



T.C.
Kültür ve Turizm Bakanlığı
Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü

9 MİLLETLERARASI
TÜRK HALK
KÜLTÜRÜ KONGRESİ

MÜZİK OYUN VE EĞLENCE

SOMUT OLMAYAN
KÜLTÜREL MİRASIN
KORUNMASI ÇALIŞMALARI

KÜLTÜR ENDÜSTRİSİNİN GELENEKSEL KINA GİYİMİNDE “KAFTAN”I POPÜLERLEŞTİRMESİ ÜZERİNDEKİ ROLÜ

Zeynep İrem DEĞER¹

Giriş

Kültür endüstrisi terimi 20. yüzyılda Adorno ve Horkheimer’in “Aydınlanmanın Diyalektiği” adlı eserlerinde karşımıza çıktığında kültürün ekonomik bir kaynak olması bakımından olumsuz bir yaklaşım taşımaktaydı. Onlara göre kültür endüstrisi; “hayatın her alanının, kültürün metalaştırılması, tektürleştirilmesi yani şeyleştirilmesidir”. Adorno ve Horkheimer, kültürün metalaştırılmasını hâkim ideolojinin hem ekonomik hem de ideolojik olarak kitlelerin bilincinde yeniden üretilmesi şeklinde açıklamıştır (Kara, 2014: 51). Adorno, “Kültür Endüstrisini Yeniden Düşünürken” adlı makalesinde ise kültür endüstrisinin “eski olanla tanıdık olanı yeni bir nitelikte birleştirdiğini” belirtmektedir (Adorno, 2003: 89). Adorno’nun yaklaşımına göre kültür metaya dönüştürülerek tüketime hazır hale getirilmektedir. Kulak, Adorno’nun tanımlamalarından yola çıkarak kültür endüstrisinin genel bir tanımını yapmaktadır: “Kültür endüstrisi ya da eşdeyişle endüstriyel kültür, müzik, sinema, edebiyat gibi her türden kültürel öğenin ve etkinliğin meta formunda üretildiği ya da metalaştırıldığı, böylece sıradan nesnelere gibi alınıp-satılabilir bir hale dönüştürüldüğü ve bu kültürel ürünler aracılığıyla rasyonalizasyona dayalı bir kültürün inşa edildiği bir süreçtir” (Kulak, 2017: 88). Kültürel endüstrilerin tüketime dayalı oluşturduğu bu sistemin içerisinde bireyin istek ve arzuları da sistem tarafından şekillenmektedir.

¹ Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türk Halk Bilimi Bölümü Doktora Öğrencisi, e-posta: zeynepiremf@gmail.com



Birey, tüketim toplumu içerisinde kendi özgür tercihlerini yaptığını düşünerek sahte ihtiyaçlarını belirli bir uyum halinde tüketmektedir. Kültür endüstrisi karşısında birey etken olduğunu düşünürken, aslında edilgendir. Çünkü tüketim kültüründe bireyin istekleri kültür endüstrisi tarafından yönlendirilmektedir. Tekin, “özgürlük” ve “seçim”in özne ve nesne ilişkisine büründüğü bu durumu popüler kültür ve kültür endüstrisi farkını bize göstermesi şeklinde ifade etmektedir (Tekin, ? : 6). Adorno ise; “Kültür endüstrisi yönetilmiş olduğu milyonların bilincini ve bilinçaltını yönlendiriyor olmasına rağmen kitleler birinci değil, ikincil role düşerler ve hesaplanabilir nesnelere, makinenin tali parçaları olurlar. Tüketici, kültür endüstrisinin bizi ikna etmeye çalıştığı gibi hükmedici ya da özne değil aksine nesnedir” şeklinde ifade etmektedir (Adorno, 2003: 76). Görüldüğü üzere kültür endüstrisi içerisinde birey özgür biçimde seçim yapma hakkına sahip değildir. Marcuse’a göre bu amaç doğrultusunda gazeteler, dergiler, kitaplar, reklamlar, filmler, müzikler yani kitle iletişim araçlarının tümü düzenin çarkıdır. Kitleye sunulan kültürel veya sanatsal ürünler, bireye yaşam biçimi ve dünya görüşü benimsetir. Böylece tek boyutlu düşünce ve davranış kalıbı ortaya çıkmaktadır (Marcuse, 1990: 11). Adorno ve Horkheimer bu düzen çarkını; “iktidar ilişkilerinin oluşturulduğu, korunduğu, çoğaltılarak dağıtıldığı kısacası iktidarın olumladığı ve iktidar tarafından da beslenen bir endüstri” olarak görmektedirler (Adorno, 2007: 74). Kitle iletişim araçları içerisinde televizyon görsel ve işitsel uyarılar ve imgeler sayesinde birey üzerinde etkisi en fazla olan araçtır. Kitle iletişim araçları, kültür, sanat, moda gibi yaşama dair pek çok ögeyi örtük mesajlarla izleyiciye iletmektedir.

