

Emine KOCA

Prof. Dr. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, emine.koca@hbv.edu.tr, Ankara-Türkiye
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6607-5652>

Ayten EROĞLU

ayten.eroglu@hbv.edu.tr Ankara-Türkiye

Gençlerin Cinsiyetsiz Modaya Yönelik Görüş ve Tercihlerinin Değerlendirilmesi

Özet

Son yıllarda artan cinsiyetsiz giyim modası, kadın ve erkek arasındaki geleneksel cinsiyet kodlarını değiştiren genç nesil tarafından geliştirilmekte olan yeni bir eğilim olarak tanımlanmaktadır. Gençlerin cinsiyetsiz moda yönelik görüş ve tercihlerinin değerlendirilmesi amaçlanan bu çalışma; tarama modeline dayalı betimsel bir araştırmadır. Tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılarak seçilen 310 kadın ve 301 erkekte oluşan toplam 611 üniversite öğrencisi, bu araştırmanın örneklemini oluşturmuştur. Araştırma verileri iki bölümden oluşan anket ile toplanmıştır. Anket formunun ilk bölümü gençlerin demografik özelliklerine ilişkin sorulardan, ikinci bölümü gençlerin cinsiyetsiz moda ürünlerine yönelik görüşleri ve giysi tercihlerinde toplumsal cinsiyet normlarının etkisine yönelik üçlü likert tipi sorulardan oluşmaktadır. Elde edilen veriler SPSS 25.0 istatistik programında analiz edilerek frekans tabloları oluşturulmuştur. Demografik özelliklerle görüşler arasındaki ilişki ki-kare analizi ile belirlenmiştir.

Araştırma sonuçlarına göre, gençlerin cinsiyetsiz moda hakkındaki düşünceleri ve cinsiyetsiz moda ürünlerine yönelik görüşlerinin kararsızlık ve ikilem içerdiği dikkat çeken önemli bir nokta olarak görülmüştür. Cinsiyetsiz moda temsil ettiği özgürlük ve ifade konularında gelişme potansiyeli olduğu düşünülürken, bazı gençlerin konu hakkında daha fazla bilgi edinme isteğinde olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, gençlerin giysi tercihlerinde cinsiyetsiz moda etkisinin olmadığı, toplumsal cinsiyet normlarının ve demografik özelliklerin de giysi tercihleri üzerinde belirleyici olduğu saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: giyim tarzı, cinsiyetsiz moda, giysi tercihi, cinsiyet normları

Evaluation of Youth's Views and Preferences Towards Genderless Fashion

Abstract

The increasing genderless clothing fashion in recent years is defined as a new trend being developed by the young generation that changes the traditional gender codes between men and women. This study aims to evaluate young people's opinions and preferences towards genderless fashion; It is a descriptive research based on scanning model. A total of 611 university students, consisting of 310 women and 301 men, selected using the random sampling method, constituted the sample of this research. Research data was collected with a survey consisting of two parts. The first part of the survey form consists of questions about the demographic characteristics of young people, and the second part consists of triple Likert type questions about young people's opinions on genderless fashion products and the effect of gender norms on clothing preferences. The obtained data were analyzed in the SPSS 25.0 statistical program and frequency tables were created. The relationship between demographic characteristics and opinions was determined by chi-square analysis.

According to the results of the research, it is seen as an important point that young people's thoughts about genderless fashion and their views on genderless fashion products contain indecision and dilemma. While it is thought that there is

potential for development in the freedom and expression that genderless fashion represents, it has been determined that some young people want to learn more about the subject. In addition, it has been observed that gender norms have an impact on young people's clothing preferences and that the effect of genderless fashion is limited. In addition, it has been determined that genderless fashion has no effect on young people's clothing preferences, and that gender norms and demographic characteristics are also determining factors on clothing preferences.

Keywords: clothing style, genderless fashion, clothing preference, gender norms

1. Giriş

Moda, toplumun değişen ihtiyaçları ve ilgi alanları ile sıkı bir ilişki içerisinde. Zamanla, toplumsal normlar ve beklentiler de değişebilir ve moda bu değişimlere uyum sağlayabilir. Moda, sürekli evrim geçirmesi, geleneksel yapıların ve normların sorgulanmasına ve hatta değiştirilmesine olanak tanıyan yönüyle dinamik bir yapı sergiler. Modanın bu dinamik özelliği, bireylere kendilerini özgürce ifade etme ve bireysel kimliklerini oluşturma fırsatı sunmaktadır. 21.yüzyılın modası, kadın ve erkek giyim arasındaki ayrımın bulanıklaşmasıyla birlikte giyimde gelenekselleşmiş cinsiyet normlarına meydan okumaktadır. Bu durum, hem modayı üreten endüstride hem de modayı satın alan tüketicilerde giysi tercihleri, cinsiyet kimliği ve kişisel ifadeler gibi konularda artan bir farkındalık oluşturmaktadır. Özellikle genç jenerasyonun büyüklüğü ve giysi tüketim alışkanlıkları göz önüne alındığında, cinsiyetsiz moda trendlerinin popülaritesindeki artışın gençlerin yaşam tarzlarını ve kimliklerini şekillendirmede önemli bir rol oynadığı görülmektedir.

Günümüzde moda, gençlerin sosyal ve politik kültürü tarafından yönlendirilme eğiliminde olup, genç tüketicilerin ikili cinsiyet kavramlarını genişletmeleri nedeniyle bu tutumları moda trendlerine yansıdığı görülmektedir (Kavilanz, 2021). Özellikle Batı ülkelerinde gençler kendilerini moda yoluyla ifade ettikleri ve cinsiyetsiz modanın ifade özgürlüklerinde yardımcı olduğunu düşünmektedirler (Krischer, 2019). J. Walter Thompson grup'un yayınladığı rapora göre, Z kuşağı katılımcılarının yüzde 43'ü ve Y kuşağının yüzde 23'ü cinsiyetin bir kişiyi artık eskisi kadar tanımlamadığına dikkat çekilmektedir. Rapora göre, Z ve Y kuşağı kendilerinden önceki kuşaklara göre alışveriş yaparken cinsiyet ikiliğini önemsiz bulduklarını, Y kuşağının yalnızca yüzde 44'ü sadece kendi cinsiyetleri için tasarlanmış giysiler satın aldıklarını belirtmişlerdir (Laughlin, 2016). Bu bağlamda, moda giyinmenin ötesinde pek çok olguyu tartışan, toplumsal cinsiyet normlarını sorgulayan ve çeşitliliği teşvik eden bir platform haline gelmiştir. Bu nedenle, gençlerin cinsiyetsiz moda hakkındaki görüşlerini ve tercihlerini anlamak, moda endüstrisinin geleceğini şekillendirmede önemli görülmektedir.

Moda kavramı entelektüel ve sosyal yaşamın birçok muhtelif alanlarında (Kawamura, 2016:21-22) var olmakla birlikte gündelik dilde, giyim ve görünüş tarzlarıyla, sürekli var olan yenilik anlamında kullanılmaktadır. Tarih süresince sanat, felsefe, bilim, politika ve ekonomideki değişimlerle gelişen moda değişimleri ve gelişmeleri modern anlamda en çok giyim yoluyla kendini göstermektedir. Toplumsal cinsiyet ve moda, her zaman giyinme pratiklerine ilişkin anlayışları karmaşıklaştıran, sorgulayan ve yeniden yorumlayan iki çalışma alanı olmuştur. Toplumsal cinsiyet normları ile giysi arasındaki bağlantılar, birçok kültürde ve toplumda önemli bir rol oynamıştır. Toplumsal cinsiyet, bir kişinin toplum içinde belirlenen roller, davranışlar, beklentiler ve kimliklerle ilişkilendirilen sosyal ve kültürel bir yapıdır. Giysi ise, bireylerin cinsiyet kimliklerini ifade etmek, toplumdaki rollerini vurgulamak ve aidiyet duygusunu yansıtmak için kullandıkları önemli bir araçtır (Flaccavento, 2022).

Cinsiyet ve toplumsal cinsiyet terimleri klasikleşmiş bir şekilde birbirlerinin yerine kullanılmakla birlikte, gerçekte birbirinden çok farklı iki kavramdır. Giddens'a (2012:506) göre, cinsiyet terimi genellikle beden in erkek ya da dişi olarak tanımlanmasına neden olan anatomik ve fizyolojik farklılıkları dile getirmek için kullanılmaktadır. Toplumsal cinsiyet ise, toplum tarafından oluşturulmuş erillik ve dişilik kavramlarıyla bağlantılı olup bireyin biyolojik cinsiyetinin doğrudan bir sonucu olmak zorunda değildir. Toplumsal cinsiyet normları kavramı, bir terim olarak 1970'lerde

feministler tarafından erkek ve kadın rollerinin, davranışlarının ve tercihlerinin biyolojinin bir işlevinden ziyade sosyal olarak oluşturulan taraflarını ayırt etmek, erkek ve dişi farklılıklarının doğal ve değişmez olduğuna dair popüler genellemelere karşı yeni bir algı oluşturmak için kullanılmıştır (Cislaghi ve Heise, 2020). Toplumsal yaşamın düzenlenmesinde zaman içerisinde oluşan toplumsal cinsiyet, farklı cinsiyetlerden beklenen norm ve değer yargılarıyla oluşan sosyal rol ve davranışların yanında fiziksel görünüşle bütünleşen bir kavram olup (Tunç, 2014), toplum içerisinde ve gündelik yaşamlarında erkeklere ve kadınlara atfedilen roller, görevler ve işlevler kavramında verilmektedir (Oetojo, 2016). Birey yaşamında çok küçük yaşta cinsiyeti fiziksel özelliklerden çok giysilerle, etrafında gördüğü rol modellerle ya da başka görelî etmenlerle belirlemektedir (Freedman ve Sears, 1989). Bu nedenle, birçok değeri görsel olarak ifade eden giysiler cinsiyet normlarının bireye aktarılmasında önemli bir rol oynamaktadır.

