

T.C.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ
FOTOĞRAF ANASANAT DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

1990 SONRASI TÜRK MODA FOTOĞRAFINDA GENEL EĞİLİMLER

Hazırlayan

Handan DAYI

Danışman

Yrd Doç. Dr. Sadık Tumay

İZMİR - 2006

Yemin Metni

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “1990 Sonrası Türk Moda Fotoğrafında Genel Eđilimler” adlı çalışmanın, tarafımdan, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı dūřecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin bibliyografyada gōsterilenlerden olduğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

...../...../.....

Handan DAYI

TUTANAK

Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü'nün/...../..... tarih vesayılı toplantısında oluşturulan jüri, Lisansüstü Öğretim Yönetmeliği'nin maddesine göre Fotoğraf Anasanat Dalı Yüksek Lisans öğrencisi Handan Dayı'nın "1990 Sonrası Türk Moda Fotoğrafında Genel Eğilimler" konulu tezi incelenmiş ve aday/...../..... tarihinde, saat 'da jüri önünde tez savunmasına alınmıştır.

Adayın kişisel çalışmaya dayanan tezini savunmasından sonradakikalık süre içinde gerek tez konusu, gerekse tezin dayanağı olan anabilim dallarından jüri üyelerine sorulan sorulara verdiği cevaplar değerlendirilerek tezin olduğuna oy..... ile karar verildi.

BAŞKAN

ÜYE

ÜYE

YÜKSEKÖĞRETİM KURULU DOKÜMANTASYON MERKEZİ
TEZ/PROJE VERİ FORMU

Tez/Proje No: Konu Kodu: Üniv. Kodu

* Not: Bu bölüm merkezimiz tarafından doldurulacaktır.

Tez/Proje Yazarının

Soyadı: DAYI

Adı: HANDAN

Tezin/Projenin Türkçe Adı: "1990 Sonrası Türk Moda Fotoğrafında Genel Eğilimler"

Tezin/Projenin Yabancı Dildeki Adı: "The General tendencies in Turkish fashion photography after 1990"

Tezin/Projenin Yapıldığı

Üniversitesi: Dokuz Eylül Üniversitesi

Enstitü: GSE

Yıl: 2006

Diğer Kuruluşlar:

Tezin/Projenin Türü:

Yüksek Lisans:

Dili: Türkçe

Doktora:

Sayfa Sayısı: 204

Tıpta Uzmanlık:

Referans Sayısı: 270

Sanatta Yeterlik:

Tez Proje Danışmanlarının

Ünvanı: Yrd. Doç. Dr. **Adı:** Sadık

Soyadı: TUMAY

Türkçe Anahtar Kelimeler:

1. Türk Moda Fotoğrafı
2. Fotoğraf Eğilimleri
3. Moda Fotoğrafı
4. Nihat Odabaşı
5. Hasan Hüseyin

İngilizce Anahtar Kelimeler:

1. The Turkish Fashion Photography
2. The Tendencies of Photography
3. Fashion Photography
4. Nihat Odabaşı
5. Hasan Hüseyin

Tarih:

İmza:

Tezimin Erişim Sayfasında Yayınlanmasını İstiyorum Evet Hayır

ÖZET

Fotoğrafın keşfinden hemen sonra batıda portre geleneğinin ardından gelişen moda fotoğrafı kısa zamanda branşlaşarak bu alanda önemli bir yer edinmiştir. Toplumda yaşanan ekonomik, politik ve sanatsal akımlar yardımıyla kendine ait estetik bir dil geliştiren moda fotoğrafı moda sektörünün ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir.

1980 sonrası Türkiye’de değişen ekonomik şartlar, tekstil ve reklam sektörlerinin gelişmesine olanak tanımış ve Türkiye’de moda fotoğrafçılığının branşlaşmasında etken olmuştur. 1990’larda ise moda fotoğrafı masa üstü yayıncılığın ve fotoğraf tekniklerinin de gelişmesiyle moda sektöründe yön veren bir duruma gelmiştir. Dünyada 1900’lerin başında branşlaşan moda fotoğrafı, Türkiye’de neredeyse bir yüz yıl kadar sonra kavramlaşma sancuları çekmekte ve kendine ait bir üslup arayışını içerisine girmektedir.

Newyork’ta Modern Sanatlar Müzesinde 28 haziran 2004’de açılan “Fashioning Fiction in Photography since 1990” sergisi 90’lı yılların moda fotoğrafçılığını inceleyerek bu yıllara bir tarz biçebilmemiz için önemli bir adım atmıştır. Türkiye’de ise yeni kuşak moda fotoğrafçılarıyla başlayan batıyla eş zamanlı ilerleyen moda fotoğrafında yeni bir dil oluşturma çabası günümüzde bazı fotoğrafçılarda kendilerine ait üslup olarak ortaya çıkmış, 90 sonrası gelişen yeni pratikleriyle kataloglarda, magazin dergilerinde, televizyon kanallarında görsellik kazanmıştır. Günümüzde ticari anlamda kendini ispat etmiş olan Türk moda fotoğrafının sanatsal yaratıcılık anlamında sorunlar yaşadığı görülmektedir. 1990 sonrası fotoğrafta gelişen üsluplara paralel olarak Türk moda fotoğrafında eğilimlerin ortaya çıkmasına olanak tanıyacak gelişmeler olmuş ve moda fotoğrafı önemli bir yol almıştır. Moda fotoğrafı üzerine yapılan bu çalışmada Türk Moda Fotoğrafında tarihsel süreç değerlendirilirken 90 sonrası oluşan eğilimler de ortaya çıkarılacaktır. Bu

anlamda bu tezin, Türk moda fotoğrafıyla ilgili gelecekte yapılacak çalışmalara da ışık tutacağı düşünölmektedir.

ABSTRACT

The fashion photography which developed soon after the discovery of photograph and portrait tradition in the West has separated into branches in a short while and acquired a significant place in this area. The fashion photography that developed its own unique aesthetic language by the help of economic, politic and artistic movements took place in the society, has become a significant part of fashion sector.

The economical conditions of Turkey which changed after 1980, allowed textiles and advertisement sectors to enter in the foreign markets and played a key role in branching of fashion photography in Turkey. In 1990's, by the developments both in photograph techniques and in desktop media, fashion photography has become a part that guides the fashion sector. The fashion photography which branched in the beginning of 1900's across the world, has involved in the searches of its own language in Turkey after about a century.

The "Fashioning Fiction in Photography since 1990" exhibition which was opened in The Museum of Modern Arts in New York in June 28, 2004, has taken a significant step forward for defining a style for these years while studying the fashion photography of the 1990's. In Turkey, the efforts to form a new language which began with new age fashion photographers and improved synchronized to the West, has appeared as an owned style of some photographers and with the new practices developed after 90's, obtained visualization in catalogues, magazines and tv channels. Nowadays, the Turkish fashion photography which proved itself in commercial means, faces some problems in creative means. Parallel to the developed styles after 1990, there has been some developments which enables the tendencies to appear in Turkish fashion photography and fashion photography has taken a significant step forward. In this study made on fashion photography, the tendencies occurred after 1990's will be revealed while the historical process in Turkish fashion photography has

being studied. In this sense, it is thought that this thesis will light the way for the future studies on Turkish fashion photography.

İÇİNDEKİLER

1990 SONRASI TÜRK MODA FOTOĞRAFINDA GENEL EĞİLİMLER

YEMİN METNİ.....	II
TUTANAK.....	III
YÖK DOKÜMANTASYON MERKEZİ VERİ FORMU	IV
ÖZET.....	V
ABSTRACT.....	VII
İÇİNDEKİLER.....	IX
ÖNSÖZ.....	XI
GİRİŞ.....	XIII

BİRİNCİ BÖLÜM

MODA KAVRAMI VE GELİŞİM SÜRECİ

1.1. Moda Kavramı	1
1.1.1. Modernite ve Moda.....	2
1.1.2. Değişim ve Moda	6
1.1.3. İletişim ve Moda.....	8
1.2. Modanın Tarihsel Gelişim Süreci.....	9
1.2.1. İkel Toplumlarda Giyim Anlayışı.....	10
1.2.2. Ortaçağda Giyim Kültürü.....	13
1.2.3. Yeni Çağda Moda.....	15
1.2.4. Yakın Çağdan Günümüze Moda Anlayışı.....	20
1.2.4.1. 1900 - 1945 Dönemi Dünya’da Modaya Yaklaşım.....	23
1.2.4.2. 1945 – 2005 Dönemi Dünya’da Moda Anlayışı.....	31
1.2.4.3. 1923 – 1980 Türkiye’de Giyim Anlayışı.....	45
1.2.4.4. 1980 – 2005 Türkiye’de Moda Anlayışı.....	70

İKİNCİ BÖLÜM

MODA FOTOĞRAFI ÜZERİNE

2.1 Dünyada Moda Fotoğrafçılığının Gelişimi.....	78
2.1.1 1900-1945 Dönemi Dünya’da Moda Fotoğrafçılığının Gelişimi.....	79
2.1.2.1945-2005 Dönemi Dünya’da Moda Fotoğrafçılığı.....	90
2.2.Türkiye’de Moda Fotoğrafçılığı.....	109
2.2.1. Türkiye’de Moda Fotoğrafçılığının Tarihsel Gelişimi.....	109
2.2.1.1. 1923-1980 Yılları Arasında Türkiye’de Moda Fotoğrafçılığı.....	116
2.2.1.2.1980-2005 Yılları Arasında Türkiye’de Moda Fotoğrafçılığı.....	122

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

1990 SONRASI TÜRK MODA FOTOĞRAFINDA ÜSLUP ARAYIŞLARI VE GENEL EĞİLİMLER

3.1.Modu fotoğrafında Üslup Sorunu.....	129
3.2. 1990 Sonrası Türk Moda Fotoğrafında Eğilimler.....	134
3.2.6 Tamer Yılmaz Fotoğraflarında Zanaatkar Duyarlılık.....	141
3.2.1. Hasan Hüseyin’in Fotoğraflarında Melankolik Yaklaşımlar.....	143
3.2.2. Şenol Altun’un Fotoğraflarındaki Post- Expresyonist Tavrı.....	148
3.2.3. Nihat Odabaşı ve Sinematografik Öykünme.....	152
3.2.4. Bennu Gerede ve Kavramsal Yolculuklar.....	156
3.2.5. Emre Doğru’nun Fotoğraflarında Deneysel Arayışlar.....	158
SONUÇ.....	161
KAYNAKLAR.....	165
ALBÜM ANAHTARI.....	178

ÖNSÖZ

Moda fotoğrafı günümüzde ticari anlamda moda sektörü ile bütünleşen bir olgu olarak kabul edilirken, öte yandan sanatsal anlamda çağdaş sanatın dilini kullanan görsel bir sunumdur. Moda fotoğrafının bu iki yönlü etkileşimi günümüzde bu branşa olan ilgiyi arttırırken çok farklı kesimlerden de talep görmesine neden olmuştur. 1985 yılında Fotoğraf öğrenimime başladığımdan itibaren tanık olduğum moda fotoğrafının bu gelişim süreci günümüzde çok büyük değişimler yaşamıştır. Zaman zaman bu pratiklerin içinde yer almam dolayısıyla, gözlemlerimin yardımıyla bu konuyu kuramsal anlamda incelemeye karar verdim.

Tezimizde, 1990 sonrası Türk Moda fotoğrafındaki eğilimleri ortaya çıkarabilmek için modanın gelişimi incelenerek Türk moda fotoğrafında gelişen üslup ve eğilimler belirlenmiştir. I. Bölüm’de Dünyada ve Türkiye’de moda kavramı ve gelişim süreçleri araştırılmıştır. II. Bölüm’de ise Dünya’da moda fotoğrafının gelişim süreci, eğilimleri ve Türkiye’de moda Fotoğrafının gelişimine değinilmiştir. III. Bölüm’de ise, 1990 sonrası Türk moda fotoğrafında gelişen eğilimler, moda fotoğrafçıları ile yapılan görüşme sonrasında belirlenerek bu alanda gelişen üsluplar ve eğilimler ortaya konulmuştur.

Tezin biçimlenmesinde doğrudan görüşme, literatür araştırması, dönem fotoğraflarını toplama ve etüt etme yöntemlerine başvurulmuş ve tez bu şekilde biçimlendirilmiştir. Toplam dokuz kişiyle yapılan doğrudan görüşme tekniği İstanbul ve İzmir’de gerçekleştirilmiştir. Çalışmamızın görsel belgelerinin büyük bir kısmını fotoğrafçıların arşivleri ve dönemin moda dergilerinden elde edilen verilerden oluşmaktadır. Görsel belgeler, seçilerek hazırlanan albümlerde kronolojik olarak sunulmuştur. Ancak en çok zorlanılan alan moda ile ilgili Türkçe kaynakların azlığı olmuştur.

Bu tezin ortaya çıkmasında , özellikle kendine ait iş disiplini, çalışma azmi ile ve farklı bakış açısıyla bana yol açan ve bu anlamda beni tezim boyunca destekleyen hocam Yrd. Doç Dr. Sadık Tumay'a ve Dokuz Eylül Üniversitesi Fotoğraf Bölümündeki tüm öğretim elemanlarının paylaşımcı yaklaşımları ile gösterdikleri ilgiye teşekkür ederim. Ayrıca bu zor süreçte her alanda desteğini benden esirgemeyen Akdeniz Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Öğretim Görevlisi Yüksel Şahin'e, samimiyeti ve desteğiyle Yüksek Lisans süresince yanımda olan arkadaşım Çağatay Gökten'a, çalışmalarım oluşmasında yardım eden Ercüment Güllübahçe'ye, beni hiçbir zaman yalnız bırakmayan, sonuna kadar destek olan eşim Tayfun Dayı'ya ve yoğun çalışma tempom nedeniyle bana karşı gösterdiği sabrından dolayı canım oğlum Ekinan Dayı'ya, yetişmemde emeği geçen babam Cemil Saygon, annem Saadet Saygon ve ablam Nurdan Saygon'a sonsuz teşekkürler ederim.

Handan DAYI

2006 – İZMİR

GİRİŞ

Tezimizin ana konusu batıda bu derece etkili olan moda fotoğrafçılığının Türkiye’de hangi koşullarda, geliştiğini ve dünyadaki eğilimlerden nasıl etkilendiğini vurgularken Türk moda fotoğrafının kendine ait bir üslup oluşturup oluşturmadığını konusudur. Bilindiği gibi 20 yy. ile biçimlenen Avangart sanat akımları sanatın tüm alanlarını etkilerken, moda fotoğrafında da yeni anlatım tarzları ile karşılık bulmuştur. Yeni dünya düzeni ile değişen çerçevede sanatın dışında kalan çok farklı alanlarda, estetiğin dilinden faydalanmıştır. 90 sonrası dünyada gelişen yeni eğilimler, moda fotoğrafının değişimini destekleyen yeni dilin oluşmasında önemli bir unsurdur. Bir diğer unsur ise, kapitalizm körüklediği moda endüstrisinin ekonomi- politigi ile değişen “ürün satmaktan, “yaşam tarzı” satmaya geçişi olarak tanımlanabilir. Bu bağlamda reklam ve öncelikle de reklam fotoğrafı, modanın tanıtımında ve pazarlamasında en önemli unsur haline almıştır.

İnsanın temel ihtiyaçlarından biri olan giyim ihtiyacı günümüzde çok farklı kavramlarla karşılık bulur. Toplumsal değişimlerle birlikte biçimlenen kültürel göstergelerden biri de giyim olarak kabul edilirse bu değişimlerle birlikte tarihsel süreçte onun da şekil değiştirmesi, çok normal karşılanmalıdır. Bu nedenle birçok bilim adamı, giysideki bu değişim sebebiyle dönemsel analizleri bunun üzerinde yapmaktadır. 19 yy. ile değişen toplum yapısı modernist bir görüntü almış ve endüstrileşme ile birlikte giysi de ihtiyaç konumundan çıkıp bir tüketim nesnesine dönüşmüştür. Giysinin diğer tüketim mallarına göre görece ucuzluğu ve statü sağlayan yapısı onu çok daha fazla tüketilir kılmıştır. Nitekim dönem sosyologlarının ve araştırmacılarının bu konu ile ilgili bu kadar çok yazı yazmaları konunun önemini aktarmakta daha da vurgulayıcı olmaktadır

Aynı dönem içerisinde fotoğrafın keşfi ve çok yoğun biçimde (modanın konusu olacak kadar) kullanılması modanın tarihsel süreci ile örtüşmesi anlamında oldukça belirleyicidir. Fotoğrafın ve modanın narsizmi kutsayan yapısı ve birlikteliği moda fotoğrafı içeriğinde doruk noktaya ulaşır.

Türkiye'ye baktığımızda bu durumun batıdan farklı bir şekilde geliştiği görülmektedir. Yüzyıllar boyunca geçmişinden getirdiği geleneksel giyim anlayışını uygulayan Anadolu halkı 1923'te Atatürk'ün yaptığı devrimlerle batılı görünümüne kavuşmuştur. Keşfinden hemen sonra ülkemize giren Fotoğraf ise batılı moda anlayışı gibi yeni Cumhuriyetle birlikte yaygınlaşacak ve kurumsallaşacaktır. Batı ile farklı bir zihinsel süreçten gelen toplumumuz geleneksel bir toplum yapısına sahiptir. Türkiye'de son seksen yıldır geleneksel zihniyetin değişimi yönünde toptan bir batılılaşma ön görülmüş ama modernleşen ve modernleşmekte olan toplumların yaşadığı sıkıntılar devam etmiştir. Bu anlamda moda fotoğrafında da aynı sıkıntıların yaşanması doğal görülmektedir. 1990'lara gelindiğinde ise moda fotoğrafı kendini ispat etmiş ve branşlamıştır. Çok hızlı bir ivme yakalayan tekstil sektörü ile bütünleşen moda fotoğrafçıları da günümüzde kendilerine ait bir dil geliştirmeyi başarmışlar ve bu anlamda batıyla paralel bir şekilde ilerlemeye başlamışlardır.

Globalleşen dünyada, kurulan yeni dünya düzeni ile birlikte karşımıza çıkan bu yeni Türkiye imajı farklı sorunları beraberinde getiriyor olsa da büyük bir değişime işaret etmektedir. 90'larla birlikte dünyada moda fotoğrafı sinemadan, enstantane çekimlerinden, samimi aile fotoğraflarından etkilenen eğilimlerini açığa çıkarmaktadır. Türkiye'de 90'larda branşlaşan sektörün bir takım sorunlarının olacağı görülen bir gerçektir. Batıdaki şekliyle gerçekleşmemiş olsa da moda fotoğrafçılarının kendilerine ait üslupların oluştuğunu görmek sevindirici bir sonuç olarak görülebilir. Batıdaki anlamında Türk moda fotoğrafçılığında oluşan eğilimler henüz bir ekolleşme oluşturmaya da hızla değişen dinamik yapısı ve geliştirdiği ekonomi – politik pratiklikleriyle Türk moda fotoğrafı çok kısa bir süre içerisinde kendi yönünü bulacak ve Dünya moda fotoğrafında kendine iyi bir yere gelecektir.

BİRİNCİ BÖLÜM

MODA KAVRAMI VE GELİŞİM SÜRECİ

1.1. Moda Kavramı

Giyinmek insanın en temel ihtiyaçlarından biri olarak kabul edilmektedir. Sabahattin Türkoğlu, insanı giyinmeye ve örtünmeye iten üç önemli faktör olduğunu belirtmektedir: “*Bunlardan biri biyolojik, diğeri inanışlara dayalı ve dinsel, üçüncüsü ise hoşla gitme, güzel görünme veya farklı olma duygusudur.*”¹ Moda kavramının ise giyinmekten önce ortaya çıktığı düşünülmekte ve kökeni süslenme, korunma ve örtünme gibi kavramlarla ilişkilendirilmeye çalışılmaktadır.²

Giyimle ilgili buluntulara Bronz Çağından önce rastlanmamıştır. Üst Paleolitik dönem kalıntıları arasında saç ve boyun aksesuarları bulunmuş ve giysiler konusunda ip uçları elde edilmiştir. Bu durumda deri ve türevlerinin de kullanılmış olması muhtemeldir. Nitekim Server Tanilli, Orta Doğu’da 4.bin’lerde ilk üretilen madenlerin, çalışma aletleri yapımında kullanılmasından önce süs eşyası olarak kullanıldıklarını belirtmektedir. Süs eşyası da moda aksesuarının bir parçası olarak görülmektedir.³ İlkel çağlarda, avlanan hayvanların dişlerinin kolye, çene kemiklerinin ise bilezik olarak kullanıldığı görülmekte, süslenmenin ise güçlülüğün bir belirtisi olduğu düşünülmekteydi. Bu bir çeşit moda göstergesi olarak görülebilmektedir. Moda kavramı disiplinler arası oldukça geniş bir araştırmanın konusudur. Bizim çalışmamızın bağlamı modanın giyim modası ile ilgili olan kısmı içindir ve bunun 1990 sonrası Türk moda fotoğrafındaki görünümleri dolayısıyla.

Moda terimi, kökeni “facio” olan Latince bir sözcüktür. Aynı kelime eski Fransızca’da “fazon”, Ortaçağ Fransızca’sında “façon”, İngilizce’de “fashion”dır. Bu sözcük; yapmak, şekil vermek anlamında kullanılmıştır. Moda (mode)

¹ Sabahattin Türkoğlu, **Tarih Boyunca Anadolu’da Giyim Kuşam**, Atılım Basım San., İstanbul, 2002, s. 4

² J. Laver, **Taste and Fashion From the French Revolution Until Today**, London 1946, p. 248’den aktaran Sema Üşenmez

³ Server Tanilli, **Yüzyılların Gerçeği ve Mirası- İlkçağ**, Cilt. 1, Say Yay, 1991, İstanbul

sözcüğünün ise Latince kökenli olup, “oluşamayan sınır” anlamındaki “modus” dan türediği düşünülmektedir.⁴

Moda, günümüzde hayatımızın ayrılmaz bir parçası konumuna gelmiş ve endüstriyel bir sektöre dönüşmüş bir kavramdır. Moda kavramının hayatımızda bu kadar büyük bir yer edinmesi onun çok farklı anlamlar içermesinden kaynaklanır. Moda kavramını irdeleyebilmemiz için onun salt bir giyinme gereksinimi olduğu görüşünün dışına çıkmamız gerekmektedir. Hem bireysel, hem de toplumsal bir ihtiyaç olarak kabul edilen modanın, kendine ait bir görsel dili olduğu kabul edilmektedir. Biz bu dili çoğu zaman farkında olarak yada olmayarak kendimizi ifade etmekte kullanırken, araştırmacılar, bu giyim kodlarını kullanarak toplumların sosyokültürel yapılarına ışık tutmaya çalışmışlardır. Biz de çalışmamızda moda kavramının açılımlarını yaptıktan sonra tarihsel gelişim sürecinde konuyu irdeleyeceğiz. Böylelikle moda fotoğrafçılığı türünü ve eğilimlerini Türkiye’de 90’lı yıllar itibariyle ortaya koymaya çalışacağız.

1.1.1. Modernite ve Moda

Modernite, Rönesans’tan sonra gelişerek tüm dünyayı etkisi altına alan zihinsel sürece verilen isimdir. 19. yy’da batıda sanayi ve ticaretteki gelişmelerin ardından teknik buluşların da yardımıyla, büyük bir ilerleme kaydedilmiştir. “Modernizm” farklı bakış açılarıyla, politikadan, sanata, bilimden, kültüre, moda kadar bir çok alanda etkisini göstermiştir. Moda’nın 19.yy’ da Modernizm ile birlikte anlam bulduğunu ifade edebiliriz. Bilindiği gibi Fransız Devriminden sonra moda sarayın dışına çıkmıştır. Fransız Devrimi ile başlayıp Endüstri Devrimi ile devam eden değişim sürecinde “tüketim” kavramı ile tanışılmış, bu tarihten sonra giyinme ihtiyacı, şekil değiştirerek bir tüketim aracı olan moda kavramına dönüşmüştür. İletişimin ve iletişim araçlarının yaygın bir biçimde kullanılmaya başlanması modanın daha hızlı bir biçimde yayılmasını sağlamıştır.

⁴ E.Partridge, Origins, A. **Short Etymological Dictionary of Modern English London**’dan, aktaran Sema Üşenmez, s.11

19.yy. modernizimi, dönemin ünlü şairi Baudelaire’da karşılık bulur. Walter Benjamin, Baudelaire’i, modernizm kahramanı olarak görür.⁵ Baudelaire’e göre, modernite zamanın gelip geçiciliği, mekanların bir görünüp bir kaybolmasıdır. Baudelaire modernitenin yeniliğe mahkum olduğunu ve sadece yeni olanın şaşırtıcı, bireysel ve biricik olduğunu aktarır. Yeninin en çarpıcı ifadesi ise kuşkusuz modadır. Moda doğaya meydan okur, doğayı dönüştürerek ademoğlunu heykelsileştirir. Güzelliğin yapaylığını kutsar. Baudelaire, gerçeğin ve doğanın tarafında değil imgelemin, düşlerin, sahtenin, yapayın tarafındadır. Bu mantık mimesis doğmasının, nihayetinde ise tamamıyla nesnelere dünyasının aşılması ile sonuçlanır. Başka kurumlardan uzaklaşır ve uzaklaştıkça kendisi bir kurum niteliğine bürünür.⁶

Baudelaire’de zaman kavrayışı, modernitenin zıtlıklarını vurgular. Yaşanan her an, hemen ardından sona ermek zorundadır. “Şimdi” hemen ardından geçmiş olacaktır. Dolayısıyla modernite “en yeni antikite” den başka bir şey değildir.⁷ Baudelaire, modernlikle ilgili makalesinde, çağdaşı olan ressamın, kullandıkları modelleri Ortaçağın veya doğunun kıyafetleri ile resmettiklerini aktarmakta ve bunun ancak karnavalı andıran oldukça rüküş görüntüler doğurduğunu iletmektedir. Yazar, aynı makalede geçmişin kadın giyiminin, kumaşlarının, dikişlerinin modernizmle birlikte değiştiğini ifade etmekte, Modernliğin antik niteliğe erişebilmesi için, ondaki gizemli güzelliğin ortaya çıkarılması gerektiğini bildirmektedir.⁸ Salon yazılarının birinde ise kitsch anlamına gelen “chic” ve “poncif” sözcüklerini kullanmakta ve geleneksel olan herşeyin bu alana girdiğini aktarmaktadır.⁹

W.Benjamin’de moda bakacak olursak, Simmel gibi sınıfsal farklılıkların modayı etkilediğini düşünmektedir. Walter Benjamin’e göre, modanın özünün kavranabilmesi için sadece değişiklik tutkusu, güzellik duyumu, süslenme merakı, öykünme iç güdüsü gibi bireysel nedenlere bakılması hiç de yeterli değildir. Benjamin, günümüzde modanın şekillenmesinde asıl önemli etkenin, bireysel değil

⁵ C.Baudelaire, **Modern hayatın ressamı**, İletişim Yay.,2003, İstanbul,

⁶ A.g.e. , s.32.

⁷ A.g.e. , s.46.

⁸ Enis Batur, **Modernizmin Serüveni**, YKY Yay.,2002, İstanbul, s.22

⁹ Baudelaire,A.g.e.,s.60

toplumsal nedenlere dayandığının altını çizerek bu nedenlerin temelinde, sınıf farklılıklarının rol oynadığını belirtmektedir. Çünkü bu, toplum içerisindeki yüksek sınıfların, öncelikle orta sınıflara karşı kendisini ayrı tutabilme çabasından kaynaklanmaktadır.

1822 yılında Benjamin'in kitabına da konu olan, Paris'te inşa edilen "Pasajlar" tekstil ve moda sektörünün gelişmesine böylece Paris'te fuarların açılmasına neden olmuştur. Benjamin; Dünya fuarlarının, eğlence endüstrisinin de yarattığı fantazmagoriye¹⁰ katılarak hergün biraz daha yabancılaştığı topluma mal yardımı ve eğlence ile katılma imkanı bulduğunu belirtmekte; mal denen fetişe hangi dinsel törenlerle tapılanacağını ise modanın saptadığını aktarmaktadır.¹¹ Benjamin'e göre; Dünya sergileri mal denen fetişe yönelen hac ziyaretleridir. Dünya sergileri malların değişim değerlerini nurlu bir görünüme sokar. Horkheimer ve Adorno ise kapitalist meta mantığının tüketim alanında da geçerli olabileceğini savunurlar ve satın alınan ürünlere reklam ve pazarlama endüstrisinin de yardımı ile kullanım değerinden başka soyut anlamlar yükleyerek kullanım değerlerinin geri plana çekildiği bir çerçeve yaratırlar. İnsanın önüne aklını dağıtmak için gireceği bir hayal dünyasının kapılarını açarlar. Eğlence endüstrisi ise insanı mal düzeyine çıkararak bu dünyaya girmesini kolaylaştırır. İnsan kendini eğlence endüstrisinin manüplasyonlarına teslim ederek hem kendinin hem başkalarının yabancılaşmasının tadını çıkarır. Reklam kelimesi de aynı zamanda ortaya çıkar. Moda, organik olanla çatışma içindedir. Canlı gövdeyi anorganik dünyaya peşkeş çeker. Anorganik olanın çekiciliğine mahkum durumdaki fetişizm modanın can damarıdır. Mal kültürü, fetişizmi hizmetine almıştır.¹²

Benjamin'e göre tekniğin olanaklarıyla çoğaltılabilirlik, nesneyi geleneksel çevresinden koparıırken, kopyalar da eşsiz olanın yerini almaktadır. Benjamin'in Pasajlar'da değindiği bu konu moda kavramı için de kabul görmektedir. Enis Batur, Walter Benjamin'in sanatsal bağlamda "röprodüksiyon tekniği" üzerine

¹⁰ Baudelaire'ye göre, .Fantasmagoria metanın estetikleşmesi kadar, estetiğin metalaşmasını da ifade eder. C.Baudelaire, **Modern Hayatın Ressamı**, İletişim yayınevi, İstanbul, 2003, s.36 .

¹¹ Walter Benjamin, **Pasajlar**, YKY, İstanbul, 2002,s:95

¹² Enis Batur, **Modernizmin Serüveni**, Yapı Kredi Yay, İstanbul, 2002,s.36

söylediklerinin, moda olgusu içinde geçerli olabileceğini belirtmektedir.¹³ Bu aynı zamanda büyük bir değişimi de işaret etmektedir. Moda, modernizmle birlikte yerelden evrensel doğru hızlı bir değişim göstermiştir. Geleneksel ilişkilerin yıkılması, endüstrileşme kapitalizm, bireyin yabancılaşması o dönem insanının modernizm karşısındaki çıkmazları da sanatın konusu olmuştur. Burjuvalar, giydikleri üniforma niteliği taşıyan iş kıyafetlerinin dışında farklı olabilmek için gece giyebilecekleri özel kıyafetlerin arayışı içerisine girmişlerdi. Böylece Avrupa’da “haute couture”un doğmasına yardım etmişlerdir. Worth ‘un tasarladığı bu kıyafetler bir anda toplumun üst kesimlerinden alt kesimlere doğru takibe alınmıştır.

Arnold Toynbee “Bir Tarih İncelemesi” adlı eserinde ilk defa modern dönemin I. Dünya Savaşı ile sona erdiği, bundan sonraki dönemin postmodern dönem olduğunu ileri sürerek ilk kez postmodernizm terimini kullanan kişi olmuştur. Lyotard ise, bu terimi çok daha geniş bir biçimde kullanarak günümüze kadar taşımıştır. Çok geniş anlamlar yüklenen terim, bir takım temel tutum ve yaklaşımları içeren sanatsal, düşünsel, toplumsal yaklaşımlar bütünü adlandıran popüler kültür terimi olarak da kullanılmaktadır. Öte yandan 90’larda günlük konuşmalarda dahi kullanılarak popülerlik kazanmış, akademik içerikli felsefe yazılarından giyim kuşam reklamlarına dek alabildiğine değişik bağlamlarda geçen bir tanımdır.¹⁴

Jean Baudrillard, modanın ekonomi politiğin en kusursuz biçimlerinden biri olduğunu aktarmakta, göstergelere özgü belirleyiciliklerin ortadan kalkarak yada yer değiştirerek bir değerinin yerine kullanımının mümkün olduğunu bildirmektedir.¹⁵ Böylelikle ticari mala biçilen değer önemini yitirerek sembolik değerler ön plana çıkmıştır. Baudrillard göre, Ticari mal göstergesine dönüşen kültür alınıp satılan birşeydir. Moda göstergesi şeklindeki tüm değerler ise suç ortaklığı yaparak birer simülakra dönüşmektedirler. Hiçbir şeyin aslının olmadığını ve bir gibiler dünyasında yaşadığımızı belirten Baudrillard, modanın her zaman “retro”* olduğunu bunu ancak geçmişi terk etme yada öldürme biçimiyle yeniden hayata geçirildiğini

¹³ Enis Batur, **Gergedan**, Mart 1987, sayı: 1, s. 83

¹⁴ Sarp Erk Ulaş, **Felsefe Sözlüğü**, Bilim ve Sanat Yayınları, 2002, Ankara, s. 1160.

¹⁵ Jean Baudrillard, **Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm**, Boğaziçi Üniversitesi Matbası, 2002, İstanbul, s. 136.

* Retro: Geriye gitme yada geriye bakış anlamında kullanılmıştır.

belirtmektedir. Bu anlamda moda bir gelecek simülasyonundan başka bir şey değildir.¹⁶ Post modernizm'in sürekli yeniden üretim, orjinalin ölümü olduğu şeklinde yorumlanırsa bu anlamıyla moda kavramı ile yakınlığı daha iyi anlaşılacaktır. Günümüzde yer değişimi çok zor görülen cinsiyet, kimlik ve birçok kavram bir moda malzemesine dönüşmüştür. Postmodern kültürde tüketim bir rol yapma biçimi şeklinde gelişir ve moda yapıntılarına yeni anlamlar yükleyerek toplumsal kimliklerin yeniden tanınmasına yol açar.

1.1.2. Değişim ve Moda

Moda kavramı, farklı dönemlerde farklı tanımlarla karşılık bulmuştur. Kant; modayı ahlak açısından ele alarak temeli bencillığe dayanan, kendini beğenme olan bir taklit türü olarak sınıflandırmakta ve toplumsal bir işlevi olduğunu kabul etmektedir. Bu bağlamda modanın narsizmi pekiştiren bir yanı vardır.

Oysa günümüzde modayı sadece bu tanımla açıklamak imkansızdır. Modanın özü düşünsel ve duygusal nitelikler taşıyan görsel bir "dönüşme" sürecidir. Aynı zamanda ekonomi politik bir sistemdir. Moda kavramı gerçek anlamda "değişim" sözcüğü ile özdeşleşmektedir. Kitlelerce kabul gördüğü andan itibaren moda olarak işlevini yitirmesi onun gelir geçer kavramıyla açıklanmasına neden olmuştur. George Simmel; modayı, değişmeye ve taklide duyulan arzu olarak nitelendirmektedir. Bu bir öykünmedir. "kitsch" tir. En tanınmış moda ve giyim davranışı kuramı, Simmel'in seçkinlerin toplumsal astları tarafından taklit edilmeleri süreci olarak tanımladığı moda değişim kuramıdır. Değişim, bir durumdan başkasına geçme varolanların olduklarından başka bir duruma geçmeleri olarak tanımlanabilir. Değişim bu anlamda zaman kavramı ile de ilintilidir. Gerçek bir değişimin olduğunu kavrayabilmemiz için belli bir zamanında geçmesi gerekmektedir.¹⁷ Değişim, farklı boyutları içerir. Transformasyon, bir nevi değişimi anlatır. Ama gerçekleşen değişimde yapı özellikleri bozulmaz. Başkalaşım yada metamorfoz da ise, gerçekleşen değişimin öncesi ve sonrası ile alakası yoktur. Anamorfozda ise bir şey yine kendine dönüşür. Klonlama buna bir örnek olarak gösterilebilmektedir. Bütün değişim ve dönüşümler modanın alanına girer. Bu derece esnek ve sürekli değişip

¹⁶ A.e.g. , s.137

¹⁷ Sarp Erk Ulaş, **Felsefe Sözlüğü**, Bilim ve Sanat Yayınları, 2002, Ankara, s.339

dönüşebilen bir kavram toplumlara ve kişilere de bu fırsatı tanıırken bir çok moda kuramcısının da ilgisini çekmektedir. Simmel'in moda değişimi merkezinde modanın önce üst sınıf daha sonraları orta ve alt sınıflar tarafından benimsendiği düşüncesi yatmaktadır. Simmel'e göre, alt statü grupları, üst statü gruplarının giyimlerini benimseyerek statü kazanmaya çalışırlar. Stillerin birbirini izleyen alt statü grupları tarafından benimsenmesiyle toplumsal yayılma süreci başlar. Belirli bir moda işçi sınıfına ulaşana kadar, popülerleşme sürecindeki çekiciliğini kaybettiği için üst sınıf yeni bir tarzı benimsemektedir.¹⁸ Bu teori Simmel'in "damla teorisi" olarak ta adlandırılmaktadır. Konuyla ilgili bir diğer sosyolojik kuram ise tabana inme yada Blumer'in tarifıyla "sınıf farklılaşması" kuramıdır.¹⁹ Modada asıl mesele olmak yada olmamak değil aynı anda hem olmak hem de olmamaktır. Zevk her zaman geçmiş ile geleceğin eşiğinde durur ve bu sayede bize, en azından doruk noktasında olduğu müddetçe başka pek az fenomenin verebileceği güçlü bir "şimdi" duygusu verir.²⁰ Buradan hareketle, sadece ortaya çıktığı kadar hızlı biçimde yok olana moda dediğimiz sonucuna varabiliriz.

Çağımızda ise karşımıza çıkan değişim ve statü kavramı, sektörün yönlendirmeleri doğrultusunda farklı geçişlere izin veren bir hal almıştır. Channel'in kısa siyah elbisesi ve kadınlara "*hizmetçileri kadar sade giyinmelerini salık vermesi*", Sosyalist devletlerin modayı dışlayan tek tip üniform giyiminin modaya ilham vermesi, modanın statü simgelerini belirleme ve tersyüz etme yeteneğini bir kez daha ortaya koymaktadır.²¹

Fred Davis ise; moda adını hak etmesi için değişimin şart olması gerektiğini savunmakta ve modanın, "değişim için değişim" dışında hiçbir anlam taşımadığı savını andıran biçimde kültürün simgesel içeriği ve onu şekillendiren iletişim süreçlerinin kopuş içinde olduğunu aktarmaktadır.²²

¹⁸ Diana Crane, **Moda Gündemleri**, Ayrıntı Yay, 2003, İstanbul, s.18

¹⁹ Fred Davis, **Moda, Kültür ve Kimlik**, YKY Yay., 1992, s.125

²⁰ George Simmel, **Modern Kültürde Çatışma**, 2004, İletişim Yay.

²¹ Davis, A.g.e. , s.79

²² A.g.e. , s. 26,93.

1.1.3. İletişim ve Moda

Moda günümüzde bir iletişim kanalı olarak görülür. İletişim, Latince’de “Communis” kelimesinden türetilmiş “communication” kavramının karşılığı olarak kullanılmaktadır. Birey ile birey yada birey ile bireyler arasında yapılan bir anlam yüklü simgeler gönderimi, alımı, işlenişi, yeniden gönderimi, yeniden alımı vb., süreci ifade edilen kavramlarla toplumsallaşmayı ifade eder.²³

Roland Barthes’e göre, moda, “bir işaretler sistemidir”. Ünsal Oskay’ın bildirdiği iletişime işaret eder. Yazar, dil bilimindeki “gösteren” ve “gösterilen” kavramlarına başvurarak moda olgusunu ele almaktadır. Buna göre, bir işaretler sistemi olarak değerlendirdiğimizde, modanın da “iletişim kanalı” olduğunu kabul edebiliriz. Barthes, burada “gösterilen” için “imge” , gösteren için “anlam” kavramlarını kullanmaktadır. Göstergesi de sonuçta modanın nesnesine işaret etmektedir. Bu göstergeler ait olunan toplumsal sınıfın bir işareti olarak kişiyi tanımlamaktadır. Yazar, ait olunmak istenilen toplumun işaret dizgesini kullanarak farklı bir sınıfa terfi edilebileceğini belirtmektedir.²⁴ Barthes, modanın bir dili olduğuna işaret ederek, kodlandırılmış bu dil aracılığı ile okunabileceğini iddia etmektedir. Fred Davis ise modaların koda yakın bir şey oluşturduğunu kabul etse de bunun kriptografide* kullanılan dilden tamamen farklı bir dil olduğunu savunur. Daha da önemlisi bunun konuşmayı ve yazmayı yönlendiren dil kuralları ile eş tutulamayacağını, tutulduğunda ise dilbilimciler tarafından “anlam bilim açısından yetersiz” olarak tanımlanacağını aktarır.²⁵

Çünkü bazı simgesel kodlar farklı yerlerde farklı algılanmaktadırlar. Davis’in Mc Cracken’den aktardığı üzere, bunun dille ilişkilendirilmesi en fazla metafor biçiminde olabilmektedir. Cracken’e göre bu yanıltıcı bir metafordur. Barthes’e yaptığı eleştiride Davis, zaman açısından bir kıyafetin, geçen yıl bir şey “söylemiş”ken, aynısının bu yıl tümüyle başka bir şey söyleyeceğini belirtmektedir.

²³ Ünsal Oskay, XI.Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişimin Kültürel İşlevleri, Der Yayınları, İstanbul,2000, s. 309

²⁴ Nur Onur, **Moda Bulaşıcıdır**, Epsilon Yay, İstanbul, 2004, s.17

* Kriptografi, okunabilir durumdaki bir bilginin istenmeyen taraflarca okunamayacak bir hale dönüştürülmesinde kullanılan tekniklerin tümü olarak da görülebilir.

²⁵ Davis, A.g.e. , s.17

Buradaki en temel fark bir iletişim aracı olarak görülebilen kıyafetin, konuşmaya dayalı iletişimde kullanılan sözler kadar kesin olmadığıdır. Dil bilimci Sasure'nin de iddia ettiği gibi burada da gösterenle gösterilen arasında da sürekli bir değişim mevcuttur. O halde kıyafetler görsel bir metafor olarak kabul edilebilmektedirler. Davis; görsel bir metafor olarak giyimi, şaşırtmaca yoluyla ilk bakışta görünenlerden tümüyle farklı anlamlar iletebileceğini aktarmaktadır.

Ünsal Oskay'da modanın bir iletişim dili olduğuna işaret etmekte ve modern toplumlarda, birbiriyle kopuk yaşayan insanların yanyana olmaktan ileri gidemediğini belirtmektedir. Oskay, bu açıdan kişinin kendisini hep bir başkasının gözetimi altında bırakmak zorunda olduğunu ve öz saygısını yitirmemek için kendi toplumsal konumunu, yanından geçip giden kalabalıkların okuyabileceği kadar büyük harflerle yazdığını belirtmektedir. Partington'a göre; günümüz postmodern sürecinde tüketicinin aynı zamanda iyi bir kod çözücüsü de olması beklenmektedir. Böylece kişi belirli bir kişiliği ifade etmesi kolaylaşırken seçtiği metalarla daha rahat özdeşleşecektir.²⁶ Bu noktada moda kitle iletişimin nesnesi olmuştur. Bu iletişimi gerçekleştiren ve destekleyen en önemli unsurlar haftalık yada aylık periyotlarla yayınlanan moda ve magazin dergileri olarak görülebilir. Ayrıca TV kanallarında görselleşen moda kavramları modanın iletişim boyutunu daha da arttıran unsurlar olarak değerlendirilebilir.

1.2. MODANIN TARİHSEL GELİŞİM SÜRECİ

Moda bir değişimdir. Modanın değişim kavramı ile olan ilişkisini I.bölümde irdelenmiş ve bu değişimin bir süreç ile okunabileceğini aktarmıştık. Değişimi belirlemede kronoloji bizlere yardımcı olan bir disiplindir. Böylelikle gelişme boyunca değişimi değerlendirme şansına fazlasıyla sahip oluruz. Moda ve moda fotoğrafında genel eğilimleri verebilmek için modada tarihsel gelişim süreçlerini vermek zorunluluğundayız.

²⁶ Diana Crane, **Moda Gündemleri**, Ayrıntı Yay, 2003, İstanbul, s. 24

Modanın tarihsel süreçte gelişimi, çalışmamızın temel konusu olan Türk moda Fotoğrafçılığının eğilimini belirlemede ve dolayısıyla tezin bağlamını aydınlatmada önem taşıdığından, bu gelişimi aşağıda başlıklar altında ele almayı ön gördük.

1.2.1 İlkel Toplumlarda Giyim Anlayışı

Batılı araştırmacılar, insanlık tarihini öncelikle iki ayrı döneme ayırır. Buna göre, yazının bulunmasına kadar olan döneme “tarih öncesi çağlar”, sonraki döneme ise “tarih çağları” adı verilmektedir. Biz çalışmamızda moda, kavramını irdeleyebilmek için giysinin tarih süreci içerisindeki yolculuğuna göz atarken tarih öncesi çağlara ait bulguları değerlendirerek yola çıkacağız. Yapılan araştırmalarda modanın var oluşunun tarih öncesi çağlara kadar dayandığı görülmektedir. Nitekim, Çatalhöyük kazılarında bulunan dokuma parçaları, deniz kabuklarından yapılmış süs eşyaları bunun bir kanıtı olarak kabul edilmektedir.²⁷

Giyinmek, insanoğlunun beslenmek kadar önemli ihtiyaçlarından birisidir. Bu nedenle ilk insanlar, avladıkları hayvanların derilerini kullanarak soğuktan korunmaya çalışmışlardır.²⁸ Neolitik çağ ise yün ve keten dokumacılığı yapıldığı yerleşik düzene geçilen bir dönemdir.²⁹ Vücuda sarılarak kullanılmış olması muhtemel giysilerin Bronz Çağında ilk kez kullanımından sonra Yunan, Roman ve Saksonların giyim tarzlarına da kaynaklık ettiği söylenebilir.³⁰ İlkel toplulukların, giyim düşüncesinden önce vücutlarını çeşitli dinsel- büyüsel inanışların ve ritüellerin yaptırımlarıyla boyayarak kapattıkları bilinmektedir. İlkelerin boyamanın yanı sıra doğada bulunan ağaç dalları, çeşitli bitkiler ve çiçeklerle vücutlarını ve başlarını süsleyerek bunlara anlam yükledikleri görülmektedir. Bu tür süs ve süsleme teknikleriyle kendilerini çekici kılmak isteyen insanlar, bu çabalarıyla sosyal

²⁷ Sabahattin Türkoğlu, **Tarih Boyunca Anadolu'da Giyim Kuşam**, Atılım Basım San, İstanbul, 2002, s. 7

²⁸ Türkoğlu, a.g.e, s. 8

²⁹ Üşenmez, Sema. (1992). **Toplum ve Moda Etkileşimleri**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Mimar Sinan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, s.13

³⁰ Üşenmez, a.g.e, s.16

seviyeleri ve ait oldukları topluluğu ifade etmek istemişlerdir.(Bkz.Albüm-1, Fotoğraf 1, 2)

Mısır Sanatı'ndan (M.Ö.2830-M.Ö.945) edindiğimiz bilgiler doğrultusunda Mısır giyiminde, iklim şartlarının etken olduğu görülmektedir. Sıcaklığın etkisiyle kumaşların ince ve hafif, giysinin de havadar olduğu dikkat çekmektedir. Mısır'da görülen sandaletler, ayakkabının da bilinen ilk formudur. Mezar hazinelerinde ve mumyalarda bulunan mücevherler ise Mısır zenginliğinin bir göstergesi olarak kabul edilmektedir. (Bkz.Albüm-1, Fotoğraf 3, 4) Eski Mısır'da keten ve benzeri kumaşların dokunduğu bilinmektedir. MÖ 2500'den kalan kumaş parçalarından anlaşıldığına göre, o dönemde gerek iplik bükümü, gerekse dokuma tarzı bakımından çok kaliteli kumaşlar üretilmiştir. Eski Mısır'da zenginler ve soylular giyime önem verirken fakirler sıcaklığın etkisi ile giyimi çok önemsememişlerdir. Kadınların başlıca giyeceği, iki askılı keten bir giysiydi. Erkekler ise keten etek giyerlerdi. Yaşlı erkekler ise daha uzun etek giyerlerdi. Kimi erkekler ise baslarını tıraş edip peruk takarlardı. Sandalet ve eldivenler çok özel durumlarda giyilirdi. Mısır'da herkes taktığı zenginlerin, değerli taş ve cam kakmalı, altın ve gümüşten yapılmış takılar tercih ettiği anlaşılırken daha yoksul kişilerin ise takılarda bakır ve çini kullandıkları anlaşılmaktadır. Çok sayıda erkek ve kadın ise yüzlerini boyarlar, gözlerine ise sürme çekerlerdi.³¹

Girit medeniyeti incelendiğinde (M.Ö.300- M.Ö.1100) insanların, ilk defa kumaşları bedenlerine uygun bir şekilde diktikleri, kadınların peştamalı andıran etekler giydikleri görülmektedir. Bu etekler daha sonra bir önlüğe dönüşmüştür. Girit kadınları çan şeklinde etekler giyinmişlerdir. İlk olarak giyimde hayvan postundan yararlanan Girit'liler keteni ve yün dokuma kumaşları da giysilerinde sıklıkla kullanmışlardır. (Bkz.Albüm-1, Fotoğraf 5)

Sümerler ise (M.Ö.3500-M.Ö. 2000) Vücudu boyuna kadar örten elbiseler ve bazen mantoya benzer bir giysiler giymişlerdir. En önemli özelliği Sümerlerde blok halinde, uzun sakal bırakılması modaydı. (Bkz.Albüm-1, Fotoğraf 6)

³¹ <http://forum.kanka.net/archive>

Antik Yunan'da ise (M.Ö.2000- M.Ö.150) giyim oldukça sade bir görüntü oluşturmaktaydı. Dikiş tekniklerinin henüz gelişmesi nedeniyle kumaşlar vücuda sarılarak kullanılıyorlardı.³² Yunan kumaşları Mısır'a göre çok daha ayrıntı içeren kumaşlardı. Elbiseleri dikmek yerine kumaşları çeşitli şekillerde vücuda sararak iğne ile tutturma yolunu tercih ediyorlardı. Dereboy'un aktardığına göre dört farklı giyim tarzından biri olan, İon Khiton'u adıyla tanınan tunik şeklindeki giysinin etek boyu farklı sosyal yapıları da temsil etmekteydi. Genç erkekler kısa Khiton'lar giyerken kadınlar ve yaşlılar uzun Khiton'u tercih ediyorlardı. Parthenon tapınağındaki kadın heykellerin giysilerinde ise Khitonların dikdörtgen ve uzun oldukları görülmektedir. Bulunan Yunan vazoların üzerindeki süslemelerde mor rengin, siyahın, kırmızı ve mavinin giyimde ve süslemelerde kullanıldıkları görülmektedir. Üst sınıf erkekler beyaz khitonu tercih ederken işçi sınıfı ise gri ve kahverengi khitonu tercih ediyorlardı. Yün ve keten en çok kullanılan kumaşlardı. Helenistik çağda ise Hindistan'dan gelen ipek de kullanılmaya başlanmıştı. Mücevher ise, statünün bir göstergesi sayıldığından çokça kullanılmaktaydı. (Bkz.Albüm-1, Fotoğraf 7,8, 9)

Antik Roma (M.Ö.753- M.S.500) heykelleri, Roma'daki giyimi bize tüm ayrıntıları ile verir. Roma'da Yunan sanatının etkisinin giyime yansıdığı görülmektedir. Erkeklerin genellikle kısa tünik giydikleri dışarı çıktıkları zaman ise üzerine "toca" yada "toga" adıyla anılan bir başka tünik daha sararlardı. Kadınlarda evlerinde bele sarılarak kullanılan "stola"yı giyiyorlar, dışarı çıkarken de başlarını da örtebilecekleri "pallium" adlı pelerine benzeyen giysiyi kullanıyorlardı. Ayakkabı yerine ise sandallar ve botlar yaygın olarak giyilmekteydi. Pelerinin rengi ve bordürleri kişinin statüsünü belli ederken, siyah toga'yı ise yasta olanlar giyerlerdi. İç giyim ise peştamale benzeyen bir kumaştan yapılmıştı. Ayrıca kadınlar saçlarını boyayarak ve makyaj yaptıkları da bilinmektedir.(Bkz.Albüm-1, Fotoğraf 10,11,12)

Bizans (M.Ö.330 - M.S.1453) Roma İmparatorluğunun parçalanmasıyla oluşan Roma'nın Doğu koludur. Dönemin önemli başkentlerinden olan Konstantinopolis tüm Avrupa'da önemli bir moda merkezi olmuştur. Dönemde

³² Elif Jülide Dereboy, **Kostüm ve Moda Tarihi**, Format Matbaacılık, İstanbul,2004

yaygın olan din Hıristiyanlığı dolayısıyla giyimde de bunun etkileri açıkça görülmektedir. Bizans giyim kültüründe, ağırlıklı olarak Roma ve Yunan etkilerini görülür. “Tunic” adı verilen beyaz ketenden , ipekten ve mısır pamuğundan yapılmış “T” harfini andıran giysi sıklıkla kullanılıyordu. Bu giysi alt sınıf için vazgeçilmez bir kıyafettir. Giysinin üzerinde kareler ve çizgilerle oluşturulmuş süsler bulunmaktaydı. Bu elbiselerde modern kesim yapılmaz boyundan geçirilerek kullanılırdı. Tunığın geliştirilmesi ile oluşturulan “dalmatica” adlı giysi ise hem kadın hem de erkekler tarafından giyiliyordu. Bu giysi kenarlara doğru genişleyen üçken biçiminde bir giysiydi. Erkek elbiselerinin yanında yürümeyi kolaylaştıracak yırtmaçlar bulunmaktaydı. Renkleri ise genellikle kahverengi, sarı, yeşil, altın, pembe, kırmızı, turuncu, ve siyahtı. Kadınlar ise Roma’dan bu yana değişmeyen “stola”yı giyiyorlardı.³³ Bunun yanı sıra, Bizans’ın bilhassa aksesuar olarak kullandığı nakış ve motiflerin Asya ve Doğu kültüründen de esinlendiği göze çarpmaktadır. Bu stilin Ortaçağa ve Rönesans’a da kaynaklık ettiği düşünülmektedir. Bu dönemde başka dönemlerde pek kullanılmayan mor renk kullanılmış, bu renk İmparatorluğun ve asaletin rengi olarak kabul görmüştür. Kumaş çeşitleri oldukça artmıştır. Keten ve yün sıklıkla kullanılırken kadife, brokar ve ipek gibi pahalı kumaşlar zengin mücevherlerle süslenmiştir. Kadınların saçlarına sarılarak kullanılan simitler ise mücevherlerle zenginleştirilmiştir. (Bkz.Albüm-1, Fotoğraf 13, 14)

1.2.2. Ortaçağda Giyim Kültürü

Ortaçağ’ın ilk çağdan farkı, ekonomik ve sosyal düzeni, belirleyen değerler sistemini yaratmasıdır. Bu değişimler, kısaca şöyle özetlenebilir; feodalite ve sosyal sınıfların oluşumu, kilisenin otoritesi, ilk kentlerin doğuşu ve burjuvazinin oluşumudur. Giyim tarihi bu değişimlerden etkilenmiş ve buna bağlı olarak değişim geçirmiştir.³⁴

Ortaçağın başı aynı zamanda bir savaş dönemidir. Savaşlarda kazanan tarafın zenginleşmesi ile ticaretin gelişmesi ve endüstrideki ilerlemelerin de etkisiyle lüks

³³ www.costumes.org/history

³⁴ Server Tanilli, *Uygurluk Tarihi*, Çağdaş Dünyaya Giriş, Say yay, İstanbul, s:31

yaşam tarzı oluşmuştur. 11. yy'dan, 14. yy'a kadar süren Haçlı Savaşlarının yaşam tarzı alanındaki en önemli etkisi mimari, iç mekan ve moda alanında kendisini göstermiştir.³⁵ Ortaçağın giysilerinde Bizans etkisi açıkça görülmektedir. Profesyonel olarak terzilik mesleği de ilk kez bu dönemde yapılmaya başlanmıştır. Modada önemli bir gösterge olan, farklı aileleri ve statüleri simgeleyen armanın da ilk kez bu dönemde kullanıldığını görmekteyiz. Yine erkeklerin mesleklerini belirleyen farklı giyim tarzları göze çarpmaktadır. Bu çağda halkın giyim tarzı ile soylu sınıf arasındaki fark açıkça görülebilmektedir. Asiller, iyi kalite hafif yün ve keten, ipeği kullanırken köylüler ise sert keten ve kaba yün kumaşları giyinmişlerdir. (Bkz.Albüm-1, Fotoğraf 15, 16, 17) Giysi, bu çağda toplumsal katmanları belirleyen gerçek bir üniformadır. Öyleki her yeni toplumsal katman, kendine bir giysi bulma çabası içerisindeydi. Meslek birlikleri bunun tipik örneği olarak görülebilmektedir.³⁶

12. yüzyılın ilk çeyreğinde Fransa'da ortaya çıkan Gotik sanat 13. yüzyılda olgunluk aşamasına ulaşmıştır ve İngiltere'de hızlı bir gelişim göstererek mimariyi ve giyim stillerini de etkilemiştir. B, sivri kulelerin, ayakkabılara, kol ve etek uçlarındaki süslemelerin kale burçlarındaki mazgal deliklerine benzemesi şeklinde görülebilmektedir.³⁷ (Bkz.Albüm-1, Fotoğraf 18,19)

Bu dönemde, kadın giyimindeki farklılaşma erkek giyimine göre daha fazla göze çarpmaktadır. Giysilerde zıt renklerin kullanıldığı görülmektedir. Boynuzu andıran başlıklar yine bu dönem aksesuarlarındandır. Kadınlar tarafından kullanılan süslü para keseleri ise, ilk çanta örnekleri olarak kabul edilmektedir.³⁸

Bu etkileşimler nedeniyle karma bir giyim tarzına rastlanmaktadır. Bu dönemde sınıf bilincinin de gelişmesiyle birlikte soylular, daha abartılı ve zengin görümlü giysiler kullanmaya başlamıştır. Burjuva modasının gelişimi ile moda sosyal demokrasiye, ilk adımı atarak, sadece üst sınıfların bir imtiyazı değil, parası ve zamanı olan herkesin malı olmuştur. J.Laver bu çağa yumuşama dönemi adını

³⁵ Alexandre Vassiliev Koleksiyonundan, **Avrupa Modasının Üç Yüz Yılı**, Sakıp Sabancı Müzesi, 2004, s. 26

³⁶ Jacques Le Goff, **Ortaçağ Batı Uygarlığı**, Dokuz Eylül Yayınları, 1999, İzmir.

³⁷ Onur, a.g.e, s.35

³⁸ Elif Jülide Dereboy, **Kostüm ve Moda Tarihi**, Format Matbaacılık, İstanbul, 2004, s: 60

vermiştir.³⁹ Daha sonraları 1820'lerde Avrupa'da romantik dönem yaşanırken bu stil tekrar moda olmuştur.

1.2.3. Yeni Çağda Moda

Batı Avrupa'da, askeri, coğrafi, iktisadi, düşünsel, dinsel ve siyasal alanda yaşanan değişimlerle birlikte Ortaçağın izleri silinirken yeni bir çağa da geçiş yapılır. Yapılan icatlar, teknik ilerlemeler, coğrafi keşifler, kapitalizmin doğmasına yardım ederken aynı zamanda Rönesans ve Reformun da habercisi olur.⁴⁰ Ortaçağın skolastik düşünce biçimini ortadan kaldıran Rönesans'ın döneminde terzilik, şehirlerde oluşmaya başlayan meslekler arasındadır. Rönesans'ın birey olmayı önemseyen yapısı sayesinde kişiler, Rönesans'ın sağladığı özgürlükle kendi giyim tercihlerini yapmışlardır. Böylece modada kültür farklılıkları önem kazanır bir duruma gelmiştir. Kraliçe Elizabeth döneminde kraliçenin heybetini arttıran kolalı yakalar, kabarık kollar ve kadınların kullandıkları iç etekler bu dönem ağırlık kazanmıştır. Kraliçenin gardrobunda üçbin adet elbisenin bulunması, sarayın giyime verdiği önemi göstermektedir. Soylularda tek kulağa takılan küpenin yanı sıra, baş parmağa takılan yüzükler, yelpaze ve mendiller göze çarpan aksesuarlardandır. (Bkz.Albüm-1, Fotoğraf 20, 21, 22)

15. yy'da farklı kıtalardaki insan toplulukları arasında iletişim sağlanamaması nedeniyle Amerika, Avrupa, Asya ve Afrika hakkındaki bilgiler çok sınırlıydı. 16.yy'da yapılan keşiflerle uygarlıklar birbirlerinin kültürlerinden etkilenmeye başladılar. 1550- 1650 yıllarına gelindiğinde ise, İspanya, Avrupa'nın büyük bir bölümünü himayesi altına almıştır. İspanyolların kesin güçlü kuralları İspanyol modasına da yansımıştır. İspanyol giyiminin 15. yüzyılın sonundan itibaren Avrupa'da şaşırtıcı bir şekilde yayılması İspanyolların Colomb'un keşifleriyle kazandığı prestijden ileri gelmekteydi. İspanyol giyiminin en temel özelliği, sadelik ve zarafeti birlikte taşımasıydı. Kullanılan malzemeler daima koyu tonlarda seçilmekteydi. Bu dönemin en belirgin modalarında çemberli etekler, kolalarla

³⁹ Üşenmez, a.g.e, s.37

⁴⁰ Server Tanilli, **Uygarlık Tarihi**, Çağdaş Dünyaya Giriş, Say Yay, İstanbul, s:45

sertleştirilmiş firfırlı yakalar kullanılmıştır. Kişisel zarafet anlayışı da farklılaşmış, aristokrat ve burjuva sınıfının gelişmesiyle yaşam tarzı ve giyim derin bir şekilde bundan etkilenmiştir. Üst sınıf farklılığını, daha da belirginleştirerek zengin sınıfa hizmet eden çalışanlar sınıfını da geliştirmiştir.

Saray modası Ortaçağın sonunda önem kazanmıştır. Başlangıçta krallar ve kraliçeler modayı oluştururken, daha sonra kralın metresleri bu işlevi üstlenmiştir. Saray modası, moda tasarımcıları aracılığıyla geniş halk kitlelerine yayılmasında etken olmuştur. Böylece giyim de bir tüketim biçimi olarak zenginleşen tüccarların uğraşlarından biri haline gelmiştir. Talep gören giyim sayesinde öteki sınıflar giyiminden üstün ve farklı bir konuma gelmekte ve “farklılık” kültüre eşdeğer sayılmaktaydı.

Modanın yayılımı uzun bir süre bir saraydan öteki saraya taşınması ile sınırlı kalmıştır. Sık sık düzenlenen balolarda kendini gösterme fırsatı bulan soylular, Afrika'nın ve Doğunun giyim tarzını kullanarak kendilerini gizliyorlar ve farklı bir kimlikle varoluyorlardı.

Barok akım, 1580-1750 yılları arasında kendini göstermiştir. “Barok” Portekizce’de Barrocco kelimesinden gelen, “düzgün olmayan inci” anlamındadır. Barok üsluptaki, eserleri aşağılamak için kullanılmıştır. Abartılı, gösterişli bir hava yaratarak insanları şaşırtmayı ve büyülü bir atmosfer oluşturmayı amaçlayan bu akımda mimari, müzik ve giyimde, süsleme ve abartı önem kazanmıştır. Bu abartıya uygun olarak kullanılan metal, ahşap ve fildişinden yapılan korseler, aynı zamanda ortaçağın skolastik görüntüsünü de yansıtmaktadır. (Bkz.Albüm-1, Fotoğraf 23)16. yüzyılın ikinci yarısına ortaya çıkan Maniyerizm ise, ikiyüz elli yıllık Rönesans sanatına karşı uyanan bir tepkinin sonucuydu ve Rönesans’ın insanı ön plana alan, sıkı bir geometriye dayanan akılcı tutumuna karşıydı., Bu açıdan Barok sanatın oluşumunda Maniyerist tepkinin katkıları da yadsınamaz. Rönesans gibi bir Yeniçağ sanatı olan Barok sanatın temel amacı görüneni gerçekte olduğu gibi inandırıcı bir biçimde vermektir.⁴¹

⁴¹ www.istanbul.edu.tr, Barok Sanatı

Fransa’da 14. Louis döneminde hemen herkesin moda meseleleriyle yakından ilgilendiği bilinmektedir. Bu dönemde, moda toplumda hakim bir konuma gelmiştir. 15. yy dan 17. yy’a gelinceye kadar Avrupa bir çok savaflara sahne olmuş, geçmiş yıllarda giyim tarzlarında hızlı bir değişim söz konusu olmamıştır. Bunun yanı sıra aynı dönemde giyimin, sanat akımlarından fazlasıyla etkilendiğini ifade edebiliriz. Barok ve Klasisizm’in etkileri giyimde de açıkça kendisini göstermektedir. Fransa’nın politik üstünlüğü, ticari ve endüstriyel gelişmeler üst düzey yöneticilere farklı bir yaşam standartı sağlamıştır. Bu kişiler, ülkenin artistik ve edebi uyanışına, kraliyetin teşvik ettiği bir zenginliği eklemişler aynı zamanda firma ve sanayicileri destekleyerek giyimde önemli bir yer tutmuşlardır.

Yaşanan değişimlere rağmen, giyim bugün anladığımız anlamda bir değişim geçirmemiştir. Rönesans’tan önce de kullanılmakta olan “Farthingale” adı ile anılan kalçalar üzerinde takılan bir çeşit tepsi şeklindeki iç etek ile eteğin sıkı bir şekilde bele ve kalçaya oturtulmasını sağlayan aksesuarlar zaman içerisinde az çok değişime uğramış, böylece dışardan daha net algılanan kadınsı silüet korunmuştur. Bu gelişmenin sonunda tüccarlar ve diğer sosyal sınıflar belirgin bir şekilde farklı giyimleriyle dikkat çekiyorlardı.(Bkz.Albüm-1, Fotoğraf 24) Oysa çiftçiler ve sıradan halkın, 1614 yılında düzenlenen kanunla birlikte kadife gibi zengin malzemeleri kullanmalarını mücevher ve ipek giysiler giyinmesi yasaklanmıştı. Giyimde tüm amacı kendisini sergilemek olan Parisliler, giderek kentli halk asilleri için tasarlanan şeyleri giymeye başladı. 17. yy’dan önce giyimine bakarak kişinin sosyal sınıfını anlamak olasıyken, 17. yy.’dan sonra her kesimden halk her çeşit giysiyi giyebiliyordu. 17.yy’la beraber, giyimle ifade edilen sınıf ve statü farklılıkları yok olmaya başlamıştı. Farklı sosyal sınıflar aynı derecede iyi giyinebiliyor ve hemen herkes giyim aksesuarı olarak kılıç takabiliyordu. 1635 - 1655 yıllarında terziler Paris’te çalışmaya başlamasıyla moda bir sektöre dönüşüyordu. Moda böylece bir sektöre dönüşmeye başlamıştır.

Kralın metreslerinin adıyla anılan giysiler sarayın modadaki öncülüğüne dikkati çekmiş ve modanın yaygınlaşmasında etken olmuşlardır.

Rokoko döneminde, zarif, süslü giysiler kullanılmıştır.(Bkz.Albüm-1, Fotoğraf 25, 26 ,27) Elbiselerde 1725'ten sonraki kadın giyiminde kalçaları yüksek göstermek için balina kemiğinden tasarlanmış iç etekler korseye bağlanmıştır. Elbiselerde firfir ve kare yakanın kullanılmaya başlanması dönemin önemli ayrıntılarından. Son Fransa kraliçesi Maria Antoinette, terzisi Rose Berlin sayesinde Fransız modasının öncüsü sayılmıştır. Maria Antoinette'in Fransa kraliçesi ünvanını moda kraliçesi unvanına tercih ettiği kaynaklarda belirtilmektedir.⁴² (Bkz.Albüm-1, Fotoğraf 28)

1730 ile 1750 arasında endüstrinin gelişmesiyle birlikte tekstil alanında da büyük ilerlemeler görülmüştür ve bu dönem tarihe, barış, harcama ve lüks yılları olarak geçmiştir.18.yy ortalarında yaşanan "Rococo" döneminde, saray halkı Viyana'da Mozart'ın müziği ile coşarken, Fransa'da Paris aşkın ve modanın merkezi olarak ünlenmişti. Avrupa tarihinde 1789 devrimi yeni bir çağ açmıştır.

Fransız devriminin etkisi ile birlikte Rokoko tarz, süslü modalar ortadan kalkmış ve daha sade yeni burjuva stilleri ortaya çıkmıştır. Rejimin değişmesi, saray yaşamının bitmesine, abartılı saray giyiminin de ortadan kalkmasına neden olmuştur. Yurttaşlık haklarına kavuşan bireyler giyimi, rahatlama ve kendini ifade etme yöntemi olarak kullanmaya başlamışlardır. Devrimden sonra kadınlar daha egemen bir rol oynamışlardır.

Eski modalar alay konusu olurken, basitlik ve giyimde özgürlük popüler hale gelmiştir. Bu dönemin en belirgin özelliği de ortaya çıkan modaların değişim hızıdır. 1789 öncesinde giyim Klasizme yönelirken, sonrasında İmparatorluğa da uygun düşecek şekilde Roma Akademizmine yönelmiştir. Bu dönüşümün bir sebebi de 1740-1760 yılları arasında arkeologlar tarafından iki antik Roma kentinin bulunması

⁴² Elif Jülide Dereboy, **Kostüm ve Moda Tarihi**, Format Matbaacılık, İstanbul, 2004, s:8

olmuştur. Bu da Rokoko modasının yerini Roma'ya bırakmasına sebep olmuştur.⁴³
(Bkz.Albüm-1, Fotoğraf, 29, 30, 31)

1789 ihtilalinden sonra Napolyon, İmparatorluğunu ilan ederek onu temsil edecek sanatın klasik, anıtsal ölçülü olmasını gerekli gördüğünü belirtecektir.⁴⁴ Fransız Devriminden sonra, servetin yeniden dağılımı sonucu tüm toplum lüks maddelerden, giyimden ve diğer imkanlardan yararlanma şansı bulmuş, dolayısıyla sınıflar, birbirine yakınlaşmıştır. Bu yeni moda, Rönesans yüzyılının etkisiyle tüm sosyal katmanları etkilemiştir. Devrimden önce son derece zengin ve detaylı erkek giyimi daha sonra bu üstünlüğünü kadın giyimine kaptırmıştır. Savaşın etkisiyle erkekler evlerinden uzak kalmış, herkes sivil giyime olan ilgisini yitirerek basit renksiz, mat giyime yönelmiştir. (Bkz.Albüm-1, Fotoğraf 32)

1816 ile 1825 yıllarına kadar klasik özellikler devam etmiştir. 1825'den 1830'lere kadar giyim romantik hareketten etkilenmiştir. 1830'den sonra Romantik ve Klasik sanat birbirleriyle çelişmesine karşın, moda aynı zamanda çeşitlilik aramak uğruna antik giyimin mentalite ve disiplininden ayrılmış, aynı dönem de ortaya çıkan metaryalizm ve burjuva sınıfı tüm batı dünyasına kendi moda tarzını dayatmıştır. Aristokrasi sınıfının portre resmi sanatı dolayısıyla kendini mekanların bir parçası yapması ve gösterme egosunun bir iktidar meselesi haline gelmesi 17.yy.'da statü kaygısı olarak gelişmiştir. John Berger, *"yağlıboya resim sahibinin mülkleri arasında, onun yaşamı içinde, zaten tadını çıkarmakta olduğu nesnelere gösteriyordu. O sahibin bir insan olarak değerli olduğu duygusunu doğruluyordu.Zaten içinde bulunduğu durumda kendi gözünde kendi imgesini güçlendiriyordu. Gerçeklerden, yola çıkıyordu.Bu resimler, sahibin gerçekten içinde yaşadığı yapıların iç duvarlarını süslüyordu."*⁴⁵

⁴³ Alexandre Vassiliev Koleksiyonundan, **Avrupa Modasının Üç Yüz Yılı**, Sakıp Sabancı Müzesi, 2004, s.29

⁴⁴ Adnan Turani, **Dünya Sanat Tarihi**, Remzi Kitapevi,2000,İstanbul,s.498

⁴⁵ John Berger, **Görme Biçimleri**, Metis yayınları, İstanbul, 1986

1.2.4.Yakıncağ'dan Günümüze Moda Anlayışı

Fransız Devrimine kadar gelen süre içinde giyim kuşam hızlı bir ivme ile yol almamış, geleneksel anlayışı içerisinde devam etmişti. Sanayi Devrimi, şehirleşme olgusu ve soylu sınıfın giyimi gösterge aracı olarak kullanması moda kavramının farklı açılımlar kazanmasına neden olmuştur. Burjuvalar Üniforma niteliği taşıyan çalışma giysilerinin ötesinde farklı olabilmenin yollarını aramışlardır. Oysa Marx, Engels 1848 Marksist Manifesto da önerdiği üniform yapı modernizmin kahramanı olan Dany'de tüm üniform yapılarla karşıtlıkta kendini gösteriyordu..