Kültür endüstrisinin araçlarından biri olan televizyon modayı doğrudan etkileyerek insanların giyim anlayışlarını şekillendirmektedir. Televizyon dizileri aracılığıyla sunulan kurgusal yaşantı bireye kendisinin de böyle bir hayata sahip olabileceği fikrini dayatmaktadır. Özellikle dizi karakterlerinin yaşantı tarzı, hayatı, giyimi izleyicide “ben de ona sahip olmalıyım ya da ona benzemeliyim” düşüncesini oluşturmaktadır. Zaten kültür endüstrisinin en önemli yasası, insanların arzuladıkları şeylere kavuşmamalarını ve bu yoksunluk içinde gülerек doyuma ulaşmalarını sağlamaktır. Toplum tarafından dayatılan sürekli yoksunluk, kültür endüstrisinin her gösterisinde, yanlış anlamaya meydan vermeyecek biçimde kurbanlarına bir daha dayatılıp izlettirililmektedir (Adorno, 2009b: 79). Birey hayatının her anında bu hayali gerçekleştirme arzusu içinde yaşamaya başlamaktadır. Kültür endüstrisinin bize dayattığı bu anlayışına göre bireyler özgünleşmekten ziyade tek-tipleşmeye başlamaktadırlar. Adorno, bu durumu “kültür endüstrisi tarafından gelir guruplarına göre birer istatistik ögesi haline getirilen tüketicilerin, neyi izleyeceği ya da dinleyeceği önceden bilindiğinden, bu ürünlerin ulaştığı kitlelerin de bu ürünleri ona göre alıp tüketmesi” şeklinde ifade etmektedir (Adorno, 2012: 12). Bu durumu modaya göre yorumlayacak olursak kapitalist üretim ve tüketim sisteminde “ne giyeceğiz, nasıl giyineceğiz ya da nereden alacağız” gibi sorular kültür endüstrisi tarafından belli bir düzene göre planlanmaktadır.

Kültür endüstrilerinin en önemli ekonomik kaynaklarından birisi de moda sektörüdür. Kültür ve ekonomi kavramları başlangıçta birbirlerinden uzak kavramlar olarak düşünülse de bu kavramlar birbiriyle bağlantılı ve iç içe geçmiştir. Özdemir, kültür endüstrisi içindeki yayıncılık, film endüstrileri, müzik, görsel ve gösterim sanatları, gazeteler, mimari, kültürel ürünlerin perakende ticareti, reklamcılık, oyun sektörü, turizm, eğlence sektörü, mutfak, moda gibi pek çok alanı kültür ekonomisini oluşturan temel sektörler olarak sınıflandırmaktadır (Özdemir, 106). Günümüzde de kültür endüstrisi alanında yüksek kar oranına sahip ekonomik kaynak olarak

