

T.C.
DOKUZEYLÜL ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ
FOTOĞRAF ANASANAT DALI
Yüksek Lisans Uygulama Raporu

MODA FOTOĞRAFINDA DENEYSEL YORUMLAR
VE SİNEMAGRAF UYGULAMALARI

Hazırlayan
Esat YARGICI

Danışman
Doç. Dr. Gökhan BİRİNCİ

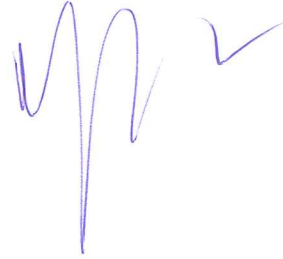
İZMİR
2019

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Uygulama Raporu olarak sunduğum “Moda Fotoğrafında Deneysel Yaklaşımlar ve Sinemagraf Uygulamaları” adlı çalışmanın tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yaralandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

Esat YARGICI

31/07/2019



TUTANAK

Dokuz eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü'nün 02/07/2019 tarih ve 16 sayılı toplantısında oluşturulan jüri, Lisanasüstü Öğretim Yönetmeliği'nin maddesine göre Fotoğraf Anasanat Dalı Yüksek Lisans Öğrencisi Esat YARGICI'nın "Moda Fotoğrafında Deneysel Yorumlar ve Snemagraf Uygulamaları" konulu tezi incelenmiş ve aday 31/07/2019 tarihinde , saat 09.00'da jüri önünde tez savunması alınmıştır.

Adayın kişisel çalışmaya dayanan tezinin savunmasından sonra... dakikalık süre içinde gerek tez konusu, gerekse tezin dayanağı olan anasanat dallarından jüri üyelerine sorulan sorulara verdiği cevaplar değerlendirilerek tezin başarılı.. Olduğuna oy birlik..ilekara verilmiştir.

BAŞKAN

Doç.Dr. Gökhan Birinci

ÜYE

Prof. Dr. Selim Akdoğan

ÜYE

Prof. Dr. İvan Özkavruk Adanır

ÖZET

XX. Yüzyılın başlarından itibaren moda fotoğrafı oluşum sürecindeydi. Ellili yıllara kadar tam bir tür olduğundan bahsetmek mümkün değilse de fotoğraf sanatının teknik olanakları dolayısıyla yapılan deneysel ve yapısal araştırmalar, doğrudan moda fotoğrafını da etkilemiştir. Aynı zamanda Avant-Garde sanat akımlarıyla sürekli etkileşim halinde olan moda fotoğrafçıları, yaratıcı vizyonları moda bağlamında değerlendirmişlerdir.

Moda fotoğraflarının aslında hiçbir öyküsü yoktur. Öyküsüz öyküler, sanat formları arasındaki etkileşimin sınırlarını eritmiştir. Günümüzde, referanslar ve farklı duyarlılıklar özgürce kullanılıp tüketilir hale gelmiştir. Deneysel moda fotoğrafı söz konusu olduğunda sadece birkaç parça giysiyi tanıtmak için çekilmiş fotoğraflardan bahsetmek mümkün değildir. Moda endüstrisi ve moda fotoğrafı ayrılmaz bir bütündür. Yaratılan moda vizyonları, moda fotoğrafçıları olmadan global anlamda tüketicilere ulaşması mümkün değildir. Moda imajları sadece ürün sattırmaz; o ürünü alacak kitlenin aldığında hissedeceği duyguyu satar.

Moda Fotoğrafı başlangıcından günümüze sürekli olarak yeni arayışların merkezinde olmuştur. Moda olgusu zaten değişen “mood” üzerine kurulu bir yapıya sahiptir. Bu değişmeyen tek ve yegâne oluşumun, değişim olduğu bir sorunsaldır.

Post Modern yaklaşımları bile tükettiğimiz günümüzde, sanatçıların yaratıcılık krizlerine moda fotoğrafçıları da şiddetle dahil olmuştur. Tüm yaratıcı vizyonlar ve kavramlar kurmaca olduğu gibi, ait oldukları sanat akımlarına göre farklılık gösterirler. Yeniden ve bıkmadan defalarca farklı sunumlarda kullanılıp, farklı bağlamlarda değerlendirilebilirler. Moda fotoğrafçıları da diğer tüm çağdaş sanatçılar gibi diğer sanatlardan beslenmekte ve metinler arası ilişkileri ustalıkla kullanmaktadırlar. Tıpkı ilk dönem moda fotoğrafçılarının deneysel bağlamda örnek aldıkları usta fotoğrafçı Man Ray gibi sürekli arayış hali söz konusudur.

Günümüz internet medyasının olanakları dolayısıyla yeni sunumlar ve teknikler gelişmekte; moda fotoğrafçıları da bu gelişime ayak uydurmaktadırlar. Varyasyonlarının asla tükenmeyeceği moda vizyonları, moda fotoğrafını sürekli etkilemeye devam edecektir. Bunun tam tersi de mümkündür. Moda fotoğrafının da yenilikçi tavrı her zaman modaya yön verecektir.

Moda fotoğrafında deneysel yorumlar ilk yıllarında olduğu gibi günümüzde de sürekli çeşitlenerek ve gelişerek devam edecektir. Moda fotoğrafçısı asla yeniyi denemekten vazgeçmeyecektir.

ABSTRACT

Fashion photography was in the process of being formed since the beginning of the 20th century. Although it is not possible to mention that it was a full genre until the fifties, experimental and structural researches made due to the technical possibilities of the art of photography directly affected fashion photography. At the same time, fashion photographers, who constantly interacted with Avant-Garde art movements, evaluated creative visions in the context of fashion.

Fashion photos indeed have no history. Storyless stories melted the boundaries of interaction between art forms. Nowadays, references and different sensitivities have become freely used and consumed. In the case of experimental fashion photography, it is not possible to mention photographs taken to introduce only a few pieces of clothing. The fashion industry and fashion photography are an integral whole. The fashion visions created cannot reach consumers globally without fashion photographers. Fashion images not only sell products; sells the feeling that the audience will feel when they buy it.

Fashion Photography has been constantly in the midst of new searches since its beginning. If the phenomenon of fashion already exists, it has a structure based on "mood". It is a problematic that only and unchanging formation is change.

In today's world, where even post-modern approaches have been exhausted, fashion photographers have been strongly involved in the creative crises of artists. As with all creative visions and concepts, they differ according to the art movements to which they belong. They can be used repeatedly in different presentations and reassessed in different contexts. Fashion photographers, like all contemporary artists, are nourished from other arts and masterfully use the relations between texts. Just like the master photographer Man Ray, whose early fashion photographers were exemplary in the experimental context, there is a constant search.

New presentations and techniques are developing due to the possibilities of today's internet media; fashion photographers also keep up with this development. Fashion visions in which their variations will never run out will continue to influence fashion photography continuously. The opposite is also possible. The innovative attitude of fashion photography will always guide fashion.

Experimental interpretations in fashion photography will continue to diversify and develop as in the early years. The fashion photographer will never stop trying the new.

TEŞEKKÜR

Öncelikle bu çalışmanın oluşum sürecinde bana deneysel fotoğrafı sevdiren, henüz lisans öğrencisiyken karanlık odada geleneksel yöntemlerle çalışırken beni zorlayan sevgili hocam ve tez danışmanım Doç. Dr. Gökhan BİRİNCİ'ye tüm katlandığı zahmetler için teşekkür ederim.

Lisans döneminde olduğu gibi yüksek döneminde de her zaman yanımda olan, bana yol gösteren, kariyerim boyunca attığım her adımda güzel sesi kulağımdan hiç silinmeyen çok değerli hocam Prof. Dr. Simber R. ATAY'a sonsuz teşekkürler...

Bu gün vizyon sahibi bir moda fotoğrafçısı olabildiysem beni yetiştiren özverili hocalarım Doç. Dr. Işık SEZER ve Doç. Dr. A. Beyhan ÖZDEMİR'e teşekkürler.

Henüz orta birinci sınıftayken bana hayal ettiğim şeyi resmetmeyi öğreten çok sevgili resim öğretmenim Solmaz AKSOY'a bana sanatı sevdirdiği için teşekkürler...

Beni fotoğraf makinesiyle çok küçük yaşlarda tanıştıran rahmetli babama...