Toplumsal cinsiyet, hem bir kavram hem de yaşanan bir gerçeklik olarak, yirminci yüzyılın ortalarından bu yana hızla değişmektedir. Meydana gelen sanayileşme ve modernleşme hareketleri kadınlarda toplumsal, siyasal, sosyal ve ekonomik hayatta cinsiyet ayrımının önüne geçmek için feminist algının oluşmasını sağlamıştır (Akbaş, 2020). Bu durum cinsiyet rollerindeki değişimlerle birlikte erkek giyimi ve kadın giyimindeki farklılıkların değiştirilebilir ve birbirinin yerine kullanılabilir fikrinin alt yapısını oluşturduğu görülmektedir (Andersson, 2020). Geleneksel cinsiyet rolleri değiştikçe erkeklik ve kadınlığın üretilmesinde önemli bir etken olan giyim kuşam da büyük bir değişim geçirmiştir. Bu dönemden itibaren toplumsal normlardan ve kalıplardan özgürleşme hareketleriyle beraber, ikonlardan, giysi tasarımcılarına, sanatçılardan fotoğrafçılara kadar toplumun pek çok farklı kesiminden bireyin kemikleşmiş toplumsal cinsiyet ikiliğine moda vasıtasıyla baş kaldırdığı görülebilmektedir (Marcangeli, 2015). Cinsiyetsiz moda, özgürce ve her bireyin kimliğini giyim yoluyla ifade edebilecek şekilde giyinme ihtiyacının bir yansıması olarak tarih boyunca toplumsal dönüşümlere paralel olarak inşa edildiği görülmektedir (Do Bem vd., 2019).

Moda sektöründe cinsiyetsizlik kavramı giysi ve giyim eşyalarında, cinsiyet ve yaş kalıplarının yok edilmesiyle karakterize edilen bir eğilim olarak tanımlanmaktadır (Shin ve Koh, 2020). Cinsiyetsiz moda, tasarımın tarafsızlığı nedeniyle normatif yargıların hedefi olmadan herkesin istediğini giyebilme özgürlüğüdür (Gonçalves, 2018). Cinsiyetsiz giysilerin gelişimi, dönemin toplumunda insanların estetik yönelimlerini ve sosyal değerlerini göstermektedir. Cinsiyet normlarını değiştirmekle kalmayıp, bireylerin günümüz çağında ruhsal bağımsızlığını ve sosyal hoşgörüsünü de göstermektedir (Lin vd., 2022). Özellikle 2015 yılından itibaren, popüler kültür ile beraber bazı ülkelerde cinsiyet ile ilgili haklar konusundaki değişimler, hem popüler kültür hem de akademi çevresinde 'androjen', 'uniseks' ve 'cinsiyetsiz' gibi kavramlara olan ilgiyi arttırmıştır (Willson ve McCartney, 2017). Birçok tasarımcı, cinsiyet farklılıklarının azaldığı bu dönemde tasarımlarında cinsiyet yerine kendini ifade etmeyi seçmektedir (Harilala, 2014).

Cinsiyetsiz giyimi tanımlayan birçok kavramın varlığı, günümüzde çeşitli anlayışların mevcut olduğunu göstermektedir. 'Unisex', 'androjen', 'genderless (cinsiyetsiz)', bunlardan sadece birkaçıdır (Bardey vd., 2020). Cinsiyetsiz giyimin net bir tanımının olmaması, içerik olarak farklı teorik yorumlara yer açmaktadır. Farklı araştırmalarda cinsiyetsiz moda kavramı için farklı işaretler bulunabilmektedir. Bu durum, bir kültürde kadınsı bir detay olarak kabul edilen bir detayın, başka bir kültürde erkekler için kabul edilebilir bir giyim biçimi olabileceğini veya tam tersinin geçerli olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda, giysilerin cinsiyetsiz olması, bir giyim eşyasına cinsiyet atfeden ve sürekli farklı anlamlarla etiketleyerek algılanma biçimini şekillendiren öğelerin, kültür ve normlar olduğu anlayışı önem kazanmaktadır. 20. yüzyıldan bu yana çeşitli cinsiyetsiz giyim ürünleri geliştirilmekte ve bu yönde trendler oluşturulmaktadır. Cinsiyetsiz trendler için birçok kavram kullanılmış olup, kavramlar çoğu zaman birbirinin yerine kullanılırken her birinin ortaya çıktıkları dönemin özelliklerine göre kendine has tanımları ve özellikleri olmuştur. Bu trendler genellikle 'unisex moda', 'androjen moda' ve 'genderless (cinsiyetsiz moda)' isimleri altında toplanmaktadır.

1960'larda, medeni haklar, öğrenci hakları, kadın özgürlüğü ve cinsiyetler arası eşitlik üzerine başlayan hareketlerle, yeni bir yaşam biçimi arayışına giren ve yeni bir ayırt edici kimlik ifade eden gençler tarafından başlatılan karşı kültür

devrimi, unisex modayı tarih sahnesine çıkarmıştır (Hill, 2018:1-2). Unisex giysiler geçmişte genellikle çocuk giysilerini tanımlamak için kullanılmıştır. Terim, tüketiciye giysinin her iki cinsiyet içinde üretildiğini söylemek için kullanılmaktadır (Osmanoğlu, 2019). Kadın ve erkek giysilerinin geleneksel tanımı, unisex giysilerin ortaya çıkmasıyla değişmeye başlamıştır. Unisex moda ile geleneksel cinsiyet normlarına meydan okuyarak erkeklerin ve kadınların benzer veya aynı giysileri giymesıyla giysilerdeki bazı cinsiyet sınırları bulanıklaştırılmış, böylece kadın ve erkek giyiminde cinsiyet ayırımına yönelik algı oluşturan bazı detaysal farklılıkların değişebileceği vurgulanmıştır.

1960'lerden sonra unisex giyim, kadın modasını değiştirmekle kalmamış erkekler de kadınlara atfedilmiş giyim tarzlarını benimsemeye başlamış, böylece erkeklik söylemi üzerine kurulmuş toplumsal beklentilerden kendilerini özgürleştirmişlerdir. İsmi tasarımcısı Michael Fish' ten alan moda mağazası Mr. Fish, 60'ların muhafazakar erkek modasına tezat oluşturarak, erkek giyiminde zengin renk paleti ve daha gösterişli bir tarz oluşturarak Tavus kuşu devriminin başlamasına yardımcı olmuştur (Elan, 2016). Kadifeler, zengin brokarlar, nakışlar, kolları firfırlı ve yakası fiyonklu gösterişli gömlekler ve geniş renk paleti klasikleşmiş erkek modasında yeni bir görünüm oluşturmuştur (Fury, 2016).



Resim 1. Şarkıcı ve Aktris Sonny ve Cher Londra, 1965 ve Lord Lichfield Mr. Fish Kıyafetleri İçerisinde, 1971.

Önde gelen avangart tasarımcılardan Rudi Gernreich, cesur, zıt renkler, çarpıcı grafik desenleri ve vücudu gizlemeyen kıyafetlere olan ilgisi ile 1960'ların unisex akımının öncülerinden olup cinsiyet odaklı modanın sınırlarını zorlamıştır (Rozzo, 2019). 1964 yılında tasarladığı üstsüz bir mayo olan 'Monokin', göğüsleri açıkta bırakan tasarımıyla piyasaya sürülmesinin ardından oldukça ses getirmiş birçok gelenekçinin de olumsuz tepkileriyle karşılaşmıştır. Tek parça bikiininin, Gernreich'in 1960'larda kadınların cinsel özgürlüğü için verdiği mücadeleye verdiği desteğin ve kadınların yalnızca kimlikten yoksun seks objeleri olduğu fikrine karşı mücadele etme arzusunun bir temsili olduğu ifade edilmektedir (Fogg, 2014:379). Japonya'nın Osaka kentinde düzenlenen dünya fuarı Expo '70'te sergilediği unisex koleksiyonunda tasarımcı, Vücut kıllarının tamamen tıraş edildiği ve aynı giysiler giydirilen bir erkek ve kadın model kullanmıştır. Toplumsal normlar tarafından aktarılan bireyin 'cinsiyetinin' aynı zamanda giyim tarafından da kapsanmasının gerekeceğini savunan tasarımcı, unisex fikrinin düzgün bir şekilde temsil edilebilmesi için modellerin 'cinsiyet' belirteçlerinden arındırılmasının en iyi sonucu vereceğine inanmaktadır (Frederick, 2022).



Resim 2. Rudi Gernreich Monokini Tasarımı Avusturya, 1964 ve Rudi Gernreich Unisex Koleksiyonu, 1970.

Toplumsal cinsiyet normlarından ve içinde bulunulan dönem görsel uygulamalarda kendini gösteren alışılmış erkeklik ve kadınlık ikileminden kaçınmayı amaçlayan “androjen” kavramı, bireylerin cinsiyet özgürlüğünün bir ölçüsü olarak tanımlanmaktadır (Tormakhova, 2019). Moda bağlamında androjenlik, giyim ürünlerinde ve görünümde cinsiyetle özdeşleşmiş öğelerin, kişinin cinsiyeti hakkında biyolojik bir tanımlamayı sağlayan özelliklerin tamamen ortadan kaldırılacak şekilde birbirine karışmasını ya da silinmesini içermektedir (Davis, 1997:47). Androjen moda, Birinci dünya savaşından itibaren sürekli olarak yeniden ortaya çıkma eğilimi göstermiş 1960’ların ortalarından 1970’lerin sonlarına, 1980’lerin punk hareketi ve 1990’ların reklam kampanyalarında androjen modellerin gündeme oturmasına kadar uzanan süreçte zaman zaman üniseks stil ile beraber zirveye ulaşmıştır (Glogorovska, 2011). Üniseks’ten farklı olarak androjenlik, bedene yoğunlaşarak kıvrımlardan yoksun, dönemin sıfır beden süper modelleri ile ergenlik çağındaki bir oğlan çocuğu arasında melez bir figür olarak karşımıza çıkmaktadır. Erkek giyiminde kadınsı formların ve tasarım detaylarının çok fazla kullanıldığı görülmektedir. David Bowie, Prince ve Madonna gibi popüler kültür ve pop müzik ikonları, androjen ve efeminen görünüşleriyle moda ve toplumsal cinsiyet normlarının sorgulanmasında etkili olmuştur (Simon, 2016).



