



(Makale Gönderilme Tarihi: 31.05.2018 – Makale Kabul Edilme Tarihi: 21.06.2018)

## SINIFSIZ BİR GİYSİ OLARAK DENİM

*Ceren Öz - Rukiye Kaya - H. Nurgül Begiç\**

### Özet

Giyinmek; insanlar için beslenme, barınma gibi temel ihtiyaçlarının başında gelmektedir. Fakat zamanla yaşam standartları değişmiş, giyim kuşam kültürü içerisinde de bir takım hammadde kaynaklarına erişim kolaylaşmış, teknoloji ilerlemiş ve giyinmek yalnızca örtünme işlevini gören bir eylem olmanın dışına taşmaya başlamıştır. Bu durum ise moda kavramının ortaya çıkmasına yol açmıştır. Moda; insanların giydikleri giysiler ile bir kimliğe bürünmelerine yardımcı olmakta ve bir nevi insanları sınıflandırmaya aracılık etmektedir. Giyilen giysiler markası, tarzı, kalitesi gibi birçok parametreye bağlı olarak görünmez bir şekilde insanları sınıflandırmaktadır.

Günümüzde moda ürün olma durumunu hiç kaybetmeyen denim giysiler; ilk olarak çeşitli meslek grupları tarafından benimsenmiş olmasına rağmen işlevsellikleri sayesinde ilerleyen moda tarihinde hemen hemen toplumların her kesimi tarafından kullanılmaya başlanmıştır. Denim; moda gibi sürekli arayış içerisinde olan bir sektörde her sezon varlığını korumaktadır. Zamansız, milliyetsiz, cinsiyetsiz bir giysi olarak denim; moda sektörü göz önüne alındığında benzersiz bir giysi olarak ayrılmaktadır. Bütün toplumlar tarafından kabul gören ve her kesimden insanın kendi tarzına ve yaşayışına göre biçimlendirebildiği bir giysi; insanların sınıflandırılması ve ayrıştırılmasına bir engel niteliğindedir. Bu özelliklerinden dolayı denim; moda olgusu içerisinde modaya baş kaldıran ikonik bir giysidir.

Bu çalışma ile denimin (Blue Jean-kot) ortaya çıkışı, toplumun her kesimi tarafından kabul ve tercih edilmesi ve moda tasarım olgusu içerisinde denimin ikonik duruşu incelenecektir. Denimin moda sektöründeki duruşu sosyolojik ve kültürel olarak değerlendirilmesi açısından önemlidir.

**Anahtar Kelimeler:** Denim, Blue Jean, Moda, Giysi.

## Denim: A Classless Garment

### Abstract

Clothing is one of the primary requirements of humans as nutrition and sheltering. However life standards have changed in the course of time and access to a set of raw materials have

\* Öğr Elm. Çankırı Karatekin Üniversitesi Güzel Sanatlar Fak. [cerenozdemir353@gmail.com](mailto:cerenozdemir353@gmail.com)

Öğr Elm. Çankırı Karatekin Üniversitesi Güzel Sanatlar Fak. [rukiyekaya77@hotmail.com](mailto:rukiyekaya77@hotmail.com)

Doç.Dr. Çankırı Karatekin Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi. [begicnurgul@gmail.com](mailto:begicnurgul@gmail.com)

become easier in terms of apparel culture and technology has advanced and clothing has begun to go beyond being an act of covering oneself basically. At this point fashion phenomenon has begun to appear. Fashion contributes people to disguise in an identity via the garments they put on and it leads to categorize people in some way. Garments categorize people in an invisible way depending on many parameter such as brand, style and quality.

Denim is a type of cotton. Although denim clothes indigenized by various occupational group they started to use by people nearly from all strata within the history of fashion due to their functionality. Denim preserves its status in every season in fashion which is a sector that on a quest all the time. Being a timeless, nationless and genderless, denim is distinguished as a unique garment in terms of fashion. A garment, that has acceptance from every society and which can be formed by people from all strata depending on their style and living, is an obstacle for categorization and dissociating people. Due these features, denim is an iconic garment that challenges fashion within the fashion phenomenon.