19. yy. başlarında, artık sokağa inen moda da Fransızlar'ın yarattığı stiller hakim olmuştur. Bu dönemde modanın Antik Yunan giyiminden ilham aldığı düşünülmektedir. 1825 -1845 arası "Romantik dönem" olarak anılırken daha sonraki dönemler "Josephine Bonaparte" dönemi olarak adlandırılmıştır. Josephine Bonaparte, giydiği kostümlerle moda tarihine damgasını vurmuş, gösterişli giyimi ile eşi Napolyon Bonaparte kadar ünlenmiştir. (Bkz. Albüm 2, Fotoğraf 33, 34, 35, 36)

Erkek giyiminde, ise George Brummell'in öncülüğünü yaptığı Dandyism akımı dikkat çekmektedir. Geçen yüzyıl sonunun büyük Dandy'si Beau Brummel için gövdeyi dünyaya sunma biçimi olarak giyinme olgusu öylesine önem taşıyordu ki, "beş parmak: beş fark" ilkesi gereği eldivenin parmaklarını beş ayrı terziye ısmarlamayı bile fantezi saymamıştı. Brummel'e göre moda; *"İnsanoğlunun komşusundan farklı olması için yazılan biriciklik masalı ve öte yandan da bir örneklığe karşı hazin bir başkaldırısıydı."*⁴⁶ (Bkz. Albüm 2, Fotoğraf 37, 38)

1845'lerden sonraki dönemlerde giyimdeki dönüşümler tarz olarak sırasıyla Barok, Rococo ve Neo-gotik hareketlerle kendini gösterirken, kadın elbiselerinde eteklerin genişlediği, kolların balon görüntüsü aldığı görülmektedir. Kadınlar, daha zarif görünmek için tekrar sıkı korseler, eteklerinin altına iç etekler giyinmeye başlamışlardır. (Bkz. Albüm 2, Fotoğraf .39, 40, 41)

⁴⁶ Enis Batur, **Gelenek ve Gelecek Arasında Moda**, Gergedan, Mart 1987 Sayı:1, s. 83

19.yy. sonlarına doğru erkeklerin kostümlerinin eskiye oranla sadeleştiği görülmektedir. Kadın kostümleri ise hala eski ihtişamını korumaktadır. Moda sosyoloğu Bell, konuyla ilgili yaklaşımında şunları bildirmektedir; *“19yy ile birlikte oluşan yeni dünya düzeninde erkekler ile kadınların rolleri de değişmiş geçen yüzyılda erkekler açısından zenginliği sergilemenin hiçbir iş yapmıyor olmakla denk tutulmasının yerini, varlıklı bir üreten sınıfın almasıyla erkeklerin kıyafetleri kısıtlanmıştır. Kadınlar ise bir çok alandan soyutlanarak, bir ölçüde çalışan erkeğin statü sembolü haline gelmiş, modanın kodlarından da faydalanarak eşlerinin yada babalarının zenginliğini gözler önüne sunmuşlardır.”*⁴⁷

Zenginleşen burjuva, lüks yaşamla tanışarak daha önce sarayın üstlendiği görevi sürdürmeye başlamıştır. Bilhassa kadın giyiminin moda dergilerinde yayınlanmaya başlaması bu etkiyi daha da arttırmıştır.

1846’da seri üretimin başlangıcına neden olan, dikiş makinası icat edilmiş, bu icat ile birlikte giyimde seri üretim de başlamıştır.⁴⁸ Öte yandan makina ile üretilen hazır giyim iç savaş nedeniyle seri üretimde kullanıldığı görülmektedir. Ayrıca hazır giyim ucuzlayarak, pratik şekilde kullanımı talepleri arttırmıştır. Toplum, iki farklı sosyal sınıf görüntüsüne bürünmüştür. Hazır giyim işçi sınıfını hedef alırken, üst sınıf kadınları tarafından hor görülmüştür. 19.yy.’ in sanayi toplumunda da moda uygun tarzlar üst sınıflar için yaratılmıştır.

Bu dönemde geçmişten gelen gelenekle üst sınıf kadınların, çalışması hoş karşılanmamaktadır. Üst sınıf kadınının giysileri ise oldukça süslü ve bedensel hareketlerini kısıtlayıcıdır. Modaya uygun sayılan giysiler gerek fiyatı gerekse de kısıtlayıcı etkisi nedeniyle işçi sınıfı kadınlarının günlük faaliyetlerine uygun değildi, Buna karşın hizmetçiler ve diğer işlerde çalışan genç ve bekar işçi sınıfı kadınları, yaşam standartlarını yükseltmek ve yukarı doğru hareketlilik beklentilerini karşılamak için, gelirlerinin büyük bir bölümünü işyeri dışında giyilen giysilere harcamışlardır.⁴⁹ Dönemin yayınlardan bir dergide *“işçi sınıfı bile olsa, kadın*

⁴⁷ Fred Davis, **Moda Kültür ve Kimlik**, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul

⁴⁸ Üşenmez, a.g.e, s.38

⁴⁹ Crane, a.g.e, s.85

daima kadın olmalı ve görünüşüne olağanüstü bir özen göstermelidir” denilmektedir.⁵⁰ Bu durum kadın hizmetçilerin, moda giysiler giyerek topluma katılmaları ve kolay bir yol olarak görülmektedir. Buna göre kadınlar giysiyi şahsi kimliklerini doğrulamak için olduğu kadar, daha yüksek bir toplumsal statü talebinde bulunmak için de kullanırlar. Giysiler, işçi sınıfının kadın çalışanları için de elde edilebilir başlıca tüketim malıdır. Bu durum ilk ve gerçek moda anlayışını yansıtır. Hizmetçiler ve genç kadın işçiler, gelişen tüketim kültürünün “öncüleri” olarak kabul edilebilir.⁵¹ Dönemin çalışan kadını giysi seçimlerinde fark edilebilmek için, leydilerin koyu tonlardaki seçimlerinin yerine şaşırtıcı renk kombinasyonlarını denemişler, dekoratiflikle pratikliği karıştırarak melez bir giyim tarzı yaratmışlardır. Bu tarz ilerde “kitsch” kavramına temel teşkil edebilmektedir.

Burjuvalar, çalışma giysilerinin tek düzeliğinden kurtulmak, hiç değilse gece kıyafetlerinde farklı olabilmek için arayışa girmişlerdir. Bu arayışlar “Haute-Couture” un doğmasına neden olmuştur. Modanın ilk öncülerinden olan Worth, 1858 yılında Paris’te ilk “Haute-Couture” atölyesini kurmuştur. Haute-Couture moda tasarımı, tarza ve tekniğe önem veren az sayıda üretilmiş giysilerdir.(Bkz. Albüm 2, Fotoğraf 43) Dönemin moda tasarımcısı, Worth’un hazırladığı kıyafetleri genç kızlara giydirerek sunması, manken kavramının moda girmesine neden olmuş, hazırladığı kreasyonlar, bütün dünyada tanınır hale gelmiştir. Worth, tasarladığı kostümleri müşterilerinin istekleri doğrultusunda dikmemiş, ünlü kadınlara hediye etmek üzere bireysel kostümler hazırlamıştır. Bu Worth’u terzilikten tasarımcılığa ve sanatçılığa taşımıştır. Hazırlanan kıyafetlerin çok pahalıya satılması nedeniyle tüm dünyadaki alıcısı bini aşmamaktadır.⁵² Haute Couture uzun yıllar moda kavramının karşılığı olarak görülmüştür. 20.yy. da da önemli terzilerin artmasıyla birlikte moda evleri açılmış ve terzilik bir sektör şeklini almaya başlamıştır.

Victoria döneminin bitişi ile birlikte kasvetli giyim tarzı da yok olmuştur. Malzemelerdeki çeşitlilik ve kalite artmış kadifeler, taftalar, yumuşak yünüler, incecik ipekler kullanılmaya, kostümlerde daha farklı renklerde tasarımlar görülmeye

⁵⁰ Crane, a.g.e, s.72

⁵¹ Crane, a.g.e, s.87

⁵² Crane, a.g.e, s.87

başlamıştır. Bu artış modanın yaygınlaşması olarak algılanmamalıdır. Moda hala çok pahalı ve sadece zenginler için geçerli bir kavramdı. Zengin kişiler muhteşem giysileri ile yarışlarda, balolarda, resepsiyonlarda ve fotoğrafçı stüdyolarında bulunmak ve görülmek için ne gerekiyorsa yapmışlardır.⁵³ Anı dönemlerde stüdyo fotoğrafları çeken Disderi'nin çektiği Carte de Visit'ler dönemin giysileri içinde poz veren kadınların ve erkeklerin özel kostümlü fotoğrafları statünü göstergesi sayılmaktaydı.

1.2.4.1. 1900-1945 Dönemi Dünya'da Modaya Yaklaşım

Modern anlamda moda anlayışında batılı giyimi bizim için model oluşturur. Batıda bir moda tarihinden söz edecek olursak bu dönemi 1900'lerin başı olarak kabul edebiliriz. Kentleşme, kadınların kamusal alanda görünür hale gelmesi moda kavramına da başka bir bakış açısı sağlamıştır. Bilhassa kadınlar bu görünür olma ve farkedilmeyi giyimle yerine getirmeye başlayınca giyim de bir “zevk alma” unsuruna dönüşerek salt örtünme amaçlı giyinme işlevi ikinci plana itilmiştir. Bu anlamda moda kavramı 19.yy başında tam anlamıyla karşılığını bulmaktadır.

Teknolojinin gelişimi, şehirleşme ve buna bağlı gelişen sosyal değişim, kadınların bu sosyal yapılanma içerisinde değişen sosyal statü ve rolleri 20.yüzyılın çehresini de değiştirmiştir. Değişen sanatın akımları, eğilimlerinde belirlenmesine etken olmuştur. 20 yy'a girildiğinde ise tam bir moda devrimi yaşanmıştır. II. Dünya Savaşının koşulları gereği çalışma yaşamının içinde yer alan kadının güven kazanmasıdır. Bilhassa savaş döneminde erkeklerin cephede olmaları nedeniyle geri planda kadın gücüne daha fazla ihtiyaç duyulmuş ve bu da kadının kendi gücünü tanınmasına ve özgürlüğünü elde etmesine yardım etmiştir. 19.yy.'da yaşanan ekonomik politik ve sosyal değişimin hızı sanat akımlarını da kökten etkiledi. Bu dönemin akımları incelendiğinde, Art Nouvea akımının etkisi açıkça görülmektedir. Akım; 1890 yıllarında Almanların “Jugendstil” Fransızların “Art Nouveau” dedikleri İngilizlerin ise modern stil olarak ta adlandırdıkları bir akımdır.⁵⁴ İlk kez İngiltere'de dokuma alanında kullanılan bu sanat akımı, endüstrinin, sanatı öldüren monotonluğa

⁵³ Nick Yapp, **Fotoğraflarla 20.yy Sosyal Tarihi**,1900'ler, Literatür, s.24

⁵⁴Turani Adnan, **Dünya Sanat Tarihi**, Remzi Kitapevi, 1992,s:652

karşı bir tepki olarak doğmuştur. Romantik, bireyci ve estetik değerleri ön planda tutan Art Nouveau, konularını doğadan almış, bunları stilize eden asimetrik düzenlemeler kullanılmıştır.⁵⁵ Tekstilde basit stilleri amaçlamış olan akımın önemli temsilcilerinden biri olan Henri Van De Velde moda için şu açıklamayı yapmıştır: *“Elbiseler sadece güzel olmamalı aynı zamanda kullanışlı da olmalıdır. Güzel bir elbise ise her kadına uygun olmalıdır.”* 1900’lerde kadını korseye mahkum bırakan koşullar göz önüne alınarak, sağlığın estetikten önemli olduğunu vurgulamış ve elbiselerin her kadın için kullanılabilir olması gerektiğini bildirmiştir. Velde; korsenin yürürlükten kaldırılarak yerine daha mantıklı ve yapıcı biçimlerin alması gerektiğini savunuyordu.⁵⁶ Daha 1900’lerin başında birçok farklı reformist grup özellikle kadın vücudunu “S” şeklinde deforme eden korselere karşı büyük bir tepki geliştirmişlerdi.⁵⁷ Doktorlar, eğitimciler, sosyologlar ve artistlerin bulunduğu bu gruplar, kadının vücut yapısını bozan sağlıksız bir giysi olan korsenin kullanımına karşı bir duruş geliştirmişlerdi. Bu toplumsal hareketler kadınların bilinçlenerek kendi vücutları üzerinde söz sahibi olabileme hakkını da beraberinde getirmiştir. (Bkz. Albüm 2, Fotoğraf 43, 44, 45) Belçika’lı mimar’ın sanatı toplumsal yaşamda yaygınlaştırmaya çalıştığı bu stil, yine de bir burjuva hareketi olarak kalmış, I. Dünya savaşıyla birlikte etkisini de yitirmiştir.

Savaş öncesi yaşanan coşkunluk “Avant-garde” akımların doğmasına neden olmuştur. “Avant-Garde” terimi öncü ya da ilerici anlamına gelen bir sözcük olup Fransızca’da savaşta önde giden asker anlamında kullanılmıştır.⁵⁸ Avantgard sanat geleceğin sanatçılara, geleneğin tüm yükünden kurtarılmış yeni bir sanatın ve estetiğin yolunu açmayı hedefler. Fütürist akım Avantgard akımlarından biri olarak görülmektedir. Hareketin amacı, geçmişteki tüm orta sınıf geleneklerini silerek endüstrinin hareketine uygun bir akım yaratmaktır. Bu akım modern yaşamı, süratliliği, överek kent yaşamını olumluyordu. Bu perspektifte bazı fütüristler modayı da içeren bir manifesto yayınladılar. 20 şubat 1909’da Paris’de “Le Figaro”

⁵⁵ Adam, M. **Ezcaçbaşı sanat Ansiklopedisi**, Yapı Endüstri Merkezi, 1.cilt, s.142

⁵⁶ Gertrud, a.g.e, s.12

⁵⁷ Lehnert Gertrud, **A History of Fashion, in the 20th. Century**, Köneman, 2002, s:12

⁵⁸ Adam, M., Art Nouveau, **Ezcaçbaşı Sanat Ansiklopedisi**, Yapı Endüstri Merkezi Yayınları, 1997, s.163

gazetesinde “Le Fütürizm”adıyla yayımlanan Fütürist manifestonun ardından 1913 yılında “Fütürist Bir Kıyafet İçin Manifesto” da moda ile ilgili olarak geleneksel giyim- kuşamı ortadan kaldırmayı öneriyor ve şöyle bildiriyor; “*Geçmişin uzantısı olan tüm giyim kuşamı ortadan kaldırmalıyız. Fütürist giysileri bulup çıkarmalıyız. Parlak renkli giysilerimiz basit olmalı ve sinai etkinliğini teşvik etmelidir.*” Bu manifesto, 29 Aralık 1913 tarihli Palazzechi Manifestosuyla eş tarihli olup “Fütürist Bir Kıyafet İçin” Manifesto’nun ilk taslağı olarak belirtilmiştir.⁵⁹ (Bkz. Albüm 2, Fotoğraf 46, 47) Aynı tarihler Dadaizmında hızla geliştiği dönem olarak dikkat çekicidir.

Bu dönemin en önemli terzileri ve modacıları, Paquin, Wasion Rouff, Dreccoll, Vernom, Paul Poiret, Madeleine Vionnet’tir. Paul Poiret, I. Dünya Savaşı savaş öncesinde Paris’in en önemli moda tasarımcılarından ve reformistlerinden biri olarak kabul edilmektedir. Poiret, sadece yeni silüetler yaratarak modayı değiştirmekle kalmadı, bunun yanında büyük bir moda imparatorluğunu da kurdu. Kadınların korseden kurtulmasını da sağlayan Poiret gerçekleştirdi ve tasarımlarını koruma konusunda önemli satış ve pazarlama taktikleri 20.yy moda endüstrisinin kurulmasına yardımcı oldu . Sanatçı, kadınları kısa adımlarla yürümeye zorlayan dar etek modasını yaratmış, düz kesimli giysilere robadan kuşak takarak 1. Napoleon döneminde moda olan üslubu yeniden canlandırmıştır. Özellikle etkilendiği Uzakdoğu ve Rus bale sanatından esinlenerek kıvrımlı tunikler, pelerinler, tilki kürkünden atkılar kullanmıştır. Doğu etkili tasarımları, olabildiğince folklorik etkiler taşıyan tarihi kıyafetlerle kombine olarak kullanılmış ve yüksek sosyeteden zengin hanımlar tarafından alıcı bulmuştur. Eski Yunan giysilerine benzeyen bu stil 1920’lere kadar ününü korumuştur. Poiret’in moda anlayışı 1908-1914 yılları arasında popülerliğini korurken savaşla birlikte güncelliğini kaybetmiştir.

Savaş öncesi dönemde modada Oryantalizm⁶⁰ etkileri görülmektedir. Sömürge ülkelerden getirilen kumaş ve aksesuarlar tasarımlarda sıklıkla kullanılmıştır.

⁵⁹ Fütürist Manifesto, **Gergedan Dergisi**, Mart 1987, s. 98

⁶⁰ Oryantalizm: Doğu toplum kültürlerinin, dilleri ve halklarının incelendiği batı kökenli ve batı merkezli araştırma alanlarının tümüne verilen addır.

Orientalizmden etkilenen bir başka tasarımcı ise Mariono Fortuny'dir. İspanya doğumlu sanatçı İtalyan Rönesans portrelerinden etkilenerak tasarımlarında bu tarz stilleri de kullanmıştır

1914 yılında patlak veren I. Dünya Savaşı moda sektörünün büyük bir darbe almasına neden olmuştur. 1917 yılında yaşanan Rus Devrimi ile birlikte bir çok sosyal reform da değişime uğramıştır. Moda burjuvanın bir ögesi olarak görülmüş. bunların bir sonucu olarak süslü kıyafetler yerini koyu renkli ve kullanışlı kıyafetlere bırakmıştır. Ancak 1918'den sonra moda tekrar canlanmaya başlayacaktır.

Bu dönemin giyim tarzında arkaya doğru "S" kıvrımı veren korseler giyilmeye devam edilmiştir. Gece kullanılan dekolte kıyafetlerin gündüz kullanılmadığı dikkati çekmektedir. İşlevsellik eskiye göre önem kazanmıştır. Giysiler, savaşın çıkmasıyla birlikte daha sade bir görünüme bürünmüştür.

1920'lere gelindiğinde güzellik anlayışı tamamen değişmiştir. Buna göre, 1920'lerde modern sanatların direktifleri doğrultusunda moda kesin kararlar aldı. İşlevselcilik tıpkı diğer sanatlarda olduğu gibi önem kazandı. Bauhaus, ayrıntıya önem vermeyen işlevsellikle sanatsal tasarımı ayrılmaz bir bütün kabul eden bir anlayış ortaya koydu. Bunun bir sonucu olarak moda da işlevsellik ön plana çıktı. Konstruktivizm soyut şekillerden ve açık renklerden oluşan deneylerle, algıdaki yeni yöntemleri araştırdı.

1920'lerde Paris, savaşın bitişi ile eski hareketliliğine kavuşabildi. Savaşın getirdiği ekonomik, sosyolojik ve psikolojik sıkıntılarla tüm yaşam biçimleri de değişmişti. Fakirleşen orta sınıf ve artan işsizlik enflasyonun yükselmesine, ekonominin de sarsılmasına neden olmuştu. Öte yandan çok daha fazla sayıda kişi modayı takip etmeye başladı ve moda daha elde edilebilir bir olgu oldu. İlerleyen teknoloji, yeni imalat teknikleri ve açılan moda fuarları bu ivmeyi daha da arttırdı.. Modern zamanlar ilk olarak Paris, Berlin ve Newyork gibi büyük şehirlerde kendini göstermeye başladı. Newyork'ta 1920'lere "kükreyen 20'ler" adı verildi. Seri

üretimin yaygın kullanımı ile birlikte moda artık kadın giyimi ile eş tutulmaya başlandı. Savaş sonunda makinelere duyulan hayranlık nedeniyle “makine estetiği” denilen dönemin etkileri, tüm görsel sanatlarda hissedilmeye başladı.⁶¹ Elbiseler artık daha sade ve işlevsel olarak tasarlanmaktaydı. (Bkz. Albüm 2, Fotoğraf 48)

Çoğu savaş sonrasında yaşandığı gibi hayat tarzı bir rahatlama dönemine girerek eğlence hayatı önem kazandı. Amerikan cazı başlarda alayla karşılsa da daha sonra bir tutku halini aldı ve yeni bir yaşam tarzı olarak benimsendi. 1925 yılında Amerikalı şarkıcı ve dansçı Josephine Baker “Reveu Negre” ile herkesi büyüledi. En popüler dansı ise bu döneme damgasını vuran Charleston dansıydı. Bu dans için kadınlar dantel ve püsküllerle süslenmiş kısa elbiseler giyorlardı. Yazar Marguerite'nin “La Garçonne” adlı romanından esinlenilerek kullanılan ve aynı zamanda bir saç kesimine de adını veren, cinsiyetsiz bir görünüm moda oldu. (Bkz. Albüm 2, Fotoğraf 49) Cinsiyet sınırlamaları ortadan kalktı. Savaş sonunda erkek nüfusunun azalması kadınların çalışma hayatına atılmasını gerekli kıldı. Daha önceleri dadılık, terzilik ve ev işlerinde çalışan kadınlar ofislerde ve diğer çalışma alanlarında görünür oldular. Kamusal alanlara girmeye başlayan kadın, spor yapmaya, araba kullanmaya, seyahat etmeye başladı. Bu kadının silüetinin değişmesine de neden oldu. Bu silüet, basit ve ince bir görünüm oluşturuyordu. Fırfır ve detaylardan arındırılan elbiseler hiçbir engel olmadan hareket etme özgürlüğü sağlıyordu. Elbiseler artık korsesiz giyiliyordu. Etek boyları dizleri gösterecek şekilde kısaldı. Çoraplar ve bacakları düz gösteren çorap çizgileri kullanılır oldu. Örme bluzlar, pilili eteklerle ilk defa giyildi. En önemli aksesuarlardan birisi önceki dönemlerde de kullanılan yelpazelerdi. Saçlar kısacık kesiliyor ve elbiselerin göğüs kısımları, kadın kıvrımlarını saklayacak şekilde olabildiğince düz olarak kullanılıyordu. Artan bu özgürlük tartışmaları ile birlikte kadın cinselliği modada da kendini gösterdi 1920'lerde androjenlik, lezbiyenlik, homoseksüellik gibi cinsel konular gündemdeydi. Kadınlar erkek kıyafetlerini andıran kıyafetler giyerek daha maskülen bir görüntü erkekler de kadın giysilerini kullanarak daha kadınsı görünüşler sergiliyorlardı. Bunun en güzel örneklerinden birisi de Marcel Duchamp'ın kendini kadın olarak sergilediği fotoğraflarıdır. İlk fotoğrafını 1921

⁶¹ Elif Jülide Dereboy, **Kostüm ve Moda Tarihi**, Format Matbaacılık, İstanbul,2004, s:116

yılında Rose Sélavy adıyla çektirdiği ve bu adla gazetelerde yazılar yazdığı da bilinmektedir. İkinci kimliğinde ise bir parfüm şişesi için çektirdiği Belle Haleine adıyla anıldığı bir kadın karakteridir. Bu şişeyi daha sonra ready made olarak bir sergisinde kullanmıştır.⁶² (Bkz. Albüm 2, Fotoğraf 50, 51) Modayı kullanarak bu kimlik değiştirme eğilimi 1920’li yıllara damgasını vuran konuların başında gelmektedir. Bilhassa Berlin’de açılan barların da etkisiyle bu eğilim ilk gerçek gay ve lezbiyen alt kültürünü de oluşturmuştur. Bu sadece kadının görüntüsünü değiştirmekle kalmamış, sergiledikleri yeni imajla kendiliklerinin de farkına varmalarına neden olmuştur. Kısa kesilmiş saçlarıyla erkek kıyafetleri içindeki kadın bir başkaldırıyı simgelemiş, yüzyıllardır süregelen esaretini yıkarak daha özgür bir yaşamın temellerini atmışlardır.

Bu eğlence dolu yılların ardından 1929 yılında New York borsasının çökmesi Amerikalı müşterilerin Paris’teki moda alışverişlerini kısıtlamalarına neden olmuş, birçok moda evi işyerlerini kapatmak zorunda kalmıştır. Worth ve Poiret 1920’li yılların özelliklerini yansıtan kıyafetler tasarlayarak zarafetin ve kalitenin temsilcisi olarak ayakta kalmayı başaramamışlardır. Gerçek ismi Gabrielle Chanel olan ve Coco Chanel adıyla tanınan tasarımcı yine bu dönemde tanınarak günümüze kadar gelmiş tasarımcılardandır. Chanel, modern kadın imajına uygun elbiseler tasarlanmış. 20’lerde köşeli biçimlerden oluşan fonksiyonel giysi tarzını bırakarak en popüler giysisi olan “küçük siyah elbise’sini tarz sahibi her kadının dolabında bulunması gerektiğini savunmuş ve bu giysiyi gece gündüz her ortamda giyilebilen hayat kurtaran bir giysi olarak nitelendirmişti.⁶³ Sanatçının, Hollywood filmlerinden de etkilendiği tasarımları, şu an Newyork’taki Metropolitan Museum of Art’ta sergilenmektedir. Dönemin diğer ünlü modacılarında biri ise Jean Patou’dur. Patou, ilk defa profesyonel mankenlerle çalışan tasarımcı olmuştur. Uzun ve ince görünümleri nedeniyle Amerika’lı mankenlerle çalışan tasarımcı ilk manken ajansını da Amerika’da kurmuştur.

İlerleyen tarihlerde sinema modanın yaygınlaşmasında etkili olacaktır Hollywood’un ünlü film yıldızları moda akımlarını tanıtımında etkili olmaya

⁶² www.toutfait.com

⁶³ Hürriyet Gazetesi, Cumartesi eki, 12 Mayıs 2005

başlayacaktır. 20'li yılların Rus modacısı Sonia Delaunay, kumaşta renkli ve soyut tasarımlara yönelmiştir. 1928'lerin başında Sürrealizmin tanınmasıyla Dali'nin desenleri moda tasarımında kullanılmış bu akımın modadaki en önemli temsilcisi ise Elsa Schiaparelli olmuştur.

19.yy.'da George Brummel'in öncülüğünü yaptığı Dandyizm akımının özellikleri bu dönemde tekrar moda olmuş, caz müziğinin etkisi ile erkek modasında da yeni tarzlar ortaya çıkarmıştır.⁶⁴ (Bkz. Albüm 2, Fotoğraf 52)

Newyork borsasının çöküşü, sadece Amerika'da değil tüm Dünyada yankılarını göstermiş, Dünya ekonomisi büyük bir kriz yaşamıştır. Yaşanan bu ekonomik dar boğaz moda sektörünü de oldukça kötü bir şekilde etkilemiştir. Bilhassa Paris'teki moda evleri siparişlerin iptali sebebiyle iflas etmiş, bu da Haute-Couture dünyasını derinden sarsmıştır.

1930'lu yıllar moda tarihinde "Elegant Femininity" zarif dişilik yılları olarak anılmaktadır. Kadın silüetinde hatlar belirginleşmiş ve tasarımlarda kadın yine ince gösterilmeye çalışılmıştır. Etek boyları diz hizzasından aşağıya inerken, elbise belleri doğal yerinde kullanılmıştır. Bazı modellerde yüksek bel ilizyonundan faydalanılarak kadınların bacakları daha da uzun gösterilmeye çalışılmıştır. Kadınlar korselere veda ederken onları ince gösterecek elastik kumaşlardan hazırlanmış iç çamaşırlarını tercih etmeye başlamışlardır.

Bu dönem uzun saç tekrar geri gelmiş, yumuşak dalgalar ve lülelerle yapılmış topuzlar yapılmış, eskiye oranla daha abartısız makyajla kullanılmıştır. 1930'larda Marlene Dietrich İnce yüzü, inceltilmiş yuvarlak biçimli kaşları ile zarafetin sembolü olarak görülmüştür. Greta Garbo ve onun androjen ifadesi de bu yıllarda kadın figürü olarak kabul edilmiştir. (Bkz. Albüm 2, Fotoğraf 53, 54)

Dönemin en popüler giyimi verev kesimli prenses elbisesidir ve yaratıcısı Madeleine Vionnet'tir. 1930'lı yılların kumaşları doğal suni ipeğin yanısıra jarsedir. Bolero adıyla anılan bol kesimli ceket ise ünlü modacı Elsa Schiaparelli 'nin

⁶⁴ Vassiliev , A.e.g. , s.29

markalaştırdığı bir tasarımdır. Bu dönemde etek boyları dizleri örtmekte, erkeksiliği vurgulamak için ise omuzlarda vatka kullanılmaktadır.

1920'lerde ünlenen çok sayıda kadın modacı 30'lara kadar artarak sürdü. Bu artış II. Dünya Savaşının başlamasıyla son buldu. Bu isimler arasında Augusta Bernard, Louise Boulanger, Maggy Rauf, Valentino, Elizabeth Hawes, Muriel King, Nina Ricci 1930'ların başlarında moda imparatorluğunu kurdular. Madeline Vionnet ve Madame Alix Grés Grek heykellerinden ve Yunan vazolarındaki figürlerden etkilenecek dönemin ünlü sinema oyuncularını giydirdiler. Bu stilleri jarse ipek ve müslin gibi kumaşlarda uyguladılar. Aynı dönemlerde fotoğraflarda da Yunan heykellerinin izleri açıkça görülmekteydi.

Elsa Schiaparelli elbiselerinde çok farklı renkleri bir arada kullanarak 1930'ların heyecan verici, eğlenceli ve teatral modasını yarattı. Tasarımcı bu tarzı ile sanatın formlarıyla modanın çizgisini birleştiriyordu. Modacı çağdaş sanatın çizgileriyle Avangart akımını, bilhassa da sürrealizmi tasarımlarına taşıdı. Dönemin ünlü sanatçılarıyla işbirliği yaptı. Salvador Dali'ye kumaş desenleri çizdirdi. İlk defa yırtık pırtık görülen "tattered" adıyla anılan elbisesini sentetik aksesuar ve kumaşlarla tamamladı. Tasarımları çoğunlukla dönemin akımlarını yansıtıyordu. Ayakkabı ve dondurma biçimli şapkaları uzun süre konuşuldu. Modanın hiçbir konsepti olmadığı, sadece ve sadece zengin kadınları güzelleştirmek anlamına geldiği bir dönemde, Elsa'nın yaptıkları çok cesur bir davranış olarak görülüyordu. İlk kez temalı defileler düzenleyen, Picasso ve Dali gibi isimlerle sürrealizmi modağa nasıl sokabileceğini tartışan Elsa Schiaparelli, modayı sterilize halinden çıkartmaya kararlıydı. Böcekleri zincirlere dizip kolyeler, pizolalardan şapkalar yapmak, eldivenlere tırnak motifleri işlemek, Salvador Dali'ye tuhaf desenler çizdirip, sonra da bunları o dönemin kokoş barones ve markizlerine moda diye sunarak büyük bir riski de göze aldı. Paris Moda Müzesinde yer alan Schiaparelli sergisinin girişinde ise; Elsa'nın modayla ilgili emirleri yazmaktadır: *"1.Kendini tanı. 2.Renkkörü olma. 3.Elbiselerini seçerken yanında asla bir kadın olmasın. 4.Az şey al ama ucuz şey alma. 5.Elbiseyi vücuduna uydurma,ona vücudunu uydur. 6.Bildiğin yerden alışveriş yap. 7. Ve en önemlisi terzi*

*faturalarını zamanında öde...*⁶⁵ Modanın böyle hızlı bir ivme kazanması çok uzun sürmedi. 1939 yılında II.Dünya Savaşının patlak vermesi acılı yılları da beraberinde getirdi.

1.2.4.2. 1945 –2005 Dönemi Dünya’da Moda Anlayışı

Savaş, hem modayı hem de ticareti derin bir şekilde etkiledi. Bir çok moda evi kapandı. Örneğin Chanel modaevini on beş yıl süreyle kapatmak zorunda kaldı. İngiltere’de giyim alımı ve kumaş satışı karneye bağlandı ve hükümet “utility” adı verilen bir yarar planını sisteme koydu. Bir çok alanda olduğu gibi moda sektörü de bir durgunluk dönemine girdi. Savaş süresince modadaki stiller de bundan etkilenmiştir. Bir önceki dönemin bol pilili elbiseleri, bol kolları, nakışlar, süslemeler her türlü kürk kullanımı bırakıldı veya yasaklandı. Yasaklamalar nedeniyle kadınlar tüm hayal güçlerini bu dönemde şapkalarına verdiler. Dağınık saçları çabukça gizleyebilmek için türban tekrar moda oldu. Kadınlar, saç lülelerini kullanarak daha kadınsı görünmeye çalıştılar. Bu dönemin stillerinde askeri üniformaları andıran tayyörler tasarlandı. Bu elbiseler hem gece hem de gündüz elbisesi olarak kullanılmıştı. Geçmişe göre çok daha sade bir stil benimsenmişti. Öyleki dönemde dikiş bilen kadınlar, eski elbiseleri tekrar tekrar kullanarak kısıtlı bütçelerle yeniden giysi üretmişlerdi. (Bkz. Albüm 2, Fotoğraf 55, 56, 57) 1940 yılında Fransa’yı işgal eden Almanların düşüncesi “Couture” ü Berlin yada Viyana’ya taşımaktı. Bu nedenle Fransa, Couture endüstrisine çok büyük baskı uyguladılar.

1940’ların ortalarına doğru kadınlar tekrar şıklaşmaya başladılar Dönemin kadınına Harpers Bazaar “ güvercin kadın” olarak tanımladı. Kadınlar iyice sıkılmış belleri, çıkık göğüsleri ve kabarık etekleri ile bir güvercini anımsatıyordu. (Bkz. Albüm 2, Fotoğraf 58, 59) 1947 yılında Dior “New Look” adını verdiği koleksiyonunu sergiledi. Artık Couture tüm halkı da derinden etkilemeye başlamıştı. Bu arada 1949’lu yıllarda ilk defa “pret-a porte” kelimesi kullanılmaya başlandı. Bir

⁶⁵ Sedef Ecer, Modayı Sarsan Tasarımcı, **Sabah Gazetesi Cumartesi eki**, 04.08.2004

Dior kıyafeti 40.000 dolara alıcı buluyorken Amerika'da hazır giyim endüstrisinde bu elbiseyi 4.000 dolara alılabilmekteydi.⁶⁶

II. Dünya Savaşının bitişi ile birlikte insanlar bir rahatlamanın da içine girdiler. Bu dönemin başlarında kabul edilen moda çizgisinde çok büyük değişiklikler olmadı. Dior'un 1947' de ortaya çıkışı ile birlikte romantik bir hava hakim oldu. Dior, tüm kadınları güzelleştirmek için "onları doğadan soyutlama"yı amaç edinmişti. Günümüz kadını ile özdeşleşmeyen bu ifade o günlerde büyük bir coşkuyla karşılanmıştı ve dönemde bir kadın şöyle diyordu: "*Sihirli değneğini değdirdin ve ben birdenbire yeniden genç ve umut dolu oldum.*"⁶⁷ Uzun süren savaş yılları nedeniyle insanlar bir çok şeyin özlemini duymuşlardı. Birçok kişi savaşın izlerini silmek istercesine modaya sarıldılar. Bilhassa kadınlar artık dişiliklerini ön plana çıkaracak şekilde giyinmek istiyordu. Zengin olmak ve zengin görünmek çok önemli bir hale geldi ve modayı da etkiledi. Sosyolog Thorstein Veblen, "Conspicuous Consumption" adlı eserinde bu durumu 19.yy.'daki durumla eşleştirerek, 1899'larda yaşanan orta sınıf erkeğin kadınlarını bir zenginlik göstergesi olarak yanlarında taşıdıklarını belirtmektedir. 1950'lerdeki savaş sonrası açılan pazar payı ile birlikte zenginleşen bir kısım orta sınıf erkek kadını yine bu durum içinde görmektedir. Kadın tekrar tutucu ve geleneksel görüntüsü ile tipik ev kadını ideal eş ve anne rolünü üstlenmiş ve bu durum 19.yy skolastik düşünce yapısının elbiselere yansımaları gibi bu dönemin elbiselerine de yansımıştır. (Bkz. Albüm 2, Fotoğraf 60)

İkinci Dünya Savaşının son bulmasıyla başlayan soğuk savaş başladı. Savaş dünyanın düzenini etkilerken, 1947'de Marshall Planı çerçevesinde başlayan ekonomik gelişim tüm sektörlerde kendini gösterdi. Moda sistemi de köklü bir biçimde değişti.⁶⁸

Bu dönemde "New Look" akımı sürmekteydi. Elbiseler şık ve tümü çok pahalıydı. Göğüsler, kalçalar ve dudaklar daha fazla vurgulanıyordu. İnce bel,

⁶⁶ Valerie Steele, **Fifty Years of Fashion New Look to Now**, 1997, Yale University, s.22.

⁶⁷ Steele, a.e.g, s.22.

⁶⁸ Steele, a.e.g, s.17

kabarık geniş etekler, yüksek topuklu ayakkabılar sıklıkla kullanılmaktaydı. Moda ağırlıklı olarak yetişkin kadın imajı vurgulamaktaydı. (Bkz. Albüm 2, Fotoğraf 61)

Bu dönemde saçlar kısa ve hafif dalgalıydı 1950’li yılların moda fotoğraflarına bakıldığında kadın, ideal bir kadın görüntüsünde zarif, kusursuz, kontrollü, sakin ve tertemiz elbiseleri tepeden tırnağa mükemmel görünümdeydi. Bu yıllarda elbise boyları kısalmış ve abartısız bir görünüm almıştır.

1950’li yılların ortalarına doğru sinema çok önemli bir yere geldi. Marilyn Monroe, Sophia Loren, Brigitte Bardot, Audrey Hepburn, Liz Taylor gibi kadın aktrislerin giydiği elbise modelleri taklit edilmeye başlandı. Moda evleri kişilerdense kitleleri giydirmenin önemini kavradılar.

Achielle Maramotti ve Max Mar, pret-e porter üretimine başladılar. 1956 yılında Yves Saint Laurent de modada ki yerini aldı. 50’lerin sonlarına doğru etekler daralırken, beller yukarı çekilerek daha uzun bacaklı bir görünüm ortaya çıktı. Kadınlar bu görünüme kavuşmak için daha fazla spor yapmaya, diyet uygulamaya başladılar. Dar ve boyu diz ile bilek arasında kalan pantolonlar önem kazandı ve Brigitte Bardot’un kaptisi olarak isim yaptı. Ayrıca yine bu yıllar naylonun hayatımıza girmesiyle hem kumaşlarda hem de iç çamaşırlarında elastiki dokusu nedeniyle kullanılmaya başlandı. Yine aynı yıllarda, “Beatnik” akımı sokak giyiminde alternatif bir akım olarak görülmekteydi. Bu akım, ilerleyen tarihlerde Türkiye’de de etkisini göstermiştir.

19.yy’da Levi Strauss tarafından yaratılan “Jeanlar”, II. Dünya Savaşı ile birlikte askeri üniformalarda kullanıldı. Daha sonra Avrupa’ya da ihraç edilen Jean, gerek sağlamlığı gerekse de pratikliği sebebiyle herkesin gardrobuna girmeye başladı. Aslında Jean’ın bu dönem de popüler olmasının sebebi özgür, asi, erkeksi ve protest bir mesaj içermesiydi. Hatta, James Dean’in “Rebel Without a Cause” filminden oldukça etkilenen orta sınıf gençleri Jean’ı ideolojik bir gösterge olarak kullandılar. Günümüzde ise kot pantolon, 1950’lerden farklı olarak toplumculuk ve bireycilik, cinsiyetsizlik, erillik yada dişilik anlamı taşıdığı söylenebilir. Bu

göstergebilimsel zenginlik, kot pantolonun eskiye göre birçok anlam taşıdığına bir ifadesidir.⁶⁹ Marlon Brando'da Dean gibi gençlik için önemli bir sembol olmuştur. (Bkz. Albüm 2, Fotoğraf 62)

1960'lı yıllarda diğer yıllardan farklı olarak genç kuşak, ilk defa tüm alanlarda ve modada öncü bir konumda yer almıştır. Bu tarihlere değin yetişkin kadınla ve zerafetle ilgili görülen moda, ilk kez farklı bir biçimde şekillenmiştir. Ünlü İngiliz moda tasarımcısı Mary Quant, genç kadınların anneanneleri gibi görüldüğünü belirtmiş gençlerin çocuksu cazibelerinin pek çok yetişkinin katılımından daha tercih edilebilir olduğunu aktarmıştır.⁷⁰ Böylelikle ilk defa moda elit sınıfa hizmet etme misyonunu yitirmiş, genç giyim, elit modanın yerini almaya başlamıştır. Kadının değişimi fikrini savunan Quant ve Courreges, 1963 yılında ilk mini eteği tasarladılar. Moda böylece daha genç ve daha ucuz bir hal alırken aynı zamanda evrensel ve demokratik bir şekil de almaya başlamıştır. (Bkz. Albüm 2, Fotoğraf 63, 64) Quant'ın tasarımlarında bol dökümlü elbiseler kadına rahat hareket etme özgürlüğü getirirken gençler de pantolon askıları, kısa etekler ve dar süveterlerle bir okul çocuğunu andırmaktadır. Ayrıca tasarladığı naylon yağmurluk, dönem içinde oldukça popüler olmuştur. Bu moda anlayışı ilk olması nedeniyle de çok çabuk bir şekilde kabul görmüştür. 60'ların ikinci yarısından sonra ünlü moda firmaları bu ticari gücü görerek kendi tasarımlarını pret-e porter için hazırlamaya başladılar ve Couture defilelerine ek olarak Paris'te pret-e porter defileleri düzenlediler.

Dönemin modasında göze çarpan en önemli özellikler, giysilerin, kısa, sade kesimli, geometrik baskı desenli sentetik kumaşların ağırlıklı olarak kullanılmış olmasıdır. Giyim teknolojisinin de gelişmesiyle birlikte plastik ve streç kumaşlardan yapılmış aksesuarlar kullanılmaya başlanmıştır.

Geçmiş yıllarda olduğu gibi 60'lı yıllarda da sinema, modayı fazlasıyla etkilemiştir. 1967 yılında çekilen Bonnie ve Clyde filminde Faye Dunaway'in şapkası ve trençkotu, Funny Face filminde Hubert Civenchy tarafından giydirilen

⁶⁹ John Fiske, **Popüler Kültürü Anlamak**, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, s.16

⁷⁰ Gertrud, A.g.e. , sf. 154

Audrey Hepburn'in giysilerinin tasarımları etkisini uzun süre korumuştur.⁷¹ Yine aynı dönemlerde ilk modellerin de sinema sanatçıları olduğu dikkati çekmektedir. Audrey Hepburn, Katherine Hepburn, Jackie Kennedy dönemin idol kadınlara birer örnek gösterilmektedirler. Jackie Kennedy "Lady Stili" olarak adlandırılan stille özel modacı Oleg Cassininin yarattığı tasarımlarla döneme damgasını vurmuştur. 1966 yılında yönetmen Michelangelo Antonioni'nin Blow-up isimli filmi, hem moda hayatını hem de moda fotoğrafçılığı kavramını irdeliyordu. Filmdeki actör David Hemmings moda fotoğrafçısı David Bailey model alınarak işlenmişti. (Bkz. Albüm 2, Fotoğraf 65) 60'lı yıllarda, televizyonun icadıyla birlikte modanın yaygınlaşması da hızlanmış ve daha evrensel bir boyut kazanmıştır. Televizyonda oynayan film ve dizilerdeki karakterlerin kıyafetleri de bir anda popüler olmuştur. Örneğin "The Avengers" adlı casus konulu macera filminin kadın karakteri Emma Peel'in siyah deri ceketi toplum tarafından bir fetiş olarak görülmüştür. 1950'li yıllarda görülen cinsiyet ayrımı bu dönemde yavaş yavaş şekil değiştirmeye başlamıştır. Erkeklerin daha feminen kadınların ise daha androjen bir görüntü içinde oldukları görülmektedir. Ayrıca doğum kontrol haplarının çıkışı kadının sınırlarının değişmesine ve cinsel özgürlüklerini kazanmalarında önemli bir etmen olmuştur.

Birçok moda evi Haute Couture giyim stilini seçkin insanlarla birlikte sürdürürken gençlerin modaya olan taleplerinin artmasıyla birlikte yeni bir sektör oluştu. Bu, giyimin endüstriyel olarak seri bir şekilde daha ucuza mal edilmesini sağlayan üretim şekliydi. Üretimi destekleyen defileler aracılığıyla üretilen giysiler alıcıya tanıtılmaktaydı. Bu gelişmeden etkilenen ünlü yönetmen Robert Altman, ise modayı, defileleri ve mankenleri konu alan, Paris'te moda dünyasında yaşanan ilişkilere eleştirel bir bakış açısı getiren 1944 yapımı Pret-e porter (hazır giyim) adlı filmi gerçekleştirmiş, moda dünyasının hazır giyim sektörünü farklı bir bakış açısıyla seyirciye sunmuştur. Değişen giyim anlayışına bağlı olarak, elbiseleri sunan mankenler de değişime uğramıştır. Bu dönemde, çok zayıf ve hastalıklı görüntüsü veren Twiggy adlı manken moda dünyasında uzun bir süre popüler olmuştur. (Bkz. Albüm 2, Fotoğraf 66)

⁷¹ Bu film moda fotoğrafı ile de ilgili ilk film olma özelliğini taşımaktadır.

Bunun yanı sıra Pierre Cardin'de 1950'lerde giyim sektöründe markalaşan ismini kalemden, saate, gözlükten, kozmetiğe kadar yaptığı ürünlerde kullanmış ve sadece giyim sektöründe değil bir çok farklı alanda da alıcı bulmuştur. Pierre Cardin'in beli açıkta bırakan sentetik elbiseleri tasarlamış, Paco Rabanne ise, 1965 yılında giyim endüstrisini metal ve plastikle tanıştırmıştır. Bunlar avangart giyim vazeçilmezleri olarak görölmektedir.

1960'larda modanın merkezi Paris'ten Londra'ya doğru kaydı . Carnaby Caddesinde eski ve yeniği birlikte bulmak mümkündü. Burada giyim oldukça ucuz ve işlevseldi. Renkler ve şekiller hızla değişebiliyordu. Barbara Hulanicki buradan yola çıkarak gençlere yönelik avant-garde kıyafetlerin hazırladığı ilk posta siparişli şirketi Biba'yı kurmuş ve modanın şekillenmesine yardım etmiştir. (Bkz. Albüm 2, Fotoğraf 67)

1968 yılında doruğa çıkan Hippilik anlayışı benimseyen gençler, savaş ve emperyalizm karşıtı, kaygısız bir yaşam biçimi sürdürüyorlardı. Herhangi bir şehri ve dini sınır olarak görmüyorlar özgür şekilde seyahat ediyorlardı. Birçok maddi değeri reddeden bir anlayış benimseyen hippiler, modayı ve modanın dayatmalarına da karşı bir tutum sergiliyorlardı. Karşı kültür oluşturan bu grubun rahat ve özgür kıyafetleri bir anda popüler modanın simgesi durumuna geldi ve 70'lerin sonuna kadar sürdü. (Bkz. Albüm 2, Fotoğraf 68)

Bu dönemde Happennig akımı, Op Art, Pop Art ve 60'lı yılların Fütürizm anlayışı modayı etkileyen akımlardır. Yves Saint Laurent'ın 1965 yılı koleksiyonunda Mondrian'ın resimlerine benzer materyalleri ve geometrik formları sıklıkla kullandığı görölmektedir. Yine Pop-Art'tan esinlenen Y.S. Laurent tasarımlarında Andy Warhol ve Roy Lichtenstein'in tablolarından izler görölmektedir. André Courrèges ise tasarımlarında sadelik ve işlevselliği birleştiren Fütürizm akımının izleri sergiler. Teknolojinin ötesinde, fütüristik bakış açısı, gençlik için ikincil bir metafor işlevi görür. Ronald Barthes'in *Moda Sistemi* adlı kitabında da belirttiği gibi uzay çağı tamamen yeni bir bakış açısı getirmiştir. Örneğin, "ilkbahar" ve "yeni" sözcükleri "gençliği" sembolize etmek için kullanılmıştır. Marie-Claire

ise “Couréges’in fütüristik bakış açısını kullandığı çalışmalarını “yarının kadını yarattı” şeklinde değerlendirmiştir.⁷² Genç hippilerin moda karşıtı giyim tarzı ve diğer tarafta fütüristik izler taşıyan moda anlayışları, 60’lı yılların modasının şekillenmesine etken olmuştur. (Bkz. Albüm 2, Fotoğraf 69,70)

70’li yıllarda belirgin bir moda eğilimi görülmemekle birlikte, 60’lı yılların eğilimlerinin 80’li yıllara taşındığı bilinmektedir. Önceki yıllarda görülen elbise kodları bu on yılda etkisini yitirmiş, Jeanler tüm sosyal sınıflarda moda olmuştur. Tüm yaşam tarzları modayı eşit bir şekilde etkilemiştir. Haute Couture giyim de önemini yitirerek yerini pret-e porter’a bırakmıştır. Önceki yıllarda aktif biçimde görülen feminist hareketler bu yıllarda etkisini azaltmış ve modayı bir gösterge unsuru olmaktan kurtarmıştır. Daha ayrıntılı ifade etmek gerekirse; kadınlar mini etek ve yüksek topuklu ayakkabıdan vazgeçerek, kendilerini daha rahat ve özgür hissettikleri jean pantolonları tercih etmişler ve erkeklerin kendilerini bir seks objesi olarak görmesine de engel olmak istemişlerdir. Bu dönem de temel giyim jean ve tişörtlerden oluşmuş, 1969-1970 sonbahar kış koleksiyonunda mini, midi, maxi aynı anda sergilenmiştir. (Bkz. Albüm 2, Fotoğraf 71)

Erkekler ve kadınların abartısız, rahat ve gerçekçi görünmek istediği bu dönemi tanımlayan sözcükler “Gerçekçilik”ve “Otantizm”dir. Dönemin gardıroplarında birbiriyle kombine giyilebilen kıyafetler sıklıkla kullanılmış ve şık görünmek için zengin olmaya gerek kalmamıştır. Kombine edilebilen giysiler, paradan ve zamandan tasarruf sağlamıştır. İşinden çıkan kişi aynı kıyafetle tiyatroya yada yemeğe gidebilme özgürlüğüne kavuşmuştur.

70’li yıllarda, Hintli giyim tarzını yansıtan sembollere rastlanmaktadır. Bununla birlikte hippie modası her yerde kendini hissettirmektedir. 19. yüzyılı yansıtan gömlekler, uzun pazen etekler ve çingene tarzını anımsatan giysilerin yanı sıra Hint şalları ve Afgan paltoları bir nostalji havasını da beraberinde getirmiştir. Eski kumaşların farklı ölçülerde kesilerek birleştirilmesinden oluşan “patchwork” stili moda olmuştur. Romantik bir hava da yaratan bu stili, Yves Saint Laurent, Haute

⁷² Steele, a.g.e, s.66

Couture için kullanmış 70'lerin sonlarına doğru daha da çok yaygınlaşan moda Doğu etkisi ile zenginleşmiştir. Tığ örgü ve el işi örgüler, tüm giyimde ve aksesuarlarda sıklıkla kullanılmıştır. Yine aynı yıllarda “hot-pants” denen küçük şortlar moda olmuş bunlar uzun çizmelerle kullanılmışlardır. (Bkz. Albüm 2, Fotoğraf 72)

1975 yılında Punk modası doğmuş, 78'lerde ise “rüküş modası” denilen bir moda hakim olmuştur. Punk grupları, tıpkı hippie modasında olduğu gibi kendi stillerini, müziklerini ve elbiselerini de yaratmışlardır. Fakat Hippilerdeki “savaşma seviş” sloganı yerine Punklar daha saldırgan bir tarzı benimsemişler, sloganlarında anarşi ve umutsuzluk gibi kavramları kullanmışlardır Bkz. Albüm 2, Fotoğraf 73)

Bol büzgülü etekler, bluzun üstüne takılan kalın kemerler, geniş vatkalı, espadriller bu dönem de sıklıkla kullanılmıştır. Post Modernizmde görülen kopyalar ve üst üste yapılan montajların bir karışımı modada karşılığını bulmaktaydı.

1980'li yıllarda çok çelişkili eğilimler kendini gösterdi. Seksenli yıllar, “hırs ve aşırılığın” damgasını vurduğu on yıllık bir süre olarak biçimlenmiştir. Bu yıllarda kişiliğin dışı vurumu olan otantiklikten vazgeçilerek yerine kült, başarı, doğallık ideolojilerini gölgede bırakarak her türlü moda da kendini belli etti. Birçok kişi için çalışmak hayatın amacı sayıldı. Sosyo-politik mücadeleler, 70'lerde bitti. Maddi şeylerin amaç olduğu ve kişisel başarının üstün tutulduğu şeyler yön değiştirerek amaç haline geldi. Benzin ve enerji krizleri döneme damgasını vurdu. 1980'lerdeki en önemli sosyo-politik hareketler arasında anti-nükleer barış ve silahsızlanma hareketleri boy göstermiştir. Bu eyleme orta sınıftan insanlar da tepki gösterdiler. Bunun yanı sıra özgürlükçü kadın hareketleri de yükselerek arttı. 80'ler modaya damgasını vururken, kadınlar hayatın her alanında varolmak istiyorlardı. Buna karşı erkek grupları da seslerini yükselttiler.

Güzel vücuda sahip olmak tüm alanlarda da başarının bir simgesi olarak görüldü. 80'lerde ki “kendini farkına varış” tüm alanlarda görüldü. 80'lerin kadını, ne 50'lerin dokunulmaz kadını, ne 60'ların sıska Twiggy'si ne de 70'lerin kokain bağımlısı kadını olmak istemiyordu.

80'lerde aerobik, en popüler spor olarak görülüyor ve kıyafet modasına da yön veriyordu. Her an spor yapıyormuş gibi görülen kadınlar, açık renk tişörtleri, saç bantları, pamuk örme giysileri, tozlukları ve spor ayakkabıları ile zaman zaman spora tezat görüntülerde oluşturabilmekteydi. (Bkz. Albüm 2, Fotoğraf 74) Madonna, 80'li yılların ikonu haline gelmişti. Gösterilerinde dişiliğini ve erotizmini gösteren seksi ve fetiş elementlerle zenginleştirilmiş kostümleriyle, doğallığın ve kadınlığın da önemini vurgulamaktaydı. Moda tasarımcısı Paul Gaultier'in Madonna için yaptığı tasarımlarında pop starın ünlenmesinde oldukça etkili olduğu düşünülmektedir. Jean Gaultier, cinsiyeti adeta bir moda oyuna dönüştürmüştür. Onun işlerinde Haute Couture ile kombine edilmiş sokak kültürünü rahatlıkla görülebilmektedir. (Bkz. Albüm 2, Fotoğraf 75)

Moda trendleri, 1980'li yıllarda televizyon dizilerinden takip edilebilmekteydi. Yaygın olarak kullanılmaya başlayan iletişim araçları nedeniyle yalnızca kadınlar değil erkeklerinde modayla daha yakından ilgilendikleri anlaşılmaktadır. Dönemin erkekleri yine bu dönem popüler olarak izlenen Miami Vice dizisinin beyaz ceket ve koyu renk tişörtlü, kot pantolonlu aktörü Don Johnson'ı model olarak benimsemişlerdi.

1997 yılında dramatik bir şekilde ölen Prenses Leydi Diana ise bir moda öncüsü olarak kabul görmüştü. Baskıcı ve tutucu kraliyet ailesinin bir ferdi olmasına rağmen cesaretli ve ses getiren modaları tercih etmişti. Onun farklı tarzı yine dönemin kadınları tarafından sıklıkla taklit edilmişti.

1980'lerde geniş vatkalı omuzlar dar kalça, uzun bacaklar, spor ve iş kıyafetlerinde oldukça sık kullanılmıştır. (Bkz. Albüm 2, Fotoğraf 76) Gece giyilen romantik gece giysileri, takım elbiseler ve feminen aksesuarların, bu yıllar da tercih edildiği saptanmıştır.

80'li yıllar, hayvan haklarının savunulduğu yıllardır. Modanın bu eğilimi tasarımda bir slogana dönüşmüş ve ilk defa kürk, arzu edilmeyen bir moda lüksü

olarak görülmüştür. Böylece bir çok moda tasarımcısı sahte kürk kullanma yoluna gitmiştir.

1980'lerde moda çok daha uluslararası bir düzeye geldi. Bu yıllarda Fransız modasında "Haute Couture"nin eski önemini ve anlamını yitirdiği kabul edilmektedir. Varolan iş hacmi ise bilhassa kadın giyimini pret-a porter'a doğru genişledi ve daha fazla reklama ihtiyaç duyuldu. Haute Couture böylelikle halka daha da fazla açılmış bir konuma gelmiş oluyordu. Yapılan büyük reklam kampanyalarını büyük defileler izledi. Bu gerçekte elbise sunumunu da aşan büyük showlardan oluşmaktaydı. 80'li yıllarda bu tasarımları yapan büyük isimler arasında; Thiery Mugler, Christian Lacroix, Jean Paul Gaultier, Karl Lagerfeld sayılabilmektedir. Bu showlarda inanılmaz tasarımların yanı sıra gerçekten büyük bir hayal gücünü de görmek mümkündür. Yine bu dönemlerde ilk defa modanın, Fransızların tekeline çıkarak, İngiltere, Almanya, Japonya gibi diğer ülkelerin de farklı tasarımlarıyla kendini dünyaya tanıtmasına imkan verdiği görülmektedir.

80'lerdeki değişim klasik sayılabilecek olan Chanel'in bile stiline değişmesine neden olmuştur. Chanel kısa eteklerle giyilen bodyleri tercih ederken bu zarıflığa, neşeli kıyafetlerle rakip olan Schiaparelli'yi görmekteyiz. Onun tasarımlarında kekten ve meyvalardan oluşmuş şapkalar ironik bir görüntüyü de yansıtmaktadır. Yine bu yıllarda yaşanan post modern süreçte, Jil Sander, Donna Karen, Réno Langa, Vivienne Westwood, Jean Paul Gaultier, Alexander Mc Queen ve Gianni Versace Avant-garde tasarımları ile tanınan moda tasarımcılarıdır.

Moda, bu noktadan sonra artık tek bir trend olarak görülmemektedir. Moda dünyası bugün de çok farklı eğilimlerle karakterize edilebilmektedir. Çoğu zaman birbirine ters düşebilecek tarzları da bünyesinde barındıran günümüz modası ağırlıklı olarak tüketicinin beğeniyle şekillenmektedir. Tüketici, neyi tercih ederse eğilimin o yöne doğru kaydığı söylenebilmektedir. Artık moda da güzel olan ve olmayan tanımını sınırlandırmak pek mümkün görülmemektedir. 90'lı yıllara doğru yaklaşıldıkça güzelliğin tanımı değişmiş moda içerisinde güzellik kavramı yerini garip, şaşırtan şok eden kavramlara bırakmıştır.

Bu yıllarda, geçmiş yılların tasarımlarını nostaljik bir havayla tekrarlayan modacılar seri üretimle ürünlerini piyasaya sunmuşlardır. İnsanlar her zamankinden daha fazla “özgün” olmak istese de “özgünlük” demode bir konsept haline gelmiştir. Cinsiyet farklılıkları bile belirsiz hale gelmeye başlamış; transvestisizm saplantısı 90’larda gitgide artmıştır. Modaya postmodernizm hakim olmuştur.⁷³([Bkz. Albüm 2, Fotoğraf 77, 78, 79](#))

Schiaparelli’nin biçimlendirilmiş kadın torslarından oluşan “shocking” serisi, Thierry Mugler’ın fetişizmden etkilenen oldukça güçlü görünen, ince bel ve geniş omuzlarla şekillenmiş parlak deriden oluşturulmuş koleksiyonları 90’larda ses getirmiştir.([Bkz. Albüm 2, Fotoğraf 80](#))

70’lerde punk modasını yaratan agresif ve cinsel çağrışımlı tişörtler, ağırlıklı siyah deriden hazırlanmış koleksiyonlar, kulaklara iğnelenerek tutturulmuş objeler, renkli ve sivri biçimli saçlar, Punk modasının sembolleri olarak görülmüştür. Hatta İngiliz modasının kraliçesi olarak görülen Thierry Mugler, tasarımlarıyla protest bir duruşla benimsediği güzellik anlayışını, artan kültür yozlaşmasının bir göstergesi olarak sunmuştur.

Moda dünyasının önde gelen Avant-garde tasarımcıları arasında, Gianni Versace’nin abartılı tarzı Neo- Barok olarak tanımlanabilmektedir. Yine aynı dönemlerde Japon moda tasarımcıları kendi Avant-garde tarzlarını sundular. Rei Kawakubo, Yohji Yamamoto ve Issey Mıyake’in çalışmaları Avrupanın geleneksel formlarından çok farklı tasarımları içeriyordu. Tasarımlarında Batı düşüncesinin insan vücuduna bakış açısını eleştiren bir tavır görülmekteydi. Japon tasarımcılar, kumaş yerine kullandıkları plastik ve kağıt elementler ile Batılı kadın güzelliğini eleştiren ve neredeyse cinsiyeti hiçe saydıkları tasarımlarında adeta ikinci bir deri ile giydirilmiş heykelleri anımsatan modalar yarattılar. ([Bkz. Albüm 2, Fotoğraf 81](#))

⁷³ Lehnert, a.g.e, s.174

Gelişen kumaş teknolojisiyle üretilen plastik gibi vücudu saran Vinil teflon ve diğer sentetik liflerden ve deri görüntülü pamuklu dokuma kumaşlardan yararlandılar. Elsa Schiaparelli, 80'li yılların stillerini 90'lı yılların kumaşlarına tekrar uyguladı.

1980'lerin bitişi ile birlikte "imaj" dönemi başladı. Firmalar değişen dünya düzeni ile birlikte giyimin sadece bir giysiden oluşmadığını ve bunun bir hayat tarzı olduğunun farkına vardılar. Üretilmesi gereken "hayat tarzı olarak etiket" kavramıydı. Organize pazarlama fikri daha 1960'larda Pierre Cardin tarafından düşünülmüştü. 1971'de ise YSL'in kendi parfüm reklamına çıplak poz vermesi bir çeşit moda reklamcılığı ve moda tasarımcısının imajını da değiştirdi. Tasarımcının kendisi satılacak ürünün sembolü haline gelmiş oluyordu. Benetton firması da "United Colors of Benetton" sloganı ile farklı ve basit bir dille tüketiciye ulaşmayı denedi. Benetton'un Fotoğrafçı Oliver Toscani ile birlikte yürüttükleri ses getiren ve neredeyse markayla özdeşen fotoğrafları moda da daha önce denenmemiş hümanist, global bir bakış açısı getirdi. Bu reklamlar, provakatif bir misyon taşıması nedeniyle vurucu olmuş ve moda da imaj ve tanıtım döneme damgasını vurmuştur. 80'lerde başlayan moda terentleri 90'larda devam etti. Yeni bir bakış getirememişler ama geçmiş yıllardaki akımları tekrar denediler. Bu tarihten sonra spor giyim pazarın büyük bir kısmını ele geçirmiştir.

Günümüzde ise moda denildiğinde, Haute Couture defilelerinde teatrel gösterilerle sunulan ve giyilmesi mümkün olmayan kıyafetler anlaşılmalıdır. 90'larla birlikte farklı yaş grupları için farklı modalar üretilmeye başlandı. Genç kitle daha renkli ve daha spor giyinmeye başladı. Moda artık çok daha bireysel bir tutum içerisinde gelişmekteydi. Moda bugün bir çok günlük olaydan çok daha fazla etkilenmektedir. çeşitte renkler aslında doğada var olan çeşitliliği de yansıtır. kapitalizmin alternatif sistem arayışı düşüncelerini kullanarak entegre etmesinin pratiğinin görüldüğü reklamlar.

80'lerin şatafatı hemen ardından buna karşı geliştirilen "minimalizm" ile karşılık bulmuştur. Minimalizm, modern sanat kökeni 1960'lara giden, sadelik ve nesnelligi ön plana çıkaran bir akımdır. Soyut dışavurumculuğun biçime ve duyguya

verdiği aşırı öneme karşı bir tepki olarak “nesnenin nesne olma özelliğine” dikkat çeken ifade ve sembolik anlamları minimuma indiren bir akım olarak gelişmiştir.

Moda fotoğrafçılığı ile tanınan 90’ların yeni yüzü Kate Moss’da zayıf ve hastalıklı solgun görünümü ile fiziksel kadın tipinin yeni bir göstergesi olmuştur. Moss’un bu kadar popüler olması, muhteşem süper modellerin ve cazibeli moda devrini bittiğinin farklı bir işareti de sayılabilir. Bu dönemin modasında ise, tişörtler, bluzlar ve süveterler daha dar ve kısadır. Mini eteklerin üzerine uzun yelekler tekrar denendi. Yumuşak renkler baskındı.

Hemen aynı dönemlerde “Grunge”^{*} stili ortaya çıktı. Bu akımda uyumsuz çiçekli elbiseler dayanıklı botlarla birlikte kullanılmaktaydı. Bireysellik yine ön plandaydı. Genç kızlar ise 80’lerdeki moda idolü Madonna olarak kabul edilirken 90’larda baskın tarz “girlie” olarak aktarılmaktaydı. Bu moda kısa etekler , taytlar ve kısa bodyleri içeren yazlık iç çamaşırını andıran giysilerden oluşuyordu. Bu tarzla kızlar, ne istediğini bilen ve eğlence üzerine tasarlanmış bir dünyada özgür olmak fikrini benimseyen bir görüntü içerisindeydiler. Hemen ardından “tekno” akımını görmekteyiz bu akımda biraz punk, biraz girlie ve fetiş görünümün izlerine rastlanmaktadır. Akımda saçlar kısa kesilmiş ve beyaza boyanmıştır. Erkelere küpe ve beyazlatılmış çene sakalı görülmektedir. 2000’lerin sonuna doğru ise abartılı dramatik ve teatral görünüm modanın konusu olmuştur.

Haute Couture’de ise altına bir şey giyilmeyen sadece tenin görüldüğü transparan gece elbiseleri revaçtadır. Moda evleri seçkin tarzlarını sürdürmeye devam etmektedirler.

Martin Margiela kıyafetlerde astarlar, dikiş yerleri gibi gizli kalan yerleri ortaya çıkarmıştır. Birçok tasarımcıda bundan etkilenerek kendi tasarımlarında bu özelliği kullanmışlardır.

2005’lere ise artık moda trendlerinin modacılar tarafından değil kişiler tarafından da yaratıldığını görmekteyiz. Modanın tek örnekliliğine karşı duruş

* Bir çeşit salaşık olarak kabul edilmektedir.

gösteren kimi moda tasarımcıları ise çok farklı konseptlerle tasarımlarını üretmektedirler. Yaprak Yaltı, modanın artık sadece elbise değil bir yaşam tarzı tasarladığını da belirtmekte ve modanın artık sanatın ve teknolojinin izlerini sürdüğünü aktarmaktadır. Buna “ekstrem moda” adı verildiğini ve sezonluk moda trendlerinin, teatral gösterilerin yerine sanatçının kim olduklarını ve nerede yaşadıklarını vurgulayan kendini yüceltmeyi amaçlayan bir moda şekli olduğunu bildirmektedir. Bunun da bir ekolleşmeyi doğurduğunu bildirmektedir.⁷⁴ (Bkz. Albüm 2, Fotoğraf 82, 83, 84, 85)

Hüseyin Çağlayan İse; Mimarlık ve modanın birbirine çok yakınlaştığını ve 2000 yılındaki koleksiyonunu göç temasından yola çıkarak masaya dönüşen etekler, koltuk kılıfına dönüşen elbiselerden oluştuğunu bildirmiştir. Tasarımlarında politik göndermelerinin yanı sıra, beden ve teknoloji arasındaki karşılıklı ilişkiyi de koleksiyonlarında bütçe altına yatıran Hüseyin Çağlayan teknolojik ve sosyal gelişmeleri takip eden yeni bir moda anlayışının yerleşeceği görüşünü savunmaktadır.⁷⁵ (Bkz. Albüm 2, Fotoğraf 86)

2000’li yılları takiben aniden gelişen , bir anda yayılan ve ardından hemen terk edilen akımlar, moda tanımının karşılığı olarak görülmektedir. Moda değişen olaylar ve koşullarla şekillenmeye ve hayatımızda önemli bir yer almaya devam edecektir. (Bkz. Albüm 2, Fotoğraf 87, 88, 89)

Sonuç olarak, modanın dünyadaki tarihsel sürecine değindiğimiz bu bölümde siyasal sosyal gelişmelerden nasıl etkilendiğine ve hayatımızı nasıl etkilediğine değindik. Moda tarihte her ne kadar bir hoş gitme ve güzellik kavramı ile ilişkilendiriliyor olsa da bugün kendine ait bir dili olan iletişim aracı olarak görülebilmekte, gelenekselden modernliğe geçişte gösterge olarak kabul edilmektedir. Yaklaşık dört yüzyıllık bir zaman alan gelişim sürecinde batı, tüm kavramlarını yaşayarak içselleştirmiş, ve bu süreçte moda bir gösterge olmuştur. Çalışmamızın bir sonraki bölümünde Türkiye’deki moda kavramına ışık tutmaya

⁷⁴ Yaprak Yalta, Modanın Ekstrem Dili, **Artdecor Tasarım Dergisi**, sayı: 10, 2005.

⁷⁵ www.Artdecor.com.tr/moda/

çalışacağız ve Türkiye’de çoğu zaman moda ile özdeşleştirilen batılı olmak kavramını moda bağlamında irdeleyerek moda fotoğrafında uslu soruna cevap arayacağız.

