



T.C.
İSTANBUL AREL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Moda ve Tekstil Tasarımı
Yüksek Lisans Programı

“1980-2014 Yıllarında Modaya Yön Veren Etkenler”

Tezi Hazırlayan: Melek ÇİM
135170113

Danışman: Prof. Dr. Hamdi ÜNAL

İstanbul, 2015



T.C.

İSTANBUL AREL ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Moda ve Tekstil Tasarımı

Yüksek Lisans Programı

“1980-2014 Yıllarında Modaya Yön Veren Etkenler”

Tezi Hazırlayan: **Melek ÇİM**
135170113

T.C.
İSTANBUL AREL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ
TEZLİ YÜKSEK LİSANS SINAV TUTANAĞI

05/09/2015

Enstitümüz *Moda ve Tekstil Tasarımı* Anasanat dalı yüksek lisans öğrencilerinden **135170113** numaralı **Melek ÇİM** "*İstanbul Arel Üniversitesi Lisansüstü Eğitim - Öğretim ve Sınav Yönetmeliği*"nin ilgili maddesine göre hazırlayarak, Enstitümüze teslim ettiği "**1980-2014 YILLARINDA MODAYA YÖN VEREN ETKENLER**" konulu tezini, Yönetim Kurulumuzun 02.09.2015 tarih ve 2015/16 sayılı toplantısında seçilen ve Sefaköy Yerleşkesinde toplanan biz jüri üyeleri huzurunda, ilgili yönetmeliğin 48. maddesi gereğince (50) dakika süre ile aday tarafından savunulmuş ve sonuçta adayın tezi hakkında ~~oyçokluğu/oybirliği~~ ile ~~Kabul/Red veya Düzeltme~~ kararı verilmiştir.

İşbu tutanak, 4 nüsha olarak hazırlanmış ve Enstitü Müdürlüğü'ne sunulmak üzere tarafımızdan düzenlenmiştir.

DANIŞMAN
PROF.HAMDİ ÜNAL



ÜYE
YRD.DOÇ.DR.A.SÜREYYA KOÇTÜRK



ÜYE
YRD.DOÇ.DR. ENGİN AKDOĞAN



Yüksek lisans tezi “**1980-2014 Yıllarında Modaya Yön Veren Etkenler**” başlıklı bu çalışmanın, bilimsel ahlak ve geleneklere uygun şekilde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım eserlerin tamamının kaynaklarda gösterildiğini ve çalışmanın içinde kullanıldıkları her yerde bunlara atıf yapıldığını belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

[5Eylül 2015]

Melek ÇİM

ONAY

Tezimin kâğıt ve elektronik kopyalarının İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

Tezim/Raporum sadece İstanbul Arel yerleşkelerinden erişime açılabilir.

Tezimin/Raporumun yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin/raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

5 Eylül 2015

Melek Çim

ÖZET

1980-2014 YILLARINDA MODAYA YÖN VEREN ETKENLER

Melek ÇİM

Yüksek Lisans Tezi, Moda ve Tekstil Tasarımı

Danışman: Prof. Dr. Hamdi ÜNAL

Eylül, 2015 – 166 sayfa

Moda değişik anlamlar taşıyan yıllardan bugüne bilinen bir sözcüktür. Değişime direnemeyen disiplinler içinde en fazla değişim ve gelişme gösteren akımdır. Bugün hayranlık duyulan moda yarın eskimiş, yıpranmış ve unutulmuş olabilir. Moda, kendi içinde kendi sürümleri ile birbirlerini yok eden tek disiplin ve sonu gelmeyen bir süreçtir. Moda kelimesinin, yıllar içindeki gelişimine bakıldığında ilk olarak terziler, tasarımcılar ve modacıların birbirini takip ettiği görülür. Bu zaman diliminde moda anlayışı; tarih, sosyoloji, ekonomik fayda ve zararların incelenerek yorumlanmasını gerektirmektedir. Modayı oluşturan elemanları etkileyen birçok disiplin bulunmaktadır. Bunun başında sanat ve sanat akımları gelmektedir. Tarihsel süreç içerisinde sanatçılar, eserlerinde giyim kuşam ve modayı işlemişlerdir. Bu eserler yüzyıllar sonrasına ışık tutmaktadır. Popüler kültürün 1980’li yıllarda yerleşmesi ve tüketim çılgınlığının yayılması ile modanın çalışma alanı dünya çapında gelişme göstermiştir. Terzilerin artık can çekiştiği bir ortamda hazır giyim endüstrisi ivme kazanmıştır. Yetenekli moda tasarımcıları, Milano, Newyork, Paris ve İtalya’daki ünlü markalar tarafından transfer edilmişlerdir. Ünlü markalar ve modacılar, modanın gelişimini takip ederek, minimalist ya da modernist yaklaşımla tasarımları ile modaya yön vermişlerdir. Moda sosyal öğrenme yöntemi ile taklit edilmiştir. Ünlüler, sporcular ve 1990’lı yıllarda fenomen kelimesinin yaygınlaşması toplumların dikkatini çekmiştir. Yaşam tarzı ile taklit edilen fenomenler çoğalmış, giydikleri, modaya yön vermiştir. Moda 1990’lardan sonra kendini kesin hatlı çizgilerden kurtararak daha özgün ve farklı çizgilerde yolculuğuna başlamıştır. Geçmişin modası ile geleceğin tasarımları birleştirilerek yeni tasarımlar oluşmuştur. 2000’li yıllarda, gelişmekte olan ülkelerde, teknoloji kullanımının yaygınlığı ile tüm gelişmeler takip edilmiş kopyalama ve taklit etme oldukça yaygınlaşmıştır.

2010 yılından sonra, piyasalarda orijinal patentli ürünlerin yanı sıra kopyaları da üretilmiş, moda ile ilgili bilgisayar yazılımları, akıllı iletişim kanallarının yazılım programları gelişmiştir. Uluslar arası bir pazar gelişmiştir. İyi olan kazanmaya başlamış, sokak modası gelişmiştir. Artık moda için sezonlar arasındaki süre kısalmış, aynı moda sezonu içinde başka sezon tasarımları da yer almaya başlamıştır. İnsanlar kendine yakışanı ve yaşadığı zaman diliminin ihtiyaçlarını esas alan en sağlıklı ve rahat giyimi tercih etmeye başlamışlardır. Moda sektörüne ilgi artmış, teknoloji ile ülkeler arasındaki giyim kuşam modaya dayalı farklılıkları yok olmaya başlamıştır. Bu farklılaşma bugün İran, Dubai ve Türkiye’de yaşayan insanların, çok benzer kıyafetleri tercih ettiği görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Moda, Yıllar, Yön, Etken

ABSTRACT

The factors that affects the fashion between 1980s-2014s

Melek ÇİM

A Master's Thesis,

Thesis Advisor: Prof. Dr. Hamdi Ünal

September, 2015 – 166 pages

Fashion has different meanings and been known for many years /-has been an extant concept/ has always remained an extant concept over the years. The fashion has been a trend that has constantly been changing and improving within the disciplines that have not been able to resist altering. The fashion you envy today might be old, worn and forgotten. It is the only field that disposes of ex-innovations by innovating in itself and an overlasting process. When we look at the development of the word ‘fashion’ over the years, firstly it has been used by tailors, designers and fashion, respectively. The fashion statement of this period should be commented by considering history, sociology, and economic profit and loss. There are many disciplines (maths, literature, history etc.) that effect the elements comprising the fashion. The most crucial ones of them are art and art movements. Throughout the history, artists have constantly dealt with the fashion and clothing in their works. These works shed light on the coming years. After popular culture's being fostered in 1980s and the spread of excessive consumption, the field of activity of the fashion has developed in the world. Ready-made clothing sector did gain momentum in the atmosphere that tailors had been trying to survive. So, versatile fashion designers were recruit by famous brands based in Milano, Newyork, Italy and Paris. Famous brands and fashion designers influenced the fashion with the approach of minimalist or modernist by following the fashion statement. By the method of social learning, the fashion was imitated. As the word "phenomenon" became an increasingly widespread concept, fashion caught societies' attention. As the number of phenomenons, whose life styles were imitated, increased, what they wore affected the fashion. . After 1990s, certain lines fell out of fashion and authentic lines came into fashion. The combination of the ex-fashion and designs of the future created new designs in fashion. In 2000s, as the techonogy in the developing countries

spread, the countries kept up with the latest developments and new techniques for imitating became widespread. After 2010, patented designs/products as well as generic products were produced, computer-based applications for fashion and smart channels of communication/social networking websites were developed. An international market in fashion evolved. The good ones began winning. Street fashion developed. Therefore, the period between seasons shortened, and also seasonal designs began altering in the same season, too. People started preferring to wear clothes that suit them well considering their needs-the healthiest and most comfortable- in the period of time they lived. Fashion sector captured people's attention. As technology advances, the difference in clothing, based on fashion, between countries dwindled away. Thus, it seems that people living in Iran, Dubai and Turkey prefer wearing similar clothes.

Key Words: Fashion, Years, Direction, Factors

ÖNSÖZ

Moda değişimin rüzgârıdır. Bu değişimde birçok insan geçimini sağlamakta ve ülke gelirlerini arttırmaktadır. Moda aynı zamanda bir aşktır. Bu aşk yeteneği olanın aşkıdır. Yıllar içinde moda da zamana uymuştur. Zaman içerisinde kendini hep yenilemiş, estetik açıdan görevi güzelliği ön plana çıkarmak olmuştur. Moda ile ilgili yaptığım bu araştırma; biriktirdiğim tüm bilgilerimle bana dünya çapında bir görüş sahibi olmamı sağlamıştır.

Bu çalışmamda, yoğun akademik çalışmaları arasında zamanını ayırarak bana yol gösteren ve yardımcı olan tez danışmanım Prof. Dr. Hamdi Ünal hocama ilgi ve desteğinden ötürü teşekkürlerimi sunarım. Bunun yanı sıra, yardımlarını ve desteklerini esirgemeyen yüksek lisans öğrenimin boyunca gelişmeme katkıda bulunan tüm hocalarıma, öğretmen arkadaşlarıma ve çalışma arkadaşlarıma teşekkürü bir borç bilirim. Ayrıca çalışmam boyunca bana destek olan eşim, annem ve tüm meslektaşlarıma yardımlarından dolayı sonsuz teşekkür ederim.

İstanbul, 2015

Melek ÇİM

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	I
ABSTRACT.....	III
ÖNSÖZ	V
İÇİNDEKİLER	VI
KISALTMALAR LİSTESİ.....	X
TABLolar LİSTESİ.....	XI
ŞEKİLLER LİSTESİ	XII
EKLER LİSTESİ	XVI

1.BÖLÜM

GİRİŞ

1.1.Problemin Tespiti	1
1.2.Çalışmanın Amacı	1
1.3.Araştırma Metodolojisi.....	2
1.4. Ünitelerin Planı.....	2

2. BÖLÜM

MODA

2.1. Moda	3
2.2.Modanın Kavramı ve Modanın Sosyalliği	5

3.BÖLÜM

KÜLTÜR, EKONOMİ, TOPLUMSAL YAŞAM VE KÜRESELLEŞME

3.1. KÜLTÜR	9
3.1.1.Kültürel Değişmelerin Nedenleri.....	10
3.2. Moda ya Yön Veren Etkenler Bağlamında Ekonomi Gelişmeleri.....	12
3.2.1.1980’li Yılların Ekonomi Gelişmeleri	14
3.2.2.1990’lı Yılların Ekonomi Gelişmeleri	15
3.2.3.2000-2014’li Yılların Ekonomi Gelişmeleri.....	16
3.3. Modaya Yön Veren Etkenler Işığında Toplumsal Yaşam	17
3.3.1. 1980’li Yılların Toplumsal Yaşamı	19

3.3.2 1990'lı Yılların Toplumsal Yaşamı	20
3.3.3. 2000-2014 Yılların da Toplumsal Yaşam.....	21
3.4. Küreselleşme ve Modaya Yön Veren Etkisi	22
3.4.1. Küreselleşme Ve Moda.....	22

4.BÖLÜM

1980VE 2014 YILLARI ARASINDA MODAYA YÖN VERENLERİN ETKİSİ

4. Modaya Yön Veren Etkenler	24
4.1. 1980'li Yıllarda Amerika'da Modaya Yön Veren Etkenler	24
4.1.1. 1980'li Yıllarda İngiltere'de Modaya Yön Veren Etkenler.....	25
4.1.2.1980'li Yıllarda Fransa'da Modaya Yön Veren Etkenler.....	25
4.2.1980'li Yıllarda Modaya Yön Veren Etkenler.....	26
4.3.1990'li Yıllarda Modaya Yön Veren Etkenler.....	37
4.4. 2000'li Yıllarda Modaya Yön Veren Etkenler.....	46
4.5. 2010'lu Yıllarda Modaya Yön Veren Etkenler.....	48

5. BÖLÜM

MODAYA YÖN VEREN SANAT, SANATÇI VE TASARIMCI ETKENLERİ

5.1.1980-2014 Yıllarında Modaya Yön Veren Art Sanatçılar ve Sanat Akımları	49
5.1.1 Pop Art - Andy Warhola.....	50
5.1.2. Minimalizm.....	51
5.1.3. Figüratif Resim	53
5.1.4. Post Modernizm.....	53
5.2 1980-2014 YILLARINDA MODAYA YÖN VEREN TASARIMCILAR.....	57
5.2.1. Dolce &Gabbana	57
5.2.2. Donna Karan.....	58
5.2.3.Bill Blass.....	59
5.2.4.BURBERRY	62
5.2.5. Bob Mackie.....	64
5.2.6. Gianfranco Ferre.....	66
5.2.7. Giorgi Armani.....	67
5.2.8. Bruce Oldfield	69

5.2.9. Gianni Versace.....	72
5.2.10. Yohji Yamamota.....	75
5.2.11. Jean Paul Gaultier	76
5.2.12. Patrick Kelly	77
5.2.13. Marc Jacobs	80
5.2.14. Chirstian Lacroix	82
5.2.15. Alexander McQueen.....	85
5.2.16. Anna Sui	89
5.2.17. Hüseyin Çağlayan.....	93
5.2.18. John Galliano.....	95
5.2.19. Guy Laroche	98
5.2.20. Isabel Toledo	100
5.2.21. Pierre Cardin.....	103
5.2.22. Vera Wang.....	103
5.2.23. Rifat Özbek.....	106
5.2.24. Issey Miyake.....	107
5.2.25 Yves Saint Laurent	109
5.3. 1980-2014 Yıllarında Modaya Yön Veren Terziler.....	110
5.3.1 Jean Cacharel (1932)	110
5.3.2.Fevziye Çamer	111
5.4. 1980-2014 Yıllarında Modaya Yön Veren Kadınlar	111
5.4.1. Leydi DİANA	112
5.4.2. Vivienne Westwood.....	115
5.4.3. Kate Moss	117
5.5.1980-2014 Yıllarında Modaya Yön Veren Teknolojik Gelişmeler	118
5.5.1. Televizyonun Modaya Yön Veren Etkisi	119
5.5.2. Bilgisayar Kullanımının Modaya Yön Veren Etkisi	121
5.5.3. İnternet Sitelerinin Modaya Yön Veren Etkisi	122
5.5.4. Moda Bloklarının Modaya Yön Veren Etkisi.....	123
5.5.5. E- Ticaretin Modaya Yön Veren Etkisi	125
5.5.6. Sokak Modasının Modaya Yön Veren Etkisi	126
5.5.7. Akıllı Telefon Kullanımının Yaygınlaşması	127
5.6.1980-2014 Yıllarında Modaya Yön Veren Fuarlar Ve Katılımcı Ülkeler	128

6.BÖLÜM

SONUÇ

6.1 ÖZET	135
6.2. Çalışmanın Literatüre Katkısı	139
6.3. Araştırma Kısıtları.....	140
6.4. Geleceğe Yönelik Çalışma Alanları.....	140
KAYNAKÇA.....	141
EKLER.....	146
ÖZGEÇMİŞ	149

KISALTMALAR LİSTESİ

IWS	: Uluslararası yün birliği
CFDA	: (Council of Fashion Designers of Amerika) Amerika Moda Tasarımcıları Konseyi
Müsiad	: Müstakil Sanayiciler Ve İşadamları Derneği
Bkz	:Bakınız
SDŞ	:Sektörel Dış Ticaret Şirketi
İBGS	:İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliklerini
İTKİB	:İstanbul Tekstil Konfeksiyon İhracatçılar Birliği
İHKİB	:İstanbul Hazır Giyim Konfeksiyon İhracatçılar Birliği
İDMİB	: İstanbul Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği
TÜSİAD	:Türkiye Sanayici ve İşadamları Derneği
TOBB	:Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
ICC	: International Chamber of Commerce Milletlerarası Ticaret Odası

TABLÖLAR LİSTESİ

	Sayfa
Tablo 5.6.1: Ürünün Mağazaya Erişme Döngüsü.....	129
Tablo 5.6.2: Moda Ürün İşlem Tarihleri.....	129
Tablo 5.6.3: İTKİB FUARLARI – 2013.....	130
Tablo 5.6.4: 2014 Yılı İTKİP Tarafından Milli katılım Organizasyonu Yapılacak Fuar Listesi.....	133

ŞEKİLLER LİSTESİ

	Sayfa
Şekil 3.1.1.1: Suriyeli Mülteciler.....	11
Şekil 3.1.1.2:Suriyeli Kadınların Giyim Kültürünün TürkiyeliKadınlara Yansıması	11
Şekil 4. 2. 1:Günlük Giyimler Almanya Koleksiyonları	28
Şekil 4. 2. 2:Aenne Burda Koleksiyonu. Ağustos. 1980.	29
Şekil 4. 2. 3: Diane Von Furstenburg. 1984	30
Şekil 4. 2. 4: Aenne Burda Koleksiyonu. Ağustos. 1980	31
Şekil 4. 2. 5: Aenne Burda Koleksiyonu. 1985. Şubat	32
Şekil 4. 2. 6: Aenne Burda Koleksiyonu.1986. Mayıs.	33
Şekil 4. 2. 7: Aenne Burda Koleksiyonu. Nisan. 1987.....	34
Şekil 4. 2. 8: Aenne Burda. Kasım.1988	35
Şekil 4. 2. 9: Aenne Burda Koleksiyonu. Ocak. 1989.....	36
Şekil 4. 3. 1: Vogue Dergisi Kapak 1990.....	40
Şekil 4. 3. 2: Alber Elbaz ve Guy Laroche 1998. Ceket ve Etek modelleri	41
Şekil 4. 3. 3: L'Officiel 1000 model dergisi no. 2 (1998) via jalougallery.com	43
Şekil 4. 3. 4:Von Fürstenberg 1997 Bahar Koleksiyonu Vogue.com	44
Şekil 4. 3. 5:1998 yılı Gelinlik Tasarımları	45
Şekil 5.1.1.1: Pop kültürün unutulmaz ikonası: Marilyn, tuval üzerine polimer ve matbaa boyasıyla.....	50
Şekil 5.1.2. 1:Versace ve Miu Miu Tasarımları.....	52
Şekil 5.1.5. 1:Postmodernizm Algısı	55
Şekil 5.1.5. 2: Gençlerin Çizgi Film Karakterlerine Göndermesi	56
Şekil 5.2.1.1: Dolce &Gabbana 2014 Sonbahar Koleksiyonu.....	57
Şekil 5.2.2.1: Donna Karan Koleksiyonundan. 1987	58

Şekil 5.2.2. 2: Donna Karan Koleksiyonundan. 1987 Teknik Çizimler	59
Şekil 5.2.3. 1: Bill Blass 1986 Koleksiyonu.....	60
Şekil 5.2.3. 2:Bill Blas 2008 Koleksiyonu	61
Şekil 5.2.4. 1: Burberry Kadın Trençkotu. 1992.....	62
Şekil 5.2.4. 2: Burberry Karma 2006. Milano.	63
Şekil 5.2.4. 3: Burbrey 2010 sonbahar koleksiyonu.....	63
Şekil 5.2.5.1: Bob Mackie (1980).....	64
Şekil 5.2.5.2: Bob Mackie. 1980	65
Şekil 5.2.6. 1: Ferre 1995 Milano Defilesi.	66
Şekil 5. 2.7.1: Armani 2014 Abiye Koleksiyonu.	68
Şekil 5.2.8. 1: Bruce Oldfield kampanyası, 1986 Fotoğraflar: Michael Roberts.	69
Şekil 5.2.8.2: Bruce Oldfield (1988). Günlük Giysiler.....	70
Şekil 5.2.8.3: Bruce Oldfield (1988) Gelinlik.....	71
Şekil 5.2.9. 1:Janice Dickinson: Versace kampanyası, 1980. Model Güz. ...	72
Şekil 5.2.9. 2:Versace kampanyası, Bahar 1983.	73
Şekil 5.2.9. 3: Gianni Versace Tasarımları.....	74
Şekil 5.2.10. 1:Yohji Yamamoto 2010 Paris Moda Haftası Yaz Koleksiyonu.	75
Şekil 5.2.11. 1:Jean Paul Gaultier. 2014. Kış Koleksiyonu.....	76
Şekil 5.2.12. 1:Patrick Kelly 1988 Koleksiyonu	77
Şekil 5.2.12. 2:Patrick Kelly 1989 reklam kampanyası Güz.....	78
Şekil 5.2.12. 3 : Patrick Kelly FW 1989 koleksiyonu. Fotoğraf: Oliviero Toscani. Philadelphia Sanat Müzesi.....	79
Şekil 5.2.13. 1:Marc Jacobs 1989 Kasım Ayı Vogue Dergi Kapağı.....	80
Şekil 5.2.13. 2:Marc Jacobs 1991 Bahar/yaz koleksiyonu	81

Şekil 5.2.14. 1: Kokteyl Elbisesi Jean Patou Christian Lacroix 1987 Foto: François Hallard, Conde Nast Arşivleri.....	82
Şekil 5.2.14. 2: Chirstian Lacroix hazır giyim, L'Officiel Ağustos 1988. Fotoğraf: Peter Godry	83
Şekil5.2.14.3: Chirstian Lacroix. 1995 yılı Paris defilesi. Haute Couture Tasarımı .	84
Şekil 5.2.15. 1: Givenchy (1998) Straplez Elbise ve Ceket Alexander McQueen	85
Şekil 5.2.15. 2: Harper's Bazaar Dergisi Mayıs/1997 İpek Krep Elbise- Alexander McQueen-.....	86
Şekil 5.2.15. 3: Alexander McQueen Givenchy için (1998).Abiye Elbise.....	87
Şekil 5.2.15. 4: McQueen koleksiyonu: (İlkbahar / Yaz 1998).....	88
Şekil 5.2.16. 1: Patrick Demarchelier: Anna Sui, Harper 's Bazaar, Ağustos 1995 Fotoğraf: Linda Evangelista.....	89
Şekil 5.2.16. 2: Anna Sui (1995)	90
Şekil 5.2.16. 3: Anna Sui (1995)Çizgili Takım Elbise.....	91
Şekil 5.2.16. 4: Anna Sui (1997) Dantel Elbise.....	92
Şekil 5.2.17. 1: Hüseyin Çağlayan Kâğıt Elbise.....	93
Şekil 5.2.17.2: Sözlerden Sonra. 2000 Yılı Kış Hazır Giyim Koleksiyonu	94
Şekil 5.2.17.3: Sözlerden Sonra 2000Yılı Kış Hazır Giyim Koleksiyonu	95
Şekil 5.2.18. 1: John Galliano 2010 Sonbahar/Kış koleksiyonu.....	96
Şekil 5.2.18. 2: Elbise by Givenchy Haute Couture by John Galliano. Vogue, Şubat 1996.....	97
Şekil 5.2.19. 1: Guy Laroche Hilary Swank, Miss_fashionmix aracılığıyla 2005.....	98
Şekil 5.2.19. 2: Guy Laroche Hazır Giyim, İlkbahar / Yaz 2005 L'Officiel 1000 model dergisi.....	99
Şekil 5.2.20. 1: Şerit Rulo Elbise (2009) Isabel Toledo.....	100

Şekil 5.2.20. 2: Isabel Toledo 1995 Vogue Dergisi.....	101
Şekil 5.2.20. 3: Isabel Toledo 1995 Vogue Dergisi. Teknik Çizim.....	101
Şekil 5.2.20. 4: Isabel Toledo. Katalog Teknik Çizimleri	102
Şekil 5.2.22.1: Vogue Patterns Magazin Dergisi, Mayıs 1995. Vera Wang	104
Şekil 5.2.22.2: Vogue Patterns Magazine, Mayıs 1995. Vera Wang	105
Şekil 5.2.23.1: RIFAT ÖZBEK 1995 LONDRA KOLEKSİYONU.....	106
Şekil 5.2.24. 1: Issey Miyake 1995 Milano Defilesi.....	107
Şekil 5.2.24. 2: Issey Miyake 1995 Tasarımı.	108
Şekil 5.2.25. 1: Yves Saint Laurent 1995 Milano Defilesi.....	109
Şekil 5.4.1. 1: LEYDİ DİANA – VOGUA.....	113
Şekil 5.4.1. 2: Diana, Galler Prensesi İtalya Kraliyet Ailesi, 1985. Frederick Fox Şapkaları.....	113
Şekil 5.4.1. 3: Prenses Diana 1985. Resim. bruceoldfield.com.....	114
Şekil 5.4.2. 1: Vivienne Westwood koleksiyonu.....	115
Şekil 5.4.2. 2: Westwood 2010-2011 Red Label Koleksiyonu.....	116
Şekil 5.4.3. 1: Kate Moss Dergi Kapak Resimleri.....	117
Şekil 5.5.1.1: İsmek Giyim Branşı kurslarına son 10 yılda başvuran ve kesinkayıt.	120
Şekil 5.5.3. 1: Dünyanın En Ünlü Moda İnternet Sitesi	123
Şekil 5.5.4. 1: Moda Bloğu.....	124
Şekil 5.5.5. 1: Moda E- Ticaret Sitesi.....	125
Şekil 5.5.6 1: Siyah Beyaz Sokak Modası 2014	126

EKLER LİSTESİ

	Sayfa
Ek-1 MİLLİ FUAR KATILIMLARININ 2009 / 5 SAYILI TEBLİĞ KAPSAMINDA DESTEKLENMESİ İÇİN GEREKLİ BELGELER.....	146

1.BÖLÜM

GİRİŞ

1.1.Problemin Tespiti

1980-2014 Yılları arasında modaaya yön veren etkenlerin moda ve tekstil tasarımı açısından incelenmesi.

Yetenekli modacılar 80'li yıllardan sonra 90'lı yıllar ve günümüze yön vermişlerdir. Büyük şirketler 90'lı yıllardaki neolibare serbest ekonominin gelişimi ile markalarını birleştirerek krizleri atlattıma çalışmışlar ve işgücü, ürün maliyetlerini düşürmeye çalışmışlardır.

2000'li yıllarda modaaya yön veren etkenlerin en etkilisi sokak modası olmuştur. Moda olgusu rüzgâr kadar hızlı, değişime ve gelişime açık bir hale gelmiştir.

1980 ve 2014 yılları arasındaki moda tasarımcılar ele alınarak, tasarımları incelenerek örneklendirilmiş olup, modaaya yön veren sanat akımları ve sanatçılarından bazılarına yer verilmiştir. Modaaya yön veren terziler ve teknolojik gelişmelerin modaaya etkileri incelenmiştir. Ayrıca modanın oluşumundaki elemanlarında incelenmesi önem arz etmiştir.

1.2.Çalışmanın Amacı

Modanın sosyal, ekonomik ve teknolojik alanlardaki gelişmelerinin etkisindeki moda tasarımcıları, üretici ve tedarikçilerin gelişmelerini de takip ederek farklı yıllarda kendi içinde bir hiyerarşi oluşturmuşlardır. Modanın yıllar içerisindeki değişiminin ve modaaya yön veren etkenlerin incelenmesi; modaaya yön veren

etkenlerin gösterdiği etki ve bu etkilerin gelecekte moda anlayışına yaptığı katkı açısından faydalıdır.

1.3.Araştırma Metodolojisi

Araştırma konusuyla ilgili bilimsel yayınların araştırılması, kütüphanedeki benzer yayınların taranması yapılmıştır. Konu ile ilgili makaleler, örnekler ve fotoğraflar araştırılarak, ortaya çıkan sonuçlar değerlendirilmiştir.

1.4. Ünitelerin Planı

Bu tez çalışması 6 bölümden oluşmaktadır. 1. Bölüm Giriş; Problemin tespiti, Çalışmanın amacı, Araştırma metodolojisi, Ünitelerin planından oluşmaktadır.

2. Bölüm: Moda'nın tanımı ve kavramları açıklanmıştır. 3. Bölüm; Kültür, Ekonomi, Toplumsal Yaşam ve Küreselleşmenin moda yön veren etkilerinin araştırılması.4. Bölüm: 1980-2014 yıllarında moda yön veren etkenlerin araştırılması ve 5. Bölüm: Modaya yön veren sanat, sanatçı ve tasarımcı etkenlerinden oluşmaktadır.

6. Bölüm: Sonuç, özet, çalışmanın literatüre katkısı, araştırma kısıtları, geleceğe yönelik çalışma alanları, kaynakça, ekler ve özgeçmişten oluşmaktadır.

2. BÖLÜM

MODA

2.1. Moda

Moda, toplumların sosyolojik, ekonomik, psikolojik ve toplumsal olaylar karşısındaki duyarlılığını yansıtmaktadır. İnsanların yaptığı etkinliklerde moda bir iletişim aracı olmuştur. Moda, çok çeşitli şekillerde ele alınmış ve tanımlamaları yapılmıştır. Geçmiş toplumlardaki geleneklerin, göreneklerin, yaşanmışlıkların ve insanla ilgili her şeyin modaya katkısı çok fazladır.

Beğenilme açısından bakıldığında modanın bu ihtiyacı karşılayabilecek nitelikte olması gerekmektedir. Doğada bulunan materyalleri kullanılabilir hale getirmek, ekonomik katkı sağlamak ve kitleleri etkileme aracı olarak kullanmak modanın kapsamına girmektedir. İnsanların bulunduğu ortamlara uygun giyinmesi modanın çeşitlenmesine basamak oluşturmaktadır. Spor yaparken, dans ederken, düğün, bayram ve evde yaşanan sosyal anın özelliğine göre giyinilmelidir.

İnsanların yeni stiller tasarlama ve giyinme arzularının sonsuzluğu modanın oluşması ve gelişmesine büyük katkı sağlamıştır. İlkel insanların kendilerini doğadan korumak için kullandıkları hayvan postlarını incelediğimizde, fizyolojik hayat şartlarından kendilerini korumak için giyindikleri düşünülmektedir. İlkel insanların beğenilme isteği ile vücutlarını çeşitli boyalar ile bezemeleri de modanın her zaman var olduğunu göstermektedir. Bu anlamda ilkel insanlar modanın öncülüğünü yapmışlardır. (Öndoğan, 1995: 477).

Günümüzde modanın sanat mı, zanaat mı? olduğu kavramı tartışılmaktadır. Sanatla zanaatın arasın da; çanak çömlek yapmak, duvar örmek, bez dokumak, marangozluk, ayakkabı yapmak gibi beceriler sanat değil, zanaat olarak adlandırılmıştır. “Bu kelime de Arapça “sani” kelimesinden gelmiştir. İş yapma anlamındadır. Arapların kullandığı “sınaat” kelimesi, Türkçede “ zanaat” kelimesi haline gelmiştir. Beceri ve el ustalığı ile yapılan işler için bu kelimeyi kullanmak daha doğrudur”. (Şişman, 2010: 5).

