



T.C.  
MARMARA ÜNİVERSİTESİ  
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ  
TEKSTİL ANASANAT DALI

**MODA TASARIMINDA GÖRSEL KİMLİK  
VE  
İMGE ALGILAMASI**

Yüksek Lisans Tezi

GÜLİN GİRİŞMEN

Danışman: Prof. Çiğdem Asuman Çini

İstanbul – 2015



T.C.  
MARMARA ÜNİVERSİTESİ  
Güzel Sanatlar Enstitüsü

YÜKSEK LİSANS TEZ ONAYI

ÖĞRENCİNİN

Adı ve Soyadı : Gülin GİRİŞMEN

Anasanat Dalı : Tekstil

Tezin Adı : MODA TASARIMINDA GÖRSEL KİMLİK VE İMGE  
ALGILAMASI

29.09.2015 tarihinde yapılan Tez sınavında savunulan tez kapsam, nitelik ve şekil yönünden başarılı bulunmuş ve **Yüksek Lisans** tezi olarak kabul edilmiştir.

5312					İMZA
13010	Gülin GİRİŞMEN	Prof.Çiğdem ÇİNİ	Danışman	MÜGSF TEKSTİL	
		Prof.Dr.Nevin ENEZ	Jüri Üyesi	MÜGSF TEKSTİL	
		Doç.Dr.Esra ALIÇAVUŞOĞLU	Jüri Üyesi	MÜGSF TEMEL EĞİTİM	
		Doç.Dr.Levent ÇİNKO	Yedek Jüri Üyesi	M.Ü.BANKACILIK VE SİG.	
		Prof.Dr.Biret TAVMAN	Yedek Jüri Üyesi	MÜGSF TEKSTİL	

Yukarıdaki jüri kararı Enstitü yönetim Kurulu'nun 20 / 11 / 2015 tarih ve XXIV / 24 sayılı kararı ile onaylanmıştır.

Prof.Nilüfer ERGİN DOĞRUER

Müdür

# İÇİNDEKİLER

	Sayfa No
<b>ÖNSÖZ</b> .....	<b>I</b>
<b>ÖZET</b> .....	<b>II</b>
<b>ANAHTAR KELİMELER</b> .....	<b>III</b>
<b>SUMMARY</b> .....	<b>IV</b>
<b>GİRİŞ</b> .....	<b>V</b>
Projenin Amacı.....	V
Projenin Önemi.....	V
Projenin Yöntemi.....	VI
<b>1. BULGULAR VE YORUM</b> .....	<b>2</b>
1.1.Modanın Oluşumunun Tarihi.....	2
1.2.Giyi Tanımlaması .....	2
1.3.Modanın Kelimesinin ve Kavramının Doğuşu.....	3
1.4.Statü Aracı Olarak Modanın İhtiyacının Belirtileri.....	6
1.5.Lux.....	8
<b>2. MODA OLUŞUMUNA ETKEN TASARIMCILAR</b>	
2.1.Terzi kavramından Tasarımcı kavramına Geçiş Süreci.....	11
2.2.Hazır Giyime Giriş (Charles Frederick Worth ).....	13
2.3 Modanın Tasarımında, Modanın İllüstrasyonu Vitrin ve Mağazacılık.....	29
2.3.1.Paul Poiret.....	29
2.3.2.Tarihten Alınan Örneklerle Görsel Kimliğin Temel Yöntemleri .....	57
2.4 Modanın Stil Kavramı ve Gabrielle Coco Chanel .....	59
2.5 Modanın tasarımında Stil Anlamında Görsel Bellek.....	77
2.6 Tasarımcılar ve Tarihte Bıraktığı İzler.....	77
2.7 Modanın Sanat Unsurları ile Yeni Bir Kavram Oluşturması.....	85
2.8 Modanın Dünyasında ve Görsel Bellekte İmge Dönemi .....	91

2.8.1 Christian Dior .....	91
2.9 Moda Dünyasında “ Made in Italy” Oluşumu .....	116
2.10. Gençlik Devrimi ile Moda Endüstrisinin Oluşumu.....	126
2.11. Moda Dünyasında Gelecek Olgusunun Yarattığı Fikirler ve Etkileri .....	136
2.12. Dönem Modası İçersisinde İmge Algılamasında Değerlendirme.....	142
2.12.1. Moda Endüstrisi ve Sisteminin Oluşum Sürecinde Toplumda Görsel Kimliklere Etkisi.....	143
2.12.2. Değerlendirme ve Yöntem Bulgularının Sonuçları.....	144
3. İMGE KAVRAMI	
3.1. Algı ve Bilgi İlişkisi.....	145
3.2. İmge Tanımlamaları.....	149
3.2.1. Semboller ve İmgeler.....	153
3.2.2 İmge ve Algılama.....	154
3.3. İmge ve Bilgi İlişkisi.....	157
3.4.Modu Tasarımında Görsel Kimlik İlintili İmge Algılaması.....	159
3.5. İmge Çözümlemesi ve Yorumu.....	173
3.5.1 Moda Tasarımında İmge Algılaması.....	176
3.6. Gösterge Bilimi.....	177
3.6.1 İmgenin Moda Alanındaki Konumu.....	177
4. SONUÇ.....	180
<b>EK TARİHSEL BAĞLAM.....</b>	<b>183</b>
<b>KAYNAKÇA.....</b>	<b>188</b>
<b>RESİM LİSTESİ .....</b>	<b>192</b>
<b>RESİM KAYNAKÇASI.....</b>	<b>203</b>
<b>ÖZGEÇMİŞ.....</b>	<b>209</b>

## ÖNSÖZ

Moda, tarihte giysi ve kostümden farklı olarak bir oluşum süreci göstermiştir. Kostüm ve giysi dünyasına paralel bir alan olarak gelişmiştir. Moda, tasarım değerlerine tarihsel bir süreç içerisinde toplumun sosyal, ekonomik, politik ve teknolojik gelişmeleri ile beraber olarak sahip olduğunu anlatmaktadır. Bu anlatımı tarihsel sürecin incelenmesi ile anlaşılmaktadır. Bu çalışma tasarımcıların ve moda merkezlerinin oluşumunun tarihsel sürecine bakıldığında günümüz çağdaş moda değerlerinin ve **görsel kimliğini , imgesel algılamaların** dilinin kullanım alanlarını konu almaktadır.

Tezin ana amacı çağdaş modayı uzamında ve bağıntısında doğru okuyabilmeyi, değerlendirebilmeyi ve kriterlerinin temellerini oluşturan yöntemleri anlamayı sağlamaktır . Tasarım kriterlerinin varlığını uluslar arası bir bakış ile ortaya koyabilmektir. Bu çalışma moda kavramının tarihsel oluşum sürecinin çeşitli uluslar arası kaynaklardan moda tarihçilerinden araştırılarak belgeler ve fotoğraflar ile çalışılmıştır. Tarihten günümüze bu sistemin gelişim ve dönüşümünü incelemektedir. Sosyolojik değerlendirmeler yazarlar, tarihçiler, edebiyatçılardan alıntılar ve gösterge biliminde kullanılan yöntemler ile bilimsel olarak değerlendirilmiş bir çalışmadır.

Tez konusunun belirlenmesindeki en önemli unsur moda tasarımı, moda projesi ve koleksiyonların değerlendirilmesi ve kriterlerinin profesyonel ve bilimsel yöntemler oluşturulması için kaynak oluşturmaktır.

Çalışma süresi boyunca benden yardımlarını ve desteğini esirgemeyen tez danışmanım **Sayın Prof. Asuman Çiğdem Çini**'ye, Nuova Accademia di Belle Arti NABA Üniversitesi Moda ve Tekstil bölümündeki öğretim üyelerine'ne ve kütüphanesine, Milano Moda Kütüphanesi'ne, Sayın Romeo Gigli'ye, Sayın Prof. Enrica Morini'ye ve bana destek olan aileme Gül ve Aydın Girişmen'e, kardeşim Simin Şentürk'e, arkadaşım Eser Alkin'e ve bu zorlu süreçte bütün desteğini veren Barış Sarıbaş'a en içten teşekkürlerimi sunarım.

İstanbul, Nisan 2015

GÜLİN GİRİŞMEN

## ÖZET

Günümüzde popüler olgulardan biri olan moda ve koleksiyon çalışmalarına her an her yerde rastlamaktayız. İnternet, dergi, gazete ve televizyonlarda sürekli olarak moda ve koleksiyon çalışmalarını görmekteyiz. Her bir tanımlanan çalışmayı tasarım olarak hangi kriterlerde değerlendirmeliyiz? Kriterlerimiz neler olmalıdır? Her koleksiyon, tasarım değerini içermekte midir? Bir koleksiyonun tasarım değerini okuyabilir miyiz? Değerlendirebilir miyiz? Nasıl moda merkezleri oluşmuştur? Gerekli midir? Neden diğer şehirler moda merkezi oluşumunda geri durmaktadır?

Bütün bu soruların cevapları moda tasarımında değerlendirmeleri görsel kimlik ve imgesel algılama başlıklı çalışmamda bilimsel ve tarihsel süreçleri açısından incelendiğinde Moda oluşumunun araştırılması, Moda oluşumuna etken tasarımcılar, Moda Tasarımında görsel bellek ve izleri, moda ili içersinde imge algılaması, moda endüstrisinin toplum görseli kimliğine etkileri, algı ve bilgi ilişkisi, imge tanımı, semboller ve imgeler, imge ve algılama, moda tasarımında imge algılaması, gösterge bilimi ve imgenin moda alanındaki konumu başlıklı bölümlerden oluşmaktadır.

Bu çalışmada moda tasarımında görsel kimlik değerlerine ve imgesel algılamaya yönelik bir dil oluşturduğunu değerlendirebilmek için önemli bir alt yapıya sahip olmanın önemini görmekteyiz. Tezde ortaya konan sonuçlar; moda tasarımının değerlendirilmesi için görsel ve teknik olarak çeşitli farklı bütün kaynakların kullanılması, tarih bilgisi, sosyolojik olayların ilişkisi ve görsel kaynakların kavranması, çeşitli konularda araştırma yapılması, sanat akımlarının farkındalığı ve bilgisi, moda dünyasının dinamik yapısının takip edilmesine yönelik anahtar kavramlar hakkında bilgilendirmeyi sağlamaktır.

**ANAHTAR KELİMELEER:** Moda, Tasarım, Moda Tasarımı, Görsel Kimlik, İmge Algılaması, Çağdaş Moda, Bağıntı, İmge,Uzam, Gösterge Bilimi, Koleksiyon

## ABSTRACT

The terms of fashion design and collections as one of the most popular phenomena of today every where in ever single field and all the time. We see fashion design and fashion collections in every communication structures like internet, magazines, newspapers and in television.

In every definiendum fashion collection can we find to consider design value? How can we rate the design value of it? Which are canons to measure the value? Is there any criterion? In every fashion collection has to assume or is there any design value in it? How can we understand the value of it? Does it necessary need to have it? How became main fashion cities? Do they need? Why the others can not be main fashion city?

The study under the heading of visual identity and image perception in fashion design is consisted historical and scientifically exploration. The process of it consists with chapters; Research of Fashion History and System, Designers Impact on Fashion History, Visual Memories in Fashion History and its Traces, Perception of Images in Fashion History, Fashion Industry Impacts on Visual Identity of the Societies, Relation of Knowledge and Perception, Definition of Image, Symbols and Images, Image and Perception, Perception of Image in Fashion Design, Relation of Semiology and Fashion.

In the study we see the place and significance of the infrastructure of knowledge correlation of the informations and with all these skills creating a language to communicate in form of visual identity and image perception.

Results obtained in this thesis has provided us with having information about key concepts to help to follow dynamic of fashion, awareness of art movements, research of images, knowing the meanings of the images and knowledge perception of social and historical correlation with fashion dynamic results.

**KEYWORDS :** Fashion, Design, Fashion Design, Visual Identity, Perception of Image, Contemporary Fashion, Image, Correlation, Extent, Collection, Semiotic Analysis

# GİRİŞ

## Projenin Amacı

Bu çalışmanın amacı, moda dünyasında koleksiyon çalışmalarında oluşturulan tasarımların formlarını, renklerini ve dokularını bağintısı ve uzamında algılamaktır. Yaratılan kompozisyonların çağrışımlarını doğru okuyabilmek ve değerlendirebilmek için alt yapının oluşumunu sağlamaktır. Koleksiyonların ve başlıca tasarımların içerdiği anlam ve değerler bütünlüğünü bilinçli gözlemlemeyi ve değerlendirme yapabilmenin niteliklerini oluşturmayı amaçlamaktadır.

Çağdaş Modanın (Moda Contemporanea) oluşumuna kadar olan “ tarihi” süreci belgeler ve görsel kanıtlar ile inceler. Soysal, sanatsal, ekonomik ve teknolojik alanlardaki gelişmelerin moda ve giysiye yansımalarını araştırır. Bu araştırmadan yola çıkarak modanın biçimsel oluşumunun ve evriminin tarihi olayların yansımaları ve toplumların sosyolojik ifadesi olduğu görülür. Bu gözlem sonucunda ortaya çıkarılan değerlendirmeler, tarihi bilgiler ve bilimsel veriler ile algılama yöntemi araştırılır Görsel belleğin algılama yöntemi ile iletişim ağının modaya yansımaları değerlendirilir. Bu yöntem, günümüz ve gelecek için öngörülen moda tasarımlarının değerlendirmeleri için çok önemli bilimsel bir alt yapının oluşumunu sağlamaktadır. Moda alanında değerlendirme veya tasarım yapacak olanların başvuru kaynağı niteliğini taşımaktadır.

## Projenin Önemi

Moda konusunda değerlendirme yapılabilmesi için gerekli olan bütün kavramları, tarihi süreci, algıda oluşan etkileşimlerin bilimsel ve sanatsal oluşumlarını incelemektedir. Farklı kültürlerde bulunan toplumların tarihi olaylar sürecinde verdiği tepkilerin modaya yansımaları görsel belgeler ile araştırılmaktadır. “Moda” kelimesinin oluşumundan başlayarak kavramsal etkilerini sosyolojik ve algı yapılarında değerlendirmektedir.

Bu araştırma sonucunda, modanın hayatın içinde bulunan bütün alanları ilgilendirdiği görülmektedir. Ekonomik projeler, sosyal olaylar, toplumların kendilerini ifade etme ihtiyacı, teknolojinin insan hayatına etkileri, var oluş sorunları, kimlik sorgulamaları, görsel ifadenin felsefe ve edebiyat alanındaki açınımları gibi geniş yelpazede bulunduğu ortaya çıkarılmaktadır.

Giyisi ve modanın, tasarım içeriğinin, kavramları bağıntısı ve uzamında değerlendirilmesi incelenmektedir.

Görsel iletişim yapısında renklerin, dokuların ve biçimlerin sembolik değerler taşıdığı gözlemlenmektedir. Sembollerin içerdiği ifadeler gösterge bilimi ve algı psikolojisi ile incelenmektedir. Bu çalışmada modanın imgesel algısı ve görsel kimlikleri tarihten örnekler ve fotoğraflar ile çeşitli kaynaklar incelenerek bilimsel olarak açıklanmaktadır.

## **Projenin Yöntemi**

Bu tezin oluşturulmasında moda tarihi, moda ve iletişim, algı psikolojisi, imge ve söylem çözümlenmeleri, moda ve şehircilik, moda ve sanat, moda ve pazarlama, tasarımcıların biyografileri, moda editörleri, moda ve müzeciliği, moda dünyası ve fotoğrafçılığı ile ilgili yayınlanmış kaynaklardan ve filmlerden faydalanılmıştır.

## 1. BULGULAR VE YORUM

### 1.1 Moda Oluşumunun Tarihi

### 1.2. Giysi Tanımlaması

Örtünmek ve giyinmek gibi olgular insanlık tarihinin başlangıcından bu yana bir ihtiyaç ve iletişim biçimi olarak ortaya çıkar. Buradan kaynaklı giysi ve moda oluşur.

Türk Dil Kurumunun Büyük Sözlük‘de bulunan giysi tanımlamasında; “*Her türlü giyim eşyası, giyecek, elbise, kıyafet, esvap, libas, urba*’ya giysi denir.”

Giyim kelimesinin tanımı ise Türk Dil Kurumunun, Büyük Sözlük, Budunbilim Terimler Sözlüğünde, clothing kelimesinden alıntı yapılarak kelimenin içeriği ifadelendirilmiştir. Anlamı “soğuktan ve kötü havalardan korunma, süslenme, büyüsel inançlar ve utanma duygusu gibi nedenlerle ilkelerin gövdelerinin kimi yerlerini örten hayvan derisi kumaş, ot, hayvan tüyleri vb...” tanımı ile açıklanmıştır.

Giysi insanlık tarihinde, ilkel zamanlardan başlayarak örtünme iç güdüsü ile toplumların yapısına göre şekillenerek günümüze kadar gelmiştir.

Görsel ifadenin ve tarihsel sürecin aynasıdır. Toplumların kültür ve ekonomilerine göre şekillenir. Tarihler boyunca keşifler, yolculuklar ve yeni toprak arayışları ile insanlar farklı kültürlerin birbirleri ile etkileşiminden yeni nesne, yiyecek, giyecek,... gibi farklı şeyler tanımıştır. Bunların arasında giysiyi yakından ilgilendiren kumaş, aksesuar, değerli taşlar ve süslemeler de bulunur. Giysiler yeni keşif ve ticaret yolları ile zenginleşmiştir. Kültür alışverişi ile giysilerin formlarını da etkilenmiştir. Aynı zamanda iplik çeşitlerinin ortaya çıkması ve farklı değişik dokuma tezgahların keşfi ile tekstilin gelişimine önemli bir etken olmuştur.

Giysi ve bağlamları, tarihin, teknolojinin, sosyolojinin, iktidar ve ekonominin kanıtları ve imgeleridir. Tarihe tanıklık eder ve iz bırakırlar. Giysiler tarihin aydınlanmasına ışık tutan ip uçları ve kanıtlarıdır.

Giyinme, örtünme, bölgelere, iklim şartlarına ve toplumların inançlarına göre renklenir ve şekillenir. Yöresel giysiler “*etnik kavramların*” oluşumunu sağlarlar. Giysi tarihi çok farklı bir araştırma konusu olup moda tasarımı ile bağlantılı ancak farklı bir bilim dalı konusunu içerir.

### 1.1 Moda Kelimesinin ve Kavramının Doğuşu

“Moda” sözcüğü Latince olup “*MODUS*” kökünden türemiştir. <sup>1</sup> Anlamı ise seçim yapmak ve seçim yapmayı işaret etmektir. Temellerini beğeniler ve öznel seçimlerin oluşturduğu, süreklilik içeren ve seçim yapmayı gerektiren mekanizma veya sisteme “modus” bugünkü adı ile MODA denir. Moda kelimesi sadece giysi için kullanılmamaktadır. İlgi uyandıran, merak edilen, peşinden büyük kitleleri sürükleyen bütün disiplinleri ilgilendiren beraberinde moda kelimesini içeriğini oluşturan alanların tümü için kullanılmaktadır. Kostümden, tiyatroya, giysilerden, edebiyata kadar uzanan geniş bir yelpazeye sahiptir.

Giyim ve kumaş alanında moda kelimesi ise sürekli değişen beğeni ve ürünlerin kitleler tarafından takip ve talep edilen seçimlerine denir. Değişen ve değişkenlik gösteren nesne, konu ve davranış biçimi gibi seçimlerinin anlatımı için moda kelimesi kullanılır. Dünya tarihinde bilim, ilim, teknoloji, sanat, politika, edebiyat, ticaret.. vs gibi tanımlanan hiçbir sektör, giysi ve türevleri kadar gündem konusu olabilmeyi başarmış, değişkenliği açısından sürekliliğini devam ettirmiş, dünyanın birçok kentinde aynı zamanda ve aynı beğenilerde var olmasını başarabilmiş bir sektör yoktur. <sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> **Enciclopedia Europa**, Milano, Garzanti Yayın Evi, 1978., s.670.

<sup>2</sup> Enrica Morini, **La storia della Moda XVIII –XX secolo**, 1. Basım, Milano, Skira Yayın Evi, 2000, s. 99

Moda kelimesinin farklı bir kullanımı Fransa’da doğmuştur. 17. yüzyılda ortaya çıkan ve buradan dilimize gelen “ *a` la mode* “ kelimesi üst tabaka sınıfı, Fransız ailelerinin giyinme şeklinden adını alır.

Fransa’da 17.yy’da, İspanyol soylularının ve İspanyol Devlet yapısının baskın ve katı kurallarından Fransızlar kendilerini ayırmak ve üstünlüklerini ifade edebilmek için değişik kumaşlardan oluşan gösterişli, taklit edilmesi mümkün olmayan giysiler tercih ederler. Bu şekilde giyinen Fransız soylu aileleri kendilerini hemen fark edilir konuma getirirler. Bu giyim biçiminin ifadesi “a’ la mode” olarak tanımlanır.<sup>2</sup>

Giysi, bir kişinin sosyal hayatını tanımlayan ve topluma uyarlayan bir iletişim kanalıdır.

Honore`de Balzac (1799 -1850) Zarif Hayattan İncelemeler kitabında giyinmeyi “*İnsan hareket etmeden, konuşmadan, yürümeden yemeden önce giyinir. Kendini hazırlar. Donatır.*”<sup>3</sup> şeklinde tanımlar. Bu satırlarda betimlediği gibi, giysi, insanın toplumdaki statüsünü ve kendisini ifade etme biçimini sağlayan iletişim aracı olarak görülmektedir. Aynı zamanda bu tanımlama ile giyinmek, güç dengelerinin ve sosyal ilişkilerin algılanması ile toplum düzeninin kurgularından biri olduğu anlaşılmaktadır. Balzac aşağıdaki satırlarla giysinin insan üzerindeki etkisini tekrardan vurgulamaktadır.

“*Giysi, insanı derinden etkiler. Bir baloda tanıdığımız kadının davranışları ile aynı kadını başka bir alanda tanımak arasında çok büyük bir fark vardır*”.

Moda kavramının başlaması giysinin insan üzerindeki etkileri ve toplum içindeki statüsünü belirleyen bir araç olma niteliği ile insanları yakından ilgilendiren önemli günlük işlerden biri olmuştur. Moda olgusu “lux” kavramının tanımlanması ve resmiyet kazanması ile daha da önem kazanır. Lux; Üst sınıf, zengin toplulukların ve soyluların kendilerini, hizmetli sınıfından ayrı tutmak amacı ile sosyal ve entelektüel statü aracı olarak doğmuştur.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Honore de Balzac , **Zarif Hayattan İncelemeler**, 1.Basım ,Milano Longanesi, Yayın Evi ,1982, s. 72,73.

<sup>4</sup> Morini, s,123.

Moda tasarımı giysi tarihinden farklı bir yönde ilerleyen ancak bağlamında ilintili, Güzel Sanatlar alanının bir bilim dalıdır.

## 1.2 Statü Aracı Olarak Moda İhtiyacının Belirtileri

Ortaçağ Avrupa'sında din ve devlet işlerinin birbirinden ayrılması ile "Reform" ve "Karşı Reform" oluşumunun ilk adımları atılır.

Moda, sistem ve endüstri olmadan önce giysi olarak Ortaçağ'dan itibaren bir ifade biçimi olarak kullanılmıştır. Özellikle burjuva ve asiller tarafından bir ihtiyaç gerekçesi olarak kendilerini halktan ayırmak amaçlı a' la mode'u yaratmışlardır. Giysiye yüklenen görev, statü belirleme ve zengin kişilerin öznel ihtiyaçlarının karşılanması anlamında aydınlatma çağını da kapsayan döneme kadar devam etmiştir.

Din ve devlet işleri birbirinden ayrılmazdan önce kilise bir statü ve iktidar sembolü idi. Giyinme ve örtünme biçimleri kilisenin koymuş olduğu ilkeler çerçevesinde şekillenmekte idi. Ancak devlet işlerinin din işlerinden ayrılması ile statü belirleyici olan giyim ve örtünme, renk, şekil ve biçim olarak özgürleşmeye, farklılaşmaya başlamıştır. Kiliseye bağlı olmayan yaşam alanlarında giyinmenin şekli özgürleşmeye, toplumların kültürlerine, sosyal statülerine ve beğenilerine göre değişme uğramıştır.

13. ve 14. yüzyıllar arasında giysi geleneksel formlardan çıkıp kendini dönüştürmeye, modernleşmeye ve kilise kurallarının dışına çıkmıştır. Zenginliği göstermenin farklı yolları keşfedilmiştir. Yeni fikir ve değişik kumaşların kullanılması ile gösterişli giysiler akımı yaratılmıştır. Üst sınıf zenginler ve soylular zenginliklerini ve varlıklarını belli etmek için abartılı giysilere baş vurmuşlardır.

Zenginliğin göstergesi, nadir bulunan, kimsede olmayan, farklı, uzak diyarlardan getirilen kumaş ve aksesuarlar ile statülerini halktan ayırmış ve çevrelerine göstermişlerdir.

Bu gösteriş o denli önemli idi ki Roma Döneminde uygulanan devlet sisteminin temsili demokrasiye yakın bir nitelik taşıyan değerlerinin sosyal sınıf ayırımına göre şekillenen ve gücü elitlerin elinde bulunan ilkelerin bulunduğu Antik Dönemde bile “görünmek için göstermek gerekir” kuralı bulunurdu. Bu kural; “Far vedere ed essere visti “ zenginliklerini ve güçlerini gösterebilmenin önemli göstergesi idi.

Ancak bu gösteriş ve zenginlik anlayışı Hıristiyan dünyasında iki ayrı görüş ortaya çıkarmıştır. Katolik Kilisesinin aşırı zenginleşmesi ile varlıklarını dünyasal zevk ve gösterişe harcaması dinsel ayaklanmaya sebep olmuştur.

Teolog ve filozof olan Cermen kökenli Martin Luther 1517 yılında Katolik kilisesine ve Papa'ya karşı gelerek Protestan Reform hareketini başlatmıştır. Katolik kilisesi aşırı zenginlikten yönünü şaşırması ile Hıristiyanlığın emirlerini ve gerekliliklerini göz ardı edilmiştir. Protestan Reformuna, Almanya, İsviçre, Fransa, Hollanda, İskoçya ve İngiltere de katılır.

Protestan Kilisesi, zenginliğin bu şekilde yaşanmasına ve yozlaşmasına “gösteriş olmadan, mütevazı olarak yaşayınız” emrinin çiğnenmesine şiddetle karşı gelir.

Bu süreç içerisinde birçok hiyerarşik yeni düzenlemeler getirilir. Protestan Reformu ile değişen kurallar giyim kuşama da yansımış soylu ve burjuva sınıfının giysi ile kendini ifade biçimini derinden etkilemiştir. Bu durum rahatsızlık verir. Yeni giyinme şartları oluşturulmuştur.

Zenginler ve asiller için kilise önemli bir statü ve iktidar meselesidir. Bağlılıklarında kusur olmaması gereklidir. Kiliseye karşı bir duruş sergilemeleri söz konusu değildir.

Bu şartlar altında burjuva sınıfı ve kiliseye yakın durmak zorunda olan asiller giyim kuşam biçimleri ile kendilerini halktan farklı olduklarını ifade edebilmek için bir arayışa girerler. Bu arayış, zenginliklerini ve statü sembollerinin giysiler aracılığı ile fark edilme çabasıdır.

Ancak kilisenin katı kurallarına da karşı gelinmemesi gereklidir.

Özellikle İncil'de bulunan 10 kuraldan bir tanesinin içeriğini oluşturan “gösteriş olmadan mütevazı yaşayınız” emrine kesinlikle uyulması gereklidir.<sup>5</sup> Laik sisteme geçilmesi ile kilisenin getirdiği düzen ve şartlar yaptırım gücünün şeklini de değiştirmiştir.

Bu düzenlemelerle birlikte gelişen ticaret yolları değişik ürünlerin elde edilmesini sağlar. Gezginlerin getirdikleri ve farklı ülkelerden satın aldıkları kumaşlar bordürler, danteller, inciler... gibi çeşitli giysi süslemeleri çok ilgi görür. Burjuva bu yeni süslemeleri ve farklı kumaşları giysilerinde kullanmaya başlarlar. Statü göstergesi olarak giysi değişim göstermeye ve zenginleşmeye başlar. Halkın hiçbir zaman elde edemeyeceği kumaş ve süslemeler burjuvanın istediği amaca hizmet etmeye başlar.

Uzak ve farklı ülkelere getirilen kumaşlar ve giysiye dair ürünler fark yaratan bir güç ve iktidar sembolüne dönüştürülür. Bu şekilde modern çağda giysi, bir statü imgesi olarak farklılaşma çabasının çözümü olur.

### 1.3 Lux

Farklı ülkelere Avrupa'ya getirilen kumaş, tüy, dantel, bordür, nakış ve işleme gibi ürünlerin kullanımı yaygınlaşmaya başlar. Malzeme çeşitliliği tasarımlara da yansır. Giysiler son derece gösterişli ve abartılı bir şekil alır. Ancak bu durum kilise kurallarına ters düşmekte ve yeni oluşan giyim tarzının önünü açmamaktadır. Bunun üzerine 17. ve 18. yüzyıllar arasında yaşamış Fransa Kralı 14. Louis, zenginlerin ve asillerin elde ettikleri kazançlardan tercihleri doğrultusunda kullanma hakları sahip olduklarını öne sürerek ‘Lux’ kavramının kayda geçirilmesini ve resmileştirilmesini sağlar.

Bu sayede zenginlerin ve asillerin kendilerini tatmin ve ifade etmek için yöneldikleri tüketim araçlarının kullanımı özgürleştirilir

---

<sup>5</sup> Morini, s. 9-19.

Fransa Kralı “Le Grand” Büyük veya “Le Roi Soleil” Güneşin Kralı hitabetleri ile Avrupa’da büyük bir güç sahibi olarak bilinen 14. Luigi (Louis), “lux” (lüks) kavramını kabul etmekle kalmayıp kayıta geçirilmesi için 1714 yılında Mandeville’e noter tasdikli resmi yazı yazdırıp, The Fable of the Bees’de yayınlanmasını sağlamıştır.

Aydın filozoflar (filosofi illuministi) Lux’un 4 farklı tanımını ansiklopedide yayınlanması için kabul eder ve onaylarlar.<sup>6</sup>

Asıl amaç, aynı zamanda ekonomik kazanç sağlayan, “Lux” kriterlerine uyan ürün ve malzemelerin tüketimini serbestleştirmektir.

Bu madde, önceleri merkantilist daha sonraları kapitalist sistemde uygulanmıştır.

Merkantilizm 16. yüzyılda, Batı Avrupa’da başlamış ekonomik bir teoridir. Merkantilizme göre bir milletin refahı ana paranın miktarına bağlıdır ve küresel ticaret hacmi değişmez. Ekonomide korumacı bir rol oynamalı, dış satımı desteklemeli ve dış alımı sınırlandırmalıdır.

Bu iktisadi faaliyet türü ticarettir. Merkantilizmin başlıca özelliklerinden zenginlik peşinde koşmak en yüce amaç durumuna getirilince, devletin görevleri de bu çerçevede belirlenmektedir.

Bunun için zenginliğin gelişiminin koşullarını araştırılıp geliştirilmiştir.

Giysinin anlamı ve önemi merkantilist yapıda, siyaset ve ekonomik gücün yansımaları olduğu gözlemlenir. Kişilerin sosyal statü göstergesi olarak kullanılmıştır.

Lux<sup>7</sup> tüketiminin resmileştirilmesi ile kültürel zenginleşme ve kavramsal dönüşüm oluşur. Bu bağlamda “abartılı ve gösterişli stilde giyinmek” artık lüks kavramı içerisinde olup, olumlu görülür. Devlet ve kilise tarafından onaylanır.

---

<sup>6</sup> Roland Barthes, *Gli inizi della moda The Fashion system*, 1. Basım, Los Angeles, University of California Press Berkley Yayınevi, 1967, s. 127.

Giyim, bu tarihten itibaren zenginlerin ve asillerin kelimelere gerek kalmadan iletişimini ve algılanmasını sağlayan önemli bir imge halini alır. Bu imgeyi en iyi ve doğru şekillendirebilmek için özel bir çaba gösterilir. Hazırlık süreci adeta bir törene dönüşür.

Bu oluşum terzilerin ve kumaş ticareti yapanların dinamiğini hızla artırır.

Lux kavramının onaylanması ile tekstil malzemelerinin kullanım alanları ve çeşitliliği artar. Giysi ve bağlamları daha çok kitlelere ulaşır. Lux ürünler zenginlerin tüketmeleri için etken bir unsur olur. Giysiyi şekillendiren tasarım, tekstil ürünleri ve süslemeler Avrupa'da gelişir.

Bundan böyle gösteriş bir ihtiyaç olup lux terminolojisi ile ifade edilir. Lux özelliklerini taşımak statü ve farklılaşmanın görsel biçimi olur.

Özellikle kadınlar, kendileri ve statülerini ifade etmek için bu imkanları sonuna kadar kullanırlar.

Seyahat ve deniz ticareti ile elde edilen kumaşları, aksesuarları, dantelleri, değerli taşları terzilerin özenle hazırladıkları giysiler diktirilir. Buldukları toplum ve resmi davetlerde boy gösterirler.

Artık bir ihtiyaç halini alan ve statü sembolü olan giyim, çeşitlenen malzemelerin bolluğu ve zenginlerin fark yaratma kaygıları ile terzileri çok zorlayan bir başlangıcı olur. Daha üretken olunması gereken bu dönem yaratıcılık alanında rekabeti de beraberinde doğurur.

---

*7 Lux : 1 metre yarıçaplı bir kürenin merkezinde bulunana, 1 candela şiddetindeki ışık kaynağının 1 metre karelik küre yüzeyinde oluşturduğu aydınlanma şiddetidir. Aydınlanma birimidir.*

## 2.2 MODA OLUŞUMUNA ETKEN TASARIMCILAR

### 2.1 Terzi Kavramından Tasarımcı Kavramına Geçiş Süreci

Fransa'nın giyim kuşamı özgürleştirmesi ile moda, bir ihtiyaç haline dönüşür önem kazanır. Terzilerin verdiği hizmet özellikle yaratıcılık anlamında yetersiz kalmaya başlar. Giysi toplum içinde sınıf ayrımını belirleyen en önemli görsel unsur olur.

Lux kavramı ile sınıflar arası ayrımın toplum bilimcileri için derin bir araştırma konusuna dönüşmesi ile sosyolojik değerlendirmeler yapılmaya başlanır. Bu konuda araştırma yapan toplum bilimcileri bulunur.

George Simmel 1858 ile 1918 yılları arasında yaşamış, toplumsal etkileşimcilik kavramı üzerine yoğunlaşmış bir toplum bilimcisi bugünkü adı ile sosyologdur. Yazar George Simmel La Moda kitabında giysinin sınıf ayrımcılığına nasıl etki ettiğini inceler. Modanın sınıf ayrımcılığı ürünü olduğunu savunur.

Aynı dönemlerde Thorstein Veblen ise Amerika Kaliforniya'da yaşamış iktisatçı, sosyolog ve akademisyendir. Veblen de moda konusunu araştırmıştır. 1899 yılında ilk defa olarak “zengin ve varlıklı sınıfın Teorisi” adlı kitabında (The Theory of Leisure Class 1899) moda için tüketimin, gerekli ve gerçek ihtiyaçlardan uzak, yaratılmış bir ihtiyaç olduğu teorisini kanıtlar. Modanın üst tabaka sınıfı için önemi ve bağımlılığını ifade eder.

*“Albenili, güzel ve zarif gibi iltifatları kendilerine yakıştırlmasını beklemekten çok, ne kadar zengin ve varlıklı olduklarının ispatı için giyinmektedirler”* tanımlaması ile statü olgusunun herşeyin önünde durduğunu anlatır.<sup>8</sup>

---

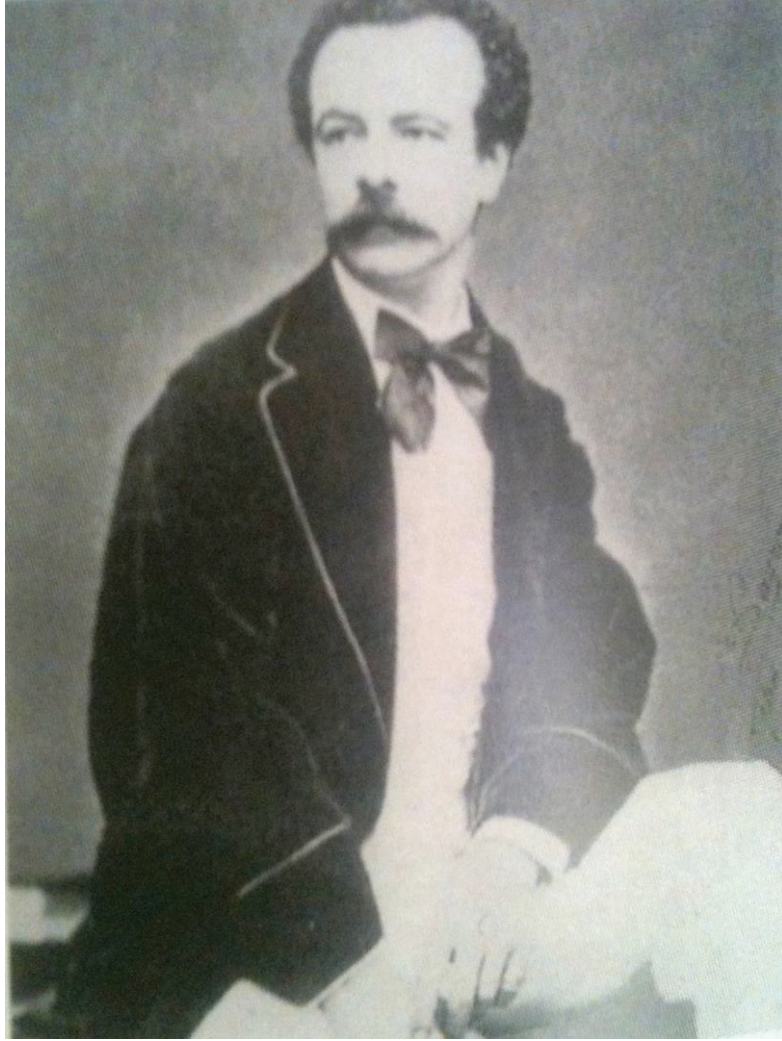
8 Thorstein Bunde Veblen 1857-1929 yılları arasında ABD' de yaşamış Standord Ve Missouri Üniversitelerinde akademisyenlik yapmış iktisatçı ve sosyologdur. Kurumsal İktisat ekonomik ekolün kurucularından biridir. Marksist olmayan kapitalist sistemin kritikçisidir.

Giysinin sosyal bilimler ile ilişkisi o tarihten itibaren araştırma ve gözlem konusu olur. Modanın toplumlardaki ifade ve durum yansıma özelliği ile gösterge görevine sahip olduğunu kanıtlanır.

Giysi, giyinmek, statü için giyinmek, bir yaşam biçimi ve ihtiyacına dönüşür. Bu ihtiyacı karşılamakta terziler yetersiz kalmaya başlarlar. Bu durumda tasarımda yaratıcılık, zamanlamada hız ve malzeme tedarikinde çeşitlilik gibi talepleri karşılayabilen yeni bir hizmet sektörü doğar.

## 2.2. Hazır Giyime Giriş (Charles Frederick Worth )

Lux kavramının resmiyet bulması ile Worth, giysi ve onu oluşturan bütün malzemelerin tedariki ve çeşitliliği alanında hizmet veren ve üretim yapan sektörün oluşumuna katkı sağlayan en önemli isimdir.