1.2.4.3. 1923 – 1980 Türkiye’de Giyim Anlayışı

Çalışmamızın asıl konusu olan Türk moda fotoğrafında 1990 sonrası gelişen üslupların belirlenmesi ancak Türk moda anlayışının gelişimini irdelemekle mümkün olabilir. Bu bölümde Türklerin geleneksel giyim anlayışından başlayarak giyim nasıl bir süreçte geliştiği vurgulanacaktır.

Türkiye’de moda anlayışının gelişimi için öncelikle Anadolu’daki zengin giyim kuşam kültürüne kısaca bakılabilir. Birçok medeniyete ev sahipliği yapan Anadolu’da giyim kültürünün köklerini çok derinlerde aramak gerekmektedir. Anadolu’nun bir çok bölgesinde yapılan kazılarda bulunan tarihi eserler, medeniyetlerin giyim kuşamı konusunda bizi yönlendirmektedir. Bunlar, incelendiğinde, bugün aynı topraklarda yaşayan günümüz toplumunun giyim ve kuşamı yüzyıllar geçmiş olmasına rağmen benzer özellikler göstermektedir.

Anadolu’da İlkel Toplumlar da Giyim Kültürü’nün ileri bir düzeyde olduğu düşünülmektedir.⁷⁶ İ.Ö. 8 bin yıllarından başlayarak Çatalhöyük gibi eski uygarlıklardan ele geçen buluntular araştırıldığında bu bölgelerde insanların bitki liflerinden örmeyi öğrenmiş oldukları anlaşılmaktadır.

Tunç Çağının ardından Anadolu’da İ.Ö.3. binyılda madenin işlenmeye başladığını ve bunun kadın takıları yapımında kullanıldığına tanık oluyoruz. Alman araştırmacı Schliemann tarafından Truva’da çıkarılan ve yurt dışına kaçırılan bu takılar günümüz başlık süsleri ile yakın bir benzerlik göstermektedir.(Bkz.Albüm 3 Fotoğraf 97, 98, 99)

⁷⁶ Sabahattin Türkoğlu, Tarih Boyunca Anadolu’da Giyim Kuşam, Atılım Basım San., İstanbul, 2002,s.5

Yazılıkaya kabartmalarında ayrıntılı tasvirlerle görülen Anadolu Hitit kıyafetleri ve başlıkları da yüzyılımızda kullanılan Türkmen kadın başlıklarını anımsatmaktadır. Bu tasvirlerde kadınların ayak bileklerine kadar uzanan belden kemerle sıkılan bir manto giydikleri, ayakkabı olarak da, ucu yukarı kıvrık kundurular tercih ettikleri görülmektedir.⁷⁷

İ.Ö. 750 -300 yılları arasında hüküm sürmüş olan Frigler'e ait en ayrıntılı bilgileri Tanrıça Kybele tasvirlerinde görmekteyiz. tanrıçanın başlığının günümüz yakın tarihinde Anadolu kadını tarafından kullanıldığına rastlıyoruz. Elmalı (Antalya) kazısında bulunan heykelciğin başında bir polos ve örtü görülmektedir. Bu iki farklı heykelin ve Anadolu kadının binlerce yıldan beri değişmeyen giyimi geleneksel giyim kültürüne de yansımaktadır.⁷⁸ (Bkz.Albüm 3 Fotoğraf 100, 101, 102, 103)

Klasik Yunan uygarlığının da çıkış noktası olan İonya'nın ise Mısır ve Hitit uygarlıklarından etkilendiğini görmekteyiz. Antik Çağın önemli kentlerinden biri olan Efes'te çıkan "güzel Artemis" heykelindeki süslemeler ve başlığı Anadolu motiflerini hatırlatmaktadır. Daha önce Arkaik Yunan medeniyetinde tarif edilen tünik şeklindeki giysi buradaki heykellerin bir çoğunda göze çarpmaktadır.

Nurettin Sevin, On Üç Asırlık Türk Kıyafet Tarihine Bir Bakış adlı kitabında İslamlıktan önceki Türk dönemlerine ait belge bulmanın oldukça güç olduğunu belirtmektedir. Von Le coq'un yaptığı kazı çalışmalarında eski Budist Türkler'e ait olduğu sanılan bir tören kıyafetinin resimlerine rastlanmaktadır. Genellikle minyatürlerden ve Topkapı Sarayında bulunan Fatih Albümünde yer alan kıyafet resimlerinden ayrıntılı bilgiler edinebilmekteyiz.

Ünlü Alman Türkolog Von Le Coq çıkan eserleri değerlendirerek Doğu Türkler'in sanat zevkini Yunanlılar'dan aldıkları yorumunu yapmaktadır. Türklerin Anadolu'ya gelişi ile İslamiyete geçişleri aynı döneme rastlamaktadır. Bu uzun süren bir dönemdir. Bu nedenle İslamiyetten önce sahip oldukları Şamanist ve

⁷⁷ Türkoğlu, a.g.e. , s.29

⁷⁸ Türkoğlu, a.g.e. , s.53

diğer düşünce ve inançlar, kolay terk edilememiş ve yaşanan inanç değişiklikleri de kıyafet ve aksesuarları da yakından etkilemiştir.⁷⁹ Şamanlık, eski kandaş toplum inancıdır. Türklerin eski inanç sistemleri de şamaniliktir. Bu nedenle günümüzde Anadolu giyim kültüründe bunun izleri sıklıkla karşımıza çıkmaktadır. Nitekim Yüksel Şahin; geleneksel kadın giyim kuşamı ile ilgili yaptığı çalışmada kadın giyiminin geleneğe bağlı bir simgecilik (sembolizm) içerdiğini savunmaktadır.⁸⁰ Şamanizmle biçimlenen orta Asya halklarının potlaç yaşam şekli yüzyıllarca Anadolu üzerinde etkisini göstermiş ve günümüzde yaşadığımız süreçlerin çoğunun da kökeninde yer alıp onları etkilemiştir. Bu düzen, Oğuz Adanır'a göre Türkler'e ait bir yaşam biçimi olan "Potlaç" adlı yaşam şeklidir. Potlaç kültüründe, modern anlamda kabul edilen egemenlik anlayışı birikim üzerine kurulu iken yaşam tarzına sahip topluluklarda "biriktirmek" en büyük suçlardan biridir. Herkes her şeyi paylaşmak durumundadır. Alınanı çoğu ile iade etme ve her şeyin atalardan veya tanrıdan geldiğine olan inancın yanı sıra biriktirmenin reddedilmesi, Anadolu insanının zihniyetini oluşturur. Adanır, Batı ile entegre olamayışımızın altında hep bu zihniyet sorunun olduğunu bildirmekte ve bu anlayışın düşünce sistemimizden giyim anlayışımıza kadar yansıdığını ve günümüze kadar izlerini taşıdığını savunmaktadır.⁸¹ Gerçekte bu anlayış modanın, batıdaki anlamıyla bir tüketim nesnesi olmadığı yolundaki bir anlayışa işaret eder.

Dönemle ilgili olarak çok fazla bilgi bulunmamakla birlikte yabancı ülkelerden gelen gezginlerin yazdıklarını değerlendirebilmekteyiz. Örneğin; 10. yüzyılda Türklerin yaşadığı yerleri gezen İbn-i Fadlan kadınların yabancı olan erkeklerden kaçmadıklarını, İbnü'l Cevzi ise Anadolu'da gördüğü kadınların peçe takmadıklarını ve İran'lılara benzemeyen kıyafetler giydiklerini belirtmektedir. Buradan 10. yy'da Anadolu'daki giyim kültürünün İslami giyim anlayışından çok fazla etkilenmediği sonucu çıkartılabilmektedir.

⁷⁹ Türkoğlu, a.g.e. , s.136

⁸⁰ Yüksel Şahin, **Konya Beyşehir İlçesi Karaali Beldesi Kadın Giyim Kuşam Geleneğindeki Sembolizm**, Marmara Üniversitesi,GSF, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi,1999

⁸¹ Oğuz Adanır, **Eski Dünyaya Yeni Bir Bakış, Kitap I - II**, Eylül Yayınları, İzmir, 1997, s. 23-33

Anadolu Selçuklu döneminde ise İran ve Arap geleneklerinden kısmen etkilenilmiştir. Selçuklu dönemine ait Konya'daki Kubadabad Sarayındaki çinilerde görülen resimlerde saray giysileri ile halk giysileri arasında farklılıklar görülmektedir. Türk giyiminin en büyük özelliği, yüzyıllar boyunca aynı geleneksel çizgiyi korumuş olmalarıdır. Selçuklu kadınların ev giysileri, gömlek, şalvar ve entariden oluşmaktadır. Şalvarlar bol paçalı, entariler uzun ve bol kolludur. Bu entariler yakasız ve önden açık olarak yapılmıştır.

Osmanlı'da giyim kültürü ise; çok geniş sınırlara yayılan ve çok farklı etnik grupları içerisinde barındıran bir giysi panoramasını oluşturur. Bulunan verilerin çoğu İstanbul'da yaşayan halkla ve daha çok saray ile ilgilidir. Özellikle Osmanlı'nın giyim kültürü ile ilgili bilgilerini Osmanlı Sultanlarının Topkapı Sarayının müzesinde bulunan saray giysileri koleksiyonundan edinebiliyoruz. 14. yy'dan itibaren oluşturulan koleksiyon saray giyim kuşamı hakkında derli toplu bilgiler verir. Özel eşyaların ölümden sonra saklanması geleneğiyle bu güne kadar korunan kıyafetlerin büyük kısmını padişah kıyafetleri oluşturur.⁸² Osmanlı Sarayı ve halk giysisi hakkında yerli ve yabancı sanatçılar tarafından hazırlanan kıyafet albümleri, minyatürlerin yanısıra, gezginlerin de anılarından bilgi edinebilmekteyiz. Örneğin; Nakkaş Osman, hazırladığı, Hünername'de Osmanlılığın başından, 16. yy sonuna kadar devrin kıyafet anlayışını tarihi gerçekler içinde resmettiği görülmektedir. Hünername'de yer alan resimler incelendiğinde gerçekliğe birebir bağlı kalındığı dikkat çekmektedir.⁸³ 16.yy.da çizilen minyatürlerde, kadınların sokak giysisi olarak ferrace⁸⁴, yaşmak ve zaman zaman da peçeyi kullanıldığını görülmektedir. (Bkz.Albüm 3 Fotoğraf 104, 105)

Yine, 1720'de bir Türk sanatçı tarafından yapıldığı düşünülen Saray ve İstanbul şehrinin kıyafetlerini gösteren kırkdokuz adet resim Paris Milli Kütüphanesinde "Costumes Turcs de la cour et de la ville de Constantinople en 1720 Peinte en Turquie par un Artiste Turc" adıyla sergilenmektedir. Bu resimler arasında;

⁸²Fikret Altay, **Türk Kumaşları**, Sanat Dünyamız, sayı:1, YKY, İstanbul,1974

⁸³Sevin Nurettin, **On Üç Asırlık Türk Kıyafet Tarihine Bir Bakış**,Kültür Bakanlığı Yayınları, 1990, sf.13,43

⁸⁴ Ferrace: Kadınların sokakta giydikleri, mantoya benzer, arkası bol, yakasız, çoğu kez eteklere kadar uzayan üst giysisi.

Pâdişâh, Kazasker, Veziriazam, Kızlarağası, Saray ağası, Acemioğlanı, Köylü Rum, Rum papazı, Bir ermeni kadını, Müslüman kızı, Mevlevi dervişi, Hammal, Ahçı başı vb. çizimleri içermektedir.⁸⁵ Evliya Çelebi gezip gördüğü büyük kentlerdeki kadınların sokağa çıkarken giydikleri feracelerle taktıkları yaşmakların hangi kumaştan yapıldığını tek tek saymaktadır.⁸⁶

Batılı ressamlar Osmanlı Kadını kamusal alanda tanınabilir olmaktan çok uzakken kadınları konu alan resimlerinde giyim ve kuşamı öne çıkaran portreler yapmışlar, ülkelerine dönerken de bu kıyafetleri yanlarında götürerek, bunları stüdyo aksesuarı olarak kullanmışlardır. İstanbullu Rum, Ermeni, ve Levanten kadınları da oryantalist yaklaşımla Osmanlı elbiseleri içinde portrelerini yaptırma modasına uymuşlar, Osmanlı saray çevresindeki müslüman kadınlarda, dolapların içerisinde saklanan ve kendilerini Avrupa kıyafeti içinde gösteren portrelerini yaptırmışlardır.⁸⁷ Bu örneğe bakılarak etkileşimin iki yönlü olarak geliştiği kanısına varılabilmektedir.

15 yy'da Osmanlı'da başlayan portre geleneği 17yy'da yerini albüm yapımcılığına bırakmıştır. Bu albümlerde Osmanlı Padişahlarının portrelerinin yanı sıra gündelik hayattan sahneleri de görmek mümkündür. Uzun bir dönem yaptırılan portreler Sultan Aziz döneminde yerini fotoğrafa bırakmış, padişahın görünüşünü daha iyi yansıtacağı düşünüldüğünden bu dönemden sonra fotoğraf kullanılmıştır. Bu albümler, "kıyafetname" adı ile anılmaktadır. Kıyafetnamelerin doğuş sebepleri, Avrupalıların Türkler hakkında bilgi edinme isteklerine dayanır. Avrupalılar, Türklerin yaşayış, giyiniş tarzları, mimarileri, inançları, bilhassa da Osmanlı Saray yaşantısını merak etmişler, bu da birçok gezgini Osmanlı İmparatorluğu topraklarına, bilhassa İstanbul'a çekmiştir. Böylece Türklerle ilgili seyahatnameler grubu oluşmuş, gelen ressamlar da Türkler'i Türk tiplerini ve kıyafetlerini tanıtmayı amaçlayan resimler yapmışlardır.⁸⁸

⁸⁵ www.OsmanlıMedeniyeti.com /Geçmiş yüzyılda kıyafet resimlerimiz

⁸⁶ Faroqhi Suraiya, **Osmanlı Kültürü ve Gündelik Yaşam**, Tarih Vakfı Yurt Yayınları 48, 1995, İst, s.124

⁸⁷ İmparatorluktan Günümüze Portreler, Pera Müzesi Sergi Kataloğu

⁸⁸ Nurhan Atasoy, **Kıyafetnamelerin Doğuşu ve Fenerci Mehmed Kıyafetnamesi**, Osmanlı Kıyafetleri Fenerci Mehmed Albümü, Koç Vakfı, 1986

1573 yılında İstanbul'da bulunan Fransız gezgini Philippe du Fresne Canaye kadınların sokak giysilerini şıklıktan uzak ve kaba olarak tanımlar. Yazar, kadınların giysileri, kendilerini olduklarından farklı göstermek için değil yalnızca örtünmek için kullandıklarını belirtmektedir. Bir başka gezgin Moryson ise Osmanlılar'da kadın giysileri ile erkek giysilerinin birbirine çok benzediğini ve hiçbir Türk kadınının evinin dışında başı açık görmediğini yazmaktadır.⁸⁹ Kadınların toplum içerisindeki yerlerinin de giyimlerinden belli olması istenmiştir. 1564 tarihli bir hükümde şu bilgileri görmekteyiz. "...*gayetü'l- gaye mesture havatinlerdir*" bu, kadın giysisinin en önemli işlevinin kadının ifettini örtmek olduğu şeklinde yorumlanabilir. Aslında ideal olan kadının hiçbir yerinin görülmemesidir.⁹⁰ Modanın farklı kültürlerdeki karşılıklı etkileşimi bu örnekle çok daha rahat çözümlenebilecektir. Buradan da anlaşılacağı gibi Osmanlılar'ın ilk dönemlerinde giyim bir tüketim aracı olmaktan çok uzak görünmektedir. Ama bunun yanı sıra Osmanlı kadını giyimini başka kadınlara da göstermek istemekte ve bunun zenginlik, şıklık, ifetlilik açısından değerlendirildiği görülmektedir.⁹¹

Osmanlı İmparatorluğunda daha önce de belirttiğimiz gibi ilk değişimler askerî ve teknik alanda olmuştur. Bunun en önemli sebebi ise, devletin kendisini yeniden toparlamasının Batının teknik olanaklarına sahip olarak ve bu teknik ile de askerî gücü geliştirerek sağlanacağına olan inancıydı. İlk olarak 1700'lü yılların sonlarına doğru Yirmi sekiz Mehmet Çelebi, Nişli Mehmet Ağa gibi devlet katında görevli kimseler Avrupa'nın durumunu öğrenmek için çeşitli başkentlere elçi olarak gönderilmişlerdir. Batı'nın bilimini, kültürünü, kurumlarını ve askeri durumunu saptama görevinde olan bu kişilerin, kendilerine Marl Sarayı gezdirilirken bütün hayranlıklarına rağmen, "Dünya, müminlerin hapisanesi, kafirlerin cennetidir" sözünü kullanmaları oldukça dikkat çekicidir.⁹²

⁸⁹ Sevgi Gürtuna, **Osmanlı Kadın Giysisi**, Kültür Bakanlığı Yayınları/2261, Ankara,1999

⁹⁰ Suraya, A.g.e.s,123

⁹¹ Suraya, A.g.e.s,125

⁹² Adnan Turani, Dünya Sanat Tarihi, Remzi Kitapevi, 1992,s:652

Lale Devrinde (1718-1730) Sadrazam Nevşehirli Damat İbrahim Paşanın da etkisiyle, Bazı Osmanlılar Avrupalılar gibi giyinmeye Sarayda batılı saray yaşamını taklit etmeye çalıştıkları tespit edilmiştir. Lale Devri ile birlikte kadının özgürleştiğini ve dışa açıldığını görmekteyiz. (Bkz.Albüm 3 Fotoğraf 106) Orhan Koloğlu'nun da belirttiği gibi; o güne kadar gayrimüslimler için çıkartılan fermanlar Lale Devri ile birlikte Sultan III.Ahmet zamanında müslüman kadın giyimi içinde kısıtlamalar getirmeye başlamış, bu dışa açılım kadının giyimine de yansımış ve çeşitli fermanlarla bu engellenmeye çalışılmıştır.⁹³

Sevgi Gürtuna Osmanlı Kadın Giysisi adlı kitabında, Yine aynı dönemde yaşayan ünlü minyatür sanatçısı Levni'nin çizimlerinde kadınların giysilerinde Batılılaşma etkisinin açıkça görüldüğünü belirtmektedir.

Batılı yaşam tarzının doğuşu ve gelişmesi başka bir anlamda tüketim kültürünün oluşması Osmanlı'nın son dönemine rastlamaktadır. Kurumsallaşması ise Cumhuriyet döneminde oluşmuştur. 18.yy.'da Avrupa modasına uygun giysi ve eşyaların yeni bir hayat tarzı sağlayacağı umuduyla ithal ederek hakim sınıfları batılılaştırma girişimlerinde bulundular, bu bir çözüm olmamakla birlikte Türk toplumunun küçük ama önemli bir kesiminin batı fikirlerine açılımını sağlamıştır. Ancak,18 yy. sonuna gelindiğinde gerçek batılılaşmanın toplumu yeniden yapılandırmak ve temelde yeni bir devlet kurmak anlamına geldiği düşüncesi benimsenmiştir.⁹⁴ Osmanlı İmparatorluğunun batılılaşma çabaları 1789'da III.Selim'in tahta çıkması ile belirginleşmiştir. Sonraki padişah ise II.Mahmut ilk olarak askeri ve idari değişiklikler yapmıştır. Sultanlar, batının gelişmişliğine modern bir ordu kurarak karşı durabileceklerini düşünmüşlerdi. Bunun yanısıra modern, siyasal , toplumsal ve ekonomik bir yapı kurmak gerekiyordu ve bu yapılanmanın temelinde ise öncelikle özel mülkiyet, ve padişahın haklarının sınırlandırılması yatmaktaydı. Bu sistemi yaratabilmek için öncelikle bir bürokratlar sınıfı oluşturmak gerekmekteydi. Tanzimat dönemi (1839) modern anlamda tüketim kültürünün oluşmaya başladığı ilk evredir. Tanzimat, Osmanlı toplumunda Batı gibi yaşama hevesinde olan üst tabakanın kendisini geleneksel toplumsal tabakalardan ayırmak

⁹³ Onur.a.g.e.s.66

⁹⁴ Feroz Ahmad, **Modern Türkiye'nin Oluşumu**, Sarmal yay.1995, İstanbul, s:38

için Batılı ürünleri kullanmaya başladığı bir dönemdir. Tanzimat döneminde elbiselerin Avrupa modalarına uygun olarak şekil aldığı Abdülhamit Devrinde malakof* stil tunik elbiseler, arkası kabarık etekler yapıldığı, ancak bu giysileri süsleyen sırma ve işlemelerin doğu özelliklerini koruduğu görülmektedir.⁹⁵ Yaşanan bu batılı anlayışın üretimle bir ilgisi olmayıp sadece Avrupa mallarının tüketimi şeklindedir. Sonuç olarak Batıdan gelen değerler moda ve tüketim ürünleri yeni yaşam biçiminin temel unsurları olarak algılanır. *“Toplumun kaldıramayacağı ithal malı tüketim mallarına düşkünlük ile modernleşme aynı şey olur”*⁹⁶

Osmanlı, Batının gelişmişliği karşısındaki ezikliğini azaltmak ve Osmanlı’yı tanıtmak için dönemin önemli Fuarlarına katılma kararı almıştı. 1873 yılında hazırlanan Elbise-i Osmaniye ise dönemin geleneksel giyimi ile ilgili olarak bir çok ayrıntı vermekte ve Avrupa’da tanıtım için hazırlatılan kitapta Türk kumaşlarının kalitesi övülmekte ve kullanımı desteklenmekteydi.⁹⁷ (Bkz.Albüm 3 Fotoğraf 107) Yine aynı dönemlerde çoğu okuma yazma bile bilmeyen Anadolu halkı ile aydınlar arasında siyasi ve kültürel bir uçurum olduğu görülmektedir. Bu değişime ayak uydurmak isteyen Müslümanların bunu yaşayabilecekleri yer Hıristiyan azınlıklarında yaşadığı Pera olarak görülmekteydi. Modayla yakından ilgilenen kadınlar, Beyoğlu’nun Levanten terzilerine Paris modasına uygun elbiseler diktiriyorlardı. Geniş kabarık Avrupa eteğin üstüne, ilk Türkmenlerden kalma üç kırmalı, yakayı yere kadar uzatarak Türk geleneği ile Avrupa modasını uzlaştırıyorlardı.⁹⁸

Jak Deleon’un Pera Hatıratı adlı kitabında Beyaz Rus Aristokratı Barones Valentine Taskin’in anılarından alıntılar yapmaktadır. Aynı kitapta yayınlanan, 1881 Ticaret Yıllığı’na ve 1912 Doğu Yıllığı’na yapılan taramaya göre Beyoğlu’nun

* Malakof:Fransa’da 1854-1855 arasında moda olan bir balo tuvaletine İstanbul’da takılmış olan isimdir.

⁹⁵ Oktay Bügey, **Kıyafet Kanununun Çıkarılışından Başlayarak 1930-1940 Yılları Arasında Cumhuriyet Gazetesi Örneğinde Giysi Taraması**, Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi G.S.F. , 1985, s.7

⁹⁶ Niyazi Berkes, **Türkiye’de Çağdaşlaşma**, 1975,s.288

⁹⁷ Marie de Launay , **1873 yılında Türkiye’de halk giysileri**, Osman Hamdi Bey,Sabancı Kütüphanesi,1999,İstanbul

⁹⁸ Nurettin Sevin, **On Üç Asırlık Türk Kıyafet Tarihine Bir Bakış**,Kültür Bakanlığı Yayınları, 1990, sf.121

kalabalık sokakları taranmış, kişiler, meslekleri ve adresleri gün ışığına çıkartılmıştır. Deleon'un aktardığı üzere 1881 yılında Pera'da açılmış olan moda dükkanlarının sayısı 33 adetken terzilerin sayısı 43 kadardır. 1912 yılında ise 3 adet modacı ve 48 adet terzi olarak bildirilmiştir.⁹⁹ Aynı tarihte Pera'da 150 kadar gayrimüslim fotoğrafçının da olduğunu aktarmaktadır. Bu konu II. bölümde daha ayrıntılı aktarılacaktır. 1920'li yıllarda İstanbul'a gelen Barones Valentine Taskin anılarında Beyoğlu'nda yaşayan bir çok ailenin ismini saydıktan sonra şöyle açıklamaktadır: *"Ben İstanbul'a geldiğimde bu saydığım aileler, en az yarım yüzyıldır Aynalıçeşme'de ve Tarlabasında yaşamaktaydı. Çoğu anne ve babalarının ve dedelerinin mesleğini sürdürüyorlardı. Sonra hepsi yavaş yavaş gittiler."*¹⁰⁰ Bu 1881 yılındaki modayla ilgili hızlı değişimi işaret etmekte, çeşitli nedenlerle buraya yerleşmiş azınlıkların ve savaştan kaçan çok sayıda beyaz Rus'un yerleştikleri Beyoğlu'da moda kültürlerini de yanlarında getirdikleri görülmektedir. Beyoğlu'nda çalışan bu terzi ve modacıların bir çoğu yabancı azınlıklardan oluşmaktaydı. Buradan da anlaşılacağı gibi, İstanbul'a gelen Beyaz Rus'larla birlikte moda kavramı farklı bir anlam kazanmış talep edilebilir hale gelmiştir. İbnülhakkı Mehmet Tahir'in 1913'de yayınladığı "Meşrutiyet Hanımları" isimli kitabında vatanın savaşlarla meşgul olduğu bu karışık zamanda hanımların moda düşkünlüğünü belirterek: *"Hanımlarımız arasında bir moda davasıdır gidiyor. Serveti olanlar, Yahut zevci zengin bulunanlar 5, 10, 20, 100 lira demiyorlar. Moda uğruna feda edip duruyorlar...Vatana ve Vatan ile beraber kendilerine felaket ve sefalet girdapları hazırlamalarının sebebi hep kibar ve zengin hanımlardır. Hemen alafrangalık uğruna feda ediyorlar. Frenklerde bizim hanımlarımızın şu merakını anlamışlar ve artık Avrupa'nın en adi, en müptezel kadınlarının kullandıkları alet ve edevat safahatını buraya dökmeye başlamışlardır. Ta devri sultan Mahmut II'den beri kala kala ortada bir çarşaf kalmış ise de o da yine buradaki Frenk terzilerinin elinde modalara tabi ola ola alafranga bir libas haline gelmiş bin türlü çeşitlere girmiş. Avrupa'dan yeni gelenler bir modayı buradaki terzi en evvel zengin yahut kibar bir hanıma arz ediyor. Paris'in son modası böyleymiş... Zengin hanım kendisi o yeni moda elbiseyi giymekte geç kalığından dolayı teessüf ediyor ve hemen terzi madamına yahut matmazeline ısmarlıyor... Derken bu moda hemen 5-10 gün içinde*

⁹⁹ Jack Deleon, **Pera Hatıratı**, Gözlem Gazetecilik Basınve Yayın A.Ş., İst.

¹⁰⁰ Deleon,a.g.e.s.32

*konaklarda, yalılarda, köşklerde nam alıyor. Hiçbir hanımın elbiseye ihtiyacı yok iken mahza modanın hatırı için yeniden esvap ısmarlıyor. Orta halliler de buna özeniyorlar. Onlardan da fikara takımı görüyor.”*¹⁰¹ Görülüyor ki geleneksel kıyafet şekli bu değişim sonucunda etkilenecek değişime uğramıştır. Osmanlı’da ise batılı anlamda bir moda kültürünün üretiminden söz etmek doğru olmayacaktır.

Hülya Tezcan; İlk çarşafın, 1889’da tesettüre uymadığı gerekçesi ve ferracenin yasaklanması ile II. Abdülhamit tarafından uygulamaya konulduğunu belirtmektedir. Nurettin Sevin ise; Art Nouveau akımının etkisiyle birlikte yerini kabarık kollara bırakan elbiselerin düşük omuzla rahatlıkla kullanılabilinen feraceyle birlikte kullanma zorluğu doğduğunu, feracenin, böylece Arap kadınlarının giydiği çarşafı Avrupa usulüne göre uygulayıp peçe görevi görebilecek şekilde şapkalarla taktıkları tüllerle, yepyeni bir sokak kıyafeti icat ettiklerini belirtmektedir.19.yy sonlarına doğru ise Avrupa’dan gelen moda dergileri, sayesinde saraylı kadınlar Paris’ten elbiselerini ısmarlamaya başlamışlardır.¹⁰²

Meşrutiyetten sonra kadınlar da özgürlüklerine kavuştular. 1909 yılında tüm dünyada değişen kadın giyimi Osmanlı kadın modasını da etkisi altına almıştır. Kabarık kollar kalkmış ve dar etekle ince görünmek moda olmuştur. Çarşafın terk edilmesi ise 1918 tarihine rastlamaktadır. Moda dünyasında, 1917 yılında İstanbul’a gelen Romanof Rusları şapka imal edebilecek biri bulunmadığından ve savaş nedeniyle bakımsız saçlarını gizleyebilmek için şapkasız kalıp başlarına tül sarınca İstanbul hanımları da “Rus başı” denilen modayı uygulamaya başlamışlardır. (Bkz.Albüm 3 Fotoğraf 108) Bu şehirli kadınlar, İslam, Avrupa ve Rus kadın kıyafetlerinin karışımı bir sokak kıyafeti geliştirmişlerdir. Peçe hala yerinde durmakla birlikte, yüzü saklamaktan çok bir süs olarak kullanılmıştır. (Bkz.Albüm 3 Fotoğraf 109)

¹⁰¹ Muhaddere Taşçıoğlu, **Türk Osmanlı Cemiyetinde Kadının Sosyal Durumu ve Kadın Kıyafetleri** Kadının Sosyal Durumu Tetkik Kurumu Yayınları, Sayı:5, 1958’ den aktaran Bügey, A.g.e., s.51

¹⁰² Onur, a.g.e.s.71

1908 devriminin açtığı tartışmalarda kadının toplumdaki durumu, peçe ve çarşaf sorununun bir çok yazıda tartışıldığı görülmektedir. Bu yazılara ve olaylara bakarak kadının büyük ölçüde özgürleştiğini düşünmek yanıltıcı olabilir. Çünkü İstanbul, Selanik, İzmir gibi şehirler dışında kadınlar hala çarşaf ve peçe giymekteydi. Türk halkının büyük çoğunluğu olan köylüler ise zaten hiçbir zaman peçe ve çarşaf giymedikleri görülmektedir.¹⁰³

Elbise-i Osmaniye’de ise Görenek ve gelenekler nedeniyle evlerinin içerisinde bütün zenginliklerini sergileyen kadının, dışarı çıktığında bütün zenginliklerini gizleyecek, çok geniş ve papazların ayin giysisini andıran mevsimine göre çuha, merinos veya kaşmirden yapılmış bir pardüse olan ferrace ve çağdaş uygarlık ilerledikçe saydamlığı gitgide artan beyaz yaşmaktan(tül peçe) giydikleri belirtilmektedir.¹⁰⁴ Osmanlı ‘da görülen bu değişim rüzgarları Yeni bir Cumhuriyetle birlikte yerini köklü değişikliklere bırakacaktır.

Görüldüğü gibi, cumhuriyet öncesinde kadınların, giyim şekli geleneksel ve İslam kurallarlarıyla belirlenen çerçevede düzenlenmiştir. Konuyla ilgili olarak Yüksel Şahin, Atlı göçebe olan Türk kültürünün, Anadolu’da yerleşik tarım kültürüyle tanışıp, yeni toplumsal ve dinsel gelişmelere bağlı olarak değişim gösterdiğini ve kadınların kırsal yaşamın gereği olarak tarlada, bağda, bahçede çalışırken vücudun herhangi bir baskı altında kalmadığı giysileri tercih ettiklerini aktarmıştır ve ayrıca, 1920- 1930 yılları arasında Türkiye’de moda takibine karşın, yaygın endüstriyel moda üretiminin olmadığını belirtmiştir. Şahin aynı çalışmasında 1920’lere kadar geçen süreçte bir moda üretimi olmayıp, modanın takibi ya da diğer bir deyişle tüketimi olduğunu da aktarmaktadır.¹⁰⁵

¹⁰³ Berkes,a.g.e.s.445

¹⁰⁴ Launay , a.g.e.

¹⁰⁵ Yüksel Şahin, **1920-1930 Yılları Arasında Türkiye’de Kadın Silüetinde Moda Anlayışı ve Değişmeler**, Dokuz Eylül Üniversitesi Tekstil Ana Sanat Dalı Sanatta Yeterlilik Tezi, 2006, İzmir

Bir ülkenin giyim tarihi incelemek istediğinde, o ülkedeki siyasi ve ekonomik faktörlerin gelişimi ve bu faktörlerin giyim kuşama olan etkisi de irdelenmelidir. Ayrıca giyim tarihi, insanın özgürleşme süreci ile de doğrudan ilgilidir. Türkiye’de giyim tarihi değerlendirildiğinde Cumhuriyetin çok önemli bir rol üstlendiğini görmekteyiz. Cumhuriyet ile birlikte kadın özgürleşmiş, bunun sonucunda, birey olma hakkını elde etmiş ve kamusal alanda görünürlük kazanmıştır. Giyim geleneksel çizgisinden koparak moda kavramıyla anılmaya başlamıştır. Toplumsal değişme sürecinde kadın ve erkek yeni statüler edinir ve toplumsal kimliklerinde nitelik değişimleri olur, değişimin türü ve niteliği bu yeni kazanımların niteliğini ve düzeyini de belirlemektedir. Şimdi bu değişimlerin ve bunları hazırlayan koşulları irdelemek yerinde olacaktır.

I. Dünya Savaşından yenik olarak çıkan ülke Kurtuluş Savaşıyla birlikte özgürlüğüne de kavuşmuş oldu. Mustafa Kemal Atatürk’ün hedefi bununla sınırlı kalmayacaktı. Ülkenin çağdaşlaşması yolunda yapılan devrimlerden birisi de 25 aralık 1925 yılında TBMM tarafından kabul edilen Şapka Kanunu olmuştur. Batılılaşma yolunda şapkanın seçilmesi bir rastlantı değildir. Çünkü şapka, 1960’lara kadar tüm dünyada statü ayrımını belirten ve dönüştüren toplumsal bir sembol olarak görülmüştür. Bu kanunla birlikte Türk erkeklerinin bundan böyle fes giymeleri yasaklanmıştır. Bunun yerine şapka giyilmiş, şapkayla birlikte toplumsal ve dinsel ayırım ortadan kaldırılmaya çalışılmıştır.¹⁰⁶ Ancak kadının giyimi ile ilgili herhangi bir yasak yoktur. 1920’lerle birlikte tüm dünyada özgürlüğünü kazanan kadınlar, Mustafa Kemal’in kendine tanıdığı hak ve özgürlüklerle toplumda öğretmen, anne ve hemşire olarak yerini almıştır. O yılların modası olan Androjen görünüm kamusal alanda görünürlük kazanan Türk kadınının hanım kız duruşuyla örtülecektir.¹⁰⁷ (Bkz.Albüm 3 Fotoğraf 110)

Şapka Devrimine bir de ulusalcılık açısından bakmak gerekmektedir. “Ulus devlet” temeli üzerine kurulan Türkiye Cumhuriyeti’nde tüm ülkenin kullandığı “ulusal” başlık bulunmuyordu. Bu konuyla ilgili Mustafa Kemal 19 Mayıs günü

¹⁰⁶ Ahmad, a.g.e.s.117

¹⁰⁷ Şahin, A.g.e.

Samsun'a vardığında , kendisini karşılayan halk topluluğunu gözlemleyen bir İngiliz subayı, şu gözlemleri not etmişti: *“Karşılama gelen halkın kiminin başında fes, kimininkinde kalpak, kimininkinde sarık, kimi başına bir bez parçası bağlamış; kiminin sırtında aba, kiminde cepken, kiminde yelek; kimin bacağında şalvar ,kiminde pantolon, kiminde uzun beyaz külot; kiminin ayağında çarık, kiminde yemeni, kiminde iskarpin, kiminde potin... Demek ki bunlar henüz ulus değil!...”* Mustafa Kemal bir ulus olmanın dış görüntü üzerine dayalı önyargıların yıkılmasından geçtiğini bilmekteydi.¹⁰⁸ Burada asıl sorun ulus-devlet oluşturma çabasıdır. Farklı dinsel kimliği ifade eden giysiler, toplumun “milli duygu” etrafında birleşmesi yönünde bir engel sayılmakta, kaynaşmayı önlediği kabul edilmektedir.¹⁰⁹ Şapka devrimi ile bu bütünlük bir derece sağlanacak ve oluşturulan ulusal üst kimlik aile toplumdaki bütün bireyler, dinsel ayrımlardan arınarak, ulusa ait olma duygusunu yaşayabilecekti. Şapka Devrimi ile birlikte, Müslüman-Müslüman olmayan ayrımı yapılması da son bulacaktı.¹¹⁰

Niyazi Berkes, Türkiye’de Çağdaşlaşma adlı kitabında II. Mahmut döneminde yaşamış Mehmet Ali Paşanın oğlu İbrahim Paşa’nın *“asıl gereken başa giyileni değiştirmek değil, başın içini değiştirmektir.”* sözlerinden yola çıkarak, şunu belirtmektedir: *“Gerçek şudur ki, başa giyileni değiştirebilmek, başın içinde bir devrim yapmanın önemli bir adımı ve aracıdır. Bugün fes değil şapka bile kalkmak üzeredir. Bir zamanlar her yerde sembol niteliği taşıyan başlık, bugün sadece uygarlığın moda değişimlerinin konusu olmuştur.”* Atatürk 30 ağustos 1928 ‘de Kastamonu’da yaptığı ikinci konuşmada sarık sorununa değinir *“...yaptığımız ve yapmakta olduğumuz devrimlerin, amacı Türkiye Cumhuriyeti halkını tümüyle çağdaş ve tüm anlam biçimiyle uygar bir sosyal topluluk biçimine dönüştürmektir. Devletimizin temel ilkesi budur”*. Atatürk bu sözleriyle sadece halka şapka ile ilgili görüşlerini anlatmakla kalmamış, Kastamonu’dan Ankara’ya dönüşünde halkı da şapka ile selamlamış, katıldığı ilk devlet töreninde de şapka giyerek halka öncü

¹⁰⁸ Özer OZANKAYA, *Cumhuriyet Çınarı*, 4. Baskı, Ankara-1999, s. 456-457

¹⁰⁹ Şener AKSU, *“Atatürk Devrimi Sürecinde Kıyafet Devrimin Yeri”*, Atatürk’ün Cumhuriyetin İlanından Sonraki Hedefleri Sempozyumu 4-6 Haziran 1998- İzmit, Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu, Atatürk Araştırma Merkezi, Ankara-1999, s.123

¹¹⁰ www.egitirim.inonu.edu.tr / Serdar_Sapkaink.htm

olmuştur. Yaratılan bu yeni imajı basında fotoğraflarına yer vererek tüm ülkeye duyurmaya çalışmıştır.¹¹¹

1923'ün hemen sonrasında başlangıçta zorlayıcı bir nitelik taşıyan kültürel devrim ister istemez yeni bir kadın tipini ortaya çıkarmıştır. Türkiye'de esen devrim rüzgarlarının, en belirgin biçimde kadının toplum yaşamı içindeki yerinin belirlenmesinde gösterdi. Bunun en göze çarpıcı yanı ise, hiç kuşkusuz kılık ve kıyafette yapılan yeni düzenlemelerle, kızların eğitim ve öğretim faaliyetlerindeki yeni, aktif görünümleriydi.¹¹² Modanın gelişimi Cumhuriyet döneminde kadının özgürleşmesi ile birlikte çok büyük bir hız kazanmıştır.¹¹³ Kadınların kamusal alanlardan tecridi, dışlanmaları şeriat döneminin çarpıcı bir simgesi iken Atatürk'ün Türk kadının giyimi ile ilgili yaptığı konuşmalarda özellikle bu belirtilmiştir ve şöyle eklemiştir: *“Kasaba ve Şehirlerde yabancıların dikkati en çok örtünme şekli üzerinde toplanıyor. Buna bakanlar kadınlarımızın hiçbir şey görmediklerini sanıyor. Bununla beraber din gereği olan örtünme, kısaca belirtmek gerekirse, denilebilir ki kadınların sıkıntı çekmesine neden olmayacak ve kurallara aykırı olmayacak şekilde basit olmalıdır. Örtünme şekli kadını hayatından, varlığından ayıracak bir şekilde olmamalıdır.”*¹¹⁴

Kurulan yeni Cumhuriyet ile birlikte kadın kamusal alanda görünür olmuş işin dışında da eğlence alanlarına da katılmaya başlamıştır. Bu anlamda Cumhuriyet döneminde önemli olgulardan biri balolardır. Bu uygulamanın Batılılaşma ile ilgisini Bostancı şu şekilde betimler: *“İlk on yıl içinde batılılaşma adına sık sık gazete sütunlarına çıkan en ciddi sosyal olaylar “balo”lardır. Şüphesiz sadece seçkinlerin katılabileceği bu balolar, çağdaş ve medeni olmanın sembolü olarak görülmüş, katılanlara suni bir sosyal statü ve prestij sağladığı düşünülmüştür”*. Bu uygulamalarla kılık kıyafette yeni öğeler benimsenmekte erkeklerde kotiyon, fark

¹¹¹ Gökhan Birinci, **Atatürk Dönemi Basın Fotoğrafçılığının Türk Toplumsal Yapısıyla İlişkileri**, Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınlanmamış Doktora Tezi, 1996, İzmir

¹¹² Leyla Kırkpınar, Türkiye'de Toplumsal Değişim Sürecinde Kadın, **75 Yılda Kadınlar ve Erkekler**, Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı Yayınları, 1998

¹¹³ Onur, A.g.e.s.73

¹¹⁴ Arsan, Atatürk'ün söylev ve demeçleri II s.150

ve smokin gibi yeni kelimeler ve giyim biçimleri üst kesimin hayat tarzını yansıtan yeni göstergeler olarak yerlerini almıştır.

1920’li yılların en popüler dansı olan Çarliston tüm dünyada kendi modasını da beraberinde getirmişti. Dizden aşağı kısmı daha bol olan etek ve pantolonlar dansla aynı ismi taşımaktadır. Daha sonra bu pantolonlar kötü etki yaptığı gerekçesi ile yasaklanmıştır. Bu yıllarda kadınların görünüşündeki değişim önerilmekle birlikte, özgürce davranmaları ve giyinmeleri onaylanmıyordu. Atatürk, aşırı moda düşkünü modern tavırlı kadınların giyim tarzlarını eleştirmiş ve “*Avrupa’nın en serbest balolarında bile kıyafeti hariciye olarak arz edilmeyecek kadar açık bir teşebbüs gösterdikleri*” için kınamıştır. Kadının kamu yaşamında erkeğin yanında yer alması için Atatürk Türk Kadınlarını, “*şeriatın tavsiyesi, dini emri mucibince*” giyinmeye ve “*içtimaiyemizin ahlak ve adabına mugayir*” olmamaya çağırıyordu.¹¹⁵ Bu ideal Türk kadınının “aseksüel” olması demektir. Ulusal mücadelede “yoldaş kadın” olduğu gibi, bu kez iffet ve namusunu koruması için kendisinden iş yaşamında “cinsiyetsizlik” beklenmiştir.¹¹⁶ Cumhuriyet ile birlikte iş yaşamına katılan kadınlar, farklı bir anlayışta şekillenen kadın imajı ile karşımıza çıkmaktadır. Yeni kurulan Cumhuriyetin adeta simgesi olarak gösterilen kadın, çok çeşitli alanlarda görünür kılınmıştır.

Türkiye’de esen devrim rüzgarları, en belirgin biçimde kadının toplum yaşamı içindeki yerinin belirlenmesinde kendisini gösterdi. Cumhuriyet Kadınlarının yetişmesi için Osmanlı’nın “İnas Sanayi Sultanı” lerinin yeniden örgütlenmesi ile 1927’de Kız Sanat Enstitüleri kuruldu. Sanat enstitüleri Cumhuriyet kadının yetişmesinde önemli görev üstlendi. Enstitülerde yetişen kızlar, hazır giyimin yaygın olmadığı bu dönemde kıyafet dikmeyi öğreniyorlar, diktikleri kıyafetleri giyerek ve defilelerini yaparak Batılı giyim tarzının yaygınlaşmasına aracılık ediyorlardı. Öğrencilerin bir kısmı devlet burslarıyla Avrupa’ya öğrenim görmeye gönderiliyor, daha sonra okullarına dönerek Paris ve Londra modalarını atölyelerinde uyguluyorlardı. Bu okullar buldukları kentlerin moda merkezleri

¹¹⁵ Zehra F. Arat, *Kemalizm ve Türk Kadını, 75 Yılda Kadınlar ve Erkekler*, Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı Yayınları, s.4, 1998, s.55

¹¹⁶ Arat, A.g.e. s.56

konumundaydılar.¹¹⁷ Böylece sokaklarda genç kızlar modern kıyafetleri ve şapkalarıyla sosyal yaşamın bir parçası durumuna gelmişlerdi. Vural Gökçaylı dönemde çağdaş kadın imajını sergileyen ve kadının simgesi olan üç kadın bulunduğunu ve bu kadınların Türk kadınının simgesi olduğunu belirtmektedir. Bunlardan ilki dönemde giydiği tayyör ve topuklu ayakkabı ve sıkma başla meydanlarda konuşacak kadar cesaretli olan Halide Edip Adıvar, diğeri Atatürk'ün eşi Latife Hanım ve en son İnönü'nün eşi Mevhibe Hanımdır.¹¹⁸

1938 yılında Atatürk'ün ölümü ve 1939 'da Almanların Polonya'yı işgali ile başlayan II. Dünya Savaşı Türkiye'yi önemli ölçüde etkilemiştir. Türkiye II. Dünya savaşından sonra 1930'dan beri uygulanmakta olan dışa kapalı, sanayileşmeye yönelik stratejisini bırakarak yabancı sermayeye ve ithalata yönelmiştir. Kentlere taşınan sanayi zar zor geçinen kırsal kesimin büyük kentlere göçünü cazip hale getirmiş ve 1940'larda Türkiye göç gerçeği ile tanışmıştır. 1945'de savaşın bitmesi ile yeni bir dönemde başlamıştır. Dışa açılan Türkiye'ye batının tüketin ürünlerine daha rahat ulaşılabilir olmuş ve bu da modayı etkilemiştir. Bu bölümde Cumhuriyet'in kurulması ile birlikte geleneksel çizgisinden ayrılarak çağdaş bir görünüm alan Türk giyimindeki bu değişimi incelemek yerinde olacaktır.

1925 yılından sonra çarşıftan tamamen kurtulan kadın, tam bir batılı kadın görünümüne girmiştir. Hatta dünyada aynı tarihlerde moda olan "a la garson" saç kesimli oğlan çocuğu görünümü hemen uygulanmaya başlanmıştır.([Bkz.Albüm 3 Fotoğraf 111](#)) Etek boyları dize kadar yükselmiş, buna karşılık göğüs ve bel hatlarını yok eden düz kesimli elbiseler düz ve sade kıyafetler giyilmiştir. Dönem fotoğrafları incelendiğinde kadınların başlarının "sıkma baş" adı verilen bir örtü ile kapalı olduğu veya "cloche" adı verilen çan şeklinde şapka taktıkları kadın slueti kimi zaman kravatla kimi zamanda bahriyeli kostümleri görülmektedir. ([Bkz.Albüm 3 Fotoğraf 112, 113, 114](#)) Bu göğüssüz ve kalçasız görünümü ile bir erkek görüntüsü veren ile fotoğrafçılara poz vermişlerdir. Kürk en çok kullanılan aksesuarlardandır. Atkılı ayakkabılar tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de 1930'larda Krep dö şin, şifon, saten, tafta, keten, jorjet, krep moracin, kaşmir, süet, poplin gibi kullanılmıştır. Yine

¹¹⁷ Yasemin Şener, Türk Kadınının Moda Retrospektifi, Elle Dergisi, 2003, Ekim, s.119

¹¹⁸ Onur, Ag.e.s,305

aynı yıllarda “Bolero” lar, “Pelerin” ler, moda olmuş tayyörler için genellikle siyah, koyu mavi gibi renkler kullanılmıştır. 1926 yılında moda olan rahat kıyafetler ve şapkalı modeller, çarşaf ve peçeden yeni çıkan Türk kadınlarını da etkiledi. Vitali Hakko'nun İstanbul Mahmut Paşa'da açtığı Şen Şapka adlı mağaza yeni modelleriyle büyük ilgi toplamıştı.¹¹⁹ Lütfiye Arıbal; dönemde şapkanın giyildiği yerlerin çok olduğunu, şapkayı bir asalet, uygarlık ve şık kadınların göstergesi olarak kullandıklarını belirtmektedir. Gece kıyafetlerinde ise işlemeler, danteller kullanılmakta 1920'lerde yeni bir kesim tarzına uygun olarak etekler verev olarak bedeni sarmaktadır. Çiçek ve dantellerle süslenmiş kadife ve ipek kumaşlar, sıklıkla kullanılmıştır. Gündüz kıyafetlerinde ise, dar ve uzun bir sliuet ön plandadır. Pliler, gösterişli yakalar, omuza takılan çiçekler ve kemerlerle süslenmiş emprime elbiseler bu yılların en çok tercih edilen kıyafetleri olmuştur.¹²⁰ (Bkz.Albüm 3 Fotoğraf 115) 1924'te kısa japone kollar, bluzan korsajlar ve boyunları saran renkli boncuk ve inciler, golf giysileri modadır. Bu kısa pantolonlar, üstten plili cepleri ve arkada kemeri olan kısa çeketlerle birlikte giyilmekteydi. Aynı yıllarda etekler daha da kısaldı ve belden başlayan kemerler eteklerde saçaklarla son bulmuştur. 1925'lerde başlayıp 1929'lara kadar süren Charleston modası'da ülkemizde oldukça ses getirmiştir. Diz kapaklarında dar ve dizden aşağıya indikçe bollaşan pantolon aynı adla gençler arasında yaygınlaşmıştı.¹²¹ Türkiye Cumhuriyetinin ilk Müslüman kadın terzi Cemal Bürün Atatürk Döneminde ilk defileyi düzenledikten sonra Atatürk; Cemal Bey, *bizim yaptığımız inkılabı siz giydirdiniz diyerek onu tebrik etmiştir.*¹²²

30'larla birlikte tüm dünya bunalım yıllarını yaşamış bunun bir sonucu olarak yerli malı özendirilmiştir. Giyimde Houte Couture'den uzaklaşarak daha ucuz ve sade tarzlar benimsenmiştir 1920'li yılların etkisi bu yıllarda da devam etmiştir. Elbiseler bariz olarak vücuda oturtulmuş ve küçük ceketlerle tamamlanmıştır.¹²³ Etek boyları uzamış ve 1960'lara kadar da bir daha kısalmamıştır.

¹¹⁹ Cumhuriyetin 75.yılı, Yapı Kredi Kültür Sanat yayıncılık AŞ, 1999, İst

¹²⁰ Cumhuriyetin 75.yılı, Yapı Kredi Kültür Sanat yayıncılık AŞ, 1999, İst

¹²¹ Koçu,A.g.e.s, 64

¹²² Onur, A.g.e. s, 191

¹²³ Nursel Tosun, Cumhuriyet Dönemi Kadın Kıyafetleri,1998,Dokuz Eylül Üniversitesi, Lisans Tezi

1940'lı yıllarda giyimde sadeleşme başlamıştır. Vatkalı omuzlarla bel daha ince gösterilmeye çalışılmış, bu sayede kalçalar vurgulanmıştır. Dar ekose etekler ve empirme elbiseler dönemin en moda giysisidir. Saçların ise toplanarak filelerin içerisine konduğu görülmektedir. 1945'lere doğru kadınların eşlerini eski kıyafetlerini bozarak bunlardan tayyör ve etekler yaptıkları aktarılmaktadır.¹²⁴

Türkiye II. Dünya Savaşı boyunca tarafsızlığını korumuştur. Bu dönemde ülkenin savaşa girmemesine rağmen, tüm ülkede ekonomik sıkıntıların yaşandığı, ekmeğin bile karneye bağlandığı anlaşılmaktadır. 1930-1939 yılları arasındaki korumacı, devletçi ekonomi başarı ile uygulanmış, devlet yatırımları yoluyla bir sanayi temeli oluşturulmuştur. Gürel Tüzün'ün Boratav'dan aktardığı yazısında Savaş sonrası gelişmeleri iki döneme ayırmaktadır; İlki, 1946-1953 yılları ki bu yıllarda ithalatın serbestleştiğini, dış yardım, krediler ve yabancı sermaye yatırımları ile ayakta duran bir ekonomi, Diğeri, 1945-1960 döneminde uygulanan sınırlı bir ithalat ikamesine dayanan sanayileşme politikasıdır.¹²⁵

Savaşın sonra Türkiye'nin , 1930'dan beri uygulanmakta olduğu, dışa kapalı, sanayileşmeye yönelik stratejisini bırakarak ithalatı serbest bıraktığı görülmektedir. Dış yardım ve kredilerin de bu dönem de önem kazandığını, 1946 yılında yapılan devalüasyonla paranın değerinin düşürüldüğünü ve bu düşüşün yeni bir zengin sınıfının da oluşmasına olanak sağladığı düşünülmektedir. Ülke Truman Doktrini ve Marshall Planı çerçevesinde Amerikan ve Uluslar arası Para Fonu (IMF) ile ilk defa bu senelerde tanışmıştır.

7 Ocak 1946'da kurulan Demokrat Parti özel girişimciliğe ağırlık veren bir çalışma programı hazırladı. Adnan Menderes'in başkanlığında hükümetin çalışma programında özel girişim ve yabancı sermaye yatırımlarına önem verildi. Öte yandan laiklik ilkesinden ödün verilerek, Köy Enstütüleri öğretmen okullarına dönüştürülmüştü. Demokrat Partinin gelişiyle kapitalizm gelişerek büyüdü. Bu büyüme siyasi ve ekonomik yapıdaki değişimin yanı sıra toplumsal ve kültürel bir değişime de neden olmuştur. "*Küçük Amerika olmak*", Menderes Retoriğinin en

¹²⁴ Tosun, A.g.e., s.25

¹²⁵ Gürel Tüzün, 1950-1960 Döneminde Sanayileşme, 75 yılda Çarklardan Çiplere, Türkiye İş Bankası Yay, 1999, İst, s:147

görkemli kavramlarından biriydi ve DP dönemi boyunca Türkiye kapitalizmi palazlanmaya devam etti.¹²⁶ Kapitalizmin gelişmesi ile birlikte ülke daha önce yaygın bir biçimde tanışmadığı ürünleri elde etme duygusu ile tanıştı. Bu modanın ve moda ürünlerinin Türkiye'deki talebini arttırmış ve bilhassa kadınlar tarafından ilgi görmüştür.

Bu gelişmelerin yanı sıra tarımdaki sanayileşme artan işsizlik nedeniyle kırsal kesimden kentlere başlayan göç tüketim kültürünü hız kazanmasına ve toplumun alt katmanlarının da tüketim ürünleriyle tanışmasına olanak tanımıştır. Alınan dış yardım ve krediler, sadece ekonomiyi rahatlatmakla kalmayıp, yeni yaşam biçimleri ve buna bağlı olarak gelişen yeni tüketim kalıplarını da beraberinde getirmiştir. Ahmet Kılıçbay, bu tüketim şeklinin değişimini şöyle açıklamaktadır: *“1950-1960 dönemini önemli bir özelliği de sosyo-ekonomik bir karakter taşımasıdır. Geleneklerimiz yakın bir tarihe kadar kanaatkarlığı, azla yetinmeyi bir davranış biçimi olarak yerleştirdiği halde, 1950 sonrasında politika - sosyal bu olgu sonucu olarak kanaatkarlıktan, bir lokma bir hırka felsefesinden “tüketimcilik”e yönelme eğilimi baş göstermiştir”* Bu tüketimcilik anlayışı üretim sonucu olan tüketimcilik değildir.

Oktay'da bu durumu aşağıdaki gibi yorumlamaktadır. 1950'den sonra ekonomik düzeyde Amerikan yardımları, dış borçlanma ve Kore Savaşı'nın yarattığı dünya konjonktürü çerçevesinde Türkiye'de sağlanan görece gelişme, Özellikle İstanbul ve Ankara gibi iki büyük kentte monden (sosyetik) yaşamı hızlandırmış, mağazınler, sinema ve sosyete haberlerine daha geniş yer vermeye başlamıştır. Bu tür yaşamın törensel nitelik taşıyan güzellik yarışmaları, balolar, özel yaşamın izlenmesi gibi pratiklerine öncelik tanımışlardır.”¹²⁷ (Bkz.Albüm 3 Fotoğraf.1116, 117)

1960'ların sonunda, Türkiye'nin hem ekonomisi hem de sosyal düzeni çok büyük bir değişim geçirmişti.1960'lardan önce bir tarım ülkesi olan Türkiye, sanayileşme yolunda hızlı adımlarla ilerlemeye başlamış bunun sonucunda sosyal

¹²⁶ Ahmet Oktay, Türkiye'de Popüler Kültür, s.87,89

¹²⁷ Oktay,A.g.e.s, 108

düzeni de değişmiştir. (Bkz.Albüm 3 Fotoğraf 118) Büyük kentlere göç hızlanmış, kentte gelişen “arabesk kültür” 21. yüzyılda da hem günlük yaşamda, hem de sanat ve edebiyatta daha uzun süre kendini hissettirmiş ve bir yaşam biçimine dönüşmüştür.¹²⁸ Öte yandan köyden kente göçerler kendi giyim kültürünü de buraya taşımış ve zamanla karma bir giyim kültürü oluşturmuştur.

Ekonominin giderek sanayileşmesi doğal olarak toplumsal dönüşüme de yansdı. 1960’larda burjuva yeterince gelişemediğinden işçi sınıfının gelişimi 1961 anayasası ile devlet eliyle yaratıldı. ve Türk endüstrisi geçmişte ithal edilen tüm ürünleri üretmeye başladı. Sanayileşmeyle tüketim alışkanlıkları değişmeye ve kısa sürede ülkenin bir tüketim toplumuna dönüşmesine neden oldu. “Hazır Giyim” sektörü büyüdükçe ve çok daha çeşitli giysiler üretildi ve halk giyim konusunda daha da bilinçle tercihini hazır giyimden yana kullandı.

1968’de Avrupa ve ABD’de yaygınlaşan gençlik hareketleri üniversite gençlerini de etkiledi. Bu dönem ülkede siyasal karmaşanın yaşandığı ve yapılan askeri darbeyle siyasal yapının köklü değişikliklere uğradığı bir dönemdi. 1973’den sonraki yıllar, Türkiye’nin yönünü bulamayan zayıf ve kararsız hükümetler tarafından yönetildiği en kötü dönemdi.

Ülke ekonomisini iyileştirme yönünde yapılan çalışmalar Türkiye’yi 12 eylül hareketinden kurtaramamıştı.¹²⁹ Özal ‘ın felsefesi “önce ekonomi” sonra demokrasi olarak özetleniyordu. 80’li yıllarda ekonomide meydana gelen değişim sayesinde toplum, lüks tüketim ürünleri tüketmeye teşvik edilirken, “kolay yoldan para kazanma” “köşe dönme” gibi yeni kavramlarla da tanıştı. Televizyon kültür hayatının bir vazgeçilmezi haline geldi. Amerikan kültürü çok etkili bir biçimde hayatımızı etkileyerek tüketim alışkanlıklarımızın da değişmesine neden oldu.

Küreselleşme 1990’lı yılların en çok konuşulan konusu halini aldı. Fiyatları olan her çeşit ürün artık vitrinlerde görünür oldu. Bu tüketim faktörü reklamcılık ve buna bağlı olarak da reklam fotoğrafçılığının gelişmesinde büyük rol oynamıştır.

¹²⁸ Kongar, A.g.e.,s. 152

¹²⁹ Ahmad, A.g.e.s. 257- 277

Uzun yıllar Avrupa'nın etkisi altında kalmış olan ülke "Amerikan rüyası" adı verilen bir olgu ile daha 1928'li yıllarda tanıştırılmıştı. 1950'lerde ise daha yaygın biçimde yaşam biçiminden kıyafetlere değin bir Amerikan rüzgarı esmeye başlamıştı. Dönem içinde ilgiyle izlenen magazin dergileri Amerikan Hollywood sanatçılarının fotoğraflarını yayınlıyor ve kıyafetleri hakkında bilgiler veriyordu. Türk kadınları bu dergilerden dönemin modasını takip ediyor ve uygulamaya çalışıyor. Tüm dünyada olduğu gibi 50'lerin kıyafetleri daha kadınsı çizgiler taşıyor ve askılı yada derin dekolte şifon, tül, ipek gibi kumaşlara uygulanan geniş etekli tuvaletler gecelerde tercih ediliyordu. (Bkz. Albüm 3 Fotoğraf 119) Savaşla birlikte tekstilde yaşanan sıkıntılar nedeniyle kadınlar arasında ipek çorabın yerine yeni keşif edilen naylon çorap kullanılmaya başlanmıştır. Dayanıklılığın ve işlevselliğin ön plana geçtiği bu yıllarda kanvas kumaştan bugün "mont" adıyla bilinen ceket Türk ordusunda kullanılmaya başlanmış ve daha sonra halk arasında da yaygınlaşmıştır. Özellikle gençler arasında "Bobstil" ve Avrupa'daki adıyla "Swing" modalarının yaygınlaşmasıyla halk moda terimleriyle tanışmıştır. Reşat Ekrem Koçu Bobstil'i şöyle aktarmaktadır; "1943-1944 yılları arasında farklı tavır ve giyimleri ile varlıklı ailelerin asi ve çılgın gençlerinin izlediği moda akımına verilen addir. Bu giyim tarzında kızların bluzlarının üzerine erkek ceketi giydikleri Uzun saçlarını ipek ağlarla sardıkları, kafalarına ise simitçilerin başlarına koydukları halka şeklindeki, ipekten yastıkçılar yada küçük küllahlar taktıkları görülmektedir. Etek boyları oldukça kısadır ve ayaklarda çok yüksek mantar tabanlı ayakkabılar giyilmektedir." Koçu, bu modanın süslenmeyi, kalabalıkta, şangırtıda, aradığını yazar. Ayrıca bu tarzı dönemin ünlü karikatüristi Cemal Nadir çizimlerinde sıklıkla eleştirmiştir. Nadir, Karikatürün altına "Moda, sevimli bir delililiktir" yazmıştır.¹³⁰ Yetişkinlerin giyim kalıplarına uymayan gençler ahlak kurallarını da ret ederek yeni bir dönemin de öncüsü olmuşlardır.¹³¹ II. Dünya Savaşından sonra ise dünyadaki asi gençliğin modası olarak kullanılan "deri ceketliler" modası Türkiye'de "meşin ceketliler" adıyla karşılık bulmuştur.

¹³⁰ Reşat Ekrem Koçu, Türk Giyim Kuşam ve Süslenme Sözlüğü, Sümerbank Kültür Yayınları:1 Ankara, 1967, s.40

¹³¹ Yasemin Şener, Türk Kadınının Moda Perspektifi, Elle Dergisi, ekim, 2003, s.120

Dönemin magazin dergilerinden biri olan “Hayat Dergisi” her sayısında hem Amerikan yıldızlarının yaşantıları ile ilgili bilgiler veriyor hem de kıyafetlerle ilgili açıklamalar yaparak moda ve magazinle ilgili en son haberleri iletiyordu. (Bkz.Albüm 3 Fotoğraf 120)

Bu dönem içerisinde basılı yayında kullanılan reklam ve moda fotoğraflarının önemi yavaş yavaş kavranmaya başlanmıştır. Hayat Dergisinin Cemiyet haberleri olarak yayınladığı sayfalarda balodaki kadınların Avrupa’daki hemcinslerini aratmayacak şıklıktaki tuvaletleri ile çekilmiş fotoğrafları yer alıyor ve böylece modanın tanıtımına fotoğraflar yardımı ile destek olunuyordu.¹³² (Bkz.Albüm 3 Fotoğraf 121)

1950’lerde Türk kadını yeni ve kullanımı kolay kumaşlarla dikilmiş pilili etekler, ütü gerektirmeyen gömlekler giyerken, 1950’lerin olgun, deneyimli ve seksi silüetine uymak için korse kullanıyorlardı. Kadın bu yıllarda ağır makyajı şıklığı ile tüm dünyadaki kadınlar gibi modayı oldukça önemsiyor ve yakından takip ediyordu. Ünlü modacılarından biri olan Lutfiye Arıbal geçmişte günün her saatinde farklı bir kıyafet giyildiğini, günümüzde böyle bir şeyin kalmadığını belirtmektedir. Dönemin balolarından fotoğraflar yayınlayan Hayat Dergisinde kadınların Avrupa modasını aratmayacak güzellikte elbiseler giydiği görülmektedir.

Ünlü terzilerden Hayri Akduman, modanın en güzel dönemini 1940-1975 yıllarında *“hem dikiş vardı, hem de güzel giyinen kadın”*, olduğu söyleyerek 70’lerden sonra ise konfeksiyonun hayatımıza girdiğini ve terziliğin yok olmaya başladığını belirtmektedir.¹³³ (Bkz.Albüm 3 Fotoğraf 122) Yıldırım Mayruk ise aynı yıllar için; *“bu yıllarda herkes iyi giyimli idi ve mis gibi kokardı. Şapka kullanımı çok yaygındı. İnsanlar üstlerine poplin ve empirme gibi günlük giysileri olurdu. Eldivensiz dışarı çıkmazdı”* yorumunu aktarmaktadır. Konfeksiyonun gelişmesinden sonra farklı teknolojik üretimler sayesinde yeni kumaşlar üretilmiş ve Türkiye’de de naylon gömlek ve giysiler sıklıkla kullanılmıştır. Vakko, Yeni

¹³² Hasan Ersel , Ahmet Kuyaş, Cumhuriyetin 75.yılı, Yapı Kredi Kültür Sanat yayıncılık AŞ, 1999,

İst

¹³³ Onur,A.g.e.s.17

Karamürsel, Atalar, Titiz gibi önemli hazır giyim markaları hep bu tarihlerde kurulmaya başlanmasına rağmen, yine de bir çok kadın kendi elbiselerini kendileri dikmek zorunda kalmışlardı.

50’li yıllarda Olgunlaşma Enstitüleri, yurt içinde ve yurt dışında açtıkları defilelerle ses getirmişlerdir. Kız Sanat Okullarındaki defileler ise, bir tür modernite sembolü olarak küçük şehirlerde ilgi ile izlenen aktivitelerden olmuşlardır.¹³⁴ (Bkz.Albüm 3 Fotoğraf 123) Türk giysileri yanında Türk motifleri ile bezenmiş gece kıyafetleri de büyük ilgi uyandırmıştı.¹³⁵ Moda, Kız Enstitülerinde tasarlanan kıyafetler çerçevesinde şekillenmeye başlamıştı. Bu dönem altına patiskadan hazırlanan ve kola ile sertleştirilerek hazırlanmış iç eteklerle daha da kabartılmış bol etekler giyilmekteydi. İpekli, empirme, tafta, organze kumaşlar ağırlıklı olarak kullanılıyordu.(Bkz.Albüm 3 Fotoğraf 124)

Konuyla ilgili olarak yaptığımız görüşmede Suna Saygon, 1950’lerde ilkokulu bitirdikten sonra uzun yıllar enstitüye devam ettiğini burada giyim yemek ve genel kültür dersleri aldıklarını aktarmış, öğretmenlerinin önerisiyle “Mani Di Fata” adlı dergiden elbiseleri seçtiklerini günün modasını yakından takip ederek diktiklerini aktarmıştır.¹³⁶ (Bkz.Albüm 3 Fotoğraf 125, 126)

Görülmektedir ki bu yıllarda giyim modası Avrupa ile yakın bir ilişki içerisindeydi. Yine aynı yıllarda moda şehirlerde çok daha hızla yayılmaktadır.

Artan sanayileşme, köyden kente geçişi hazırlamış, kırsaldan kente göç edenler burada yaşama uyum sağlamaya çalışmışlardır. Bilhassa kadınlar, geleneksel giyim şekillerini tamamen terk etmeden modern ve geleneksel karışımı bir giyim tarzı yaratmışlardır. Köyünden göçen kadınlarla yapılan söyleşide bir kadın kendi durumunu şöyle anlatmaktadır: “Girdiğim toplumlarda (kentteki) diyelim çok modernler var, onlara uyum sağladım, modern olurum. Köye gittiğim zaman aynı

¹³⁴ Üç Kuşak Cumhuriyet, Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı, İst, 1998, s:70

¹³⁵ Hasan Ersel , Ahmet Kuyuş , Cumhuriyetin 75.yılı, Yapı Kredi Kültür Sanat yayıncılık AŞ, 1999, İst

¹³⁶ Kaynak Kişi; Suna Saygon (1940), Derleme, 20 Mayıs 2006 tarihinde İzmir’de yapılmıştır.

onlar gibi başımı kapatır, şalvar giyer, hiçbir aşağılık kompleksi duymadan, aynı onlara uymaya çalışırım.” Bir başkası ise giyimini şöyle tanımlamaktadır: “Ben köye giderken buradaki gibi dar pantolonla gitmem altıma pijama giyer giderim. Yani uygun giyinmeye çalışırım Öyle makyaj falan da yapmam” diye belirtmektedir.¹³⁷ Türkiye’de sosyolojik ve toplumsal dönüşümlerin giyimi etkilendiği ve kendi kurallarını oluşturan bir yapılanma olduğu gözlenmektedir. Giyimde yaşanan geleneksel - modern karmaşası aslında Türkiye’de bir çok alanda yaşanmakta ve bir zihniyet sorunu olarak kabul edilmektedir. (Bkz.Albüm 3 Fotoğraf 127)

1968’deki gençlik hareketinin bir sonucu olarak gençler daha çok seyahat etmeye başlamışlardı. Bir kısım genç de turist olarak ülkeyi ziyaret etmeye başlamıştı. Bunların çoğu uzun saçlı, hırpani görünümlü, parasız gezen ve otostopla seyahat eden hippilerdi. Bu turistlere “Beatnik”^{*} adı verilmekteydi. Hayat Dergisi 1967 yılında yaptığı bir röportajda bu yeni kültürün getirdikleri ve götördükleri ile ilgili bir liste yayınlamıştı. Buna göre Beatnikler Türkiye’den ucuz giysiler, heybe, fes, kalpak gibi şeyler götürmüş, yiyeceklerin bedava reklamını yapmışlar, buna karşılık Türkiye’ye mini etek, kısa saç, sandalet, bol paçalı yada vücudu saran dar pantolon gibi giysi modelleri, motor merakı, asi bir ruh ve uyuşturucu maddeler getirmişlerdi. Avrupa’da da aynı yıllarda bu akımın varlığından söz edilmekte ve bir gençlik modası olarak değerlendirilmektedir. Tüm dünyada görülen modalara benzer olarak Türkiye’de de saçlar ve favoriler uzamış etek boyları kısalmıştır. Beatles grubu tüm dünyayı etkisi altına almış ve kendi modasını da beraberinde getirmiştir. Reşat Ekrem Koçu, “Beatle” kesimi saç modasını eski besleme kızlarının başlarına benzetmiş, bedene sıkıca oturtulmuş dar omuzlu, yüksek yaka ağızlı sırta derin yırtmaçları olan ceketler ve yüksek belli, plisiz, dar paçalı pantolonların, 1963-1965 arası ülkemize girdiğini belirtmiştir. Batıda giyilen blue Jeanlar Türkiye’de fiyatı nedeniyle pek tercih edilmiyor, kadife ve jarse daha sık kullanılıyordu. Bu dönem çiçek çocuklarında etkisiyle, etnik kıyafetler tercih ediliyordu. Aynı yıllarda,

¹³⁷ Tahire Erman, Kadınların Bakış Açısından Köyden Kente Göç ve Kentteki Yaşam, 75 yılda Kadınlar ve Erkekler, Tarih Vakfı Yay. İst, s.219

* Beatnik: Avrupayla aynı yıllarda Türkiye’de de çıkan akım, bir gençlik modası olarak değerlendirilmektedir.

