Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi / The Journal of International Social Research
Cilt: 11 Sayı: 57 Haziran 2018 Volume: 11 Issue: 57 June 2018
www.sosyalarastirmalar.com Issn: 1307-9581
http://dx.doi.org/10.17719/jisr.2018.2504

KADINLARIN PANTOLON GİYME EĞİLİMLERİ VE GÜNÜMÜZDE TASARIM SEKTÖRÜNE ETKİSİ: İSTANBUL ÖRNEĞİ

WOMEN'S TENDENCY TO WEAR TROUSERS AND ITS EFFECT UPON TODAY'S DESIGNING SECTOR: EXAMPLE OF ISTANBUL

Selda KOZBEKÇİ AYRANPINAR*
Ayşegül KAPLAN BAĞCIK**

Öz

Pantolonun ilk tasarlanma nedeninin fonksiyonelite olduğu bilinmekle beraber geçen yüzyıllar içinde farklı sosyopolitik anlamlar yüklenmiş ve zaman zaman simgeleştirilmiştir. Fonksiyonel olarak tasarlanmış bir giyim parçasının zaman içerisinde işlevsel özellikleri bir kenara bırakılarak, görmezden gelinmiş bunun yerine dinsel, cinsiyetçi, sosyopolitik olarak ayrımcılık ve eşitlik gibi konulara dahil olmuştur. Edinilen bilgiler ışığında bu çalışmada öncelikle pantolonun ortaya çıkışı, gelişimi, kadın erkek eşitsizliği ile sınıf farkının göstergesi haline gelmesi ele alınmış olup, günümüzde kadınların pantolona bakış açıları ortaya konulmuştur. Kozmopolit bir şehir olması sebebiyle çalışmanın uygulama alanı olarak İstanbul ili seçilmiş ve İstanbul'da yaşayan kadınların pantolon giyme eğilimlerinin nedenlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışmada anket tekniği kullanılmış olup İstanbul'da yaşayan 420 kadın katılımcıya pantolonun fonksiyonelliği, tarza yönelik tutumu, feminist düşünce yapısı ve marka faaliyetlerine yönelik yaklaşımlarıyla ilgili sorular sorulmuş ve günümüzde kadının pantolon giyme nedenleri ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Pantolon, Moda, Kadın, İstanbul.

Abstract

Whilst it is known that the reason behind the first trousers design was functionality, over the centuries different socio-political meanings have been assigned and it was symbolised every now and then. Having been designed functionally, that functional features of the clothing piece were put aside and ignored in time and were replaced with religious, sexist and socio-political subjects such as discrimination and equality. In this study, the origin of trousers and its evolution and its becoming the indicator of class distinction with the inequality between women and men were discussed and women's perspectives on trousers were presented. As it is cosmopolitan, the city of Istanbul was chosen as the field of application and it was aimed to determine the reasons behind 'Istanbuller' women's tendency to wear trousers. Questionnaire method was employed and 420 women, living in Istanbul, were asked questions about the functionality of trousers, their attitudes towards style, feminist frame of minds and brand movements and the reasons for wearing trousers were determined.

Keywords: Trousers, fashion, women, İstanbul.

1. GİRİŞ

Pantolonun kadınlar tarafından giyilmesi ile ilgili bazı araştırmalar, zamanında dayatılan düşüncelerin etkisiyle, kadınlar ve feministler tarafından kadınların özgürlüğünün ifadesi olarak kullanıldığını belirtirken, farklı araştırma sonuçları ise tarih öncesi dönemlerde kadınların zaten pantolon giydiği fakat 18. Yüzyıldan itibaren bunun bilinçli olarak topluma uygulanan ayrımcılığı körükleyen bir düşünce olduğu yönündedir. İki bacağı ayrı ayrı örten tüm eski giysilerin pantolonun ilk örnekleri olduğu düşünülürse, kökeni Antik Çağa kadar uzandığı görülür. Eray'a göre (2000, s.68), bazı kaynaklarda kökeni antik çağa kadar uzanan pantolonun M.Ö. 500'lü yıllarda Perslerin giydiği, bazı kaynaklara göre ise İskitlerin, Japonların ve Hinduları giydiği belirtilir. Yüzyıllar boyunca, pantolonlar erkekler için standart alt beden giyim eşyası olarak kalmıştır. Ancak 20. yüzyılın sonlarına doğru, pantolonlar da kadınlar için popüler bir giyim eşyası haline gelmiştir. Pantolon ilk bakışta çok sıradan bir kıyafetmiş gibi gözüküyor olsa da günümüze kadar ki geçirdiği süreç o kadar da sıradan değildir. Yapılan araştırmalara göre pantolonun ilk tasarlanma nedeni fonksiyonelite olsa dahi yüzyıllar içinde farklı sosyopolitik anlamlar yüklenmiş ve zaman zaman simgeleştirilmiştir. Pantolon başlangıçta bir erkeklik simgesidir ve kadınların giymesi yasaktır. Dünya çapında yaygınlık kazanmasının nedeni cinsiyet ve güç eşitliği sağlayan bir kimlik gibi algılanmasıdır (Bard, 2012, s.7).

Bu çalışmada, toplumsal düzeni yansıtan ve farklı işlevleri olan giysinin bir parçası olan pantolonun gelişim süreci, kadınların pantolon giyme eğilimlerinin nedenlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu yüzden

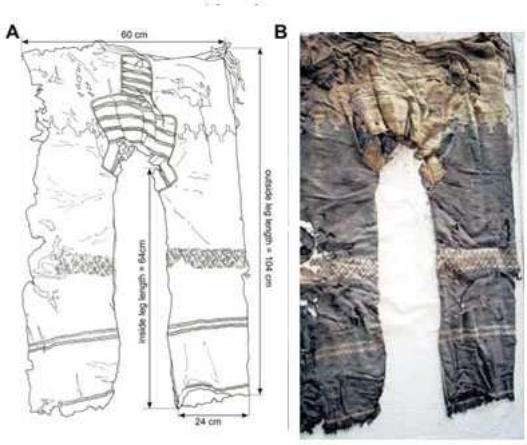
* Dr.Öğr. Üyesi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Tekstil ve Moda Tasarım Bölümü, Moda Giyim Tasarımı Anasanat Dalı, İzmir. e-posta: skozbekci@gmail.com

** Öğr. Gör. Bilgi Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Moda Tasarımı, İstanbul. e-posta: aysegul.bagcik@bilgi.edu.tr

nicel araştırma yöntemi kullanılmış olup anket tekniğinden faydalanılmıştır. Anket formu, alanında uzman akademisyenlerin görüşleri alınarak oluşturulmuştur. Anket, katılımcıların demografik özellikleri, pantolon giyme nedenlerini ve pantolon giyme eğilimlerini belirlemeye yönelik üç bölümden oluşmaktadır. Kozmopolit bir şehir olması sebebiyle çalışmanın uygulama alanı olarak İstanbul ili seçilmiş ve İstanbul'da yaşayan kadınların pantolon giyme eğilimlerinin nedenlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır.

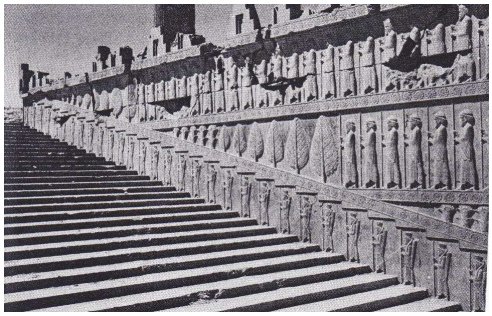
2. PANTOLONUN TARİHÇESİ VE İLK DÖNEMLERİ

Bard'a göre (2012, s.7) pantolon, üzerimize giydiğimiz, bedenimizin belimizden ayak bileklerimize kadar olan bölümünü örten ve iki bacağımızı kaplayan bir giysidir. Batı tarihinin büyük bir bölümünde, kadın giysileri erkek giyiminden çok farklıydı. Toplum, bireylerin cinsiyetlerine göre giyinmesini gerektiren sıkı kurallar koymuştu. Çoğunlukla bu kurallar pantolonları erkek kıyafetleri olarak tanımlamıştı. Dünyanın bilinen en eski pantolonları ile ilgili bilimsel veriler, 22 Mayıs 2014'te Quaternary International'da yayımlanmıştır. Yayınlanan arkeolojik buluntu raporuna göre ilk pantolonun yaklaşık 3000 yaşında olduğu belirlenmiştir. Çin'in Batı kesiminde açılan göçebe mezarlarında bulunan pantolon paha biçilemez bir buluntu olarak nitelendirilmiştir(Görsel 1). Alman Arkeoloji Enstitüsü arkeologlarından U. Beck ve M. Wagner, 2014'te Orta Asya'da yaptıkları kazıda buldukları, 3000 yıl önceden kaldığı belirlenen, kumaştan yapılmış iki pantolon, Sincan Uygur Özerk Bölgesi'nin Turfan kenti yakınındaki tarihi mezarlıkta, iki erkeğe ait M21 ve M157 numaralı mezarlarda bulunmuştur. Mezarlarda bulunan yün pantolonların iplikleri Karbon-14 yöntemiyle analiz edilmiştir. Bu yöntemle yapılan yaş tayinleri, pantolonların M.Ö. 1000-1300'lerden kaldığını kanıtlamıştır. Her iki pantolonun da ata rahat binmek için tasarlanmış olduğu açıklanmış, pantolonları dikmek için büyük kumaşlar kesilmediği belirtilmiştir. Araştırmacılar, üç ayrı yün kumaşın desenli olarak uygun boyutlarda dokunup ardından birbirine dikilerek pantolon yapıldığını belirtmişlerdir. (Beck ve Wagner, 2014, ss.224-235).