**Resim 1:** Charles Federick Wortrh. 1860 yıllarındaki çekilmiş portre fotoğrafı.<sup>9</sup>  
1825 yılında İngiltere’de doğan 1895 Paris de hayatına son bulan Charles Frederick.

---

<sup>9</sup> Marly de Diana, **WORTH Father of Haute Couture**, 2. Basım, Newyork, Holmes ve Meyer, 1990 , s,12.



**Resim 2:** C.F. Worth Gece Elbisesi ipek tafta üzeri tül süslemeler<sup>10</sup>

---

10 Morini s,123.

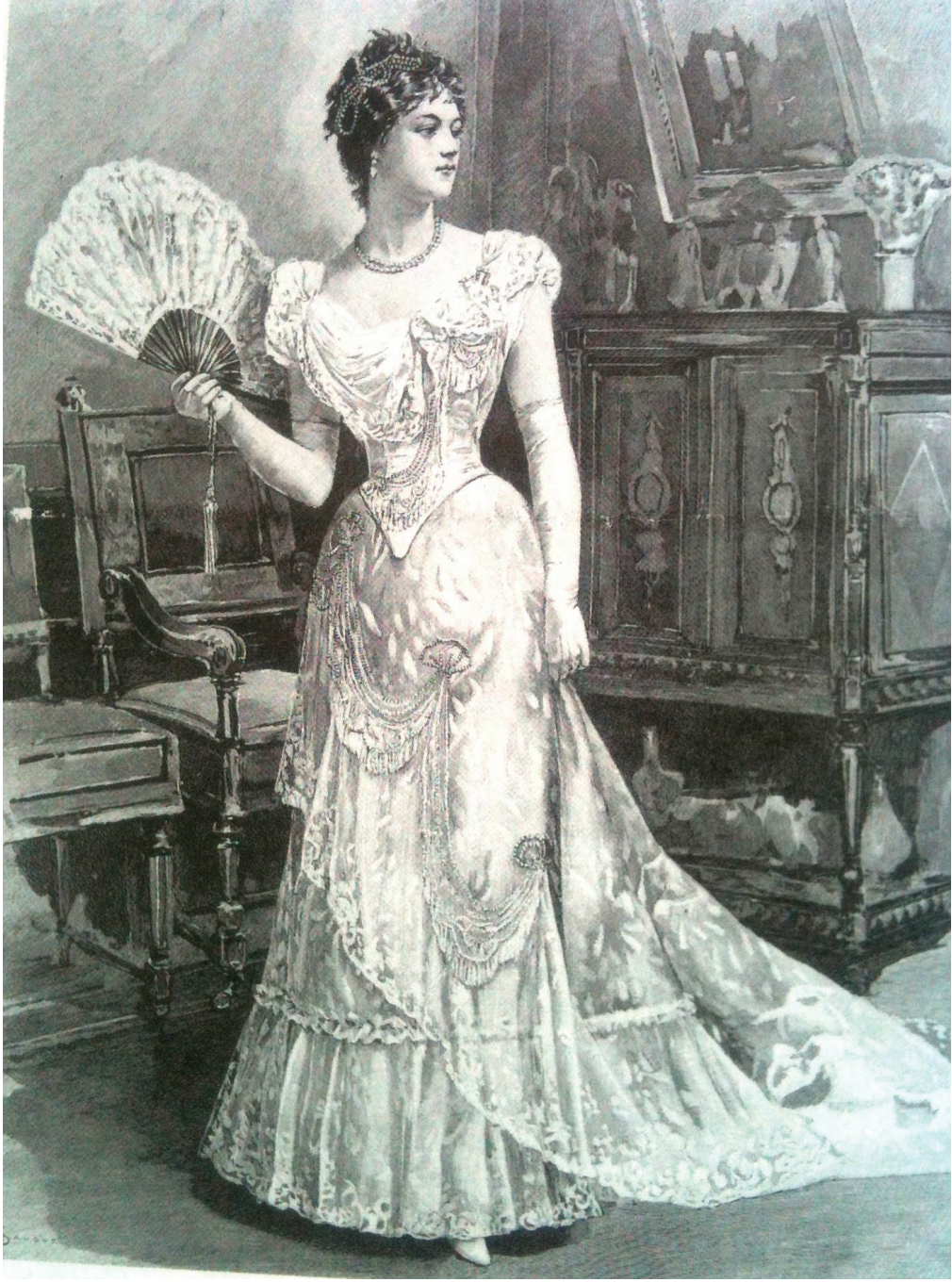
İsveç asıllı Otto Bobergh ile birikimlerini birleştirerek Paris 'te 1860 yılında “WORTH ET BOBERGH, MAISON SPECIALE ROBES ET MANTEAUX CONFECTIONNES, SOIERIES ,HAUTES NOUVEAUTES. PAIX. 7” (Worth ve Bobergh Moda Evi, özel elbise ve manto konfeksiyonu, en son yenilikler ile ipek ticareti adres: sokak Barış no: 7 )

Worth aynı zamanda “COUTURIES” (Dikim) adı altında “Nouveautes Confectionnes” kurar. Bu denli pahalı ve özverili giysilerin ilk defa olarak üretilip müşterilere hazır ve tamamlanmış şekilde sunumuna Nouveautes Confectionnes denir. Buradan kumaşları ve giysi siparişlerini asillere, zenginlere ve burjuva sınıfına özel dikim ve satış hizmet olarak verir.



**Resim 3** : C.F.Worth'un tasarımları ile Prenses Charles de Tre'moille nin “ L'art de la mode” dergisinde resmedilmiş düğün töreninden görüntüler 24 ekim 1885<sup>11</sup>

<sup>11</sup>Morini ,s,128.



**Resim 4** : C.F.Worth tasarımı Gece için tasarlanmış elbise August Sandoz çizimi. Harper's Bazaar'da 15 Nisan 1893 yılında yayınlanan çalışması. Bütün elbise ipek kumaş üzeri nakış ve krizantem yaprakları motifleri bulunur<sup>12</sup>



**Resim 5 :** C.F. Worth elbise C.F.Worth. Açılış Elbisesi. 1882 (tahmini) NewYork Brooklyn Müzesi. İpek ve tül elbise suni çiçekler ile süslemeler bulunur<sup>13</sup>

---

13 Morini, s,132.



**Resim 6:** C.F.Worth, Milano ‘da yaşayan Büyük Hanımefendi için yapılmış tasarımıdır., A.Bertarelli baskı çalışmalarıdır. Brokar doku kumaş ve damask desenleri bulunur. “Chrisanthemums” Maison Bachelard & Cie kumaşları. Lione ‘da 1894 yılında yapılan Uluslararası Sergi için yapılan çalışmadır.<sup>14</sup>

---

14 de Diana, s,53.



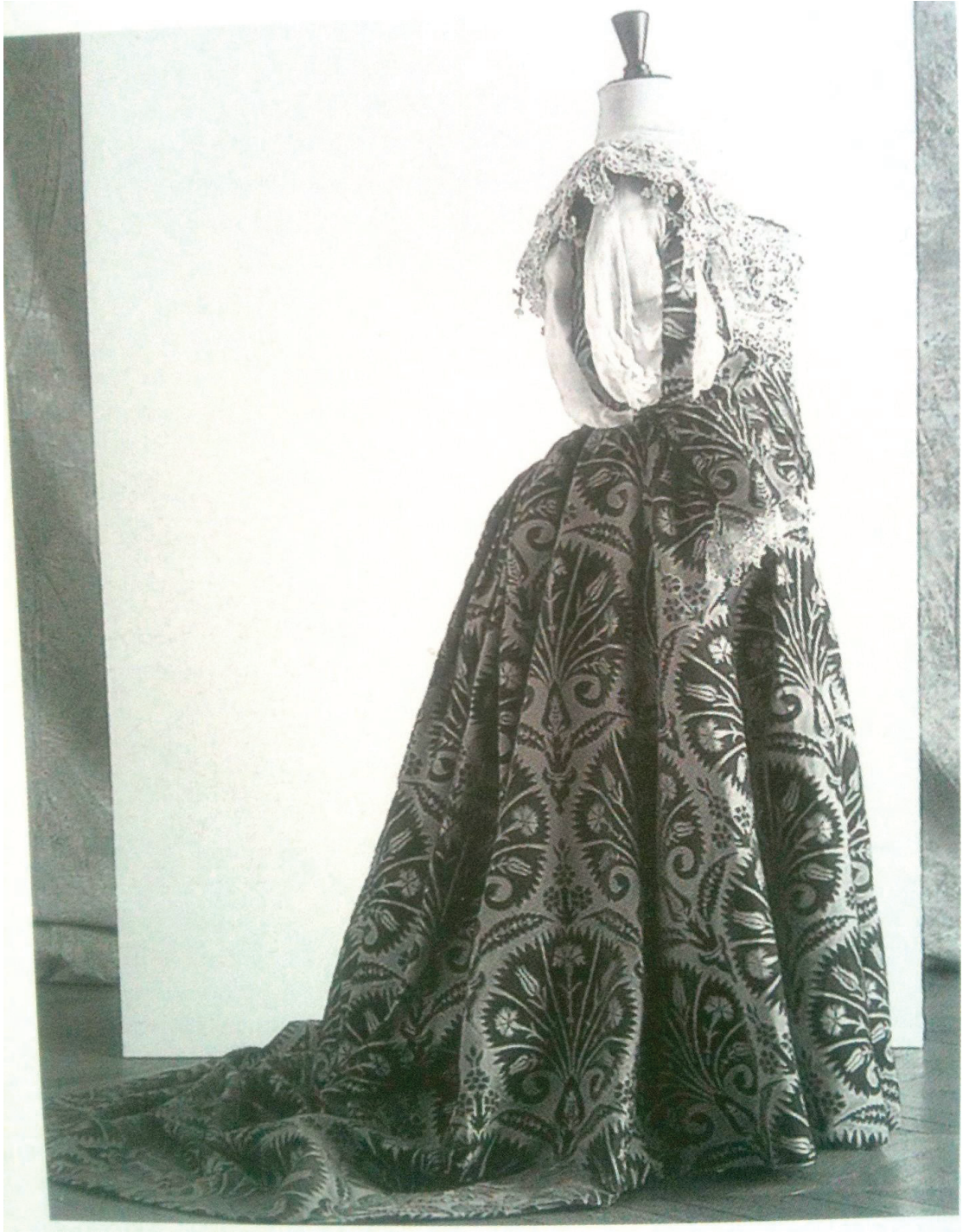
**Resim 7:** C.F.Worth tasarımı elbise. Kraliçe Maria Antonietta 1783 (tahmini)  
Washington National Gallery of Art (Washington Ulusal Sanat Galerisinde)  
sergilenmektedir.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> Morini, s,147.



**Resim 8 :** C.F.Worth veya Jean-Philippe Worth, tasarımı. Gündelik giysi 1892 NewYork Brooklyn Müzesi. İmparator modeli Osmanlı (ottoman) yünü ve ipeği kullanılmış. Suni ve gerçek inciler ile süslemeler yapılmıştır. Brooklyn Müzesinde korunmaktadır.<sup>16</sup>



**Resim 9:** *1895 Paris de la Mode Müzesinde korunmakta ve sergilenmektedir*<sup>17</sup>



**Resim 10** : Franz-Xaver Winterhalter Prenses Pauline von Metternich,1860  
Özel Koleksiyon. C.F.Worth tasarımı<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> Morini ,s,131.



**Resim 11:** C:F.Worth'un 4 Mart 1893 yılında Harper's Bazaar dergisinde August Sander'in çizimi ile yayınlanan giysi tasarımı. Yün ve kadife kumaşlardan oluşan, yaka ve manşetlerde kürk ve file ile süslenmiş, eski Mısır kostümlerinden ilham alınarak tasarlanmıştır<sup>19</sup>

Özel dikim giysilerde kullanılan kumaş kaliteleri ve modellerin tasarımları çok beğeni toplar. Bu çalışmaların haberleri son hızla yayılır. Ardından talep ve siparişlerde artış görülür.

---

<sup>19</sup> Morini, s,133.



**Resim 12:** Heloise Leloir çizimi, “Le Bon Ton”1858 Kompozisyon Winterhalter ‘in resimden alıntı yapılarak kurgulanmıştır. C.F.Worth tasarımları<sup>20</sup>

Kişiye özel dikimlerin çok beğenilmesinin ardından aynı modellerden farklı kişiler tarafından sipariş ve talepleri gelir. Bir modelden birden fazla üretim yeni çalışma yöntemini yaratır. Bu çalışma yöntemi bir anlamda konfeksiyonun başlangıcı olur.

Bunun üzerine Worth çok beğenilen modellerden birden fazla üretmeye ve modaevinde teşhir etmeye başlar.

Worth artık Avrupa sınırlarını aşmış Amerika'ya uzanan bir başarı öyküsünün kahramanı olur. Tasarım ve üretimleri sanatçılardan, prenseslere asillerden, zenginlere kadar maddi imkanı olan her kesim ve her ülkeye hizmet etmeye başlar. Kraliyet düğünlerinde kortejin içinde bulunan isimler kadar kendisi de haber niteliği olur ve merak uyandırır



**Resim 13** : C.F.Worth tasarımı. Öğleden sonra için tasarlanmış elbise 1872 NewYork Brooklyn Müzesi. Saten ve mor ipek tafta üzeri balık sırtı motifleri ile süslenmiştir.<sup>2</sup>

---

<sup>21</sup> Morini, s,71.



**Resim 14** : C.F.Worth.tasarımı. Gece için tasarlanmış elbise August Sandoz çizimi. Harper's Bazaar'da 17 Mart 1894 yılında yayınlanan çalışması. Açık mavi tafta ve ipek krep. Etek ve bustiyer üzeri iris çiçeği şeklinde nakış, incilerle süslenmiş, dekolte ve etek uçları kürk ile dikilmiştir<sup>22</sup>



**Resim 15:** İpek kumaş üzeri nakış C.F .Worth<sup>23</sup>

23 <http://www.vogue.it/encyclo/stilisti/w/charles-frederick-worth> (2015)

Worth bu durumda artık bir statü sembolü olarak tarihe geçer. Belgelerle ispat edilen bu durum moda tarihine tanıklık etmiş ve dünyanın en önemli arşivlerine sahip olan Harper's Bazaar dergisi 23 mart 1895 yılında yayınladığı Worth un ölümünün anısına bir sayı yayınlar.

*“il nome di nessun francese contemporaneo era piu conosciuto di quello di Worth in lungo e in largo nel mondo civilizzato:nessun pittore, nessun scultore,nessun poeta,nessun attore, nessun scrittore delgi ultimi trent'anni aveva raggiunto un cosi totale splendore di fama come questo sarto.”*<sup>24</sup> .

Medeniyetin hiçbir enleminde boylamında bir Fransız yoktur ki döneminin bu denli ününe sahip olsun. Bu şöhrete 30 yıl içinde elde edebilen ve sahip olan hiçbir ressam, heykeltıraş, şair, yazar, ne de bir tüccar vardır. Bir terzinin inanılmaz şöhret ve başarı öyküsü.....

Worth kumaş ticareti ve dikiş atölyesi ile çalışma hayatına başlar. Tasarım ve hazır giysiler ile gelişir. Worth'un çalışmaları beğenildikçe çalışma hacmi büyür ve farklı kitlelere ulaşır. Dünya üzerinde çok önemli ticari, zanaatkar ve sanatsal başarıya imza atar. Onun bu başarısı ile tasarım ve hazır giyim sektörü doğmuş olur. Worth moda dünyasının dinamiklerinin temellerini atar.

Paris'e çok önemli bir özellik daha katar. Onun bu başarısı Paris'i moda merkezi yapar. Bütün moda sektöründe Worth türevleri ve kopyaları oluşmaya başlar. Dünyada bir akım oluşur. Yazı ve resim ile ifade edilebilecek bütün görsel yayınlarda Worth'un kendisi ve çalışmaları konu olur. Basın yayın organları ile ulaşan, Worth tasarımları birçok şehirde kopya ve benzerlerinin dikimlerine sebep olur. Worth'un modelleri, kraliyet ailelerinden, burjuvaya ve maddi imkanlara sahip olanların statü göstergesi olarak özellikle seçtiği isim olur. Worth giymek görkemli, statü sahibi kişilerin dünyasına ait olana sahip olmak anlamına gelmektedir . Markalaşmanın ilk örneğidir.

---

24 Morini, s106.

## 2.3 Moda Tasarımda, Moda İllüstrasyonu Vitrin ve Mağazacılık

### 2.3.1 Paul Poiret



**Resim 16:** Paul Poiret portre Fotoğrafçı Lipnitzki – Viollet 1925<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> Deslandres Yvonne, assistee de Dorothee Lalanne **Poiret ,Paul Poiret 1879 – 1944**, 1. Basım, Paris, Editions Du Regards,1986, s.25

Fransa'nın güçlü ekonomisi ve entelektüel yapısı ile Avrupa'nın özgürlük imgesi ve sanatın merkezi konumunda bulunur. Bunun yanısıra dünyadaki dönemin önemli teknolojik gelişmeleri Fransızlar tarafından gerçekleştirilir. Paris yaşamın sembolü olur. Hayat sokaklarda renklenir. Kafeler entelektüel tartışmaların platformu, değerli yazarların buluşma noktası ve yaratım alanı olur. Opera, bale ve müzikaller en gözde eğlence mekanlarıdır. Yeni taşıma araçları ile kadın erkek herkes sokaklara taşınır.

Dünyanın ilk metrosu Paris'te inşa edildi.



**Resim 17:** 19 temmuz 1900 Paris Metrosunun 1. hattı Porte Maillot ile Porte de Vincennes durakları arası <sup>26</sup>

<sup>26</sup> [http://en.wikipedia.org/wiki/Paris\\_Métro](http://en.wikipedia.org/wiki/Paris_Métro) (2015)

Sanat önemli bir devrimini yaratır. Empresyonizm Fransa 'da doğar. Monet, Manet, Pissarro, Cezanne, Renoir, Degas, Bazille, Cassatt ...vs. Kubizm Picasso ve Georges Braque, Auguste Rodin, Dublin'den Londra'ya oradan Berlin'e ve en son Paris'e yerleşen Francis Bacon..gibi bir çok daha sanatçı edebiyatçı, yazar, düşünür nefes alabildikleri, özgür ifade kullanabildikleri ve inandıkları şehir Paris'te yaşarlar. Bu sanat hayatı aynı zamanda bir şehrin yaşam biçimini oluşturur. Dünyanın birçok farklı kültür ve kentinden insanlar bu şehire mıknaıtıs gibi çekilirler. Paris'in Avrupa'nın merkezi olma hali kaçınılmaz olur. Bütün bunlar 1789 -1799 yılları arasında mutlak monarşinin devrilip cumhuriyetin kurulması ve Roma Katolik kilisesinin ciddi reformlara gitmeye zorlanması ile Fransız devrimi oluşur.

Bu devrim ile aydınlanma çağı başlar. Kültürel seviyenin yükselmesi için herkes seferber olur. Dergi, kitap, gazete gibi iletişim araçları ile kitlesel bilinçlenme için çalışmalar başlar. Bireysel girişimler için gerekli alt yapı hazırlanmış olur. İnsanların eşitliği ve eşit yaşam koşullarının gerekliliğinin bilinci yaratılır. Kimsenin dini ve sosyal inançları yüzünden kınanmayacağı güveni oluşturulur.

Paris merkez olma hakkını insanlardan ve toplumdaki kazanmıştır.

Bu renkli, yenilikçi, çok sesli, genç, müzikli, dinamik yaşantının oluşabilmesi ve devam edebilmesi için aynı zamanda açık ve yaratıcı fikirleri seven ve bu bağlamda yaşayan toplulukların olması gerekli idi. Halkın bu devinimi desteklemesi ve içinde olma isteği ile şehir gerçek Parizyen yaşantısını yaratır.

Bu yaşam şekli sokaklarda bulunmayı çeşitli ulaşım araçlarını kullanmayı da gerektirmekte idi. Bu koşullar altında giysinin formu, renkleri, süsleri de etkilenmeye başlamıştır.

Worth ile moda dünyası Paris'i hiç kuşkusuz önemli bir referans noktası olarak kabul etmiş belleğine yerleştirmiştir. Ancak moda yaşam şekline göre biçimlendiğinden Worth'un zaman diliminde yaşanan gerçekler ve ihtiyaçlar 1900 'lü yılların başında yaşananlardan farklıdır. Wort'un çizgisi artık talep görmemeye başlar.

Bu dönemde Worth modaevinin çalışmalarına devam ederken C.F.Worth hayatını kaybeder. Bundan sonra Worth modaevinin etkisi zamanla azalmaya başlar.



**Resim 21:** 1900 yıllarında başında Paris sokaklarından fotoğraf<sup>27</sup>

Paris'te hayat son derece dinamik ve hareketli yaşıyordu. Yenilikçi düşünceler, izlenimcilik, teknolojik gelişmeler ile insan hayatı büyük bir değişim içerisinde idi

<sup>27</sup> <http://www.dailymail.co.uk/femail/article-2173872/Edwardian-street-style-Astonishing-amateur-images-> (2015)

Otobüs, araba, metro gibi toplu taşıma araçları, kadınların sokağa gezmek amaçlı çıkmaya başlaması, opera ve bale sonrası kafelerde oturup sosyalleşmek ve sohbet etmek insan hayatını tamamen değiştirir ve geliştirir.

Tarihe bu dönem Belle Epoque (Güzel Dönem) olarak geçer. Fransız cumhuriyetinin üçüncü dönemidir. Barışçıl bir süreçtir. Bilim ve teknoloji adına birçok buluşun ve yeni çalışmaların olduğu insanlık tarihinin en önemli çağdaş dönemlerindedir.



**Resim 22:** Henri de Toulouse-Lautrec afiş çalışması “Divan Japonais ”

(1864 - 1901)<sup>28</sup>

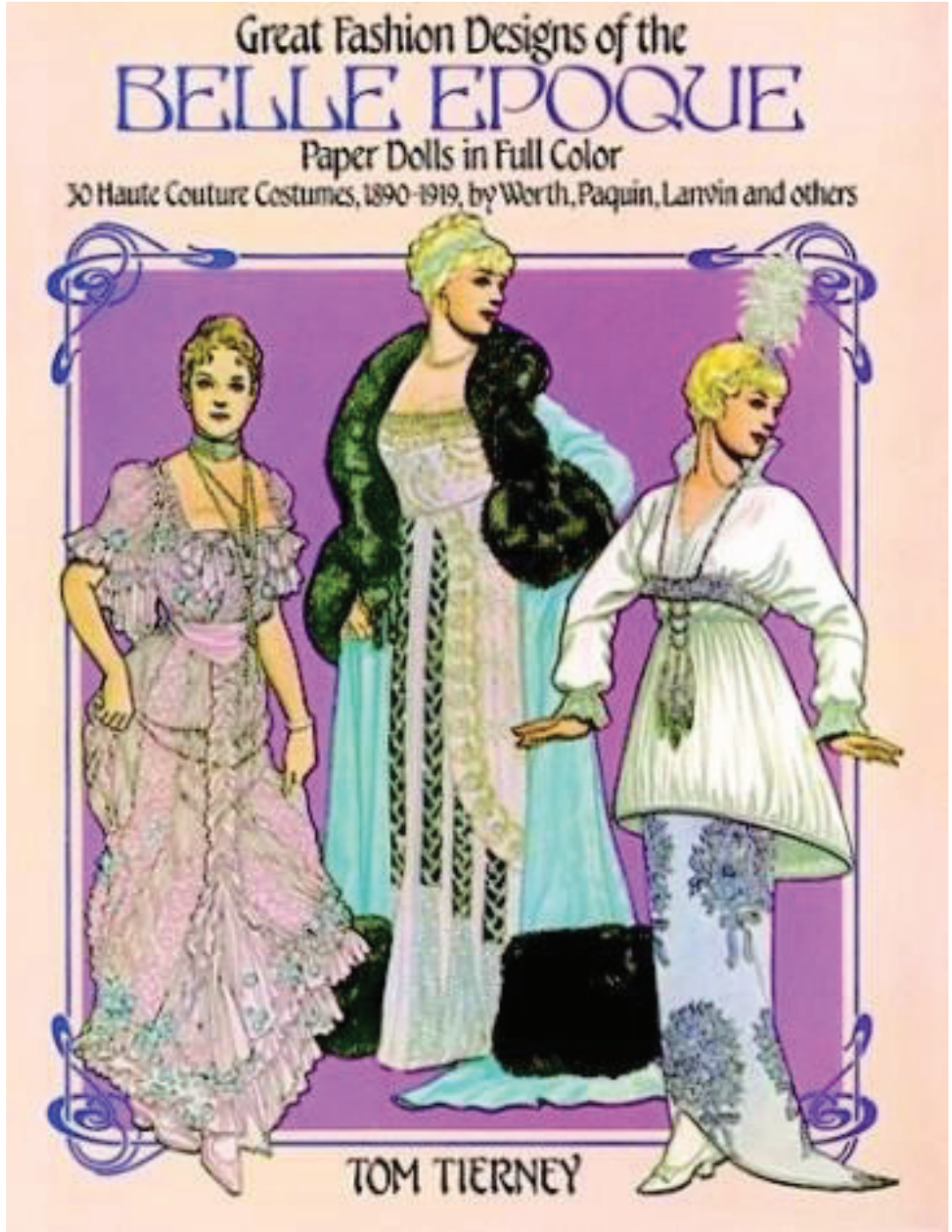
28 Giorgio Caproni, Sugana G.M, **Toulouse – Lautrec**, 1. Basım, Milano, Rizzoli Yayın Evi, 1969 .s123.

Telefon, sinema (Sinematografi Leon Bouly tarafından, Auguste ve Louis Lumiere kardeşler sinemayı dünyaya gösteren ve tanıtan kardeşlerdir) fotoğraf makinesi (Eduard Belin), telgraf, gaz lambası, neon ışıklar, uçak, (Fransızların lider olduğu bir alandır) helicopter, (Louis Breguet ve Paul Cornu), kuduz aşısı (Pasteur) gibi bir çok farklı alanda gelişmelerin, buluşların ve yeniliklerin hayata kazandırılması ile toplumsal çağdaş yaşamın başladığı bir dönem olur.

Moda tarihinde Paris'in yeni yaşam stilinde yaşayan tasarımcı Paul Poiret karşımıza çıkar. 1879 ve 1944 yılları arasında yaşamış Poiret, çizim, vitrin, mağazacılık stil, iç mekan ve parfüm tasarımları ile moda dünyasında yeni bir çağ yaratır. Günümüzün tasarım dünyasının yarattığı kavramların ve ürünlerin yaratıcısıdır. Mağzacılık, vitrin tasarımı, tasarımcı, koleksiyon temaları, çizim, yaşam stilinin giysi ile iç mekanda buluşması, koku logo ve etiket tasarımları gibi ürünler ve kavramlardır

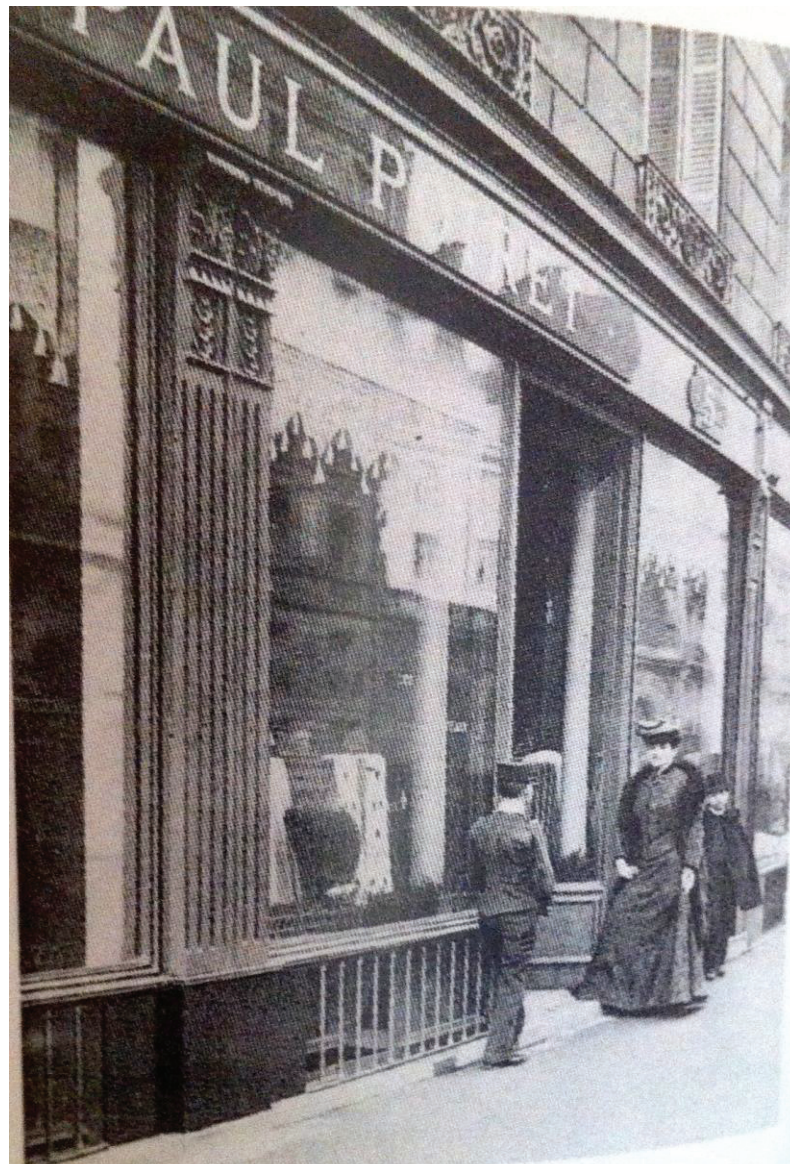
Paul Poiret 1903 yılında Paris 'te 5 Rue Auber adresinde kendi moda evini kurar. Bu adresin ayrıca bir önemi vardır. Opera binasına çok aykırı bir konumda bulunur. Çevresinde birçok pasthane, lokanta ve barlar bulunur. Moda evinin vitrini vardır. İnsanlar opera veya müzikal çıkışında ve girişinde sosyalleşmek üzere bu yerlerde buluşurlar. Bu adrese gidebilmek için mutlaka Poiret'nin vitrinin önünden geçmeleri gerekmektedir.

Modaevinin stratejik konumu insanların ilgisini çekmeyi başarır.



**Resim 23:** Tom Tierney illüstrasyonları ile Belle Epoque döneminin kağıt bebekleri kitabı<sup>29</sup>

<sup>29</sup> Tierney Tom, *Great Fashion Designs of Belle Epoque*, New York., Dover, 1986, kapak

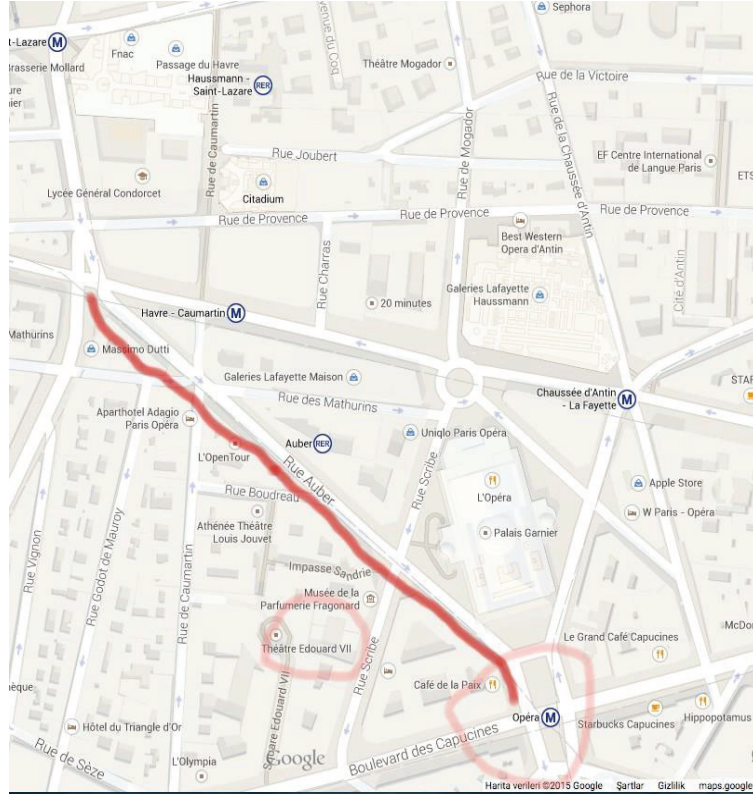


102. Vetrina della Maison  
Poiret, 5 rue Auber,  
in "Le Figaro-modes",  
febbraio 1904

**Resim 24** : Paul Poiret moda evinin vitrinin fotoğrafı 5 Rue Auber, "Le Figaro – modes" dergisi şubat 1904<sup>30</sup>

---

30 Morini s,137.



**Resim 25 :** Paris haritasında Rue Auber 5 Poiret butiğinin adresi <sup>31</sup>

Gelişen teknoloji ile araba, otobüs, metro ve tramvay gibi toplu taşıma araçlarını kullanmak çok popüler ve merak uyandıran bir olaydır. Şehir hayatı ve yeni araçlar modern yaşamın simgesi ve bunun parçası olabilmek adına hayat sokaklarda yaşanmaya başlar. Kadın, erkek, insanlar, sokaklarda rahatlıkla dolaşırlar. Dolayısıyla hareket kabiliyetini kolaylaştıracak giysilere ihtiyaç duyulur. Yaşam şekli değişmeye başlamıştır. Sanat hayatın içinde çok etkili bir şekilde var olur. Modernleşmenin görsel anlatımıdır. Sanat yeni yaşamın önemli bir parçası olur. Sadece soyluları ve zenginleri ilgilendiren bir olay olmaktan çıkmış halkı da yakından ilgilendiren bir olaya dönüşür.. Sanat artık toplumun yeni statü sembollerinden olur. Modernliğin bir göstergesidir.

<sup>31</sup> <https://www.google.it/maps/place/5+Rue+Auber,+75009+Paris,+France/> (2015)

Vitrininde tasarımlarını dönemin mevsimine göre kurgulanan temalar kapsamında hikayelerle öykünmeler yaratır. Bugünkü anlamda vitrin tasarımı yaparak giysilerini sergiler. Bu durum oradan geçen hanımların ve beylerin hemen ilgisini çeker. Vitrini olan moda evinin önünde insanların toplanması ve seyretmesi olağanüstü sayılan durum zamanla olağan olmaya başlar. Vitrinin markasına ve ticaretine olumlu etkisi olur. Konuşulan bir sanat olayı olarak algılanmasına yol açar. Bu şekilde istediği hedef kitlesine ulaşmasını sağlar. Sanatçılarla beraber olmayı ve sanata yakın durmak isteyen asiller ve zenginlerin de ilgisini çekmeyi başarır.

Paul Poiret moda dünyasına illüstrasyonlar yaparak girer. Tasarımlarını ve illüstrasyonlarını çeşitli moda evlerine ve dergilere satarak geçimini sağlar. Paris'te bulunan Jacques Doucet moda evi için çizdiği kırmızı elbise 400 adet satar, sonrasında C.F.Worth modaevinde yetkili tasarımcı olarak görev alır.

Paul Poiret'nin Worth modaevi için yaptığı çalışmaların, Worth çizgisini zorlayan ve çok farklı olduğu düşüncesi ile ayrılır ve kendi modaevini kurar.

Moda tarihinde Poiret ile illüstrasyon ve çizim kavramı oluşturulur. Çizimin yanısıra çok iyi kumaş bilgisine sahiptir. Kumaşın dökümüne göre ve kişiye öznel tasarım çalışmalarını müşterilerine çizimler ile sunar.

Moda tarihinde artık sadece giysi kavramı yoktur. Beraberinde hikayesi ve çizimi bulunur.

Giysinin bir dünyaya ait olan hikaye yaratımı ile markalaşmayı oluşturur. Markalaşmanın görsel algıda oluşan başlıca unsurları etiket ve logodur. Tasarımların illüstrasyon ve çizimleri matbuu yayın organları ile daha fazla kitlelere ulaşması sağlanarak marka değeri oluşturulur. Giysinin tamamlayıcısı parfüm yine Paul Poiret ile başlar.

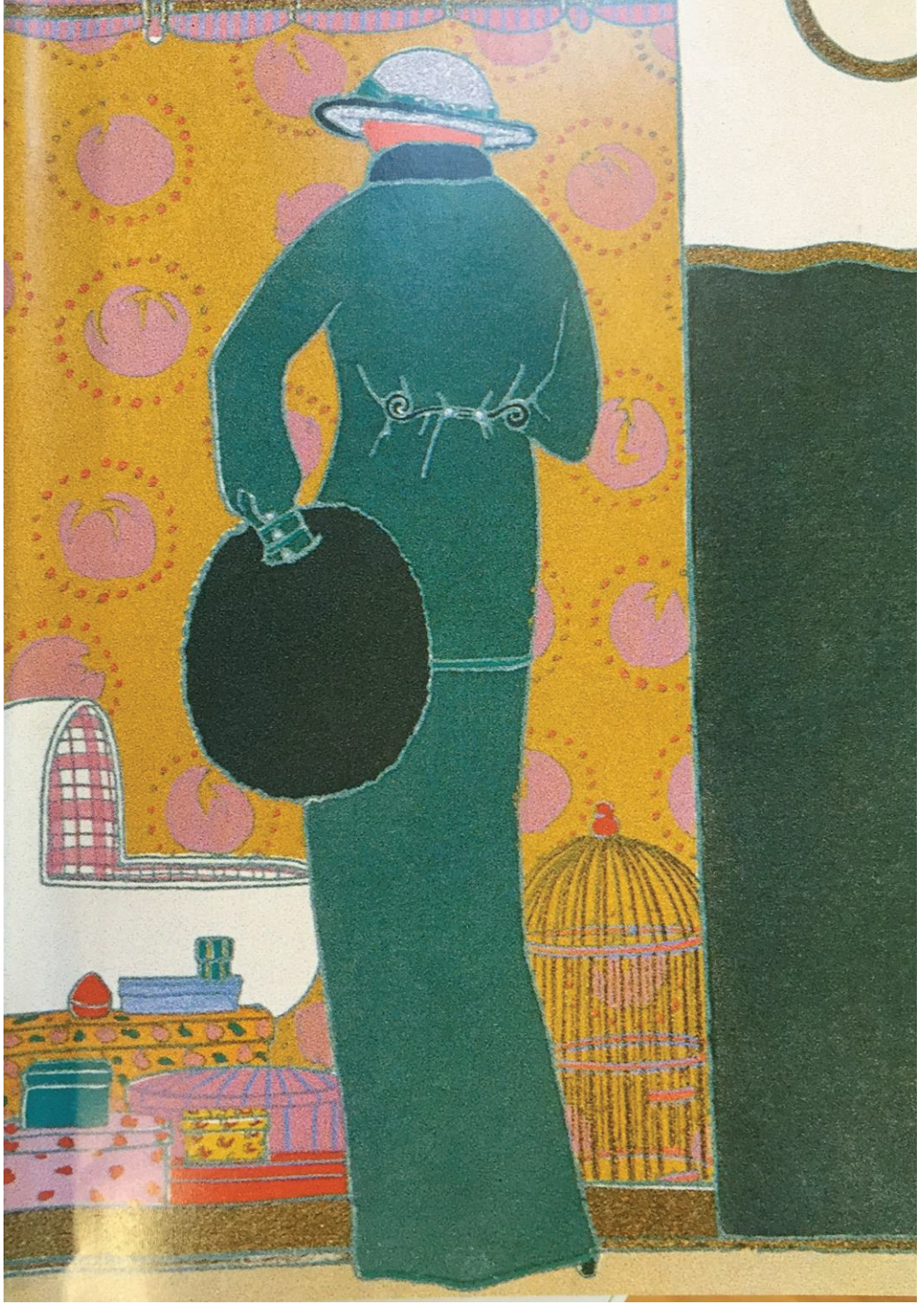
Giyinmek herkesi çok yakından ilgilendiren bir durum olur. Sadece zenginlere ait statü göstergesi olmaktan çıkar. Özellikle şehirde yaşayan kadınların tümünü sınıf ayırımı gözetmeksizin evinde dikiş yapabilen, moda evlerinde veya terzilerde diktiren herkesi ilgilendirir. Modern şehir hayatı herkesi derinden etkilemiş ve onun bir parçası olmak için her türlü imkan zorlanmıştır. Moda ile ilgili konular da dergi ve gazeteler için önemli bir gündem maddesi olur.