Türkiye’de de pantolonun paçaları uzamış, bollaşmış, topuklar yükselmiş , yakalar ise sivrilmiştir

Bu yıllarda moda anlayışı da büyük ölçüde eski görkemini yitirmiş, farklı giyim tarzlarının etkisi altına girmiştir. Ünlü terzi Übeyde Bozyiğit yokluk yıllarını anlatırken, terziliğin zor yılları olduğunu prova yapacak iğnenin bile olmadığını terzilerin, Avrupa’ya giden bir tanıdığın getireceği moda mecmualarını sabırsızlıkla beklediğini aktarmaktadır. Vitali Hakko’ da ülkede sıkıntılı yılların yaşandığını bidirmekte ve şöyle eklemektedir: “*Memlekette tela yok, iplik yok, düğme dantel, hatta dikiş iğnesi bile yoktu. Yokluklara rağmen günün modasını adım adım izledik ve yılda iki kez moda alanındaki yenilikleri uygulamayı başardık.*” 30 nisan 1965 yılında Yeni Gazete’de yayınlanan bir defile yazısında Lütfiye Arıbal’ın yeni kreasyonları tanıtılmıştır. “ ...kadın modasının sayılı yaratıcılarından olan Lütfiye Arıbal’da bir defile tertiplede. Arıbal’ın Pierre Cardin, Dior, Chanel, Maggy Rouff, Jacques Heim, Balmain, Nina Ricci, Balenciaga gibi tanınmış moda yaratıcılarının modellerine göre diktiklerinden başka “Aşk” “Gece Böcekleri”, “Cennet Yolu”, gibi bilhassa kendi kreasyonlarıyla meslek kadınlarının ilgisini çekmiştir.” diye aktarmaktadır. Bu dönem terziler tasarımcı olmadıklarını çok iyi birer kopist* olduklarını aktarmaktadırlar.¹³⁸ 65’lere gelinmesine rağmen hala modanın bir üretimi söz konusu olamamaktadır.

70’li yıllar moda da eteklerin uzadığını göğüslerin ise açıldığını görmekteyiz. Dönemde geometrik desenli elbiseler empermeden pliseli etekler, kısa ceketler ve şapkalar revaçtadır. (Bkz.Albüm 3 Fotoğraf 128) Organza ve müslinler bilhassa gece tuvaletlerinde sıklıkla kullanılan kumaşlar olarak görülmektedir. Hayat Dergisi dönemin kıyafetlerini sade, zarif ve kadınca olarak tanımlamaktadır.¹³⁹ Aynı yıllarda kadınların günlük kıyafetlerinin daha sade olduğu göze çarpmaktadır. (Bkz.Albüm 3 Fotoğraf 129)

* Kopist: moda dergilerinden kıyafetlerin aynısını uygulayanlara verilen isim

¹³⁸ Onur,A.g.e.

¹³⁹ Hayat Dergisi, 1973 İlkbahar Moda eki, s. 24

Sosyalleşmenin bir şekli olarak görülen balolar bu yıllarda hala devam etmekte ve önemli bir eğlence şekli olarak görülmektedir. Balolarda giyilen kıyafetler bu yıllarda Avrupa modasının aynı şekilde uygulandığını bize göstermektedir. (Bkz.Albüm 3 Fotoğraf 130)

1.2.4.4. 1980 – 2005 Türkiye’de Moda Anlayışı

Batılı görünümüne bürünen Türk kadını, Batı modasını artık izlemekte ve beğenisini bu şekilde oluşturmaktadır. 1980 lere gelindiğinde ise Türkiye 24 Ocakla alınan kararlarla çok farklı bir döneme giriş yapmış olur.

1920’lerde yeni devletin düzeninde bugün anladığımız anlamda bir ekonomik kalkınma planı düşünülmemiş, 1930’larda “Devletçilik” politikası benimsenmiş, 1950’de sanayileşmenin önemi kavranarak tarımdan sanayiye doğru yavaş bir geçiş sağlanmış, 1980’lerde ise sanayiye ağırlık verilen liberal ekonomik bir politika izlenmiştir. Liberalizm; gerek felsefe, gerek siyaset gerekse de ekonomide bireyin hak ve özgürlüklerini öne çıkaran, devletin ekonomiyeye müdahalesini en aza indirgeyen karşılığını “Bırakınız yapsınlar, bırakınız geçsinler”savında bulan iktisadi, siyasi bir sistemdir.¹⁴⁰ 1960’lı yıllardan bu yana ekonomide hep içe dönük bir politika izleyen Türkiye, böylece 80’lerle birlikte Liberal politikalarla tanışmış oluyordu. Dar boğaza giren ekonomi, ile birlikte yeni bir ekonomik çözüme arayışına gidilmişti..¹⁴¹

24 ocak 1980 yılında radikal kararlarla ekonomide yeni bir döneminde açılması sağlandı. 24 ocak kararının mimarı olarak kabul edilen Turgut Özal kararlarla ilgili Cumhuriyet gazetesinde verdiği demeçte; *“Türkiye’de yeni bir iktisadi model uygulamaktayız. Bu model Türkiye’nin dış dünya ile entegrasyonudur. Türkiye, gerek sanayi gerek ekonomi bakımından dışa açılmaktadır.”* diyordu.¹⁴²

¹⁴⁰ Sarp Erk Ulaş, Felsefe Sözlüğü, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara ,2002

¹⁴¹ Fikret Başkaya, Devletçilikten 24 ocak kararlarına, Birlik Yayıncılık, 1986, Ankara

¹⁴² Cumhuriyet Gazetesi, 31 ekim 1984

Tüm dünyayı etkisi altına alan küreselleşme ise çok uluslu ortaklıkların ülkelerin ekonomilerine egemen olmasına ve tüm dünyada “Yeni bir Dünya Düzeni” oluşmasına neden olmuştur.

1980’li yıllar sermayenin tekelleşmenin arttığı bir dönem oldu. Bu nedenle tekelleşme eğilimleri desteklendi, teşvik edildi hatta bir çok firma büyümeye ve evlilikler yapmaya zorlandı.¹⁴³ Tekstil sektöründe bu dönemlerde ivme kazanmıştır. Tekstilin büyümesi moda sektörünün gelişmesine neden olurken tanıtımında kullanılan moda fotoğrafının da daha fazla talep edilmesine olanak tanımıştır. Modacı Canan Yaka dünya modasında Türkiye’nin her zaman taşeron olarak kullanıldığına ve fasoncu olarak çalıştığına dikkat çekmekte ve Avrupa modasında Türkiye’nin yerini olmadığını, günümüzde ise bu arenaya çıkabilmenin yeniden hazırlanacak güçlü devlet politikalarıyla gerçekleşebileceğini öncelikle var olmayan bu imaj sorununun çözülmesi gerektiğini aktarmaktadır.¹⁴⁴ Yaptığımız röportajda Fırat Erez’de bu görüşü paylaşmakta ve Türkiye’nin iş gücü ucuzluğundan kaynaklanan bir fason bankası olduğunu taleplerin Çine, Hindistan’a, Pakistan’a kaymasından sonra Türkiye’deki tekstilcilerin markalaşmaya doğru gittiklerini belirtmektedir.¹⁴⁵

Türkiye’de istikrarlı bir tekstil üretiminin ve pazarlamasının olmadığı görülmekte ve bu etmen sektörün küçülmesine yada yok olmasına neden olmaktadır. Tekstil sektörü gelişme göstermesine rağmen markalaşmaya doğru gidememiş, daha çok batıdaki firmaların fasoncusu konumunda görülmüştür. Tekstildeki dalgalanmalar bu sektörle doğrudan ilgili olan tanıtım ve reklam fotoğrafçılığını da etkilemiş ve fotoğrafçılar, yurtdışındaki benzerlerinden ya çok daha fazla iş yaparak yada küçülerek ekonomik dalgalanmalardan kendilerini korumaya çalışmışlardır.

1990’lara gelindiğinde Türkiye’deki ekonomik durum ile ilgili olarak bir takım değerlendirmeler yapmak gerekmektedir. Türkiye 1980 sonrası “yapısal-uyum ve dışa açık, piyasa ekonomisi güdümünde liberalizasyon” programının bir uzantısı

¹⁴³ Sönmez, A.g.e., s.153

¹⁴⁴ Onur, A.g.e., s.463

¹⁴⁵ Kaynak Kişi; Fırat Erez (1964), derleme, 26 mart 2005 tarihinde İstanbul’da yapılmıştır.

niteliğindedir. Ekonomik gelişme ve kalkınmaya ilişkin veriler, ulusal ekonominin 1990'lar boyunca bir kriz süreci içinde olduğunu; ve söz konusu dönem boyunca "istikrarsızlık-kriz-büyüme-istikrarsızlık" sarmalında bir kısır döngü içine itildiğini göstermektedir. 1960'larda, 70'lerdeki devlet anlayışından farklı olarak devlet, artık yatırımcı veya üretici değil, sadece düzenleyicidir. Bu dönemde devlet, geçmiş dönemlerden daha farklı olarak para ve mal piyasalarına üretici konumunda değil, fiyat, faiz ve döviz kuruna dolaylı müdahaleler yoluyla etkide bulunmaktadır.¹⁴⁶

80'lerle atılıma geçen Türkiye ekonomisi bu şansını değerlendirememiş ve çok büyük sıkıntıların içine girmiştir. 19 Şubat 2001'de Türkiye'nin II. Dünya Savaşı'ndan bu yana yaşadığı en büyük ekonomik krizin gerçekleşmesinin çok büyük ve ciddi sonuçları oldu.

Bu dönem, Türkiye'de yeni bir ekonomik hayatın başlamasına yol açtı. Türkiye de gelişmekte olan bir ülke olarak, özellikle son yirmi yıldır kalkınmasını finanse etmek için önemli oranda dış borç kullanımına gitmiştir ve günümüzde büyüyen bir dış borç problemiyle karşı karşıya kalmıştır. Türkiye'nin dış borçlarının gelişimi hemen hemen tüm kaynaklarda 1980 öncesi ve 1980 sonrası olmak üzere iki döneme ayrılmaktadır. Bunun nedeni; 1980'de uygulamaya konulan 24 Ocak kararlarıyla birlikte, Türkiye'de bu tarihe kadar izlenen ithal ikameci sanayileşme politikalarından vazgeçilmesi ve dışa açık, ihracata yönelik sanayileşme politikalarının uygulamaya geçirilmesidir. Bu politika değişikliği, Türkiye'nin kamu finansman sorununun büyümesine ve dış borçlarının artmasına yol açmıştır. Boratav'a göre; bu dönemde dış borçların artmasının nedeni; giderek artan cari işlem açıklarının finansmanıdır. Dışa açılmayla birlikte ihracatta önemli bir artış olmasına rağmen ithalatta artmıştır. İthalattaki artışın arkasında yatan temel etken de bu dönemde ara ve yatırım malları ithalatının artmasıdır.¹⁴⁷ Görüleceği gibi, 24 Ocak kararlarıyla Türkiye dış dünya ile entegrasyonunu sağlarken, diğer yandan kültürel

¹⁴⁶ Doç.Dr.A.Erinç Yeldan, Bilkent Üniversitesi Ekonomi Muhabirleri Derneği, Ekonom Dergisi, Eylül-Aralık 1997 Sayı:6

¹⁴⁷ Umut Ünal, www.eastweststudies.org/tr/makale

yönlerden de etkileşim içerisindeydi. 1950’lerde Amerikan kültürüyle tanışan Türkiye, 80’lere gelindiğinde başta Amerika olmak üzere tüm batının görsel kültür ifadelerini tanımıştır. 1980’lerin moda akımları televizyonların ve magazin dergilerinin de yardımıyla eş zamanlı olarak Türkiye’de de hissediliyordu.

1980’ler gösterişin abartının yükseldiği feminen bir çizginin ön plana geçtiği yıllardı. Bu yıllarda giysinin abartıyı gösterecek ayrıntılara önem veren bir tarz içinde oldukları görülmektedir Karpuz ve yarasa kollu vatkalı tafta kumaşlar tercih ediliyor mini etekler, dizlikler ve konçlar sıklıkla kullanılıyordu. Dönemde kadın giyimindeki en önemli faktör omuzlardaki vatkalı olmuştur. Vatkalı, kadınların omuzlarını daha geniş göstererek androjen bir yaklaşım gösteriyordu. Elastik kumaşlardan yapılmış tayt ve streç pantolon adı ile anılmaktaydı. Bilhassa gece elbiselerinde kullanılan drape, fiyonk ve payetler bu dönemin süsleme unsurları olarak göze çarpmaktadır. Moda Tasarımcısı Özlem Süer; 80’lerin kimliksiz ve kitsch bir dönem olduğunu savunmaktadır. Disko müziğin etkisi hissediliyor giysilerde çok farklı renkler ve lame kumaşlar tercih ediliyordu. Gençler yavaş yavaş kendi moda kültürlerini oluşturmaya başlamışlardı.

Yıldırım Mayruk; 1980’lerle birlikte kopyacılığın bittiğini ve artık kendi devirlerini başladığını bildirmekte Türkiye’de oluşan modacı kavramının yurtdışında olmadığını türetilmiş bir kavram olduğunu Yves Saint Laurent, J.P. Gaultier gibi isimlerin altında ise “Grand Couture” yani “büyük terzi” yazdığını aktarmaktadır.

80’lerden başlayarak bu dönemlerin moda akımlarını yada trendlerini açıklamak doğru olacaktır. Aslında moda da çığır açacak yeni bir akım yaratılmamış eski akımlar modernize edilerek tekrar uygulanmıştır. 20’lerden başlanarak 70’lere kadar yaratılacak her şey yaratılmış. 80’lerde kiti bir akım halini almıştır. Kurt Gobain’in yarattığı “Grunge” akımı ile vintage başlamıştır. Böylece çağımız her türlü modayı, zamanı, aksesuarı, saçını, makyajını, birbirine karıştırmaya izin verir duruma gelmiştir. 80’ler bireyselleşmenin en büyük özelliği olan kendi kendinizin modasını yaratabilme özgürlüğünü vermiş ve çağa damgasını vurmuştur. Bir gün çiçek çocuğu, diğer gün uzay çağı, diğer gün punk olabilmenin imkanını yaratmıştır.

60'lardan kalmış bir giysiyi yada 20'lerden kalma bir aksesuarı bugünün bir dizaynı ile karıştırarak vintage* giyilebileceği gibi bunun değişik ve tek olmak için yapıldığı görülmektedir. “Vintage” uzmanları yenilerini üretmek yerine 40'lardan 50'lerden kalma önemli modacıların tasarımlarını içeren “Haute Couture” Vintage giysiler farklı kombinasyonlarda değerlendirerek kullanıma sunmaktadırlar. Vintage'nin doğum yeri yeni kıta Avrupa'sı olmasına rağmen en büyük koleksiyoncuların ise Japonlar olduğu bilinmektedir. Japonya'da şu anda 60 yılına ait bir ayakkabı 3000- 4000 Euro'ya alıcı bulabiliyorken vintage'nin bu kadar popüler olması nostaljik olarak yorumlanmaktadır. Geçmişte denenmiş modaları uygulamanın modacılar için daha kolay gelmesinin yanında, giysinin yıllandıkça değer kazanması moda kavramıyla ters bir durum oluşturmaktadır. Modacı Rıfat Özbek ise, “günümüzde modayı etkisi altına alan akımlara baktığımızda bunun başında sokak modasının geldiğini 70'lerin Hippi modasının 80'lerin “punk” modasını günümüzdeki defilelerde modernize edilmiş halleriyle tekrar karşımıza çıkacağını ve modanın bir anlamda tekerrürden ibaret olduğunu” bildirmektedir. Modayı yakından takip edenlerin ise değişik ve tek olmak için vintage giysileri bulup giydikleri görülmektedir.¹⁴⁸

Erkeklerin 70'lerle birlikte feminen duygulara yaklaşması günümüzde artık bir trend olarak kabul görmektedir. Jean Paul Gaultier, “*Öyle bir gün gelecek ki görünüş, giyim, davranış açısından kadın ve erkek arasında hiçbir ayrım kalmayacak*” diye aktarmaktadır. Henüz bu sürecin başlangıcında olsak da erkeklerin feminen bir tavır sergiledikleri görülmektedir.¹⁴⁹ Moda dünyası bu anlamda erkek ve kadının özellikleri gözlemlenmeden üretilmiş kadının ve erkeğin birlikte kullanabilecekleri “ünisex” giyimi ortaya çıkarmış, erkeklerin feminen, kadınların ise androjen yaklaşımlarını desteklemiştir.

* Vintage, rekoltesi iyi ve kaliteli üzümünden yapılan şaraba ve şampanyaya verilen üstüklük sıfatıdır. Moda da ise eski ve tek olan giyim için kullanılmaktadır.

¹⁴⁸ Ayşegül Dinçkök, Bit Pazarına Nur mu Yağdı “Vintage”, Marie Claire, Ekim,2003,s.132136

¹⁴⁹ Elele, 1999, mart, s.58

1990'larla beraber modada “androjen”, “feminen”, “bohem” ,”gotik” ve “retro” tarzları karşımıza çıkmaktadır. Bohem, yarınını düşünmeden günü gününe tasasız, derbeder bir yaşayışı olan kimselere verilen isimdir. Bu tarz ikinci el giysilerden ilham alarak yaratılan giysilerden oluşur.

Feminen, ise kadınsılık olarak tanımlanmakta ve gittikçe yükselen bir trend olarak görülmektedir. 1950'li yılların etkileri ve Fransız kadınının dişiliğiyle gelen şıklığın karışımı bir tarzı anımsatmaktadır. Androjen ise, dönemsel periyotlarla yinelenen bir tarzıdır. Gotik Milano defilelerindeki karanlık temadan esinlenerek hazırlanmıştır. Retro tarzı ise, moda dünyasının son yıllarda keşfettiği bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Kısaca, 'Geçmiş dönemlerin moda akımlarını günümüze yeniden sokmak' diye özetlenebilir.

Modacılar “Retro akımını”, Avrupa ve Amerika'da yaygın “Vintage” kıyafet dükkanlarından esinlenerek yarattmışlardır. Aslında “Vintage” dükkanları, stil olarak karmakarışık olan ikinci el dükkanlarının, dönemsel olarak sınıflandırılmış halinden oluşmaktadır. Yani zevkinize ve tarzınıza göre bir Vintage dükkanından 50'lerden kalma bir manto, 40'lardan kalma bir ayakkabı ya da 70'lerden kalma bir mont alabilirsiniz. Bu ikinci el kıyafet doğal olarak o dönemin zevk ve stilini yansıtır. Bunu giyip sokağa çıktığınız anda genel moda çizgisine uygun giyinen insanlardan şu ya da bu şekilde farklılaşsınız. Kişisel moda, diğerlerine benzemek için değil, diğerlerinden farklılaşmak içindir. Bunu fark eden modacılar da geçmiş dönem stillerini bugün aynen yeniden üreterek ya da biraz daha modernleştirerek sunma yoluna gitmişlerdir. Türkiye’de Vintage kullanımı yaygın olmamakla birlikte “Retro akım” yakından takip edilmektedir.

Çalışmamızın I. Bölümünde yer verdiğimiz dünya modasındaki trendler dönüşüm geçirerek tekrar geri gelmekte ve çok kısa süreler içerisinde de eskimektedirler. Bu modanın tam da kendisidir. Sistem çarklarının işleyebilmesi için tüketim şarttır. Altta bir moda dergisinden alıntılanmış yazı tam da bu noktaya parmak basar. “*Ben kimim ve kim olmak istiyorum?*” soruları modanın geliştirdiği bir tavrı özetlemektedir. Bunu yapabilmesinin en iyi yolu ise her gün bitip tükenmez

bir yaratıcılıkla yeni şeyler üretmek ve fotoğraflar yoluyla bunları pazarlayabilmektir. *“Bugün kıyafet alışverişi, Retro’yu da hayata geçiren dinamikler yüzünden dağınık ve tutarsızdır. Tek bir mağaza veya markayla kendini kısıtlayan yok gibi. Retro bir tarzı benimseyerek farklılaşmak niyetindeyseniz bu açgözlülüğü bir yana bırakmanızı öneririm. Bir gün 20’ler tarzında, ertesi gün 70’ler esintisiyle, haftasonu ise 50’lere has kıyafetlerle dolaşıyorsanız, modanın ifade ettiği şeylerin yakınından bile geçemiyorsunuz demektir. Moda temelde size şu iki soruyu sordurur: Ben kimim ve ben kim olmak istiyorum? Kendi hayal dünyanızda bunlara tutarlı yanıtlar veremiyorsanız ve o dönem Retro’sundan bu dönem Retro’suna atlayıp sıçrayarak bilinçsizce dolaşıyorsanız size her an şizofreni teşhisi konabilir. Bir kadın aynı anda hem Marlene Dietrich hem de Sophia Loren olamaz. Kaldı ki, bu iki farklı dönemlerden birini taşımak bile cesaret ister. Her şeyden önce kim olduğunuza karar verin, unutmayın ki, yalancının mumu yatsıya kadar yanar. İkincisi şöyle bir dönüp geçmişe bakın ve ilk anda kendinizi ait hissetmek istediğiniz dönemlere karar verin. Sonra bu dönemlerin havasına girin: Seçiminize göre o dönemin filmlerini izleyin ve dönemin ikonlarına yakından bakın. Ya da daha otantik bir tarza eğilimliyseniz eski aile fotoğraflarınızı yakından inceleyin. Üzerinde 'Birayla kadın arasındaki 10 fark' tişörtü bulunan ama diğer yandan James Dean'e özenen bir erkekle nasıl dalga geçiyorsanız, erkekler nezdinde aynı duruma düşmemek için biraz ev ödevi yapın. Unutmayın ki, bir dönemin esintilerini üzerinizde taşıyabilmek cesaret ister!”*

Günümüzde artık sezondan sezona değişen renk ve tarz modası uygulanmamaktadır. Dünyadaki değişim modayı da etkisi altına almış ve moda da büyük bir değişime uğramıştır. Özellikle Amerika ve Avrupa’da kişilerin belli bir modaya bağlı kalmadıkları kendi tarzlarını yaratmaya çalıştıkları görülmektedir. Modacı Hüseyin Çağlayan’ da kültürel kimliğin değişimini işlediği koleksiyonunda bunun izlerini takip etmekte ve modaya farklı bir boyuttan baktığını aktarmaktadır. Şimdi önemli olanın modacıların ürettikleri arasında kendine en uygun olana seçerek başka bir modacının kıyafeti ile bunu bütünleştirmek olduğunu 70’li ve 80’li yıllarda tüm tarzların aynı olduğunu şimdilerde ise 70’li yıllara özgü bir ayakkabı ile modern

bir deri pantolonun bir arada giyilebileceğini aktarmaktadır. Ayrıca Çağlayan çağın özelliğinin herkesin kendi tarzını yaratması olduğunu da eklemektedir.¹⁵⁰

19. yy başlarında tanımlanan “*kitsch*” bugün bir kavram olarak moda kültüründe kullanılmaktadır. Bu kavram için estetiksizliğin estetiği, uyumsuzluğun uyumu, anlamsızlığın anlamı gibi anlatımları kullanmak konuyu anlamaya yardım edecektir. Bu özellikle Japonya’da evde dikilen kıyafetlerle “vintage” modellerin bir arada kullanılması ile oluşturulan, belli bir temaya ve belli bir döneme oturtularak, kitsch estetiği vurgulamaya çalışan bir akım türü. Bir çok absürd ve anlamsız parçayı, şık olmak adına değil hiçbir amaç güdmeden bir araya getiren bu kitiç ve tematik moda anlayışı hızla yükselen abartılı bir gerçekçiliğin kutlanması olarak da yorumlanan bir tren oluşturmaktadır. Japon çizgi filmlerinde batılı gotik anlayışa kadar pek çok modanın etkisi altında kalan Harajuku modası estetiksizliğin estetiği olarak nitelendirilmektedir. Gençler arasında ilgi gören bu akımda gençler, “konusal” giyindiklerini idda etmektedirler. Moda Fotoğrafçı Shoichi Aoki, 1944 yılından bu yana gençlerin bu kasti ve bilinçli giyim tarzını fotoğraflarda hikayeletirmektedir. Aoki, bu modayı sanatın düşük seviyeli çirkin haline benzetiyor. Ama bununda bir sanat olduğunu da ekliyor.¹⁵¹

I. bölümü kısaca toparlarsak giyimin bir ihtiyaç olduğunu, toplumun geçirdiği değişimlerden etkilenerak şekil değıştirdiğı ve 19yy. ‘da moda kavramı ile örtüştüğünü söyleyebiliriz. Türkiye’de ise giyim kültürünün aynı tarzda şekillenmediğı uzun yıllar geleneksel çizgisini sürdürdüğü anlaşılmaktadır. Cumhuriyet ile birlikte giyim anlayışı da tamamen değışmiş ve bu günkü batılı yada modern çizgisine kavuşmuştur. Ama ne yazık ki Türkiye bu dönem içerisinde moda ile ilgili ekonomi – politik bir tutum izleyememiş modanın sadece takipçisi olmuştur. 1980’lerle dışa açılan ekonominin desteğıyle Türkiye bu pazardan pay almasına rağmen tekstil sektörünün fasoncusu durumunda kalmıştır. 90’lara gelindiğinde Türk giyim firmalarının dünyaya açıldığına tanık olmaktadır. Günümüz modasını irdeledikten sonra şimdi Aynı dönemlerde Moda Fotoğrafının durumuna bakmak doğru olacaktır. Görüleceğı gibi Türkiye 80 sonrası aldığı kararlarla birlikte

¹⁵⁰ Esra Midilli, “Mapreading” İle Kimliğini Arıyor, L’officiel, 2001, temmuz, s.28

¹⁵¹ Damla Göksel, Marie Claire, Nisan,2004, s.56

globalleşen dünyadaki yerini almış ve evrensel bir kültür halini alan modayı aynı çerçeveden takip etmeye başlamıştır. Artık batıdaki bir moda eş zamanlı olarak Türkiye’de de uygulanmaya başlanmaktadır.

II.BÖLÜM

MODA FOTOĞRAFI ÜZERİNE

2.1. Dünyada Moda Fotoğrafçılığının Gelişimi

Fotoğraf 1839’da keşfinden hemen sonra moda gibi çok hızla ve yaygın bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır. Moda ile fotoğrafın bu yakın tarihi iki ayrı alanın yakınlaşmasını sağlamıştır. Fotoğrafta moda gibi değişimi, iletişimi ve modernizmi temsil eder. Bu bağlamda modanın ve moda fotoğrafçılığının tarihsel olarak eşyanın tabiatı gereği birbirini etkileyen bir yanı vardır. Dünyada yaşanan sosyo-politik, teknolojik, bilimsel, sanatsal her türlü değişim toplumlarında dönüşmesine neden olmuştur. Biz bu çalışmamızda değişimi kronolojik olarak belirlerken, I.bölümde 1900’lerin başından II. Dünya Savaşına, II. Bölümde ise 1945’den, günümüze kadar taşımayı uygun bulduk ve çalışmamızı bu şekilde yönlendirdik. Fotoğraf, keşfinden kısa bir süre sonra giysinin tanıtımında kullanılmaya başlamış ve. dergiciliğin yaygınlaşması ile modanın tanıtımında vazgeçilmez bir unsur halini almıştır. Moda fotoğrafçılığı, bunun yanında çoğu zaman moda endüstrisinin hareketini de takip etmiştir. Moda gibi fotoğrafçılıkta sadece teknolojinin avantajlarından değil değişimlerden de faydalanır. Moda, sebebi ne olursa olsun tanınmaya ve takip edilmeye başladığı andan itibaren büyük bir hızla yayılmaya başlamıştır. Bu anlamda 16.yy.’da gravür kıyafet albümleri dönemin giyim anlayışını aktaran önemli belgelerdir. Ayrıca giysileri gösteren çizim koleksiyonlar ait olduğu dönemin giyimle ilgili moda dergileri görevini görmektedir. Bu kaynaklarda genel giyim, moda aksesuarı, değerli taşlar, yeni dekoratif çizimler gibi pek çok ülkeye özgü bilgiler yer almaktadır. Bu eserleri yayınlayan yazar ve sanatçılar günümüz moda yayıncılığının da öncülüğünü yapmışlardır.¹⁵²

¹⁵² François Boucher, 20.000 Years of Fashion The History of Costume and Personal Adornment, Newyork, 1987, Bölüm:8

Bir diğerk önemli araç ise dönemde siparişle portre resimler yaparak modanın yayılmasına yardım eden ressamlardır. Bilhassa, Hollanda’da Rubens ve Van Dyck gibi ressamlar Barok akımının etkisini de kullanarak portrelerle dönemin elbiselerini özenle aktarmışlardır. Rubens’in sanatsal çalışmalarında, ışık ve renk çok önemli bir yer tutmuş ve bu giyim modasına da yansımıştır. (Bkz Albüm 4, Fotoğraf 131)

1600 ile 1670 arasında moda ve giysi çizimlerinden oluşan sayısız koleksiyon yayınlanmış olup bunlar ağırlıklı olarak Avrupa’nın eski ve modern giyimine yöneliktir. Ayrıca bu yayınlarda dünyanın farklı bölgelerindeki giyim tarzları da yer almaktadır. Fransa’da yayınlanan “Le Tailleur Sincere” ve “Mercure Galant” gibi yayınlara; moda ürünleri ve çizimleriyle ilgili periyodik dergiler olarak 1671’den itibaren yayınlanmaya başladı.¹⁵³ (Bkz Albüm 4, Fotoğraf 132)

Ayrıca 17.yy sonunda, Versailles’in modasını tüm dünyaya tanıtan “pandora” adlı küçük bebekler, Avrupa’ya ve oradan da tüm dünyaya yayılmıştı. İletişimin ve iletişim araçlarının yaygın bir biçimde kullanılmaya başlanması modanın daha hızlı bir biçimde yayılmasını sağlıyordu.

2.1.1 1900-1945 Dönemi Dünya’da Moda Fotoğrafçılığının Gelişimi

Fotoğraf, icadından hemen sonra birçok alanda yaygın biçimde kullanılmaya başlanmıştır. 1839’da “Daguerrotype” in bulunuşuyla portre fotoğrafı, saygınlık kazanmak ve sınıf atlamak isteyen başta ünlüler ve zenginler sonra da halkın tüm kesimlerinden talep gördü. Fotoğraf artık, resmin portre geleneğini bir ölçüde popülerleştirip devralmıştı. Bunu takip eden yıllarda birçok fotoğraf stüdyosu açılmış, yazarların, sanatçıların, artistlerin yüzleri de görünür kılınarak tanınır hale gelmişti. Bu dönemin ünlü portrecileri arasında; Gasparad Félix Tournachon Nadar, André Adolphe-Eugene Disdéri, Julia Margaret Cameron, Lewis Carrol’u sayabiliriz. Bu fotoğrafçılar özellikle kendilerine ait usluğa geliştirerek günümüze birçok fotoğraf

¹⁵³ Boucher, A.g.e., s. 270

örneği bırakmışlardır. Portre fotoğrafları en çok talep görenler fotoğraflar olmuştur. 1850'lerde bir tür vesikalık olan "Carte-de-visit" lerin ortaya çıkması ile dönem giysileri içinde bir çok insanın kartvizit fotoğrafları çektirir olmuştur. 1854 yılında Andre Adolphe Disteri Carte- de- visit'in patentini almıştır. Disterini kullandığı dört objektifli (multi- optik) makine sayesinde aynı palakaya 4'lü 8'li fotoğraflar çekilebiliyordu. Bu fotoğrafın ekonomik olması anlamında yaygınlaşmasına yardım etmiştir ve insanlar, Carte-de visit sayesinde çok daha uygun fiyatlara çeşitli elbiselerle fotoğraflarını çektirmiş, bunları sevdikleri kişilere vermişlerdir. İnsanlar sevdikleri aktörler ve aktristler gibi giyinerek stüdyoda onların oynadıkları ünlü sahnelerinden birinin mizansenini yaratıp o şekilde fotoğraf çektiriyorlardı. Bu sayede ilk kez fotoğraf modanın kendisini etkiler olmuştu. Çektirilen fotoğraflar o dönemde neyin moda olduğunu gösteriyor ve modacıların üretmeleri gereken modellerin ip uçlarını veriyordu.¹⁵⁴ Böylece modanın tanımında varolan öykünme kavramı fotoğraf yoluyla gerçekleştirilmiş oluyordu. Bu dönemde fotoğraf çektirmek te bir moda haline gelmişti.

Başlangıçta, moda fotoğrafçılığı ile portre Fotoğrafçılığı arasında keskin bir ayırım bulunmamakla beraber kullanılan materyaller, mekan ve ışıklandırma farklılıkları bazı fotoğrafların bu alana yaklaşmasına neden olmuştur. Bu fotoğrafların önemli örneğinden biri III Napaolyon'un metresi olan Kontes Castiglione'nin stüdyo fotoğraflarıdır. Kontes, seçtiği beşyüz farklı giysi ile sıradışı pozlar vererek her fotoğrafta farklı kıyafet ve duruşlarla fotoğraf çektirmiştir.

(Bkz Albüm 4, Fotoğraf 133) Albüm, Louis Pierson tarafından hazırlanmış, giysi ve aksesuar kombinasyonlarına bağlı olarak fotoğrafçılıkla farklı kimlikler yaratılabileceğini ve kimliklerin değiştirilebileceğini göstermiştir. Bu, bugün anladığımız anlamda bir moda kavramına denk düşmektedir. Castiglione Kontes'inin albümü, fotoğrafçılığın da teşvik ettiği bir narsizm göstergesi sayılabilmektedir.¹⁵⁵ Bu örnek, moda fotoğrafı kavramına yakınlığı bakımından önemli görülmektedir.

Moda fotoğrafçılığının kimliğini kazanmasındaki bir başka neden ise 1886 yılında Frederick Eugene Ives'in geliştirdiği yarım ton tekniği ile fotoğraflarla

¹⁵⁴ Geniş Açı Dergisi, 1999, Güz, sayı:8, s:32

¹⁵⁵ Michel Frizot, A New History of Photography, 1994, Köneman, s.536

metinlerin aynı sayfada basılması olmuştur. 1892’de “La Mode Pratique” bu tekniği yaygın bir biçimde kullanmış ve bunu renklerle zenginleştiren “Les Modes” dergisi izlemiştir. İlk ticari moda çalışması Charles Reutling tarafından 1850’lerde kurulmuş olan stüdyoda gerçekleştirilmiştir. (Bkz Albüm 4, Fotoğraf 134) Charles Reutling içerisinde bir çok aksesuarın bulunduğu stüdyosunda hem dönemin ünlü sanatçıları fotoğrafıyor hem de Fransız dergilerine ticari anlamda moda çekimleri yapıyordu.

20.yy. başlarında moda fotoğrafları basında yer almaya başladı. Moda fotoğrafının asıl amacı giysinin tanıtımı ve pazarlamasında iyi bir araç olmaktır. uygun bir şekilde pazarlanabilmesidir. Bunun için ürünün görünür kılınması gerekmektedir. Giysi fotoğraflarının görülebileceği dergi ve gazeteler “moda fotoğrafçılığı” olarak tanımlanan bu alan toplumun büyük bölümünün bilhassa da kadınların izlediği gerçeğinden yola çıkarak yayınlandı ve toplu bir fantezi yaratılmasına katkıda bulundu. Cazibe ve güzelliğin bu hayali dünyası estetik yenilikler ve fotoğraf trendleri yardımı ile yansıtılır.¹⁵⁶ Fransa’da 1892’de yayınlanmaya başlanan Amerikan magazin dergisi “Vogue” 1909’da Thomas Condé Nast ve ilk editörü Edna Woolman tarafından devralınarak, moda dergisi kimliğine kavuşmuş, düzenli olarak yayınlanmaya başlamıştır. Dergi kısa bir süre sonra en iyi moda fotoğrafçıları bünyesinde toplamış ve dünya modasına yön veren bir dergi konumuna gelmiştir. (Bkz Albüm 4, Fotoğraf 135) Başlarda illüstrasyonlarla görselleşen dergi, 1914 yılında ilk defa Baron Adolphe de Meyer tarafından çekilen fotoğraflarla farklı bir kimlik kazanmıştır. (Bkz Albüm 4, Fotoğraf 136) Bu, gelişme moda fotoğrafçılığının da dönüm noktası olarak kabul edilmektedir. Bu dönemde Meyer’in elit kişiliği ve elit tarzı derginin imajına da çok uygun düşmekteydi. Bu dönemde derginin sayfalarında yer alan kadın profili, hangi kumaşı seçmesi gerektiğinden başka bir zorluğu olmayan saten ve kürklere bürünmüş, mitolojik bir yaratık gibi gösterilmekteyken, Meyer’in fotoğraflarında ise, feminen bir güzellik, ince işlenmiş bir yumuşaklık görülmüyordu. Onun kadınları, çalışmaz, spor yapmaz, sadece saygı duyulmak için var olurlardı.¹⁵⁷ Meyer’in şöhreti İngiliz resimsel fotoğrafçıların yer aldığı “Linked Ring” adlı grup üyeliğinden geliyordu.

¹⁵⁶ Frizot, A.g.e., s. 536

¹⁵⁷ Geniş Açı Dergisi, 1999, Güz, sayı:8, s:35,46

Işık ve atmosferi resimsel yaklaşımla aktaran Meyer, ince, zarif bir dünya yaratmıştır. Meyer, giyenin sosyal statüsünü arttıran jestleri ve vücut dilini kullanmayı seviyor, giysilerin bol kesimlerinden yararlanarak sofistike görünümü içerisinde donuk bir kadın imajı yaratmaya çalışıyordu. Fotoğraflarında, soft lensler ve filtreler yardımıyla sofistike görüntüleri destekliyor ve giysilerin transparan görüntüleri, şeffaflıkları yardımıyla egzotik bir atmosfer etkisi yaratıyordu. Bu sayede fotoğrafçı, objektif gerçekliğin metamorfozunu gerçekleştirmiş oluyordu.¹⁵⁸

İlerleyen zamanda Meyer'in Harper's Bazaar'a fotoğrafçı olarak girmesiyle dergiden boşalan yerini, Edward Steichen doldurdu. Steichen'in moda fotoğrafı ile ilgili fazla bilgisi olmadığından başlarda ona moda editörlüğü yapacak olan Carmel Snow yardım etti. Bu fotoğrafçılarla editörlerin birlikte çalışabilecekleri günümüze kadar süregelen ekip çalışmasının da ilk örneğini teşkil etmektedir. Steichen'in stili Meyer'in stilinden çok farklıydı. Meyer'in elit kitleyi hedef alan kadın imajı yerine Steichen, bu imajı değiştirerek kadını ve giysileri daha ulaşılabilir bir perspektiften göstermeye çalışmıştır. I. Dünya Savaşı sonrasında değişen dengeler moda ve moda fotoğrafına bakış açısını da değiştirdi. Modernizm her alanda etkisini hissettirirken, moda daha geniş kitlelere hitap etmeye başladı. Bu moda fotoğrafının elit bakış açısını değiştirmesine neden oldu. asıl amacı realiteyi yakalamaktır. Değişen akımların da etkisiyle Steichen, resimsel üslubunu terk ederek 1911 yılında "Art et Décoration" dergisinde yer alan moda çekimlerinde resimselliğin manevi stilini gözler önüne sunmaktaydı.¹⁵⁹ (Bkz Albüm 4, Fotoğraf 137) Bu dönemde yükselen yeni objektiflik akımının etkisiyle de, dramatik kontrastları, geometrik anlatımları, canlı motiflerle oluşturduğu fotoğrafik dili değişime uğratarak daha teşhirci bir üslubu benimsedi.¹⁶⁰ Diktötrgen şekillerden oluşturulmuş kompozisyonlarında konstruktivist akımın etkileri de görülmektedir.

1909 - 1939 yılları arasında Avrupa ve Amerikan Vogue'da Edward Steichen, George Hoyningen-Huene ve Horst P. Horst gibi fotoğrafçılar Avangart akımlardan "New Objectivity" ve "Sürrealizm" akımlarını kendi eğilimleri doğrultusunda

¹⁵⁸ Frizot, A.g.e., s. 536

¹⁵⁹ Frizot, A.g.e., s. 537

¹⁶⁰ Geniş Açı Dergisi, 1999, Güz, sayı:8, s:46

fotoğraflara aktardılar. 1925’li yıllara gelindiğinde, George Hoyningen- Huene Vogue’de çalışmaya başladı. Farklı tarzı ile moda fotoğrafının o dönemdeki en önemli temsilcilerinden biri sayıldı. Huene’nin stili, sinema dünyası ve plastik sanatlardan türeyen kalite sentezinin bir sonucuydu. Fotoğraflarında “Neo - Grek” tarzdan esinlenerek antik çağın tekrar yorumlanmasına tanık olmak mümkündür. Antik dünyaya yapılan bu gönderme, çağdaş sanatsal düşüncenin önemli bir parçası olarak görülmektedir. Pek çok sanatçı tarafından da “düzene geri dönüşün bir sonucu olarak değerlendirilmektedir. Bu görünüş antik çağın heykellerinin feminen güzelliğinden türemiş olan bir tarzı ve Yunan sanatından esinlendiği yüz ifadelerinde aynı zaman da cinsel belirsizlikleri de ifade ediyordu. Huene, modellerni siyah-beyaz etkisi ile elde edilen grafik dengelerini dikkate alacak şekilde ışık ve gölgenin içerisine yerleştiriyordu. Kombine biçiminde oluşturulmuş çizgiler, Yunan vazosuna benzeyen “U” biçimli hoş bir şekle sahipti ve ilk bakışta dekorun dış mekanda olduğu düşünülse de daha yakından bakıldığında dekorun bir stüdyoda yer aldığını görülmekteydi. Stüdyoda çekilen fotoğraflar gökyüzü ve deniz görüntüleri fon boyanarak elde edilmişti. Gün ışığının oldukça gerçekçi görüntüsü objelerin sol üst köşesine yerleştirilmiş güçlü ve tek bir ışık kaynağı aracılığıyla sağlanmıştı. Bize göre olamayacak kadar parlak arka planının etkisini fotoğrafçı iki yönlü kullanmıştır. Modellerin daha ilginç biçimde ön plana çıkmasını sağlayarak ve güçlü güneş ışığı altında güneş gözlükleri olmaksızın göz kısılarak bakıldığında oldukça açık renkli ve biraz da bulanık olarak gördüğümüz görüntüyü taklit ederek. Arka planın görsel anlamda hatalı fakat psikolojik olarak doğru etkiyi yaratması, görüntüye mistik bir ifade katar. Modelin gözlerini bizden uzağa çevirerek “deniz”deki bir şeye bakar gibi görünmesi ve bu sayede modelin yüzünden çok neye baktığına, baktığı şeyin nerede olduğuna dikkatlerimizi çekmesiyle fotoğraftaki gizemli etki pekiştirilmiş olmaktadır.

1930’larda Huene, dergide çalışırken mimarlık öğrencisi olan Horst P. Horst ile tanışarak onun fotoğrafla ilgilenmesinde etken oldu. Horst 1932 yılında Vogue’de

çalışmaya başladı. O da Yunan heykellerini 30'ların zarafeti ile birleştirerek moda fotoğrafçılığında erotik ve benzersiz görüntüler yarattı.¹⁶¹

Burada önemli olan konu, yirminci yüzyılın başlarında moda fotoğrafçılarının giyimle ilgili herhangi bir basit veya faydacıl yaklaşımın nasıl ötesine geçtikleriydi. Işık, ton ve ölçeği manipulatif bir biçimde kullanarak giysilere, arzulanma ve güzelliğin fetişist fantezileriymiş gibi bir imaj veriyorlardı. Horst'un Fransız ve Amerikan Vogue dergileri için çektiği Mainbocher'in korse fotoğrafı, bu tarzı temsil eden ve gelecekteki çalışmalara örnek teşkil eden önemli çalışmalardan biri haline gelmiştir. (Bkz Albüm 4, Fotoğraf 138) Fotoğrafta gerek duruş gerekse farklı ışık kullanımı ile fetiş bir nesne olarak vurgulanan kadın vücudu hareketsiz duran bir heykele benzetilmiştir. Elizabeth Wilson'a göre bu, her şeyden önemlisi 20. yüzyılda yeni bir bakış açısı getiren ve kadın güzelliğinin farklı bir biçimde yansıtılmasını sağlayan bir fotoğraf çalışmasıdır.¹⁶² Bu fotoğraf o kadar kalıcı olmuştur ki, 50 yıl sonra Herb Ritts, Madonna'nın oynadığı "Vogue" klibinde bu fotoğraftan esinlendiğini belirtmektedir.¹⁶³ (Bkz Albüm 4, Fotoğraf 139)

Horst, çalışmalarının birinde, "*trompe-l'oeil*"* adı verilen bir tekniği kullandı. Bu teknik, izleyicinin dikkatini objeye çekmek için kullanılan tüm aksesuarların kullanımını (eldiven, takı, şapka) reddediyordu. Modayı özgür kılmanın yanı sıra, yeni bir imaj oluşumunu da gerçekleştirmiş oluyordu. Horst, çalışmalarında sembolizmi ön plana çıkararak, fotoğrafçı ile fotoğraf tüketicisi arasında bir bağ kurmaya çalışmıştır. (Bkz Albüm 4, Fotoğraf 140) Fotoğraflarının bazılarında fotomontaj tekniğini kullanarak, objelerin fotoğrafın içerisinden doğuyor gibi görünmesini sağlamıştır. Ayrıca bir çok fotoğrafında ayna kullanarak moda fotoğrafçılığında narsizm anlayışını sembolik şekilde kullanmıştır. Ağırlıklı olarak neoklasik ve sürealist efektleri vurgulayan Horst, Helen Bennet'in bu fotoğrafı güçlü

¹⁶¹ Banu Demirci, Moda Fotoğrafının Gelişimi ve Çağdaş Yaklaşımlar, Mimar Sinan Üniversitesi Fotoğraf Bölümü Yüksek Lisans Tezi, s:21

¹⁶² Paul Joblin, Fashion Spreads, Word and Image in Fashion Photography since 1980,Oxford, s. 21

¹⁶³ Demirci, A.g.e. , s. 21

* Trompe-l'oeil : Bir düzlem üzerinde sanat içeriği olan resimsel bir etki amaçlamaksızın, gerçeklik izlenimi vermeye çalışan her tür çizim, boyama vs. En basit trompe-l'oeil örneği olarak, sağır bir duvar üzerine yapılmış gerçek boyutlarında bir kapı resmi verilebilir. Böyle bir durumda resim yapma etkinliği tümüyle bir yanılsama yaratma işine indirgenmiş olmaktadır.

bir klasik etkiye sahip olan fotoğraflar için iyi bir örnektir. (Bkz Albüm 4, Fotoğraf 141) Sağ üst köşeden modelin üzerine tek bir spot ışığı verilmiş, spot alanının uçları, ışık ve gölgenin mükemmel bir birleşimiyle bir tavus kuşu gibi sergilenen kıvrımlı mantonun uçlarında gölge yapmıştır. Model, bir sütunun önünde durmakta ve spot ışığının gölgesinin modelin yüzünün hemen sağında bir yay şeklini aldığını almaktadır. Çene kemiği üzerine doğru oranda gölge düşürülerek kusursuz bir çene çizgisi elde edilmiştir. Fotoğrafta hiçbir rötuşa rastlanmamaktadır.. Poz, Alfred Moore'un resimlerine benzeyen heykelsi bir duruşla yapılandırılmıştır. Zeminin arkasına yerleştirilen bir ışık kaynağının yaydığı ışıkla arka plan koyu griden açık griye doğru derecelendirilme sağlanmış ve zemin etrafına da, üç adet Yunan tarzı alçı heykeller yerleştirilmiştir. Bunlar bir bakıma fotoğraftan ayrılmış gibi dursalar da fotoğrafın temel odak noktası model ve modelin giysisidir. Aksesuar kullanımında sadece antik bir etki yaratmaya çalışılmış ve bu, resim sanatında olduğu gibi gerçek objenin daha detaylı ve doğru bir ifadesini yansıtmak şeklinde gerçekleştirilmiştir

19.yy. sonrası başlayıp 20. yy.'da gelişen Avant-garde akımlar moda fotoğrafı üzerinde yoğun bir şekilde kendini hissettirmeye başlamıştır, dönemde modernizm etkisi devam ederken bir yandan da sürealizm ve art- deco gibi çağdaş akımlar moda fotoğrafı üzerinde etkisini göstermeye başlamıştır. Sürealist akımların izlerine daha çok Avrupalı fotoğrafçıların işlerinde rastlanırken yeni nesnellik yada objektiflik akımı ise etkisini yavaş yavaş yitirmeye başlamıştır.¹⁶⁴ Avardgart'ın tanımında karşılaştığımız değişim kavramı modanın konusudur. Bu nedenle modayı destekleyen bir yanı olduğunu söyleyebiliriz.

Hemen ardından aynı zamanda bir art direktör de olan Alexey Brodovitch Harper's Bazaar'da fotoğraflar üretmeye başlamıştır. İlerleyen dönemlerinde Avedon, Irving Penn gibi fotoğrafçıların asistan olarak yanında çalıştığı fotoğrafçı, fotoğrafın yanı sıra dönem içerisinde başarılı grafik çalışmalara da imza atmıştır. Fotoğrafın üslup sorunu üzerine de düşünen sanatçı "layout" tekniğini de geliştirmiş ve Man Ray gibi Fotoğrafçıların dönemde yeni fotoğraf stillerini ortaya koyacak fotoğrafçılara da dergide imkan sağlamıştır.

¹⁶⁴ Geniş Açı Dergisi, 1999, Güz, sayı:8, s:46

1930-1940 dönemleri içerisinde Vogue, Harper's Bazaar gibi dergiler sürrealizmin popüler hale gelmesinde oldukça etkili olmuşlardı. Sürrealizm, Hoyningen-Huene'nun ideal neo-klasik manzaraları yerine modern bir zemin yaratmıştı. Bu dönemde giysi ve beden ilişkisinde beden, bir arzu nesnesi olma çabası içerisinde değildi. Fotoğraflarda kadınlar boş ve dalgın ifadeler içerisinde daha çok bir uyur gezer gibi görünüyorlardı.¹⁶⁵

II. Dünya savaşında yaşanan kayıp ve yıkımlar bir çok insan üzerinde çok kötü izler bıraktı. Savaşın sonrasında, sanat formlarının patlaması moda fotoğrafının daha ciddiye alınmasına, sanatsal etkinliklerin de daha çok tartışılmasına neden oldu.¹⁶⁶ Geçmişte kabul edilen bir çok değer yıkıldı, sanat da dahil olmak üzere tüm kavramlar tekrar tekrar sorgulanmaya başlandı. Fransa Couture endüstrisine uygulana baskı sonunda bir çok moda evi kapatılırken bir çok moda dergisi de sansüre uğradı. Yüksek rütbeli subayların eşleri ve metresleri için çalışan firmalar desteklendi. Amerikan Vogue 'nun 1940 Eylül sayılı Alman tanklarının moda sektörünü vurduğunu belirtti. Bu moda sektörünün bir süreliğine Amerika'ya kaymasına yol açtı.

Çok farklı stillerin uygulanamadığı bu dönemde yerel kostümlerden uygulanan tasarımlar izlendi. Örneğin; Jacques Fath, Fransız köylü kostümlerinden ilham alarak tasarımlar yaptı. Paris modası kaybettiği önemi tekrar geri kazanmaya çalıştı. Bu nedenle elbise giydirilmiş ve bir tiyatroyu andıran mekanlarda sergilenen küçük bebekler "Theatre de Mode" (Moda Tiyatrosu) adıyla sergilendi Bu Haute Couturie'nin küçük bir minyatürü görünümündeydi. Bu bebeklerin fotoğrafları çekilerek oluşturulan kataloglarla Paris Modasına olan ilgi tekrar kazanılmaya çalışılmıştır. (Bkz Albüm 4, Fotoğraf 142)

Dönemin en cesaretli fotoğrafçılardan birisi de Cecil Beaton'du. Beaton; savaş nedeniyle yıkılmış Londra görüntülerini moda fotoğrafında arka plan olarak kullanmış, moda fotoğrafının kurmaca dünyasını da yıkma riskini göze alarak

¹⁶⁵ Frizot, A.g.e., s. 537

¹⁶⁶ Geniş Açık Dergisi, 1999, Güz, sayı:8, s:36

modayı en acı verici gerçekliğin “savaşın” üstüne projekte etmiştir. Beaton, Mimari ve dekorasyon konusunda da eğitim almış ve bu bilgilerini moda fotoğrafında da kullanmıştır. Başka bir eserinde ise üç erkek figürün yansıtılan sliüeti, kadınların hüküm sürdüğü sahnede erkeklere de yer veren çalışmalardır. (Bkz Albüm 4, Fotoğraf 143) Beaton, sürealizme olan yakınlığı onun tüm sanatsal çalışmalarında etkisini göstermektedir. Beaton, 1979’da “*dişlerinden ruju çıkararak çok zarif kadınların fotoğraflarını çekmek istiyorum. Stüdyoda spor giyimli bir kadını çekmek yerine aynı kıyafetli kadını bir motor kazasında heryeri yaralı halde çekmek daha hoş olurdu*” diye aktarmaktadır.¹⁶⁷ 1936 yılında NewYork’ta Modern Sanatlar Müzesinde Fantastik Sanat, Dada ve Sürealizm adlı sergide yer almıştır. Bu akımın izlerine sanatçının moda fotoğrafların da da rastlamak mümkündür. Amacı alışılmadık pozlar veren modellerin, rahatsız edici ışıklandırmaları ile tül ve ayna gibi aksesuarlarla zenginleştirilmiş fotoğrafik görüntüde uzamsal bir kopukluk yaratmaktı. Beaton, savaş sonrasında yaptığı çalışmaları için şunları söylemektedir: “*Tüm yaptığım, geçmişin kokuşmuş elegantlığından kurtulmaya çalışmaktır. Bu nedenle mankenleri oldukça pis dekorler üzerinde yapaylıktan uzak bir şekilde fotoğraflayarak gösterdim*”.¹⁶⁸

Yine 1934-1940’a kadar Vogue’un Fransız versiyonunda çalışan André Durst’un fotoğraflarında da benzer tekniklere rastlanmaktadır. Durst, giysinin okunmasını sağlayan geleneksel görüntüler elde etmiştir.

Aynı dönemin bir başka sanatçısı Clifford Coffin’de Man Ray ve Horst gibi sürealizmden etkilendi. Coffin’de görüntünün gerçekliğini önemserken, hayal dünyasını çağrıştıracak tekniklerden de sıklıkla yararlanmıştır. (Bkz Albüm 4, Fotoğraf 144) Narsizim, onun fotoğraflarında kişisel dünya ile toplumsal dünyayı farklı bir çizgiye taşımıştır. Fotoğraflarında hissedilen duygu ifadeleri, seyredenler tarafından kolayca benimsenebilecek kültürel davranışlar için model teşkil etmekteydi. Coffin renk paletini büyük bir hassasiyetle olağanüstü biçimde kullanarak fotoğraflarında moda aşkını ve aynı zamanda kadına duyulan ilgiyi ortaya çıkararak narin ve hassas bir imaj yaratmıştı. “*Décolleté, New York*”, 15 Ekim 1952

¹⁶⁷ Tina Butler, The Counterfeit Body, www. mongabay.com

¹⁶⁸ Demirci, A.g.e. , s. 24

tarihli Vogue dergisinin kapak resmi ile benzer özellikler taşıyordu. Cildin ve giysinin yumuşatılmış tonları parlak, kırmızı ruju mükemmel biçimde vurguluyordu. 1952 yılında Kahraman Şerif filminin yıldızı olan Grace Kelly'nin Cosmopolitan için verdiği pozda ise dekorda hafif ve yumuşak bir pembe ışık kullanılmıştı.

Sürealizmin en önemli temsilcisi sayılan Man Ray sanatsal çalışmaların yanı sıra ticari anlamda moda fotoğrafı çekerek geçimini sağlayan ilk fotoğrafçıdır.¹⁶⁹ Kendisinin bulduğu teknik denemeleri, çalışmalarında uygulayarak moda fotoğrafına, farklı bir bakış açısı getirmiştir. Moda fotoğrafçılığının tıpkı bir moda tasarımcısı gibi masa başında tasarlanabileceğini öngörmüş ve karanlık oda çalışmaları ile bu tasarımları desteklemiştir. Moda fotoğrafında daha önce alışılmamış karanlık oda tekniklerinin yanı sıra üst üste çekim ve sandviç baskı teknikleri ve farklı bakış açıları da denemiştir.(Bkz Albüm4,Fotoğraf145,146) 1921-1922 yıllarında modacı Paul Pioret ile çalışarak dönemin moda dergilerinde grafik tasarım yönü ağır basan işler çıkarmıştır. 1922 yılında "Rayogram" tekniğini bulan Man Ray yaptığı solarizasyonlarda giysilere soyut bir ifade anlayışı getirmiştir. Man Ray solarizasyon ve negatif etkilerinden oluşan rölyef tarzı baskıların kullanımı ile, maddeselliğini kaybeden ve şeffaflık kazanan bedenin manevileştirilmesi sonucu gizemli bir güzellik yaratıyor ve yepyeni bir bakış açısı getiriyordu. Nancy Hall Duncan, Man Ray'in sonuca ulaşmak için solarizasyon, üst üste fotoğraf basımı, negatif ve pozitif görüntülerin kombinasyonu ruh şeffaflıklarının sıkıştırılması ve kristalleşme elde etmek için ıslak negatifleri buzdolabında bekletmek dahil herşeyi yapacağını bildirmişti.¹⁷⁰

Erwin Blumenfeld 1930'larda , kendisinin Dadaist akımın çağdaş bir öncüsü olduğunu iddia etse de Vogue ve 1939'dan itibaren de Harper's Bazaar için yaptığı araştırmacı çalışmalarında, sürrealizm'den türeyen deneysel fotoğrafçılık örneklerini sergilemektedir.¹⁷¹ (Bkz Albüm 4, Fotoğraf 147)

¹⁶⁹ Frizot, A.g.e., s. 545

¹⁷⁰ Frizot, A.g.e., s. 545

¹⁷¹ Frizot, A.g.e., s. 546

Yeni reklamcılık anlayışlarının gelişmesi ve artan endüstrileşme ile birlikte işverenler ürettiklerini daha hızlı satabilecekleri yeni reklam stratejileri geliştirdiler. Reklamcılıkta psikolojik etkilerin önemi anlaşılmış ve bu yeni disiplin görsel dilin daha planlı bir şekilde kullanılmasını sağlamıştır. Blumenfeld'in fotoğrafları kusursuz bir dünya yaratma uğraşını veriyor, fotoğraflarında Man Ray gibi karanlık oda tekniklerini kullanıyordu. 1924'lerde deneysel sinemadan esinlenen Brumenfeld modeli, plastik bir öge olarak ele alan ilk kişidir.¹⁷² Aynı dönemde renkli filmin yaygınlaşmasıyla renk aramalarına da yer veren ilk sanatçılardan biri olmuştur. (Bkz Albüm 4, Fotoğraf 148) Dönemin fotoğraflarında doğal görünüm demode olurken nesnelerin fetiş kullanımı yapay bir güzellik anlayışı içerisinde sergileniyordu. Blumenfeld Kelly'nin birden fazla fotoğrafını çekerek dikkatleri Kelly'nin saçları ve omuzları üstünde yoğunlaştırmıştı. Bu muhteşem moda fotoğrafları, onun Amerika'ya göç etmeden önceki yıllarda sahip olduğu siyah ve beyaz sürrealist ve anti - Nazi tarzından tamamen farklı bir tarz sergiliyordu.

Teknolojinin gelişimi ile birlikte "Leice" nin piyasaya sunulması hem hızı arttırmış hem de taşıma kolaylığı sağlamıştı. Bu noktada fotojurnalizm büyük bir ivme kazanmış ve birçok alanı etkilemeye başlamıştı. Bu örneklerle ilk Martin Munkacsi'de rastlamaktayız. Munkacsi bir basın fotoğrafçısı iken savaş sonrası Amerika'ya giderek burada moda fotoğrafları çekmiştir. Moda fotoğrafını stüdyodan çıkararak onu gerçek dünyaya taşımış ve doğal ışıktaki sportif kadın imajını sergileyen fotoğraflar üretmiştir. Munkacsi'nin modeli, spor veya akrobasi yapar biçimde fotoğrafladığı karakteristik stili Amerikan kadının yeni yaşam tarzına uygun bir imaj kazandırmıştır. (Bkz Albüm 4, Fotoğraf 149) Modeller, bugün hala örneklerini gördüğümüz biçimde hareketsizlikten kurtulmuş oluyordu. Moda fotoğrafındaki bu gelişim kadının sosyal statüsündeki değişikliği de getirmiş ve özgürleşen kadın, çağdaş toplumun bir göstergesi konumuna da gelmiştir. Munkacsi, "...*Ruh halini tasvir etmeye çalışan veya taş devri hatırası gibi duran fotoğrafçılar hayatın görsel ve duygusal yanlarını da dikkate almalı...*" diyerek fotoğrafçılıkta popüler bir estetik edinmiştir.

¹⁷² Frizot, A.g.e., s. 546

Moda ve moda fotoğrafı ile ilgili yazılanları kısaca toparlasak şu sonuçlara varabiliriz; Moda artık tüm dünyada eş zamanlı olarak büyüyen ve güçlenen bir iş kolu haline gelmiş ve gücünün farkına varılmıştır. Bu noktada bu sektörün ürünlerinin çok daha yaygın olarak pazarlamasını sağlamak için moda fotoğrafı bir araç olarak kullanılmaya başlanmıştır. Gelişen teknolojilerle birlikte renkli basın olarak adlandırabileceğimiz magazin dergiciliği çok geniş kitlelere ulaşabilmesi nedeniyle bu sektörün vitrini haline gelmiştir. Bu noktadan sonra artık gerek modayla gerekse de moda fotoğrafı ile ilgili olarak çok daha farklı profesyonel stratejiler geliştirmek ihtiyacı doğmuştur. Moda fotoğrafı artık belli bir estetiği oluşmuş ilerleyen teknolojilerden sınırsızca beslenen kültürel bir sorun olarak görülecektir. Moda fotoğrafının üzerine düşen görevi en iyi şekilde gerçekleştirebilmesi ancak ve ancak kendini bu mekaniklikten kurtarmasıyla mümkün görülmektedir. Moda fotoğrafının farklı vizyon arayışları, siyasi, kültürel ve sosyal bir çok olguyla birlikte çok farklı biçimlerde şekillenen bir imaj sorununa dönüşmüştür. Bunun artık bir ekip işi olduğu ve ürünün şekillenmesinden pazarlanmasına, tanıtımından sunumuna kadar daha profesyonel bir yaklaşımı gerektirdiği anlaşılmıştır.

2. 1. 2. 1945 – 2005 Dönemi Dünyada Moda Fotoğrafçılığı

İkinci Dünya Savaşı tüm sosyal ve siyasi yaşamın değişmesine neden oldu. Savaştan sonra insanlar savaş öncesindeki yaşamlarına geri dönemediler. Savaşla birlikte yıkılan tüm değerlerin yerine yenileri aldı. Bu değişim moda fotoğrafında da çok etkili oldu. Yeni dünya düzeni ile birlikte gelişmeye başlayan reklamcılık savaşla birlikte kesintiye uğramıştı. Savaşın bitişi ile birlikte reklamcılık bir sektör halini aldı. Fotoğrafın ve görsel elementlerin etkisi çok daha iyi anlaşılmıştı. Moda fotoğrafı da yeni tarihi gerçekleri benimsemek zorunda kaldı. Fotoğrafın bu estetiksel değişiminin yanısıra teknolojik gelişmelerden de etkilendiğini görmekteyiz. Büyük format makinalar stüdyoların içerisine sıkışan fotoğraf çekimleri elde taşınan makinaların kullanılması ile birlikte sokağa çıktı. Stüdyo malzemeleride artarak çeşitlilik kazandı. Stüdyo araç gereçleri çoğaldı ve Fotoğrafçılar yalıtılmış stüdyo ortamlarını tercih etmeye başladılar. Gelişen teknik donanım bu anlarda moda

fotoğrafçılığında gelişimine destek olmuştur. Bu dönemde Lee Miler'in Vogue'de yayımlanan moda fotoğraflarında savaşın değiştirdiği tüm değerler açıkça görülmekteydi.

Miller, Steichen ve Hoyningen-Huene gibi ünlü fotoğrafçıların modeli olarak başladığı moda fotoğrafına, 1929'da Man Ray'in yanında devam etti. Daha sonra sürealist fotoğrafçılarla çalıştı. Bu akımın etkilerini taşıyan fotoğraflar çekti. 1932 yılında Newyork'a dönerek kendi stüdyosunu açtı. Amerika Vogue dergisinde moda fotoğrafları çekti. Savaşta Time Life'da muhabir ve fotoğrafçı olarak çalıştı. Savaştan sonra Vogue 'deki işine geri döndü ve moda çekmeye devam etti. Sanatçının fotoğrafın farklı alanlarındaki bu çalışmaları sanatına da yansımış ve moda tarihinde önemli bir yer tutmuştur. Miller'in fotoğraflarında geçmişteki gösterişli ve avangard hayal dünyasından vazgeçilmesi gerektiği savunmuş, acı gerçekler ile yüzleşerek, giysilerin çok daha fonksiyonel ve yararlı olması gerektiğini vurgulanmıştır. (Bkz Albüm 4, Fotoğraf 150)

Modanın ve moda fotoğrafının kitle iletişimindeki ilişkilerini 1950'lerden başlayarak görüntülere taşınması sosyal ve psikolojik tüm kuralların yeniden gözden geçirilmesine neden olmuştur. Dönemin dergilerinde 1950 modası "*İzleniyorsunuz! O yüzden doğru giyinin – aksini istemezseniz!*" sloganı ile yer alıyordu. Bu Amerikan reklamlarında olduğu gibi uygunluğun altının çizilmesi ve paranoya ile ilgili gizli bir mesaj veren 1950'lerdeki reklamların tipik bir durumuydu.¹⁷³ 1950'ler biterken moda da Haute Couture, yerini pret-e porter'a bıraktı. Hazır giyimin gelişmesi dergilerdeki moda fotoğrafının önemini daha da arttırarak modanın daha geniş kitlelere hitap etmesini sağladı. Prete porter daha sonra aynı isimdeki bir filmde konu oldu. 1994 yapımı Robert Altman'ın filmi moda dünyasının renkli yaşantısının hiçte görüldüğü gibi olmadığını göstermekte, moda sektörünün ihtiraslı dünyasını, ilişkilerini aktarmaktadır. Moda fotoğrafında da artık gerçeklikten uzak yaşayan stilize edilmiş kadın imajı yerini kişisel farklılıkların ön plana geçtiği sosyal etkilerle şekillenen fotoğraflara bırakmıştır.