2000'li yıllarda moda olgusu göz önüne alındığında daha teknolojik ve seri üretimin ön plana çıktığı ve ürünlerin moda olabilmesi için bir döngü oluşturulduğu görülmektedir. Ekonomik açıdan birçok kişinin istihdam edildiği, sektörlerin geliştiği kendini yenilediği, çağın son model araç ve gereçlerinin üretilip kullanıldığı moda endüstrisinde ergonomik ortamlar oluşturulmaktadır. Dünya'da ve Türkiye'de de tekstilin gelişimi için dernekler kurulmakta, sempozyumlar ve konferanslar yapılmakta, bildiriler yayınlanmakta ve moda sektörü elemanları bir araya gelerek farklı açılımlar için birliktelikler oluşturmaktadırlar.

Moda ürünlerini, ulusal ve uluslar arası sanayi içinde incelediğimizde belli aşamalardan geçerek ürün oluşturmaya başlanıldığı görülmektedir. Moda da ilk olarak gelecek sezonun eğilimleri belirlenir. Tasarımcılar, moda olacak ürünün; renklerini, dokularını, kullanılacak malzemesini ve şekillerini belirlerler. Satın alma sorumlularının piyasa araştırmaları ve tedarik şeflerinin çalışmaları sonucunda oluşan koleksiyonların, ulusal ve uluslar arası fuar, sergi ve lansmanlar ile sunumu yapılmaktadır. Moda olan ürün, giyim alanındaki tüm dergi, katalog ve gazetelerde yayınlanmaktadır. Bir ürünün moda olabilmesi veya yeni bir eğilim oluşturabilmesi için ürünler dağıtımçıları aracılığıyla sunulmaktadır. (Waquet ve Laporte, 2011: 21).

Moda anlayışına sosyal gruplar olarak baktığımızda, modayı seven ve takip edenlerin bu eylemi sınıfsal sıçrama yapmak için kullandıklarını görürüz. Bu grup televizyonun ve basının en çok etkilediği gruptur. Gelir seviyelerine bağlı olarak bu gruplar, en çok kıyafet seçimleri ile sınıf atlama eğilimi gösterirler. (Barbarosoğlu, 2013: 55).

Modayla ilgili tanımlar dikkate alındığında bir modanın konu edilebilmesi için moda olanın görünür olması gerekmektedir. Moda, bir topluluğun kimliğini yansıtmakla birlikte bireyselliğe de vurgu yapmaktadır. Moda nesnesi herhangi bir zamanda ortaya çıkabilir ve kültürel kimliklere bağlı olarak değişim gösterebilmektedir. (Ertürk, 2011: 6).

2.2.Modu Kavramı ve Modanın Sosyallığı

Modu, Latince dilindeki karşılığı “yapmak” anlamına gelen facito kelimesine dayandırılmaktadır. Zaman içinde, toplumsal beklentiler, başkaldırı, eğitim seviyesi, statü gibi kavramları kapsamı alanına girmiştir. Giyinme tutkusu kültürel ve coğrafi sınırları aşmıştır. Giyim tarzı ve çizgilerinde farklılıklar olsa da kimliğin dışavurumunun göstergesidir.(Fogg, 2013: 8).

Modu (Mode) Latince dilinde “oluşmayan sınır” manasındaki “moddus” kelimesinden gelmektedir. Kelimenin İngilizdeki karşılığı ise “ fashion” olarak yer almaktadır. (Crane, 2003: 27).

Modu tarihsel sürecinde Fransa'nın Paris şehrinde konu edilmiştir. Modu endüstriden önce el işçiliği ile var olmuştur. Fransa'da giysi dikme işine “cotuture” adı verilmiştir. Yaşanılan dönemin kültürel özelliğine göre giysiler çeşitlik göstermiş ve kullanılan malzemelerin ayrıntıları ekonominin büyüklüğüne göre belirlenmiştir. (Müsiad, 2009: 39).

Modu bir dönemin maddi kültürünü; giysi, şapka, ayakkabı, aksesuar, mimari, renk, eşya, teknoloji gibi yaşam alanlarında dönemi yaşayanların ekseriyetle izlenebilecek sosyo psikolojik eğilimlerin tümünü kapsamaktadır. Kişilerin modaya uyumlaşması rol modellerin etkisi ile gerçekleşebildiği gibi sosyal katılım arzusunun telafisi veya taklitte de gerçekleşebilmektedir. Genç yetişkinler ve gençler sosyal öğrenme ile modayı yaygın medya araçlarından takip ederek taklit ve özdeşimle kendilerini hâkim olmuş modanın içine dâhil olmuş hissedebilmektedirler. Bu eğilimlerin kişilerin “kendilerinin kendi irade seçimleriyle kurabilme” ön kabulüne dayanarak günlük pratikte yer bulur. Psikoloji ve sosyal psikoloji bilimlerinin ayrıca tartışabileceği bu özleşme halleri bizim ilgimizi aştığından burada bu konuya girmiyoruz.

Modanın ne olduğu ile ilgili kavrayış ilkelerinin başında “ farklı olmak” ifadesi bulunur. Ana akım modanın söyleminin belirgin yanı “ güzel ve farklı olan” a yaptığı sürekli vurgudur. Bir dönem çok ilgi gören ve beğenilen ürün veya tasarım kısa bir süre sonra etkisini yitirmekte ve yerine yeni ürün ve tasarımlar geçmektedir. Modu bir oyun gibi başlar, gelişir, biter ve tekrar başlar. Bu döngünün sürekliliği

insan toplumsallığının belirgin bir özelliğidir. Bu süreklilik kesintilerle, geriden beslenmelerle farklılaşan bir süreçtir. Moda da hiç beklenilmeyen zamanda geriye dönüşler yaşanabilmektedir. Geçmişin modası ile yeninin çizgilerinin oluşturduğu kombinasyonlar demode ürünleri gündeme getirmektedir. (Öndoğan, 1995: 477).

Modayı yönlendiren etkenler özellikle sanayi sonrası toplumlarda hareketlilik göstermiştir. Toplumların gelenek ve göreneklerinin ötesinde alışkanlıklar vuku bulmuştur. Giyim kişiliğin ayrılmaz bir parçasıdır. Kişinin toplumdaki yerinden, yaşına, karakterine ve sosyal statüsüne kadar ipuçları vermektedir. Moda diğer ihtiyaçlardan farklılık göstermektedir. Nedeni ise kişilerin isteklerine cevap vererek tatmin etmektir. Moda çılgınlığı o denli etkilidir ki kişilerin gardırop dolusu kıyafetleri olmasına rağmen kıyafet alma arzusu oluşturur. (Müsiad, 2009: 47).

Modanın hedefi bireylerin kendilerine daha iyi bir görünüm kazandırma fırsatı sunmaya çalışmaktır; en azından onunla farkında olarak ilgili olanların ondan beklentileri bu doğrultudadır. Vizyoner algının gelişmiş olduğu bir toplumsal yaşamda bireylerin giyimi onlara göre kişiliğin bir parçası olarak algılanmaktadır. Buyur edilmediği düğün sofrasına kürkünü giyip gelen Nasrettin Hoca'nın başköşeye oturtulması sonrasında, Hoca'nın "Ye kürküm ye!" sözleri, dış görünüş ile sosyal tanınma arasındaki ilişkiyi, içinde bulunduğumuz kültürde gayet iyi özetlemektedir. Kişilerin kılığı, içinde bulunduğu toplumdaki yerin düzeyi konusunda önemli bir gösterge olarak görülür. Bir tasarım ürününün bir döneme damgasını vurması ve modavari sayılması, bu tasarım ürününün niteliğinden çok ona gösterilen nicel ilgiye bağlı olabilmektedir. Bir nesnenin ya da tasarımın ilgi görmesi, beğenilmesi ve ilgili bir kesimin bu tasarımın modasına bağlanması kesinlikle duygusal bir boyut da içermektedir. Bu "bağlanma" belli bir zaman yerleşiklik kazansa da zamanla yeni akıntıların aşındırmasına boyun eğebilmektedir. Moda da değişimler; "moda", "demode", "son moda" ve "modası geçti" gibi ifadeler kullanılarak anlatılmaktadır. Modanın değişkenliğinin ve değişebilirliğinin önemli dışsal etkilerinden biri coğrafyadır. Modayı kendi içinde mevsimler bölmektedir. Ve moda yaşanan mevsime göre değişkenlik gösterir. Dönemlendirmeler ilkbahar/yaz, sonbahar/kış modası gibi ifadelerde karşılık bulur. Modacılar da koleksiyonlarını bu çerçevede hazırlamakta ve ilgililere sunmaktadır. Doğal olaylar, sosyal yaşam, siyasi

ve ekonomik gelişmeler modayı yakından ilgilendiren konular içerisinde yer almakta ve yaşanan olaya göre moda şekilde alabilmektedir. (Yener, 1994: 22) .

Günümüzde modanın bir olgu olarak ortaya çıkmasının sebebi incelendiğinde; kişilerin kendilerini diğer bireylerden farklı ve özel olması isteğinin temel oluşturduğu görülmektedir. Kendini diğer bireylerden farklı olmasını istemesi, kişinin kendisinde farklılıkları bulup çıkartmaya yönelmektedir. Bu güç durum karşısında birey var olanı korumak için ve yenilikler ile kendini değiştirip geliştirme arasında güçlükler yaşayabilmektedir. (Onur, 2004: 15).

Yeni olanın moda olması amacıyla ortaya çıkmasında, ünlülerin desteği ile sergilenir ve toplumda belli grupların benimsemesi ile moda olur. Yeni olanın yayılma hızının artmasıyla moda da zirveye ulaşması kolaylaşır. Tasarımın, ürünün ve moda olacak nesnenin alt tabakaya ulaşmasıyla yeni olan modanın demode yani moda olmayan aşamasına gelinir. (Barbarosoğlu, 2013: 36).

Moda kurumlarının faaliyet gösterdikleri iş çevreleri, tasarımcıların çizgileri ile üreticilerin ürünlerini; tüketiciye farklı yollar kullanılarak sunmak için yeni stratejiler geliştirmeye ve araştırmaya yönlendirmektedirler. Moda sektörünün, moda oluşum süreçlerini ele alış biçimleri geçmiş moda dönemlerine göre incelendiğinde; zanaatkârlarla yaptıkları işbirlikleri sonucunda tasarımlarının faydaya önem verdikleri görülmüştür. Sanatçı-zanaatkârlar ise tasarımlarında görselliğin ve estetiğin vazgeçilmezliği üzerinde çalışırlar. Lüks moda tasarımcılarının geneli sanatçı-zanaatkârlardan oluşmaktadır. Sanatçılar, zanaatkârların vasıflarını kullanırlar fakat tasarımları çoğu zaman kullanışlı ve yararlı ürünler olmayabilmektedir. Sanatçıların amacı; benzersiz, diğer üretilmiş eserlerden farklı ürünler ortaya çıkarmaktır. (Crane, 2003: 176).

Dünya moda çevrelerinde, sayılı modacıların kendi stillerini oluşturdukları izlenmektedir. Bunlardan biri 1900'lı yıllarda piyasalara çıkan, "Chanel" markasıdır. Ürünlerini piyasaya verdiği, 1900'lü yılların başından günümüze çizgisini hiç değiştirmemiştir. Moda alanındaki, gelişmeleri ve yenilikleri takip ederek marka oluşum sürecinde, ün yaparak kalıcı olmayı başarmışlardır. Bu başarıyı elde etmelerinde en önemli nokta moda anlamında çizgilerini değiştirmemelerindedir.

“Chanel” markası; ilk olarak kareli, kırmızı siyah çizgilerden oluşan desenleriyle algıda seçicilik oluşturmuştur.

Nefes aldığımız sürece yaptığımız faaliyetlerin özünde yararlı olmak yatmaktadır. Modanın ilkesinde ise değişik olma isteği vardır. İnsanlar bir yandan var olanı kullanırken diğer yandan da farklı olmak isterler. Moda sektörü çalışanları, tüm bu duygu ve düşüncelerin ışığında karşıtlıklarıyla birlikte var olmayı amaçlamaktadır. (Müsiad, 2009: 39).

“Sosyolog Ünsal Oskay, sokaklarda, konser salonlarında, otobüslerde, otellerde, asansörlerde, büyük alışveriş merkezlerinde, hep kalabalıklar içinde birbirinden bir şey isteyen veya istemeyen insanların olduğunu, dolayısıyla birbirlerini gören insanların aslında aralarındaki iletişimin ilk ve öncelikli ortamını üzerlerinde taşıdıklarını söylüyor.” (Onur, 2004: 17).

Modaya sembolik sistem ve işaretler sistemi içinde bakıldığında farklı ancak yeni bir iletişim dilinde okuma yapılabilir. Bu okuma dili ile sosyolog “Ünsal Oskay”ın söylediği gibi insanların yaşadığı ortamdaki giyim tercihiyle bulunduğu ortamdaki bireylerle gizil iletişim kurmasında etkilidir.

3.BÖLÜM

KÜLTÜR, EKONOMİ, TOPLUMSAL YAŞAM VE KÜRESELLEŞME

3.1. KÜLTÜR

“Kültür kelimesi, Osmanlıca dilinde “hars”, Türkçe dilinde“ekin”, Fransızca dilinde “culture” sözcükleri ile kullanılmaktadır.” Kelime anlamı olarak bakıldığında tarım anlamına gelen kültür üretimi de kapsamaktadır. Halk arasında konuşma dilinde gittikçe anlamı genişleyen, toplumların duyguları ve düşüncelerinin birlikteliğini ifade eden bir yapı içinde kullanılmaktadır. Felsefede insanların yeni geliştirdikleri doğayı nitelendirmek için kullanılır. Kültür bireylerin oluşturduğu bir olgudur. Sevgiyi seven insanlar, resim çizip heykeltıraş yapmışlardır. Tüm tasarlanmış sanat eserleri insanların katkısıyla oluşmuştur. Felsefe, bilim, sanat, eğitim ve kültürün üst boyutunu yani manevi kültür boyutunu oluşturur. Kültür ve sanat insanların tasarladığı ürünleri gerçek dünya ya bıraktıkları insana özgü yapılarıdır. Kültür denildiğinde ilk akla gelen bir toplumun duyuş, davranışsal ve bilimsel olarak katkılarıdır. (Şişman, 2011: 67).

Kitle Kültürü olarak moda; modanın yayılması sonucu oluşan alanı olarak bilinmektedir. Kişilerin, yalnızken yapamayacakları birçok işi kitle içerisinde de kolaylıkla yapabilmesi alt kültürün, kitle kültürü kapsamında kaybolmasıyla gerçekleşir. Kitle içerisinde alt tabaka- üst tabaka, eğitilmiş- eğitimsiz, zihinsel olarak üstünlüklerin önemi yoktur. Kitle kültürüne ait olanlar aynı yetenek derecesinde görülürler. Bu özellikleri fark edenler, kendilerini kitle kültürü içerisinde daha kolay kabul gördüklerini düşünerek kitle kültürü ile hareket ederler. (Barbarosoğlu, 2013: 53).

Barbarosoğlu'nun kitle kültürü açıklamalarından yola çıkarak bireylerin buldukları kitleden etkilendiği anlaşılmaktadır. Giyim kültürü de içinde bulunan kitle kültüründen etkilenmektedir. Kitle bireyleri aitlik duygusuyla giyim ve kuşamlarıyla aidiyetlerini göstermektedirler.

Sivil toplum örgütleri, siyasi parti grupları ve yöneticilikleri, diğer grupların içinde farklı kitle kültürünü oluşturmaktadır. Bu kitlede yer alanlar; zengin olan ile

fakir olanın fark etmediği, aynı amaca hizmet ettikleri için birbirlerinden farkları yoktur. Kitle gurubunda, giyilen kıyafetler ile öne çıkanlarda sadece dikim ve kumaş kalitesi gözlenir. Sivil toplum örgütlerinde kişilerin değerleri her zaman ön planda tutulur.

İnsanların kültürü birikimler sonucunda gelişir. Tasarım kültürü de sanat tarihi, teknoloji tarihi ve tasarım tarihinin geçmişinden beslenmektedir. Çevre de kültürün değişimine katkı sağlamaktadır. Geçmişteki tasarımlarda neler yapıldığı ve ne tür malzemelerin kullanıldığı bilgisi günümüzde oluşturulacak tasarımlara ışık tutacaktır. Bu bilgilerin kümülâtifi tasarım kültürünün temel taşlarını oluşturur. İnsanlar çevrelerindeki görerek, taklit ederek, kopyalayarak ve seçerek tasarımlarını yaparken evrensel bir sürecin içine dâhil olurlar.(Müsiad, 2009: 27).

3.1.1.Kültürel Değişmelerin Nedenleri

İnsanlar; ekonomik, sosyal, siyasi, toplumsal veya doğal nedenlerle yer değiştirirler. Göç olarak tanımlanan bu yer değiştirme sonucunda toplumlarda karşılıklı olarak kültür yozlaşması görülebilmektedir. Geldikleri yerin iklimine ve kültürüne göre giyinen gruplarda göç ettikleri yerin giyim kültürü baskısına maruz kalabilmektedirler. Günümüzde Suriye’de ki iç savaştan dolayı göç eden toplumun kültürel etkilerini göç ettikleri yerin toplumunu farkında olmadan etkilemektedir. Özellikle eşarp bağlamalarındaki tarzları modernize edilerek kullanılmaktadır. Şekil 3.1.1.1 ve Şekil 3.1.1.2 de görüldüğü gibidir.



Kaynak:<http://www.haber3.com/yemende-dilenen-suriyeli-multeciler-foto-galerisi-27574.htm>
/20/07/2015/ 19.17

Şekil 3.1.1. 1: Suriyeli Mülteciler



Kaynak: <http://www.frmmagazin.com/2015-esarp-baglama-modelleri/> 20.07.2015 /19.19

Şekil 3.1.1. 2:Suriyeli Kadınların Giyim Kültürünün Türkiyeli Kadınlara Yansıması

Kültürel değişmelerin nedenleri incelendiğinde; yeni buluşlar ve icatların toplum kültürünün değişimine etki yaptığı görülür. İcatlar toplumdaki gereksinimleri karşılamaya yönelik yapılır. Yeni üretilen icatlar başka gereksinimlerin temelini

oluşturarak bir döngü oluşturur. Gelişmiş toplumlarda teknolojik gereksinimler daha hızlı değişim göstermektedir. Kültürel değişimlerde dış etkilere bakıldığında ileri olan toplumlar gelişmekte olan ve geri kalmış toplumları etkisi altına almada daha hızlıdır. Maddi ve manevi kültür olarak değişimler ele alındığında; maddi kültür öğeleri olarak, bilim ve teknoloji gelişmeleri kültürel değişimleri derinden etkilemektedir. Manevi kültür elemanları; gelenekler ve görenekler bu hızlı teknolojik değişimlerin gölgesinde kalarak daha yavaş ilerleme göstermektedir. (Şişman, 2011: 66).

Modada geçmişten günümüze gelen bazı tabular vardır. Bu tabulara örnek olarak düğüne günlük kıyafetle gidilmemesi gerekmektedir. Eğer gidilirse saygısızlık addedilmektedir. Abiye elbise ile spor yapılmamalıdır. Bir sempozyum da sunum yapan kişinin takım elbise giymemesi de yadırganmaktadır.

3.2. Moda ya Yön Veren Etkenler Bağlamında Ekonomi Gelişmeleri

Giysi üretimi insanların fizyolojik ihtiyaçlarını karşılamak için yapılır. Bu üretim süreci belli bir sırada seyrederek. Bu süreçte ihtiyacın ürünle karşılanmasını sağlayan insanlar belli aşamalarda ekonomik fayda elde etmektedirler. Tasarımcı bu noktada modayı geliştirirken ekonomi etkenini göz önünde bulundurarak çalışmasını planlamalıdır. (Mesiad, 2009: 31).

Arkeologların, yaptıkları kazılarda yüzyıllarca yıl öncesine ait bulunan eşya ve giysilerde kullanılan hammaddeye göre o medeniyete ait ekonomik gelişmeler tahmin edilebilmektedir. Kazılarda bulunan, tarım araç ve gereçleri ile toplumun geçim kaynakları tespit edilebilmektedir.

Endüstri çağı, insanlara demokratik ve eşitlikçi bir toplum yapısı sağlamıştır. Her şeyi tek tip yapan, yaşamlarını birbirinin kopyası haline getiren bir hayat biçimi sunmaktadır. Bunun yanı sıra, endüstrideki gelişme, tüketim çılgınlığına neden olmuş ve tüketim toplumlarını meydana getirmiştir. Bunun bir örneği olarak ABD'deki tüketim çılgınlığı doyumsuz ve tatminsiz bireylerin yetişmesine neden olmuştur. İnsanın makineyi hayatının içine yerleştirmesi ve ona bağlanması bir

tarafından da kendi hâkimiyetini ortaya koyması anlamını taşımaktadır. Teknolojik gelişmeler, bir grup insan tarafından ilerlemenin göstergesi ve insanoğlunun kurtuluşu olarak algılanıyor olsa da; “ kültürel değerlere önem veren bir grup insan da bu fikri yadsımaktadır.” (Yavuz, 2007).

Ekonomi açısından moda kavramını incelediğimizde; ulusal ve yerel toplumlarda, ekonomi gelişmeleri, sosyal gelişmeyi de beraberinde getirmektedir. Şehir hayatı, parasal kaynakları ve ulaştırma kaynakları modanın gelişiminde etkin bir yere sahiptir. Bu açıdan bakıldığında, modanın çok çabuk değişimler geçirmesi toplumların ekonomi yapısına bağlı olarak geçmiş yıllar da modanın istikrarlı bir çizgi üzerinde olduğu bilinmektedir. (Barbarosoğlu, 2013: 72).

Alt sosyoekonomik gruplarda oluşan stilleri genellikle ergenler ve genç yetişkinler oluşturur. Bu oluşan stil tarzı kendi akranları arasında çok dikkat çeker. Sonra diğer yaşlardaki gruplar arasında ve ekonomi göstergelerine göre stilin yayılma aralığı belli olur. Yeni tarz, stil giysilerin veya eğilimin orta katmanda bulunan sanatçı, eşcinsel topluluklarda da yayılma görülür. Yeni eğilimin yayılmasında medya başrolde dir. (Crena, 2003: 29).

Küresel pazarlardaki rekabet, moda sektöründe çalışanları zorluklarla karşı karşıya getirmektedir. Bu zorluklar karşısında, pazarlama ve satış politikaları ürünün kendinden ve hatta lisansından da öne geçmektedir. Tüketiciler, moda ürünleri içinde, kendi kimliğini oluşturan, öğeleri bulan, stilleri belirleyen, bireyler arasında yer almışlardır. Farklı tasarımcıların ürünlerini; farklı araçlarla arayıp, ürünleri birleştiren tüketiciler, oluşan giyim tarzlarını, farklı toplumsal gruplar içinde farklı anlamlar yüklemektedirler. Popüler ve edebi eserler gibi giyim stilleri de hitap ettikleri toplumsal grup tarafından benimsenirler. Grubun dışındaki bireyler tarafından oluşan stil dışlanabilmektedir. (a.g.e. 2003: 30).

3.2.1.1980'li Yılların Ekonomi Gelişmeleri

Dünyadaki ekonomik kriz, 1980'li yıllarda moda sektörünü derinden etkilemiştir. Moda sektörü, 1980'li yılların ortalarına kadar 1960'lı yılların etkisinden kurtulamamıştır.

Avrupa ve SSCB'nin arasındaki soğuk savaş kalıntıları toplumları etkilemeye devam etmiştir. Toplumlar, her an bir savaş çıkacak endişesiyle yaşamışlardır. Soğuk savaşın bitmesiyle üçüncü dünya ülkelerinde nüfus patlaması yaşanmıştır. 70'lerin sonu ve 80'lerin başında kitlesel açlıklar kendini göstermiştir. Sanayileşmiş ülkelerde, besin ürünlerinin üretimi artış göstermiştir. Sanayi ülkeleri, besin stokları sayesinde açlık sınırındaki ülkeler ile aralarındaki mesafeyi açmışlardır. Dünya ekonomisinde yaşanan bu sanayi patlaması, aynı zamanda dünyayı çevre kirliliği ve ekolojik dengenin bozulması gibi sorunlarla karşı karşıya bırakmıştır. Bu sorunların, ortaya çıkış nedeni; insanın doğaya hâkim olma isteğinin, ilerlemeyle karıştırılması olarak gösterilmiştir. Bu sanayileşme olgusu, insanlık tarihinde gelişimin büyük bir aşaması olarak nitelendirilmiştir. (Yavuz, 2007).

Endüstri çağı, insanlara demokratik ve eşitlikçi bir toplum yapısı getirmiştir. Her şeyi tek tip yapan, yaşamlarını adeta birbirinin kopyası haline getiren bir hayat biçimi sunmuştur. Bunun yanı sıra endüstrideki gelişme, tüketim çılgınlığına neden olmuş ve tüketim toplumlarını meydana getirmiştir. Bunun bir örneği olan ABD'deki tüketim çılgınlığı, doyumsuz ve tatminsiz bireylerin yetişmesine neden olmuştur. İnsanın, makineyi hayatının içine yerleştirmesi ve ona bağlanması bir taraftan da kendi hâkimiyetini ortaya koyması anlamına gelmiştir. (a. g. e. , 2007).

“Küreselleşme süreciyle beraber 1980'lerden itibaren yaşanan değişim sonucunda büyük ölçekli özelleştirmeler, deregülasyon ve küresel liberal politika eğilimleri ekonomi ve finansal serbestleştirme, holding ve ekonomik grupların dünyanın birçok yerinde hızlı ve etkileyici bir büyüme ve değişim yaşamasına neden oldu. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler arasında büyük şirketlerin aktörü olduğu yoğun bir rekabet yaşanmaya başlandı. 1990'larda gelişmekte olan bölgelere yoğun bir doğrudan sermaye akışı gerçekleşti. Yaşanan ekonomik krizler (Güneydoğu Asya Krizi, Rusya Krizi gibi) söz konusu bölgeler holding ve ekonomik grupların küresel

ekonomi açısından ne derece önemli olduklarını gösterdi. Holding ve ekonomik grupların gelişmekte olan ÷lkelerde çağdaş rol ve konumunun ele alınması önem kazandı. Uluslararası ekonomi, gelişmekte olan ÷lkelerde devleti küçültürken özel sektörü dönüşüme zorlar hale geldi.”(Demirel, 2012).

Ekonomist Haldun Demirel’in de söylediği gibi küreselleşme, holdinglerin geleceği planlayabilecek çalışmalar yapmalarını sağlamıştır. Türkiye’de de bu anlamda Tüsiad, Müsiad gibi sanayi toplulukları toplumun ekonomik sorunlarını ilgilendiren planlamalar yapmaktadırlar.

3.2.2.1990’lı Yılların Ekonomi Gelişmeleri

1990’lı yıllarda Sovyetler Birliği’nde komünist rejimin yıkılmasıyla birlikte ortaya çıkan ekonomik kriz, Avrupa ÷lkelerine de yansımıştır. Komünist rejim baskısı altında yaşayan Avrupa ÷lkeleri krizden en çok etkilenen ÷lkeler olmuştur.

1990’lı yıllar Türkiye’de Turgut Özal’ın Başbakan ve Cumhurbaşkanı olduğu yıllardır. Ekonomi politikaları daha çok serbest piyasa ekonomisi ve liberal ekonomi temelleri üzerine oturtulmaya çalışılmıştır. ÷lke genelinde ihracat ve ithalatta canlanmalar yaşanmıştır. Sosyal ve siyasal olayların etkisiyle dolar ve diğer yabancı para birimlerindeki yükselmeler ekonomide iniş ve çıkışların yaşanmasına sebep olmuştur. Memur ve emekli maaşlarının enflasyon altında ezilmemesi için farklı ücret politikaları uygulanmıştır. Eşel mobil uygulaması bunlardan biridir.

Gümrük Birliği’nin Türk tekstilcilerine getirileri oldukça fazladır. Tekstil ürünlerindeki kota uygulamasının kalkması ihracatın önünü açmıştır. Kotaların kalkmasıyla, Doğu Bloğu’ndaki ÷lkelerin ekonomileri daha hızlı büyümeye başlamıştır. (Okur, 2013).

Yüksek hacimli tekstil şirketleri, Çin’in uyguladığı ekonomi politikalarının tehdidi ile karşı karşıya kalmıştır. Maliyetleri çok düşüren Çin, açık pazar haline gelmiştir. Dünya genelindeki tekstil şirketlerinin çoğu fason işçiliğini Çin’e kaydırmaya başlamıştır.

İstanbul laleli tekstil piyasasında “Ruslar” bavulları ile gelip ticaret yapmışlardır. Türkiye’de 1990’lı yıllar, bavul ticareti ile özdeşleşmiş yıllar olarak hatırlanmaktadır. 1990’lı yıllarda, petrol fiyatlarındaki artış, gelişmiş ekonomilerin sarsılmasına, gelişmekte olan ülkelerin de krize girmesine neden olmuştur. Bu durum, dünya finans sistemini tehdit etmeye, borçla büyümeye çalışan ülkelerin ekonomilerini de daha sıkı bir denetim altında tutma gerekliliğini doğurmuştur. Tam serbest piyasa, özelleştirme ve küreselleşme hedefleri, sermayenin karlarının hızlı düştüğü ve ABD ile diğer ülkeler arasında ekonomik çekişmelerin arttığı döneme sahne olmuştur. (Okur, 2013).

3.2.3.2000-2014’li Yılların Ekonomi Gelişmeleri

2000’li yıllarda Çin, ekonomiye damgasını vurmuştur. Ucuz işgücü ile Dünya piyasalarını sarsmıştır. Marka ürünlerin taklitlerini yaparak piyasalara sürmüştür. Diğer ülkelerde işsizlik artarken “Çin Halk Cumhuriyeti” kendi ekonomisini büyütülmüştür.

2000 yılı ve sonrasında küreselleşme çabalarıyla birlikte ekonomik krizler baş gösterince büyük firmalar birleşme kararları almak zorunda kalmışlardır. Birleşme koşullarını taşıyamayan pek çok şirket faaliyetlerine son vermiştir.

“Dünya ekonomisi 2008 yılında yaşadığı derin finansal krizin etkilerini tam olarak atlatabilmeden, önce Avrupa’da İrlanda, Yunanistan, Portekiz gibi ülkelerin başını çektiği bankacılık krizi ardından da ABD’nin içerisine girdiği ve son olarak Standart & Poor’s un ABD’nin kredi notunu AAA dan AA+’ya düşürmesi sonucu piyasalarda paniğe yol açan ve bazı iktisatçıların “ikinci dip” mi dedikleri krizin ayak sesleri duyulmaya başlandı.” (Şahap, 2011).

Krizlerle dolu bir dünyada, ayaklarının üzerinde durmaya çalışan moda sektörü ve moda tasarımcıları zor günler yaşamıştır. Türk Lirası’nın Dolar karşısında sürekli değer kaybetmesi alım gücünü zorlaştırmıştır. İş dünyası, iş ve işçi maliyetlerini karşılamakta zor günler yaşamıştır. Bunların

sonucunda alım gücü azalan toplum, moda eğilimini takip etmek yerine gardırop düzenleyip kıyafetlerini kombinlemeye yönelmiş ve moda sokağa inmiştir. 2000’li yıllarda, “yakışan her şeyin moda olduğu” kavramı kabul görmeye başlamıştır.