The appearance of denim (blue jean, jeans) and its iconic stance within the fashion design phenomenon and its acceptance and preferability by the society will be examined with this study. The stance of denim in fashion sector is significant in terms of its sociological and cultural evaluation.

**Keywords:** Denim, Blue Jean, jeans, Fashion, Clothes.

## 1. Giriş

Moda olgusu toplumsal yaşamda yadsınamayacak bir etkiye sahiptir. Giysiler ve aksesuarlar insanların kendilerini nasıl hissettiklerinin, kendileri için neler düşündüklerinin ve başkalarının onlara nasıl davranmalarını istediklerinin ifadesidir (Tungate 2006: 14). Toplumsal kimlik üzerinden bu kadar söz sahibi olabilen moda; toplumsal sınıflandırmanın oluşmasında da söz sahibidir.

Yüzyıllar önce kullanılmaya başlamış fakat hala geçerliliğini kaybetmemiş bir kumaş türü olan denim; yalnızca bir tekstil ögesi olmanın dışında bir duruşa sahiptir. Denim toplumun hemen hemen her sosyal kesimi tarafından benimsenmiş, çeşitli düşünceler ile desteklenmiş sosyo kültürel yaşamın bir ögesi haline dönüşmüştür. Ayrıca modanın değişken döngüsü içerisinde denim zamansız ve mekansız olarak varlığını sürdürmektedir.

Bu çalışmada konunun kavramsal çerçevesine bağlı kalınarak yerli ve yabancı kitap, dergi, tez gibi kaynaklardan elde edilen bilgiler, bilimsel içeriğe uygun biçimde derlenmiştir. Nitel araştırmalar kapsamında yer alan çalışmada veri toplama tekniği olarak belgesel tarama metodundan, veri analiz tekniği olarak betimsel analiz yönteminden yararlanılmıştır.

### Moda Olgusu ve Sınıflandırma Gücü/ Etkisi

İnsanlar, ilk önce yaşadıkları koşulları kolaylaştırmak için alet, edevat ve giysi üretmişler, sonra da bunların daha iyisini, daha güzelini ve daha kalitelisini üretme yolunu seçmişlerdir. Zamanla gelişen toplumlarda öne çıkan bazı etmenler yaşam tarzlarında ve dolayısı ile talep edilen ürünlerde belirleyici unsur olmuştur. Dini ve askeri kurumlar, esnaf ve tüccarlar ile çiftçi grupları gibi toplumu oluşturan grupların talepleri, kullanacakları malzemelerle, üretilecek nesnenin belirlenmesinde temel faktör olmuştur. Ulaşım koşulları geliştikçe değişik bölgelerden gelen ürünlerin de pazarlarda yer almaya başladığı görülmektedir. Böylece tüketici aynı ürünün değişik şekillerde üretilmiş çeşitlerini görme ve seçme şansına sahip olmaya başlamış ve moda kavramı bu şekilde biçimlenmeye, çağdaş şeklini almaya başlamıştır (Öz 2016: 11-12).

Tarihsel süreç içerisinde döneminin koşullarıyla ilişkili olarak birçok tanımlamayla ifade bulan moda kavramı, çoğu literatürde toplumsal, siyasi ve ekonomik koşullarla bağlantılı olarak açıklanmaktadır. İlkçağdan postmodern sürece kadar modanın en yaygın kullanımı ise giysiyle ilişkili biçimde ele alınmaktadır (Evecen 2015: 217).

Metaforik bir biçimde günümüzdeki moda kavramı, giyinmekten çok farklı bir noktadadır. Giyinmek; ihtiyaçtan doğan bir eylemken, modanın oluşması için çeşitlilik ve ihtiyaçtan fazlasına gerek vardır. Kavram olarak modanın ortaya çıkışını teknolojinin gelişmesi, küreselleşme, ham madde kaynaklarının işlenişinin ve kullanımının kolaylaşması, alım gücünün artıp, çeşitlenmesi gibi birçok etken tetiklemiştir.