moda önemli yere sahiptir. Özdemir, modanın bağımsız bir alan olarak ortaya çıkmasında ve gelişmesinde eğlence dünyasının önemli bir yer işgal ettiğini belirtmektedir. Eğlence, giyim kuşam alanında farklılaşmayı savunur, telkin eder, bireyselliğin ortaya konulmasını destekler. Moda da eğlenceden güç kazanmaktadır. Moda alanında çalışanlar özgünlüğün ve farklılığın yaratılmasında çok kere yerel/geleneksel/ulusal kültürlerden yararlanırlar. Bu durum bir açıdan yerelliğin tüketilmesi, diğer açıdan da yerelin/gelenekselin ulusala ve küresele taşınmasıdır” (Özdemir, 2005: 279). Moda sektörü farklılığı ve özgünlüğü yakalamaya çalışırken seri üretim sonucunda bireyselliğin ön plana çıkmasından ziyade tüketici olarak adlandırdıkları bireylerin tek-tipleşmesine sebep olmaktadır. Modanın bu durumunu Gönenç, “genellikle yaratıcılık ve özgünlükten uzak olarak, basit kalitesiz birbirinin aynı kolay tüketilebilen seri üretim ürünler ortaya çıkarması” şeklinde eleştirmektedir (Gönenç, 2012: 135). Moda sektörünü geçmişten günümüze incelediğimiz zaman moda akımlarının zaman zaman yeniden popüler olduğu gözlenmektedir. Adorno’nun “kültür endüstrisinin sürekli yenilik olarak sunduğu şey, aslında hep aynı olanın kılığını değiştirmesidir” sözleri bu duruma açıklık getirmektedir (Adorno, 2012: 112). Moda tarihinde geçmişte moda olan giyim tarzlarının günümüzde herhangi bir sinema filmi ya da televizyon dizisinde karşımıza çıkmasıyla yeniden moda olduğu gözlenmektedir. Moda, bu etki gücünü ve yayılma hızını kitle iletişim araçlarına borçludur. Yağlı, gündelik hayat gündemlerini ve kültürü değiştiren ve biçimlendiren etkin bir mecra olan modanın, toplumsal yapı ve kültürü çözümlemede önemi ve işlevsel bir anahtar olduğunu belirtir (Yağlı, 2012: 158). Çünkü Crane’in belirttiği gibi göze dayalı, görsel bir kültüre seslenen ve gücünü bu görsellikten de alan moda, kamusal alana yönelik sunumlar/giysiler üretmesine karşın aynı zamanda kamusal alanın doğasından da etkilenir (Crane, 2003: 305). Birey kendi tercihlerinden ziyade modanın etkisiyle giyinmektedir. Tüketim toplumunda bireyin televizyon dizilerinde ya da sinema filmlerinde gördüğü giyim tarzlarından etkilenerek bu kıyafetlere sahip olmak istemesi bu durumun sonucudur. Bunun altında bireyin toplum içerisinde var olma, kimlik ve aidiyet kazanma çabası yatmaktadır. Bu duruma örnek olarak bildirimizin konusunu oluşturan Muhteşem Yüzyıl dizisinin etkisiyle geleneksel kına giyiminde “kaftan”ın popüler hale getirilmesi gösterilebilir.