Dönemin Ekonomi Bakanı Nihat Zeybekçi, 2014 Yılında “Değişen Küresel Ekonomi ve Türkiye Paneli” konulu panele katılmıştır. TOBB ve ICC Türkiye ev sahipliğinde gerçekleşen panelde Türkiye ekonomisi temelini sağlam olduğu ve küresel alanda Türkiye’ye olan güvenin devam edeceğini ifade etmiştir. (Konfeksiyon Teknoloji, 2014: 38).

Bakan Zeybekçi’nin açıklamaları sanayi çevrelerine güven vermek ve ülkeye yatırımcıların rahatlıkla gelmeleri konusunda bir konuşmadır.

3.3. Modaya Yön Veren Etkenler Işığında Toplumsal Yaşam

Moda; özentî, statü kazanma, taklit etme, bir gruba dâhil olma, kendini kabul ettirme ve kişiliğini ispat etme gibi toplumun bireyleri üzerinde bir takım etkenleri içinde barındırır. Moda; gelenek, görenek, görgü kuralları ve topluma ait hal ve tavırları da içinde barındıran geniş bir etkileşimdir. (Gürsoy, 2010: 15).

Toplumsal olgu olarak modaya bakıldığında; günümüz sosyolojisinin kattığı anlamla, toplumları yönetenler ile karmaşık ilişkiler yumağı halindedir. Toplumsal ilişkilerin katılımcılarından biri birey diğeri ise gruptur. Birey modayı kullanarak toplumda var olma ihtiyacını karşılayabilmektedir. (Waquet ve Laporte, 2011: 67).

İnsan yaşamında, iradesinde, güçlü olan birkaç düşünce vardır. Bunlar, giyinme ve örtünme içgüdüsünden gelen ve zamanla estetik algısı ile dönüşüme uğrayan moda olgusudur.

Kendi irademizle, karar verdiğimiz düşündüğümüz moda olgusu, bazen bilinçli bazen de bilinçsiz olarak, irademizi aşan güçlerin kontrolü ile ait olduğumuz toplumun veya içinde bulunduğumuz grupların etkisiyle farklı davranışlarda bulunabiliyoruz. İnsanları, psikolojik olarak hangi güçlere boyun eğdiğine bakarsak,

itici güç olarak; bizi yönetenler, dernek kararları, üniter devlet yapısı, kanun ve yasa koyuculara, farkında veya farkında olmadan bu güçlere boyun eğimiz. Çünkü bu kanun koyucuları biz seçeriz. Karizmatik güç; peygamberlerin sahip olduğu kaynak, toplumda insanüstü güçleri olan kişiler, bilim adamlarıdır. Son olarak, özleşme itici güç insanların sevdikleri bir takım insanları model almasıdır. (Kongar, 2003: 28).

Geçmiş yüzyıllarda, görüldüğü gibi giysi iktidar sembolü olmuştur. Her ulusta, hanedanlıkta, kraliyette, monarşi veya teokratik yapı ile yönetilen toplumlarda halk ile yönetenler arasında giysi bireylerin buldukları yeri temsil etmek için araç olarak kullanılmıştır. Bazı yönetenler farklılığı ortaya koymak için toplumunun giysilerine kısıtlama getirmiştir. Bazı kıyafetlerin sadece yönetenlerin, asillerin veya aristokratların giyeceklerini kural olarak koydukları tarihi arşivlerden bilinmektedir. Toplumsal grupların kıyafetlerini dikkate aldığımızda aşçıların, hazır giyim işçilerinin, kuaförlerin veya inşaat işçilerinin çalışırken giydikleri kıyafetlerinde onların ne iş ile uğraştıklarını temsil etmektedir.

Modacılar koleksiyonlarını hitap ettikleri gruplar tarafından kabul edilmesi için toplumdaki ihtiyaçları ve yönelimleri iyi belirlemesi gerekir. Toplumdaki yönelimleri iyi belirlemesinde, kamuoyunda yaşanan; sosyal, toplumsal, siyasal ve sanatsal olayların sentezi fayda sağlamaktadır. Modacıların, kamuoyundaki gelişmeleri değerlendirmeleri ve yeni ürünler tasarlamaları, modanın kalıcı olmasına yön verecektir. (Barbarosoğlu, 2013: 37).

Renkler, biçimler ve semboller toplumlarda bir dil görevini yerine getirmiştir. Toplumun, aktörleri arasında iletişimi sağlamıştır. Günümüzde de iletişim ağında son sistem iletişim araçlarının kullanılmasına rağmen; renk, canlılığını koruyarak görevini idame ettirmektedir. Bireylerin giydikleri kıyafetlerden ne anlatmak istediğini, ruh haline varsayımlar ile ulaşılabilmektedir. Belli bir gruba ait bireyler buldukları grubu; rock şarkı grubu, siyasi bir parti grubu, çevre koruma grupları gibi gurup üyelerinin, kıyafetlerine taktıkları küçük bir arma, fular veya rozet ile ait duygularını ifade etmektedirler.

Özellikle ergen yaş grubunun, beğendikleri ve girmek istedikleri gruba kabul edilmek için giyim tercihlerinde, grubun giyim tercihinin etkisi altında kalarak

dolaplarını düzenlemektedirler. Bu, gelişmede çevrenin etkisi gözden kaçmamalıdır. Bireyin bulunduğu çevre, sosyal öğrenme kuramı ile taklit edilerek öğrenilir. Ailesi ile çatışma yaşayan birçok ergen, çevre ile aile yaşam eğilimleri arasında kalmıştır. Aile içi çatışmaların birçoğu bu sebepten kaynaklanmaktadır.

Tüketici modası; ürün seçeneğinin fazla olduğu, belli dönemler arasında, kullanılma olanağı az olan ürünleri temsil eder. Tüketici modası, toplumun tüm katmanlarındaki bireylere hizmet eder. Tüketiciler, sadece tasarımcıların ürünlerinin, yüksek eğilim göstermesi sonucunda alımı değil, kendine yakışanı seçme eğiliminde davranışlar sergilerler. Tüketici modası, toplumun tüm kanallarının kullandığı ürünleri temsil etmektedir. Belli kuralları veya tabuları içermemektedir.

3. 3. 1. 1980’li Yılların Toplumsal Yaşamı

1981 yılında ABD’de, “Ronald Regan”, devlet başkanı seçildi. “Çin”, de tıp ile ilgili gelişmeler yaşanmıştır. Balıkları klonlayıp, bilim adına çalışmalar yapılmıştır. 1982 yılında, “ İngiltere” ve “Arjantin” arasında savaş başlamıştır. 1983 yılında, “AIDS” virüsü, teşhis edilmiştir. 1985 yılında, “ Mihail Gorbaçov”, “Sovyetler Birliği’nin”, devlet başkanı seçilmiştir. İngiliz bilim adamları tarafından, ozon tabakasının delindiği tüm dünyaya duyurulmuştur. Çevreci çalışmalar, farkındalık yaratmak için eylemlerde bulundular. Moda da tişörtlerde çevre ile ilgili baskılar ve yazılar yer almaya başlamıştır. 1986 yılında; Çernobil patlaması ile nükleer felaket yaşanmıştır. Günümüzde, kanser hastalıklarının sebebi olarak bu nükleer felaket gündeme gelmektedir. 1989 yılında, Berlin duvarı yıkılmıştır. Komünist rejim ile yönetimler sona ermeye başlamıştır. (Antmen, 2008:261).

Klonlama ile ilgili çalışmalar bazı ülkelerde yasaklanmıştır. AIDS virüsü ile ilgili birçok kampanyalar yürütülmüş ve insanların ölmemesi için eylemler yapılmıştır. Berlin duvarının yıkılması ile Almanya Devletinde Ekonomi bozulmuştur. Mark’ın değerinde gerileme yaşanmıştır. Tüm bu sosyal ve ekonomi gelişmeleri toplumları derinden etkilemiştir.

3.3.2 1990'lı Yılların Toplumsal Yaşamı

1990'lı yıllarda, Fransa'da moda'yı etkileyen ve kontrol edilemeyen etkenlerin en önemlilerinden biri başında televizyonun yaygın olarak kullanılmaya başlanmasıdır. Televizyon aynı anda dünyanın her yerine milyonlarca kişiye ulaşması ile moda dünyasında deprem etkisi yaratmıştır. (Waquet ve Laporte, 2011: 130).

1990'lı yıllarda, ses sanatçılarından dünyaca ünlü Madonna'nın saç ve makyajı, sevenleri ve takipçileri tarafından çok beğenilip, taklit edilerek moda olması sağlanmıştır. Günümüzde de bayanlar üzerinde etkisini sürdüren Madonna, yeniliklere ve gelişime açık, ikon olmayı başaran ünlü sanatçılar arasına girmiştir.

1991 yılında, SSCB'nin dağılması, modayı değişik açılardan etkilemesine sebep olmuştur. Toplumun dikkati, Rusya ve Türkî Cumhuriyetlere yönelmiştir. Dünya genelinde, kalpakların kullanılmasının moda olması sağlanmıştır. (Barbarosoğlu, 2013: 38).

Türkiye'de 90'lı yıllarda terör olaylarının yaşanması, minimalist yaklaşımları bir yana bırakarak etnik desen ve tasarımlar ön plana çıkmıştır. Teröre ve savaşa karşı olanlar; sloganlarında, "Savaşma Seviş" sözü işlenmiştir. Modacılar, barış ve huzur için koleksiyonlarını hazırlamıştır. Giyim stillerini tanımlamak gerekirse; genişleyen bol paça pantolonlar, desenli gömlekler, tercih edilmiştir. Etnik desen ve motifler her alanın içine işlemiştir. "Moda Yakışandır." Cümlesi kulaktan kulağa yayılan fısıldanan cümle olmuştur. Teknoloji ile birlikte artık modada tek bir eğilim yerine farklı temalı tasarımlar yer almaktadır. Modacılar, tasarımlarını hazırlarken sokaktaki insanların ihtiyaç ve isteklerine cevap verebilecek nitelikte çalışmalara yönelmişlerdir. Bu da bir yıl içerisinde birden fazla sezon ve eğilimi içine alan akımları oluşturmuştur. (Onur, 2004: 59).

1990'lı yılların başında, Irak Kuveyt'i işgal etmiştir. Nelson Mandela, serbest bırakılmıştır. Güney Amerika da ırkçılık son bulmuştur. 91' yılında Körfez savaşı başlamıştır. Bilim adamları, küresel ısınma ile ilgili araştırmalara başladılar. Sovyetler Birliği, dağılmıştır. 1992 yılında, Yugoslavya'da Müslümanlar ile Sırp

arasında etnik çatışma başlamıştır. Türkiye çevre komşu ülkelerden ve doğudan batıya doğru göç almaya başlamıştır. Amerika'nın yeni başkanı, "Bill Clinton" seçilmiştir. 1993' yılında, "Avrupa Birliği" ülkeleri arasında, "Maastricht Sözleşmesi" imzalanmıştır. Para birimi olarak Euro'ya geçilmiştir. 1994 yılında, Rusya devleti Çeçenistan'ı işgal etmiştir. 95 yılında, Fransa Cumhurbaşkanı, Jacques Chirac seçilmiştir. 97' yılında, İngiltere de İşçi Partisi başkanı, Tony Blair seçilmiştir. (Antmen, 2008: 262).

3.3.3. 2000-2014 Yılların da Toplumsal Yaşam

2000'li yıllara, insanlar büyük bir özlem ve hayalle girmişlerdir. Milenyum, tüm temalar da işlenmiştir. Yeni yüzyılın, insanların hayallerine kavuşacağı bir yüzyıl olması umudunu, dünyada yaşanan olaylar, ardı arkası kesilmeyen katliamlar ve sosyolojik toplum olaylarının ardı sıra gerçekleşmesi umutları gölgelemiştir. Kişilerin giyimlerinde sadeleşmeye gidilmiştir. Dünya da yaşanan olaylara karşı tek yürek olmaya başlanılmıştır. Amerika da yaşanan, 11 Eylül terör olayı yıllarca etkisini sürdürmüştür. Doğal afetler; Türkiye'deki depremler, maden ocakları göçükleri, toplumları tek yürek olmaya sevk etmiştir. Arap Baharı olayları ile Arap topraklarındaki halk ayaklanmaları, iktidarların değişmesi ile toplumlarda yaşanan karmaşanın içinde, 2010'lu yıllarda farklı sembollerin ortaya çıkmasına ve bu semboller tekstil ürünlerinde tepki olarak kullanılmasına neden olmuştur.

2010'lu yıllarda moda da markalaşma olgusunun ön plana çıkmasıyla markalaşmaya yönelik ürünler; sosyo-ekonomik şartlarıyla daha alt tabakadaki insanlara üretim yapmaya yönelmişlerdir. Moda şirketleri, tek marka ismiyle piyasaya ürünlerini sunmamışlardır. Hitap ettikleri, kitleye göre alt markaları oluşturmuşlardır. Hedef kitlelerini, belirleyerek üretim politikaları belirlemişlerdir. Toplumun bireyleri ünlü markalardan, alt grup markadan da olsa marka giyinmenin tatminini yaşamışlar ve günümüzde de yaşanmaktadır. Moda'daki yenileşme ve demokratikleşme çalışmaları, insanları günlük giydikleri kıyafetlerin marka ürünler ve aksesuarlar ile desteklemesi gardıroplarının giysilerle dolmasını sağlamıştır.

İnsanların, 2010'lu yıllarda paralarının çok değerli olması ve moda alanındaki tekstil şirketlerini etkilemiştir. İnsanlar, az çalışıp zamanını daha iyi değerlendirmek istiyor. Güncel olaylarda yaşanan; karmaşa, olaylar, terörizm ve anarşist gruplaşmalar insanları ölüme daha yakın hissetmelerini sağlamıştır. Dünyanın en güvenli ülkelerin de bile onlarca insanın teröre kurban gitmesi gibi olayların sıkça yaşanması, algılarda giysilere çok fazla para harcanmasının gereksiz olduğu sinyali vermiştir. İnsanlar, artık daha çok yer görme, farklı insanlar tanıma ve aileleri ile zaman geçirerek huzur bulma isteğini doyumaya çalışmışlardır. Bunda en büyük etken sokakların güvenli olmamasıdır. İnsanların, içlerine kapanmaları ve her şeyi dört duvar arasında yaşamaya başlamaları ev tekstilinin gelişmesine sebep olmuştur. Birçok marka, giyim mağazalarının bir bölümde; ev tekstili ve dekorasyon satış ürünleri yerini almıştır. (Öngören, 2009: 14).

3.4. Küreselleşme ve Modaya Yön Veren Etkisi

Küreselleşme, 2000'li yıllarının gündemi olan en önemli konulardan biridir. Küreselleşme, tüm dünyada aynı anda toplumsal olguların oluşmasına, ortak duygu ve düşüncelerin oluşumuna da zemin hazırlamıştır. Üst kültürde olan toplumların, alt kültürde yaşayan toplumlar üzerindeki yaşam şartları baskısı; tüketiciliğe özendirme ve kimlik sorunlarının kullanılmasıyla toplumların kendilerine ait değerleri yerle bir etme aşamasına kadar gelmiştir.

3.4.1. Küreselleşme Ve Moda

Küreselleşmenin en güzel konulardan biri olan moda, Batı ülkelerinin, Doğuda bulunan ülkelerin üzerinde baskı unsuru oluşturduğu değerler zümresi içinde moda, karmaşa yaşamıştır. Nerede duracağını ne tarafa yöneleceğini bilemeyen moda ve moda ailesinin fertlerinden en fazla moda tasarımcıları etkilenmiştir. Moda ailesi kendilerine bir çıkış yolu aramak için çalışmıştır. Artık moda, 1980'li yıllardaki gibi değildir. Günümüzde moda anlayışında; tek renk, tek biçim, tek kumaş anlayışı

yoktur. Moda olan temalar, farklılıklar göstermektedir. Toplumu sürükleyecek, bir moda anlayışı gelişmesi güç görünmektedir. Günümüz modasına, en çok yön veren temalara bakıldığında; özgürlük, yalınlığın konu edildiği bilinmektedir. Kaliteli, ucuz ürünler moda severler tarafından talep edilmektedir. (Gürsoy, 2010: 17).

Küresel pazara üretici firmaların, 1980'li yılların ortalarında girmesi ile firma maliyetlerinin artması riski oluşmuştur. Tekstil ve moda sektörü, hazır giyim, alanında faaliyet göstermiştir. Koleksiyon hazırlayan, ince dikiş, yüksek kalite çalışan firmalar hazır giyim üreticileri ile lisans anlaşmaları yapmıştır. Kendilerine sponsorlar bularak pazar maliyetlerini genişletmeye çalışmışlardır. Fransız moda tekstil imalatçıları, genç tasarımcılara yatırımlar yapmamıştır. Moda tasarımcıları, İtalyan ve Japon yatırımcılardan sponsor bularak ayakta kalmaya çalışmışlardır. Genç tasarımcılar, 1990'lı yıllarda lüks pazarlarda, maliyet açığını kapatabilmek için ve hazır giyim sanayisi ile rekabet edebilmek için zorluklar yaşamıştır. (Crane, 2003: 190).

Crane'nin de belirttiği gibi 1990'lı yıllarda sanayi sektöründeki hızlı gelişmeler el işçiliği ile çalışan küçük ölçekli atölyelerde moda adına çalışanları ve genç tasarımcıları ekonomik olarak sıkıntı yaşanmasına neden olmuştur. Modada öncü devletler bu atölye çalışanlarının yok olmaması için maddi desteklerde bulunmuştur. Ne kadar sanayi ölçekli çalışılsa da el işçiliğinin sanat açısından öneminin yitirilmemesi için önlem alınmaya çalışıldığı anlaşılmaktadır.

4.BÖLÜM

1980VE 2014 YILLARI ARASINDA MODAYA YÖN VERENLERİN ETKİSİ

4. Modaya Yön Veren Etkenler

Modayı, birçok değişken etkilemektedir. 1980 ve 2014 yıllarında Amerika’da, İngiltere’de ve Fransa’da ve İtalya’da modaya yön verenler ve uluslararası moda arenasında modayı yönlendiren moda tasarımcıları incelendiğinde modanın tabiat şartlarından, yaşanan tüm sosyal ve politik olaylardan ve gelecekteki hayallerden de etkilendiği bilinmektedir. Tarihsel zamanda düşüncelerden yola çıkan tasarımcılar, modayı şekillendirmektedirler.

4.1. 1980’li Yıllarda Amerika’da Modaya Yön Veren Etkenler

Amerika’da, sağlıklı yaşam adına spor yapmakla ilgili bir eğilim yapılmaya başlamıştır. Aerobik adı verilen bu eğilim, tüm toplumu etkisi altına almayı çok hızlı biçimde başarmış ve bireylerin vazgeçilmezlerinin bir parçası haline gelmiştir. Aerobik’in günlük yaşama etkisi, 1980’li yıllara damgasını vurmuştur. Spor adına, modaya yön veren bir etki göstermiştir. Aerobik etkisi ile 1980’li yıllar; bacakları saran streç taytların, yaygınlaşmaya başladığı dönemdir. Mini etek, 1970’li yılların zirvesindeki yerini koruyarak etkisini 1980’ yılların ortalarına kadar sürdürmüştür. Tişörtlerin ön bedenlerinde, baskılar ve bu baskılarda dönemin sosyal olaylarına tepkileri ifade eden; şekiller, semboller ve yazılar yer almıştır. 1980’lerde, herkes istediği kıyafeti giymiştir. Özgürlüğün nirvanasını yaşamışlardır. Parlak renkler, abartılı takılar, çizgili kumaşlar, toplumsal yaşamın sınırlarını içine alan yeni bir tarz ve eğilim olarak yayılmıştır. (Onur, 2004: 58).

Sinema yıldızları ve şov programı sunucuları tarafından, Fransız modası, Amerikalı sanatçıları etkileri altına almıştır. “Audrey Hepburn ve Givenchy, Marline Dietrich ile Lucien Lelong, Madonna ile Jean Paul Gaultier” gibi iş birliktelikleri görülmüştür. (Waquet ve Laporte, 2011: 117).

4.1.1. 1980’li Yıllarda İngiltere’de Modaya Yön Veren Etkenler

Caz ve rhytm_ad-blues müzik çevresinde 1950-1960’lı yıllar da Londra’da gelişen akım; “mod ya da modernist giyim” dar kesimli, İtalyan tarzı takımları kapsar. 1980’li yılların başında tekrarlanan bu giyim tarzı, dar kesim üç düğmeli ceketlerin, “Fred Perry ve Ben Sherman gömleklerinin, Sta Prest pantolonların ve Levi’s501” kotların moda olmasını yeniden sağlamıştır. (Ambrosse, 2012: 185).

1980’li yıllarda, Avrupa’nın en önemli moda ikonu Prenses Diana’dır. Diana İngiltere kraliyet ailesine gelin olarak gelmiştir. Diana, Düğünü’nde giydiği metrelerce uzunluğundaki gelinliği bütün medyada günlerce yazılmış ve çizilmiştir. İngiliz toplumu, Prenses Diana’yı çok benimsemiştir. Moda magazincilerin gündeminde olan, Prenses Diana’nın samimi hal ve hareketlerinin basında sıkça yer almasıyla, İngiliz hanımlarının güvenini ve sevgisini kazanmasını sağlamıştır. Halkla iç içe olması toplum tarafından kabul görmüş ve benimsenmiştir. İngiltere, kraliyet ailesinin şaşalı yaşamının ürünlerinin arasında romantik bir yaklaşımla karşılaşmıştır. Topluma yakın kıyafetleri seçmesi modanın hızlı yayılmasına ön ayak olmuştur. Prenses Diana’nın giydiği, taktığı birçok şey hayranları ve takipçileri tarafından taklit edilmiştir.

4.1.2. 1980’li Yıllarda Fransa’da Modaya Yön Veren Etkenler

Avrupa kıtasında moda, Paris’ten yayılarak diğer ülkelerde moda eğilimi haline gelmektedir. Paris modanın başkentidir. Hazır giyim’in, tam olarak yayılma hızının düşüklüğü bu moda başşehrinin işine geliyordur. Diğer ülkelerdeki modacılar, Paris’teki moda tasarımcıların ve defileleri takip ederek modaya yön vermeye çalışırlar. Paris modası modanın öncüsüdür.

Paris (Haute Couture) kütürünün, başlattığı modaların yayılma hızı, savaş sırasında azalmadığı gibi etkisini giderek güçlendirdiğini göstermektedir. 1980’lerde her yıl 50 kadar firma koleksiyonlarını hazırlayıp yılın belli zamanlarında iki haftalık

bir program içerisinde, satın alıcılara ve gazetecilerinde olduğu sunumlarda, 4600 model görseli ile moda yön vermektedir. (Waquet ve Laporte, 2011: 130).

4.2.1980’li Yıllarda Modaya Yön Veren Etkenler

Marka sahibi, üretici firmaların genç ve yetenekli tasarımcıları desteklemesiyle belli moda tasarımcılarının ün yaptığı dönemler olmuştur. Bu dönemler de her türlü stil ve tarz önerilmektedir. Önerilen tarzlarda, çok kolay reddedilebilmektedir. Moda da artık tek bir yön yoktur. Tüm zevk, stil ve tarzlara hitap etme dönemidir. İnsanlar, rahat ve kullanışlı ürünleri tercih ediyor. 1980’li yıllarda insanların; rahat, güzel ve sağlıklı ürünleri tercih ettiler. Kaliteli giyim dikkatleri çekmiştir. Moda; bir sokak tarzı olarak değil, insanların yaşam kalitesini geliştiren bir vasıta olarak görülür. (Müsiad, 2009: 41).

1980’li yıllarda moda, sosyal politikalardan da etkilenmiştir. Tepki sloganları, tişörtlerin üzerinde kendilerine yer bulmuştur. Özellikle nükleer çalışmalarının gündeme gelmesi, çevrecilerin tepkilerine neden olmuştur. Giydikleri tişörtlerdeki baskılarda düşüncelerini ifade etme alanı oluşturmuşlardır.

1980’li yılların modasına, 2000’li yıllardan bakan modacı,”Cemil İpekçi”, modanın en rüküş döneminin yaşandığı, yıllar olduğu açıklamasını yapmıştır. İpekçi, 1980’li yılların moda adına, unutulması gereken yıllar olarak bakılması gerektiğini her türlü moda ile ilgili söyleşisinde belirtir. 1980’li yılların modasının oryantalizm ile karışması; kafalarda kelebek tokalar, kristal avize şeklinde büyük küpeler ve altı vatkalı elbiseler kullanılmıştır. 1980’li yılların modası, kırsal kesimlere kadar büyük etki göstermesi ile Türkiye’de çok tutulması modanın etkilerindedir. (İpekçi, 2004:1/2)

1980’li yıllarda moda, uluslar arası alanda boy göstermiştir, Fransız (Haute Couture) yüksek kalite ince dikişinin tekelinden çıkmış, diğer ülkelerde de sınırlarını aşan tasarımlar yapmaya başladılar. İngiltere, İtalya ve Almanya gibi ülkelerde moda de moda faaliyet alanı genişleme görülmüştür. Japonya, (avangart) öncü giyim ile yaptığı tasarımları dünya çapında ilgi görmeye başlamıştır. Postmodern sanat akımı

ile tanışan 80’li yıllar tasarımcılarının çalışmalarında, Postmodern izlerine rastlanır. Yeni moda döneminde; geçmiş yılların ürünleri alınarak, güncelle birleştirilip, yeni tasarımlar ön plana çıkmıştır. (Özaslan, 2014).

1984 yılında tasarımcı, “ Katherine Hamnett”, nükleer karşıtı bir tişört giyerek; o dönemin, İngiltere Kraliçesi, “Margaret Thatcher” ile görüşmesinden sonra moda dünyasında isminden söz ettirmeye başlamıştır. (Ambrose, Haris, 2012: 285)

Avcılık, eski toplumlardan günümüze gelen atalardan kalma bir davranıştır. Doğa şartlarından etkilenmeyi önlemek, ılıman iklimlerde hava şartlarından korunmak için 1980’li yıllarda su geçirmez kumaşlar üretilmeye başlanılır. Sağlık açısından önem arz eden kumaşların, havayı içine alabilecek özellik kazandırılır.



Kaynak: Burda Dergisi 1980.Ocak Ayı Sayısı.16-17

Şekil 4. 2. 1:Günlük Giyimler Almanya Koleksiyonları

Burda Moden dergisinin, 1980 yılında hazırladığı koleksiyonlar ile giyinen bayanlar, hazır kalıplar ile kıyafetlerini kesip kendileri dikebiliyor. Burda Moden dergisi günümüzde, “Türkçe”, yayınlanmaktadır. 1980 yılındaki kıyafetler, incelendiğinde; 70’li yılların izlerini taşıdığı kıyafetler olduğu, şekil 4.2.1 den anlaşılmaktadır. Klasik giyimin ön planda olduğu, bayanların daha muhafazakâr giyindikleri görülmektedir.

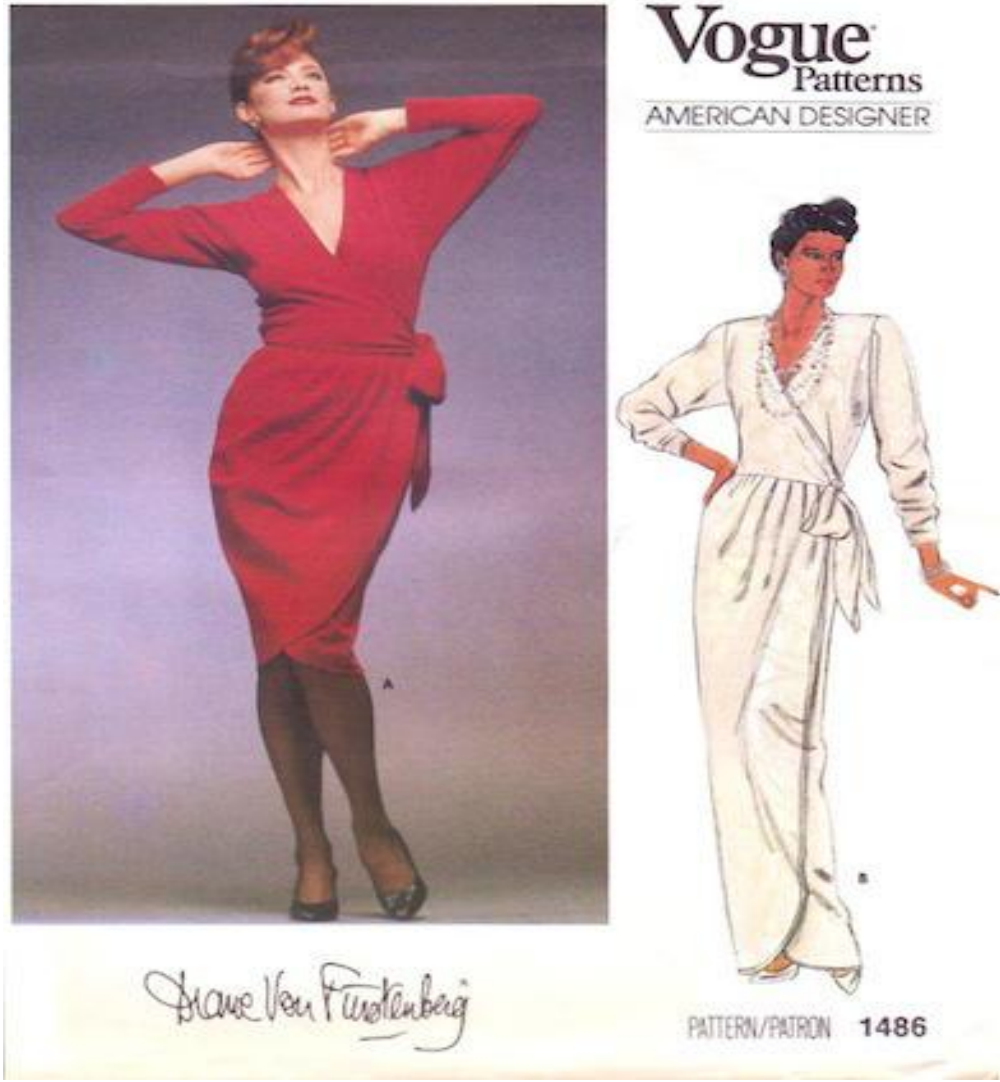


Kaynak: Burda Moden Dergisi 1980.Ağustos Ayı Sayısı.16-17

Şekil 4. 2. 2:Aenne Burda Koleksiyonu. Ağustos. 1980.

Burda Moden dergisi moda tasarımcısı, Aenne Burda 1980 yılı Ağustos ayı sayısında klasik çalışmaları ile ön plana çıkmıştır. Diz altı etek boyu kullanmıştır. Pardesö ve cekette kullandığı kemer ile bel hattını ortaya çıkarmıştır. Yarasa kol çalışmaları, modelin detaylarını ortaya çıkarmaktadır. Aksesuar olarak altın kolye kullanılmıştır. Kısa saçların moda olduğu, mankenlerin seçiminden anlaşılmaktadır.

1980'li yıllarda kadınlarda yuvarlak hatlar ön plandadır. 2000 yılı ve sonraki yıllarda sıfır beden kadınların manken olarak kullanılması moda da kadınları zayıflığa iten bir güç unsuru oluşturmuştur.