Ve canım anneme... Her koşulda beni yüreklendiren, asla vazgeçmeden kendi yolumda ilerlememi sağladığı için sonsuz teşekkürler...

İÇİNDEKİLER

YEMİN METNİ.....	ii
TUTANAK.....	iii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT.....	v
TEŞEKKÜR.....	vi
İÇİNDEKİLER.....	vii
RESİMLER LİSTESİ VE FOTOĞRAFLAR LİSTESİ.....	viii
1.BÖLÜM.....	1
YİRMİNCİ YÜZYIL SANATI VE MODA FOTOĞRAFI	
1.1. Moda Fotoğrafı ve Deneysellik.....	2
1.2. Avant-Garde Sanat ve Moda Fotoğrafı.....	7
2. BÖLÜM	
GÜNÜMÜZ MODA FOTOĞRAFI VE DENEYSEL YAKLAŞIM LAR	
2.1. Yeni Medya ve Yeni Yaklaşımlar.....	13
2.2. Moda Filmleri , Webtorial ve Sinemagra	
3. BÖLÜM	
MODA FOTOĞRAFINDA DENEYSEL YORUMLAR VE SİNEMAGRAF UYGULAMALARI PROJESİ	
3.1. Moda Fotoğrafında Deneyisel Uygulama Teknikleri ve Sanatsal Etkileşimleri	
3.2. Uygulama Projesi.....	21
SONUÇ.....	40
KAYNAKÇA.....	41
ÖZGEÇMİŞ	

RESİMLER LİSTESİ

- Görsel 1. Adolph de Meyer The Table, 1919
Görsel 2. Man Ray,1924
Görsel 3. Man Ray,1932
Görsel 4. Man Ray,1935
Görsel 5. Jacques Henri Lartigue,1917
Görsel 6. Hoyningen Huene 1931
Görsel 7. Erwing Blumenfeldt 1945
Görsel 8. Erwing Blumenfeldt 1950
Görsel 9. Rene Magritte, 1948
Görsel 10. Andy Warhol, Marilyn Monroe, 1964
Görsel 11. Richard Avedon, 1956
Görsel 12. Mario Sorrenti, Kate Moss,1991

FOTOĞRAFLAR LİSTESİ

- Fotoğraf 1 Esat YARGICI Siyah Beyaz Sandviç Baskı, 2017
Fotoğraf 2 Esat YARGICI Renkli Baskı, 2014
Fotoğraf 3 Esat YARGICI Renkli Solarize 2018
Fotoğraf 4 Esat YARGICI Siyah Beyaz İkili Baskı, 2019
Fotoğraf 5 Esat YARGICI Renkli Baskı, 2014
Fotoğraf 6 Esat YARGICI Sinemagraf Uygulaması, 2015
Fotoğraf 7 Esat YARGICI Cross-Process Renkli Baskı, 2015
Fotoğraf 8 Esat YARGICI Renkli Baskı, 2019
Fotoğraf 9 Esat YARGICI Poloroid Stil Renkli Baskılar, 2015
Fotoğraf 10 Esat YARGICI Poloroid Stil Renkli Baskılar, 2015
Fotoğraf 11 Esat YARGICI Geliştirme banyosu etkili siyah beyaz baskı 1996, Röprodüksiyon 2019
Fotoğraf 12 Esat YARGICI Siyah Beyaz Baskı,2015
Fotoğraf 13 Esat YARGICI Renkli Solarizasyon, 2015
Fotoğraf 14 Esat YARGICI Renkli Baskı, 2016
Fotoğraf 15 Esat YARGICI İkili Renkli Baskı, Nik Collection Fog Effect, 2018
Fotoğraf 16 Esat YARGICI Cross-Process, Tungsten Film, E6 Banyo, 2019
Fotoğraf 17 Esat YARGICI Renkli Baskı Soft Focus, Sandviç Baskı, 2016
Fotoğraf 18 Esat YARGICI Üstüste Siyah Beyaz Baskı, 2017
Fotoğraf 19 Esat YARGICI Kısmi Solarizasyon Renkli Baskı, 2018
Fotoğraf 20 Esat YARGICI Kısmi Renkli Siyah Beyaz Baskı, 2018
Fotoğraf 21 Esat YARGICI Poloroid Back Renkli Baskı, 2018

Fotoğraf 22 Esat YARGICI Sepya Baskı, 2016

Fotoğraf 23 Esat YARGICI Kısmi Renkli Siyah Beyaz Baskı, 2019

Fotoğraf 24 Esat YARGICI Siyah Beyaz Sandviç Baskı, 2016

Fotoğraf 25 Esat YARGICI Cross-Prosses Renkli Baskı, Mirror Effect ,2016

Fotoğraf 26 Esat YARGICI Renkli Baskı,2015

Fotoğraf 27 Esat YARGICI İkili Renkli Baskı, 2017

Fotoğraf 28 Esat YARGICI Renkli Baskı, 2019

Fotoğraf 29 Esat YARGICI Siyah Beyaz Baskı, 2019

Fotoğraf 30 Esat YARGICI Cross-Prosses Renkli Baskı, 2019

Fotoğraf 31 Esat YARGICI Sandviç Renkli Baskı, 2019

Fotoğraf 32 Esat YARGICI Solarizasyon Siyah Beyaz Baskı, 2017

Fotoğraf 33 Esat YARGICI Renkli Baskı, 2016

Fotoğraf 34 Esat YARGICI Cross-Prosses İkili Renkli Baskı, 2016

Fotoğraf 35 Esat YARGICI İkili Renkli Baskı 2015

Fotoğraf 36 Esat YARGICI Renkli Baskı, 2019

Fotoğraf 37 Esat YARGICI Siyah Beyaz Baskı, 2019

Fotoğraf 38 Esat YARGICI İkili Siyah Beyaz Baskı ve Solarizasyon 2019

Fotoğraf 39 Esat YARGICI Solarizasyon ve Siyah Beyaz İkili Baskı, 2019

Fotoğraf 40 Esat YARGICI İkili Siyah Beyaz Baskı 2018

Fotoğraf 41 Esat YARGICI İkili Siyah Beyaz Baskı 2018

Fotoğraf 42 Esat YARGICI İkili Siyah Beyaz Baskı 2018

Fotoğraf 43 Esat YARGICI İkili Siyah Beyaz Baskı 2018

Fotoğraf 44 Esat YARGICI Üçlü Cross _prosses Baskı 2018

Fotoğraf 45 Esat YARGICI Siyah Beyaz Baskı, 2018

Fotoğraf 46 Esat YARGICI Renkli Baskı, 2019

1.BÖLÜM
YİRMİNCİ YÜZYIL SANATI
VE MODA FOTOĞRAFI

1.BÖLÜM

YİRMİNCİ YÜZYIL SANATI VE MODA FOTOĞRAFI

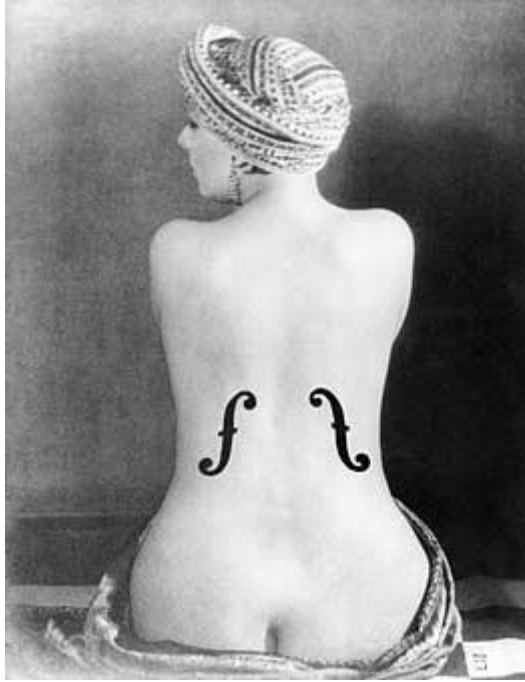
1.1. Moda Fotoğrafında Deneysellik

Tarihte ilk Moda Fotoğraflarını çeken Baron Adolph de Meyer, photo-secession grubundan amatör yaklaşımları ile profesyonel moda ve reklam dünyasını birleştiren bir fotoğrafçıdır. Romantik etkiler elde edilen kendi geliştirdiği ışıklandırma yöntemini kullanarak çekimler yapmıştır. Tepe ve geri plan için birçok ışık ve soft focus objektifler kullanıp, büyümlü bir atmosfere sahip fotoğraflar ortaya koymuştur. De Meyer, modellerini çekerken mücevher ve parlak saten giysiler, döşemeler, takı ile mermer zemindeki parlamaları kullanarak zengin bir görünüm kazandırmıştır.. Perde veya elbise kumaşının dökümünü biçimlendirme, çiçeklere su püskürtmek gibi ilkel efekt denemeleriyle çiğ taneleri yaptığı düzenlemeler sürrealist atmosfer yaratmak süretiyle çalışmalarına yaratıcılık katmıştır. De Meyer'in çalışmalarını ilk örnekler kabul edebiliriz; O, sadece stüdyoda farklı ışık oyunları ile atmosfer yaratmış olmakla sürrealist titreşimler yaymıştır.