Resim 3. Dawid Bowie, Alaaddin Sane Turnesinde, 1973 ve Prince, Fabulous Forum’da sahne Alırken, 1985.

Yohji Yamamoto “androjenlik, bireyin kendini tanımlamasının tarafsız bir yoludur ve moda bunu başarmak için mükemmel bir araçtır” diyerek, bu yeni moda türünü tanımlamak için androjen terimini seçmesi ve toplumsal cinsiyet etrafındaki sosyal yapılara meydan okuması, onu androjen modanın öncülerinden biri yapmıştır (Kawamura, 2004). Tasarımlarını, hem erkek hem de kadın giysilerini aynı koyu nötr renkler, daha bol formlar ve ayrıntıların daha az dikkat çektiği, ayrımların daha az olduğu bir şekilde tasarlamıştır (English, 2011:7-8).



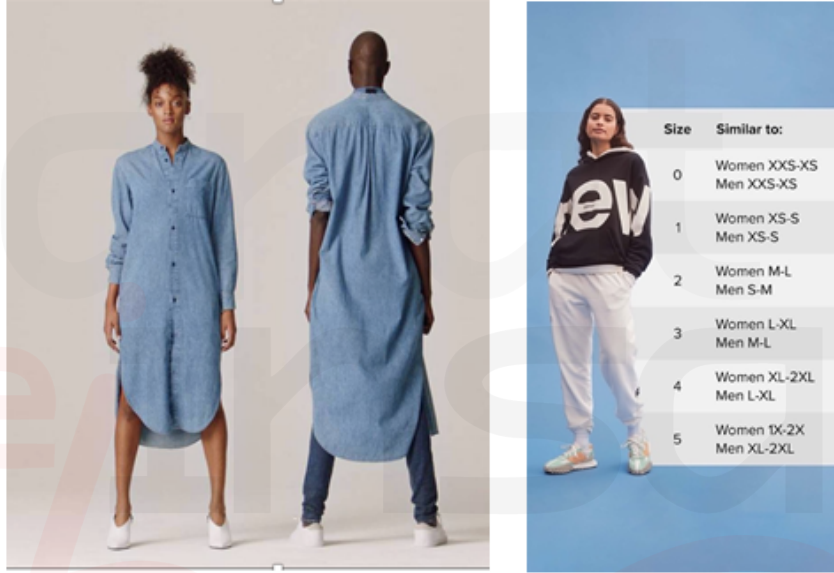
Resim 4. Yohji Yamamoto Kadın Sonbahar/Kış, 2023 ve Yohji Yamamoto Erkek Sonbahar/Kış, 2023.

Genderless (cinsiyetsiz) kavramı, “androjen” veya “üniseks” moda stillerinin günümüzde oluşan bir evrimi olarak görülebilir. Cinsiyetsiz stil ifadesi;giysiler için cinsiyetler arasındaki sınırları tamamen ortadan kaldıran, yani hem erkekler hem de kadınların giyebileceğini vurgulayan nötr bir kavram olmaktadır. Bundan dolayı günümüzde cinsiyetsiz giysiler, kadın giysileri giyen erkekler veya erkek giysileri giyen kadınlar anlamını taşımamaktadır (Yan ve Kim, 2022). Kavramın günümüzdeki anlamı doğrultusundaki eğilim, cinsiyetleri görmezden gelen yeni bir trend yaratmıştır. Bu trendin amacı, etek giyen erkeklerden veya pantolon giyen kadınlardan ziyade, bireyin istediğini giyme ve giydiği giysinin cinsiyet etiketinden sıyrıldığı bir akım olarak geliştiğini gözlemlemektedir. Moda endüstrisindeki hareketlerin çoğu başladığında, genellikle yüksek profilli lüks markaların etkisi altında geliştiği bilinmektedir. Konuya (Genderless) yönelik ünlü markaların uygulamaları her geçen gün artmaktadır. Louis Vuitton 2023 Archlight 2.0 spor ayakkabı reklam tanıtımında, markanın reklamında yer alan Jaden Smith, yanındaki kadın mankenle benzer olan ve genellikle kadın giysilerinde kullanılan boyundan bağlamalı kolsuz bluz içerisinde, bir erkek olarak geleneksel cinsiyet odaklı giyimini değiştirebileceği mesajını vermiştir(Gregory, 2023). Versace 2020 sonbahar/kış koleksiyonunda hem erkek hem de kadınlar için çizgili, ekose, parlak çiçek desenli ve hayvan desenli her iki cinsiyet içinde birbirine benzer formlardan oluşan tasarımlar sergilemiştir. Defilede hem kadın hem de erkek mankenler çanta ve aksesuarlar takarak erkeklerin çanta taşıma ve aksesuar kullanması fikrine karşı olan geleneksel görüşlere yeni bir bakış getirmiştir (Chua, 2020).



Resim 5. Versace Sonbahar/Kış Koleksiyonu, 2020. Jaden Smith Vuitton ‘Archlight’ 2.0 Reklamı, 2023

Zincir mağazalar, yüksek moda markalarının ardından, cinsiyete özgü giysi kalıplarının dışında tasarımlarla koleksiyonlar piyasaya sürmüşlerdir. Gençlerin çoğunlukla zincir mağazalardan alışveriş ettiği ve hazır giyim ürünlerini tercih ettikleri göz önüne alındığında (Dengin ve Koç, 2016) cinsiyetsiz modanın yayılımında zincir mağazalarının önemli rolü ortaya çıkmaktadır. Küresel zincir mağaza markalarından biri olan H&M, hiçbiri belirli bir cinsiyet kimliği için tasarlanmayan veya buna yönelik pazarlanmayan uzun pamuklu gömlek elbiselerden şortlara ve kapüşonlu bluzlara kadar birçok şeyi içeren 'Denim United' adlı on dokuz parçalık bir koleksiyon yayınlamıştır (Tlfteam, 2018).



Resim 6. H&M 'Denim United Koleksiyonu', 2018 ve New Balance 'Unisstantials' Kapsül Koleksiyonu Beden Tablosu, 2017.

Birey giysi satın alırken kendi fizik yapısı sadece bir yöndür, kişinin kendini ifade etme biçimi zaman zaman farklı bölümlerden (karşı cins gibi) satın alma ihtiyacını oluşturabilmektedir (Maddock, 2018). Cinsiyetsiz giysilerin ana zorluklarından biri de vücut şeklidir. Hem erkek hem de kadın fiziksel yapısına uyması gerektiği belirtilmektedir. Moda alanında daha kapsayıcı kıyafetler oluşturmak üzere markaların tüm vücut tiplerine uyabilecek erkek veya kadın ayrımı gözetmeyen beden tabloları oluşturdukları koleksiyonlar sektörde yer almaya başlamıştır. Spor giysi markası olan New Balance "Unisstantials" kapsül koleksiyonuyla cinsiyet ayrımı gözetmeyen tasarımlar oluşturarak kadın ve erkek bedenlerini birleştiren yeni beden tablosunu piyasaya sunmuştur. Erkeklere veya kadınlara özel parçalar tasarlamak yerine, farklı vücut tiplerine uyacak şekilde tasarımlar piyasada daha fazla yer almaya başlamakta, cinsiyetsiz akımla birlikte her alanda kapsayıcı olma eğilimi desteklendiği gözlemlenmektedir (Chapek, 2017). Bu tarz gelişmelerin cinsiyetsiz moda aracılığıyla bireylerin ihtiyaçlarını ve farklı taleplerini karşılayacak moda trendlerinin oluşumuna katkı sağlayabileceği belirtilmektedir (Yeniçeri, 2022).

2. Yöntem

Gençlerin cinsiyetsiz moda ile ilgili görüş ve tercihlerinin değerlendirilmesinin amaçlandığı bu çalışma tarama modeline dayalı Betimsel bir araştırmadır. Araştırmanın evreni, Türkiye'de üniversite öğrencisi olan tüm gençler olarak belirlenmiştir. Evrenin örneklemini tesadüfi örnekleme yöntemiyle seçilen, 424'ü devlet üniversitesinde 187'si vakıf üniversitelerinde eğitim gören 310 kadın ve 301 erkek olmak üzere toplam 611 öğrenci oluşturmaktadır. Böylece, "Tesadüfi örnekleme aracılığıyla evrendeki bütün elemanlar tek tek eşit seçilme şansına sahip olmuşlardır" (Ergin, 1994).

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Demografik Özellikler	f	%
Cinsiyet		
Kadın	310	50,7
Erkek	301	49,3
Medeni Durum		
Bekar	470	76,9
Evli	141	23,1
Eğitim Durumu		
Ön Lisans	194	31,8
Lisans	303	49,6
Lisans Üstü	114	18,7
Yaşadığı Yer (En Uzun Süre)		
Büyükşehir	291	47,6
İl	164	26,8
İlçe	100	16,4
Köy	56	9,2
Totlam	611	100

Tablo 1'e göre, katılımcıların %50,7 kadın ve %49,3'ünün erkek; %76,9'unun bekar ve %23,1'inin evli olduğu görülmektedir. %49,6'sının lisans, %31,8'inin ön lisans, %18,7'sinin lisansüstünde eğitim görmekte olduğu görülmektedir. Gençlerin %47,6'sının büyükşehir, %26,8'inin il, %16,4'ünün ilçede ve %9,2'sinin köyde en uzun süre yaşadığı gözlenmektedir.

Araştırmanın genel amacına ulaşmak için aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır.

1. Gençlerin cinsiyetsiz moda yönelim farkındalık ve görüşleri nelerdir?
2. Gençlerin toplumsal cinsiyet normlarına göre kadın ve erkek giyimine yönelik görüşleri nasıldır?
3. Gençlerin giysi tercihlerinde cinsiyetsiz moda etkisi var mıdır?