Kaynak:<http://blog.pattern-vault.com/2014/01/14/dvf-wrap-dress-40th-anniversary/> 15.01.2015/
15:01

Şekil 4. 2. 3: Diane Von Furstenberg. 1984

Furstenberg, 1984 'lü yıllarda feminenliği öne çıkaran çalışmalarda bulunur. Zarf elbiselerin kullanıldığı ve zarifliğin öne çıktığı görülmektedir. Kadın figüründe yuvarlak hatlar vurgulanarak çalışmalar yapıldığı (Bkz. Şekil 4. 2. 4) tasarımlardan görülmektedir.



Kaynak: Burda Moden Dergisi 1980.Ağustos Ayı Sayısı.29

Şekil 4. 2. 5: Aenne Burda Koleksiyonu. Ağustos. 1980

Aenne Burda, (Bkz. Şekil 4.2.4)'de feminen fakat spor bir görüntü çizmiştir. Bol pantolon üzerine, bol bluz, büzgülü kol detayı oldukça dökümlüdür. Abartılı kemer detayı ile kombine renklere dikkat etmiştir. Bluzda, ipeksi ve jakarlı bir doku kullanmıştır. Robada ve manşette dantel kullanılarak birden fazla özelliğin bir arada kullanıldığı 1980'li yılların modasına örnektir.



Kaynak: Burda Moden Dergisi 1985.Şubat Ayı Sayısı.15

Şekil 4. 2. 6: Aenne Burda Koleksiyonu. 1985. Şubat

Aenne Burda, 1985 Kışında reglân kol mantolar ve tüvit ceketlerin cep özellikleri ile görülmektedir. 85’li yıllarda kadınların iş hayatında yer alması ile

erkek çizgileri kadın kıyafetlerine kaydığı görülmektedir. İri omuz detayında güç ve kuvvet vurgulanmıştır. Etek boyları diz altı seviyelerde tasarlanmıştır.



Kaynak: Burda Moden Dergisi 1986.Mayıs Ayı Sayısı.37

Şekil 4. 2. 7: Aenne Burda Koleksiyonu.1986. Mayıs.

Aenne Burda, 1986 yılındaki koleksiyonunda 69'lu yılların modasında gelinlik modellerinde kullanılan jakarlı ipek kumaşları tercih etmesi ile tekrar jakarlı kumaşlar moda olmuştur. İpeksi görünümlü, jakarlı kumaş ile etnik bir tasarım hazırladığı, (Bkz. Şekil 4.2.6) görülmektedir. Modernizm ile etnik çizgilerin birleştiği tasarımlardan biri olmuştur.



Kaynak: Burda Moden Dergisi 1987.Nisan Ayı Sayısı.15

Şekil 4. 2. 8: Aenne Burda Koleksiyonu. Nisan. 1987.

Burda dergisinin, 1987' yılındaki koleksiyonunda; geniş omuzların etkisinin devam ettiği görülmektedir. Açık yırtmaçlı eteklerin, boyları diz hattındadır. Bayan Giyiminde eldiven kullanıldığı, (Bkz. Şekil 4. 2. 9) görülmektedir.



Kaynak: Burda Moden Dergisi 1988.Kasım Ayı Sayısı.

Şekil 4. 2. 10: Aenne Burda. Kasım.1988

Burda dergisinde, bir günde dikilebilecek kolay kıyafetlerin sunumu sağlanmıştır. Kot pantolonların, hızla tercih edilmeye başlanmıştır. Burda dergisinin, 1988 yılı kasım ayı sayısında; yüksek bel kot pantolon üzerinde, bel hizasında kruvaze ceket, V yaka ve U yaka ile kombinler tasarlanmıştır.



Kaynak: Burda Moden Dergisi 1989.Ocak Ayı Sayısı.41

Şekil 4. 2. 11: Aenne Burda Koleksiyonu. Ocak. 1989.

Erkek modasında uzun ve açık renk pardösüler öne çıkmaktadır. Tasarım, çift sıra düğmeli kruvaze kapama ve belden kemerle bütünleşmiştir.

4.3.1990’li Yıllarda Modaya Yön Veren Etkenler

Tasarımcılar, 1990’lı yılların başında, 1980’li yılların çok renkliliğini ve yorgunluğunu silkelenip üstünden atmak isteyen gruplar ile karşı karşıya kaldılar. Minimalizm sanat akımının etkisi ile sakin bir yaşam arzusu modaya yön veren etkenlerin arasındadır. Calvin Klein; durgunlaşmanın, dinginliğin ilk örneklerini veren moda tasarımcısı olarak 1990’lı yıllarda yerini almıştır. Uluslar arası etkileşimlerin öne çıkması ve uzak doğu sporlarının yayılmasıyla; ruhsal huzur, sadelik, hızla yayılan moda eğilimleri arasında yerini bulmuştur. Step, yoga, yogafit 1990’larda dünyanın her yerinde zirveye ulaşmıştır. Bu eğilim, bireylerin “cool” olma davranışı, dönemde yaşanan toplumsal olayları geride bırakarak 1990’lı yıllara damgasını vurmuştur. Fütürist sanat çalışmaları farklı uç tasarımlarda, minimalizm sanat akımının sadeliği ile birlikte yer almıştır. Bedenlere dövme yapılmaya başlanması da farklı bir moda eğilimi sergilenmiştir. (Onur, 2004: 59).

1990’lı yıllarda pantolonun yerine tayt, mini etek yerine uzun etekler tercih edilmeye başlanmıştır. Aynı zamanda bu dönemde İngiltere Sarayından gelecek spekülatif haberler, modaya yön vermiştir. (Watson, 2007: 134).

Moda da diğer sanatlar da olduğu gibi kapitalizmden, tüketim çılgınlığından ve ticaretten etkilenmiştir. Markaların oluşturduğu tasarımlar, 1990’lı yıllarda da moda severler tarafından tercih edilmiştir. Markaların reklam yüzleriyle, moda adına yapılan tüm faaliyetlerin pazar paylarında yükselme olmuştur. Markaların taklitleri moda piyasasında hızla yer almaya başlamıştır. Patent kavramı, taklit marka ürünleri önlemek amacıyla gelişmiştir. Markalar kendi logoları ile pazarlarını koruma yoluna gitmişlerdir. Tasarımcılar ve markalar, 1990’lı yıllar da ürünlerine sahip çıkmışlardır. (Özaslan, 2014).

1995 yılı yaz modasında açık renkler ile hazırlanmış tasarımlar yer almıştır. Ebru, kum beji, beyaz ve vanilya tonları ile ürünler hazırlanmıştır. Pudradan kahverengiye doğru oluşan kontrastlıklar ile feminenlik ön plana çıkartılmıştır. Bazı tasarımcılar, florasan renkler ile koleksiyon hazırladılar. Kumaşlarda moda olarak; boncuklu krep, tüylü ve boncuklu ipler, dokuma ile oluşan efektler, jakar desenli kumaşlar yer almıştır. Bu yıllarda tekstil trendlerinde; plise efektleri, crash-and ve

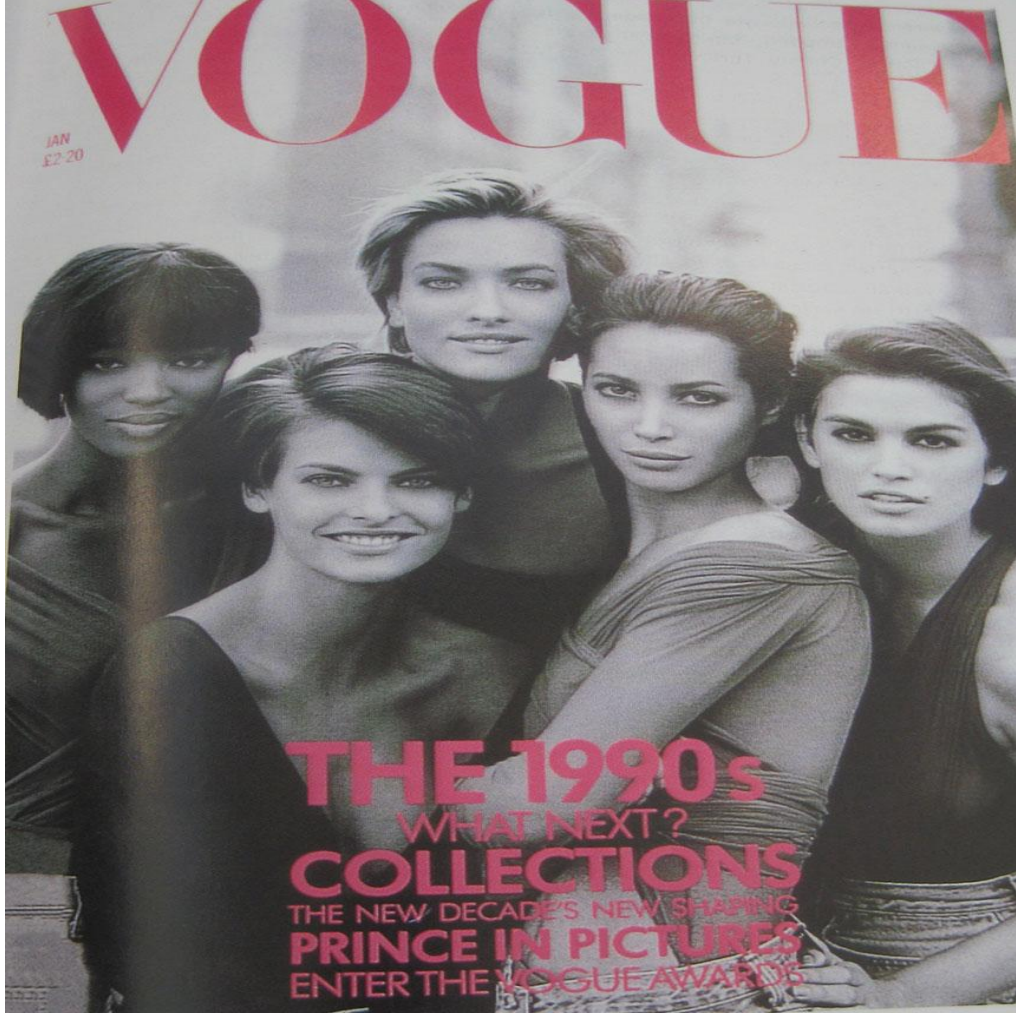
transparan kelimeleri öne çıkmıştır. Jarse ve örgü kumaşlar da tasarımlarda kullanılmıştır. Desenler, hareketli çizgilerden oluşuyor ve çizgili gömleklerden etnik desenli gömleklere kadar tasarım çalışılmıştır. İki renkli küçük desenler, kolâjlar, batik ve çizgi film kahramanları, logolar ve figüratif desenler ürünler ile bütünleşerek tasarımlar hazırlanmıştır. Vücudu saran figürünler, spor etkisi altında kalan vücut görüntülerinden tasarımlar oluşturulmuştur. Adidas markasının şeritleri ve fermuarlar, tek parçalı göbeği açıkta bırakan bluzlar, düşük belli pantolon, hafif bele oturan fermuarlı deri ceketler tasarlanmıştır. (Konfeksiyon, 1994: 32).

1995 yazından günümüze moda için ilham kaynağı feminite olgusu 95-96 yılları kış modasında etkisini göstermiştir. 1995 yılı yaz modasında yumuşak ve romantik bir hava içindeki kadın görüntüsü, yüksek topuklarla, konturlu silüetlerle, kendilerini ifade eden makyajla, yapay etkisi yaratan yeni kullanılmaya başlayan kumaşlarla kadınları çekici gösteren bir akıma girilmiştir. Rolling Stones zamanının kötü kızı ortaya çıkmaktadır. Kareli, pilili kısa etekler, vücudu saran boğazlı kazaklar, küt burunlu geniş ayakkabılar, parlak renkli ve aksesuarlar kullanan genç kız profili oluşturulmuştur. Pantolonun rahatlığını ve faydalarını öğrenen bayanlar çizgili bol pantolonları, lameli kazaklar ile kombinleyerek giymişlerdir. Bu kombinler günlük giysi olarak da kullanılmıştır. Egzotik ve çok kültürü yansıtan akım 1995 sonbahar kış sezonunda etkisini göstermiştir. Asya, Moğolistan v.b gibi orta Asya'dan gelen bu stil Avrupa sanatının, el işçiliği ile bütünleşerek oluşmuştur. Brokar kumaş ve ipek kumaşlar çokça kullanılmıştır. Bir başka tema olarak ele alınan "Uzay Çağı Kadını", tekstil entegre tesislerde araştırmalar devam ederken, kumaş sanatında yeni buluşlar ile tasarımlar yenilenerek sunulmuştur. Kapitone yapılmış kumaşlar, abartılarak sunulmuş figürünler kabarık görüntüler ile desteklenmiştir. Uzay çağı kadını için vücudu saran örme, sünger gibi hacimli görüntüler ve metalik görüntüler tasarımları süslemiştir. 1995- 1996 yılları sonbahar kış modasında ana ve yardımcı renkler bir arada kullanılmıştır. Sarı- Kahverengiler, Kırmızı- Eflatunlar, Mavi- yeşiller, Yoğun renkler tercih edilmiştir. (Öndoğan, 1995: 377-382).

1996 İlkbahar Yaz Modasında birkaç tema birlikte işlenmiştir. Ege Üniversitesi Tekstil Araştırma ve Uygulama merkezinde yapılan araştırmaya göre 1996 yaz modasında dört ana tema belirlenir. Clean – Temiz Teması; beyaz ve fildişi

renklerinin karışımından oluşan temada vücuda yakın ipeksi kumaşlar seçilmiştir. Bu kumaşlar; şantuk, krep ve satenden oluşmuştur. Desenlerde ince çizgiler ve ekoseler, jakar dokumalar yer alıyor. Aksesuarlarda tema ile uyumlu inciler, şeffaf ve sedef malzemelerden tasarlanmış ürünler, poplin, keten, pike ve otoman, naylon, polyester, viskon örmeler de yer almıştır. Charming- Çok Hoş Teması; modern dikişleri barındıran ve temiz temasından etkilenilerek yapılmıştır. Daha ağır kumaşlar; pike, pütürlü, havlu, kadife gibi kumaşlar tercih edilmiştir. Çiçek desenler her boyda kullanılmıştır. Üçüncü tema Humid- Rutubetli; gölgeli tonlar ile çalışılmıştır. Kotlarda yeni yüzey çalışmaları yapılmış daha mat görünümler kullanılmıştır. Streç kumaş gibi daha rahat kumaşlardan giysiler oluşturulmuştur. Islak görüntüler ve nem dalgaları görüntüleri, su geçirmez montlar ön planda yer alıyor. Son tema Vibrant- Canlı; canlı renklerin beyaz ile bütünleşmesi ile modern görüntülerin ortaya çıktığı bir temadır. İpeksi görünümlü kumaşlar ve endüstride PVC, lâteks ve vinil ile yeni spor giyim tarzı oluşturulmaya çalışılmıştır. Geometrik desenler, ekoseler, canlı renkli ve şeffaf düğmeler dikkat çekici aksesuarlar ile bütünleşmiştir. (Yanmaz, 1995: 368-369).

1996-1997 Sonbahar Kış modasında modern zarafeti öne almak isteyen modacılar tasarımlarında temaları oluştururken belirsizlikten kaçınmışlardır. Belirsizliklerin güvensizliğe oda müşteri kaybına yol açacağını bilen tasarımcılar koleksiyonlarında temalı işler yapmaya özen göstermişlerdir. Renklerde tek renklilik dünyanın kabul gördüğü bir akım olmuştur. Aynı rengin içinde açıktan koyuya veya koyudan açığa renk skalaları belirlenmiştir. Siyah beyaz kombinleri sezonda yerini almıştır. Yazdan çıkılmış olması ve 96 yazının etkisi ile gri tonu kullanılmaya bir müddet devam etmiştir. Yeşil tonları ile eflatun ve soğuk pembeler kullanılmıştır. Ateş kırmızısı, turuncudan kızıla kadar çeşitli tonlarda olmak üzere renk sıralaması yapılmıştır. Parlak iplikler kullanılmıştır. Kabartmalar, yün ve yün ile karışımlardan oluşan kumaşlar ve ekoseler yerini bulmuştur. Örme kumaşlar sezonda kullanılmıştır. Jarse örmelerin kadife yüzeyleri tıraşlanmış, iki iplik kumaşlara şardon yapılarak daha hacimli kumaş haline getirilmiştir. Spor giyim için hazırlanan kumaşlarda fosforlu renkler ağırlıklı olarak kullanılmıştır. (Öndoğan, 1996: 42-43).



Kaynak: Watson. L. (2007).Modaya yön Verenler. İstanbul.135. sayfa

Şekil 4. 3. 1: Vogue Dergisi Kapak 1990.

Vogue Moda Dergisi 1990 yılındaki kapağında 1990'lı yılların en güzel beş kızını kapak yüzü olarak kullanmıştır. (Bkz. Şekil 4.3.1) Bu dönemin ünlü mankenleri olan; Naomi Campbell, Linda Evangelista, Tatjana Patitz, Christy Turlington ve Cindy Crawford'tan oluşmaktadır. (Watson, 2007: 134). Bu moda dergilerin “esas kızları” onlardır. 1990'lı yıllarda süper modeller ünlü markaların yüzü olmak için dudak uçuklatan rakamlarla anlaşmalar yaptılar. Ardı ardına modaevlerinin kampanyaları için poz verdiler.

Mankenleri dayanışma içinde bütünleştikleri fotoğraf karesi incelendiğinde streç üst bedenlerin ve asimetrik kesimli tişörtlerin ve dar kot pantolonları tercih ettikleri görülmektedir. Mat tonlarda makyaj yapıldığı da fotoğraflardan

görülmektedir. Kısa saçlar ve soğuk renkler tercih edilmiştir. 1980’li yılların bol ve büyük beden kıyafetlerin ardından bir sadeleşmeye gidildiği görülmektedir.



Kaynak: <http://blog.pattern-vault.com/2014/06/17/the-fantastic-mr-fox-style-patterns-by-frederick-fox/15.01.2015/14:58>

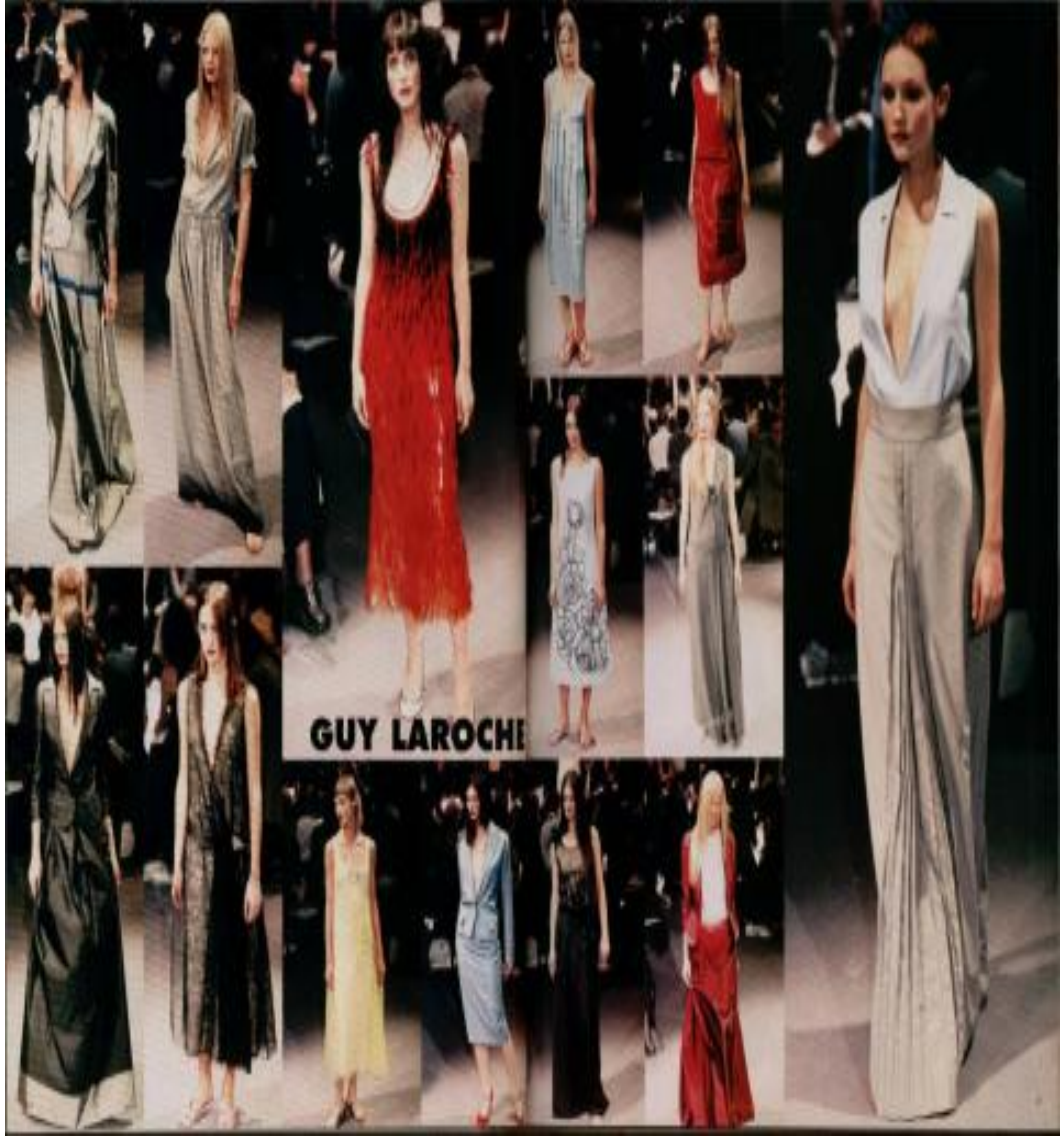
Şekil 4. 3. 2: Alber Elbaz ve Guy Laroche 1998. Ceket ve Etek modelleri

Dönemin ünlü modacılarından Alber Elbaz’ın ceket ve etekten oluşan takım tasarımı incelendiğinde; 1998’li yıllarda vücudu saran tek sıra düğmeli, kalçanın yarısına kadar uzunlukta belden nervürlü mini bir etekle kombinlendiği görülmektedir. İkinci tercih olarak, “Guy Laroche” markasının da benzer modeli diz boyu etekle kombinlenerek koleksiyon hazırladığı görülmektedir.

IWS, 1997-98 Sonbahar/kış Uluslar arası giyim tasarım koleksiyonları kapsamında, “2 Mayıs 1996 tarihinde The Marmara Oteli’nde, “Yünlü Kumaş Moda Eğilimleri” konulu bir seminer düzenlemiştir. Kadın giyiminde renk eğilimlerini

oluşturdular. Birinci grupta parlak fakat yumuşak tonlardan oluşan renklerde; kardinal kırmızısı, krom sarısı, kadife mavisi, antik yeşil renklerin silah ve beyazla kullanımı tasarlanması planlanmıştır. İkinci grupta; toprağın natürel tonları ile sıcaklığı birleştirilerek renk skalası oluşturulması için; yumuşak bejler, devetüyü, koyu sarı ve kahve renklerinin bütünleşmesi tasarlanması planlanmıştır. Üçüncü grupta; Parlak ve orta tonlar, bunlar pembe ve mor renkleri ana ton olarak ele alınmıştır. Dördüncü grupta; bayan giyiminde kullanılmak üzere koyu tonlar ile yumuşak tonlar birlikte düşünülerek tasarlanması planlanmıştır. Beşinci grupta; yıkanmış ve solgun fakat parlak renklerden oluşan başka bir grup daha oluşturulması planlanmıştır. (Tekstil ve Konf. 1996: 288-299).

1999 yılı İlkbahar/Yaz Kadın dış giyiminde, yünlü kumaşlar, keten kumaşlar ile karıştırılarak yeni oluşan kumaşlarla tasarımlar desteklenmiştir. 1999 yılı mavi renginin en çok kullanıldığı bir yıldır. Yeşil, türkuaz ve kobalt mavisi ile mavi rengi zenginleştirerek kullanımı arttırılmıştır. Kumaşlarda; viskon, viskon- polyester, keten ve pamuk karışım kumaşlar ile etamin dokulu kumaşlar, kanvas ve panama yüzeyleri ile ince iç gösteren kumaşlar, 1999 yılında koleksiyonlarında en çok tercih edilen kumaşlar olmuştur. Moda eğilimlerinde farklı yöntemlerle oluşturulmuş yeni kumaşlar ön plana çıkmıştır. İşlevsellik, rahat ve doğal giyimdeki seçilen temaların başında gelmektedir. Desenlerde dağınık yerleştirmeler yer almaktadır. Polyester ve yapay kumaşların kullanımı artmıştır. Feminenliği öne çıkaran vücudu saran kadifeler, Asya'da yaşayan toplumların desenleri ve renkleri koleksiyonlarda kullanılmıştır. Günlük giyimler için keten kumaşlar, jakar, baskılı örme ve simli kumaşlar tasarlanmıştır. Kadın dış giyiminde spor giyim ve modern çizgi ön plana çıkmıştır. Erkeksi geniş kesimli tasarımlar yapılmıştır. Uzun tunikler, gömlekler, şalvarlar günlük giyimde yerini almıştır. Paraşüt görünümünü veren etek ve elbiseler, kapüşonlu bluzlar, bele oturan bol dökümlü pantolonlar ile işlenmiş doğal kumaşlar ile tasarımlar yapılarak eğilimler belirlenmiştir. (Oral, 1999: 60-63).



Kaynak: <http://blog.pattern-vault.com/2014/06/17/guylarochi/15.01.2015/15:00>

Şekil 4. 3. 3: 'Officiel 1000 model dergisi no. 2 (1998) via jalougallery.com

Guy Laroche'nin şekil 4.3.3'de ki koleksiyonu incelendiğinde; 1998'li yıllarda bir akşam yemeği için veya özel bir davet için tasarlandığı, kıyafetlerin çizgilerinden anlaşılmaktadır. Laroche, desenli elbiseler, uzun boylu etekler ve eteklerde pilise detayı işlemiştir. Göğüs dekoltelerinin açıklığı, yakaların şeklinde "V" çizgileriyle tasarlandığı görülmektedir.



Kaynak: <http://blog.pattern-vault.com/2014/01/14/dvf-wrap-dress-40th-anniversary/15.01.2015/15:01>

Şekil 4. 3. 4: Von Fürstenberg 1997 Bahar Koleksiyonu Vogue.com

Von Fürstenberg, 1997 bahar koleksiyonunu (Bkz. Şekil 4.3.4) genç kadınlar için hazırlamıştır. Baskılı emprime kumaşlardan oluşan yeni koleksiyonu ile leopar baskılı elbiseleri ön plana çıkmiştir. Uzun etek boyları ile sadeliği ve zarafeti gözler önüne sermiştir.



Kaynak: Bride Dergisi 1998 Kasım 2. Sayı:75

Şekil 4. 3. 5:1998 yılı Gelinlik Tasarımları

Saten ve tafta kumaş kullanılarak hazırlanan(Bkz. Şekil 4.3.5) gelinlikte sırt dekoltesi “U” şeklinde tasarlanmıştır. Kalça üstünde yapay çiçekler kullanılmış, bel bölgesi ise kalın bant ve buket şeklinde helezonlarla süslenmiştir.

4.4. 2000'li Yıllarda Modaya Yön Veren Etkenler

2000'li yılların başında uzak doğu ülkelerindeki; teknolojik, ekonomik ve toplumsal yaşamdaki gelişmeler modayı derinden etkilemiştir. Moda tasarımcıları ve sanayiciler gelişim hangi yöndeysse rotalarını o yöne doğru çevirmişlerdir.

Çin'in Dünya Ticaret Örgütüne alınması ile moda dünyasına hızlı girişi, kalitesiz ve ucuz, basit kıyafetlerin yayılması tüketim ekonomisini dinamitlemiştir. 2000'li yıllardan sonra özgür moda olgusunun geliştiği görülmektedir. Herkes kendi modasını tasarlayıp sunan duruma doğru hızlı gelişimler yaşanmıştır. (Gürsoy, 2010: 24).

2000 yılı yaz kadın modasında uzay çağı kadını hayal edilerek tasarımlar hazırlanmıştır. Metalden elbiseler ve astronot görünümlü kostümler, teknolojik aksesuarlar ile bütünleşmiş giysiler tasarlanmıştır. Bu hayallerin ötesinde milenyumda ferahlık, canlılık ve iyimserlik temalarından yola çıkılarak yaz modası tasarımları oluşturulmuştur. Hızlı şehir yaşamında rahat giyimlerin tercih edilmesi ile yaşamın kolaylaştırması hedeflenmiştir. Modanın ana teması güncellik, yerini korumakla birlikte dişiliği öne çıkaran özgüveni pekiştiren tasarımlar 2000 yılının yaz vitrinlerini doldurmuştur. Modern çizgiler, basit ve kullanışlı çizgiler, pililer, volanlar ile feminenlik konu edinilmiştir. Fırfırlar ile romantizm ön plana çıkmıştır. Hafif kostümlerde milenyumla birlikte geleneksel giysilerin geride kalmasıyla fonksiyonel giysiler öne çıkmıştır. Hafif ceket, bol kesimler, bluzlar hırka görüntüsünde, ışıltılı ve rahatlık ön plandadır. 1980'li ve 1990'lı yıllarda etek boyları giyim sezonlarına göre sabit boy modası varken 2000'li yıllarda değişik boylarda etek boyları ve dekoratif bağlama şekilleri ön plana çıkmıştır. Pantolonlar kargo tipi büyük cepler ve düşük beller yaygınlık göstermiştir. Elbiselerde romantik ve feminenliği vurgulayan yumuşak görünümlü işlemler ile süslü ve baskının çokça görüldüğü tasarımlar yaygınlaşmıştır. (Konfeksiyon Teknik, 2000: 91-92).

2001-2002 Sonbahar Kış kadın giyim modasında, lüks ve şaşanin öne çıktığı ve bunun üzerine tasarımların yapılandırıldığı bir sezon olmuştur. Ürünlerde markaların öne çıktığı, elbiseler mücevherler ile desteklenerek gösterişli modellerle üretilmiştir. Bu sezonda moda haberler çok yaygınlaşmış ve magazin programlarında moda

konusu yer almaya başlamıştır. Toplumun algısı moda üzerine çekilmeye çalışılmıştır. Çalışan insanların iş formaları ve o işçilerin gidebileceği tarz yerler oluşturulmuştur. Bu dönem kadınsılığın ve vücut hatlarının ön plana çıkarıldığı bir dönemdir. Çalışan kadın kıyafetlerindeki maskülenliğin yumuşayarak feminenlik önem kazanmıştır. Gece mavisi tonları ve turkuvaz mavisi pastel renkler, yeşilin tonları kullanılmıştır. Kumaş temalarında; gerçekler, şıklık, tabii ve duygusal romantik konularıyla, sanatın birleştiği tasarımlar oluşmuştur. Yünlü kumaşlar, tüvitler ve çift yüzlü kumaşlar tasarımlarda kullanılmıştır. Payet, pul, balıksırtı, jakarlar ve geometrik desenler temaların parçalarındandır. (Oral, 2001: 78-79).

2002 Yaz modasında likralı kumaşlar ile bütünleşen tasarımlar göz kamaştırmıştır. Modern hayatı yansıtan, bireye sonsuz hareket ve rahat yaşam özgürlüğü sunan likralı kumaşlar ile tasarlanmış giysiler sezonun en moda ürünüdürler. Hızlı yaşamı kolaylaştıran ve kendini mutlu hissettiren bireyler likranın faydalarından yararlanmıştır. Romantik akımda; şifon, ipek ve deri ile kombinlenen tasarımlarla koleksiyonlar hazırlanmıştır. Feminenlik ve sportifliğin karışımı olan “Parade” kavramı tema olarak kullanılmıştır. Dans teması ayrı olarak işlenmiştir. Tasarımlarda; altın renkleri, lila, canlı yeşiller, pembe ve gökyüzü mavileri kullanılmıştır. (Konfeksiyon, Teknik. 2002: 64).

