

editörün mesajı



Bilgesu Altuncan

Bu sayı 6 aylık bir hazırlık ve tasarım sürecinin ardından okuyucuyla buluşuyor. Birçok insanla birlikte canla başla ürettiğimiz, çok heyecanlı geçen bu sayının başka insanlar için umuda dönüşmesi en büyük temennimiz. Bu süreçte destek olan, zaman ayıran, fikirlerini ve bilgi havuzunu bizlerle paylaşan, görüşlerini veya ilham aldığı hikayeleri yazıya dökmek için masa başına geçen, kolaj yapan, çizen herkese kocaman sarılıyorum. Üretmek cesaret istiyor, bu cesareti göstermek ve bu emeği verererek saatler harcamak ise daha fazla cesaret. Bu nedenle her sayımız kalbimde çok özel bir yere ve ayrı bir değere sahip.

Bu sayı boyunca sözlü, yazılı kültürlerin ve dilin etkileyciliği yanı sıra her gün güneşten fazla mesai yapan ve yapmış birçok insanın yüzyıllara yayılan ilham dolu mücadelelerine tanıklık ediyoruz. Yaşamın amaçları arasında yaşamaktan çok her şeyi barındıran işçilerin, haklarını arayan insanların hikayelerini ve bu hikayeyi tasarım veya moda yoluyla bir başkaldırıya dönüştürmüş, tozlu raflardan gün yüzüne çıkarmış, sözcülük yapmış veya sansasyon yaratmış tasarımcıların; bilinç ve bilginin gücü sayesinde küflenmiş düzenleri değiştirmeye bir ömür adayan toplulukların hikayelerini dinliyoruz. Bu sayıyı binlerce katmandan ve upuzun zincirden oluşan tekstil ve moda ekosistemi içerisinde yorgun düşen bütün tekstil işçilerine ve Kahramanmaraş merkezli depremde hayatlarını kaybetmiş tekstil çalışanlarına adıyoruz.

içindekiler

Paylaş, Etkileş, Birleş!

Nermin Köse

Modada Sessiz Aktivizm

Sanem Odabaşı

Bir Böcek Ne Kadar Uğurlu Olabilir?

Elif Zaim

Bauhaus Hareketi

Gülşah Kara

Askıda Dünya: Tek ve Son Ürün

Selen Tunç

Aktivizm Modanın Muhalifi mi? Arabulucusu mu?

Şölen Kipöz

Plastik Propaganda

Zeynep Duman

Politik Bir Enstrüman Olarak Moda

Damla Özenç

Umut Dikiyorum

Dilek Kılıç

Berlin Duvarı ve Blue Jean'in Sembolizmi

Eylül Serfice

Doğal Olan Doğada Olan İçin Mücadele

Yeliz İleri

Regl, Moda ve Aktivizm

Hande Aykun

Bir Moda Koleksiyonunun Ardındaki Hikaye

Güzide Yücel Sol

4

6

9

10

17

18

25

26

29

30

33

34

37

Pay- laş



Etkileş, Birleş!

Nermin Köse

Harekete geçmek, konuşmak, anlatmak, savunmak ve ifade etmenin bir yolu olarak aktivizm; dünyayı istediğimiz biçimde şekillendirmek için güçlü bir araç olabilir. **Konuşamayan kuşların, kendini savunamayan ırmakların ve yaşadıkları haksızlıkları ifade etmek için yeterli donanım, imkan ya da araca sahip olmayan toplulukların aracısı olmak insan olarak yapabileceğimiz değerli eylemler arasında yer alıyor.** Yaşadığımız, gözlemlediğimiz tüm olumsuzlukları; inceleyerek, araştırarak, ve aynı zamanda kendi merkezimizde dingin ve pozitif konumda kalarak olumlu hale dönüştürebiliriz.

Aktivist bireylerin ve toplulukların tarihi, kazanılmış haklar ve kurulan iyileştirici sistemler; aktivist eylemlerin gücünün en güzel kanıtlarını oluşturuyor.

Sivil eylemlerin gelişimini sistemleşmiş hali ile inceleyecek olursak odakları, alanları ve stratejileri bazında dört ana başlıkta aktarmak mümkün olur. Aktivizmi de içeren konu ile ilgili tablo aşağıdaki gibidir. Tablodan faydalanarak moda aktivizmini daha açık olarak konumlandırabiliriz.

	Koruyucular	Aktivistler	Lokalistler	Savunucular
Odak	Doğa	Problem	Projeler	Çözüm
Alan	Vahşi Doğa	Tüm Alanlar	Bazı Alanlar	Bazı Alanlar
Strateji	Lobicilik, Yasal Mücadele, Birleştiricilik	Yüzleştirme, Medya	Yüzleştirme Sosyal Medya	Anlaşmalar ve görüşmeler

Moda kavramı; insan, doğa ve ekonomi bileşenlerinin tam merkezinde yer alıyor. Bu üç konu modanın şekillendirdiği ve modayı şekillendiren önemli unsurlardır. Moda alanında yaratmak istediğimiz değişimi aktivizm yolu ile gerçekleştirmek için bu geniş kapsamı göz önünde bulundurursak altında ne tür eylemler çeşitlenebileceği daha iyi anlaşılabilir. Bu noktada aktivist yaklaşım ile problemlere odaklanarak bu üç unsura yönelik modanın verdiği zararlar nelerdir, kısaca bir bakalım. Tekstil üretimi yüksek oranda insan emeğine dayanıyor. Bu sebeple adil ücret ödenmemesi, kaçak ve çocuk işçi çalıştırılması ve çalışma alanlarındaki yetersiz donanım öne çıkan sosyal problemler olarak sıralanabilir. Doğaya verdiği zararları aktaracak olursak; konvansiyonel pamuk üretimi ve tekstil boyama sırasında kullanılan zararlı kimyasallar üretim aşamasında toprakta ve suda kalıcı tahribat yaratırken, özellikle hızlı moda sebebi ile doğaya salınan tekstil atıkları, mikro plastikler ekolojiye yönelik önemli bir tehdit oluşturuyor. Son olarak ekonomi alanında gerçekleşen bölgesel tahribat ise, tekstil üretiminin ucuz işçilik ve doğal kaynak kullanımı sebebi ile koloni sömürgeciliğinin bir devamı olarak özellikle Güney yarımkürede gerçekleştiriliyor olmasıdır. Doğa ve insan ile harmoni içerisinde bir giyim kültürü yaratmak mümkün. Ortak faydayı merkezimize alarak, değişim yaratmaya odaklanan kurum ve aktivistler çalışmalarını dünya çapında sürdürüyor. Örneklendirecek olursak; Temiz Giysi Kampanyası (Clean Clothes Campaign), İngiltere menşeli bir oluşum gücünü detaylı araştırmalardan alan aktivist yaklaşım ile çalışma şartları, sosyal haklar konusundaki hak ihlalleri ve eşitsizlikleri ortaya koyuyor.

Ekoloji ve modanın kesiştiği sivil örgütlenme çalışması olarak WWF'nin iyi pamuk ve Menderes Irmağı'nı koruma konusundaki çalışmaları örnek gösterilebilir. Ekonomi alanında ise özellikle adil ücret ödenmesi konusunda; Avrupa merkezli bir inisiyatif olan, İyi Giysiler Adil Ödeme (#GoodClothesFairPay) kampanyası moda tedarik zincirinde yaşama ücreti için, dünya genelindeki tekstil ve hazır giyim işçilerinin adil ücret elde etmesine yardımcı olan yasalar talep ediyor.

Sorunları paylaşmak; aynı konuya odaklanmış kişileri bir araya getirirken, daha kapsayıcı etkileşimler, toplanmalar, atölyeler de iletişim derinleştikçe çözüm yollarını belirginleştirebilir. Sorunlar ile başlayan ve çözümler ile devam eden çalışmaların sonucu ise, hayal ettiğimiz tüm yaşam biçimlerini sevgi ile bütünleştiren sistemlere dönüştürebilir.

O zaman paylaş, etkileş, birleş!



MODADA SESSİZ AKTİVİZM

Değişime Yön Vermek Mümkün!

Sanem Odabaşı

Moda sektöründe çok fazla aktivizm faaliyeti yürütülüyor. Birçoğunun da ortak noktası mevcut moda sisteminin değişimi için katkıda bulunmak ve bunu aktif bir biçimde yürütebilmek. Sürdürülebilir moda ve adil moda için yapılan aktivizm özellikle son yıllarda farklı bir boyut kazanmaya başladı. Ben de bireysel olarak hayli uzun bir zamandır sessiz aktivizm yöntemini benimsiyorum. Hem teorik hem de pratik bilginin açık dağılımı için çeşitli kaynakların oluşturulması üzerine kafa yormak ve faaliyet göstermek beni mutlu ediyor. Öncelikle aktivizme, sonrasında sessiz aktivizme yönelmem galiba benim kuşağımdaki herkeste olabileceği gibi 2013 yılındaki Gezi Parkı eylemleriyle başladı. Çok enteresan ve güçlü bir yazdı; 2013'ün Haziran ayının sonlarına doğru İstanbul'da gerçekleşen "Global Power Shift Zirvesi" ile de aynı dönemde iklim adaleti için aktivizm faaliyetleri yürütülmüştü. İstanbul Teknik Üniversitesi'nin kampüsünde, dünyanın 130 ülkesinden yaklaşık 500 aktivist, küresel bir iklim hareketi oluşturmaya yardımcı olmak için bir haftalık bir konferans olan "Global Power Shift" için İstanbul'da yer aldı.

Aynı haftalarda, hem Onur Yürüyüşü hem Gezi Parkı Eylemleri hem de Global Power Shift (GPS) zirvesi bir arada gerçekleşiyordu. GPS'de gönüllü olarak yer alıyordum. Pasifik Okyanusu'ndaki ada ülkelerinin temsilcilerinin küresel ısınma sonucu yok olacak adalarını korumak için yürüttüğü faaliyetler, termik santrallerin kapatılması için hükümetlere yapılan baskılar, yaşanmakta olan ve daha da şiddetlenerek artacak olan iklim felaketleri... Hepsi farklı oturumlarda konuşuluyor, aktivistler bir arada düşünerek ve tartışarak neyi değiştirebileceklerini inceliyordu. Her şey oldukça heyecanlı ama bir o kadar da yorucuydu benim için, çünkü baş edilmesi gereken şeylerin ağırlığını fark etmeye ve perdenin arkasındaki gerçekleri görmeye başlamıştım. Eğer değişim için bir katılım gerçekleştireceksem bunun tam zamanlı bir "adamışlık" faaliyetlerinden oluşması gerektiğini görmüştüm. Tüm bu etkileşimler müthiş bir dışa dönüklülük gerektiriyordu. O zaman anlamıştım kendi irademin ve kuvvetimin limitlerini. Sosyal olarak her daim aktif olmak istemediğimde ne yapacaktım peki?

Bu oturumlar ve çalıştayların ortasında elime bir broşür geçti, onu hiç unutmuyorum. Aktivistlerin yaşadığı travmaları atlatma ve sürdürülebilir aktivizm yolunu benimseyenlere, tükenmişlik yaşamının önüne geçmenin yollarına dair birkaç küçük öneri ve uygulamalar yer alıyordu broşürde.

Bu o kadar önemli ki, çoğu zaman aktivizm faaliyetlerini yürütenlerin yorgunluktan tükendiğine de şahit oluyoruz. Aktivist amaca bağlılığın dezavantajlarından biri toplulukların en kararlı katılımcılarından kimilerini yaşanan tükenmişlikler sonucunda sürekli olarak kaybetmesidir. Bunun devamındaki sorun ise yeni katılımcıların katılma cesaretini kırma eğiliminin de ortaya çıkması olabiliyor. Toplum genelinde görmek istediğimiz dönüşümler olmak istiyorsak, kendimizi ve etrafımızdakileri amansızca yönlendirmenin ne sürdürülebilir ne de arzu edilir bir şey olduğunu kabul etmek gerek; **dünyayı değiştirmenin bir kısa mesafe koşusu değil, bir maraton olduğunu unutmamalıyız.**

Saniyorum sessiz aktivizme dair kafamdaki ilk fikirler bu dönemde oluştu. Yıllar içerisinde kendimi tanımama paralel giden alternatif üretim yöntemleri bendeki anlamını büyütürken, sessiz aktivizm kavramıyla tanıştım.

Sessiz aktivizm, sıradan insanların günlük yaşamları içinde çeşitli adaletsizliklere karşı olarak geliştirdikleri sürekli faaliyetleri, yapıcı tepkileri ve önlemleri ifade ediyor. Geleneksel aktivizm fiziksel açıdan varlığını daha yüksek seslerden, ve protestolardan oluştururken, sessiz aktivizm el sanatları, evde üretim, kendin yap hareketleri, açık kaynak, zanaatçılık ve küçük ölçekteki bireysel üretim alanlarını kullanarak etki alanlarını oluşturuyor.