Araştırma verilerinin toplanmasında; gençlerin cinsiyetsiz moda yönelim görüş ve tercihlerini belirlemeye yönelik 3'lü likert tipi sorulardan oluşan ölçme aracı (anket) hazırlanmıştır. Ölçme aracı; gençlerin demografik özelliklerine ilişkin sorular ile cinsiyetsiz moda ürünlerine yönelik görüşleri, giysi tercihlerinde toplumsal cinsiyet normlarının ve cinsiyetsiz moda etkisini ve görüşlerini belirlemeye amaçlayan sorulardan oluşmaktadır. Katılımcılara online olarak uygulanan ölçme aracıyla toplanan veriler SPSS 25.0 istatistik programıyla analiz edilmiş, gençlerin demografik özellikleri, gençlerin cinsiyetsiz moda yönelim görüş ve tercihleri frekans tabloları halinde sunulmuş ve değerlendirilmiştir. Gençlerin demografik özelliklerine göre cinsiyetsiz moda yönelim görüşleri arasındaki istatistiksel ilişki Ki-Kare analizi ile test edilmiş ve ilgili literatürle de desteklenerek $p < ,05$ anlamlılık düzeyinde yorumlanmıştır.

3. Bulgular ve Yorumlar

Davranışların yoğun olarak kazanıldığı ergenlik dönemi fiziksel, ruhsal ve duygusal olarak bir değişim dönemidir. Bir bireyin bu dönem ve gençlik dönemindeki kimliği akran grupları arasında önemlidir. Bu gelişimsel süreçte giyinme önemli bir rol oynar (Koca ve Koç, 2010:39). Bu nedenle, akran grupları ile etkileşimin yoğun olduğu dönem olarak görülen yükseköğrenime başladıktan sonra gençlerin giyim tarzlarında bir değişime gidip gitmedikleri yanıt alınması gereken bir soru olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca, gençlerin cinsiyetsiz moda yönelim farkındalıklarının ne düzeyde olduğunun belirlenmesi de araştırmanın amacına ulaşmaya katkı sağlayacaktır.

Tablo 2. Gençlerin Giyim Tarzları ve Cinsiyetsiz Modaya Yönelik Farkındalıkları

Görüşler	f	%
Yükseköğrenime başladıktan sonra giyim tarzınızda değişiklik oldu mu?		
Giyim tarzım tamamen değişti	134	21.9
Giyim tarzım değişmedi ancak bazı değişiklikler yaptım	245	40.1
Giyim tarzım değişmedi	232	38
Giyim tarzınızı hangi grupta içinde nitelendirirsiniz?		
Klasik Giyim	127	20.8
Maskülen (Erkeksi detaylar barındıran kadın giyim stili)	51	8.3
Spor Giyim	141	23.1
Feminen (Kadınca hatları vurgulayan giyim stili)	67	11
Belli bir tarzım olduğunu düşünmüyorum	225	36.8
Cinsiyetine uygun olmayan giyim tarzı olan bir kişi ilk karşılaşmada olumsuz etki yaratır mı?		
Evet	166	27.2
Belki	208	34
Hayır	237	38.8
Cinsiyetsiz moda, bireylerin kendilerini ifade etmesini kolaylaştırır mı?		
Evet	216	35.4
Belki	205	33.6
Hayır	190	31.1
Cinsiyetsiz moda, daha özgür tercih bulmaya yardımcı olur mu?		
Evet	260	42.6
Belki	192	31.4
Hayır	159	26
Cinsiyetsiz moda konusunda daha fazla bilgi edinmek ister misiniz?		
Evet	185	30.3
Belki	192	31.4
Hayır	234	38.3
Totlam	611	100

Tablo 2'ye göre gençlerin 36,8'inin belirli bir giyim tarzı olmadıklarını belirtirken, %23,1'inin spor, %20,8'inin ise klasik giyim tarzını benimsedikleri görülmektedir. yükseköğretime başladıktan sonra giyim tarzlarında köklü bir değişiklik yapmayıp bazı detaylarda değişiklik yaptığını belirten gençlerin oranı %40,1 iken, giyim tarzının değişmediğini belirten %38'lik bir genç grubu vardır.

Gençlerin %38,8'inin cinsiyetine uygun giyinmemeyi olumsuz değerlendirmeyenken, %35,4'ünün cinsiyetsiz moda kendini ifade etmede kolaylık sağladığını belirttikleri, ancak olumsuz ve kararsız olanların oranı dikkate alındığında olumlu ve olumsuz bakış açısının eşit dağılım gösterdiği söylenebilir. Benzer şekilde gençlerin %42,6'sının cinsiyetsiz moda özgür giysi tercihi yapmaya yardımcı olduğunu düşünürken; %38,3'ünün ise cinsiyetsiz moda konusunda daha fazla bilgi edinmek istememesi %31,4'ünün bu konuda kararsız kaldığı ve %30,3'ünün daha fazla bilgi edinmek istemesi de konuya yönelik farkındalıklarında eşit bir dağılım olduğunu göstermektedir.

Bu durum, bireylerin moda trendlerini benimsemeleri veya reddetmelerinde kişisel tarzlarına ve estetik algılarına uygunluğun etkisi olduğu kadar, algıları ve bilinçleri ve toplumsal değerlerin de önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Kawamura'nın, (2016: 49-52), toplumsal normlar, değerler ve farklı toplum tipleri bireylerin moda akımlarını kabul etme veya reddetme kararlarını etkilemektedir. Liberal toplum üyeleri genellikle radikal değişiklikleri ve yenilikleri daha fazla olumlu karşılayabilirken, muhafazakâr toplum ise geleneksel değerlere ve uygulamalara daha fazla bağlılık gösterebilmektedir" açıklaması da bu sonucu destekler niteliktedir. Bu bağlamda, araştırma kapsamındaki gençlerin toplumsal cinsiyet normları doğrultusunda kadın ve erkek giyimine yönelik görüşlerinin nasıl olduğu önemlidir.

Tablo 3. Gençlerin Cinsiyet Normlarına Göre Kadın ve Erkek Giyimine Yönelik Görüşleri

Görüşler	Seçenekler		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Toplam		Ki Kare		
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Cinsiyet	Medeni durum	Yaşanan yer
Giysilerin cinsiyete göre belirlenmiş formlarının olması gerektiğini düşünürüm.	154	25,2	120	19,6	337	55,2	611	100			P	P	P
											,026*	,013*	,466
Giysilerde renk, desen, kapama yönü, aksesuar gibi cinsiyete atfedilmiş ayrımların olmasını doğru bulmam.	187	30,6	171	28	253	41,4	611	100			,004*	,004*	,663
Cinsiyet ayrımı olmaksızın kişiler istedikleri giysiyi giyebilmelidir.	188	30,8	147	24,1	276	45,2	611	100			,004*	,005*	,515
Cinsiyet ayrımı olmaksızın üretilmiş giysilerin kullanan kişilerde özgürlük hissi uyandırdığını düşünürüm.	175	28,6	149	24,4	287	47	611	100			,000*	,026*	,015*
Erkeklerin parlak renkleri (Pembe, sarı turuncu, mor vb.) giymesini tercih etmem.	272	44,5	133	21,8	206	33,7	611	100			,000*	,000*	,030*
Erkeklerin giysilerinde süslü aksesuarların (Broş, taşlı kemer, parlak zincirler vb.) olmasını istemem.	217	35,5	135	22,1	259	42,4	611	100			,003*	,000*	,097
Erkeklerin tayt gibi vücut hatlarını belli eden giysiler giymesini doğru bulmam.	109	17,8	104	17	398	65,1	611	100			,023*	,007*	,558
Erkeklerin iç gösteren transparan (Tül, file, dantel vb.) giysiler giymesini doğru bulmam.	130	21,3	103	16,9	378	61,9	611	100			,127	,000*	,131
Kadın giysilerinin toplumsal kabul görmüş feminen (kadınsı hatları vurgulayan giyim tarzı) özellikler taşıması gerektiğini düşünürüm.	269	44	190	31,1	152	24,9	611	100			,001*	,049*	,605
Kadınların çok erkeksi formda giysiler giymesini doğru bulmam.	245	40,1	152	24,9	214	35	611	100			,067	,000*	,004*
Kadınların tayt gibi vücut hatlarını belli eden giysiler giymesini tercih etmem.	262	42,9	147	24,1	202	33,1	611	100			,001*	,000*	,107

*p<.05

Tablo 3'e göre gençlerin %55,2'sinin giysilerin cinsiyete göre belirlenmiş formlarının olması gerektiğini düşünürken, %47 gibi önemli bir oranda da cinsiyet ayrımı olmaksızın giyilen giysilerin özgürlük hissi yarattığını düşünceleri ilgi çekicidir. Karasız görüş bildirenler de dikkate alındığında oranların eşit dağılım gösterdiği ve gençlerin büyük çoğunluğunu oluşturduğu görülebilmektedir. Benzer şekilde, gençlerin %44,5'i erkeklerin parlak renkleri giymesini olumlu karşılarken, %42,4'ünün erkeklerin giysilerinde süslü aksesuarların olmasını istemedikleri sonucun da da çelişkili iki görüşün eşit dağılımı görülmektedir. Bu sonuçta, son yıllarda erkek modasında siyah, lacivert, gri, kahverengi gibi erkek giysilerinin gelenekselleşmiş renklerinin dışına çıkılarak renk paletinin parlak ve canlı tonlarla genişletilmesinin, özellikle yaz trendlerinde renkli ve desenli giysilerin yer almasının etkili olduğu söylenebilir. Genel

olarak süs ve aksesuarlar süslenme ve kadın ile ilişkilendirildiği için bu tarz giysilerin feminen bir imaj yarattığı ve gençlerin de bu algıyla görüş bildirdikleri düşünülmektedir. Al-Mutawa (2016) çalışmasında, kadın tüketicilerin erkeklerin sadece klasik aksesuarlar (ayakkabılar, cüzdanlar, saatler, güneş gözlükleri vb.) dışında aksesuar kullanmalarını ve modaaya olan aşırı ilgisini eşcinsellikle ilişkilendirerek erkeklik kimliklerini sorguladıklarını belirlemiş olması da bu düşünceyi destekler niteliktedir.