2004 yılında moda editörleri, modacılar ve moda tasarımcıları modada karmaşanın hakim olacağı görüşünü ileri sürdüler. Moda için tek bir nesne veya üründen söz edilemeyeceğini savundular. Belki de geleceği gördüler. Günümüz modasının gelişimini on yıl önceden tahmin ettiler. Gelişen teknoloji ile zevklerin farklılaşması sonucu tasarımlarda çeşitliliğe yelken açan koleksiyonlar hazırlanmıştır. İnsanlar artık moda kalıpları içine sığamaz hale geldiler. Podyumlarda çok çeşitli kıyafetler sunulmuştur. Her birey, kendini özel hissetmek istediği için farklı giyinmek istiyor. Bu nedenle herkes, kendi modasını oluşturma peşine düşmüştür. 2004’lü yıllarda kişilikli giyim kavramı ön plana çıkmaya başlamıştır. Türk modacılarından Esin Yılmaz, kişilerin kendi tarzlarını oluşturabildiğini ileri sürmüştür. Modacı Yılmaz, renklerin önemine vurgu yaparak renklerden güç alan toplumlar için renk kullanımına dikkat edilmesini vurgulamıştır. 2004’lü yıllarda genç kızlar, kendilerine pop yıldızlarını ve ünlüleri stil ikonu olarak seçtiler. Sanatçı

Beyonce'un tarzı gençleri etkisi altına almıştır. Audrey Hepburn de orta yaş kadınları etkisi altına almıştır. (Konfeksiyon, Teknik. 2004: 97-98).

4.5. 2010'lu Yıllarda Modaya Yön Veren Etkenler

2010'lu yıllardan bu yana modacılar ile ikonlar büyük bir hızla yer değiştirdiği görülmektedir.

Gelecek yılların modası önceki yıllardan oluşturulmaya başlanıyor. 2010'lu yıllarda moda, tekno- modacılar, Uzakdoğulu teknikler ile içe dönüş ve kendini ifade etme temaları ile modanın oluşturulması planlanmıştır. Küreselleşmeyle birlikte moda bakış açıları, tasarımlar ve temalar değişerek yerini almıştır. Teknoloji, moda da gittikçe yer alanını genişletmiştir. Artık modayı oluşturan eğilim, şirketleri dünya modasını belirlemeye yöneltmiştir. Bunlardan biride intercolordur. Bu kuruluşların farklı ülkelerde temsilcilikleri bulunmakta ve buldukları toplumlarda nabız tutarak dünya modasının oluşturulmasına katkı sağlamaktadırlar. Dünyada fütüristlik bir tarzın hakim olduğu, yani anı yaşamakla gelecek kaygısının öne çıkaran akımların modayı etkilediği moda çalışanları tarafından ifade edilmektedir. Geleceği planlama, geleceğe hazırlıklı olma, yenilikleri yansıtırma ve gelişim gösterme zamanın vazgeçilmez yaşam şeklidir. Tasarımın yayılması, kullanılacak her şeyin tasarlanacak malzeme haline gelmesi ve kişiye özel tasarımların öne çıktığı yılların yaşandığı moda devri geçmektedir. Günümüzde; İmaj, kişi ve şirketler tasarlanmaktadır. (Öngören, 2009: 110-111).

Gelecekte bilgisayar ortamında kişilerin kendi vücut ölçüleri ve ten rengi uyumunu dikkate alan yeni programlar üretilebilir. Böylece bireylerin kendi modalarını tasarlayıp kendilerine yakışanı bilgisayar ortamında görmeleri sağlanabilir.

5. BÖLÜM

MODAYA YÖN VEREN SANAT, SANATÇI VE TASARIMCI ETKENLERİ

5.1.1980-2014 Yıllarında Modaya Yön Veren Art Sanatçılar ve Sanat Akımları

Ressamların eserleri modaya esin kaynağı olmuştur. Haute Couture'ün mucidi Worth ilhamını ressamlardan aldığı ve Raoul Dufy, Paul Poiret gibi bazı ressamlar için motif maketleri gerçekleştirmiştir. Delaunay çifti giysilerine orfizim ilkesini uygulamış, Bauhaus yeni bir giysi biçimi tasarlamış, Gerçeküstüçüler Schiapparelli için mücevher ve giysi koleksiyonuna katkıda bulunmuştur. Kıyafetler Ressamların, eserlerinde bir mevkiyi tasvir etmek için kullanılmıştır. (Waquet ve Laporte, 2011: 45).

1980'li yılları moda da sanat açısından en belirgin özelliği; renk, biçim, sunuş ve anlatımın sadeliği ile ön plana çıkmış olmasıdır. Sanatsal çalışmalar incelendiğinde mekânsal düzenleme çalışmalarına ağırlık verildiği gözlenmiştir. Sanat eleştirmenleri bu yılların, sanatsal çalışmalardaki boyut, detaylar, renk zenginliğinin barok çağını anımsattığını söylemişlerdir. Bu yılların sanatçıları egemenlik konusunu işleyerek, egemenliği sorgulayan eserler vermişlerdir. Bu yılların en önemli sanatçıları arasında Mondrian en dikkat çeken sanatçılardan biri olmuştur.(Lynton, 2009:340).

Uluslar arası sanatla, Türkiye'deki sanat paralellik göstermektedir. Batı sanatındaki gelişmeleri izleyip tüm kuralları ile birlikte Türkiye'deki sanatçılar tarafından da yön belirlenmektedir. Devlet, batıdaki sanatı öğrenmek için burs ile bazı sanatçıları eğitim almaya; Almanya, A.BD. İspanya, Fransa gibi ülkelere göndermiştir. Sanatçılar, batıdan aldıkları eğitimi okullarda öğretirken sanatta ilerleme kaydetmişlerdir. Genç sanatçılar çoğalmaya başlamıştır. (Çavuşoğlu, 2012:700).

5.1.1 Pop Art - Andy Warhola

Andy Warhol'a "Pop Art" sanat akımının öncülerinden olan "Andy Warhola", serigrafi baskılarını geliştirmiş ve çalışmalarını ile moda etkilenen sanat akımcılarından biri olmuştur.

Warhola, fotoğrafta kullanılan kaynaklar ile resmi birleştirerek ürün vermiştir. Seçtiği temalarda genellikle ünlüler yer almıştır. Zamanın devlet başkanları, zamanın aktivistleri ve ses sanatçılarından fotoğraflarından yola çıkarak resimlerine yön vermiştir.

Resimlerinde tüyler ürpertici trafik kazaları, çiçekler, inekler gibi zararsız nesnelere de tema olarak işlemiştir. Kitlelerin ürettiği nesnelere, tuvalinde tekrarlarından oluşan görüntüyü renklendirerek çalışmıştır. Resimlerinde siyasi veya örtülü sosyal mesajlar vermektedir. Warhola resimlerinin, anlam taşıdığı ifadesini kabul etmemiştir. Warhola kendisini makine gibi hissederek çalışmalar yapmıştır. Herkesin birbirine benzemesini gelecekte istenmeyen bir olay olarak ifade etmiştir. Gelecekte bir gün herkesin on beş dakikalığına ünlü olabileceğini ifade etmiştir. (Lynton, 2009: 294).



Kaynak: http://tr.wikipedia.org/wiki/Andy_Warhol marlin monra resmi

Şekil 5.1.1. 1:Pop kültürün unutulmaz ikonası: Marilyn, tuval üzerine polimer ve matbaa boyasıyla

Çalışmasında poster tekniğini kullanan sanatçı anlatımında, aynı görseli birden çok kez kullanarak tekrarın gücünden yararlanmışır.

Resimlerinde seri üretilmiş tüketim nesnelere sıkça yer veren Andy Warhol'un girişimciliğinde kullanılan (ipek baskı) serigrafi baskı yöntemi, pop sanatın en önemli tekniğı olarak öne çıkmıştır. "Her şey poptur.", "Pop, her şeydir." gibi söylemleriyle de tanınmıştır. Resim çalışmalarında Amerikan yaşam şekline ayna tutmuştur. Böylece kitle kültürünün farklılıklarını yansıtmıştır. Ayrıca sanatçı, sıradan eylemler ya da görüntülerden oluşan bir dizi film de çekmiştir. Renkli kişiliğıyle ünlenen sanatçının New York'taki "Fabrika" adını verdiği sanat atölyesi, avangart sanat çevresinin uğrak yeri olmuştur. Andy Warhol, gösteri dünyasının da ilgisini çeken yaşam tarzıyla ABD'nin en dikkak çekici sanatçılarında biri hâline gelmiştir. (Yaman, Ekim vb, 2012: 121).

5.1.2. Minimalizm

Minimalizm Amerikan sanat ortamında şekillenmiştir. Nesnesi resim ve heykel olmayan yeni bir sanat önerisini savunmaktadır. Tarihe bakıldığında bir birikimin sonucudur. Sanat nesnesinin sadece kendi içinde algılanmasına yönelik çalışmaları içermektedir. Endüstriyel malzemeyi ham olarak kullanmayı ilke edinilmiştir. Malzemeyi kendinden başka bir şey için kullanmaktan kaçınılmıştır. (Antmen, 2008: 183).

Moda tasarımların temel özellikleri üzerinde durulması gerektiğini savunan sanat akımıdır. İkinci dünya savaşından sonra gelişmiş ve moda dünyasında etkisini göstermiştir. Ürünlerde gerekli olmayan elemanların çıkarılarak basitliğı ön plana alır. 1980 ve 1990'larda Issey Miyake moda tasarımcısı tarafından minimaliz akımı işlenmiştir.(Ambrose, 2012: 184).



Kaynak: Fashion Tv Magazin Dergisi.2010 sonbahar. Sayfa.65

Şekil 5.1.2. 1:Versace ve Miu Miu Tasarımları

Minimalizm sanatına, 1990'lı yıllarda ünlü markalar tasarımlarında sıkça yer vermiştir. Tek renkten oluşan koleksiyonlar çalışılmıştır. Gözü yoran aksesuarlar kullanılmamıştır. Tasarımlarda sadelik ve dinginlik göze çarpan özellikler arasında yer almaktadır.

5.1.3. Figüratif Resim

1980'li yıllarda ressamlar sanatı yaşamın içine sokma tutkularından vazgeçmişlerdir. Yeni bir arayış içine girdiler. Ressamlar “doğrudan ve bozulmamış” bir stilde eserlerini yapmak istiyorlardı. Bunun adına “Yeni Dışavurumculuk (Neo-Ekspresyonizm)” denildi. Bütün gelenek ve görenekleri hiçe sayarak işlerinden ne geliyorsa onu çizdiler. Vahşi, hırçın bir tavır içinde resimlerini yapıyorlardı. Büyükşehirdeki yaşamları ve diskolardaki insan davranışlarını resimlerinde konu ediniyorlardı. İkili insan ilişkilerini tasvir ediyorlardı. Resimde üslup ve tarz kullanmıyorlardı. İtalya'daki bireyci ressamlar “Fransız Clemente. Sandro Chia, Enzo Cucchi için “trans avangart” adı kullanılmıştır. (Krausse, 2005: 118).

5.1.4. Post Modernizm

Postmodernizm, sanatın gündelik hayatla arasındaki sınırın kaldırıldığı, yüksek sanatla kitle kültürü olan popüler kültürün arasındaki sınırın çökmesiyle postmodern üslupta keyfiliğin karışımının vurgulandığı görülmektedir. Postmodern düşünce; hiyerarşilerin eşitlenmesi, kültürel sınıflandırmanın kaldırılması gibi karakteristik özellikleri barındırmaktadır.(featherstone, 1991:123)

Postmodernizm ile Modernizm birbirinin zıttı gibi düşünülüp tartışılrsa da günümüzde birbirinin sarmal olarak bağlanması ve birbirini tamamlamasıyla gündeme gelmektedir.

Günümüz sanatçıları da geçmişte olduğu gibi kendinden önceki sanatçıların sanat eserlerini inceleyerek detaylandırmaları gerektiğine inanmışlardır. Modernlikte

konuların daraldığı ve inceliklerin kaybolduğu görülmektedir. Modern kavramının estetiğin zirvesi olduğuna, esere farklı açıdan bakıldığında sanatseverde, farklı duygular ve hazlar uyandırması gerekliliği benimsenmiştir. Post modern, modernin satır aralarında unuttuğu detayları ortaya çıkarır. Post modern bakış açısında eseri önceden belirlenen kurallara, tabulara göre şekillenmez. Ürünü, eseri veya tasarımı ancak yapan kişi tarafından, şekil ve fikir verilebileceğini savunmuşlardır. (Harrison, Wood, 2011:119,190,1185).

Postmodernizmin moda üzerindeki etkisi; moda denizde kum görevi görmektedir. Modern insan üretimde, bilimde, düşüncede, eğitimde ve daha birçok başarılı işler yapmak için çalışmıştır. Modern insanı kuralcı ve planlıdır; kendini iyi, akıllı, uslu, çalışkan olmaya zorlayan bir kişilik olarak görmüştür. Onlara başka açıdan bakıldığında sınırları olan, realist, kuralcı ve mükemmeliyetçi bireyler oldukları düşünülebilir. Modern insanın daha rahat ve her şeyi yerli yerine koymaktan vazgeçmiş olduğunu, kurallarla hareket yerine daha özgürlükçü giyinen bir akım toplumu olduğu gözlenmiştir. Bu durum aynı zaman da Postmodernizmin tanımıdır. (Muzoline, 2011).



Kaynak:<http://muzoline.blogspot.com.tr/2011/06/postmodernizm-ile-giysilerimiz-nasl.html> 04.05.2014 18:15

Şekil 5.1.5. 1:Postmodernizm Algısı

Şekil 5.1.5.1’de görüldüğü üzere genç kızın Barbie bebek gibi giyinip, saçlarına kocaman bir fiyonk takıp, halı terlikleri ile gezintiye çıkması, modernizme gönderme yaparak post modern bir görünüm çizmektedir.



Kaynak: <http://muzoline.blogspot.com.tr/2011/06/postmodernizm-ile-giysilerimiz-nasl.html>
05.05.2014 18:15

Şekil 5.1.5. 2: Gençlerin Çizgi Film Karakterlerine Göndermesi

Şekil 5.1.5.2. deki gençlerin tabuları yıkarak sokaklarda kural olmadan dolaştıkları, kıyafetlerini özgürce seçtikleri, çizgi film karakterlerinin ve film karelerindeki desenlerden oluşan; tişörtlerin ve çorapların tercih edilmesi, Postmodernizm örneğidir.

5.2 1980-2014 YILLARINDA MODAYA YÖN VEREN TASARIMCILAR

5.2.1. Dolce &Gabbana

Dolce& Gabbana, Sicilya’da tasarımlarını oluşturmuştur. Sicilyalı kadınları ve toplumsal düşünceleri üzerinde etkili olmuştur. Gabbana, tasarımlarında kenar süsleri, korse kullanmıştır. Hazırlamış olduğu koleksiyonlarda pamuklu ve likralı kumaşları kullanmıştır. Gabbana, 1985 yılındaki koleksiyonunda gecelikleri elbise olarak tasarlamıştır. Gabbana, Madonna için kostümler hazırlayan markalardan biridir. (Ambrose ve Harris, 2012: 214).



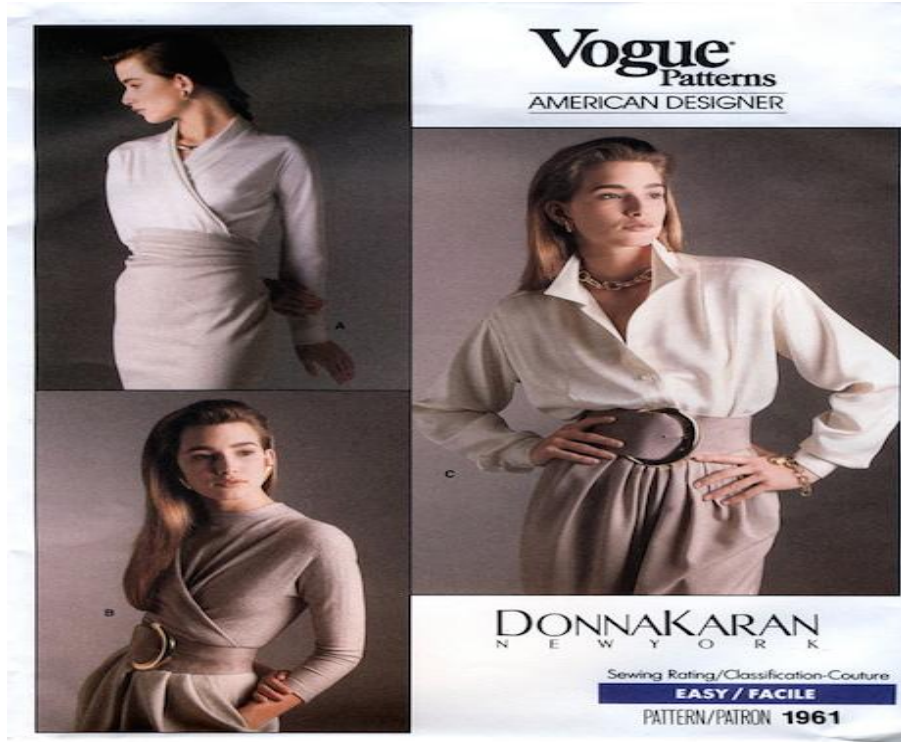
Kaynak: Modalitik <http://www.modalitik.com/dolce-gabbana-sonbahar-2014-erkek-giyim-koleksiyonu-norman-krallari/#jp-carousel-14207>

Şekil 5.2.1. 1: Dolce &Gabbana 2014 Sonbahar Koleksiyonu.

Dolce& Gabbana, 2014 yılında hazırladığı erkek koleksiyonunda; klasik giyim ile spor giyimi birleştirmiştir. Koleksiyonda mesajlar içeren baskılar kullanarak toplumu etkilemeye çalışmıştır. Gabbana koleksiyonu erkek giyimindeki tabuları ve kalıpları yıkmayı başarmıştır. Gabbana, tasarımcının modaaya verdiği yönü de özetlemektedir.

5.2.2. Donna Karan

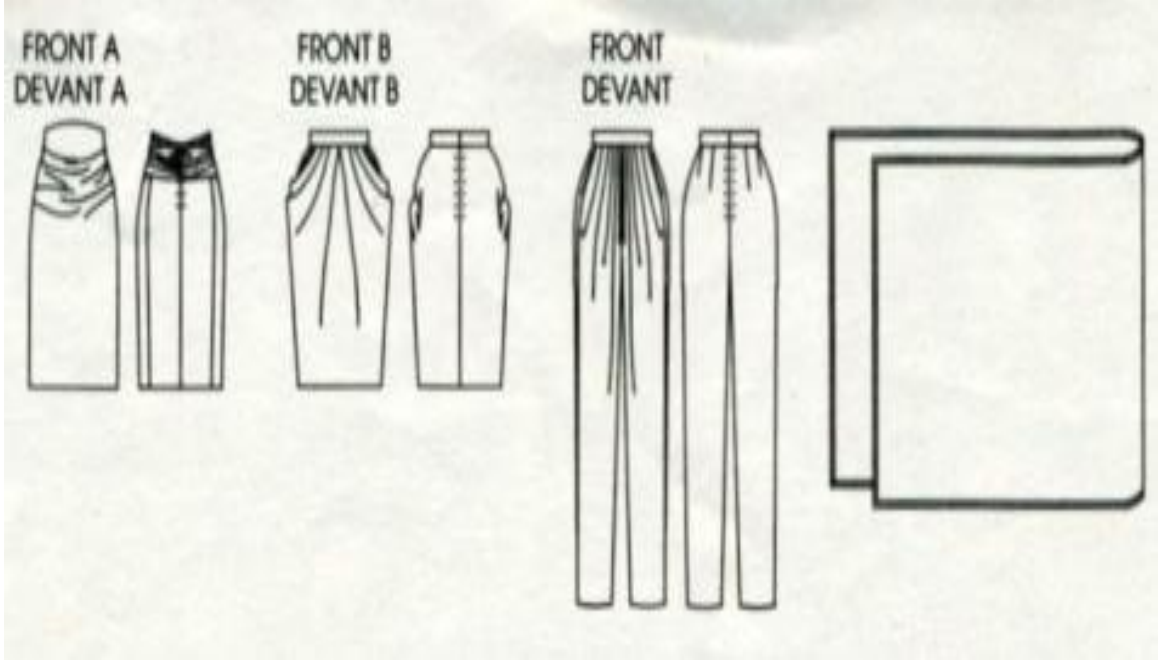
Donna Karan tasarımlarını üç başlıkta toplar. Birincisi esnek vücut, ikincisi vücudu saran bir etek ve üçüncüsü mücevherlerdir. Karan, yuvarlak hatlı bir vücudunun olmasından ve bu vücut özelliğine sahip kadınlar için tasarımlar yapacağını söylemiştir. Anne Klein'ın asistanı olarak işe başlayarak uzun yıllar çalışmıştır. Kadın'ın vücut hatlarının önemine vurgu yapmıştır. Kadınların figürünler gibi olmadığını kadın vücudunda yanılma payının olduğunu ve bununla ilgilenerek dünyanın her yanındaki kadınlarla iletişim girmiştir. (Ambrose, G. Harris, P. 2012: 269) .



Kaynak: <http://blog.pattern-vault.com/2014/11/28/donna-karan-vogue-patterns-part-1/15.01.2015/15:07>

Şekil 5.2.2. 1:Donna Karan Koleksiyonundan. 1987

Donna Karan'ın 1987 yılında tasarladığı (Bkz. Şekil 5.2.2.1) modelleri incelediğimizde; üst bedenlerin bol ve uzun kollu kruvaze kapama- şal yaka ve basit kapama sòmiziye yaka çalışıldığı, üstün bluzan duruşunu bir kemer aracılığıyla verdiği, elbisenin etek kısmında kalçaya kadar geniş pilili döküm sağlayarak tasarladığı görülmektedir. Modelin teknik çizimleri (Şekil 5.2.2.2.) de ki gibidir.



Kaynak: <http://blog.pattern-vault.com/2014/11/28/donna-karan-vogue-patterns-part-1/15.01.2015/>
15: 07

Şekil 5.2.2. 2:Donna Karan Koleksiyonundan. 1987 Teknik Çizimler

5.2.3.Bill Blass

Bill Blass, Amerikalı tasarımcılardandır. Moda tasarımcının üç temel ilkesi olması gerek diyerek tasarımcıları tanımlamaktadır. Birincisi iyi bir göz, ikincisi uyanık girişimcilik ve üçüncüsünü de kişilik ile bütünleşmiş bir zekânın olmasıdır. Blass, spor giyim markasını kurmuş ve 1978 yılında adını taşıyan parfümünü üretmiştir. Ürün çeşidi yapan tasarımcı mayo, ayakkabı, kot ve yatak takımları da tasarlamıştır. Amerika da başarılı çalışmalarından dolayı tanındı, markalarında ilk ismi yazan tasarımcılar arasına girmiştir. Coty Amerikan Moda Eleştirmenleri

ödülünü ve 1981'deki Gentlemen's Quarterly ödülünü almıştır. Üç kez fahri doktora unvanı bulunmaktadır. Blass, CFDA'yı kurmuştur. (Ambrose ve Harris, 2012: 174-175).



Kaynak: WATSON, L.(2007).Modaya Yön Verenler. Sayfa 174.

Şekil 5.2.3. 1: Bill Blass 1986 Koleksiyonu.

Bill Blass, Şekil 5.2.3.1 de ki tasarımında bolero şeklinde kesilmiş bir ceket ve uzun sarı kumaştan çalışılmış, balık elbise üretmiştir. Feminelliği ön planda tutan tasarımcılar arasındadır.



Kaynak: <http://blogs.wsj.com/runway/2008/12/19/bill-blass-design-director-departs/06.05.2015> 18:25

Şekil 5.2.3. 2: Bill Blas 2008 Koleksiyonu

Bill Blas, 2008 yılında yaptığı defilesinde soft renkleri tercih ettiği (Bkz. Şekil 5.2.3.2) görülmektedir. Eski ile yeniği yan yana getirerek moda çizgisi oluşturmaya çalışmıştır. Modelleri incelendiğinde; dantel, düğme, kemer detaylarını çokça kullandığı görülmektedir.

5.2.4.BURBERRY

Burberry, bir asır önce markasını kurmuştur. Thomas Burberry, spor giyim in geleceğini tahmin etmiş ve ilk mağazasını 21 yaşında açmıştır. Kendi üretimi malzemelerin ve materyallerinin patentini alan Burberry, günümüze kadar adından söz ettiren tasarımlar ile moda alanında üretim yapmıştır. (Ambrose ve Harris, 2012: 176).

Klasik Burberry dünyanın her yerinde tanınır. Burberry markası tanınmakla birlikte, parfümde üreterek piyasaya sürmüştür.



Kaynak: http://www.burberryplc.com/about_burberry/company_history 06.05.2015 18:33

Şekil 5.2.4. 1: Burberry Kadın Trençkotu. 1992.

Burberry, 1992 yılı koleksiyonunda kadın trençkotu üretmiştir. Tasarım özelliğine bakıldığında çizgilerinde maskülen ağırlıkta olduğu (Bkz. Şekil 5.2.4.1.) anlaşılmaktadır. Reglan kol, apolet, erkek gömlek yakası ve kruvaze kapama özelliklerini tasarımda kullanmıştır.



Kaynak: http://www.burberryplc.com/about_burberry/company_history 06.05.2015 18:33

Şekil 5.2.4. 2:Burberry Karma 2006. Milano.

Burberry, 2006 yılında sonbahar/kış karma koleksiyonunu, kadın giyim fuarında sunmuştur. Burberry çizgisi, ön planda bir defile sunmuştur. Şemsiye kumaşlarını koleksiyonuyla buluşturan tasarımcı, burberry çizgisi olan kareleri kullanmıştır. Burberry, tarzından yıllar geçse de vazgeçmeyen kendi çizgisi üzerinden koleksiyon üreten ve kaliteyi yakalayan dünyaca ünlü bir markadır.



Kaynak: fashiontv magazin dergisi. Sonbahar 2010

Şekil 5.2.4. 3: Burbrey 2010 sonbahar koleksiyonu

Burberry, (Bkz. Şekil 5.2.4. 3) 2010 sonbahar/kış koleksiyonunda teknolojik kumaşlarla beyaz rengi bütünleştirmiş ve kürk görünümlü suni kumaşları kullanmıştır.

5.2.5. Bob Mackie



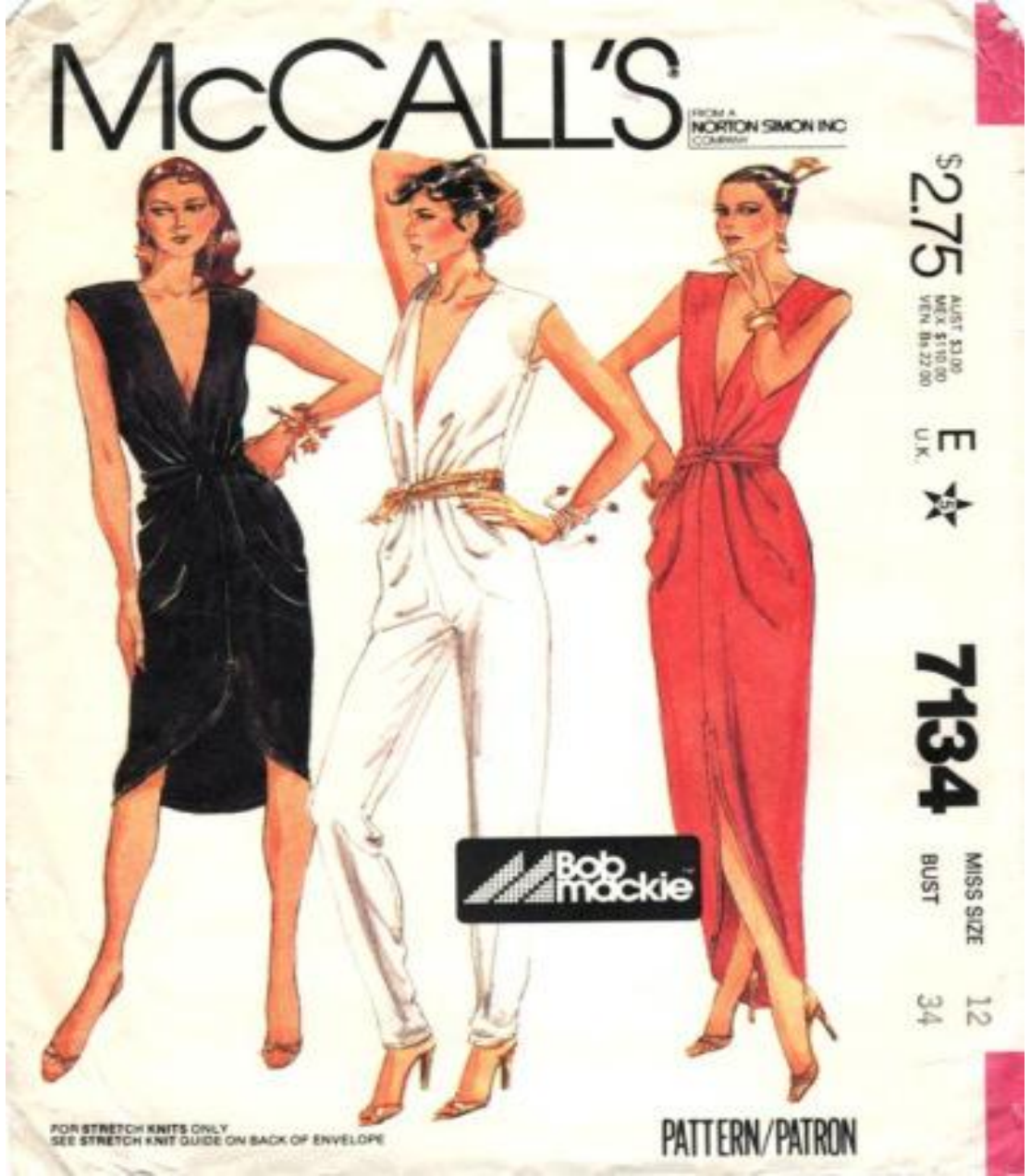
Kaynak: <http://blog.pattern-vault.com/2012/06/30/i-heart-disco-bob-mackie-for-mccalls/15.01.2015/15:35>

Şekil 5.2.5. 1:Bob Mackie (1980).

Bob Mackie; Carol Burnett, Diana Ross, ve Cher gibi sanatçılar için bir kostüm tasarımcısı olarak yaptığı çalışmalarla bilinir. (Pattern Vault, 2011).

Mackie'in, 1980 yılında "Vogue Dergisi" nde yayınlanan tasarımları incelendiğinde; (Bkz. Şekil 5.2.5.1) plaj modasının öncülüğünü yaptığı

görülmektedir. Beyaz ile yeşil, siyah ile sarı renklerin uyumunu kullanarak; mayo, pareo ve elbiseler tasarladığı görülmektedir.