Sarah Corbett'in hızlı moda markalarının yöneticilerine oldukça duygusal metinler işleyerek gönderdiği tekstil mendiller aracılığıyla çalışanların adil yaşam ücretini artırıyor olması bunların başında geliyor. Buradaki sıradan insan kavramı oldukça önemli çünkü sessiz aktivizmde herhangi bir derneğe, vakfa veya gruba üye olmadan, ya da bir meslek grubuna bakılmaksızın bireysel olarak, elinizdeki yeterliliklerle katılım göstermeniz mümkün.



Sürdürülebilir Moda Lisansı'nı Dilek Altan ile birlikte oluşturmamız da elimizdeki yeterlilikleri kullanmayla başladı çünkü bizim canımız moda sisteminin çarpık ve bozuk varoluşundan yeterince sıkılmıştı. Ve buna karşı bir şeyler yapmak istiyorduk. Bir üretimde bulunmak, bir etki yaratmak. Üstelik, yeni bir söylem getirmek ya da farklı bir moda anlayışını benimsemek isteyenler için yeterli Türkçe kaynak da yoktu etrafta. Bunu birinin yapmasını beklemeden biz yapalım dedik. Sürdürülebilir moda adına ortak bir dilin Türkçe'de kurulması için açık bir sözlük oluşturduk. Bu kelimeler üzerinde uzun uzun düşünerek ve defalarca yeniden yazarak tanımlar hazırladık ve her kelimeye özgü biricik görseller tasarladık. Sürdürülebilir Moda Lisansı şu an 1. yılında ve bu kadar genç olmasına rağmen, akademik makalelerde, eğitim içeriklerinde, sosyal medya mecralarında ve hatta günlük konuşma dilinde bile referans olarak gösterilmeye ve kaynak olarak kullanılmaya başladı. Sessiz aktivizm faaliyetlerinde en çok karşımıza çıkan özelliklerden biri de toplumdaki bireylerin gündelik yaşamlarını etkileyen bir farkındalığı ciddi ölçüde oluşturuyor olmaları.

Yakın zamanda başımızdan geçen ve hala etkilerini yaşamakta olduğumuz Covid-19 pandemisi karantinasında Rana Plaza faciasından sonra tekstil endüstrisinde yaşanan ikinci büyük insanlık krizi gerçekleşti. Bangladeş ve Hindistan gibi az gelişmiş ülkelerde üretim yapan birçok moda markası, pandemi ile birlikte üretimlerini durdurdu ve tekstil işçilerine önceden verilmiş olan siparişlerin ödemelerini yapmadı. Aktivist Ayesha Barenblat'ın öncülüğünde kurulan Remake adlı oluşumun ve aktivist yazar Elizabeth Cline'in Change.org'da başlatmış olduğu #PayUp adlı kampanya sonucunda aktivistler ve katılımcılar sosyal medyadaki paylaşımlarda, Instagram

gönderileri altındaki yorumlarda ve e-maillerde markalara işçilere ödeme yapılması için çağrıda bulundu. Aktivistlerin çoğunun benimsediği yöntem bu dönemde karantinada olduğu için görünürlükten ve fiziksel varlığı ortaya koyuyor olmaktan farklıydı bu nedenle de sessiz aktivizme yönelen bir süreç benimsenmişti. Remake üyelerinden biri olarak bu faaliyetlere ben de katılmıştım; gözümüzün önüne getirebileceğimiz büyük hazır giyim markalarının instagram gönderilerinin altına #PayUp hashtagiyle ödeme yapmaları için çağrıda bulunuyor, markaların sürdürülebilirlik yöneticilerine uzun mailler atıyorduk. Bunu bir avuç insanın değil de, 1000'den fazla katılımcının her gün yaptığını düşünün! Markalar bu denli bir baskıya dayanamadı elbette! 40'tan fazla tekstil markasının ödemelerini gerçekleştirmesi için kamuoyu oluşturularak çoğu firma ödeme yapmayı kabul etti. #PayUp, kadınların liderliğinde tekstil işçilerinin ekonomik ve sosyal güvencelerini oluşturmak için markalara baskı uygulayan bir platform haline geldi ve hala bu konuda aktif olarak var olmaya devam ediyor.

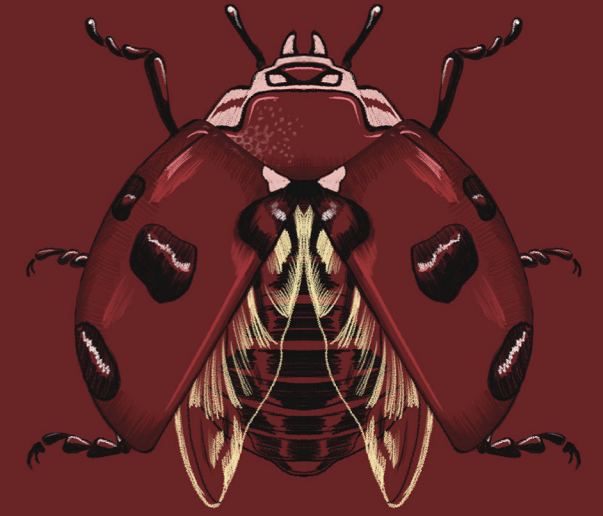
Sessiz aktivizm ve moda ilişkisi için verilebilecek çok örnek var. Bunların ortak noktasında da demokratik ve adil koşulların sağlanması için gerçekleştirilecek küçük adımların, katılımın ve de neşenin varlığı ortaya çıkıyor. İstenilen değişim tatlı bir gizlilik ama sürekli bir eylemle ilerleyebiliyor.

Kendi yapabilirliklerimiz, neşemiz ve gücümüz onlara sahip çıktıkça ve onları eyleme dönüştürdükçe anlam kazanıyor. Daha iyi bir moda sisteminin inşası için bizler de sessiz, yalın ve de küçük müdahaleleri benimsediğimiz sürekli bir faaliyeti yürütmeye şimdi başlayabiliriz.

Bir böcek ne kadar uğurlu olabilir?



Herminik kırmızı bir boncuk gibi hem de kanatlanıp uçabilir kendisi



Üstelik yaprak pirelerini veya beyaz sinekleri HAM yapıp yiyebiliyor



Bu sayede kimyasal tarım ilaçlarına gerek kalmıyor

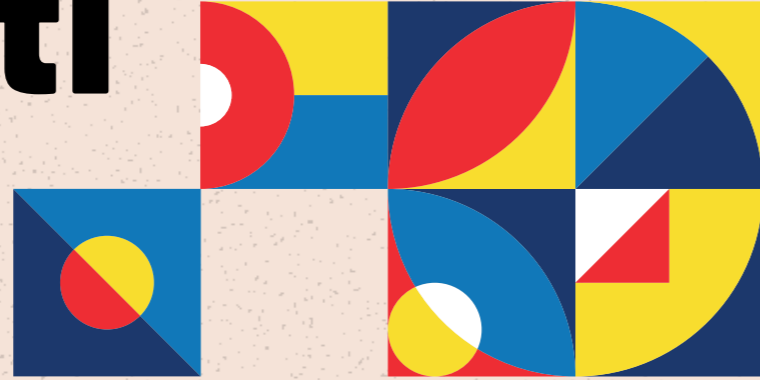


Böylece çok sevdiğimiz pamuklular en doğal yolla bizi sarıp SARMALIYOR



Bauhaus Hareketi

Gülşah Kara



Birinci Dünya Savaşı'nı ağır bir yenilgiyle monarşiden parlamenter sisteme geçerek uğurlayan ve ekonomisi hasar almış Almanya'da, bir okul kuruldu. Bu okul demokrasinin özündeki özgürlük manifestosuyla kültür ve sanata yatırım yapmak ve onarım sürecinde yaşamın şekillendirilmesine yönelik yeni biçimler bulmak amacıyla 1919 yılında kurulan Bauhaus idi. Mimar Walter Gropius tarafından kurulan Bauhaus, 1933'te kapanana kadar dünyanın en gelişmiş sanat ve tasarım okulu olarak işlev gördü.



Öğretilen konular arasında mimarlık, resim, tekstil tasarımı, dokuma, iç tasarım, heykeltıraşlık, endüstriyel tasarım, fotoğrafçılık, tiyatro tasarımı, seramik, grafik tasarım ve boyama gibi bölümler yer alırken; öğrenciler diğer disiplinlerden kavram, malzeme ve teknik kullanmaya teşvik edildi.

Kadınların birçok alanda kamu eğitimine erişiminin olmadığı bir dönemde, temel olarak kadınların da katılımına izin veren tarihteki ilk eğitim kurumu olan Bauhaus'un "yaşı veya cinsiyeti ne olursa olsun itibarı olan herkese" açık ilanına, erkeklerden çok toplumsal dayatmalardan kurtulmak isteyen genç kadınlar başvurdu ve kabul edildi. Kurucu Gropius "güzel ve güçlü cins arasında fark olmayacağını" vurguladı ama kuruluşundan 1 yıl sonra dengeler değişti.

Bu "güçlü cins" aslında boyama, oyma ve 1927'den sonra okulun yeni mimarlık bölümü için ayrılmıştı. Genç kadın ve erkek öğrencilerin kreatif vizyonlarını aynı ortamda özgürce kullanarak modern tasarım üzerine düşünmeleri hedefinden vazgeçildi ve artık "güzel cins" çoğunlukla tekstil sınıflarında dokuma ile hoşnut olmak zorundaydı.

Gropius; Bauhaus'un kadın egemen bir kurum olarak yaygın bir şekilde tanınması durumunda, özellikle Bauhaus'ta sanat ve zanaatın karşılaştırılabilir şekilde ele alınabileceği ihtimaline karşın, amatör bir ortam yaratılması sebebiyle daha az ciddiye alınabileceğini düşündü. Bundan da öte, kadınların Bauhaus'un akademik zorluklarına ayak uydurabileceğine inanmıyordu. Gropius'a göre, kadınlar "iki boyutun ötesinde düşünme yeteneği"ne sahip değillerdi ve bu durum sebebiyle onların, okulun odaklanmış olduğu mimari bölümüne yük olduklarını düşünüyordu. Genel olarak kadın öğrencileri müfredatın geri kalanından büyük ölçüde dışlıyordu.

Aynı şekilde, ne kadar yetenekli olursa olsunlar, kadınların okulda öğretmenlik yapma şansı çok azdı ve çıraklık sertifikaları alamıyorlardı. Dönem içerisinde akademik kariyerlerine devam edebilmeleri için verilen "usta" sıfatını alabilen kız öğrencilerin sayısı biri bile geçmezken, erkek öğrenciler beş "usta"yla sayı olarak baskın çıkıyordu. Böylelikle pek çok kadın öğrencisi ve öğretmeni olan, aynı zamanda zanaatların daha yüksek bir statüye sahip olmasını savunan bir sanat okulu, 1919'da Weimar anayasasının 10. maddesiyle güvence altına alınan kadın-erkek eşitliği maddesini uygulamada sınıfta kalmış oldu.

Tam yüz yıl sonra, bulunduğumuz noktadan Bauhaus'a baktığımızda birçok açıdan dikkate değer bir hareket olduğunu hala görebiliriz. Güzel sanatlar ve uygulamalı sanatın birleşimi, öğretimin disiplinlerarası doğası, modernite vurgusu, ileri teknolojinin benimsenmesi, öğrenci üretiminin ticarileştirilmesi, enternasyonal bakış açısı ve deneye açıklık... Bauhaus, ilerici sanatsal ve sosyal fikirlerin bir feneri olarak anılan ve bir hareket / eğitim modeli olarak öne çıkan bir çatı idi.



Fakat aynı çatı altında bulunmuş; erkek otoritesine dayanan, kadın-erkek eşitliğini geciktirip yokuşa süren bir sistem yaratan kurucu Gropius ve diğer karar mercii aktörleri ya da "Yünün olduğu yerde, vakit geçirmek için de olsa onu dokuyan bir kadın vardır. Sadece oyalanmak için olsa bile." sözü ile anılan okul öğrencilerinden, Bauhaus duvar resmi boyama ustası Oskar Schlemmer gibi zihniyetler de sert eleştirileri hak ediyor.

Bugün okula dair arşiv niteliğindeki kaynakları incelediğimizde kadın-erkek öğrencilerin tamamı radikal işler üretmiş. Ancak okulun yüksek oranı -üçte bire varan- kadınlardan oluşmasına rağmen, tarihte kaydedilen isimler çoğunlukla erkekler iken; kadın Bauhaus yaratıcıları çoğunlukla eşleri veya yardımcıları olarak hatırlanmakta.

Bu zihniyet, bana 16. yy'da bazı erkek simyacıların, kil ile karıştırılarak insan vücut sıvılarından yapılmış bir yaratık olduğuna inanılan "homunculus" ile bir kadının rahmine ihtiyaç duymadan insan hayatını tamamen yaratabileceklerine ve böylelikle dişiler tarafından "kirletilmeyeceğine" dair inançlarını hatırlattı.