Görsel 1. Pantolonun önden görünümü, çizim; U. Beck, fotoğraf; M. Wagner
(Beck ve Wagner, 2014, s.227)

Pantolonun; Orta Asya'dan İran'a M.Ö. 600'lerde geçtiği, Pers başkenti olan Persepolis'teki taş kabartmalarda yer alan figürlerden anlaşılmaktadır. İlk yapılma amacı soğuğa karşı koruma ve düşmanla mücadele ederken ata binmede rahatlık sağlaması olan pantolon, İran'ın güneyinde Pers İmparatorluğunun başkenti olan Persopolis'de, düzenli sıralar halinde dizilmiş sütunlarla çevrili Apadana Saray'ına çıkan merdivenlerdeki rölyeflerde tüm güçlü Pers imparatorlarının amblemleri ve büyük hançerler tutan, kemerli tunik ve pantolon giyen savaşçılar olarak tasvir edilmiştir M.Ö. 557-330 (Görsel 2) (Houston, 2002, s.86-87).



Görsel 2. Apadana Sarayı'nın Merdivenleri, Persepolis
(http://visitiran.info/persepolis/ Erişim Tarihi 10.11.17)

O dönemde Yunanlılar ve Romalılar tarafından barbar giysisi olarak nitelendirilen ve benimsenmeyen pantolon, İran'dan Orta Doğu'ya yayılmıştı. Hatta 397 yılında Honorius'un Roma'da

pantolon giyilmesini saygısızlık addedip yasakladığı bilinmektedir. Ancak Romalılar, Orta Doğu ve Kuzey Afrika ülkelerini ele geçirince oralarda yaygın olan pantolonu benimseyip giymeye başlamışlardı. 476'da Batı Roma İmparatorluğunun yıkılmasıyla, Avrupa'da pantolon giyenlerin sayısı arttı. Asiller ve zenginler, keten veya yünlü kısa pantolonlar giymeye başladı.

"Pantolon" sözcüğünün ise tarihi çok eski değildir. İlk anlamı bugün neredeyse unutulmuştur. Kökeni Venediklilerin Aziz Pantaleone'ye duydukları sevgi ve saygının bir ifadesi olarak giydikleri dar ve uzun külotlara pantolon adını vermelerine dayanır (Bard, 2012, s.8). Fransa krallığında ise Fransa'nın gezici komedi tiyatrolarındaki "Pantolone" adlı bir karakter, sürekli pantolon giydiği için pantolon kelimesi onun adıyla özdeşleşmişti. Fransız Devrimi sırasında, sokağa dökülen işçiler uzun paçalı pantolon giydiği için bu halk giysisine o dönemde pantolone adı verildi. 19.yüzyılın başlarına kadar Avrupa'da giyilen, genel olarak belden ve dizden büzgülü golf pantolonuna benzeyen, bir çeşit kısa pantolon olan giysiler "külot" olarak adlandırılır. Aslında halk kökenli bir giysi olan pantolon 18.ve 19. yüzyılların dönüm noktasında yüksek sınıflar tarafından da benimsenmiştir (Bard, 2012, s.7). Avrupa'nın en zengin erkek vatandaşları on yedinci ve on sekizinci yüzyıllarda diz hizasında pantolon giyerken, ayak bileğine kadar uzanan pantolonlar uzun yıllar boyunca işçilerin kıyafetleri olmuştu (Pendergast, 2004, cilt 3, s.572). Fransız halkını daha eşit bir hale getiren devrim fikrini simgeleyen uzun pantolonlar, sonrasında tüm sınıflara ait erkekler tarafından benimsendi ve giyildi. Külot pantolonlar kısa süre sonra Fransa ve İngiltere başta olmak üzere bütün Avrupa'da ve Amerika'da standart olarak pantolonla yer değiştirdi. Bard'ın ifade ettiği gibi (2012, s.7) pantolon başlangıçta erkeklik simgesiydi ve kadınların giymesi yasaktı.

2.1 Kadın ve Pantolon

Batı tarihinin büyük bir bölümünde, kadın giysileri erkek giyiminden çok farklıydı ve toplum, bireylerin cinsiyetlerine göre giyinmesini gerektiren sıkı kurallar koydu. Çoğunlukla bu kurallar pantolonları erkek kıyafetleri olarak tanımlamıştır. Tarih boyunca Avrupa kültüründe pantolon erkeklerle ve erkeklikle ilişkilendirilmişti. Yüzyıllar boyunca toplumun onaylamaması çoğu kadının pantolon giymesini engelledi. Fakat Avrupa dışındaki diğer kültürlerde pantolon sadece erkeklerle ilişkili değildi. Çin ya da Malezya'daki gibi bazı Doğu kültürlerinde, hem kadınlar hem de erkekler pantolon giymişlerdi. (Pendergast, 2004, cilt 4, s.807). Avrupa kadını için 19. yüzyılda *Bloomer* olarak bilinen giysi çıkana kadar giyilmesi imkânsız olan bir parça olmuştur (Himam, 2013, s. 95). 1851'de pantolon feminist kadınların öncülüğünde çok farklı bir değer kazanmış ve erkek egemenliğine meydan okumak amacıyla ilk kez politik bir silah olarak kullanılmıştır (Bard, 2012, s.95). Toplum, pantolon giyen kadınlarla aynı fikirde olmasa da, bazen daha pratik bir seçenekti. Gündelik işlerdeki fiziksel hareketler etek giyen kadınlar için oldukça zordu. Bir kadın hakları aktivisti olan Amelia Bloomer'un kısa etek altına giydiği ve kendi soyadını taşıyan bloomer pantolon kadınların fiziksel özgürlüklerini koruyan bir giysiydi (Görsel 3). Erkek pantolonunun taklit edilmesi ve kadın/erkek sınırlarının kaldırılması söz konusu değildi (Bard, 2012, s. 96). O zamanlardaki kadınlar için yeni ve farklı olduğundan bu kıyafet bir reform elbisesi olarak anılmaktadır. Kadınlar bu kısa etek altına giyilen pantolonlar yani diğer adıyla bloomerlarla hareket özgürlüğüne kavuşmuşlardı. O dönemde toplum, kültürde böylesine bir değişime hazır değildi. Bloomer pantolonlarına verilen tepki ani ve oldukça düşmancaydı ve açıkça görülebiliyordu (Lillethun ve Welters, 2011, s.193). Pantolon giyen kadınlar kargaşaya sebep olsalar da bu bloomer adı verilen akım yirminci yüzyılda pantolonların kadın giyiminin standart öğeleri olarak kabul edilmesine bir adım oldu (Lillethun ve Welters, 2011, s.194).



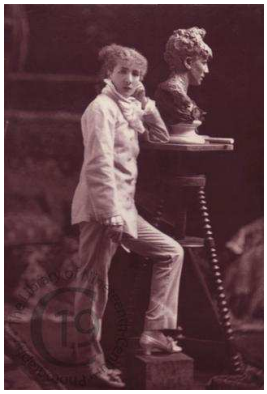
Görsel 3. Kısa etek altına giydiği ve kendi soyadını taşıyan bloomer pantolonuyla Amelia Bloomer (Bard, 2012, s.98)

Pantolonların maskülenliğin bir parçası olduğunu düşünen erkekler bu duruma itiraz halindeydi. Kadınların pantolon giymek istemeleri, erkek gibi olmak ve erkeklerle aynı haklara sahip olmak istedikleri olarak algılanıyordu. Kadınlar pantolon vasıtasıyla eşitlikçi inançlarını ifade etseler de o dönemde toplum, erkeklerin ve kadınların eşitliğini kabul etmiyor ve buna izin vermiyordu. Elizabeth Smith Miller, 1851'de toplum içerisinde pantolon giyen ilk Amerikalı kadın oldu (Görsel 4). Pantolonların ilk modellerinden birini giymişti ve bunu yapmak için cesur bir ruha sahip olmak gerekiyordu. Çünkü pantolon kadınlara değil de erkeklere ait olduğundan halka açık bir yerde pantolon giymek oldukça sıra dışı bir durumdu. 19. yüzyıl kültürü açıkça buna katılmadı. Pantolon giymeye cesaret eden kadınlar "vaizler tarafından kınanmıştı"(Collins, 2009, s.30).



