



laşmıştır. Modalaşmayla birlikte yüklenen hayâli kodlamalarla, popüler kültür dairesinde askerî giyim-kuşama yüklenen anlamlar da etkilenmekle birlikte bu tarzın geniş kabul bulmasının temel nedeni, Türk halk felsefesindeki ordu-millet anlayışı olarak görülebilir.

Bu çalışmada öncelikle giyimın sembolik dili ve iletişimsel boyutu üzerinde durulacak Türk kültür kodları içerisinde var olan askerlik kültürünün giyim-kuşam boyutu farklı yanlarıyla ele alınacaktır. Popüler kültür ve moda kavramları eşliğinde dünyada bir eğilim olarak askerî kıyafetlerden esinlenilerek tasarlanan giyim-kuşam unsurlarının yaygınlaşma süreci, Türkiye'yi de etkilemiştir. Çalışmada, dışarıdan gelen bir moda akımı olarak askerî orijinli giyim-kuşamın, Türk kültüründe neden kolayca karşılık bulduğu ve geniş kitlelerce kabul gördüğü üzerinde durularak, verilen örneklerle sonuca gidilmeye çalışılacaktır.

## 2. Giyim ve Giyimın İletişimsel Boyutu

W. Enninger'ın insan vücuduna giyilen parçaların bütününden oluşan takım şeklinde tanımladığı giysi (Oğuz vd. 2006: 418), öncelikle insanoğlunun doğa şartlarına uyum sağlaması amacıyla fizyolojik ihtiyaç olarak doğmuş ve zamanla sosyokültürel işleve bürünmüştür. Flugel'e göre insanlar, utanma duygusu, korunma ihtiyacı ve dekoratif amaçlı giyinmektedirler (Flugel 1971: 16, Kasapoğlu 2010: 188'den). Günümüzde işlev ve estetiğin ön plana çıktığı giyimde, vücudumuz baş, boyun, göğüs, karın, bacaklar ve ayaklar şeklinde bölümlere ayrılmakta ve bu bölgelerde kullanılan giyim eşyaları repertuarı, kombinasyon kurallarına uygun olarak belirli birleşimler içinde düzenlenen bir formlar takımı olarak incelenmektedir (Oğuz vd. 2006: 421).

Giysi diye adlandırılan giyim eşyası, aynı zamanda onu giyinenin yaşını,

cinsiyetini, sosyal kimliğini, ideolojik duruşunu yansıtan, kişinin yaşam tarzı hakkında bilgi veren bir iletişim aracı olarak görülmektedir. Kısa tanımıyla iletişim "ortamlar ve konular ile ilgili kişiler arasında bağlantı kuran bir mekanizma"dır (Oğuz vd. 2004: 316). Anlam alışverişi olarsak da düşünülebilen bu kavramı Özkul Çobanoğlu şu şekilde tanımlamaktadır:

"Bir arada bulunan insanları sosyal kılan şey birbirleriyle kurdukları iletişimdir. İnsanlar dokunma, tat alma, koku alma, görme ve duyma duyularını seferber ederek ve yine el-kol hareketleri, jest ve mimikler gibi sözsüz iletişim yöntemleriyle sayısız yoldan iletişim kurarlar" (Çobanoğlu 2000a: 124).

Göndericiden alıcıya bir mesajın yollanması ve alıcının bu mesaja dönüt vermesi şeklinde belli bir bağlamda cereyan eden iletişim sürecinde araç, ortak sembollerdir. Bu ortak semboller içerisinde en etkili ve yaygın olanı dildir. Görme duyusuyla gerçekleştirilen iletişimde ise giysi ön plana çıkar.1 Giysi unsurlarının en küçük anlamlı parçalarının özgün tasarımlarla bir araya getirilmesi de dilbilimsel anlamda "söz" oluşturulur. Giysiler, onların renk ve biçimleri, giyim dilinin anlam birimleri olarak görülebilir. (İşbilen 2000: 12). Giysi, iletişimsel açıdan bir metindir. Aktarmakta son derece elverişli olduğu kısa ve kalıcı mesajların kodlanmasıyla doldurulan giysi metni (Oğuz vd. 2006: 422), iletişim sürecine katılanların, birbirlerinin farkına vardıkları andan süreç sonlanıncaya kadar etkisini sürdürür.