**Resim 26 :** Paul Poiret George Lepape illüstrasyonu ile kırmızı palto tasarımı <sup>32</sup>

---

32Yvonne,s.45.



**Resim 27 :** Paul Poiret illüstrasyonu Haper's Bazaar'da yayımlanan<sup>33</sup>

Paul Poiret, yaşadığı şehirde gelişmeleri yakından takip eder. Gözlemleri, tespitleri ve sanata yakın duruşu ile hedeflediği çizgiyi üstün başarılarla yakalar.



Robe à col montant, jupe fourreau ornée de 2 larges volants "aux courses de Longchamps". 23 sept. 1923. Photo Seeberger.

199

**Resim 28 :** 23 Eylül 1923 yılında Paul Poiret defilesinden görüntü<sup>34</sup>

34 Yvonne, s.62.



**M**odèle "irish" du 11 août 1921. Photo: Gilbert René.

**Resim 29** : 11 Ağustos 1921 yılında Paul Poiret defilesi<sup>35</sup>

---

35 Yvonne, s. 63



**Resim 30 :** Paul Poiret elbise,1923<sup>36</sup>



**Resim 31:** Paul Poiret, Üç model Paul Iribe' nin çizimi Les Robes de Paul Poiret racontées par Paul Iribe, 1908.

(1908 yılında Paul Poiret'nin giysileri ile Paul Iribe'nin anlatımı)<sup>37</sup>

37 Yvonne,s,38.



**Resim 32:** Paul Poiret 2007 yılında NewYork U.S.A. The Metropolitan Museum of Art's King of Fashion; Modanın kralı sergisinden<sup>38</sup>

Artık burjuva Worth'un abartılı ve gösterişli haute couture çizgisine doymuş yeni modern hayatın parçası olmak için daha farklı bir çizgiye gereksinim duyar. Bu hayat şeklinin değişen yüzünü yaşayan ve deneyimleyenler yine asiller ve zenginler olur. Bu değişimi algılayıp gerçekleştiren Paul Poiret'yi hemen kendi aralarına alırlar. Onun çizgisinden yeniliklerinden etkilenir sipariş vermeye başlarlar. Poiret giysilerinin ait olduğu bir dünya yaratır. Hikayenin görsel mekanınından kesitlerini vitrin, iç mekan, mobilya, duvar kağıdı ve perde tasarımları ile gerçeğe dönüştürür.

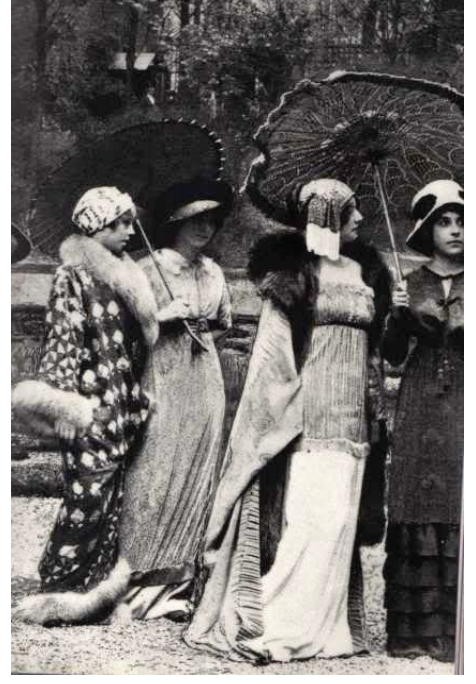
Yarattıkları ile burjuva ve diplomatların da ilgisini çeker. Giysinin yansıttığı duyguda iç mekan tasarımları hayat bulmaya başlar. Bir stil oluşur. Stilin duyarlılığında parfüm, şişe ve logo tasarımlarını yaratır. Poiret ile marka kimliği kavramı oluşur. Bu kimliğe uygun giysi tasarımlarının yanı sıra dekorasyon, koku, logo, vitrin gibi ürünler aynı çatı altında ortaya çıkar.

38 <http://www.metmuseum.org/exhibitions/listings/2007/poiret>



**Resim 33** Paul Poiret 2007 yılında New York U.S.A. The Metropolitan Museum of Art's King of Fashion; Modanın kralı sergisinden<sup>39</sup>

<sup>39</sup> [http://cdni.condenast.co.uk/320x480/or/poiret\\_v\\_13nov09\\_pa\\_b\\_320x480\\_1.jpg](http://cdni.condenast.co.uk/320x480/or/poiret_v_13nov09_pa_b_320x480_1.jpg) (2015)



**Resim 34** Paul Poiret Açık hava defilesi<sup>40</sup>

---

40 Yvonne, s,72

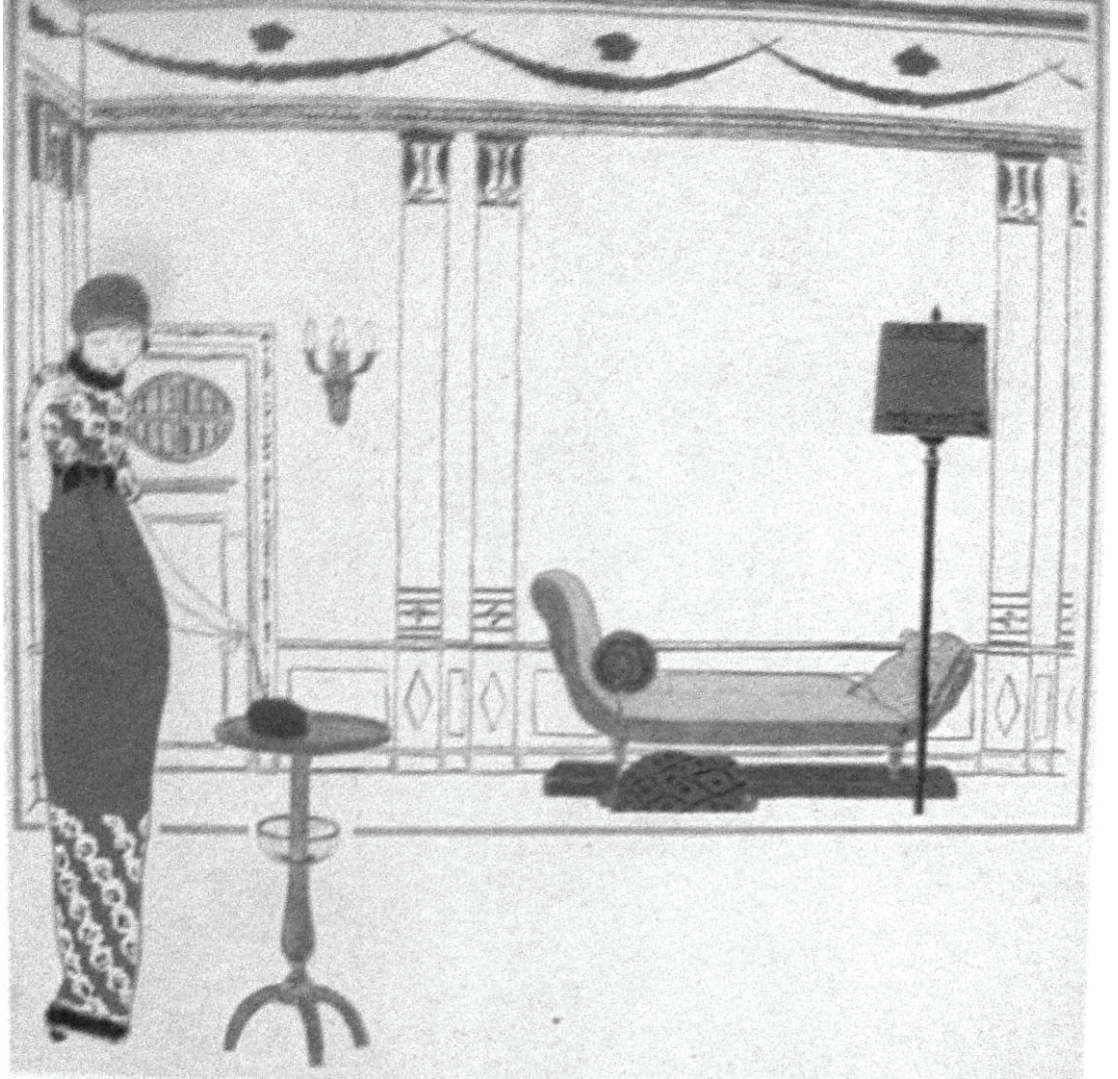


**L**e mannequin Renée, dans une robe du soir: longue tunique et traîne dans le nouvel Hôtel du Rond Point des Champs-Élysées de Paul Poiret. 1925. Extrait de *Vogue*, 1<sup>er</sup> mars 1925. Photo Scaioni.

**Resim 35;** Paul Poiret tasarımı *Vogue* dergisinin 1 mart 1925 sayısı için<sup>41</sup>

---

41 Yvonne, s.80.



**Resim 36** : Georges Lepape , Le Grand Salon de l'avenue d'Antin

(Antin caddesinde bulunan Büyük Salon) 'de Paul Poiret'nin tasarımı 1911.  
İllüstrasyon<sup>42</sup>

Defile için dekore edilmiş salonun arka kapısı modellerin çıkışını belli etmektedir. Cashmire desenleri ile duran model Poiret tasarımıdır. George Lepape tarafından resimlendirilmiştir.

---

42 Morini s.139



**Resim 37 : Mythe 1919 Paul Poiret<sup>43</sup>**

---

43 Yvonne, s,74.

44 Morini s,140.

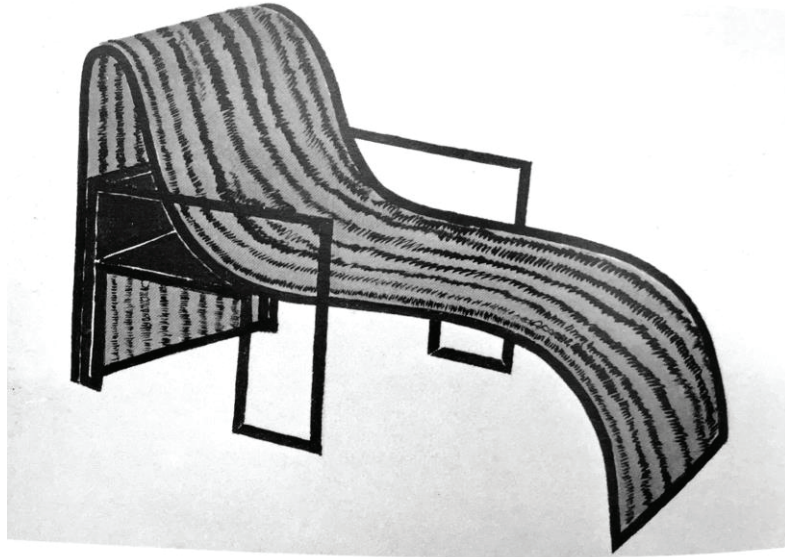


**Resim 38:** Gül logosu ile kızı Josephine'den ilham alarak hazırladığı Poiret Moda Evinin etiketi<sup>44</sup>

Paul Poiret moda dışında farklı alanlarda da çalışmalar ortaya koyar. Rus balesine kostümler hazırlar. Sanata ve sanatın farklı disiplinlerine olan ilgisi onun moda bakış açısını zenginleştirir. Moda sanatın içinde yer alır ve sanattan beslenmeyi öğrenir. Sanat için yapılan giysiler ve giyilecek giysiler arasında büyük ayrımlar ortaya çıkar. Sanat için yapılan tasarımlar, gösteri içerikli heykelsi ve fonksiyon gözetmeden bütün fikirlerin giysi ile yaratıldığı bir alan olur. Görsel olarak zengin ve değişik yapısı ile çarpıcı, akılda kalıcı etkisi yaratılır. Çılgın, gösteriye dair sanatsal içerikli giysiler moda kimliğini vurgulayan güçlü imgeler oluşturur. Moda kimliğinin vurgulamak için sanatsal çalışmalara gerek duyulur.

Poiret'nin moda eklemlediği bütün sanat disiplinleri ve çalışma alanları ile modanın sanat kavramından uzak bulunmadığını hatta içinde yaşadığını kanıtlar.

Moda dünyasında kimlik yaratabilmek için mimariden dekorasyona, botanikten doğaya, arabadan eve , resimden çizgiye kadar hayatın bütün alanlarını ilgilendiren imgelere ihtiyaç duyulduğunu gösterir. Günümüzde bu kimliklerin yaratılması ve ifadelendirilmesi için mood board yapılır. Kimliğin dünyasına dair görsellerin bulunduğu tablodur.



**P** rojet de chaise en bois laqué avec liseré à la feuille d'or, œil ménagé dans le dossier. Gouache sur papier.

Projet de chaise en bois tourné. Le haut du dossier et les bords de l'assise s'achevant en volutes, bois laqué et feuille d'or brunie. Gouache sur papier.

Projet de chaise longue comportant une garniture en rotin tressé sur une armature en bois ou métal de forme géométrique. Gouache sur papier.

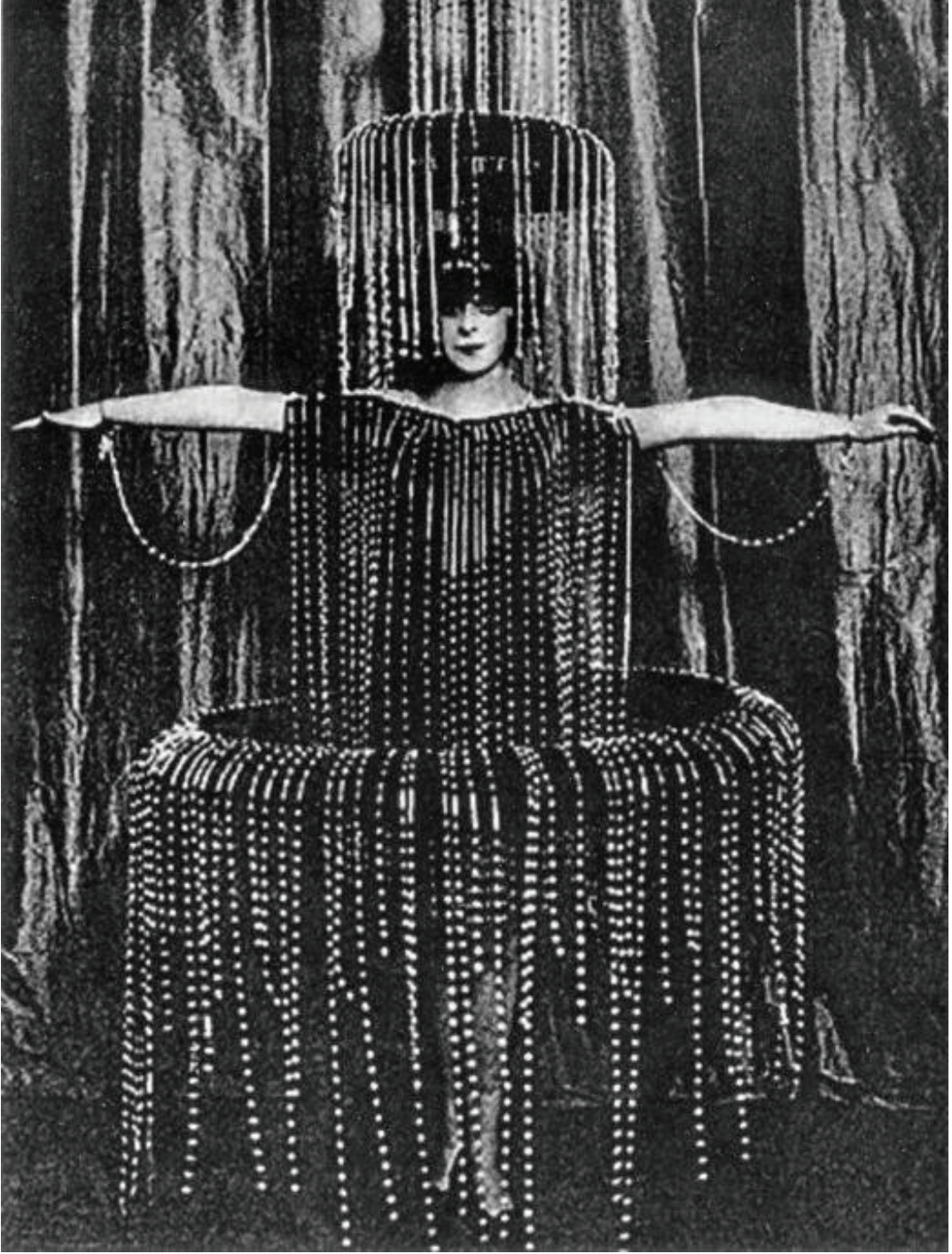
### Resim 39 Paul Poiret mobilya tasarımları<sup>45</sup>



Vues de l'appartement de C.K. Van Dongen. On reconnaît un tapis de l'école Martine dont le champ est à décor de fleurs et la bordure à motifs irréguliers. Le canapé, dit "de Poiret", est constitué de deux matelas d'inégales dimensions superposés et recouverts de coussins.

**Resim 40** : Paul Poiret iç mekan tasarımları C.K. Van Dongen apartman dairesi için yapılmış çalışma<sup>46</sup>

46 Yvonne, s,76.



**Resim 41** Paul Poiret 1920 Luisa Casati, eşme Elbise<sup>47</sup>

---

47 Yvonne, s,75.



**Resim 42** ; Paul Poiret 1911 koku tasarımı çalışmaları<sup>48</sup>



**Resim 43** Kraliyet Ailesine mensup Prenses Alessandra, Redfern Galler. İngiltere prensesi için tasarlanmış etek ceket 1901-1925<sup>49</sup>

---

48 Yvonne, s.88.  
48 Morini s.140

Moda bundan böyle bir çizgi, stil ve özgür bir seçim alanı olur.

Lüks anlayışı ortadan kaybolmaz. Değişen yaşam koşulları ile düşünsel kavramlar ve hayat ritmi değişir. Yeni bir dönem başlar. Bu dinamikler içersinde lüks anlayışı oluşur. Lüks tüketim tercih edenlerin yaşam biçimlerinin yönüne göre şekillenir.



**Resim 44** ; 1879 -1944 yılları arasında yaşamış ünlü tasarımcı Paul Poiret Fotoğrafi çalışma anından bir görüntü Eylül 1924<sup>50</sup>

---

50 Yvonne, s.102

### 2.3.2 Tarihten Alınan Örneklerle Görsel Kimliğin Temel Yöntemleri

Worth döneminde moda, iktidarın ve statünün sembolü olarak kendini ifade etmiştir. Ekonomiye canlılık getirmiştir. Politik duruş imgesi olarak önem kazanmıştır. Ekonomik gücü elinde bulunan devletlerin ve zengin üst tabaka sınıfının statü sembolü lma halinden kaynaklı bir ihtiyaç nesnesine dönüşmüştür.

Moda aidiyet duygusunun biçimsel varlığını ortaya çıkarmıştır. Bu duyguyu desteklemiştir. Toplulukların oluşturdukları semboller ve imgeler düzeneği moda ile kendini ifade eder. Bireyin dahil olmak istediği topluluğa ait fikirleri savunduğunun imgesel ifade biçimi olur. Sosyologlar için inceleme ve araştırma konusudur.

Modanın sadece bir giysiden ibaret olmadığı ve görsel kimlik oluşturduğunu ispat eder. Görsel gösterge bilimi modayı bir iletişim unsuru olarak inceler.

Modanın stil, dil ve sanatı içerdiği ilk defa Paul Poiret ile ispat edilir. Burada giysinin örtünmek dışında bir ifade biçimi olduğu, birikimlerin ve seçimlerin yansıması olarak şekillendiği karşımıza çıkar. Modanın bir dil oluşturduğu ve bununla beraber hareket eden farklı disiplinlerin olduğunu ortaya koyar.

Paul Poiret tasarımlarını ve giysilerin hikayelerini, vitrin tasarımına ve çizimlerine taşır. Bu anlatımları şekillendirirken sanattan çok beslenir. Sanata yakın durduğunu işlerinden izlenir. Etkileşimleri aynı zamanda sanat akımları arasından seçimlerini belirler. Yakın ve içten yaşadığı sanat, onu renk, hacim, doku yaratımında özgürlükçü ve yenilikçi düşünceye doğru yönlendirir. Birikimlerinin sonucu koleksiyonları için oluşturduğu hikayeler ve öykünmeler mekanlara ve iç mimariye kadar taşınır. Gözle görülmeyen, elle tutulmayan, 5 duyu organımızdan biri ile duyulan bahar kokusu algısını uyandıran parfüm yapmayı düşler. Kendi yarattığı dünyanın kahramanlarına koku hayal edip gerçekleştirir.

Moda giysi ile beraber stil kavramını kazanır. Bu stilde dekorasyon, parfüm ve aksesuar oluşur. Moda tarihinde yeni bir olgu daha eklenir. Tarih sürecinde gelişen olaylar modanın çizgisini etkiler. Ancak kavramlarını ve eklenen olguların içeriklerini etkilemez. Bu süreç içerisinde çok önemli görsel bellek birikimi oluşmaya başlar. Bugünkü değerlendirmelerin ve çağrışımların kaynaklarını oluşturur.

Giysi insanlığın temel ihtiyacı ve en güçlü ifade biçimidir. Aidiyet duygusunun görsel karşılığıdır. Dünya olayları değişikçe giysinin de aldığı şekil ve kullanım biçimi değişmektedir. Ortaçağ Avrupasında politik ve dini gerekçelerden, 14. Louis zamanında iktidardan, Belle Epoque döneminde ise teknolojik ve entelektuel sebepler ile giysi anlam ve şekil değiştirmiştir. İnsanlığın en önemli kendini ifade etme imgelerinin bütünlüğüdür. Tarihten günümüze imgenin etimolojik yapısından itibaren incelemeye başladığımızda da bunu görmek mümkündür. İnsanların iç dünyası ve var olma mücadelesi ile paralel yaşar. Dünya üzerinde sosyo-ekonomik dengeler, teknolojik, sosyolojik durumlar değiştiğinde doku, renk, biçim de değişim gösterir.

## 2.4 Modada Stil Kavramı ve Gabrielle Coco Chanel



**Resim 45** Gabrielle Coco Chanel (1883-1971) Ünlü tasarımcının villasından ara verdiği bir anından fotoğraf.<sup>51</sup>

Moda dünyasında artık tasarımcı, koleksiyon, çizim, konfeksiyon, vitrin, sanat, statü sembolü, sosyalleşme, modernite, kitlesel iletişim gibi kavram ve olguların yerleştiği izlenir.

---

51 Baudot Francois, **Memorie della Moda Chanel**, 2.Basım,Octavo,Firenze,1997,s,67

Paul Poiret çok önemli kavramların moda kazanımını sağlamıştır. Tasarımcı sanat, vitrin, parfüm, çizim ve öykünme gibi kavramları yapılandırılmıştır. Artık bundan böyle bu yapılar üzerinden çalışılır.

Avrupa'da birinci dünya savaşı herkesi derinden etkilemiştir. Moda bunların en başında gelen kalemlerdendir. Belle Epoque dönemi birinci dünya savaşı ile sona ermiştir. Savaştan çıkan insanların kayıpları, korkuları, yorgunlukları son derece ağır basmıştır. Bu yıkıcı durum beraberinde varoluşçu ve geleceğe dair birçok soru işaretini getirmiştir. Gerçeğin sorgulandığı, nihilizmin etkin olduğu, kadınların büyük sorumluluklar altına girdiği, sert koşullarda çalışmak zorunda kaldığı bir dönemin içerisinde bulunulur.

Dadaizm, Marcel Duchamp, Stravinsky, Andre Breton, Guillaume Apollinaire, Man Ray, Francis Picabia... gibi sanat akımlarının ve sanatçıların olduğu yeni varoluşçu ve geleneksel kavramları yerinden oynatan dönem bir çok değişikliğe neden olur.

Sanatçı Duchamp bunun en güzel örneğidir. Pisuar eserinde ifade etmek istediği gördüğümüz nesne ile kurulan ilişkinin ironik bakışı ile gerçeğin sorgulanmasıdır. Pisuarın çeşme fikrine dönüşmesi ile çok çarpıcı ironik parodi olgusunu oluşturur.

Stravinsky'nin klasik müzik ve bale müziğine farklı yorumu müzik dünyasında büyük etki ve değişimler yaratır.

Savaş sonrası bütün inanç ve alışkanlıklar yerle bir olur. Sorgulamalar yapılır. Yeniden yapılanan düşünceler ve inançlar kavramsal yaklaşımı ve bakış açısını getirir.

Kavramsal yaklaşım moda stil ve kadının özgürleşmesi anlamında yansır.

Tarihte Poiret'den sonra stil, tarz ve söylem anlamında moda tasarımının Duchamp'ı gibi görülen Gabrielle Coco Chanel gelir.



**Resim 46:** Gabrielle Coco Chanel Serge Lifar ile birlikte 1933 yılında Monte Carlo'da Sporting d'ete adına düzenlen gecedan bir görüntü<sup>52</sup>

1883 yılında Fransa'nın Saumur kentinde doğar. Poiret'den farklı olarak savaş sonrası kadının özgürleşmesi alanında çok büyük bir rol oynar. Kadını korseden kurtarır. Chanel için kadın, erkekler gibi bedenlerinin özgürleşmesi taraftarıdır.

---

52 Baudot ,s, 42.

Kadın modasına casual chic, yani gündelik şık (rahat, sportif ve şık) normunu getirmiş, form ve biçimi standartlaştırmıştır. Yeni bir kadın anlayışını getirir. Bu anlayış farklı, enerjik, dik duran, rahat ve korsesizdir. Etek boylarını kısaltarak kadına rahatlığın yanı sıra çorap ve ayakkabı tasarımının önemini vurgular. Yeni femminen çizgiyi oluşturur.



**Resim 47:** Örne tayyör ve bijuterileri ile Coco , bütün Paris ona artık Coco adı ile seslenir. 30 Mayıs 1929<sup>53</sup>

---

53 Morini s.143



**Resim 48** : Coco Chanel 1913 yılında Deauville’de bulunan mağazasının önünde çekilmiş bir fotoğraf<sup>54</sup>

---

54 Baudot s, 52.

Örme makinelerinin ortaya çıkışı ile örme kumaşı Chanel için çok önemli bir buluş niteliği taşır. Rahat hareket etmeyi sağlayan ve aynı zamanda istenilen formu alabilen bu kumaş Chanel'in çıkışı olur. Ceket- hırka, pileli etek, seyahat takımı etek, ceket iç bluz ve kısa belli yelek kazak Chanel' in büyük buluşlarından biridir.

Tenis, golf ve deniz kıyafetleri de tasarlar.

Savaş sonrası kadınların sürekli çalışma zorunluluğu, toplu taşıma araçları ve bisiklet kullanmak gerekliliğinden basit ve rahat elbise seçimlerine giderler. Bu durum modanın ihtiyaçlar doğrultusunda şekillenmesine neden olur.

Chanel tayyör ve siyah elbiseler kadınların hayatını kurtaran güven ve rahatlık hissini uyandıran klasik modeller arasına girer. Kadınlar erkeklerin de bulunduğu çalışma alanlarında femminenliğini koruyup rahat ettiren giysileri tercih ederler.



**Resim 49** : Chanel Örme tayyör model<sup>55</sup>



151. Coco Chanel, Bijoux,  
1960-1965

**Resim 50** : Coco Chanel, Bijoux, Bijuteri, 1960- 1965<sup>56</sup>

---

56 Baudot s,48



152. Coco Chanel,  
Borsetta, 1963 circa

**Resim 51** : Coco Chanel Çanta 1963 (tahmini) Deri üzerine eşkenar dörtgen formunda dikişlerle zincir askılık. Bu model 1955 yılında tekrardan hem deri hem de örmeden üretilmiştir<sup>57</sup>

---

57 Baudot s. 55.



Resim 52: Marilyn Monroe Coco Chanel parfüm no 5.<sup>58</sup>

---

58 Baudot s, 68.

Aksesuar anlayışının her kadına ulaşmasını sağlamak için bijuteri kavramını yaratır. Dönem şartları içinde paha biçilmez mücevherlerin kullanılmasının çok saçma olduğu düşüncesi ile taklitlerinin daha çekici ve gündelik hayatta kullanılabilmesi amacıyla aksesuarlar tasarlar.

Günümüzde de halen kullanılan ve görsel belleklere yerleşmiş inci kolyeleri ve broşları bulunur.

Coco Chanel, kadının hareket kabiliyetini sınırlayan kutu çantalarından kurtarır. Onun yerine zincir omuz askılı, CC logolu deri çantaları tasarlar.

Chanel no:5 adlı parfümünü yaratır. Parfüm moda dünyasının tamamlayıcı unsurudur. Marilyn Monroe'nun gazetecilerle yaptığı röportajda “geceleri ne giymeyi tercih ederseniz?” sorusuna cevap olarak “sadece Chanel no:5” ifadesini kullanması, giysi ve parfüm ilişkisinin birbirine çok bağlı olduğunu gösterir.

Chanel büyük başarılarıyla, güçlü kadınların gözdesi olur. Chanel imgesi, güçlü kadın imajıyla özdeşleşir. Moda dünyasında devrim yaratır. Stili bugün dahi güncelliğini korur. Tasarımları ile sonsuzluğa bir adım atar.

Chanel, Poiret gibi sanata düşkün ve sanatın içinde olmayı tercih eden ve ondan beslenen bir yapıya sahiptir. Çeşitli opera, bale ve spor dallarında tasarımlar yapmıştır.

Moda tarihinde stil algısında devrim yaratır. Chanel stil anlamında görsel belleklerde imgesel algıyı oluşturur.

Chanel elbise, tayyör, ayakkabı, çanta, aksesuar ve parfümü ile moda tarihinde derin etkiler bırakır. Bu izler üzerinden günümüzde Chanel kimliği kurgulanır.



**Resim 53** : Chanel gece elbisesi Vogue 1920<sup>59</sup>

---

59 Charles – Roux Edmonde , **Chanel Her Life, Her World, the Woman Behind the Legend** , 1.Basım, London, Maclehose Press Yayın Evi 2009,s 72..



**Resim 54** : Harper's Bazaar akşam yemeğinde giyim önerileri Chanel siyah elbise<sup>60</sup>

---

60 Edmonde s,67.

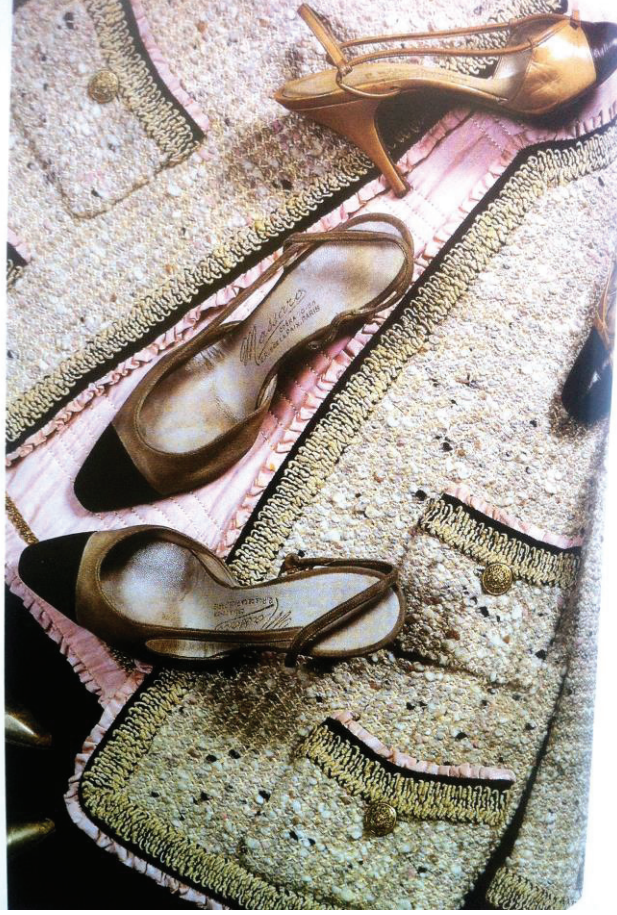


**Resim 55 :** Coco Chanel, Giysi modelleri 1927, Madam J.M.Sert akşam yemeği kabulüne Chanel'in jorjet tasarımı elbise üzerine inci kolyeler<sup>61</sup> görülür.

1935 Man Ray tarafından fotoğraflanmıştır.

---

61 Baudot ,s,123.



**Resim 56 :** Chanel Tayyör ve ayakkabılar 1920<sup>62</sup>



**Resim 57 :** 2015 Chanel Koleksiyonundan ayakkabılar<sup>63</sup>

62 Baudot s,97.

62 <http://www.style.com/trends/accessories/2015/chanel-fall-2015-shoes> (2015)



**Resim 58 :** Chanel tayyör siyah renk<sup>64</sup>

Chanel'in başarı öyküsü incelendiğinde dönemin yapısını çok iyi analiz ettiğini ve buna göre öncü adımlar attığını görüyoruz. Bunlar insanların gündelik hayatta duydukları ihtiyaçlar, gündemi oluşturan olaylar, kadının duruşu, görevleri, teknolojik gelişmeler ve sanatın insanlar üzerindeki etkisidir. Dönemin politik ve ekonomik koşullarında cesaret gerektiren lider adımlarla hareket etmiştir.



**Resim 59 :** Coco Chanel 1972 Evinden görüntü<sup>65</sup>

Chanel'in başarısının ardında kıvrak zekası ve öngörüsü dışında çok önemli bir sebebi daha vardır.

Kaynaklara göre Chanel'in iki farklı hayat hikayesine rastlanır. Biri Chanel'in ağzından bire bir anlatılan ve kayıt edilen diğer ise farklı kişi ve kaynaklardan geniş kapsamlı derlenen biyografisidir. Adeta iki farklı hayat öyküsü karşımıza çıkar.

<sup>65</sup> <http://www.vb.com/chanel/rothschild.htm> 2015

Gabrielle Chanel'in bilinen biyografisinde hayata çok zor şartlarla başlamıştır. Yoksulluk ve korku dolu bir çocukluk dönemi geçirmiştir. Bu endişeler yüreğini ve iç huzurunu sürekli olarak rahatsız etmiştir.

Yalnız kalmak ve terk edilmek korkusu vardır. Ait olma duygusundan yetim büyümüştür. Aidiyetsizlik onu sürekli olarak korku ile yaşamaya teşvik etmiştir. Bu korkularından kurtulmak ve geçmişine dair kötü anılarını, acılarını hafifletmek için kendine yeni bir gerçek yaratır. Bu gerçek onun tasarımlarıdır. Tasarımları bir psikolog gibi iç dünyasında yaşadığı korku dolu duyguları uzak tutmasına yardımcı olur. Geçmişten gelen yaralı çocuk kalbinin saklamış ve bu duygularla alsa bir daha karşılaşmamak için kendine yeni bir kimlik yaratır. Yeni gerçeği, tasarımlarında oluşturduğu Coco Chanel kimliğidir.

Bu yeni kimliği ile güçlükadın Gabrielle Chanel dili ile iletişim kurar. İlham aldığı konular her zaman kendi hayatı için kurguladıkları olmuştur. Simgesi özgür kadındır. Bu kadın aslında kendisini temsil eder.

*“ io vivevo modernamente, avevo i modi, i gusti, i bisogni, di quelle che vestivo”*

66

Ben modern yaşıyordum ve kendi ruh halimi, beğenilerimi ve ihtiyaçlarımı giyyordum.

Aslında Chanel kendisi ve kendi dünyasında yarattığı öykülenme için giysiler ve koleksiyon hazırlıyordu. Kendi hayalinde yarattığı kişiyi yaşayabilmek, geçmişini unutmak ve kendi dünyasında var olabilmeyi sürdürebilmek için üretiyordu.

Chanel moda ve kadın dünyasına yeni bir pencere açar. Aynı zamanda dönemin modern, yenilikçi, dinamik ve özgür düşünce yapısının temsili olur. Beraberinde özgür düşünmeyi, eşitliği ve kadın giysisinde konformizmi getirir.

---

66 Morini s.107



**Resim 60:** Coco Chanel Chanel Chanel moda evinin merdivenlerinden görüntü<sup>67</sup>

---

67 Baudot s,52.

Yapılandırılan ve teknolojinin getirdiği yenilikler bir dönemin başlangıcını oluşturur. Chanel modada farklı düşüncenin öncüsüdür. Moda tarihinde algıyı genişleten hareketin temsilcisidir.

## **2.5 Moda tasarımında Stil Anlamında Görsel Bellek**

Tarihte ilk defa bir tasarımcı ile özdeşleşen görsel bellek içerisinde yer edinmiş stil olarak Chanel kabul edilir. Görsel kimlik ve imge algılamasında çok önemli bir referans noktasıdır. Bütünü ile Chanel görsel bir kimliktir.

## **2.6 Tasarımcılar ve Tarihte Bıraktığı İzler**

Christian Dior hariç birçok moda tasarımcısı bu süreçte çok farklı, yenilikçi, sanatsal eserler vermişlerdir.

Bunlardan bir Madeleine Vionnet'tir. 1876- 1975 yılları arasında İngiltere'de doğmuş Paris'te yaşamış ve mimari yapı düşüncesi ile tasarımlar üretmiş önemli kadın moda tasarımcısıdır.

Tarihte ilk defa minik manken kullanarak çalışmalarını gerçekleştiren tasarımcıdır. Bu manken doğru oranlarla küçültülmüştür. Üzerinde çalışılan tasarımlar orantılı bir şekilde büyütüldüğünde gerçek boyutlarıyla giysi olarak hayat bulur.

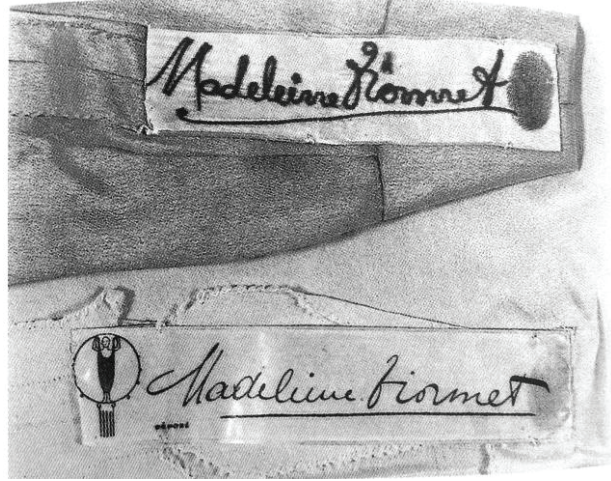
Sanat ve sanatçılara yakın duran, sanat eserlerini giysilerinde yorumlayarak kullanan tasarımcı olarak anılmıştır.