Görsel 4. Kadın hakları hareketinin yaşam boyu savunucusu Elizabeth Smith Miller (1822-1911)
(http://www.nyhistory.com/gerritsmith/esm.htm 20.11.2017)

Ayrıca din, giyimi etkileyen en önemli faktörlerden biridir. Dini açıdan kadınların pantolon giymesi kabul görmemiştir. Kilisedeki insanlar kadınların pantolon giymemesi gerektiğine kuvvetle inanmaktaydılar. Kutsal Kitap'ın Eski Ahit on emir yasaları 22: 5 bölümünde "kadın bir erkeğe ait olanları giymeyecek, bir erkek bir kadının kıyafetini giymeyecek; çünkü bunu yapanlar Tanrının nefretini kazanacaklardır" diye belirtilmiştir (Young, 2011).



Görsel 5. Paris'li sanatçı heykeltıraş Sarah Bernhardt
(Bard, 2012, s.169)

Gerçek anlamda üstüne etek giymeden giyilen ilk pantolon Paris'li sanatçı heykeltıraş Sarah Bernhardt tarafından bir fotoğraf çekimleri sırasında giyilmiştir (Görsel 5). Çok moda olmasa da sonraki yıllarda birçok kadına ilham olmuştur. 20. yüzyılın başlarından itibaren pantolonu, kadın stilinde bir devrim olarak gören kadınlara yönelik kısıtlamalar azaldı. 1900'lerin başlarında başlayan trend, 1920'lerde ve 1930'larda daha yaygındı ve büyümeye devam etti. 1990'ların sonlarına kadar kadınların çoğunluğu sadece gündelik hayat için değil aynı zamanda çalışmak için de pantolon tercih etti. Fransız tasarımcı Paul Poiret'eyi (1879-1944) kadınlar için pantolon tasarlayan ilk tasarımcılardan biri olmaya iten Doğu kültürüydü (Görsel 6). 1913'te Poiret, popüler Sheherazade operasının geleneklerine dayanan, kadınlar için harem pantolonu adı verilen şalvar pantolon tasarladı (Pendergast, 2004, cilt 4, s.807). 19. yüzyıldan sonra "moda geçmişe başkaldırarak, kendi dönemine direnmiş ve demokratikleşme çabası içinde gelişimine devam etmiştir. En önemli başkaldırısı ise kadının özgürlüğüdür. Paul Poiret, kadın bedeninin giysileriyle olan ilişkisini yeniden tanımlamıştır" (Waresquiel, 1999, s. 83).



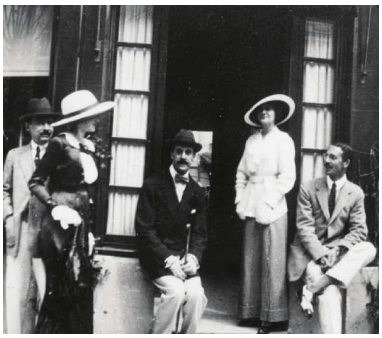
Görsel 6. Doğu kültüründen etkilenen Fransız tasarımcı Paul Poiret'nin (1879-1944) oldukça geniş ve bol paçalı olan harem pantolonları (https://www.metmuseum.org/toah/hd/poir/hd_poir.htm 20.11.2017)

Birinci Dünya Savaşı'yla (1914-18) birlikte, orduya katılan erkeklerin yerini alan birçok kadın ev dışında çalışmak zorunda kaldı. Bu kadınlar fabrikalarda çalışmak için pantolon ve tulum giydi (Görsel 7). Savaş bittikten sonra kadınlar, pantolonun verdiği hareket özgürlüğünü bırakma konusunda isteksizdiler. Erkek giyimi ve otorite göstergesi olan pantolon, I. Dünya Savaşının sonlarında kadın giyiminde popüler olmaya başladı.



Görsel 7. Birinci dünya savaşı sırasında tersanede çalışan pantolonlu kadınlar (https://www.alamy.de/fotos-bilder/women-war-work-wwi.html 20.11.2017)

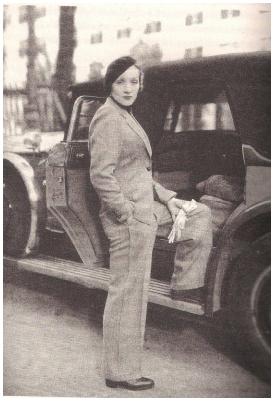
Gelmiş geçmiş en büyük moda isimlerinden olan Coco pantolonu kadın hayatına sokan en önemli öncülerden biridir (Görsel 8). Fransız modacı Chanel (1883-1971), kadınların pantolon giymesini desteklemesine rağmen yayılmasında başarılı olamamıştır.



Görsel 8. Pantolonu çok daha modern ve giyilebilir hale getiren Coco Chanel (Alston, 2014, s.9)

Tarihe baktığımızda çeşitli nedenlerden ötürü ünlü olmuş pek çok insanın öne çıktığı görülmektedir. Bu ünlüler arasında özgün bir stile sahip olanlara çok az rastlanmaktadır. Onlar stil ikonlarıdır. Farklı alanlardan gelseler de moda üzerinde bir modacı kadar etkili oldukları görülmektedir. Bir stil ikonunu moda takipçisinden ayıran şey kişiliklerini korkusuzca yansıtan giyim özellikleridir. Onlar yaşadıkları çağın felsefesi, estetiği ve tarihini anlatan, eşsiz birer obje gibidirler. Bireyselliklerini ve toplumsal kimliklerini ifade eden giysiler kullanmaktadırlar. Bu giysiler dönemlerinin dışında geleceğin de bakış açısını değiştirmektedir. 1930'ların en etkili stil ikonu Marlene Dietrich bu tanıma iyi bir örnek teşkil etmektedir. 1930'lar Amerika'sında yıldızı parlayan Marlene Dietrich maskülen giyim tarzı ile Pantolonun kadınlar için kullanılabilirliğine dikkat çekmiş ve önyargıları yıkmıştır. Marlene Dietrich (1901-1992) gibi zamanın

popüler kadınlarının sürekli olarak pantolon giymeleri görenleri hem büyülüyor hem de dehşete kapılmalarına neden oluyordu (Görsel 9).



Görsel 9. Marlene Dietrich, Ocak 1933 (1901-1992)
(Bard, 2012, s. 254)

Bazı tasarımcılar kadınlar için özel tasarımlar yaratsa da, pantolon giymek hala yaygın olarak kabul edilmiyordu. Muhafazakarlar, kadınların pantolon giymesinin doğal olmadığını ve fazla erkeksi olduğunu düşünüyorlardı. Ancak, 1939 yılında moda dergisi olan Vogue, ilk kez pantolon giymiş kadınları resmetti ve pek çok kadın golf oynamak, tenis oynamak ve bisiklete binmek için pantolon giymişti (Pendergast, 2004, cilt 4, s.807).

Kadın haklarında büyük gelişmeler olmasına rağmen, kadınlar hiçbir şekilde erkeklere eşit değildi. Erkekler pantolon giyiyorlardı ve kadınlar pantolonu onlardan alamadı. Kadınlar eskiye oranla daha kısa elbiseler giymeye devam ettiler, ama yine de elbiseler ve etekler arasında sıkışıp kaldılar. Pantolonlar maskülendi, kadınlar hiçbir şekilde bir erkek gibi olamazdı. Birçok kültürde, pantolonlar erkekler için cinsiyete özgü bir giysi olarak sabitlenmişti (Cunningham, 2003, s.31).

Kadınlar etek ile özdeşleştirilmişti. Etekler ve elbiseler kadınsı olduğundan, pantolon gibi erkeksi şeyler giymek istemelerinin doğru olmadığı düşünülüyordu. 1930'larda kadın modası bazı yönlerden erkek modasının çizgileriyle birleşmeye başladı. Düğmeli gömlekler ve çok yönlü elbisler-süveterler ve tulum tarzı bol pantolonlar gibi kıyafetler erkek giyim unsurlarının kadın modasına daha fazla kazandırıldığını gösterdi (Lillethun ve Welters, 2011, s.196).

