tedarik zincirlerinin bir aşamasında modern kölelik olasılığının olduğuna inanmaktadırlar (IJM, 2020).

Bangladeş'teki mikro, küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin % 96'sının COVID-19 salgını sırasında gelir kaybı bildirdiği bilinmektedir. Ayrıca, bu işletmelerin % 40'ından fazlasının önümüzdeki altı ay içinde kapanabileceği ve kadın işçilerin kayıplarından ve kapanmalardan orantısız bir şekilde etkileneceği gerçektir (January 2021 , 2021).

Salgından ciddi şekilde etkilenen ve moda markalarının siparişini iptal eden bir grup Bangladeşli hazır giyim tedarikçisi, ABD giyim devi Sears aleyhine dava açtıktan sonra 40 milyon ABD doları değerinde iptal edilen siparişlere karşı ancak 6,3 milyon ABD dolarını alabilmişlerdir.

Diğer taraftan, iptal edilen siparişlere rağmen, büyük marka-

ların tüketiciyi merkezine alan ve marka bağılılığını odak noktası haline getiren çalışmaları devam etmektedir. Örneğin, H&M Vakfı ve HKRITA, “Planet First” başlığı altında sürdürülebilir tekstil gelişimlerini keşfetmek için 5 yıllık bir ortaklık (100 milyon dolarlık fonla) anlaşmaya varmıştır. Aslında bu çalışma, daha sürdürülebilir malzemeler kullanmak amacına yönelik olarak, markaların ihtiyaçlarına (tüketici ve çevresel baskılar nedeniyle) hizmet etmektedir (Roberts, 2021).

SONUÇ

Geçen zaman içinde modanın değişim, taklit ve yenilik arayışı döngüsünün hızlanarak ve sürdürülebilirlik şartlarını zorlayarak devam ettiği görülmektedir.

21.yüzyılın ilk büyük pandemisinin tekstil ve moda endüstrilerinde üretim, satış, pazarlama koşullarını geri dönülmez biçimde şekillendirmektedir.

Büyük moda markaları Covid-19 pandemi döneminde tüketicinin ilgisini sürekli ve canlı tutabilmek için moda etkinliklerini dijital ortamda devam ettirirken, yine pandemi döneminde hızlı moda üretimini etik olmayan koşullarda sürdürmektedir.

Pandemi döneminde giyim endüstrisinde çalışanların özellikle de kadınların ve genç kızların dezavantajlı koşullarda çalışmaya zorlandığı açıktır.

Amerika’da dahi, Covid-19 salgınında, Şubat ve Ekim ayları arasında yaklaşık 2,2 milyon kadının işgücü piyasasını terk etmesiyle birlikte ülke genelinde kadınlar, iş hayatına dahil olma konusunda ağır darbe almıştır. Çocuk bakımı, uzaktan eğitim ve iş arasındaki denge kurulamadığından çalışan anneler işlerini bırakmaya ya da çalışma saatlerini önemli ölçüde azaltmaya zorlanmıştır (Mallick, 2021). Amerika Birleşik Devletleri’nde medya, Konfeksiyon İşçi Merkezi tarafından hazırlanan bir raporda, fabrikaların sosyal mesafe önlemlerini uygulamada başarısız

olduklarını ve banyolarda el sabunu bulunmadığını, Kaliforniya'daki hazır giyim işçilerinin COVID-19 salgını sırasında tehlikelerle karşı karşıya olduğunu tespit ettiğini bildirmiştir. Ayrıca hastalık izni süresince birçok işçiye ödeme yapılmamıştır.

Modanın değiştirici ve dönüştürücü gücünün, etik ve insan merkezli bir çerçevede kullanılması ve global olarak farkındalık yaratılması kaçınılmaz gerçektir. Öncelikle tüketicilerin, üreticilerin ve moda markalarının bu bakış açısına sahip olmaları ve uygulamalarda etkin rol alarak sorumluluklarını yerine getirmeleri önemlidir. Pandeminin getirdiği olumsuz koşullar göstermiştir ki, geçen yüzyıllardaki tekstil ve moda endüstrilerinin gelişiminin, 21. yüzyılda insan ve gezegen odaklı, olumlu ve sorumlu şekilde ilerleme kaydetmesi gerekmektedir.