Görsel 1. Adolph de Meyer The Table, 1919

Man Ray, yaşamının çoğunu, Hollywood'da geçirdiği 1951'e kadar olan İkinci Dünya Savaşı yılları dışında Paris'te yaşadı. O'nun 1924 tarihli ikonik fotoğrafı, *Violon d'Ingres*, bir kemanın F deliklerinin eklenmesiyle, bedeni cansız bir nesne, çalınacak bir enstrüman haline getirmiştir. Nü fotoğrafı farklı bir bağlama taşımış ve kadın bedenini fetişleştirmiştir. Moda Fotoğrafının ilk yıllarında model diye bir meslek yoktu. Nü fotoğraflar için pozlar veren dansçılar vardı. Ray, fotoğrafın teknik olanaklarını araştırmış ve deneysel sonuçlar elde etmiştir.



Görsel 2. Man Ray,1924



Görsel 3.Man Ray, 1932

Noire et Blanche, adlı Man Ray'ın eseri günümüzde de önemini koruyan *Vogue Dergisi*nde yayınlandı ve deneysel fotoğrafçılığının, moda fotoğrafına ne kadar yakın durabilir olduğunu ortaya koymuştur. 1920-1940 yılları arasında *Vanity Fair*, *Vogue Paris* ve *Harper's Bazaar* ile ve büyük Parisli modacılar Paul Poiret, Madeleine Vionnet, Jeanne Lanvin, Gabrielle Chanel ve Elsa Schiaparelli'de moda fotoğrafçısı olarak çalışmıştır. Tesadüflerle başlayan modacı-fotoğrafçı ilişkileri Man Ray dolayısıyla ilk deneysel moda fotoğraflarının sanat tarihine yer bulmasını sağlamıştır. Ray'in çalışmaları,aslında çok yeni olan bu türe kalıcı bir izler bırakmıştır. 1922'de *Vanity Fair Dergisinde* yüksek kontrastlı alışılmışın dışında geniş bir fotoğraf yelpazesine benzeyen dört Rayograf yayımlanmıştır. Bu, Ray'in 1935'te Lucien Lelong'un tasarımı parıltılı elbisesi cesurca ana hatlarıyla gösterilen Prenses Nathalie Paley'in fotoğrafı, moda fotoğraflarında, hayal ve gerçeklik arasında çelişki yaşatmıştır. Marchesa Casati portrelerinde görüldüğü gibi; çift pozlamalar ya da solarizasyon kullanarak, bir Schiaparelli saten elbisesinin kendi yenilikçi tekniklerinin bir dizi kullanımı da kendini göstermiştir. Çalışmaları ayrıca Sürrealizm'in moda imgesi üzerindeki etkisini ilk kez göstermiş oldu. Bu onun gümüş jelatin baskılarında da görülebilir *Cam Gözyaşları* (*Les Larmes*) yoğun maskara kullanılmış stilize kirpiklere göz kamaştırıcı boncukların gözyaşları döktüğü sessiz bir sinema oyuncusunun dramatik ifadesini kurgulamıştır. Moda kavramı için vazgeçilmez olan terim; stilize etmek, Man Ray'in fotogarfik düzenlemeleri için de adlandırılabilir. Ray'in, stilize edilmiş fotoğrafları gelecek nesil moda fotoğrafçıları için stil rehberi olarak kaynaklık oluşturmuştur.



Görsel 4. Man Ray,1935

Bu film temsili, görüntüyü harekete geçirme çalışmasının bir ürünüdür. Ray, avangard film türü Cinéma Pur da dahil olmak üzere çok çeşitli sanatsal ve deneysel çalışmalar yapmıştır. Gelen *la Raison à Le Retour* (1923), sanatçı hareketli görüntüye onun Rayograph tekniğini uygulamalı: dizileri beneklerin onun tanıdık motifleri, burada harekette gösterildi spiral şekil ve işaretçilerine dahil. Diğer sahneler bir kağıt mobil eğirme ve ışık şeritleriyle aydınlatılmış Kiki de Montparnasse gövdesi sunmuştur. Bir sonraki filmi *Emak-Bakia* (1926) için Ray, yine çift pozlama ve yumuşak odaklanma,yani soft focus gibi birçok görsel efektle birlikte rayograf uygulamalarında kullanmıştır; sonraki iki filmi, *L'Etoile de mer* (1928) ve *Les Mystères du Château de Dé* (1929) daha fazla anlatı merkezli hikayeler sunmuştur.

Jacques Henri Lartigue, deneysel vizyon denemeleri yaptığı portrede modelin ellerini ve yüzünü soyutlamak suretiyle onu gerçeklikten koparmıştır. Muhtemel bir sıvının içine gömdüğü gövdesini göremediğimiz model plastik vitrin mankenlerini hatırlatacak kadar yapaylaşmıştır. Moda fotoğrafçıların ilk dönem örneklerini veren fotoğrafçılardan olan Lartigue, aslında ilk sürreal moda portrelerini de vermiştir.



Görsel 5. Jacques Henri Lartigue,1917

Hoyningen Huene'un soyutlamaları ve özellikle boşluk hissi gerçeklikten uzaklaştırmaktadır. Modelin sanki gökten süzölmüşçesine, uçuşan kumaş kıvrımları arasında zeminde bulunuşu, tıpkı Rönesans resimlerindeki tanrıçaları anımsatan tavrı, plastik model elleriyle gerçek model ellerinin enteresan birlikteliği ve modelin elindeki maske tamamen hayal dünyamıza yöneliktir. Bu erken örnekler bile moda olgusunun sanatsal arayışının hep var olduğunu ve kaçınılmaz olarak sürüp gideceğini gösterebilmektedir.

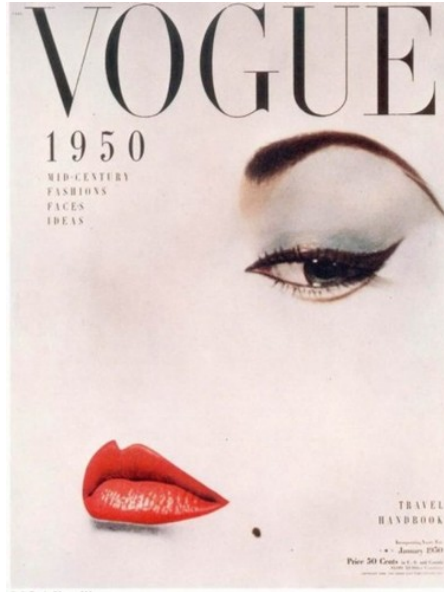


Görsel 6. Hoyningen Huene 1931

Zamanla bir moda dergisinin kapağı, günceli yakalayan avant-garde bir hedefe ulaşmıştır. Bluemenfieldt'in 1945 tarihli Vogue kapağı ilk deneysel dergi kapağı olma özelliğini taşımaktadır ve çalışmasının sürreal tavrı yadsınamamaktadır.