Muhteşem Yüzyıl dizisi 16. yüzyıl Osmanlı Devleti’nde geçen tarihsel bir dönem dizisidir. Bu çalışmada da Muhteşem Yüzyıl dizisinin geleneksel kına giyimine ve kına gecesi geleneği üzerindeki etkisi üzerinde durulacaktır. Bu anlamda çalışmamızda gelenek üzerinde meydana gelen değişim ve dönüşümlerde kültür endüstrisinin olumsuz etkilerini ortaya koymak ve bu durumu kültürün gelecek nesillere aktarımı konusunda olumlu hale getirebilmek üzere çözüm önerileri oluşturulması amaçlanmaktadır. Dizi yayın hayatına başladığı andan itibaren izlenme oranları oldukça yüksek olduğundan dolayı toplumsal ve kültürel hayatı da etkilemiştir. Dizinin toplumsal hayat üzerindeki değişimlerden birisi de geleneksel kutlamalarımızdan birisi olan kına gecelerindeki geleneksel giyim anlayışımızdır. Türk kadını da geçmişten günümüze düğün, nişan, sünnet, doğum gibi özel günlerdeki giysilerine günlük giysilerinden çok daha fazla özen göstermiştir. Özellikle evlenme törenlerinde gelin giysilerinde kullanılan malzemeler, renkler, motifler ve süslemelerin hepsinin ayrı ayrı veya bir bütün olarak birçok sembolik değere ve kültürel açıdan öneme sahip olmuştur (Kumaş Şenol, 2014: 4). Türk kültüründe düğün giyimine baktığımızda geçmişte üç etek entariler, şalvarla giyilen entariler, bindallılar ve kaftanların kullanıldığı görülmektedir. Bu kıyafetler ayrıca gümüş ve altın simler süslenerek, inciler ve pullarla çeşitli desenler işlenerek hazırlanmıştır. Kıyafetleri tamamlamak için başlıklar, yemeniler, kemerler ve tokalar, aksesuarlar



kullanılmıştır. Gelin kıyafetleri yöreden yöreye model, kesim, kumaş, süsleme yönünden farklılık göstermektedir.

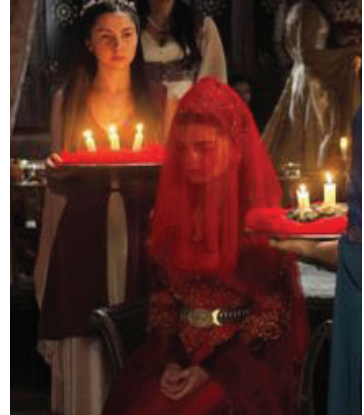
Kaftanlar ise Osmanlı döneminde saray ve çevresinde önem verilen ve itibar gören kullanılan bir giysi türüdür. Kaftan denince ilk akla gelen giysiler, padişah kaftanları ve saray mensuplarına ait olanlardır. Kaftan itibarı temsil etmekte ve sembolik olarak kullanılmaktadır. Kaftan, saray çevresinde ve erkek giyiminde resmi bir nitelik kazanırken, kadınlar tarafından da kullanılan bir giysi olmuştur. Kadın kaftanları da varlık göstergesi ve prestij malı durumundadır.(Görünür vd., 2006: 62-65). Kaftan yapımında kullanılan kumaş, işleme, kürk ve aksesuarlar kadının statüsünü yansıtmaktadır. Bunlar dışında saray ve çevresinde kadınların giydiği kaftanlar rengi göre de belli anlamlara gelmektedir. Renkleri bakımından “kırmızı” renk kaftanlar genellikle düğün ve kına törenlerinde kullanılmıştır. Kırmızı renk kaftan giyilmesine Dede Korkut'ta da rastlanmaktadır. “Dede Korkut hikâyelerinde Banı Çiçek'in otağı ve Beyrek'in giydiği güveyilik kaftan, kırmızıdır. Banı Çiçek'in Yalançoğlu Yaltaçuk'la düğünü olurken giydiği gelinlik kaftan da kırmızıdır” (Yılmaz, 2003:8). Muhteşem Yüzyıl dizisinde de saray hanedanı evlilik törenlerinde kırmızı renk kaftanları kullanmıştır. Dizinin 17. bölümünde Hatice Sultan'ın düğününde, 44. bölümde sarayda kalfa olan Nigar'ın, 99. bölümde Mihramâh Sultan'ın kına gecesinde kırmızı kaftan giymesi bu geleneği yansıtmaktadır.