Bir gösterge sistemi olarak kabul edilen giysi, sadece bireyin ya da genel olarak toplumun değil, aynı zamanda da toplumda sosyal bir birimin gösterge sistemi olarak değerlendirilmelidir. Sosyal birimlerin birbirinden ayırt edilebilmesi

için üniformalar kullanılır. P. Guiraud, üniforma tarzı giysileri, bireyleri toplumsal, kurumsal, mesleki, kültürel ve ulusal açıdan sınıflandıran, tanımlayan birer kimlik göstergesi olarak değerlendirmektedir (Guiraud: 1994: 105-106).

### 3. Türk Halk Felsefesi Bağlamında Askerlik ve Askerî Giyim

Giyim aynı zamanda bir kültürel belleğin yansımasıdır, giyinenin mensubu olduğu kültürün göstergesidir. O kültürün oluşmasında soy, inanç, coğrafya, siyasal sistem ve kültürel etkileşimler ön plana çıkar ve dönüşüm olgusu içerisinde sürekliliği gerçekleştirir. Bu olgu halk felsefesinin de inşasını sağlar.

“Halk felsefesi veya geleneksel dünya görüşü, her türlü halk bilimsel dışavurum formunun (söze, harekete ve nesneye dayalı kültürel tür ve şekillerin tamamı) birey tarafından icra ve diğer birey yahut bireyler tarafından (toplum) kabullenilişinin meşruiyet zeminini oluşturur.”(Çobanoğlu 2000b: 13).

Bu bağlamda Türk kültürünün temellerini bulduğumuz bozkır kültürü içinde giyim tarzının oluşması sürecinin öncelikli olarak değerlendirilmesi, günümüzde giyim-kuşamla ilgili davranış biçimlerinin köklerinin de anlaşılmasını sağlayacaktır.

Bozkır kültürünün gelişiminde atın binek hayvanı olarak kullanılmasının ve demirin işlenmesinin önemli bir yeri vardır. At, bozkır kültüründe hızı ve üstünlüğü getirdiği için bozkır insanına da hâkimiyet ruhu aşılamış, böylece bozkır kültürünün çevre kültürlerine nazaran daha teşkilatlı bir yapıya dönüşmesini sağlamıştır. Bunun yanı sıra at, bozkır insanının sosyal, siyasî, ekonomik ve dinî hayatında çok yönlü olarak rol oynamış ve bozkır kültürünün oluşumundan çok gelişiminde en önemli unsur olarak etkisini hissettirmiştir. At, demir ve beylik karakteri bozkır kültürüne şahsiyet kazandırmıştır.<sup>2</sup> Bu kültürel dairede, insanın kendini doğaya göre ayarlama

noktasında bugün *pantolon* adını verdiğimiz önemli bir giysi ortaya çıkmıştır. “At üstünde doğup at üstünde ölen millet” diye nitelendirilen eski Türklerde pantolon cinsiyet ayrımı olmaksızın bozkırlının günlük hayatında önemli bir yer edinmiş ve geçmişten günümüze uzanmıştır.

Pantolon örneğinde görüldüğü gibi Türk milleti, giyim konusunda dünya medeniyetine önemli katkılar sağlamıştır. Arkeolojik kazılar sonucu elde edilen buluntularda günümüz kıyafetlerine yakın bir tarzda tasarlanmış elbiselere rastlanılmıştır. M.Ö. 5. yüzyıla ait olduğu düşünülen “Altın Elbiseli Adam” adlı prens kıyafeti (Başer 2007: 36) maden işçiliğinin yanında ceket ve pantolon esaslı olmasından dolayı dönemin süvari kıyafetini yansıtmaktadır. İbrahim Kafesoğlu, bozkır kültüründe giyim unsurlarının temel malzemesinin koyun, kuzu, sığır, tilki ve az miktarda ayı derisi ile koyun, keçi, deve yününe dayanıldığını belirtmekte ve mevsime göre ayrı ayrı giyilen eşyalara, çizmelere, borklere rastlandığını ifade etmektedir. (1998: 319) Bunun yanında “tozluk, kuşak, kemer, uçkur, eldiven” (Genç 1997: 180-194) gibi giyim-kuşam eşyalarının varlığı da kayıtlarda yer almaktadır. Kısaca, Türk bozkır giyim tarzı, başta pantolon olmak üzere birçok maddede çevre kültürlerine örnek olmuştur.