Kaynak: <http://blog.pattern-vault.com/2012/06/30/i-heart-disco-bob-mackie-for-mccalls/>
15.01.2015/ 15:35

Şekil 5.2.5. 2:Bob Mackie. 1980

Bob Mackie, 1980 yılındaki (Bkz. Şekil 5.2.5.2) koleksiyonunda; tulum ve elbiseler ile ön plana çıkıyor. Kol birleşiminden dik inen bir çizgi ile şekillenen elbise ve tulumun, belden bir kemer ile büzülerek pililenen tasarımların derin göğüs dekolteleri “V” yaka ile tamamlamıştır. Pantolon, uzun etek, tam boy ve diz boy

etek ile tasarımlar oluşturmuştur. İnce burun sivri topuklu ayakkabılar ile feminenliği işlemiştir.

5.2.6. Gianfranco Ferre

Ferre, tasarımlarında yuvarlak hatlar ön plana çıkmaktadır. Ferre mimarlık eğitimi almış bir moda tasarımcısıdır. İlk defilesini Milan, “Via San Murilla” da ki restorantta gerçekleştirmiştir. 1982’ yılında erkek giyim koleksiyonu hazırlamıştır. 1983 yılında, Milan, “Domus Akademisi”nde profesör olarak çalışmıştır. Ferre, Dior için de koleksiyon hazırlamıştır. (Ambrose ve Harris, 2012: 227).



Kaynak: Milliyet Gazetesi. Kadın 1995. Sayfa.18

Şekil 5.2.6. 1: Ferre 1995 Milano Defilesi.

Ferre’nin 1995 yılındaki koleksiyonunda (Bkz. Şekil 5.2.6.1.) görüldüğü üzere maskülen bir tasarım hazırlamıştır. Ceketin ön kapamasında tek sıra düğme

kullanmış ve enküstre dikiş ile yaka kenarlarını süslenmiştir. Erkek yakayı, 1980'li yıllara göre daha dar çalışmıştır. Bol pantolon ile tasarımı tamamlamıştır. Kadınların iş hayatına katılımının artmaya başladığı 1980'li yıllardaki kıyafet çizgilerinde erkek kıyafetlerindeki çizgiler yer almaya başlamıştır. Bu da moda yön veren bir etken olmuştur. Tasarımlarda çalışan kadının artık güçlü olduğu imajı kıyafetler ile yansıtılmıştır.

5.2.7. Giorgi Armani

Armani, bir İtalyan markasıdır. İtalyan tasarımcılarının da öncüsüdür. Armani, tıp okulunu askere gitmek için yarım bırakmıştır. Asker dönüşü farklı bir alanda çalışmaya başlamıştır. 1954 yılında vitrin dekorasyonu işi yapan bir firmada giyimçiler olarak işe başlamıştır. Daha sonraları erkek tasarımcısı olarak çalışma hayatına devam etmiştir. 1975 yılından sonra kendi koleksiyonlarını hazırlamaya başlamıştır. 1986 yılında moda bakışı gerçekçi ve giyilebilir kıyafetlerden oluşmaktadır. Giorgi Armani, koleksiyon hazırlarken ilham perisi beklemediğini tasarımlarının oluşumundan heyecan duyduğunu ifade etmiştir. Armani ürünlerini tasarlamada hokkabazlık peşinde olmadığını, ürünlerinin satılması için çalıştığını, hızlı modadan yana değil sessiz ilerleyen bir çizgiden yana olduğunu açıklamıştır. Armani'nin ürünleri en çok Amerika da satılmaktadır. Armani oscar film yıldızlarını giydiren en büyük marka olmuştur. Kraliyet ailesinden Fahri doktora unvanı almıştır. Ödül törenlerinde, Armani elbiseleri ön sırada yer alır. Jodie Foster, Robert De Niro gibi ünlüleri giydirmiştir. (Ambrose ve Harris, 2012: 156).

Armani ilk olarak erkek giyiminde tasarımlarını yapmış ve sonralarında kadın giyimi çalışmalarına başlamıştır. Abiye kıyafetlerin günlük yaşamın içinde yer alması için tasarımlara öncülük yapmıştır. Sadeliğin yanında şık olmayı savunan tasarımcı, tasarımları ile gündeme gelmiş ve zor bir işi başarmıştır. Armani iyi bir giyimçilerdir. (Gürsoy, 2010: 28).



Kaynak:<http://naturalherbal-basistik.blogspot.com.tr/2014/01/how-to-prevent-split-ends-naturally-new.html> 06.05.2015 18:58

Şekil 5. 2. 7. 1: Armani 2014 Abiye Koleksiyonu.

Armani'nin, 2014 yaz koleksiyonunda baş aksesuarları dikkat çekmektedir. Kumaş özellikleri incelendiğinde; jakarlı ve ipekli kumaşların tercih edildiği ve bol pantolon üzerine kısa ceketler koleksiyonda yerini aldığı (Bkz. Şekil 5.2.7.1) görülmektedir. Elbise boylarını ayak parmak uçlarının görünebileceği uzunlukta çalışmıştır. Beli ortaya çıkaran çizgiler dikkat çekmektedir. Renkler de mavi ve lila tonları hâkimiyetindedir.

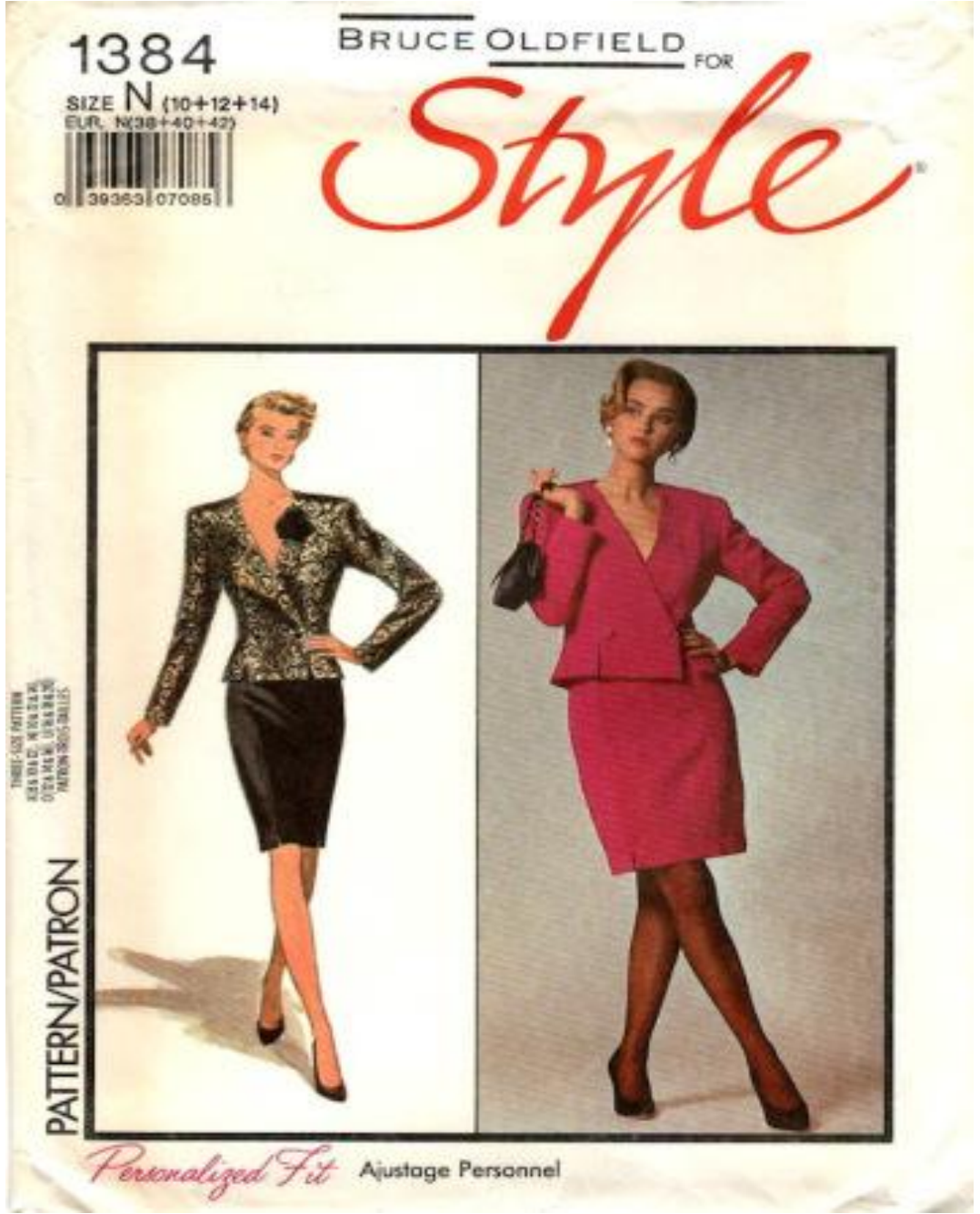
5.2.8. Bruce Oldfield



Kaynak: <http://blog.pattern-vault.com/2013/11/03/bruce-oldfield-style-patterns/> 15.01.2015/ 15:37

Şekil 5.2.8. 1: Bruce Oldfield kampanyası, 1986 Fotoğraflar: Michael Roberts. Bruceoldfield.com

Bruce Oldfield, 1986'lı yıllarda (Bkz. Resim 5.2.8.1) maskülen ve feminen tanımlamayı ifade eden tasarımcılar arasına girmiştir. Kadınların duruşlarını güçlü gösteren omuzların etkisini vurgulayan bir tasarımcıdır. Mini etekli ve derin dekolte tasarımlarında ön plana çıkan parçalar arasındaki özellikleri belirtmektedir. Bruce Oldfield, "Popüler Kültür" sanatından esinlenerek çizgisini belirlemiştir. Oldfield'in 1986 yılındaki tasarımları, sanat akımlarının moda yön veren etkisinin işaretidir.



Kaynak: <http://blog.pattern-vault.com/2013.11.03/bruce-oldfield-style-patterns/> 15.01.2015/ 15.37

Şekil 5.2.8. 2: Bruce Oldfield (1988). Günlük Giysiler.

Oldfield'in, tasarladığı günlük giysilerden kruvaze cekette; tek düğmeli kapama payı, ceket boyu bel ile kalça arasında ve diz üstü dar kesimli etekler ile koleksiyonunu tamamlamıştır. Ceket yakalarında "V" açıklığı ile beden çizgisi temel alınmıştır. Ceketin bedeni bel çizgisinden sardığı görülmektedir.



Kaynak:<http://blog.pattern-vault.com/2013/11/03/bruce-oldfield-style-patterns/> 15.01.2015/ 15:37

Şekil 5.2.8. 3: Bruce Oldfield (1988) Gelinlik

Bruce Oldfield 1988 yılı gelinlik tasarımı (Bkz. Şekil 5.2.8.3) incelendiğinde; balık elbiseler, gösterişli büyük omuzlar, derin göğüs dekolterleri, pилilerin ihtişamı ve diz üstünden açılan etekler ile özel gün elbiselerini tasarlamıştır.

5.2.9. Gianni Versace

Gianni Versace, kurduğu şirketiyle 1946-1997 yıllarında hizmet vermiştir. Genny, Complice ve Callaghan markaları ile de tasarımlarını üretmiştir. İlk butiğinde oluşturduğu marka etiketi üzerinden tasarımlarını satmıştır. (Pattern Vault, 2011).



Kaynak:<http://blog.pattern-vault.com/2012/07/30/gianni-versace-vogue-patterns/> 15.01.2015 / 15:46

şekil 5.2.9. 1:Janice Dickinson: Versace kampanyası, 1980. Model Güz. Fotoğraf: Richard Avedon. Paperpursuits.com

Gianni Versace, gösterişli baskıların yanı sıra deri, metal ve örgü gibi malzemelerin dokunsal niteliklerini tasarımlarında fazlaca kullanmaktadır. Günümüzde “Versace” denildiğinde moda dünyasının lideri olduğunu tüm meslek

çalışanları ve kuruluşları tarafından bilinmektedir. Versace'nin sayısız tasarımlarıyla klasik ve barok dönemi sanat tarihine göndermeler yapmaktadır. Standart mankenler ile çalışmamıştır. Çizgisini sürekli yenilemiştir. (Pattern Vault, 2011).



Kaynak:<http://blog.pattern-vault.com/2012/07/30/gianni-versace-vogue-patterns/>
15.01.2015/15:46

Şekil 5.2.9. 2: Versace kampanyası, Bahar 1983. Modeller: İman, Lynne Koester ve Lauren Helm.
Fotoğraf: Richard Avedon. Styleregistry.com

Tasarımcı, Vogue dergisinde yayınlanan şekil 5.2.9.2'de ki tasarım için; kruvaze kapama dökümlü elbise ve etek boyunu diz üstü çizgisinde tasarlamıştır. Renklerde; kırmızı, siyah ve beyaz hâkimiyeti vardır. Kumaş olarak deri ve dökümlü ince kumaşları tercih etmiştir. Tasarımlarına genel olarak bakıldığında doğal malzemeye dikkat çekmeye çalışmıştır.



Kaynak: <http://blog.pattern-vault.com/2012/07/30/gianni-versace-voguepatterns/> 15.01.2015 / 15:46

Şekil 5.2.9. 3: Gianni Versace Tasarımları

Gianni Versace'nin tasarımları, kendine has profesyonel dokunuşları ile orijinalliğini korumaktadır. Tasarımlarının sunumu için alanında uzman fotoğraf sanatçıları tercih etmiştir. “Guy Bourdin, Helmut Newton, Patrick Demarchelier ve Richard Avedon” fotoğraf sanatçıları ile çalışmıştır. (Pattern Vault, 2011).

Gianni Versace tasarımlarının farklılığını öne çıkaran, materyalleri farklı açılardan ele alarak yorumlamasıdır. Bu farklılık, kültürlerin içinden geçen ve yeniden tasarımlar ile oluşan ürünlerin çok tutulmasını da sağlamaktadır. ,

5.2.10. Yohji Yamamota

Yamamota, 1943 yılında doğmuş Japon tasarımcıdır. 1990 yılında asimetrik çalışmaları ile adından söz ettirmiş tasarımcılar arasındadır. Annesi terzi olan tasarımcı hukuk eğitimini tamamlamıştır. Fakat moda alanında çalışmalar yapmayı tercih etmiştir. Koleksiyonlarında; dokuma koton, keten gibi doğal liflerden oluşan kumaşlarla kimonolar tasarlamıştır. (Ambrose ve Harris, 2012:387).

Yohji Yamamota, 1980'li yıllarda mutlu bireyler görmek istediğini ifade etmiştir. Farklı dünyaların oluşmasına son verilmesini istemiştir. Tasarımcı, çalışmalarında kadınlara nasıl yardımcı olabileceği konusunu irdelemiştir. Yamamoto'nun tasarımlarında avangart (öncü, şaşırtıcı ve deneyci) anlayış ile teknolojiyi kullanmıştır. (Watson, 2007: 390).



Kaynak: <http://fashion.telegraph.co.uk/galleries/TMG6257283/2/Paris-Fashion-Week-Yohji-Yamamoto-springsummer-2010.html> 06.05.2015 19.05

Şekil 5.2.10. 1:Yohji Yamamoto 2010 Paris Moda Haftası Yaz Koleksiyonu.

Yamamota, (Bkz. Şekil 5.2.10. 2) görüldüğü üzere tasarımlarında doğal kumaşları kullanmıştır. Omuz detaylı elbise ve ceket modellerinde feminenlik ve rahatlık ön plandadır.

5.2.11. Jean Paul Gaultier



Kaynak:<http://www.jeanpaulgaultier.com/en/fashion/womensreadytowear/precollection/autumnwinter2014> 06.05.2015 19:14

Şekil 5.2.11. 1:Jean Paul Gaultier. 2014. Kış Koleksiyonu.

Jean Paul Gaultier'in, 2014 Kış koleksiyonunda siyah ve gri renkler hâkimdir. Farklı kesimler ile hazırlanmış kıyafetler markanın ve tasarımcısının koleksiyonu özenle hazırladığının resmidir. Yorgun kış günü kadınlarını robotlardan hiçbir farkı olmayan mankenler ile sunmuştur. Jean Paul Gaultier, ünlü diğer markalarda olduğu gibi tasarımlarının yanında farklı ürünler sunmuştur. Tasarımlarının yanı sıra parfümleri tüm dünyada severek kullanılmaktadır.

5.2.12. Patrick Kelly



Kaynak: <http://blog.pattern-vault.com/2014/04/29/patrick-kelly-vogue-patterns/> /15.01.2014/15:11

Şekil 5.2.12. 1:Patrick Kelly 1988 Koleksiyonu

Patrick Kelly, 1954-1990 yılları arasında yaşamış dönemin moda tasarımcılarından. Gurbetçi olarak gittiği, Paris şehrinde tasarımları ile ünlenerek yaşamaya devam etmiştir. Amerikalı ilk siyahî tasarımcı olarak bilinmektedir. Kelly daha çok “Hazır Giyim” sektörüne yönelik çalışmalar yapmıştır. Kelly'nin koleksiyonlarının çoğu canlı renklerden ve düğme gibi aksesuarlardan oluşmaktadır. Aıds'li tasarımcı olarak da bilinen Kelly, 1990 yılında ölmüştür. (Pattern Vault, 2011).

Kelly'nin ilkbahar/yaz 1988 koleksiyonu, (Şekil 5.2.12.1) incelendiğinde; ceketlerini siyahî bir mankenle sergilemeyi tercih etmiştir. Yay şeklindeki çizgisi ile

tasarlamış olduğu ceketlerin arka bedeninde kullandığı peplumla tasarımını tamamlamıştır.



Kaynak: <http://blog.pattern-vault.com/2014/04/29/patrick-kelly-vogue-patterns/15.01.2014/15:11>

Şekil 5.2.12. 2:Patrick Kelly 1989 reklam kampanyası Güz

Patrick Kelly, (Bkz. Şekil 5.2.12. 3) 1989 yılındaki reklam kampanyası çekimindeki fotoğrafta, renk kombinasyonundan yüz ifadesine kadar bütünlük oluşmasına dikkat etmiştir. Amerikalı siyahî tasarımcı, reklam kampanyalarındaki resimlerde kendide yer alarak farklı bakış açısını ortaya çıkarmıştır.

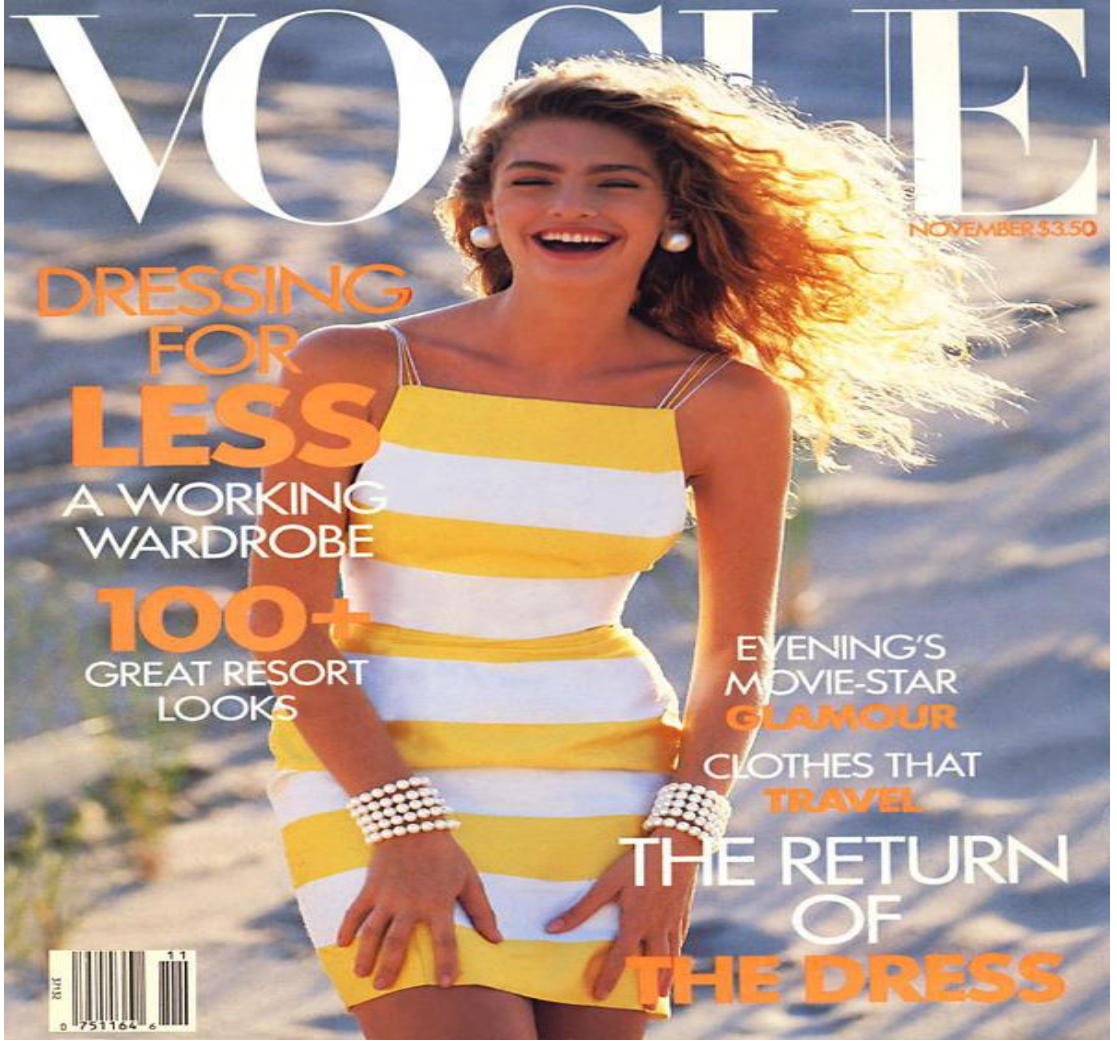


Kaynak: <http://blog.pattern-vault.com/2014/04/29/patrick-kelly-vogue-patterns/> 15.01.2014 / 15:11
Şekil 5.2.12. 3 : Patrick Kelly FW 1989 koleksiyonu. Fotoğraf: Oliviero Toscani. Philadelphia Sanat Müzesi

Tasarımcılar, 1989’lu yıllarda uzay ve astronomi araştırmalarına dikkat çekmek amacıyla algıda seçicilik oluşturarak koleksiyonlarında uzay temasını işlemişlerdir. Güncel olayların etkisi, (Bkz. Şekil 5.2.12. 4) deki gibi moda dünyasının ünlü tasarımcılarına yön veren etkenleri oluşturmuştur. Kelly’nin tasarımlarında düğmeler dikkat çekmektedir. Kelly’i koleksiyonlarının güçlü görünmesi için düğmeleri kullandığı varsayımına, Andy Warhola’nın; ürünlerin yan yana dizilerek sergilenmesinin verdiği güçlü etkiden yola çıkarak oluşturduğu söylenebilir.

5.2.13. Marc Jacobs

Jacobs, 1964 yılında New York'ta doğmuştur, Amerika'da genç yaşta ün yapmış tasarımcılardan biridir. Louis Vuitton'un tasarım yöneticiliğini yapmıştır. New York'ta, "School of Design" okulunu bitirmiştir. 1984 yılında ödül kazanmış ve Perry Ellis'te işe girmiştir. Kendi çizgisinde, basitliği öne alarak tasarımlar yapmıştır. (Ambrose ve Harris, 2012: 261).



Kaynak: <http://blog.pattern-vault.com/2013/04/05/marc-jacobs-for-perry-ellis-vogue-patterns-part-1/15.01.2015/15:06>

Şekil 5.2.13. 1: Marc Jacobs 1989 Kasım Ayı Vogue Dergi Kapağı

Marc Jacobs 1990'lı yıllarda modanın canlanmasına katkıda bulunmuş tasarımcılardan biridir. Jacobs, "grunge" koleksiyonu ile tanınmaktadır. Jacobs, Perry

Ellis'le 1990'lı yıllara kadar süren bir lisans anlaşması yaparak özel koleksiyonlar tasarlamıştır. (Pattern Vault, 2011).

Jacobs'un, resort koleksiyonundan; sarı ve beyaz çizgili, mini ve askılı sıcak bir yaz elbisesi tasarlamıştır. Bu tasarımı Vogue dergisi kapak modeli olarak (Bkz. Resim 5.2.13.1) 1989 yılında yayınlamıştır.



Kaynak: <http://blog.pattern-vault.com/2013/04/05/marc-jacobs-for-perry-ellis-vogue-patterns-part-1/15.01.2015/15:06>

Şekil 5.2.13. 2: Marc Jacobs 1991 Bahar/yaz koleksiyonu

Jacobs'un, 1991 yılı bahar koleksiyonu (Bkz. Şekil 5.2.13.2) görüldüğü gibi yazın oldukça renkli hazırlanmıştır. Sıcak renklerin, şeffaflığın öne çıktığı, çiçek desenlerin kullanıldığı ve yazın girmeden kışın soğukluğunu insanların üzerinden atmasına yardımcı olan bir koleksiyon sunmuştur.

5.2.14. Chirstian Lacroix

Lacroix, yüksek lisans tezinde 17.yüzyıl “Fransız Kostümlerinde Boyama” konusunu araştırmıştır. Tarihsel kostüm tasarımlarının üzerinde önemli etkisi vardır. Lacroix, akşamüstü giyilen kıyafetler üzerine araştırmalar yapmıştır. Haute Couture üzerine tasarımlar yapmıştır. (Pattern Vault, 2011).



Kaynak: <http://blog.pattern-vault.com/2011/08/29/christian-lacroix-vogue-patterns/> 15.01.2015 /15:28

şekil 5.2.14. 1:Kokteyl Elbisesi Jean Patou Christian Lacroix 1987 Foto: François Hallard, Conde Nast Arşivleri

Lacroix, 1988 yılı mart ayında ilk “Hazır Giyim” koleksiyonunu sunmuştur. Aynı koleksiyonu 1988 yılı aralık ayında katalog üzerinden satışına başlamıştır. Paris’te yapılan, “Hazır Giyim” tanıtımlarında, Louvre avlusunda, Lacroix’in koleksiyonu açılış defilesi olarak sunulmuştur. Kısa etek boyları ile karakterize

edilmiş silüetleri, özellikle yuvarlak varil tarzı eteklerde, sıcak renkler ile tasarımlar yapmıştır. (Pattern Vault, 2011).



Kaynak: <http://blog.pattern-vault.com/2011/08/29/christian-lacroix-vogue-patterns/> 15.01.2015/15:28

Şekil 5.2.14. 2: Chirstian Lacroix hazır giyim, L'Officiel Ağustos 1988. Fotoğraf: Peter Godry

Lacroix, tasarımları her bahar sezonu için vitrinlerde yer alabilecek bir dokuda işlemiştir. Şekil 5.2.14'de ki tasarımlar Hazır Giyim sektörüne yönelik koleksiyondur. Modellerde görülen çizgiler, 1988'li yılların moda çizgisi olan; büyük omuzlar, hacimli etekler ön plana çıkmaktadır. 1960'larda da görülen varil etekler tekrar çalışılmıştır. Etnik desenlerin, renklerin ve çizgilerin iç içe geçtiği bir koleksiyon sergilemiştir.



Kaynak: Milliyet 1995. Kadın Moda. Örgü. Dantel

Şekil 5.2.14. 3:Christian Lacroix. 1995 yılı Paris defilesi. Haute Couture Tasarımı

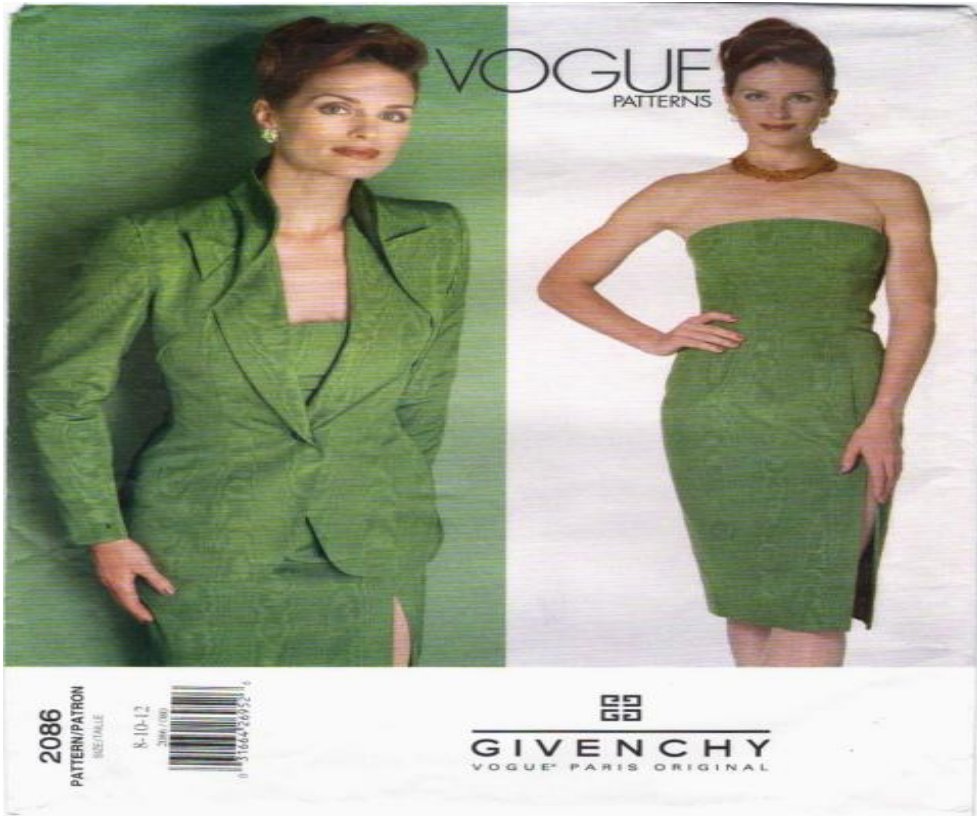
Christian Lacroix, 1995 yılında Paris'te yapılan defilede (Bkz. Şekil 5.2.14. 3) yer almıştır. Tasarımında egzantirik esintiler kendini göstermektedir. İpekli kadife ve dantellerin revaçta olduğu 1995 yılında Lacroix'te koleksiyonunda moda kumaşlara yer vermiştir.

5.2.15. Alexander McQueen

McQueen, “Saint Martis Sanat ve Tasarım Akademisi”ni 1992 yılında bitirmiştir. Düşük bel pantolon çalışması ile moda alanında deprem etkisi yaratmıştır. (Ambrose ve Harris, 2012: 140).

İngiliz tasarımcı McQueen, tavşan derisinden yaptığı giysiler ve kumaşlarda kapitoneyi işleyerek kullanması, her şeyin moda olabileceği imajını oluşturmaya çalışmıştır. 1996’ yılında, “Givency” markasının baş tasarımcısı olarak çalışmalarına devam etmiştir. (a.g.e: 285).

Alexander McQueen, 1998 ve 2002 yılları arasında Givenchy firmasının lisanslı tasarımcısı olarak, Vogue Dergisinde modellerini yayınlamıştır. Bu tasarımlar, McQueen’in çalışmalarını sergilediği alanı oluşturmaktadır. 1990’ların sonlarında “Givenchy” için yedi koleksiyon sunmuştur. 1997’ de yine “Givenchy” için Hazır Giyim koleksiyonlarını da tasarlamıştır. (Pattern Vault, 2011).