Fotoğraf 1. Hatice Sultan



Fotoğraf 2. Nigar kalfa



Fotoğraf 3. Mihrimâh Sultan

Türk kültüründe evlilik törenleri çeşitli ritüel ve uygulamalar etrafında şekillenmektedir. Dizide de kına geceleri geleneklerimizi yansıtan ritüeller ve uygulamalar çerçevesinde işlenmiştir. Geleneğin yansımaları ise şu şekildedir: Türk kültüründe evlenme, ölüm gibi geçiş dönemlerinde ağıt yakma geleneği Osmanlı'dan günümüze hala devam etmektedir. Bunlara “kına ağıtları” ve “ölüm ağıtları” denilmektedir. Kına ağıtları, kına gecesinde anne ve babasından ayrılan gelini ağlatmak için yakılmaktadır. Dizideki diğer kına gecesi ritüeli ise gelinin eline kına yakıldıktan sonra altın konulmasıdır. Türk kültüründe kına önemli bir gelenektir ve canlılığını hala korumaktadır. Kültürümüzde kına gecelerinde gelin olacak kıza ve güveyine kına yakılmaktadır. Bu ritüelin kökeninde gelin ve damadın birbirine kurban olması inancı yatmaktadır. Gelin ya da damadın avucuna para ya da altın konması ise evlenen kişilere kismet ve bereket getireceğidir.

Dizinin kına geleneği üzerindeki en büyük etkisi ritüel boyutundan ziyade geleneksel giyim bakımından olmuştur. Görüldüğü üzere dizi 16. yüzyılda Kanuni Sultan Süleyman'ın padişah olduğu dönemde geçmektedir. Osmanlı'nın en önemli giysilerinden biri kaftan 16. yüzyılda hala ihtişamlı şekilde kullanılmaktaydı. 16. yüzyılda geçen bu dönem dizisinde padişahın ve sultanların dizi boyunca ihtişamı ve kuvveti sergileyen “kaftan”ların giyilmesi günümüz kına giyimini de etkilemiştir. Gelinliğin tarihine baktığımızda 19. Yüzyılın başlarında Paris modası Osmanlı'yı etkileyene kadar kültürümüzde gelin elbiselerinin rengi kırmızıydı; fakat Batı modasının etkisiyle gelin kıyafetlerinin rengi beyaza dönmüştür. Nitekim o dönemde sarayda değişim sadece gelinliğin renginde olmamıştır, kaftanların ya da bindallıların yerini vücuda oturan kabarık, tül ya da saten kumaşlardan dikilen elbiseler almıştır. Anadolu da ise yöresel dokuları barındıran entariler ve bindallılar kullanılmaya devam edilmiştir. Evlilik törenlerinde batı tarzında beyaz gelinlikler tercih edilmesine rağmen kına gecelerinde “kırmızı” renk elbise giyilmesi gelenekteki kırmızı renk motifinin devam etmesini sağlamıştır. Fakat Muhteşem Yüzyıl dizisinin etkisiyle kına gecelerinde kırmızı renk elbiselerin yerini kaftanlar almıştır. Fakat günümüzde seri üretime geçen kaftanlar Osmanlı dönemini yansıtan kaftanlardan ziyade Hint kaftanlarına da benzemektedir. Bunun yanı sıra Osmanlı dönemi kaftanları kemha, diba, seraser gibi pahalı ipek kumaşlar ayrıca kutnu, hatayi, gezi kumaşlarından yapılırken günümüzde ise saten kumaşlar tercih edilmektedir. Osmanlı dönemi kaftanlarının üzeri altın ve gümüş alaşımli ipek iplikle güneş ve ay, pars beneği, leopar çizgisi, lale gibi çeşitli motifler işlenmekteydi. Kaftanların kumaşları, motifleri ve renkleri her biri ayrı ayrı anlamlar taşımakta; sarayın itibarını ve ihtişamını yansıtmaktaydı. Görüldüğü üzere sadece saray hanedanının giyebildiği bir giysi olan kaftan dizi sonrasında bağlamından ve anlamından kopararak günümüzde köyden kente kına gecelerinde karşımıza çıkmaktadır. Kına gecesi kaftanları günümüzde sadece kırmızı renkte üretilmemektedir. Kırmızı dışında çeşitli renklerde üretilen kaftanlar satılmaktadır. Dolayısıyla usta terzilerin elinde saray için hazırlanan kaftanların yerini fabrikasyon kaftanlar almıştır. Bu noktada tüketim kültürü içerisinde “el emeği”nin yerini “fabrikasyon, seri üretim” kavramları karşılamaktadır.