Bu çerçevede yaşam biçimiyle üretilen kültürel unsurlar arasında yakın ilişki olduğu söylenebilir. Geleneksel Türk yaşam tarzı olarak ifade edilebilecek olan bozkırlı yaşam biçimi, kendi değerler sistemini, üretim-tüketim ilişkilerini ve bu çalışmanın konusu olduğu üzere kendi giyim-kuşam tarzını üretmiştir.

İnsan, yaşam tecrübelerini, olaylar karşısındaki tutumlarını, dünyaya bakış açısını belirli bir metin içinde aktarırken, o metne bir mesaj yükler. Toplumsal kabulün bireyi yönlendirme, eleştirme, ona ders verme gibi eylemleri

gelenek dahilinde oluşan metne yansır. Metin zamanla değişim-dönüşüm sürecinde yeni formlara kavuşabilir. Önemli olan görevini yerine getirip yeni görevler üstlenmesidir. Türk sosyokültürel yapısı içerisinde askerî giyim-kuşam unsurlarıyla da ulus zihniyetinde askerliğe verilen önemin mesaj aktarımı yapılmaktadır.

Bir yaşam biçiminin bütün boyutlarıyla üretmiş olduğu değerler sistemi olan ve halk felsefesinin zeminini oluşturan kültürel iklim, Türk kültüründe tarihî süreç içerisinde askerlik olgusu çerçevesinde kendi folklor malzemelerini üretmiştir. Bu folklor malzemelerinin Türk kültür dokusu içerisinde varlığını muhafaza etmesi aynı zamanda ordumillet olarak ifade edilen kültür kodunun da korunmasını ve yeni kuşaklara aktarılmasını sağlamıştır. Bu süreçte giyim, sembolik bir dil olarak koruyucu ve taşıyıcı roller üstlenmiştir. Giysinin yanı sıra söz konusu süreç, diğer koruyucu ve taşıyıcı metinler olan atasözü, ağıt, türkü, ninniyle, mani vb. ile de işleyebilmektedir.

Türk toplumunda erkeğin hayatında bir geçiş dönemi olarak da görülen askerlik<sup>3</sup>, kendi sembolik dilini üretmiştir. Bu semboller askerlikte kullanılan teçhizat ve giyim unsurlarıyla halk edebiyatı ürünlerinde de kendisine yer bulmuştur. Sözlü kültür ürünleri olarak karşımıza çıkan bu ürünleri örneklendirecek olursak: Netice Öztürk adlı kaynak kişimiz, bir bayram günü ziyarete gelen komşusunun, yaşı geldiği halde askere gitmemesine, onun sağlık raporlarıyla işi geciktirmeye çalışmasına şu maniyle cevap verir:

*Asker olan yollansın*

*Kasaturan sallansın*

*Askerlikten kaçanlar*

*Yere girsin arlansın* (Fidan 2008:

99)

Genç, bu mani karşısında utanır, sıkılır; ama komşusunun yaşına hürmeten

saygısızlık yapmaz. Mesajı gerekli yollardan almıştır. Metne mesaj yüklenirken savaşçılık, güç gibi anlamlar askerî bir teçhizat olan kasaturayla kodlanmış, bireyin vazifesini yerine getirmekle birlikte, belirli bir olgunluğa bu araçla ulaşacağı hissettirilmiştir. Aynı kodlamaları “Yörük Emine” adlı da türküde de görmekteyiz:

*Beline bağlamış palaska kemer*

*Silahu omzunda nöbeti döner*

*Elbet benim yığidim sılaya döner*

(Kerte 1999: 462)

Günlük yaşantıda bir aksesuar olarak gençler arasında rağbet gören “künyeye” (Resim 1) askerin kimliğidir. Şehit düşen askerden geriye kalan tek emanettir:

*Anama söyleyin damda yatmasın*

*İpek şalvarına uçkur takmasın*

*Duranım gelecek diye yola bakmasın*

*Verin künyemi de anam ağlasın*

*Geriye kalanlar yalan ağlasın* (Kerte 1999: 461)

Bir başka sözlü kültür ürününde ise halk arasında giysi anlamında kullanılan urba (TDK Türkçe Sözlük 2008: 2284) sözcüğüne yer verilmiştir. Burada bir üniforma olan ve kurumsal kimliği temsil eden giysiyle, onu giyinenin statü kazanma kodlamasını görmekteyiz:

*Yeniyol'dan gidiyor*

*Kömür arabaları*

*Kardeşime yakışmış*

*Asker urbaları* (Türk Manilerinden Seçmeler 2005: 215)

Geçiş dönemi olarak değerlendirilen askerlik evresinde vurgulanması gereken bir diğer nokta da ziyaretler ve hediyeleşmedir. Askerlik öncesinde ve askerden dönüşte gencin evine ziyarette bulunulur. Bu ziyaretlere gidilirken genellikle hediyein işlevi ön planda tutulur ve askere gerekebilecek giysiler

götürülür. Ziyaretlerle ve hediyelerle birey, toplum tarafından kabul gören değer yargılarına, uzun bir tecrübe sonucu, alışkanlıkların, âdetlerin, inanç sisteminin birleşmesiyle oluşan geleneksel davranış kalıplarıyla uyar. Böylelikle “varlığın paylaşımıyla da Türk sosyokültürel ve siyasal birlikteliğinin ve barışın tesisinin, devamlılığının sağlanmasına” (Özdemir 2005: 296) katkıda bulunulur.

Türk halk felsefinde askerliğin önemi ve kolektif şuurdaki yeri, aynı zamanda yeni kültür yaratmaları için bir alt yapı oluşturmuştur. Zira bir toplumdaki davranış kalıplarının daima bir arka planı vardır. İnsan zihni, bulunduğu ortama göre değişir ve bu doğrultuda edindiklerini davranış kalıplarıyla ve sembollerin diliyle yansıtır. Birey bu sürece çocukluktan itibaren dahil olur ve o dönemde edindiği zihinsel haritayla anlam dünyası şekillenir. (Connerton 1999:48). Bu durum askerlik kültürüyle ilişkilendirildiğinde Türklere çocukluktan itibaren askerlik vurgusu kodlanır. Anneler, kundaktaki çocuklarını uyuturken büyüyüp askere gitmelerini, omuzlarında tüfekle boy göstermelerini hayal ederler. Aynı doğrultuda bedenlerine göre üretilmiş, hiyerarşiyi temsil eden rütbelerle donatılmış asker giysileri, çocuklara giydirilerek bu kimliğin kazanımı sağlanmaya çalışılır (Resim 2).

Geçmişten günümüze Türk giyim-kuşam alanında önemli bir yere sahip olan askerî giysiler, son dönemlerde farklı bir bakış açısıyla irdelenmesi gereken modalaşma olgusuyla karşımıza çıkmaktadır.

#### 4. Asker Modası

Latince kökenli olan “moda”, Batılılaşma hareketleriyle birlikte dilimize yerleşmiştir (Barbarosoğlu 1994: 17). Genelde toplum hayatına girmiş geçici yenilik olarak tanımlanan moda, belirli bir süre etkili olan toplumsal beğeni, geçici olarak yeniliğe ve toplumsal beğeniye uygun olan (TDK Türkçe Sözlük 2008: 1573) gibi anlamları da içerir. Georg Simmel ise modayı “farklılaşma ile değişimin çekiciliğini, benzerlik ile uyumun çekiciliğiyle birleştiren, çoğunlukla toplumsal farklılıkları ifade etmek üzere sınıflarda kendini gösteren bir toplumsal form” olarak görür (Simmel 2005: 41-42).