**Resim 61** :Madeleine Vionnet (1876 -1975) Minik manken üzerinde çalışma yaparken<sup>68</sup>

---

68 Betty Kirke, **Madeleine Vionnet** , 1. Basım,California, San Francisco,Chronicle Books,1998,s,72.



**Resim 62:** Madeleine Vionnet parmak izi bulunan etiket tasarımı<sup>69</sup>



**Resim 63:** İkili takım elbise Madeleine Vionnet tasarımını<sup>70</sup>

---

69 Kirke , s, 92 .  
69 Kirke, s,98.



**Resim 64:** Madeleine Vionnet gece elbisesi 1934 yılında Hoyningen – Huene tarafından fotoğraflanmıştır<sup>71</sup>

---

70 Kirke s,98.



**Resim 65** :1921 yılında bale ve danstan esinlenerek kumaşın verevi kullanarak, kesim yapmadan oluşturduğu tasarımlar.<sup>72</sup>

Vionnet dikiş kullanmadan yunan heykellerinde bulunan formları giysiye aktarabilmek için jarse kumaş kullanarak biçimlendirmiştir. Giysilerinde heykelsi duruşu tam olarak yansıtip gerçekleştirdiği çalışmalarıdır. Moda tarihine farklı bir bakış açısı getirir.

---

<sup>72</sup> Kirke ,s,88.



**Resim 66** : Mme. Robert Lazard ve Cadallero de Bedoya, mücevheri en iyi gösteren siyah Vionnet elbiseleri ile <sup>73</sup>



**Resim 67:** Madeleine Vionnet, Dress, summer 1937, collection Les Arts Décoratifs, U.F.A.C<sup>74</sup>

---

<sup>74</sup> <http://www.lesartsdecoratifs.fr/francais/musees/musee-des-arts-decoratifs/actualites/archives> (2015)



**Resim 68 ;** Madeleine Vionnet tasarımı 1925, ipek krep kumaş kayık yaka tekrar eden geometrik yaka <sup>75</sup>

---

<sup>75</sup> <http://www.lesartsdecoratifs.fr/francais/musees/musee-des-arts-decoratifs/actualites/archives> (2015)

## 2.7 Modanın Sanat Unsurları ile Yeni Bir Kavram Oluşturması

Elisa Schiaparelli 1890 -1973 yılları arasında İtalya'da yaşamış özellikle şapkaları ile görsel hafızalarda yer edinmiştir. İtalya'nın önemli avantgarde, yenilikçi, öncü ve modayı sanatsal yaklaşımlarla yorumlayan tasarımcı olarak kabul edilmiştir. Sanatı ve akımlarını, tasarımlarında yeni ve farklı anlayış ile yansıtmıştır. Döneme sanatsal yaklaşımları ile damgasını vuran önemli bir tasarımcı olarak moda tarihine geçmiştir. Koleksiyon anlamında çok çalışması görsel bellekte yer edinmemiştir. Daha çok tekil tasarımları ile sanat eseri değerindeki çalışmaları görsel belleğe yerleşmiştir. Bir akım söz konusu değildir. Tasarımcının günümüze kalan başarısıdır.



**Resim 69;** Elisa Schiaparelli, kış koleksiyonu ve örme ve yaka kazak 1927. Londra, Victoria and Albert Müzesinde sergilenmiştir.<sup>76</sup>

<sup>76</sup> White Palmer, **Elisa Schiaparelli**, 2. Basım, London, Empress of Paris Fashion, Aurum Press, 1986,s 22.



**Resim 70** ; Elisa Schiaparelli ve Salvador Dali ve Jean Cocteau, 1950 yılında Neuilly kentinde.<sup>77</sup>

<sup>77</sup> <http://www.theguardian.com/books/2014/oct/26/elsa-schiaparelli-biography-review-dali-chanel> (2015)



**Resim 71** : Horst P. Horst: Elsa Schiaparelli, c. 1934 tarafından fotoğraflanmıştır.<sup>78</sup>

---

<sup>78</sup> White, s,33.

Avrupa ve İngiltere’de düşünsel ve sanatsal alanlarda reform niteliğinde bir süreç başlar. Bu dönemde gelişen olaylara bağlı olarak moda da yansımaları görülür. Yeni arayışlara girilir. Savaş bütün dünyayı etkilemiştir. Ardından gelen ikinci dünya savaşı ile dünyanın sosyo ekonomik dengeleri değişmiştir.



**Resim 72 :** Elsa Schiaparelli, *L'Officiel* dergisinde ekim sayısında 1937 GeorgeSaad tarafından fotoğraflanmıştır<sup>79</sup>

<sup>79</sup> Elisa Urbanelli, **Schiaparelli & Prada impossible conversations**, 1. Basım The Metropolitan Museum of Art, NewYork, 2012, s,67.



**Resim 73** : Kış koleksiyonu 1936-37 Elsa Schiaparelli tasarımı<sup>80</sup>

---

80 White Palmer, s,88.



**Resim 74** : Elsa Schiaparelli, tasarımı ceket ilkbahar yaz koleksiyonundan 1937. Filadelfia, Philadelphia Museum of Art. (Müzesinde) bulunmaktadır. Keten gri kum rengi gümüş ve lame ipler ile işlenmiş en altında Cocteau'nun imzası nakış ile işlenmiştir.<sup>81</sup>

---

81 White Palmer, s,92.

## 2.8 Moda Dünyasında ve Görsel Bellekte Imge Dönemi

### 2.8.1 Christian Dior



**Resim 75:** Christian Dior TIME derginin kapağında konu olmuştur. 4 Mart 1957<sup>82</sup>

İnsanlık tarihi 1939'dan başlayan 1945 'e kadar bütün ülkeleri içine alan çok kanlı savaşa tanıklık eder. II. Dünya savaşı Fransa, Birleşik Krallık, Sovyetler Birliği. ABD

<sup>82</sup> Françoise Giroud, **Dior Christian Dior 1905 – 1957** 1. Basım, Edition Du Regard, Paris., 1987, s.23.

Müttefik Devletler, Almanya, İtalya, Japonya Mihver Devletler olarak yer alırken birçok tahribata ve göçlere sebep olmuştur. Bu dönem nükleer silahların kullanıldığı, ve Yahudi soykırımının gerçekleştiği bir süreçtir. I. Dünya savaşı yeni bitmiştir. Ardında bıraktığı yorgun ve bitkin toplumlar vardır. Toplumlar henüz daha kendini toparlayamadan 1939 yılında II. Dünya Savaşı başlar. Bu durum insanları iyice yoksullaştırmış ve çökertmiştir.



**Resim 76** Fransa ikinci dünya savaşında Nazilerle anlaşma yapıldığı anda çekilmiş halkın duygularını gösteren çok önemli bir belge<sup>83</sup>. Amerikan dergisi LIFE 3 mart 1941 yılında bu fotoğrafı yayınlamıştır. Fotoraftaki kişinin Jerome Barzetti olduğu tespit edilmiştir.

<sup>83</sup> <http://rarehistoricalphotos.com/frenchman-crying-nazi-occupation-france-1940/> (2015)

Bu süreç içerisinde insanlar savaş olmayan bölgelere doğru hızla göç etmeye başlamışlardır. Bunların başında Amerika Birleşik Devletleri bulunmaktadır. Özellikle sanatçıların, yazarların, edebiyatçıların aralarında sayıca çok olduğu bilinen beyin göçü başlamıştır. Hızla ülkelerini terk etmektedirler. I dünya savaşı sonrasında ve ardından başlayan II. Dünya savaşı ile daha yoğunlaşmıştır.



**Resim 77** : İkinci Dünya savaşında Kadın ve çocukların durumundan bir belge25  
agustos 1944.<sup>84</sup>

<sup>84</sup> <http://www.gettyimages.it/detail/fotografie-di-cronaca/> (2015)



**Resim 78 ;** İkinci dünya savaşında ekmek fırının önünden çekilen bir fotoğraf. Kadınların ve insanların ruh halini anlatan bir belge.<sup>85</sup>

Ancak Fransa bu süreç içerisinde bir önceki dönemde yarattığı görkemli, zengin, coşkulu, entelektüel birikiminin sonuçlarını bütün şartlara rağmen devam ettirmektedir. Geçmiş tarihlerde yaşanan devrimlere inancı ve gücü ile Fransa bir şekilde ayakta kalamaya devam eder. Ekonomisi her ne kadar savaştan dolayı zarar görmüş ise de moda ve üretimi ekonomi platformunu ayakta tutan az sayıdaki sektörlerden bir tanesi idi.

Aynı zamanda sanat platformunda da sanatçıların ülkeyi terk etmediği üretmeye devam ettiği görülür.

<sup>85</sup> <http://www.gettyimages.it/detail/> (2015)

Pablo Picasso (Ressam 1881 -1973)

Georges Braque (Ressam 1882-1963 )

Jean – Paul Sartre (Filozof, Varoluşçu, Yazar 1905 -1980 )

Simone De Beauvoir (Yazar, Filozof 1908- 1986 )

Albert Camus (Yazar , Varoluşçu, Filozof, 1913- 1960 )

Maurice- Merleau –Ponty (Felsefeci ,1900 Fransız fenomenoloji üzerine ve Varoluşçuluk 1908 -1961)

Raymond Aron (Sosyolog, filozof 1905 -1983)

Fernand Leger (Ressam 1881 -1955)

Raymond Radiguet (Sair, yazar 1903- 1923)

Jean Cocteau (Film yönetmeni, şair, yazar,1889 -1963 )

Darius Milhaud (kompozitör, müzisyen, öğretmen, jazz müziği alanında çok etkili olmuştur. 1892 -1974),

Andre Breton (gerçeküstücülüğün kurucusu yazar şair 1896- 1966)

Louis Aragon (siyasal eylemci, komünist, şair, yazar 1897- 1982)

Andre Derain (ressam 1880-1954 )

Charles\_Edouard Jeannet –Gris Le Corbusier (Mimar, kent planlayıcısı, ressam yazar 1887 -1965)

Fransa'nın entelektüel yapısı savaşa rağmen varlığını korur.

II. Dünya savaşı sonrasında Avrupa’da oluşan kayıplardan dolayı insanlar gelecek kaygısı ile göç etmeye başlar. Özellikle sanatçıların Amerika’ya göç etmesi ile sanatın yerleşkesinin yeni adresi oluşur.

Christian Dior markası Avrupa’nın kayıp ve çöküntülerini yaşadığı dönemde yaratılır. Dior geleneksel burjuva aile yapısından gelir. Sanata çok meraklıdır. Bu merakı ve ilgisinden ötürü arkadaş çevresini de hayranlıkla izlediği sanatçılardan oluşturur. Bu dostlukları sayesinde sanat Dior’un hayatının bir parçası olur. Daha sonrasında bir sanat galerisi kurar. Bu dönemde yaptığı moda illüstrasyonlarını ve eskizlerini çevresi ile paylaşmaya başlar. İlgi çeker ve çok beğenilir. Balmain’in baş tasarımcısı olduğu Lucien Lelong’un ekibine katılır. Böylelikle sanat galerisini bırakır ve moda dünyasına giriş yapar. Çalışma süresince edindiği modelistlik deneyimleri ve başarısı onu başka bir vizyona doğru yönelmesini sağlar. Christian Dior dostlarına kendi yaratmak istediği modelleri ve tasarım dünyasını paylaşır. Fikirlerini ve çalışmalarını beğenirler. Onu yatırımcı Boussac ile tanıştırlar. Bu şekilde Christian Dior moda evinin ilk adımları atılır. Christian Dior’un sanata olan merakı onun moda tasarımındaki başarısına çok büyük bir katkı sağlar.

İlk defile ve ilk koleksiyon 1947 yılında gerçekleştirilir. Yeni görünüm adını verdiği devrim yaratan New Look’u sunar. New Look, 19. yüzyılın ikinci yarısının zerafetini ve inceliğini, 18.yüzyılın da tarz unsurlarının (gusto’sunun) birleşiminden ilham alınarak oluşturulmuştur. Unutulmuş kadın bedenini tekrardan ortaya koyan bir tavrı vardır. Kabarık etekler ve korse ile ince bellerin ortaya çıkmasını ve vurgulanmasını sağlar. 17. ve 18. yüzyıldan romantik, kadınsı (feminen) çizgiyi alarak Dior silüetini yaratır. Oluşturduğu silüet ve tasarımlar ile kadınları unutulan feminen duygusuna geri çağırarak ister. Onlara adeta değerlerini geri kazandırmayı düşlemiştir. Kadın bedenini vurgulayan hatlar savaş döneminde unutulmuş ve gerektiği kadar giyinilmiştir. Dior ise durumu fark edip çok aykırı bir davranış ile kadınlara unutulmuş feminen ve romantik özelliklerini ortaya çıkarmayı hedeflemiştir.

Yoksulluktan dolayı insanlar hayatta kalma mücadelesi ve duygusu ile herşeyi temkinli kullanmaktadırlar. Dior özellikle kadınları bu duygudan uzaklaştırmak düşüncesi ile tasarımlarında tam aksine bol miktarda kumaş kullanmaktan hiç kaçınmamıştır. Savaş sonrasında yaptığı çalışmaların tanıtımı sırasında *“Avrupa o kadar çok bomba görmüştür ki bu durumdan ötürü çok yorulmuştur. Bu yeni silüetin kadınlara güzel duygular uyandırmasını ümid ediyorum. Havai fişek duygusuna geri dönülmesini hayal ediyorum”* sözleri ile betimlemiştir.

Bu koleksiyonun ardından basının ilgi odağı olur. Hakkında manşet haberler yaparlar. Bunların arasında Carmel Snow’un tanımlaması New Look, Yeni Görünüm, hemen herkes tarafından kabul görür.



**Resim 79:** Elisabeth (Sissi) Avusturya İmparatoriçesi olarak 1867 yılında da Macaristan Kraliçesi olur. <sup>86</sup>

<sup>86</sup> <http://www.giornalettismo.com/archives/552281/in-ricordo-della-principessa-sissi/> (2015)



**Resim 80:** Macar Kraliçesi Elizabeth Wittelsbach 1870<sup>87</sup>

Dior dönemi bütün dünyada kabul görür. İnsanları mıknatıs gibi kendine çekmeyi başaran bu yeni görünüm yeni yaşam biçimi ve giyinme stilini oluşturur. Bu görünüm görsel belleğe kazınır. İkonik bir ifade biçimine dönüşür.

<sup>87</sup> <http://www.alon.hu/megujul-beccsi-sissi-muzeum> (2015)



**Resim 81:** Maria Eva Duarte de Perón (7 Mayıs 1919 – 26 Temmuz 1952 yılları arasında yaşamış) Arjantin Başkanının Eşi , Christian Dior Gece elbisesi ile<sup>88</sup>

88 <http://fashiongraphic.com/le-hablo-al-pueblo-vestida-por-dior/> (2015)



**Resim 82:** Dior Gelinlik 1949/1950 Paris Mus e Christian Dior <sup>89</sup>

Fidelite<sup>90</sup> (sadakət) modeli 1987 yılında tekrardan elden geçirilip düzeltmeleri yapılmıştır.

---

<sup>89</sup> Giroud ,s.43.

<sup>89</sup> [http://www.dior.com/couture/it\\_it/la-maison-dior/mostre](http://www.dior.com/couture/it_it/la-maison-dior/mostre) (2015)



**Resim 83:** 1900 yıllarında başında kadınların giyim tercihlerini gösteren bir fotoğraf,<sup>91</sup>

---

<sup>91</sup> <http://alwaysinfo.co.uk/images/i/1900/20> (2015)



**Resim 84** : Christian Dior 1947, Giysi modelinin adı BAR 'dır.<sup>92</sup>

Paris Musee de la Mode et du Textile müzesinde UFAC koleksiyonunda korunmakta ve sergilenmektedir. Bu yeni görünüm giyim stilleri içersinde çok önemli bir yer alır.

“ New Look ” yeni görünüm, görsel bellek ve moda tarihi için çok önemli referans noktası ve ilham konusu olur.

---

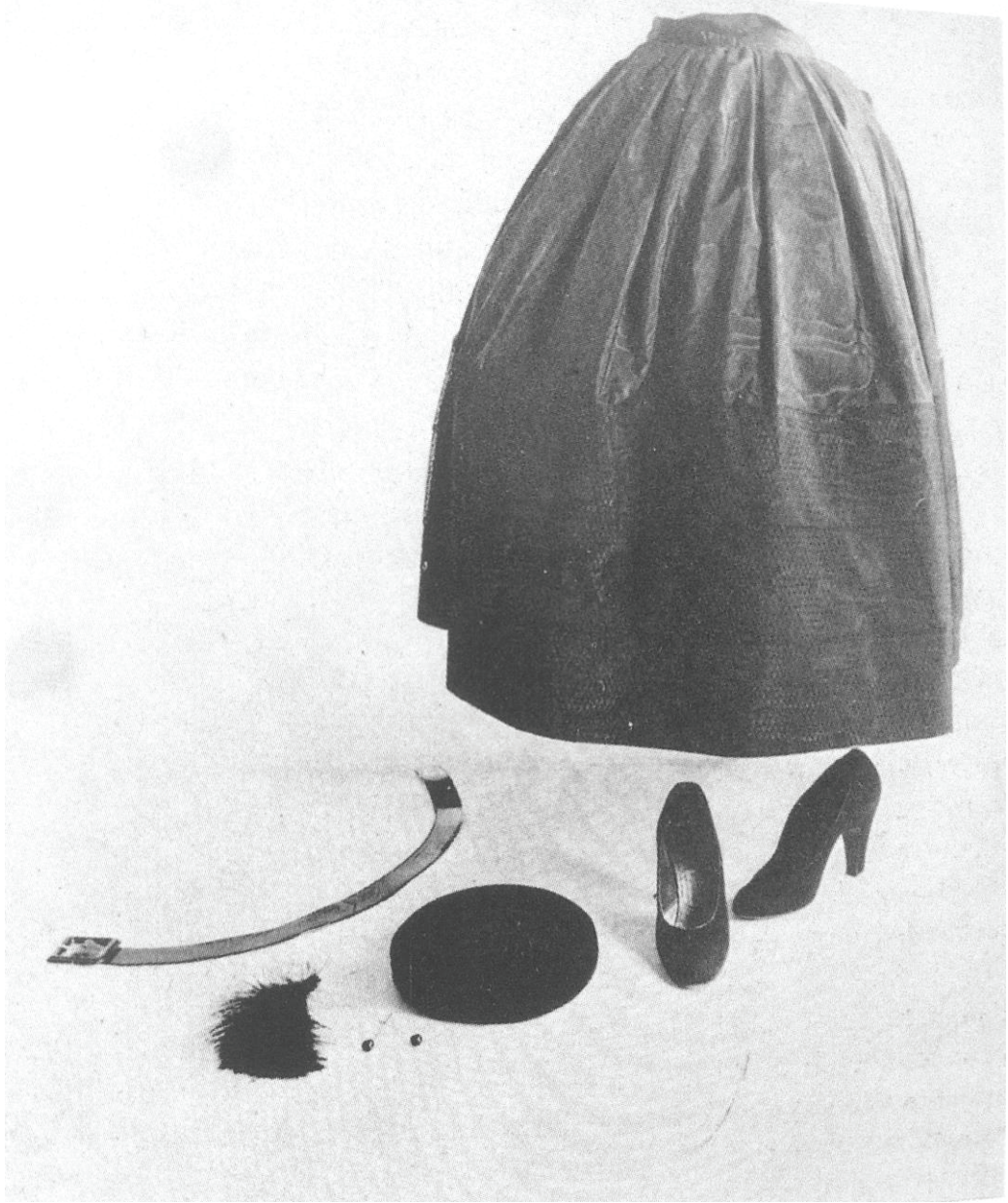
92 Giroud, s,67.



**Resim 85 :** Diorama Modeli 1947- 1948 Sonbahar kış koleksiyonu, Erwin Blumenfeld fotoğraf sanatçısı tarafından çekilmiştir.<sup>93</sup>

---

93 Giroud s. 53



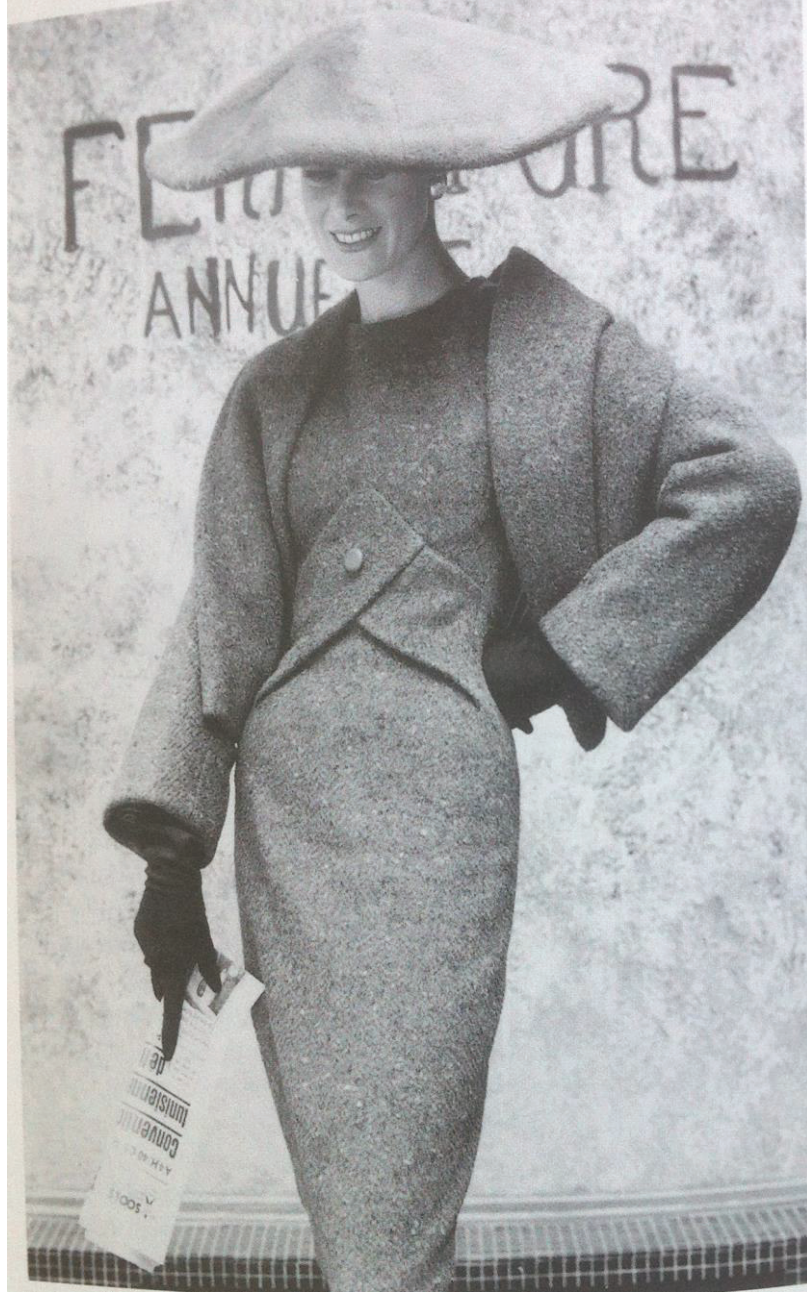
**Resim 86 :** Christian Dior'un yarattığı New Look silüetinin giysi unsurları .<sup>94</sup>

1947 yılında Vogue dergisinin ekim ve kasım sayısında Point de vue<sup>95</sup> konu başlığı ile yayınlanmıştır.

---

94 Morini, s,223.

94 Point de Vue ; Bakış açısı



**Resim 87** : Christian Dior, tasarımın adı ; ” Blue de Perse “ (İran Mavisi) 1955/56 sonbahar, kış koleksiyonundan (Regina Relang tarafından fotoğraflanmıştır) Vücuda oturan bir formu ile Tweet kumaştan dikilmiş tayyördür. Yuvarlak yakası ve yüksek bel algısını yaratabilmek amacı ile yalancı kemer eklenmiş ve bir düğme ile sabitlenmiştir. İki ayrı parçadan oluşur. Üst mantosu çıkarılabilir <sup>96</sup>

---

96 Morini. s.185



**Resim 88** ;Schuman Modeli İlkbahar yaz koleksiyonundan Willy Maywald tarafından fotoğraflanmıştır.<sup>97</sup>

*“Schuman modelinin tek bir amacı vardır. Bir kadının, güzel ve ışıklı kılabilmenin görselliğini, yakalayabilmektir. Bundan dolayı bu koleksiyondaki modellere müzisyenlerin adını verdik. Müzik gibi elle tutulamayan ama hissedilen, duyumsanan güçlü ve narin yapısını yaşatmak istedik.”<sup>98</sup>*

Dior rüya koleksiyonunu bu tanımlama ile betimler.

---

<sup>97</sup> Giroud s. 187,



**Resim 89** ; 1950 yılında Christian Dior, modelleri ile beraber koleksiyon tanıtımından sonra<sup>99</sup>

Christian Dior yaptığı işi “Yaşadığımız Makine Devrinde giysi ve (dress maker) moda tasarımı yapmak insanların kendini güvende, kendisine ait ve eşsiz olduğunu fark etmesini sağlayan tek çalışma alanıdır.”<sup>100</sup> diye tanımlar.

---

99 Morini, s.185,

99 [http://www.dior.com/couture/it\\_it/la-maison-dior/mostre](http://www.dior.com/couture/it_it/la-maison-dior/mostre) (2015)



**Resim 90** : 1947 yılında ilk Dior 'u kurduğu ve açılışının olduğu gün Christian Dior ş<sup>101</sup>

Basında yarattığı etki ile Amerikan sinema sanatçıları Dior markasını tanırlar. Rüya kadını gerçekleştiren tasarımcının koleksiyonları tercih sebebi olur.

Sinema, iletişim ve insanları etkileme bakımından çok güçlü bir araçtır. Bu dönem sinema sanatçılarının Dior tercih etmesi ile bütün dünyada New Look kavramının bir anda herkese ulaşmasını sağlamıştır. Sinemanın etkisi ve basın yayın organları ile Amerika'nın yarattığı yeni yaşam biçimi herkeste merak uyandırmış ve yaşamayı arzuladığı hayat şekli olmuştur.

---

101 Dior Vakfı

101 [http://www.dior.com/couture/it\\_it/la-maison-dior/le-storie-dior](http://www.dior.com/couture/it_it/la-maison-dior/le-storie-dior) (2015)



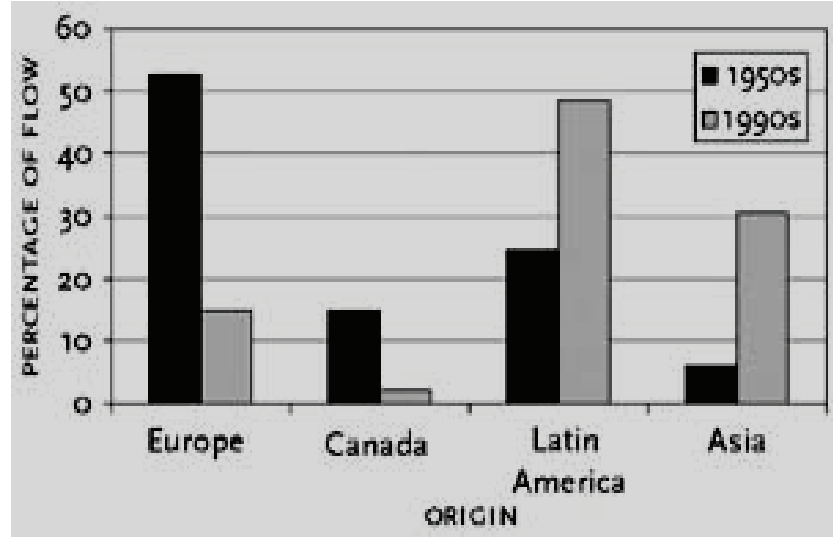
**Resim 91:** Grace Kelly Dior tasarımı ile 1954 yılında George Seaton'ın yönetmenliğini yaptığı "The Country Girl" <sup>102</sup>1954 <sup>103</sup> filminden bir kare.

Avrupa'nın, Amerikan kültürü ve alışkanlıkları ile tanışması, savaş döneminde gelen Amerikan askerleri ile gerçekleşir. Avrupa bu yeni ürünleri beğenir ve ilgi gösterir. Ürünlere taleplerin artması ile ticaret gelişir. Avrupa, Amerikanın sinema dışında diğer ürünlerini talep etmesi ile kültürler arası köprüler kurulur.

<sup>103</sup> The Country Girl ; İngilizce olup Kasaba Kızı olarak Türkçeye tercümesidir.

<sup>103</sup> <http://clothesonfilm.com/grace-kelly-paris-dress-in-rear-window/693/> (2015)

Savaşın yarattığı sorunlardan kaynaklı yoksulluk, ölüm korkusu ve gelecek kaygısı gibi önemli konular Amerika'nın Avrupa'dan göç almasına sebep olur. Bu göçler sayesinde Amerika gerek sanat gerekse bilim alanında çok ilerler.



**Resim 92:** Amerika'nın yıllara ve milliyetlerine göre aldığı göç tablosu<sup>104</sup>

Bu dönemde Amerika'da gençler çok önemli atılımlarla kendi kimliklerini farklı yollardan ifade etmeye başladılar. Bunların başında müzik ve dans gelir. Özgür ifadenin simgesi olur. Sinema ve televizyonun iletişim gücü ile gençlik hareketleri ve müzik yaygınlaşmaya, farklı kitlelere ulaşmaya başlar. Müzik kültürler arası güçlü etkileşimler yaratır. Farklı dillerdeki insanların aynı şarkıda buluşması önemli bir dönemin başlangıcı olur. Bu şekilde müzik aynı duygu ve düşünceleri paylaşanların ortak dili olur. Bunların başında rock-n-roll, jazz gibi yeni müzik akımları gelir.

Amerika'da yine aynı dönemde teknolojik gelişmeler birçok sektöre yenilikler sağlar. Çamaşır makineleri, arabalar, çeşitli robotlar, hazır yiyecekler, deterjanlar, sabunlar... gibi bir çok farklı ürün grupları gelişir. Bilim ve gıda alanda yenilikler yapılır. Bu ürünlerin tanıtımları kitlesel iletişimi sağlayan dergi, gazete, televizyon ve afişler ile gerçekleştirilir.

104 Borjas. George.J, "Heaven'sDoor", *Immigration Policy and American Economy*, 1999  
<http://www.hks.harvard.edu/fs/gborjas/> <http://press.princeton.edu/titles/6677.html> (2015)

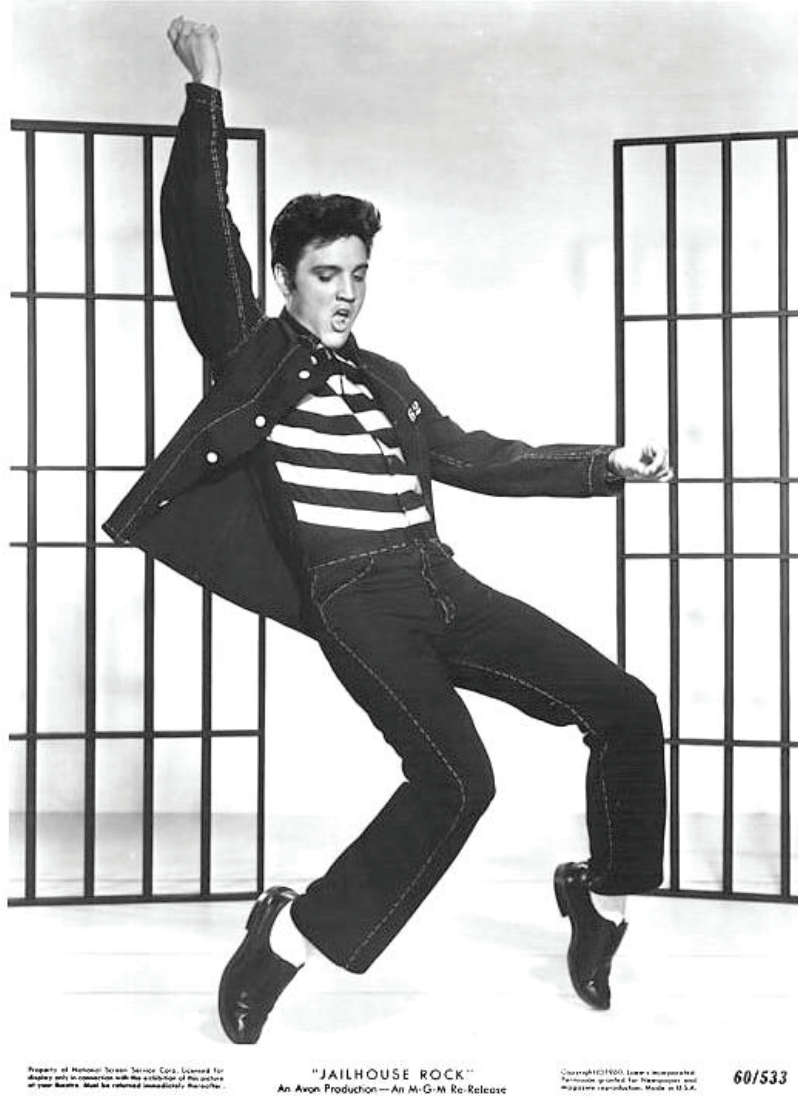
Yenilikleri ve yeni stil yaşam biçimini en güzel görsel betimleyen ünlü Fransız yönetmen Jacques Tati'nin “*Mon Oncle*“ filmidir.

Kitleleri etkileyen olaylar görsel bellek oluşumunu yaratır. Aynı anda aynı konudan dil farkı olmaksızın iletişim sağlanır. Özellikle film endüstrisi Amerika ve Avrupa arasında çok güçlü görsel köprüler kurmayı başarır.



**Resim 93:** Jacques Tati yönetmenliğinde 1958 yılında Fransa İtalya ortak yapımı “*Mon Oncle*<sup>105</sup>“ filminden görüntüler. <sup>106</sup>

<sup>105</sup> Mon Oncle Fransızca olup benim Amcam olarak Türkçeye tercüme edilmiştir.



**Resim 94:** Elvis Aaron Presley , Kral lakabı ile 1967 -1973 yılları arasında yaşamış Rock'n Roll efsanesidir.<sup>107</sup>

Rock'n Roll dünya tarihinde müzik alanında devrim yaratır. Kùltürler arası köprünün en önemli temsilidir.

Yaşam şeklinin hızla yayılarak değişmesi giysi seçimlerini de etkiler. Bu dönem gerek form gerek renk armonisi ile tasarım alanında çok büyük değişikliklere neden olur. Tasarım dünyası hareketlenir. Gündelik yaşam içersinde kullanılan her üründe yeni tasarım çalışmaları görülür.

106 [http://www.dvdbeaver.com/film/dvdreviews16/mon\\_oncle\\_dvd\\_review.htm](http://www.dvdbeaver.com/film/dvdreviews16/mon_oncle_dvd_review.htm) (2015)

107 [http://en.wikipedia.org/wiki/Elvis\\_Presley](http://en.wikipedia.org/wiki/Elvis_Presley) (2015)

Bu durum farklı milletlere kùltürlere kadar ulaşır. Görsel belleklerde önemli bir dönemin göstergesi olduğunu kanıtlar. Halen günümüzde tasarım alanında dönemden alıntılar yapılarak farklı uyarlamalar ile sıkça kullanıldığı görülür.



**Resim 95 :** Louis Armstrong 1901 – 1971 yılları arasında yaşamış jazz müzisyeni <sup>108</sup>



**Resim 96:** Ford marka Thunderbird model yıl 1957 <sup>109</sup>

108 <http://www.limusicHalloffame.org/project/louis-armstrong/> (2015)

108 [http://www.oldcarbroschures.com/static/NA/Ford\\_Thunderbird/1957\\_Ford\\_Thunderbird](http://www.oldcarbroschures.com/static/NA/Ford_Thunderbird/1957_Ford_Thunderbird) (2015)

Thunderbird sinema ve Amerikan kültürünün en önemli araba tasarımıdır. Görsel belleklerde imgesi çok güçlüdür. Günümüzde tasarım alanında ikon değerinde ve sıkça ilham alınan konudur.



**Resim 97:** Prada 2012 ilkbahar yaz koleksiyonundan çanta ve ayakkabı<sup>110</sup>

110 <http://www.style.com/slideshows/fashion-shows/spring-2012-ready-to-wear/prada/collection/17> (2015)



Resim 98: 1963 yılı Amerikan dergisinde yayınlanan Campbell hazır çorba reklamı<sup>111</sup>

Yeni ürünler yaşam şekli ve davranış biçimlerini etkiler. Hazır yiyecek ve içecekler, yeni ev aletleri robotlar, temizlik alanında geliştirilen deterjanlar... gibi günlük hayatta kullanılan bütün ürünler insan hayatında çok önemli görsel algı değişikliklerine neden olurlar. Yeniliklere ve değişime büyük ilgi oluşur. Kitlelerin taleplerine cevap verecek sektörler yaratılır. Bu yeni yaratım aynı zamanda yeni dünya sistemine geçişi oluşturur. Bu yeni dünya ile görsel bellek imgelerinin temelleri yaratılır. Bu imgelerden önemli bir tanesi sanat akımı olan Pop Art'tır. Tasarım alanında bugün en çok kullanılan ilham kaynaklarındandır.

111 <https://www.etsy.com/listing/223320788/vintage-campbells-soup-ad-1963-food?ref=market> (2015)

## 2.9 Moda Dünyasında “ Made in Italy” Oluşumu

Amerika'nın İtalya'ya duyduğu turizm ve kültür hayranlığı, film endüstrisinin de ilgisini çeker. İtalya, Amerika'lılar için önemli doğal plato olmasının yanı sıra Roma'da kurulan sinema platosu olan “cine citta” çekimler için paha biçilmez bir imkandır. Doğal plato ve sinema platolarının bir arada aynı ülkede bulunması önemli bir zenginlik ve kolaylık sağlar.