Kaynak:<http://blog.pattern-vault.com/2011/07/11/alexander-mcqueen-for-givenchy-vogue-patterns-part-1/15.01.2015/15:32>

Şekil 5.2.15. 1:Givenchy (1998) Straplez Elbise ve Ceket Alexander McQueen

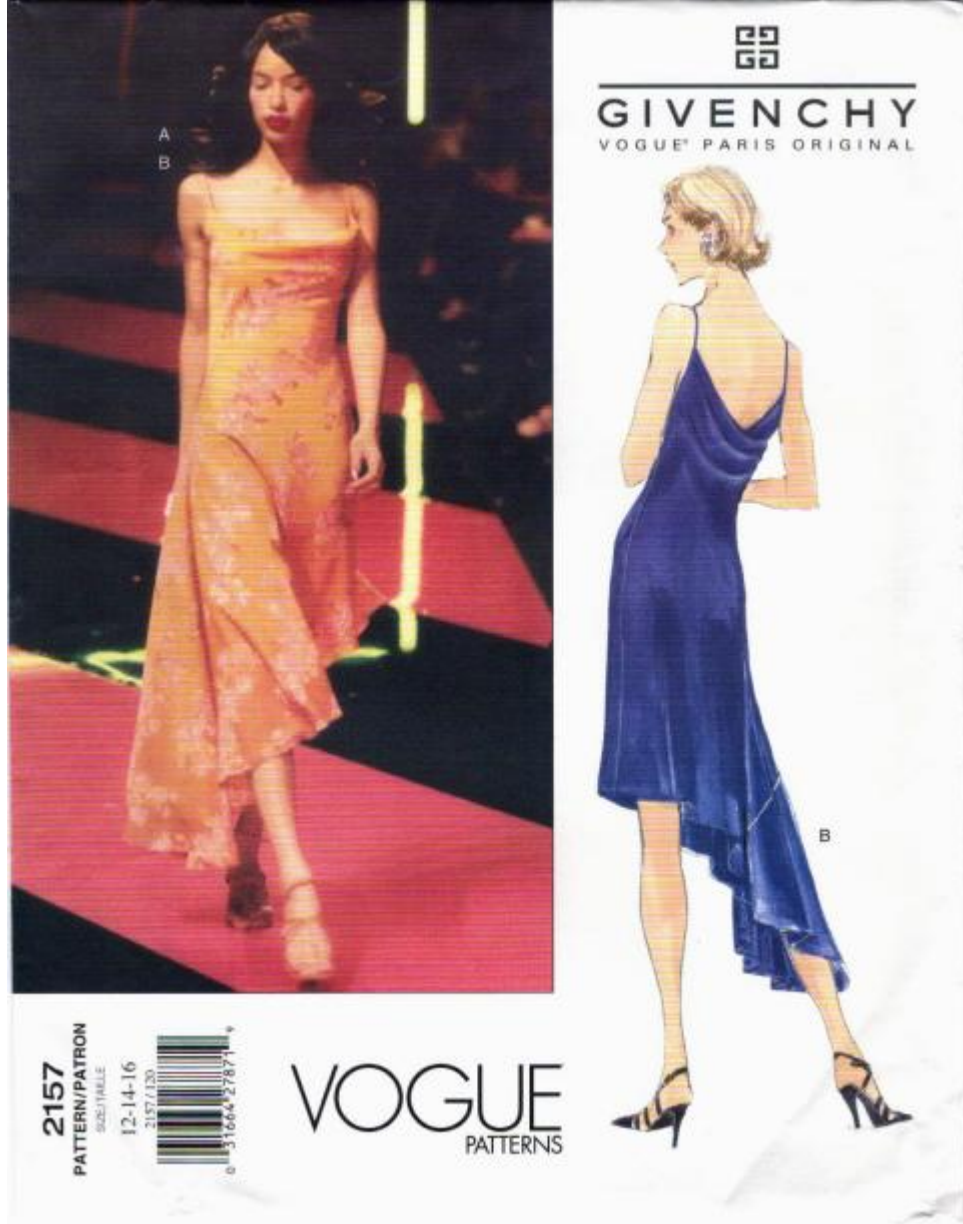
Alexander McQueen tasarımı incelendiğinde (Bkz. Şekil 5.2.15.1); ceket boyu uzunluğu kalça düşüklüğü çizgisine kadardır. Yaka çalışması, McQueen'in farklı bir tasarımcı olduğunun göstergesidir. Bilinen yaka çalışmaları çizgilerine, kendi yorumunu katarak tasarlamıştır. Tek düğme ile kapanan ceket içine aynı renklerde elbise ve elbisenin yırtmaç boyunun uyumu, modelin kalitesini ortaya koymaktadır. McQueen'in askısız elbise modeli incelendiğinde, beldeki pile detayı, yırtmacın yeri ve uzunluğu ile dönemin modasını yansıtmaktadır.



Kaynak:<http://blog.pattern-vault.com/2011/07/11/alexander-mcqueen-for-givenchy-vogue-patterns-part-1/15.01.2015/15:32>

Şekil 5.2.15. 2:Harper's Bazaar Dergisi Mayıs/1997 İpek Krep Elbise- Alexander McQueen-Givenchy Haute Couture. Fotoğraf: Craig McDean Moda Editörü Melaine Ward

Alexander McQueen koleksiyonu, ilkbahar yaz/1997-1998 yılında (Bkz. Şekil 5.2.15.2) “Vahşi Batı” temasını işlemiştir. Givenchy markası için hazırladığı bu koleksiyonu vahşi batıyı yumuşatarak tasarımlarına yansıtmıştır.

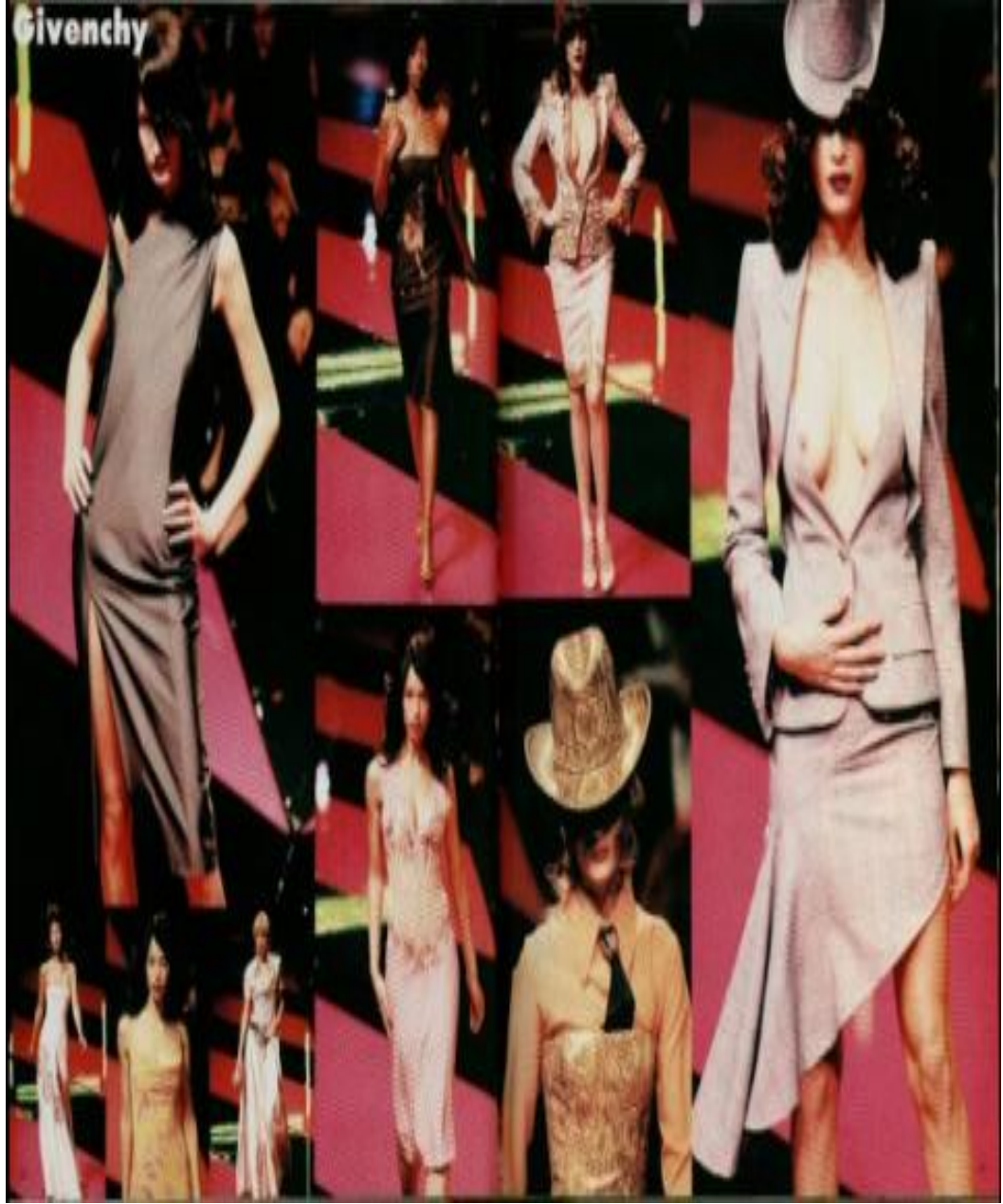


Kaynak:<http://blog.pattern-vault.com/2011/07/11/alexander-mcqueen-for-givenchy-vogue-patterns-part-1/15.01.2015/15:32>

Şekil 5.2.15. 3:Alexander McQueen Givenchy için (1998).Abiye Elbise

McQueen, asimetrik kesim elbisede ince askı kullanmıştır. (Bkz. Şekil 5.2.15.3) McQueen modelinin; ön ve arka dekolteyi degaje çalışmış, canlı renklerle

çiçek baskılarını dizayn etmiştir. Feminenliği vurgu öznesi olarak görüp tasarımlar yapmıştır.



Kaynak:<http://blog.pattern-vault.com/2011/07/11/alexander-mcqueen-for-givenchy-vogue-patterns-part-1/15.01.2015/15:32>

Şekil 5.2.15. 4:McQueen koleksiyonu: (İlkbahar / Yaz 1998).

McQueen koleksiyonu, 1998 ilkbahar ve yaz aylarında (Bkz. Şekil 5.2.15.4) asimetrik kesimli elbiseler ile tasarladığı yine önceki koleksiyonlarının etkisinde kalarak, vahşi batının başlık çizgilerini kullandığı görülmektedir. McQueen

koleksiyonunun detayları incelendiğinde; kalça dūřüklüğü çizgisine kadar tek sıra düğmeli ve derin dekolteli ceketlerin tasarlandığı ve etek boylarının diz üstünde tasarlandığı, elbiselerde asimetrik çizgiler taşıdığı, ipek kumaşların ışıltısı ile koleksiyonunun estetiğini bütünleştirdiği gör÷lmektedir.

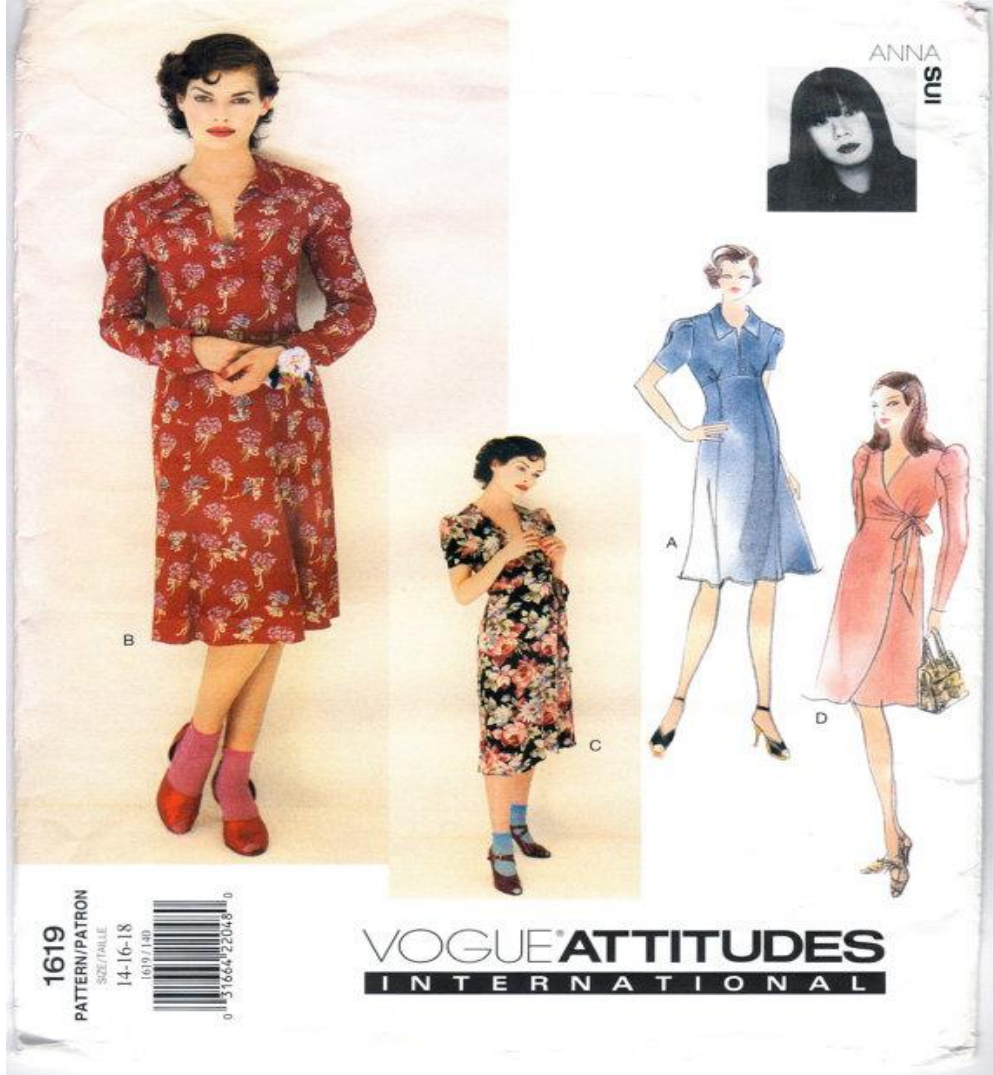
5.2.16. Anna Sui



Kaynak: <http://blog.pattern-vault.com/2013/12/21/anna-sui-vogue-patterns-part-1/15.01.2015/>
15:44

şekil 5.2.16. 1:Patrick Demarchelier: Anna Sui, Harper 's Bazaar, Ağustos 1995 Fotoğraf: Linda Evangelista

Anna Sui (Bkz. Şekil 5.2.16.1) 1995 yılındaki tasarımında, 1930'lu yılların ve 1940'lı yılların koleksiyonlarından etkilenerak tasarımlarını yapmıştır. Anna Sui, erkek yakalı, tek sıra düğmeli boy uzunluğu kalça çizgisinde olan bir ceket ve geniş pililerden oluşan bir etek ile koleksiyonunu tamamlamıştır.



Kaynak: <http://blog.pattern-vault.com/2013/12/21/anna-sui-vogue-patterns-part-1/15.01.2015/15:44>

Şekil 5.2.16. 2:Anna Sui (1995)

Anna Sui'nin, 1995 yılındaki (Bkz. Şekil 5.2.16.2) tasarımlarına bakıldığında omuzlarda pililer oluşturarak şişirilmesini sağlamıştır. Sui tasarımı elbisenin kol uzunluğuna doğru bir daralma olduğu görülmektedir. Çiçek baskılı kırmızı elbisede yine 1940'lı yıllardaki elbiseleri yorumlayarak tasarımını yapmıştır. Çiçek baskılı

kırmızı elbisenin altındaki pembe çorap ve dans ayakkabıları ile bütünleştirilerek eğlence ortamlarında giyilebilecek bir elbise oluşturmuştur. (Pattern Vault, 2011).



Kaynak: <http://blog.pattern-vault.com/2013/12/21/anna-sui-vogue-patterns-part-1/15.01.2015/15:44>

Şekil 5.2.16. 3:Anna Sui (1995)Çizgili Takım Elbise

Anna Sui'nin, (Bkz. Şekil 5.2.16.3) 1995 yılındaki sonbahar koleksiyonunda, Andy Warhola'nın kamuflaj çalışmasından yola çıkarak temasını oluşturmuştur. Sui, siyah deri ve metal düğmeler ile tasarımını kuvvetlendirmiştir. Vücudu saran çizgili takım elbisenin ceketi; çift sıra düğmeli kapama payı ve kalça çizgisine kadar boyu, geniş erkek yaka ile maskülen tasarımı oluşturmuştur.(Pattern Vault, 2011).



Kaynak: <http://blog.pattern-vault.com/2013/12/21/anna-sui-vogue-patterns-part-1/15.01.2015/15:44>

Şekil 5.2.16. 4: Anna Sui (1997) Dantel Elbise

Anna Sui, 1997 yılındaki koleksiyonunda dantel ağırlıklı çalışmıştır. Sui, parmaksız eldiven, tozluk ve boncuklu elbiseler ile koleksiyonunu tamamlamıştır. Günümüz modasında da parmaksız eldivenler kullanılmaktadır. Sui, 1998 yılı bahar ayları için ilhamını sörfçülerden aldığı bir koleksiyon tasarlamıştır. Kalın baskılar, parlak renkler, kova şapka, bali baskı ve tropik plajlarda harcanan günü çağrıştıran

aksesuarları kullanarak, sörfçü alt kültürünün gevşek ruhunu iletmiştir. (Pattern Vault, 2011).

5.2.17. Hüseyin Çağlayan

Hüseyin Çağlayan yaptığı çalışmalar ile Londra'dan dünyaya sesini duyuran , “Türk” asıllı ünlü tasarımcılardan biri olmuştur. 1990'lı yılların sonu ve 2000'li yılların öne çıkan tasarımcılardan biri olmuştur.

Çağlayan, güzel sanatlardan esinlenerek yaptığı tasarımlarında, minimalizm sanat akımına bağlı olarak tasarımlarına yön vermiştir. Kaşmirden tasarımlar oluşturan moda tasarımcısı, İzlandalı sanatçı “Björk”ü giydirmiştir. Çağlayan, modanın çok çabuk eskidiğini ve çabuk geçtiğini ifade ederek, modanın estetik açıdan ve kavramsal olarak gelişmesini düşünen moda tasarımcıları arasındadır. (Ambrose ve Harris, 2012: 143).



Kaynak: Watson. L. (2007).Modaya yön Verenler. Güncel yayıncılık. İstanbul.138. sayfa
Şekil 5.2.17. 1:Hüseyin Çağlayan Kâğıt Elbise

Çağlayan, moda sektörünün bir elemanı olmayı kabul etmemiştir. Tasarımın ötesinde, güzel sanatlar sanatçısı olarak var olma amacıyla çalışmalar yapmıştır. Çağlayan tasarımında; ahşap korse, kalıplandırılmış dirsekli elbise çalışmaları ile dikkatleri üzerine çekmiştir. Çok amaçlı katlanabilir kâğıt elbiseler tasarlamıştır. Çağlayan, İngiltere’de 1999’ yılında yılın en iyi modacısı olarak seçilmiştir. Çağlayan’ın çalışmaları, modağa güzel sanatlar bakış acısıyla yön vermiştir. (Ambrose ve Harris, 2012: 188).



Kaynak: Modanın Tüm Öyküsü. 504.

Şekil 5.2.17. 2:Sözlerden Sonra. 2000 Yılı Kış Hazır Giyim Koleksiyonu

Çağlayan’ın koleksiyonunu şekil 5.2.17.2’ de görüldüğü üzere incelediğimizde; masa, sandalyeler ve mankenlerden oluşan bir konsept görülmektedir. Çağlayan’ın mesajı şekil 5.2.17.3’de okunabilmektedir.



Kaynak: Modanın Tüm Öyküsü. 504.

Şekil 5.2.17. 3: Sözlerden Sonra 2000Yılı Kış Hazır Giyim Koleksiyonu

Duyarlı tasarımcı Çağlayan, kavramsal sanat akımının etkisinde oluşturduğu koleksiyonunda; koltuğu bavula, masayı eteğe dönüştürmüştür. Burada ki çok amaçlı tasarımlarda göçü ve savaşlar sonrası yer değiştirmek zorunda kalan toplumların faydalanabileceği araç gereçlere moda adına gönderme yapmıştır.

5.2.18. John Galliano

Galliano, romantik modacıların başında gelmektedir. Galliano, “Christian Dior” markasının tasarım müdürü olarak çalışmıştır. Tekstil eğitimi görmüş ve çift cinsiyeti tercih eden modacılar arasına girmiştir. 1988 ve 1994’ yıllarında, yılın modacı ödülüne layık görülmüştür. Sanatını icra etmek için ekonomi açısından zor ayakta duruyor. Hayat Galliano ya çok rahat bırakmıyor. Geçim sıkıntıları yaşayan tasarımcı arkadaşlarının evinde kalırken koleksiyonlarını tamamlamıştır. Galliano, mali sıkıntılarından dolayı tasarımlarına yeni pencereden bakmaya başlamıştır. Tasarımlarında maliyeti düşük basit çizgilerden oluşan tasarımlar yapmaya

başlamıştır. Kendi ismini moda dünyasına duyurabilmek için çok zahmet çekmiştir. 1994'te yaptığı koleksiyonla adından söz ettirmiştir. Kimonoyu modernize ederek sunmuştur. 1995 yılında Givenchy'nin baş tasarımcısı olmuştur. Sonraki yıllarda "Dior" markası için tasarımlar yapmıştır. (Ambrose ve Harris, 2012: 236).



Kaynak:fashiontv magazin dergisi. Sonbahar 2010

Şekil 5.2.18. 1: John Galliano 2010 Sonbahar/Kış koleksiyonu

Galliano, 2010 sonbahar/kış koleksiyonunda hayvan severlerin eleştirilerine rağmen kürk tasarımlarına yer vermiştir.



Kaynak:<http://blog.pattern-vault.com/2011/08/01/john-galliano-for-givenchy-vogue-patterns/15.01.2015/15:03>

Şekil 5.2.18. 2:Elbise by Givenchy Haute Couture by John Galliano. Vogue, Şubat 1996

John Galliano, “Givenchy” markasının tasarımcısı olarak beyaz çift katlı elbiseyi tasarlamıştır. (Bkz. Şekil 5.2.18. 2) Juliet kollu ve pilili elbise tasarımıdır. Juliet kollu elbise 1996’lı yılındaki sadeliğin örneğini oluştururken elbisenin göğüs altından açılımlı çalışılarak rahatlığı da sergilemektedir. (Pattern Vault, 2011).

5.2.19. Guy Laroche



Kaynak: <http://blog.pattern-vault.com/2012/02/06/herve-l-leroux-herve-leger-for-guy-laroche-vogue-patterns-part-1/15.01.2015/15:31>

Şekil 5.2.19. 1: Guy Laroche Hilary Swank, Miss_fashionmix aracılığıyla 2005.

Guy Laroche Koleksiyonları, 2005 yılındaki “Oscar” ödül törenlerinin, tercih edilen kıyafetlerin tasarımcısı olarak modaya yön veren etken olmuştur. Guy Laroche, koleksiyonların da ipek, viskon gibi kumaşları kullanmıştır. Vücudu saran jarse kumaşları elbise tasarımında tercih etmiştir. Guy Laroche, tasarımlarını güçlü koleksiyonlar ile sunmak için çizgisine dikkat etmiş moda tasarımcıları arasında yer almaktadır. Siyah, beyaz, lacivert ve bordo renklerini gece elbiselerinde kullanmıştır. Modellerinde doğal makyaj tercih etmiş ve aksesuar kullanımında minimalizm

ilkelerini tasarımlarında yansıtmıştır. Guy Laroche, tasarımları üç mevsim sonrada müşterileri tarafından tercih edilmiştir. (Pattern Vault,2011).



Kaynak:<http://blog.pattern-vault.com/2012/02/06/herve-l-leroux-herve-leger-for-guy-laroche-vogue-patterns-part-1/15.01.2015/15:31>

Şekil 5.2.19. 2: Guy Laroche Hazır Giyim, İlkbahar / Yaz 2005 L'Officiel 1000 model dergisi

Guy Laroche'nin 2005 yılında hazırladığı bahar koleksiyonunda, akşam giyilen özel tasarımları ile plajda giyilen tasarımları l'officiel dergisinde yayınlanmıştır. Tasarımlarında (Bkz. Şekil 5.2.19) vücudu saran feminen bir görüntüde çizgiler yer almaktadır. Renk kombinasyonlarına bakıldığında sütlü kahve, ekru, turuncu, çikolata kahvesi ve sütlü renkler ön planda yer almıştır.

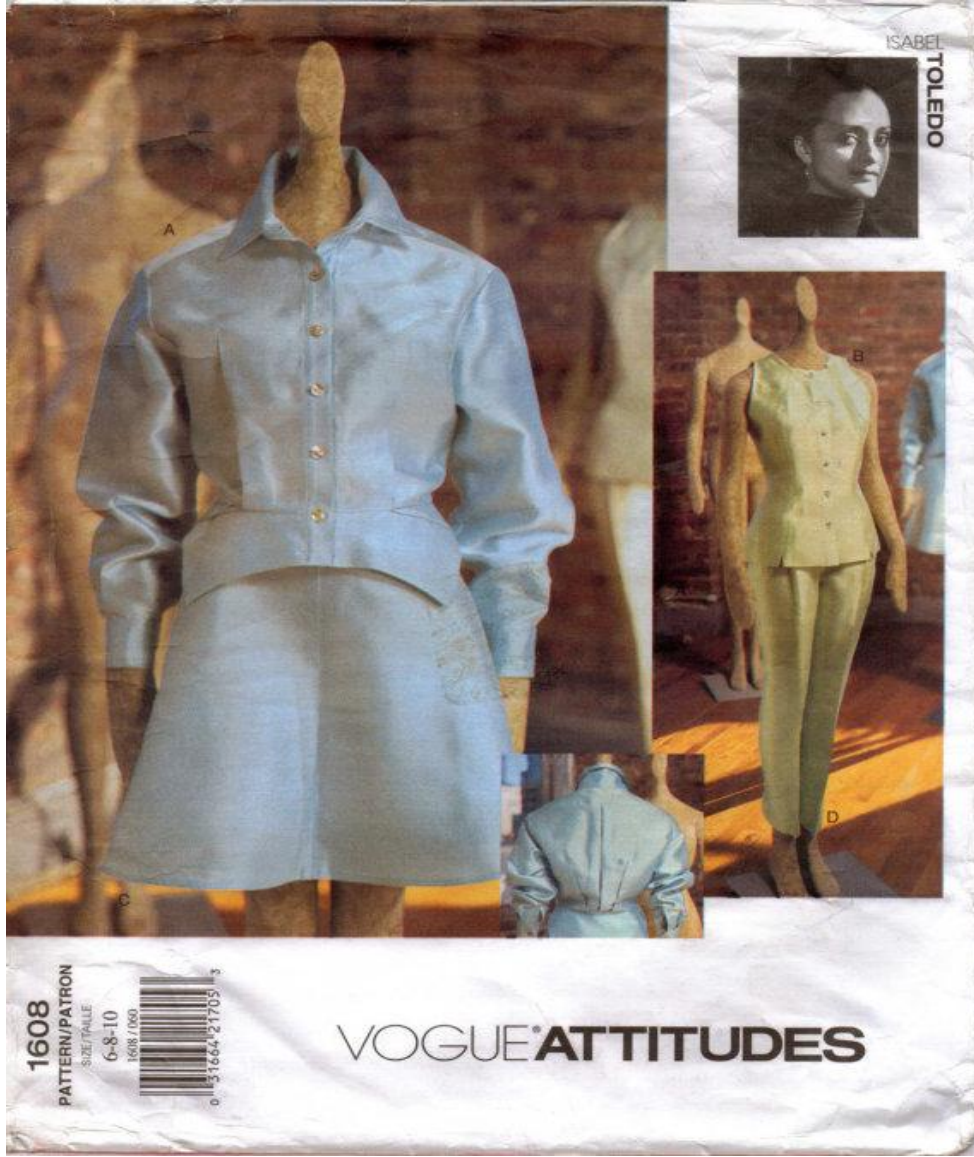
5.2.20. Isabel Toledo



Kaynak: <http://blog.pattern-vault.com/2012/11/08/isabel-toledo-vogue-patterns/15.01.2015/15:45>

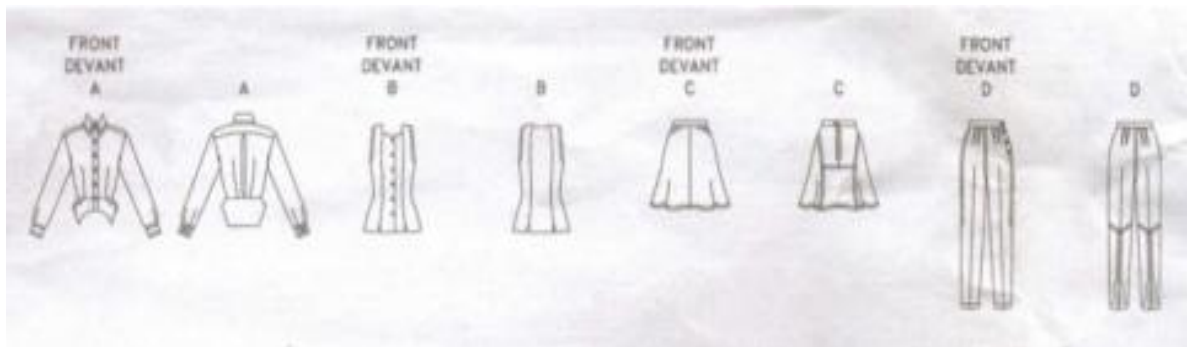
Şekil 5.2.20. 1:Şerit Rulo Elbise (2009) Isabel Toledo

Isabel Toledo, Küba asıllı Amerikalı tasarımcıdır. “Radikal Klasisist” adı ile anılmaktadır. Parlak tasarımları ile öne çıkan moda tasarımcısı Amerika Birleşik Devleti Başkanının eşi, Michelle Obama için özel tasarımlar yapmaktadır. Toledo, kendini terzi olarak ifade etmektedir. Balenciaga, Grès ve Vionnet gibi usta modacılar tarafından oluşturulan, “Art Kostüm Enstitüsü Metropolitan” da gönüllü çalışmaları yer almaktadır. Bu çalışmaları, tasarımcıyı etkilemiş ve gelişimine katkı sağlamıştır. (Pattern Vault,2011)



Kaynak: <http://blog.pattern-vault.com/2012/11/08/isabel-toledo-vogue-patterns/15.01.2015/15:45>

Şekil 5.2.20. 2: Isabel Toledo 1995 Vogue Dergisi



Kaynak: <http://blog.pattern-vault.com/2012/11/08/isabel-toledo-vogue-patterns/15.01.2015/15:45>

Şekil 5.2.20. 3: Isabel Toledo 1995 Vogue Dergisi. Teknik Çizim

Isabel Toledo (Bkz. Şekil 5.2.20.2) 1995 yılında Vogue Dergisi için hazırladığı tasarımında, etek, pantolon, bluz detayında; ayaklı gömlek yaka, normal kapama paylı, arka bedende uygulanan pensler, kendinden astarlı peplum, pilileri ve uzun kollu ceket çalışmıştır. Kuplardan dikişli ve yırtmaçlı model sergilemiştir.