"Homunculus" ve aynı argümanla denenmiş olması muhtemel diğer tüm tarif ve yöntemler için sarf edilmiş malzemelere ve yitirilmiş zamana tebessümle iç çekerek hayıflandıysak eğer, aynı dönemde yaşamış fakat kendinden önceki ve sonraki dönemlerle bağlantı kurabilecek bir eylemle; biyolojik farklılıktan uzaklaşarak, bilinen normal sınırlar cenderesine girmeden bağımsız bir yaşam sürdürebilmiş simyacı bir kadını analım.



Aynı yüzyılda kadınlar için genellikle güzellik hileleri ve çocukların nasıl yetiştirileceğine dair ipuçları ile dolu olan tipik "gizli" kitaplar bir moda idi. Ta ki dönemin kadın simyacılarından Isabella hayat boyu süren Felsefe Taşını bulmak için Avrupa'yı dolaşarak ve eski metinleri inceleyerek yolculuğunu anlattığı, su ve metal eritme gibi pratik simya tariflerini paylaştığı "Signora Isabella Cortese'nin Sırları" adlı kitabını yayınlama şartını içinde hissedene dek...

Çünkü Clarissa P'nin de rehber niteliğindeki kitabında belirttiği gibi: "Bir kadının yaratma duygusu, ne kadar dolambaçlı olursa olsun, ona giden yolu bulabileceğimizi umarak orada öylece duran bir şeyden çok, içimize yükselen, yuvarlanan, kabaran ve dökülen bir şeyden çıkar." / "Kimileri, yaratıcı hayatın fikirlerde olduğunu söyler, kimileri de eylemde. Bir kadın için yaratıcı hayat, ne bir ihtiyaç meselesidir ne de tekil bir iradi eylem; yalnızca bir şarttır."

Ve Bauhaus çatısı altında bulunmuş, tüm zorluklara rağmen tarihe adını yazdırabilmiş öncükadın yaratıcılar memnuniyetle karşılanmak yerine ayrımcı kısıtlamalarla karşılanmış olsalar dahi; tüm koşulları hem kendilerinin hem de okulun avantajına çevirdikleri aktivist rollere büründüler.

Esinlenme, yoğunlaşma, örgütlenme, gerçekleştirme ve sürdürme gibi salt motivasyon dinamikleriyle üretmiş olmaları ki; 1922-1926 yılları arasında okulun mali zorluklar yaşadığı dönem içerisinde yer aldıkları sergilerde en çok satış yapan ve okulun mali tablosuna taze kan olup denge yaratan gelirler dokuma atölyelerinden çıkan tekstil ürünleri ile elde edildi.

Bauhaus'un en eski üyelerinden, 1919'da 22 yaşında okula gelen Gunta Stölzl yönetiminde ve erkek gözetiminden uzak Bauhaus dokuma bölümü, beklentilerin çok ötesinde; mütevazı araçlar, pratik ve kullanışlı tasarım vizyonu, iyi bir pazarlama stratejisi ile maruz bırakıldığı ayrımcılık politikasını avantaja çevirerek okulun en kazançlı alanlarından biri haline geldi.

Üretimlerini, dünyanın her yerinden olan öğrencileri dolayısıyla mekânın ötesine taşıyabilmiş olsa da; Bauhaus, kuruluşundan itibaren milliyetçi, muhafazakar ve Nazi saldırılarının hedefi oldu. Bu saldırılar sonunda Bauhaus'un 1933'te kapatılmasına, zulme ve hatta birçok üyesinin sürgününe, ölümüne yol açtı.

Bugün adından ve eserlerinden haberdar olabildiğimiz; estetiği fonksiyonellik ile buluşturan ve sanat, hareket, eğitim, akımlarına öncü olmuş, benim için ilham verici hayat hikayelerine sahip dokuma atölyesi kadın "usta"larının bazıları ise; soyut duvar halısı tasarımlarına farklı teknik araştırmalarında bulunurken kolektif yaratıcılığı kalkındırmayı dert edinmiş Gunta Stölzl,

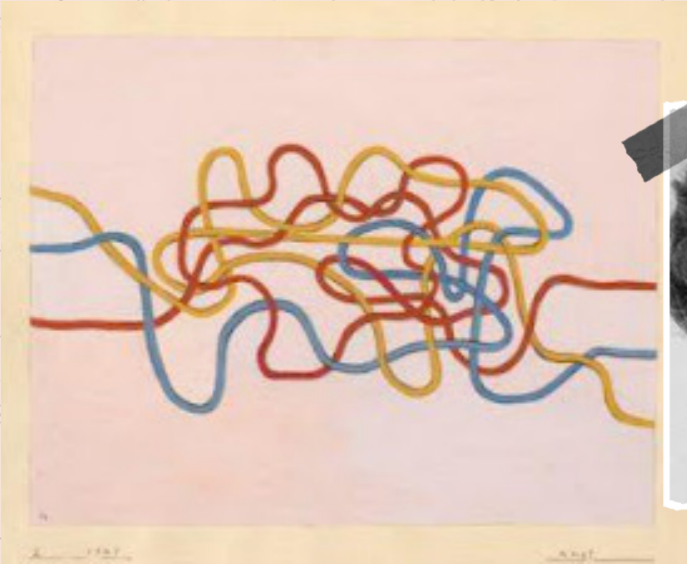
Gunta Stölzl (1897-1983) "Biz yeni bir yaşam tarzı için çağdaşıya uygun yaşayan şeyler yaratmak istedik. Tecrübe için büyük potansiyel bizden önce sunuldu. Bu durum hayali dünyamızı tanımlamak ve malzeme, ritim, oran, renk ve biçim aracılığıyla deneyimlerimizi şekillendirmek için önemliydi."





Dışavurumcu ve düşünsel bir yaklaşıma sahip olan Ottilie Berger,

Bugün hala tasarım kumaşları üretimde olan; atölye kuruculuğu, eğitmenliği gibi sorumluluklar almış yenilikçi Benita Koch-Otte,



Geometrik soyutlama sanatına, dönemine özgü çok farklı boyutta katkılar sağlamış Anni Albers,

Ve Bauhaus'un diğer öğretim alanlarında isim yapabilmiş; mimar Lilly Reich, metal tasarımcısı Marianne Brandt, ahşap heykeltıraş Alma Siedhoff Buscher, seramikçi Marguerite Friedlaender-Wildenhain, heykeltıraş ve set tasarımcısı Ilhan Fehling, oyuncak yapımcısı ve fotoğrafçı Lucia Moholy ikonik Bauhaus kadın figürlerinden sadece birkaçı.



Yalın tasarım, sadelik, işlevsellik, kolektif bilinç ve hayata katkı argümanlarını; içlerindeki yaratıcı güce temas ederek, çaba ile biriktirdikleri tüm üretimlerini ve bugünün çağdaş sanat anlayışına şahıslarına münhasır cesur katkılarını; takdir, teşekkür ve hayranlık duygularıyla anıyorum, her bir Bauhaus kadını.

Ve oldukça kişisel bir yerden bir anda tarihin bir hareketine fırlatılmış gibi hissediyorum onları andıkça.

Başka bir ülkenin bambaşka bir döneminde yaşamış olan kadınların hayatına dair hepimizin hissedebileceği bu tanıdıklık; zamansız ve kolektif olup coğrafyaları aşan ortak derdimizden sirayet ediyor zihinlerimizde zira.

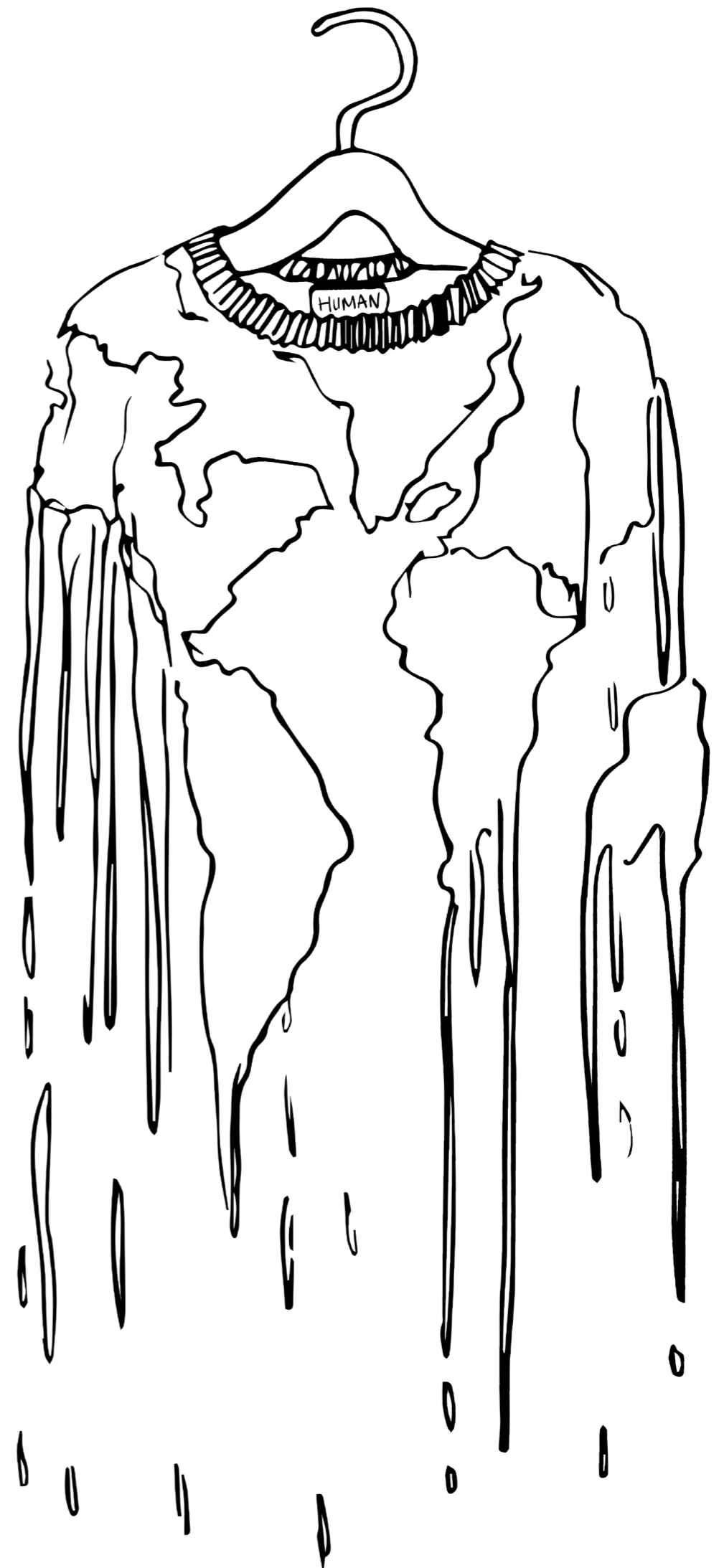
Toplumsal belleğimiz kaynaklı aile evlerinde kadınlardan sadece çocuklarını büyütmesi ve hanenin günlük gereksinimlerini karşılamasına dair beklentilerin bugün hala var olabilmesi de bizim ortak sorun örneğimiz.

Çalışmaya karar vermiş olsa da ihtiyacına yönelik iş arayışı içerisinde olan kadın hacmini TÜİK iş gücü istatistikleri üzerindeki güncel verilerden; günlük, haftalık, aylık işçi tanımı ile maruz kaldığı ücret/çalışma koşulları eşitsizliklerini ise herhangi bir tekstil sektörü kadın çalışanına sorular yöneltip öğrenmek mümkün.

Tarihin iç içe geçmiş makro ve mikro düzeydeki dönüşümlerinden biri olarak 100 yıl önceki bu hareketten ilhamla, geleneksel düşünce kalıplarının üstesinden gelmek ve daha adil koşullar yaratabilmek için Bauhaus'un iç çelişkilerine odaklanmak istersek eğer;

Bauhaus'un devrimci yaklaşımları yeniden etkin hale getirilebilir mi?

Tasarım bugün yeniden toplumu eğitmenin bir aracı olarak kullanılabilir mi, kullanılmalı mı? Ya da kendi kendini organize eden, demokratik öğrenim alanları yaratmak için mi kullanılmalı? Bauhaus atölyelerinin denediği endüstriyel standardizasyon ve seri üretim, herkes için eşit şartlarda temel yaşam standartlarını güvence altına alma odağında küresel üretim mantığı ile bugün var edilebilir mi?



Aktivizm Modanın Muhafizi mi, Arabulucusu mu?