Gençlerin %44'lük bir oranla kadın giysilerinin toplumsal kabul görmüş özellikler taşıması gerektiğini düşünmemesi ve %40,1'lük oranla kadınların çok erkeksi formda giysi giymelerini yanlış bulmamaları, gençlerin kadınların cinsiyetsiz giyim konusunda daha esnek görüşlere sahip olduklarını düşündürmekle birlikte, aksi yönde ve kararsız görüşlerin oranının daha fazla olduğu görülmektedir. Kadınların tayt gibi vücut hatlarını belli eden giysiler giymesini tercih etmeyenlerin oranı %33,1 iken, bu giysileri erkeklerin giymesini doğru bulmayanların oranının %65,1 olması, kadın ve erkeğe atfedilen sadece giysinin tasarım özellikleri ve formu olmadığı toplumsal değerlerin yüklediği diğer rollerin de etkili olduğu şeklinde yorumlanmaktadır.

Cinsiyete göre gençlerin cinsiyet normlarına göre kadın ve erkek giyimine yönelik görüşleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki olup olmadığını belirlemek için yapılan Ki Kare testi sonuçlarında; "erkeklerin iç gösteren transparan (Tül, file, dantel vb.) giysiler giymesini doğru bulmam" görüşü dışında, tüm görüşlerle cinsiyet değişkeni arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Elde edilen verilere göre kadın (%55,8) ve erkek (%54,5) katılımcıların çoğunluğu giysilerin cinsiyete göre belirlenmiş formları olması gerektiği görüşüyle, özellikle kadınlar renk, desen (%53,5) ve aksesuar (%41,9) gibi cinsiyete atfedilmiş ayrımların olmasını doğru bulmamıştır. Erkeklerde renk, desen (%35,2) ve aksesuar (%28,9) kullanımını doğru bulanların oranı kadınlara göre oldukça düşüktür.

Medeni durumlarına göre gençlerin cinsiyet normlarına göre kadın ve erkek giyimine yönelik tüm görüşleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Gençlerin yaşamlarının çoğunu geçirdikleri yani yükseköğretime başlamadan önce aileleri ile birlikte ikamet ettikleri yere göre kadın ve erkek giyimine yönelik görüşleri arasındaki ilişkinin sadece üç görüş arasında olduğu tespit edilmiştir. Bunlar; "cinsiyet ayrımı olmaksızın üretilmiş giysilerin kullanan kişilerde özgürlük hissi uyandırdığını düşünüyorum", "erkeklerin parlak renkleri (Pembe, sarı turuncu, mor vb.) giymesini tercih etmem" ve "kadınların çok erkeksi formda giysiler giymesini doğru bulmam" görüşleridir.

Şehir ile kırsal alanlarda yaşayanların farklı ekonomik ve sosyo-kültürel yaşam biçimine sahip oldukları dikkate alındığında, şehir ve kırsal kesimde yaşayan gençlerin giysilere dair düşünceleri arasında çeşitli farklılıklar olabilmektedir. Geleneksel cinsiyet normları kırsal kesimlerde daha belirgin olabilir bundan dolayı cinsiyetsiz giysilere karşı daha muhafazakâr bir tutum sergileyebilirler. Elde edilen verilere göre ilçede ve köyde yaşayan gençlerin cinsiyetsiz moda ürünlerine yönelik görüşleri geleneksel giysi normlarından daha fazla etkilenmiştir.

Tablo 3'teki sonuçlara göre, gençlerin giysilerin renk ve desen gibi tasarım özelliklerindeki cinsiyetle özdeşleştirilmiş ayrımlardan daha çok giysi formlarındaki ayırt edici özellikleri benimsedikleri, cinsiyetsiz giysilerin özgür tercih avantajı olduğunu düşünmelerine rağmen, cinsiyete göre belirlenmiş formlarının olması gerektiğini belirtecek ikilem içinde oldukları görülmektedir. Ancak, genel olarak gençlerin erkek giysilerine ilişkin düşüncelerinin kadın giysilerine nazaran daha tutucu bir eğilim içinde olduğunu söylemek de mümkündür. Dolayısıyla, erkek giyiminin, kadın giyimine göre geleneksel cinsiyet ideolojisine dayalı daha katı ve kurallara bağlı kaldığı (Kim ve Yim, 2015) düşünülebilir. Bu düşünceyi toplumsal cinsiyet normlarına göre kabul görmüş renk, desen, formların dışında giyim tarzları olan kişilere yönelik görüşlerin yer aldığı Tablo 4'teki sonuçlar da doğrulamaktadır.

Tablo 4. Cinsiyetine Uygun Olmayan Renk, Desen, Form ve Aksesuarları Barındıran Giyim Tarzı Olan Kişilere Yönelik Görüşler

Görüşler	Seçenekler	Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Toplam		Ki Kare	
		f	%	f	%	f	%	f	%	Cinsiyet	Medeni durum
										p	p
Farklı cinsel tercihleri olduğunu düşünürüm.		160	26,2	196	32,1	255	41,7	611	100	,017*	,001*
Toplumsal cinsiyet normlarına karşı duruş sergilediğini düşünürüm.		118	19,3	193	31,6	300	49,1	611	100	,190	,137
Farklı bir tarz yaratmaya çalıştığımı düşünürüm.		81	13,3	129	21,1	401	65,6	611	100	,000*	,007*
Toplumun ilgisini çekmeye çalıştığımı düşünürüm.		155	25,4	168	27,5	288	47,1	611	100	,089	,004*
Giyimlerinden dolayı toplumsal baskı/tepki gören kişiler olduklarını düşünürüm.		149	24,4	180	29,5	282	46,2	611	100	,502	,291
Marjinal bir gruba dahil kişiler olduklarını düşünürüm.		134	21,9	198	32,4	279	45,7	611	100	,143	,522
Toplumdan dışlanmış kişiler olduklarını düşünürüm.		239	39,1	187	30,6	185	30,3	611	100	,000*	,009*

Tablo 4'e göre gençlerin %41,7'si renk, desen, form ve aksesuarları ile genel kabul görmüş tarzların dışında giyinen kişilerin farklı cinsel tercihleri olduğunu düşünürken, %65,6'sının bu kişileri farklı bir tarz yaratmaya çalışan kişiler olarak görmeleri, cinsiyetsiz modanın gençler tarafından nasıl algılandığına yönelik ipuçlarını vermektedir. Bu durumda moda markalarının ürünleri ve vurgulayıcı etiketleri ile bu algıyı oluşturmalarıyla ilişkili olduğunu söylemek mümkündür. Loureiro (2022:102), cinsiyetsiz sözcüğünün, genel izleyici kitlesine veya dünyada hakkında en çok konuşulan markalardan bazılarını bahsedilmemiş kültürel ve sosyal bir yük taşıdığını vurgulamaktadır. Ayrıca, cinsiyet ayrımı gözetmeyen, üniseks, cinsiyetsiz markalarda bir artış olduğunu, ancak bu markaların çoğunun, kışkırtıcı veya heyecan verici, moda için uygun veya çağdaş olmanın bir yolu olarak bu "etiketi" taktıklarını belirterek konuya eleştiri getirmektedir.

Gençlerin %46,2'sinin bu kişilerin giyimlerinden dolayı toplumsal baskı gören bireyler olduklarını düşünmeleri, %45,7'sinin ise marjinal bir gruba dahil bireyler olarak görmeleri, cinsiyetsiz moda kavramının belirsizliği ve gençler arasında içeriğinin net olarak bilinmediği anlamına geldiği söylenebilir. Bunun tan tersi bir düşünceyle gençlerin %39,1'inin bu kişileri toplumdan dışlanmış kişiler olarak görmemesi de bu söylemi doğrulamaktadır. Bunun ardında, cinsiyetsiz modanın alışlagelmiş cinsiyet normlarını sorguluyor olabileceği gibi, cinsiyetsiz moda kavramının içerdiği toplumsal cinsiyet eşitliği ve herkesin istediği tarzda giyinebilmesi gibi fikirlerin yeterince bilinmemesi bundan ziyade sosyal medya içerisinde popüler olan cinsiyetsiz giysilerin belirli bireyler veya gruplarla ilişkilendirilmesi (Subaşı, 2020) olabileceği de düşünülmelidir. Çünkü giyim veya diğer görünüm ipuçları, gözlemlenen bir kişiyi anlamak için algılayıcı tarafından seçilebilecek uyarılar olarak görülmektedir (Kodzoman, 2019). Bireyler oluşturduğu tarz ile

toplumdan farklı olma güdüsü içerirken aynı zamanda kendisiyle benzer zevkleri, idealleri paylaşan insanlarla bir araya gelme arayışındadır (O'Reilly ve Benson, 2016).

Ki kare testi sonuçlarına göre, cinsiyete göre cinsiyetine uygun olmayan renk, desen, form ve aksesuarları barındıran giyim tarzı olan kişilere yönelik görüşlerin sadece üçü arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bunlar; "farklı cinsel tercihleri olduğunu düşünürüm", "farklı bir tarz yaratmaya çalıştığımı düşünürüm" ve "toplumdan dışlanmış kişiler olduklarını düşünürüm" görüşleridir. Medeni duruma göre de aynı görüşler arasında anlamlı ilişkinin yanına "toplumun ilgisini çekmeye çalıştığımı düşünürüm" görüşü de eklenerek dört görüş arasında ilişki olduğu gözlenmektedir.

Moda, insanların kendilerini ifade edebildikleri bir olgu olmasına rağmen, her zaman kapsamında bir sınırlamanın var olduğu bilinmektedir. Ancak, genç nesillerin, giysilerin cinsiyetini temsil etmesi veya etmemesinden ziyade istediğini giyebileceğini vurgularcasına bu sınırlamaları sorguladıkları, kendilerini ifade etme ve bireyselliklerini yansıtmının bir yolu olarak, yaşamlarının birçok alanında olduğu gibi giyim tarzlarında da kapsayıcılık ve eşitliği aradıkları görülmektedir. Ashley (2021), "Z kuşağı tüketicilerinin %56'sı cinsiyet kimliği spektrumunda kendilerini "nötr" olarak tanımladıkları ve halihazırda kendi cinsiyetlerinin dışında alışveriş yaptıklarını belirtmektedir. Bu bağlamda, araştırma kapsamındaki gençlerin giysi tercihlerinde toplumsal cinsiyet normlarının etkili olup olmadığı sorusu gündeme gelmektedir.