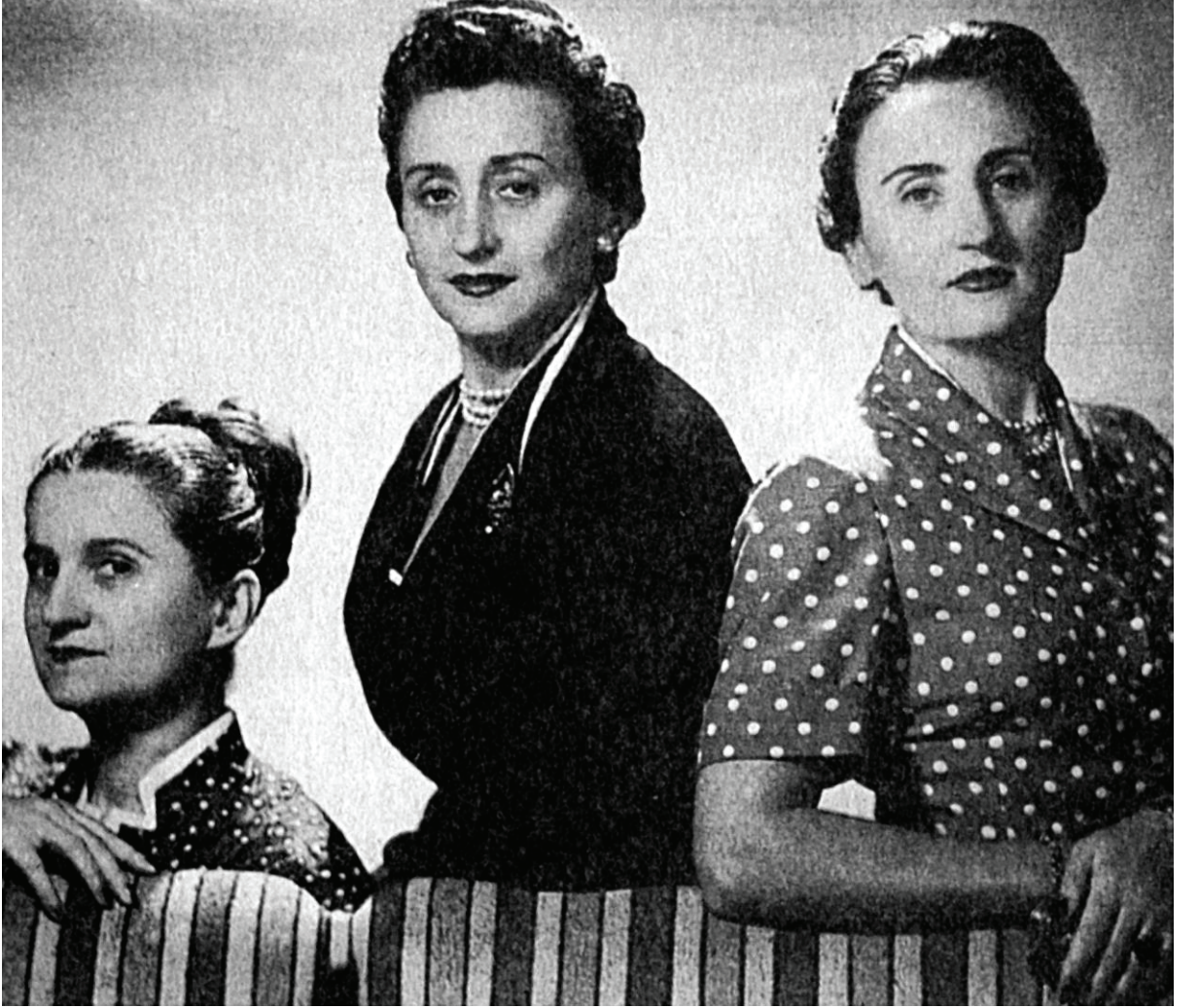
Amerikan sineması İtalya'nın sanatından ve doğal turizminden çok etkilenir. Masalsı Akdeniz'in sanat ile iç içe görüntüleri ve platonun varlığı ile çekimlerin neredeyse tamamını İtalya'da gerçekleştirir.

Aktör ve aktrislerin medyada göz önünde bulunmasından dolayı çekimler sırasında fotğraflanan ve haber olan sanatçılar beraberinde İtalya'yı da gündeme getirirler. Sinema hayaller dünyasına çağırışım yapar. İnsanlar üzerinde çok etkilidir. İnsanların hayal ve ümit etmeye ihtiyaçları vardır. İtalya için sinema çok önemli bir fırsat olur. Kendilerini birçok farklı alanda geliştirebilecekleri ve ekonomik olarak kalkındırabilecekleri bir çalışma alanları oluşur. Bunlar; kostüm, sinema, turizm, müzik, sanat ve giysi gibi sektörlerdir. İş ve istihdam sağlanır.

Film endüstrisi ve turizm trafiği içersinde Amerikan aktör ve aktrisler, İtalyanların sanatından ve zanaatından etkilenerak kostüm uygulamalarını Roma atölyelerinde dikilmesi için siparişler vermeye başlarlar. Roma'da bulunan terziler için büyük bir fırsat olur. Terzilerin yanısıra dikim evlerine de ihtiyaç duyulur. Bu fırsat çok önemli ekonomik kaynak oluşturur. Bu sırada çalışan üç kızkardeş Fontane Kardeşler bu konuda en başarılı ve yetenekli bilinen terzilerdir. Fontana kız kardeşler, Amerikan aktrislerine diktikleri elbiseler ile dünyanın her yerinde isimleri duyulmaya başlar. Bu beraberinde İtalya'nın da tanınması anlamına gelmektedir. Kostüm ve moda dikim evlerinin yeni gözde adresi Roma şehri olur. Böylelikle başlayan bu hareket çok önemli bir sektörün ülkeye ve ekonomiye kazanımı olur.

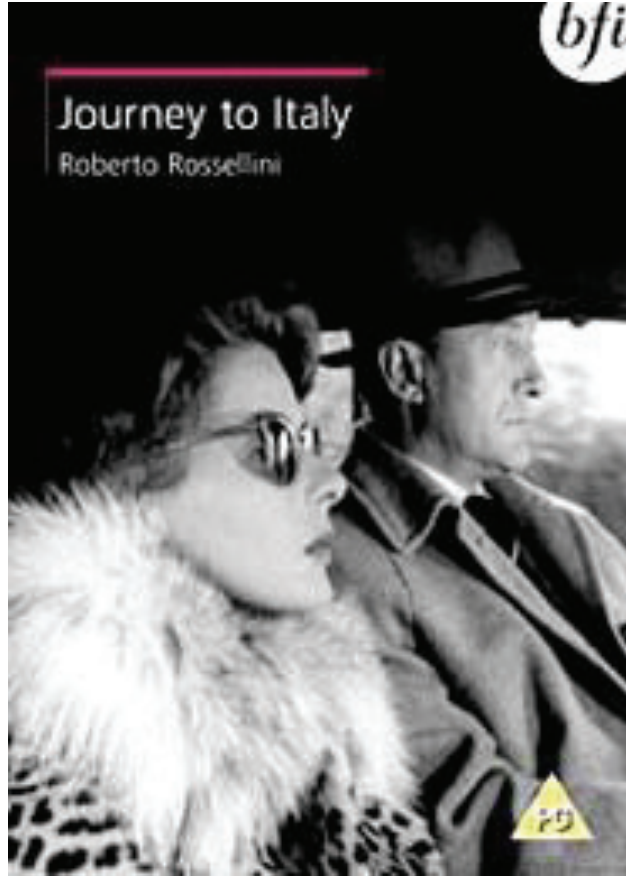
Sinema, çok güçlü kitlesel iletişim kanalıdır. Amerika ve İtalya'nın ilk kültürel iletişim köprüsü “ Joerney to Italy “ filmi ile anlaşılır.

Bu film 1954 yılında yönetmenliğini Roberto Rossellini' nin yaptığı baş rollerini Ingrid Bergman ve George Sanders 'in paylastigi ve tamamı neredeyse İtalya 'da geçen bir konu ele alır.



**Resim 99 :** Sorelle Fontane, soldan sağa sırası ile Zoe, Micol, Giovanna Fontana kardeşler 1950<sup>112</sup>

112 <http://www.150anni.it/webi/index.php?s=59&wid=2069> (2015)



**Resim 100** : Joerney to Italy<sup>113</sup> filminin afişı ve kapak çekimi <sup>114</sup>



**Resim 101** : Ingrid Bergman ve George Sanders film karesinden görüntü <sup>115</sup>

113 Joerney to Italy İngilizce olup İtalya günlüğü türkçeye tercümesidir.

114 [http://en.wikipedia.org/wiki/Journey\\_to\\_Italy](http://en.wikipedia.org/wiki/Journey_to_Italy) (2015)



**Resim 102:** Journey to Italy filminden İtalya’da müzeden bir görüntü. İtalya ve sanat ilişkisine dikkat çekilmek istenmiştir.<sup>116</sup>



**Resim 103 :** Ingrid Bergman ve George Sanders İtalya , Venedik’ten görüntü<sup>117</sup>

115 <http://www.thecipher.net/journey-to-italy-reflections/> (2015)

116 <http://www.thecipher.net/journey-to-italy-reflections/> (2015)

İtalya, moda ve giyside yaratıcılık alanında bir çok girişimleri olmasına rağmen 1950 yıllarına ve II. Dünya Savaşına kadar bir ivme, göze çarpan başarı grafiği sergilemez. Bu döneme kadar İtalya'da bulunan terziler ve moda evleri sürekli olarak özellikle Paris'ten gelen modellerin kopyalarını ve çoğaltma siparişlerini dikmişlerdir. Amerikan film sektörü ve aynı zamanda turizm amaçlı seyahatler esnasında kostüm ve iyi kalite zanaatkar moda aksesuarları İtalyan ekonomisine önemli bir hareket sağlar. Roma ve Floransa kostüm, giysi ve dikim alanında hızlı bir ivme kazanır.

1950 yıllarında Star System adı ile ifadelendirilen yıldızlar geçidi sistemi, bir akım yaratır. Bu yaratım kitleler üzerinde çok etkili ve yönlendiricidir. Sinema aktrislerinin özel yaşamı çok önemli bir gündem maddesi ve öykülenme konusu olup yakından takip edilir. Haber niteliğinde değer taşırlar. Beyazperde yıldızlarının giydikleri, yedikleri, içtikleri, seyahatleri ve kullandıkları eşyalar kitleleri ilgilendiren bir konu haline gelir. Bu haberler dergi, gazete ve televizyonlar aracılığı ile kitlelere ulaşır. Aktör ve aktrisler ikonik değerlere sahiptirler. İzleyiciler, onlar gibi giyinmeyi, yaşamayı bir amaç haline getirirler. Beraberinde bir sistem ve tüketim sektörü oluşumunun başlangıcı yaratılır. Bu durumda tercihlerini İtalya için kullanan sinema yıldızları aynı zamanda İtalya'nın önünü açar ve dünyaya tanıtırlar.

Milano'da ise İtalyan aristokrasisi yalınlaştırılmış Paris modasını takip eder. Bunun için siparişler özel terziler tarafından gerçekleştirilir. Milano'nun moda merkezi olması 1980 yıllarından sonra oluşur. Endüstri, ticaret ve en önemlisi basın yayın organlarının merkezi Milano'da bulunur. Farklı tasarım alanlarında gerçekleştirilen özel ürünler basın yayın organları ile kitlelere ulaşmasını sağlarlar.

İletişim araçlarının gücü Milano'yu merkez konumuna getirir.

Moda alanında İtalya'nın yıldızı Amerika ile parlamaya başlar. Yatırımcılar yeni kazanç getirebileceğini düşündükleri alanlara yatırım yapmaya başlarlar. Zanaatkarlara, yüksek kalite dikime, konfeksiyona, kumaşa ve turizm alanlarına yatırım yaparlar.

İtalya sahilleri lüks turizm imgesi ile insanların usunda görsel bellek kazanır.

Bu sahillerde giyilen giysiler öne çıkar. Positano, Portofino, Capri sahilleri İtalya'nın en lüks ve popüler yerleri olur. Sanatçılar görkemli tatil seyahatlerinde alışveriş yaparlar. Seçimleri çok özel tasarım ve yüksek kalite işçiliklerle hazırlanmış ürünler olur. Bunlar lüks yaşamın statü sembolleri haline gelirler. El işi Gucci çantalar, Ferregamo ayakkabılar, sandaletler, Pucci elbise ve eşarplar seçilmiş moda ürünleri grubuna girerler.



**Resim 104 :** Gucci vitrini 1960<sup>118</sup>

118 <http://www.mindfood.com/gallery/gucci-jackie-bag-gallery/> (2015)

117 <https://www.youtube.com/watch?v=5vpT27OBJEY> (2015)



**Resim 105 :** Emilio Pucci ve modeli 1953<sup>119</sup>



**Resim 106:** Salvatore Ferragamo kendi tasarım ayakkabıyı Sophia Loren ‘e takdim ederke

119 <http://europeanafashion.tumblr.com/post/54016062568/printed-cotton-dress-zebrato-motif-1953-c> (2015)

Bu ürünler star sistemi ile kitle iletişim araçları tarafından yayınlandıkça daha önemli, güçlü birer imge niteliğine ve anlamına dönüşür.

Sinema ve Amerikan Dünyası ile oluşturulan sektörün dışında İtalya'da gerçek halk savaş sonrası yoksul düşmüştür. Kendi moda anlayışı ile girişimde bulunması o günkü ekonomik şartlar içersinde olanaksızdır. Kalkınmayı sağlayabilecek tek koşul statü sembollerini oluşturan modellerin üretimine yoğunlaşmaktır.

Bu şartlar altında önemli çıkış noktası; hızlı bir şekilde üretimin mağazalara girmesini sağlamak ve müşteri ile buluşturmadır. Müşteri taleplerini karşılamak ve mevcut ilgiyi kaçırmamaktır.

Üretimi sağlayabilecek girişimcilere ve üreticilere gereksinim duyulur. Ancak bunu güçlü firmalar gerçekleştirebilir. Bunlar İtalya'nın kuzeyinde bulunan kumaş fabrikaları olur.

Bu üretim modeli sırasında önemli sorunlar baş gösterir. Bunlar; bedenlerin standardizasyonu ve kalite sorunudur.

Tüketiciler haute couture<sup>120</sup> 'ün getirdiği yüksek kalite ve dönemin trendler, anlayışında giysiler talep ederler.

Bu talebin değişimini sağlamak ve yeni sistem ile hazırlanan üretime talep oluşturulması ekonominin ivme kazanması anlamına gelmekte idi. Talepler beklenen düzeyde değildir. Girişimleri harekete geçirebilmek için gerekli çalışmalara başlanır.

1947 yılında yapılan Marshall Planın imkanlarını ekonominin kalkınmasına ivme kazandırması düşüncesi ile giyim sektöründe girişimde bulunurlar. Fransız'ların hazırladığı organizasyon ile Amerikan modeli üretim şekline geçerler. Verim alınabilmesi için dağıtım ağı sisteminin kurulması ve reklam dünyasının yaratılması gerekliliği ortaya çıkar.

---

121 Morini. s.224,

Daha fazla kitlelere ulaşması ve toplum üzerinde etkili olması için çalışmalar başlar. Bunun sonucunda 1950 yıllarında özellikle basında güçlü olan Elle, Le Jardin des Mode gibi dergilerde çalışan danışmanlar aracılığı ile insanları hazır giyime yönlendirmek amacı ile reklam ve moda çekim kampanyaları düzenlerler. Bu çalışmalar ile halka yeni görsel algıyı aşılamaaya çalışırlar.

Fransa moda konusunda edindiği engin tecrübesini yeni sistemin uygulanması için çalışmalara başlar. Öncelikle başarı kaydetmiş, donanımlı, bilgili ve orta ölçekli dikim atölyelerini devreye sokar. İşlerin güvenilir bir şekilde hayata geçirilmesini sağlamak için bu atölyelere istihdam ve iş sağlanır. Özellikle yönetimlerin başına Yahudi aileler getirilir.

Üretimler sonuç vermeye başlar. Yeni modellerin çekimleri yapılır. Kadın dergilerinde haber niteliğinde kapak konusu yaratatılır.

Bu yeni sisteme 1949 yılında Weill “pret a porter” adını verir. Dönemin en önemli haberi olarak 1956 yılında Vogue dergisi Ağustos Özel sayısını Pret a porter konusunu yayımlar.

Bütün moda dünyası bu tanımı tereddütsüz kabul eder. Moda sisteminde hazır giyim dönemi başlar. Toplumlar tarafından talepler hızla oluşur.



**Resim 106:** Paris Weill arşivinden 1950 hazır giyimin tanıtımı



**Resim 107:** Vogue 1956 Ağustos sayısı Fransa pret a porter konusuna yer veren sayısı<sup>122</sup>

122 <https://www.pinterest.com/pin/165718461262717176/> (2015)

## 2.10 Gençlik Devrimi ile Moda Endüstrisinin Oluşumu

Moda Endüstrisinin oluşumu, Bon Ton diye tanımlanan, hayal dünyası ile özdeşleşen Dior dönemine karşı gençlerin reddi ile başlayan süreçtir.

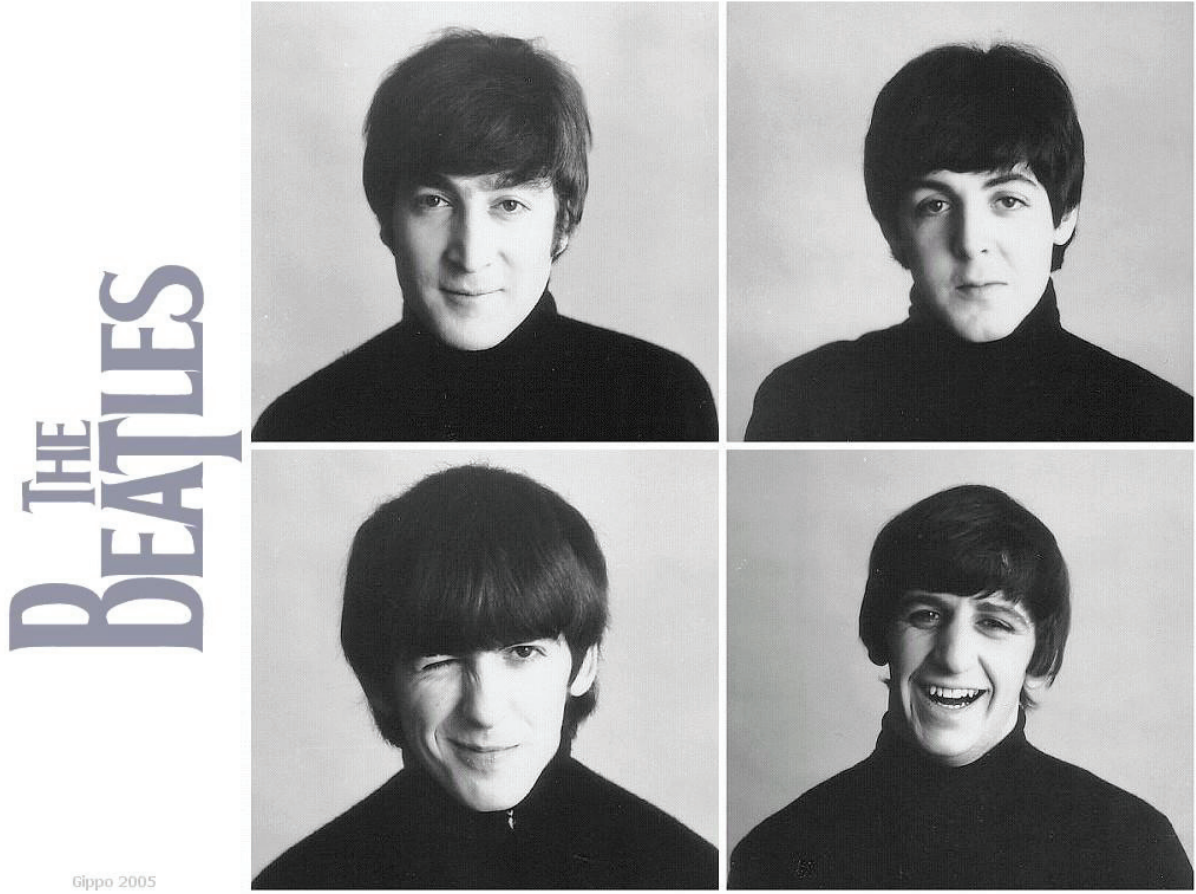
1950 yıllarında dünya üzerinde kitlesel iletişim araçları ile yaratılan rol model olarak Amerika, aynı zamanda savaşa devam etmektedir. Özellikle Vietnam Savaşı 1963 yılından 1973 yılına kadar çok sayıda kayıp vermiş ve karışıklığa sebep olmuştur.



**Resim 108:** Amerikan gençliğinin savaşa karşı protesto eden tavrının belgeleyen fotoğrafı <sup>123</sup>

<sup>123</sup> <http://blog.interexchange.org/career-training-usa/2012/05/10/u-s-involvement-in-the-vietnam-war/> (2015)

Bu acı kayıplar karşısında Amerikan gençliği ve özellikle İngiltere başta olmak üzere bütün bu sisteme karşı gelen, haklarını savunan, yeni ve farklı düşünce yapısına sahip olan barışçıl bir dünya talep eden genç kitleler meydana gelir. Fikirlerini farklı şekillerde savunan gençler birçok alanda değişime sebep olurlar.



**Resim 109** : John Lennon, Paul McCartney , George Harrison ve Ringo Starr 1960 -1970 yılları arasında gençlikte devrim yaratan İngiliz müzik grubu <sup>124</sup>

Özellikle müzik en büyük araç olur. Komünist ve faşist yapılanmalara karşı çıkarlar. Özgürlüğün bireylerin doğal olarak kendi içlerinde olduğunu savunan ancak uygulamaları ile anarşist düşünce tarzından ayrılan, bu yapılanma gerçek yaşamda da hayat bulur. Hippiler ve bu fikirleri savunan, yaşayan her birey ve topluluk bu dönemin önemli görsel belleğini oluşturur.

<sup>124</sup> <http://www.mstarz.com/articles/23234/20131213/beatles-kraftwerk-isley-brothers.htm> (2015)



**Resim 110 : San Francisco Hippie Gencligi 1965<sup>125</sup>**

The Doors, a Band of Angels, Rolling Stones, The Animals, Santana, Faltwood Mac, Led Zeplin, Deep Purple, Commodores, Jethro Tull gibi müzik grupları dönemin büyük kitlelerini peşinden sürüklediği Amerikan müzik gruplarıdır.

Bu müzik grupları ve kitlelerin yaşam seçimleri ile görsel bellek oluşur.

İngiltere’de ise yine aynı amaçlar için ancak farklı imajlar içersinde Beatles, Teddy Boys ve Rockers müzik grupları görülür. Bu gençlik grupları farklı görsel betimlemeler ile döneme gağırışım yapan görsel bellek oluştururlar. Bütün bu müzik grupları imgesel değerler niteliği taşırlar.

Gençler, savundukları özgürlükçü ifade ve insan hakları için ailelerine ve sisteme karşı dururlar. Toplu hareketler ile yeni akım yaratmayı başarırlar. Ailelerinin hayranlık duyduğu yeni modern yaşam biçimi ve değerlerinin tam tersi yönünde hareket ederler.

Gençler, karşı duruşun ifadesini görsel ve biçimsel tavrılarda ararlar.

<sup>125</sup> <https://sites.google.com/site/135botany/home/lect17-psychedelic-fungi-music-fashion> (2015)

**ULTIMATE  
CLASSIC ROCK**

# CLASH OF THE TITANS



**THE ROLLING STONES**  
'LET'S SPEND THE NIGHT TOGETHER'

**VS**



**THE DOORS**  
'LIGHT MY FIRE'

**Resim 111:** Rollings Stone ve The Doors konser afişi <sup>126</sup>

Yeni yaratılan sistemin getirdiği imaja, davranış biçimine, yaşam şekline, çalışma ilkelerine ve düşünce biçimine karşı duruş yaratırlar. Görsel anlamda yaratılan aykırılıklar bugünkü görsel belleği oluşturur. Örneğin bir etek boyu bu yeni sisteme karşı durmak için bir neden olarak kullanılmıştır. Bu döneme kadar kullanılan diz altına gelen etek boyları protesto için abartılı bir şekilde dizin çok üstüne gelen mini etek giyilmiştir. Kadınların giysi biçimlerinde tercih edilen bel oyuntusu yine karşı duruş için neden olarak kullanılmıştır. Bu durumda gençler bu imajı reddetmek için bel oyuntusunu ortadan kaldıran formlarda, giysiler tercih ederler. Onlar masumiyeti ve çocuksu yapıyı savunurlar.

Teknolojinin gelişimi ile giysi ve moda alanında büyük bir devrim yaratılır. Petrolden üretilen, akrilik, naylon gibi yeni ürünler elde edilmeye başlanır. Bu ürünlerden örme giysi, çorap, yağmurluk, çizme..gibi giysiler elde edilir.

<sup>126</sup><http://ultimateclassicrock.com/clash-rolling-stones-do>

Bu gelişmeler yeni arayışların ve formların ortaya çıkmasına neden olur. Yeni malzemeler ile elde edilebilen renkler ve formlar tasarımlara yansır. Beden üzerinde yarattığı farklı bir ruh hali oluşur. Giysinin insan üzerinde etkilerinin görülmesi ile yeni bir anlayış ve yaşam biçimi gelişir.

Uzakdoğunun oryantal desenleri, op art, çizgiler, geometrik desenler, psikodelik form ve renkler, makyaj ve değişik saç modelleri dönemin imajını oluşturan en önemli öğelerdir.



**Resim 112:** Michelangelo Antonioni 'nin yönetmenliğini yaptığı “Blow Up<sup>127</sup>” filminden bir görüntü 1966<sup>128</sup>

- Blow Up İngilizce olup şişirmek olarak Türkçe tercümesidir.
- <http://thefilmstage.com/news/watch-a-feature-length-documentary-on-the-london-that-inspired-blow-up/> (2015)



**Resim 113:** Model Veruscka Von Lehndorff Blow Up filminde fotoğraf çekiminden görüntü<sup>129</sup>



**Resim 114:** Blow Up filminden mankenler ile çekim sırasından görüntü<sup>130</sup>

c. <http://trendland.com/trailer-tuesday-blow-up/> (2015)

d. <http://www.gushmag.it/attraverso-la-lente-blow-di-michelangelo-antonioni-1966/> (2015)

İlk defa sinema alanında moda ile ilgili konuları ele alan “ Blow Up” filmidir. Baş rollerini David Hemmings, Vanessa Redgrave, Jane Birkin, Veruscka Von Lehndorff paylaştığı film, moda dünyasının yarattığı ikon modelleri ortaya çıkarır. Filmin içeriği polisiye olmasına rağmen sahneler sanatsal bir bakışı açısı ve moda dilinin geliştirdiği görsel anlayış ile çekilmiştir. Aynı zamanda görsellerin pekiştirilmesi için bir moda fotoğrafçısının gözünden anlatılır.

Bu film ile sinemada ilk defa , moda dünyasına ait dalları özgürce kullandığı film olur.

Yenilikçi gençlik hareketinin merkezi Londra olur. Müzik, dans, mağazacılık, fotoğraf, sinema ve semtleri ile günümüze güçlü imgeler olarak taşınır.

Li Mary Quant mini eteği, moda dünyasına sokan ilk karakterdir. Mini etek dönemin genç kızlarının büyümek istemediklerinin ve annelerine benzememek için başkaldırısı olarak çok önemli bir imge olur



**Resim 115: Mary Quant<sup>131</sup>**

e. <http://shock.style.it/tag/mary-quant/> (201

Twiggy adı ile bilinen Jean Shrimpton, bu görsel bellek içinde olan önemli ikon karakterdir. Halen koleksiyonlarda görsel kimlik niteliğinde imgesel algılamada güçlü bir ifade olarak kullanılır.



**Resim 116: Twiggy<sup>132</sup>**

Vidal Sassoon saç tasarımında dönemin en önemli imgelerinden birini oluşturur. Bu saç kesiminin adına wedge bob denir. Sassoon geometrik bauhause ekolünden ilham alarak tasarlamıştır. Kadın ve erkeklere uygulanabilen bir modeldir. Sınırları belli, kahkülü bulunan saç kesimidir. Bu kesim ile Vidal Sassoon genç kızlara kullanım rahatlığını düşünerek saç yıkama süresinden ve şekillendirme aşamasından kurtarmak için tasarlamıştır. Bundan böyle kısa saç sadece erkeklere özgü olmaktan çıkar.

<sup>132</sup> <http://pixshark.com/twiggy-body.htm> (2015)

Mia Farrow, Rosemary's Baby albümü için Sassoon'a kestirdiği saç modeli ile büyük kitlelerde bir çığır açmıştır. Bir başka önemli görsel bellek kazanımıdır



**Resim 117 :** Mary Quant ve saç tasarımcısı Vidal Sasson <sup>133</sup>

Gençlik hareketleri pret a porter diye tanımlanan hızlı üretim yapan moda sektörünün kalkınmasını ve ivme kazanmasını sağlamıştır.

---

133 <http://edition.cnn.com/2012/05/09/showbiz/vidal-sassoon-obit/> (2015)



**Resim 118:** Mia Farrow ; Vidal Sasson sac kesimi ile kadına yeni bir bakış açışı getirildi<sup>134</sup>



**PRADA CANDY**  
FLORALE



**Resim 151:** Prada 2015 parfüm reklamlarında kullanılan imge<sup>135</sup>

<sup>134</sup> <http://theredlist.com/wiki-2-24-525-526-656-view-1970s-1-profile-mia-farrow.html> (2015)

## 2.11 Moda Dünyasında Gelecek Olgusunun Yarattığı Fikirler ve Etkileri

Fransa yeni gelişen dünya içersinde oluşumlara farklı bakış açısı ile tasarım alanında yenilikçi bir yaklaşım arayışına girer. Bu yenilikçi hareketin biçimsel ve kavramsal arayışı diğer ülkelerden farklı olarak gelişir.

Sovyetler Birliğinin uzaya mekik göndermesi, Amerika'nın 1969 yılında aya ilk ayak basması ile uzay ve gelecek kavramları oluşur. Bununla beraber teknolojinin gelişimi, petrolden üretilen yeni maddelerin kazanımı ile insanlarda başka bakış açıları ile yeni hayaller gelişir.

Çizgi romanların, geleceğe dair filmlerin, hikayelerin ilham aldığı konular tamamen uzaya ve geleceğe yoğunlaşır. Tasarımlar, mimari yapılar ve projeler uzay ve gelecek kavramlarının biçimsel nitelikleri ile gerçekleştirilir. Bunlardan, Pierre Cardin, Andre Courreges, Paco Rabanne bu akımın öncüleri olarak kabul edilen tasarımcılardır.



**Resim 119:** tasarımcı 1923 Fransa Pau doğumlu Andrè Courrèges çalışmaları

136

135 <http://www.boots.com/en/Prada/> (2015)

136 <http://theredlist.com/wiki-2-23-1249-1257-view-1960s-profile-andre-courreges-3.html> (2015)



**Resim 120:** Andre Courreges tasarımları, Jean Louis Sieff tarafından 1965 yılında fotoğraflanmıştır. Saint Paul de Vence Maeght Fondasiyonuna aittir. <sup>137</sup>

<sup>137</sup> <http://theredlist.com/wiki-2-23-1249-1257-view-1960s-profile-andre-courreges-3.html> (2015)

# pierre cardin

60 ANS DE CRÉATION



Jean-Pascal HESSE

ASSOULINE

**Resim 121** : Pierre Cardin 'in 60 yaratım yılı kitap kapağı<sup>138</sup>

Pierre Cardin 1922 yılında Treviso yakınlarında bulunan Callalta'da dünyaya gelmiştir . İtalyan ve Fransız aile yapısına sahiptir.

<sup>138</sup> <http://www.creativeboysclub.com/pierre-cardin-wants-to-sell-business-for-1-blm-euros> (2015)



Resim 122: Pierre Cardin tasarımları<sup>139</sup>

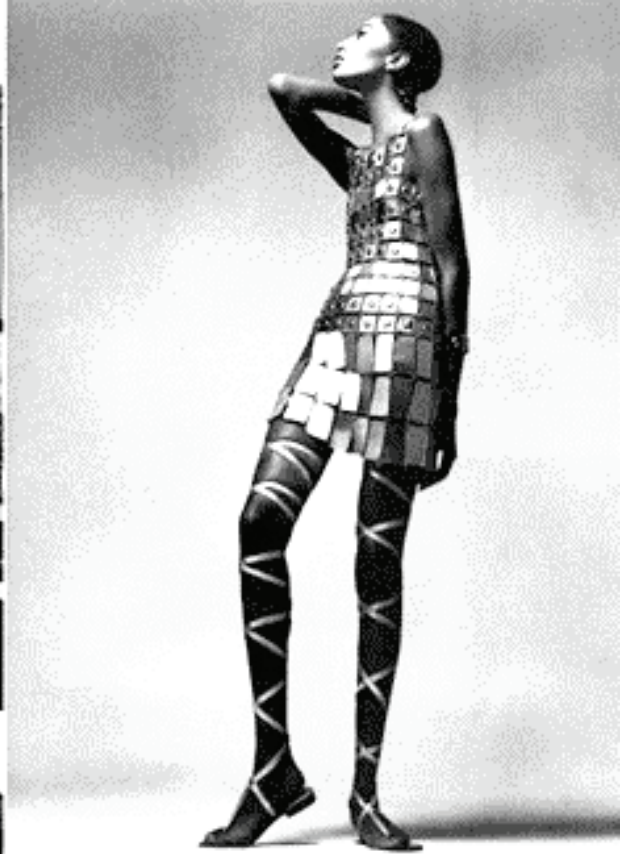
139 <http://theredlist.com/wiki-2-23-1249-1257-view-1960s-profile-pierre-cardin-3.html> (2015)

Paco Rabanne İspanya'nın Basque şehrinde 1934 yılında doğmuştur. Ancak Fransa'da uzun yıllar çalıştığından Fransız tasarımcıları arasında kabul edilmektedir.



**Resim 123** : Paco Rabanne tasarımları “Who you are Polly Magoo” filminden görüntüler<sup>140</sup>

140 [http://stylebubble.co.uk/style\\_bubble/2009/10/metalwarewear.html](http://stylebubble.co.uk/style_bubble/2009/10/metalwarewear.html) (2015)



Resim 124 : Paco Rabanne 1960 defileden görüntüler<sup>141</sup>

141 <http://www.fashionencyclopedia.com/Pi-Ro/Rabanne-Paco.html> (2015)

Who Are You, Polly Magoo<sup>142</sup> 1966 Fransız yapımı bir moda içerikli alternative sinema filmidir. William Klein 'in yönetmenliğinde Pete Moore'ın hazırlamış olduğu moda tarihi açısından çok önemli karakter ve görüntüleri içeren günümüzde halen ilham kaynağı olarak kullanılan bir filmidir.

## 2.12. Dönem Modası İçerisinde İmge Algılamasında Değerlendirme

Kadın silueti Fransa'nın Paris şehrinde androjen<sup>143</sup> yapıda karşımıza çıkar.



**Resim 124** : androjen yapının temsili solda Yves Saint Laurent 1975 erkek takım elbisesi ile sağda ise Andreja Pejic' erkek ancak kadın modeli olarak ( 2015 )günümüzde çekimlerde en tercih edilen manken olarak çalışmaktadır.<sup>144145</sup>

142 Who are you Polly Magoo İngilizce olup Sen kimsin Polly Magoo Türkçe tercümesi olup 1966 yılında çekilmiş bir moda tarihi için önemli bir filmidir.

143 Androjen Türk Dil Kurumunun Büyük Sözlük anlamına göre kelime İngilizce olup Vücudun gelişimi kılların çıkışı,sesin kalınlaşması gibi erkeğe erkeklik özelliklerini kazandıran, testislerden veya adrenal korteksten salgılanan hormonlar veya bunların benzeri bazı sentetik madde.. Androjen moda dilinde cinsiyeti olmayan anlamına gelir.

144 <http://www.demeterclarc.com/2011/02/20/sunday-with-andrej-pejic/> (2015)

145 [http://academic.reed.edu/anthro/adprojects/2011/greaves\\_mercado/BodiesAndClothing%20Analysis.html](http://academic.reed.edu/anthro/adprojects/2011/greaves_mercado/BodiesAndClothing%20Analysis.html) (2015)

Moda tarihinde kadının silueti dönemin gelişmelerine bağlı olarak şekillenir. Kadının toplum içindeki duruşu ile ilgili bir ifade biçimidir. Bu ifadenin görsel anlamda karşılık bulmasıdır. Tarih sürecinde oluşan görsel bellekle beraber biçimler, formlar, renkler imgesel anlam kazanır.

### **2.12.1. Moda Endüstrisi ve Sisteminin Oluşum Sürecinde Toplumda Görsel Kimliklere Etkisi**

Tasarımcılar projenin mimarlarıdır. Gelişen trendler bazında fikirlerini özgürce ifade ederler. Basın ise kitlesel iletişim aracıdır. Moda sektörüne ivme kazandırması için önemli bir katalizördür. Halkın ilgi odağını oluşturur. Hazır giyim ile standart beden ölçüleri geliştirilir. Hızlı tüketime cevap verecek üretim bantları hazırlanır. Markalara hizmet verecek mağazacılık yaratılır. Markalaşmanın algılanması için mağaza zincirleri oluşturulur. Bu çalışma modeli ile moda sistem ve endüstrisi kurulur.

Esnek bir yapıya sahiptir. Dünya olaylarının teknolojik, politik, ekonomik ve sosyal etkileşimlerine bağlı olarak şekillenir. Bu ihtiyaçlar temelinde yapı oluşturulur.

Moda bundan böyle halk tarafından kabul görür. Statü sembolü ve durum belirtkisi amaçlı kullanılır. Sosyolojik, politik ve ekonomik olayların görsel göstergesidir.

Bu dönemde hayat geçirilen yeni teknolojiler aracılığı ile yeni görsel kimlikler oluşur. Başta Fransa ardından İtalya olmak üzere sektörde liderler olarak moda sistemini çok yukarı taşımışlardır.

### 2.12.2. Değerlendirme ve Yöntem Bulgularının Sonuçları

Moda tasarımlarını değerlendirebilmek için tarih, görsel bellek, teknik bilgi ve kavramsal algının bilgisine sahip olmak gereklidir.

Moda tasarımında imgelerin algılanması tarih sürecinde oluşan görsel bilgiler arasında ilişki kurmayı gerektirir. Bu ilişkilendirme hikayelendirmeyi yaratır. Moda tasarımında renklerin, formların, desenlerin ve biçimlerin sanat akımları ile iç içe olduğu gözlemlenir. Bu durumda moda tasarımını sanattan ayrı tutmak mümkün değildir.

Tarih içerisinde edinilen bilgilerin görsel kaynakları çok önemli bir yer tutar. İmgesel ifadenin ve görsel belleğin temellerini atar. Görsel imge algılamasında çok önemli kaynak ve hareket noktası oluşturur.

Moda tasarımında değerlendirme, bulunduğu içeriği ve bütünü göz önüne alınarak yapılmalıdır. Tarihte büyük kitleler üzerinde etkisini göstermiş görsel ifade biçimleri moda anlamında kaynak olarak kullanılır. Hippiler, kızılderililer, '50 Amerikan gençliği..gibi. Moda tasarımında görsel kimlik ve imge algılamasında öznel bilgi toplum ile iletişime geçmediğinden kaynak olarak kabul edilemez. Dolayısıyla görsel bellek için objektif, tarafsız, toplumsal ve bilimsel alanlarda kabul gören ve tanınan kaynaklardan yararlanılması uygun olur.

### 3. İMGE KAVRAMI

#### 3.1. Algı ve Bilgi İlişkisi

Tarihi olaylar ile görsel bellek oluşturulmuştur. Göz ile algılanan her bilgi belleğin verileri olarak depolanır. Göz ile algılanma sırasında koku, tat ve doku gibi farklı duyularımız da harekete geçer. Duyumsama ile ilişkilendirilen veriler görsel imgelerin kavramlarını oluşturur.

Renklerin tanımlaması bunlara en güzel örnektir. Ördekbaşı yeşili, bir ördeğin başından, su yeşili denizden, çimen yeşili çimenden, zümrüt yeşili zümrütten, fıstık yeşili fıstıktan, çağla yeşili çağla meyvasından gibi göz ile algılanan renklerden oluşan isimler ve ifadeleri algılanır. Çağla yeşili baharı, su yeşili ferahlığı ve yazı, fıstık yeşili sıcak yazı, çimen yeşili baharı, zümrüt yeşili zenginliği gibi çağrışımları uyandırır.