Görsel 7. Erwing Blumenfieldt 1945



Görsel 8. Erwing Blumenfieldt 1950

1.2. Avant-Garde Sanat ve Moda Fotoğrafı

Yirminci yüzyılın başlarında Paris, modern sanatın merkezi durumuna gelmiş ve sanatçılar da eserlerini bu kentte oluşturmuşlardır. Dolayısıyla pek çok sanat akımı ve sanat grupları ortaya çıkmıştır. Ressamlar, heykeltıraşlar, fotoğrafçılar, müzisyenler, oyuncular veya edebiyatçılar ideolojik ve estetik düşüncelerle bağlı oldukları akımların amaçlarına uygun yapıtlar üretiyorlardı. Manifestolar yayınlanıyor, sanat galerilerinde hararetli tartışmalar yaşanıyor. Dergilerde sanat eleştirmenlerinin iddialı makaleleri yayınlanıyordu. İşte bu iddialar ve fikir tartışmaları avant-garde sanatı doğurdu.

Fotoğrafçıları bir takım arayışlara iten bu sanat ortamı, onları “görsel deney” yapmak üzere koşullandırdı. Fotogram, optik bozunmalar, kolaj, solarizasyon, florotaj ve fotomontaj gibi fotoğraflara müdahale teknikleri geliştirdiler. Pictoryalist vizyon tecrübesinin ardından artık resme benzeme kaygısı kalmayan fotoğrafçılar soyut veya yarı soyut yorumlar geliştirdiler ve fotografik görüntüleri bozunmaya uğrattılar.

“Fotoğrafçılar, resimsel gerçekliği tamamen bir kenara atarak; netsizlik, hareketli görüntüler, çoklu pozlama gibi kamera teknolojisinin sağladığı olanakları yaratıcı biçimde kullandılar”

(ÖZDEMİR, 2005:14)

Fotoğrafçıları arayışa iten her zaman sanat ortamı olmamıştır. Bazen de yaşanan kaotik süreçler veya zorunluluklar fotoğraf sanatçılarına yeni ufuklar açmıştır.

Işık Özdal’ın, Duplicate olan ilginizi biraz anlatır mısınız ? diye sorması üzerine Maggie Danon şöyle der:

“Bir gün bacağım kırıldı. Çıkamıyorum, fotoğraf çekemiyorum. Şu diaları üst üste koyayım bakalım ne olacak dedim. Duplicate makinesi aldırđım. Başladım. İki diayı üst üste koyuyorum, çekiyorum, banyoya gidiyor. Geri dönüyor bir figür ekliyorum, yine banyoya gidiyor... Zaten bana sandviççi diyorlar...”(SEZER, 2009:46)

Yirminci Yüzyılın ilk yarısına iki tane Dünya Savaşı sığdırmayı başaran insanlık tarihinin kaotik ortamı sanatçıları bazen karamsarlığa itse de; Dadaist vizyonun gelişmesinin arkasında hazırlanan savaş karşıtı protest nitelikli afişler vardır. Genellikle kolaj tekniklerinin kullanıldığı bu afişler avant-garde bir sanat akımı doğurmuştur.

“Peki, kanun kaçağı sanatçı “Kusursuz suç”u işlemek için işe nereden başlar ? İlk adım nedir ? Nedir bunun reçetesi ?

Bir fikirle oynarım, ta ki kafamın içinde sabitleşene kadar. Fransızlar buna idée fixe der. Beyninizin içinde barındırdığınız, çekip gitmeyi reddeceğini bildiğiniz fikir.”(Petit, 2015:33)

Tabi ki sanatçıların hepsi anarşist tavırlı olmak zorunda değildir. Bazen de rüyalarının esiri olabilirler. Tıpkı Rene Magritte gibi. Çocukluğunda yaşadığı travmatik olaylar neticesinde obsesif bozukluklar yaşamış ve rüyalarını tuvallarına yansıtmıştır. Fransız şair Andre Breton 1924’te Sürrealist Manifesto yayınlamıştır.



Görsel 9. Rene Magritte, 1948

Bilinçaltındaki sürreal görüntüler hayallere ve fantezilere bürünüp sanat eserinde ortaya çıkar. Fotoğraf sanatı gerçek ile fanteziyi birleştirmek için yeni bir olanak yaratmıştır. Ressam arkadaşı Salvador Dali ile sürreal kurgular gerçekleştiren Philippe Hassman'ın fotoğrafları devrinin fotografik tekneik olanaklarını oldukça zorladığı yadsınamaz. Dali'nin eserlerine verdiği isimler de sürreal tavrı içermektedir. Mesela en ünlü resimlerinden “Akla Aykırı Şeylerin Zaferi” bu tavrın önde gelen örneklerindendir.

Macar asıllı Laszlo Moholy Nagy, Birinci Dünya Savaşı öncesinde hukuk öğrencisiydi. Aktivist oldu. Savaşın sonrasına ise sanata yöneldi. Fotoğrafçı olarak pek çok deneysel çalışma yaptı. Zaman zaman geliştirdiği sürreal yorumları moda fotoğrafı adına kullandı. Konsrüktivist vizyonun yaratıcısı ve ilerleyen yıllarda Berlin’de Bauhaus Ekolünün kurucularından oldu.

Sanatcının tasvir ettiği dünyadan kendini sıyrabileceği zihinsel bir mekan yoktur aslında. İster toplumsal ve kitlesel çalkantılar; isterse sanatçının içsel çalkantıları sanatçıyı etkiler. Nicolas Boirriaud’a göre bu bağlamda iki öne çıkan kuram vardır

“İlişkisel (Sanat)

Teorik ve pratik başlangıç noktası olarak, yoksunluk bildiren, özerk bir uzamın yerine insan ilişkilerinin bütünü ve toplumsal içeriklerini kabul eden sanatsal pratiklerin bütünü.

İlişkisel (Estetik)

Sanat yapıtlarını, betimledikleri, ürettikleri ya da kaynaklık ettikleri insanlar arası ilişkilere dayanarak yargılamayı ifade eden estetik kuramı.”

(BOIRRIAUD, 2005:174)

Tarihsel süreç içinde farklı toplumsal işlevler gören sanatı, günümüzde de çağın gerçeklerinden soyutlayarak irdelemek mümkün değildir. Günümüz toplumlarının yapısal değişimiyle paralel olarak bireyin yabancılaşması sanatın işlevini arttırmıştır. Yirminci Yüzyıl

başında ilk kez çağın gereklerine başkaldıran Ekspresyonistler, sanatı yüzyıllardır sıkışıp kaldığı ideal güzellik anlayışına tavır göstermişlerdir. Fotoğrafın zamanla gelişen bir kitle iletişim aracı haline gelmesi ve sinema perdesiyle tanışan bireyler özellikle endüstrileşme ve şehir kültürünün gelişmesine paralel olarak tüketim ürünlerinin tanıtımına yönelik olan reklam olgusuyla karşılaşmışlardır. Gazete ilanı, katalog ve billboard gibi mecralarda özendirici görsel sunumlarla her gün karşı karşıya gelmeye başlamışlardır.

Sadece hazır giyim “pret-a-porter” ilanları değil; her türlü tüketim nesnesinin tanıtımı için çarpıcı tasarımlar, şehir panolarını süsler olmuştur. Yanı sıra sinema endüstrisi de kurulmuştur. Sinemada ikonlaşan aktör ve aktrislerin yaşantıları moda dergilerinin sayfalarını süsler olmuştur. Dolayısıyla özendirici etkiyi arttırmak için sinema yıldızlarının reklam panolarını ve dergi ilanlarında yer alması bu gün de süregelen bir yaklaşım olmaya devam etmektedir.

Yüzyılın ikinci yarısında önem kazanan endüstriyel tasarımların günlük hayatta yer alması sanatı da etkilemiştir. Endüstriyel gelişimle birlikte özellikle metal, plastik, cam ve seramik gibi malzemelerden yapılan tasarımlar ilgi görmüştür. Bu ürünlerin seri üretimleri de büyük bir pazar oluşturmaya başlamıştır.

Özellikle Amerika’da ekonomik gelişimle beraber; yaşam koşullarının da değişimi tüketim temeline dayalı bir yaşam tarzını geliştirmiştir. Günümüzde geçerliliğini sürdüren tüketim çılgınlığının temelleri savaş sonrası buhranlarını atlatan Amerikan Toplumundan kaynakla tüm dünyaya ve özellikle Uzak Doğu’ya yayılmıştır.

Pop kelimesi; geçici, popüler, harcanabilen, tüketilen, ucuz, cazip ve kandırmaca anlamları içerir. Lawrence Alloway , pop sözcüğünün çok benimsenmesini kitle iletişim araçları olan televizyon, radyo, dergi, ilan panoları ve benzerlerinde sıkça kullanımına bağlar.