II. Dünya Savaşı (1939-45) başladı ve pantolon bir kez daha popülerlik kazandı. Kadınlar nihayetinde pantolon giymeyi başardı, ancak bu durum kısa sürdü. Erkekler savaşırken, kadınlar savaş için gerekli olan silahları, mermileri, yiyecekleri ve diğer malları sağlamak için fabrikalarda çalışıyor ve endüstriyi ayakta tutuyorlardı (Görsel 10). Elbiseler ve etekler, fabrikalarda çalışırken giymek için pratik kıyafetler değildi. Bu fabrikalardaki teknoloji ve yeni makineler nedeniyle kadınlar pantolon giymeye başlamışlardı. Pantolonlar rahat hareket etmelerini sağladı ve işleri çok daha kolaylaştı. Ne yazık ki savaş sona erdiğinde çoğu kadın işlerinden ayrıldı ve eteklere geri döndü (Meachen, 2007, s. 21). Savaş sırasında kazandıkları haklar, erkekler geri döndükten sonra ellerinden alındı. Pantolon giyerek bacak şeklini belli etmek uygunsuz bulunuyordu (Cunningham, 2003, s.33).



Görsel 10. Fabrikadaki Kadınlar Pantolon Giyerken
http://www.ihaveadegreeinthis.com/2011/05/why-americana-will-always-be-in-style.html, 20.11.2017

Kadınlar savaşta savaşmış ve erkeklerin yaptıkları işleri yapmıştı ama kadın oldukları için pantolon giyemiyorlardı. Erkekler savaştan döndükten sonra her şey savaştan önceki haline geri döndü. Pantolon giyen az sayıda kadın oyuncu ya da fahişe olarak anılıyordu. Teknoloji, kadınların pantolon giymesi için bir kapı oluşturmasına rağmen bu kültür, savaşın sonunda bir kez daha değişti ve kadınlara artık iş yerlerinde

ihtiyaç duyulmadı. Amerika savaştan yeni yeni çıktığından toplum, reform yapmaya çalışmak yerine daha önce olan düzenine geri dönmek istedi, bu da kadınlar ve erkekler arasındaki eşitlikteki duraklamayı açıklamaktaydı.

Kadınlar savaş sırasında pantolon giyebilme hakkını kazanmalarına rağmen savaştan hemen sonra geriye doğru bir adım atmış görünüyorlardı. Çalışırken pantolon giyebilirlerse de, pantolonu toplum içerisinde giymek sosyal olarak kabul edilebilir nitelikte değildi. Sosyal ortamlarda kadınsı giyinmeye devam etmeleri bekleniyordu. Bu kadın olmanın gereğiydi. Çünkü kadın oldukları için kadınsı kıyafetler giymeli ve pantolon giyerek erkeklere benzemek istememelilerdi. 1940'larda, kadınlar için pantolon giymek, ancak yalnızca evde olmak kaydıyla toplumsal olarak kabul edilebilir hale geldi. Henüz toplum içerisinde pantolon giyememişlerdi ve zorunlu olmasa da, okul, kilise, partiler ve hatta alışveriş için sadece elbise giymeleri bekleniyordu (Lillethun ve Welters, 2011, s.195).

Savaş sonrası 1950'lerin kadınsı görünüşü, birçok kadının pantolon giymesini engellemesine rağmen, 1960'lı yıllarda kadınlar nihayet düzenli olarak pantolon giymeye başladı ancak toplumsal cinsiyet rolü günlük hayatta hala büyük bir rol oynuyordu. Kadınlara subdiminal mesaj verilmeye devam ediliyordu, buda kadınların üstündeki toplumsal ve ahlaki baskıyı devam ettiriyordu. Kadınlar "General Foods'' mutfağının laboratuar işçileri, eklem iltihabından beli bükülmüş yaşlı bir ev kadını ya da çamaşır makinesinden çarşafları çekip çıkaran genç bir kadın olsa da reklamlarda hala elbiselerle tasvir ediliyorlardı (Collins, 2009, s.31). Bunun nedeni, kadınların hala ev hanımı olmasıydı ve hatta bazıları kendilerini erkeklerden daha aşağı görüyordu. Pantolon giymek için yıllarca savaşmış olsalar da etek gibi güvenli bir seçeneğin yanında bu onlar için çarpıcı bir değişimdi. Etekler güvenli ve alışılmışken pantolonlar yeniydi.

1961'de Audrey Hepburn'un Tiffany'deki Kahvaltıdaki rolü kadınları pantolon giyme konusunda etkilemişti. Filmdeki karakter, siyah bir kapri giymiş ve bundan dolayı giderek daha fazla kadın düzenli olarak pantolon giymeye başlamıştı. Audrey Hepburn erkeklere karşı durarak değil de kadınlara aslında pantolonun onlara nasıl da yakışacağını göstererek milyonlarca kadının ilk pantolonlarını almasında büyük etkisi olmuştur. Sonunda kadınların pantolon giymesi modaya uygun hale geldi. 1960'larda ve 1970'lerde feminist hareketler ortaya çıktı. Bunlar, hakların eşitlenmesi için değişikliklerin yapılmasına neden oldu ve herkesin eşit olduğu varsayıldığı için, nihayetinde kadınların kamuya açık pantolon giymesi toplumsal olarak kabul edilebilir hale geldi. Artık kadınların pantolon giyebileceği gerçeği, kadınların hayatın bazı yönlerinde erkeklere eşit olduğuna işaret etmekteydi.

Kadın pantolonunun Haute couture ve hazır giyimde görülmesi ancak 1960'larda mümkün olabilmiştir. Bu çok çarpıcı bir başarıydı. Çünkü 1965'lere doğru pantolon üretimi etek üretimini geçmişti. Yves St. Laurent (1936-2008) gibi moda liderleri, şık pantolonlar tasarladı (Görsel 11) . "Her halükarda bana göre erkek kıyafeti içindeki bir kadından daha güzel bir şey yoktur! Çünkü erkek kıyafeti içindeki bir kadın bütün dişiliğini sergiler: bir kadın bir erkek kıyafetiyle bütünleşemez, ona karşı mücadele etmelidir ve o zaman dişiliğini daha etkili bir biçimde ifade eder" diyen Yves Saint-Laurent'in düşlerinden biri kadınlar için erkek giysileriyle eşdeğer bir giyim kuşam yaratmaktı (Bard, 2012, s.270).



Görsel 11. Yves Saint-Lauren 1966 sonbahar/kış koleksiyonu
(Fogg, 2014. s.384)

Kadın modasının görkemiyle çelişen erkek görünümlerinin çirkinliğine (Bard, 2012, s.205) getirilen estetik eleştirilere rağmen kot pantolon ya da pantolonlarla etrafta dolaşmak artık kadınlar için normal görünüyordu. Kadınların pantolon giyerek erkekleşmesi cinsiyet ayrımını ön plana çıkarmak, onu korumak hatta pozitif bir dişi özelliği geliştirmek isteyen feministleri ilgilendirmiyordu. Kadınların erkekleşmesi en basit anlamıyla kadınların o zamana kadar erkeklerin egemen olduğu alanlara kabul edilmesiydi: eğitim, iş yaşamı, sanat, edebiyat (Bard, 2012, s.209). Kadınların, erkeklerin yaptığı dağcılık, at binme, bisiklet, yüzme,

kayak ve futbol gibi spor dallarına dahil olmasıyla birlikte Bard'ın da ifade ettiği gibi (2012, s.229) spor kıyafetleri pazarı genişledi, moda dünyası ve spor dünyası yakınlaştı. Böylece spor, pantolonun kadınlar için yaygınlaşmasının en büyük etkenlerinden biri oldu. 19.yüzyılın feminist hareketlerinin desteklediği pantolon kadın gardırobunun önemli bir unsuru olması dolayısıyla, kadınları ikna ettikten sonra moda sektöründe geniş ölçüde sosyal kabul gördü. Önce 1965 yılında sonra da 1980'lerde kadınlar için pantolon üretiminin etek üretimini geçmiş olması çok çarpıcı bir başarıdır. Robert de Beauplan'a göre "ilk şaşkınlık dönemleri atlatıldıktan sonra pantolonun uyumlu hatlarının ve canlı renklerinin çekiciliğine, tükenmez yararlarına ilgisiz kalınamaz. Kadına çok farklı bir görünüm sunar…daha özgür, daha kışkırtıcı bir görünüm…rahatlığı da zarafet sunar" (Bard, 2012, s.253).

3. YÖNTEM

Çalışmada nicel araştırma yöntemi kullanılmış olup anket tekniğinden faydalanılmıştır. Anket formu, alanında uzman akademisyenlerin görüşleri alınarak oluşturulmuştur. Anket üç bölümden oluşmaktadır. Anketin birinci bölümünde katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik 6 soru, ikinci bölümde pantolon giyme nedenlerini belirlemeye yönelik 8 soru ve üçüncü bölümünde pantolon giyme eğilimlerini belirlemeye yönelik 25 soru yer almaktadır.