Çeşitlilik adına tek boyutluluğu sunan modanın ortaya çıkışı, 14. yüzyıl Burgonya saray yaşamına (Davis 1997: 28) dayandırılrsa da Fransız İhtilali ve Sanayi Devrimi'nin gerçekleşmesi olarak kabul edilebilir (Barbarosoğlu 1994: 20). Burjuva sınıfının hem saraydan hem de halktan farklı olma arzusuyla tasarımcılığının doğması, Fransız İhtilali'nin getirdiği özgürlükler ve Sanayi Devrimi'yle başlayan seri üretim modayı tetiklemiştir. Ancak moda asıl önemini II. Dünya Savaşı sonrasında kadın ve erkek giyiminin belirgin özelliği toplumsal farklılığın ortadan kalkmasıyla, 1960'lı yıllarda özgürlüğün ifade biçimi ve gençliğin protest tavrını belirleyen karşı moda hareketleriyle bulur (Barbarosoğlu 1994: 26-27). 1960'lardan günümüze geçen dönemde, teknolojinin hızlı ilerleyişi ve buna paralel olarak küreselleşme olgusunun günlük yaşamda işgal ettiği yerle moda geniş kitlelere hitap eden bir kavram olmuştur.

Dünyanın tek bir coğrafi mekân olarak algılandığı küreselleşmeyle siyasî, ekonomik, sosyal ve kültürel anlamda

uluslar birbirlerini etkilemeye başlamış, pazar genişlemiş, hızlı üretim ve hızlı tüketim “popüler kültür” kavramını ortaya çıkarmıştır. Popüler kültürün sunumunda ise teknoloji ve kitle iletişim araçları son derece etkili bir şekilde kullanılmıştır. Bunun sonucunda bireyin çoğunluk içinde kaybolduğu kitle kültürü doğmuş, kitle kültürü içinde birey, “davranışların ‘öznesi’ olmaktan çıkarak, içinde yer aldığı kalabalıkların birer ‘nesnesi’ haline” (Ersoy 2006: 4) gelmiştir. Ülkemizde özellikle 1970'lerde toplum hayatına giren televizyon ve 1993'ten bu yana hızla yaygınlaşan internet ile birlikte kitle iletişiminin ve haberleşmenin, geleneksel kültürel aktarımların çoğunluğa ulaşması sağlanmış, ama diğer taraftan küresel sermayenin pazar genişletme çalışmaları da toplumu hızla tüketen bir yapıya ulaştırmıştır.

Bireyselliği ve özgünlüğü savunarak genç kuşakların, kitlelerin üniformalarını oluşturan ve insanları tektipleştiren moda, askerî giyim-kuşam alanından da fazlasıyla beslenmiştir. Bir üniforma olan askerî giysilerin modanın etkisiyle sosyal hayatta kullanılmaya başlanması I. Dünya Savaşı sonrasında dayanır. Savaş döneminde yağmur ve çamurdan korunma işlevi taşıyan bir tür palto, modacılar tarafından dişil tarzda yeni tasarımlarla sunulup, kadın-erkek ortak giysisi olarak (İşbilen 2000: 202) günümüzde de kullanılan “trençkot”a dönüşmüştür.

Askerî giysilerin modalaşmasına verebileceğimiz ilk örneklerden biri de “mont”tur. II. Dünya Savaşı yıllarında İngiliz General Montgomery'in giydiği kısa ceket “montgomeri” adıyla erkekler arasında moda olmuştur ve günümüzde mont adıyla erkek, kadın ve çocuk giyiminde kullanılmaktadır (Barbarosoğlu 1994: 29). Asker modasında ilk örnekler bu şekilde karşımıza çıkarken 1960'larla birlikte egemen kültürü reddeden, kapitalizme karşı tavır alan, toplumsal düzene karşı çıkan ve bunu görsellerle ifade

eden alt kültürler ortaya çıkmış ve bu alt kültürler, aykırılık adına en sıradan nesnelere bile kullanarak karşı moda oluşturmuşlardır. Parka ve postal gibi askeri giysiler de bu alt kültürler arasında siyasî imgelere dönüşmüş, çeşitli kodlamalarla geniş kitlelerin kullandığı tarza bürünmüştür.