Şölen Kipöz



Aktivizm bugün kendisini çok farklı biçimlerde gösteriyor. Konuşmak, yürümek, yazmak, koşmak, yapmak, film çekmek ve tasarlamak aktivizmin eylem alanına giriyor. Aktivist eylemlerin biçimi ne olursa olsun ortak noktaları; yasalar ve var olan ekonomik düzen aracılığı ile değiştirilemeyen değerler ve uygulamalar konusunda toplumsal baskı oluşturarak kamu vicdanını harekete geçiren kolektif eylemler olmaları. Buradan bakıldığında aktivizm politik bir eylem; yani başat politik düzenin karar ve uygulamalarına direniş gösteren ve daha etik düşünce ve eylemlere yönelik farkındalık oluşturmayı amaçlayan bir hareket. Yeryüzünde yaşayan her canlıyı ilgilendiren ve yaşamsal olan gezegensel sınırlar, sosyal sınırlar, kadın hakları, hayvan hakları, çocuk hakları, sosyal ve küresel krizler ve tüm bunlarla ilişkisel olan antroposen çağında kritik hale gelen ekonomik, kreatif ve endüstriyel alanların etkileri aktivistleri meşgul eden konular.

Aktivizmin sesini duyurduğu en etkili alanlardan biri de moda. Bunun en önemli sebeplerinden biri moda endüstrisinin çevresel ve sosyal etkilerinin daha görünür olması.

Diğer taraftan moda ve tekstil endüstrisi ile ilişkili aktivist tavrın tarihsel gelişiminde kadın hareketinin öne çıktığını görüyoruz. 1900'lerde kadınların oy verme hakkını kazanma mücadelesinde Birleşik Krallık'ta başlayan Suffragette hareketi bir avuç aktivist kadın tarafından başlatılmış, etkisi tüm dünyaya sıçramıştı. 2015 yapımı Sarah Gavron imzalı Suffragettes adlı film bu süreci çok etkileyici biçimde aktarıyor. Bu direnişe katılmak için kadınların özgürlüklerinden ve sevdiklerinden bile feragat ettiğini görüyoruz; üstelik o yıllarda Birleşik Krallık tekstil sanayinde aktifti ve bu kadınların büyük bölümü tekstil işçileriydi. Ancak hareketin düşünce liderleri ve elçilerinin çoğu, Emmeline Pankhurst gibi iyi eğitilmiş ve varlıklı ailelerin kızları idiler. Bu kadınlar maskülen bir tarzı benimsemektense dönemin moda anlayışına uygun giyiniyorlar, medya tarafından dikkat çekmek için de popülist bir görünümü benimsiyorlardı. Ancak sembolik olarak kullandıkları çapraz kuşak neredeyse üniforma işlevi görüyor, grup üyelerinin ayırt edilmesini sağlıyordu. Bu kuşak ya sadakat, onur ve saflığı simgeleyen mor renkte ya da umudu simgeleyen yeşil renkte olabiliyordu; hatta o dönemde giyim

endüstrisi de bu hareketi o kadar benimsemişti ki üç renkli çizgili şeritleri olan yorumlarını Selfridge gibi mağazalardan halka sunuyordu. Tarihin en etkili politik kadın hareketi olan Suffragette gücünü artırmak için modayı çok bilinçli kullandı ve hareketin kendisi de moda oldu (Moda Personası podcast bölüm 3). Adeta o güne kadar benimsenen katı Viktoryen tarzı alaşağı ederek yerine kadınların istedikleri ve rahat edebilecekleri kıyafetler giyinebilecekleri şekilde kadın modasını dönüştürdü.

Feminist hareketin başka bir kırılma noktası ise günümüzde her yıl dünya emekçi kadınlar günü olarak kutlanan 8 Mart'ın hikayesidir. Bu günün belirlenmesine sebep olan olay konusunda ise tartışmalı iddialar vardır. Bunlardan en kuvvetli olanlarından biri tekstil sektöründeki hak ihlalleri ile ilgilidir; 8 Mart 1857'de ABD'nin New York kentindeki bir tekstil fabrikasında grevci işçilere polisin saldırması, işçilerin fabrikaya kilitlenmesi, ardından da çıkan yangında işçilerin kurulan barikatlar nedeniyle kaçamamaları sonucunda 120 kadın işçinin ölmesidir. Bundan birkaç yıl sonra 25 Mart 1911'de New York'ta gerçekleşmiş Triangle Gömlek Fabrikası yangını da tekstil sektöründe adil olmayan çalışma koşullarına dikkat çekmişti. Bu olayların etkisinde kutlanan dünya emekçi kadınlar günü ise ancak 1975 yılında Birleşmiş Milletler'in tanımıyla uluslararası bir kimlik kazandı.

1960'larda hippilerin çevreci hareketin tohumlarını atarak özgürlükçü, aykırı ve tüketim karşıtı DIY -Kendin Yap pratiğini benimseyen-bohem tarzlarına paralel olarak, feminist hareket Mary Quant'ın öncülüğünde mini etekle başka bir evreye girdi. Aktivist hareketin çevreci ayağının önemli bir uzantısı da 1980'li yıllarda PETA (People for Ethical Treatment of Animals) adlı sivil oluşumun eylemleri oldu. Hayvanlara yönelik etik davranışı savunan PETA öncelikli olarak kürk kullanımına ve üretimine, ikinci olarak deri aksesuar ve konfeksiyon üretimine yönelik radikal söylem ve eylemler gerçekleştirdi. PETA'nın kürk kullanılarak tasarlanan koleksiyonların defileleri sabote etmesi, ironik mesajlar içeren görselliği güçlü kampanyaları sadece kürk üreticilerine yönelik değil kullanıcılarına ve tüketicilerine yönelik de sert eleştiriler içeriyordu. **Bu kampanyaların en akılda kalıcı olanlarından biri; 2007 yılında İngiliz pop yıldızı Sophie Ellis Bextor'un 1940'lı yılların famfatal Hollywood estetiğini yansıtan bir üslupla derisi yüzülmüş bir tilki bedenini elinde tutarak gösterdiği "Kürkünüzün gerisi burda!" sloganı ile yayınlanan kampanya idi. Kürkü lüks ve cazibenin sembolü olarak yansıtan bu kampanya hayvanseverlerin kürkü ölüm ve dehşetle bağdaştıran beklentisini yerle bir etmişti. Daha öncesinde 90'lı yılların ortalarında süper modeller ve ünlüleri "Kürk giyeceğime çıplak dolaşırım." sloganı ile bir araya getiren başka bir PETA kampanyası, aslında moda çekimleri gibi tasarlanıp üretilmiş ve fakat üzerlerinde kıyafet olmayan modelleri doğal güzellikleri ile sunuyordu. Kameraya poz veren hayatlarını giyinerek kazanan süper modellerin statülerini hiçe sayarak toplum önüne çıplak çıkmayı göze aldıkları bu kampanyada tüketiciye verilmek istenen mesaj "Onlar bile giymeyi reddettiler, öyleyse siz hiç giymemelisiniz." (Arnold agk) idi.**

Aradan geçen yirmi yılda kürk kullanımı hemen hemen bir utanç unsuru halini alırken, tekstil sektörü kürk ve deri muadili envai çeşit malzeme üretti. Bu materyallerin çoğunluğu petrol bazlı ve biyo-bozunur olmayan özellikler taşıırken çevresel etkileri ve karbon ayak izleri doğal malzemelere oranla halen araştırılmakta ve tartışılmakta. Hayvan hakları ile ilgili mücadele halen devam ediyor, ancak hayvanlara yönelik şiddet biyoçeşitlilik kaybı, veganizmin yükselişi ile birleşince deri ve kürk endüstrisi yeniden mercek altına alınıyor. Moda editörü Rebecca Capelli tarafından Slay (2022) adlı filmle belgelenen bu süreç ürkütücü biçimde kürk ve deri endüstrisinin ne denli organize bir şekilde küreselleştiğini gözler önüne seriyor. Üstelik buradaki etik mesele artık sadece hayvan haklarına yönelik değil; tedarik zincirini üçüncü dünya ülkelerine kaydıran lüks markaların çalışma koşullarında yaptıkları hak ihlalleri, doğal malzeme adı altında pazarlanan hayvan postlarının işlenmesinde sayısız kimyasalların işçiler üzerinde yarattığı çeşitli sağlık sorunları ve tabaklama sürecinde atık kirli suyun denizlere ve nehirlere bırakılmasıyla doğal yaşamın biyolojik ömrünün tehdit edilmesi gibi sorunlar da gündeme getiriliyor.

Moda endüstrisine yönelik az sayıda üretilen ve yayınlanan belgesel filmler kuşkusuz modanın aktivist damarını güçlendiren, uluslararası etki alanı olan yapımlar. Bunun en çarpıcı örneği Bangladeş'te Rana Plaza felaketini gözler önüne seren Andrew Morgan'ın True Cost (2013) Gerçek Bedel adlı filmiydi. Türkiye'de de Sürdürülebilir Yaşam Film Festivali ile defalarca farklı kentlerde izlenen film, üniversitelerin tasarım bölümlerinde de derslerin bir parçası oldu. İzmir'deki ilk gösterimden sonra Kayseri ve Çanakkale'deki festivalde de film arkası sohbetleri yapma fırsatı bulduğum film, modadaki görünmez şiddeti

ilk kez bu denli çarpıcı biçimde sergilemesi nedeniyle kes-biç-dik olarak tanımlanan insan emeğine dayalı moda endüstrisinin küresel bir coğrafyaya yayılan çok uluslu ve izlenebilir olmayan tedarik zincirindeki sosyal adaletsizlik ve hak ihlallerine yönelik Fashion Revolution gibi aktivist oluşumları tetikledi. O güne kadar görünmez olan tekstil işçileri böylece "Giysilerimi kim yaptı?" diye soru soran gerçek tüketicilere "Giysilerini ben yaptım." şeklinde cevap verdi. Aslında bu kampanya sayesinde işçiler kadar tüketiciler de seslerini çıkardılar ve markalar açısından sorgulayan ve talep eden tüketicilerin varlığını gösterdiler.

Benzer bir yaklaşım küresel moda ve tekstil endüstrilerinde çalışan işçilerin güçlenmesini desteklemeye ve çalışma koşullarını iyileştirmeye adanmış aktivist bir platform olan Temiz Giysi Kampanyasında (Clean Clothes Campaign) da görülür. 1989 yılında Hollanda'da kadın işçilerin haklarını korumak için kurulan platform bugün Türkiye de dahil 45 ülkede faaliyet gösteriyor; bir yandan tüm işçilerin evrensel olarak -yaş, milliyet, yasal ve iş statüsü, cinsiyet vb.- ayırım gözetilmeksizin eşit, iyi ve adaletli çalışma koşullarını talep etmeye ve yasal hakları konusunda bilgilendirilmeye hakları oldukları gerçeğinden hareketle tekstil çalışanlarını bilgilendirir ve eylemlerinde desteklerken diğer taraftan Temiz Giysi üyeleri tüketicileri eğitip mobilize ederek firmalar üzerinde baskı kurmalarını sağlar. Diğer taraftan, hükümetlere ve şirketlere lobi faaliyetlerinde bulunarak da işçilere doğrudan dayanışma desteği sağlarlar (Kipöz, Modada Yavaşlık).

Tasarım Aktivizmi



Aktivizmin tasarım literatürüne girmesinden ve iklim aktivizmi kavramının ortaya çıkmasından çok önce bazı duyarlı moda tasarımcıları, moda endüstrisinde çevresel duyarlılığın toplumsal bir sorumluluk haline gelmesi için tasarımlar yaptılar, kampanyalar yürüttüler. Bunlardan ilki beyaz tişörtlerin üzerine yazdığı çevreci sloganlarla hatırladığımız Katherine Hamnett'dir. İngiliz moda tasarımcısı 1989 yılında tekstil ve giyim endüstrisinin doğal çevre ve insan üzerindeki etkilerini araştıran bir komisyonda görev almış, ilaçlama yüzünden ölen canlı türlerinin olduğunu, su kaynaklarının kirlendiğini ve fabrikalarda tüyler ürpertici çalışma koşulları olduğunu gördükten sonra, tedarikçileri ile etik ve ekolojik üretim standartlarına uymaları yönünde verdiği zorlu mücadeleler sonucunda moda sisteminin dışında kalmayı tercih etmiştir. Hamnett, Pestisit (kimyasal ilaç) Eylem Ağı adlı sivil toplum kuruluşu ile ortaklık kurarak; pamuk, kumaş ve giyim üreticileri ile direk bağlantı kurmayı tercih etmişti. Tasarımcı, Dünya Sağlık Örgütü ve Pestisit Eylem Ağı'nın tekstil endüstrisinin çevresel etkileri ile ilgili ortaya çıkardığı verilerden oldukça etkilenmiş, Birleşmiş Milletler Çatısı altında İyileştiren Pamuk Girişimciliği programında çalışarak etik ve çevreye duyarlı moda ürünleri geliştirilmesi için sertifikaların oluşturulmasına ön ayak olmuştur (Black 2008:32-37).

Bu aktivist rolü, toplumsal etik ve ekolojik bilinç oluşturduğuna inandığı organik pamuk tişörtlerin üzerindeki sloganlarla desteklemiştir.

