Moda Giysilerinin Yaygınlaştırılmasında Rol Yüklenen Tüketicilerin Bazı Özellikleri

Yahşi YAZICIOĞLU
Doç.Dr.
Hüsniye ALTINAY
Öğr.Gör.
Gazi Üni. Mesleki Eğitim Fakültesi/ANKARA

Giyim insanın temel ihtiyaçlarından birisidir. Giyim günümüzde bir moda gösterisi haline gelmiştir. Moda giysileri ilk kez kullanan, bir öncü kitle vardır. Bu öncü kitlenin özelliklerini ortaya çıkarmak amacıyla bu araştırma planlanmış ve yürütülmüştür. Böylece üretici ve pazarlama sektörüne yararlı bilgiler sunulmaya çalışılmıştır.

SOME FEATURES OF THE CONSUMERS WHO ACT AS TO POPULARISE FASHION CLOTHES

Dressing is one of the basic needs of human beings. However, nowadays it has become a fashion show There are some people who pioneers new fashion cloths. This study was planned and carried out to determine the features of this leading group of people. Thus, some useful information is provided for the manufacturing and marketing sectors of textiles.

1.GİRİŞ

İnsanın temel gereksinimlerinden biri olan giyim, ilk çağlarda doğal etkilerden korunmak ve vücudu saklamak ihtiyacından doğmuştur.

Giyim tarihi sürecine göz atılırsa eski devirlerden bugüne birçok evre geçirdiği görülür, insanlar giyimleri ile bulundukları uygarlık seviyesini yansıtırlar. Kendi milli giysilerini oluştururlar.

İnsanların yaşamına tanıklık eden çeşitli kalıntılar, resimler ve belgeler incelendiğinde, yaşamın kendisinin bir moda gösterisi olduğu görülür. Günümüzde giyim evrenselleşmiştir. Milletler moda merkezi sayılan Fransa, İtalya, İngiltere gibi ülkelerde moda olan giysileri din, dil, ırk farkı gözetmeksizin hemen uygulamaktadırlar.

Öteyandan yeni değişik giysiler herkesi az veya çok mutlaka etkilemekte, ancak bunlara sahip olma isteği çeşitli faktörlerce kısıtlanmaktadır. Bu faktörleri ekonomik durum, zaman yetersizliği, kişisel durum ve çevre kısıtlamaları olarak irdelemek mümkündür. Bu kısıtlamalar, insanın modayı izlemekteki pozisyonu belirler.

Moda giysilerin yaygınlaştırılmasında, modayı yakından takip eden, insanları cesaretlendiren önder durumda olan kişiler bulunmaktadır. Bu tüketici grup giysiyi kullanımda en ön sırada yer almayı bir görev gibi yürütür. Her moda değişikliğinde tüketiciler yeni moda giysileri uygulamada belirgin biçimde tereddüt geçirirler. Çünkü yeni bir ürünün kullanımı beraberinde bilinmezlikleri de getirir. Yeni giysilerin alışılmışın dışındaki görüntülerinin topluma benimsetilmesi toplumun yeni giysilere alıştırılması gereklidir.

Toplumda, bu öncülük görevini üstlenen bir kesim bulunmaktadır. Bu öncü kesim sayesinde yeni moda akımları topluma benimsetilmekte, yaygınlaştırılmaktadır. Bu rolü yüklenen öncü kesimin kişisel özellikleri, sosyal ve ekonomik durumlarını ortaya çıkarmak, amacıyla bu araştırma planlanmış ve yürütülmüştür.

Bu suretle moda giysilerin topluma yaygınlaştırılmasında öncü görevi yüklenen kesimin profili çıkarılarak, üretici ve pazarlama sektörüne bilgiler sunulmaya çalışılmıştır. Böylece moda giysilerin yaygınlaştırılmasında öncü rolü yüklenen kesimin bu rollerini daha kolaylıkla yerine getirebilmeleri için gerekli önlemlerin alınması için zemin hazırlamaya çalışılmıştır.

2.LİTERATÜR ÖZETİ

Bu konuda literatürde yer alan görüşler şöyle özetlenebilir.

Densmore seçilen mesleklerin kişilikle ilgili olduğunu ve değişik mesleklerdeki kişilerin farklı giyindiklerini, modaya yaklaşımlarının farklı olduğunu belirtmektedir [Densmore, 1976].

Blouin eski toplumlarda herkesin birbirini tanıdığını ve kim olduğunu bildiğini ama şimdi anonim ilişkilerin geçerli olduğunu büyük toplumlarda insanların birbirini tanımadığı üzerinde durmaktadır [Blouin, 1982]. İnsanların tüketiminin, onun kim olduğu hakkında çevresine bilgi veren büyük bir unsur olduğu düşünülmektedir. Belirli gruplara ait belirli giyim tarzlarının da harcama güçlerine ve mesleklerine paralel olarak ortaya çıktığı iddia edilmektedir.

Moda olan ürünlerin, hemen herkes tarafından aynı anda alınıp kullanılmadığını, burada olanakların yanısıra, kişilik özelliklerinin de etken olduğu belirtilmektedir. Modaya uyma sıralamasında genellikle aynı kişilerin zaman içinde aynı yerleri muhafaza ettikleri iddia edilmekte ve insanlar, modayla olan ilişkilerinde ve modayı takip etme zamanında hiyerarşik bir sıraya sokul-