Moda çeşitlilik, özgünlük vaat ederek dünyadaki bütün insanların belirli dönemlerde aynı şekilde giyinmelerine neden olmaktadır. Moda kot pantolon-özgürlük ikilisinde olduğu gibi öncelikle anlamlar yaratma peşindedir (Özdemir 2005: 279). Hippi hareketi ve rock alt kültürünün Amerika'nın Vietnam politikasına karşı çıkmaları ve savaşı reddederek yaşam tarzlarıyla mutluluğa, özgürlüğe, sevgi ve barışa ulaşacaklarını hayal etmişlerdir (İşbilen 2000: 41-42). Bu tarz Türkiye'de de yankı bulmuş ve gençlik hareketleri arasındaki siyasî çatışma giyime de yansımıştır. Dönemin Amerika karşıtı sol görüşlü öğrencileri, başta Amerikan malı olması nedeniyle karşı çıktıkları blucini, işçi sınıfının da giysisi olmasından dolayı (Kasapoğlu 2010: 194) özgürlük gibi kodlamalarla kullanmışlardır. Kot pantolonun, yani özgürlüğün anlamsal tamamlayıcısı olarak da ilginç bir şekilde askerî kaban olan parka ve dayanıklılığıyla ön plana çıkan postal kullanılmış, militarizme karşı çıkışa rağmen, çelişki içinde militarizmin üniforma unsurları kodlanmaya çalışılmıştır.

#### 4.1. Türkiye'de Asker Modasının Günümüzdeki Bazı Yansımaları

"Bir modanın ortaya çıkışından yerini yeni bir moda bırakmasına kadar evreler halinde geçen zaman" (Davis 1997: 119) olarak tanımlanan moda döngüsü, bir dönem modalaşmış nesnenin, tasarımın on yıl, yirmi yıl gibi bir süre geçince tekrar sunulmasıdır. Bir dönemler revaçta olan, yani modalaşan nesne veya tasarım halkın unutkanlığından yararlanılarak yeniden tüketime

dayatılır. Ülkemizde 1960'lı ve 1970'li yıllarda ideolojik kodlamalarla sunulan ve modalaşan askerî giyim tarzı, 1980'lerde siyasî nedenlerle durgunluk yaşamış, takip eden on yıllık dönemde ise popüler kültürün ve markalaşmanın etkisiyle genç kuşakta tekrar görülmeye başlamıştır. Günümüzde ise iletişim teknolojilerinin katkısıyla, var olana farklı özellikler ekleyerek yeni tasarımlarla bir asker modası biçiminde geniş kitleleri etkisi altına almıştır. Bir gazete haberinde son dönem asker modası şu şekilde okuyucuya tanıtılmaktadır:

"Yalnızca ceketlerde değil tişört, şort, etek, tulum ve pantolonlarda da bu trendin etkisini yoğun şekilde hissedeceğimiz bir yıl bizleri bekliyor. Asker teması, moda devlerinin koleksiyonlarında ön plana çıktı. Balmain'in hazırladığı Antik Roma İmparatorluğu askerlerini anımsatan apoletli ceket ve drapeli elbiseler gerçekten etkileyici... Ayrıca Marc Jacobs, Louis Vuitton, Sonia Rykiel, Dsquared, Maxmara, Haider Ackermann gibi ünlü birçok markanın yeni koleksiyonlarında da şu parçalar dikkat çekiyor: Asker ceketleri, yeşil ya da toprak tonlarında hazırlanan ve savaştan yeni çıkmış izlenimi veren yırtık veya desenli tişörtler, askerî üniformalardan etkilenilerek hazırlanmış siyah, bej, gri, yeşil gibi renklerde cepli ceketler, asker pantolonları, tulum ve şortlar... İşte bu parçalara 2010 ilkbahar-yaz koleksiyonlarında sık sık rastlamak mümkün..." (Şahinbaş 2010)

Modayı belirleyen İtalyan ve Fransız menşeli markalar, küresel ölçekte başlattıkları akımla Türkiye'yi potansiyel pazar olarak görüp aykırı olmayı düşünenlere, savaştan yeni çıkmış imajı yaratılarak dönüşüm olgusu içinde askerî giyimi farklı tasarımlarla sunmaktadır. Güç ve iktidar sahibi olunaca-