1984'te İngiltere'nin "En İyi Moda Tasarımcısı" ünvanını alan Hamnett, dönemin başbakanı Margaret Thatcher ile görüşmeye üzerinde "%58 yok edilmek istemiyor." yazılı bir tişört ile giderek dönemin politik iradesine de tasarım yoluyla başkaldırmıştır. Hamnett'in büyük beden tişörtleri üzerinde kullandığı diğer sloganlar "Temizle ya da öl!", " Geleceği koru", "Denizde başka balık yok mu?", " Dur ve düşün", "Füzeler değil eğitim" gibi toplumsal bilinci uyandıran sözlerden oluşur. George Micheal'ın "Wake Me Up Before You Go Go" klibinde giydiği Hamnett tasarımı "Yaşamı seç" yazılı tişört 1980 yılının en çok satan moda ürünlerinden biri olmuştur.

Kendisini modada çevresel ve etik bilince adayan başka bir aktivist tasarımcı 2022 yılının sonunda kaybettiğimiz İngiliz tasarımcı Vivienne Westwood'dur. 1970'li yıllarda partneri Sex Pistols grubunun vokalisti Johnny Rotten ile beraber Punk stilinin yaratıcısı olan Westwood, aykırı ve radikal tavrını yapı sökücü tarzı ile gösteriyordu. 1990'lı yıllar boyunca özellikle iklim değişikliklerinin çevresel etkileri ve moda endüstrisinin çevresel iklim değişiklikleri üzerindeki rolünü sorgulayan; modayı etik, ekolojik ve sosyal bir bilinç geliştirmek için bir araç olarak kullanan Westwood, bu eylemleri ile modanın "iklim kahramanı" olarak anılmaya başladı.



Bilim insanı James Lovelock'un yeryüzünü büyük bir organizma olarak ele alan ve biyosfer ve atmosferdeki okyanus, toprak ve organizmaların biyolojik süreçlerin ideal koşullar doğrultusunda fiziksel çevrelerini dönüştürdükleri düşüncesini savunan Gaia (Yunan mitolojisinde yeryüzü tanrıçası) Hipotezi'nden etkilenen Westwood, Lovelock için: "Eğer gençler onu dinlemiyorlarsa ya aptallar ya da umursamıyorlar" yorumunu yapmıştı. Lovelock'a göre; "Son birkaç yılda, kuzey kutbundaki buzullar eriyor ve önümüzde beş ile yirmi beş yıl içinde daha fazla eriyecek. Buzullar yok olunca, bu bölgenin yazında güneşten fazladan emilen ısı, karbondioksit yoluyla atmosfere eklediğimiz ısıya eşit olacak. Böylece, yeryüzündeki sıcaklık iki katına çıkacak ve bunu engellememiz hiçbir biçimde mümkün olamayacak" (Newman ve Robins (ed) içinde Arney 2011:233). Şimdi ne kadar da tanıdık bir senaryo gibi geliyor değil mi Lovelock'un öngörülerini?

Bu duyarlılıkla çevresel etiği modaevinin bir felsefesi haline getiren Westwood, atmosfer ve biyosfere atık oluşturan moda endüstrisinin yeniye odaklı tüketim kültürüne karşı "DIY -Kendin yap-" kültürünü öne çıkarmıştı. "+5" adını verdiği Sonbahar/Kış 2009 koleksiyonu, yeryüzünün beş derece daha fazla ısındığına ve karbondioksit miktarının arttığına işaret etmekteydi. Kavramsal moda koleksiyonlarının yanı sıra yayınladığı on dört sayfalık "Propogandaya Aktif Direniş" adlı tüketim kültürüne karşı manifestosu, yeryüzüne karşı toplumsal davranış biçimimizi etkileme amacı taşımaktaydı. Bir oyun metni olarak yazılmış; Aristotle, Pinokyo ve korsan gibi çeşitli karakterlerin birbirleriyle diyalogundan oluşan bu metni, Westwood ekolojik duyarlılığı olan bir grup genç ve çocukla farklı platformlarda sahneye koymuş, geniş kitlelerle paylaşmıştır.

Westwood duyarlılığını: "Kendimizi bilinçlendirmemiz gerektiğini hatırlatmak için mümkün olduğunca sloganlarla dolaşip ağzımı açacağım" sözleriyle ifade etmektedir. "Kuzey kutbunu ve ormanları kurtarmadan iklim değişikliği ile savaşamayız. İnsanların iklim krizi ve ekonomik kriz arasındaki ilişkiyi fark etmesi gerekiyor. Bu yüzden daha az alın, özenli tüketin" derken temsil ettiği küresel moda markasının ticari getirisinden bile feragat ettiği düşünülebilir (agk).

Tasarım aktivizmi (2009) kitabının yazarı Alaistair Fuad Luke'a göre, tasarım ve tasarım yazını tarihi aynı zamanda aktivist tasarım tarihi olarak da görülebilir. Bu tasarım yaklaşımları ve manifesto niteliğindeki metinler tasarım aktivizmine farklı tanımlar getirse de; ortak noktaları statükoyu sarsarak değişimi hedeflemek, kabul gören tasarım bilgisini zorlamak, pozitif sosyal, ekonomik ve çevresel değişimleri yaratabilmek için anti-söylem oluşturmak, değerler hakkında farkındalık yaratmak, davranış değişimleri için katalizör görevi görmektir.



Thomas Markussen (2011) aktivizmi statükoyu zorlayan ve muhalif bir tavrı benimseyen yıkıcı estetik bir pratik olarak görürken **Ann Thorpe (2008, 2012) dışlanan, sosyal haklarından yoksun bırakılan ve haksızlığa uğrayan bir grup, topluluk adına amaçlı bir değişimi hedefleyen bir eylem olarak görür.**

Tasarımda fedakarlık ve aktivizm arasında fark nedir diye sorar Fuad Luke (Walker içinde, 2013). Aslında bir başkasının yararı için hiçbir çıkar veya fayda gözetmeksizin yapılan bir iyilik gibi hayırsever bir eylem olarak görülebilir aktivizm. Ancak burada kritik unsur, iyilik yapılan kişi ve toplulukların kırılğan ve değişime ihtiyaç duyan kişilerden oluşması gereğidir. Aktivizmin muhalif tavrı bir yana; tasarım aktivizmi, bireysel ve kolektif tasarım pratiklerinin güncel paradigma ile uzlaşarak yeniden yorumlandığı bir zemin oluşturur. Farklı bağlamlar ve amaçlar için farklı aktivist yöntemler tercih edilebilir. Örneğin, moda ve tasarım endüstrilerinin nicelik odaklı geçiciliğine direniş gösteren yavaş tasarım, gezegenin ve insanın sömürsüne karşı ideolojik zanaat (craftivism), yeniye direnç gösteren tamir ve onarım, tasarımcı - üretici - tüketici arasındaki doğrusal hiyerarşiye karşı işbirlikçi tasarım, mülkiyet kavramını sorgulayan açık-kaynak ve hack-tivist tasarım; tasarımı işlevsel, ekonomik ve estetik gelişimin ötesinde görerek sosyal refah ve toplumsal katkı açısından ele alan sosyal tasarım; politik karakteri güçlü, eleştirel radikal tasarım ve hatta ölçek ekonomisini benimseyen doğrusallığa direniş gösteren döngüsel tasarım metotları tasarım eylemini dönüştüren aktivist metotlar olarak görülebilir.

Bunlardan yavaş tasarım ve döngüsel tasarım başat sürdürülebilirlik paradigmasında yer bularak diğer yöntemlere göre daha dönüştürücü bir rol oynarlar.

Bu modellerin başarısında ve aktivizmin uygulama alanı olarak genişlemesinde sosyal medyanın etkisi, özellikle pandemi sonrası daha da belirginleşmiştir. Hem ticari faaliyet yapan etik markaların hareket ve iletişim zemini oluşturulmuş hem de küresel moda endüstrisindeki hak ihlallerine karşı başlatılan sosyal kampanyalar kitlesel olarak desteklenerek, firmalar üzerinde gerçek yaptırımlar uygulanabilmiştir. Örneğin, pandemi sırasında küresel markaların 3. Dünya ülkelerine verdikleri siparişleri ödememeleri üzerine açıklıkla sınıanan bu halkların haklarını talep eden #PAYUP kampanyası aktivist yazar Elizabeth Cline'in öncülüğünde markaları şeffaflığa zorlamıştır.

Bazen de gündelik hayatın içindeki olağan bir olay, bir eylem; insani, etik ve vicdani yargılarımızı harekete geçirerek sosyal medya üzerinden geniş bir taraftar kazanır ve bu etki moda gibi kreatif alanlardaki insani değerlerle özdeşleştirilir veya moda endüstrisi burdan bir ders çıkarır. 2020 Mayıs'ında Amerikalı bir siyahi olan George Floyd beyaz bir polis tarafından vahşice öldürülünce bu olay moda endüstrisinde ve iletişiminde de çeşitlilik ve kapsayıcılık söylemlerine yol açan #blacklivesmatter hareketiyle sonuçlanmıştı. İklim aktivizmi kahramanı genç Greta Thunberg'in "Fridays for Future" hareketi ise sokaktan başlayarak, sosyal medyaya sıçrayan, bölgeselleşen ve toplumun tabanından çocuk ve gençlerin parlamentoya, Birleşmiş Milletler'e "Yarınımızı nasıl çalarsınız?" diye haykırdığı endüstriye yönelik bir dönüşüm rüzgarı estirmiştir.

Aktivizmde söylemin gücü dünyayı sosyal medya üzerinden takip eden ve öğrenen bir kuşak için olduğu kadar, etik yolculuklarında sosyal medya üzerinden dayanışma halinde olan birey ve kolektiflerce de benimsenmekte.

Medyada bilgi, üründen ve kapalden daha değerli, o yüzden bilgi aktivizmi de son zamanlarda etik sorunlar ve olası çözümlerle ilgili hem farkındalık yaratan hem de ilham veren bir role sahip. Uluslararası örnekleri Slow Factory, Atmos (aynı zamanda bir dergi), Waterbear, Eco Age, Textile Exchange, Earthrise gibi ilham verici adresleri Türkiye'de EkoQ (dergi), Ekolojik Dönüşüm, Buğday Derneği, Sürdürülebilir Moda Lisansı ve bu fanzinin oluşmasına vesile olan trtex.org gibi adresler takip ediyor. Bazen bir belgesel bir bilgi aktivizmi platformu yaratabiliyor ve kahramanı Vandana Shiva kadar etkili olabiliyor.

Öyle görülüyor ki aktivizm yakıp yıkmak yaşamı sabote etmekten ya da kurgusal ve idealize bir ütopyayı savunmaktan daha da ötesi artık. Daha popüler bir karaktere sahip katılımcı, kolaylaştırıcı, arabulucu, kolektif bilinci harekete geçirici, yeni ve ortak değerlerin oluşmasına aracı ve demokratikleştiren (Luke 2013) bir karaktere sahip. Hatta oluşan farkındalıkla bugün daha aktivist marka ve tasarımcıların da arayışı içindeyiz. Çünkü gerçek değişim ancak sistemin kendisini eleştirerek ve yeşil yıkama tuzaklarına düşmeden dönüştürerek ilerlediği bir yolda olabilecek.



Politik bir Enstrüman olarak Moda



Damla Özenç

Rönesansla başlayan küreselleşme süreci, internetin bulunması ile ekonomik ve sosyal olarak müthiş bir hız kazandı. Böylelikle günümüzde akıllı telefon kullanımının kıta bağımsız, yoğun olması ile birlikte dünyanın neresinde yaşıyor olursak olalım her milletin tüketim alışkanlıklarını; sosyal, politik ve ekolojik sorunlarını; estetik ve sanat algısını bilir hale geldik. Eşyanın dolaşıma açılması ve her şeyin erişilebilir olması, eleştirilecek birçok konuyu beraberinde getirmesinin yanı sıra İstanbul'da yaşayan ve hayatı boyunca Türkiye dışına çıkmamış bir kişi ile Pekin'de yaşayan ve hayatı boyunca Çin dışına çıkmamış bir kişinin aynı çantayı satın alabilmesini mümkün hâle getirdi.

Yüzyıllar boyunca moda politik bir ifade olarak kullanıldı. Orta Çağ'dan itibaren eski kanunlar, halkın kastların üzerinde giyinmesini yasaklıyordu. Korseler, sütyenler; kadınların pantolon giymesinin yasak olduğu zamanlar, kot pantolonun işçi sınıfına ait olması...

Moda her zaman sınıfları belirleyendi ve haliyle ilk gününden beri politiktir. Yani aslında moda, üzerimize yakışanı giymemizden çok toplumsal kimliğimizi yansıttığımız bir enstrüman.

Modanın var olduğu ilk günden beri giyinen herkesin bilinçsizce de olsa tercihleri ya da mecburiyetleri üzerinden ait oldukları sınıfları giyindiklerini kabul edersek, artık bunun farkında olan kimsenin, bu gücü sınıfları yok saymak için kullanabileceği ihtimali gerçekleşmiş olabilir mi? Görüyoruz ki, bugün giysiler sosyal statünün bir temsilinden çok kişiliğimizin ve neyi temsil ettiğimizin bir ifadesidir; dünyaya kim olduğumuzu ve kim olmak istediğimizi gösterme şeklimiz. Bir yandan da aslında satın aldığımız, giydiğimiz her şeyin arkasında sosyal, ekonomik ve ekolojik bir hikaye olduğunu biliyoruz.