¹⁷³ Steele, a.e.g, s.17

19. yy.'ın ikinci yarısında göze çarpan ve etkileri günümüze kadar süren en önemli fotoğrafçılardan birisi de Avedon'dur. Avedon'un fotoğraflarında modellerin çekici ve zarif pozları hemen göze çarpar. Modeller aniden gelişen bir duyguymuşçasına kadrajda dikkatlice yerleştirilmişlerdir. Avedon'un fotoğraflarını çarpıcı kılan bir başka unsur ise sanatçının kurguladığı arka fonlardır. Bu doğal platformlar, zaman zaman bir opera binası iken bazen de bir çiçekçi dükkanı stüdyo gibi kullanılmaktadır. 1955'de Avedon bir çok fotoğrafında bu çarpıcı arka planları kullanır. Bunlardan en önemlisi Paris'te bir sirkte çekilmiş olan "Dovima ve Filler" isimli moda fotoğrafıdır. (Bkz Albüm 4, Fotoğraf 151) Avedon bu fotoğrafı "her peak of elegance and power" olarak adlandırır. Avedon bundan sonrada bir çok fotoğrafında Dovima adındaki bu mankeni fotoğraflarında model olarak kullanacaktır. 1956'da ise Avedon ve Dovima ortaklığı bir filmle kendini gösterir. Sinema tarihinde çok önemli bir yere sahip olan bu film, Stanley Donen'in yönettiği Fred Astaire 'in Avedon'u canlandırdığı Audrey Hepburn'ün de yer aldığı "Funny Face" filmidir. Film tamamıyla Avedon'un kariyerinden ve fotoğraflarından esinlenerek yapılmış ve film için birçok moda fotoğrafı çekimi gerçekleştirilmiştir.¹⁷⁴

Özellikle 60'lı yılların sonunda ortaya çıkan egemen sınıf, ırk, cinsiyet temsillerine karşı çıkan politik hareketler bu dönemin temel dinamiği olmuştur. Avedon ise aynı dönemde bu politik hareketin "aktörlerini" fotoğraflayıp bir biçimde, dönemin profilini çıkartır. Avedon'un hem moda hem de portre fotoğrafçısı olarak içeriksel ve biçimsel yaklaşımları önceki dönem moda-portre fotoğrafçılarından ve çağdaşlarından ayrılır. Avedon genellikle portrelerini stüdyoda beyaz fon önünde üretmektedir. Avedon bu tercihini şöyle açıklar: "*Benim fotoğraf tercihim bir dizi "hayır"a dayalıdır. Kusursuz bir ışığa hayır, kolay anlaşılabilir kompozisyonlara hayır, poza ya da hikayeye hayır. Bütün bu hayırlar beni evete yönlendiriyor. Beyaz bir fona sahibim. İnsana sahibim ve aramızda olan şeyle ilgileniyorum*". Avedon beyaz fon kullanarak, kendine göre kişileri mekanın karmasıklığından soyutlayarak, sadece kendi görüntüleri, giyimleri (bazen çıplaklıklarıyla), ile görüntülemektedir. Avedonun tarzı Andy Warholun Pop-Art portre dizileri ile de paralellik taşımaktadır. 1960ların sonunda Pop-Art akımı,

¹⁷⁴ Steele Valerie, Fifty Years of Fashion New Look to Now, 1997, Yale Üniversitesi.44

modern tüketim kültürü içerisinde yer alan imgelemi incelemeye dayanan öncülüğünü Andy Warhol ve Roy Liechtenstein gibi isimlerin yaptığı sanat akımı olarak Avedon'da dahil pek çok sanatçının dikkatini çekmiştir. Pop-Art'ın kaynakları reklamlar ve şöhretler aynı zamanda Avedonun kaynakları olarak göze çarpmaktadır. (Bkz Albüm 4, Fotoğraf 152) Avedon,1950'lerden itibaren kadına aktif bir rol biçmiştir. Kadın sadece gözlemlenecek bir nesne olarak değil aynı zamanda, kendini ifade eden bağımsız bir varlık olarak ta görünmekteydi. 1960'tan sonra Avedon dış çekimleri bırakarak stüdyoda çalışmaya başladı. Kararında Fotoğrafçı Munkacsi'nin çalışmalarının da etkisi olmuştur. Avedon bununla ilgili olarak şu açıklamayı getirir: "Bu sanki öncelerden sevmiş olduğum ve şimdi ona asla inanmayacağım bir şey gibi. Gün ışığı oldukça nadir gördüğüm bir şey, tıpkı çocukluk gibi."¹⁷⁵ 1962 yılında ise magazin basınından esinlenerek Harper's Bazaar için kapak öyküsü hazırladı. Dönem içerisinde Elizabeth Taylor ile Richard Burton'un aşklarının basında ilgi bulmasından esinlenen Avedon, benzer bir senaryo yaratarak Komedyen Mike Nichols ve manken Suzy Parker'ın bir araya getirerek moda fotoğrafları çekti Ama bu fotoğraflar daha çok bir moda öykü şeklinde işlenmiş fotoğraflı makalelerdi.¹⁷⁶ Kurallara yapılan bu saldırı foto-romantizm, kişisel tarih ve sahte röportajı bir araya getiriyordu. Bu aslında kendi içine dönük kapalı bir dünyanın bittiğinde habercisi sayılabilirdi.¹⁷⁷ Moda fotoğrafçılığı bundan böyle ayrı bir dünya olarak değil, giysilerin bir anlatım amacı olarak kullanıldığı bir iletişim aracıydı. Avedon'un yarattığı tarz çağdaş moda fotoğrafında yıllarca süren bir etki bırakmıştır. 1950'lerde ise Calvin Klein'le çalışarak önemli çalışmalara imza atmıştır.1980'lerde ise yaptığı blucin çalışmalarında dönemin ünlü mankeni Brooke Shields gibi mankenlerin yakın çekimlerini içermekteydi.1997 yılında ise Pirelli takvimini fotoğraflayan Avedon, 50'lerde vurgulamaya başladığı kadının sosyal statüsüne ilişkin vurguları en üst noktalara taşımıştır. Sadık Tumay, konuyla ilgili olarak şöyle bildirmiştir: "*Richard Avedon'un gerçekleştirdiği Pirelli 97 takvimindeki görüntüler metanın zamanla olan polemigin de iletisimsel bir manifestosudur. "Observation" albümü ile açığa çıkan kadın bedenini gözleme ve inceleme süreci, Avedon'un voyouerist duyarlılığı esliğinde "woman of the world by Avedon" da en kristalize bir yorumla*

¹⁷⁵ Milliyet sanat s1997,s.343

¹⁷⁶ www.modaturkiye.com

¹⁷⁷ Frizot, A.g.e., s. 551

*biçimlenmiştir. Woman of the World by Avedon’ da yer alan fotoğraflar Avedon stilinin birer prototipidir. Bu anlamda Pirelli 1997 çalışması kadın anatomisinin soft erotik yorumu ile ilgili sosyolojik donelerin bir sentezi olarak görülebilir*¹⁷⁸

Norman Parkinson ise savaş sonrası romantik fotoğraflarıyla tanınmaktadır, Fotoğraflarının oldukça düzenli kompozisyonlardan oluştuğu modellerinin ise romantik ve zarif bir çekiçiliğe sahip olduğu görülmektedir. Parkinson’un dış mekanın ve gün ışığının kullanımıyla geliştirdiği “naturel” bakışın savaş sonrasına rastlaması sürpriz olmamıştır. (Bkz Albüm 4, Fotoğraf 153) Parkinson, Avrupa’lı fotoğrafçılardan farklı olarak fotoğraflarında yaşayan şeylere önem vermiş ve kendiliğinden olan hareketliliği yakalamak istemiştir. Modellerindeki yapmacıksız duran gülümsemelerle yeni bir imajında göstergesi sayılmıştır.¹⁷⁹ (Bkz Albüm 4, Fotoğraf 154)

1950’lerde moda fotoğrafçılığında Robert Frank ile gelişmeye başlayan Lee Friedlander, Diane Arbus ve Garry Winogrand ile devam eden “Enstantene Estetiği” diye adlandırılan tarzın başarılı öncülerinden biri de William Klein’dır. Klein, Fotoğrafçılığı kullanarak, fotoğrafik belgeyi yeniden keşfetmeğe çalışmıştır. Fotoğraflarında yaşayan sahnelere ve denemelere ağırlık vermiştir. Klein’in agresif fotoğrafçılık stili genellikle topluma ait yerlerde insanların fotoğraflarını çekerek bir tiyatro sahnesini andıran görüntüler elde ediyordu. Hazırladığı kitabında ticarileşme ile bozulan Amerikan toplumunu konu olarak işlemiştir. Çalışmalarındaki absürt yaklaşımlar onun Dada’ya olan eğilimini göstermektedir. William Klein, moda fotoğraflarında risk alabildiğini söylemiş, bunun nedenini de şöyle açıklamıştır: “...giysileri gösterdiğim sürece derginin ne yaptığım ile ilgilendiği yok.” Bir fotoğrafında Barbara Mullen uzun ağızlığı ile sigara içerken bir yandan da ruj sürmekteydi. Klein, bu fotoğrafında gereksiz ve inanılmaz derece de pahalı araçları ve anlamsız ritüelleri ile moda dergilerinin sundukları ile adeta dalga geçmekteydi. (Bkz Albüm 4, Fotoğraf 155, 156) Jeanloup Sieff’in çalışmaları ise 50’lerin tarzını

¹⁷⁸ Sadık Tümay, Avedon Manifestosunun Zamanla Polemiği, www.fotoğrafya .net

¹⁷⁹ Rogers, Brett, Look at me: fashion and photography in Britain 1960 to Present, a to British Council London, 1998 s. 129

açıkça yansıtmaktaydı. Fotoğraflarında modern zarafetin ve zevk düşkünlüğünün bütünleştiğini görmekteyiz. Uzun bir süre balerinleri fotoğraflamış ve kaçınılmaz biçimde Degas ve Seurat yaygın dansçı görüntüleri ve Rodin'in yıkanan kadınlarına karşı bir göndermen oluşmuştu. Fotoğrafları, Seurat'ın modellerinin verdiği pozları bazen ama mutlaka moda çekimi dilinde tekrarlıyordu.¹⁸⁰ Çalışmaları genellikle geniş açılı çarpıklıklar içeriyordu ve güçlü erotik etkiler görülüyordu. Etkili fotoğraflarından biri de bir kadın ve erkeğin birbirlerinin sigaralarını yakan fotoğrafıdır. Böylece sigara uzun bir süre boyunca seks ve sofistike yaşam tarzının bir sembolü olarak algılanmış ve kullanılmıştır. (Bkz Albüm 4, Fotoğraf 157)

1950'lerdeki moda ve moda fotoğrafındaki değişimler devam ederken Irving Penn, Vogue için çalışıyordu. Penn, moda fotoğrafındaki son aritokrat temsilci olarak kabul edilmektedir. Irving Penn daha önce yaptığı ilüstrasyonlarla adını duyurmuştu, aldığı sanat eğitimi moda fotoğraflarında etkili oldu ve dengeli kullanılmış, sade grafik düzenlemeler fotoğraflarını oluşturdu. Penn'in amacı, moda fotoğrafçılığını yeniden resim tarihinin bir parçası haline getirmektir. *"Bana göre çağdaş moda fotoğrafçılarının kökeni yüzyıllar öncesindeki moda ressamlarıdır"* diyen Penn'in moda ressamları hakkındaki bu fikri doğru kabul edilmese de kendi ticari faaliyetlerini ressamlarınkinden bağımsız ve ilgisiz olarak yürütebilmesini sağladı.¹⁸¹ Moda fotoğrafçılığında bir çeşit kendini ifade yöntemi olarak başlayan bu durum 70'lerden sonra daha da belirgin bir hale gelecekti. Penn fotoğraflarında genelde sahne aksesuarlarını kullanmıyor, figürleri, düz bir fonda çevreden soyutlayarak dekupe edilmiş imaj yaratıyordu. Kadın modelleri ise soyluları anımsatan bir zerafette görüntülüyordu. Penn'in fotoğraflarında çekicilik sağlanan detaylara odaklanılmış ve zarif modeller ikonografik kadın imajları olarak karşımıza çıkmıştır. Fotoğrafçının çalışmalarındaki kadınlar, üst sınıfın ideal bireylerini göstermektedir. Ama ima edilen nokta herkesin böyle bir hayata özendirilmesi gereği idi. (Bkz Albüm 4, Fotoğraf 158, 159)

1960'larda ise alışlagelmiş kuralları yıkarak yeni bir yaşam tarzını estetize eden moda fotoğrafları cinsel özgürlüğün de göstergesi olmuştur. Bu bağlamda

¹⁸⁰ www. photography.about.com

¹⁸¹ Frizot, A.g.e., s. 551

David Bailey'in fotoğrafları da model ile fotoğrafçı arasındaki mesafeyi birbirinden ayırarak sosyal ve cinsel rollerin de değişimini gündeme getirmiştir. Londra'lı işçi sınıfından gelen Bailey, giysilerin fazla üzerinde durmayan bir moda fotoğrafçısı olarak ün yaptı moda dünyasını birazda hafife alarak: “*Giysi dediğin sadece bir giysidir.*” açıklamasını yapmış, bunun yerine, modelin cinsel cazibesi üzerinde yoğunlaşmayı tercih etmiştir. Bailey'ye göre bir mankeni fotoğraflamak seksi bir olaydı. Fotoğraf makinesini penise benzetiyor ve kameraya kayıt etmenin ise bir güç sembolü olduğunu aktarıyordu.¹⁸² Bailey'nin moda fotoğrafları genellikle kendinden önce gelen fotoğrafçıların kullandığı yapay ışıklandırma ve abartılı pozlar gibi teatral bir ifadeye sahipti.¹⁸³ (Bkz Albüm 4, Fotoğraf 160)

Fotoğraflarında kadını cinsel bir obje olarak gösteren Bailey'in moda sahnesine çıkması belirleyici bir işaret olmuştur. Bu dönemde David Baily, Terrence Donavan ve Brain Duffy' nini adları “berbat üçlü” olarak anılıyordu. Bailey'in kadını kıyafetle bir bütün olarak sunmaya yönelmesi eski kompozisyonların saf ve temiz anlayışı ile tamamen bir zıtlık oluşturmaktaydı. Kadın imajları artık hep seksle ilgili olmuştur. Bailey, modellerinden spesifik el kol hareketleri yapmalarını istemiş, fotoğraflarında “bedeni akıcı sunma” idealini yakalamaya çalışmıştır. Ona göre, müdahale etmek fotoğrafçının işiydi ve bir süre sonra “hareket” modernizmin bir kriteri haline geldi. Bailey böylelikle giysilere de hareket önceliği sağlayarak onları daha çok sattırmayı hedefliyordu.¹⁸⁴ Moda Fotoğrafçısı olmasının tek sebebinin kızlar olduğunu aktaran Bailey, fotoğraf çekme süresince kadınların modanın yalnızca bedeni olduğunda bildirmiştir.

Moda fotoğrafı değişen değerleri göstermekle kalmamış çoğu zaman bir öncü niteliğide taşımıştır. Nitekim fiziksel ve psikolojik etkileri gerçek dünyaya taşıyan modeller, güzellik kanunlarını da yıkmaya başlamışlardır. Model Donyale Luna Moda fotoğrafı için poz veren ilk siyah mankendir. Paco Rabanne'ne imzalı fütüristik elbiseyi sergilediği, rahat pozuyla azınlıklarda yeni yeni oluşan bağımsızlık

¹⁸² Steele, a.e.g, s.44

¹⁸³ Jobling, A.g.e. , s.22

¹⁸⁴ Tina Butler, Cinsiyetin yaşı: fena Erkekler ve 1960'ların moda fotoğrafçılığında seksüelleştirilmiş bedenler, www.mongabay.com

duygusunu da ifade ediyordu.(Bkz Albüm 4, Fotoğraf 161) Siyahi modellerin yanı sıra farklı ülkelerdeki modeller de moda sektöründe isimlerini duyurmaya başladılar. Bu modellerin önemlilerinden ikisi, Penelope Tree, Veruschka'dır. Farklı fiziksel özellikleriyle birlikte moda fotoğrafında da çok seslilik başlamıştı. Veruschka Antonio'ninin "Blow Up" filminde oynayarak kariyerine sinema oyunculuğunu da ekleyecekti.

Dönemin etkin akımlarından Pop Art ve Op Art çalışmalarına moda fotoğrafında da sıklıkla rastlanılır olmuştur. 1954 yılında Newyork'a gelen Japon fotoğrafçı Hero, bu iki sanatsal akımı Japon kültürünün izlerinde aramıştı. (Bkz Albüm 4, Fotoğraf 162) Fotoğrafında bakış açısının yükseltilmesi ve özellikle modelin sol tarafında kolların gizlenmesiyle elde ettiği yön değişikliğinin etkisi görülüyordu. Kıvrımlı arka plan zemin çizgisini yok etmek için kullanılarak giysilerin biçimlerini yok sayarak soyut desenler veya Japonların baskı kalıplı bol ve dökümlü kumaşları gibi görünmesini sağlıyordu. Geleneksel Japon Ukiyo-e sanatında olduğu gibi saçlar özenli ve süslü biçimde toplatılıyordu. Böyle bir fotoğrafa ancak modelin takma kirpikleri sayesinde tarih tahmin edilebilir, diğer öğeler herhangi bir dönemi yansıtmamaktadır. Renk ve makyaja bakarak fotoğrafın çekildiği dönemi belirlemek daha kolaydır. İlginç olan tarafı ise yukarıdan verilen projektör ışığının modelin yüzünde yarattığı oval biçimdir. Yukarıya bakan gözler, saygılı ve düşünceli bir yüz ifadesi ve yüz dışında tüm bedeni örten giysi ile fotoğrafın dini bir görüntüsü vardır.

1970'lere gelindiğinde ise moda fotoğrafçılığı bir çok kuralı aşmış, önemsiz unsurlar olarak görülen kavramlardan ilham alan fotoğrafçılar karelerinde bunları kullanmışlardır. 1960'ların gelişmekte olan yeni kültürel değişimleri 70'lerde reklamların bir çoğunda seksüel imaların odak noktası konumuna gelmiştir. Atkinson, bu akımın sert ve yumuşak pornografinin artışına bağlı olduğunu belirtmiş ve dişiliğin yeni bir kadın standartında karşılık bulduğunu söylemiştir.¹⁸⁵ 1960'ların fotoğrafçılığında sezilen şeyler 1970'lerde daha belirgin bir hale gelmiştir.

¹⁸⁵ Butler A.g.e., s.2

Anlaşılabacağı gibi, klasik olarak feminen ve hala seksüelleşmemiş beden dikkat çekecek kadar yeterli değildir. Terry Richardson'un hassaslıkları ve kırıklıkları anlattığı fotoğraflarıyla başlayan süreç, Diana Arbus'un kişisel kimlik ve psikolojiye dayalı öznelğin içe dönük perspektifini ortaya çıkararak fotoğraflara değin ulaşmıştır. Bu fotoğrafçılar arasında Guy Bourdin, Helmut Newton, William Klein, Deborah Turbeville ve Sarah Moon sayılabilir. Bu değişim kişilerin toplumla bütünleşmesini sağlarken, 70'lerde kişilerin öz benliklerini de tanımlarına yardım etmiştir.¹⁸⁶

1970'lerde artan tüketim hızı satılan malları daha da çekici kılarken moda fotoğrafının da tüm değerlerini alt üst etmiştir. Newton ve Bourdin gibi fotoğrafçılar, giyimle ilgili arzuların cinsel fanteziler tarafından oluştuğunu düşünüyorlardı.

Fetişizm ve sapkınlık yüklü fotoğraflar çok daha sıklıkla görüntülenir olmuştur. 70'lerle birlikte ayrıca paparazi tarzı moda fotoğraflarının üretildiğini görmekteyiz. Dekorlar sadeleşirken kadınlar dişilikleriyle ön plana çıkıyorlardı. Bourdin'in fotoğraflarında çoğunlukla biraz gizem ve yoğun şiddet duyguları içeren karelere rastlamak mümkündür. Fotoğrafları, makyaj ile estetize edilmiş yapay mükemmellekle görsel semboller olarak sunulmaktaydı. Bourdin, ilk belirgin hikaye anlatan fotoğrafçıdır. Onun ilk yayımlanan fotoğrafı 1955'de Vogue'de bir kasapta kafası askıya alınmış domuzların önünde duran zarif bir modelin fotoğrafıdır. Bourdin'in bir çok fotoğrafı sert bir yapıya sahip olup grafiksel anlamda oldukça basittir. Bourdin'in imajları abartılmış şiddeti ve kara mizahı aktaran ve daha sonraki fotoğrafçılara örnek oluşturan fotoğraflardır. fotoğraflardır.¹⁸⁷ (Bkz Albüm 4, Fotoğraf 163)

Sarah Moon ise moda fotoğrafına farklı bir bakış açısı sunmuştur. Moon'un fotoğrafları sürealizmle ilişkili olsa da kalıplaşmış kadın imajından kurtulmak isteyen kadının iç dünyasının ifade etme çabası göze çarpmaktadır. Çalışmalarında giysiler,

¹⁸⁶ Frizot, A.g.e. , s.551

¹⁸⁷ Susan Kismaric, Eva Respini, Fashioning Fiction, The Museum of Modern Art, New York, 2004, s.7

psikolojik durumlarını özgürce ifade etmeye yarayan araçlar olarak görüyordu.¹⁸⁸
(Bkz. Albüm 5, Fotoğraf 164)

1970'ler aslında yeni bir dönemde habercisiydi. 60'larda başlayan seksüel gelişmeler, 70'lerde bazı moda fotoğrafçılarının fotoğraflarında yumuşak bir pornografiye geçiş sağladı. Bunun en iyi örneklerinden biri Helmut Newton 'du. Newton fotoğraflarında bu çarpıcı erotizmi ve vahşi dişiliği kullanırken, toplumsal çelişkileri de bu yöntemle yansıtmıştır. Aslında bu değişimin ilk işaretleri veren kişi Cecil Beaton 'du ama akımla özdeşen Helmut Newton oldu.

Görüldüğü gibi, Moda Fotoğrafının etkileyiciliği ile ilgili olarak görülen kadın bedeni 70'lerde agresif ve karşı koyan bir hal almıştır. 1970ler moda fotoğrafçılığında deneyimlerin ve hiper çelişkilerin yılları olarak kabul edilebilir. Bedendeki vahşi seksüelliğin, zıtlığını ve bu karışıklığın çelişkilerini somutlaştıran Helmut Newton, yaptığı pek çok kadının bütünlüğünü ve bağımsızlığını teşvik etmekten çok yıkmaya yöneliktir. Newton'un kullandığı vahşi kurgular genellikle gerçek dünyanın betimleyicisi olmuştur. Onun fotoğrafları derin bir yapaylık ve yansıtıcılığı ifade eder, şekilleri realiteden uzaktır. İmajın kısmi izlenimini kullanarak, yapayğı vurgulayan Newton'un sert renkleri,kullanması kısmen kırmızı ve maviyi tercih etmesi düşük kalitenin artmasıyla ilişkilidir.Böylece ortamın sınırlanmasını istemiş olan Newton'un pek çok işi bir ilk olarak görülmüştür. Newton'un imzalı fotoğraflarından birisi kanepede uzanan bir kadını betimlemektedir ve dikkat çekici bir şekilde kadının arkasından bir adamın yürüdüğü görülmektedir. İmaj adama ilgili değildir; kadının adama bakışı ile ve adamın objeye tepkisiyle ilgilidir. Burada Newton, geleneksel verici ve gözünü diken alıcıyı işaret etmiş, gücün yapısını ve önceden tanımlanan cinsiyetlerin rollerini dile getirmiştir. İmaj çok mükemmel değildir. Modelin bacakları geniş bir şekilde açıktır ve sanki arkasında yürüyen adamı davet ediyormuş ve seksüel bir baskı yaratıyormuş gibi varsayılmıştır. Burada aktarılan kadının üstünlüğü değil, erkek modelin durumu ile ilgilidir. Bu spesifik fotoğraf modeli özellikle reklamcılıkta uzun süreden beri kullanılmaktadır, John Berger'in "Görme Biçimleri" adlı eserinde bu konuya

¹⁸⁸ A.g.e. , s. 551

değınilmiş ve resmin tarihsel formunu kullanarak imajlar üzerinden gelişiminin izi sürülmüş ve daha modern ortamdaki reklam ve moda fotoğrafçılığına geçiş sağlanmıştır. Berger bunu “kadının görsel bir nesne olarak sunulması” şeklinde aktarır.¹⁸⁹ (Bkz. Albüm 5, Fotoğraf 165) Newton’un fotoğraflarında da kadının bu kapsamda yorumlandığı görülmektedir. Dönemin genel kanısı kıyafetlerin, kadının seksüel çekiciliğini, erkeklerin ise sosyal konumunu gösterdiği yolundadır. Diana Crane ise Vogue’de 1950’lerden 70’lere kadar fotoğrafta geçen sürecin, stillerdeki farklılıkların yansımalarını, kameranın bakış açısı bağlamında değerlendirmiştir. Gözünü dikme ve sürekli bakma anlayışının uzun yıllar sanatın konusu olduğunu bu ilişkinin nesne ile seyirci arasında geliştiğini aktarmaktadır. Crane’e göre moda fotoğrafında, bu bakma ve gözünü dikme isteğinin zirvede olduğu bir alan olarak yorumlanır.¹⁹⁰ Bu yorumdan da anlaşılacağı gibi imalar her zaman dışının erotik olarak sunumunu esas almışlardır. Kadınlar diğer kadınlara bakmaya teşvik edilmeli ve kadınlar tüketime özendirilmelidir. Alıcı kitlesini arttırmayı hedefleyen pazarlama stratejistleri bu örneklemenin erkekler içinde geçerli olabileceğini keşfetmişler ve bunu erkek moda dergileri üzerinden geliştirmişlerdir. (Bkz. Albüm 5, Fotoğraf 166)

Bruce Weber, aynı dönem fotoğrafçıları içerisinde erkekleri de seksüel ve fetişist objeler olarak sunmuştur. Weber Adonis gibi erkeklerin bedenlerini bir sunum nesnesi haline dönüştürmüştür. Weber’in 1991 ‘de Calvin Klein için çektiği fotoğrafları Chet Baker, “Homo-Erotic Fashion” olarak değerlendirir. (Bkz. Albüm 5, Fotoğraf 167) Joanne Finkelstein ise modanın sosyal değişimini irdelemiş ve 50’li, 60’lı, 70’li yıllar boyunca yapılan araştırmaların hiper-seksualite ve belirsiz seksüel şekillerin bir sunumu olduğunu aktarmıştır.¹⁹¹ Bruce Weber’in diğer fotoğrafları bunu destekleyen bir sunum içerir. (Bkz. Albüm 5, Fotoğraf 168)

80’lerden 90’lara kadar gelen süreç tarz olarak “glamour” ve “glitz” olarak şekillenmektedir. Bu ise 80’lerde başlayan şatafatı, renkliliği işaret etmekte, dönem fotoğraflarında bu izler açıkça göze çarpmaktadır.¹⁹² 80’lerde moda fotoğrafı, artık

¹⁸⁹ John Berger, Görme Biçimleri, Metis Yayınları, 1986, s.47

¹⁹⁰ Butler, Kimin Gözleri için?, www.mongabay.com, s.1

¹⁹¹ Joanne Finkelstein , Chic Theory, [www.lib.latrobe.edu.au/AHR/ archive/Issue-March-1997](http://www.lib.latrobe.edu.au/AHR/archive/Issue-March-1997)

¹⁹² Geniş Açı Dergisi, 1999, Güz, sayı:8, s:39

önlenez bir ivme ile daha da genişleyerek etkisini hissettirmiştir. Kadının gücünün fark edilmesi yükselen ivmeyi etkileyerek daha da arttırmıştır. 1990'lara doğru gelindikçe bu romantik çekicilik ve abartılı barok hava yerini yavaş yavaş minimalizme bırakmaktadır. 90'larda ise post modernist bir tarzın hakim olduğu, avand-garde akımlardan beslenen moda fotoğrafları görülmektedir.

1990'lara gelindiğinde moda fotoğrafı, ideal ve klasik güzelliğin örneklerinden hayat tarzını aktaran ve gençlik kültürüne bağlı yeni bir dile doğru geçiş yapmıştır. Bu geçişteki temel faktör modanın kendisindeki değişimler, hitap ettiği kitle ve yeni pazarlama tekniklerinin gelişmesi ve kullanılması ile ilgilidir. 1990'lardan sonra çekilmeye başlanılan moda fotoğraflarında "giyim" tanıtım anlamında ikinci planda kalmıştır.¹⁹³

1990'lar, sanatsal ve ticari fotoğrafçılığın karşılıklı etkilerinin moda fotoğrafçılığında belirgin biçimde görüldüğü canlı ve yaratıcı bir döneme tanıklık etmiştir. 1990'larda moda fotoğrafı, sinemadan, kişisel albümlerden ve enstantene çekimlerinden oldukça etkilenmekteydi. Moda fotoğrafı 90'larda bu yeni yolu kullanarak kendine bir dil oluşturma çabası içine girdi bu yeni anlayışın çıkış noktasını moda endüstrisinin ürün satmaktan "yaşam tarzı" satmaya geçiş oluşturdu. Fotoğrafçılar ve reklamcılar, güncel hayatı tanımlayan hikayeler anlatmak için sezonun silüetleri ve etek boylarını tarif etmekten vazgeçerek değişen moda ticaretine ayak uydurdular. Moma Qns, Modern Sanatlar Newyork Müzesi'nde "1990'dan bugüne Fotoğrafçılıkta Moda Kurgusu" adıyla nisan 2004'de açılan moda fotoğrafları sergisi modanın sanatla buluşması anlamında önemli çalışmadır. Konuyla ilgili olarak müze müdürü Susan Kismaric, Eva Respini'ni düşüncelerini şöyle dile getiriyor: "1990'lardaki moda fotoğrafçılığı, moda dünyası dışındaki anlatıları aktarma arzusu taşıyordu. Moda gibi fotoğrafçılık da teknolojik gelişmelerin yanı sıra değişen sayısız kültürel, sosyal ve ekonomik güçler aracılığıyla değişime dayanıyor ve değişimden güç alıyordu. Bu çalışmalar, sözlü geleneklerin ve tekniklerin uyumunu ve aralarındaki alışverişi göstermektedir."¹⁹⁴

¹⁹³ Kismaric, A.e.g. , s. 8

¹⁹⁴ www.momaexhibition_files

Görüleceği gibi 1990'larda moda fotoğrafı; kültür, sinema, televizyon, internet gibi bir çok alandan beslenmeye başladı. Masa üstü yayıncılığında gelişmesi çok daha bilinçli bir tüketicinin oluşmasını desteklemiş ve moda fotoğrafı inanılmaz bir hızla gelişmiştir. 1980'lerde başlayan alternatif moda magazin dergilerinin artması yeni rekabetleri doğururken moda fotoğrafçıların sanatsal anlamda kendilerini daha özgür bir şekilde gösterebilmesine de olanak tanımıştır. Vogue, Harper's Bazaar, Cosmopolitan gibi ticari dergilerin yanı sıra alternatif akımları destekleyen Dutch, Purple, Self Service, Big, Surface, Sleek, İ-D, The Face, Arena, Tank ve Another gibi dergiler moda fotoğrafında farklı bakış açılarının gelişmesine olanak tanımıştır. Yeni magazin dergilerinin artışı kültürel fikirlerin bir taşıyıcısı olarak da moda duyan ilginin de bir sonucudur. Magazin dergileri; sanat, müzik, moda ve tasarım genç kültür için bir kesişim noktası geliştirmiş ve orjinalliğe hatta kişisel ifadeye bile odaklanan moda fotoğrafçılığının canlanmasına yardım etmiştir. Görsel algının adeta bir bombardımana uğradığı 90'lı yıllarda Partington'a göre; postmodernist tüketicinin iyi bir kod çözücüsü olması beklenir. Böylece belirli bir kişiliği ifade etmek için hem alternatifler arasında ayırım yapabilir hem de seçtiği metalarla özdeşleşebileceğini belirtmektedir.¹⁹⁵ Post modern süreçte ivme kazanan bu tarz dergiler kişisel içtenlik ve özgünlükler ön planda tutularak çeşitli hikayeler yaratan , sinema ve kişisel fotoğraflardan etkilenen fotoğrafçıları, stilistleri ve editörleri düşüncelerini ifade etmeleri ve görüntüleri dramatik sunumlarla yeni jenerasyonların beğenilerine hitap eden anlatıları oluşturmaları için teşvik etmiştir.

1990'larla birlikte kurgusallığın fotoğrafta bir yöntem olarak geliştirilmesi ile moda fotoğrafçıları iki farklı anlatım biçiminde gruplaştılar: Bunlardan ilki, Cedric Buchet ve Cindy Sherman'ın çalışmalarında görüldüğü üzere sinematik tekniklerin uygulanması şeklinde üretilen moda fotoğrafları ve diğeri, Nan Goldin, Juergen Teller ve diğeri moda fotoğrafçıların çalışmalarında gözlemlenen enstantane ağırlıklı çekimlerdir.

Sinemanın görsel etkisi, Cedric Buchet, Philip Lorca-di Corcia, Glen Luchford, Craig McDean, Cindy Snherman ve Ellen vo Unwerth gibi fotoğrafçıların

¹⁹⁵ Crane,a.g.e, s.24

sinemanın imgelerini ve stratejilerini kendi amaçları doğrultusunda kullanması, öykülerin tamamen yalın karakterlerle anlatılmasından filmlere özgü ışıklandırma ve kamera açılarının kullanılmasına kadar değişik biçimlerde ortaya çıkmıştır.

2000 yılında “W” dergisinde yayınlanan 30 sayfalık editoryal bir yazı olan “Cuba Libre”de Philip-Lorca di Corcia, dramatik bir etki yaratmak amacıyla sıradan olanla görsel anlamda dikkat çekici olanı birleştirmiştir. Havana’da çekilen fotoğraflar, genç bir kadını şehir hayatı içinde görüntülemektedir. Kadın karakter zaman zaman çeşitli yabancılarla bir araya gelip farklı senaryolarda yer almaktadır. Ustalıkla çekilmiş her fotoğraf, henüz gerçekleşmiş veya gerçekleşmek üzere olan bir eylemi gösteren dondurulmuş bir andır. “Cuba Libre”de di Corcia, izleyicilerin boşlukları doldurmasını istemiş ve bir hikayeden anlar görüntülemiştir. Corcia’nın fotoğrafları, başı yada sonu olmayan öykünü gizli anlarıdır. Fotoğraflarında sanatsal yaklaşımla hazırlanmış senaryolarda film tadında günlük yaşamın öyküleri gösterilir.¹⁹⁶ (Bkz. Albüm 5, Fotoğraf 169, 170)

Cedric Buchet’in fotoğrafları dikkatlice bakmamızı sağlayacak nötral bir sahne ve aşırı ışıkla çevrelenmiş boşluklarda tüm ilgi alanını kıyafetlerin üstüne taşımaktadır. Fotoğraflar, gerçeği ve hayal edileni gösteren sahil sahnelerinde değişen karakterle şekillenmiştir. Bir çok figürün başı veya ayakları bilinçli bir şekilde kesilmiştir. Fotoğraflarında Fellini’nin 1963 yapımı sekizbuçuk filminin izlerine rastlanır. Buchet’in modelleri de tıpkı filmdeki karakterler gibi amacsızca yolundan çıkan figürler olarak kullanılmışlardır. (Bkz. Albüm 5, Fotoğraf 171, 172)

Cindy Sherman’ın film karelerinden esinlenerek gerçekleştirdiği, “*Untitled Film Stills*” (1977-80) adlı çalışmalarından temel alınarak moda tasarımcıları için gerçekleştirdiği, “*Comme des Garçons*” (1994) ve “*Dorothee Bis*” (1984) firmaları ve Harper’s Bazaar (1993) için yaptığı çalışmalarında yine sinema dilinden yararlanmıştır. Sherman, moda fotoğraflarında modanın çekiciliğini zayıflatmak amacıyla giysileri aksesuar gibi kullanmaktadır. Fotoğraflar, moda ve sahte cazibenin bir karşı duruşudur. Kusursuz görünen modeller yerine kullandığı karakterler korku

¹⁹⁶ Kismaric, A.e.g. , s. 9

filmlerinde görülen huysuz ve yaşlı kadınlardır. Sherman'ın *Untitled Film Stills* kadınların filmlerde açıklanan toplum içindeki rolleriyle ilgili eleştirisinde olduğu gibi, moda fotoğraflarında, sektörün gösterişli dünyasıyla da mücadele etmiştir. (Bkz. [Albüm 5, Fotoğraf 173, 174](#)) Sherman'ın yarattığı karakterler, modanın kurbanı olan korku film karakterleridir. Bu karakterlerin akıl sağlıkları yerinde değildir ve moda bunun suçlusunu olarak görülmektedir. Pek çok kıyafet reklamı, “bunu giy, hayatın değişsin!” ilkesinin reklamını yaparken Sherman, bunu kıyafetlere ve kadınlara bir saldırı olarak algılar ve kıyafetleri çirkin yapabilmek için çirkin ve depresif resimler çekmeye karar verir. Sherman, toplum baskısının bir sonucu olarak kadınlara verilen streo tip kişiliğin ve kadınların bir moda kurbanı olarak görülmesine farklı bir bakış açısı ile bakmaktadır. ¹⁹⁷

Glen Luchford Prada'nın 1997 ve 1998 reklam kampanyaları için çektiği fotoğraflarda korku filmlerinin gerilimini gösteren bir anlatım oldukça belirgindi. Luchford'un fotoğrafları için sinema stratejileri ile besleniyor ve giysiden çok modelin anlatımına yer veriyordu. Luchford dramatik ışıklandırma ve çerçeveleme kullanarak dikkati aksesuarlara çeken gerilim dolu bir atmosfer yaratıyor ve fotoğraflarını bu temel üzerine oturtuyordu. Prada kampanyası için çektiği resimlerin çoğunda bedenlerin sadece belli kısımları görülmektedir. Fotoğraflar sinemasal olup çevre ışığı setler, film gizemiyle yaratılmış klostrofobik bir çevreyi yansıtmıştır. Bir fotoğraftaki kadın ayaklarından kırmızı kurdelelerle bağlı olarak görüntülenmiş ve burada seyirciye bu modelle ilgili bir son yazma fırsatı tanınmıştır. Luchford'un imajları, duygusal durumu arttırmak için sinemasal stratejilerle modanın sentetik yüzünün ardındaki gerçekleri görmeyi amaçlamıştır. ([Bkz. Albüm 5, Fotoğraf 175, 176](#)). Ellen von Unworth, Fotoğraflarını özel efektler olmadan gerçekleştirir. Moda denemelerinde, Paris sokaklarında gezen ve neşeli hayatları olan sarışın sevgililere odaklanmıştır. Modelleri daha çok 1960'ların Fransız filmlerindeki kadına göndermeler yapar. Bir seri moda fotoğrafında günlük aktiitelerini gerçekleştiren henüz tanınmamış klasik sarışın oyuncuya yer verir ve popüler kültüre gönderme yaparken aynı zamanda Marilyn Monroe'nin trajik hayatını da söguler. Bu fotoğraflar bize magazin basınından oldukça tanıdık gelmekte ve bir yıldızın özel

¹⁹⁷ Catherine Morris, Cindy Sherman, The Wonderland Press, Newyork, 1999, s. 72

hayatını izleyen paparazi tarafından çekilmiş imajı yaratmaktadırlar.(Bkz. Albüm 5, Fotoğraf 177, 178)

Kişisel fotoğrafçılığın gelişimini etkileyen diğer bir etmen enstantene fotoğrafçılığı yada bir başka söyleyişle şip şak fotoğrafçılık ve kişisel aile albümleridir. Enstantane çekimleri ve aile albümleri gibi kişisel veya amatör fotoğraflardan esinlenen Nan Goldin, Tina Barney, Simon Leigh, Steven Meisel, Mario Sorrenti, Larry Sultan ve Juergen Teller, gibi fotoğrafçılar, samimiyet ve özgünlüğü dergi sayfalarına taşıyan hikayeleri anlatabilmek için moda dünyasındaki ideallerden çok günlük hayattan öğeler kullanmıştır. Fotoğrafçı Listte Model; *“bütün fotoğraf imajlarının içerisinde enstantene fotoğrafların gerçeğe en yakın fotoğraflar olduklarını belirtmiştir.”* O’na göre sıcak aile fotoğrafları masumdur ve yaşamı, insanları olduğu gibi yakalamak ister, fotoğrafın estetik kurallarından habersiz anın yaşatılmasını sağlar. Bu nedenle bu fotoğraflar yıllar sonra bile hatırlanabilecek kültürel bir ritüel ve otobiyografik yaklaşımı içerir.¹⁹⁸ Böylece enstantene fotoğrafçılığının duygusal orjinalliği ve empatiye olanak veren durumu sanat ve moda fotoğrafçıları için deneysel yaklaşımları olanaklı kılar.

Corinne Day’in İngiliz dergisi Vogue için çektiği Kate Moss fotoğrafları bu anlamda önemli fotoğraflardandır. “gariban ve eroin şıklığı” terimleri ile anılan fotoğraflarda geleneksel olmayan güzelliğin yanında çirkin senaryoları da işlenmeye başlanmıştır. Enstantene fotoğrafçılığının estetiği sorgulanırken, zayıf ve bakımsız modellerin imajları, pis ve sağlıksız ortamlarda gösterilmiştir. Ardından gelen sosyal içerikli tartışmalarda bu fotoğrafların sağlıksız yaşam tarzlarını ve ilaç kullanımını empoze ettiği idda edilmiştir. Bu tarz fotoğraflarla birlikte gerçeklik abartılı bir tarz olarak gösterilmiş, fotoğrafçılar fotoğrafın teknik başarısına takılıp kalmamışlardır. Estetik yapılanma aşılarak doğrudan içerik sorgulanmıştır.

1985’de *“Village Voice”*’in moda eki *“View”*’in ilk sayısı için Nan Goldin New York’un Aşağı Doğu Yakası’ndaki Rus banyolarında iç çamaşırları içinde dört arkadaşı fotoğraflamıştır. *“Maskülen/Feminen”* (erkesi /kadınsılık) adını taşıyan

¹⁹⁸ Kismaric, A.e.g. , s. 17

fotoğraflar, stilize edilmiş moda fotoğraflarından çok kişisel anıları ifade eden anlık enstantane fotoğraflarıydı. Fotoğrafladığı kadınlar Goldin'in arkadaşlarıydı ve bu kadınlar arasındaki ilişki güzellikten çok fotoğraflardaki odak noktasıydı. Aslında kıyafetler adeta modayı tanımlamak ve satmak için esir almıştır. Goldin'in fotoğraflarında profesyonel modeller ve setler kullanılmamış ve inanılmaz şekilde bir inandırıcılık sağlanmıştır. (Bkz. Albüm 5, Fotoğraf 179, 180)

Mario Sorenti de hayatını ve arkadaşlarını belgeleyen fotoğraflar çekmiştir. Bu resimlerde güzel kadınlar yerine grafiti ile boyanmış bir odada bir bango tütüren tekerlekli sandalyede bir genci fotoğraflamıştır. Ayrıca gazeteden keserek oluşturduğu günlük Another magazinde 2001'de "one" adıyla yayınlanmıştır. (Bkz. Albüm 5, Fotoğraf 181)

1990'larda abartılan enstantene fotoğraflarının punk estetiği* Steven Meisel'in fotoğraflarında karşımıza çıkar 1995 yılında Calvin Klein'in kotlarını fotoğrafladığı çok genç çocukların çıplak göğüslerini vurgulaması nedeniyle çocuk pornosu ile suçlanmıştır. 1997 yılında yaptığı "iyi bir yaşam" adlı çalışması ise zevkli bir evde yaşayan ideal bir aileyi canlandırmıştır. Elbiseler, setler, aile piknikleri gibi mutlu anları yansıtmak üzere dikkatlice kurgulanmıştır. Pozlar kararlıdır. Saç ve makyajlar ise mükemmeldir. Sembolizm ve dramatik öykülerle yüklüdür. Tüm seride öykü fotoğrafların üzerine kurulmuştur. Doygun renk kullanımı ile fotoğraflar neredyse kicthe dönüşmüştür. (Bkz. Albüm 5, Fotoğraf 182)

"W" dergisinde 1999'da yayınlanan "The Clients" adlı yazı için Juergen Teller, moda tasarımcılarının Paris'teki atölyelerinde Jacqueline de Ribes ve Yunanistan Prensesi Marie-Chantal gibi haute couture'e en fazla sadık kalan müşterilerin fotoğraflarını çekmişti. Basit, doğal ve stüdyoda çekilen fotoğraflar özenli ve abartılı stillerden tamamiyle uzaktı. Temasını, bir moda fotoğrafı için poz

* Punk Estetiği: Punk kültüründen fazlasıyla etkilenen ama anarşizminden öte görsel estetiğini kullanan hiçbir eğitimi ve yeteneği önemsemeyen "bunu sende yaparsın" sloganıyla bütünleşen sanat anlayışı.

veren modeller yerine rasgele bir anında fotoğraflanmış kadınlar oluşturuyordu. (Bkz. Albüm 5, Fotoğraf 183)

Aynı eğilim içerisindeki Simon Leigh ise, 2002'deki "Oh de Toilette" çalışmasında model kullanmadan güzellik ürünleri fotoğraflamıştır. Bunlar özenilmemiş hissi veren güzellik ürününün doğal yerinde sergilenmiş imajı yaratan fotoğraflardır. Ürünler çok kullanıldıkları banyolarda doğal ışıkla doğal hallerinde fotoğraflanırken günümüz güzellik ürünlerinin parlaklığına ve gösterişine gönderme yapmaktadırlar. (Bkz. Albüm 5, Fotoğraf 184)

1990'lardaki moda fotoğraflarında, aile albümleri geleneği önemli bir rol oynamıştır. Larry Sultan, Kate Spade Sonbahar/Kış 2002 reklam kampanyası için oluşturulan aile albümlerindeki fotoğrafları anımsatan çalışmalar yapmıştır. Enstantane fotoğraflardan meydana gelen seri, "Tennessee" adlı yirmili yaşlardaki kızlarını görmek üzere New York'a gelmiş hayali bir aileyi anlatıyordu. "Lawrence"lar kültürel olarak sofistike ve tarz sahibi bir aile görünümünde olup, bir dizi klişe poz vererek renklerin aşırı doymuş olduğu gerçek üstü fotoğraflarda poz vermişlerdi. Sultan'ın fotoğrafları kendi ticari niteliklerini ifade ediyordu ve pek çok moda fotoğrafı gibi bunlar da tüm moda fotoğraflarındaki yapay doğa ve sahteliğe işaret ediyordu. Bu aile Newyork'un Caryle otelinde kalırlar, sanat galerilerini gezer, alışveriş yaparlar. Amerikan ailesi görünümünde olan Lawrens'lar yarattıkları imajlarla kodak filminin 1940'lardaki reklamlarına benzemektedir. İmajlarda karakterler mükemmel bir şekilde hazırlanmıştır. Bu fotoğraflar bir anne ve babanın var olduğu geleneksel aile yaşantısını vurgularken ortalama bir Amerikan rüyası şeklinde görüntülenmiştir. (Bkz. Albüm 5, Fotoğraf 185)

Tina Barney, aile fotoğrafları motifini hikayelerdeki şekillenmelerde bir araç olarak kullanmıştır. Sultan ve Meisel'in fotoğraflarındaki mükemmeliyetçilik onda görülmez Barney'in kendi arkadaşları ve ailesi mutlu sahnelerde bir araya gelirler. Fotoğrafları, her detayı yansıtır. Aile bireyleri arasındaki karışık ilişkilerde elbiselere odaklanılmaz (Bkz. Albüm 5, Fotoğraf 186, 187)

Sinemanın görsel dilinin ve enstantene estetiğinin dışında farklı bireysel üslup içerisinde de moda fotoğrafçılığı ile çalışan çok sayıda moda fotoğrafçı da bulunmaktadır. Bu fotoğrafçılar; David Sims, Nobuyoshi Araki, Nick Night, Craig Mc Dean, Jeff Burton, Steven Klein, Terry Richardson, Wolfgang Tillmans, David Armstrong, Saul Fletcher, Jack Pierson, Paolo Roversi, Inez Van Lamsweerde, Mary Ellen Mark, Catherine Opie, Mary Ellen Mark, Richard Pirince, Bruce Davidson, David Sims, Annie Leibovitz, David La Chapelle, Andreas Serrano, Diane Arbus, Mario Testino, Peter Lindbergh, Oliver Toscani olarak tanımlanabilir. Tüm fotoğrafçıları incelemek bu çalışma içerisinde mümkün olmasa da kendi üslubunu geliştiren birkaç fotoğrafçıya bakmak doğru bir yaklaşım olacaktır.

Örneğin Nobuyoshi Araki, Japonya'nın en ünlü moda fotoğrafçılarından biridir. Tokyo seks endüstrisinin alt kültürü içindeki tabuları yıkan fotoğrafları göze çarpmaktadır. Araki'de Manet'in "olimpiya"sını andıran bir yaklaşımla Japon kadını seksüel anlamda özgür kılar. (Bkz. Albüm 5, Fotoğraf 188, 189)

David La Chapelle'de moda fotoğrafında çok farklı üslubu ile ayrı bir yere konulmalıdır. Tüm fotoğrafında magrittevari yorumuyla sürrealist çalışmalar yapan fotoğrafçı, gerek doygun renk kullanımı gerek modellerin duruşu ile "kitci" bir üsluba şekline döndürmüştür ve kendisi ile özdeşleşmiştir. 1990'larda ironi içeren fotoğrafları Vogue'da yer almaya başlamış 2000'lerde ise absürt bir tarza dönüşerek saldırgan bir hal almıştır. LaChapelle'nin fotoğrafları, Dadaizm, Sürrealizm, etkileri taşımakta günümüzde ise postmodern topluma göndermeler yapmaktadır. (Bkz. Albüm 5, Fotoğraf 190, 191)

Andres Serrano fotoğraf sanatında çok konuşulan isimlerden biri olmuştur. Çektiği moda fotoğraflarındaki farklı yaklaşımı oldukça dikkat çekicidir. Serrano'nun modelleri bedensel özürlü modellerden oluşmuş ve modanın herkes için olabileceği vurgulanarak günümüz moda anlayışını eleştirmiştir.

Benetton firmasının adıyla bütünleşen Oliver Toscani ise fotoğraflarında sadece giysi reklamlarını fotoğraflamamış toplumsal mesajlar içeren imaj fotoğrafları

da çekmiştir. Görüldüğü anda şok etkisi yapan fotoğraflar global bir dünyanın izlerini taşımaktadır. Beyaz bir çocuğu emziren siyah bir kadın, aidsli bir hasta ve ailesi , yeni doğmuş bir bebek gibi çarpıcı fotoğraflarla savaşa ,ırkçılığa , dine, hastalıklara göndermeler yapar. Hümanist tavrı öne çıkarırken ırk, cinsiyet, kimlik problemlerini göstermeyi bir misyon edinmiştir.(Bkz. Albüm 5, Fotoğraf 192,193)

Hollandalı moda fotoğrafçısı İnez Van Lamsweerde ise bilhassa son yıllarda yaptığı photoshop çalışmalarında sanat ile ticari moda fotoğrafçılığını aynı çizgide buluşturmuştur. Farklı yaşlardaki farklı insanlardan fotoğrafladığı parçaları bir araya getirerek teknoloji yardımı ile hibrit görüntüler üretir. Nazif Topçuoğlu, bu görüntülerin normal insanlar tarafından kopya edilemeyecek görüntülerin moda fotoğrafçılığındaki idealize edilmiş kusursuz insan yaratma çabasına bir gönderme olduğunu aktarmaktadır. Ayrıca mankenler ile insanları tek bir fotoğrafta birleştirdiği görüntüler, günümüz insanımızın duruma farklı göndermeler yapmaktadır.¹⁹⁹ (Bkz. Albüm 5, Fotoğraf 193a)

2.2. Türkiye’de Moda Fotoğrafçılığı

Tanzimatla birlikte batıya koşturulan giyim kültürü dünyadaki gelişimin aksine Türkiye’de ancak 80’lerle birlikte vücut bulmuştur. Batıyı bu kadar yakından takip ediyor olmamıza rağmen moda fotoğrafı branşının oluşmamasının ardında çok farklı nedenler yatmaktadır. Bu nedenleri irdeleyebilmek ve Türkiye’de moda fotoğrafının tarihsel gelişimine ışık tutmak doğru bir yaklaşım olacaktır.

2.2.1.-Türkiye’de Moda Fotoğrafçılığının Tarihsel Gelişimi

Daguerreotype’ın bulunuşu ve halka tanıtılmasının ardından 28 ekim 1839’da İstanbul’da yayımlanan Takvim-i Vekayi gazetesinde fotoğrafın keşfi bir haberle duyurulmuştu. 1800’lerde III. Selim ile başlayan padişahların portre yaptırma geleneği ilerleyen yıllarda gravür ile çoğaltma biçimine dönüşmüş ve II. Mahmut

¹⁹⁹ Nazif Topçuoğlu, Fotoğraf Ölmedi Ama Tuhaf Kokuyor, YKY. , 1993, İstanbul, s.34

döneminden sonra padişah albümleri hazırlanmaya başlanmıştı. Daha sonraki yıllarda ise çıkarılan albümlerde fotoğraf tekniğinin de kullanıldığı görülmektedir.²⁰⁰ Bu albümlerde, Sultan Abdülaziz, Sultan V. Murat ve Sultan II. Abdülhamit'in saray fotoğrafçıları Abdullah Biraderler ve Vasilaki Kargopulo tarafından çekilmiş portreleri kullanılmıştır.²⁰¹

İstanbul'da bilinen en eski ticari amaçlı Dageryotip çekimlerinin, 1842 yılında Fransız asıllı Kompa (Compas) adında bir gezgin fotoğrafçı tarafından yapılmış olduğu 17 temmuz 1842 tarihli Ceride-i Havadis Gazetesi'nde Kompa'nın kendi ifadeleriyle anlatılmaktadır.²⁰²

İstanbul'da profesyonel anlamda faaliyet göstermiş en önemli Dagereotip stüdyolarından biri de İtalyan asıllı Carlo ve Giovanni Naya kardeşler tarafından kurulmuştur.²⁰³ Naya'lar Avrupa kökenli halkın ve yabancı elçiliklerin Beyoğlu'nda olmasından dolayı stüdyolarını burada açmışlardır. Naya'ların günümüze ulaşan çok az portrelerinden biri Osman Hamdi Bey'in gençlik portresidir (Bkz. Albüm 6, Fotoğraf 194)

19 yy'da "Oryantalizm" Avrupa'da bilhassa sanat ve edebiyatta çok popüler bir konuma gelmişti. Batılı sanatçılar doğunun gizemini fotoğrafın sağladığı gerçekliğin içerisinde de oryantalist izlerle sundular. Batıdan gelen ressam ve fotoğrafçıların kendilerinin ve yakınlarının Türk kıyafetleri ile çekilmiş fotoğrafları buna iyi bir örnektir. (Bkz. Albüm 6, Fotoğraf 195, 196)

Osmanlı İmparatorluğunun önemli profesyonel stüdyosu ise Viçen Abdullah'ın 1858 yılında kurduğu "Abdullah Biraderler" dir. Abdullah Biraderler, Sultan Abdüllaziz ve kabinesindekileri fotoğraflayarak Osmanlı'da da bir ilki başarmışlardı. "Kartomania" adı verilen bu kartpostal sayesinde dönemin ünlü

²⁰⁰ Dr. Nurhan Atasoy, Kıyafetnamelerin Doğuşu ve Fenerci Mehmed Kıyafetnamesi, Osmanlı Kıyafetleri Fenerci Mehmed Albümü, Koç Vakfı, 1986

²⁰¹ Bahattin Öztuncay, Dersaadet'in Fotoğrafçıları, 1. Cilt, Aygaz A.Ş., Koç Kültür Sanat ve Tanıtım Hizmetleri Tic. A.Ş.

²⁰² Şinasi Barutçu, Foto Konuşmaları, 1947, Ankara, aktaran Bahattin Öztuncay, Dersaadet'in Fotoğrafçıları, 1. Cilt, Aygaz A.Ş., Koç Kültür Sanat ve Tanıtım Hizmetleri Tic. A.Ş.

²⁰³ Öztuncay, A.e.g.

kişilerini fotoğraflarını ucuz bir bedel karşılığı elde etmek mümkün oluyordu. 1863 yılında ise Abdullah Birader'ler "Osmanlı Saray Fotoğrafçıları" ünvanını aldılar. Fotoğrafa da ilgi duyan Abdülaziz sayesinde Abdullah Birader'ler daha da ünlü olarak padişah tuğrasına sahip olmanın avantajlarını da kullandılar. Dönemin ileri gelenleri fotoğraf çektirmek için bu stüdyoyu özellikle tercih ediyorlardı. Müşterileri arasında İstanbul'u ziyarete gelen kral ve kraliçelerin yanı sıra, Osmanlı hanedanının üyeleri de bulunmaktaydı. Sultan Abdülmecit'in kızları Refia ve Fatma sultanların açık başları ve batılı giyimleri içerisinde çektirdikleri portreler önemli bir yer tutmaktadır. Dersaadet'in fotoğrafçıları adlı kitapta yer alan Refia Sultan'ın çektirdiği bu fotoğraflardan dolayı Abdullah Biraderler'e yüklü miktar borcu kaldığı Sultan'ın kızlarının dönemin moda kıyafetleri ile çeşit çeşit fotoğraflar çektirdikleri belirtilmektedir. (Bkz. Albüm 6, Fotoğraf 197)

Her ne kadar Refika ve Fatma Sultan gibi Saray üyelerinin açık başlı fotoğrafları çekiliyor olsa da Müslüman olan halkın böyle fotoğraflar çektirmeleri yasaktı. 1892 yılında Abdullah Birader'ler batılı turistlere satmak için hazırladıkları oryantalist etkiler taşıyan oldukça dekolte geleneksel kadın kıyafetleri giymiş olan kadın modelleri kullanmaları nedeniyle başları derde girmiştir. Hıristiyan kadın modellere poz verdirilerek çekilen bu fotoğrafların altına yazılan Türk kadını ibaresi nedeniyle İslami kurallara ve Türk geleneklerine aykırı bulunmuş, daha sonra bu fotoğraflar toplatılarak, böyle fotoğrafların çekilmesi yasaklanmış, hemen ardından Servet-i Funun Gazetesinde çıkan haberin altına da "bu bir Ermeni resmidir" şeklinde yazılması emredilmiştir.²⁰⁴ Yine aynı dönemde Abdullah Biraderlerin oryantalist giysiler içerisindeki kadın kostümleriyle erkek modelleri fotoğrafladıkları görülmemiştir.²⁰⁵ (Bkz. Albüm 6, Fotoğraf 198) Osmanlı'da Abdullah biraderlerin yaptıkları bu cesur çalışmaların Batıdaki anlamda bir iş kolu olarak görülmesi bile Haute Couture anlayışına benzediği ve bu fotoğrafların çok basit anlamda ilk moda fotoğrafları olduğunu söylenebilir. (Bkz. Albüm 6, Fotoğraf 199)

1860'larda ise Beyoğlundaki fotoğrafçı Kargopulo'da stüdyosunda hem portre fotoğrafları çekiyor hem de şehri gezmeye gelenlere satmak için bir kıyafetler

²⁰⁴ Öztuncay, A.e.g.s, 229

²⁰⁵ Engin Özendes, Abdullah Biraderler, YKY, 2006 s, 84- 85

ve meslekler dizisi hazırlıyordu. Öztuncay; 1885 yılının nüfus kayıtlarına göre, Beyoğlu, Galata, Tophane’de yaşayan nüfusun yüzde 47’sinin Avrupa kökenli yabancı, yüzde 32’sinin gayrimüslim Osmanlı tebası, yüzde 21’nin de müslümandır. Nitekim; Deleon’un Pera Hatıratı adlı kitabında da aynı konuya değinmiş, Beyoğlu’unda çalışan esnafların bir çoğunun gayrimüslim olduğu aktarmıştık. Fotoğraf stüdyolarının da burada açılması bir raslantı olmayıp azınlıkların burada yerleşmesiyle ilgili olduğu görülmektedir.²⁰⁶ İstanbul’da Osmanlı Dönemi’nde 150 kadar önemli gayri müslim fotoğrafçı çalıştığı saptanmıştır.²⁰⁷

Öztuncay; Dersaadet’in Fotoğrafçıları kitabında İstanbul’da’ Abdullah kardeşler ve Kargopulo’dan başka birçok fotoğrafçı olduğunu bildirmektedir. Bu fotoğrafçılardan biri de Paskal Sebah’tır. Paskal Sebah’da özellikle kadın figürleri içeren oryantalist tarzda fotoğraflar üretmiş ve oryantalizmin tüm unsurlarını stüdyosunda kullanmıştır. 1873 yılında ise “Türkiye’de Halk Giysileri” yada diğer adıyla “Elbise-i Osmaniye” albümün de fotoğraflarını çekmiştir.

Bu albümün Türk giyim tarihinde çok önemli bir çalışma olduğunu yukarıda belirtmiştik. Eser, 1873 yılında Viyana’da düzenlenen uluslararası fuar nedeniyle Osmanlı Devletince hazırlatılan iki kitaptan birisidir. Kitap Osmanlı İmparatorluğu’ndaki etnik unsurların ve giyimlerini içermektedir. Kitabı hazırlama görevi Ticaret Nazırı Ethem Paşa’ya verilmiş o, da bu görev için bir arkeolog, müzeci ve ressam olan oğlu Osman Hamdi Bey’i, ve Marie de Launay’ı görevlendirmiştir. Kitabın içerisindeki fotoğraflar, askeri ve mülki erkanın kıyafetleri değil, her sınıftan halkın resimleridir. Ethem Paşa hazırlanacak bu kitap için bütün vilayetlere yazılar yazarak ırk, din, dil farkı gözetmeksizin Osmanlı’yı oluşturan bütün sınıfların giysilerini, başlıklarını, silah ve aksesuarlarını ister. Giysiler, Paşanın konağına getirilerek burada çekilir. Fotoğrafların çekme görevi birçok fotoğrafçı arasından Pascal Sebah’a verilir. Giysileri giyen kadın modellerin hepsi İstanbullu gayri müslim kadınlardır. seçilen kadınların çoğunun yaşlı ve şişman olduğu dikkati çekmektedir (Bkz. Albüm 6, Fotoğraf 200, 201)

²⁰⁶ Deleon, A.e.g,

²⁰⁷ Seyit Ali Ak, Erken Cumhuriyet Dönemi Türk Fotoğrafi, Remzi Kitapevi, İstanbul, 2001

Bu bize söz konusu dönemde kadın model bulmanın zorluğu ile ilgili ipuçlarını vermektedir. Kitapta Avrupalı aydın okuyucu hedef kitlesi olarak seçilmiş ve eski Yunan ve Roma'ya atıflar yapılarak Yunan mitolojisi simgesel öge olarak kullanılmıştır. Osman Bey tanıtım işiyle ilgili olarak iki noktayı çok önemsemiştir. Bunlardan ilki yerli kumaşların Avrupa malı kumaşlara göre üstünlüğünü anlatmak, ikincisi ise Avrupalıların, Osmanlılar ve genel anlamıyla İslamiyet hakkındaki yanlış bilgilerini düzeltmektir. Birinci saptamasında eleştiri oklarını, yerli ürünleri terk edip Avrupa kumaşları tercih eden kendi vatandaşlarına atmaktadır. İslam dini hakkında yaptığı açıklamada ise, Mekke yakınlarındaki Cedele kasabasının kadın giysisini anlatırken, bu kasabalı müslüman kadınların yüzlerini örtmediklerini belirtmektedir.²⁰⁸

1876-1908 tarihlerini kapsayan II. Abdülhamit dönemi, padişahın fotoğrafa olan merakı aydınlarımızın yardımı ve gayrimüslim sanatkarların aracılığıyla, batı fotoğrafçılığının ülkemize kısa zamanda yayılmasını teşvik ettiği söylenebilir.²⁰⁹

Bu dönemlerde asker kökenli fotoğrafçılar fotoğrafın gelişmesinde çok büyük bir önem taşırlar. Bu fotoğrafçılardan biri olan Ali Sami'nin çektiği stüdyo fotoğrafları dikkat çekicidir. (Bkz. Albüm 6, Fotoğraf 202, 203)

Ülkemizde fotoğrafların halk tarafından görünür kılınması ise basın ve foto-klişe tekniğinin gelişmesiyle oluşmuştur. Osmanlı'da sansüresiz fotoğrafın yayını ise II. Meşrutiyetin ilanından sonra gerçekleşmiştir. Milliyet Gazetesi 1 Eylül 1908'de Abdülhamit'in bir fotoğrafını yayınlamış ve fotoğraf basında kullanılmaya başlanmıştır.²¹⁰ Resimli yayının ilk basıldığı matbaa ise Ebuzziya Matbaasıdır. Ebuzziya Reb-i Mafiret adlı yıllığın önsözünde şöyle bildirir: "*Ömrümde öğünecek bir hizmette bulundum ise, o da memleketimizde resimli eserler basmayı icad yolunda sarf ettiğim çalışma ve gayretimdir.*"²¹¹ Bu gelişmeler devam ederken 1910 yılında Ferit İbrahim, fotoğraf merakı nedeniyle Resimli Kitap ve Şehbal adlı

²⁰⁸ Erol Üyepazarcı, 1873 yılında Türkiye'de Halk Giysileri üzerine giriş yazısı, s:7

²⁰⁹ A.g.e. s,

²¹⁰ A.g.e. s,

²¹¹ A.g.e. s, 27

dergilerde foto muhabirlik yapmaktadır. Yine bu yıllarda Olgunlaşma Enstitüsünün bulunduğu binada bir fotoğraf stüdyosu açar. Ferit İbrahim Beyoğlundaki ilk Türk fotoğrafçısı olur.

1917’li yılında ise ilk kez bir profesyonel kadın fotoğrafçının İstanbul’dan portre fotoğrafları çekmeye başlaması oldukça ilginç bir anekdot olarak görülebilir. Eşinin Kurtuluş Savaşına gitmesiyle dükkanı devralan Naciye Hanım, kadınların başı açık fotoğraflarının yanısıra Fransız subaylarının eşlerini de çarşafı fotoğraflayan ilk kadın fotoğrafçıdır. Sultan Reşat’ın torunlarına da fotoğraf dersi vermesi onun tanınmasına daha da yardım etmiştir.²¹² Fotoğrafın keşfinden hemen sonra ilerleyen fotoğrafçılık tüm dünyada olduğu gibi Osmanlıda’da basında kullanılmış ve yayılmaya başlamıştır.

Bu yılları takiben gelişen basım teknolojisi sayesinde dergicilikte çok büyük ilerlemeler kaydetmiştir. Batılılaşma etkisi ile birlikte 19yy sonlarına doğru Türkiye’de kadın ve aile ile ilgili dergiler yayınlanmaya başlamıştı. Bu dergilerin bir kısmı genç kızların ve kadınların yetiştirilmesini hedef alırken bir kısmı da ilim, edebiyat gibi çok değişik konularda kadınları haberdar etmeyi amaçlıyordu.

Kadının eğitilmesini esas alan kadın hareketi ile ilgili ilk yazılar, Terakki Gazetesinde görülmeye başladı. Hanımların her türlü ihtiyaçlarına cevap verebilecek kadar zengin içerik ile yayınlanan ilk kadın dergisi “Hanımlara Mahsus Gazete”dir. II. Abdülhamit’in desteği ile çıkan gazete de çeşitli ilaveler yayınlayan ilk kadın dergisidir. Bunların başında bütün koleksiyon boyunca verilen “elbise patronu” vardır. Gazetede zaman zaman da genç kızlara uygun kıyafetlerin modelleri de sunulmaktadır. Bu dergilerin içeriğinden de anlaşılacağı gibi moda kavramı, küçük bir grup tarafından takip ediliyor olsa da Osmanlı topraklarında da oluşmuş ve ilgi ile izlenilmektedir. 1908’lerde çıkan önemli dergilerden biri de “Demet” tir. Bu dergide de ilk defa Ermeni kadınların resimleri yayınlanmıştır. Resimli olarak yayınlanan mecmualar içinde Kadınlar Dünyası pek çoğu Osmanlı Müdafaa-i Hukuk-i Nisvan Cemiyeti’nin üyesi olan Müslüman Türk kadınların fotoğraflarını ilk defa sayfalarında yayınlanması ile dikkat çeker. Böylece bundan sonra yayınlanan

²¹² A.g.e. s, 92

bütün kadın mecmualarında Müslüman Türk hanımların fotoğrafları yer almaya başlar.²¹³ 1876 Anayasasının 1908 yılında yürürlüğe girmesiyle çok büyük değişiklikler de yaşanmıştır. Dışa kapalı olan toplum açılmaya başlamış, sansürün kalkmasıyla bir çok dergi yayın hayatına girmiştir.

Bu dönemlerde Osmanlı 'da yayınlanan giyim dergilerinde batı modasının izleri açıkça görülebilmektedir. (Bkz. Albüm 6, Fotoğraf 204, 205) II. Meşrutiyet'le birlikte kadınlardaki özgürleşme hareketlerine İstanbul'da "Kadınlar dünyası", "Mahasin Kadın", (estetik kadın) "Demet" gibi az ömürlü resimli kadın dergilerinde moda ilanlarının gözükmeye başlaması ve kadın yazarların edebiyat yazılarının çıkması destek verir.²¹⁴ (Bkz. Albüm 6, Fotoğraf 206) Kadınlara ait bir başka dergi ise resimli olarak çıkartılan "İnci" dergisidir. (Bkz. Albüm 6, Fotoğraf 207) Dergide edebiyata, oyuna geniş yer verilir. Güzellik, moda, çocuk bakımı, batılı ve Türk kadın ünlüleri anlatılır. Bu derginin bir özelliği de sinema ve sinema artistlerine yer vererek onları tanıtıcı yazılar ile fotoğraflarının birlikte verilmesi olmuştur. Dönemin dergilerinden "Hanım" dergisi de ilk sayısında ağırlıklı olarak moda konularına yer verir.²¹⁵ Bu gelişmeler yaşanırken diğer tarafta oluşan muhalif gruplar seslerini yükseltmektedirler. Mustafa Sabri Efendi hükümet dairelerine kadın memurların alınması ile ilgili bir yazısında Güzel Sanatlar Okulunda çıplak bir kadının resminin yapıldığını öğrenmesi üzerine, İslamda kadın ile erkeğin asla eşit olamayacağını belirtir ve şöyle ekler; "*birkaç iyi yanlarının hatırı için Avrupalılardan aldığımız kötülüklerden bir tanesi de şu insan vucutlarının resmini ve fotoğrafını çekmek rezalatidir . İş fotoğraf çekmekle başladı; bakın şimdi çırılçıplak vucutlarının resmini yapmaya kadar vardı.*" şeklinde açıklamaktadır.²¹⁶ İlk Türk Fotoğrafçılarından biri olan Arif Hikmet Koyunlu ise; Seyit Ali Ak ile yaptığı röportajında şöyle anlatmaktadır: "*Babıali'de açtığım "Yeraltı Fotoğrafhanesinde" elektrik ışığı ile fotoğraflar çekiyordum. İlk defa Müslüman hanımların rızasını alarak fotoğraflarını vitrine koydum Tepki geldi ve vitrinlerimi kırdılar. Tehdit mektupları aldım.*" diye

²¹³ Emel Aşa, Sosyo-kültürel Değişme Sürecinde Türk Ailesi, 1869-1923 Yılları arasında Yayınlanan Türk Kadın ve Aile Dergileri, , III.Cilt, s, 966, Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu

²¹⁴ Berkes, A.g.e. s, 445

²¹⁵ Aşa, A.g.e, s. 966

²¹⁶ Berkes, A.g.e. s, 447

bildirmektedir.²¹⁷ Görülmektedir ki, Osmanlı'da Batılılaşma etkisinin izleri hissedilse bile bir çok alanda henüz bu uygulamalar geçerlilik kazanmamıştır.

Sonuç olarak Osmanlı İmparatorluğundan Cumhuriyete gelinceye kadar geçen süre içerisinde Türkiye'de batılı anlamda kurumsallaşan bir moda oluşumundan bahsetmek oldukça zor görülmektedir. Yeni kurulan Cumhuriyet tüm alanlarda olduğu gibi giyim alanında da radikal değişiklikleri beraberinde getirmiştir. Cumhuriyet dönemi giyim anlayışını aşağıdaki bölümde ele alınacaktır.

2.2.1.1. 1923-1980 Yılları Arasında Türkiye'de Moda Fotoğrafçılığı

Cumhuriyet ile birlikte büyük bir değişim geçiren toplum yeni değerlere de alışmaya çalışmaktadır. Stüdyo fotoğrafçılığının başlamasıyla çekilen fotoğraflar da değişimin bir göstergesi olmuştur. Bu dönemde stüdyo fotoğrafları incelendiğinde ağırlıklı olarak kadınların gruplar halinde şık elbiseleriyle fotoğrafçılarda poz verdiklerine tanık olmaktadır. Cumhuriyet ve devrimleri ile kamusal alanda görünür olan kadın kendi görüntüsüne alışmaya çalışmakta ve güzelliğini de fotoğraflar yoluyla keşfetmektedir. Cumhuriyet Gazetesinin teşvik ettiği güzellik yarışmalarında Feriha Tevfik, ilk Türkiye güzeli seçilmiştir.1932 yılında ise Keriman Halis Türkiye ve ardından da Dünya Güzeli olmuştur. Gazetenin isteği ile güzellerin fotoğraflarını; Foto Febus, Foto Femina, Foto Kanzler, Foto M. Okan, Foto Artistik, Foto Amerikan, Foto Namık, Ferit İbrahim, Foto Süreyya, Foto Turan, Foto Hamza Rüstem, Foto Rekor tarafından çekilmiştir (Bkz. Albüm 6, Fotoğraf 208, 209, 210) Daha önceki yıllarda gayri Müslimlerin yürüttükleri fotoğrafçılık mesleğine 11.06.1932 yılında kabul edilen 2007 sayılı yasayla birlikte Türk vatandaşı olmayanların bu mesleği yapmalarına engel getirmiştir.²¹⁸

Bu Türk vatandaşlarının mesleğe yönelmelerinde oldukça etkili olmuştur. İstanbul'da, Ankara'da ve diğer büyük şehirlerde açılan fotoğraf stüdyolarında ticari fotoğrafların yanı sıra sanatsal portre çalışmaları da yapılmaktaydı. Fotoğrafın yaygınlaşması ve daha fazla talep görmesi bu mesleği popüler bir duruma getirmiştir.

²¹⁷ Ak., A.g.e. s, 87

²¹⁸ Ak, A.g.e, s.99

Eğlencenin fotoğrafını çekmek kadar, fotoğrafa poz vermek de önemli bir eğlence biçimi olarak görülüyordu. Fotoğraf makinasının henüz az sayıda olması, kadınların kamusal eğlence alanlarından hala sınırlı olarak yararlanması nedeniyle fotoğrafa “poz vermek” ve “fotoğraflara bakmak” kimi zaman eğlencenin tam da kendisi oluyordu.²¹⁹ Dolayısıyla stüdyo fotoğrafı çekirmek çok önemli bir olay olarak görülüyordu. Bu sebeple kısa bir sürede bir çok Türk vatandaşı bu mesleğe yönelmiştir. Foto Süreyya’da bu fotoğrafçılardan biridir. Fotoğrafçının Yarım Ay dergisindeki bir ilanında şu tanımlar dikkat çekicidir. “*Her Nevi Artistik fotoğraflar, Agrandismanlar hazırlanır. “Foto Süreyya”, Aile, düğün, balo ve talebe grupları için fotoğrafçı gönderilir Röportaj fotoğrafçılığı yapılır. Hadisat resimleri derhal yetiştirilir.*” İlandan da anlaşılacağı gibi yeni yerleşen bir sektör olarak stüdyo fotoğrafçılığında bir branşlaşma görülmemektedir. Stüdyo fotoğrafçılığı henüz kendi tanımlamasını yapabilmiş bir durum içerisinde bulunmamaktadır. Hatta Modacı Vural Gökçaylı; 1945 yılında komşusu Yıldız Moran’ın Fotoğraf tahsili için Amerika’ya gitmesini herkes tarafından dalga geçilen bir durum olarak aktarmaktadır.²²⁰

Cumhuriyet ile birlikte basın sektörü de ivme kazanmıştır. Çeşitli ajansların kurulması, gazeteciler Derneğinin açılması ve resimli gazeteciliğin yaygınlaşması foto muhabir anlayışını getirmiş bununla birlikte hem fotoğraf tüketimi, hem de gazete ve dergilerin tirajı artmıştır. 6 nisan 1920’de ise Anadolu’nun haklı davasını bütün dünyaya anlatabilmek için bir ajansa ihtiyaç duyulduğundan Halide Edip Adivar ve Yunus Nadi Anadolu Ajansını kurdular.