ğın anlamı apoletli cekete kodlanmakta, aynı şekilde dişil bir görüntü elde etmek isteyenlere ise kat kat olan ve pililerle zenginleştirilmiş mini etekler, asker üniformasını andıran metal düğmeli ceketler önerilmektedir (Şahinbaş 2010, Ürengül 2010). Protest tarzı kullanmak isteyen bir rockçı yırtık yeşil tişört giyerken, moda daha sade bir şekilde takip etmek isteyenler ise spor tarzda, yeşilin tonlarında giysi ve aksesuarlar kullanmaktadır.

Askerî giysilerin bir erkek tarzı olmasına rağmen, asker modasında kadın giyimi ön planda görülmektedir. “Moda kişilik kazandırır” aforizması (Özdemir 2005: 279) doğrultusunda askerî giyim-kuşama cesaret, güç, iktidar, özgüven, hareketli olma gibi kodlamalar yapılmaktadır. Dönüşüm olgusuyla hâkî renkli kamuflaj deseni, bir mini eteğe, ince topuk ayakkabıya; hiyerarşiyi belirleyen askerî apoletler spor bir ceketin kollarına, omuzlarına; askerî kamuflaj olan pantolon, kargo pantolona, pilot montu okul giysisine yansımıştır. Aynı doğrultuda palaskayı andıran kemer, kep-şapka (Resim 4), postal, terlik, yağmurluk, kazak, eldiven, iç giyim, çeşitli çantalar, bandana, künye (Resim 1), anahtarlık, çakmak, saat, cüzdan, hatta telefon kılıfı (Resim 3), apoletler, armalar asker modasındaki diğer tamamlayıcı unsurlar arasında sıralanabilir.

Asker modasının ortaya çıkmasında kitle iletişim araçlarının rolü büyüktür. Medya kullanılarak yapılan çeşitli kodlamalarla birey doyumsuzlaştırılmakta, kararsızlıklar üzerine kurulu moda sürekli takip etmek zorunluluğu hissettirmektedir. Bireye reklamlar, filmler, diziler yoluyla sunulan popüler kültür ürününü, giydiğinde olduğundan farklı görüleceği imajı verilir. “Giysi vasıtasıyla, olunandan farklı bir etki yaratmak

çok yaygın olarak kullanılan bir yöntemdir” (Oğuz vd. 2006: 423).

Asker modası noktasında kitle kültürü oluşmasında televizyonda yer alan örneklerden birkaç tanesi de şunlardır: Bir bebek bezi reklamının koğuştta, kamuflaj giymiş iki-üç yaşlarındaki çocuklarla çekilmesi, toplumsal bellekteki asker imajıyla ürünün tanıtımı kolaylaşmaktadır. Böylelikle Türk toplumunun kolektif şuur altında zaten var olan askerî simgeler, çağın şartlarında bir reklam aracı olarak kullanılabilir. Söz konusu ürünün daha önceden toplumun zihninde olumlanmış olan simgeler eşliğinde verilmesi, o ürünün beğenilmesini ve satın alınma kat sayısının da artmasını sağlamaktadır.

Öte yandan yakın zamanda “Şaban Askerde, Emret Komutanım, Sakarya-Fırat” gibi dizilerle ve “O Şimdi Asker, Hababam Sınıfı Askerde” gibi filmlerle askerlik olgusu farklı açılardan ele alınırken oyuncuların giysileri konunun tamamlayıcısı olarak kullanılmış, izleyicide ilgi uyandırmıştır. Tuğba Ekinci adlı pop müzik şarkıcısı, “Hababam Sınıfı Askerde” filminde de kullanılan “O Şimdi Asker” adlı şarkıya çekilen klip-te, cinselliği ön plana çıkaran kamuflaj desenli giysiyle boy göstermiştir. Burada moda tasarlayanların göz önünde olanlara biçtiği rolü de dikkate almak gerekmektedir. Tasarladıkları ürünü verebildikleri en çarpıcı yüzle kitlelere tanıtmaktadırlar.