Moda sosyolojik, ekonomik, toplumsal, psikolojik ve yeri geldiğinde sanatsal bir olgudur. 1876 tarihinde sosyolog Herbert Spencer; kendi döneminde modanın toplumda oynadığı rolü incelemiştir. Spencer; değişmekte olan bir sosyal yapıda yaşamış ve modayı sosyal evrimin bir parçası olarak görmüştür (Kawamura 2016: 34). Moda kitleleri peşinden sürüklenme ve sınıflandırma gücüne sahiptir.

Moda olgusunun gücü, toplum tarafından göz ardı edilemeyecek duruma geldikçe, sosyologlar moda üzerine araştırmalar yapmışlar ve bir takım moda kuramları geliştirmişlerdir. Bu moda kuramları; modanın yayılım ve yokoluş sürecini incelemektedir. Sosyologlar; modanın yayılım sürecini incelerken bu yayılımların genellikle sosyal sınıflar arasındaki geçişlerine odaklanmışlardır. Bir giysinin ait olduğu sosyal sınıftan çıkarak diğer sosyal sınıflara yayılması kuramlar ile açıklanmıştır. Bu durum; toplumsal sınıflandırmanın ve modanın girift ilişkisi ile açıklanabilir.

Geçmişte toplumsal sınıf farklılıkları daha net bir şekilde belirlenebilirken, değişen dünya ile bu farklılıklarda esnemeler olmaya başlamıştır. Hakko, “Moda; gerçek anlamda ancak değişmeye inanan, değişme yoluna girmiş toplumlarda ortaya çıkar. Bu nedenle de bir yandan ekonomiye bir yandan da toplumsal yapıya sıkı sıkıya, ama hareketli biçimde bağlıdır. Uzun zaman boyunca moda, nüfusun yalnızca bir bölümü ilgilendiren bir olgu olarak kalmıştır fakat değişen dünya şartları altında demokratikleşmeye doğru gitmekte ve bir sınıf olgusu olmaktan çok, bir kitle olgusu olmaya başlamaktadır” (Hakko 1983: 13-14) sözleri ile moda olgusunun sınıf olgusundan uzaklaşmakta olduğunu vurgulamıştır.

Moda olgusu geçmişe göre daha bulanık sınıflandırma çizgilerine sahip olsa da yine de toplumsal ve politik bir güce sahiptir. Toplum tarafından onaylanma, sevgi ve itibar görme insanların moda olan giysiler ile kazandıkları bir statü durumundadır. Moda sayesinde; insanlara yetersizlik duygusu aşılanarak yeterli olmak için satın alma süreçlerinin başlamalarına zemin hazırlanmaktadır.

Otto Van Busch, “Biz modayı insanların bir arada yaşamalarını güvence altına alan yaşayan bir güç olarak görüyoruz. O bizimle var olur, canlıdır, bizi harekete geçirir ve canlandırır. Aynı zamanda da kontrol edilen, uğruna mücadele edilen, üzerinden kâr sağlanan, kötüye kullanılan veya iktidar malzemesi olarak kullanılabilen bir güçtür (Busch 2017: 41)” sözleri ile modanın canlı ve yadsınamaz gücüne dikkat çekmektedir. Moda bu noktada politik bir duruşa sahiptir. Bu insanları sınıflandıran, onlara giysiler aracılığı ile statü sağlayabilen bir duruştur.

### **Denimin Tarihsel Süreçte Ortaya Çıkışı**

Denim; kot yapımında kullanılan bir tür pamuklu kumaş ([www.tdk.gov.tr](http://www.tdk.gov.tr)) olarak tanımlanmaktadır. Denimin ilk ortaya çıkışı ve kullanımı ile ilgili çeşitli bilgiler bulunmaktadır.

Şöyle ki, 1750 yılında Fransız tekstil endüstrisinin önemli isimlerinden John Holker, İngiltere kumaş fabrikalarından topladığı yüz tip kumaşı ve İngiltere'nin Manchester bölgesinde bulunduğu sekiz tür denimi hazırladığı bir el yazmasında toplamıştır (Özbakiş'tan aktaran Kaya 2006: 1).