“Pop ticari sanat ürünü olan reklamlar, sinema ve tv tipleri, resimli hikaye serileri, gazete fotoğrafları, pin-up magazinler, işaret ve amblemler, makine ve mekanik çizimler, günlük yaşamda kullanılan objeleri konu edinmişti. Bunlar her an her yerde görülebilen şeyler olduğundan, pop sanatı gerçek bir popüler sanattı.”

(CHARMET; 1974:195)



Görsel 10. Andy Warhol, Marilyn Monroe, 1964

Önceleri tüketim toplumuna ve onun geleneksel sanatına karşı çıkıp, sanatı günlük yaşamın bir parçası haline getirmek gibi bir eğilimle başlayan Pop-Art, etkili çağrışımlarla toplumsal sorunlara temas eden kavramların altını kuvvetle çizmiştir. En bilinen temsilcisi Andy Warhol, tüketim nesneleriyle film yıldızlarını aynı bağlamda değerlendirmiş ve hayranlık yaratmıştır. Aslında onun yaptıklarına en sivri yorumu getiren Wesselman olmuştur. “Pop Sanata en büyük kötülüğü yine kendi taraftarları yapmıştır. Tanrılaştırılan bir özlemin taraftarları gibi geliyor bana. Marilyn Monroe’ya ve Coca-Cola’ya gerçekten hayranlar...”

Marilyn Monroe ise kendisinin bu denli ikonlaştırılmasını önemsemez ve şöyle der:

“ Beni hiçbir sebep yokken bu kadar sevebiliyorlarsa; aynı sebeple nefret de edebilirler” (Llyod,2010:187)

Warhol, resimlerinde genellikle tek rengi ve tek biçimi defalarca tekrarlayarak, geleneksel sanatın estetik kalıplarına baş kaldırmış; bu nesnelerin gerçekliğini kanıtlarcasına tekrarlamıştır. Bazen de diğer Pop-Art temsilcileri gibi toplumsal protestosunu bireysel tepkisiyle beraber ve çelişkili şekilde ortaya koymuştur.

Amerika’da Hollywood yıldızları ikonlaşırken; Belçika asıllı Avrupalı oyuncu Audrey Hepburn’de diğer yıldız oyuncular gibi Hollywood prodüktörlerinin dikkatini çekmiştir. Onu bir moda ikonu haline getiren Truman Capote’nin yüz sayfalık kısa romanının sinemaya uyarlandığı Breakfast at Tiffany’s olmuştur.Filmde ünlü tasarımcı dostu Givency imzalı elbiseler giyen Hepburn, günümüzde hala stil ikonları için ilham kaynağıdır. Hatta zarefet ve moda denince akla ilk gelen isim olmaya devam etmektedir.

“Audrey tanıtım fotoğraflarında sahte mücevherlerle poz verdi ve çok geçmeden Tiffany’s bunu iyi bir fırsat olarak görüp aktriste yüklü bir ücret karşılığında reklamlarında yer almasını teklif etti. Ama Audrey, teklifi reddetti ve “Benim imajım asla bayan pırlanta olmayacak” dedi.” (SPATO,2010:217)



Görsel 11. Richard Avedon, 1956

Audrey Hepburn’un aksine; Marilyn Monroe Chanel markasının meşhur No.5 parfümünün modeli olmuş; bu gün bile parfüm ile özdeşleşen imajı üzerine spekülasyonlar üretilmektedir. Çeşitli kaynaklarda “Gece yatarken sade Chanel No.5 giyiyorum” dediği iddia edilir. Parfümü giymek Türkçe’ye uzak bir fiil olsa da (biz parfüm süreriz) seksi sarışın ikonun aslında çıplak yattığını vurguladığını anlayabiliriz. Onun ardından Fransız oyuncu Catherine Deneuve, Vanessa Paradis ve günümüzde Avustralyalı sarışın oyuncu Nicole Kidman aynı parfümün kampanyalarının yüzü olmuşlardır.

İtalyan asıllı bir aileden gelen Marlon Brando, uzun sinema kariyeri boyunca eniddialı karakterlere can vermiştir. Bunun yanı sıra asi tavırlarıyla deri ceketli motorcu sexy erkek imajının ikonu olmuştur.

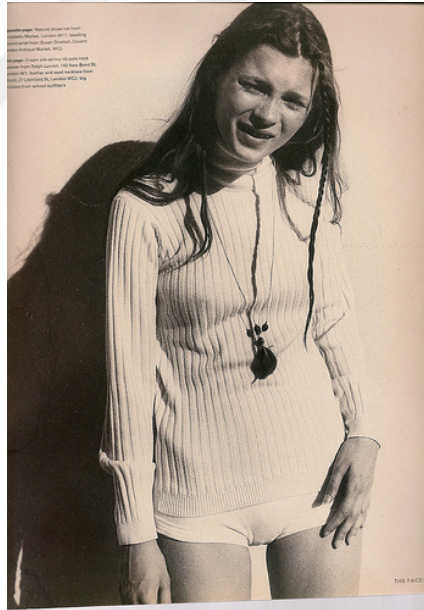
2.BÖLÜM
GÜNÜMÜZ MODA FOTOĞRAFI
VE DENEYSEL YAKLAŞIMLAR

2. BÖLÜM

GÜNÜMÜZ MODA FOTOĞRAFI VE DENEYSEL YAKLAŞIMLAR

2.1. Yeni Medya ve Yeni Yaklaşımlar

Doksanlı yıllara gelindiğinde tüketim çılgınlığı yerini reklam çılgınlığına bırakmıştır. Hızla büyüyen tekstil sektörü ve pazar payı milyar dolarları bulan büyük markalar yeni arayışlara gitmiştir. Bunların öncüsü Calvin Klein ve onun 16 yaşındaki ikonik sıska model Kate Moss ile yaptığı pervasız reklam kampanyalarıdır. Eş zamanlı olarak Cindy Crawford ve Claudia Schiffer gibi güçlü atletik yapılı modellerin karşısında henüz gelişimini tamamlamış teenage girl Moss dikilmiştir. Ancak Amerikan federal yasalarına göre 18 yaşın altındaki bir çocuğu sex objesi gibi gösterdiği gerekçesiyle Klein’edavalar açılmış ve yüklü tazminatlara mahkum edilmiştir.



Görsel 12. Mario Sorrenti, Kate Moss, 1991

Vogue, Harper’s Bazaar, Elle ve Cosmopolitan gibi büyük moda dergilerine alternatif pek çok yeni dergi raflarda yerlerini almaya başlamıştır. Zaman zaman klasik moda duyarlılıklarını ve zarif kadın imajını yerle bir eden moda çekimleri bu dergilerde giderek artan bir yoğunlukta yer bulmaya başlamıştır. Yeni moda basınının avant-garde editörleri ile sıra dışı modacıların arkadaşlıkları ilerledikçe markaların kampanyalarında da eksantrik deneysel yorumlar yer almaya devam etmiştir. İngiliz modacı Alexander McQueen kampanyaları için moda fotoğrafçısı Steven Klein’in çektiği kampanyalar büyük kitlelerce ilgiyle karşılanmıştır.

Milenyum sonrası yaratıcılık krizleri yaşayan moda fotoğrafçıları dijital medya olanaklarını sonuna kadar kullanarak alternatif duyarlılıklar geliştirmiş ve internet ortamında global hedeflere ulaşma olanağı bulmuşlardır.

Post-Modern sanat deneyiminin ardından sanat formları belli bir türe özgü olmaksızın farklı toplumsal bağlamlarda ortaya çıkmaya devam etmektedir. Ancak, farklı sosyal bağlamda, farklı işlevler kazanabilirler. Tıpkı moda fotoğrafında olduğu gibi; diğer sanat dalları, diğer görsel metinler, özellikle sinema, edebiyat ve müzik formları birbirleri arasında sıra dışı geçişler sağlayabilirler.

Varyasyon, özellikle moda fotoğrafı için vazgeçilmez bir sanat formudur. Moda fotoğraflarının aslında hiçbir öyküsü yoktur. Varmış gibidir ve bu yeterlidir. Öyküsüz öyküler, sanat formları arasında etkileşimin sınırlarını eritmiştir. Referanslar ve farklı duyarlılıklar özgürce kullanılıp, tüketilir hale gelmiştir.