Kaynakça

1. Anurima. (2021, Şubat 20). *Coming together: Fashion industry is witnessing the new era of collaboration in the new normal*. Apparel Resources: <https://in.apparelresources.com/business-news/retail/coming-together-fashion-industry-witnessing-new-era-collaboration-new-normal-2/> (26.02.2021).
2. Arnold, R. (2009). *Fashion*. New York: Oxford University Press Inc.
3. Bravo, L. (2020). *How to Break*. London: Headline Home.
4. Breward, C. (2003). *Fashion*. Oxford: Oxford University Press.
5. *Çin'de intikam alışverişi*. (2020, Nisan 14). ntv.com.tr: https://www.ntv.com.tr/galeri/yasam/cinde-intikam-alisverisi,VZmij2EWkUqsf-GxLe79Uw/obNPwpPsU0u0C4o_cx6I2Q (10.03.2021).
6. Cline, E. (2019). *The Conscious Closet*. USA: The Penquin Random House LLC.
7. *COVID-19*. (2021, Şubat 15). Apparel Resources: <https://bd.apparelresources.com/business-news/sustainability/covid-19-whats-actual-number-retrenched-garment-workers/> (26.02.2021).
8. Ditty, S., Cook, I., Hunter, L., Futerra, & Blanchard, T. (2019). *How To Be A Fashion Revolutionary*. Fashion Revolution.org: https://www.fashionrevolution.org/wp-content/uploads/2015/11/Website_HTBAFR_Booklet_BCxFR_Print.pdf (15.12.2020).
9. *Dynamics of sustainability*. (2021, Şubat 25). Apparel Resources: <https://apparelresources.com/business-news/sustainability/dynamics-sustainability-sustainable/> (26.02.2021).

10. Eagan, G. (2014). *Wear No Evil*. Philadelphia: Running Press.
11. *Ending Gender-Based Violence*. (t.y.). Fair Wear: <https://www.fairwear.org/programmes/gender/> (15.12.2020).
12. *Fashion sales continue*. (2021, Şubat 15). Apperal Resources: <https://apparelresources.com/business-news/retail/fashion-sales-continue-remain-low-uk/> (26.02.2021).
13. IJM, I. J. (2020, Ekim). *Why Today is a Global Turning Point in the Fight to End Exploitation*. Fashion Revolution: <https://www.fashionrevolution.org/anti-slavery-day-uk-2020/> (22.03.2021).
14. Jacobs, B. (2021, Ocak 14). *Andrew Tillett-Saks, labour organiser*. Beljacobs: <https://www.beljacobs.com/changemakers-xx/2021/1/14/andrew-tillett-saks> (16.02.2021).
15. *January 2021 Covid blog*. (2021, Şubat 03). Clean Clothes : <https://cleanclothes.org/news/2021/january-2021-covid19-blog> (16.02.2021).
16. *Living Wages and the Fair Wear Code of Labour Practices*. (t.y.). Fair Wear: <https://www.fairwear.org/programmes/lw-colp> (15.12.2020).
17. Mallick, M. (2021, Şubat 10). *Pandeminin Ardından Kadınları İş Hayatına Tekrar Dahil Etmenin Beş Yolu*. Harvard Business Review Türkiye: <https://hbrturkiye.com/blog/pandeminin-ardindan-kadinlari-is-hayatina-tekrar-dahil-etmenin-bes-yolu> (16.02.2021).
18. Minney, S. (2017). *Slave To Fashion*. Oxford, İngiltere: New Internationalist Publications Ltd. Retrieved from [Kindle Edition].<https://www.amazon.co.uk>
19. Molla, M. A.-M. (2021, Şubat 17). *Covid-induced loss: May take a decade for the poor to recover*. The Daily Star: <https://www.thedailystar.net/frontpage/news/covid-induced-loss-it-may-take-decade-the-poor-recover-2033509> (16.02.2021).

20. Roberts, B. (2021, Ocak 22). *The State Of Fashion Report—Brands Prioritizing Profits Over Ethical Supply Chains*. Forbes: <https://www.forbes.com/sites/brookeroberthislam/2021/01/22/the-state-of-fashion-brands-prioritizing-profits-over-ethical-supply-chains/?sh=4714fdce22c3> (16.02.2021).
21. Siegle, L. (2011). *To Die For: Is Fashion Wearing Out The World?* Londra, İngiltere: Four Estate.
22. Tagra, D. (2020, mart 17). *Coronavirus effect: Orders cancelled, production halted*. Apparel Resources: <https://in.apparelresources.com/business-news/sourcing/coronavirus-effect-orders-cancelled-production-halted/> (26.02.2021).
23. Thomas, D. (2019). *Fashionopolis*. Londra: Apollo Book. *Fashionopolis* [Kindle Versiyonu]. <https://www.amazon.co.uk>
24. Welters, L. (2018). *Fashion History*. Londra: Bloomsburry.