İnternette, bir rengin ismi ile tarama yapıldığında o rengi kapsayan bütün görseller karşımıza çıkar. Renkler, göz ile algılanan dünya üzerinde var olan verilerden yola çıkarak adını alır. Tasarım dünyasında çok önemli yer tutar. Bu konuda çalışan renk uzmanları ve kurumlar bulunur. Örneğin Pantone evrensel bir renk kataloğudur. Bu kataloğun gerçekleşmesi için renk üzerine çalışan uzmanlar vardır. Renklerin adları, kodları ve karışımları belirtilir. Adları ise doğadan gözümüz ile algıladıklarımızdır.

Gözümüzle gördüğümüz, varlığını tanıdığımız renkler görsel belleğimizde kelimelere gerek kalmadan anlamlarını yaratırlar. Bu da renklerin ifade gücünü oluşturur. İmgelerini yaratmış olurlar. Renkler insanlarda uyandırdığı duyular ile iletişime geçerler. Moda tasarımında çok önemli bir alandır. Renklerin birbiri ile yanyana geldiklerinde oluşturdukları anlamlar tasarımın önemli bir bölümünü oluşturur.



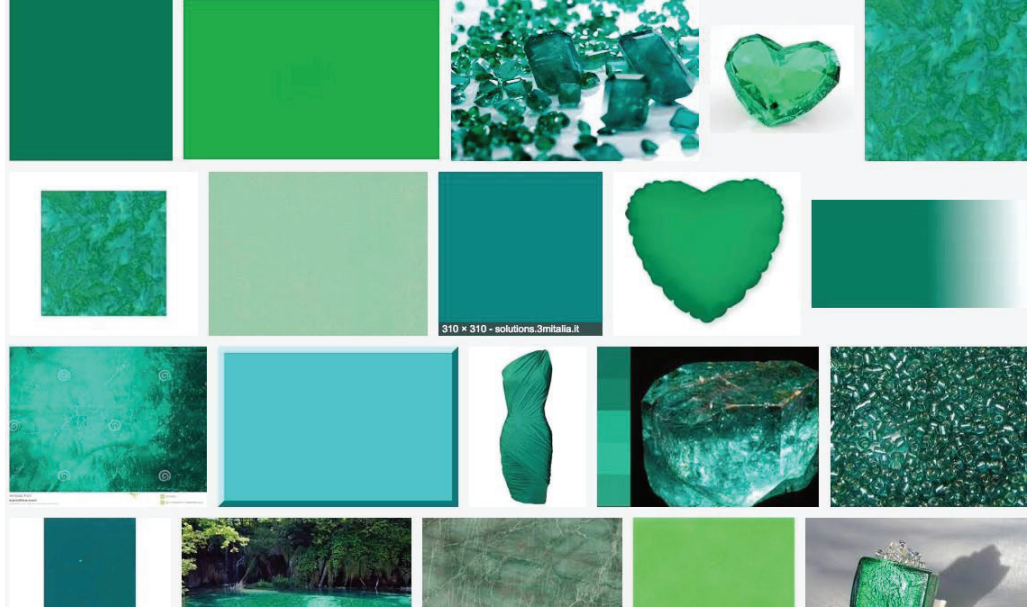
**Resim 125:** Ördek fotoğrafı<sup>146</sup>



**Resim 126:** Çimen görüntüleri, internet çimen yeşili taraması sonucundan ortaya çıkan renk gamı.<sup>147</sup>

146 <http://www.manitowoc.org/index.aspx?NID=906> (2015)

147 <https://www.google.it/search?q=grass+green&clien> (2015)



**Resim 127:** Zümrüt yeşili ve örnekleri internet üzerinde renk adı ile yapılan araştırma sonuçları.<sup>148</sup>



**Resim 128 :** Askeri yeşil ve örnekleri internet üzerinde renk adı ile yapılan araştırma sonuçları.<sup>149</sup>

148 <https://www.google.it/search?q=emerald+green&client> (2015)

Pantone dünyaca kabul edilen grafik ve tekstil için kullanılan renk dilidir.



**Resim 129** : Pantone'nin 2015 yılı için seçtiği renk olarak Marsala rengini ön görüyor.<sup>150</sup>



**Resim 130** : Pantone katalogundan örnek bir sayfa<sup>151</sup>

149 <https://www.google.it/search?q=military+green&client> (2015)

150 <http://www.pantone.com/pages/index.aspx?pg=21167> (2015)

151 <http://www.pantone.com/fashion-home/paper-products> (2015)

### 3.2. İmge Tanımlamaları

İmge kelimesinin türkçe tanımının Büyük Türk Dil Kurumu tarafından yayınladığı sözlükte şu şekilde tanımlanır;

*a.1.Zihinde tasarlanan ve gerçekleşmesi özlenen şey, hayal, hülya*

*2. Genel görünüş, izlenim, imaj:Efsanevi asi kız imgesine, bu imgenin kararlı ödünsüzlüğüne kavuşabilirdi. M.Mungan*

*3. Ruhb.Duyu organlarının dıştan algıladığı bir nesnenin bilincine yansıyan benzeri, hayal, imaj.*

*4.ruh b. Duyularla algılanan, bir uyaran söz konusu olmaksızın bilinçte beliren nesne ve olaylar, hayal , imaj.*

İzlenim, zihinde tasarlanır. Bilince yansır. İzlenim olgusu elle tutulmayan, madde halinde olmayan ve cansızdır.Zihinde kavram niteliğinde bulur. Hatırlanır. Olguların ardında zihinde kalanlardır. Bireylere bağlı olarak değişkenlik gösterir. Bilimselliği tartışılır. Kişinin bilgisi, tecrübesi, kültürü, yaşam şekli, aile, ülke eğitim yapısına göre farklılık gösterebilir.

İmge kelimesinin etimolojik bağıntısında imge, ölüm ile bağlantılıdır. Günümüzde imge kelimesi imaj olarak da kullanılmaktadır. Kökü Latince'dir. İmago sözcüğünden türemiştir. İmago, Batı Roma İmparatorluğu döneminde cenaze törenlerinde sembolik olarak atalarını saygı ile anmak için takılan maskelere verilen addır. Ölülerin ruhu adına onları hatırlamak için kullanılır. Bir görüntü düşünce ve kavramsal fikir olarak toplum içerisinde yaşatmak için kullanılan maskelerdir<sup>152</sup>. Bugünkü Türk cenaze törenlerinde merhumun fotoğrafının konulması gibi. Saygı ile anmak ve kalplerde taşındığını ifade etmek içindir. İmgenin tarihsel süreci bu şekilde başlar.

Birincil gücü gösterdiğiyle gerçek arasındaki diyalektik ve görünen gerçeklik yokluğuna tanıklığıdır.

Düşünür François Dagogne imge için

“ *İmge, nesne kaybolduğunda geriye kalandır.* “ şeklinde tanımlar.<sup>1</sup>

İmgenin doğuşunu, ölüme bağlayan Regis Debray de<sup>154</sup> mezarlarda resim ve heykel kullanılan en eski kültürlerden örnek vererek sanatın ölümlerle birlikte kullanıldığını ve doğduğunu ileri sürer.

Üreme ile ölümün simgeselliği benimsenmiştir. İmago Latin Roma döneminde cenaze maskeleridir. Bu dönemde yalnızca aristokrat mezarların üzerinde, atalarının portrelerinin bulunmasına izin verilirdi. Bu da imgenin karmaşık toplumsal konumunu gösterir. En acı duyulan cenaze törenlerinde ve mezarlarda hassas anlarda özlem duyulurken bile statü sembolleri kendini gösterir. İmge ölümlerle doğduğuna göre insanlar ve özellikle zenginler sanatçılardan imge oluşumunu varlıklarını sürdürülebilmek amacıyla yaptırırlar. İmge statü göstergesi olarak toplum tarafından algılanır.

İmge ölümlerle hatırlanma dürtüsü ile kendini var eder. Bunun için farklı şekillerde yeniden yaratım yapılır. Hacim kazandırarak gerçek görüntüler, semboller, benzetmelerle göz önüne farklı betimlemeler ile tekrardan getirilirler. Zanaatkarlar sanatçılar ve ustalar bu konuda imgeyi kavrayıp varlığını sonuna kadar algılayıp görsel bir iş olarak sonuçlarını ortaya çıkarırlar. Bu çalışma yeni iş alanlarının doğmasına sebep olur. En eski çağlardan bu yana gelen bu gelenek sanatın gelişmesine fayda sağlar. İmgeleri yaratanlar sanatçılar, heykeltıraşlar, ressam ve zanaatkarlardır.

İmge aynı zamanda iktidar ve güç sembolü olarak kullanılır.

Romalıların imge gücüne örnek olarak paraların üzerine imparatorlarının resmini yapmışlardır. İmparatorlarının gücünü iktidarını ve iktidarı sürekli ve daima hissettirebilmek amacıyla yapılmıştır.

İmge burada kitlesel iletişim aracı olarak güç ve iktidarı ifade etmesi için kullanılmıştır.

---

152 Yücel Halime. **İmgeden Yoruma**. 1. Basım ,Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2013. s 20,

153 Yücel. s. 20.

154 Regis Debray 1940 doğumlu Fransız felsefe profesörü,devlet görevlisi, muhabirdir.

İmgelerin büyüsel ve iletişimsel anlamları olduğu düşünülür. İlk ortaya çıkan imge olarak yazı kabul edilir.

Sanat eleştirmeni ve yazar olan John Berger “ İmgeler başlangıçta orada bulunmayan şeyleri gözde canlandırmak amacıyla yapılmıştır. Zamanla imgenin, canlandığı şeyden daha kalıcı olduğu anlaşılır. Böyle olunca, imge bir nesnenin ya da kişinin bir zamanlar nasıl görüldüğünü ve böylece başkalarının nasıl görüldüğünü anlatıyordu. Daha sonraları da imgeyi yaratanın kendine özgü görüşü de yaptığı kaydın bir parçası olarak kabul edildi.”<sup>155</sup>

İmge Rönesans döneminde çerçeve ile taşınır hale gelmesi ile ticari anlam kaygısını ortaya koyar. Bu dinamik döngü içerisinde imgenin laikleşmesi ile resmin taşınması sonucunda insanların bilgisi tavrı ve bakışı değişir. Konservatif ve tutuculuğunu bırakır. Dönemin farklılaştığının sinyalleridir.

İmge bir nevi temsildir. Var olmayana dair bir gösterge, kendisinden başka bir kavramı, varlığı ve duyguyu temsil eder.

İmge her şeyden önce bir bağıntıdır. Bir nesneye benzese de kopya değildir. Bir yeniden üretim ve bir yansımadan önce, onu oluşturan öğeler arasında bağlantı düzlemidir.

İmge tek başına bir anlam ifade etmez. Bir nesne değildir. Gerçekliğin bir temsili değildir. Nesnenin kaybolduğunda ardında geriye kalanıdır. Bir düşüncedir. İçinde bulunduğu bağıntı ve düzlemde özne ile ilişkilendirilir. Olasılıkları içerir ve algılamaya biçimine göre şekillenir. Bu olasılıklar göz özne (gören) ve algılayanın bilgisi ile anlam bulur. Gerçek nesneyi çok iyi algıladıktan sonra imgenin algılanması gerçekleşir. Gerçek algılandıktan sonra oluşan bir etkidir. Gerçek kavramın ve gerçeğin üzerinden hareket eder. Tek başına bir anlam ifade etmez.

Aristo'ya göre imgeye bakmak, edilgen bir büyülenme değil, bilgiyi anlama ve “anlamayı” gerektiren bir etkinliktir. Ayrıca sanatsal imgeler duyarlılığımızı da geliştirir. İmgeler ve bilgiler arasındaki bağlantıyı güçlendirir.

---

155 Yücel s. 20.

Düşünme yeteneğini geliştirir.

Sanatsal imge, evreni anlamamıza yardımcı olabilecek tek imge türü de değildir. İmge bilgiyle ilişkilidir. İnsan hiçbir zaman imgesiz düşünmez. Eğer imgelere bakmayı seviyorsak, bunun nedeni onlara bakarken “bu o, bu da şu dediğimiz gibi, onlarla başka şeyleri tanımayı öğrenmemizdir.<sup>156</sup>

Platon’a göre ise;

“ Görsel bilgiyi değerlendirir, eğitim gerçeği ilişkilendirir.”

Öznel görsel bilgi ve bellek birikimi ile imgesel algılamının temelini oluşturur.

Roma Dönemi maskelerinin atalarının özelliklerini taşıdığını bilmiyorsak belki ürkütücü bir anlam yükleyebiliriz. Ördek görmediyse hayatımızda ördek başı YEŞİL i dendiğinde bir anlam ifade etmeyebilir. Dolayısıyla imge tamamen bilgi ile gelişir ve zenginleşir.

İmge, bilgi veya gerçek ile gerçekliğin algılanması ve yanlı bir gözün görüşü ile şekillenir. İmgenin bağıntısı yaratıcısı ile bağlantılıdır. “Gerçek”ten çıkıp imge olduğunda gerçek anlamını değiştirip artık yaratıcısının temsil etmesini istediği ifade şeklini alması ile imge oluşur.

Moda tasarımı da benzer yapıda şekillenir. Farklı imgelerin bir arada kullanılmasından yaratılan yeni ifade biçimlerinden oluşur.

İmge başka bir deyişe hayatını tamamlamış kanıksanmış bir oluşumdan sonra yaşam bulur.

Aynı zamanda duygulara, göstergelere, toplum bilincine, sanata ve insana dair olduğundan simgesel bağlantılar sistemine sokar. Bütün bu imgeler sistemi dünya üzerinde insanlar arasında bir ihtiyaç unsuru olarak ortaya çıkar. Toplumlar geliştikçe sistemler düzeni kuruldukça imgelerin görevi, iletişimi sağlamak ve hayat düzeninin sinyalleri olarak yaşamımıza sözsüz olarak var olmaktır.

---

156 Yücel s. 55.

### 3.2.1. Semboller ve İmgeler

Günümüzde işaretler, semboller ve imgeler üzerine kurulu bir sistemin içerisinde yaşamaktayız. Bilgi, görsel içerik ile iletişime geçmektedir

İmgenin algılanması için öncelikle imgenin hareket niteliklerini, iletişim şeklini ve bağlamını anlamak gereklidir.

Sanat tarihi, imge çözümlemesinde en eski disiplin olduğu düşünülmektedir.

İmgenin tanınması eğitim gerektirir. Görsel çözümleme için imge üzerine bilinçli bir bakış gerekmektedir.<sup>157</sup> Görsel bellek ile elde edilen bilgi, imgenin ifadesinin çözümlenmesinde yeterli olmayabilir.

Özellikle betimsel imgelerin görünüşteki doğallığı, kolay anlaşılabilirlikleri çözümlenmenin gerekmediğini düşündürebilir.

Ancak “görmek“ “anlamak“ değildir.

İlk bakışta görülmeyen değerlerin ayrımına varılmasını sağlar. İmge çözümlemesinin işlevlerinden biri de iletinin iyi işleyip işlemediğini kavramak olabilir.<sup>158</sup>

İmgelerin yorumlanmasında bellek, stereotip ve imgenin baştan çıkarma niteliği de etkili olur. Görsel iletilerin çözümlenmesini beklentilerimiz ve isteklerimiz yönlendirir. Bellek, daha önce görülmüş imgelerin depolanma alanıdır.

---

<sup>157</sup> Yücel.s. 69.

<sup>158</sup> Yücel s. 75.

### 3.2.2 İmge ve Algılama

Algı; saptamak ve oluşturmak eylemlerini içerir. Bilgileri düzene koyar. Gerçekliğin zihinsel temsili olan imgenin algılanması ile gerçekliğin temsilini ve bilimsel varlığını saptamış olur.

İmgenin algılanması bilgi ile eş orandadır. Gerçeklik bireylerin eğitim ve kültürüne göre değişkenlik gösterir. Bu durumda algıda öznellik kavramını da göz önünde tutmak gereklidir.

Bakış beyinle evrenin karşılaşmasının ön cephesidir. Algı daha sonra oluşur.

Algı incelemesi öznel olmalıdır. Bu inceleme görsel alanının göz devinimleri ile keşfidir. Karmaşık bir süreçtir. Ancak görsel alanın ve imgelerin kavranması göz devinimleri (görsel keşfin, görsel alanın yapısı ve araştırma nesnesinin karmaşıklığı doğrultusunda) görsel alanla kurulan ilişki ile doğru oranla bağlıdır.

Algının olasılıklı bir özü vardır<sup>159</sup> Gerçek çok karmaşık olduğundan çok farklı olgular sunabilir. Retina’da oluşan imge algı ve algının yorumlanması ile oluşan imge kavramıdır.

Düşünen insanın bulunduğu her yerde imgeler de bulunur.

Yazar, dil bilimci ve gösterge bilimcisi olan Umberto Eco’nun “Giysi İnsanı Padişah Yapar” kitabında örneklediği gibi; Mini etek güney İtalya kasabası için; hafif kız, Milano’da yaşayan için modern kız, Paris’te yaşayan için ise kişinin cinsiyetini belirleyen bir kavramdır yani sadece bir kız. Oysa Hamburg’da yaşayan biri için kız mı erkek mi şeklinde bir soru ile karşı karşıya gelinir. Mini etek imgesinin farklı yaşam koşullarında ve kültürlerde yarattığı izlenimler algı incelemesinin bir örneğidir.

Bir biçimde izlendiğinde veya gözlemlendiğinde imge durumu oluşur. Varoluş sonucu bize bağlıdır.

İmgenin ve görsellerin belleklerde oluşumu ile yeni bir çağ başlar.

---

159 Rudolf Arnheim, **Görsel Düşünme**, 3.Basım, Metis Yayınları, 2012,s.48,

Çağları da; Matbaanın varlığına kadar idol çağ, Edebiyat, haber, resimin olduğu döneme sanat çağ, renkli televizyon ile Görsel Çağ şeklinde tanımlanır.

19. yüzyılda fotoğrafın insanlık tarihine girmesi ile imgeler gerçeklik temsilini oluşturur.<sup>160</sup> İşlevsel imgelerin çoğalması sonucunda kitle imgeleri ortaya çıkar. İmgeler giderek popüler nesnelere durumuna gelir. Fotoğrafın işlevsel amaçlar için kullanılmaya başlaması ile imgeler afiş ve reklam aracılığı ile popüler nesneye dönüşür.

İmge, radio, televizyon, dergi, gazete gibi kitlesel iletişim araçları ile hız ve güç kazanır.

Modanın toplumları peşinden sürüklemesi imgenin hız kazanması ile oluşmuştur.

Günümüzde imge herkesin erişebileceği maldır. Profesyoneller imgeyi tecimsel amaçla üretirler.

İmgenin gücü ve etkisi bir davranışı değiştirme anlamında farklı işlevleri bulunur. Örneğin sanatta kişisel evrenin dışı vurumu, psikolojide simgesel büyü bir güç kaynağı, tanrı ile insanlar arasında aracılık, teknik toplumlarda bilgi ,haber, propaganda gibi iletişim kurmayı, bilgilendirmeyi, eğlendirmeyi ve inandırmayı sağlar.

Bir fotoğraf karesinde bulunan bütün görseller imgeler bütünlüğünü oluşturur. Bir parfüm reklamında kokuyu anlatmak için kurgulanan fotoğraf çağırışlarını yaratacak imgelerin hepsini kullanır. Bunların birliğinden karışık olan bir duyuyu bile anlatabilme özelliği yaratılır. Anlatım güç kazanır. İmgeyi sınıflandıran disiplinsel ve toplumsal ayırımları kapsar. İmge estetiği duygusal, ahlaksal, yeniden üretim ve kendini aşmayla imge dışı bilgi ile işlev görür. İç evrenin biçimlendirilmesidir.

İmge gerçeğe öykünme yetisi ile ölçülürken kopya niteliğini taşımaz. Sanatçının onu biçimlendirmesi ve yeniden yaratmasıdır. Gerçekliğin izini taşır. Ancak gerçeğin kendisi değildir. İmge insanda gerçekleştiğinden kişinin ve sanatçının bakışı açısı ile biçimlenir.

Gerçek dünyayı temsil etmediğinden kişilerden geçen evrenleri ifade ederler. Birer evrenden bir evren görülür. Yeniden sunumdur. İnsan bilincinin bir ürünüdür.

Moda tasarımında belirlenen trendlerin temaları ve esinlenen akımlar aynı olsalar bile sonuçları ve sunulan ifade biçimleri renkleri formları desenleri farklı olur.

İmgeler aracılığı ile insanlar, kendilerinde, aidiyet duygusu ararlar. Bundan dolayı imgeye ihtiyaç duyar ve üretirler. Bir statü sembolünün ihtiyacı olarak ortaya çıkan moda toplumların aynı zamanda aidiyet duygusunu da beraberinde getirir. Bir markaya ait ürünleri tercih etme dürtüsü ürüne dair yaratılan imgelere sahip olma isteğinden kaynaklanır. Bu imgelerin kendi yaşamının parçası olduğunu göstermek ve güven duygusunu yaşamak için tercih edilir.<sup>161</sup>

Bir “imge toplumu” olduğu söylenen günümüz toplumunda bizi etkileyen ve yönlendiren imgeler arasında yaşadığımız vurgulanır.<sup>162</sup> John Berger’e göre, tarihte başka hiçbir toplum böylesine kalabalık imge yığını, böylesine yoğun bir ileti yağmuru görmemiştir. Bu saptamaya katılmamak zordur, tarih boyunca imge insanlar için büyük önem taşımışsa da günümüzde özellikle medyanın heryerdeliğinin, çevremizi imgeyle doldurduğu gözlemlenebilir. Kentlerin, duvarların, evlerin, dergilerin, ambalajların ve giysilerin hatta insanların kendilerinin imge taşıyıcısına dönüştüğü saptanabilir. Gözetleme toplumunun kameraları sonucu, kendimizi de sıklıkla imgeye dönüştürürüz.

---

160 Arnheim. s. 59.

Bu dönemde imgelerin önemli bir niteliği de çok hızla yayılabilmeleridir. İmgeler estetik işlevleri dışında öğüt verir, yasaklar, anlatır, temsil eder, ikna eder ve uyarır.

Regis Debray' e göre imgenin gücüne etkisi bir davranış değiştirme anlamında ele alınabilir. Her imgeye bağlı kültürel, tarihsel ve ideolojik bir birikim vardır,

Her imgede görünmeyen öğeler bulunur, imgeyi imge yapan budur. İmgenin türü de imgenin iç bağlamıdır. Gönderici ile alıcı arasındaki ilişki ve imgenin iletişimsel işlevi de iletişimsel bağlamı belirler.

---

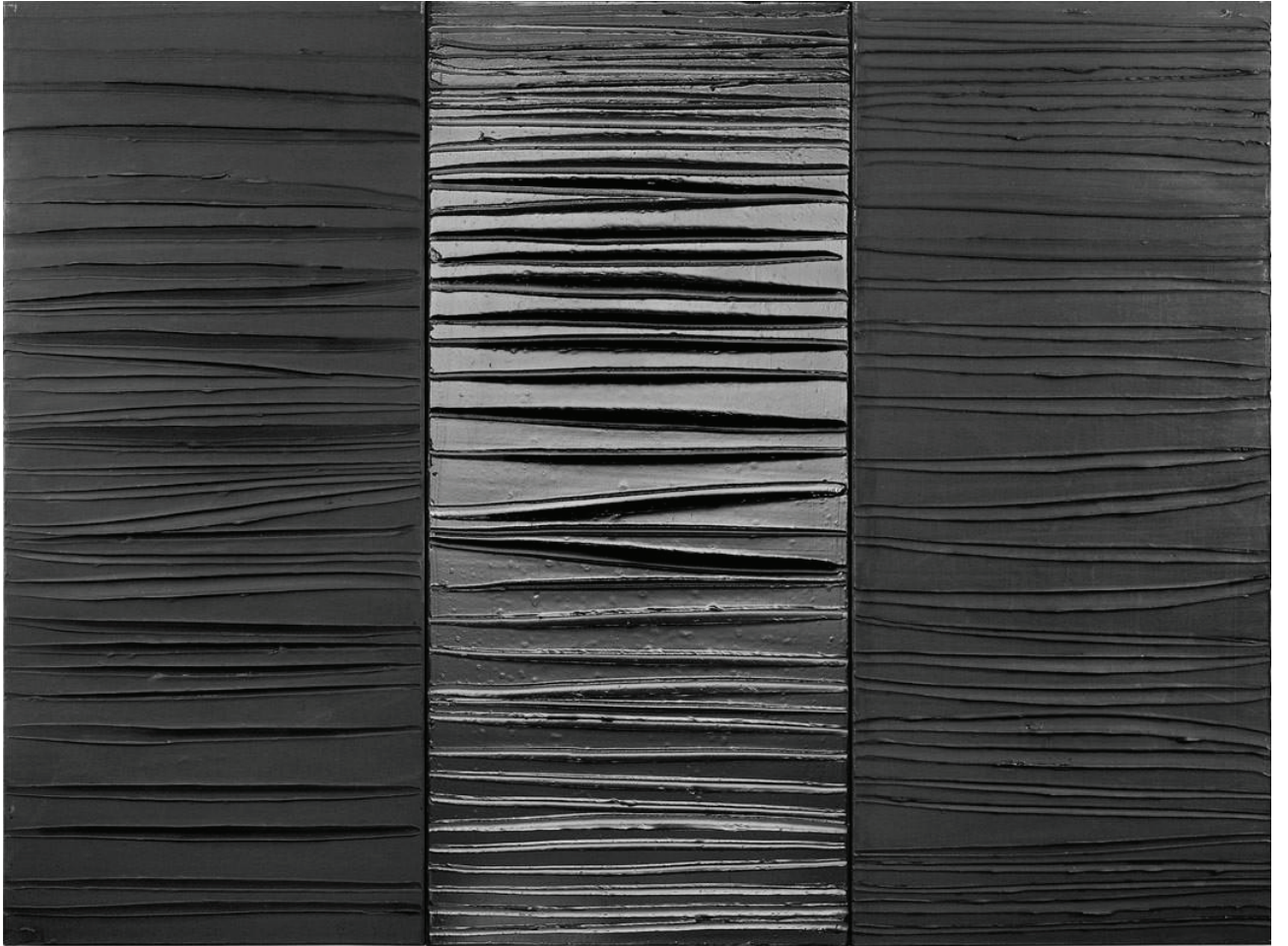
<sup>161</sup> M.Argyle, **Il comportamento sociale** , 1.Basım, Il Mulino , Bologna. 1974 s.121.

<sup>162</sup> Yücel, s.

### 3.3 İmge ve Bilgi İlişkisi

İmgeye bakmak bilgiyi ve anlamayı gerektiren bir etkinliktir. <sup>163</sup>Bir imgenin tanınması belli bir eğitim gerektirir. Kimi görsel iletiler bize gerçekçi görünse bile imge ile gerçek arasında büyük farklılıklar vardır.

Soulages, resim bakan için bakanın ne olduğuna göre anlam yaratır açıklaması ile bilgi ve algı ilişkisine tanımlama getirir. <sup>164</sup>

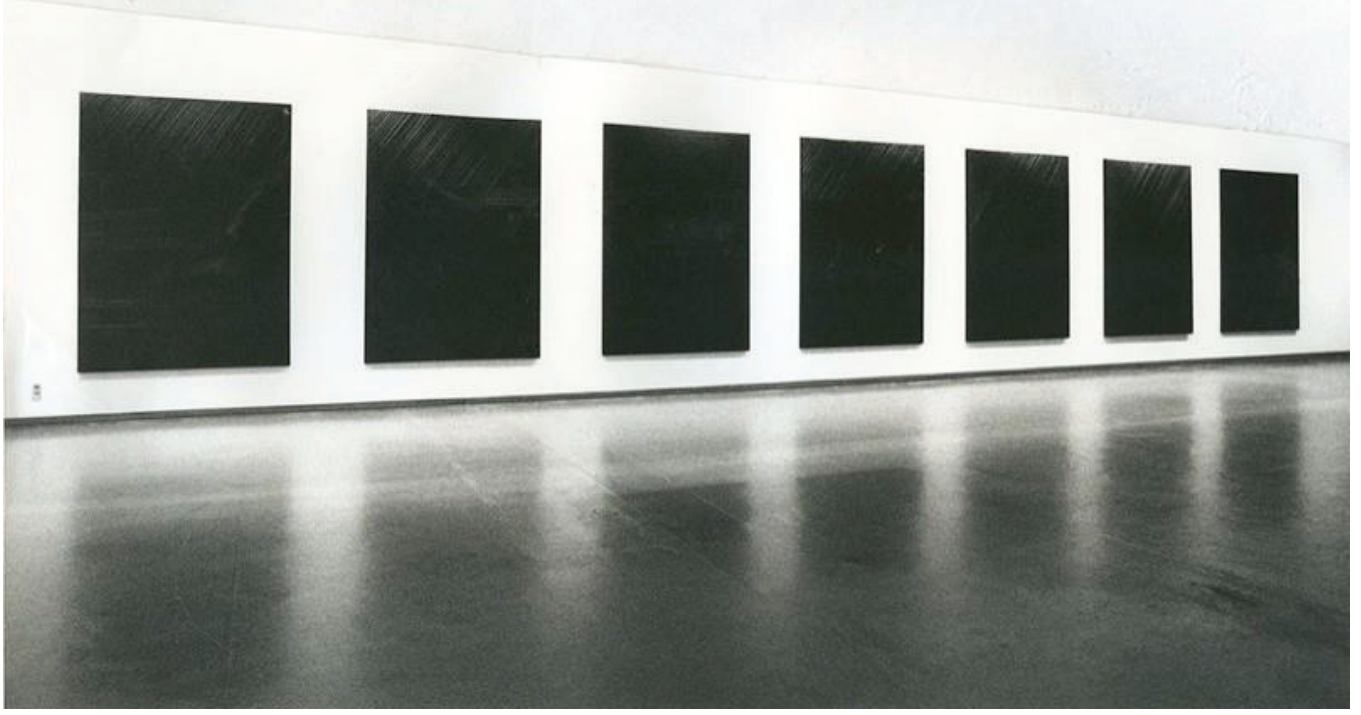


**Resim 131** : Soulages Siyah üzerine yaptığı çalışma <sup>165</sup>

<sup>163</sup> Yücel, s.54.

<sup>164</sup> Andre' Soulages 1919 Fransa doğumlu özellikle siyah rengi üzerine çalışan bir ressamdır.

<sup>165</sup><http://www.petit-bulletin.fr/lyon/expositions-article-43478-Attendre+soulage.html> (2015)



**Resim 132 :** Soulages siyah çalışmalarının sergilenme şekli <sup>166</sup>

Arnheim'in tanımlamasına göre şekillerin ve renklerin kavranabilirliğinin türlere, kültürel gruplara, gözlemcinin eğitimine bağlı olarak değiştiğini gösteren önemli miktarda kanıt vardır. Bir grup için rasyonel olan şey, bir başkası için irrasyonel, yeni kavranamaz, anlaşılamaz, karşılaştırılmaz ya da hatırlanamaz olabilir.

Bu açıda farklı hayvan türleri arasında, insan ile hayvan arasında ve çeşitli insanlar arasında farklılıklar vardır. Eğitim, bir bireyin erişebileceği kategorilere belli sınırlar dahilinde incelik kazandırmaktadır.

---

166 <http://mymagicalattic.blogspot.it/2014/08/musee-soulages-design-by-rcr.html>, (2015)

### 3.4 Moda Tasarımında Görsel Kimlik İlintili İmge Algılaması

Moda tasarımında kullanılan dil, kelimeler yerine dokular, renkler, biçimler ve formlardan oluşur. Tarihten günümüze kadar olan bütün görsel bellekte bulunan imgelerin yorumlanması ile gelecek arasında köprüler kurarak imgesel algılamayı oluşturur.

Örneğin Chloé'nin tasarım direktörü Clare Waight Keller 2015 kış koleksiyonun tanımladığı anahtar kelimesi olarak gentilwoman<sup>167</sup> betimler. Gentil woman imgelerini çözümlediğimizde ise İngiliz beyefendilerinde görülen tweed kumaş asaleti, pelerin biçimi ile bir dönemi ve bir karakteri, yakaları ile yenilikçi tavrı, yelek ile güçlü erkeksi duruşu, uzun ve mini etek boyları ile hippilerin özgürlükçü ve genç kimliğini vurgulamaya çalıştığı görülür.



**Resim 133:** Chloé 2015 kış koleksiyonu<sup>168</sup>

<sup>167</sup> Gentil woman İngilizce olup kibar kadın olarak Türkçeye tercüme edilir.

Bu koleksiyonda başlıca yaratılmak istenilen imgeler, zaman diliminden bir kesiti gizemi ve aseleti içermektedir. Geniş yaka paltolar ve tweet kumaşlar ile ingiliz kültürüne çağrışım yaptığı gözlemlenir. Moda tasarımında imge çözümlemesini sanatta da uygulanan izlenim yöntemlerinden faydalanılabılır. Sanat tarihçisi Kurt Badt akımlar ile ilgili ifadesinde imge ve bağıntılarının ilişkisini çok güzel tanımlar;

“Simgeciler, kendi dünya temsillerini tekil nesnelere sağladılar; bu temsili, tekil figürlerin etrafında inşa ettiler. Latince söylenişle res’ten, yani nesnelere oluşturduklar. Nesnelere yükledikleri anlam ne olursa olsun, niyetleri realistlerinkiyle aynıydı. Empresyonistlerse, bütüne dair izlenimlerden, şeyler arasındaki bağlantıdan, bu şeylerin gelişip dönüştüğü ve doğal büyümeleriyle yarattığı bağlantıdan çıkararak ilerlediler....”



**Resim 134 :** Sherlock Holmes aktör Basil Rathbone 1939 , Arthur Conan Doyle 1890 yılında yarattığı İngiliz dedektif kahramanının giysileri ve illüstrasyonu<sup>169</sup>

168 <http://www.style.com/fashion-shows/fall-2015-ready-to-wear/chloe>.(2015)

169 <http://pixshark.com/sherlock-holmes-original.htm>, (2015)

[http://en.wikipedia.org/wiki/Sherlock\\_Holmes\\_%281939\\_film\\_series%29](http://en.wikipedia.org/wiki/Sherlock_Holmes_%281939_film_series%29) (2015)

Aynen empresyonistler gibi moda tasarımcıları da bir bağlamdan çıkarak ilintileri geliştirerek ve dönüştürerek algıyı oluştururlar. Bir nesneyi uzamı içinde görmek yani bu durumda bir koleksiyonun anlatmak istediği hikayenin bütününde görmek, onu bağlam içinde görmek anlamına gelir. Bağlamları algılamak için bilgi gereklidir. Bilgi ilişki kuramı ana kurgu taşlarıdır. Bu taşlardan biri eksik olduğunda anlam kendi içinde farklılaşma gösterir.



**Resim 135** : 2015 Sonbahar kış Chloé koleksiyonundan<sup>170</sup>

170 <http://www.style.com/fashion-shows/fall-2015-ready-to-wear/chloe>, (2015)

Chloé koleksiyonunda kullanılan yelek formu ve kumaşları ile asil ve erkeksi çağrışımı yaparak imgesel bağıntıyı yakalar.

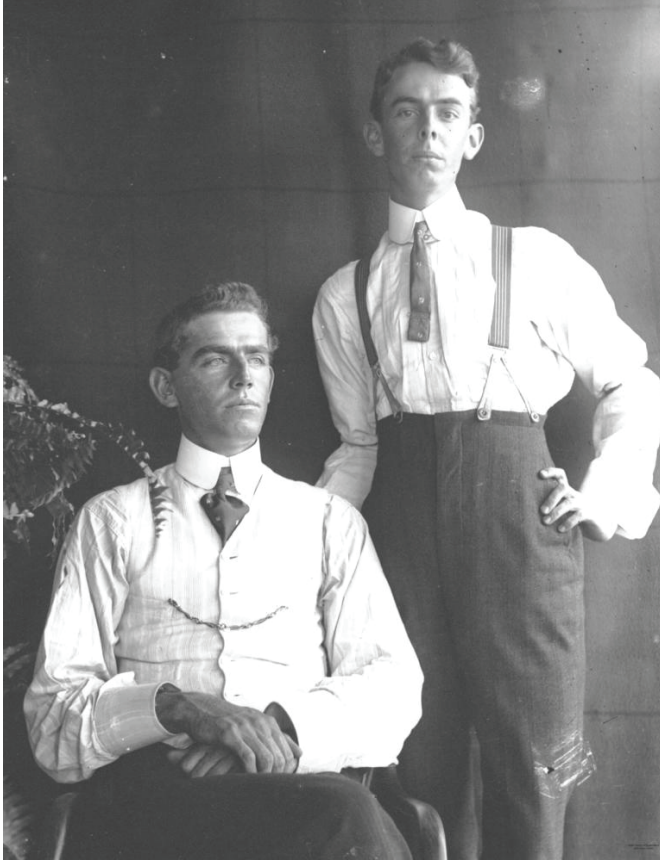


**Resim 136:** 1900 yıllarında İngiliz, soylu ve zenginlerin gece davetlerinde kullandıkları giysilerin erkek takımlarının içine giyilen yelek <sup>171</sup>

Etek boylarında yapılan seçimler gençliğe çağrışım yapar. Etekler mini ve maxi boylarda kullanılmıştır. Aynen '68 yıllarında hippiler döneminde gençlerin seçimleri gibidir. Kullanılan kumaş ve biçimler ile asaleti, gizem duygusunu yaratan imgeleri ekleyerek yeni bir dil oluşturur. Tarihteki ikonik karakterlerden ilham alarak bu duyguları yaratır. Sherlock Holmes karakterinin giydiği pelerinimsi trench coat bunun çağrışım yapan ögesidir. Tarih içersinde yolculuk yapıldığında İngiltere de Arthur Conan Doyle 'un 1890 yıllarında yazdığı polisiye dedektif romanında bulunan Shorlock Holmes ve dönemin halk giysilerinde kullanılan biçimlerle ilişkili olduğu görülür.

---

171 <http://www.walernelson.com/dr/evening-wear> (2015)



**Resim 137:** 1900 yıllarda İngiliz ailelerin gündelik giysileri<sup>172</sup>

1890 yıllarında İngiliz halk giysilerinde boyunlara bağlanan kravat, hem kadınlarda ve hem erkeklerde kullandığı görülür.

Ancak günümüzde daha çok erkeğe ait bir giysi unsuru olduğundan erkeğe dair bir çağırışım yapmaktadır.