Modanın bir aktivizm aracı olarak kullanılması, sosyal aktivizm ve işçi hakları üzerinden konuşabilme imkanı sağlarken, ekolojik tarafta da tekstilin sorunlu olması nedeniyle

tasarımcısından tüketicisine, birçok konuşma alanı yaratabilmektedir. Ya da bambaşka bir yerden, kimi markaların güçlerinin farkında ve dönüşümü tetikleme ihtimalinde olduğunu düşünebilir miyiz?

Metropolitan Museum of Art'taki Kostüm Enstitüsü'nden sorumlu Wendy Yu küratörü Andrew Bolton, "Moda, zamanımızın bir aynası işlevi görüyor; dolayısıyla doğası gereği politiktir" diyor. "Vatansever, milliyetçi ve propagandacı eğilimlerin yanı sıra sınıf, ırk, etnik köken, cinsiyet ve cinsellik ile ilgili karmaşık konuları ifade etmek için kullanıldı." Bolton, günümüzde radikal olanın, sosyal bilinç ve çevresel kaygıların moda yönüne biçimi olduğuna işaret ediyor. İster bağımsız start-up'lar ister uluslararası üne sahip markalar olsun; dünya çapındaki tasarımcılar, ürettikleri fantezilerden yola çıkarak markalarının her seviyesinde siyaseti kullanıyorlar. Koleksiyonların nasıl üretildiğinin ayrıntılarına kadar bunu ifade ediyorlar. Bu tasarımcılar sadece kıyafet üretmiyor; aktivistler ve organizatörlerle birlikte değişimi tetikliyorlar.

Markalar feminizm, işçi hakları, engelli hakları ya da sıcak bir toplumsal sorun/konu üzerinden podyumda pankartlara, sosyal medya hesapları üzerinden içerik paylaşımlarına, koleksiyonlarında sloganlarla renklere, dokulara yer verebiliyor ve iletişim stratejileriyle alan yaratabiliyorlar. Bu sayede kendi kitlesine yani milyonlarca bireysel tüketiciye erişebiliyorlar. Chanel Paris Moda Haftası'nda Bahar 201 koleksiyonu defilesinin final şovunda modeller üzerinde "Make fashion not war" "Savaş Değil, Moda Yap!", "Ladies first" "Önce Kadınlar", "History is her story" "Tarih, Onun Hikayesi!", "Je ne suis pas en solde" "Satışta Değilim!", "Oser sans poser" "Poz Vermeden Cesaret Et!" yazan pankartlarla podyuma çıkmışlardı. Bu hareket

sadece şov kapanışıyla kalmamış ardından aynı sloganların yazılı olduğu çantalar Chanel Spring 2015'te satışa çıkarılmıştı.

Bir diğer kökten hareketle başlayan, sınıfların yerle bir edildiği ve amaç için tüm kadınların bir araya geldiği örgütlü feminist aktivist hareketlerden biri olan "Pussy Hat Project" ise Trump'ın seçim sürecinde "pussycat" - İngilizce pisicik- kelimesini argo anlamıyla feministler üzerinden kullanması ile başladı. Krista Suh and Jayna Zweiman'ın 8 Mart'a yalnızca 2 ay kala sosyal medya üzerinden tüm dünyadaki kadınlara bir bere örme çağrısı çıkması üzerine kadınların örgütlenmesi, YouTube üzerinden "hiç bilmeyenler nasıl bu bereyi örebilir" diye videoların yapılması, malzeme satın alamayacak olanlara DIY kitler gönderilmesi şeklinde tamamen gönüllülük esaslı bu hareketin sonunda 8 Mart 2017'de kadınların alanlarda pembe, kedi kulağı şeklinde bir bere ile olması yine bir giyim aksesuarının aktivizm enstrümanı olarak kullanılmasına müthiş bir örnek. Bu dayanışmaya destekte bulunmak için 2017 Milano Moda Haftası'nda Missoni şovunda, podyuma tüm modeller pembe kedi kulaklı berelerle çıkmıştı.



Christian Dior markası, 2017 yılında Paris Moda Haftası'nda, "We should all be feminists" -Hepimiz feminist olmalıyız- sloganlı tişörtlerle başlattığı feminist akımını #weareallfeminists -#hepimizfeministiz- hashtagıyla sosyal medyada devam ettirdi. Maria Grazia Chiuri, Nijeryalı yazar Chimamanda Ngozi Adichie'nin yaptığı TEDx konuşmasından ilhamla yazara ait bu söylemi Dior'un podyumuna taşıdı ve bu tişörtlerinin gelirin bir kısmı Rihanna'nın kurduğu Clara Lionel Vakfı'na bağış edildi. Ve asıl göze çarpan ise, Instagram'da #weareallfeminists şeklinde hashtag kullanılarak yapılan gönderilerin ardından, 2017 yılında "feminizm" sözcüğünün yılın kelimesi seçilmesi ve feminizmin arama motorlarında sorgu oranının %70 oranında artmış olması. Bunda Christian Dior'un 2017 yılındaki koleksiyonunun ve ardından hızla artan ve örgütsel bir aktivizm hareketine dönüşen #weareallfeminists paylaşımlarının etkisi çok büyük.

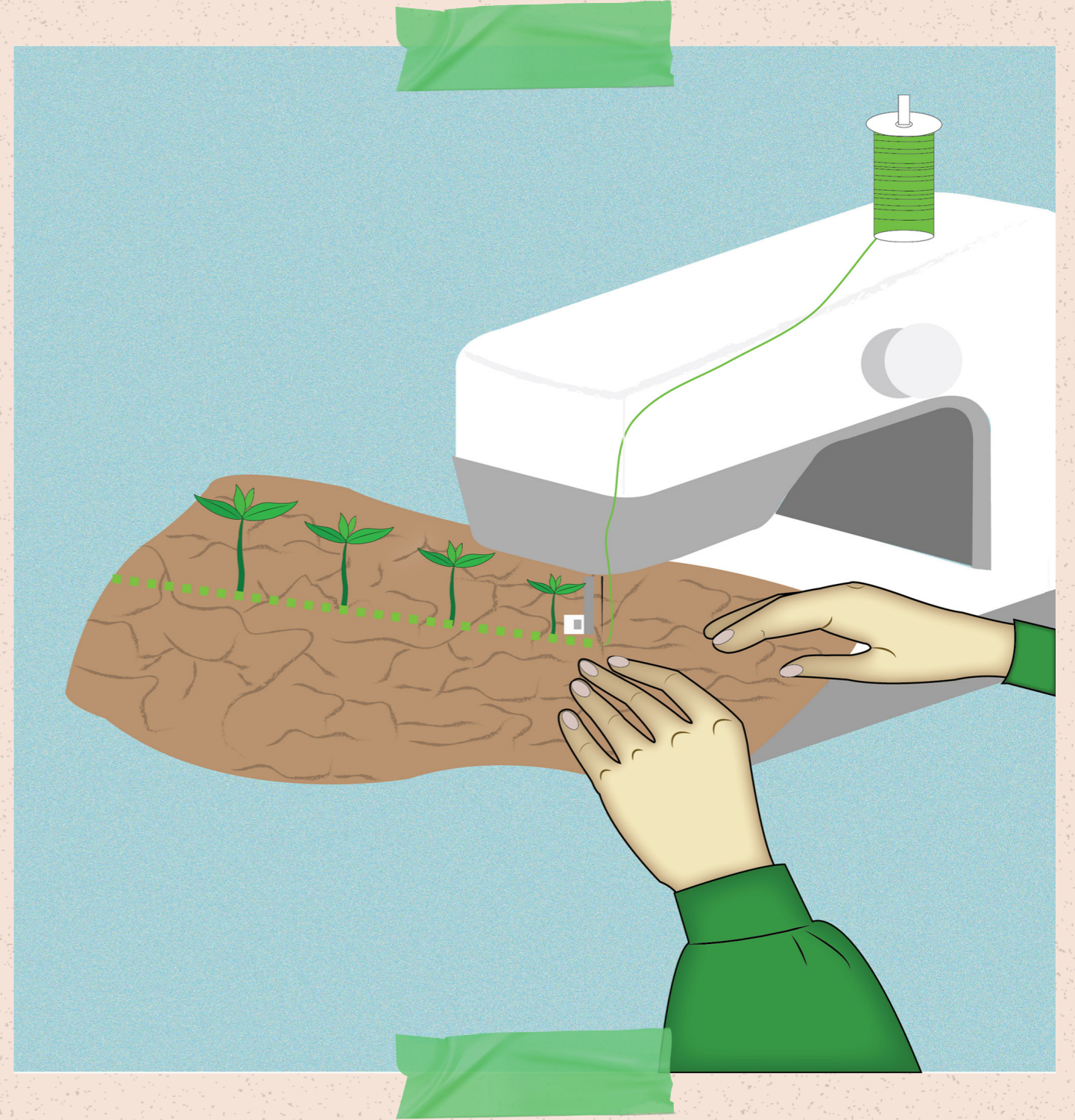


Artık talebin arza göre değil de arzın talebe göre şekillendiği ve ürün değil de hikayelerin sattığı, bireysel tüketicinin ihtiyaçlarının önüne isteklerini koyup tüm satın alma hiyerarşisini alt üst ettiği, rekabetin bu kadar yüksek olduğu bir çağda; ürünün arzu nesnesine dönmesi gerektiğini düşünecek olursak, modanın feminist aktivizme doğru yönelerek yeni feminist bir moda akımı mı başlattığı; yoksa feminizm kavramının moda bir şekilde, yeni bir pazarlama enstrümanı olarak mı kullanıldığı sorusu şüpheli bir yaklaşım mıdır?

Sorgulamamız gereken birçok nokta var aslında bu harekette:

-Bu örneklerin modanın ilk gününden beri politik olduğunun farkında olup durduğu yeri ve savunduğu değerleri değiştiren, modayı bireyin sınıflara sıkıştığı bir yerdense özgürleşmesi yolunda kullanan markalar mı var ediyor? Feminizm kavramının içi bir moda markasının "Hepimiz feminist olmalıyız" demesiyle boşaltılır mı yoksa bu hareket sayesinde feminizm ona hayatı boyunca mesafeli kalmış ya da onu hiç duymamış bir kitlede merak uyandırabilir mi? Herhangi bir şey "popüler" olmadan çoğunluğa yayılabilir mi? Kapitalist sistemde bireysel tüketiciyi oluşturulan arzu nesnesi üzerinden parası karşılığında ve bilinci dışında aktivist yapmak mümkün mü?

"Moda' sözcüğünün 'üstüne yakışanı giymektir' klişesinden tutun, moda çalışmaları alanında en sık kullanılan "toplumsal kimliğin bedensel ifadesinin kültürel inşası"na kadar değişen birçok tanımı var. Ve toplumsal kimliğin politik olduğu kabulüyle -mevzubahis kimlik ister annelik olsun, ister bir meslek grubu veya kişinin yaşı- bu ikinci tanımı temel alan herkesin bakışında modanın her alanı politiktir."





Eylül Serfice

Aktivizm olgusu, modern gelişmelerin bir uzantısı olarak eski dönemlerden beri yeni bir bakış açısını, yeni bir hayat tarzını oluşturmak için yapılan eylemler olarak karşımıza çıkar. Kapsadığı konular değişse de farklı zaman ve mekanlarda, değişik durum ve biçimlerde hayatımızda yer almaya devam eder.

Eylemler, modernlik süreciyle birlikte, sanayileşme ve kentleşmenin doğurduğu çatışma sonucu karşımıza çıkar. Yönetici kesim ile yönetilen arasında yaşanan bu çatışmalar her zaman insanlık tarihi için önemli dönüm noktalarını da beraberinde getirmiştir ve değişimin habercisidir.

Değişim düşüncesinin altında ise belirli kurumların, mevcut yapının ve sistemin; toplumun ihtiyaçlarını karşılayamaması ve eşitsizlik, adaletsizlik rahatsızlığı yatar. Bu anlamda aktivizmden; karşılanması gereken ihtiyaçların ve toplumsal hoşnutsuzluğun bir dışavurumu olarak bahsedebiliriz.

Sosyolog Castells'e göre bir sosyal hareketin üç önemli özelliği bulunmalıdır; hareketin kimliği, hareketin karşıtı ve hareketin hedefi ya da hayal ettiği toplumsal model. Bu bağlamda bahsettiğimiz dışavurum sürecinin kendi içinde bir periyodu vardır ve bir anda ortaya çıkmalarından söz edilemez.