3.1 Araştırmanın Amacı ve Önemi

Günümüzde kadınların çoğunun pantolon giyme eğiliminde olduğu ve tasarım sektörüne yön verdiği düşünülmektedir. Ancak kadınların pantolon giyme nedenlerinin belirlenmesi ile markaların tasarımlarındaki kararlarına önemli katkısı olacağı düşünülmüştür.

3.2 Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini İstanbul'da yaşayan kadınlar oluşturmaktadır. Bununla birlikte araştırmada evreni oluşturan kişi sayısı on binden (N>10.000) büyük olduğundan, dolayısıyla evreni oluşturan birimlerin çok fazla sayıda olması ve zaman kısıtlamalarından dolayı örneklem alınma yoluna gidilmiştir. Bu doğrultuda, küme örnekleme yöntemi kullanılmış olup eksik, hatalı, güvenilir olmayan anketler çıkartılmış ve 420 anket değerlendirmeye alınmıştır.

4. AMPİRİK BULGULAR

4.1 Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Bu bölümde araştırmaya katılan kadın katılımcıların medeni durum, yaş, eğitim düzeyi, gelir seviyesi ve kilo üzerinde frekans analizi yapılmıştır. Araştırma kapsamında değerlendirmeye alınan 420 kadın katılımcıya ait demografik bulguların sunulduğu Tablo 1 incelendiğinde, kadın katılımcıların %62.4'ünün bekar, %37.6'sının evli olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılanların %26.9'unun 18-22 ve %20.2'sinin 23-27 yaş arasında olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların %69.5'inin üniversite mezunu, %47.9'unun özel sektör çalışanı, %27.9'unun gelir seviyesinin 4001 TL ve üzeri, %26.4'ünün 51-56 kilo arasında olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Medeni Durum	**Kişi Sayısı**	%
Bekar	262	62.4
Evli	158	37.6
Yaş		
18-22 yaş arası	113	26.9
23-27 yaş arası	85	20.2
28-32 yaş arası	66	15.7
33-37 yaş arası	64	15.2
38-42 yaş arası	32	7.6
43-47 yaş arası	17	4.0
48-52 yaş arası	13	3.1
53 yaş ve üzeri	30	7.1
Eğitim Durumu		
İlköğretim	12	2.9
Lise	42	10.0
Üniversite	292	69.5
Yükseklisans	74	17.6
Meslek		
Öğrenci	110	26.2
Özel Sektör Çalışanı	201	47.9
Devlet Memuru	48	11.4
İşveren	10	2.4
Ev Hanımı	51	12.1
Gelir Düzeyi		

0-1000 TL	105	25,0
1001-2000 TL	38	9,0
2001-3000 TL	78	18,6
3001-4000 TL	82	19,5
4001 TL ve üstü	117	27,9
Kilo		
45-50 kilo arası	45	10.7
51-56 kilo arası	111	26.4
57-62 kilo arası	86	20.5
63-68 kilo arası	71	16.9
69-74 kilo arası	49	11.7
75-80 kilo arası	58	13.8
Toplam	420	100.0

4.2 Katılımcıların Pantolon Konusundaki Tercihlerine İlişkin Bulgular

Bu bölümde araştırmaya katılan kadın katılımcıların alt beden tercihleri, pantolon giyme gün sayısı, pantolon satın alma önceliği, giyim tarzı, beğenilmeyen uzuv, katılımcıların kendilerini tanımladıkları sıfat, pantolon giymeyi tercih ettikleri etkinlik ve çalışırken pantolon giyme nedenleri üzerinde frekans analizi yapılmıştır. Frekans analizi sonuçlarında, katılımcıların pantolon tercih etme nedenlerine ilişkin Tablo 2'de ve pantolonu tercih sebeplerinde kendileri ile ilgili görüşleri de Tablo 3'de olmak üzere ayrı ayrı sunulmuştur. Araştırma kapsamında değerlendirmeye alınan 420 kadın katılımcının %95'inin alt beden de pantolon giymeyi tercih ettiği ve %63.1'inin pantolonu haftanın 6-7 gün arasında giydiği görülmektedir. Katılımcıların %34.5'inin pantolon satın alırken önceliğinin tasarım, %86.9'unun pantolon giymeyi tercih ettiği etkinliğin sosyal ortam olduğu ve %71'inin ise çalışma ortamında işine uygun olduğu için pantolon giymeyi tercih ettiği belirlenmiştir.

Tablo 2. Katılımcıların Pantolon Tercihlerine İlişkin Bulgular

Alt Beden	**Kişi Sayısı**	%
Pantolon	399	95.0
Etek	21	5.0
Pantolon Giyilen Gün Sayısı		
0-1 Gün Arası	11	2.6
2-3 Gün Arası	34	8.1
4-5 Gün Arası	110	26.2
6-7 Gün Arası	265	63.1
Pantolon Satın Alma Önceliği		
Fiyat	43	10.2
Kalite	116	27.6
Tasarım	145	34.5
Marka	6	1.4
Fonksiyon	99	23.6
Diğer	11	2.6
Pantolon Giymeyi Tercih Ettikleri Etkinlik		
Sosyal Ortam	365	86.9
Özel Davet	2	0.5
Eğlence	22	5.2
Diğer	31	7.4
Çalışırken Pantolon Giyme Nedenleri		
Kılık-Kıyafet Yönetmeliği	46	11.0
Görsel Taciz Endişesi	52	12.4
İşime Uygun Oluşu	298	71.0
Diğer	24	5.7
Toplam	420	100.0

Katılımcıların pantolonu tercih sebeplerinde kendileri ile ilgili görüşlerine ilişkin frekans analizi sonuçlarının sunulduğu Tablo 3 incelendiğinde ise, katılımcıların %60'ı giyim tarzlarını rahat olarak ifade etmişlerdir. Katılımcıların beğenmedikleri uzuvlarına ilişkin %26.2'si kalçalarını, %26.2'si bel kısımlarını ve %23.1'i bacaklarını beğenmedikleri belirlenmiştir. Katılımcıların %71.1'i kendilerini tanımladıkları sıfat olarak ılımlı (uyumlu) ve % 12.4'ü ise radikal (aykırı) olarak gördükleri ortaya konulmuştur.

Tablo 3. Katılımcıların Pantolon Tercihlerine İlişkin Bulgular

Alt Beden	**Kişi Sayısı**	%
Giyim Tarzı		
Trendy	47	11.2
Özgün	75	17.9
Frapan	4	1.0
Klasik	39	9.3
Rahat	255	60.7
Beğenilmeyen Uzuv		
Kalça	110	26.2
Bacak	97	23.1
Bel	110	26.2
Ayak Bileği	24	5.7
Diz Kapağı	32	7.6
Diğer	47	11.2
Kendilerini Tanımladıkları Sıfat		
Radikal(Aykırı)	52	12.4
Muhafazakar	21	5.0
Apolitik	11	2.6
Politik	18	4.3
Ilımlı(Uyumlu)	300	71.4
Diğer	18	4.3
Toplam	420	100.0

4.3 Kadınların Pantolon Giyme Eğilimlerine İlişkin İfadelere Katılım Düzeyleri

Araştırmaya katılan İstanbul'da yaşayan kadın katılımcıların pantolon giyme eğilimlerine ilişkin algılarına yönelik bulgular elde edilmiştir. Ankette yer alan her ifade için frekans, yüzde dağılımı, aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri verilmiştir. Kadınların pantolon giyme eğilimlerine ilişkin betimsel istatistikler Tablo 4'de sunulmuştur. Tablo 4'deki veriler incelendiğinde, katılımcılar tarafından en olumlu ifadenin *"En rahat ettiğim giyim parçası pantolondur."* (X=4.36) olduğu ve katılımcıların %82.4'ünün ifadeye olumlu görüş belirttiği görülmüştür. Bu ifadeden sonra gelen diğer olumlu ifade ise *"Hareket kabiliyetimi engellemediği için pantolon giyiyorum."* (X=4.22) olduğudur ve katılımcıların %79.8'i ifadeye olumlu görüş belirtmişlerdir. Katılımcıların diğerlerine göre en olumsuz görüş belirttikleri ifadenin ise *"Kadınlara yakışmadığını düşündüğüm için pantolon giymiyorum."* (X=1.16) olduğu ve katılımcıların %95'inin ifadeye olumsuz görüş belirttiği tespit edilmiştir. Sonraki olumsuz görüş belirtilen ifadenin ise *"Dinsel olarak karşı olduğum için pantolon giymiyorum."* (X=1.18) olduğu ve katılımcıların %95.7'sinin olumsuz görüş belirttikleri görülmektedir.