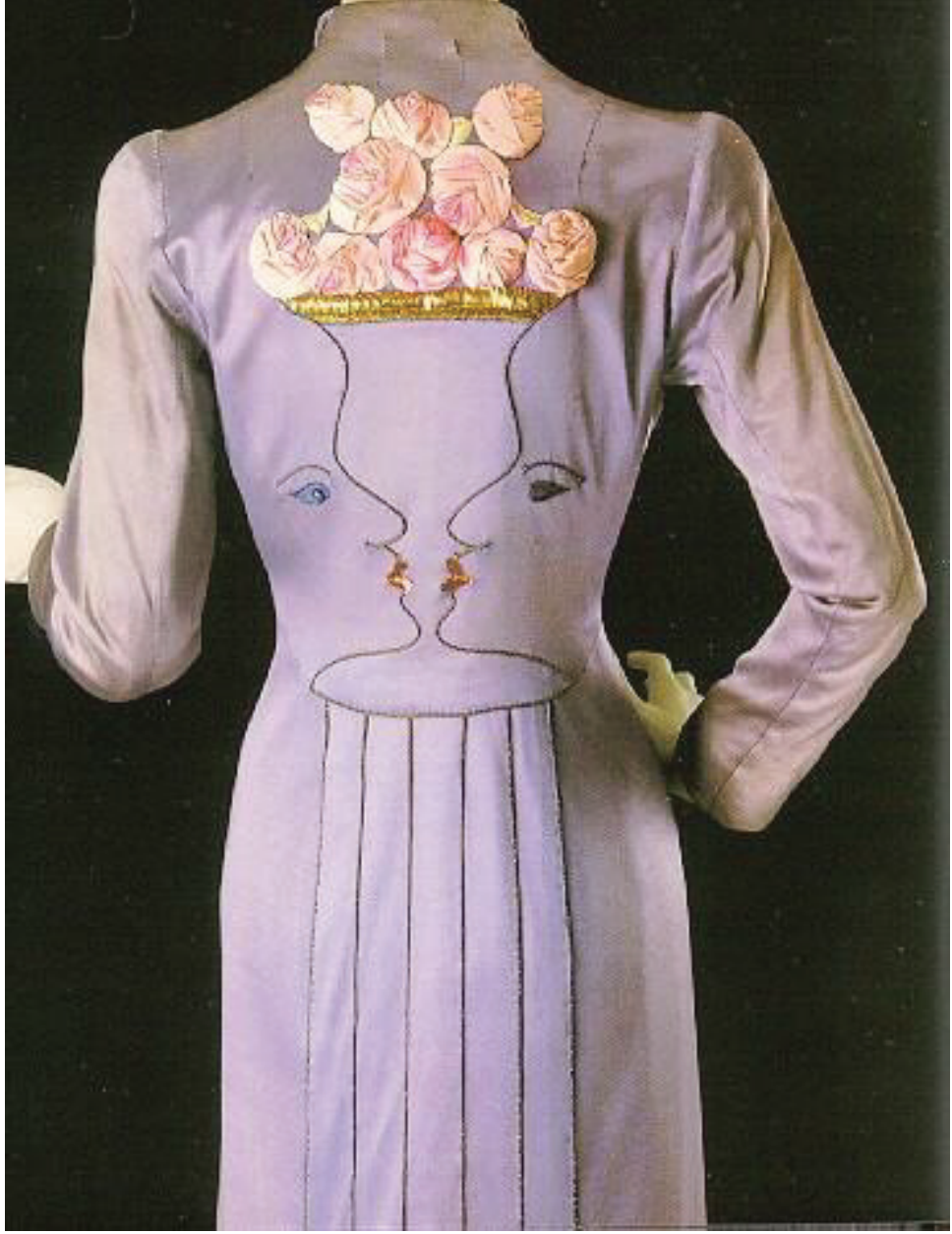
<sup>172</sup> [http://commons.wikimedia.org/wiki/File:StateLibQld\\_2\\_126463\\_Two\\_men\\_photographed\\_in\\_studio\\_style\\_1890-](http://commons.wikimedia.org/wiki/File:StateLibQld_2_126463_Two_men_photographed_in_studio_style_1890-) (2015), <https://100yearsagotoday.wordpress.com/category/fashion/page/4/> (2015)



**Resim 138:** Christopher Kane 2015 Kış Koleksiyonundan bir görüntü<sup>173</sup>

---

173 <http://www.style.com/slideshows/fashion-shows/fall-2015-ready-to-wear/christopher-kane/collection> (2015)



**Resim 139 :** Elisa Schiaparelli 1934<sup>174</sup>

Christopher Kane, Elisa Schiaparelli'nin 1934 yılında yapmış olduğu çalışmadan esinlendiği gözlemlenir. Buradan hareketle konuyu irdeleyip kendi tasarım vizyonundan geçirerek yeni bir dil yaratır. Tarihten ilham aldığı mevcut konu, artık kane'nin vizyonunda dönüştürülmüştür. Yeni bir tasarım olmuştur. 2015 kış sezonunda yarattığı koleksiyon ile tarih ve sanat arasında imgesel köprüler kurmayı başaran bir tasarımcıdır.

---

174 White. s.89,



**Resim 140:** Givenchy marka, tasarımcı Riccardo Tisci, 2015 kış koleksiyonu<sup>17</sup>

---

175 <http://www.style.com/fashion-shows/fall-2015-ready-to-wear/givenchy> (2015)

Riccardo Tisci 2015 kış koleksiyonunda ilham aldığı konunun imgelerini algılamak için tarih ve kültürler arasında yolculuğa çıkmak gereklidir. Tasarımcının tam ifadesi, koleksiyonun bütün olarak izlendiğinde algılanabilir. Bunlar saç, makyaj, aksesuar, ayakkabı ve çoraptır. Koleksiyon bağintısında ve uzamında değerlendirildiğinde anlatmak istediği ifade anlaşılır.



**Resim 141:** 1920 yıllarında Fransız kadın ve erkeklerin giyim tercihleri<sup>176</sup>

176 [http://www.uvm.edu/landscape/dating/clothing\\_and\\_hair/1920s\\_clothing\\_men.php](http://www.uvm.edu/landscape/dating/clothing_and_hair/1920s_clothing_men.php) (2015)



**Resim 142 :** 1920 yıllarında Fransız kadınların giyim tercihlerini gösteren fotoğraf<sup>177</sup>



**Resim 145 :** 1920 kadın çizme stili<sup>178</sup>

177 <https://corydontimes.wordpress.com/2015/04/30/throwback-thursday-winnipeg-fashion-in-1920/> (2015)

178 <http://imgkid.com/1920s-womens-boots.shtml> (2015)



**Resim 143:** 1920 yıllarında erkek ve kadın saç ve makyaj tercihleri<sup>179</sup>



**Resim 144:** Hint geleneksel takı örnekleri<sup>180</sup>

179 <http://en.wikipedia.org/wiki/Flapper> (2015)

180 <http://en.wikipedia.org/wiki/Flapper> (2015)



**Resim 146:** Miu Miu 2015 ilkbahar koleksiyonu<sup>181</sup>

181 <http://www.style.com/fashion-shows/spring-2015-ready-to-wear/miu-miu> (2015)



**Resim 147:** Female Trouble filminden bir görüntü<sup>182</sup>



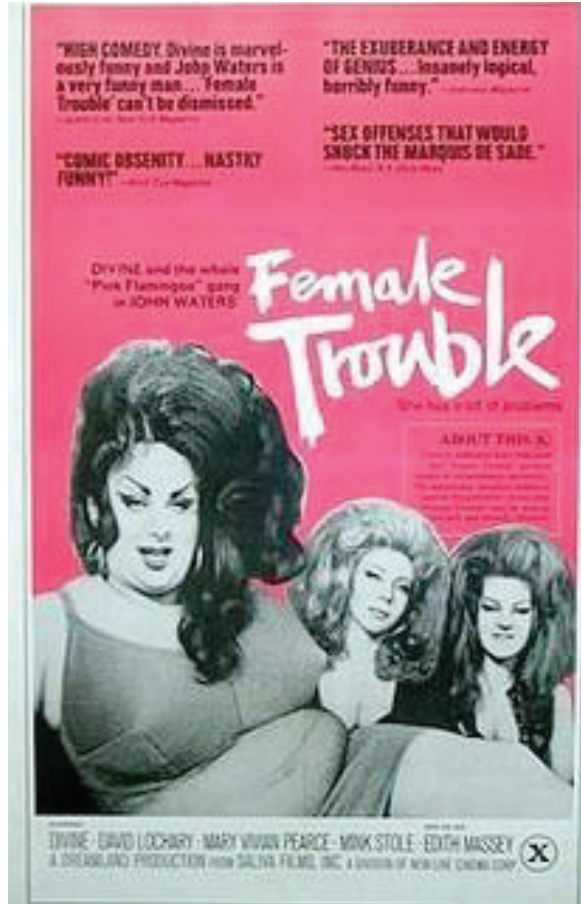
**Resim 148 :** Female Trouble Filminden Dawn Davenport'un başrolünü oynadığı karakterin aile evinden görüntü<sup>183</sup>

182 <http://emanuellevy.com/review/featured-review/john-waters-revisited-female-trouble/> (2015)

183 <https://www.youtube.com/watch?v=uDie8goaBDU> (2015)



Resim 149: Cha Cha Dans Ayakkabıları<sup>184</sup>



Resim 150: Female trouble Filminin kapağı<sup>185</sup>

184 <http://www.salsa-kursu.com/salsa-moda> (2015)

185 [http://en.wikipedia.org/wiki/Female\\_Trouble](http://en.wikipedia.org/wiki/Female_Trouble) (2015)

Miuccia Prada, Miu Miu 2015 ilkbahar koleksiyonu için Female Trouble filminden ilham alarak tasarımlarını hazırlamıştır. Film 1974 yıllarında yönetmenliğini John Waters'ın yaptığı Divine ismi ile tanınan Harris Glenn Milstead'ın başrollerini oynadığı Kadın Problemleri olarak Türkçeye çevrilmiştir. Filmin sahneleri için kullanılan mekanlar ve dekorasyon öğelerinin desen ve renk armonilerini koleksiyonda birebir görmekteyiz. Duvar kağıtlarının desen ve renk kombinasyonları, döşemelik kumaşların desen ve kompozisyonları koleksiyonun temel kurgusunu oluşturur. Karakterlerin giysi biçimleri ve renk armonileri günümüz gençliğinin tercih ettiği punk yorumu ile uyarlanmıştır. 1960 Amerikan lise kızlarının saç ve giysilerinden ilham alınmıştır. Saç ve makyaj adeta filmin devamı gibi algılanacak şekilde hazırlanmıştır.

Miu Miu 2015 ilkbahar koleksiyonunun değerlendirilmesinde film ile ilgili bilgi sahibi olunmadığı takdirde çok farklı yorumlar ile karşılaşılabılır. Algıda farklılık gösterirebilir. Yakın geçmişe dair görsel çağrışımlar yapan imgeler bulunsa bile Female Trouble filmi bilinmeden tasarımcının tam olarak yaratmak istediği duygu ve dünya anlaşılabilir.

### **3.5. İmge Çözümlemesi ve Yorumu**

İmgeyi çözümlemek iletinin metinsel ve görsel açıklaması anlamına gelir.

Bakış, algı sonrasında bir oluşturma sürecidir. Bakışın imgenin herhangi bir noktasına odaklanması imgenin genelinde bilgi sahibi olduğunun ifadesidir. Sonraki bakışın anlamı bilinçlidir, algının devamıdır, algılanan görsel bilginin anlamı bulgulanmaya çalışılır.

İmgenin mantığı algının mantığı, bir olasılıklar mantığıdır, anlam bir kerede kesin biçimde belirlenmez.<sup>186</sup> İmaj analizleri üzerine çalışma yapan Gervereau imgenin algılanması ve doğru analiz edilebilmesi için bir şablon oluşturur.

---

186 Yücel. s. 123,

1. *İmgenin hangi tarihte yaratıldığı (Uzamı içersinde değerlendirme)*
2. *Kim tarafından yapıldığı (Özne)*
3. *Hangi topluma dair yaratıldığı ve yapıldığı*
4. *İşlevleri (Logolar ve reklam için geçerlidir)*
5. *Teknik (Logolar ve reklam için geçerlidir)*
6. *Malzeme (Anlama oluşmasında katkıda bulunduğu ölçüde anlam taşır)*
7. *Kompozisyon (Anlama oluşmasına katkıda bulunduğu ölçüde önem taşır)*
8. *Desen (Anlama oluşmasına katkıda bulunduğu ölçüde önem taşır)*
9. *Renk (Anlama oluşmasına katkıda bulunduğu ölçüde önem taşır)*
10. *Akımlar (Anlama oluşmasına katkıda bulunduğu ölçüde önem taşır)<sup>187</sup>*

İmgeleri şablona göre değerlendirir. Anlamlarının değerlerini bağıntısı ve uzamında inceler. Bu inceleme sırasında farklı etken olabilecek unsurları da göz ardı etmez. En ufak etken madde ifadenin şeklini ve yönünü değiştirebilir.

Görsel çalışmaları incelemek üzere gösterge bilimi doğar.

Gösterge bilimi, sanat tarihinden farklı olarak yalnızca sanat yapıtlarını değil, her tür imgeyi değerlendirmeyi sağlayabildiğinden, günlük yaşamımızdaki imgeler ve görsel iletişim alanında daha geniş kapsamlı ve açıklayıcıdır. Göstergebilimde imgeyi estetik zevk ya da duygu açısından değil, anlam açısından da incelemeyi ve algılamayı içerir. Anlamı inceleyen bir disiplindir. Gösterge bilimin kurucuları Peirce (Avrupa Okulu) ve Saussure (Amerikan Okulu) 'dir.

---

187 Arnheim .s.71,

Göstergebilimi, imge çözümlemesinde önemli bir yöntemdir. Paris'te 1915 yılında doğan, felsefeci, göstergebilimcisi, toplum teorisyeni ve edebiyat eleştirmeni olan Roland Barthes *Moda Sistemi* adlı kitabında Saussure yöntemini kullanarak gösterge bilimi ile görsel bilginin yazı dilindeki ifadesini aramıştır. Sadece moda alanında, yaratılan tasarımların görsellerinin, en iyi yazım şekli şablonu ve kuramlarını yaratmaya çalışmıştır. Tasarımların ifadelerini çözümlemek ve anlam birlikteliklerini bilimsel olarak açıklamıştır.

Günümüzde hayatımız, semboller, kısaltmalar, işaretler, logolar gibi görseller ve imgeler ile iletişim sağlanmaktadır. Bu semboller insanlığın ortak dili olarak ihtiyaçtan doğmuştur. Gösterge bilimi bu sembollerin görsellerin çözümlenmesi üzerine çalışmaktadır. Çağımızın önemli araştırma ve çalışma alanlarından.

Bu konuda birçok bilim insanı gösterge bilimine destek olabilecek, farklı bilim dallarından da faydalanarak araştırmalarını genişleterek bütün dünyada çalışmalarına devam eder.<sup>188</sup>

İmge, televizyon, internet, moda dergisi, gazete ..gibi araçlar ile iletişim sağlar. Moda tasarımında farklı imgelerin yanyana gelmesi ile yeni bir öykü yaratılır. Tasarımcıların dönüştürdüğü öğeler yeni kavramları ortaya çıkarır. Bu kavramlar plastik gösterge teorisi içinde değerlendirilir. Modanın her sezon yarattığı yeni tasarımlara oluşan talepler karşısında moda bir tüketim aracı olur. Tüketim ve yaratım birbirine bağlıdır. Sürekliliğinden beslenir. Baudrillard tüketim toplumunun bir eleştirisinden yola çıkarak; “gerçeğin öldüğünü, bir benzetim ve öykünüm evreninde yaşadığını” ifade eder.

---

188 *Biyoloji temeli üzerine, özellikle davranışbilim çerçevesinde bir göstergeler bilimi geliştirmeyi amaçlar. Charles Morris Foundation of the Theory of Signs, The University of Chicago Pres, Chicago 1938 – Umberto Eco La production des signes. Poche – biblio –essais Yayınları no 4152 Paris - Eric Buyssens, Les LAngages et le discours:essai de linguistique fonctionnelle dans le cadre de la sémiologie, Office de Publicité, Brüksel 1943 - Groupe Mu Belçika 1992.*

189 Benzetim ve öykününün evrimi, tarih süreci içersinde tamamlanmıştır. Görsellere yüklediği anlamlar imgeleri oluşturur. İfadelerin dönüşümlerini tasarımcılar yaratırlar. İmge oluşumu gerçeklerin araştırılması ile mümkün olur.

### 3.5.1 Moda Tasarımında İmge Algılaması

İmge, bilgi ve gerçeğin göz ve özne bağıntısında oluşturduğu uzamında temsili, düşünce, ve hayalidir.

İmge gerçeğin hayali temsili veya dönüşümü ile sanatçıların ana konusudur. Moda tasarımı gerçek nesne ve hikayelerin yaratıcısı tarafından yorumlanması ile hayat bulur. Çeşitli kumaşları, renkleri, desenleri, dokuları bir araya getirerek oluşturdukları kompozisyonlar ile öykünün kahramanlarının görsellerini yaratırlar. Koleksiyonların oluşturduğu görsellerin, imge çözümlemesi ve anlaşılması moda tasarımında imge algılaması denir.

Görsel imge plastik göstergeler içersinde değerlendirilir. Plastik göstergeler

- a) boyut
- b) dönemi akımı uzamı
- c) teknik
- d) renk
- e) doku 'dur.

Plastik göstergeler değerlendirme kriterlerinin ip uçlarıdır. Moda tasarımında koleksiyon oluştururken ve değerlendirirken bunlardan sadece bir gösterge veya bir çok ele alınarak da yapılabilir. Bütün göstergelere cevap vermesi gerekli değildir. Kendi içinde farklılıklar gösterebilir.

Görsel kimlik imgeleri yaratılan düşsel evreni çerçevesinde değerlendirilir. İmgenin bir temsil ve anlatı niteliği kazanmasına yardım eder. Gösterge bilimi

işaretlerin ve sinyallerin anlamlarını inceleyen bilim dalıdır. Bu disiplin, olguları ve olayları anlamlarını ve iletişiminin ifadesini araştırır.

Başka bir ifade ile anlamın ve ifadenin mikro cerrahisini yapan ve araştıran bilim dalıdır.

Gösterge bilimi veya semiyotik, göstergelerin yorumlanmasını, üretilmesini veya işaretleri anlama süreçlerini içeren bütün faktörlerin sistematik bir şekilde incelenmesine dayanan bir bilim dalıdır.

Fransızlar semiyoloji terimini kullanmışlardır. Semiyotik disiplinler arası bir sahadır. Anlam bilimi, dil bilimi, fonetik, mimarlık sosyoloji, psikanaliz ve daha birçok bilim dalı ve disiplinin oluşturduğu disiplinler arası bir disiplindir. Kültürel kodlar, gelenekler ve metni anlam süreçlerine göre düzenlenmiş işaret sistemleri diye nitelenen her şey semiyotiğin inceleme alanına girmektedir.

Semioloji, yapısalcılığın modeli olarak düşünülmektedir.

### **3.6.1.Gösterge Bilimi**

### **3.6.2. İmgenin Moda Alanındaki Konumu**

Moda dilini imgeler oluşturur. Renk, doku, form, biçim ve semboller modanın yapı taşlarıdır. Bu öğeler yaratıcının hikâyelendirdiği anlamlarda şekillenir. Tasarımcının evreninden bakış açıdır. Yaratıcının kitleler ile oluşturduğu dildir. Bu dil imgeler ile ifadelendirilir.

Her imgeye bağlı kültürel, tarihsel ve ideolojik bir birikim vardır.

İmgeyi çözümleyebilmek için göstergelerin yarattıkları düz anlamları en nesnel ve yansız ifadelerini belirtmek gereklidir. Belli bir kültürel topluluk bu

anlamda görüş birliğini oluşturur. Ancak yan anlamlar eklenince bağlama göre değişkenlik gösterir.

Giysi koleksiyonlarının değerlendirilmesinde bağlam ve uzam çok önemli bir kilit noktalarıdır. Bu unsurlar tasarımcının ve markanın iletişim dilidir. Bağlamından ve uzamından ayrıldığı zaman anlamı tamamen farklılaşır. Markalaşma sürecinde dokunulmazlığı vardır.

Tasarıma yüklenen imgeler iletişim kanalı ve ifade biçimini yaratır.

Giysi, bireysel kimliğin somut ifadesi ve iletişim aracıdır. Kişinin iç dünyasını ve vizyonunu yansıtan seçimleridir.

Bu imgelerin algılanması ile görsel kimlik oluşur.

Moda tasarımcısı kendi hayal dünyasında kurguladığı kimliği imgeler yardımı ile yaratır. Bu imgeler kumaş, desen, renk ve aksesuarlardan oluşur. Moda tasarımcısı projenin mimarıdır. Kimlik yaratır. Bu kimlik görsel imgelerden meydana gelir. Özne bir yapıya sahiptir. Her markanın kimlik yapısı bulunur. Bu kimliğe göre tasarımlar gerçekleştirilir. Buna marka kimliği denir.

Bireyler kendilerine en yakın buldukları kimlikler içersinden seçim yaparlar. Ancak bir insanın çok farklı yönleri olabileceğinden sadece bir marka ile sınırlı kalmazlar.

Benlik kavramı, birbirine zaman zaman zıt olabilen türlü yönlerden oluşan bir olgu olarak düşünüldüğünde, tek bir markanın kişinin benliğini yansıttığı fikrinden çok, imgelerin biraraya getirilmesinden oluşan bir mozaikle tanımlanabileceği fikri akla daha yatkındır.

Kimliksel anlatı kuramına göre Fransız filozof, araştırmacı yazar, Paul  
179

Ricoeur; “ Zamanı insansallaştırmak ve toplumsal olarak paylaşılmasını sağlamak amacı ile kişiler benliklerinin kimliksel anlatılarına gereksinim duymaktadırlar. Bir başka deyişle, kişiler kendilerini ve yaşamlarını anlatabildikleri öyküler üzerinden anlamlandırırılar.

Dolayısıyla kişiler kendilerini zaman ve mekan içine yerleştirmek için oluşturdukları anlatılar ile tanırlar.

Bu görev sembolik kaynaklardan yardım alır. Bu sembolik kaynakların başlıcası olan edebiyat, hayatın karmaşıklığı ve kargaşasına düzen getirerip anlam vererek, yaşamda karşılaşılan apayrı olayları bağlantılar kullanarak uyumlu bir diziliş yaratırken, kişiye nedeni varolan bir model sağlar.

Öte yandan, moda görsel anlamda kişinin anlamlandırılması için renk, form, desen ve kumaş ile ifade eder.”

#### 4. SONUÇ

Moda, kendini sürekli güncelleyen, kitlesel iletişim araçları ile varlığını duyuran göz önünde bulunan, ekonomik sistemin önemli bir parçası olan sektördür.

Moda, birçok çalışma alanları ile beraber hareket eder. Dinamik ve çoklu yapıya sahiptir. Moda sistemine bağlı tasarım, üretim, pazarlama, iletişim, teknoloji, sanat ... gibi bir çok çalışma alanlarını kapsar.

Moda günümüzde her gün, her yerde insanların karşısına çıkmaktadır. Markalaşma, ekonomik sistemin bir parçası ve sistemin yarattığı tüketim mekanizmalarından biridir. Bu mekanizmanın en önemli alanlarından bir tanesi modadır. Yaratılan alışkanlıklar ve aidiyet duygusu tüketim sisteminin en önemli ivme kazandıran öğeleridir. Sosyal sınıf gözetmeksizin her türlü kültür ve toplumda bulunan insanları etkiler. Estetik görüntü kişilerin psikolojilerini etkilediğinden tüketimin dışında ihtiyaç nesnesi olarak da kullanılır.

Güncel moda ile ilgili bilgiler başta internet olmak üzere dergi, gazete, televizyon ve reklamlar ile çok hızlı bir şekilde toplumlara ulaşır. Moda, bireylere, görsel bilgi şeklinde farklı kanallardan hergün karşısına çıkar. Görsel bilginin hergün insanlar ile iletişimde olmasından dolayı toplumlar bu bilgileri doğal olan gibi kanıksanmış hissederler. Bu durumda, bugün moda hayatımızın önemli bir parçasıdır. Kendimizi görsel ifade etme biçimimizdir.

Tasarımın algılanması ve değerlendirilmesi için derin araştırmalar ve konuları ilgilendiren tarihi olay ve görselleri ile detayları hakkında bilgi sahibi olunması gerekliliğini ortaya koyar. Modanın gelişimi tarihle incelendiğinden akım ve dönemler kesinlikle göz ardı edilmemesi gereklidir.

Moda, dünyevi olaylardan çok çabuk etkilenir. Ekonomiden, sektör stratejilerine, sosyal olaylardan müziğe, sanattan teknolojiye, sağlıktan kültüre kadar birçok konuyla ilintili ve etkileşim içinde olduğu tespit edilmiştir.

Gösterge bilimi ve sosyoloji dalları ile birebir ilişki içinde olduğu, bağlamında ve uzamında değerlendirmelerin yapılması ile gerçekliği sağlanır.

Görsel belleğin kültürel değerlendirilmesi ile moda anlam bulur. Moda tasarımında görsel kimlik ve algıda oluşan imgelerin değerlendirilmesinin bilgi ile doğru orantılı olduğu kanıtlanmıştır.

Moda tasarımında bilgiler arasında ilişki kurmak esastır. İmgeler ile oluşan kompozisyon tasarımcının dilini oluşturur. Bu dilin okunması ve değerlendirilmesi imge çözümlemesi ile gerçekleşir. Bu çözümlemenin çeşitli yöntemleri vardır. Bunlar gösterge biliminden ve sanattan faydalanılarak açıklanabilir. Her koşulda bilginin gerekliliği ortaya konulur.

Moda tasarımında, uzamı, bulunduğu alanı, imgeleri, kimliği, plastik göstergeleri ve aralarındaki bağıntı ile nesnesinden ayrı olarak değerlendirilmemelidir.

Bir nesneyi uzam içersinde görmek, onu bağlam içinde görmek demektir.

Eğer bir bütünden bir parça çıkarılıp değerlendirmeye çalışılırsa, o sadece bir ürüne, bir nesneye dönüşür; - Nesneyi görmek, nesnenin kendi özelliklerini, ortamının ve gözlemcinin ona dayattığı özelliklerden ayırmak demektir. Ancak moda tasarımında bir bütün ve nesnelerin diğer nesnelere ile kurduğu ilişki ile olarak değerlendirir. “

Görsel bir birim bağlamından çıkarılırsa, farklı bir nesneye dönüşür.<sup>189</sup>

İmge ve algı beraber ilerleyen birbirinden ayrılmaz çözüm araçlarıdır.<sup>190</sup>

Bir nesne hakkında akıl yürütme, nesnenin algılanma tarzıyla başlar ve yetersiz bir algı, düşünce zincirini tamamen altüst edebilir.

Algı, bilişsel sözcüğü ile (cognitive) enformasyonun alınması, toplanması, depolanması ve işlenmesi sırasında gerçekleşen bütün zihinsel işlemlerden oluşur.

Görsel algı, görsel dünyanın küçük bir parçasına ya da şu anda görülen tüm nesnelerin konumlandıkları uzamın görsel çerçevesine gönderme yapabilir. Algı nesneyi kendi bağlamında ve uzamında değerlendirir. Bilgileri birleştirir. Görsel veriler ile düşünmek algının dönüşümüdür. Bu dönüşümlerden biri de imgedir. 1980 yıllarında imgesel iletişimin somut ifadelendirme anlatım biçimi olarak reklam yolu açılmıştır.

Moda tasarımında görsel kimlik ve imge algılaması, öncelikle moda tasarımını ve tarihini bilmeyi gerektirir. Ardından ilintili olduğu bağlamı ve uzamında değerlendirmeler ile varlığını ortaya koyar. Modanın değişken ve dinamik yapısı gelişen teknoloji ve dünya olaylarına bağlı gelişir. Sürekli araştırmayı gerektirir. Geçmiş zaman için tarih, günümüz için gelişen dünya siyasetini, ekonomisini, kültürel olayları, etkinlikleri, teknolojiyi, popüler kültürü, sosyal hayatı takip etmek ile araştırma boyutu gerçekleştirilir.

---

176     Arnheim, s. 71  
177     Arnheim, s. 28

## EK

### TARİHSEL BAĞLAM

1989 yılında yapılmış olan araştırmalar sonucu son 50 yılın en önemli tasarımcıları<sup>191</sup>

<i>n. soyadı isim sanatçı adı</i>	<i>doğum tarihi</i>	<i>cinsiyet</i>	<i>oluşum süreci</i>	<i>şehir</i>
1 Alaia Azzedine	1940	Erkek	1,4	PARIS
2 Albini Gualtiero Angel	Walter Ablini	1941 Erkek	2	MILANO
3 Amies Hardy Edwin	1909	Erkek	1	LONDRA
4 Armani Giorgio	1934	Erkek	3,4	MILANO
5 Arraez Norma	Norma Kamali	1945 Kadın	2,4	NEWYORK
6 Balenciaga Cristobal	1895	Erkek	1	PARIS
7 Balmain Pierre Alexandre Claudius	1914	Erkek	1	PARIS
8 Biagiotti Laura	1943	Kadın	3	ROMA
9 Blahnik Manolo	1942	Erkek	4	LONDRA
10 Blass William Ralph	Bill Blass	1922 Erkek	1,4	NEWYORK
11Bohan Roger Maurice	Louis Marc Bohan	1926 Erkek	1	PARIS
12 Bozeman Samuel Albert Jr.	Geoffrey Bene	1924 Erkek	1,2	NEWYORK
13 Burrows Stephan Gerald	1943	Erkek	2	NEWYORK
14 Capucci Roberto	1930	Erkek	2	ROMA, PARIS
15 Cardin Pierre	1922	Erkek	1	PARIS

191 VOLONTE Paolo (2008) “Vita da Stilista” Bruno Mondadori ,Milano

16	Cashin	Bonnie	1908	Kadın	1,4	NEWYORK
17	Castelbajac	Jean – Charles de	1949	Erkek	3	PARIS
18	Cavalli	Roberto	1940	Erkek	2,3	FLORANSA, MILANO
19	Cerruti	Antonio Nino Cerruti	1930	Erkek	3	MILANO
20	Chalayan	Hussein	1970	Erkek	2	LONDRA
21	Clark	Raymond Ossie Clark	1942	Erkek	2	LONDRA
22	Conran	Jasper	1959	Erkek	2	LONDRA
23	Courreges	Andre'	1923	Erkek	1	PARIS
24	De la Renta	Oscar	1932	Erkek	1	NEWYORK
25	Demeulemeester	Ann	1956	Erkek	2	ANVERS PARIS
26	Dior	Christian	1905	Erkek	1	PARIS
27	Dolce	Domenico (e Stefano Gabbana)	1958	Erkek	3	MILANO
28	Ellis	Perry	1940	Erkek	3	NEWYORK
29	Faske	Donna Ivy, Donna Karan	1948	Kadın	2,3	NEWYORK
30	Fath	Jaques	1912	Erkek	4	PARIS
31	Feraud	Louis	1920	Erkek	4	PARIS
32	Ferre	Gianfranco	1944	Erkek	4	MILANO
33	Flis	Sonia Sonia Rykiel	1930	Kadın	4	PARIS
34	Fontana	Zoe, Micol, Giovanna Sorelle Fontana	1913	Kadın	1	ROMA

35	Ford	Tom	1962	Erkek	2	NEWYORK
36	Fujii	Hanae Hanae Mori	1926	Kadın	3,4	TOKYO, PARIS
37	Galliano	Juan Carlos Antonio John Galliano	1961	Erkek	2	LONDRA
38	Garavani	Valentino Clemente Valentino	1932	Erkek	1	ROMA, PARIS
39	Gaultier	Jean Paul	1952	Erkek	1	PARIS
40	Gernreich	Rudi	1922	Erkek	4	LOS ANGELES
41	Gigli	Romeo	1949	Erkek	1	MILANO
42	Givenchy	Hubert de	1927	Erkek	1	PARIS
43	Halston Frowick	Roy Halston	1932	Erkek	4	NEWYORK
44	Hamnet Katharine	Eleanor Appleton	1948	Kadın	2	LONDRA
45	Hilfiger	Tommy	1952	Erkek	4	NEWYORK
46	Horsting	Viktor ( e Rolf Snoren) Victor & Rolf	1969	Erkek	2	AMSTERDAM PARIS
47	Hulanicki	Barbara	1938	Kadın	4	LONDRA
48	Johnson	Betsy	1942	Kadın	2	NEWYORK
49	Kawakubo	Rei	1942	Kadın	3	TOKYO, PARIS
50	Klein	Clavin	1942	Erkek	2	NEWYORK
51	Kouyate'Lamine	XULY.Bet	1962	Erkek	4	PARIS

52	Lacroix Christian	Marie Marc	1951	Erkek	1	PARIS
53	Ladicorbic Zoran	Zoran	1947	Erkek	4	NEWYORK
54	Lagerfeld Karl Otto		1938	Erkek	1	PARIS
55	Lang Helmut		1956	Erkek	4	VIYANA, PARIS
56	Laroche Guy		1923	Erkek	1	PARIS
57	Lipschitz Ralph	Ralph Lauren	1939	Erkek	4	NEWYORK
58	Mandelli Mariuccia	Krizia	1933	Kadın	4	MILANO
59	Margiela Martin		1957	Erkek	2	ANVERS,PARIS
60	McCartney Stella		1971	Kadın	1,2	LONDRA
61	McQueen Alexander		1969	Erkek	1,2	LONDRA
62	Missoni Ottavio ( Rosita Jelmini)	Missoni	1921	Erkek/Kadın	3	MILANO
63	Miyake Issey		1938	Erkek	1,2	TOKYO, PARIS
64	Montana Claude		1949	Erkek	3	PARIS
65	Moschino Franco		1950	Erkek	2	MILANO
66	Mugler Thierry		1948	Erkek	4	PARIS
67	Muir Jean		1928	Kadın	4	LONDRA
68	Nutrizio Maria Carmen Mila Schön		1919	Kadın	4	MILANO
69	Özbek Rifat		1953	Erkek	2	LONDRA
70	Prada Miuccia		1950	Kadın	3	MILANO
71	Pucci Emilio		1914	Erkek	4	FLORANSA

72	Quant	Mary	1934	Kadın	2,4	LONDRA	
73	Rabameda y Cuervo Francisco	PacoRabanne	1934	Erkek	1,2	PARIS	
74	Rhodes	Zandra Lindsey	1940	Kadın	2	LONDRA	
75	Saint LaurentnYves	Mathieu	1936	Erkek	1	PARIS	
76	Sander Heidemarie Jiline	Jil Sander	1943	Kadın	2	HAMBURG, MILANO	
77	Schuberth	Emilio Federico	1904	Erkek	1	ROMA	
78	Smith Paul		1946	Erkek	4	NOTTINGHAM	
79	Smith	Willi Donnell	1948	Erkek	2	NEWYORK	
80	Steele	Lawrence Dion	1963	Erkek	2	MILANO	
81	Sui	Anna	1955	Kadın	2	NEWYORK	
82	Swire	Vivienne Isabel/Vivienne Westwood	1941	Kadın	4	LONDRA	
83	Takada	Kenzo	1939	Erkek	2	TOKYO,PARIS	
84	Teng Yeohlee	Yeholee	1955	Kadın	2	NEWYORK	
85	Ungaro	Emanuel	1933	Erkek	1	PARIS	
86	Van Noten	Dries	1958	Erkek	2	ANVERS, LONDRA,PARIS	
87	Versace	Gianni	1946	Erkek	1,3	MILANO	
88	Whitney	Anne	Anne Fogart	1919	Kadın	3	NEWYORK
89	Yamamoto	Yohli	1943	Erkek	2	TOKYO,PARIS	

Oluşum Süreci;1= atölye, 2=eğitim, okul, 3= şirket, 4=kendi imzası ile çalışması

## KAYNAKÇA

### *Kitaplar*

Barthes Roland, **The Fashion System**. 2.basım, California Los Angeles, University of California Press, Berkley Yayınevi, 1990.

Muzzarelli Maria Giuseppina ve Riello Giorgio ve Tosi Elisa Brandi , **Moda.Storia e Storie** , 1. Basım, Milano, Bruno Mondadori Yayınevi, 2010.

Baudot Francois , **La Moda , Immagine e Stile**, 2. basım, Modena İtalya, Logos Yayınevi, 1988.

Deslandres Yvonne, **Poiret Paul 1979 -1944**, 1.basım, Paris, Regard Edition Yayınevi, 1986

Kirke Betty, **Madeleine Vionnet** , 3. Basım, Caifornia San Francisco Chronicle Books LLC Yayınevi , 1998

Baudot Francois , **Elisa Schiaparelli**, 3. Basım, Paris, Assouline Yayınevi, 1998.

Kaise B. Susan ve Gezcy Adam ve Karaminos Vicki, **Fashion and Cultural Studies**, 2. Basım, Roma, Laterza e Figli Yayınevi, 1987.

Morini Enrica , **Storia della moda XVIII – XX secolo, 2. Basım**, Milano Skira Yayınevi, 2000.

Monneyron Frederic, **Sociologia della moda**, 1.Basım, Bari, Laterza&figli Yayınevi, Roma , 2008.

Scarlina Luca, **Diana Vreeland Le avventure di un occhio inquieto** , 1.Basım, Milano, Feltrinelli Yayınevi, 2013.

Volonte Paolo, **Vita da Stilista**, 1. Basım, Milano, Bruno Mondadori Yayınevi, 2008

Ciabattoni Amos, **Il Sistema Moda, 1. Basım**, Torino, Editoriale Valentino S.r.l. Yayınevi, 2001,

Miglietti Francesca Alfano, **Virus Moda, 2.Basım**, Milano, Editoriale Skira Yayınevi, 2005.

Blignaut Helene ve Ciuni Luisa ve Persico Maria Grazia , **Comunicare La Moda**, “Il manuale per futuri gernalisti e addetti stampa del settore” 1. Basım, Milano, Franco Angeli Yayınevi, 2004.

Harris Paul ve Ambrose Gavin , **The Visual Dictionary of Fashion Design**, 1. Basım, Lausanne Switzerland , AVA book Yayınevi, 2007.

Squicciarino Nicola, **Il Vestito parla considerazioni psicosociologiche sull'abbigliamento**, 3.Basım, Roma, Editoriale Armando Yayınevi, 1986.

Scipioni Donatella, **La Moda Manuali di Comunicazione Serie e Sistemi**, 3. Basım, Napoli, Editoriale Ellisi Yayınevi, 2002.

König René, **Umanita' in Passarella , La Moda nel Processo di Civilizzazione ,** 1,Basım, Milano, Longanesi Yayınevi,1988.

Bergé Pierre, **Yves Saint Laurent tout Terriblement ,** 1. Basım, Fransa.Fondation Pierre Bergé – Yves Saint Laurent, & Arte Editions Yayınevi, 2009.

Derrick Robin ve Muir Robin , **Vogue Covers**, 1. Basım, London. Little Brown Yayınevi, 2007.

Cray Jonathan, **Gözlemcinin Teknikleri**, 2. Basım, İstanbul, Metis Yayınevi, 2010.

Rancière Jacques, **Estetiğin Huzursuzluğu, Sanat Rejimi ve Politika**, 2. Basım, İstanbul, İletişim Yayınları, 2012.

Arnheim Rudolf, **Görsel Düşünme**, 3.Basım, İstanbul, Metis Yayınevi, 2012.

Yücel Halime, **İmgeden Yoruma ,** 1. Basım, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2013.

Simmel George, **La Moda**, 4. Basım, Roma, Riuniti Editori Yayınevi, 1985.

M.Argyle, **Il Comportamento Sociale**, 2.Basım, Bologna, Il Mulino Yayınevi, 1974.

## **Filmler**

Sztalryd Letmia ve Sztalryd Jean- Marie , **Vivienne Westwood Do it yourself**,

Prigent Loic, **Signe Chanel**, Fransa, Arte Edition Basımevi, 2005.

Gagliardo Giovanna, **L'Abito di Domani, Storia della Moda nel Tempo**” Roma, Cine Citta Luce Edition Basımevi, 2004.