Fotoğraf 4. Bordo Kaftan



Fotoğraf 5. Yeşil işlemeli kaftan



Muhteşem Yüzyıl dizisinin etkisiyle birlikte seri üretime geçen kaftanların pazarlanmasında dizi karakterlerinin adları da kullanılmaktadır. Kaftanlar, “Hürrem modeli kaftan”, “Osmanlı modeli kaftan”, “Hürrem kırmızı kaftan modeli”, “Mihrimah Sultan kaftanı”, “Hatice Sultan kına kaftanı” gibi çeşitli sloganlarla pazarlanmaktadır. Bunun yanı sıra aksesuarlar da giysiler kadar değişime uğramıştır. Gelinler artık kına gecelerinde Hürrem taclarını ya da tokalarını takmaya başlamıştır. Bu aksesuarlar da “Hürrem tacı”, “Hürrem tokası”, “Hatice Sultan tacı” gibi adlarla satılmaktadır.



Fotoğraf 6. Pembe-turkuaz işlemeli kaftan



Fotoğraf 7. Lacivert-beyaz işlemeli kaftan



Fotoğraf 8. Hürrem tacı



Fotoğraf 9. Kaftan giymiş ve tac takmış bir gelin

Değişim sadece kadın giysileri üzerinde olmamıştır, düğün ve kına kıyafetlerindeki değişim erkek giyimine de yansımıştır. Altı yüzyıllık bir dönem içerisinde Osmanlı Devleti'nde saray ve çevresi için gücü ve itibarı temsil eden kaftan her zaman önemli bir giysi olmuştur. Modernizm ve batılılaşmanın etkisiyle erkek giyiminde kaftanın yerini gömlek, pantolon, yelek ve cekete

birakmıştır. Kına geceleri gibi özel törenler ve kutlamalar da Anadolu'da yöresel erkek giysileri kullanılsa da kentte batılı tarz giysiler hâkim olmuştur. Fakat günümüzde dizinin etkisiyle erkekler de kına gecelerinde kaftan giymeye, kavuk ya da fes takmaya başlamıştır.



Fotoğraf 10. Osmanlı dönemine ait motiflerle işlenmiş kaftan



Fotoğraf 11. Kaftan giymiş gelin ve damat

Muhteşem Yüzyıl dizisinin kına geceleri üzerine diğer bir etkisi ise törenin hazırlık aşaması bağlamında olmuştur. Kına geceleri düzenleyen pek çok organizasyon şirketi dizinin etkisiyle "Osmanlı saray kına geceleri" diye bir motif icat etmiştir. Âdeta Osmanlı saraylarını yansıtan bu mekân düzeni kına gecelerinde kentten köye her yerde karşımıza çıkabilmektedir. Organizasyon şirketleri Osmanlı motifleri taşıyan kına geceleri için taht, kırmızı halı, süslü minderlerden oluşan ihtişamlı saray odaları hazırlamaktadır. Bunun yanı sıra saray görevlileri de kına gecelerinde yerini almaktadır. Gelin ve damadın yerini alan sultan ve padişahlar giydikleri kaftanlar ile saray odalarında kına gecelerini âdeta bir tiyatro sahnesi gibi canlandırılmaktadır.