“İssız Adam” filmiyle parka ilgi odağı olmuş, modalaşma sürecinde ideolojik kodlamalar ikinci planda kalmıştır (Resim 5). Böylelikle moda ideolojik geri planı tüketmiştir. Son olarak “Yetenek Sizsiniz” yarışmasında jüri üyelerinden Hülya Avşar, hâkî yeşil renkli kamuflaj desenli ceketle moda uymuştur, ürünün tanıtımı görevini üstlenmiştir.



Diğer örneklerde de görüldüğü üzere, medya aracılığıyla, göz önünde oluşan kişiler yardımıyla askerî giyim izleyici kitlesine sunulmaktadır. Hülya Avcı ve diğer sıraladığımız popüler isimlerin görevi, ürünü geniş kitlelere tanıtmaktır. İyi görünüş, rahatlık, cinsellik, iktidar, cesaret, asilik, savaşçılık, savaş karşıtlığı gibi anlamlar ürüne yüklenerek gönderilen mesajı alan kitlelerin, ürünü tanıtan grupla özdeşleşmeye eğilim gösterdiği gözlenmektedir. Bu döngüde bir müddet sonra askerî giyimden esinlenerek hazırlanan ürünün yaygınlığı arttıkça tasarımcı grup yeni renkler ve yeni tarzlar arayışlarına da girecektir.

#### **5. Sonuç**

Doğa şartlarının yaşam biçimini belirlediği dönem içerisinde Türk kültür

dan ne derece olumlu ya da olumsuz sonuçlar doğurduğunu tartışmak bu yazının maksadını aşmakla birlikte, elbette hızlı üretim ve tüketimi tetiklemesi ve değersizleşmeyi getirmesi bakımından söz konusu kavramlar eleştirilebilir. Öte yandan yerelin evrensele taşınması noktasında bu imkânlar, Türk kültürünün lehine de kullanılabilir.



**Resim 1:** Askerin kimlik bilgilerinin, kan grubunun ve döneminin yazıldığı künye.



**Resim 2:** Yarbay rütbeli komutan üniformasının, çocuk ölçülerine göre tasarlanmış şekli.



**Resim 3:** www.eses.com.tr adresinden alınan bu görselde Eskişehirspor kulübünün asker cüzdanından hareketle, taraftarları için hazırladığı telefon kılıfı cüzdan ye almaktadır.



**Resim 4:** Askerî giyim tarzından esinlenerek giyinen üniversite öğrencisi.



**Resim 5:** Parkanın biçim ve renkleriyle yeniden tasarlanmış örneklerini giyinen üniversite öğrencileri.

#### NOTLAR

- 1 Roland Barthes "Göstergebilimsel Serüven" adlı çalışmasında dil ve söz arasındaki ayrımı ortaya koyarken giyim ve giysi ilişkisinde de benzer bir ayrımın olduğunu belirtir ve giyim özelliklerini şu şekilde sıralar: 1- Parçaların, üst parçaların ve ayrıntıların karşılıkları: Bunlardaki değişimin anlamdaki değişmeye de yol açması (bir bere ve melon şapka giymek aynı anlama gelmez). 2- Parçaların, aralarında yukarıdan aşağıya ya da üst üste birleşmesini düzenleyen kurallar: 'Giyim sözü' bütün düzensiz yapımlarını ya da bireysel giyinme olgularını (giysinin boyu, temizlik, eskilik derecesi, kişisel düşüncülükler, parçaların özgür birleşimleri) içerir (1993: 33-34).
- 2 Erken dönem Türk kültür varlığının oluşum ve gelişim sahası olarak bozkır kültür çevresi ve at-demir-beylik üçgenin bozkır kültüründe oynadığı rolle ilgili olarak kapsamlı bilgi için bkz.: Kafesoğlu 1998: 213-215; Durmuş 1997: 13-19.
- 3 Askerlik konusunda son dönemlerde yapılan çalışmalarda, kurum folkloru ve geçiş dönemi bağlamında değerlendirmelerde bulunulmuştur. Konuyla ilgili bkz. Kerte 1999, Üstünova 2006, Mormenekşe 2007, Fidan 2008, Yiğit 2009, Yıldız 2010.