Tüm kavramlar kurmaca olduğu gibi, ait oldukları sanat akımlarına göre farklılık gösterirler. Yeniden ve usanıp tükenmeden defalarca farklı sunumlarda kullanılıp, farklı bağlamlarda değerlendirilebilirler. Aslında tüm kavramlar ideolojiktir. Öyleyse tüm toplumun bağlayıcı bir kavramdan söz etmesi mümkün değildir. Çünkü mitoslar günümüzde, gerçeğin yorumlanış şekli için referans noktaları oluşturmaktadır. Böylece post modern tavır, gerçeklerin kurmaca yapılarını gösterip; doğruların doğadan doğal olarak gelmediğini, kültür tarafından kabul ettirildiğini; söylemlerin sosyal olarak kabul edilmiş anlamlar sistemi olarak bize sorgulatır.

2.2. Sinemagraf Uygulamaları, Moda Filmleri ve Webtorial

Sanatta yaratıcılık sancıları devam ederken; hızla büyüyen dijital medyada sabit görüntülerin yetersiz kalmaya başladığı gözlemlendi. Özellikle genç kuşak için yaratılan hızlı algılanan görsel operasyonlar dolayısıyla ve hızla gelişen görsel efekt teknolojileri sayesinde reklam endüstrisi ve özellikle moda fotoğrafı arayış içine girdi.

Algıyı artırmak ve reklamın etkisini güçlendirmek; daha da önemlisi süreci uzatmak adına fotoğraflara hareketli animasyonlar eklenmeye başlandı. Amaç; hızla bakılıp geçilen değil, etkisi süregelen ve satışı destekleyen düzenlemelerle internet üzerinden hedef kitlelerin ilgisi güncel tutulmaya çalışılır olmuştur.

Medyada hızla üretilip ve aynı hızla tüketilen görüntülerin etkisi gün geçtikçe zayıflar oldu. Bir zamanlar, bir tek kare fotoğraf tüm Dünyayı ayağa kaldırırken; günümüzde benzer görüntüler hızla bakılıp geçilen sıradan görüntülere dönüşmüştür.

Deneyisel moda fotoğrafı bağlamında, hızla yenilenip gelişen moda endüstrisinin kaçınılmaz “yenilik arayışı” fotoğrafçıları da bu arayışa ister istemez ortak etmiştir.

Moda fotoğrafçıları, müzik videoları veya kısa moda filmleri çekmeye başladı. Yaratıcı vizyonlarını ve tekniklerini video bağlamında da kullanmaya zorunlu hale geldiler. Kabul etmek zor da olsa fotoğraf yetersiz kalmaya başladığında yerine alternatif üretimler kaçınılmaz oldu.

Son birkaç yıl içinde kağıda basılan “press” moda basını yerini giderek internet medyasına bıraktı. Klasik basılı dergi formunu koruyan Vogue dergisinin tirajı düşerken inernet sayfasının ziyaretçi sayısı hızla yükseldi. Dergi sayfalarında moda editörleriyle yapılan çekimler, yerlerini yavaş yavaş web sayfaları için yapılan çekimlere bıraktı. Bu çekimler artık “webtorial” olarak adlandırılmaya başlandı.

İnternet ortamının özgür ve biraz da denetimsiz ortamı yeni yaklaşımları da beraberinde getirdi. Sosyal medya kullanıcıları hızla arttı ve takipçileri yüz milyonları bulan top nodellerin tavırları moda sektöründe belirleyici roller oynamaya başladı.

Fotoğrafın icadından günümüze, fotoğrafın teknik ve estetik olanakları sürekli olarak değişime ve dönüşüme uğradı. Fotoğraf sanatı zaman içinde kaynaklık ettiği görsel vizyonların tüketim nesnesi haline dönüştü. Moda fotoğrafının vazgeçilmez unsuru deneysellik; kendi içinde bile dönüşümlere uğrayıp yeni sanat formlarına dönüştü.

3.BÖLÜM
MODA FOTOĞRAFINDA DENEYSEL YORUMLAR VE SİNEMAGRAF
UYGULAMALARI PROJESİ

3.BÖLÜM

MODA FOTOĞRAFINDA DENEYSEL YORUMLAR VE SİNEMAGRAF UYGULAMALARI PROJESİ

3.1. Moda Fotoğrafında Deneyisel Uygulama Teknikleri ve Snatsal Etkileşimleri

Moda fotoğrafında deneyisel yaklaşımların iki grupta toplanması mümkündür. Teknik uygulamalarla oluşturulan deneyisel yorumlar ve yaratıcı vizyonlar geliştirmek suretiyle oluşturulan deneyisel yorumlar;



Fotoğraf 1 Siyah-Beyaz Sandviç Baskı, 2017

İleri Karanlık oda teknikleri günümüzde photoshop animasyonları olarak hızlı ve pratik birer efekt olarak gerçekleştirmek mümkün olmaktadır.

Sandviç baskı tekniği ile tıpkı Barbara Kruger tarzı bir slogan birlikte kullanılabilir ve teknik, hem de kavramsal olarak çarpıcı bir deneyisel yorum getirilebilmektedir.



Fotoğraf 2 Renkli Baskı, 2014

Bu fotoğrafım aynı zamanda serileme şekli bakımından deneysel bir tavır sergilediğime örnek teşkil etmektedir

Deneysel fotoğraf tarihinin en unutulmaz örneklerinden Man Ray'in göz yaşı fotoğrafı referans alınıp bu gün sudan etkilenmeyen (water prof) makyaj ürünü için bir moda çekimi yapılabilir



Fotoğraf 3 Renkli Solarize 2018

Sebatier etkisi kısmı veya renkli yorumlarla yeniden sunulabilir.



Fotoğraf 4 Siyah Beyaz İkili Baskı, 2019

Sinema ikonlarının klişe pozları yeniden yorumlanabilir.

Toplumsal sorunlara göndermeler yapan, protest nitelikli sloganlar eşliğinde yeni düzenlemeler yapmak mümkündür.



Fotoğraf 5 Renkli Baskı 2014

İkonik model Kate Moss, sıskalığı ve tükettiği zararlı maddeler dolayısıyla moda basınına uzun yıllar meşgul etmiştir. Ben de ! Kate Moss gibi sigara içerim...

Ancak anoreksik modeller günümüzde de varlığını sürdürürken, sivil toplum kuruluşları düzenli ve sağlıklı beslenmenin önemini okullarda çocuklara öğretmeye çalışmaktadırlar.

Sinemagraf, aslında fotoğraf ve animasyonun birlikte kullanımından ibarettir. Fotoğraf çekimi sırasında eş zamanlı olarak hareket etmesi planlanan kısmın videosu da çekilir; bu kısım maskelenerek fotoğrafın üstüne montaj teknikleriyle yerleştirilir.



Fotoğraf 6 Sinemagraf Uygulaması

Yukarıdaki sinemagraf çalışmamada modelin kemen çalan kolu durmaksızın hareket etmektedir. Geri kalan kısım sabit kalmaktadır.