Tablo 4. Kadınların Pantolon Giyme Eğilimlerine İlişkin Betimsel İstatistikler

İfadeler		**Hiç katılmıyorum(1)**	**Katılmıyorum(2)**	**Orta düzeyde katılıyorum(3)**	**Çok katılıyorum(4)**	**Tamamen katılıyorum(5)**	**Ortalama**	**s.s.**
Hareket kabiliyetimi engellemediği için pantolon giyiyorum.	F	23	22	40	91	244	4.22	1.155
	%	5.5	5.2	9.5	21.7	58.1		
En rahat ettiğim giyim parçası pantolondur.	F	9	18	47	84	262	4.36	0.986
	%	2.1	4.3	11.2	20	62.4		
Soğuk havalarda sıcak tuttuğu için pantolon giyiyorum.	F	31	15	52	99	223	4.11	1.205
	%	7.4	3.6	12.4	23.6	53.1		
Bazı özel günlerde kendimi daha rahat hissettiğim için pantolon giyiyorum.	F	53	25	62	86	194	3.82	1.398
	%	12.6	6	14.8	20.5	46.2		
Dinsel olarak karşı olduğum için pantolon giymiyorum	F	384	18	6	3	9	1.18	0.69
	%	91.4	4.3	1.4	0.7	2.1		
Erkeklerin ilgisini çekmemek için pantolon giyiyorum	F	328	34	29	16	13	1.46	0.994
	%	78.1	8.1	6.9	3.8	3.1		
Kendimi en iyi ifade ettiğim giyim parçası pantolondur	F	98	47	136	54	85	2.95	1.409
	%	23.3	11.2	32.4	12.9	20.2		
Sosyal hayatıma daha uygun olduğu için pantolon giymeyi tercih ediyorum	F	37	49	86	102	146	3.65	1.3
	%	8.8	11.7	20.5	24.3	34.8		
Dünyada hala kadınların pantolon giymesi tartışıldığı için pantolon giyiyorum.	F	238	42	59	36	45	2.07	1.419
	%	56.7	10	14	8.6	10.7		
Erkekler kadar özgür olduğumu göstermek için pantolon giyiyorum.	F	245	37	48	34	56	2.09	1.489
	%	58.3	8.8	11.4	8.1	13.3		

Maskülen duruşundan dolayı pantolon giymeyi tercih ediyorum.	F	194	70	73	44	39	2.2	1.362
	%	46.2	16.7	17.4	10.5	9.3		
Güçlü kadın imajı yarattığı için pantolon giymeyi tercih ediyorum.	F	210	56	70	35	49	2.18	1.422
	%	50	13.3	16.7	8.3	11.7		
Kadınların bazı iş kollarında erkekler kadar etkin olabilmesini desteklediği için pantolon giyiyorum.	F	217	57	59	44	43	2.14	1.408
	%	51.7	13.6	14	10.5	10.2		
Kadınlara yakışmadığını düşündüğüm için pantolon giymiyorum.	F	388	13	11	0	8	1.16	0.645
	%	92.4	3.1	2.6	0	1.9		
Kendime en çok yakıştırdığım giyim parçası pantolondur.	F	55	43	130	75	117	3.37	1.336
	%	13.1	10.2	31	17.9	27.9		
Alt bedende en beğendiğim giyim parçası pantolondur.	F	44	51	120	78	127	3.46	1.315
	%	10.5	12.1	28.6	18.6	30.2		
Markaların reklamlarında ünlü kişilere yer vermesi pantolon giyme isteğimi arttırır.	F	265	72	53	16	14	1.67	1.051
	%	63.1	17.1	12.6	3.8	3.3		
Markaların pantolondaki model çeşitliliği pantolon giyme isteğimi arttırır.	F	127	55	88	84	66	2.78	1.458
	%	30.2	13.1	21	20	15.7		
Markaların pantolondaki renk çeşitliliği pantolon giyme isteğimi arttırır.	F	121	61	85	85	68	2.8	1.454
	%	28.8	14.5	20.2	20.2	16.2		
Markaların pantolondaki kumaş çeşitliliği pantolon giyme isteğimi arttırır.	F	106	55	104	79	76	2.91	1.432
	%	25.2	13.1	24.8	18.8	18.1		
Markaların sosyal medya paylaşımları pantolon giyme isteğimi arttırır.	F	194	72	86	32	36	2.15	1.313
	%	46.2	17.1	20.5	7.6	8.6		

5. PANTOLON GİYME EĞLİMİNE İLİŞKİN ÖNERMELER İÇİN FAKTÖR ANALİZİ

Katılımcıların pantolon giyme eğilimlerini ölçmek için oluşturulan örneklemlere ilişkin faktör analizinden önce, maddeler arası korelasyonun faktör analizine uygunluğu için Kaiser-Meyer-Olkin ve Bartlett(KMO) Testi uygulanmıştır. KMO Örnekleme Yeterliliği Test istatistiği (KMO=0.835) 0.60'dan büyük bulunduğundan maddeler arası korelasyonun faktör analizine uygun olduğu saptanmıştır. Bu sonucun yanısıra Bartlett Küresellik Testi sonuçlarına göre de maddeler arası korelasyonlar faktör analizi yapmaya yeterli bulunmuştur. ($X^2_{(210)}$=4003.908 ve p=0.000<0.05). Sonuçlar Tablo5'de sunulmuştur.

Tablo 5. Kaiser-Meyer-Olkin ve Bartlett Testi Sonuçları

KMO ve BARTLETT TESTİ		
Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) Örneklem Ölçüm Değer Yeterliliği		0.835
Bartlett Küresellik Testi	**χ^2**	4003.908
	sd	210
	p	0.000*

(*) %5 güven düzeyinde istatistiksel anlamlılığı göstermektedir.

Araştırmada kullanılan ölçeğin güvenilirlik ve geçerlilik analizi ile yapı geçerliliği için uygulanan faktör analizine ilişkin sonuçlar ise Tablo 6'de sunulmuştur. Sonuçalara göre ölçek 4 faktörden oluşmaktadır. En yüksek varyans açıklama oranının %23.360 ile marka faaliyetlerine yönelik tutum faktörü olduğu belirlenirken, pantolonun fonksiyonelliği faktörünün ise %6.047 ile en düşük açıklama oranına sahip faktör olduğu görülmektedir. Varyansın toplam açıklanma yüzdesi ise %61.879 olarak %50'nin üzerindedir. Ölçeğin güvenilirlik ve geçerliliğinin test edilemsi amacıyla elde edilen Cronbach's alpha değerleri incelendiğinde; marka faaliyetleri (%88.4), tarza yönelik tutum (%80.2) ve feminist düşünce yapısı (%89) faktörlerinin iyi derecede güvenilir faktörler, muhafazakar düşünce yapısı (%60.2) ve pantolonun foksiyonelliği (%61.8) faktörlerinin ise kabul edilebilir derecede güvenilir faktörler olduğu, pantolon giyme eğilimi ölçeğinin ise genelinin %84 oranı ile iyi derecede güvenilir olduğu görülmektedir.

Tablo 6. Pantolon Giyme Tercihleri Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi

FAKTÖRLER	**Faktör Yükleri**	**Açıklanan Varyans**	**Faktör Güvenilirliği**
Pantolon Giyme Tercihleri Ölçeği		**61.879**	**0.840**
Marka Faaliyetlerine Yönelik Tutum		**23.360**	**0.884**
Markaların pantolondaki renk çeşitliği pantolon giyme isteğimi arttırır.	0.915		
Markaların pantolondaki model çeşitliliği pantolon giyme isteğimi arttırır.	0.907		
Markaların pantolondaki kumaş çeşitliği pantolon giyme isteğimi arttırır.	0.901		
Markaların sosyal medya paylaşımları pantolon giyme isteğimi arttırır.	0.715		
Markaların reklamlarında ünlü kişilere yer vermesi pantolon giyme isteğimi arttırır.	0.618		
Tarza Yönelik Tutum		**13.668**	**0.802**
Alt bedende en beğendiğim giyim parçası pantolondur.	0.836		
Kendime en çok yakıştırdığım giyim parçası pantolondur.	0.752		
Kendimi en iyi ifade ettiğim giyim parçası pantolondur.	0.736		
Sosyal hayatıma daha uygun olduğu için pantolon giymeyi tercih ediyorum.	0.681		