Tablo 5. Gençlerin Giyim Tarzlarını Belirlemede Etkili Olan Etkenler

Görüşler	Seçenekler	Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Toplam		Ki Kare
		f	%	f	%	f	%	f	%	Cinsiyet
Sosyal statüm giyim tarzımı ve giysi tercihlerimi etkiler.		109	17,8	139	22,7	363	59,4	611	100	p ,025*
Cinsiyetime uygun olan giyim formları ile giyim tarzımı oluştururum.		100	16,4	139	22,7	373	60,9	611	100	,006*
Giyim tarzımı oluşturmada giysilerin cinsiyetime uygun ve genel kabul görmüş özellikleri (renk, desen, doku, aksesuar vb.) yansıtmaları etkilidir.		161	26,4	145	23,7	305	49,9	611	100	,000*
Giyim tarzım üzerinde başkalarının (sosyal çevre) düşüncelerinin bir etkisi yoktur.		116	19	195	31,9	300	49,1	611	100	,000*
Giyim tarzım ve tercihlerim üzerinde yakın çevrem ve arkadaş gruplarımın düşüncelerinin etkisi vardır.		204	33,4	199	32,6	208	34	611	100	,016*

*p<.05

Tablo 5 incelendiğinde, gençlerin %60,9'unun cinsiyetlerine uygun giyim formları ile giyim tarzlarını oluşturdukları görülmekte olup, araştırma kapsamında belirlenmeye çalışılan tüm görüşlerde de bu yönde eğilim olduğu saptanmıştır. Gençlerin %49,9'unun giyim tarzını oluştururken giysilerin cinsiyetine uygun ve genel kabul görmüş özellikleri (renk, desen, doku, aksesuar vb.) yansıtmalarının etkili olduğunu belirtmesi de sonucun destekler niteliktedir.

Gençlerin %59,4'ü sosyal statülerinin giyim tarzlarını etkilediğini belirtirken, % 49,1 oranla gençlerin yaklaşık yarısının giyim tarzları üzerinde başkalarının (sosyal çevre) düşüncelerinin bir etkisi olmadığı görülmektedir. Kararsızların

oranları da dikkate alındığında, sosyal çevreyeye oranla statünün giyim tarzlarını oluşturmada daha fazla etkili olduğu söylenebilir.

Bu durum bir çok araştırma ile ortaya konmuştur. Koca ve arkadaşları (2009:743) araştırmalarında, kadınların sosyal yapıdaki aktiviteleri, kültürel birikimi, estetik anlayışı ve çalışma hayatı ile toplumda bir sosyal mevki edinme çabaları içinde, giyim tarzlarının büyük önem taşıdığını belirtmektedirler. Giyim önemli bir sosyalleşme etkisi yaratmakta, sosyal statü ve bir gruba ait olma gibi toplumsal ilişkileri etkileyen bir faktör olarak da görülmektedir. Koca ve Koç (2016:246) araştırmalarında; kadın ve erkeklerden oluşan örneklem grubunun giysi satın alma davranışlarını etkileyen ilk üç faktörün arasında statü olduğu ve bunu sırasıyla kültürel değerler, aile ve yakın arkadaş çevre gibi faktörlerin takip ettiği sonucuna ulaşmışlardır. Tablo 5'te görülen gençlerin %60,9'unun cinsiyetine uygun olan giyim formları ile giyim tarzını oluşturduğunu ve %49,9'unun ise giysilerinin cinsiyetine uygun genel kabul görmüş özellikleri (renk, desen doku, aksesuar) yansıtmasının tarzlarını belirlemede etkili olduğunu belirtmesi de kültürel değerler açısından bu sonuçla örtüşmektedir. Ancak, gençlerin giyim tarzlarını belirlemede dışsal bir etki olmadığını belirtmelerine karşın önemli bir çoğunluğun cinsiyete uygun giysi formlarını tercih ettiklerini belirtmeleri bu açıdan dikkat çekicidir.

Ki kare testi sonuçlarında; cinsiyete göre gençlerin giyim tarzlarını belirlemede etkili olan etkenlerin tümü arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Medeni duruma göre ise sadece "giysi satın alırken kadın/erkek cinsiyetine uygun, genel kabul görmüş özellikleri (renk, desen, doku, aksesuar vb.) tercih ederim" arasında anlamlı (,000) ilişki saptanmıştır.

Tablo 6. Gençlerin Giysi Tercihlerinde Cinsiyetsiz Modanın Etkisi

Seçenekler Görüşler	Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Toplam		Ki Kare
	f	%	f	%	f	%	f	%	Cinsiyet
İnternette sıklıkla karşıma çıktığı için cinsiyetsiz giysiler tercihlerimi etkiler.	279	45,7	163	26,7	169	27,7	611	100	P ,000*
Cinsiyetsiz moda akranlarım arasında trend olduğu için tercih ederim.	355	58,1	145	23,7	111	18,2	611	100	,000*
Beğendiğim ve takip ettiğim ünlüler cinsiyetsiz modaı tercih ettiklerinden dolayı ilgimi çekmektedir.	344	56,3	138	22,6	129	21,1	611	100	,000*
İzlediğim film, dizi ve şovlarda tercih edilen cinsiyetsiz moda ürünleri giysi seçimlerimi etkilemektedir.	323	52,9	148	24,2	140	22,9	611	100	,000*
Modaya uygun giyinmeye çalıştığım ve yeni bir trend olduğu için tercihlerimi etkilemektedir.	287	47	176	28,8	148	24,2	611	100	,125
Cinsiyetsiz modanın, giysi tercihlerim üzerinde bir etkisi yoktur.	149	24,4	152	24,9	310	50,7	611	100	,035*
Alışlagelmiş giysilerden farklı olduğu ve beni farklı gösterdiği için tercihlerimi etkiler.	253	41,4	185	30,3	173	28,3	611	100	,052
Beğendiğim moda markalarının sunduğu bir tarz olduğu için tercihlerimi etkilemektedir.	272	44,5	171	28	168	27,5	611	100	,000*

*p<.05

Tablo 6’da gençlerin %50,7’sinin cinsiyetsiz modanın, giysi tercihlerim üzerinde bir etkisi yoktur yanıtı ile bu tercih en yüksek oran olarak dikkat çekmektedir. Tercihler incelendiğinde, %58,1 oranıyla akranlarının arasında trend olsa bile cinsiyetsiz modanın gençlerin tercihlerini etkilemediği, %56,3 oranla beğendiği ve takip ettiği ünlüler cinsiyetsiz modaı tercih etse bile ilgisini çekmediği ve %52,9 oranla izlediği film, dizi ve şovlarda tercih edilen cinsiyetsiz moda ürünlerinin giysi seçimlerini etkilemediği görülmektedir. Bu sonuç Tablo 5’teki gençlerin cinsiyetlerine uygun giyim formları ile giyim tarzlarını oluşturdukları sonucu ile örtüşmekte ve tutarlılık göstermektedir. Gümüş (2020:394) Z kuşağının alışveriş tercihlerini belirlemeye yönelik çalışmasında; katılımcıların sosyal medya ünlülerinin tavsiye ettiği marka ya da ürünlere, arkadaşlarının ya da geleneksel ünlülerin tavsiye ettiği marka ve ürünlere daha fazla bağlı ve sadık hissettikleri sonucuna ulaşmalarını belirtmektedir. Tablo 6’daki sonuçlara göre bu etkinin yeterince görülmemesi, gençlerin cinsiyetsiz giysilere yönelik bilgilerinin yetersizliğinden kaynaklandığı düşünülmektedir.

Zaman ve teknoloji geliştikçe, ülkeler arasındaki alışverişler artmakta ve fikirlerin kabulünü de giderek daha kapsamlı hale getirmektedir (Lin vd., 2022). Ancak, araştırma sonuçları dikkate alındığında cinsiyetsiz moda, sosyal medya başta olmak üzere birçok platformda gündeme getirilmesine ve birçok marka tarafından farklılık olarak sunulmasına rağmen, gençler tarafından kabul görmediği söylenebilir. Cinsiyetsiz giyim güncel bir konudur, ancak bununla ilgili bilimsel ve yansıtıcı çalışmalar (Reis vd., 2018), bu fenomenle ilgili sosyal farkındalık ve net bilgilendirmenin ülkemizde yok denebilecek kadar az olduğu görülmektedir. Bu nedenle, bilgilendirilmiş tüketici grubunun yetersiz olması, cinsiyetsiz modanın belirsizlikler içeren ve bazı gruplarla özdeşleşmiş giysiler olarak algılanmasına yol açmaktadır. Dolayısıyla gençler arasında da yeterince tanınmadığı için cinsiyetsiz moda ürünlerine dair farkındalığın az olduğu düşünülmektedir.

Cinsiyete göre giysi tercihlerinde cinsiyetsiz modanın etkisi “ ki kare testi sonuçlarına göre, alışıl gelmiş giysilerden farklı olduğu ve beni farklı gösterdiği için tercihlerimi etkiler” ve “modaya uygun giyinmeye çalıştığım ve yeni bir trend olduğu için tercihlerimi etkilemektedir” seçenekleri dışında tüm etkenlerle cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. .