Aktivizmin İmgeleri

Moda, aktivizmin en güçlü imgesidir. Modanın anlatma, betimleme, mekan yaratma, altını çizme, geliştirme, değiştirme gibi özellikleri vardır. Tarihsel süreçle birlikte kendini yenileyerek ve sorgulayarak; ilk andan itibaren onu taşıyan insana, kendini ifade etme fırsatı verir. Toplumların sesi, her dönemin ruhu olur. Kendini sürekli yenileyerek kültürleri şekillendirir.

Çeşitli toplumlardaki protestolara baktığımızda giysinin, olayları okumamızı kolaylaştırdığını ve bir anlam yüklediğini söyleyebiliriz. Örnek vermek gerekirse; feminist hareketin simgesi mini etek ve iç çamaşırı protestoları, mevcut düzene karşı oluşan punk kültürü, yükselen fiyatları protesto amaçlı Fransa'da başlayan ve çevre ülkelere yayılan sarı yeşililer protestosu bunlardan sadece birkaçı.

Bu ve buna benzer aktivist eylemleri incelediğimizde, giysinin verilmek istenen mesajı görünür kıldığını ve bir araç niteliğinde kullanıldığını söylemek mümkün. Berlin Duvarı da bu eylemler arasında tarihte örneği olmayan, bize toplum ve moda anlamında ipuçları veren güçlü bir hareketi temsil eder.

Nasıl Başladı?

Berlin Duvarı'nın kökenleri, Almanya'nın müttefikleri arasında dört işgal bölgesine bölündüğü II. Dünya Savaşı'nın sonuna kadar uzanır. Her müttefike Berlin'in bir bölgesi verilir. Kısa süre sonra Batı ittifakı (Amerika, Fransa, İngiltere) benzer şekilde olan yönetim biçimlerini birleştirir ve tek bir yönetim şeklinde karar kılar. Sovyetler Birliği (Rusya) ise bu birleşmeye karşı çıkar ve Doğu Almanya'da yeni bir rejim kurmaya girişir.

Ekonomisi sosyalizme dayanan, siyasi yönetimi otoriter olan Doğu Almanya'dan Batı'ya kaçışlar büyük ölçüde Berlin'den gerçekleşiyordu. Zamanla tel örgü ve mevzuat değişiklikleri, Batı'ya kaçışı engelleyemez duruma gelmişti. Bunun üzerine bu kaçışları engelleyici bir duvar örme fikri, dönemin Sosyalist Birlik Partisi

lideri Walter Ulbricht'in bir şeyler yapılması gerektiği konusunda Sovyet liderine danışması ve onaylarını alması sonucu ortaya atılır. Nitekim Sovyetler Birliği; Batı Berlin'i, Doğu Almanya sınırları içinde kapitalizmin kalesi ve karşı propaganda merkezi olarak gördüğü için Berlin Duvarı'nı örmeyi çözüm olarak benimser. Duvar, Doğu Almanya meclisinin kararıyla 12-13 Ağustos 1961'de bir gecede örülür.

Blue Jean'in Sembolizmi

Duvar örüldükten sonra Doğu Berlin için şartlar kötüleşmeye başlar ve Batı Berlin ile arasındaki denge farkı her geçen gün daha belirgin hale gelir. Ekonomik ve siyasi yapısı sosyalist sisteme dayanan Doğu Almanya, kendi rejimini dikte eder. Bu da birçok kişi için Doğu'dan, refah seviyesi yüksek olan Batı'ya kaçmanın sebeplerinden biri olur. Yönetimin baskıları, ekonomik problemler, kısıtlanma hissi ve korku insanların göç etme sebeplerini oluşturur. Doğu Berlin halkı demokrasi, özgürlük ve konforlu bir yaşam biçimi ister; fakat mevcut sistem bunu sağlayamaz.

Doğu Berlin'de yaşam şartları böyleyken o sırada Batı ise 20. yüzyılın getirdiği yenilikleri deneyimliyordu. Batı, en ikonik temsillerinden otomotiv sektöründeki değişimler, dijital gelişmeler, çeşitli ürün ve özellikle yeni moda akımlarıyla göz önündeydi. Sinema ve müzik sektörü de dahil, yaşanan hızlı ve popüler gelişmeler, kıyafetler ve moda ile ilgili değişimlerin hızlıca yayılmasına sebep oluyordu.

Doğu Berlin'de ise bu yeniliklere ulaşmak bir yana, hükümet tarafından çeşitli kısıtlamalar ve baskı hakimdi.

Tabii bu kısıtlamalardan moda da nasibini almıştı. Doğu Almanya'da hükümetin satılmasına izin verdiği tüm giysiler tek tipti ve bu giysilerin birçok genç için hiçbir giyilir yanı yoktu. Bu gençler ebeveynlerinin geleneksel kıyafetlerini ve saç kesimlerini taklit etmek yerine, Batı'nın film ikonları ve rock yıldızları gibi giyinmek istiyorlardı. Blue jean ise bu giysilerin en başında geliyordu.

Fakat gençler için ulaşılması zor bir arzu nesnesine dönüşen blue jean'i elde etmek kolay değildi. En çok rağbet gören blue jean, deri ceket gibi ürünler; diplomatlar, turistler, denizciler ve askeri danışmanlar tarafından kaçak yollarla getirilip daha yüksek fiyattan satılıyor ya da değerli ürünlerle takas ediliyordu. Hükümet için blue jean, sahip olduğu anlamdan kaynaklı, Amerikan aşırılığının ve kapitalizmin tehlikeli bir simgesi olarak görülüyordu ve bunu giyenler devletin düşmanıydı.

Yönetim, okullarda ve çeşitli mekanlarda Amerikan denimini yasaklıyordu. Bu pantolonları giyenleri eve gönderiyordu. Ancak hükümetin çabalarına rağmen Batı trendleri, özellikle blue jean, Doğu'da en çok rağbet edilen trendlerden biri olma yolunda ilerliyordu. Kısacası Doğu Almanya'da modanın, özellikle blue jean'in estetik, ekonomik ve politik bir konumu vardı.

Hükümet ilerleyen zamanla birlikte, ülkenin gençlerine kendini sevdirmeyi ve buna karşı onları duvara çok yakın olmaktan caydırmayı umuyordu. Pop ve rock müzik, Doğu Almanya'daki genç jenerasyonun en çok özlemini çektiği şeydi.

Bu tutkuyu görmezden gelemeyen hükümet 1987 ve 1988 yıllarında Bob Dylan, Depeche Mode, Bryan Adams ve Joe Cocker'ın Doğu Berlin'de konser vermesine izin verdi. Böylece gençlerin üzerindeki baskı ve sıkışmışlık biraz olsun etkisini azaltacaktı. Performansların, halkın huzursuzluğunu bastırmak şöyle dursun; bazı tarihçiler tarafından, sonunda duvarın yıkılmasına etki ettiği ve özgürlük ateşini tetiklediği bir hareketi hızlandırdığı düşünülür.

Tam 28 yıl 2 ay 28 gün ayakta kalan "Utanç Duvarı", özgürlükleri kısıtlayan ve işlemeyen bir sistemin sembolü olarak tarihte yerini alır. 10 Kasım 1989 sabahı Doğu Berlin aniden, sonunda ülkelerinin kapalı sınırlarının ötesine seyahat etmekte özgür oldukları haberiyle uyanır. İki milyondan fazla insan, yeni keşfettikleri özgürlüklerinin bir ifadesi olarak, daha önce Berlin Duvarı'nın arkasında yasaklanmış bir Batı giysisi olan mavi kot pantolon giyerek düşen duvara doğru yol alır...



Regl, Moda ve Aktivizm



Hande Aykun

Merhaba. Adım Hande. Girişimciyim ve Kiklou isimli regl külotu markasının kurucusuyum. Sizlere genel hatlarıyla regl konuşurken moda ve aktivizmin hangilerini dokunabileceğimizin kaba bir çerçevesini çıkartmak istiyorum. Öncelikle en iyi bildiğim yerden, regl külotlarından başlıyorum.

Pandemide yükselen eko-anksiyetimi dindirmek için kolları sıvadım ve sorunun değil, çözümün bir parçası olmak için neler yapabileceğime odaklandım. Kanamaya alternatif bir çözüm getiren regl külotlarının potansiyel çevresel etkisi (neredeyse atıksız bir regl deneyimi), ihmal edilen bedenlerimiz için sunduğu konforlu ve yenilikçi çözüm; iklim krizi, regl tabusu ve beden farkındalığı hakkında konuşmaya yaratacağı alan ortağımla bizi çok heyecanlandırdı.

Regl külotlarını tasarlarken moda tarihinin ikonik detayı "Little Black Dress"ten (LBD) ilham aldık.

Bu fonksiyonel iç giyim parçasının uzun ömürlü, joker, elin hep gittiği, insanın içinde kendini iyi hissettiği bir parça olmasını önemsedik. Bikini kesim modelimize LBD'ye selam çakarak "Little Black Bikini" dedik. Regl külotlarımızın gardrobun temel bir parçası olma hayaliyle işimizi büyüttük. İşte tam da buralarda regl ile modayı, tasarımı öpüştürdük.

Regl Modanın Neresinde?

İnsanlar tarih boyunca regl dönemlerinde kanamayı yönetmek için kumaşlar, kıyafet parçaları, özel giysi ve giyim eşyaları kullandılar. Jartiyere benzer âdet kemerleri icat ettiler. Regl olmak kıyafet seçimlerini etkiledi. Kıyafet seçimleri ise hangi regl ürünlerini tercih edeceklerini.

Regl-moda ilişkisi tabii ki sadece kanama yönetimi etrafındaki moda, tekstil öğelerinden ibaret değil. Regl ve regl olan bireyler; tekstil işçilerinin regl izni haklarından, reglden ilham alınarak tasarlanmış kırmızı halı kıyafetlerine (Cardi B'nin 2019 Met Gala kıyafeti göze çarpan örneklerden), döngü boyunca bedenimizdeki fizyolojik ve psikolojik değişimlerin tetiklediği farklı giyim stilleri ve moda tercihlerine kadar geniş bir spektrumda moda ile ilişki halindedir.

Regl Aktivizmin Neresinde?

Regl tabusu burada, ve kurtuluşumuz hepimizin elinde, dilinde, hareketlerinde, tercihlerinde. Regl aktivistleri regl kadar doğal bir fizyolojik sürecin saklanmasına, kirli olduğuna dair mitlere, "hastalık" olarak damgalanmasına, ulu orta konuşulmaması hatta tam aksine gizlenmesi gereken bir şey olarak görülmesine karşı çalışıyor ve emeklerini toplumsal bir harekete dönüştürerek, yerleşikleşen tüm olumsuz algılara meydan okuyorlar.

Hep beraber ses çıkarttığımızda regl ürünlerine erişim kolaylaşıyor ve iyileşiyor, kurumlar duyarlılaşıyor, insanlar regl ve bedenleri hakkında bilgileniyor ve iyi hissediyor. Kadınların ve regl olan diğer herkesin güçlenmesi sağlanıyor.



Moda ve Aktivizmin Kesişiminde Bir Regl & Beden Meselesi

Moda, menstrüasyon/regl etrafındaki tabularla savaşmak için kıymetli bir araç. Regl modaya tematik olarak eklenebiliyor; tabu damgasının ortadan kaldırılması adına kırmızı renkler, şekiller, görüntüler vb. katılarak gururla giysilerde temsil edilebiliyor. Moda, beden olumlama hareketini teşvik eden bir tasarım yaklaşımıyla ele alındığında dolaylı biçimde reglin normalleştirilmesine de dokunuyor; çünkü beden farkındalığı destekleniyor. Tüketim odaklı, geçici trendler üzerinden şekillenen klasik moda anlayışından uzaklaşarak döngüsel moda üretimlerini desteklemek, satın almak bir başka gündelik ama etkili aktivizm örneklerinden. Döngüsel moda ile meseleleri bütünsel ele aldığımızda türlü sorunların ardındaki gerçek sebepleri daha kolay yakalıyor ve eyleme geçişi hızlandırıyoruz.

Hem fonksiyonel hem de insana giydiğinde kendini iyi hissettiren şık, sade tasarımıyla regl külotları gibi ürünler tek kullanımlık, konforsuz, plastik içerikli, kirletici regl ürünlerinin tahakkümüne tekstil teknolojisi ve tasarımdan faydalanarak doğrudan tepki gösteriyor. Regl külotu, hem ihmal edilmiş kadın bedenine sunulan tek tip konforsuz kanama çözümleri monopolüne karşı aktif bir duruş sergiliyor, hem de bilinçli tüketim ve atıksız alternatifler seçerek iklim krizine yönelik bireysel bir çabanın sembolü oluyor; kadınların benzersiz bir gücü (türün devamlılığı için de elzem) olan regli, doğayla olan bağlarını da kuvvetlendirerek kucaklamalarına imkân sağlıyor.

Kavramların birbiriyle kesişim yerlerinden işler, üretimler, kampanyalar, hareketler çıkartıldığında meselelere dair sadece ses çıkartılmıyor; ayrıca multidisipliner seviyede işlememiz sağlanıyor.