En rahat ettiğim giyim parçası pantolondur.	0.545		
Feminist Düşünce Yapısı		**11.822**	**0.890**
Erkekler kadar özgür olduğumu göstermek için pantolon giyiyorum.	0.880		
Kadınların bazı iş kollarında erkekler kadar etkin olabilmesini desteklediği için pantolon giyiyorum.	0.822		
Güçlü kadın imajı yarattığı için pantolon giymeyi tercih ediyorum.	0.817		
Dünyada hala kadınların pantolon giymesi tartışıldığı için pantolon giyiyorum.	0.818		
Maskülen duruşundan dolayı pantolon giymeyi tercih ediyorum	0.771		
Muhafazakar Düşünce Yapısı		**6.982**	**0.602**
Dinsel olarak karşı olduğum için pantolon giymiyorum.	0.832		
Kadınlara yakışmadığını düşündüğüm için pantolon giymiyorum.	0.725		
Erkeklerin ilgisini çekmemek için pantolon giyiyorum.	0.502		
Pantolonun Fonksiyonelliği		**6.047**	**0.618**
Soğuk havalarda sıcak tuttuğu için pantolon giyiyorum.	0.819		
Bazı özel günlerde kendimi daha rahat hissettiğim için pantolon giyiyorum.	0.702		
Hareket kabiliyetimi engellemediği için pantolon giyiyorum.	0.601		

6. HİPOTEZ TESTLERİ VE ANALİZLER

Ölçeklerin dağılımının normale uygunluğu için Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk Normallik testlerinden faydalanılmıştır. Testlerin hipotezleri faktörlerin normal dağıldığı temel hipotezine karşılık normal dağılmadığı alternatif hipotezini savunmaktadır. Tablo 7'de yer alan test sonuçlarına göre temel hipotez red edilerek %5 güven düzeyine faktörlerin normal dağılmadığı hipotezi kabul edilmiştir (p=0.00<0.05).

Tablo 7. Normal Dağılım Testi Sonuçları

FAKTÖRLER	Kolmogorov-Smirnov		Shapiro-Wilk	
	İstatistik	p	İstatistik	p
Marka Faaliyetleri	0.108	0.00*	0.940	0.00*
Tarz	0.097	0.00*	0.965	0.00*
Feminizm	0.174	0.00*	0.860	0.00*
Muhafazakarlık	0.427	0.00*	0.649	0.00*
Fonksiyonellik	0.159	0.00*	0.866	0.00*

(*) %5 güven düzeyinde istatistiksel anlamlılığı göstermektedir.

Katılımcıların pantolon giyme eğilimi ölçeğinin demografik özelliklere göre faklılık gösterip göstermediğinin tespitinde ölçeği oluşturan faktörler normal dağılım sergilemediğinden karşılaştırmalarda parametrik olmayan testlerden yararlanılmıştır. İkili karşılaştırmalarda Mann-Whitney U, ikiden fazla karşılaştırmalarda ise nominal ölçekli sorular için Kruksall-Wallis, ordinal ölçekli sorular için Jonkheere Terpstra testleri ve bunların dışında bağımsızlık incelemesi için Ki-kare bağımsızlık testi uygulanmıştır.

6.1 Mann-Whitney U Test Sonuçları

Katılımcıların marka faaliyetlerine, tarza, feminist düşünce yapısına, muhafazakar düşünce yapısına ve pantolonun fonksiyonelliğine yönellik tutumlarının medeni duruma göre farklılık göstermediği temel hipotezine karşılık, farklılık gösterdiği alternatif hipotezinin test edilmesi amacıyla ölçeklere Mann-Whitney U Testi uygulanmış, test sonuçları tablo 8'de sunulmuştur. Sadece marka faaliyetlerine yönelik tutum faktörü için %5 istatistiksel anlamlılık düzeyinde temel hipotezin red edilerek faktörün farklılık gösterdiği diğer faktörlerin ise medeni duruma göre faklılık göstermediği bulgusuna ulaşılmıştır. Sonuç olarak bekar kadınların pantolon giyme konusunda marka faaliyetlerinden evli kadınlara göre daha fazla etkilediği görülmektedir (Bekar Rank=0220.60>Evli Rank=193.75).

Tablo 8. Mann-Whitney U Testi Sonuçları

FAKTÖRLER	Bekar Rank Ort. (N=262)	Evli Rank Ort. (N=158)	Mann-Whitney U	p
Marka faaliyetleri	220.60	193.75	18051.50	0.027*
tarz	203.68	221.81	18910.50	0.137
feminizm	216.94	199.81	19009.50	0.156
Muhafazakarlık	211.44	208.94	20451.00	0.792
Fonksiyonellik	211.10	209.50	20540.50	0.894

(*) %5 güven düzeyinde istatistiksel anlamlılığı göstermektedir.

6.2 Kruksall-Wallis Ve Jonkheere Terpstra Test Sonuçları

Katılımcıların marka faaliyetleri ile tarza yönelik tutumları, feminist düşünce ile muhafazakar düşünce yapısı ve pantolonun fonksiyonelliği faktörlerinin sırası ile yaş, eğitim durumu, çalışma durumu, gelir düzeyi ve kilo özelliklerine göre farklılık gösterdiği temel hipotezlerine karşılık farklılık göstermediği alternatif hipotezlerinin test edilmesi amacıyla değişkenlere Kruksall-Wallis ve Jonkheere Terpstra Testleri

uygulanmış ve sonuçlar Tablo 9'da sunulmuştur. %5 istatistiksel anlamlılık düzeyinde temel hipotezi red edilerek marka faaliyetlerine yönelik tutum faktörü yaşa ve çalışma durumuna(p=0.002<0.05); tarza yönelik tutum faktörü eğitim durumu, çalışma durumu ve gelir düzeyine(p=0.018<0.05, p=0.00<0.05, p=0.032<0.05); feminist düşünce yapısı faktörü yaş, çalışma durumu ve gelir düzeyine(p=0.00<0.05, p=0.04<0.05, p=0.00<0.05); pantolonun foksiyonelliği faktörü ise yaşa ve gelir düzeyine(p=0.012<0.05,p=0.013<0.05) göre farklılk göstermektedir. Sonuçlara göre muhafazakar düşünce yapısı faktörünün bu özelliklerden hiçbirine göre faklılık göstermediği bulgusuna ulaşılmıştır.

Tablo 9. Kruksall-Wallis Ve Jonkheere Terpstra Test Sonuçları

FAKTÖRLER	Yaş		Eğitim Durumu		Çalışma Durumu		Gelir Düzeyi		Kilo	
	J-T Test İstatistiği	p	J-T Test İstatistiği	p	K-W Test İstatistiği	p	J-T Test İstatistiği	p	J-T Test İstatistiği	p
Marka faaliyetleri	-3.126	0.002*	1.736	0.083	16.537	0.002*	-0.924	0.356	-1.707	0.088
Tarz	-4.447	0.655	-2.365	0.018*	21.064	0.000*	-2.139	0.032*	1.634	0.102
Feminizm	-3.929	0.000*	-1.229	0.219	10.018	0.040*	-4.655	0.000*	0.145	0.885
Muhafazakarlık	-1.712	0.087	-0.437	0.662	7.535	0.110	-0.053	0.958	-0.765	0.445
Fonksiyonellik	-2.500	0.012*	-0.582	0.561	6.984	0.137	-2.493	0.013*	0.828	0.408

(*) %5 güven düzeyinde istatistiksel anlamlılığı göstermektedir.

6.3 Ki-Kare Bağımsızlık Testi Sonuçları:

Katılımcıların gündelik hayatta alt beden tercihi, pantolon giydikleri gün sayısı, pantolon satın alma öncelikleri, özel hayatlarında pantolon giymek için tercih ettikleri etkinlik ve çalışırken pantolon giyme nedenlerinin sırasıyla yaş, eğitim durumu, çalışma durumu, gelir düzeyi, kilo, giyim tarzı ve kişinin kendini tanımladığı sıfat özellikleriyle ilişkisiz olduğunu savunan temel hipotezlerine karşılık, ilişkili olduğunu savunan alternatif hipotezlerinin test edilmesi amacıyla değişkenlere Ki-kare Bağımsızlık Testi uygulanmıştır. Sonuçları tablo 10'da sunulmuştur.