Şevket Rado’nun 1952 yılında çıkardığı “Resimli Hayat Dergisi”, dergicilikte çok önemli bir yere sahiptir. Ayda bir çıkan dergi, fotoğraf ağırlıklı olmak üzere aktüalite, kadın, moda, tiyatro, sinema, spor, ve sanat gibi konularına yer vermiştir. Hemen ardından “Hayat Mecmuası” 6 nisan 1956 yılında yayın yaşamına katılmıştır. Dergi çok farklı konulara değinirken halkı eğitmeyi de amaç edinmiştir. Dergide Ara Güler, Ozan Sağdıç, İnal Tengizman, Necdet İşler gibi fotoğrafçıların foto röportajları yer alırken Suavi Sonar ise moda sayfaları ile ilgili

²¹⁹ Üç Kuşak Cumhuriyet, Türkiye ekonomik ve toplumsal tarih vakfı, İst, 1998, s:70

²²⁰ Onur, A.g.e., s.294

yazı ve fotoğraflarıyla katkıda bulunuyordu. Ozan Sağdıç dergiyle ilgili şunları aktarmaktadır: *“Hayat Mecmuası öyle bir dönemde geldi ki, Türkiye’de II. Dünya Savaşı sonrasında bir dünyaya açılma eğilimi ve gelişmelere karşı yoğun ilgi başladı. Bunun batıda ki örneği Life Mecmuası’ydı. Hayat Mecmuası bir yerde vitrin oldu, bir yayma aracı oldu.”*²²¹

Hayat Dergisi incelendiğinde, çıktığı dönemden itibaren yayım hayatı boyunca değişimlere de tanıklık etmiştir. Öncelikle dergi kapaklarında uzun bir süre Avrupalı artistlerin fotoğraflarına yer verilmiş bu fotoğraflar Avrupa’daki ajanslardan temin edilmiştir. 70’li yıllara gelindiğinde ancak Türk artistlerinin fotoğrafları kapakta yer almıştır. Dergi yayım hayatına girdiği dönemde eğitici rolü üstün tutarken 68’li yıllarda siyasetleşmiş 75’den sonra ise daha aktüel bir şekil almıştır. 1950’li yıllarda yayınlanmaya başlayan magazin dergileri, Türkiye burjuvasının dışa bağımlı ideolojik açılımlarını ve isteklerini karşılama görevini üstlenmişti. Böylece orta sınıftan da alıcısı bulunan dergiler sayesinde alt ve orta sınıf üyeleri egemen sınıfın yaşam biçimine özendirilmekte, sınıf atlama güdüsü kışkırtılmaktaydı.. Bu sayede emekçi sınıf ta tüketmenin kendileri için olabileceğini keşfetmişlerdir.²²² Bu değişim reklam ve moda alanında etkili olmuştur.. Dönemlerine göre moda fotoğrafları incelendiğinde Türk moda fotoğrafı adına belirleyici olabilecek sonuçlar çıkmaktadır. Hayat dergilerinin farklı yıllarında yapılan taramalarında, moda fotoğraflarındaki değişim çok belirgin bir durumdadır. Derginin ilk sayılarında reklam fotoğrafları daha çok bir çizim veya illüstrasyon şeklindekiyle ilerleyen sayılarda fotoğraf ağırlıklı olmuştur. Hayat Dergisindeki en önemli isimlerden birisi ise moda alanında yazan ve fotoğraflayan Suavi Sonar’dır. Sonar, Fotoğrafçı, ressam ve kadın terzisidir. Yurtdışında yaşadığı yerlerde özellikle Roma ve Paris’ten moda ile ilgili yaptığı haberler önce “Yarım Ay” ve “Yelpaze” dergilerinde daha sonra ise Hayat ve Ses dergilerinde yayınlanmıştır. Suvai Sonar’ın Avrupa’dan gönderdiği moda sayfalarında o yılların gözde modellerinin fotoğraflarının yanı sıra elbise tanıtımlarına da rastlanmaktadır. (Bkz. Albüm 6, Fotoğraf 211,212)

²²¹ Seyit Ali Ak, Erken Cumhuriyet Dönemi Türk Fotoğrafı, Ozan Sağdıç röportajı, 1982 Ankara

²²² Oktay Ahmet, Türkiye’de Popüler Kültür, s.87,89

Suavi Sonar bu dönemde bazı moda fotoğrafları çekerek Hayat Dergisine göndermiştir. Bu fotoğraflar incelendiğinde batıdaki moda fotoğraflarıyla benzer özellikler gösterdiği görülmektedir. (Bkz. Albüm 6, Fotoğraf 213, 214, 215, 216) Sonar'ın moda fotoğrafları ilk olmaları dolayısıyla önem taşımaktadırlar.

1956 yıllarından başlayarak dergi kapaklarında Suavi Sonar'ın çektiği artist fotoğraflarına rastlanılmaktadır. (Bkz. Albüm 6, Fotoğraf 217) Derginin 1963 yılındaki Ocak sayısının kapak fotoğrafını ise dönemin ünlü foto-muhabirlerinden biri olan Ozan Sağdıç çekmiştir. (Bkz. Albüm 6, Fotoğraf 218) Bu yıllarda fotoğrafta bir branşlaşmanın olmaması dikkat çekici bir özellik olarak görülmektedir. Fotomuhabir olan Sonar'ın, Hayat Dergisinin kapağındaki moda fotoğrafı çalışması bu anlamda ilginç bir örnek sayılabilir. Dergi kapakları 1960 yılına kadar monokrom baskı tekniği ile basılırken 1961 yılından sonra renkli basılmaya başlanmıştır. 1957 yılına ait bir giyim firması olan Gül-ok konfeksiyon firmasının çekimlerinde fotoğrafçı ismi belirtilmemiş, mankenler düz bir fonda elbiselerin detayları açıkça gözükcek şekilde fotoğraflanmıştır. (Bkz. Albüm 6, Fotoğraf 219, 220, 221) Önemli giyim firmalarından biri olan Vakko'nun 1963 Haziran çekimlerinde ise erkek modeller dış mekanda fotoğraflanmıştır (Bkz. Albüm 7, Fotoğraf 222a,b) Yine farklı firmaların benzer özelliklerini taşıyan fotoğrafları dönemin moda fotoğrafı anlayışını açıkça yansıtmaktadır. Bu fotoğraflarda ajans isimleri belirtilmiştir. Buradan reklama ajansların yavaş yavaş kurumsallaşmaya başladığı sonucu çıkartılabilir. (Bkz. Albüm 7, Fotoğraf 223, 224) Yine aynı yıllarda modanın gelişiminde foto – romanların çekilmeye başlanması önemli bir boşluğu doldurmuştur. Çeşitli hikayeler üstüne kurulu kareler halinde görüntülenen foto-romanlarda günü modasının tanıtımını yapmışlardır. Hem beğeni yaratmakta, hem de kitle iletişimine hitap etmektedir.

Kumaş üreten bir firma olan Akın Tekstil'in moda fotoğrafları da bir dış çekim fotoğrafıdır. Fotoğraf İslam mimarisi ile bütünleştirilmiştir. 3'lü bir grup oluşturulması ve renkli çekim olması nedeniyle de önemlidir. Hayat Dergisinin dünya modasını çok yakından takip ettiği yıllarda çıkan vinleks modası da moda fotoğraflarındaki yerini almıştı (Bkz. Albüm 7, Fotoğraf 225, 226) Dergide taranan fotoğraflarda bazı iç giyim firmalarının reklam fotoğrafları dönemin tutuculuğunu

sergileyen fotoğraflardır. Fotoğraflarda kadın manken kullanılmış ama gerek duruşlarla gerekse de ışık ve gölgeyle kadın cinselliği vurgulanmaktan kaçınılmıştır. (Bkz. Albüm 7, Fotoğraf 227, 228). 1970’li yıllarda artık bir hikaye oluşturulmuş serilere rastlanmaktadır. Bu fotoğrafların, gerek prodüksiyon anlamında gerekse de mankenlerin seçimi nedeniyle çekim öncesinden üzerinde düşünülmüş olduğu çok açıkça görülmektedir. (Bkz. Albüm 7, Fotoğraf 229, 230, 231, 232, 233)

1969 yılında Hayat Dergisinde basılmış önemli bir moda fotoğrafı serisi Haluk Doğanbey’in çekimini gerçekleştirdiği moda fotoğraflarıdır. Haluk Doğanbey 1947’de Güzel Sanatlar Akademisinde atölye hocası Zeki Faik İzer’le fotoğraf çalışmaları yapmış, yurt dışı deneyimlerini kullanarak Türkiye’de reklam fotoğrafçılığının oluşmasında etken olmuştur.

Doğanbey, 1950’li yıllarda mezun olduktan sonra piyasada çalışmaya başlamıştır. Reklam sektörünün yeni oluşmaya başladığı dönemlerde, piyasada yalnızca diapositiften baskı yapamayan üç matbaa ve fotoğraf kullanmayan dört reklam ajansının olduğunu aktarmaktadır.²²³ Konyalı, Reklam Ajansları için fotoğraflar çekmeye başladı ve bu çekimlerde fotomodelkullanma ihtiyacı duydu. İlk başlarda kendi ailesinden modeller seçip bunları kullanıyordu. Ama kısa bir süre sonra acemi gençlere kurslar vererek onları eğitmeye başladı. Konuyla ilgili yaptığımız görüşmede aynı yıllarda reklam fotoğrafçılığı ile uğraşan Yaşar Atankazanır’da şunları bildirmiştir; “O dönemde *fotomodel diye de bir şey yoktu. İlk modeli Rahmetli Haluk Doğan bey ile biz yarattık. Adı Başak Gürsoy’du ve ilk defa onu model olarak kullandık. Kültürlü birisiydi oda daha sonra ekibini topladı ve böylece ajansını kurdu Ondan evvel ise eş dost arasından seçim yapardık, çok zorlandığımızda ise pavyonlara gidip model seçerdik.*”²²⁴ (Bkz. Albüm 7, Fotoğraf 234, 235, 236).Anlaşılabacağı gibi fotomodellik de moda fotoğrafı ile birlikte bir sektör oluşturmaya başlamıştır. 1970’lerin ünlü fotomodellerinden biri de “Mr Twiggy” takma adıyla tanınan ve Hollywood’da yaşayan Haldun Güvan’dır. Haluk Doğanbey Konyalı, “*Mr. Twiggy*” Haldun Güvan sunar.” sloganıyla Renk Trikonun fotoğraflarını çekmiştir. (Bkz. Albüm 7, Fotoğraf 237, 238, 239)

²²³ Ak, A.g.e. , s. 258

²²⁴Kaynak Kişi; Yaşar Atankazanır (1929), derleme, ocak 2005 tarihinde İstanbul’da yapıldı

1956- 1957’li yıllarda, moda katalogları henüz yapılmıyordu. Yeni bir piyasanın oluşması için Konyalı, bir triko firmasına ücretsiz çekimler yapmıştır. Bu çalışmada Modellerin ücretleri giysi karşılığında ödenmişti. Önemli bir çıkış yapan bu katalogdan sonra tekstil piyasasında katalog, broşür, pankart, afiş, poster furyası başladı.²²⁵ Türkiye’ye ilk parafash sistemini ve fon projeksiyon sistemini de getiren kişi olan. Doğanbey ile moda fotoğrafçılığı stüdyo ortamıyla tanışmıştır.

1970’ler I. bölümde de olduğu gibi halkın tüketim ürünleri ile tanışma yıllarıydı. Buna bağlı olarak reklamcılık gelişmiş ve konfeksiyon yaşantımıza girmişti. Türkiye moda ve moda reklamı kavramları ile yeni yeni tanışıyordu. Hürriyet Gösteri Dergisinin “Fotoğraf Sanat mıdır” adlı özel sayısında (1982) reklam fotoğrafçılığında, Haluk Doğanbey, Yaşar Atankazanır, Ahmet Gülerüz, Moris Maçoro, Cengiz Y.Tanel, Levent Tuna’yı reklam fotoğraflarının mimarları olarak nitelemektedir.

1970’lerde reklam ve moda fotoğrafının geçmişi Yaşar Atankazanır şöyle değerlendirmektedir: *“1960’lı yıllarda moda fotoğrafı çekiyorum diyen çok az kişi vardı. Rahmetli Haluk Doğanbey, Volkan Bey, Gültekin Çizgen, Othmar Pferschy toplam beş kişiydik. Haluk Doğanbey Meşhur Konyalı Lokantalarının sahibinin oğluydu. Haluk ve Volkan daha çok moda ve teknik çalışıldılar. Gültekin Çizgen gerektiği zaman çekerdi. Ben artistlerin portrelerini çekiyordum. Bir çok gazinonun faal olduğu kış dönemlerinde 10 gün öncesinden başlayarak fotoğraf çeker gazetelere verirdik”* Bu aktarımdan da anlaşılacağı gibi, 1970’lerde başlayan gazinoculuk portre fotoğrafçılığının gelişmesinde çok etkili olmuştur. O yılların ünlü sarkıcıları her sezonun açılışında fotoğrafçılara giderek çeşitli elbiselerle fotoğraflarını çektiriyorlar gazete ve dergilerde bu ilanları yayınlıyorlardı. Bu konuyla ilgili olarak ünlü fotoğrafçı Erol Atar ise; 70’li yıllarda sanatçıların portre fotoğraflarını çekmedeki önemini vurgulayarak fotoğrafa yeni başladığı yıllarda Yaşar Atankazanır ve Stüdyo Yaşar’ın çok tanındıklarını daha sonra Zeki Müren’in

²²⁵ Ak, A.g.e. , s. 259

kendisine gelerek fotoğraf çektiğini ve böylece bu sektör içerisinde tanındığını aktarmaktadır.²²⁶ (Bkz. Albüm 7, Fotoğraf 240, 241, 242)

Türkiye’de profesyonel moda fotoğrafçılığı 1970’lere gelinmesine rağmen hala ayrı bir kategori olarak kabul görmemektedir. Portre ve reklam fotoğrafçılığı alanında uzmanlaşmış kişiler, moda ile ilgili çekimleri de gerçekleştirmektedirler. Erol Atar ile yaptığımız görüşmede kendisini portre fotoğrafçısı olarak tanımlamış, ama Türkiye’de böyle bir sınıflandırmanın olmadığını aktarmıştır. Batıdaki uygulamanın farklılığından bahsederek, tüm fotoğraf alanlarının kategorize olduğunu belirtmiştir. Kendisine gelen müşterilere bunu açıkladığını ama müşterinin “Erol Atar” ismini kullanmak istediği için verdiği yüksek fiyat tekliflerine rağmen kendisine çekirtmekte ısrar ettiğini bildirmiştir. 70’li yıllarla birlikte Türkiye’deki çalkantılı siyasi dönem yeni palazlanmaya başlayan reklam sektörüne de darbe vurmuştur. Zaten sayısı çok az olan reklam fotoğrafçıları güçlükle ayakta durmaya çalışmaktadır.

2.2.1.2. 1980-2005 Yılları Arasında Türkiye’de Moda Fotoğrafçılığı

80’lerle birlikte alınan ekonomik kararlar tüm ekonomik düzeni değiştirirken özellikle tekstil ve reklam sektörünün yeniden şekillenmesine neden olmuştur. 24 ocak kararları ile çok uluslu şirketler Türkiye’de büyük yatırımlara ortak oldular. Açılan yeni şirketlerin ürettiği yada ithal ettiği yeni ürünlerin pazarlanması gerekmektedir. Tüketici kitlesini oluşturmak için reklama gereksinim duyuldu. Bu artan imaj ve marka sorunu gerek reklam gerekse de moda sektörünü körükledi. Diğer sektörlerde olduğu gibi yabancı yatırımcılar Türkiye’deki ajanslarda da benzer yolları izleyerek bu şirketlere ortak oldular. Türkiye’de reklamcılık 90’lı yıllara kadar bireysel yatırımcıların girişimleri üzerine yapılanmıştı. Kişiler sektördeki açığı görerek reklam ajansları kurdular. Böylece 1920’lerden başlayarak günümüze kadar bir reklam sektörü oluştu. Bülent Fidan konuyla ilgili yazdığı makalesinde şöyle aktarmaktadır: “...Özellikle 1980’den sonra yabancı yatırımcıların

²²⁶ Kaynak Kişi; Erol Atar, derleme, ocak 2006 tarihinde İzmir’de yapıldı

Türkiyede'ki marka yatırımları artınca -o zamanlarönemli görülen marka yatırımlarını Türkiye'de üretmek değil, Türkiye'ye ihraç etmekte- reklam sektöründeki durumda değişmeye başladı. Çünkü bu yatırımcılarla birlikte yabancı reklam ajansları da Türkiye'ye gelmeye başladı. Ama öte yandan dış orjinli bu gelişmeler yanıtıcı olabilmektedir. Çünkü Türkiye'de hala bir reklam sektörü oluşmuş da değildir.” ²²⁷ Yeni yapılanma ile birlikte çağdaş, farklı ve yaratıcı reklamcılık faaliyetleri gelişerek tüm sektörü de etkisi altına almıştır. Bu anlamda moda fotoğrafının da bu gelişmelerden destek alarak ivme kazandığını ve daha bağımlı bir hale geldiğini söyleyebiliriz. 1990 öncesi moda fotoğrafçısı tek başına çalışırken daha güçlü olabilmek için ajanslarla işbirliği içerisine girmiştir. Bu birliktelik fotoğrafçıyı “post production”^{*} anlamında rahatlatırken fotoğraf yaratıcılığı Art Direktörün hazırladığı eskizi kopya etmekten ileri geçememekteydi. Bunun bir sonucu olarak fotoğrafçı işlerinde bir usluup geliştirememiş ve fotokopicilikten ileri gidememiştir.

24 Ocak kararlarının bir diğer yönü ise, gelişen renkli basındır. Türk magazin dergilerinin yerini tüketimi daha da hızlandıran renkli yabancı magazin dergileri almıştır. Yurtdışındaki adıyla Türkçe olarak yayınlanan dergilerin piyasaya çıkışı ve artması ile birlikte moda fotoğrafı da çok daha hızlı bir ivme kazanmıştır. Moda bu dergiler sayesinde çok daha fazla kişi tarafından takip edilmiştir.

Türkiye'nin ilk renkli magazin dergisi “Vizon” moda fotoğrafının etkin bir konuma gelmesinde çok etkilidir. Dergi 1977 yılında “Vog” ismi ile yayın hayatına başlamış daha sonra “Vizon” adını almıştır. (Bkz. Albüm 7, Fotoğraf 243, 244)

Moda dergileri moda fotoğrafının bir ölçüde vitrini olarak görülebilir. Dergicilikle birlikte moda fotoğrafı çok daha fazla insana ulaşmış ve Türk moda fotoğrafçılarının tanınmasına katkıda bulunmuştur. Eski sayılarını incelediğimiz Vizon dergisinde; Kâmil Şükûn, Namık Kemal Atilla, Paul Mac Millen, Moris

²²⁷ Bülent Fidan, Bu topraklardan “Dünya Ajansı” çıkmaz, www.MarketingTürkiyeBilgi Bankası.htm

* Post Production: Çekime girene kadar süren hazırlık aşamaları

Maçaro, Tunç Tüfekçi, Ahmet Alankuş, Vedat Öztürk, Turgut Salgar, Onur Başkan'ın isimlerini görmekteyiz. Özellikle Kamil Şükün'ün çektiği kapak fotoğrafları moda fotoğrafına verdiği ayrıcalık nedeniyle oldukça önemli görülmektedir.(Bkz. Albüm 7, Fotoğraf 245, 246) Ayrıca, Vizon'un 12. yıl sayısında 1990-1992 yılları arasında Turgut Salgar (Bkz. Albüm 7, Fotoğraf 247), Sıtkı Kösemen (Bkz. Albüm 7, Fotoğraf 248), Vedat Öztürk (Bkz. Albüm 7, Fotoğraf 249), Adil Gültekin (Bkz. Albüm 7, Fotoğraf 250), Mehmet Mutaf (Bkz. Albüm 7, Fotoğraf 251) Ani Çelik Arevyan (Bkz. Albüm 7, Fotoğraf 252, 253), Nazif Topçuoğlu (Bkz. Albüm 7, Fotoğraf 254, 255, 256), Ayten Alpün (Bkz. Albüm 7, Fotoğraf 257), fotoğrafları yer almaktadır. Bu fotoğrafların bir çoğu dış mekan fotoğrafları olup giysiyi en iyi şekilde fotoğraflamak kaygısı görülmektedir.

Dergilerin moda fotoğrafına yaptığı katkıları aktaran Tamer Yılmaz, ilk olarak Vizyon dergisinin çıktığını ardından bu gruba 1998 yılında Marie Claire'nin katıldığını 1990 ve 1992 yılında ise Harper's Bazar, Cosmopolitan'ın bunu takip ettiğini iletmektedir. Yılmaz, moda fotoğrafçılığının dergiler sayesinde bugünkü durumuna geldiğini belirtmiş ve şunları eklemiştir: *moda fotoğrafının gelişmesinde yeni dergilerin çok büyük katkısı oldu. Çünkü bunların dışında çekeceğin fotoğrafları gösterebileceğiniz tek yer sadece firmalardı. İyi firmaların işlerini dışardan getirilen moda fotoğrafçıları çekiyordu. Sonradan sonraya yaklaşık iki sene sonra daha uygun fiyatlara aynı görüntüyü alabileceklerini anladılar ve yurtiçine dönmeye başladılar. O yüzden 1990'dan sonra moda kavramı ve moda fotoğrafından bahsedebiliriz.*²²⁸

Harper's Bazaar'ın moda editörü Yaprak Gerçek ise modayı artık modacıların yapmadığını, podyumlarda çeşit ve ruh bolluğu olduğunu bunların içerisinden eleme yaparak sezonu ve modayı belirleyen moda dergileri ve bunun içerisindeki moda fotoğrafları olduğunu aktarmaktadır.²²⁹

Moda editörü, Hakan Öztürk ise; modanın, moda fotoğrafçılığının ve moda editörlüğünün günümüzde birbirini tamamlayan ve destekleyen birer endüstri

²²⁸ Kaynak Kişi; Tamer Yılmaz (1958), derleme, 26 mart 2005 tarihinde İstanbul'da yapılmıştır.

²²⁹ Yaprak Gerçek, Moda editörü, Harper's Bazaar, Geniş açı

oluşturduğunu, modacıların sezonda yarattıkları yeni akım ve stillerle moda fotoğrafçılığının her sezon yeni teknik ve trendlerle kendi ağırlığını ortaya koyduğunu aktarmaktadır. Modacının yarattığı stilleri, moda fotoğrafçıları moda editörleri ile birlikte yorumlayarak kitlelere ulaşmasını sağladığını ve bu üçlünün ayrılmaz bir bütün oluşturduğunu iletmektedir.²³⁰

1980'lere gelindiğinde Türk toplumunda modernleşmenin bir gereği olarak görülen dışa açılma ve batı ile bütünleşme politikaları hız kazanmıştı. Türkiye'nin modern batı toplumlarıyla bütünleşme yolundaki gayreti 150 yıllık bir geçmişe sahiptir. 1980'li yıllarda başlayan dışa açılma ve batı ile entegrasyon girişimleri bugün içinde yaşadığımız çelişkilerin daha da derinleşmesine yol açmıştır. Türkiye bir yandan ileri endüstri toplumlarına özgü enformasyon düzeyini yakalamaya çalışırken, diğer yandan Batı'nın bundan iki yüzyıl önce karşılaştığı modernite olgusunu çelişkili bir şekilde yaşamıştır.²³¹ Ayrı bir kategori olarak görülmesi de bu dönem içerisinde dönemin eğilimleri fotoğraflarda ve hatta hayatın her alanında kendini göstermeye başlamıştı. 80'ler artan şatafatı, renkliliği işaret etmekte, dönem fotoğraflarında bu izler açıkça göze görülmektedir.²³² Moda fotoğrafı, artık önlenemez bir ivme ile daha da genişleyerek etkisini hissettirmiştir. 80'lerle ilgili olarak yukarıda da bahsettiğimiz bu romantik çekicilik ve abartılı barok havanın Türkiye'deki örneklerinden birisi de Erol Atar, olarak tanımlanabilir. Fotoğraflardan da takip edileceği gibi Türkiye'de ve Dünyada aynı anda hissedilen bu eğilim, Erol Atar'ın fotoğraflarında bir tarza dönüşmüştür. Atar, 80'lerdeki etkili Barok derinliği kendi işlerini ifade eden bir üslup şekline dönüştürmüş ve fotoğraflarını kendine ait tarzla üretmiştir. Atar, kendisi ile yaptığımız görüşmede fotoğraflarının, bir gusto olduğunu ve markalaştığını aktarmaktadır: *"Bir tarzım var, insanlar o tarzı yaşıyor. Bunu ben istemeden oluşturmuşum. Ben otuzbeş yıl bu işi yaptım. Halk otuzbeş yıl ünlüleri benim gözümde gördü. Bir gün başkasının gözünden görünce rahatsız oldular. Benim fotoğraflarım diğer fotoğraflardan hemen ayrılır. Bana ait olan tarzın bir tarifini yok Bence fotoğraflar ruhumun bir yansıması,*

²³⁰Hakan Öztürk, Moda editörü, Amica

²³¹ Sadık Güneş, **Medya ve Kültür**, Ankara, Vadi Yay, 1995, s.16

²³² Geniş Açı Dergisi, 1999, Güz, Sayı:8, s:39

herkes aynı noktadan bakıyor ama o başkalık insanı sanatçı yapıyor” ²³³ Bizim asıl konumuz dönemsel olarak 1990 sonrası Türk moda fotoğrafçılığındaki eğilimlerin neler olduğu sorunudur. Bu nedenle Erol Atar henüz 80’lerde bir üslup oluşturmuş olmasına rağmen onu tarihsel durum nedeniyle bu gruptan dışında tutmamız gerekmektedir.

24 Ocak kararlarının tekstil sektörü ve moda üzerindeki etkisine konumuzun başında değinmiştik. Bu istikrarsız durumun moda fotoğrafçılığındaki en önemli etkilerinden biri Türkiye’deki moda fotoğrafçıların bu alanda üslup oluşturmalarına engel olmasıdır. Konuyla ilgili tartıştığımız Sadık Tumay şunları aktarmaktadır, *“Daha önce de belirttiğimiz gibi tekstil sektörü önemli bir iş koludur. Ama rekabet koşullarında problemler vardır. Fotoğrafında güçlü olabilmesi için rekabet koşullarının eşit olması gerekmektedir. Bu Moda fotoğrafçıları güçlü olabilirlerse imaj yaratabilirler, aksi halde moda fotoğrafçılığı, tekstilin tanıtımından ileriye gidemez ve fason fotoğrafçıları olarak devam ederler.”* Konu ile ilgili olarak yaptığımız görüşmede Tamer Yılmaz; bu istikrarsız ekonomik koşullarda moda fotoğrafçıların batıdaki meslektaşlarına göre çok daha fazla iş çekmek durumunda kaldıklarından tarz oluşturmamadıklarını belirtmekte ve şöyle eklemektedir: *“Benim tarzım şu anda kafamda hazır ama zaman içinde dışarıdaki gibi kazancımız bizi tatmin ederse ben ancak hep öyle çekebilirim. Ama örneğin şimdi bir jean çekiyorsun ikisini de aynı şekilde çekersen olmaz Eğer hepimiz kendi kimliği olan fotoğraflar çekebilseydik farkımız olurdu. Ama istediğimiz her şeyi yapamıyoruz. Bunu ekonomiye bağlıyorum. Özel müşterilerimiz yok Bir Helmut Newton’u bilirsiniz hep öyle çeker. Şimdi Helmut Türkiye’ye gelse tüm çektikleri Helmut Newton gibi olurdu. Hangisinin Helmut Newton olduğunu nasıl anlayacaksın. İşte bu da öyle bir şey Biz her şeyi çekiyoruz Sanıyorum ileri de moda fotoğrafı bu koşullarda oturmaz Aslında moda kapitalizmin bir ürünü bizim ise sadece görüntümüz kapitalist. Moda fotoğrafının markalaşması için hakiki kapitalist olmamız gerekir. ama toplum öyle değilbu nedenle Türkiye’de kolay kolay oturmaz. Oturursa İspanyadaki gibi oturur. İyi üretiyorsunuz ama modayı yaratamayabilirsiniz.”*

²³³ Kaynak Kişi; Erol Atar, Derleme, Ocak 2006 tarihinde İzmir’de yapıldı.

Tamer Yılmaz, moda fotoğrafının Sevil Sert ve kendisi ile başladığını bildirmektedir. Yılmaz, 1990-1991 yıllarından önceki dönemlerde reklam fotoğrafı çeken herkesin moda fotoğrafı da çektiğini söylüyor ve moda fotoğrafı dalı olarak adlandırılmasında Sevil Sert ve kendinin çabaları olduğunu aktarıyor. Bu dönem içerisinde moda dergilerinden başka fotoğrafçıların ticari anlamdaki moda çalışmalarına firmaların katalog ve broşürlerinde de rastlamaktayız. Hızla büyüyen tekstil sektörü buna bağlı olarak gelişen moda fotoğrafçılığı kavramını da desteklemiş ve moda fotoğrafçısı ihtiyacı bir anda artmıştır. Konuyu tartıştığımız Hasan Hüseyin İngiltere’de Körfez Savaşı sonrası çıkan ekonomik sıkıntı nedeniyle oradan ayrılarak Türkiye’ye geldiğini ve burada kimsenin henüz ayrı bir branş olarak “moda fotoğrafını” tanımadığını hatta Amerika’da ve Avrupa’da çok popüler olmasına rağmen “portre fotoğrafçılığı” diye bir branşın oluşmamış olduğunu aktarmaktadır. Türkiye’de 90’larda kimsenin portfolyosunun olmadığını ve bu nedenle hemen iş bulduğunu belirtmektedir. İşe başladığı dönemlerde moda fotoğrafçısı olarak Sevil Sert’in ve Tamer Yılmaz’ın tanındığını da eklemektedir.²³⁴

Marie Claire Dergisi ise 1998 yılındaki 10. yıl kutlama sayısında dergiye katkı sağlayan fotoğrafçıların fotoğraflı kutlama mesajlarını yayınlamıştır. Derginin sayfalarında Tamer Yılmaz, Sevil Sert, Mustafa Dorsay, Sıtkı Kösem, Nazif Topçuoğlu, Ani Çelik Arevyan, Mehmet Mutaf, Yaşar Saraçoğlu, Hasan Hüseyin, Ayten Alpün, Sedef Delen, Şenol Altun’un isimlerini görmekteyiz Burada gözden kaçırılmaması gereken nokta yukarıda isimleri görülen fotoğrafçıların birkaç isim dışında kendilerini reklam fotoğrafçısı olarak tanımlamalarıdır. Reklam ve tanıtımla ilgili olarak çekimler yapan fotoğrafçılar, farklı türlerdeki işleri kabul ettiklerini belirtmektedirler. 90’lı yılların başlarında alanında uzmanlaşmış bir kaç moda fotoğrafçısı ismi sayılırken 2000’li yıllara gelindiğinde bu rakamın otuzlara kadar çıktığını görmekteyiz. Bu rakamın artışı alana olan ilginin de arttığının bir kanıtı sayılabilmektedir. Sayının artması moda fotoğrafının artık reklam fotoğrafından farklı bir branş olarak kabul edildiğinin bir göstergesi olarak görülse de Hasan Hüseyin Londra’da en az ikibin adet moda fotoğrafçısının olduğunu ve Türkiye’de

²³⁴ Kaynak Kişi Hasan Hüseyin (1962), Derleme, 08 Ocak 2005 tarihinde İstanbul’da yapılmıştır

buna karşılık beş fotoğrafçı olduğunu bildirmektedir. Ama bunun yanında Türkiye’de bin tekstil firmasının var olduğunu İngiltere’de ise buna karşılık beşyüz tekstil firmasının var olduğundan söz etmektedir. Bu sebeple Hüseyin, bu anlamda Türkiye’nin bir cennet olduğunun altını çizmektedir.²³⁵ Görüleceği gibi 90’lı yıllarda moda fotoğrafı alanındaki branşlaşma eğilimi henüz kesin çizgilerle ortaya konamamıştır. Türkiye’nin içerisinde bulunduğu ekonomik yapılanma kategorizeleşme eğilimini önemli ölçülerde baltalasa da burada reklam fotoğrafçıların moda fotoğrafı ile ilgili olarak branşlaşma eğiliminde olmadıkları görülmektedir. Fotoğrafçılar ile yaptığımız görüşmeler sonrasında bir çoğu bu branşlaşamama sorununun Türkiye’de yaşanan ekonomik istikrarsızlıktan kaynaklandığını dile getirmektedirler.

Türkiye’de moda fabric merkezli olduğu için alt yapı merkezlidir. Yereldir. Oysa ekonomik politik sistem global bir düzen gerektirir ve imaj biçimlendirir. Sistemin oyuncuları uluslararasıdır, marka hakimiyeti vardır. Fotoğrafçısı da eşyanın tabiyatına uygun olarak fason olmalıdır. Marka branşlaşmıyor. Branşlaşmamasının sebebi ise her işin yapıyor olmasıdır. Aktarılanların ışığında 1990 sonrası moda fotoğrafçıları ile ilgili genel bir değerlendirme yapmak istiyoruz .

Tamer Yılmaz’ın moda fotoğrafçılığı kavramının başlangıç noktası olarak işaret ettiği 1990 yılı tezimizde belirlenen tarihle örtüşmektedir. Yaptığımız araştırmalarda reklam fotoğrafçıların moda fotoğrafçısı olarak kategorize edilmesi bu tarihten itibaren başlamaktadır. Dünyada 1900’lerin başlarında şekillenmeye başlayan moda fotoğrafı kavramı Türkiye’de neredeyse bir yüzyıl sonra kavramlaşma sancıları yaşamaktadır. Başka bir deyişle Türkiye’de batılı anlamda moda fotoğrafı 1990’larda başlamaktadır. Bu sebeple, moda fotoğrafındaki üslup sorununun günümüzde hala karşımıza çıkması bir sürpriz olarak görülmemektedir. Çalışmamızın son bölümünde bu üslup sorunu tekrar tartışılacaktır. En son bölüm de ise, Üslubu olduğuna inandığımız fotoğrafçılar incelenecektir.

²³⁵ Kaynak Kişi Hasan Hüseyin (1962), Derleme, 08 Ocak 2005 tarihinde İstanbul’da yapılmıştır

3.BÖLÜM

1990 SONRASI TÜRK MODA FOTOĞRAFINDA ÜSLUP ARAYIŞLARI VE GENEL EĞİLİMLER

3.1.Modanın fotoğrafında Üslup Sorunu

Çalışmamızın başından bu yana toplumların değişimi ile eş zamanlı olarak gerek moda da gerekse de moda fotoğrafındaki farklı anlatım biçimlerindeki değişiklikleri vurgulamaya çalıştık. Şimdi ise eğilimleri belirleyebilmek için 1990 sonrası Türkiye’de gelişen moda Fotoğrafındaki üslup arayışlarının neler olduğunu değerlendirmeye çalışacağız.

Günümüzde reklam sektörünün bilhassa da fotoğrafçılığın ve özelde moda fotoğrafçılığının “estetik bilim”in dilinden yararlandığını görmekteyiz. Bu kullanımı ile değerlendirildiğinde reklam fotoğraflarının da farklı alanlarda değerlendirilebileceğini kabul edilebilir.

“Üslup” kavramı sıklıkla yapış biçimi ve tarz kavramları ile açıklanmakta ve bir sanatçıya, bir çağa veya bir ülkeye özgü teknik, renk, biçimlendirme ve söyleyiş özelliği, anlatım biçimi olarak tanımlanmaktadır.²³⁶ Üslup kavramı sanata gönderme yapan bir kavramdır. Kavramın sanat literatüründe aranması gerekmektedir. Bu yönüyle moda fotoğrafında üslup sahibi olanlar sadece işleriyle değil sanatlarıyla da ayrıcalık kazanarak markalaşırlar. Konumuz kapsamına giren bir diğer kavram ise eğilim kavramıdır. “Eğilim” kavramı ise Türk Dil Kurumu sözlüğünde bir şeyi sevmeye, istemeye veya yapmaya içten yönelme, olarak açıklanmaktadır. Bu yönelme daha önce oluşmuş bir üsluba yönelme şeklinde olabileceği gibi yeni bir tarzın oluşturulması olarak da yorumlanabilir. Öncelikle biz, moda fotoğrafçıların böyle bir eğilim içerisinde olup olmadığını ve kendilerine ait bir Üslubun oluşup oluşmadığını irdelemeye çalışacağız.

²³⁶ Türkçe Sözlük, Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Kurumu , Milliyet , 1992, İstanbul, s.1537

Üslup terimi anlaşılacağı gibi birden fazla anlam içeren çok boyutlu bir terimdir. Bu terim, sanatçının tek bir yapıtını olduğu kadar bütün yapıtlarını da anlatabilir. Yada belirli bir dönem yapıtlarını da karakterleştirmek için kullanılırken, bir grup sanatçının yapıtlarını da tanımlayabilir. Hiç kuşkusuz sanatçının “bireysel üslubu” kavramının yerine “manner” kavramı konulabilirse de, manner ile üslup doğrudan aynı şeyler olmadığı daha iyi vurgulanacaktır.²³⁷ Bir sanat yapıtından, onu yaratan sanatçının üslubunu anlamak mümkündür. Üslup sanatçının içinde bulunduğu toplumsal koşullarla biçimlenir ve toplumdaki teknik, kültürel ve politik gelişmelerle çeşitli özellikler kazanır. Bu bakımdan her dönemin kendine özgü bir üslubu vardır. Bu üslup yaşam biçimlerine ve dünya görüşüne göre biçim değiştirir.²³⁸ Bir çağın sanatını uydurma değil de gerçek bir çerçeve içinde görebilmek için her şeyden önce, o çağın toplumsal koşullarını, akımlarını ve çelişmelerini, sınıf ilişkilerini ve çatışmalarını bunların sonucu olan dinsel ve siyasal düşünceleri incelememiz gerekir. Bir üslup çözümlemesi, sanatta üslubu belirleyen etkenin öz, yani eninde sonunda toplumsal öge olduğunu görmedikçe, ne kadar keskin olursa olsun, en ince sorunları ve ayrıntıları anlamakta ne kadar ustalık gösterirse gösterebilir yanılmaya yargılıdır.²³⁹ Yirminci yüzyılda değişen dünya düzeni ile birlikte tüm değerler değişerek sanatı da derinden etkilemiş ve sanat yorumcuları, bu çağın sanatının üsluptan yoksun olduğunu savunmuşlardır. Sözelimi, Simmel “üslupsuzluk’ çağına’ gönderme yaparken, Malraux kültürümüzün “duvarları olmayan bir müze’ olduğunu söylemiş ve postmodernizmle birlikte bu tip algılayışların ağırlığının da arttığını aktarmışlardır.²⁴⁰

Çalışmamızın birinci bölümde Dünyada ve Türkiye’deki modanın tarihsel gelişimini ve toplumdaki siyasi, kültürel değişimi araştırdık .İkinci bölümde bunların Dünya ve Türk moda fotoğrafındaki karşılıklarını aramaya çalıştık. Son bölümde ise Türk moda fotoğrafçılarının bir üslup geliştirip geliştiremediklerini ve ne tür eğilimler içerisinde olduklarını araştıracağız.

²³⁷ Moissej Kagan, **Güzellik Bilimi Olarak Estetik ve Sanat**, Altın Kitaplar Yay, 1982, s.686

²³⁸ Ayla Ersoy, **Sanat Kavramlarına Giriş**, Yorum yay.2002 İstanbul, s.145

²³⁹ Ernest Fischer, **Sanatın Gerekliliği**, İstanbul, E Yay., 1980, s.64

²⁴⁰ www.felsefe ekibi.com

Avangart akımla birlikte başlayan sanattaki değişimler, sanatın farklı disiplinlerdeki sınırlarının esnekleştiiğini hatta iç içe geçtiğini bize gösterir. Batıda 1990'larla birlikte moda fotoğraflarının sanat galerilerinde kabul görmesi moda fotoğrafını ticari alanın yanı sıra sanat platformuna da taşımıştır. Moda Fotoğrafçısı Moris Maçaro, reklam fotoğrafçılığının sipariş üstüne kurulu bir sanat tarzı olduğunu belirtmektedir.²⁴¹ Gerçekte de moda fotoğrafı ve sanat kavramlarının nerede kesiştiğini bilmemiz bizim tarzları ayırmamıza ve nitelememize yardım edecektir.

Konuyla ilgili olarak görüştüğümüz Fırat Erez, moda fotoğrafında sanatla ticareti ayırmanın sadece hedef olduğunu belirtmiş ve sanatın da belli bir hedefi olması gerektiğini bunun sonucunda sanatın insanın hayatını değiştirmesi gerekliliğini savunmuştur. Erez'e göre fotoğraf pratikte bir araçtır. Moda Fotoğrafı da sanatla yakından ilgilidir ve ondan beslenir. Ama asıl amacı satışı arttırmaktır. Siparişle iş yapmak fotoğrafçının özgürlüğünü eksilten bir duruştur. Erez, Şimdi bu süreç başkadır. Artık bilgi fotoğrafı vardır diye aktarmaktadır.²⁴²

Malcolm Barnard ise, görsel kültür üretimlerinin büyük bölümünün kapitalizm sonrasında büyük şirketler tarafından yönetildiğini ve tasarımcıların bu konuda özgür olmadıklarını aktarır. Sanatsal yapıtların ise bir sponsorluk kurumu adı altında aynı kapitalist sisteme hizmet ettiklerini vurgular.²⁴³ Görülmektedir ki sanat ile moda fotoğrafçılığı bu anlamda sadece amaç farklılığı anlamında ayrılmaktadır.

Avangart sanat öncülüğünde başlayan değişim, 60'lı yıllarda Pop-art ve sonrasında post modernizm, sanatın nesnesi olarak gündelik metalar üzerinde odaklandılar. Tüketim kültürüne yapılan bu ironik yaklaşımla sanat piyasası özellikle şehirlerde gelişerek ücretle çalışan sanatçıların sayısının artmasına neden oldu. Sanat ve gündelik hayat arasındaki sınırların yok olması özel statü altına alınmış olan sanatın statüsünü de etkiledi. Sanat böylece reklam, endüstri tasarımı, simgesel üretim biçimleri ve imaj üretimi sektörlerine kayd. Gündelik hayatın

²⁴¹ Moris Maçaro, Gösteri Dergisi, Ağustos, 1981

²⁴² Kaynak Kişi; Fırat Erez (1964), Derleme, 26 mart 2005 tarihinde İstanbul'da yapılmıştır

²⁴³ Barnard, A.g.e. , s.136.

estetikleştirilmesi yönündeki bu eğilimler yüksek kültür ve kitle kültürü arasındaki ilişkiliyi de ortadan kaldırmıştır.

Nazif Topçuoğlu ise “İyi fotoğraf Nasıl oluyor Yani” adlı kitabında, Türkiye’de fotoğraf piyasasının reklamcılıkla sınırlı olduğunu batı ülkelerinde reklam fotoğrafı ile sanat fotoğrafını ayıran çizginin çok ince ve belirsiz olduğunu aktarmaktadır. Batıda bir çok fotoğrafçı hem kendisi için “sanat” amaçlı fotoğraf çekerken, hem de aynı anlamda ticari işler yapmaktadır. Joel Meyerowitz, Barbara Karsten, Cindy Sherman vb. fotoğrafçılar galeri dünyasında adını duyurduktan sonra ticari işler alan fotoğrafçılardandır. Bunun yanı sıra Irving Penn, Richard Avedon, Deborah Turville, Sarah Moon vb moda fotoğrafçılar, ise moda fotoğrafçılığı yaparken sanat çevrelerine girmeyi başaran fotoğrafçılardandır.²⁴⁴

Ani çelik Arevyan ise, sanat ve moda fotoğrafçılığını şu bağlamda değerlendirmektedir; *“Reklam fotoğrafında hiçbir zaman ben böyle yaptım bunu böyle istiyorum diyemezsiniz. Reklam çekiminin doğru olması gereken teknik bir ışığı ve yorumu vardır. Oysa sanat fotoğrafında gerek konsepti, gerekse anlatımı, ışığı tamamen size kalmış ve burada ifade etmek istediklerinizde, anlatımınız doğrultusunda daha özgürsünüz. Bence görsel olan her şey belli oranda sanattır. Reklam fotoğrafını da bir sanat olarak değerlendirmek gerekir. Tabi ki her reklam Leonardo Vinci’nin sanatı gibi bir sanat demiyorum Sanattan kasıt, eğer bir yorumsa, bu yorumu ışıkla ve estetikle belli bir oranda sunabiliyorsanız reklamda da sanat var demektir. Reklamda çok fazla hayallerinizi fotoğrafa koyamıyorsunuz çünkü ucunda başka bir nokta, başka bir amaç var. Doğru bir reklam fotoğrafçısı olarak duyarlı da yorumlasanız bu kriterlerin içerisinde kalmak zorundasınız Mesela bir bira fotoğrafı çekerken, bira şişesinin ıslaklığını duyarlılıkla usta bir ışıkla vermek zorundasınız. Ondan sonra fotoğrafa biraz daha bir şey katmak istediğinizde reklamın hedefinden şaşmış oluyorsunuz. Burada amaç “ne güzel bir fotoğraf” dedirtmek değildir. O fotoğrafa bakıp canınızın buz gibi bira istiyorsa doğru bir iş yapmış oluyorsunuz.”* diye aktarmaktadır.²⁴⁵

²⁴⁴ Nazif Topçuoğlu, **İyi Fotoğraf Nasıl Oluyor Yani**, Yapı Kredi yayınları, İstanbul, 1992, s. 31

²⁴⁵ Banu Göçmen, **Hayata Vizörden Bakıyorlar**, 08.2005, Cosmopolitan, s.162

Sedef Delen ise Moda fotoğrafının sanatla ilgisi olmadığını ve böyle bir kaygı da taşımaması gerektiğini aktarmaktadır. Döneme ait modanın gelir geçer bir şey olduğunu sanat eserinin ise zaman kavramını aşması gerektiğini bildirmektedir.

Hasan Hüseyin’de sanat fotoğrafının insanların zevkine göre yapılan, kalıcı bir şey olduğunu moda fotoğrafının ise o anda etkilemek için yapılan ve çok çabuk harcanan bir iş olduğunu aktarmaktadır. Yaptığı işlerin ise ancak aradan yıllar geçmesine rağmen hatırlanabilinir olması halinde bunun olabileceğini aktarmaktadır.

Konuyla ilgili olarak Şenol Altun’da, şunları aktarmıştır: “...*Ben bir fotoğrafa baktığım zaman benim için fotoğrafı oluşturan duyguları, çizgileri grafikleri kadraji sana etkili geliyorsa sanat işin içine girmiş demektir .oradadır. Birbirinden ayrı şeyler değildir. aslında sanat son nokta değildir. O noktaya gelirken buradaki süreç önemlidir. Yapılan işlerin çoğu da sanat değildir. Bir takım insanlar bunları müzelere koyuyorlar. Burada doğru olan yöntem hangisidir? Ben işin sanat kısmı ile çok uğraşmıyorum bunu sanat için yapmıyorum. O işe bir ad koyarak başlamıyorum. Bir şeyi yapıyorum, ve yapılan şey kendisi bir değer oluşturuyor. Sanatın kavram olarak ne anlama geldiğini biliyorum. Hangilerinin hangi değerde olduğunu da biliyorum o uğraştığım şey kendiliğinden oraya taşıyorsa onu bir kenara koyuyorum ama bazıları var ki altta kalıyor. Onu zaten atıyorsun. Aslında benim için en çok belirleyen şeylerden biri de emektir ve fotoğrafı oluştururken tasarlarken düşünürken geçen zaman, süreç aslında benim için sanattır. Biz burada 10 kişiyiz Londra’da 2000 kişi var. Amerika’da yüzde 50 si fotoğrafla uğraşiyor insanların kim sanatçı kim değil artık o soru yok kim belirliyor kreatörler mi? belirliyorlar, galeri sahipleri mi belirliyor? diyorlar ki şunlar sanat olsun bunlar müzeye konsun..”*

Tamer Yılmaz’da moda fotoğrafının sanatla ilgisi olmadığını ve modası geçen bir şeyi çok ucuza dahi satamayacağını bildirmekte ve moda fotoğrafçılığının İyi bir zanaat işi olduğunu çekildikten sonra belki sanata dönüşebileceğini aktarmaktadır.Yılmaz, her moda fotoğrafının da sanat olmadığını ama zaman içerisinde dönüşebileceğini söylemektedir.

3.2.1990 Sonrası Türk Moda Fotoğrafında Eğilimler.

1990'lı yıllara gelindiğinde çok sayıda moda fotoğrafçısı reklam piyasasında varolmaya çalışmaktadırlar. Moda fotoğrafçıların işleri ile ilgili olarak yaptığımız taramada bu fotoğrafçılardan bir kısmının öykünmeden öteye kopya işler yaptığı görülmekte, bu kopyaların kitsc'hten öte asıllarının kötü bir taklidi olduğu göze çarpmaktadır. (Bkz. Albüm 7, Fotoğraf 259, 260, 261) Bu fotoğrafçılar, her ne kadar piyasa koşullarına göre çalışıyor olsalar da işlerinde herhangi bir üslup ve kreatif kaygısı bulunmamaktadır. Bir başka şekilde aktarırsak bu fotoğrafçıların fotoğraf mekanikeri olduğunu söyleyebiliriz. Taklit ederek çalışan fotoğrafçılar, orijinal olmaktan oldukça uzak ve eşyanın tabiatına uygun hareket etmemektedirler. Kopya çalışmalarda zanaatsal bir kaygı hissedilirken yapılan çalışmalar, yaratıcılıktan ve üslup oluşturabilmekten oldukça uzaktır. Dijital teknolojilerin kullanımıyla görsel malzemelerin çok çabuk tüketilir hale gelmesi özgün ve kopya arasındaki keskin sınırları kaldırmıştır. Kopyalamak sanatta daha çok bir tarz ile ilişkilendirilirken burada bir eserin kopyasından bahsedilmekte ve özgün bir değer taşımamaktadır.

Diğer bir kısım fotoğrafçı ise, teknik kalitesi yüksek işler çıkarmakta, fakat Türk moda fotoğrafı için eğilim sebebi olabilecek üslup oluşturmaktan uzak görünmektedirler. Teknik anlamda fotoğraf, kendine ait belli araçları ve teknikleri olan bir zanaat eylemidir. Zanaatkarların ise yönetilmesi gerekir ve yönetilmektedirler. Fotoğraflama işini yapabilmesi için fotoğrafçının öncelikle sahip olduğu malzemeyi, araç ve gereci çok iyi tanıması ve ona sunduğu olanakları bilmesi gerekmektedir. Günümüz teknolojisinin hızlı bir şekilde ilerlediğini de düşünürsek iyi bir fotoğrafçının bu teknolojiyi de takip etmesi ve kullanması gereklidir. Burada özellikle bir noktaya da değinmekte yarar olacaktır. Fotoğrafçının malzemeyi doğru bir biçimde kullanması, makinaya hakim olması onun özgün işler üreteceği anlamına gelmeyebilir. Çünkü özgün yaratıcılığın kökeninde, araştırmacı bir çabanın, özgünlük arayışının bulunması yatmaktadır. Bu bağlamda; ürünün biçim ve içerik ilişkisi, zihniyet kavramı, toplumsal yapının analizi vb. gibi kavramlar devreye girer.

Biz çalışmamızın başından itibaren Dünyada ve Türkiye’de moda ve moda fotoğrafı kavramlarını irdelemiş bulunuyoruz. Batıda bilhassa 90 sonrası oluşan eğilimler moda fotoğrafçıların farklı ekoller altında toplanabileceğini göstermiştir. Bu bağlamda Türkiye’deki moda fotoğrafçıların da farklı üsluplarının oluştuğunu görmekteyiz. Oluşturduğunu düşündüğümüz bu üsluplar dışında kalan moda fotoğrafçıların bir kısmı çalışmalarının daha çok şipariş üstüne yapılarak hazırlanmış teknik anlamda batıyı aratmayacak işler olduğu görülmektedir. Diğer bir kısım fotoğrafçı ise bu mesleğe çok yeni girmeleri nedeniyle seçilen altı fotoğrafçının dışında bırakılmış ve başka bir çalışmanın konusu olarak düşünülmüştür. Türk moda fotoğrafçıları ile yaptığımız görüşmelerde teknik anlamda batı ile aynı seviyede olduklarını bildirmişler hatta bir kısmı teknik anlamda batılı meslektaşlarından daha iyi işler yaptıklarını aktarmışlardır. Ama ne yazık ki tekniğin başarılı olması bir üslup oluşturmaya yetmemekte ve fotoğraftaki bütün ağırlığı biçim üzerine yönlendirmek, konunun amacını aktarmakta zayıf kalmaktadır. Bu noktada sanatta üslubu belirleyen biçim ve içerik birlikteliğini olduğundan hareketle moda fotoğrafında da bu kural geçerli olmalıdır. Lucas konuyla ilgili şöyle aktarmaktadır: *“...Bizi ilgilendiren, biçimsel anlamda anlatım teknikleri arasındaki ayrımlar değildir. Bizim için önemli olan yazarın eserinin temelinde yatan dünya görüşü, (weltanschauung) veya ideolojidir. Yazarın amacını belirleyen ve belli bir yazının üslubunun temelindeki oluşturucu ilkedeki yazarın bu dünya görüşünü gerçekleştirme çabasından başka bir şey değildir. Bu açıdan bakıldığında, üslup biçimsel bir nitelik olmakattan çıkar. Daha çok özün bir parçası, belirli bir özün belirli bir biçimi olur.”*²⁴⁶

Batıdaki bilimsel–teknik devrimin yansımalarını, toplumsal yapı dönüşümlerini, sanat akımlarının koşulları ve doğuş nedenlerini tüm boyutları ile yaşamadan, belirli bir dünya görüşüne dayanmadan, düşünsel, toplumsal ve görsel etkileşim süreçlerini bilmeden, yüzeysel bir aktarımcılıkla aktarım yapmak batıyı kopya etmekten başka bir şey olmayacaktır.²⁴⁷

²⁴⁶ Georg Lukacs, Estetik, Payel Yay., İstanbul, 1999.

²⁴⁷ Göçmen, A.g.e. , s.120

Bu kategorilerin dışında kalan az sayıdaki fotoğrafçının ise bir üslup oluşturduğunu söylememiz yerinde olacaktır. Bu fotoğrafçılar Türk moda fotoğrafında eğilim sayılabilecek örnekler vermektedirler. Bu çalışmaların kişisel bir tutum içerisinde geliştiğini söylemek daha uygun olacaktır. İşin ilginç yanı ise bu fotoğrafçıların işlerinin sanatın günümüzdeki tematikleriyle paralellik taşıyor olmasıdır. Batılı fotoğrafçıların işlerindeki estetik sorunu Türk fotoğrafçıları içinde geçerli olabilmektedir. Bunu evrensel anlamda bir Türkiye duyarlılığı olarak değerlendirebiliriz.

1990'lara gelindiğinde Türk moda fotoğrafçıların sayısı hızlı bir artış göstermiş ve bu fotoğrafçılar sadece moda fotoğrafı alanında çalışmaya başlamışlardır. Bu fotoğrafçıların bir kısmı Profesyonel Tanıtım Fotoğrafçıları Derneğine üye olarak gözükmekte ama sayıca büyük bir kısmı serbest olarak çalışmaktadır. Moda fotoğrafçılarına ait ayrı bir dernek bulunmadığından biz bu fotoğrafçıların isimlerini moda fotoğrafçılarıyla yaptığımız görüşmelerden ve özellikle moda dergilerinden edinebildik. Moda Dergilerinden yaptığımız taramalarda belirlediğimiz moda fotoğrafçıları 1990 sonrası bu alana hizmet etmiş fotoğrafçılardır. Bu fotoğrafçıların bir çok fotoğrafını tarayarak üslubu oluştuğuna inandığımız altı fotoğrafçıyı son bölümde irdeledik. Bu fotoğrafçılar, Tamer Yılmaz, Hasan Hüseyin, Şenol Altun, Bennu Gerece, Nihat Odabaşı, Emre Doğru olarak tesbit edilmiştir. Bu moda fotoğrafçıların dışında kalan moda fotoğrafçılarına kısaca değinmek istiyoruz.

1960, İstanbul doğumlu olan Adil Gültekin, Mimar Sinan Üniversitesi Fotoğraf Bölümünden 1985 yılında mezun olduktan sonra Karacan yayınları, Ses ve Hayat gibi Dergilerde fotoğraf editörlüğü yapmış ve halen "AG Fotoğraf – Prodüsyon" adlı kendi stüdyosunda moda fotoğrafları çekmektedir. Adil Gültekin'in fotoğrafları incelendiğinde fotoğraflarındaki kadın modellerin cinsel fetiş objeler olarak sunulduğunu görmekteyiz. Fotoğraflarında ayrıca erotizmden pornografiye geçen bir tavır hissedilmekte ancak fotoğrafları belirli bir üslup altında toparlanmamaktadır.

1980'lerde moda fotoğrafı alanında çalışmaya başlayan Ayten Alpün ise, bu alanda en uzun çalışan fotoğrafçılar arasındadır. 10.12.2002, Elle Dergisinde taradığımız serisinde Alpün'ün, kadın modelleri tarihi bir mekan içerisinde ağır bir göz makyajı ile fotoğrafladığını görmekteyiz. (Bkz. Albüm 7 Fotoğraf 274, 275) Bu makyajın bir çeşit maske olarak kullanıldığı görülmektedir. Maskede kimliği örten bir durum söz konusudur. Modada bir maskedir. Yada maskeler tasarımı olarak görülebilir. Buradan yola çıkarak Alpün'ün fotoğraflarında bir içe kapanma, kimliği örtme ve saklanma durumu söz konusu olabilmektedir. Bunun bir çeşit melankolik durum olduğuda söylenebilir. Bir diğer fotoğrafında ise çıplak bir kadın gri bir zemin önünde kuru dallar arasında fotoğraflanmıştır. (Bkz. Albüm 7 Fotoğraf 276) Kadın çıplak olmasına rağmen cinsel bir çekicilik içermez daha çok soğutulmuş bir cinsellik görünümü içermektedir. Son seride (Bkz. Albüm 7 Fotoğraf 277, 278, 279) ise 1960'ların Pop-Art kavramına gönderme yapan fotoğraflarda mekan ve kıyafet buluşması söz konusudur.

Bahadır Tanrıöver (Bkz. Albüm 8, Fotoğraf 306-309) 101 CL adlı şirkette serbest fotoğrafçı olarak çalışmaktadır. Trentsetter 2005'de çektiği çanta reklamlarında kadın giyimine ait izler taşıyan elbise ile bir erkeği fotoğraflamıştır. Fotoğraflarındaki bu cinselliğe ait sembollerin yer değiştirilmesi ve sade grafik düzenlemeleri fotoğrafa farklı bir bakış açısı getirmektedir.

Barış Aktınmaz'ın moda fotoğraflarına baktığımızda fotoğrafın teknik kalitesinin önemsenmediği yada göz ardı edildiğini görmekteyiz. (Bkz. Albüm 8, Fotoğraf 310-313) Bu bilinçli yaklaşım Batıda da 90 sonrası pratiklerinde sıklıkla karşımıza çıkmakta, fotoğrafın içeriğini önemseyen estetik ve teknik sorunları göz ardı eden üslup sorununa dönüşmektedir. Fotoğraflarda var olan gerçekliğin imajı verilmeye çalışılmış, modeller doğal ışıkta doğal hallerinde tek başlarına fotoğraflanmışlardır. Aktınmaz'ın fotoğraflarında, amatör makine ile çekilmiş aile yada arkadaş pozlarını anımsatan bir durum söz konusudur.

1982 Bursa doğumlu Cüneyt Akeröglü, Samsun 19 Mayıs Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi mezunudur. Nihat Odabaşı'nın asistanlığını yapan fotoğrafçının

diğer mesleği moda tasarımıdır. Akeroglu'nun fotoğraflarını incelediğimizde farklı eğilimlerin olduğu göze çarpmaktadır. Akeroglu'nun moda fotoğraflarında Nihat Odabaşı'nın sinematografik öykünmesini anımsatan durumlar söz konusudur. (Bkz. Albüm 7, Fotoğraf 262- 264), Mitolojik öyküleri görüntülediği fotoğrafları ise kitsch olarak değerlendirilebilir. (Bkz. Albüm 7, Fotoğraf 266- 267), Fotoğrafçı kendi fotoğrafları ile ilgili şöyle belirtmektedir: “...Fotoğraf kalitesi yüksek, şık, gösterişli, elegan ve temiz fotoğraflar çekiyorum. Benim adamlarım çok yakışıklı, kadınlarım çok güzeldir. Mükemmele yakınlardır. Bugüne kadar hiç dil çıkaran bir insan çekmedim. Benimkiler imrendiren fotoğraflardır.”²⁴⁸ Fransız moda dergisi “Citizen K” için, Fransız aktör Stephane Rideau'nun çıplak fotoğraflarını çeken Akeroglu, bu fotoğraflarla ilgili olarak, “...Estetik olması açısından, sanatsal durması açısından bazı yerleri kamufle ettim. Sonuçta ortaya dramatik ve gölgeli fotoğraflar çıktı. Ucuz olmadı. Nü fotoğraflarda ucuzlukla kalite arasında çok ince bir çizgi var. Çok profesyonel bir ekiple çalıştım. 8-10 kişiydik. Saçı, makyajı, dekoru geçtim kullanılan duvarın rengi bile özel seçildi. Çekim bir gün sürdü. Fotoğraflar üç ayrı usta tarafında rötuşlandı. Yüzünü başka biri, vücudunu başka biri rötuşladı. Renk ayarlarını başka biri yaptı. Sadece cildi beş gün sürdü. Dergi moda fotoğraflarımla ilgili olarak İstanbul'da yaşayan bir fotoğrafçının böyle bir fotoğraf kalitesi, böyle bir ışık bilgisi, böyle bir ritim dengesi olduğuna inanamıyoruz' dediler...” şeklinde aktarmaktadır.

Candaş Arın fotoğrafçılığa Serkan Şedele'nin asistanı olarak başlamış ve bir çok moda fotoğrafçısına photoshop uygulaması gerçekleştirmiştir. Bu işlemi “retouch”^{*} olarak adlandıran fotoğrafçı, yıllarca yaptığı retouch çalışmalarını moda fotoğrafı çekimlerinde bir avantaj olduğunu bildirmektedir. Çektiği tüm moda fotoğraflarında bu işlemi uygulayan fotoğrafçı yarattığı görüntülerle tüm gerçekliği bozmakta ve yanılsamalar yaratmaktadır. Ayrıca cansız mankenlerle insanları dijital ortamda birleştirdiği çalışmalarını İnez Van Lamsweerde'nin yaptığı photosop çalışmalarına bir öykünmedir. (Bkz. Albüm 10, Fotoğraf 405-413)

²⁴⁸ Sibel Arna, CüneytAkeroglu, 17.11.2005, www.Hürriyetim.com

* Retouch: Rötüş yapmak anlamında kullanılan bir terimdir.

Koray Erkaya'nın moda fotoğraflarında diğer fotoğrafçılardan farklı olarak uyguladığı alt ve üst açılar dikkatimizi çekmekte ve bu açılar bize Nick Knight estetiğini anımsatmaktadır.(Bkz. Albüm 8, Fotoğraf 280-286) Diğer fotoğraflarında ise eşcinsel söylemler dikkat çekmekte, renklerin ise doygun olarak kullanıldığı görülmektedir.

1993 yılında Bilkent Üniversitesinde tasarım eğitimi aldıktan sonra çeşitli reklam filmleri çeken Koray Birand, hemen ardından fotoğrafçılık yapmaya başlamış ve son iki yıldır moda fotoğrafçısı olarak çalışmaktadır. Birand'ın web sitesi incelendiğinde moda fotoğraflarında, grafik tasarımcılığından getirdiği izler okunabilmektedir. Birand, çekimlerinden sonra yaptığı photoshop uygulamaları ile moda fotoğrafını gerçeklikten uzaklaştırmakta bizi, mekan ve insan ilişkisini sorgulatan bir anlayışa sürüklemektedir. Bir çok fotoğrafında mekan olarak kullandığı çorak toprak ve kaya görüntüleri, farklı bir dünyanın izlerini taşıırken photoshop ile cansız manken hissi uyandıran kadın modelleri ise daha çok bir androiti anımsatmaktadır. Birand'ın zaman, mekan ve insan ilişkisini sorgulatan bu ikili kurgusu bizi fütüristik bir yaklaşıma doğru götürmektedir.

1969, İstanbul doğumlu Sedef Delen, Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil Bölümü mezunudur. Fotoğrafçılığa ise Hasan Hüseyin'in asistanı olarak başlayan Delen, moda fotoğrafları çekmeye başladığı ilk yılları *"..Çok taklit vardı. Aslında şimdide var ama o zaman çok nahifti tek renkliydi. Çok daha ilkel ve klasikti..."* şeklinde açıklamaktadır. Delen'in çektiği moda fotoğraflardaki kadın modelerler, içine kapanık hüznü kadınlardır. Kadın modelerler, ya keskin gölgelerin arkasına saklanmakta yada mekan içerisinde kafesi anımsatan ışık hüzmeleriyle mekanda sıkışıp kalmaktadır. Fosil daireyi aşamayan kadın imajı kapalı kapı metaforu ile desteklenmektedir. Tel örgülerin önünde bağırarak iki kadın ise nevroitik bir durum sergilemekte ve bize E. Munch'ın "Çılgılık" adlı resmini hatırlatmaktadır. Delen'in fotoğraflarında günümüz post modern durumu dışavurumcu bir tavırla aktarılmaktadır. (Bk. Albüm 8, Fotoğraf 325-334) Delen ile yaptığımız görüşmede fotoğrafları ile ilgili olarak şunları aktarır: *"...Bir ara hep hüznü kadınlara çektim pozu ve yapaylığı sevmiyorum kötü oyunculuğu sevmiyorum poz verebilir ama doğal olmalı en doğal halini çekmek istiyorum Photoshop çıkmalı beri bu işi bırakmak*

istiyorum bu bana çok gerçek dışı geliyor göz kırışığında varsa bunları seviyorum idealize edilmiş tipleri sevmiyorum çünkü gerçeği yansıtmadığına inanıyorum. Moda Fotoğrafında gerçek arayışım var. Mükemmeliği ulaşılmaz güzellikleri beni rahatsız ediyor ben böyle değilim çevrem böyle değil o halde ben bu fotoğrafları yüzde on için mi çekiyorum? Herkes onlara özeniyor. Benzemeye çalışıyor. Bu yüzden fotoğrafa küskünüm bir ara verdim ve şu anda yaptığım işi sorguluyorum. Çektiğim fotoğraflar daha gerçek olmalı daha insalcıl olmalı diye düşünüyorum...”²⁴⁹

Sanatçının geldiği bu nokta bize melankolik çağrışımlar yapmaktadır. Konuyla ilgili olarak Dörthe Binkert melankolinin günümüz toplumunda daha ağır ruhsal bozuklukları engelleyen bir tampon görevi gördüğünü belirtmekte ve melankoliyi içe dönük bir ara veriş, yeni olana hazırlanma durumu, eskiyi elden geçirerek yeniye kendini hazırlama olarak açıklar.²⁵⁰

Mimar Sinan Üniversitesi Fotoğraf Bölümünden mezun olduktan sonra 1985 yılında fotoğrafçılığa başlayan Yaşar Saraçoğlu, 17 yıl Devlet Opera ve Balenin resmi fotoğrafçılığını yapmış ve daha sonra moda fotoğrafına geçiş yapmıştır. Fotoğrafçı, balenin kendisine kostümü, makyajı, saçını, ışığı ve poz vermeyi öğrettiğini aktarmakta ve fotoğraflarının da bu izleri taşıdığını belirtmektedir.²⁵¹ (Bkz. Albüm 7, Fotoğraf 268-273) Saraçoğlu'nun fotoğrafında Neo-klasik esprinin olduğu göze çarpmakta, fotoğraflarının tekniğe hakim olduğu ancak üslup problemlerini aşamadığı görülmektedir.

Bu moda fotoğrafçılarından başka Serdar Önal (Bkz. Albüm 8, Fotoğraf 291-301), Serkan Şedele (Bkz. Albüm 8, Fotoğraf 302-305), Serkan Emiroğlu (Bkz. Albüm 8, Fotoğraf 287-290), Cem Göçmen, Cumhur Kaplan, Erbil Balta, Fırat Erez, Murat Sargın, Nejat Talas, Ogün Işık, Şafak Taner, Timur Çelikdağ, gibi fotoğrafçıların adlarına da rastlanmaktadır. Bu fotoğrafçıların bazılarının belirgin bir üslupları oluşmamıştır. Bazıları ise bu alanda yeni çalışmaya başlamış olmalarına rağmen batılı moda fotoğrafları ile benzer tarzlarda ürünler verdikleri görülmektedir.

²⁴⁹ Kaynak Kişi; Sedef Delen (1968), Derleme, 26 mart 2005 tarihinde İstanbul'da yapılmıştır.

²⁵⁰ Binkert Dörthe, **Melankoli Kadındır**, (Çev. İlknur İgan) Ayrıntı Yay. İstanbul, 1995

²⁵¹ Kaynak Kişi Yaşar saraçoğlu , Derleme, 15.05. 2005 tarihinde İstanbul'da yapılmıştır

Bu fotoğrafçıları daha ilerideki yıllar içerisinde üsluplarını oluşturacakları düşünülmekte ve gelişen üslup ve eğilimler başka bir araştırmanın konusu olarak değerlendirilebilecektir.

Sonuç olarak Türk moda fotoğrafçıları 90'lı yıllarla birlikte kendilerine ait bir üslup oluşturma çabaları görülmekte ve bu çalışmaların batı ile paralellik taşıdığı düşünülmektedir. Batıdan farklı gelişen moda fotoğrafındaki üslup arayışımız ilk olarak iki alanda karşımıza çıkmaktadır. İlki dijital teknoloji ile gelişen bilhassa photoshop ile yapılan fotoğraf manipulasyonları ve diğeri, amatör makine ile çekilmiş hissi verecek kadar doğal şekilde gerçekleştirilen samimi fotoğraflardır. İkinci eğilimin batıdaki arayışlara benzer biçimde gelişmesi bu anlamda moda fotoğrafçıları batıdan etkilenildiğini ortaya koymaktadır. Şimdi üslubu oluştuğuna inandığımız moda fotoğrafçıları incelemek istiyoruz.