1850 yılında yirmi üç yaşında Levi Strauss isimli Amerikalı bir genç, altın arayıcılarının ihtiyacı olan sağlam pantolonlar üretmek için tente ve vagon örtüsü olarak kullanılan kanvası kesmeye başlamıştır ve kısa sürede pek çok pantolon üretmiştir. Bu çözgüsü boyalı, atkısı ise ekru kumaştan yani “denim” den Levi Strauss ilk “blue jeans” i üretmiştir. Kuşkusuz bu dönemde Levi Strauss yüzyıla damgasını vuracak bir pantolon tasarladığını bilmemektedir ve kanvas kumaşından ürettiği ilk denim pantolonlar hiçbir moda kaygısı taşımayan; işçilerin içinde rahat hareket etmesini sağlayacak, yüksek belli tulum niteliğindedir (Kaya 2006: 1-2).



**Resim 1:** İlk Denim Pantolonlarının Fotoğrafi (Kaya 2006: 2)

1870'lerin başlarında, Nevadalı terzi Jacob Davis, madenciler, çiftçiler ve çiftlik çalışanlarından oluşan müşterileri için pamuklu “denim” kumaş ve ceplerde bakır perçinler kullanarak, dayanıklı işçi pantolonları üretmeye başlamıştır. Daha sonra kimi zaman denim kumaşlarını satın aldığı Levi Strauss'a maddi destek için başvurmuş, böylece mavi denim pantolonlarda Levi Strauss&Co. ortaklığı kurulmuştur. Pantolonlar evde kadın çalışanlar tarafından üretilirken, talep artınca Francisco'da bir imalathane açma ihtiyacı hissetmişlerdir. 1880'lerin sonunda Levi's, pantolonların bel çizgisinin arka kısmına deriden marka etiketini eklemiştir ve şirket 1890'lardan itibaren popüler 501 modelini üretmeye başlamıştır (Fogg 2014: 343).



**Resim 2.** Levi's Strauss & Co Reklam Afışı

(<http://www.levistrauss.com/unzipped-blog/2014/05/02/horse-power-the-story-behind-our-jeans-literally/>)

Türk tarih profesörü; Halil İnalçık ise denim kumaşın kökeninin Türk tekstil tarihi ile yakından ilgili olduğunu savunmaktadır. İnalçık'a göre denim; XVIII. yüzyılda Türkiye'den mavi ve beyaz pamuklular ithal eden Güney Fransa'da ismini almıştır. Fransız tarihçi Paul Masson; Marsilya Ticaret Odası arşivinden elde ettiği bilgilere göre; İzmir'den Marsilya'ya büyük ölçüde kaba mavi pamukluların ihraç olduğunu ve bu malın İspanya tarafından satın alındığını belirtmiştir (İnalçık 2008: 127).

### **Denim ve Sınıfsızlık**

Moda değerlendirmesi toplumsal sınıflandırmaya dayanır. Moda değerlendirmesi sadece kıyafetleri ve giyen kişileri kategorilere ayırarak sınıflandırmaz, bu sınıflandırma ayrıca giyen kişiyi alt kültür, meslek, ırk, ahlak ve diğer tüm kalıplarla birlikte kategorilere ayırır (Busch 2017: 77). Giysiler; moda sistemi içerisinde bu sınıflandırmayı hayata geçiren öğelerdir. Fakat denim; tüm bu sınıflandırmaların dışında kalan bir giysi olarak moda sisteminde yerini almıştır.