Birçok farklı alanda mücadele vermemiz gereken 21. yüzyılda işbirliği yapmamız, hem döngüsel hem de bütünsel düşünmemiz şart.



Bir Moda Koleksiyonunun

Ardındaki Hikaye

Güzide Yücel Sol

"Hillary kocasını tatmin edemiyorsa, Amerika'yı nasıl tatmin edecek?"

"Gözlerinden kan fışkırdığını görebiliyordunuz. Bir taraflarından da kan fışkırıyordu."

"Şunun yüzüne bak. Kim buna oy verir? Bu suratın gelecek başkanımıza ait olduğunu düşünebiliyor musun? Yani, o bir kadın ve kötü şeyler söylememeliyim ama arkadaşlar ciddi olamazsınız."

"Ariana Huffington'un hem içi hem dışı çirkin, eski eşi onu neden bir erkek için bıraktı tamamen anlıyorum. Doğru bir tercih yaptı."

"Bu dâhiler, kadınlarla erkekleri bir araya koyarak ne olacağını sandılar?"

"Dümdüz göğsü olan bir kadının 10 numara olması çok zor."

"Çocukları seviyorum ama onlarla ilgilenmek için hiçbir şey yapamam. Ben parayı getiririm, eşim ilgilenir. Çocukları alıp parka götüreceğim değilim."

Bir devlet başkanının bu skandal, kadınlara yönelik cinsiyetçi söylemleri tüm dünya kadınlarının tepkisine yol açmış ve onları ortak hareket etmeye itmiştir. Hatta kadın haklarını



korumak için siyasi bir direniş bile başlamıştır. Tüm dünyada yankı uyandıran bu gelişmeler sonucu aktivist kişiliği ile tanınan Miuccia Prada

da kadınlara yönelik bu saldırılara sessiz kalamamış ve çağının sorunlarını mesele etmiş her sanatçı gibi eserleri ile tepkisini ortaya koymuştur. Koleksiyonu ile. Koleksiyon 2018, İlkbahar/Yaz koleksiyonu olan W4W (Woman for woman: Kadın, kadın için). Sloganı ise, 'The real life comics'tir.

Real Life Comics

Gerçek Hayat Çizgi Romanları

Yıl 1938, ABD'de bir karikatür dergisi "DC Comics 1" Superman'i ilk defa halka sunmuştur. Hepimizin bildiği mavi ve kırmızı kostümü olan Superman. Kostümünde o zamanki sirklerde gösteri yapan güçlü adamların giydiği taytlardan kullanılmıştır. Kostüm renklerinde ise, Amerikan bayrağına gönderme yapmak için mavi ve kırmızı seçilmiştir.

Superman gibi erkek bir kahraman o dönemlerde herkesi çığına çevirmiştir. Takvimler 1941 yılını gösterdiğinde ise bambaşka bir şey olmuş, Miss Fury adında yeni bir çizgi roman yayımlanmıştır. Miss Fury, Tarpe Mills adlı bir kadın tarafından yazılan ve çizilen ilk kadın süper kahramandır. Ama maalesef, Tarpe Mills'in kadın olduğu uzun süre dışlanmak endişesiyle gizlenmiştir.

Bir Kadın Süper Kahramanın Yarattığı İlham

Tarpe Mills, 2. Dünya Savaşı sonrası çizgi roman dünyasında hakim olan kadınlık imgelerine karşı bir tepki olarak çıkardığı Miss Fury ile çığır açmıştır. O zamanlarda kadınlara, güçlü bir erkek kahraman tarafından kurtarılmayı bekleyen zayıf karakterler gözüyle bakılmaktadır.

Ancak Mills, çizgi romanlarında da olsa farklı türden bir kadın karakter için yer olduğuna inanmış ve Miss Fury' i yaratmıştır.

Miss Fury; yetenekli, sert fikirli, hem güçlü, hem cazibeli, müstehcen davranışlar gösterebilen bir kahramandır. Miss Fury yeri geldiğinde kırmızı balo elbisesiyle paraşütle atlayabilmektedir.

Tarpe Mills kadınlar hakkındaki yaygın görüşü yıkarak; provokatif bir fikirle kalemi eline almış, yeni bir kadın figürü yaratmış ve bu yeni kadını erkeklerin dünyasına kabul ettirmiştir. Üstelik toplumda yaygın olan güçlü kadın imajının aksine Miss Fury erkek gibi giyinmemiş son derece cazibeli bir görüntüyle güç sergilemiştir.

İşte Tarpe Mills'in kalemini eline alarak çizimleriyle yepyeni bir kadın imgesi oluşturduğundaki cesareti, kadınlara yönelik cinsiyetçi söylemlerin ve şiddetin arttığı bir dönemde Prada'nın resmi olarak da açıkladığı üzere ilham kaynağı olmuştur.

Tarpe Mills' in yaptığı gibi sanatçıların bir kalemle yeni hayatlar yaratabilmesi ve anlatabilmesinin ilham vericiliği, Prada'nın temasını ve koleksiyonunu karikatürler ve aktivist çizerler etrafında oluşturmasını sağlamıştır. 53 farklı görünümün yer aldığı bu koleksiyonun ana parçaları; geniş yakalı maskülen yelekler, ceketler ve kabanlardır. Pamuk, kaşmir, triko, vinil, naylon ve deri kumaşlarla oluşturulan paltolar, ceketler ve kesilmiş pantolonlara yapılan serigrafi baskı ile kırışıklık efektleri verilmiş ve böylece dijital baskının ortaya çıkmasından önceki zamana dayanan, elle çizimin yapıldığı zamanlarda olduğu gibi kaba ve hazır bir analog sürece vurgu yapılmıştır.

Koleksiyonda hissedilen gerek Tarpe Mills gibi feminist karikatüristler, gerekse 1980'lerin başındaki kendin yap akımından detaylar olmuştur. Koleksiyon, politikacıların kadınlar hakkındaki saldırgan ve cinsiyetçi söylemlerinden yola çıkarak güçlendirici gerçekleri ortaya sermiştir. Bunlar;

Yeni neslin uyanmış olduğu,

Artık kimsenin gençlere politika vaazı vermesine gerek olmadığı,

Her kadının bir kahraman olduğu gerçekleridir.

Bu gerçekler ışığında Miuccia Prada, koleksiyonun aracılığıyla kadınları kaba kullanmaya çağırmış ve kendilerini göstermelerini istemiştir. Özetle kadınları aktivist olmaya davet etmiştir.



Paylaş, Etkileş, Birleş! Nermin Köse

<https://cleanclothes.org/>

<https://www.wwf.org.tr/calismalarimiz/tatli-su/buyuk-menderes-havzasnda-su-koruyuculuu/>

<https://www.goodclothesfairpay.eu/>

Tablo Strategy and Sustainability IESE Business School

Modada Sessiz Aktivizm Sanem Odabaşı

bkz. <https://www.surdurulebilirmodalisani.com/payup>

Aktivizm Modanın Muhalifi mi? Arabulucusu mu? Şölen Kipöz

Arnold, R (2010). *Fashion: A very short introduction*. Oxford/New York: Oxford University Press

Luke, A.F (2013). "Design Activism: Challenging the paradigm by Dissensus, Consensus and Transitional Practices"

[içinde] Walker, S (ed) *Handbook of Design for Sustainability*. Bloomsbury.

Black, S (2008). *Eco-chic: The Fashion Paradox*. Black Dog Press

Newman, J., Robbins, P (2011) *Green Ethics and Philosophy*. London: Sage pub

Kipöz, Ş (2020) (ed.) *Modada Yavaşlık*. İstanbul: Yeni İnsan Yayınları

Kipöz, Ş ve Gökçe, H (2021) *Moda Personası Podcast Episode 3*

Politik Bir Enstrüman Olarak Moda Damla Özenç

Özdemir, Emel. MODA DÜNYASINDA FEMİNİZM AKIMIYLA BAŞLAYAN AKTİVİST HAREKETLERE İMGEBİLİMSEL

BİR BAKIŞ syf. 115-129

https://www.researchgate.net/profile/Uemit-Yilmaz-2/publication/335588984_UNIVERSITEDE_OGRENIM_GOREN_KIZ_OGRENCILERIN_GIRISIMCILIK_NIYETLERININ_BELIRLENMESI_BIGADIC_MESLEK_YUKSEKOKULU_ORNEGI/links/5da83bd792851caa1bab2a7c/UeNIVERSITEDE-OeGRENIM-GOeREN-KIZ-OeGRENCILERIN-GIRISIMCILIK-NIYETLERININ-BELIRLENMESI-BIGADIC-MESLEK-YUeKSEKOKULU-OeRNEGI.pdf#page=114

Çakmak, Eda. *Aktivizm Olarak Moda: Pussyhat*

<https://manifold.press/aktivizm-olarak-moda-pussyhat>

Aksu, Lara. *FASHION: A POLITICAL STATEMENT*

<https://heconomist.ch/2021/05/05/fashion-a-political-statement>

Singer, Maya. *Power Dressing: Charting the Influence of Politics on Fashion*

<https://www.vogue.com/article/charting-the-influence-of-politics-on-fashion>

Sennet, Richard. *Yeni Kapitalizmin Kültürü* syf. 102-125

Berlin Duvarı ve Blue Jean'in Sembolizmi Eylül Serfice

<https://www.atlasdergisi.com/kesfet/kultur/duvarsiz-25-yil.html>

https://tr.wikipedia.org/wiki/Berlin_Duvar%C4%B1

<https://sourcingjournal.com/denim/denim-brands/jeans-symbol-youth-empowerment-berlin-wall-germany-cold-war-levis-174427/>

<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/193346>

<https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1053891>

<https://www.acarindex.com/pdfs/110350>

<https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1174881>

Bir Moda Koleksiyonunun Ardındaki Hikaye Güzide Yücel Sol

<https://www.pradagroup.com/en/news-media/news-section/real-life-comix.html>, Erişim Tarihi: 21.04.2021

<https://www.zoemagazine.net/127031-prada-ss18-real-life-comix/>, Erişim Tarihi: 21.04.2021

<https://wwd.com/runway/spring-ready-to-wear-2018/milan/prada/review/>, Erişim Tarihi: 21.04.2021

<https://2x4.org/work/prada-ss18-womens-fashion-show/>, Erişim Tarihi: 21.04.2021

<https://www.prada.com/ww/en/pradasphere/fashion-shows/2018/ss-womenswear.html>, Erişim Tarihi: 21.04.2021

<https://www.fashiontrendsetter.com/v2/2017/09/26/prada-springsummer-2018-womens-collection/>, Erişim Tarihi: 21.04.2021

<https://www.sanatlaart.com/pop-art-sanatcisi-roy-lichtenstein-hakkinda-6-iliginc-bilgi/>, Erişim Tarihi: 21.04.2021

<https://www.thelovemagazine.co.uk/article/how-miuccia-prada-always-finds-inspiration-in-things-that-repulse-her>,

Erişim Tarihi: 21.04.2021

https://en.m.wikipedia.org/wiki/The_Yellow_Kid, Erişim Tarihi: 21.04.2021

<https://www.chrisisoninfiniteearth.com/2017/05/the-world-of-smallville-1-1988.html?spref=pi&m=1>, Erişim Tarihi: 21.04.2021

<https://mobile.twitter.com/DynamiteComics/status/1284687152819793926/photo/1>, Erişim Tarihi: 21.04.2021

<https://www.tate.org.uk/art/artworks/lichtenstein-whaam-t00897>, Erişim Tarihi: 21.04.2021

<https://www.nolm.us/dunyayi-sarsan-kadinlar-yuruyusunden-guclu-ve-yaratici-pankartlar/>, Erişim Tarihi: 21.04.2021

https://dynamiteentertainment.fandom.com/wiki/Tarpe_Mills, Erişim Tarihi: 21.04.2021

<https://www.pussyhatproject.com/whats-next>, Erişim Tarihi: 21.04.2021

<https://www.google.com.tr/amp/s/www.cnnturk.com/amp/dunya/donald-trumpin-kadinlar-hakkinda-soyledigi-10-soz>,

Erişim Tarihi: 21.04.2021

<https://www.google.com.tr/amp/s/hypebae.com/2017/9/prada-spring-summer-2018-mfw%3famp=1>, Erişim Tarihi: 21.04.2021

teşekkür

Bu sayıda emeği geçen;

Avrupa Birliği Sivil Düşün Program Ekibine

Bilgesu Altunkan

Bilgehan Turhan

Hanne Yıldırım

ve tüm içerik sahiplerine teşekkürler...

İletişim

iletisim@trtex.org

instagram.com/trtexorg

trtex.org

trtex.org



Avrupa
Birliği **sivil
düşün**

Bu Dijital Yayın Avrupa Birliği Sivil Düşün Programı kapsamında Avrupa Birliği desteği ile hazırlanmıştır.
İçeriğin sorumluluğu tamamiyle trtex.org'a aittir ve AB'nin görüşlerini yansıtmamaktadır.