3.2.1 Tamer Yılmaz Fotoğraflarında Zanaatkar Duyarlılık

1958 Gönen doğumlu fotoğrafçı, Ankara'da büyümüş ve daha sonra Mimar Sinan Üniversitesi Fotoğraf Bölümüne girmiştir. Mezun olduktan sonra piyasada reklam fotoğrafları çeken Ahmet Dedeman ve Ferit Aşıklar'ın yanında asistanlık yapmış ve kendini bu yönde geliştirmiştir. Fransa'da Strazburg'ta okuyan bir arkadaşıyla eski bir kilise binasından oluşan ve Türkiye'de benzeri olmayan Bauhaus ekolüne benzeyen bir yapıyla "Loft Base"i kurmuşlardır. İlk stüdyosunun burası olduğunu aktaran Yılmaz, bu binanın daha sonra da İstanbul Sanat Merkezine dönüştürüldüğünü belirtmektedir.

Tamer Yılmaz Türkiye'de fotoğraf eğitimi olarak bu işe başlayan ilk fotoğrafçılarından biridir. Dolayısıyla bu anlamda moda fotoğrafında diğer fotoğrafçılara model teşkil etmektedir. Yılmaz'ın fotoğraflarını değerlendirdiğimizde, moda fotoğraflarında teknik kalite standartını yükselttiğini söyleyebiliriz. Yılmaz'ın işlerinde zanaatkar yönünün ağır bastığı görülmektedir. (Bkz. Şekil 313,314,323) Bu teknik kalitenin daimi önemsenecek yüksek tutulmaya

çalışılması fotoğrafın biçim ve içerik bütünlüğü dengesini etkilemekte, dolayısıyla fotoğraflar kreativeden yoksun kalmaktadır. Yılmaz'ın fotoğraflarında batıdaki moda popüler dergilerinde ne görüyorsak aynısını görürüz. Bu bir öykünmedir ama buradaki kopya artık kitschleşmiştir. Kitsch artık burada bir model teşkil etmektedir. (Bkz. Şekil 322, 319, 321) Yılmaz bu durumla ilgili olarak, “... Eğer hepimiz kendi kimliği olan fotoğraflar çekebilseydik farkımız olurdu. Ama istediğimiz her şeyi yapamıyoruz. Bunu ekonomiye bağlıyorum. Özel müşterilerimiz yok. Firmalar sizi yönlendiriyorlar. Biz de yönlendiriyoruz ama bilinçli bir yönlendirme var. Firmayı kendi istediğim gibi çekeceğim dersiniz bu yanlış olur. Bu firma hangi gruba hitap ediyor önce bunu analiz etmek gerekir. Fotoğraflarınız çok güzel dahi olsa Benetton'a Beymen gibi çekemezsiniz. Bunları bilmeniz gerekiyor. Biz her şeyi çekiyoruz . Bunun ekonomiyle iligi olduğunu düşünüyorum” diye aktarmaktadır.

Tamer Yılmaz'ın fotoğraflarında bir öykünmeden bahsetmiştik. Bu anlamda (Bkz. Şekil 313, 323) sanatçının fotoğrafları, Pirelli takvimlerindeki benzer görüntüleri çağrıştırırken emziren anne figüründe olduğu gibi sanata da bir öykünme vardır. Bu artık kopya yada kitçleşmiş bir öykünme olarak kabul edilebilir. Yılmaz Okullu olmasına rağmen kreativiteyi yaşamamaktadır . Bu bağlamda Tamer Yılmaz'ın bir kitsch uzmanı olduğunu söyleyebiliriz. Modanın sanat ile olan ilişkisini Yılmaz şöyle değerlendirir, “... Esasen bana göre moda fotoğrafının sanatla ilgisi yoktur. Moda fotoğrafının da ömrü var çok iyileri kalır. Etkilendiği yerler var ama küçük bir parça bu nedenle çok fazla ilişkisi yok. Moda fotoğrafı iyi bir zanaat işidir. Çekildikten sonra belki sanata dönüşebilir. Çeke çeke bazı şeyler daha dengeli yerine oturabiliyor. Her moda fotoğrafı sanat değildir. Dönüşebiliyor ama sanatla çok yakın bir ilişkisi yok .”

Bir üslubu olduğunu söyleyen Yılmaz, tekniklerin genelde aynı şekillerde kullanıldığını ve bundan eğilimin okunamayacağını belirtir ve bir tarzının olduğunu ama onu kullanmadığını ekler. “ Bana göre benim tarzım var ama ben onu kullanmıyorum. Tarz haline getirmiyoruz. Benim şu anda kafamda hazır ama zaman içinde dışarıdaki gibi kazancımız bizi tatmin ederse ben ancak öyle çekerim. Ama örneğin şimdi bir jean çekiyorsun ikisini de aynı şekilde çekersen olmaz.” diye

eklemektedir. Moda fotoğrafının ileride de Türkiye’de bu şartlarda oturamayacağını, otursa bile durumun İspanyada’ki gibi gelişeceğini İyi üretim yapabilmeniz ölçütünün modayı yaratmak olmadığının altını çizer.

Tamer Yılmaz’a moda ve değişim, ilişkisini sorduğumuzda ise, “ *değişmek gelişmek demektir. Ama ben çok kolay değişmeyen bir insanım Bir şeyin ilk olmasını seviyorum sonra başka bir şeye geçiyorum.*” Diye belirtmekte moda ve sanat ilişkisini ise, “*Modern sanatlar müzesi için benden fotoğraf istediler seçemedim veremedim. Çünkü çok şahane bir fotoğrafım yok Zanaat bizimkisi hangisini vereyim moda sanat değil zanaat.*” Şeklinde açıklamaktadır.

Yılmaz’ın bu söylemleri onun moda fotoğrafını zanaatsal bir anlayış çerçevesinde değerlendirdiğini ve moda fotoğrafını sanat bağlamında değerlendirmedikini göstermektedir. Yılmaz’ın Güzel Sanatlar Fotoğraf Bölümünden aldığı eğitim doğrultusunda ilerlettiği moda fotoğrafçılığı deneyimi zanaatsal kaygılar taşırken görselliğin mekanikliğinde kalmaktadır. Oysa moda fotoğrafında estetiğin yakalanması, estetiğin plastiğe nüfus etmesi ile gerçekleşebilir. Buna bir şekilde mekanik estetik duyarlılık adını verebiliriz.

Tamer Yılmaz’ın fotoğrafları Walter Benjamin’inde belirttiği gibi tekniğin olanakları ile yeniden çoğaltılabilirliğin bir şeklidir. Çağımız reproduksiyon çağıdır. Yılmaz’da buna uygun olarak piyasa koşullarına göre çalışmakta ve başka bir kreativite kaygısı güdmemektedir.

3.2.2. Hasan Hüseyin’in Fotoğraflarındaki Melankolik Yaklaşımlar.

Sanatçı, 8 Şubat 1962 yılında Kıbrıs’ta doğmuş ve on yaşından sonra İngiltere’ye giderek öğrenimine orada devam etmiştir. Profesyonel olarak fotoğrafçılığa İngiltere’de başladığını belirten Hüseyin, 1990’da yaşanan körfez krizinden sonra Türkiye’ye geldiğini ve portfolyosunu göstererek hemen iş bulduğunu aktarmaktadır. Hüseyin 18 yaşında fotoğraf kolejine gittiğini ve küçük yaşlardan bu yana da resme ilgisi olduğunu da aktarmaktadır. Hasan Hüseyin’in

fotoğraflarını incelediğimizde resme ve sanat tarihine olan ilgisi fotoğraflarından okunabilmektedir.

Sanatçının fotoğraflarının tamamının teknik anlamıyla çok iyi işler olduğu görülmektedir. Hasan Hüseyin'in fotoğrafları, simgesel anlatım içiren çalışmalar olup diğer sanat dallarına olan merakı onun fotoğraflarında da farklı bir üslup edinmesine yardım etmiştir. İnsanlardan ve mekanlardan enerji aldığını bildiren fotoğrafçı, kimseyi kopya etmediğini hatta yıllarca dergi bile bakmadığını belirtir ve ekler, “ *Ben kimseyi kopya etmeyi sevmem dergileri karıştırmayı da sevmiyorum kaç yıldır dergi karıştırmıyorum. Fotoğrafi kafamın içinde görüyorum. İçten çıkıyor aslında. Moda fotoğrafını yaratmak kolaydır aslında al fotoğrafı onun gibi yap. Bu foto kopyacılıktır. Marifet değildir.*” Diye belirtmektedir.

Hasan Hüseyin'in işlerini çeşitli gruplara ayırırsak ilk seride üç nü fotoğrafı dikkatimizi çeker.(Bkz.albüm 9 fotoğraf 335-337) Bu fotoğraflarda kadınlar belden yukarı çıplak olarak fotoğraflanmış, ışık yardımıyla üç boyutlu etkisi arttırılmıştır. Fotoğraflarda düz zeminler seçilerek vurgu sadece kadınların üzerinde yoğunlaşmıştır. Yan ışığın sağladığı üç boyutluluk etkisi formları heykelleştiren bir hava yaratır ve modeller, çıplak olmasına rağmen seksi olarak görülmezler daha çok androjen bir duruş söz konusudur. Modellerde ki bu heykeli çağrıştıran durum bize İtalyan heykeltarihi Antonio Canova'nın (1757-1822) Antik Yunan'a öykünen heykellerini çağrıştıtır. .(Bkz.albüm 9 fotoğraf 338)

Hasan Hüseyin'in portfolyosundan seçtiğimiz ikinci fotoğrafta oldukça etkili siyah beyaz fotoğraflarından biridir. Fotoğraf ta iki model görülmektedir. Modeller daha çok sanki bir şeyden kaçarcasına bir hareket halindedirler, bir birlerine sarılmış yada çok yakın fotoğraflanmışlardır. Saçları ve giysileri bu kaçışı destekler biçimde uçmaktadır. .(Bkz.albüm 9 fotoğraf 339) Kaçış etkisini veren ise mankenin kolunun diyagonal oluşturacak bir biçimde kadrajda yer alması sayılabilir. Bu fotoğrafın Rubens'in “Maria Meddici” adlı resmindeki bir ayrıntı ile benzetilmektedir. Barok akımının özelliklerini taşıyan fotoğraftaki abartılı duruşla bize aynı etkiyi yaşatır. .(Bkz.albüm 9 fotoğraf 340) Sanatçının tarzı ile ilgili yaptığı açıklama da bu

fotoğrafın yapısı ile örtüşmektedir. Konuyla ilgili sanatçı, “*Ben fotoğraflarımda her an her zaman bir şey olacakmış gibi duran yüz ve vücut ifadelerini kullanmayı severim. “Body Language” leri kullanmayı severim. Fotoğrafımda bakıştan (göz dudak parmak uçlarına ve kafa şekline kadar) parmak uçlarına kadar o şekilde aksiyon yaratmayı isterim.*” Diye aktarmaktadır.

Bir diğer fotoğrafı ise sanatçının karvizitine basacak kadar kendi ile özleştirdiği oldukça etkili bir fotoğraftır. Bu fotoğraf bize Rembrant ve Rogier van der Weyden’den alınmış sahneleri hatırlatır. Fotoğraf sunumu kurgusal bir düzenlemeden oluşturulmuş metoforik bir yorum da içerir. Fotoğraf Barok’un iç mekan düzenlemelerine önem veren bir şekilde düzenlenmiştir. Sanatçı mekana önem vermekte “*ben fotoğraflarımda insanlardan ve mekanlardan ilham alıyorum.*” şeklinde açıklamaktadır. Oluşturulan hikaye iki büyük penceresi olan bir mekanda masaya yatırılmış ve İsa olduğunu düşündüğümüz bir erkeğin etrafında çevrelemiş olan gece tuvaletleri giymiş yedi kadın modelin arasında geçer. Kadınlardan biri yatan erkeğe karşı ellerini kaldırarak yaklaşmaktadır. Diğer kadınlar ise tıpkı resimde olduğu gibi çaresizce birbirlerine bakmaktadırlar. Dikkatimiz kadının şık elbisesinde toplanır. (Bkz.albüm 9 fotoğraf 341) Elbiseler bir çok moda fotoğrafında olduğu gibi fotoğrafta doğrudan verilmemiş ama ilgi merkezimize konularak ilimiz ona yönlendirilmiştir. Kurgulanmış bu sahne bize Weyden’in Deposition 2 adlı İsa’nın çarmlıktan iniş sahnesini ve Rembrant’ın herkesçe bilinen Anatomi Dersini çağrıştırmaktadır. (Bkz.albüm 9 fotoğraf 342, 343)

Sanatçının editöryel anlamda dergi için 2002 yılında gerçekleştirdiği bir diğer çalışmasında siyah tuvalet giymiş olan bir kadın fotoğraflanmıştır. Kadının üstü çıplak olmasına rağmen cinsel anlamda bir çekicilik içermemektedir. Kafasında Rönesans resimlerini çağrıştıran bir şapka bulunmaktadır. Model yan bir şekilde durmuş kafası bize dönmüş ama bize bakmamaktadır. Modelin kaşları kazıtılmıştır vücudunda hiçbir kıl görülmemektedir. Bize Avrupa resminde seyredilmek üzere resmedilmiş kadın figürünü anımsatır. (Bkz.albüm 9 fotoğraf 344) Kadın görsel bir nesneye dönüşmüştür.²⁵² Elbisesinin alt kısımları flulaştırılarak tüm ilgi kadının

²⁵² John Berger, Görme Biçimleri, Metis Yayınları, İstanbul, 1986, s.47

yüzünde toplanmıştır. Bu fotoğrafı ise Rönesans resmindeki kadın portrelerini bize çağrıştırır. Weyden'in portresi yada Vermeer'in İnci Kúpeli kız resmi bu anlamda buna örnek teşkil edebilmektedir. (Bkz.albüm 9 fotoğraf 345)

Sanatçının diğer fotoğraflarında ise melankolik bir durum söz konusudur. (Bkz.albüm 9 fotoğraf 346, 347, 348, 349) Bu Melankoli Çağımızda normal bir anamoli olarak düşünülse de tanımı, Hipokrat tarafından yapılmış ruhsal bir bozukluk olarak görülmüştür. Melankolik durum, yitirme ile gelişen bir keder durumu olarak görülebilmektedir. Melankolik insan kendi yaşamına anlam vermek istemekte bunu başaramayınca her şeyden vazgeçerek kuşku ve düş kırıklığı içinde kendi kabuğuna çekilmektedir. Melankoli, genellikle acılı bir çökkünlük, dış dünyaya karşı ilgisiz ola sevme duygusunun yitirilmesi, hiçbir işin üstesinden gelinemeyeceği düşüncesi, öz güven duygusunun azalması şeklinde ortaya çıkabilmektedir.²⁵³ İnsan yitirdiğinin ne olduğunu bilmez ama yine de acı çeker. Melankolikler yitirilenlerden dolayı kendini suçlar ve kendilerini sürekli eleştirirler. Bu durum insanda sürekli bir üzgün olma hali yaratır. Melankolik kişi kendisini sorgulaya bileceği güvende hissedeceği bir mekan arayışındadır. Bu sanat yapıtlarında metaforik anlatımıyla pencereleri olmayan girilip çıkılmayan bir mekan olarak gösterilmiştir. Yitirilmişliğiyle birlikte insan kendi içine çekilir. Serol Teber bu mekanı: Kabuklu bir hayvan gibi kendi içine derinleşeceği(Nazım Hikmet), bir yer penceresiz bir mekan (Leibniz) kendine ait bir oda (W.Wolf) şeklinde örnekler.

Günümüz modern insanında ise melankoli hissi çok daha sık hissedilmektedir. Yabancılaşan insan bir kişiden koptuğu gibi artık kendisinden de kopmuştur. Freud bunu “uygarlığın karşılığı nevrozla ödenir “şeklinde açıklamaktadır.²⁵⁴ Kitle iletişimin araçlarının da yardımıyla dünya artık global bir köye dönmüştür. Bu farklı kültürlerin yok olmasına ve tek kültürlülüğe doğru bir geçiş yapar. Kişi bu hızla değişen değerler karşısında anksiyete, şaşkınlık, içe kapanma ve yabancılaşma şeklinde tepkiler geliştirir. Alvin Tofler “Gelecek

²⁵³ Serol Teber, Melankoli, Say. Yay.2004, s.223

²⁵⁴ Engin Geçtan, Çağdaş Yaşam Normal Dışı Davranışlar Remzi Kitabevi , İstanbul 1993, s.18 .

Korkusu, Şok” alı kitabında Değişen dünya düzeninde “kullan at” kuralının geçerli olacağını gelecekte kişilerin ilişkilerini bu şekilde belirleyeceklerini açıklar.²⁵⁵

Hasan Hüseyin’in bu gruptaki fotoğraflarındaki kadınlar bize melankolinin durumunu çağrıştırmaktadır. (Bkz.Albüm 9 fotoğraf 351, 352, 355, 356) Fotoğrafların rengi bu havayı yansıtacak sepya olarak tercih edilmiştir. Kadınlar bize bakmazlar bakışları ağırlıklı olarak boşluğa odaklanmıştır. Kadınların hiç biri gülmez ve bakışlarda duygusuzluk hissedilir. Mekan çoğu zaman belirsizdir. Bir fotoğrafta ise kadın elini göğsüne sokmuş hareketsiz kalmıştır. Burada cinsel anlamda bir doyum hissedilmez bu tutum bize daha çok resim sanatının kullandığı sembolere gönderme yapmaktadır. Sanatçı fotoğraflarıyla ilgili olarak “*ben duygu dolu fotoğraflar çekiyorum. fotoğraf benim yaşantım ve fotoğraflarda yaşamın bir parçası olmalı bir hikaye anlatmalıdır*” demektedir. Duygulu ve romantik fotoğraflar çektiğini ekleyen sanatçı kadınlarla ilgili olarak “*Türkiye’de bence bir “sexsual revolution” yaşanıyor. Fotoğrafçılıkta bana göre böyle yürüyebilir. Kadınların daha çok hakka sahip olması gerektiğini düşünüyorum*” şeklinde açıklamaktadır.

Hasan Hüseyin’in sanat tarihindeki bu göstergeleri bilinçli kullanımını Batılı reklamcıların işlerinde de karşımıza çıkmaktadır. John Berger bunu şöyle açıklar, “*...Reklamlarda eski sanat yapıtlarına uzanan çizgiler görülür. Bazen reklam imgesinin tümü çok ünlü bir resmin bir benzeridir. Reklam imgelerinde ,mesaja çekicilik ya da güçlülük katmak amacıyla yontu yada resimler kullanılır. Vitrinlerde sergilenen nesnelere yanına çoğu zaman çerçevesiz resimler asılır. Reklamlara alınan her sanat yapıtı iki işi bir arada görür. Sanat bir zenginlik simgesidir. Dünyanın zenginlere, güzellere sunduğu değerli nesnelere bir parçasıdır.Oysa sanat yapıtları ekinsel üstünlüğü bir tür soyluluğu, giderek bir tür akıllılığı da düşündürür. Bunlar sıradan nesnelere üstündür. Yağlı boya resim ekinsel kalıtın bir parçasıdır, ince zevkleri olan bir Avrupalı olduğunuzu size anımsatan bir şeydir. Böylece reklamın içene konan (bu yüzden de reklamın çok işine yarayan) sanat yapıtı birbiriyle çok celişen iki şeyi aynı anda söyler bize ;zenginlik ve üstünlük gösteren o reklam ürününün hem lüks hem de ekinsel bir değer olduğunu imlenmiş olur. Aslında*

²⁵⁵ Alvin Tofler, Şok , Gelecek Korkusu, Altın Yayınları, 1981, s.88

*reklamcılar yağlı boya resim geleneğini ,sanat tarihçilerinin çoğundan daha iyi anlamışlardır. Sanat yapıtıyla, seyirci sahip arasındaki ilişkilerin niteliğini kavramışlar, bu ilişkileri seyirci alıcıyı kandırmakta, onun gururunu okşamakta kullanmışlardır.”*²⁵⁶

Hasan Hüseyin'in moda fotoğraflarında gördüğümüz üslup arayışı onun sanatsal duyarlılığına işaret etmekte çektiği moda fotoğrafları, sanat tarihine yaptığı göndermelerle şekillendirmektedir. Hasan Hüseyin'in batıda yaşamış ve eğitimini de orada almış olması batı sanatına olan yakınlığını da açıklamaktadır. İçinde yaşadığı toplum değerleriyle şekillenen görsel sunumları melankolik bir yaklaşımla moda fotoğrafında karşımıza çıkar ve Hasan Hüseyin'de bir üslup kavramına dönüşür.

3.2.3. Şenol Altun'un Fotoğraflarındaki Post-Expresyonist Tavır

Artvin, 1970 doğumlu olan sanatçı İlk fotoğraf eğitimine piyasada Hasan Hüseyin, Sedef Delen, Nazif Topçuoğlu, Tülin Atılar'la başladığını aktarmış, son dönem ise, Tamer Yılmaz'ın asistanı olarak çalıştığını ve daha sonra Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Fotoğraf Bölümüne girdiğini aktarmaktadır. Bu asistanlık döneminin altı yıl sürdüğünü ve bu süre içerisinde bir çok farklı kişiyle çalışarak onların çalışma tarzlarını gördüğünü ve bunun da kendisini yetkinleştirdiğini iletmektedir. Fotoğrafi çok önemsedini söyleyen Altun, fotoğrafın günümüzde çok önemli bir sanat olduğunu ve kendisi için ise “yaşam biçimi” olduğunu aktarmaktadır. Sedef Delen ile de yaptığımız görüşmede Delen'de Şenol Altun'un fotoğrafa olan tutkusunu aktarmış ve onun her şartta fotoğrafla ilgilendiğini vurgulamıştır. Bu yargı Altun'un ticari yaşamın dışında da fotoğrafa gönül vermiş olduğunun altını çizmekte ve onu tarzını belirleme anlamında diğer fotoğrafçılardan ayırmaktadır.

Gelişen teknoloji son on yıldır fotoğrafı çok daha farklı noktalara götürmektedir. Dijital kullanım ve photoshop teknikleri fotoğrafın dilinin de

²⁵⁶ Berger, a.g.e., s.134

değişmesinde etken olmuştur. Bu yargıya katılan Altun, teknolojinin gelişiminin fotoğrafın dilini değiştirdiğini kendisinin de dijital kullandığını ve dijitalin hayatımıza girmesiyle zamanını çok daha verimli kullanıldığını belirtmektedir. Okullardaki fotoğraf eğitiminin çok klasik bir anlayış içerisinde olduğunu vurgulayan sanatçı, klasik fotoğrafın kendisini ilgilendirmediğini bunun yanısıra sokaktaki insan yüzlerinin, modern mimarının getirdiği grafik düzenlemelerin, hızın ve ritmin kendisini etkilediğini bildirmektedir. Ayrıca fotoğrafın çok farklı alanlardaki kullanımına sıcak baktığını da aktarmaktadır.

Kendi tarzı ile ilgili olarak Altun, fotoğraflarının bir tarzı olduğunu ve fotoğraflarını bölümlere ayırabileceğini söylemektedir. Dijital uygulamalardaki photoshop kullanımı ile ilgili olarak sorduğumuz soruyu ise; *“...Ben geçmişte karanlık odada çok vakit harcardım. Artık dijitalde kendi işimi kendim yapıyorum. Ama fotoğraflarımda zaman çizgisini bozmuyorum. Kendime ait bir renk dilim var bir kadraj dilim var. Photoshop uygulamalarıyla bunu bozmuyorum. Benim teknolojiyle küskünlüğüm yok. Ama fotoğrafın içeriğinin değiştirilmesinden yana da değilim. Fotoğrafın duracağı bir yanı olduğunu düşünüyorum...”* şeklinde cevaplamaktadır.

Sanatçının moda fotoğrafları incelendiğinde özellikle verilmeye çalışılan sosyal bir mesaj bulunmamaktadır. Şenol Altun bununla ilgili olarak, fotoğrafın doğrusunun yada yanlışının olmadığını sadece tercihlerin geçerli olduğunu söylemektedir. Fotoğraflarında hiçbir zaman ödün vermediğini belirterek çok fazla fotoğraf çekiyor olmasına rağmen sürrealist bir noktaya gelmediğini, insanların yüzlerindeki doğal ışığı ve doğal pozları sevdiğini fotoğraflarının samimi ve doğal olduklarını belirtmektedir.

Şeçilen fotoğraflardan oluşturduğumuz gruplarda bir kısım fotoğrafta, ağırlıklı olarak fetişist bir tavrın bulunduğu görülmektedir. (Bkz. Albüm 9 fotoğraf 357, 358, 359, 360, 361, 362, 363, 364, 365) Fetişizm aslında cinsel anlamı olmayan fakat birey için simgesel ve cinsel çekicilik kazanmış bir nesne ile cinsel doyum tutkusu olarak açıklanmakta, bir nesneye bir şeye gereğinden fazla önem verme olarak da

tanımlanmaktadır. kelime Portekiz dilinde feiticio'dan gelir. "büyülü nesne" demektir. Örneğin, çorap, ayakkabı, kalem, mendil, topuk gibi nesnelere, taş deri gibi eşyalar, uzun topuklu ayakkabılar, bilinen fetişist nesnelere olarak açıklanmaktadır. Freudyen bir yaklaşımla ayakkabı ya da terliğin kadın cinsel organını simgelediğini simgenin çok eski çağlardan bu yana kullanıldığını ve mitolojide yazılmış olduğunu anlatır. Fetişizm, moda ve erotizm kitle reklamı ve medya kültürünün diğer unsurlarının yanında birbirilerini sürekli etkilemektedirler.

Şenol Altun'un farklı yıllarda çektiği fotoğraflarında ağırlıklı olarak kırmızı rengin kullanıldığı görülmektedir.(Bkz.albüm 9 fotoğraf 366, 367, 368, 369, 370, 371, 372, 373, 374, 375) Fotoğrafçı burada rengi sadece estetik bir öğe olarak değil aynı zamanda bir anlam üretme aracı olarak da kullanmaktadır. Renkler üzerinde en çok kırmızının insan fizyolojisi üzerinde etkisi vardır. Renklerden titreşimi en kuvvetli ve en dinamik olanı kırmızıdır. Kırmızı renk aktif, girişken, önderlik ve güçlülük özelliklerine sahiptir. Saltanatın ve iktidarın simgesi olarak kabul edildiğinden, asillerin rengi olmuştur. Aynı zamanda sevgi ve nefret duygularını birlikte içerir.²⁵⁷ Kırmızı psikolojik olarak çarpıcı ve tahrik edici bir özellik taşır ve kan akışını hızlandırırken beyin üstü zarını etkileyerek adrenalin salgılanmasına yol açar.²⁵⁸ Bu rengi kullananlar duygusal yönden kurallar içinde yaşamaya uyumlu olmayıp, kuralları kendileri koymak isteyen, meydan okunmayı seven, hayatı hızlı yaşayan, tutkulu ve cesur kişilerdir . Bu kişiler, duygularını kolay yansıtırlar ve irade gücü gösterirler ancak aynı zamanda hiper aktivite kızgınlık ve öfke taşırlar. Kırmızı renk daha dışa dönük ve hayal gücü yüksek insanlar tarafından tercih edilir. Kırmızının sembolik anlatım bakımından aşkın, erotizmin ve tutkunun rengi olarak kabul edilir. Ayrıca sembolik anlamında erotik bir karakterde taşır. Kırmızı ateşin, tutkunun, öfkenin tehlikenin ve yıkımın sembolüdür.

Fotoğrafların bir kısmında sıkışmışlık etkisi hissedilmektedir. (Bkz.Albüm 9 fotoğraf 376, 377, 378, 379) Sıkışmışlık kavramı, postmodern topluma ait bir kavramdır. Yaşadığı toplumla yaşanan çelişkiler sonrası doğan yabancılaşma gelişen durumlara müdahale edememek, uyum gösterememekten dolayı içine kapanma

²⁵⁷ Ercüment Kalmık, Renklerin Armoni Sistemleri. İTÜ Matbaası, İstanbul, s. 34

²⁵⁸ Mustafa Sözen, **Sinemada Renk**, Detay Yayıncılık, 2003, s.81.

olarak kendini belli eder. Bu fotoğraflar Francis Bacon'un dışavurumcu resimlerini çağırır. (Bkz.Albüm 9 fotoğraf 3380, 381) Bacon'da portrelerinde derin bir ısrap, yaşam bunalımı, ölüm ve hapsedilmiş duygusunu resimlerine yansıtmıştır.²⁵⁹ Yine Bacon'un portrelerinde görülen çılgın atar biçimdeki ağız açık resmediliş Altun'un fotoğraflarında da karşımıza çıkmaktadır. (Bkz.Albüm 9 fotoğraf 381, 384, 385) Bacon bu sembolik anlatımı şöyle aktarılmaktadır, burada çılgın atan ağız, derinlerde saklanan, bastırılan iç dünyayı açılan ağızdan dışarı dökmeyi amaçlayan anti portre olarak göze çarpar.²⁶⁰ Altun'un fotoğrafında da benzer bir görüntü vardır Kadın çıplak bir şekilde elinde futbol topu tutmakta başı seyirciye dönük olarak lanca gücüyle bağırılmaktadır. Burada Bacon'un resmi için söylenenler Altun içinde geçerli olabilmektedir.

Altun'un fotoğraflarındaki giysilerin seçiminde ve modellerin duruş ve mimiklerinde sivil itaatsizlik ve anarşinin olduğu anlaşılmaktadır. Sivil itaatsizlik kavramı, toplumsal sözleşmenin çiğnenmesinden duyulan kaygıyı dile getirmek için başvurulan bir tepki türü olup, şiddet kullanımını dışlayan bir eylemdir. Fotoğrafın birinde bir kız boğazına ip bağlanmış bir halde kendi boğazını sıkılmaktadır. Bu fotoğrafla ilgili olarak Sado-mazoşist eğilimler görülmektedir. (Bkz.Albüm 9 fotoğraf 382)

Genel olarak tanımlamak gerekirse Senol Altun'un postmodern bir bakış açısına sahip olduğunu dile getirebiliriz. Post modernizm şizofreniyi ve kaosu temsil eder. Sistemden bağımsız ve sisteme karşı hareket eder. Arzularla ilgilidir. Şenol Altun'un fotoğraflarını incelediğimizde fotoğraflarında bu anlamda birçok ortak nokta buluruz.. "Postmodern durum"²⁶¹ yaşadığımız toplumdaki bütün değerleri farklılaştırarak bir derinsizlik içinde bize sunar. Postmodernizm, taklid eder, tarihsel zamana kayıtsızdır, şizofrendir, anarşiktir tüm düzene karşıdır, biçimi bilinçli olarak bozmaya çalışır, içkin bir boyutu vardır. İroniktir. Altun'un fotoğrafları da bu tematiklerle uyum göstermekte ve post- expresif bir tavır içermektedir. Bu Expresif

²⁵⁹ Adam, M., Art Nouveau, **Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi** , Yapı Endüstri Merkezi Yayınları, 1997,s.179

²⁶⁰Richard Leppert, **Sanatta Anlamın Görüntüsü**, Ayrıntı yay.İstanbul, 2002, s.133

²⁶¹ Lyotrd'ın 1979'da kapitalist toplumlarda yaşayan insanların, içinde buldukları durum ile ilgili yaptığı, kitabıyla aynı adı taşıyan bir tanımlamadır.

tavır dışavurumcu bir anlayışın göstergesi sayılabilir. Endüstriyel yaşamın sıkışmışlığında kalan sanatçı bunalımlarını bir isyan ve bir çılgınlıkla anlatmakta iç dünyasındaki çökkünlüğü aşırıya varan bir şiddetle figürlerini çirkinleştirerek renklerin şiddetini kullanarak dışa dökmetedir.²⁶² Post – expresif anlatım psikolojide ve kişinin iç dünyasındaki patlamalarda karşılık bulmaktadır.

3.2.4. Nihat Odabaşı ve Sinematografik Öykünme

1968 Urfa doğumlu sanatçı, Kadıköy Anadolu Lisesi ve İ.Ü. İşletme Fakültesi İngilizce Bölümü'nü bitirmiş ve ardından çeşitli reklam ajanslarında metin yazarlığı yapmıştır. Bir raslantı sonucu fotoğrafçı olduğunu aktaran sanatçı sekiz ay kadar Gülnur Sözmen'in asistanlığını yapmış ve ardından ünlü sanatçıların fotoğraflarını çekmeye başlamıştır. Bunu izleyen süreçte moda fotoğrafı çekimlerine başlamış ve halen bu işi devam ettirmektedir.

Nihat Odabaşının fotoğrafları diğer fotoğrafçıların işlerinden farklılaşarak ayrılmaktadır. Çekim sonrası fotoğraflara uygulanan photoshop müdahalesi ile fotoğraflar idealize edilmiştir. Nihat Odabaşı konuyla ilgili şunları aktarmaktadır: *“Önceleri insanlar fotoğraflarımda rotüş yaptığım için bana çok kızdılar. Photoshop’çu dediler, fotoğraf çekmeyi bilmiyor dediler ama şimdi Türkiye’deki bütün fotoğrafçılar Macintosh kullanıyor. Photoshop beni bir yere getirmiyor, sadece fotoğrafta istemediğim tarafları yok etmemi ya da hayal ettiğim şeyleri gerçekleştirmemi sağlıyor. Bizim görevimiz insanlara sanal bir dünya yaratmak, bir rüya sunmak. Bunun için de her ne gerekiyorsa kullanırım.”*²⁶³ demektedir. Tamer Yılmaz ise bu konu ile ilgili olarak, *“Moda fotoğrafı göze hoş gelmeli düzeltilecek bir yan varsa düzeltilecek. Birde böyle oluşturulmuş stiller var .Örneğin Nihat Odabaşı müdahaleyle çalışıyor modeli tanıyamıyorsun. Olandan daha mükemmel gösteriyor .Bunlar popüler kültürün getirdiği sonuçlardır.”* diye belirtmektedir.

Diğer bir açıklamasında ise kendisinin Çoşkun Aral yada Ara Güler gibi belge fotoğrafçısı olmadığını iletmekte ve moda fotoğrafçısının fotoğrafını daha iyi

²⁶² Adnan Turani, Çağdaş Sanat Felsefesi, Remzi Kitapevi, İstanbul, 1999, s.68, 69

²⁶³ Tunç Diptaş, Mac Line Dergisi, Görevimiz Sanal Bir Dünya yaratmak,

gösterebilmesi için photoshop kullanılabileceğini eklemektedir. Bu anlamda yapılan makyajın, takılan kirpiğin de aynı şeye hizmet ettiğini bildirmektedir. Fotoğrafi iyi kılan şeyin photoshop değil, delici bakışlar olduğunu bunu da bilgisayarda yapmanın mümkün olmadığını söylemekte, kendisini popüler kültür fotoğrafçısı olarak tanımlamaktadır.

Standartlaşmadan hoşlanmayan fotoğrafçı fotoğrafın zeka izleri taşıması, insanı şaşırtması gerektiğini iletmiştir. Fotoğrafçılığın sadece ışık ve teknikten oluşmadığını insanların kusurlu yerlerini yok ederek, onlara yeni bir yüz yaparak tanındığını da eklemektedir.

Sanatçı, teknikle ilgili olarak şu yorumları yapar: “ İşin teknik kısmı benim için önemli ama iş yaparken teknikle boğulmamak daha önemli. Fotoğrafın ışığının çok iyi olması ya da açısının doğru belirlenmesi yetmiyor. Fotoğraftaki insanın veya objenin duruşunun başarılı olması gerekiyor. İşin teknik kısmını iyi hazırlamak zaten görevim ama ona tat katmak beni farklılaştırmalı. Bunu yemek yapmaya benzetiyorum ve hayallere yakın yaşamak istiyorum. Eğer böyle olmuyorsa çok acıklı bir durum söz konusudur.”²⁶⁴ demektedir. Bu anlamda sanatçının işlerinin teknik estetik ve içerik olarak bir evrim geçirdiğini aktarabiliriz.

Kendi fotoğraflarının ajite ve agresif olduğunu aktaran sanatçı moda fotoğrafında seks sembolünü çok iyi kullandığını da belirtmektedir. Önceki fotoğraflarının çok daha erotik, kışkırtıcı pozlar olduğunu, şimdi daha sakin daha oturmuş fotoğraflar çektiğini bildirmektedir. Burada İleri teknolojinin yardımı ile biçimlenen çalışma içerikle ilgili tüm değerleri azaltırken görsellik bir ritüele dönüşmüştür. Bu noktada reklam kavramında fotoğraflar tam olarak karşılık bulurlar. Odabaşı'nın modelleri fotoğrafın ana malzemesidir ve kusursuzdurlar. Mankenin bedeni burada bir biçimdir. Modanın ve estetiğin birbirine karıştığı göstergeler formudur.²⁶⁵ Batılı fotoğrafçılar, moda fotoğrafında bunu doğalı yeniden arama şekline dönüştürürken Nihat Odabaşı'nın fotoğraflarında neredeyse kitschleşecek kadar bir mükemmeliyet kazanmıştır. Odabaşı'nın fotoğraflarının beğenilerek talep

²⁶⁴ Ayşe Arman, Tükürmekte Alkışlamakta Serbest, 25.03.2001, www.Hürriyetim.com

²⁶⁵ Jean Baudrillard, Tüketim Toplumu, Ayrıntı Yay. 2004, s.170

görmesi toplumumuzun batı toplumun geçirdiği farklı zihinsel süreçleri takip ediyor olması ile de ilişkilendirilebilmektedir.

Odabaşı'nın fotoğraflarında kullanılan doygun renkler ve kusursuz kadın mankenler bize David La Chapelle'nin tasarımlarını çağrıştırırlar. Ama Chapelle, Odabaşı'ndan farklı olarak fotoğraflarında kitsch'i bilinçli bir estetik öge olarak kullanmaktadır. Tina Butler ise Newton'un fotoğraflarını aynı bağlamda değerlendirir. Butler'e göre; Newton'un fotoğraflarında da kadının bu kapsamda yorumlandığı görülmektedir. Dönemin genel kanısı kıyafetlerin, kadının seksüel çekiciliğini, erkeklerin ise sosyal konumunu gösterdiği yolundadır. Bruce Weber gibi aynı dönem fotoğrafçıları içerisinde erkekleri de seksüel ve fetişist objeler olarak sunulmaktadır. Bu fotoğrafçılar sahte görüşü ifade ederler. Newton'un kullandığı vahşi kurgular genellikle gerçek dünyanın betimleyicisi olmuştur. Onun fotoğrafları derin bir yapaylık ve yansıtıcılığı ifade eder, şekilleri realiteden uzaktır. İmajın kısmi izlenimini kullanılır. Yapaylık vurgulanır Newton'un sert renkleri, kısmen kırmızı ve maviyi kullanması düşük kalitenin artmasıyla ilişkilidir ve böylece ortamın sınırlamaları istenmiş olur. Kompozisyonlarındaki sahneleri, abartarak realiteyi süsleyip güzelleştirerek göz ardı etmiştir.²⁶⁶

Odabaşı'nın fotoğraflarını incelediğimizde ilk göze çarpan Hollywood film estetiğinin karelerdeki yansımaları olmaktadır. Sahneler kusursuz ve çok iyi bir teknikle hazırlanmıştır. Bu yaklaşımı Nihat Odabaşı şöyle değerlendirmektedir:

“ ...Ben senelerce sinemaya gittim. O sinemalarda korktum, ağladım, güldüm, aşık oldum. Ben o filmlerin parçası olan insanlar sayesinde bir katile acımayı öğrendim. Şimdi insanlara aynı duyguları ben yaşatmak istiyorum.” diye aktarmaktadır.

Bir önceki bölümde dünyada moda fotoğrafındaki eğilimleri incelerken batı da da böyle bir eğilimin olduğunu tespit etmiştik. Ama Odabaşı'nın etkilendiği alan tamamen Hollywood sineması olarak görülmektedir. Hollywood sinemasının biçime önem veren tavrı Odabaşı'nın bu işlerinde karşımıza çıkmaktadır. Odabaşı'nın kareleri sadece bir kareyi anlatmamaktadır fotoğrafı ana yayar. Fotoğraflarda öncesi

²⁶⁶ Tina butler, kimin gözleri için, www.mongabay.com, s.2.

ve sonrası vardır. Bu filme bir öykünmedir. Onun çarpıcı ışık kullanımı, minimal içerikli maksimal işler yaratması ile öne çıkmaktadır.(Bkz. Albüm 10 Fotoğraf 386-402)

Moda fotoğrafının filmlerden etkileniyor olmasının bir çok sebebi vardır. Moda fotoğrafçılığındaki anlatım tarzı, sinema gibi olan bir ortamın etkili yönlerine güçlü bir şekilde öncülük eder. Film popüler bir dildir 20 yy'ın en popüler dili moda filmlerinden alınan öykülerin uygun etkisi sahte cazibede de belli bir zemine oturtulmuş cazibe ve melodram sinemanın iki önemli kaynağı olarak bir çeşit görsellik oluşturmuştur. Sinemasal moda fotoğrafçılığında filmlerin sahte cazibesi modanın sahte cazibesi ile birleşmiştir. İronik olarak bu durum stüdyo sisteminin önemini geri getirmiştir.1970'lerde başlayan bu durum sanat fotoğrafçıların stüdyoda yarattıkları öyküsel subjeler sayesinde fotoğrafçı bir çeşit film yönetmeni olmuştur. Setler öykülerin arka fonu olarak kurulmuş, modeller subje olarak kullanılmış ve ışıkçılar çağrılmıştır. Bu gün moda fotoğrafı artık bir ekip işi olarak görülmektedir. .(Bkz. Albüm 10 Fotoğraf 396, 397)

Bir diğer gruptaki fotoğraflarında ise yine sinemaya ait öğeleri görmekteyiz. Fotoğraflarda şık elbiseler içerisindeki kadınlar, havuzun içerisinde hareketsiz salınmaktadırlar. Kızların bu şekilde duruşu anın öncesinde bir şeylerin gerçekleştiğini bize anlatır. Bu kareler bir önceki fotoğraflara göre daha abartısız modeller ise daha hayatın içerisinde kişiler olarak gösterilir. Bu kareler Fransız sinemasının estetiksel özelliklerini gösterir. Fransız sinemasının gerçeklikle kurduğu ilişkiye benzer ilişki bu fotoğraflarda da göze çarpmaktadır. (Bkz. Albüm 10 Fotoğraf 403, 404, 405)

Yine fotoğraflarındaki bir grup iş ise platolarda hazırlanmış dekorlarla oluşturulmuş teatral işler olarak görülebilir. Reklam ve film çekimleri için de set kuran firmalarla moda çekimleri yapan sanatçı uygun mekan aramasına gerek kalmadan bu mekanları stüdyosunda yaptırabilmektedir.

Nihat Odabaşı'nın bu kadar popüler bir kimlik kazanması yaptığı işlerin günümüz pop kültürüne uygun düşmesi ile örtüşmektedir. Odabaşı için "postmodern Erol Atar" tanımının kullanılması ise aynı çerçevede karşılık bulur. Günümüzün popüler mankenleri Liz Hurley, Linda Evangelista gibi modellerin onunla çalışmak istemesini de bu bağlamda değerlendirmek yerinde bir yaklaşım olacaktır. Ama Odabaşı Erol Atar ile yapılan bu benzeşimi doğru bulmaz onun bir gusto olduğunu bir marka olduğunu kendisinin ise bu yola henüz çıktığını bildirir.

Sonuçta Nihat Odabaşı'nın işlerini için günümüz popüler kültürünün bir yansıması olarak değerlendirebiliriz. Odabaşı, kullandığı photoshop tekniğini bir üslup haline dönüştürmüş ilk moda fotoğrafçısı olduğunu söyleyebiliriz.

3.2.5. Bennu Gerede ve Kavramsal Yolculuklar

İngiltere'de oyunculuk eğitimi alan sanatçı, sonrasında fotoğraf sanatına yönelmiştir. Bennu Gerede'yi diğer moda fotoğrafçılarından ayıran özelliği Gerede'nin gerek sanatsal gerekse de ticari anlamda işler yapıyor olmasıyla ilgilidir. Bunun yanısıra seçtiğimiz moda fotoğrafçıları arasındaki tek kadın fotoğrafçıdır. Her iki alanda da kendine ait üslubu ile çalışmalar yapan sanatçı Türkiye'de sanatla zanaati aynı çizgide buluşturmayı başarmıştır. Sanatçının moda fotoğrafları incelendiğinde kadın, özgürlük, cinsellik, anne, çocuk, şehir hayatında kadın gibi konuları işlediği görülmektedir.

Sanatsal boyutta gerçekleştirdiği sergisi "Teslimiyet"te farklı dönemlerinde kadının geçirdiği evreleri modanın diline yakın bir üslupta aktarmaktadır. Bu bağlamda sanatçının sanatsal işleriyle moda fotoğrafında geçişlerin olduğu gözden kaçmaz. Gerede'nin fotoğrafları bize gösterdiklerinin yanı sıra göstermediklerini de aktarır. Fotoğraflar sembolik metaforlarla yüklüdür.

Moda fotoğraflarında mesajlara karşılık gelen kavramsal arayışlar vardır. Bu kavramsal arayışlarda kodları okumaya çalışırız. Fotoğraflarda sanatçının

deneyimleri yatar. Deneyimlerini kavramsal yüklemelerle aktarır ve anlamı giysiyle birleştirir.

Sanatçının ilk iki fotoğrafında küçük bir oda içinde iki kadın görülmektedir. İkisi de bu dar mekanda diyagonal bir şekilde fotoğrafın içerisinde yer alırlar.(Bkz. Albüm 10 Fotoğraf 415) Bu kadınlardan bir tanesi giyinik, diğeri ise çıplaktır. İlk fotoğraf da odanın içerisinde ayna vardır. Model aynadan seyirciye bakmaktadır. Bu resim sanatında çok sık uygulanan bir yöntem olup farklı metaforik anlamlar yüklenmektedir. Rönesans'ta görülmeyenin gösterilmesi amacıyla resmin içine konan ayna Post-modernizm'inde geçmişin deneyimlerini aktarır. Çıplak model seyredildiğinin farkındadır ve seyredilişini seyrederek. John Berger bunu şöyle aktarır; "Erkekler davrandıkları gibi kadınlarsa göründükleri gibidirler. Erkekler kadınları seyrederek,. Kadınlarsa seyredilişlerini seyrederek. Bu durum yalnız kadınlarla erkekler arasındaki ilişkileri değil, kadınların kendileriyle ilişkilerini de belirler. Kadının içindeki gözlemci erkek, gözlenense kadındır. Böylece kadın kendisini bir nesneye- özellikle görsel bir nesneye- seyirlik bir şeye dönüştürmüş olur." Bu durum Geredenin fotoğraflarında feminist bir karşı duruşla kendini gösterir. Gerede'nin kadınları kendinden emin, özgür şehir kadınlarıdır. Şehrin ortasında çıplak dahi olsalar dimdik ve korkusuzca bize bakmaktadırlar. Sanatçının kadın olma farklılığı onun kadın modellerindeki sunumlarında kadının cinsel bir obje olarak gösterilmesine farklı bir bakış açısı sunar. Gerede'nin moda fotoğraflarındaki çıplak kadınlar erkeklerin cinsel doyumları için değil kendileri için var olmaktadır.

Sanatçının ikinci fotoğrafında ise yaşlı bir kadın oyuncak bir bebeği emzirir şekilde göğsüne bastırmaktadır. (Bkz. Albüm 10 Fotoğraf 416) Sanatçının bu fotoğrafı da sembollerle doludur. Kadının sadece elini ve göğsünü gördüğümüz bu fotoğraf da kadının yaşlı olduğu anlaşılmaktadır. Kadının elleriyle verilen yaşlılık imajı ve kucağındaki oyuncak bebek kadının artık adetten kesildiğine ve menopoza girdiğine, sonuç olarak artık doğuramayacağına işaret eder. Dörth Binkelt durumu şöyle açıklar; "...menopozla birlikte beden de sona eren bir başka durumla vedalaşmaya hazırlanır. Çocuk doğurma gücü uterus içinde yaşamın geliştiği mağara artık boştur. Yaşamın içinde büyüttüğünü hissetme imkanını yitimi ile kendini bir

çocukta yenileme ve yeniden bulma ve fetusla regresif bir özdeşleşme ile bir kez daha ortak yaşam cennetini yaşama imkanının bitimiyle hesaplaşmak zorunda kaldığını ortaya koyar.”²⁶⁷

Son seride ise kadın fabrikayı andıran konstruktivist bir mekan içerisinde fotoğraflar. Fotoğrafta kadının özgür ve kendinden emin tavrını hissederiz. Mekanik içerisindeki bireyin küçüklüğünü duyumsarız. Kadının bacağından dökülen sütün ise farklı boyutları ve simgesel göndermeleri vardır. (Bkz. Albüm 10 Fotoğraf 422)

Sonuç olarak Bennu Gerede reklamda genelde alışık olmadığımız moda fotoğrafındaki bu kavramsal arayışlarla oluşturduğu dünyasıyla bize farklı açılımlar yapar ve bu anlamda benzer moda fotoğrafçılarından ayrılır.

3.2.6. Emre Doğru'nun Fotoğraflarında Deneysel Arayışlar

Mimarlık eğitimi aldıktan sonra 1998 yılında fotoğrafa başlayan Emre Doğru çarpıcı stili ile diğer fotoğrafçılardan farklılaşmaktadır. Çok fazla sayıda fotoğraf çeken Doğru, batıdaki çağdaş fotoğraf pratikliklerine benzer bir yapıda fotoğraf çektiğini fotoğrafların samimi olduklarını ve yaptığı işin ticaretle ilgili olmadığını bildirmektedir. Kendi web sitesinde izlediğimiz fotoğraflarında ağırlıklı olarak kurguladığı samimi aile ve arkadaş fotoğrafları kullanılmıştır. 1990 sonrası Batıda moda fotoğrafçıları, özellikle Mario Sorrenti, Nan Goldin, Simon Leigh, Jürgen Teller gibi fotoğrafçıların çalışmalarında rastladığımız eğilimle benzer özellikler göstermektedir. (Bkz. Albüm 10 Fotoğraf 427, 186) Bu savımızı sanatçının kendisi de doğrulamakta ve; “...ticari bir durumla ilgili kaygı taşıyorum. Bu işi zevk olsun diye yapıyorum. Güzel yaşayan bir insanım ve bunu başkalarına da göstermek istiyorum. Bu paylaşımı moda fotoğrafı ile çok daha kolay yapacağıma inanıyorum. Benim birtakım batılı fotoğrafçılardan esinlendiğim doğrudur. Sonuçta onlardan ilham alıyorum. Örneğin Jürgen Teller vb.'nin ardından kendi hikayelerimi yaratıyorum. Bizde bunları görerek öğreniyoruz ve sonra uyguluyoruz, her yeni

²⁶⁷ Binkert Dörthe, **Melankoli Kadındır**, (Çev. İlknur İgan) Ayrıntı Yay. İstanbul, 1995

öğrendiğimizi de fotoğraflarımla başkalarına aktarıyorum. Bu benim yaşam tarzım”²⁶⁸ diye eklemektedir.

Emre Doğru'nun yaklaşımı, özellikle Goldinvari bir üslupla fotoğraflanan cılız ve hastalıklı görüntüsündeki manken Nan Goldin'in tematikleriyle neredeyse birebir örtüşmektedir. Bu fotoğraflardaki hafif grotesk yapı temelde gülünç ve basit hatta bazen abartılı bir şekilde çirkinlikleri sergileyen, içeriğinde ise karşıtlıkların anlamını taşıyacak kadar derin bir yapılanma ile görüntülenmiştir. (Bkz. Albüm 10 Fotoğraf 428, 429) Bu bakılmak istenmeyecek çirkinlikte görüntüler, trajikle komiğin, adilikle yüceliğin birlikteliği gibi görüle bilinir. Kendi web sitesindeki bir çok fotoğrafında teknik anlamda başarısızmış gibi duran yada snap shot'ın estetiğinden yararlanılarak çekilmiş, kimin ne olduğu belli olmayan karelerde streatipik grotesk* yapıyı doğrulayan görüntüler kullanılmıştır. Model ve konu seçimindeki tavrını Doğru, şöyle aktarmaktadır; “...moda fotoğrafları sanıldığından çok daha fazla kişiye ulaşmakta ve bir çok insanı etkilemektedir. Böyle bir model seçmemdeki neden benim dönemimdeki bir çok insanın “average sex” diye niteleyebileceğim daha kolay ulaşabileceğini düşündüğüm suratları gösterişsiz standart ve her zaman her yerde görebileceğiniz tipte kişiler olmasıdır. Kimse artık ulaşılmaz mankenlerin gerçekliğine inanmıyor. Bu seçimim tamamen samimiyetle ilgili bir şeydir.”²⁶⁹

Bir giyim firması için çektiği fotoğraflarında ise Pop Art estetiğinin tüm elemanlarını görmek mümkündür. Pop estetik burada oldukça bilinçli olarak değerlendirilmiştir (Bkz. Albüm 10 Fotoğraf 425)

İlgi çekici bir diğer fotoğraf serisi ise, İstanbul'da farklı mekanlarda çekilmiş elbise görüntüleridir (Bkz. Albüm 10 Fotoğraf 430, 431, 432) Bu elbiseler Haute Couture elbiseler olup her biri için mekan aranmış ve giysiler asılarak sergilenmiştir. Bu seride modelin kullanılmaması çok önemli bir ayrıntıdır. Bildiğimiz moda fotoğrafının çok dışında model, elbise ve mekan birlikteliğini bozarak mekanla elbise

²⁶⁸ Kaynak Kişi Emre Doğru , Derleme, 20.05 2006, İstanbul

* Streatipik Grotesk:

²⁶⁹ Kaynak Kişi Emre Doğru , Derleme, 20.05 2006, İstanbul

bütünleştirilmiştir. İlk karede Dolmabahçe Sarayındaki giriş kapılarının birinde Osmanlı mimarisiyle bütünleşen elbise gerek kesimi gerek kumaş seçimi ile aynı kültürün izlerini taşıyan benzer özellikler göstermektedir. Bir sonraki karede daha modern bir gece kıyafeti bir helikopterin pervanesine asılmış olarak sergilenir. Bu seri bize çağdaş sanatın yansımalarını getirir. Seçilmiş mekanlarda seçilen obje – ki burada elbisedir- bir birliktelik sağlayacak şekilde tasarlanmıştır. Buna bir çeşit kavramsal sanat anlayışı demek daha doğru bir tanım olabilir. Yapılan bu çalışmada elbiseler üzerinden yapılan tarihsel açılımla yaşanan şehrin tarihsel örgüsü üzerinden kültüre göndermeler yapılmakta ve kentin kültürel dokusu çekilen işin aurasını sarmaktadır. Elbiseler düzenlenmiş mekanlarda enstalasyonlar şeklinde yerleştirilmiş ve fotoğraflanmışlardır.

Son seride ise havada uçan insanlar araba parçalarıyla bütünleştirilerek verilmiştir. Bu seride minimalizme yakın eleştiriler göze çarpmaktadır. (Bkz. Albüm 10 Fotoğraf 433, 434, 435) Her işinde farklı bir konsept uygulayan sanatçı; *“...aslında yaptığım işleri çok sıkıcı buluyorum. Her defasında farklı bir tarz denemeye çalışıyorum. Araştırıyorum, okuyorum ve bu denemelerimi fotoğraflar yoluyla herkesle paylaşıyorum. Sürekli farklı fotoğrafları deniyorum”* diyerek, kendi tarzına bir isim koyamayacağını da belirtmekte ve eklemektedir; *“...ben sürekli değişim geçiriyorum. Değişim her şey de var ve bu değişimi en rahat gösterebileceğim yer ise moda fotoğrafıdır”*.

Bu bağlamda tezimizin en başında modanın değişim ve iletişim ile ilgili olarak yaptığımız kuramsal açıklamalar Emre Doğru tarafından da doğrulanmaktadır. Çalışmalarının sosyal bir içeriğini olmadığını söyleyen Doğru, yaptığı işleri denemeler şeklinde nitелеmekte ve bunun görsellikle ilgili keyifli işler olduğunu aktarmaktadır.

Bu noktada Emre Doğru'nun sürekli değişimi amaçlayan yaklaşımını moda fotoğrafında kendi dilini oluşturma yolundaki çalışmalar olarak değerlendirerek Bauhaus Ekolünü anımsatan deneysel arayışlar içerisinde olduğunu söyleyebiliriz.

SONUÇ

Moda fotoğrafı, Dünyada olduğu gibi Türkiye’de de son yıllarda önem kazanmıştır. Bunda en büyük etkenlerden biri değişimle eş görülen modanın bir tüketim nesnesi haline dönüşmüş olmasıdır. Kapitalist sistemin göstergesi olan modanın değişimle bağdaştırılan yönü modayı vazgeçilmez kılmaktadır. Küreselleşmeyle birlikte büyük bir köye dönüşen dünya da tek bir evrensel dili konuşmaya başlamıştır. Bu dil modadır. İletişim araçlarının gelişmesiyle birlikte reklamlar yaşantımızın içine girmekle kalmamış bir yaşam şekline de dönüşmüştür. Bu yeni yaşam tarzında pazarda talep yaratacak en önemli araç ise moda fotoğrafı olacaktır. Modanın ve fotoğrafın bu eş zamanlı tarihi günümüzde artık ayrılmaz bir birlikteliğe dönüşmüştür.

Fotoğrafın keşfinin hemen ardından başlayan portre fotoğrafçılığı gelişerek kısa zamanda moda fotoğrafı kimliğine bürünmüş ve yıllar içinde kendi tarzını da geliştirmiştir. Türkiye’de ise branşlaşma eğilimi ancak 1980’lerin sonu 1990’ların başı itibariyle olabilmıştır. Dolayısıyla batının geçirdiği yüz yıllık gelişim yok sayılmış ve yapılan işler Türk alıcısına hitap ederken dünyadaki yaklaşımlardan çok uzak kalmıştır.

Geleneksel ve İslami kurallarla örülü, atlı ve göçer Türk kültürü geleneksel giyimi içerisinde uzun yıllar modadan uzak yaşamıştır. Batıda ise daha 14. yy.’larda saraylarda başlayan modanın tüketimi ve tanıtımı bu süreçte kendi kimliğini bulmuştur. Türkiye’de batılı anlamda giyim tarzıyla Atatürk Devrimleri ile 1923’lerde tanışılırken modanın tüketimi ise 50’lerde ve sadece şehirlerde gelişmiştir. Türkiye’de moda fotoğrafında eğilim olup olmadığı sorusunu yönelttiğimiz Erol Atar, Türkiye’de batılı anlamda 90’lara kadar moda tasarımcısı olmadığını ve dolayısıyla da moda tasarımcısı olmayan bir ülkede moda fotoğrafçısının da tarzının oluşamayacağını kendine ait üslubu ile yanıtlamıştır.²⁷⁰ Türkiye’de 80’lerde başlayan ekonomik dışa açılım, 90’larda sonuçlarını göstermiş

²⁷⁰ Kaynak Kişi; Erol Atar, Derleme, 20 ocak 2006 tarihinde İzmir’de yapıldı

ve Batıda Türk modacıları ve moda fotoğrafçıları kabul görmeye başlamıştır. Ancak Türkiye'deki ekonomik istikrarsızlık bu sektörlerin sürekli darbe yemesine ve küçülmesine neden olmuştur. Çünkü moda Türkiye'de yereldir ve fason olarak gelişmekte ve üretilmektedir. Oluşan ekonomik ve politik sistemler ise küreseldir ve aynı zamanda uluslararasıdır. Bu nedenle Türkiye'de markalar oluşmamaktadır. Moda sektörü daha çok üretime dayalı olup, fabrika merkezlidir. Dolayısı ile Fotoğrafçıda ekonomik boyutuyla ticari işi yapma kaygısı içindedir. Bu bağlamda moda fotoğrafçısı da “fason fotoğrafçı” konumunda kalmakta özgünlüğünü ortaya koyamamaktadır.

Daha öncede belirttiğimiz gibi Batıdan çok farklı bir biçimde gelişen zihniyet yapımız ekonomiden, politikaya, sanattan moda fotoğrafına kadar beğenilerimizi de etkilemektedir. Buradan şu sonucu çıkarabiliriz; moda fotoğrafçıları bireysel olarak üsluplarını belirlemiş olsalar bile yaptıkları işleri sanattan farklı bir pratikte arz talep dengesiyle oluşturmak zorundadırlar. Muhtemelen yaşadığımız ülkede popüler beğeni hangi doğrultuda gelişirse moda fotoğrafçıları da bu yönde fotoğraflar üretmek durumunda olacaklardır. Çünkü moda fotoğrafında sanatsal beğeni kadar önemli olan bir diğer unsur reklamı yapılan malın talep görebilmesi olarak kabul edilebilir. Dolayısıyla Üslupların daha özgür oluşabilmesi toplumların beğenisi ile eş zamanlı gelişmektedir. Bunun yanısıra reklam ajansları ile çalışan moda fotoğrafçıları şirketlerin yada reklam ajanslarının artdirektörlerinin çizdiği sınırlar çerçevesinde çalışmakta ve kendi yaratıcılıklarını yeterince ortaya koyamamaktadırlar. Fotoğrafçılarındaki belirttikleri gibi kendi üsluplarını daha rahat ortaya koyabildikleri yer ise bu anlamda magazin dergileridir. Dergilere yaptıkları çekimlerle sanat çizgisine yaklaşan moda fotoğrafçıları daha özgür biçimde üsluplarını ortaya koymaktadırlar.

Oluşan yeni dünya düzeninde 1990 sonrası değişen koşullar, artan iletişim olanakları, hızla akan görsel imgeler tüm toplumları etkilediği gibi Türkiye'yi ve genç nesli de etkilemektedir. Her şeyin görsel olarak sunuluyor olması farklı estetik arayışları da beraberinde getirmiştir. Türk moda fotoğrafçıları bilhassa hızla değişen görsellikte yaptıkları işleri sorgulamaya başlamışlar ve kendilerine ait bir üslup

geliştirmeye başlamışlardır. Öncelikle Türk moda fotoğrafında oluşan genel eğilimleri ortaya koymak doğru bir yaklaşım olacaktır. Türkiye’de moda fotoğrafı 90’lara gelindiğinde artık yeni arayışlara doğru gidilmektedir. Genel anlamı ile Türk moda fotoğrafındaki eğilimleri iki ayrı grup altında toplayabilmekteyiz. İlk gruptaki eğilim, photoshop tekniği ile dijital ortamda idealize edilmiş bir dünya yaratma çabası olarak görülürken ikinci gruptaki eğilimde ise fotoğrafta gerçekliğin ve doğallığın arayışı olarak tanımlanabilmektedir. Dijital ortamın sağladığı bir kolaylık olan görüntüyü maniple edebilme yeteneği Türk moda fotoğrafında rötuş yapmanın ötesinde neredeyse bir amaca dönüşmektedir. Dijital manipasyonu ret eden moda fotoğrafçıları ise zaman çizgisini bozmaktan kaçınmakta ve doğallığın arayışına yönelmektedir. Konu ile ilgili olarak moda fotoğrafçısı Sedef Delen Türkiye’de moda fotoğrafının çok fazla lüksü ve güzelliği yansıtmaya peşinde koştuğunu oysa Batıda pratiklerin bu şekilde gelişmediğini mükemmel bir dünyanın olmadığını dile getirmektedir.²⁷¹

Moda fotoğrafına 80’li yıllar da başlayan ve eğitimini okuldan almış bir kısım fotoğrafçı ise Batıyı aratmayacak kadar teknik kalitesi yüksek işler vermekte ama bu teknik anlatım fotoğrafın anlatımını ve içeriğini gölgede bırakmaktadır. Dolayısıyla sağlanan bu teknik başarımlılık sadece biçimsel olarak oluşmakta içerik anlamında ise zayıf kalmaktadır. Bu fotoğrafçılar zanaatsal anlamda başarılı işler gerçekleştiren ve piyasa koşullarına göre çalışan fotoğrafçılar olarak kabul edilmektedirler.

Türk moda fotoğrafındaki diğer eğilimler ise batıdaki pratikliklere uygun olarak gelişen moda fotoğrafının sinematografik anlatımına uygun bir dil ile gerçekleştirdiği çalışmalar olarak karşımıza çıkar. Moda fotoğrafının sinemaya olan bu eğilimi kimi fotoğrafçıda onun dilini kullanma şeklinde meydana gelirken bazı fotoğrafçılarda sinema araç ve tekniklerini de kullanma şeklinde oluşabilmektedir.

Batıyla benzer biçimde gelişen bir diğer tema ise moda fotoğrafında güzeli doğalda arama şeklinde gelişmiştir. Bu anlamda Türk moda fotoğrafçılarının bir

²⁷¹ Kaynak Kişi; Sedef Delen (1968), Derleme, 26 mart 2005 tarihinde İstanbul’da yapılmıştır.

kısmı her türlü teknik düzeltmeden kaçınarak doğal ve samimi olanı moda fotoğrafında vurgulamaya çalışmışlardır. Bu eğilim idealize edilmiş modelleri redederek hayatın içerisinde hatta fotoğrafçının kendi arkadaşlarından, ailelerinden seçilmiş modellerin rahat ve doğal duruşlarıyla oldukları gibi verilmiş, samimi aile fotoğraflarını andıran kurgulardan oluşturulmuştur.

Yaşadığımız toplumda 90 sonrası değişen toplum düzeni ile birlikte moda fotoğrafçısı, içinde bulunduğu durumu ve psikolojik yaklaşımlarını bireysel bir dille aktararak bu eğilimlerini tarz haline dönüştürebilmektedir. Bu tarzlar bazı moda fotoğrafçıların işlerinde eğilimler olarak görülebilir. Batı ile benzer biçimlerde şekillenen bu eğilimler, bazı fotoğrafçılarda expresif bir yaklaşımla görsellik bulurken bazısında melankoli olarak karşımıza çıkmaktadır. Günümüz post modern süreçte moda fotoğrafçıları da değişen koşullara uygun olarak fetizm, erotizm , pornografi kavramlarını sembolize eden çağrışımları kullanmaktadırlar. Ayrıca Dünyada da benzer bir ivme ile yükselip alçalan konstruktivizm, minimalizm, neo-klasizm ve romantizm gibi akımlarda Türk moda fotoğrafında karşılık bulmaktadır.

Sonuç olarak toparlamak gerekirse 90 sonrası Türk moda fotoğrafında genel eğilimler oluşmuş ve dünya moda fotoğrafındaki devamlılık Türk moda fotoğrafında da oluşmaya başlamıştır. Ancak oluşan bu eğilimler bireysel gelişmeler olarak görülmekte ve ekolleşme anlamında bir oluşuma henüz dönüşmemektedir.

Tezimizi oluştururken geçmişte Türk moda fotoğrafı ile ilgili hiçbir çalışmanın yapılmaması bizi en çok zorlayan etkenlerden biri olmuştur. Bu çalışmanın konuyla ilgilenen diğer araştırmacılara yardımcı olmasını ümit ediyor ve Türk moda fotoğrafının ve fotoğrafçıların değişen dünya düzeni içerisinde dönemsel periyotlarda tekrar araştırılabileceğini öneriyoruz.

KAYNAKLAR

ANSİKLOPEDİLER, ANSİKLOPEDİK ESERLER VE SÖZLÜKLER

Adam, M., Art Nouveau, **Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi** , Yapı Endüstri Merkezi Yayınları,

Turani Adnan,**Dünya Sanat Tarihi**, Remzi Kitapevi, İstanbul, 2000

Ulaş Sarp Erk, **Felsefe Sözlüğü**, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, 2002

Yapp Nick, **Fotoğraflarla 20.yy Sosyal Tarihi**,1900'ler, Literatür Yayıncılık, 20

Vassiliev, Alexandre. **Üç Yüz Yıllık Avrupa Modası, Alexandre Vassiliev Koleksiyonundan Avrupa Modasının Üç Yüzyılı**, Sakıp Sabancı Müzesi, İstanbul, 2004

İmparatorluktan Günümüze Portreler, Pera Müzesi Sergi Kataloğu

KİTAPLAR

Adanır Oğuz , **Eski Dünyaya Yeni Bir Bakış, Kitap I - II**, Eylül Yayınları, İzmir, 1997

Ahmad Feroz, **Modern Türkiye'nin Oluşumu**, (Çev. Yavuz Alogan) Sarmal yay., İstanbul, 1995

Ak Seyit Ali, **Erken Cumhuriyet Dönemi Türk Fotoğrafı**, Remzi Kitapevi,İstanbul,2001

Akay, Ali, **Post Modern Görüntü**, Bağlam Yay, İstanbul,1997

Arat Zehra, **Kemalizm ve Türk Kadını, 75 Yılda Kadınlar ve Erkekler**, Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı Yayınları, 1998

Arsan Unan, **Atatürk'ün söylev ve demeçleri II**, Ankara, 1981

Barthes Roland, **Göstergebilimsel Serüven**, (Çev. Mehmet Rıfat, Sema Rıfat) YKY. İstanbul, 1993

Barthes Roland, **The Fashion System**, University of California Press, Newyork, 1983

Batur Enis, **Modernizmin Serüveni**, (Çev. Cevat Çapan)YKY Yay., İstanbul, 2002

Baudelaire C., **Modern hayatın ressamı**, (Çev. Ali Berktaş) İletişim Yay., İstanbul, 2003

Baudrillard Jean, **Art and Artefact**, Sage Publication, London, 1997

Baudrillard Jean, **Kötülüğün Şeffaflığı**, (Çev. Işık Ergüden)Ayrıntı Yay., İstanbul, 1995

Baudrillard Jean, **Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm**, (Çev. Oğuz Adanır)Boğaziçi Üniversitesi Matbası, İstanbul, 2002

Baudrillard Jean, **Tüketim Toplumu**, (Çev. Hazal Deliceçaylı, Ferda Keskin) Ayrıntı Yay. 2004

Benjamin Walter, **Pasajlar**, (Çev. Ahmet Cemal) YKY, İstanbul, 2002.