Esasen, denim kökeni yalnızca erken dönem endüstriyel kapitalizminin sömürgeci alışverişlerinde yer alan bir kumaş olmasında değildir. Bu kumaş aynı zamanda modern küresel kapitalizmdeki uluslararası işçi gücünün, hareketlerince üretilen kültürel ve ticari değer biçimleri hakkında da daha modern bir hikaye anlatır. Denim kumaşın örneğin Amerika Birleşik Devletleri'ndeki simgesel değerinin kökeni, Latin Amerika veya Uzak Doğu'nun "gelişmekte olan" ekonomilerine artarak tedarik edilen veya ABD içerisindeki göçmenler tarafından gerçekleştirilen sanayii ve el işlerinin biçimlerine neden olma gücünden gelir. Bu yüzden denim kumaşın yararlılığı emeğin modern küresel kapitalizmdeki uluslararası hareketini anar fakat bunu milli geçmişin kaybedilen sınırı için duyulan özlem formunda gerçekleştirir. Giyinenlerinin zaman içerisinde bir artış göstererek ayrıldığı iş gücü biçimlerine başvurmadaki denim kumaşın bu yeterliliği ayrıca uluslararası pazarda sınıf statüsü göstergesi olarak değerini de sigortalar (Manzano 2009: 658'den akt. Salazar 2010: 295). Bir başka biçimde böyle bir değer kökeni, denim kumaşın yalnızca Amerika kültürü içerisinde kimliklendirilmesinde yatmaz. Fakat onun yerine kökenini, denim kumaşın iş gücüne olan sembolik bir ilişkiyi ileri sürme yeterliliğinden alır. Amerikan kültürü içerisindeki kimliklendirme, bir simgesel ilişki, denimi giyinen kişinin, sınıf farkını tanımlayan el işinin gerçek koşullarından özgürleştirilmesi anlamına gelir (Salazar 2010: 295).

Denim kumaşı, kumaş olarak farklı kılan şey “önemli, samimi ve gösterişsiz, dürüst bir kumaş” olmasıdır (Downey 2007’den akt. Salazar 2010: 294). Eserin somutlaşmış duygusu belki de en grafiksel şekilde Levi’nin ünlü “belgelendirmesi”nde yansıtılmıştır. Bu “belgelendirme”de pantolonların kuvvetini göstermek için, iki atın arasına bir pantolon bağlanır ve atlar da bu pantolonu yırtmaya çalışırlar. Her Levi’s marka pantolona eklenen “Two Horses Brand” (iki atlı marka) etiketinde daha rahatsız edici bir biçimde yüceltilen ve çağrışım yapılan, pantolonun bütününün çizimini ve “ikiye bölünmesi”ni gösteren portredir. Bu portre, insan bedeni içerisine yerleşen “gerçeği” dışarı çıkarırken başvurulan bir yöntem olan dörde bölme işlemi ile gerçekleştirilen parçalanmayı rahatsız edici bir biçimde çağrıştırır (Salazar 2010: 299). Bu sebeple denim pantolonu, bedeni, birbirinden farklı ama kesişen tarihselleştiren süreçlerin düğüm noktasına yerleştiren bir şey olarak görebiliriz. Denim pantolon yararlılığı, dayanıklılığı saf dünyevi güç olarak gösterir. Bu dayanıklılık, yıpranma ve solma motiflerini de taşır ki bu da zaman içerisinde yaşayan bedenin kişisel geçmişini, alışkanlıklarını ve hareketlerini anmaktadır. Bir denim pantolon aynı zamanda bedeni, 294 J.B Salazar gibi ikonik tarihi tiplerin milliyetçi hayali içerisine yerleştirir. Bu tipler, belirli bir vatandaşlığı benimseyen bedenin deneyimini ve aracılığını diriltir ve onları bildirir. Esasen California tepelerinin altın madeni işçilerinin kullanışlı kumaşı olarak bilinen denim, işlevsel ve bu sebeple aynı zamanda doğal ve dünyayla ilişkisi olan olarak algılanan bedeni bölüştürerek emekçinin somutlaştırılmasını vadeder hale gelmiştir. Toplumsal suçlu ve kendine güvenen kovboy algılarıyla kombinlenmiş işçi betimlemesi, liberal kendine aitlik, eleştirel zekâ ve kültürel ret gibi kavramları temsil eden karşı kültürel isyancının tarihteki ortaya çıkışını sağlama alır. Bu sebeple kumaş pantolon, kendisine belirli bir vatandaşlık atfedilmiş bedene biçim kazandıran tarihselleştirilmenin yeridir. Bu biçimlendirme, kendisi kullanım değerinin deneyimi olarak ve aynı zamanda onun aracılığıyla gerçekleştirilen karşı kültürel etkinliğin milliyetçi fantazileri aracılığıyla gerçekleştirilir (Salazar 2010: 295).