Fotoğraf 7 Cross-Process Renkli Baskı, 2015

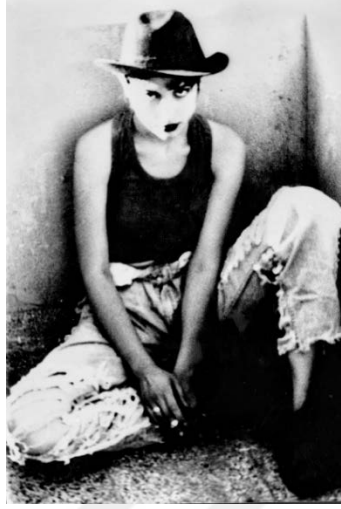
3.2. Uygulama Projesi



Fotoğraf 8 Renkli Baskı, 2019



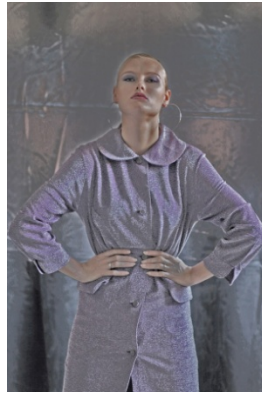
Fotoğraf 9-10 Poloroid Stil Renkli Baskılar, 2015



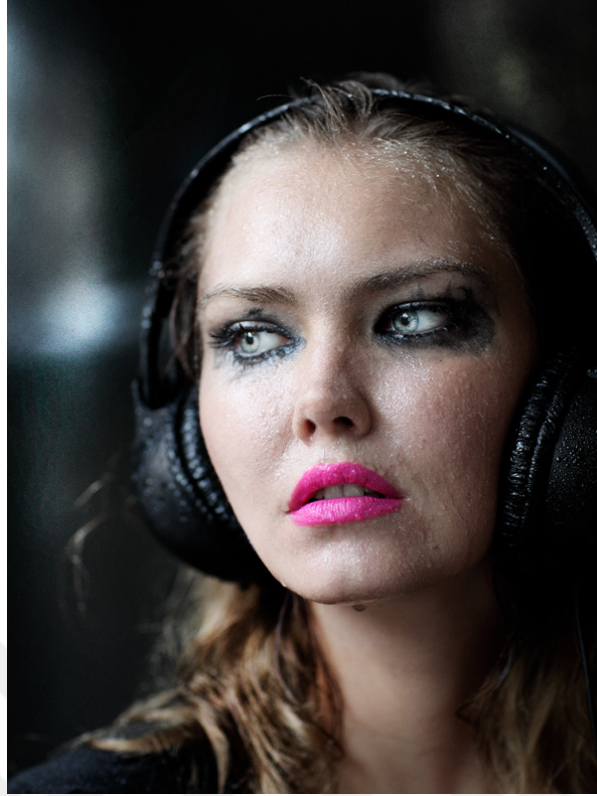
Fotoğraf 11 Geliştirme banyosu efektli siyah beyaz baskı 1996, Röprodüksiyon 2019



Fotoğraf 12 Siyah Beyaz Baskı, 2015



Fotoğraf 13 Renkli Solarizasyon, 2015



Fotoğraf 14 Renkli Baskı, 2016



Fotoğraf 15 İkili Renkli Baskı, Nik Collection Fog Effect 2018



Fotoğraf 16 Cross-Prosses, Tungsten Film, E6 Banyo 2019



Fotoğraf 17 Renkli Baskı Soft Focus, Sandviç Baskı, 2016



Fotoğraf 18 Üstüste Siyah Beyaz Baskı, 2017



Fotoğraf 19 Kısmi Solarizasyon Renkli Baskı, 2018



Fotoğraf 20 Kısmi Renkli Siyah Beyaz Baskı, 2018



Fotoğraf 21 Poloroid Back Renkli Baskı, 2018



Fotoğraf 22 Sepya Baskı 2016



Fotoğraf 23 Kısmi Renkli Siyah Beyaz Baskı, 2019



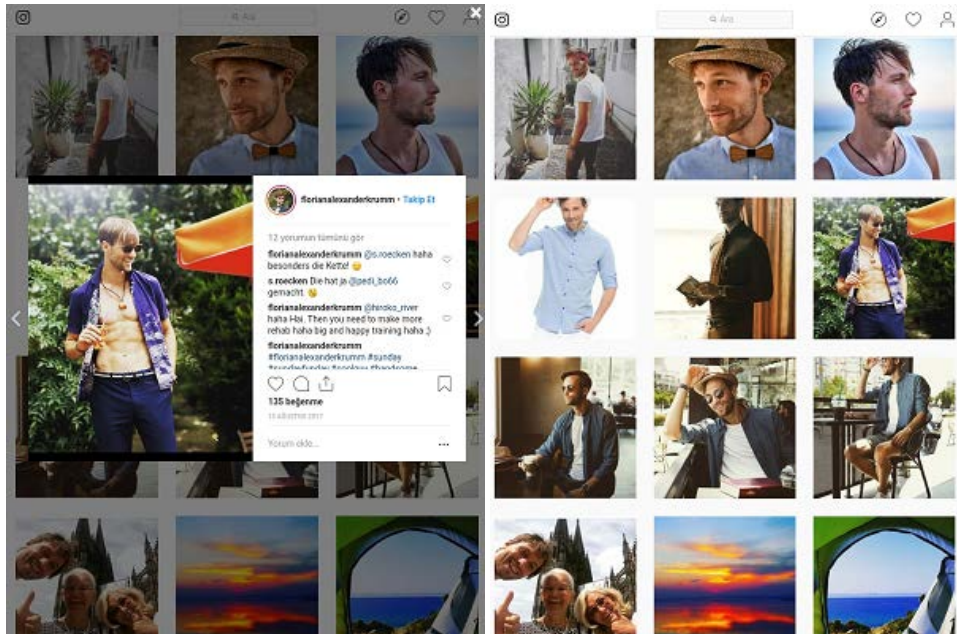
Fotoğraf 24 Cross-Prosses Renkli Baskı, Mirror Effect 2016



Fotoğraf 25 Siyah Beyaz Sandviç Baskı, 2016



Fotoğraf 26 Renkli baskı 2015



Fotoğraf 27 İkili Renkli Baskı, 2017



Fotoğraf 28 Renkli Baskı 2019



Fotoğraf 29 Siyah Beyaz baskı 2019



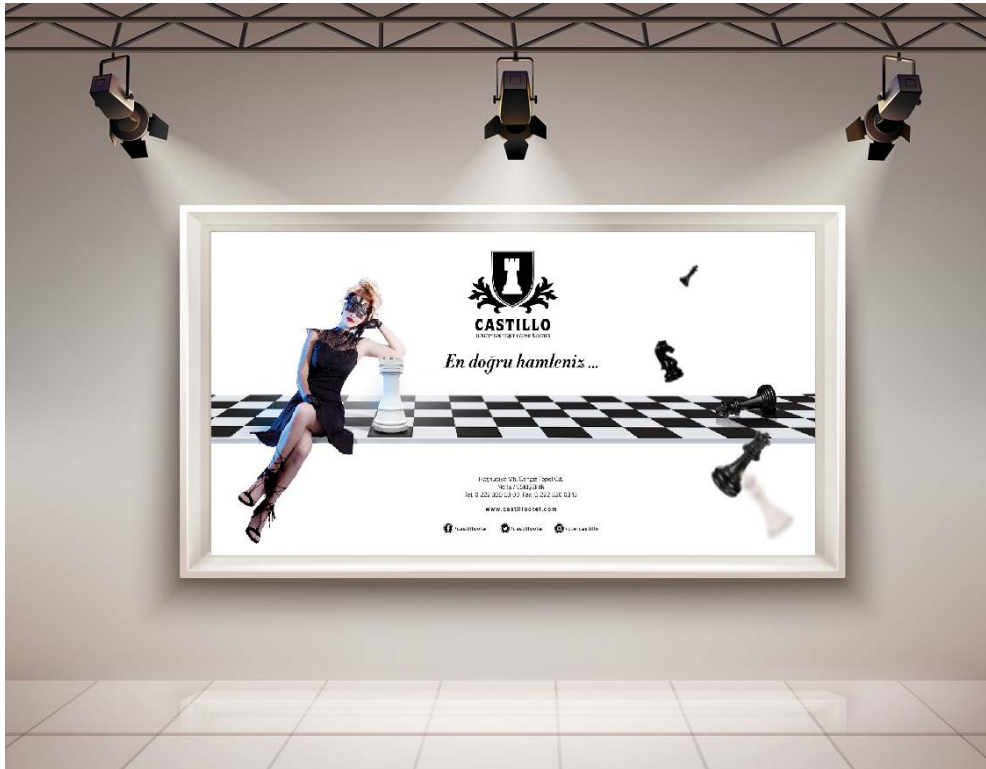
Fotoğraf 30 Cross-Prosses Renkli Baskı, 2019



Fotoğraf 31 Sandviç Renkli baskı 2019



Fotoğraf 32 Solarizasyon Siyah Beyaz Baskı 2017



Fotoğraf 33 Renkli Baskı 2016



Fotoğraf 34 Cross-Prosses ikili renkli baskı 2016



Fotoğraf 35 İkili Renkli Baskı 2015



WHO IS MICKEY MOUSE ?