Berger John , **Görme Biçimleri**, (Çev. Yurdanur Salman)Metis Yayınları, 1986

Berkes Niyazi, **Türkiye'de Çağdaşlaşma**, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 2002

Binkert Dörthe, **Melankoli Kadındır**,(Çev. İlknur İgan) Ayrıntı Yay. İstanbul, 1995

Boratav Korkut, Korumacı devletçi sanayileşme, **75 yılda Çarklardan Çiplere** , Türkiye İş Bankası Yay, İstanbul, 1999

Brett Rogers, , **Look at me: fashion and photography in Britain 1960 to Present**, a to British Council London, 1998

Crane Diana, **Moda Gündemleri**, (Çev. Özge Çelik)Ayrıntı Yay, İstanbul, 2003

Davis Fred, **Moda Kültür ve Kimlik**, (Çev. Özden Arıkan)Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 1997

Deleon Jak, **Pera Hatıratı**, Gözlem Gazetecilik Basınve Yayın A.Ş, İstanbul, (tarihsiz)

Dereboy Elif Jülide, **Kostüm ve Moda Tarihi**, Format Matbaacılık, İstanbul, 2004

Ersoy Ayla, **Sanat Kavramlarına Giriş**,Yorum yay., İstanbul, 2002

Evans, R. K, **Dress, the Evolution of Cut and its Efect on Modern Design**, London,1939

Faroqhi Suraiya, **Osmanlı Kültürü ve Gündelik Yaşam**, (Çev. Elif Kılıç) Tarih Vakfı Yurt Yayınları 48, İstanbul, 1995

Fikret Başkaya, **Devletçilikten 24 ocak kararlarına**, Birlik Yayıncılık, Ankara, 1986

Fischer Ernest, **Sanatın Gerekliliği**, (Çev. Cevat Çapan) İstanbul, e Yay., 1980

François Boucher, 20.000 Years of Fashion The History of Costume and Personal Adornment, Newyork, 1987,

Frizot Michel, **A New History of Photography**, Köneman, 1994

Erman Tahire, Kadınların bakış açısından köyden kente göç ve kentteki yaşam, **75 yılda Kadınlar ve erkekler**, Tarih Vakfı Yay. İstanbul , 1998

Ersel Hasan, Kuyaş Ahmet, **Cumhuriyetin 75.yılı**, Yapı Kredi Kültür Sanat yayıncılık AŞ, 1999

Gertrud Lehnert , **A History of Fashion, in the 20th. Century**, Köneman, 2002

Gürtuna Sevgi, **Osmanlı Kadın Giysisi**, Kültür Bakanlığı Yayınları/2261, Ankara,1999

Joblin Paul, **Fashion Spreads**, Word and Image in Fashion Photography since,Oxford, 1980

John Fiske, **Popüler Kültürü Anlamak**, (Çev. Süleyman İrman)Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara,

Kagan Moissej, **Güzellik Bilimi Olarak Estetik ve Sanat**, (Çev. Aziz Çalışlar)Altın Kitaplar Yay, 1982

Kalmık Ercüment, **Renklerin Armoni Sistemleri**, İTÜ Matbaası, İstanbul, 1975

Kırkpınar Leyla, Türkiye’de Toplumsal Değişim Sürecinde Kadın, **75 Yılda Kadınlar ve Erkekler**, Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı Yayınları, 1998

Kismaric Susan, Eva Respini, **Fashioning Fiction**, The Museum of Modern Art, New York, 2004

Koçu, Reşat Ekrem, **Türk Giyim Kuşam ve Süslenme Sözlüğü**, Sümerbank Kültür Yayınları, Ankara, 1967

Kongar Emre ,**İmparatorluktan Günümüze Türkiye'nin Toplumsal Yapısı-1**, Remzi Kitabevi, Mart 1997

Köker Levent, **Modernleşme, Kemalizm ve Demokrasi**, İletişim Yayınları, İstanbul, 2000

Launay de Marie, **1873 yılında Türkiye'de halk giysileri**, (Çev. Erol Üyepazarcı) Osman Hamdi Bey,Sabancı Kütüphanesi, İstanbul, 1999

Laver, J, **Fashion and Class Distinction**, London, 1943

Le Goff Jacques, **Ortaçağ Batı Uygarlığı**, (Çev. Hanife Güven, Uğur Güven)Dokuz Eylül Yayınları, İzmir,1999

Lehnert Gertrud, **A History of Fashion**, in the 20th. Century, Köneman, 2002

Lehnert Gertrud, **Fashion A Concise History**, Laurence King Ltd, 1998

Lenoir Beatrice, **Sanat Yapıtı**, (Çev.Aykut Derman) YKY, İstanbul, 2004

Lukacs Georg , **Estetik**, (Çev. Ahmet Cemal) Payel Yay., İstanbul, 1999.

Modleski Tania, **Eğlence İncelemeleri**, (Çev.Nurdan Gürbilek) Metis yay., İstanbul, 1998

Morris Catherine , **Cindy Sherman**, The Wonderland Press, Newyork, 1999

Mustafa Sönmez, **1980'lerden 1990'lara Dışa Açılan Türkiye Kapitalizmi**, Gerçek Yayınevi, 1992

Oktay Ahmet, **Türkiye'de Popüler Kültür**, Everest Yayınları, İstanbul, 2002

Onur Nur, **Moda Bulaşıcıdır**, Epilson Yay, İstanbul, 2004

Oskay Ünsal, **XI.Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişimin Kültürel İşlevleri**, Der Yayınları, İstanbul,2000

Ozankaya Özer, **Cumhuriyet Çınarı**, İmge Kitapevi, Ankara, 1999

Öztuncay Bahattin ,**Dersaadet'in Fotoğrafçıları**, 1. Cilt, Aygaz A.Ş., Koç Kültür Sanat ve Tanıtım Hizmetleri Tic. A.Ş., Mas Matbacılık, 2003

Öztürkmen, A., N.Sakaoğlu, Mektepli, **Üç Kuşak Cumhuriyet**, İş Ban. Yay. , 1998

Partridge,E.Origins,**A. Short Etymological Dictionary of Modern English London**, Greenwich House, New York 1983

Photography Year, 1975, Time Life İnternational, Nederland,

Robins Kevin, **İmaj**, (Çev. Nurçay Türkoğlu)Ayrıntı Yay.İstanbul, 1999

Sevin Nurettin, **On Üç Asırlık Türk Kıyafet Tarihine Bir Bakış**, Kültür Bakanlığı Yayınları, 1990

Simmel Georg, **Modern Kültürde Çatışma**, (Çev. Tanı Bora, Nazile Kalaycı, Elçin Gen) İletişim Yay., İstanbul, 2003

Sontag Susan, **Fotoğraf Üzerine**, (Çev.Reha Akçakaya), Altıkırkbeş Yayınları, İstanbul, 1993

Sözen Mustafa, **Sinemada Renk**, Detay Yayıncılık, 2003

Steele Valerie, **Fifty Years of Fashion New Look to Now**, Yale University, 1997,

Topçuoğlu Nazif, **İyi Fotoğraf Nasıl Oluyor Yani**, Yapı Kredi yayınları, İstanbul, 1992

Tanilli Server, **Uygarlık Tarihi**, Çağdaş Dünyaya giriş, İstanbul, 1991

Tanilli Server, **Yüzyılların Gerçeği ve Mirası**, Cilt.1, İlkçağ, Say yay, İstanbul, 1991

Teber Serol, **Melankoli**, (Çev. Sevinç Aksoy) Say. Yayınları, İstanbul, 2004

Tevfik Çavdar, **Türkiye Demokrasi Tarihi 1950-1995**, İmge Kitapevi, Ankara, 1996

Turani Adnan, **Çağdaş Sanat Felsefesi**, Remzi Kitapevi, İstanbul, 1999,

Türkoğlu Sabahattin, **Tarih Boyunca Anadolu'da Giyim Kuşam**, Atılım Basım San., İstanbul, 2002

Tüzün Gürel, 1950-1960 Döneminde Sanayileşme, **75 yılda Çarklardan Çiplere**, Türkiye İş Bankası Yay, İstanbul, 1999

Toffler Alvin, **Şok**, (Çev. Selami Sargut), Altın Kitapalar Yayınevi, İstanbul, 1981

Üyepazarcı Erol, **1873 yılında Türkiye'de Halk Giysileri Üzerine**, Koç Kültür Sanat ve Tanıtım Hizmetleri Tic. A.Ş., Mas Matbacılık, 2003

MAKALELER

Altay Fikret, **Türk Kumaşları**, Sanat Dünyamız, sayı:1, YKY, İstanbul,1974

Altındal, Meral. (2001). Şeyhülislam Abdurrahman Nesib Efendi'nin Tesettüre Dair Beyanamesi, **Toplumsal Tarih Dergisi**, Mart, Sayı: 87.

Aşa Emel, Sosyo-kültürel Değişme Sürecinde Türk Ailesi, **1869-1923 Yılları arasında Yayınlanan Türk Kadın Ve Aile Dergileri**, , III.Cilt, Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu

Atasoy Nurhan, **Kıyafetnamelerin Doğuşu ve Fenerci Mehmed Kıyafetnamesi**, Osmanlı Kıyafetleri Fenerci Mehmed Albümü, Koç Vakfı, 1986

Çoksayar Didem, **Bir Tasarım Öyküsü**, Elle.10.2002

Çoksayar Didem, **Dünden Kalanlar** Elle ,10.202

Diptaş Tunç, **Görevimiz Sanal Bir Dünya yaratmak**, Mac Line Dergisi,03. 2004

Ömer Demirel, Muhittin Tunç, Adnan Gürbüz, Sosyo-Kültürel Değişme Sürecinde Türk Ailesi, **Osmanlı Ailesinde ev eşya , giyim kuşam**,XVI-XIX yy., Türk Başbakanlık Aile Araştırmaları Kurumu,

Enis Batur, **Gelenek ve Gelecek Arasında Moda**, Gergedan Dergisi, Mart 1987

Dinçök Ayşegül, **Vintage** Cosmopolitan, 10, 2003

Göçmen Banu, **Hayata Vizörden Bakanlar**, Cosmopolitan, 08. 2005

Gökdel Damla, **Harajuku Modası**, Marie Clarie, 04.2004

Gökdel Damla, **Modanın Yakışıklı Prensi**, 01. 2004

Kun Zeynep, **90'lar ve Moda Fotoğrafı**, 05.2004

Kun Zeynep, **Cedrid Buchet**, Trendt Setter, 06.2005

Öngören Hande, **Bukelemun Kumaşlar Zamanı**, Elle, 10.2002

Öngören Hande, **Markalar Strateji değiştiriyor**, Elle, 10.2002

Öngören Hande, **Moda Vitali Hakko'dur**, Elle, 10.2002

Öngören Hande, **Şehirli Kadının Fetişi**, Elle, 10.2003

Öngören Hande, **Yüzüğün Çırpınışı**, Elle, 10.2002

Sedef Ecer, **Modayı Sarsan Tasarımcı**, Sabah Gazetesi Cumartesi eki, 04.08.2004

Sümercan Aydan, **Coco'nun Düşleri**, Marie Clarie, 06.2002

Şener AKSU, “**Atatürk Devrimi Sürecinde Kıyafet Devrimin Yeri**”, Atatürk'ün Cumhuriyetin İlanından Sonraki Hedefleri Sempozyumu 4-6 Haziran 1998- İzmit, Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu, Atatürk Araştırma Merkezi, Ankara-1999

Şener Yasemin, **Moda Savaşın Neresinde**, Elle, 05. 2003

Şener Yasemin, **Moda Tutku mu? Takıntı mı?**, Elle, 10.2002

Walter Benjamin , **Moda üzerine**, Gergedan Dergisi, Mart 1987

Yalta Yaprak, Modanın Ekstrem Dili, **Artdecor Tasarım Dergisi**, sayı: 10, 2005.

Yasemin Şener, **Türk Kadınının Moda Retrospektifi**, Elle Dergisi, 2003, Ekim, s.119

Yavuzlar Berrin, **Moda mı? Pornografi mi?**, Marie Clarie, 06.2002

(Yazarsız) Hayat Dergisi, 1973 İlkbahar Moda eki

(Yazarsız) Moda Fotoğrafi Özel Sayısı, Geniş Açık Dergisi, 1999, Güz, sayı:8

(Yazarsız) Moris Maçaro, Gösteri Dergisi, Ağustos, 1981

(Yazarsız), **Kalabalıkta Bir Tarz**, Vizyon, 01.2001

(yazarsız), **Ruhu Femenin Özü Erkek**, Elele, 03,1999

(Yazarsız), Sıtkı Kösemen, Vizyon, 01.2001

(Yazarsız), **Yetenikli Bay Akeröglü**, Marie Clarie, 06.2005

(Yazarsız)**Fütürist Manifesto**, Gergedan Dergisi, Mart 1987

İnternet siteleri

Atasoy Nurhan, Kıyafetnamelerin Doğuşu ve Fenerci Mehmed Kıyafetnamesi, Erişim: 20.11.2005 www.OsmanlıMedeniyeti.com

Bekiroğlu Serdar, Atatürk'ün şapka inkılabı, Erişim:19.04.2006, [www.egitirim.inonu.edu.tr / Serdar_Sapkaink.htm](http://www.egitirim.inonu.edu.tr/Serdar_Sapkaink.htm)

Butler Tina, Cinsiyetin yaşı: fena Erkekler ve 1960'ların moda fotoğrafçılığında seksüelleştirilmiş bedenler, Erişim: 14.11.2005 , www.mongabay.com.,

Butler Tina, For Whose Eyes, (Kimin Gözleri için?) , Erişim: 14.11.2005 , www.mongabay.com,

Butler Tina, The Counterfeit Body, Erişim:14.11.2005 , www.mongabay.com

Finkelstein Joanne, Chic Theory, Erişim: 06.11.2006 , www.lib.latrobe.edu.au/AHR/archive/Issue-March-1997

Geçmiş yüzyılda kıyafet resimlerimiz, Erişim: 23.11.2005 www.OsmanlıMedeniyeti.com

Kaptan, Özdemir, Beyoğlu ve Kısa Geçmişi, Erişim: 22. 04. 2005, <http://bilgi.anadolu.edu.tr/users/cotbar/beyoglu/>

Sancar Nuray, Postmodernizm ve Marksizim, Erişim:17.06.2006, www.felsefeekibi.com

Tümay Sadık, Avedon Manifestosunun Zamanla Polemiği, Erişim: 15.02.2006, www.fotoğrafya.net

Valdez Sarah, Exhibition: Fashioning Fiction in Photography since 1990, Erişim: 23.04.2006, <http://www.lookonline.com/blogger.html>

Erişim: 15. 05. 2004, www.bassocantante.com/flapper/

Erişim: 12. 05. 2004, <http://www.angelfire.com/co/pscst/flapper.html>

Erişim: 07.04.2006, <http://www.istanbul.edu.tr>, Barok Sanatı

Erişim: 10.04.2006, <http://www.toutfait.com>

Erişim: 18.11.2005, www.modaturkiye.com

Erişim: 20.05.2006, <http://www.touregypt.net>

Erişim: 22.08.2006, <http://forum.kanka.net/archive>

Erişim: 25.04.2006, <http://www.costumes.org/history/100pages>

Erişim: 26.06.2006, www.Artdecor.com.tr/moda/

Erişim:04.09.2006, www.photography.about.com

Tezler

Birinci Gökhan, “**Atatürk Dönemi Basın Fotoğrafçılığının Türk Toplumsal Yapısıyla İlişkileri**”, Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınlanmamış Doktora Tezi, İzmir, 1996

Demirci, Banu, “**Moda Fotoğrafının Gelişimi ve Çağdaş Yaklaşımlar**”, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), MSÜ, SBE, İstanbul, 2002

Matara Birsal, “**1980 sonrası Türk Fotoğraf Sanatı'nın Estetik Sorunları**”, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), İzmir, 1998

Oktay Bügey, **Kıyafet Kanununun Çıkarılışından Başlayarak 1930-1940 Yılları Arasında Cumhuriyet Gazetesi Örneğinde Giysi Taraması**, Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi G.S.F. , 1985

Şahin Yüksel, **Konya Beyşehir İlçesi Karaali Beldesi Kadın Giyim Kuşam Geleneğindeki Sembolizm**, Marmara Üniversitesi,GSF, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi),1999

Şahin Yüksel, “**1920-1930 Yılları Arasında Türkiye’de Kadın Silüetinde Moda Anlayışı ve Değişmeler**”, Dokuz Eylül Üniversitesi Tekstil Ana Sanat Dalı Sanatta Yeterlilik Tezi, 2006, İzmir

Tosun Nursel, “**Cumhuriyet Dönemi Kadın Kıyafetleri**”, Dokuz Eylül Üniversitesi G.S.F. Lisans Tezi, 1998

Tumay Sadık, “**90’lı Yıllarda Türk Basınında Siyasi Fotoğrafın İşlevi**”, Dokuz Eylül Üniversitesi (Yayınlanmamış Y.Lisans Tezi), 2006, İzmir

Üşenmez, Sema. **Toplum ve Moda Etkileşimleri**, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Mimar Sinan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 1992

Kaynak Kişiler

Kaynak Kişi; Suna Saygon (1940), Derleme, 20 Mayıs 2006 tarihinde İzmir’de yapılmıştır.

Kaynak Kişi; Fırat Erez (1964), Derleme, 26 mart 2005 tarihinde İstanbul’da yapılmıştır.

Kaynak Kişi; Yaşar Atankazanır (1929), Derleme, ocak 2005 tarihinde İstanbul’da yapıldı

Kaynak Kişi; Erol Atar, Derleme, 20 ocak 2006 tarihinde İzmir’de yapıldı

Kaynak Kişi; Tamer Yılmaz (1958), Derleme, 26 mart 2005 tarihinde İstanbul’da yapılmıştır.

Kaynak Kişi Hasan Hüseyin (1962), Derleme, 08 Ocak 2005 tarihinde İstanbul’da yapılmıştır

Kaynak Kişi Şenol Altun (1970), Derleme, 11. Ocak 2005 tarihinde İstanbul’da yapılmıştır

Kaynak Kişi Yaşar Saraçoğlu , Derleme, 15.05. 2005 tarihinde İstanbul’da yapılmıştır

Kaynak Kişi; Sedef Delen (1968), Derleme, 26 mart 2005 tarihinde İstanbul’da yapılmıştır.

Kaynak Kişi: Emre Doğru , Derleme, 17. nisan.2006

ALBÜM ANAHTARLARI

Albüm – 1 / Modanın Tarihsel Gelişim Süreci

Resim 1, Deniz kabukları ve taşlarla oluşturulmuş Yontma Taş Çağından (6.Binyıl) bir kolye Ankara An. Med. Müzesi. (Sabahattin Türkoğlu, Tarih Boyunca Anadolu'da Giyim Kuşam, Atılım Basım San, İstanbul, 2002, s. 7)

Resim 2, İlk çağda soğuk iklimde insan giysisi

Resim 3, Mısır Müzesinde bulunan Mısır'ın zenginliğini ve giyim kültürünü anlatan eski krallık 4.yy Rahotep-Nefert heykelciği (allanmatthews.8m.com/rahotep-nefert)

Resim 4. Eski Mısır Giyim kültürünü anlatan bir ilüstrasyon (Auguste Racinet, The Complete Costume History, Taschen'dan bir ayrıntı)

Resim 5. 16yy'dan kalma Heakle Arkeoloji Müzesinde bulunan Minoan Snake Goddess heykelciği eski Girit uygarlığına ait giyimi açıklıkla göstermektedir. (www.witcombe.sbc.edu/minoansnakegoddess)

Resim 6, Mezopotamyada yaşayan Sümerlere ait bir Tell Asmar Figürü. Sakallardaki kıvrımlar ve elbisenin eteklerindeki dilimler özellikle dikkat çekicidir. (www.faculty.mccfl.edu/images/tellasmr)

Resim 7, 8 Eski Yunan 'da dikişsiz kumaşın omuzlardan sarılarak elbise haline getirilmiş şeklidir. (Auguste Racinet, The Complete Costume History, Taschen'dan bir ayrıntı)

Resim 9. Klasik Yunan'da bir vazo figürü, (internet sitesinden alınmıştır.)

Resim 10, 11 Roma giyimini gösteren, Apollo_veii Etruscan 5yy roma heykelleri. Roma giyiminin Yunan giyimine benzediği dikkat çekmektedir. (www.tiscali.it/popoli_antichi/Etruschi)

Resim 12. Romalı kadınlar, çizim. (Auguste Racinet, The Complete Costume History, Taschen'dan bir ayrıntı)

Resim 13, 14. Bizans rahiplerine ve İmparator ve eşine ait giyimleri tasvir eden çizimler. (Auguste Racinet, The Complete Costume History, Taschen'dan bir ayrıntı)

Resim 15, 16, 17, .Ortaçağda giyim kültürünü anlatan çizimler.15 nolu resim köylü halkın kıyafetlerini tasvir etmektedir. 16. resim ise Ortacağ rahipleinin kıyafetlerini sembolize etmektedir. 17.resimde ise soylu kadın giyimi gösterilmektedir. Giyim artık sınıf farklılıkların gösterecek Resimde sınıflanabilmektedir. (Auguste Racinet, The Complete Costume History, Taschen'dan alınmıştır.)

Resim 18, 19. Gotik mimarinin aynı dönem kıyafetleri üzerindeki etkisi açıkça görülmektedir. (Auguste Racinet, The Complete Costume History, Taschen'dan alınmıştır.)

Resim 20, 21, 22. Aydınlanma öncesi Fransa'da soylu giyimini gösteren çizimler. (Auguste Racinet, The Complete Costume History, Taschen'dan alınmıştır.)

Resim 23. Bazen balina kemiğinden bazende demir gibi sert bir malzemeden oluşturulan kadının belini ince göstereren kalçasını abartmaya yarayan korse. Dönemin skolastik anlayışına uygun ve kadının hareketlerini kısıtlayan bir giyim eşyasıdır. (www.employees.oneonta.edu/angellkg)

Resim 24. Zenginliği göstermenin bir şekli olan kabarık etekli giyim tarzı. İçerisine "Farthingale" adlı bir iç etekle kullanılmaktadır. Şapkalar çiçeklerle

süslenerek olabildiğince büyük kullanılmıştır. Saç aksesuarları ise gerek peruk gerekse de pudralarla beyazlatılarak süslenmiştir. (Auguste Racinet, The Complete Costume History, Taschen'dan alınmıştır.)

Resim 25. Rokoko dönemi giyim tarzını ve renklerini gösteren dönemin tablolarından alıntılar. (Rubens ve karısı İsabelle Brandt'ın tablosu)

Resim 26, 27. Rokoko tarzı giyimi gösteren bir tablo (Adelaide Labille-Guiard with her pupils (1788) (www.bc.edu/.../art/))

Resim 28. Dönemin ünlü resamlarından olan Jaques Louis David 1810'da yaptığı bir tablo dönem içerisindeki sadeleşme ve aydınlanmanın etkisi açıkça göze çerpmaktadır.

Resim 29, 30, 31. Fransa'da İmparatorluk döneminde Roma Akademizmine yönelen giyim sadeleşerek farklı bir Resim almıştır. . (Auguste Racinet, The Complete Costume History, Taschen'dan alınmıştır.)

Resim 32, Fransız ihtilalinde elinde bayrakla bir proleterin giyimini gösteren tablo (Chenard-proleter1792)

Albüm – 2 / Modanın Tarihsel Gelişim Süreci /1900-2005 Dönemi Dünyada Moda Anlayışı

Fotoğraf 33. 1816–1825 dönemi tarihli gündüz elbisesidir. Elbise sahibi tarafından stüdyoda poz verilerek gösterilmektedir.([www.costumes.org / history](http://www.costumes.org/history))

Fotoğraf 34. 1820–1830 dönemim üzerine nakış işlenmiş bir elbise ([www.costumes.org / history](http://www.costumes.org/history))

Fotoğraf 35. 1804 tarihli bir gece elbisesi .([www.costumes.org / history](http://www.costumes.org/history))

Fotoğraf 36. 1825 tarihli bir yürüyüş elbisesi.([www.costumes.org / history](http://www.costumes.org/history))

Fotoğraf 37. 1830- 1880 tarihli doğuda bir spekülör giysisi ([www.costumes.org / history](http://www.costumes.org/history))

Fotoğraf 38. 1833 tarihli erkek giyimini gösteren bir fotoğraftır.

Fotoğraf 39, 40, 41. 1850-1860 dönemleri çeşitli balo giysileri. ([www.costumes.org / history](http://www.costumes.org/history))

Fotoğraf 42. Tasarımcı Worth'un bir elbise tasarımı 18.yy. sonu. (www.tjut.edu.com.)

Fotoğraf 43, 44, 45. Orta çağın skolastik görüntüsünü çağrıştıran korseler, 19. yy.'ın başında tekrar kullanılmaya başlanmıştır. Bu üç fotoğraf, korsenin vücudu deforme eden kullanımını göstermektedir.

Fotoğraf 46, 47. Bu iki giysi, Fütürist Giyim Manifestosunun öngördüğü kıyafetlere örnek teşkil etmektedir. 1930 tarihli Giacomo Bella'nın özel koleksiyonundan alınmıştır. (www.futurism.org.uk/clothes/clothes1930)

Fotoğraf 48. 1920'lerde gündelik kullanım için tasarlanmış bir çift kadın giysisini gösteren ilistrasyonlar.

Fotoğraf 49. Cinsiyetsiz görünümün moda olduğu 1920'lerde bir saç kesimi ile aynı adı taşıyan "La Garçone" stildir. Aynı yıllarda ülkemizde de moda olmuş ve "Ala Garson"olarak bilinmektedir. (garconne_louise_brooks,www.jupe.be.com)

Fotoğraf 50. Androjenlik, lezbiyenlik, homoseksüellik gibi eğilimlerin özgürce dışa vurulduğu ve tartışıldığı 1920'lerde Marcel Duchamp'da kendini Rose Sélavy adlı kadın bir yazar olarak tanıttığı ve kendini bir kadın olarak gösteren Man Ray'in çektiği bir fotoğrafı. (www.toutfait.com)

Fotoğraf 51. Tasarımı Marcel Duchamp'a ait bir parfüm şişesi için tasarlanmış "Belle Haleine" adıyla anılan Marcel Duchamp'ın yarattığı karelerin fotoğrafıdır (www.toutfait.com)

Fotoğraf 52. Caz Müziğinin etkisi ile birlikte 1920'lerde fotoğraflenen erkek giyimi. (www.decodog.com)

Fotoğraf 53, 54. Androjenliğin sembolü olarak görülen Greta Garbo ve zerafetin simgesi olarak kabul edilen Marlene Dietrich dönemin giysi tanıtımında önemli bir etken olarak görülmektedir. Bu yıllarda sinemanın giysi tanıtımında çok önemli bir etkisi vardır. ,(www.leninimports.com)

Fotoğraf 55, 56, 57 . Savaş ile birlikte giysilerin gerek renk gerekse de kesim olarak sadeleştiğini ve süsten uzaklaştığını görmekteyiz. Kadınlar bu yıllarda ufak bütçelerle kendi elbiselerini kendileri dikiyordu. Bu üç fotoğrafta da giysilerin oldukça sade, kullanışlı hatta askeri üniformayı hatırlatan bir fotoğrafta olduğu görülmektedir.

Fotoğraf 58, 59. 1940'lı yıllarda kadınlar tekrar şıklaşmaya başladılar. Etekler kabarıklaşırken şapkalar en çok kullanılan aksesuarlardandır. Bir dergiden alınana bu çizimde dönemin kadını için tasarlanmış elbiseler görülmektedir.

Fotoğraf 60, 61. 1950'li yıllara ait bir reklam çizimi . Kadın ideal anne ve eş olarak şık bir biçimde resmedilmiştir.

Fotoğraf 62. Bu yıllarda sinemanın ve sinema oyuncularının giyim üzerinde etkisi oldukça fazladır. Marlon Brando 1954 yılı yapımı "The Wild One" adlı filminde giydiği deri çeketli asi çocuk imajı ile oldukça ses getirmiştir.(Fotoğraf Valerie Steele, Fifty Years Of Fashion, s.40'dan alınmıştır.)

Fotoğraf 63. 1965, yılı tasarlanmış Andre Courrèges'e ait bir elbise tasarımı. Etek boyları ilk defa dizin üstüne çıkmıştır. (www.metmuseum.org.)

Fotoğraf 64. Mary Quant'ın kadının giyimini özgür kılan tasarımları ve mini eteğin kullanımını gösteren fotoğrafı. ([www.60s-mode.de/ bilder/mini.](http://www.60s-mode.de/bilder/mini))

Fotoğraf 65. 1966 yılında moda fotoğrafçısı David Bailey'den esinlenerek yapılmış olan Michelangelo Antonioni'nin "Blow-up" isimli filminden bir sahne. (Fotoğraf Valerie Steele, Fifty Years Of Fashion, s.60'dan alınmıştır.)

Fotoğraf 66. 60'larla birlikte sadece elbiselerin modelleri değişmemiş mankenlerin görüntüsü de değişmiştir. Bu fotoğrafta 32-23-32 beden ölçülerine sahip cılız görüntüsü ile Twiggy adlı manken görülmektedir. Bu manken dönemin en popüler mankenidir.

Fotoğraf 67. Posta siparişi ile satış yapan Biba şirketinin katalogundan bir sayfa görülmektedir. (www.sandieshaw.com)

Fotoğraf 68. 1967 yılında hippilik bir yaşam tarzı olarak benimsenmiş ve bu dönem gençlerin moda karşı alternatif olarak kendilerinin ürettiği kıyafetler modada yeni bir tarzın doğmasına neden olmuştur. (Fotoğraf Valerie Steele, Fifty Years Of Fashion, s.70'den alınmıştır.)

Fotoğraf 69, 70. İlk fotoğraf 1966 yılında özellikle Andy Warhol ve Tom Wesselman gibi Pop Art sanatçıların eserleri ilham alınarak üretilmiş. İlk elbise, Warhol'un "Campbell's Soup Can I, 1968 adlı esrinden esinlenerek tasarlanan "The souper Dress" adlı bir elbisedir. İkinci fotoğraf ise 1965 yılında Yves Saint Laurent'in "Mondrian"ın resimlerinden ilham alınarak yapılan aynı tarzdaki bir diğer elbise tasarımıdır. Bu iki elbise de moda ile çağdaş sanat akımlarının aynı çizgide buluştuğunu bize göstermektedir. (www.metmuseum.org)

Fotoğraf 71. Paris'te 1969-1970 sonbahar/kış koleksiyonunda Courreges'in kısa eteğinin , Cardin ve Dior'un orta boy eteklerinin , Saint Laurent'in Uzun etek boyunu bir arada gösteren bir fotoğraftır. Modada ilk defa tüm etek boyları aynı anda

kullanılmaktadır.(Fotoğraf Valerie Steele, Fifty Years Of Fashion, s.70'den alınmıştır.)

Fotoğraf 72. 1960'ların en popüler giyimi uzun botlarla birlikte kullanılan kısa eteklerdir.

Fotoğraf 73. 1970'lerin son döneminde İngiltere'de doğmuş bir akımdır. Punk estetiğinin yaratıcısı Londralı modacı Vivienne Westwood'dur. Topluma ve toplum kurallarına karşı oluşturulmuş bir reddedişi içerir. Punklar, içinde buldukları durumu protesto etmek için her yolu denemişler ve bunu da giysilerine yansıtmişlardır. Zincirler, deriler, parçalanmış giysiler, rengarenk ve dikleştirilmiş rahatsız edici saç biçimleri ve punk sembollerinden bedene iliştirilmiş çengelli iğneler gibi aksesuarlarla geleneksel moda karşı bir antimoda oluşturmuşlardır. (Fotoğraf Valerie Steele, Fifty Years Of Fashion, s.70'den alınmıştır.)

Fotoğraf 74. 1980'lerde diet ve sporun bilhassa kadınların hayatında çok önemli bir yere gelmesi nedeniyle sporun modayı etkilediği görülmektedir.bu fotoğrarta 80'lerde günlük giyimin bir parçası olan tozluklar görülmektedir.

Fotoğraf 75. 80'lerin idolü Madonna'nın giydiği bir korse,Paul Gaultier'in bir tasarımıdır. (www.wellesley.edu/.../ 2002/04/corset)

Fotoğraf 76. 80'lerin ünlü grubu Bananarama renkli kıyafetleri ve saçlarıyla dönemin modasını yansıtmaktadır.

Fotoğraf 77, 78, 79. 90'larla birlikte modada bizi şaşırtan fotoğraflar dergilerde yayınlanmaya başlanmıştır.(Colin Mc Dowell, Fashion Today, Phaidon,2000)

Fotoğraf 80. Thierry Mugler'ın fetişizmden etkilenen oldukça güçlü görünen, ince bel ve geniş omuzlarla şekillenmiş parlak deriden oluşturulmuş koleksiyonları 90'larda ses getirmiştir.

Fotoğraf 81. Yohji Yamamoto'nun bir tasarımı. (Francis Baudot'un kitap kapağında alıntıdır.)

Fotoğraf 82, 83. Ekstrem modanın öncüleri "Hi-tech" akımına uygun olarak teknoloji ile giyimi birleştiriyorlar. Moreno Ferrari, Yuka Oyama, Grit ve Jerszy Seymour, Alicia Framis, Hüseyin Çağlayan eksterm modanın öncülerinden sayılmaktadır. Yaprak Yaltı, Modanın ekstrem dili, (www.artdecor.com.tr)

Fotoğraf 84, 85. Bu iki giysi, Galliano'nun, 2004 "Taste of Egypt" konseptli sunumunu göstermektedir.(http://www.monthlyherald_com.)

Fotoğraf 86. Hüseyin Çağlayan'ın 7. Uluslararası İstanbul Bienali'nde de sergilendiği "Airmail Dress / Uçak Postası ile Elbise" ve "Airplane Dress / Uçak Elbise" adlı iki elbise tasarımı. (www.arkitera.com)

Fotoğraf 87, 89. 90'lı yılları anlatan fotoğraflar. (Colin Mc Dowell, Fashion Today, Phaidon,2000)

Fotoğraf 88. Moda fotoğrafçısı Inez Van Lamsweerde'nin 90'larda yaptığı fotoğraf çalışmalarından örnekler.

Albüm – 3 / 1923-1980 Türkiye'de Giyim Anlayışı

Fotoğraf 97, 99. Alman Araştırmacı Schliemann tarafından İ.Ö.3. binyılda Truva kazılarında çıkarılan altın takılar .

Fotoğraf 98. İzmir Naldöken Türkmen başı, 1999, (Atilla Erden, Anadolu Giysileri, Kültür Bakanlığı Yayınları, 1999)

Fotoğraf 100. Boğazköyde bulunan Kybele Heykeli, İ.Ö.6.yy heykelin başında hotoz adı verilen bir başlık bulunmaktadır.(Sabahattin Türkoğlu, Tarih Boyunca Anadolu'da Giyim Kuşam, kitabından alınmıştır.)

Fotoğraf 101. Antalya Elmalı kazısında bulunan anne ve çocuk heykeli, (M.Ö.7. yy) kadının başındaki başlık günümüz Anadolu'da geleneksel kadın başlıklarını anımsatmaktadır. (Sabahattin Türkoğlu, Tarih Boyunca Anadolu'da Giyim Kuşam, kitabından alınmıştır.)

Fotoğraf 102. Konya Beyşehir Karacaali Beldesinde bir gelin başlığı, 1997(Atilla Erden, Anadolu Giysileri, Kültür Bakanlığı Yayınları, 1999)

Fotoğraf 103. Geleneksel gelin giysisi, Isparta 1997(Atilla Erden, Anadolu Giysileri, Kültür Bakanlığı Yayınları, 1999)

Fotoğraf 104, 105. 16. yy. Minyatürlerinden alınmış kadın giyimini gösteren resim. Kadınlar bir çeşit dış giysisi olan Ferrace giymektedir. (Sevin Nurettin, On Üç Asırlık Türk Kıyafet Tarihine Bir Bakış, Kültür Bakanlığı Yayınları, 1990)

Fotoğraf 106. Fotoğraf 1718-1730 yılları arasında Osmanlı'da dere kenarında piknik yapan kadın giyimini göstermektedir. Fotoğraf Bahattin Öztuncay'ın Dersaadet'in Fotoğrafçıları adlı kitaptan alınmıştır.

Fotoğraf 107. Osmanlı'yı Batı fuarlarında tanıtmak için 1873 yılında Osman Hamdi Bey'e hazırlattırılan "1873 Yılında Türkiye'de Halk Giysileri Elbise-i Osmaniye" adlı kitabın kapak fotoğrafıdır.

Fotoğraf 108. 1920'lerde moda olan Rus Başı yada sıkma baş olarak tanımlanan bir baş bağlama şeklidir. (Fotoğraf sahaflardan bulunmuştur.)

Fotoğraf 109. Tanzimatla birlikte batı modalarından etkilenen kadın giyimi başını "Rus başı" denilen şekilde bağlamaya başlamış, peçe ise işlevini yitirerek

yüzü saklamaktan çok bir süs eşyası olarak kullanılmıştır. Fotoğraf, Bahattin Öztuncay, Dersaadet'in Fotoğrafçıları, 1. Cilt, Aygaz A.Ş., 2003 adlı kitaptan alınmıştır.

Fotoğraf 110, 112 . Türk kadını Cumhuriyet'in ilanı ile modern kadın görüntüsünü destekleyen şapkayı yaygın olarak kullanmaya başlamıştır. (Fotoğraf sahaflardan bulunmuştur.)

Fotoğraf 111. 1920'li yıllarada popüler olan "Ala Garçonne" adlı saç kesimi aynı yıllarda Türkiye'de de kullanılmaktaydı. (Fotoğraf, Gitti gidiyor.com/sahaflardan alınmıştır.)

Fotoğraf 113, 114, 115. 1920- 1930 yılları arasında Türkiye'de kadın giyimi gösteren fotoğraflar. (sahaflardan alınmıştır.)

Fotoğraf 116, 117, 118, 119, 121. Cumhuriyet ile birlikte başlayan balo geleneği 1950'li yıllarda da devam etmiş ve kadınlar batı modasını yakın bir şekilde takip etmişlerdir. Hayat dergilerinden alınan bu fotoğraflar cemiyet haberleri adıyla yayınlanmakta aynı zamanda modanında tanıtımını yapmaktadır. (Fotoğraflar 1950-1960 arası Hayat Mecmualarından alınmıştır.)

Fotoğraf 120. Hayat Mecmuasının batı modasını aktardığı moda sayfalarından alınmıştır. Bu sayfalarda ilk yıllarda Suvai Sonar'ın yazı ve fotoğraflarını daha sonra da Gülgün Üstündağ'ın moda yazılarına rastlamaktayız.(Hayat Mecmuası 1961 sayılı dergisinden alıntıdır.)

Fotoğraf 122, 124, 125, 126. Bu fotoğraflarda 1960'lı yıllara ait giyim modası görülmektedir. (Fotoğraflar Handan Dayı'nın arşivinden alınmıştır.)

Fotoğraf 123. 1930'lu yıllardan başlayarak modanın üretilmesinde ve tanıtımında önemli bir işlevi olan Kız Sanat Enstitüleri ve çeşitli giyim kurslarının açıldığını görmekteyiz. Bu fotoğrafta Anna Peçaropulo'nun Beyoğlu'nda açmış olduğu biçki ve dikiş yurdu görülmektedir.(Fotoğraf, sahaflardan alınmıştır.)

Fotoğraf 127. 1970'lerle birlikte Türkiye'nin değişen yapısı moda ile birlikte aile yapısını da etkilemiştir. Bu fotoğrafta farklı giyimleri ile aynı evin içerisinde görüntülenen iki kadın görülmektedir. (Fotoğraf, Doğan Kitap'ın Fotoğrafların Anlattıkları adlı kitaptan alınmıştır.)

Fotoğraf 128, 129 . Dönem kıyafetlerini gösteren fotoğraflar.

Fotoğraf 130. 1970'lerde hala devam eden balo geleneği ve aynı yıllarda kadın gece kıyafetleri görülmektedir. (Fotoğraf Hayat Dergisi ,1970, alınmıştır.)

Albüm – 4 / Dünyada Moda Fotoğrafçılığının Gelişimi / 1900 – 1945 Dönemi Moda Fotoğrafçılığının Gelişimi

Fotoğraf 131, Giyim modasını tablolarıyla görünür kılan portreci ressamlardan biri olan Rubens dönemin modasının bir nevi tanıtımını da yapmıştır.(Family of Jan Brugel the Elder, 17. yy.), (www.artandarchitecture.org.uk)

Fotoğraf 132, Fransa'da çıkan "Mercure Galant" adlı moda dergisi dönemin kadın giyimini ayrıntılarıyla çizimlerle aktarmaktaydı. Bu çizimde1967 yılının kış elbisesi görülmektedir. (www.costumes.org/.../Modepourlannee)

Fotoğraf 133, Bu fotoğraf ilk "Carte de Visit" örneklerinden biri sayılmaktadır. Kıyafet tasarımcısı Worth'un bu elbisesi stüdyo ortamında fotoğrafçı Louis Pierson tarafından farklı aksesuarlarla birlikte çekilmiştir.Burada özellikle aynanın kullanılması elbisenin önünün ve arkasının birlikte gösterilmesi çabasıdır. Fotoğraftaki model ise elbiselerin de sahibi olan Kontes Castiglione dir.

Kontesin bu şekilde çekilmiş yaklaşık 500 adet fotoğrafı bulunmaktadır. (www.tjut.edu.cn) (la-contessa-di-castiglione-collezione-gilman-big)

Fotoğraf 134. “La Mode Pratique” adlı dergi ile birlikte fotoğrafın tanıtımında kullanıldığını görmekteyiz. Bu fotoğrafta dönem şapkaları tanıtılmaktadır. (demode.tweedlebob.com)

Fotoğraf 135. Bu Fotoğraf 1916 yılının Vogue’nun kasım sayısının kapağına aittir.Fotoğrafın kullanılmasına kadar geçen sürede elbiseler ilüstrasyonlarla tanıtılmıştır. (http://www.vogue.co.uk/CoverArchive)

Fotoğraf 136. Baron De Meyer’in bu fotoğrafı 1919 yılında Vogue için çekilen moda fotoğrafıdır. Modelin giyimi dönem tarzını yansıtırken ışığın estetik bir şekilde kullanıldığı görülmektedir. (www.vam.ac.uk) (www.deMeyer-Marylin.Miller)

Fotoğraf 137. Bu Fotoğrafta Edward Steichen tasarımcı Poiret’in elbiselerini farklı bir fotoğraf anlayışı içerisinde sunmaktadır. 1911 yılında çekilen bu fotoğraf dönemin ünlü moda dergisi Art et Decoration’da yayınlanmıştır. (http:// ww.thispublicaddress.com)

Fotoğraf 138. Horst’un Fransız ve Amerikan Vogue dergileri için çektiği Mainbocher’in korse fotoğrafı, önemli çalışmalarından biridir. Fotoğrafta gerek duruş gerekse farklı ışık kullanımı ile fetiş bir nesne olarak vurgulanan kadın vücudu hareketsiz duran bir heykele benzetilmiştir. (www.robertkleingallery.com)

Fotoğraf 139. Madonna’nın “Beautiful Madonna: Vogue” adlı video klibinde Horst’un Korse fotoğrafından esinlendiği görülmektedir(ww.beautifulmadonna.com/ videostill).

Fotoğraf 140. Sürealizmle birlikte fotoğrafta da farklı teknikler uygulanmaya başlanmıştır. Bunlardan biri de Trompe-l'oeil adı ile anılan bir tekniktir. Horst'un bu tekniği bazı fotoğraflarında kullandığını görmekteyiz. "Elektrikli güzellik"1938, Newyork, (Michel Frizot, A New History of Photography, 1994, Köneman, s.542)

Fotoğraf 141 . Horst'un Helen Bennet'i çektiği fotoğrafında ışığın mükemmel kullanışı modelin bir Yunan heykeli gibi görünmesini sağlamıştır.

Fotoğraf 142. Haute Couturie'nin küçük bir minyatürü görünümünde olan bu makatler içerisinde sergilenen bebekler günün kıyafetlerini tanıtmak ve savaşla nedeniyle moda olan ilginin tekrardan kazanılması için sergileniyordu.

Fotoğraf 143. Cecil Beaton "Shadow Her" 1935 adlı çalışmasında üç erkek figürün silüetlerinin fona yansıtılmasının nedenini kadınların hüküm sürdüğü sahnede erkeklere de yer alması gerekliliğini ifade etmek istemiştir. Beaton'un fotoğraflarında Sürealizmin etkileri açıkça görülmektedir. (Time Life Book, Photography Year, 1975/76, s. 174,175)

Fotoğraf 144. Coffin'in 1949 temmuz Vogue için çektiği bu fotoğrafında görüntünün gerçekliğini önemseyen ve hayal dünyasını çağrıştıracak tekniklerden yararlandığı görülmektedir. Sanatçı sürealizden fazlasıyla etkilenmiştir. (www.condenastart.com)

Fotoğraf 145. Man Ray bu fotoğrafında fotogram ve solarisasyon gibi karanlık oda tekniklerini kullanarak yeni bir kreasyonu çok farklı bir şekilde göstermeye çalışmıştır. (www.cndp.fr/themadoc/ manray) "Fémina, Harper's Bazaar et Vogue". (www.employees.oneonta.edu/ angellkg)

Fotoğraf 146, 147, 148. Erwin Blumenfeld Vogue ve 1939'dan itibaren de Harper's Bazaar için yaptığı araştırmacı çalışmalarında, sürrealizm'den türeyen deneysel fotoğrafçılık örneklerini sergilemektedir. Erwin Blummend'in moda fotoğrafı,1939, Paris Eyfel Kulesi, Elbise Lucien Lelong'a aittir.

(www.zonezero.com) (www.img.iskon.hr)

Fotoğraf 149. Munkacsi'nin savaş fotoğrafçılığında sonra Vogue 'da çalışması moda fotoğrafın da farklı bir bakış açısı getirmesine yardım etmiştir. Bu seride Martin Munkacsi'nin "On the Beach" adlı serisi görülmektedir. Fotoğraflar, 1929, Almanya'da çekilmiştir.

Fotoğraf 150. Lee Miler'in Vogue'de yayınlanan moda fotoğraflarında savaşın değiştirdiği tüm değerler açıkça görülmekteydi. Önde bulunan ipler ve arkadaki uçak savaşın izlerini insanlara hatırlatmaktaydı.

Fotoğraf 151. Avedon'un en önemli fotoğraflarından birisi de Paris'te bir sirkte çekilmiş olan "Dovima ve Filler" (1955) isimli moda fotoğrafıdır. Gece elbisesi C. Dior tarafından tasarlanmıştır. (www.richardavedon.com) (graphics.jsonline.com/.../avedon1_122604_big.jpg)

Fotoğraf 152. Pop- Art'tan da esinlenen Avedon Beatles'i çektiği fotoğraflarında akımın tüm izleri görülebilmektedir. (www.artdaily.com) (popartwww.artnet.com/artwork_images_424065188_18908...)

Fotoğraf 153, 154. Norman Parkinson, savaş sonrası gerçekliği aktaran "Naturalist" moda fotoğrafında kendiliğinden olan hareketliliği aktarmıştır. (parkinson1949,www.staleywise.com)

Fotoğraf 155, 156. Wiliam Klein, enstantene estetiğinin öncülerindedir. Modayı hayatın içerisindeki görüntülerle verir. Çektiği fotoğraflarla modayla adeta alay eder. (İlk fotoğrafı www.robertkleingallery.com sitesinden alınmıştır.) Diğer fotoğrafı ise 1956, Paris'te çekilmiştir. "Barbara Over Gadgeted Does Lips," adını taşır. (Bu fotoğraf www.eyestrom.aspx sitesinden alınmıştır.)

Fotoğraf 157, Jeanloup Sieff etkili ve zarif fotoğraflarını dönem dergilerinde yayınlamaktadır. Bu fotoğrafı Harper's Bazaar'da 1964 yılında "Palm Beach" adıyla yayınlanmıştır. (www.art.trasindex.ro2)

Fotoğraf 158, 159. Irving Penn, sade grafik düzenlemelerle ve siyah beyaz dengeleri çok dengeli bir biçimde kullanarak fotoğraflarını oluşturdu. Oldukça zarif görülen modeller dış dünyadan soyutlanmış imajı ile sanki dekupe edilmiş gibi fonda yer almaktaydı. (blog.wardofsky.com/mages/penn)

Fotoğraf 160. David Bailey'in ocak 1968'de çektiği Catherine Deneuve'yu farklı bir bakış açısıyla çekmiştir. (www.vam.ac.uk/.../photograph) (homepage.ntlworld.com/.../Bailey-deneuve.jpg)

Fotoğraf 161. Richard Avedon, 1966'da New York'taki stüdyosunda ilk defa bir Donyale Luna adlı siyah mankeni fotoğraflamıştı. Donyale Paco Rabanne'nin fütüristik bir elbisesini giymekteydi. (www.ncku.edu.tw)

Fotoğraf 162. Hero'nun bu fotoğrafı moda fotoğrafında farklı bakış açıların olabileceğini gösterirken Japon'ların da bu alanda seslerini duyurmasına yardım etmiştir.

Fotoğraf 163. Guy Bourdin'in imajlarında abartılmış şiddeti, ve kara mizahı anlatan bir grotesk yapı göze çarpmaktadır. Bu fotoğrafı 1955 yılında çekilmiş aynı tarzdaki fotoğrafları içerir. Sitesinde günümüzde de aynı çizgisini koruduğu görülmektedir. (www.guybourdin.fsnet.co.uk/)

Albüm – 5 / Dünyada Moda Fotoğrafçılığının Gelişimi / 1945 – 2005 Dönemi Dünyada Moda Fotoğrafçılığı

Fotoğraf 164. Sarah Moon moda fotoğrafında kadının iç dünyasını yansıtan fotoğraflar çekmiştir.

Fotoğraf 165, 166. Helmut Newton'un fotoğraflarında kadının seksüel çekiçiliği erkeklerin ise sosyal konumları vurgulanmaktadır. Kadın görsel bir nesne olarak sunulmaktadır. (www.milim.org/.../helmut-newton-750.jpg)
(www.sauerthompson.com/.../NewtonFashion!.jpg)

Fotoğraf 167, 168. Bruce Weber'in bu seri fotoğrafında erkekler seksüel bir fetiş obje olarak fotoğraflanmışlardır. (web.chi.es/isidro/publicidad/images/)

Fotoğraf 169, 170. Moda fotoğrafçısı, Philip Lorca Dicorcia 'nın "Cubra Libre" adlı fotoğraf serisi "W" dergisinde mart, 2000'de yayınlanmıştır. Hikaye sinematografik açıdan güçlü öğeler içermektedir. Dicorcia, bir kadını 24 saat Havana sokaklarında izler ve fotoğraflar fotoğrafların boşluklarının ise izleyen tarafından doldurulması beklenir. (Fotoğraflar, Kismaric Susan, Eva Respini, Fashioning Fiction, The Museum of Modern Art, New York, 2004'den alınmıştır.)

Fotoğraf 171, 172 . Bu serideki fotoğraflar Cedric Buchet 'in Prada, Summer, 2001 için çektiği fotoğraflardır. Fotoğraflar açık boşluklar yaratılarak kurgulanmış modeller, kareye aniden giriyor yada çıkıyor etkisi yaratılarak ilgi elbiselerin üzerine çekilmiştir. (Fotoğraflar, Trendsetter ,05/2004 sayılı dergisinden alınmıştır.)

Fotoğraf 173, 174. Cindy Sherman'ın , "*Comme des Garçons*" (1994) ve "*Dorothee Bis*" (1984) firmaları ve Harper's Bazaar, mayıs, 1993 dergisi için gerçekleştirdiği kampanyalar "*Untitled Film Stills*" (1977-80) adlı çalışmalarından temel alınarak hazırlanmıştır. Sherman, moda fotoğraflarında model olarak filmlerden çıkmış karakterler yaratmış ve bu endüstriyi eleştiren fotoğraflar çekmiştir. (Fotoğraflar, Morris Catherine'in , Cindy Sherman, The Wonderland Press, Newyork, 1999, kitabından alınmıştır.)

Fotoğraf 175, 176. Glen Luchford'un Prada, 1997 sonbahar-kış ve 1998 bahar-yaz kampanyaları için hazırladığı serilerde, korku filminin gerilim sahnelerini andıran çekimler bulunmaktadır. (Fotoğraflar, Kismaric Susan, Eva Respini, Fashioning Fiction, The Museum of Modern Art, New York, 2004'den alınmıştır.)

Fotoğraf 177, 178. Bu serideki fotoğraflarda Ellen Von Unwerth, Paris sokaklarında şık giyimi ile gezen sarışın ve güzel kadına göndermeler yapar. (Fotoğraflar, Kismaric Susan, Eva Respini, Fashioning Fiction, The Museum of Modern Art, New York, 2004'den alınmıştır.)

Fotoğraf 179, 180. "Village Voice"ın moda eki "View" için 1985 yılında çekilen bu fotoğrafseisinde Nan Goldin, kendi arkadaşlarını Rus banyolarında fotoğraflamıştır. "Masculine/ Feminine"adlı seri fotoğraflar, enstantene estetiği taşımaktadır. (Fotoğraflar, Kismaric Susan, Eva Respini, Fashioning Fiction, The Museum of Modern Art, New York, 2004'den alınmıştır.)

Fotoğraf 181. Mario Sorrenti, hayatını ve arkadaşlarını belgeleyen fotoğraflar çekmiştir. Bu fotoğraflar, Another Magazine sonbahar- kış 2001'de yayınlanmıştır. (Fotoğraflar, Kismaric Susan, Eva Respini, Fashioning Fiction, The Museum of Modern Art, New York, 2004'den alınmıştır.)

Fotoğraf 182. Steven Meisel, Bu seri fotoğraflarında kusursuz yaşamları içerisinde mutlu aile buluşmalarını fotoğraflamıştır. Serinin adı"The Good Life" tır. Fotoğraflar, İtalyan Vogue dergisinde ekim, 1997 yılında yayınlanmıştır. (Fotoğraflar, Trendsetter ,05/2004 sayılı dergisinden alınmıştır.)

Fotoğraf 183. Haute Couture'un önemli müşterilerini fotoğraflayan Juergen Teller, fotoğrafları "W" dergisinde 1999 yılında "The Clients" adıyla yayınlanmıştır. (Fotoğraflar, Kismaric Susan, Eva Respini, Fashioning Fiction, The Museum of Modern Art, New York, 2004'den alınmıştır.)

Fotoğraf 184. Simon Leigh'in "Oh de Toiltte" (2002) serisi. (Fotoğraflar, Kismaric Susan, Eva Respini, Fashioning Fiction, The Museum of Modern Art, New York, 2004'den alınmıştır.)

Fotoğraf 185. Larry Sultan'ın Kate Spade firmasının reklam kampanyası için hazırladığı sonbahar- kış 2002 "Visiting Tennessee" adlı fotoğraf serisidir. Sultan, seride kızlarını görmeye New York'a gelen hayali bir aileyi görüntülenmektedir.(Visiting Tennessee,www.new-york-art.com)

Fotoğraf 186, 187. Tina Barney, ailelerin günlük hayatlarından aniden fotoğraflanmış gibi enstanteneleri gösterir. New York Stories adını taşıyan fotoğraflar "W" dergisi 1999, ekim ayında yayınlanmıştır. İlk Fotoğraf Julianne Moore ve ailesi , diğer fotoğraf The Pool Construction adını taşımaktadır. (Fotoğraflar, Kismaric Susan, Eva Respini, Fashioning Fiction, The Museum of Modern Art, New York, 2004'den alınmıştır.) (Julianne Moore and Family 1999, www.new-york-art.com)

Fotoğraf 188, 189. Nobuyoshi Araki, (www.takaishigallery.com/)

Fotoğraf 190, 191. David LaChapelle'in kendine özgü tarzını yansıtan fotoğraflar. İlk Fotoğraf, New York 1999'da çekilmiş Keeping It Real, Lil' Kim Louis Vuitton, adını taşımaktadır (Fotoğraflar, www.davidlachapelle.com/'dan alınmıştır.)

Fotoğraf 192, 193. Moda Fotoğrafçısı, Oliver Toscani'nin Benetton firmasına 1982-2000 tarihlerinde çektiği toplumsal mesajlar içeren fotoğraflarını göstermektedir. 1992De aidsten ölmek üzere olan David Kirby ailesi ile fotoğraflanmıştır. (<http://en.wikipedia.org/wiki/Benetton>)

Fotoğraf 194 . İnez Van Lamsweerde'nin gerçekleştirdiği vitrin mankenleri ile photoshop kullanarak gerçekleştirdiği moda fotoğraflarıdır. www.medienkunstnetz.de/.../data/3251/bild.jpg

Albüm – 6 / Türkiye’de Moda Fotoğrafçılığı/ Türkiye’de Moda Fotoğrafçılığının Tarihsel Gelişimi

Fotoğraf 195. Osman Hamdi Bey’in gençlik portresi, Daguerrétype, ¼ plaka, 1855, Carlo Naya’ya atfen (Fotoğraf, Bahattin Öztuncay, Dersaadet’in Fotoğrafçıları, Cilt:1, s.43’den alınmıştır.)

Fotoğraf 196. Türk kadınına ferracasi ve peçesi ile fotoğraflayan Sebah & Joailier’in, 1889 tarihli bir fotoğrafıdır. (Fotoğraf, Bahattin Öztuncay, Dersaadet’in Fotoğrafçıları, Cilt:2, s. 468’den alınmıştır.)

Fotoğraf 197. Roger Fentom, Kırım Savaşı sonrası (1858) İstanbul’a geldiği yıllarda etkilendiği İstanbul’un yaşamını ülkesine döndükten sonra Londra’daki stüdyosunda mizansenler yaratarak fotoğraflamıştır. “Oryantal Yaşam” adı taşıyan bu fotoğraflarda şark imajı çarpıcı şekilde vurgulanmıştır.Bu fotoğraf o serinin bir parçasıdır. Fotoğraf Türk kıyafetleri içindeki İngiliz modeli göstermektedir.(1858) (Fotoğraflar, (Fotoğraf, Bahattin Öztuncay, Dersaadet’in Fotoğrafçıları, Cilt:1, s. 59’dan alınmıştır.)

Fotoğraf 198. Abdülmecit’in kızları Refia Sultan ve Fatma Sultan’ın (1865)Abdullah Biraderler tarafından çekilen kartvizit fotoğrafları. (Fotoğraflar, Bahattin Öztuncay, Dersaadet’in Fotoğrafçıları, Cilt:1, s. 213’den alınmıştır.)

Fotoğraf 199. Turistler için hazırlanılan kadın giyimini gösteren kartpostallarda kadın model kullanılmadığından erkekler, kadın elbisesi giydirilerek fotoğraflanmaktaydı. (1880) (Fotoğraf, Engin Özendes, Abdullah Fréres, s. 85’den alınmıştır.)

Fotoğraf 200. Geleneksel aksesuarlarla, geleneksel giysisi içerisinde poz veren kadın Sebah& Joaillier, (1889) tarafından stüdyoda fotoğraflanmıştır.

(Fotoğraf, Bahattin Öztuncay, Dersaadet'in Fotoğrafçıları, Cilt:2, s. 470'den alınmıştır.)

Fotoğraf 201, 202. Osman Hamdi tarafından hazırlatılan Elbise-i Osmaniye, albümü 1873'de Paskal Sebah tarafından çekilmiştir. (Fotoğraflar, Launay de Marie, 1873 yılında Türkiye'de halk giysileri, 1999, kitabından alınmıştır.)

Fotoğraf 203, 204 Fotoğrafçı ,Ali Sami'nin çektiği iki fotoğraf görülmektedir.(1866-1936) (Engin Çizgen'in Fotoğrafçı Ali Sami kitabından alınmıştır.)

Fotoğraf 205, 206, 207, 208. Osmanlı'da yayınlanan İnci dergisinin 1919-1921 sayıları, 206 nolu fotoğrafta ise, Osmanlıca bir moda reklamı görülmektedir. (Fotoğraflar, www.Gittigidiyor.com'dan alınmıştır.)

Fotoğraf 209, 210. 1932 yılında Türkiye ve Dünya güzelimiz Keriman Halis'in stüdyo fotoğrafları. Bu fotoğraflar Foto Sürreyya tarafından çekilmiştir. (Fotoğraflar, www.Gittigidiyor.com'dan alınmıştır.)

Fotoğraf 211, 212, 213, 214, 215, 216, 217 . Tüm fotoğraflar Modacı ve Fotoğrafçı, Suavi Sonar tarafından 1957 yılında Hayat Mecmuası için çekilmiştir. (Tüm fotoğraflar Hayat Mecmuasının, 1957, kasım sayısından alınmıştır.)

Fotoğraf 218. Hayat Mecmuasındaki kapak fotoğrafı Ozan Sağdıç tarafından 1963, ocak ayında çekilmiştir.

Fotoğraf 219, 220, 221. Gül- ok Tekstil firması için çekilen bu fotoğraflarda fotoğrafçı adına rastlanılmamıştır. Model Avrupai havası ile düz bir zeminde elbisenin tüm detayları görülecek şekilde poz vermektedir. (Fotoğraflar, Hayat Mecmuası, 1957'den alınmıştır.)

Albüm – 7 / Türkiye’de Moda Fotoğrafçılığı /1900-2005 Dönemi Türkiye’de Moda Fotoğrafçılığı

Fotoğraf 222. Vakko gömleklerinin tanıtıldığı bu fotoğraflarda tüm çekimler dış mekan çekimi olarak gerçekleştirilmiştir. Fotoğrafçısı belli olmayıp reklam Faal Reklam Ajansı tarafından hazırlanmıştır.(Bu reklam Hayat Mecmuası, Haziran, sayı:25, 1963, yılına ait bir iç sayfa ilandan alınmıştır.)

Fotoğraf 223, 224, 225. İlk iki moda fotoğrafı düz bir fonda elbisenin ayrıntıları önemsenererek çekilmiştir. Zeki trikonun reklamında ise fotoğraflar illüstrasyonlarla zenginleştirilmiştir. (Hayat Mecmuası, sırasıyla, 08/1968, Sayı:40 s.30, 08/1968 Sayı:40, s.30, son fotoğraf ise, 1969 tarihlidir.)

Fotoğraf 226, 227. Bu iki fotoğraf Yeni Reklamın hazırladığı ve elbise tasarımlarını ünlü modacı Suat Aysan’ın yaptığı pardesüler suni deriden imal edilmiştir. Fotoğrafçısı bildirilmemiştir. (Hayat Mecmuası, 02/1969)

Fotoğraf 227, 228. İç çamaşırı reklamına ait bu iki fotoğrafta kadınların yüzleri gösterilmemiştir. 228 nolu reklam Akdoğu Reklam tarafından yapılmış, fotoğrafçı adı bildirilmemiştir. (Hayat Mecmuası, 11/1968, Sayı:52, s.16, 29)

Fotoğraf 230, 231, 232, 233, 234. Bu seride Beymen’in reklam fotoğrafları görülmektedir. Fotoğraflar ilk olarak bir slogan ile birlikte konulu bir konsept hazırlanılarak çekilmiştir. Sloganlar oldukça vurucu ve fotoğraftaki görüntüyü destekler şekildedir.Fotoğraflarda genellikle bir çiftin ilişkisine yer verilmiştir. Bu fotoğraflar sahne düzenlemesi yapılmış ilk fotoğraflar olmaları anlamında önemli görülmektedir. Reklamlar Man Ajansı tarafından hazırlanmıştır. (Hayat Mecmuası, 1978, sayı: 21, 22, 23, 24, 25.)

Fotoğraf 235, 236, 237. Yaşar Atankazanır’a ait moda fotoğraflarıdır. (Yeni Fotoğraf Dergisi, 1977.)

Fotoğraf 238, 239, 240. Haluk Doğanbey Konyalı'ya ait çekimler, yurt dışından manken getirilerek yapılmıştır. “*Mr. Twiggy Haldun Güvan sunar.., Türkiye’de ilk defa Flemengo Mohair*” sloganıyla ünlenmiştir. Triko Renk’e ait olan reklam Ses Reklama yaptırılmış ve ilk kez fotoğrafçısının adı reklamın altına yazılmıştır.(Hayat Dergisi, 1969, muhtelif sayıları.)

Fotoğraf 241, 242, 243. Erol Atar’a ait fotoğraflar, Playmen dergisinin 1980-81 yılları arasındaki muhtelif sayılarından alınmıştır.

Fotoğraf 244, 245, 246, 247, Vizon Dergisini moda dünyasına girmesiyle moda fotoğrafında değişimler başlamıştır. (Fotoğraf 245, 246, Kamil Şükün’e 247, Turgut Salgar’a ait moda fotoğraflarıdır. Vizon Dergisi, 1977, 1978 muhtelif sayılar.)

Fotoğraf 248. Turgut Salgar’a ait moda fotoğrafıdır. (Vizon Dergisi, Mart, ,2002.S.138)

Fotoğraf 249. Sıtkı Kösemen’e ait moda fotoğrafıdır. (Vizon Dergisi, Mart, ,2002.S.138)

Fotoğraf 250. Vedat Öztürk’e ait moda fotoğrafıdır. (Vizon Dergisi, Mart, ,2002.S.138)

Fotoğraf 251. Adil Gültekin’e ait moda fotoğrafıdır.(Vizon Dergisi, Mart, ,2002.S.138)

Fotoğraf 252. Mehmet Mutaf’a ait moda fotoğrafıdır. (Vizon Dergisi, Mart, ,2002.S.138)

Fotoğraf 253, 254. Ani Çelik Arevyan’a ait moda fotoğraflarıdır. (Vizon Dergisi, Mart, ,2002.S.138)

Fotoğraf 255, 256, 257. Nazif Topçuoğlu'na ait moda fotoğraflarıdır. (Vizon Dergisi, Mart, ,2002.S.138)

Fotoğraf 258. Ayten Alpün'e ait moda fotoğrafıdır. (Vizon Dergisi, Mart, ,2002.S.138)

Fotoğraf 259, 260, 261. İki fotoğrafta internette farklı sitelerden alınmıştır.

Fotoğraf 262, 263, 264, 265, 266, 267. Cüneyt Akeroğlu'nun çalışmalarına aittir. (262, 10.2003, Elle - 263,264, 06.2005, Marie Claire - 265, 01.2004, Marie Claire)

Fotoğraf 268, 269, 270, 271, 272, 273. Tüm fotoğraflar Yaşar Saraçoğlu'nun portfolyosundan alınmıştır.

Fotoğraf 274, 275, 276, 277, 278, 279. Tüm fotoğraflar, moda fotoğrafçısı Ayten Alpün'e aittir. (274, 274, 11.2002, Elle – 276, 01.2004, Marie Claire – 277, 278, 279, 04.2004, Marie Claire)

Albüm – 8 / Türkiye'de Moda Fotoğrafçılığı / 1980 – 2005 Dönemi Türkiye'de Moda Fotoğrafçılığı

Fotoğraf 280, 281, 282, 283, 284, 285, 286. Fotoğraflar, Koray Erkaya'ya aittir. (<http://www.korayerkaya.com/fashion/fashion6.htm>)

Fotoğraf 287, 288, 289, 290. Fotoğraflar, Serkan Emiroğlu'na aittir. (287, 02.2004, Trendsetter – 288,289, 290, 06.2005, Trendsetter)

Fotoğraf 291, 292, 293, 294, 295, 296, 297, 298, 299, 300, 301. Serdar Önal'a aittir. 291, 292, 293, 294, 295, 03.1999, Elele – 296, 297, 298, internet sitelerinden- 299, 300, 01.2004, Marie Claire – 301, H. Bazaar, 1999'den alınmıştır.

Fotoğraf 302, 303, 304, 305. Fotoğrafçı Serkan Şedele'ye aittir. (Tüm fotoğraflar, 01.2000, Cosmopolitan'dan alınmıştır.)

Fotoğraf 306, 307, 308, 309. Fotoğraflar, Bahadır Tanrıöver'e aittir. . (Fotoğraflar, 06.2005, Trendsetter'den alınmıştır.)

Fotoğraf 310, 311, 312, 313 . Fotoğraflar, Barış Aktınmaz'a aittir. (Fotoğraflar, 01.2004, Trendsetter – 10.2005, İkidebir'den alınmıştır.)

Fotoğraf 314, 315, 316, 317, 318, 319, 320, 321, 322, 323, 324. Fotoğraflar, Tamer Yılmaz'a aittir. (Fotoğraflar Sanatçının portfolyosundan ve geniş aadı Dergisi Moda Fotoğrafı zel sayısı , 1999'dan alınmıştır.)

Fotoğraf 325, 326, 327, 328, 329, 330, 331, 332, 333, 334. Fotoğraflar, Sedef Delen'e aittir. (325, 326, 327, 10.2002, Elle – Diğer fotoğraflar İnternette alınmıştır.)

Albüm – 9 / 1990 Sonrası Türk Moda Fotoğrafında Genel Eğilimler.

Fotoğraf 335, 336, 337. Bu fotoğraflar'da Hasan Hüseyin modeli, androjen ve heykelsi bir görünüm içerisinde fotoğraflamıştır. Fotoğraflarda Antik Yunan heykellerine bir öykünme görülmektedir. (335, 336, Sanatçının web sitesi PPR'dan, 337, 01.2004, Marie Claire'den alınmıştır.)

Fotoğraf 338. Antonio **Canova** 'nın (1757 – 1822) "Cupid and Psyche" (1796) adlı heykel çalışması. (www.imagecache2.com)

Fotoğraf 339. Fotoğraf Sanatçının web sitesinden alınmıştır.

Fotoğraf 340. Rubens'in Maria Medici adlı çalışmasından bir ayrıntıdır. (www.italyberguide.com/Art/artistsarchite/)

Fotoğraf 341. Fotoğraf Sanatçının web sitesinden alınmıştır.

Fotoğraf 342. Rogier van der Weyden'in "The Deposition", (1435) adlı çalışması (www.witcombe.sbc.edu/.../weyden-deposition-2.jpg)

Fotoğraf 343 Rembrandt , Anotomi Dersi adlı çalışması. (www.d.umn.edu/~memad/BodyImages/Rembrandt)

Fotoğraf 344. Sanatçı, fotoğraf serisini sepya ağırlıklı tonlardan oluşturmuş ve Rönesans tablolarını andıran melankoli içerisinde görülen modelleri kullanmıştır.
(11.1998, Marie Claire)

Fotoğraf 345. Sanatçı, Rogier van der Weyden'e ait resim
(www.mala.bc.ca/~mcneil/jpg/weyden)

Fotoğraf 346, 347, 348, 349 . Fotoğraf Sanatçının web sitesinden alınmıştır

Fotoğraf 350. Albrecht Dürer'in "Melencolia-1" (1514) adlı çalışmasıdır.

Fotoğraf 351, 352, 355, 356. Bu serdeki fotoğraflar, sanatçının 2002 yılına ait sepya çalışmalarıdır. (02. 2002, Marie Claire)

Fotoğraf 353. Raphael "La Fomarina" (1520) çalışmasıdır(www.artnet.com)

Fotoğraf 354. Raphael, "Saint Catherine of Alexandria", (1507)
(www.nationalgallery.org.uk)

Fotoğraf 357, 358, 359, 360, 361, 362, 363, 364, 365. Fotoğraflar Şenol Altun'a aittir. (357, 358, 359, 361, 365 fotoğrafçının portfolyosu, 360, 09.2002, Cosmopolitan, 362, 363, 364, 2005, Vizon)

Fotoğraf 366, 367, 368, 369, 370, 371, 372, 373, 374, 375. Fotoğraflar, Şenol Altun'un Portfolyosundan ve internet sitesinden alınmıştır.

Fotoğraf 376, 377, 378, 379. Fotoğraflar sanatçının portfolyosundan alınmıştır.

Fotoğraf 380, 381, 383, 385. Francis Bacon'un (1909 –1992) çalışmaları. (www.ibiblio.org/wm/paint/auth/bacon/innocent.jpg)

Fotoğraf 382. Fotoğraf Şenol Altun'a aittir. (09.2002, Chat)

Fotoğraf 384. Fotoğraf Şenol Altun'a aittir. (11.2002, Chat)

Albüm – 10 / 1990 Sonrası Türk Moda Fotoğrafında Genel Eğilimler.

Fotoğraf 386, 387, 388, 389, Nihat Odabaşı'na aittir. Fotoğraflar, sanatçının internet sitesinden alınmıştır.

Fotoğraf 390, 391, 392, 393, 394. Nihat Odabaşı'na aittir.(Trentsetter, 05,2004)

Fotoğraf 394, 395. Nihat Odabaşı'na aittir.(www.hurriyetim.com)

Fotoğraf 396, 397, 398, 399, 400, 401, 402. Nihat Odabaşı'na aittir.(Beymen, Gazete,sonbahar, 2003)

Fotoğraf 403, 404, 405. Nihat Odabaşı'na aittir. (Elle, 09.2002)

Fotoğraf 406, 407, 408, 409, 410, 411, 412, 413, 414. Fotoğraflar Candaş Arın'a aittir.(Trentsetter, 02.2004, Trentsetter, 06. 2005, Trentsetter, 01.2006)

Fotoğraf 415, 416, 417, 418, 419, 420. Fotoğraflar Bennu Geredeeye Aittir.

Fotoğraf 421, 422, 423, 424. Fotoğraflar Bennu Geredeeye Aittir.(H. Bazaar, 2002)

Fotoğraf 425, 426, 427 428, 429, 430, 431, 432, 433, 434, 435. Fotoğraflar Emre Doğru'ya aittir.(Elle,2001, İkidebir, 05.2005, Marie Claire, 06.2005)