Tyrnauer Matt , **Valentino The Last Emperor ,** Milano, Medusa Video Basımevi, 2009

## *İnternet Kaynaklar*

<http://www.style.com> (2015)

<http://it.wikipedia.org/wiki/semiotica> (2015)

<http://www.tdk.gov.tr> (2015)

[http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS552294d150d402.34736230](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS552294d150d402.34736230) (2015)

[http://wikipedia.org/wiki/Reform\\_tarih](http://wikipedia.org/wiki/Reform_tarih) (2015)

[http://en.m.wikipedia.org/wiki/Protestant\\_Reformation](http://en.m.wikipedia.org/wiki/Protestant_Reformation) (2015)

<http://www.treccani.it/enciclopedia/luigi-xiv-re-di-francia-detto-il-grande-o-il-re-sole/> (2015)

<http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Merkantilizm> (2015)

[http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Lüks\\_\(birim\)](http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Lüks_(birim)) (2015)

[http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/George\\_Simmel](http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/George_Simmel) (2015)

[http://en.m.wikipedia.org/wiki/Auguste\\_Rodin](http://en.m.wikipedia.org/wiki/Auguste_Rodin) (2015)

[http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Francis\\_Bacon](http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Francis_Bacon) (2015)

[http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Pablo\\_Picasso](http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Pablo_Picasso) (2015)

<http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/İzlenimcilik> (2015)

[http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Fransız\\_Devrimi](http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Fransız_Devrimi) (2015)

[http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Belle\\_Epoque](http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Belle_Epoque) (2015)

[http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Thorstein\\_Veblen](http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Thorstein_Veblen) (2015)

[http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Paul\\_Poiret](http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Paul_Poiret) (2015)

[http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Coco\\_Chanel](http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Coco_Chanel) (2015)

[http://en.m.wikipedia.org/wiki/Pierre\\_Soulages](http://en.m.wikipedia.org/wiki/Pierre_Soulages) (2015)

[http://tr.m.wikipedia.org/wiki/Roland\\_Barthes](http://tr.m.wikipedia.org/wiki/Roland_Barthes) (2015)

<http://it.wikipedia.org/wiki/Semiotica> (2015)

[http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/II.\\_Dünya\\_Savaşı](http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/II._Dünya_Savaşı) (2015)

[www.dizionario-latino.com/dizionario-latino-italiano.php](http://www.dizionario-latino.com/dizionario-latino-italiano.php) (2015)

<http://www.it.m.wikipedia.org/wiki/Dadaismo> (2015)

[http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Louis\\_Aragon](http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Louis_Aragon) (2015)

[http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Andre\\_Breton](http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Andre_Breton) (2015)

[http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Darius\\_Milahaud](http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Darius_Milahaud) (2015)

[http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Jean\\_Cocteau](http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Jean_Cocteau) (2015)

[http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Raymond\\_Radiguet](http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Raymond_Radiguet) (2015)

[http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Fernand\\_Leger](http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Fernand_Leger) (2015)

[http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Raymond\\_Aron](http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Raymond_Aron) (2015)

[http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Maurice\\_Merleau\\_Ponty](http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Maurice_Merleau_Ponty) (2015)

[http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Albert\\_Camus](http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Albert_Camus) (2015)

[http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Simone\\_de\\_Beauvoir](http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Simone_de_Beauvoir) (2015)

[http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Jean\\_Paul\\_Sartre](http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Jean_Paul_Sartre) (2015)

[http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Georges\\_Braque](http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Georges_Braque) (2015)

[http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Pablo\\_Picasso](http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Pablo_Picasso) (2015)

[http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Le\\_Corbusier](http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Le_Corbusier) (2015)

[http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Marsall\\_Plan](http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Marsall_Plan) (2015)

[http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Vietnam\\_Savaşı](http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Vietnam_Savaşı) (2015)

<http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Hippi> (2015)

[http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Regis\\_Debray](http://www.tr.m.wikipedia.org/wiki/Regis_Debray) (2015)

[http://www.en.m.wikipedia.org/wiki/Bob\\_cut](http://www.en.m.wikipedia.org/wiki/Bob_cut) (2015)

[http://www.en.m.wikipedia.org/wiki/Vidal\\_Sassoon](http://www.en.m.wikipedia.org/wiki/Vidal_Sassoon) (2015)

<http://m.vogue.it/people-are-talking-about/1-ossessione-del-giorno/2012/05/vidal-sassoon> (2015)

## RESİM LİSTESİ

### SAYFA No

- Resim 1 :** Charles Federick Worth. 1860 yıllarındaki çekilmiş portre fotoğraf ..... 12
- Resim 2:** C.F. Worth Gece Elbisesi ipek tafta üzeri tül süslemeler. .... 13
- Resim 3:** C.F.Worth'un tasarımları ile Prenses Charles de Tre'moille nin " L'art de la mode" dergisinde resmedilmiş düğün töreninden görüntüler 24 ekim 1885..... 14
- Resim 4 :** C.F.Worth tasarımı Gece için tasarlanmış elbise August Sandoz çizimi.  
Haper's Bazar'da 15 Nisan 1893 yılında yayınlanan çalışması. Bütün elbise ipek üzeri nakış ve krizantem yaprakları motifleri bulunur..... 15
- Resim 5 :** C.F.Worth . Açılış Elbisesi . 1882 (tahmini) NewYork Brooklyn Müzesi .  
İpek ve tül elbise suni çiçekler ile süslemeler bulunur. .... 16
- Resim 6 :** C.F.Worth , Büyük Hanımefendi tasarımı 1894 Milano, A.Bertarelli baskıları. Brokar doku damask deseni " Chrisanthemums" Maison Bachelard & Cie kumaşları. Lione 'da 1894 yılında yapılan Uluslararası Sergi için yapılan çalışma..... 17
- Resim 7 :** C.F.Worth tasarımı elbise. Kraliçe Maria Antonietta 1783 (tahmini)  
Washington National Gallery of Art (Washington Ulusal Sanat Galerisinde )  
sergilenmektedir..... 18
- Resim 8 :** C.F.Worth veya Jean-Philippe Worth, tasarımı. Gündelik giysi 1892  
NewYork Brooklyn Müzesi. İmparator modeli Osmanlı (ottoman) yünü ve ipeği kullanılmış.Suni ve gerçek inciler ile süslemeler yapılmıştır. .... 19

<b>Resim 9 :</b> 1895 Paris de la Mode Müzesinde korunmakta ve sergilenmektedir. ....	20
<b>Resim 10 :</b> Franz-Xaver Winterhalter Prenses PAuline von Metternich,1860 Özel Koleksiyon. C.F.Worth tasarımı .....	21
<b>Resim 11 :</b> C:F.Worth’un 4 Mart 1893 yılında Harper’s Bazar dergisinde August Sander’in çizimi ile yayınlanan giysinin üzerine giyilen tasarımı. Yün ve kadife kumaşlardan oluşan, yaka ve manşetlerde kürk ve file ile süslenmiş. Eski Mısır kostümlerinden ilham alınarak tasarlanmıştır.....	22
<b>Resim 12:</b> Heloise Leloir çizimi, “Le Bon Ton”1858Kompozisyon Winterhalter ‘in resimden alıntı yapılarak kurgulanmıştır. C.F.Worth tasarımları.....	23
<b>Resim 13 :</b> C.F.Worth tasarımı. Öğlenden sonra için tasarlanmış elbise 1872 NewYork Brooklyn Müzesi. Saten ve mor ipek tafta üzeri balık sırtı motifleri ile süslenmiştir.....	24
<b>Resim 14 :</b> C.F.Worth.tasarımı. Gece için tasarlanmış elbise.August Sandoz çizimi. Harper’s Bazar’ da 17 Mart 1894 yılında yayınlanan çalışması. Açık mavi tafta ve ipek krep . Etek ve bustiyer üzeri iris çiçeği şeklinde nakış, incilerle süslenmiş ,dekolte ve etek uçları kürk ile dikilmiştir.....	25
<b>Resim 15:</b> İpek kumaş üzeri nakış C.F .Worth. ....	26
<b>Resim 16 :</b> Paul Poiret portre Fotoğrafçı Lipnitzki – Viollet 1925.....	28
<b>Resim 17 :</b> 19 temmuz 1900 Paris Metrosunun 1. hattı Porte Maillot ile Porte de Vincennes durakları arası.....	29
<b>Resim 21:</b> 1900 yıllarında başında Paris sokaklarından fotoğraf.....	31
<b>Resim 22:</b> Henri de Toulouse-Lautrec afiş çalışması (1864 1901).....	33
<b>Resim 23:</b> Tom Tierney illüstrasyonları ile Belle Epoque döneminin kağıt bebekleri kitabı.....	34

<b>Resim 24:</b> Paul Poiret moda evinin vitrinin fotoğrafı 5 Rue Auber, “ Le Figaro – modes “ dergisinde şubat 1904 yılında basılan.....	35
<b>Resim 25 :</b> Paris haritasında Rue Auber 5 Poiret butiğinin adresi.....	36
<b>Resim 26 :</b> Paul Poiret George Lepape ilüstrasyonu ile kırmızı palto tasarımı .....	38
<b>Resim 27:</b> Paul Poiret illüstrasyonu Haper’s Bazar’da yayınlanan. ....	39
<b>Resim 28 :</b> 23 eylül 1923 yılında Paul Poiret defilesinden görüntü.....	40
<b>Resim 29 :</b> 11 Ağustos 1921 yılında Paul Poiret defilesi.....	41
<b>Resim 30 :</b> Paul Poiret elbise,1923. ....	43
<b>Resim 31:</b> Paul Poiret , Üç model Paul Iribe’ nin çizimi Les Robes de Paul Poiret racontees par Paul Iribe , 1908 ( 1908 yılında Paul Poiret’ nin giysileri ile Paul Iribe’ nin anlatımı )......	44
<b>Resim 32:</b> Paul Poiret 2007 yılında NewYork U.S.A. The Metropolitan Museum of Art’s King of Fashion; Modanın kralı sergisinden. ....	45
<b>Resim 33:</b> Paul Poiret 2007 yılında NewYork U.S.A. The Metropolitan Museum of Art’s King of Fashion; Modanın kralı sergisinden. ....	46
<b>Resim 34:</b> Paul Poiret açık hava defilesinden görüntüler. ....	47
<b>Resim 35 :</b> Paul Poiret tasarımı Vogue dergisinin 1 mart 1925 sayısı için.....	48
<b>Resim 36 :</b> Georges Lepape , Le Grand Salon de l’avenue d’Antin ( Antin caddesinde bulunan Büyük Salon ) ‘de Paul Poiret’ nin tasarımı 1911. İlüstrasyon George Lepape, Model Özel dekore edilmiş salonda cashmire desenleri ile duran model. Arka planda defilede giysileri sunan modellerin çıkış kapısı görülmektedir.....	49

<b>Resim 37 :</b> Mythe 1919 Paul Poiret .....	50
<b>Resim 38 :</b> Maison Poiret 'nin Gül logosu ile Josephine 'den ilham alınarak hazırlanmıştır. Poiret Moda Evinin etiketi.....	51
<b>Resim 39 :</b> Paul Poiret mobilya tasarımları.....	52
<b>Resim 40 :</b> Paul Poiret iç mekan tasarımları C.K. Van Dongen apartman dairesi için yapılmış çalışma .....	53
<b>Resim 41:</b> Paul Poiret 1920 Luisa Casati, Çeşme Elbise .....	54
<b>Resim 42 :</b> Paul Poiret1911 koku tasarımı çalışmaları .....	55
<b>Resim 43 :</b> Prenses Alessandra 1880 İngiltere Kraliyet Ailesine mensup prenses için Redfer tarafından tasarlanmış ceket etek 1901-1925.....	55
<b>Resim 44 :</b> 1879 -1944 yılları arasında yaşamış ünlü tasarımcı Paul Poiret Fotoğrafi çalışma anından Eylül 1924.....	56
<b>Resim 45 :</b> Gabrielle Coco Chanel(1883-1971)Ünlü tasarımcının villasından ara verdiği bir anından fotoğraf.....	59
<b>Resim 46:</b> Gabrielle Coco Chanel Sege Lifar ile birlikte 1933 yılında Monte Carlo 'da Sporting d'ete adına düzenlen geceden bir görüntü.....	61
<b>Resim 47 :</b> Örne tayyör ve bijuterileri ile Coco , bütün Paris ona artık Coco adı ile seslenir. 30 Mayıs 1929. ....	62
<b>Resim 48 :</b> Coco Chanel 1913 yılında Deauville mağazasının önünde çekilmiş bir fotoğraf.....	63

<b>Resim 49 :</b> Chanel Örne tayyör model.....	64
<b>Resim 50 :</b> Coco Chanel, Bijoux, Bijuteri, 1960- 1965. ....	65
<b>Resim 51:</b> Coco Chanel Çanta 1963 (tahmini) Deri üzerine eşkenar dörtgen formunda dikişlerle zincir askılık. Bu model 1955 yılında tekrardan hem deri hem de örmeden üretilmiştir. ....	66
<b>Resim 52:</b> Marylin Monroe Coco Chanel parfüm no 5.....	67
<b>Resim 53 :</b> Chanel gece elbisesi Vogue 1920. ....	69
<b>Resim 54 :</b> Haper's Bazaar akşam yemeğinde giyim önerileri Chanel siyah elbise ...	70
<b>Resim 55:</b> Coco Chanel, Giysi modelleri 1927, Madam J.M.Sert akşam yemeği kabulüne Chanel'in jorjet tasarımı üzerine inci kolyeler.....	71
<b>Resim 56:</b> Chanel Tayyör ve ayakkabılar 1920. ....	72
<b>Resim 57:</b> 2015 Chanel Koleksiyonundan ayakkabılar. ....	72
<b>Resim 58:</b> Chanel tayyör siyah renk .....	73
<b>Resim 59:</b> Coco Chanel 1972 Evinden görüntü.....	74
<b>Resim 60:</b> Coco Chanel Chanel Chanel moda evinin merdivenlerinden görüntü. ....	76
<b>Resim 61:</b> Madeleine Vionnet (1876 -1975) Minik manken üzerinde çalışma yaparken.....	78
<b>Resim 62:</b> Madaleine Vionnet parmak izi bulunan etiket tasarımı .....	79
<b>Resim 63:</b> İkili takım elbise Madaline Vionnet tasarımı .....	79
<b>Resim 64:</b> Madaleine Vionnet gece elbisesi 1934 yılında Hoyningen – Huene tarafından fotoğraflanmıştır.....	80

<b>Resim 65:</b> 1921yilinda bale ve danstan esinlenerek kumaşın verevini kullanarak, kemsim yapmadan oluşturduğu tasarımlar. ....	81
<b>Resim 66:</b> Mme. Robert Lazard ve Cadallero de Bedoya, mücevheri en iyi gösteren siyah Vionnet elbiseleri ile .....	82
<b>Resim 67:</b> Madeleine Vionnet, Dress, summer 1937, collection Les Arts Décoratifs, U.F.A.C.....	83
<b>Resim 68:</b> Madeleine Vionnet tasarımı 1925, ipek krep kumaş kayak yaka tekrar eden geometrik yaka.....	84
<b>Resim 69:</b> Elsa Schiaparelli,kuş koleksiyonu ve örme v yaka kazak 1927. Londra, Victoria and Albert Müzesinde sergilenen .....	85
<b>Resim 70:</b> Elisa Schiaparelli ve Salvador Dali ve Jean Cocteau. ....	86
<b>Resim 71:</b> Horst P. Horst: Elsa Schiaparelli, c. 1934 tarafından fotoğraflanmıştır. ....	87
<b>Resim 72:</b> Elsa Schiaparelli, <i>L'Officiel</i> dergisinde ekim sayısında 1937 George Saad tarafından fotoğraflanmıştır.....	88
<b>Resim 73 :</b> Kış koleksiyonu 1936-37 Elsa Schiaparelli tasarımı .....	89
<b>Resim 74:</b> Elsa Schiaparelli, tasarımı ceket ilkbahar yaz koleksiyonundan 1937. Filadelfia, Philadelphia Museum of Art. (Müzesinde) bulunmaktadır. Keten gri kum rengi gümüş ve lame ipler ile işlenmiş en altında Cocteau'nun imzası nakış ile işlenmiştir. ....	90
<b>Resim 75:</b> Christian Dior TIME derginin kapağında konu olmuştur. 4 Mart 1957. ....	91
<b>Resim 76:</b> Fransa ikinci dünya savaşında Nazilerle anlaşma yapıldığı anda çekilmiş halkın duygularını gösteren çok önemli bir belge .....	92
<b>Resim 77 :</b> İkinci Dünya savaşında Kadın ve çocukların durumundan bir belge ....	93

<b>Resim 78:</b> İkinci dünya savaşında ekmek fırının önünden çekilen bir fotoğraf. Kadınların ve insanların ruh halini anlatan bir belge.....	94
<b>Resim 79:</b> Elisabeth (Sissi) Avusturya İmparatoriçesi 1867 yılında Macaristan Kraliçesi olur. ....	97
<b>Resim 80:</b> Macar Kraliçesi Elizabeth 1870.....	98
<b>Resim 81:</b> María Eva Duarte de Perón (7 Mayıs 1919 – 26 Temmuz 1952 yılları arasında yaşamış) Arjantin Başkanının Eşi , Christian Dior Gece elbisesi ile .....	99
<b>Resim 82:</b> Dior Gelinlik 1949/1950 Paris Musée Christian Dior .....	100
<b>Resim 83:</b> 1900 yıllarında başında kadınların giyim tercihlerini gösteren bir fotoğraf .....	101
<b>Resim 84:</b> Christian Dior 1947, Giysi modelinin adı BAR ‘dır.....	102
<b>Resim 85:</b> Diorama Modeli 1947- 1948 Sonbahar kış koleksiyonu, Erwin Blumenfeld fotoğraf sanatçısı tarafından çekilmiştir. ....	103
<b>Resim 86:</b> Christian Dior’un yarattığı New Look silüetinin giysi unsurları.....	104
<b>Resim 87:</b> Christian Dior , tasarımın adı ; ” Blue de Perse “ (İran Mavis) 1955/56 sonbahar –kış koleksiyonundan( Regina Relang tarafından fotoğraflanmıştır)Twit tayyör vücuda oturan bir form yuvarlak yaka , yüksek bel algısını yaratabilmek amacı ile yalancı kemer bir düğme ile sabitlenmiştir. Üst mantosu çıkarılabilir ve giyilebilir ayrı parçadan oluşur.....	105
<b>Resim 88:</b> Schuman Modeli İlbahar yaz koleksiyonundan Willy Maywald tarafından fotoğraflanmıştır.....	106
<b>Resim 89 :</b> 1950 yılında Christian Dior, modelleri ile beraber koleksiyon tanıtımından sonra.....	107

<b>Resim 90 :</b> 1946 yılında ilk Dior 'u kurduğu ve açılışının olduğu gün Christian Dior .....	108
<b>Resim 91 :</b> Grace Kelly Dior tasarımı ile 1954 yılında George Seaton'ın yönetmenliğini yaptığı “ The Country Girl “ 1954.....	109
<b>Resim 92 :</b> Amerika'nın yıllara göre aldığı milliyetlerine göre sınıflandırılan göç grafik tablosu.....	110
<b>Resim 93:</b> Jacques Tati yönetmenliğinde 1958 yılında Fransa İtalya ortak yapımı “Mon Oncle “ filminden görüntüler.....	111
<b>Resim 94:</b> Elvis Aaron Presley , Kral lakabı ile 1967 -1973 yılları arasında yaşamış Rock'n Roll efsanesidir. ....	112
<b>Resim 95 :</b> Louis Armstrong 1901 – 1971 yılları arasında yaşamış jazz müzisyeni..	113
<b>Resim 96:</b> Ford marka Thunderbird modeli 1955 yıllarında üretilmeye başlamıştır...113	
<b>Resim 97:</b> Prada 2012 ilkbahar yaz koleksiyonundan çanta ve ayakkabı.....	114
<b>Resim 98:</b> Amerikan dergisinde yayınlanan Campbell hazır çorba reklamı.....	115
<b>Resim 99 :</b> Sorelle Fontane , soldan sağa sırası ile Zoe, Micol, Giovanna Fontana kardeşler 1950.....	117
<b>Resim 100 :</b> Joerney to Italy filminin afişi ve kapak çekimi.....	118
<b>Resim 101:</b> Ingrid Bergman ve George Sanders film karesinden görüntü .....	118
<b>Resim 102 :</b> Joerney to Italy filminden İtalya'da müzeden bir görüntü. İtalya ve sanat ilişkisine dikkat çekilmek istenmiştir. ....	119
<b>Resim 103 :</b> Ingrid Bergman ve George Sanders İtalya , Venedik 'ten görüntü.....	119
<b>Resim 104 :</b> Gucci vitrini 1960.....	121
<b>Resim 105 :</b> Emilio Pucci ve modeli 1953.....	122

<b>Resim 106:</b> Salvatore Ferragamo kendi tasarım ayakkabıyı Sophia Loren 'e takdim ederken .....	122
<b>Resim 106 :</b> Paris Weill arşivinden 1950 hazır giyim tanıtımı .....	124
<b>Resim107 :</b> Vogue 1956 Ağustos sayısı Fransa pret a porter konusuna yer veren sayısı .....	125
<b>Resim 108:</b> Amerikan gençliğinin savaşa karşı protesto eden tavrının fotoğrafı .....	126
<b>Resim 109 :</b> John Lennon, Paul McCartney , George Harrison ve Ringo Starr 1960 - 1970 yılları arasında gençlikte devrim yaratan İngiliz müzik grubu .....	127
<b>Resim 110 :</b> San Francisco Hippie Gencligi 1965. ....	128
<b>Resim 111:</b> Rollings Stone ve The Doors konser afisi .....	129
<b>Resim 112:</b> Michelangelo Antioni 'nin yönetmenliğini yaptığı "Blow Up" filminden bir görüntü 1966. ....	130
<b>Resim 113:</b> Model Veruscka Von Lehndorff Blow Up filminde fotoğraf çekiminden görüntü. ....	130
<b>Resim 114:</b> Blow Up filminden mankenler ile çekim sırasından görüntü .....	131
<b>Resim 115:</b> Mary Quant .....	132
<b>Resim 116:</b> Twiggy .....	133
<b>Resim 117 :</b> Mary Quant ve saç tasarımcısı Vidal Sasson .....	134
<b>Resim 118:</b> Mia Farrow ; Vidal Sasson sac kesimi ile kadına yeni bir bakış açışı getirildi .....	135
<b>Resim 119:</b> Tasarımcı 1923 Fransa Pau doğumlu André Courrèges çalışmalarını .....	136
<b>Resim 120:</b> Andre Courreges tasarımları ,Jean Louis Sieff tarafından 1965 yılında fotoğraflanmıştır. Saint Paul de Vence Maeght Fondasyonuna aittir .....	137

<b>Resim 121 :</b> Pierre Cardin 'in 60 yaratım yılı kitap kapağı .....	138
<b>Resim 122:</b> Pierre Cardin tasarımları .....	139
<b>Resim 123 :</b> Paco Rabanne tasarımları Who you are Polly Magoo filminden görüntüler. .....	140
<b>Resim 124 :</b> Paco Rabanne 1960 defileden görüntüler. ....	141
<b>Resim 124 :</b> Androjen yapının temsili solda Yves Saint Laurent 1975 erkek takım elbisesi ile sağda ise Andreja Pejic' erkek ancak kadın modeli olarak ( 2015 ) günümüzde fotoğraf ve çekimlerde en uygun manken olarak çalışmaktadır. ....	142
<b>Resim 125:</b> Ördek fotoğrafı .....	146
<b>Resim 126 :</b> Çimen görüntüleri ; internet çimen yeşili taraması sonucundan ortaya çıkan renk gamı .....	146
<b>Resim 127 :</b> Zümrüt yeşili ve örnekleri internet üzerinde renk adı ile yapılan araştırma sonuçları .....	147
<b>Resim 128 :</b> Askeri yeşil ve örnekleri internet üzerinde renk adı ile yapılan araştırma sonuçları .....	147
<b>Resim 129 :</b> Pantone'nin 2015 yılı için seçtiği renk olarak Marsala rengini ön görüyor.....	148
<b>Resim 130 :</b> Pantone katalogundan örnek bir sayfa .....	148
<b>Resim 131:</b> Soulages Siyah üzerine yaptığı çalışma.....	157
<b>Resim 132:</b> Soulages siyah çalışmalarının sergilenme şekli.....	158
<b>Resim 133:</b> Chloé 2015 kış koleksiyonu.....	159
<b>Resim 134 :</b> Sherlock Holmes aktör Basil Rathbone 1939 ,Arthur Connan Doyle 1890 yılında yarattığı İngiliz dedektif kahramanının giysileri ve ilüstrasyonu.....	160

<b>Resim 135 :</b> 2015 Sonbahar kış Chloé koleksiyonundan.....	161
<b>Resim 136:</b> 1900 yıllarında İngiliz, soylu ve zenginlerin gece davetlerinde kullandıkları giysilerinin erkek takımlarının içine giyilen yelek. ....	162
<b>Resim 137:</b> 1900 yıllarda İngiliz ailelerin gündelik giysileri.....	163
<b>Resim 138:</b> Christopher Kane 2015 Kış Koleksiyonundan bir görüntü. ....	164
<b>Resim 139 :</b> Elisa Schiaparelli 1934. ....	165
<b>Resim 140:</b> Givenchy marka , tasarımcı Riccardo Tisci, 2015 kış koleksiyonu.....	166
<b>Resim 141:</b> 1920 yıllarında Fransız kadın ve erkeklerin giyim tercihleri.....	167
<b>Resim 142 :</b> 1920 yıllarında Fransız kadınların giyim tercihlerini gösteren fotoğraf..	168
<b>Resim 143:</b> 1920 yıllarında erkek ve kadın saç ve makyaj tercihleri .....	169
<b>Resim 144:</b> Hint geleneksel takı örnekleri .....	169
<b>Resim 145 :</b> 1920 kadın çizme stili .....	168
<b>Resim 146:</b> Miu Miu 2015 ilkbahar koleksiyonu. ....	170
<b>Resim 147:</b> Female Trouble filminden bir görüntü.....	171
<b>Resim 148 :</b> Female Trouble Filminden Dawn Davenport'un başrolünü oynadığı kişinin aile evinden görüntü.....	171
<b>Resim 149:</b> Cha Cha Ayakkabıları.....	172
<b>Resim 150:</b> Female trouble Filminin kapağı.....	172
<b>Resim 151 :</b> Prada 2015 parfüm reklamlarında kullanılan imge.....	135

## RESİM KAYNAKÇASI

### *Kitaplar*

Urbanelli Elisa , **Schiaparelli & Prada impossible conversations** , 1, Basım, NewYork  
The Metropolitan Museum of Art, 2012.

Palmer White, **Elisa Schiaparelli, Empress of Paris Fashion**, 2. Basım, Londra,  
Aurum Press Yayinevi,1986.

Giroud Françoise, **Dior Christian Dior 1905 – 1957** , 1. Basım, Paris, Edition Du  
Regard Yayinevi,1987.

Kirke Betty, **Madeleine Vionnet** , 1. Basım, California, San Francisco Chronicle Books  
Yayinevi, 1998.

Morini Enrica, **Storia della moda XVIII – XX secolo**, 2. Basım, Milano, Skira  
Yayinevi, 2000.

Baudot François, **Memorie della Moda Chanel**, 2.Basım, Firenze, Octavo Yayinevi,  
1997.

Edmonde Charles – Roux , **Chanel Her Life, Her World, the Woman Behind the  
Legend** , Fransızcadan İngilizceye tercüme Nancy Amphoux, 2.Basım, Londra,  
Maclehose Press Yayinevi, 1997.

Deslandres Yvonne, assistee de Dorothée Lalanne, **Poiret ,Paul Poiret 1879 – 1944**,  
2.Basım, Paris, Editions Du Regards Yayinevi, 1986.

Tom Tierney, **Great Fashion Designs of Belle Epoque** , 1.Basım, NewYork, Dover ,  
1982

Caproni Giorgio, G.M. Sugana, **Toulouse – Lautrec**, 1. Basım, Milano, Rizzoli, 1969.

de Diana Marly, **WORTH, Father of Haute Couture**, 2. Basım, NewYork, Holmes  
ve Meyer Yayinevi,1990.

### ***Internet Kaynakları***

<http://www.salsa-kursu.com/salsa-moda> (2015)

[http://en.wikipedia.org/wiki/Female\\_Trouble](http://en.wikipedia.org/wiki/Female_Trouble) (2015)

<http://emanuellevy.com/review/featured-review/john-waters-revisited-female-trouble/> (2015)

<https://www.youtube.com/watch?v=uDie8goaBDU> (2015)

<http://en.wikipedia.org/wiki/Flapper> (2015)

<http://www.style.com/fashion-shows/spring-2015-ready-to-wear/miu-miu> (2015)

<http://en.wikipedia.org/wiki/Flapper> (2015)

<https://corydontimes.wordpress.com/2015/04/30/throwback-thursday-winnipeg-fashion-in-1920/> (2015)

<http://imgkid.com/1920s-womens-boots.shtml> (2015)

[http://www.uvm.edu/landscape/dating/clothing\\_and\\_hair/1920s\\_clothing\\_men.php](http://www.uvm.edu/landscape/dating/clothing_and_hair/1920s_clothing_men.php) (2015)

<http://www.style.com/fashion-shows/fall-2015-ready-to-wear/givenchy> (2015)

<http://www.style.com/slideshows/fashion-shows/fall-2015-ready-to-wear/christopher-kane/collection> (2015)

[http://commons.wikimedia.org/wiki/File:StateLibQld\\_2\\_126463\\_Two\\_men\\_photographed\\_in\\_studio\\_style\\_1890-1900.jpg](http://commons.wikimedia.org/wiki/File:StateLibQld_2_126463_Two_men_photographed_in_studio_style_1890-1900.jpg) (2015)

<https://100yearsagotoday.wordpress.com/category/fashion/page/4/> (2015)

<http://www.walernelson.com/dr/evening-wear> (2015)

<http://www.style.com/fashion-shows/fall-2015-ready-to-wear/chloe> (2015)

<http://pixshark.com/sherlock-holmes-original.htm> (2015)

[http://en.wikipedia.org/wiki/Sherlock\\_Holmes\\_%281939\\_film\\_series%29](http://en.wikipedia.org/wiki/Sherlock_Holmes_%281939_film_series%29) (2015)

<http://www.style.com/fashion-shows/fall-2015-ready-to-wear/chloe> (2015)

<http://mymagicalattic.blogspot.it/2014/08/musee-soulages-design-by-rcr.html> (2015)

<http://www.petit-bulletin.fr/lyon/expositions-article-43478-Attendre+soulage.html>  
(2015)

<http://www.pantone.com/pages/index.aspx?pg=21167> (2015)

<http://www.pantone.com/fashion-home/paper-products> (2015)

<https://www.google.it/search?q=military+green&client> (2015)

<https://www.google.it/search?q=emerald+green&client> (2015)

<https://www.google.it/search?q=grass+green&client> (2015)

<http://www.manitowoc.org/index.aspx?NID=906> (2015)

[http://academic.reed.edu/anthro/adprojects/2011/greaves\\_mercado/BodiesAndClothing%20Analysis.html](http://academic.reed.edu/anthro/adprojects/2011/greaves_mercado/BodiesAndClothing%20Analysis.html) (2015)

<http://www.demeterclarc.com/2011/02/20/sunday-with-andrej-pejic/> (2015)

<http://www.fashionencyclopedia.com/Pi-Ro/Rabanne-Paco.html> (2015)

[http://stylebubble.co.uk/style\\_bubble/2009/10/metalwarewear.html](http://stylebubble.co.uk/style_bubble/2009/10/metalwarewear.html) (2015)

<http://theredlist.com/wiki-2-23-1249-1257-view-1960s-profile-pierre-cardin-3.html>  
(2015)

<http://www.creativeboysclub.com/pierre-cardin-wants-to-sell-business-for-1-bln-euros>  
(2015)

<http://theredlist.com/wiki-2-23-1249-1257-view-1960s-profile-andre-courreges-3.html>  
(2015)

<http://theredlist.com/wiki-2-23-1249-1257-view-1960s-profile-andre-courreges-3.html>  
(2015)

<http://www.boots.com/en/Prada/> (2015)

<http://theredlist.com/wiki-2-24-525-526-656-view-1970s-1-profile-mia-farrow.html>  
(2015)

<http://edition.cnn.com/2012/05/09/showbiz/vidal-sassoon-obit/> (2015)

<http://pixshark.com/twiggy-body.htm> (2015)

<http://www.gushmag.it/attraverso-la-lente-blow-di-michelangelo-antonioni-1966/> (2015)

<http://shock.style.it/tag/mary-quant/> (2015)

<http://trendland.com/trailer-tuesday-blow-up/> (2015)

<http://thefilmstage.com/news/watch-a-feature-length-documentary-on-the-london-that-inspired-blow-up/> (2015)

<http://ultimateclassicrock.com/clash-rolling-stones-doors/> (2015)

<https://sites.google.com/site/135botany/home/lect17-psychedelic-fungi-music-fashion> (2015)

<http://www.mstarz.com/articles/23234/20131213/beatles-kraftwerk-isley-brothers.htm> (2015)

<http://blog.interexchange.org/career-training-usa/2012/05/10/u-s-involvement-in-the-vietnam-war/> (2015)

<https://www.pinterest.com/pin/165718461262717176> (2015)

<http://europeanafashion.tumblr.com/post/54016062568/printed-cotton-dress-zebrato-motif-1953-c> (2015)

<http://www.mindfood.com/gallery/gucci-jackie-bag-gallery/9F37C5AB-0CE3-456A-AF02-B5988FCE904E/> (2015)

<https://www.youtube.com/watch?v=5vpT27OBJEY> (2015)

<http://www.thecipher.net/journey-to-italy-reflections/> (2015)

<http://www.thecipher.net/journey-to-italy-reflections/> (2015)

[http://en.wikipedia.org/wiki/Journey\\_to\\_Italy](http://en.wikipedia.org/wiki/Journey_to_Italy) (2015)

<http://www.150anni.it/webi/index.php?s=59&wid=2069> (2015)

<https://www.etsy.com/listing/223320788/vintage-campbells-soup-ad-1963-food?ref=market> (2015)

<http://www.style.com/slideshows/fashion-shows/spring-2012-ready-to-wear/prada/collection/17> (2015)

[http://www.oldcarbrosures.com/static/NA/Ford\\_Thunderbird/](http://www.oldcarbrosures.com/static/NA/Ford_Thunderbird/) (2015)

<http://www.limusichalloffame.org/project/louis-armstrong/> (2015)

[http://en.wikipedia.org/wiki/Elvis\\_Presley](http://en.wikipedia.org/wiki/Elvis_Presley) (2015)

[http://www.dvdbeaver.com/film/dvdreviews16/mon\\_oncle\\_dvd\\_review.htm](http://www.dvdbeaver.com/film/dvdreviews16/mon_oncle_dvd_review.htm) (2015)

<http://www.hks.harvard.ed.u/fs/gborjas/> (2015)

<http://clothesonfilm.com/grace-kelly-paris-dress-in-rear-window/693/> (2015)

[http://www.dior.com/couture/it\\_it/la-maison-dior/le-storie-dior](http://www.dior.com/couture/it_it/la-maison-dior/le-storie-dior) (2015)

[http://www.dior.com/couture/it\\_it/la-maison-dior/mostre](http://www.dior.com/couture/it_it/la-maison-dior/mostre) (2015)

<http://alwaysinfo.co.uk/images/i/1900/20> (2015)

<http://fashiongraphic.com/le-hablo-al-pueblo-vestida-por-dior/> (2015)

<http://www.alon.hu/megujul-becsi-sissi-muzeum> (2015)

<http://www.giornalettismo.com/archives/552281/in-ricordo-della-principessa-sissi/sissi8/> (2015)

<http://www.gettyimages.it/detail/fotografie-di-cronaca/parisians-line-up-in-front-of-a-bakery-between-fotografie-di-cronaca/105214327> (2015)

<http://www.gettyimages.it/detail/fotografie-di-cronaca/civilians-hiding-from-german-snipers-during-a-fotografie-di-cronaca/155273658> (2015)

<http://rarehistoricalphotos.com/frenchman-crying-nazi-occupation-france-1940/> (2015)

<http://www.theguardian.com/books/2014/oct/26/elsa-schiaparelli-biography-review-dali-chanel> (2015)

<http://www.lesartsdecoratifs.fr/francais/musees/musee-des-arts-decoratifs/actualites/archives/mode-et-textile/madeleine-vionnet-puriste-de-la/> (2015)

<http://www.vb.com/chanel/rothschild.htm> (2015)

<http://www.style.com/trends/accessories/2015/chanel-fall-2015-shoes> (2015)

[http://cdni.condenast.co.uk/320x480/o\\_r/poiret\\_v\\_13nov09\\_pa\\_b\\_320x480\\_1.jpg](http://cdni.condenast.co.uk/320x480/o_r/poiret_v_13nov09_pa_b_320x480_1.jpg) (2015)

<http://www.metmuseum.org/exhibitions/listings/2007/poiret> (2015)

<https://www.google.it/maps/place/5+Rue+Auber,+75009+Paris,+France/@48.8718157,2.3306467,17z/data=!3m1!4b1!4m2!3m1!1s0x47e66e36ca321743:0xafc0a3a896c9e0b8> (2015)

<http://www.dailymail.co.uk/femail/article-2173872/Edwardian-street-style-Astonishing-amateur-images-capture-fashion-women-London-Paris-century-ago.html> (2015)

[http://en.wikipedia.org/wiki/Paris\\_M%C3%A9tro](http://en.wikipedia.org/wiki/Paris_M%C3%A9tro) (2015)

<http://www.vogue.it/encyclo/stilisti/w/charles-frederick-worth> (2015)

## 6. ÖZGEÇMİŞ

1973 yılında İstanbul'da doğdu. 1993 yılında Özel İtalyan Fen Lisesini bitirdi. 1994 yılında Mimar Sinan Üniversitesi Güzel Sanatlar fakültesi Sahne, Dekor ve Kostüm bölümüne girdi. 1995 yılında Fiat ve Koç Sanat Burs sınavını kazandıktan sonra İtalya Venedik Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Sahne Dekor Kostüm Scenografia bölümünün sınavlarına girdi ve kazandı. 1998 yılında bölüm birincisi olarak Üniversiteyi başarı ile tamamladı. 1997 yılında U.S.A. NewYork The Metropolitan Play House da iki off Broadway Show sahneye koydu. The Return of Peter Grimm by David Belasco, The Gathering by Arje Shaw.

1998 Yılında İtalya ,Venedik La Fenice operasının alternatif tiyatro sahnesinde iki çağdaş opera sahneye koydu.Ratsel von Mozart ve Phonophonie by Mauricio Kagel.

2001 yılında İTKİB genç moda tasarımcıları yarışmasında ödül aldı. Çeşitli firmalarda moda tasarımı alanında stilist olarak çalıştı. 2005 yılında kurduğu şirketi ile çeşitli firmalara danışmanlık ve koleksiyon hizmetleri verdi. Kendi koleksiyonlarını hazırladı. Çeşitli sanatçılara özel tasarımlar yaptı.

2007 yılında AKM İstanbul Operasının Lale Devri kostümlerini tasarladı ve uyguladı.

Yeditepe Üniversitesi, Mimar Sinan Üniversitesi ve Işık Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil bölümlerinde moda tasarımı dersleri verdi.

Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsünde Tekstil Ana Sanat Dalı bölümünde Yüksek Lisans eğitimi gördü. 2014- 2015 eğitim yılında Erasmus sınavını kazanarak Milano NABA üniversitesinde Moda ve Tekstil alanında Yüksek Lisans eğitimi gördü.