Fotoğraf 12. Osmanlı Saray kınası motifi taşıyan bir kına



Fotoğraf 13. Saray görevlisi olan kına gecesi



Görüldüğü üzere Türk kültüründe özellikle kadının hayatında önemli bir geçiş evresi olan kına geceleri dizinin etkisiyle birçok açıdan değişime ve dönüşüme maruz kalmıştır. Köyden kente yöresel, yerel ve ulusal motiflerle hazırlanan kına kıyafetlerinin yerini Osmanlı dönemindeki bağlamından çok farklı şekillere getirilmiş popüler kültür ürünü fabrikasyon kaftanlar işgal etmiştir. Bu durum bize özellikle kültür endüstrilerinin 1960'larda ortaya çıktığında kültürün ekonomik bir kaynak olarak kullanılmasının olumsuz sonuçlarını yansıtmaktadır. Kültür endüstrilerinin özellikle geri kalmış ve gelişmekte olan ülkelerin kültürel özgünlüklerini ortaya çıkararak ekonomik kaynak olarak kullanması sürdürülebilir kalkınma bakımından önemlidir. Fakat bu durumun olumlu yanlarının yanı sıra kültür ve gelenekler üzerinde olumsuz risklerde taşımaktadır. Özellikle kitle iletişim araçları dediğimiz medya, kültürü ve gelenekleri bağlamından kopararak birer tüketim nesnesine dönmesine sebep olabilmektedir. Bu durumun önüne geçebilmek için tüketim kültürü içerisinde kültürel belleğimizde var olan yerel/ulusal özgünlüklerin ve geleneklerimizin yok olmaması noktasında UNESCO'nun Somut Olmayan Kültürel Miras ve Kültürel İfadelerin Çeşitliliğinin Korunması Sözleşmeleri önem arz etmektedir. Özellikle Kültürel İfadelerin Çeşitliliğinin Korunması ve Geliştirilmesi Sözleşmesi (2005) geleneklerin kültürel endüstri alanında korunmasını öngörmektedir (Oğuz, 2009:8). Oğuz'un ifade ettiği gibi, bu sözleşmeyle, sinema, müzik, televizyon, kitap, dergi, elektronik alan gibi kültüre dayalı birçok endüstri dalındaki tek-tipleşmeye karşı, uluslararası toplumun harekete geçmesi ve küresel kültürler karşısında ulusal kültürlerin de endüstri alanında varlık göstererek kültürel ifade çeşitliğini sağlama hedeflerine katkı vermesi beklenmektedir (Oğuz, 2009: 9). Bağlamında koruma ve yaşatarak aktarma ilkesinden yola çıkarak oluşturulan bu sözleşmeler kültürel belleğimizde yer alan geleneklerin ulusal kültür endüstrilerinin ve ekonomilerinin oluşturulmasında farkındalık yaratması bakımından yol gösterici olmaktadır. Bu bağlamda kültürel tek-tipleşmenin önüne geçebilmek için kültürel endüstrilerinin kültürün "özgünlük" ve "bağlam" boyutunu dikkatte almaları gerekmektedir. Ayrıca geleneksel giyimimiz modacıların elinde yeniden hayat bulurken "yaratıcılık" ve "inovasyon" kavramları üzerinde durmaları gerekmektedir. Bu durumu yansıtan güzel örneklerden biri; Balıkesir'in Sarıbeyler köyünde çaput kilim dokuyan Fazilet Yoldaş'ın kilimlerinin 22 yaşındaki bir gencin yaptığı yaratıcı ve farklı tasarımlarla yeniden hayat bulmasıdır. Bu durum kültürün hem sürdürülebilir ekonomik kaynak olabileceğini hem de kültürün yaşatılarak korunabileceğini göstermektedir. Kadim Türk kültürümüzde binlerce yıldır var olan Türk düğün giysilerini şu an sadece etnografya müzelerinde sergilenirken görebilmekteyiz. Kültürümüzü, bizi yansıtan giysilerin müzelerden çıkarak hayatımızda yer alabilmesi için özellikle kültür endüstrileri içerisinde moda sektörünün yerel, yöresel ve ulusal değerlerden referans alarak özgün tasarımlar ortaya çıkarması, medyanın da bu değerleri doğru biçimde yansıtması toplumumuza milli kimlik ve aidiyet duygusu veren geleneklerimizin gelecek nesillere aktarılmasını, aynı zamanda sürdürülebilir kalkınma açısından ekonomik kaynak olmasını sağlayacaktır.