İşçi kıyafetleri olarak tasarlanan denimler; işçilerde tek tipleşmeye neden olmuş fakat kadın işçilerin pantolon giymeleri hoş karşılanmamıştır hatta “kadınlıktan çıkmış yaratıklar” olarak görülmüşlerdir. Bundan dolayı, erkekler için üretilen denim tulumlar İngiliz kadın çiftçiler tarafından I. Dünya Savaşı’ndan sonra ancak etekle birlikte giyilebilmiştir. Kadınların denim pantolonu rahat bir şekilde giymeleri II. Dünya Savaşı’ndan sonra Fransız modasının Amerikan giyim endüstrisine etkisi ile olmuştur (Crane'den aktaran Akyol, 2010: 190-191). Tarihte; kadınlar pantolon giyme haklarını elde ettikten sonra dahi kadın ve erkek pantolonları arasında biçimsel farklar bulunmaktadır. Fakat; denim pantolon; iki cinsiyet grubu tarafından da giyilebilen biçimsel olarak ortak görünüme sahip bir giysidir.



Resim 3: İkinci Dünya Savaşı sırasında fabrikadan çıkmış denim giysili kadın işçiler  
(<https://www.heddels.com/2013/04/a-cinematic-history-of-denim/>)

II. Dünya Savaşı sırasında oluşan kaos ortamı, özellikle savaş sonrasında insanların yaşama bakış açılarında farklılıklar oluşmasına ortam sağlamıştır. İnsanların artık yaşamın her alanında yer alma, yönetime katılma, kendi yaşamı ile ilgili kararları kendileri verebilme, özgürlük, barış, huzur ve eşitlik gibi istekleri ortaya çıkmıştır. Tüm bu düşünceler feminizm etkili moda, asi tarzda moda, hippie modası gibi çeşitli moda akımlarının oluşmasına neden olmuşlardır.

Denimler; 1930'lu ve 1960'lı yıllar arasında orta sınıf, işçi sınıfı kadınları, hippiler, solcular, sanatçılar ve marjinal gruplar tarafından giyilmeye başlanmış ve bundan dolayı da denimlere yeni anlamlar yüklenmiştir (Akyol 2010: 191). Bu ortamda denimler hemen hemen her akım tarafından kullanılmıştır. Hollywood etkili filmler ile asi denim pantolonlu tarz popülerleşirken, kadınlar eşitlik isteklerini denim pantolonları ile meydanlarda duyurmaya başlamışlardır. Sosyal eşitliği savunan kitle; önceleri denim pantolonları Amerika simgesi olarak görürken; daha sonraları işçi pantolonu olarak "özgürlük, eşitlik, sınıfsızlık" gibi terimlerle kodlayarak kullanılmaya başlamıştır (Akyol 2010: 191). Toplumun her kesimi denime maruz kalmış ve onu içselleştirmiştir.

Özellikle savaş sonrası yıllarda sanatın; aristokrasinin tekelinden çıkmış olması, sanatsal çeşitliliği arttırmış ve müzisyen, oyuncu, ressam gibi farklı sanat dallarından moda ikonları ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu ikonların giyim tarzları, onların izleyicileri tarafından da uygulanmıştır. İlerleyen yıllarda teknolojinin gelişmesi ile özellikle farklı alt kültür müzik gruplarının giyim tarzları da izleyicileri arasında daha kolay yayılmasını sağlamıştır ve her kuşakta farklı moda akımları görülmüştür. Fakat bütün moda akımlarında denim ortak bir payda olarak varlığını sürdürmüştür.



Resim 4: İkonların Denim Tarzlarından Örnekler

(<http://www.denimblog.com/2012/11/celebrity-icons-wearing-denim-throughout-history/>)

Catherine Milinaire ve Carol Troy 1975 yılında yazdıkları *Ucuz Şıklık* isimli kitaplarında; ucuz şıklık için; "Üzerine ispanyol paça, streç pantolon, hatta şalvar bile geçirebilirsin. Bir de sadece düzgün, güvenilir, eski tarz gösterişsiz bir blue jean geçirmeyi dene" tavsiyesinde bulunmuşlardır (Milinaire& Troy'dan aktaran Blackman, 2013: 261). Bu tavsiyedeki özellikle güvenilir kelimesi denim kabul edilir toplumsal bir öge olduğuna ve dönüşmek istenilen kişi için ihtiyaç olan temel giysi olduğuna işaret etmektedir.