Fotoğraf 36 Renkli Baskı 2019

Webtorial: “White Balance”



Fotoğraf 37 Siyah Beyaz Baskı 2019

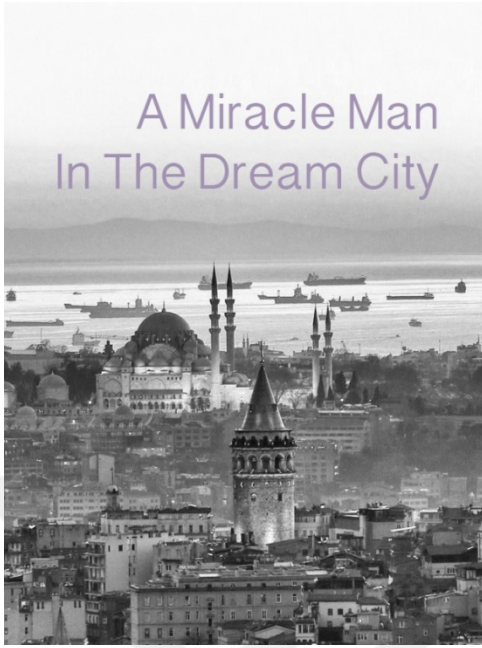


Fotoğraf 38 İkili Siyah Beyaz Baskı ve Solarizasyon 2019



Fotoğraf 39 Solarizasyon ve Siyah Beyaz İkili Baskı 2019

Webtorial: “Bond...Jamae Bond !”



Fotoğraf 40 İkili Siyah Beyaz Baskı 2018



Fotoğraf 41 Fotoğraf 40 İkili Siyah Beyaz Baskı 2018



Fotoğraf 42 İkili Siyah Beyaz Baskı 2018



Fotoğraf 43 İkili Siyah Beyaz Baskı 2018



Fotoğraf 44 Üçlü Cross-Prosses Baskı, 2018



Fotoğraf 45 Siyah Beyaz Baskı, 2018



Fotoğraf 46 Renkli Baskı, 2019

SONUÇ

Moda Fotoğrafi başlangıcından günümüze sürekli olarak yeni arayışların merkezinde olmuştur. Moda olgusu zaten değişen mood üzerine kurulu bir yapıya sahiptir. Bu değişmeyen tek ve yegane oluşumun değişim olduğu bir sorunsaldır.

Moda fotoğrafçısı bu değişime sürekli ayak uydurmak zorundadır. Yaratıcı vizyonunu geliştirmek ve yeniliklere açık olmak zorundadır. Zira moda fotoğrafçısının da modası geçerir.

Sabun köpüğü gibidir moda fotoğrafı; bu gün çok hoş olan, yarın hızla boş oluverir...

Moda fotoğrafında deneysel yorumlar ilk yıllarında olduğu gibi günümüzde de sürekli çeşitlenerek ve gelişerek devam edecektir. Moda fotoğrafçısı asla yeniyi denemekten usanmayacaktır.

KAYNAKÇA

Kitaplar

- ARNHEIM, Rudolf, (2012) Görsel Düşünme, Çev. Rahmi Ögdül, İstanbul: Metis Yayınları
- BERGER, John (2007) Görme Biçimleri, Çev. Yurdanur Salman, İstanbul: Metis Yayınları
- BUCKLEY, Clare, McASSEY, Jacqueline (2013) Moda Tasarımında Still Yaratmak, Çev. Begüm Başoğlu, İstanbul: Literatür Yayıncılık
- CRARY, Jonathan, (2015) Gözlemcinin Teknikleri, Çev. Elif Daldeniz, İstanbul: Metis Yayınları
- DAVIS, Fred (1997) Moda Kültür ve Kimlik, Çev. Özden Arıkan, İstanbul: Cogito Yayınları
- FREUND, Gisele (2007) Fotoğraf ve Toplum, Çev. Şule Demirkol, İstanbul: Sel Yayıncılık
- HIZAL, Selda K. (2012) Amatör Kamera Gerçekliği, İstanbul: Agora Kitaplığı
- KILIÇ, Sabri (1997) Deneysel Sinemacı Kimliğiyle Andy Warhol, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları
- LENOIR, Beatrice, (2009) Sanat Yapıtı, Çev. Aykut Derman, İstanbul: Cogito Yayınları
- LLOYD, John, (2010) Afili Lügat, Çev. Duygu Akın, İstanbul: Domingo Yayınevi
- LHOTE, Andre (2000) Sanatta Değişmeyen Plastik Değerler, Çev. Kaya Özsezgin, İstanbul: İmge Yayınevi
- MACKENZIE, Mairi, (2017) İzmler Modayı Anlamak, Çev. Mahmut Tuna, İstanbul: Hayalperest Kitap
- SPATO, Donald, 2011 Zerafet Audrey Hepburn'ün Hayatı, Çev. Beril Tüccarbaşoğlu, İstanbul: Artemis Yayınları
- ÖZDAL, Işık (2009) Kadın Fotoğrafçılarla Fotoğraf Üzerine, İzmir: İmaj Matbacılık

Makaleler

- ÖZDEMİR, A. Beyhan, Papirüs Dergisi, “Çağdaş Sanat Akımları ve Fotoğraf” 2005

ÖZGEÇMİŞ

1974'te Köln'de dünyaya geldim. Ailem henüz bir yaşına girmeden tekrar Almanya'ya dönmek üzere Kocaeli'ye yerleşti. Fotoğrafa ilgim henüz üç yaşımdayken babamın makinelerini kurcalayarak başladı. Beş yaşına geldiğimde düzgün kadrajlar yapabiliyor ve fotoğraf çekebiliyordum. Çok küçük yaşlardan itibaren fotoğraf çekmek tutkuya dönüştü. İlk ve orta öğrenimimi Kocaeli ve Kütahya'da tamamladım. Sanatla, modayla ve özellikle fotoğrafla hep ilgili bir çocukluk geçirdim. Orta birinci sınıftaki sevgili hocam Solmaz Aksoy bana hayal ettiğim şeyi resmetmeyi öğretti. Bunun öncesinde henüz on yaşımdayken moda tasarımları yapmaya başladım. Modelin yanına saç tarzı ve aksesuarlarına dair notlar yazıyordum. Sonraları imajinasyonlarımı daha büyük kağıtlara renklendirerek ve detaylandırarak çizmeye başladım. On iki yaşımdayken küçük bir kasabada kuyumcu vitrinleri tasarlamaya başladım. Daha sonra adımın duyulmasıyla tekstil mağazalarının vitrinlerini yapmaya devam ettim. Liseye geldiğimde veteriner olmayı hedeflediğimi sanıyordum. Duygusal olarak hayvan doktoru olamayacağımı anladığımda büyük bir boşluğa düştüm. Liseden sonra iki yıl moda tasarımı okudum. Sonra ilk tutkuma geri dönüp fotoğraf okumaya karar verdim. 1995'te DEÜ GSF Fotoğraf Bölümüne başladım. 2000 yılında yüksek lisans hakkı kazandım; ancak sınıf açılmaması nedeniyle bıraktım. 2002'de askerliğimi yaptım. 2013 yılına kadar geçen süreçte pek çok moda fotoğrafı çektim. Yerli ve yabancı pek çok dergide fotoğraflarım yayınlandı. Ülkenin önde gelen pek çok firmasının kampanya fotoğraflarını çektim veya diğer fotoğrafçılar için prodüksiyonlarını yaptım. Mücevher fotoğrafında uzmanlaştım. Sektörün dev firmalarının katalog veya billboard ilanlarını çektim. Mücevher sektörüne ait dergilerin kapaklarını veya editorial çekimlerini gerçekleştirdim. Çeşitli firmalar adına stil danışmanlığı yaptım. Çekimlerimde genellikle styling ve makyajlarımı kendim yaptım. Pek çok reklam filmi veya müzik videosunda sanat yönetmenliği yaptım. Bazı sivil toplum kuruluşlarında veya eğitim kurumlarında dersler verdim. Çeşitli karma sergilere katıldım ve bazı sergilerin küratörlüğünü yaptım. 2013 yılında sevgili hocam Simber Atay'ın teşvikiyle aftan yararlanıp yarım kalan master programını sancılı süreçlerden geçerek tamamladım. Halen moda ve portre fotoğrafçısı olarak kariyerime devam etmekteyim...