4. Sonuç ve Öneriler

Gençlerin cinsiyetsiz modaı yönelik görüş ve tercihlerinin değerlendirilmesinin amaçlandığı bu çalışmada; önemli çoğunluğu lisans olmak üzere, ön lisans ve lisansüstü 310 kadın ve 301 erkek öğrenciden oluşan örneklem grubuna uygulanan ölçme aracı ile toplanan veriler analiz edilmiş ve genel olarak gençlerin cinsiyetsiz moda hakkındaki düşünceleri ve cinsiyetsiz moda ürünlerine yönelik görüşleri incelendiğinde kararsızlık ve ikilem içinde oldukları dikkat çeken önemli bir nokta olarak tespit edilmiştir. Araştırmada aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

- Gençlerin giysilerin renk ve desen gibi tasarım özelliklerindeki cinsiyetle özdeşleştirilmiş ayrımlardan daha çok giysi formlarındaki ayırt edici özellikleri benimsedikleri, cinsiyetsiz giysilerin özgür tercih avantajı olduğunu düşünmelerine rağmen, cinsiyete göre belirlenmiş formlarının olması gerektiğini belirttikleri,
- Gençlerin çoğunluğu, cinsiyet ayrımı olmadan kişilerin istedikleri giysileri giyebilmesi gerektiğini düşünmelerine rağmen, kadın giysilerinde çeşitli detay ve formların bulunmasını olumlu karşıladıkları, ancak, erkek giysilerinde süslü aksesuarların ve erkeklerin vücut hatlarını belirginleştiren ve iç gösteren giysiler giymelerini doğru bulmadıkları,
- Örneklemin yaklaşık yarısını oluşturan, kadın giysilerinin toplumsal kabul görmüş özellikler taşıması gerektiğini düşünenlerle, kadınların çok erkeksi formda giysi giymelerini yanlış bulmayanların oranlarının yaklaşık olduğu,

- Gençler, alışlagelmiş cinsiyete uygun giyim tarzlarından farklı tarzlar benimseyen bireylerin toplumdan dışlanmış kişiler olduklarını düşünmemelerine rağmen, normal olandan farklı olduklarını düşündükleri,
- Sosyal çevreye oranla statünün giyim tarzlarını oluşturmada daha fazla etkili olduğu,
- Gençlerin önemli oranda cinsiyetsiz modanın, giysi tercihleri üzerinde bir etkisi olmadığı ve akranlarının arasında trend olsa bile cinsiyetsiz modanın gençlerin tercihlerini etkilemediği,
- Cinsiyet ayrımı olmayan giysilerin, gençler arasında henüz normal tarzlardan biri olarak yerleşmediği, bu moda hakkında daha fazla bilgi edinmek istemeyenlerin oranının kararsızlar ve bilgi edinmek isteyenlerle benzerlik gösterdiği ve cinsiyetsiz modaya dair farkındalıklarının yetersiz olduğu belirlenmiştir.

Ki kare testi sonuçlarına göre,

- Cinsiyete göre gençlerin cinsiyet normlarına göre kadın ve erkek giyimine yönelik görüşleri arasında “erkeklerin iç gösteren transparan (Tül, file, dantel vb.) giysiler giymesini doğru bulmam” görüşü dışında, tüm görüşlerle cinsiyet değişkeni arasında anlamlı bir ilişki olduğu,
- Cinsiyete göre cinsiyetine uygun olmayan renk, desen, form ve aksesuarları barındıran giyim tarzı olan kişilere yönelik görüşlerin sadece üçü arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bunlar; “farklı cinsel tercihleri olduğunu düşünürüm”, “farklı bir tarz yaratmaya çalıştığını düşünürüm” ve “toplumdan dışlanmış kişiler olduklarını düşünürüm” görüşleridir. Medeni duruma göre de aynı görüşler arasında anlamlı ilişkinin yanına “toplumun ilgisini çekmeye çalıştığını düşünürüm” görüşü de eklenerek dört görüş arasında ilişki olduğu,
- Cinsiyete göre giysi tercihlerinde cinsiyetsiz modanın etkisi “ki kare testi sonuçlarına göre, alışlagelmiş giysilerden farklı olduğu ve beni farklı gösterdiği için tercihlerimi etkiler” ve “modaya uygun giyinmeye çalıştığım ve yeni bir trend olduğu için tercihlerimi etkilemektedir” seçenekleri dışında tüm etkenlerle cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur.
- Medeni durumlarına göre gençlerin cinsiyet normlarına göre kadın ve erkek giyimine yönelik tüm görüşleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunduğu,
- Gençlerin yaşamlarının çoğunu geçirdikleri yere göre kadın ve erkek giyimine yönelik görüşleri arasındaki ilişkinin; “cinsiyet ayrımı olmaksızın üretilmiş giysilerin kullanan kişilerde özgürlük hissi uyandırdığını düşünüyorum”, “erkeklerin parlak renkleri (Pembe, sarı turuncu, mor vb.) giymesini tercih etmem” ve “kadınların çok erkeksi formda giysiler giymesini doğru bulmam” görüşleri arasında olduğu belirlenmiştir.

Araştırma sonuçları, cinsiyetin moda üzerinde hala belirleyici bir etkiye sahip olduğunu ve cinsiyet dışı moda konseptlerinin gençler arasında henüz yeterince bilinirlik kazanmadığını ve moda endüstrisinin ve toplumun giysiler üzerinde oluşan cinsiyet kavramını daha kapsayıcı bir şekilde ele alması gerektiğini göstermektedir. Bu bağlamda, cinsiyetin moda üzerindeki sınırlayıcı etkilerini aşmak ve çeşitliliği teşvik etmek için daha fazla farkındalık ve etişim gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Cinsiyetsiz modanın içeriğinin tam olarak anlaşılması için; bu giysilerin belirli bir gruba hitap eden değil, tasarım özellikleri ile cinsiyet ayrımlarının ortadan kaldırıldığı giysiler olduklarının açıkça tanımlanması ve tasarımlarla yansıtılması tasarımcıların sorumluluğu olarak görülmektedir. Cinsiyetsiz giyimin geliştirilmesi, sosyal farkındalık açısından bireylerin bireyselliklerini daha iyi ifade edebilecekleri giyim tarzları üretebilir ve daha akışkan bir pazar nişinin ihtiyaçlarına cevap vererek daha fazla kitlelere ulaşmanın bir yolu olabilir.

Cinsiyetsiz moda ile ilgili yapılan araştırmalar, toplumsal normların giysiler üzerindeki etkisini anlamak ve bu normları sorgulamak için önemli bir fırsat sunar. Bu araştırmalar, geleneksel rollerinin giysi tercihlerine ve moda trendlerine olan etkisini inceleyerek toplumsal normları ve stereotipleri belirlemeye yardımcı olabilir. Bu yolla, cinsiyetsiz moda araştırmaları, daha kapsayıcı ve çeşitli bir moda endüstrisinin oluşmasına destek olabilir.

Kaynakça

- Al-Mutawa, F., S. (2016). Negotiating Muslim masculinity: androgynous spaces within feminized fashion. *Journal of Fashion Marketing and Management.*, 20 (1), 19-33. <https://doi.org/10.1108/JFMM-11-2014-0080>
- Akbaş, F. (2020). Feminizmin Tarihi Coğrafyası Özet. *Uluslararası Eğitim ve Tarih Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 77-110.
- Andersson, G. (2020). Too Anxious to Please: Moralising Gender in Fashion Magazines in the Early Nineteenth Century. *History of Retailing and Consumption*, 6(3), 216-244. doi:10.1080/2373518X.2021.1915593
- Ashley, B. (2021). Stella McCartney to Gucci: Lessons on the New Gender Neutral; *VogueBusiness*. <https://www.voguebusiness.com/fashion/stella-mccartney-to-gucci-lessons-on-the-new-gender-neutral>, Erişim: 17 Mayıs 2024
- Bardey, A., Achumba-Wöllenstein, J., Chiu, P. (2020). Exploring the Third Gender in Fashion: From Consumers' Behavior to Designers' Approach towards Unisex Clothing. *Fashion Practice*, 12(3), 421-439. doi:10.1080/17569370.2020.1816317
- Chapek, G. (2017). *Fashion Without Gender*. Gender & Sexuality Studies Student Work Collection. 7. https://digitalcommons.tacoma.uw.edu/gender_studies/7 Erişim: 17 Mayıs 2024
- Chua, I. (2020). His and Hers: Fashion is Genderless In 2020. *Esquire*, Erişim: 17 Mayıs 2024 <https://www.esquiremag.ph/style/fashion/gender-neutral-fashion-style-a2466-20200412-lfrm>
- Cislaghi, B., Heise, L. (2020). Gender Norms and Social Norms: Differences, Similarities and Why They Matter in Prevention Science. *Sociology of health & illness*, 42(2), 407-422. <https://doi.org/10.1111/1467-9566.13008>
- Davis, F. (1997). *Moda, kültür ve kimlik*: İstanbul: Yapı Kredi Yayınları
- Dengin, S., Koç, F. (2016). Kültür Endüstrisi Bağlamında Moda ve Gençlerin Modayı Kullanma Durumları. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 20(1), 203-222. <https://doi.org/10.20296/tsad.67832>
- Do Bem, N. A., Calvi, G. C., Linke, P. P. (2019). Identity Aspects of the Relationship Between Androgyny and Genderless Fashion. *Revista Técnico-Científica Do Programa De Pos-Graduação Em Design*, 2(1).
- Elan, P. (2016). Peacock Revolution Back with Label that Dressed Mick Jagger and David Bowie. *The Guardian Journal*. <https://www.theguardian.com/fashion/2016/mar/13/peacock-revolution-david-bowie-mick-jagger-mr-fish>. Erişim: 18 Mayıs 2024
- English, B. (2011). *Japanese Fashion Designers: The Work And Influence of Issey Miyake, Yohji Yamamoto and Rei Kawakubo*. Newyork: Berg.
- Ergin, D., Y. (1994). Örnekleme Türleri. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 6(6), 91-102.
- Flaccavento, A. (2022). Unisex, Genderless: Let the Debate Ensur. *Zone Moda Journal*, 12(1), 23-28. <https://doi.org/10.6092/issn.2611-0563/14902>
- Fogg, M. (2014). *Modanın tüm öyküsü*. İstanbul: Hayalperest Yayınevi.
- Freedman, J. J., Sears, D., O. (1989). Cinsiyet Roller. *Ankara University Journal of Faculty of Educational Sciences (JFES)*, 22(2), 687-724. https://doi.org/10.1501/Egifak_0000001414
- Frederick, N. (2022). 1970 – Rudi Gernreich, Caftan. *Fashion History Timeline*. Erişim: 18 Mayıs 2024 <https://fashionhistory.fitnyc.edu/1970-rudi-gerneich-caftan/>