## Sonuç

Tarih sürecinde görülen çok çeşitli moda akımlarında denim, popülerleşmeye başladığından itibaren ivmesini hiç düşürmeyen bir giysidir. Önceleri işlevselliği için tercih edilen bir giysi iken, ilerleyen zamanlarda çağın getirileri ile birlikte çeşitli düşünce yapılarının beslediği kültürel bir forma dönüşmüştür. Bu kültürel form; neredeyse bütün toplumlarda geçerli ve kullanılıyor olması nedeniyle önemlidir. Her farklı grup denimi kendi düşünce yapısına göre değerlendirmiş ve onu benimsemeye yatkınlık göstermiştir. Denim; modanın sınıflara ayıran gücü karşısında toplumun hemen hemen her kesimi, her inanç grubu, her sosyolojik grubu tarafından sınıfsızlığını korumuştur. Denim; zamansız ve mekansız bir giysidir ve bu onun modanın yargılayıcı değerlendirmelerinden dışarıda kalmasını sağlamaktadır. Ayrıca şık-spor, zengin-fakir, gelişmiş-az gelişmiş gibi toplumda oluşan zıt parametrelerin hepsinde kullanılabilir olması denim için ön yargılara izin vermeyen, güvenilir, risksiz bir giysi olduğu gerçeğini ortaya çıkarmaktadır.

## Kaynakça

- Akyol, K. P. (2010), "Küreselleşen Moda Bağlamında Blucin Kültürü Üzerine Bir Araştırma", *Milli Folklor Dergisi*, 22 (86), s. 186-196.
- Blackmann, C. (2013), *Modanın Tarihi 1900'den Bugüne*, Kerasus Kitap: İstanbul.
- Busch, O. V. (2017), *Moda Praksisi*, Yeni İnsan Yayınevi: İstanbul.
- Ertürk, N. (2011), "Moda Kavramı, Moda Kuramları ve Güncel Moda Eğilimi Çalışmaları", *Art-e Sanat Dergisi*, 4 (7), s. 1-32.
- Evecen, A. (Aralık 2015), "Baudrillard'dan Modern Toplumlara Özgü Bir Moda Kavramı Çözümlemesi", *Sobider*, Y. 2, S. 5, s.216-226.
- Fogg, M. (2014), *Modanın Tüm Öyküsü*, Hayalperest Yayınevi: İstanbul.
- Hakko, C. (1983), *Moda Olgusu*, Vakko Yayınları: İstanbul.
- <http://www.denimblog.com/2012/11/celebrity-icons-wearing-denim-throughout-history/> Erişim Tarihi 03.06.2018
- <http://www.levistrauss.com/unzipped-blog/2014/05/02/horse-power-the-story-behind-our-jeans-literally/> Erişim Tarihi 01.06.2018
- <https://www.heddels.com/2013/04/a-cinematic-history-of-denim/> Erişim Tarihi 01.06.2018
- İnalçık, H. (2008), *Türkiye Tekstil Tarihi*, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.



- Kawamura, Y. (2016), *Moda-loji: Moda Çalışmalarına Giriş*, Ayrıntı Yayınevi: İstanbul.
- Kaya, R. (2006). *Tüketicilerin Jean Kullanımı Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Öz, C. (2016). *Türk Moda Tasarımcılarının Markalaşma Sürecinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Salazar, J.B. (2010), “Fashioning The Historical Body: The Political Economy of Denim”, *Social Semiotics*, C. 20, S. 3, 2010, Taylor & Francis, s. 293-308.
- Tungate, M. (2006), *Modada Marka Olmak*, Rota Yayınları: İstanbul.
- [www.tdk.gov.tr](http://www.tdk.gov.tr) Erişim Tarihi 30.05.2018