KAYNAKLAR

- Adorno, Theodor W. (2003), **Kültür Endüstrisini Yeniden Düşünürken**, (çev. Bülent O. Doğan) Cogito, Yaz, sayı 36, s. 76-83.
- (2007), Kültür Endüstrisi, İletişim Yayınları, İstanbul.
-(2012) "Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi", (3. ve 7. Baskı), (Çev. :Nihat Ülner, Mustafa Tüzel, Elçin Gen)., İletişim: İstanbul.
- Gönenç, E.Ö. (t.y.) "Kitle Kültürü ve Kitle İletişimi", *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* [Accessed 15th October 2012] Available from World Wide Web: <http://www.iudergi.com/tr/index.php/iletisim/article/viewFile/13034/12262>.
- Görünür, Lale; Ögel, Semra (2006), Osmanlı Kaftanları ile Entarilerinin Farkları ve Kullanışları, itü sosyal bilimler dergisi, C.3, S.1, s. 59-68.
- Kara, Tolga. Kültür Endüstrisi Kavramı Çerçevesinde Medya Ürünleri: Eleştirel Yaklaşım, The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication - TOJDAC (January 2014) Volume 4 Issue 1, s. 51-60
- Kumaş Şenol, Nurdan (2014), Giresun İli Gelin Giysilerinin Değişim Süreci Üzerine Bir Araştırma, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Oğuz, M. Öcal (2009), Somut Olmayan Kültürel Miras Nedir?, Geleneksel Yayınevi, Ankara.
- Özdemir, Nebi. Cumhuriyet Dönemi Türk Eğlence Kültürü", Akçağ Yay. Ankara:2005
- Özdemir, Nebi, "Kültür Ekonomisi ve Endüstrileri ile Kültürel Miras Yönetimi İlişkisi", Kültür Ekonomisi ve Yönetimi, 2012, Hacettepe Yay. Ankara.
- Yağlı, S. (2012) "Gündelik Hayatın Bir Alanı Olarak Moda Aracılığıyla Kültürün Yeniden İnşası", *Akdeniz Sanat Dergisi*, 4 (7), s. 157-162
- Yılmaz, Engin (2003), Dede Korkud Kitabı'nda Tasvir Dünyası, TDAY Belleten I: 1-17.
- <<http://www.fancysworld.net/2011/05/muhtesem-yuzyl-hatice-sultann-gelinligi.html>>
- <<http://modabiyemodel.blogspot.com.tr/2013/05/mihrimah-sultan-krmz-kna-elbisesi.html>>
- <http://tvrehberi.milliyet.com.tr/muhtesem-yuzyil-da-haremde-kina-gecesi/Tv_Rehberi/1493584/tvh/index.htm>
- <<http://www.istanbulgelinlik.org/kina-gecesi-mekanlari/geleneksel-kina-gecesi-mekanlari/>>
- <<http://www.samsunkinaorganizasyon.com/?sayfa=model-detay&id=38>>
- <<http://dilakina.com/hurrem-pembe-mavi-kaftan-modeli.html>>
- <http://www.magazinci.com/icerikler/magazin/chloenin-kina-gecesi_44705.html>
- <<http://hurremsultantaci.blogspot.com.tr/2013/03/hatice-sultanhaticesultan-tachatice.html>>
- <<http://www.08olay.com/kafkasorde-osmanli-usulu-kina-gecesi.html/osmanli-usulu-kina-gecesi-3>>
- <<http://www.aljazeera.com.tr/al-jazeera-ozel/koyden-cikan-nisantasi-markasi>>