Tablo 10. Ki-Kare Bağımsızlık Testi Sonuçları:

GÜNDELİK HAYATTA ALT BEDEN TERCİHİ				
	Sd.	**Pearson ki-kare test istatistiği**	**Fisher Exact test istatistiği**	**p**
Çalışma Durumu	4	9.374	9.015	0.041*
Giyim Tarzı	4	10.277	10.843	0.02*
Kendini Tanımladığı Sıfat	5	23.527	18.796	0.001*
PANTOLON GİYİLEN GÜN SAYISI				
Yaş	21	44.915	38.350	0.004*
Eğitim Durumu	9	22.942	20.400	0.008*
Çalışma Durumu	12	31.430	29.745	0.002*
Gelir Düzeyi	12	24.259	23.145	0.017*
Kilo	15	42.377	42.401	0.000 *
Giyim Tarzı	12	33.541	32.791	0.001*
Kendini Tanımladığı Sıfat	15	42.854	28.612	0.005*
PANTOLON SATIN ALINIRKEN ÖNCELİK				
Yaş	35	52.482	50.432	0.029*
Eğitim Durumu	15	39.028	25.539	0.022*
Çalışma Durumu	20	45.473	42.334	0.001*
Gelir Düzeyi	20	40.685	39.044	0.003*
Kilo	25	49.468	48.303	0.001*
Giyim Tarzı	20	38.094	37.359	0.002*
ÖZEL HAYATTA PANTOLON GİYİMEK İÇİN TERCİH EDİLEN ETKİNLİK				
Kilo	15	30.509	22.025	0.042*
Beğenilmeyen Uzuv	15	28.085	26.262	0.009*
ÇALIŞIRKEN PANTOLON GİYME NEDENİ				
Medeni Durum	3	14.441		0.002*
Yaş	21	41.133	36.724	0.008*
Çalışma Durumu	12	31.986	31.856	0.001*
Kendini Tanımladığı Sıfat	15	30.027	24.143	0.029*

* (*) %5 güven düzeyinde istatistiksel anlamlılığı göstermektedir.
** Kontenjans tablosunda teorik frekansı 5'den küçük olanların oranı %20 den fazla olduğu durumlar için Fisher Exact Test istatistiği kullanılmıştır.

7. SONUÇ

Günümüz giyiminde çok fazla tercih edilen pantolon yüzyıllara göre birçok değişim göstermiştir. 21. yüzyılda kadınlar ve erkekler için en yaygın giyim parçası olmuştur. Hem rahat kullanımı hem de pratik olması nedeniyle kadınların baş kurtarıcısıdır. Aynı zamanda Pantolon kadının özgürlük ve başkaldırı hareketinin destekleyicisidir. 16.yüzyıldan bugüne kadar erkekler için gündelik kullanılan pantolon zamanla

kadınlar için de yaygınlaşıp tercih edilir hale gelmiştir. Geçmişte her ne kadar pantolon giyen kadın yadırgansa da günümüzde bu düşünce değişmiştir. Jeanler, spor pantolonlar, kapriler, klasik kesim pantolonlar hemen hemen her kadının gardırobunda yer almaktadır.

Araştırmada sadece İstanbul ilinde yaşayan 10.000'den fazla kadınla anket yapılmış ancak 420 anket değerlendirmeye alınmıştır. Sosyal, politik ve coğrafi nedenlerle farklılık gösterdiği bilinen diğer şehirlerde yaşayan kadınların da görüşleri alınarak bir karşılaştırma yapılabilir. Katılımcıların gündelik hayatta alt giyim parçası olarak pantolon tercihlerinin çalışma durumuna, giyim tarzına ve kendilerini tanımladıkları sıfatla ilişkili olarak değişim gösterdiği gözlemlenmiştir. Katılımcıların özel hayatlarında pantolon giymek için tercih ettiği etkinliğin, kilo ve beğenilmeyen uzuvlarıyla ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Kadınların çalışırken pantolon giyme nedenlerinin yaş, medeni durum, çalışma durumu ve kendilerini tanımladıkları sıfatla ilişkili olduğu; pantolon satın alma önceliklerinin kendilerini tanımladığı sıfat dışında hipotezde yer alan diğer özellikleriyle ilişkili olduğu görülürken pantolon giydikleri gün sayısının hipotezde yer alan bütün özellikleriyle ilişkili olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır.

Araştırma sonuçları doğrultusunda, Bard'ın ifade ettiği gibi giysinin geleneksel işlevleri olan, süs, korunma, edep ve simgesel ifade (2012, s.327) kadınlar için pantolon giymede farklı tercihlerle değerlendirilmiştir. Kadınların, rahatlığın yanı sıra estetiğe çok önem verdikleri, sadece öğrenci ve çalışan kadınlar arasında değil büyük bir çoğunluk için pantolonun eteğin yerini aldığı görülmüştür. Değerlendirmeler sonucunda pantolonun erkekler için olduğu kadar kadınlar için de vazgeçilmez olduğu ve kendini kabul ettirdiği tespit edilmiştir. Ancak tüm toplumlarda dinin giyimi etkileyen en önemli faktörlerden biri olduğu düşünülerek kadınların pantolon tercihlerinde yasaklamalara yönelik araştırma ve çalışmaların yapılarak bugünkü durumu incelenmelidir.

KAYNAKÇA

Akyol, Yasemin (2007). *Stil İkonu Olgusunun Moda Tasarımı Açısından İncelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, MSÜ. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
Alston, Isabella (2014). *Coco Chanel*. Nort Carolina. USA.: TAJ Books International.
Bard, C. (2012). *Pantolonun Politik Tarihi*. İstanbul: Sel Yayıncılık.
Beck, Ulrike ve Wagner, Mayke ve Li Xiao ve Durkin, Desmond ve Tarasov Pavel E. (2014). The invention of trousers and its likely affiliation with horseback riding and mobility: A case study of late 2nd millennium BC finds from Turfan in eastern Central Asia. *Quaternary International*, Mayıs, s. 224-235.
Benaim, Laurence (2001). *Pants a History a foot*. USA Michigan University: Vilo International.
Collins, Gail (2009). *When Everything Changed: the Amazing Journey of American Women, From 1960 to the Present*. New York: Hachette Book.
Cunningham, Patricia A. (2003). *Reforming Women's Fashion, 1850-1920: Politics, Health, and Art*. London: The Kent State University Press.
Dana, Meachen R. (2006). *Clothing in American History*. USA: Weekly Reader Early Learning Library.
Eray, F. (2000). Türk Toplumlarında Pantolonun Gelişiminin İncelenmesine Tarihsel Bir Bakış. *Konfeksiyon &Teknik Dergisi*. Mart, S.84, s.68-71.
Houston, G.M. (2002). *Ancient Egyptian, Assyrian and Persian Costumes and Decorations*. London: Dover publications.
Lillethun A. ve Welters L. (2011). *The Fashion Reader*. London: Berg Publishers.
Pendergast, Sara ve Pendergast, Tom (2004). *Fashion Costuma and Culture*. Volume 3, USA: The Gale Group.
Pendergast, Sara ve Pendergast, Tom (2004). *Fashion Costuma and Culture*. Volume 4, USA: The Gale Group.

İnternet Kaynakları

http://www.bbc.com(2013) (Erişim Tarihi 15.11.17)
https://en.wikipedia.org/wiki/Elizabeth_Smith_Miller (Erişim Tarihi 14.11.17)
http://womenofhistory.blogspot.com.tr/2008/05/ancient-persian-women.html (Erişim Tarihi 10.11.17)
http://www.experiencefestival.com/a/Trousers_-_History/id/601078 (Erişim Tarihi 10.11.17)
http://www.statemaster.com/encyclopedia/Apadana (Erişim Tarihi 10.11.17)
http://encarta.msn.com/text_761569657__10/Clothing.html (Erişim Tarihi 18.11.17)

Görsel Kaynaklar

Görsel 1. Pantolonun önden görünümü, çizim; U. Beck, fotoğraf; M. Wagner, (Beck ve M. Wagner, 2014, s.227)
Görsel 2. Apadana Sarayı'nın Merdivenleri, Persepolis, (http://visitiran.info/persepolis/10.11.17)
Görsel 3. Kısa etek altına giydiği ve kendi soyadını taşıyan bloomer pantolonuyla Amelia Bloomer (Bard, 2012, s.98)
Görsel4. Kadın hakları hareketinin yaşam boyu savunucusu Elizabeth Smith Miller (1822-1911)
(http://www.nyhistory.com/gerritsmith/esm.htm 20.11.2017)
Görsel 5. Paris'li sanatçı heykeltıraş Sarah Bernhardt, (Bard, 2012, s.169)
Görsel 6. Doğu kültüründen etkilenen Fransız tasarımcı Paul Poiret'nin (1879-1944) oldukça geniş ve bol paçalı olan harem pantolonları
(https://www.metmuseum.org/toah/hd/poir/hd_poir.htm 20.11.2017)
Görsel 7. Birinci dünya savaşı sırasında tersanede çalışan pantolonlu kadınlar
(https://www.alamy.de/fotos-bilder/women-war-work-wwi.html 20.11.2017)
Görsel 8. Pantolonu çok daha modern ve giyilebilir hale getiren Coco Chanel, (Alston, 2014. s.9)
Görsel 9. Marlene Dietrich, Ocak 1933 (1901-1992), (Bard, 2012, s. 254)
Görsel10. Fabrikadaki Kadınlar Pantolon Giyerken, http://www.ihaveadegreeinthis.com/2011/05/why-americana-will-always-be-in-style.html, 20.11.2017
Görsel 11. Yves Saint-Lauren 1966 sonbahar/kış koleksiyonu, (Fogg, 2014, s.384)