- Fury, A. (2016). The Peculiar '60s Designer Who Redefined Men's Fashion. The New York Times Style Magazine. <https://www.nytimes.com/2016/03/06/t-magazine/fashion/michael-fish-designer-london-legacy.html> Erişim: 18 Mayıs 2024
- Giddens, A. (2012). Sosyoloji (1. Baskı). İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- Glogorovska, K. (2011). Exploration of the Gender Myth Via Fashion Media: Androgyny and Dandyism in Contemporary Fashion Magazines. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:190059809> Erişim: 18 Mayıs 2024
- Gonçalves, M. (2018). Moda Sem Género. E se um Dia Usarmos Todos a Mesma Roupas? Observador Jornalismo <https://observador.pt/especiais/moda-sem-genero-e-se-um-dia-usarmos-todos-a-mesma-roupa/> Erişim: 18 Mayıs 2024
- Gregory, A. (2023). Jaden Smith is the Face of Louis Vuitton's Archlight 2.0. The Urban Journal. <https://urbjournal.com/jaden-smith-is-the-face-of-louis-vuittons-archlight-2-0/> Erişim: 18 Mayıs 2024
- Gümüş, N. (2020). Z kuşağı tüketicilerin satın alma karar tarzlarının incelenmesi. Yaşar Üniversitesi E-Dergisi, 15(58), 381-396. <https://doi.org/10.19168/jyasar.572987>
- Harilala, D. (2014). Unisex fashion is all the rage, but will it be accepted into the mainstream. South China Morning Post. <https://www.scmp.com/lifestyle/fashion-watches/article/1556177/unisex-fashion-all-rage-will-it-be-accepted-mainstream>. Erişim: 18 Mayıs 2024
- Hill, D. D. (2018). Peacock revolution: American masculine identity and dress in the sixties and seventies: Bloomsbury Publishing.
- Kavilanz, P. (2021). Gender Neutral Clothes are The Next Big Thing in Fashion. CNN Business. <https://edition.cnn.com/2021/06/23/business/gender-neutral-fashion/index.html>. Erişim: 18 Mayıs 2024
- Kawamura, Y. (2004). The Japanese revolution in Paris fashion. Fashion Theory, 8(2), 195-223. doi. 10.2752/136270404778051771
- Kawamura, Y. (2016). Moda-loji: Moda Çalışmalarına Giriş: İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Kim, H. J., & Yim, E. H. (2015). Gender identity expression in contemporary men's fashion-Focus on Judith Butler's gender identity theory. Journal of the Korean Society of Costume, 65(3), 47-61 DOI: 10.7233/jksc.2015.65.3.047
- Koca, E., Koç, F. (2016). A Study of Clothing Purchasing Behavior By Gender with Respect to Fashion and Brand Awareness. European Scientific Journal, March 2016 edition, 12(7), 234-248. <https://doi.org/10.19044/esj.2016.v12n7p234>
- Koca, E., Koç, F. (2010). Gençlerin Dinledikleri Müzik Türlerinin Giyim Tarzlarına Etkisi. NWSA e-Journal of New World Sciences Academy, 5 (2), 37- 49. Article Number:2C0019,.
- Koca, E., Koç, F., Şahinoğlu, M., Pamuk, B. (2009). Toplumsal Statü Açısından Kadının Giysi Tercihlerini Etkileyen Etmenler. Uluslararası Multidisiplinler Kadın Kongresi, 13-16 Ekim, İzmir, 742-751.
- Kodžoman, D. (2019). The Psychology Of Clothing: Meaning of Colors, Body Image and Gender Expression in Fashion. Textile & leather review, 2(2), 90-103. DOI: 10.31881/TLR.2019.22
- Krischer, H. (2019). Beyond Androgyny: Nonbinary Teenage Fashion. The New York Times <https://www.nytimes.com/2019/08/14/style/nonbinary.html> Erişim: 18 Mayıs 2024

- Laughlin, S. (2016). Gen Z goes beyond gender binaries in new Innovation Group Data. VML <https://www.wundermanthompson.com/insight/gen-z-goes-beyond-gender-binaries-in-new-innovation-group-data> Erişim: 18 Mayıs 2024
- Lin, L., Liu, J., Yang, M., & Zhang, Z. (2022). The Prospect of Non-sexist Clothing in the Future Clothing Market. *Journal of Education, Humanities and Social Sciences*, 5, 1-5. DOI: 10.54097/ehss.v5i.2875
- Loureiro, E. (2022). Has Genderless Become a Fashion Design Label? *Convergences-Journal of Research and Arts Education*, 15(30), 99-109. DOI: 10.53681/c1514225187514391s.30.146
- Maddock, R. (2018). Building with Gender: Reconstructing Dress Codes Using The Semiotics of Typical 20th Century Masculine and Feminine Formal Wear to Create A Contemporary Garment. *Masters by Research*. DOI: 10.13140/RG.2.2.19976.67849
- Marcangeli, S. (2015). Undressing the Power of Fashion: The Semiotic Evolution of Gender Identity by Coco Chanel and Alexander McQueen. Honors Theses. Bucknell University.
- Oetojo, J. (2016). Consumer Perception on Gender Equality and Designer Performance for Genderless Fashion Brands. *Pertanika Journal*, 24, 137-146.
- Osmanoğlu, R. (2019). Giysi tasarımı ve üniseks kavramı. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Enstitüsü, Tekstil ve Moda Tasarım Ana sanat Dalı Yüksek Lisans Tezi
- Reis, B., Pereira, M., Azevedo, S., Jerónimo, N., & Miguel, R. (2018). Genderless clothing issues in fashion. In *Textiles, Identity and Innovation: Design the Future* (pp. 255-260): CRC Press.
- Rozzo, M. (2019). How Rudi Gernreich, Fashion's Utopian Prophet (And Inventor of the Thong), Saw the Future. *Vanity Fair*. <https://www.vanityfair.com/style/2019/05/rudi-germreich-thongs-and-fashion> Erişim: 19 Mayıs 2024
- Shin, E. J., & Koh, A.-R. (2020). Korean genderless fashion consumers' self-image and identification. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 44(3), 400-412. DOI: 10.5850/JKSCT.2020.44.3.400
- Simon, M. D. (2016). How Prince Redefined Masculinity Through His Music, Onstage. *NBC NEWS*. <https://www.nbcnews.com/news/nbcblk/how-prince-redefined-masculinity-through-his-music-onstage-n560536> Erişim: 19 Mayıs 2024
- Subaşı, S. (2020). Cinsiyetsizlik Modası. *Lacivert Dergi* (69). Erişim: 19 Mayıs 2024 <https://www.lacivertdergi.com/dosya/2020/06/17/cinsiyetsizlik-modasi>
- Tlfbteam. (2018). How Gender Neutral Fashion Became the New Normal. *The Last Fashion Bible* <https://thelastfashionbible.com/2018/07/15/gender-neutral-fashion/> Erişim: 19 Mayıs 2024
- Tormakhova, A. (2019). Androgyny in the context of current visual fashion space: Philosophical and culturological aspect. *Anthropological Measurements of Philosophical Research*(15), 82-91. DOI:10.15802/ampr.v0i15.168834
- Tunç, H. (2014). Toplumsal cinsiyet farklılaşması üzerine sosyolojik bir araştırma: Erkeklerin küpe takması örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(33), 608-625. Issn: 1307-9581
- Willson, J., & McCartney, N. (2017). A look at 'fishy drag' and androgynous fashion: Exploring the border spaces beyond gender-normative deviance for the straight, cisgendered woman. *Critical Studies in Fashion & Beauty*, 8(1), 99-122 https://doi.org/10.1386/csfb.8.1.99_1

Yan, X., & Kim, H.-J. (2022). Genderless Trends in Modern Fashion. *Journal of Digital Convergence*, 20(4), 499-512. <https://doi.org/10.7233/jksc.2024.74.1.155>

Yeniçeri, Z. (2022). Giysilerin Cinsiyeti Yok. *Vogue Dergisi*. <https://vogue.com.tr/moda/giysilerin-cinsiyeti-yok>. Erişim: 19 Mayıs 2024

İnternet Kaynakları

Resim 1. <https://www.thenationalnews.com/lifestyle/fashion/41-photos-that-trace-cher-s-style-evolution-since-the-1960s-1.1123778> ve <https://www.smithsonianmag.com/arts-culture/his-her-ponchoes-became-thing-history-unisex-fashion-180955240/>

Resim 2. <https://www.forbes.com/sites/tomteicholz/2019/05/21/rudi-gerneich-fashion-made-for-these-times/?sh=68aa007718c1> ve <https://fashionhistory.fitnyc.edu/1970-rudi-gerneich-caftan/>

Resim 3. <https://www.walmart.com/ip/David-Bowie-Glam-Rock-1973-Aladdin-Sane-Tour-Music-Poster-24x36-inch/944950028> ve <https://www.gettyimages.com/detail/news-photo/prince-performs-live-at-the-fabulous-forum-on-february-19-news-photo/73908909>

Resim 4. <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2023-ready-to-wear/yohji-yamamoto> ve <https://wwd.com/fashion-news/shows-reviews/gallery/yohji-yamamoto-mens-fall-1235483549/yohji-yamamoto-mens-fall-2023-5/> ve <https://urbjournal.com/jaden-smith-is-the-face-of-louis-vuittons-archlight-2-0/>

Resim 5. <https://www.esquiremag.ph/style/fashion/gender-neutral-fashion-style-a2466-20200412-lfrm> ve <https://urbjournal.com/jaden-smith-is-the-face-of-louis-vuittons-archlight-2-0/>

Resim 6. <https://thelastfashionbible.com/2018/07/15/gender-neutral-fashion/> ve <https://www.newbalance.co.uk/unisentials/>