Kaynak:<http://blog.pattern-vault.com/2012/11/08/isabel-toledo-vogue-patterns/15.01.2015/15:45>

Şekil 5.2.20. 4: Isabel Toledo. Katalog Teknik Çizimleri

Toledo'nun, 1994-1995 Sonbahar / Kış koleksiyonu ayaklı elbise (solda), İlkbahar / Yaz 1992 koleksiyonu tanker elbise (sağda), korse detayı ve kalçayı öne çıkaran model özelliği vardır. Isabel Toledo, 1990'lı yıllarda farklı yaklaşımı ile moda yön veren tasarımlarında daha çok geometrik şekillerle oluşturduğu ürünlere yer vermiştir. Toledo, iki ve üç boyutlu giysilerin oluşumuna 1990'lı yıllarda katkı sağlamıştır. (Pattern Vault,2011).

5.2.21. Pierre Cardin

Cardin, Fransa' nın "Vichy" kentinde bir terzinin yanında çalışma hayatına başlamıştır. 1950'li yıllarda kendi işini kurmuştur. İnce dikiş, yüksek kalite "Haute Couture" koleksiyonu hazırlamıştır. İlerleyen yıllarda butiğini açmıştır. Cardin, Japonya da ün salmış bir tasarımcıdır. 1981 yılında Çin de galeri açarak dünyada ilklerin sahiplerinden biridir. Cardin'in en büyük hayali, ayda bir butik açmak olduğunu yaptığı röportajlarda dile getirmiştir. Yüzlerce ülkede lisanslı ürünleri mağaza vitrinlerinde yerini almaktadır. (Ambrose ve Harris, 2012: 182).

5.2.22. Vera Wang

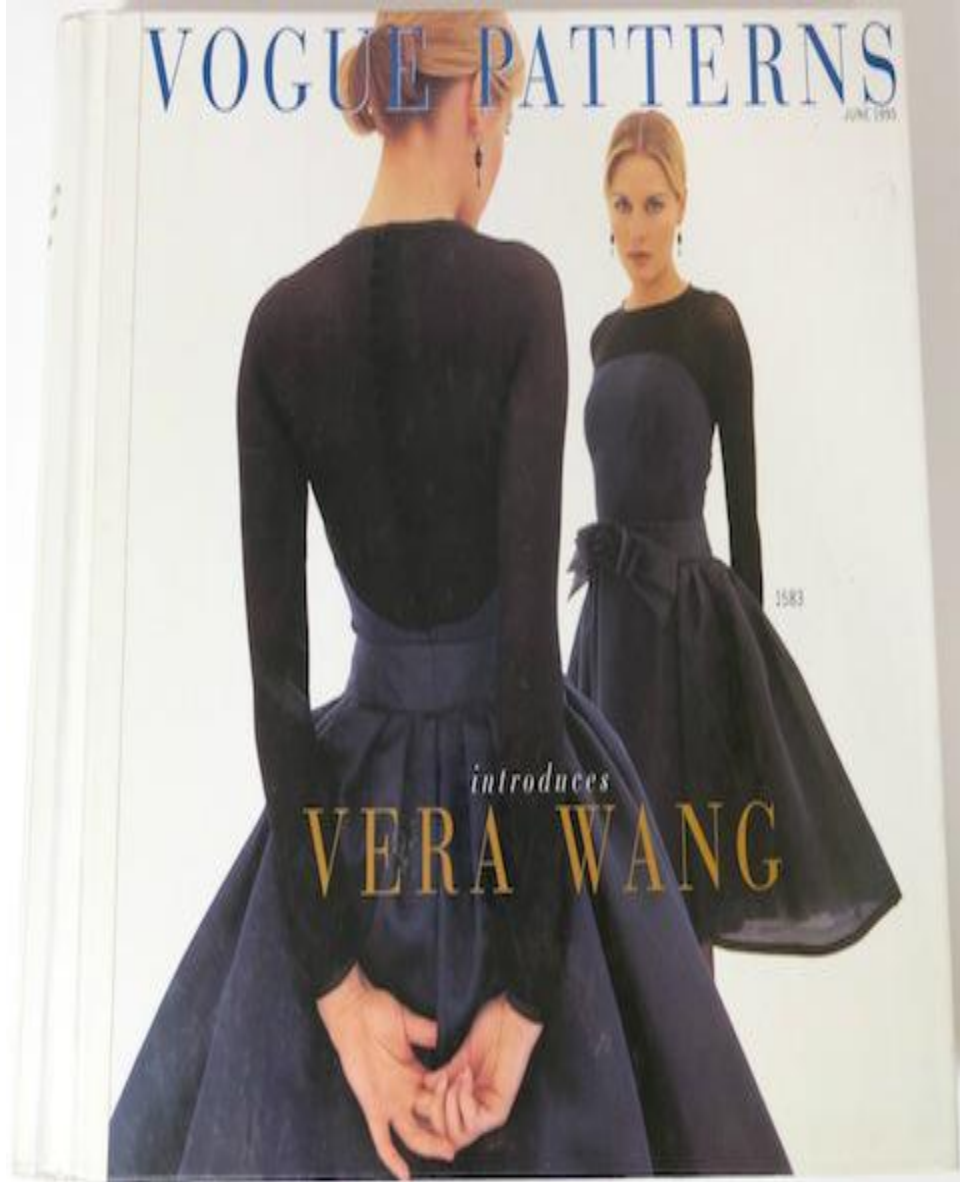
Vera Wang CFDA' de Geoffrey Beene Yaşam Boyu Başarı Ödülü ile onurlandırıldı. Wang, o 1990 yılında New York'ta kurulan butik gelinlik ile başlayan bir perakende imparatorluğu inşa etti. 21. yüzyılda 1990'ların ortalarından itibaren Vera Wang lisanslı elbise modellerini. Şirket Vogue Desenler dergisinin Mayıs / Haziran 1995 sayısında Vera Wang tanıttı. Kapak (Bkz. Resim 5.2.22.1) Vogue, bir Vera Wang tasarımı gösterilmiştir.



Kaynak:<http://blog.pattern-vault.com/2013/06/04/vera-wang-vogue-patterns/15.01.2015/15:51>

Şekil 5.2.22. 1: Vogue Patterns Magazin Dergisi, Mayıs 1995. Vera Wang

Vera Wang, tasarımlarının ilk serisini gelinlik modelleriyle oluşturmuştur. Gelinlik tasarımlarını, uzun kollu ve diz üstü elbise detaylarıyla çeşitlendirmiştir. Üst bedende streç korse ve korse oluşumunda balenleri kullanmıştır. (Pattern Vault, 2011).



Kaynak: <http://blog.pattern-vault.com/2013/06/04/vera-wang-vogue-patterns/> 15.01.2015/
15:51

Şekil 5.2.22. 2: Vogue Patterns Magazine, Mayıs 1995. Vera Wang

Wang, (Bkz.Şekil 4.2.22.2) incelendiğinde; siyah ve lacivert renkleri bir arada kullanarak moda otoritelerinin tezinin tersine tasarımlar oluşturmuştur.

5.2.23. Rifat Özbek

Özbek, 1953 İstanbul doğumludur. Tasarımcı, mimarlık eğitimi için yola çıkmıştır. Londra’da Saint Martins Sanat ve Tasarım Akademisinde eğitim almıştır. Rifat Özbek, Fas’a özgü renk ve desenleri kullanarak tasarımlar yapmıştır. Özbek’in tema yorumlarında; dozu çok iyi ayarlayabilen, zevke, yeteneğe ve bilgiye sahip sanat izine rastlanmaktadır. (Ambrose ve Harris, 2012:325)



Kaynak: Milliyet Gazetesi. Kadın Moda. Örgü 1995. Sayfa 51

Şekil 5.2.23. 1: RIFAT ÖZBEK 1995 LONDRA KOLEKSİYONU

Türk asıllı modacı Rifak Özbek, Avrupa’yı kendi esintileriyle etkisi altına almış modacılarıdır.

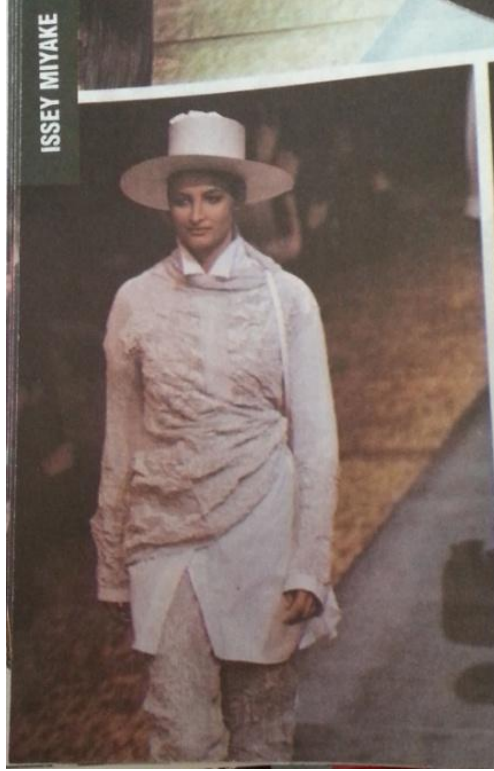
5.2.24. Issey Miyake



Kaynak: Milliyet Gazetesi. Kadın 1995. Sayfa 38

Şekil 5.2.24. 1: Issey Miyake 1995 Milano Defilesi

Issey Miyake, Japon moda tasarımcısıdır. Tasarımlarına başlamadan önce temasını belirler ve ona göre elbiselerini tasarlar. Elbiselerinde manastır izleri taşır. Bütününe bakıldığında anlaşılması güçtür. Her şeyi sorgulaması tasarımlarına da yansımıştır. Guy Laroche ve Givenchy markalarıyla çalışmıştır. (Watson, 2007: 304).



Kaynak: Milliyet Gazetesi. Kadın 1995. Sayfa 38

Şekil 5.2.24. 2: Issey Miyake 1995 Tasarımı.

Issey Miyake 1995 yılı Paris, “Hautue Couture” defilesinde doğal kumaşlardan hazırladığı ilginç koleksiyonu ile yer almıştır. Gösterişli elbiseler ile katılan modacıların bakış açısında farklılık yaratan Miyake, şıklığın doğal liflerden elde edilmiş kumaşlarla olabileceğini vurgulamıştır.

5.2.25 Yves Saint Laurent

Saint Laurent 1966 yılında ortağı Pierre Perge ile moda evini kurmuştur. Hazır giyim ürünlerinin ilk Paris’te ki mağazasında satışa sunmuştur. 2007 yılında “Grand officier de la Legion d’honneur” nişanı verilmiştir. 2008 yılında vefat etmiştir. (Fogg, 2013: 361)



Kaynak: Milliyet Gazetesi. Kadın 1995. Sayfa46

Şekil 5.2.25. 1:Yves Sant Laurent 1995 Milano Defilesi.

Dünya markası olarak bilinen, “Yves Saint Laurent” yıllar içinde farklı modacılar ile çalışarak tasarımlarını sunmaya devam etmiştir. Yetenekli tüm modacılar bu marka ile çalışıp tasarımlarının uluslar arası boyuta taşımak isterler. Yves Saint Laurent’ da çalışan tasarımcılar çanta üzerine yaptığı tasarımlar ile de alıcıların dikkatlerini çekmektedirler.

5.3. 1980-2014 Yıllarında Modaya Yön Veren Terziler

Fransa’da yaşayan terziler tanıdıkları yapımcılara, ünlü sanatçılara veya konulu uluslar arası medya’da ses getirecek yapımlarda yer alıp koleksiyonlarının tanıtımı için çalışmışlardır. Günümüzde dünyaca ünlü marka ‘Jean Paul Gaultier’ halen, dünyaca kabul görüp ses getirecek projelerle kostüm üretmektedir. (Waquet ve Laporte,2011: 53)

1980’li ve 1990’lı yıllarda ünlülerin terzilerden giyindikleri dönem olmuştur. Günümüzde ise modacılarını, kendi tarzlarına, eğilimlerine, stillerine uygun olanını seçip modayı takip ettikleri görülmektedir.

1980 ve 2000 yılları arasında hazır giyim sektörünün hızlı yükselişi terziliğin kaybolma tehlikesi ile karşı karşıya kalmasına sebep olmuştur. 2000’li yıllardan sonra terziler yeniden önem kazanmaya başlamıştır. Hazır giyimin vücut ölçülerini standartlara göre çalışması farklı vücut tiplerindeki insanlarda sorun oluşturmuştur. Modern çağlarda bireyselliği öne çıkması ile moda da yeniden terziliğin öne çıkmasını sağlamıştır. Ismarlama giysi üretim maliyeti hazır giyim seri üretim maliyetinden oldukça fazladır. Maliyet unsuru modaya yön veren etkenlerdendir.

5.3.1 Jean Cacharel (1932)

Cacharel, erkek terzisi olarak bilinir. Mesleğe modelistlik ve (stilistlik) giyimçizerlik yaparak başlamıştır. İlerleyen yıllarda kadın terziliği de yapmıştır. Terziliğin ivme kaybettiği ve bütün ilginin Hazır Giyime yöneldiği yıllarda kendi şirketini kurmuştur. Genç müşterilere yönelik tasarımlar yapmış, geleneksel

kıyafetleri modernize etmiştir. Cacharel, spor ve rahat kıyafet tarzlarının tasarımcısıdır. 1994'lü yıllarda çocuk giyimi, kot ve erkek giyimi yanında parfümleriyle piyasalarda yerini almıştır. (Ambrose ve Harris, 2012:178)

5.3.2.Fevziye Çamer

Çamer, gemlikte dünyaya gelmiştir. Konservatuar eğitimi almıştır. Terziliğe İstanbul'da başlayan Çamer, Erkan Özermanla birlikte "Best Model Of the World" de yarışmacıların kostümlerini hazırlamaktadır. En son 2012 Best model yarışmacı kızlarını gelinlikleri ile giydirmiştir.

Çamer için terzi, elindeki kumaşı kesip, prova yapandır. Tasarımcı ise ürünlerini çizgisiyle şekillendirendir. Tasarlama ve dikme bir bütünlük içindedir. Giyimçizerlerin dikiş bilmemesi hatalara neden olmaktadır. Dikiş bilmeyen giyimçizerlerin kıyafetteki kupların ve penslerin dikiş yerlerini tam oturtamadığı da görülmektedir.(Onur, 2004: 223).

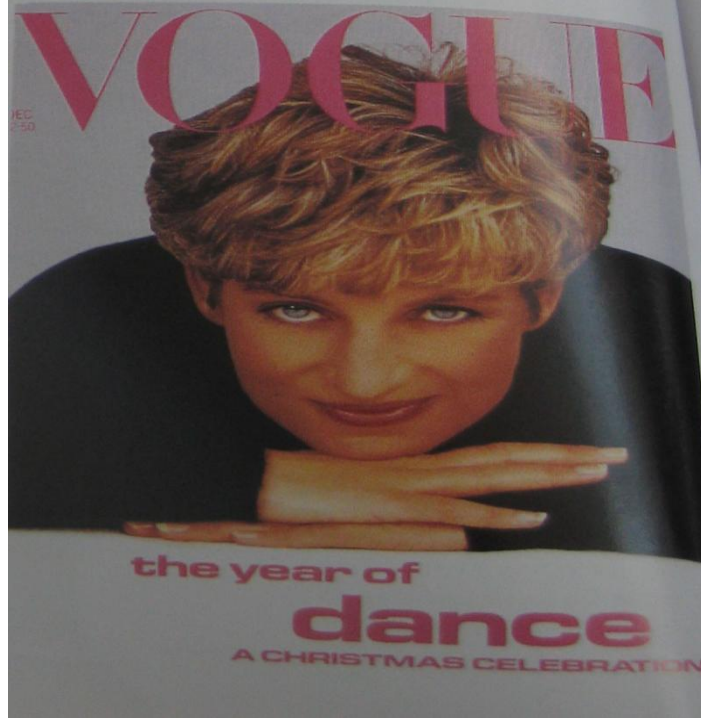
5.4. 1980-2014 Yıllarında Modaya Yön Veren Kadınlar

XX. yüzyıl moda düzeninde kadının ait olduğu toplumsal yapıdaki yeri göstermek için yine kadınlar için farklı giyim modelleri tasarlanmıştır. Tasarımcılar arasındaki uyum açısından bakıldığında, özellikle biçim açısından incelendiğinde, değişimin ve yeniliğin kaçınılmaz olduğu izlenmiştir. Farklı stillerin yayılma süreci kişilerin yaşam koşullarında nasıl rahat hareket edebilecekleri düşünceleri öne alınarak, tüketim toplumlarında rol modellerin seçimi "Sınıf Modası" kavramının varlığından söz ettirmektedir. Sınıf Modası modacıların ve tasarımcılarında arasındaki gizli uyuma işaret etmektedir. (Crane. 2003: 177)

Toplumsal rol model olan dünya çapında birçok isimden söz edilebilir. Öncelikle toplumun belli bir kesiminin dikkatini üzerinde toplayan, davranışlarıyla, giydikleriyle hatta ailesine verdiği değere kadar birçok edimi örnek alınıp taklit edilen rol model kadınlar bulunmaktadır. Bu rol model kadınlar günümüz teknolojisinin etkisinde ışık hızı ile tüm davranışları yüzlerce ülkelerdeki takipçileri tarafından izlenmektedir. Özellikle magazin programlarının yaptıkları yayınlar, rol modellerin oluşumuna katkı sağlamaktadır. Sanatçılar, devlet liderlerinin eşleri, zengin ailelerin çocukları ve çizgileri olan tasarımcılar toplumu etkileyerek moda yön vermişlerdir.

5.4.1. Leydi DİANA

Leydi Diana, İngiltere Kraliyet ailesine 1980 yılında Prens Charles'la yaptığı evlilikle katılmıştır. İngiltere dışında bütün dünyanın dikkatini üzerinde toplamıştır. Pembemsi yanakları, utangaç görüntüsü ile İngiltere de romantik moda akımının rol modeli olmuştur. Leydi Diana'nın, Vogue Dergisinde kapak fotoğrafı incelendiğinde (Bkz. RESİM 4.5.1.1) ; İngiltere sarayı prensesinin, boğazlı bir balıkçı kazak ile poz vermesi sarayın giyim tarzında sadeleşmeye gidildiğinin göstergesidir. İngiliz kadınlarının ikonu olan, “Leydi Diana” diğer ülkelerde de kıyafetleri ile takip edilen bir rol model olmuştur.



Kaynak: Watson. L. (2007).Modaya yön Verenler. Güncel yayıncılık. İstanbul.134. sayfa
Şekil 5.4.1. 1:LEYDİ DİANA – VOGUA



Kaynak: <http://blog.pattern-vault.com/2014/06/17/the-fantastic-mr-fox-style-patterns-by-frederick-fox/15.01.2015/14:58>

Şekil 5.4.1. 2:Diana, Galler Prensesi İtalya Kraliyet Ailesi, 1985. Frederick Fox Şapkaları

Leydi Diana, Frederick Fox'un şapka tasarımlarını kullanmıştır. 1985'li yıllarda uzay ile ilgili çalışmaların revaçta olması ve Prenses Diana (Bkz. ŞEKİL 5.4.1. 3) uzay stili şapkayı kullanarak çalışmalara dikkat çekmiştir.



Kaynak:<http://blog.pattern-vault.com/2013/11/03/bruce-oldfield-style-patterns/15.01.2015/15:37>

Şekil 5.4.1. 4:Prenses Diana 1985. Resim. bruceoldfield.com.

Bruce Oldfield 1980 yılında, Prenses Diana için tasarım yapmaya başlamıştır. Bruce Oldfield; Kuzey Amerika sinemalarında Oliver Hirschbiegel yönettiği "Diana" filminin galasında, Galler Prensesi Diana'nın giydiği kadife elbise (bkz. Resim 5.4.1.3) görülüyor.

5.4.2. Vivienne Westwood

Westwood, 1941 İngiltere doğumlu en sıra dışı tasarımları ile adından günümüzde de söz ettiren kadınlar arasına girmiştir. Westwood, devrimci bakış açısıyla ve fikirleri ile farklı bir kadın olduğunu açıkça göstermektedir. Dünya ya kazandırdığı farklı tarzlarla anılmaktadır. Bunların başında 1980’lerde punk modası yer almaktadır. Kıyafetlerin giyim tarzındaki değişiklikler ve farklı kesimler ile moda da vardır. Harrow Sanat okulunda öğrenim görmüştür. Westwood, öğretmenlik yapmıştır. Punk modasının zirvede olduğu dönemde, dönemin gençliğine yönelik tasarımlarında deri ve plastikten oluşan kıyafetleri satan mağazalar açmıştır. İngiliz dokuması yünleri koleksiyonlarında kullanmıştır. Postmodern tasarımlara yer veren tasarımcının ürünleri, ilk anda tepki çekmektedir. Daha sonralarında tasarımlarının taklit edildiği görülmüştür. (Ambrose ve Harris, 2012:383-384)



Kaynak:Milliyet Gazetesi. Kadın 1995. Sayfa 47

Şekil 5.4.2. 1: Vivienne Westwood koleksiyonu

Weswood, İngiliz kimliği ile cinsel politikanın gerçekliklerini keşfederek tasarımlarına yön vermiştir Tarihi kostümlere duyduğu ilgi koleksiyonlarını da etkilemiştir. 18. Yüzyıl erkek kıyafetlerinden aldığı ilhamla parlak kumaşları beğenim kullanılan gruplar tarafından kabul görmüştür. (Orsborne, 2013: 390).



Kaynak: Moda Geçmişten Günümüze Stil Rehberi. Sayfa. 391

Şekil 5.4.2. 2:Westwood 2010-2011 Red Label Koleksiyonu

Weswood Red Label koleksiyonunda, kat kat etekleri ve gergef işlerini kullanarak koleksiyonunu hazırlamıştır

5.4.3. Kate Moss

Moda alanında karşımıza hem manken hem de tasarımcı olarak çıkan stil ikonudur. 2000'li yıllarda pek çok kadın, Moss'un giyimini taklit etmiştir. Günümüzde de giyim ve kuşamı kadınların dikkatini çekmektedir. Moss, klasik modern bir tarzda giyinmektedir. Tarz ve zevk sahibidir. En çok kırmızı renk ile kıyafetlerinin kombinlemektedir. Siyah elbise, kot pantolon ve blazer ceket en çok tercih ettiği giysilerdendir.



Kaynak:www.katemoss.tumblr.com 25.08.2015 17.09

Şekil 5.4.3. 1:Kate Moss Dergi Kapak Resimleri.

5.5.1980-2014 Yıllarında Modaya Yön Veren Teknolojik Gelişmeler

Tüketim toplumlarının, vazgeçilmez harcamalarının başında teknoloji gelmektedir. Teknoloji ürünleri sayesinde iletişimin ve erişimin artması ile bireyler dünyanın her yerindeki; sokak yaşamına, kültürel yaşama ve diğer etkinliklere rahatlıkla ulaşabilmektedir. Tüketim çılgınlığına ulaşan yenedünyanın yaşam biçiminde, bireyler kendi kıyafet tasarımlarını farklı modacıların defilelerini internet aracılığıyla izleyerek, kendi kombinlerini oluşturabilecek seviyelere ulaşmışlardır. Tüketiciler, modacıların ürünlerinin moda olmasının dışında; sokak modası, bilgisayar, internet kanalları, akıllı telefon programlarındaki ileti kanalları aracılığıyla ulaşılabilen yeni bir moda kültürü oluşturmuştur.

1980’li yıllarda Türkiye’de teknolojik olarak renkli televizyonların kullanımı artmaya başlamıştır. Faks kullanımı yeni tanınmaya ve kullanılmaya başlanmıştır. 1980’li yılların sonunda telsiz telefonlarda yayılma görülür. 1993 yılında internet ile dünya tanışmaya başlamıştır. 1996 yılında Japonya tarafından DVD’ler piyasada satışa sunulur. 1998 yılında insan vücuduna mikroçipler yerleştirme çalışmalarına başlanmıştır. (Antmen, 2008:262)

1980’li yıllardaki teknolojik gelişmelerin hız kazanması tekstil de kullanılan makinelerin gelişmesine katkı sağlamıştır. 1990’lı yıllarda “Beymen” firması akıllı makineler ile üretime başlamıştır. Tek fileto cebi makineye yerleştirdikten sonra insan gücüne ihtiyaç duymadan dikebilen otomatik makinelerin kullanımı yaygınlık göstermiştir. Bu makinelerin avantajlarının yanı sıra dezavantajları da bulunmaktadır. Sanat açısından bakıldığında, makinelerin otomatikleşmesiyle üretilen giysi tasarımlarında parmak izlerinin olmaması ürünleri ruhsuzlaştırmaktadır.

Çağımızın hızlı araçları belleğimizde kalması gereken şekillere engel olmaktadır. Araba, tren, uçak gibi araçlar birçok yerin görülmesini sağlamaktadır. Fakat hızlarından dolayı gözün retinasında oluşması gereken iz oluşmamaktadır. Görülenin yaşanılıp bir anı ile bütünleştirilme olasılığını da ortadan kaldırmaktadır. Hız olayların tam olarak algılanılıp üzerinde düşünülüp üretim sürecinde eserler verilmesine engel olmaktadır. Teknoloji çağında belleğe dayanmayan tasarımların ve

sanatsal ürünlerin oluşturulmasını bu açıdan doğal karşılamak gerekir. (Turani,2008:106)

Postmodern sanat akımı savunucularının görüşleri ile Sayın Turani'nin görüşleri karşılaştırıldığında, Postmodernist görüş yeni tasarımların üretilmesinin bittiğini yapılması gereken her şeyin yapıldığını savunmaktadır. Turani'nin teknolojiadaki yaşanan hız'ın yaşanmışlıkların önüne geçtiğini insanların hafızasında iz bırakmaması ile yeni tasarımların oluşmasını güçleştirdiği görüşü örtüşmektedir.

5.5.1. Televizyonun Modaya Yön Veren Etkisi

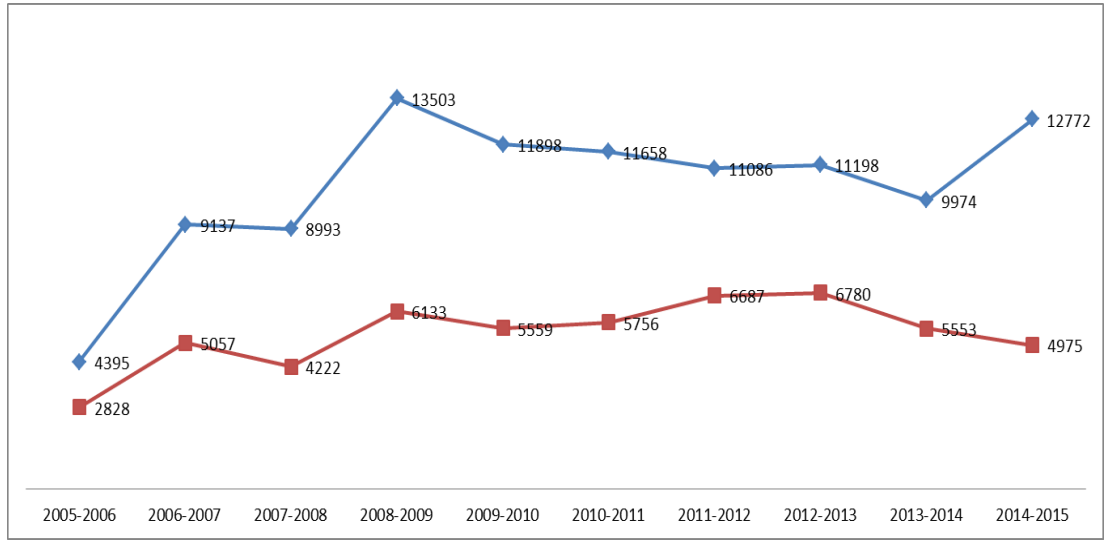
Medya televizyon ve internet aracılığı ile moda faaliyetleri hakkında yayın yapmaktadır. Geçmişte bu tarz moda etkinliklerine seçilmiş birkaç gazeteci veya muhabir davet edilmiştir. Modadaki gelişmeler gazetecilerden sızarak uluslar arası alana aylar sonra yayılmıştır. Günümüzde ise medyanın dikkatini çekmek için büyük moda etkinlikleri yapılmaktadır. (Mesiad, 2009: 63).

Modacıların tasarladıkları yeni ürünleri giyim sanayi, giyim yan sanayi ve tekstil sanayi sahiplenir. Bu sanayiler toplumda suni ihtiyaç oluşması için bir takım faaliyetlerde bulunurlar. Televizyon ve yazılı basın yolu ile modacıların defileleri magazin programlarında ve reklamlar aracılığı ile kitlelere empoze edilerek ihtiyacın oluşmasına ön ayak olurlar. (Barbarosoğlu, 2013: 54)

1980'li yıllarda Türkiye'de renkli televizyonların yaygınlaşması, kanalların artması ve özelleşmesi ile çeşitli programların yayınlanması, dizilerin etkinleşmesi, v moda eğilimlerin filmlerde kullanılması modanın hız almasına ve yurdun dört bir yanında aynı anda izlenilip beğeni veya beğenilmeme duygularının yaşanılmasını etkilemiştir. Dünya genelinde televizyonun Batıda Doğu ülkelerine göre daha erken kullanılması modanın sürecini, diğer ülkelere nazaran daha fazla etkilemiştir.

Günümüzde televizyonların modayı etkisi altına aldığı, moda ait ulusal ve uluslararası kanalların sadece moda programları yaptığı bilinmektedir. Fashion Tv buna sadece bir örnektir. Bazı televizyon kanallarında moda ile ilgili yarışmaların

yapılması gençlerin ve kadınların moda ve modanın detaylarına dikkat çekilmesi sağlanmaktadır. Gözlerden kaçmayan bir detay da moda ile ilgilenen gençlerin ve ev hanımlarının bu programlar sayesinde moda eğitimi veren kurumlara başvurularının artış gösterdiği. İstanbul İsmek örneği incelendiğinde genelini büyükşehir belediyesinin finanse ettiği, Hayat Boyu Öğrenme Genel Müdürlüğü ile yapılan işbirliği ile açılan giyim kurslarına son 10 yılın başvurularında artış kaydedildiği şekil 5.5.1.1.'de görülmektedir.



Kaynak: Melek Çim Eğitim Zümre Başkanlığı Sunumları. 2015.

Şekil 5.5.1. 1: İsmek Giyim Branşı kurslarına son 10 yılda başvuran ve kesin kayıt grafiği.

Televizyon reklamları dizileri ve diğer program yapımcıları, kostüm tasarımcıları, sahne tasarımcıları dünya modasında öne çıkan renk ve modelleri kullanarak kişilere ulaşmayı sağlamış böylece kitleleri etkilemeyi başarmışlardır. Kişiler, etkilendikleri bir dizi oyuncusunun giyimini taklit ederek beğenilerini sergiler konuma gelmiştir. Özellikle magazin haber programlarında ünlülerin stilleri konusuna ağırlık verilerek, toplumda klasik koşullanma yöntemiyle yeni beğenilerin oluşmasına sebep olduğu ve moda yön verildiği görülmektedir.

Batı Avrupa'da özellikle Fransa'da özel ve kamu televizyon kanallarında moda ile ilgili programlara ağırlık verilmiş; moda ve modacıların koleksiyonları ile ilgili konularda, 20 saate yakın programlar yapılmış ve gazetelerde uzun röportajlara yer verilmiştir. (Waquet ve Laporte, 2011: 127)

Gelişmekte olan toplumlarda, batılı toplumların yaşam tarzına ve giyim kültürlerine yaşamak isteyen bu gibi ülkelerin batı toplumlarının ünlü markalarının; tişörtlerin önü arkası veya değişik yerlerinde baskı, nakış ve el işlemleri ile yapılan ürünlerin tercih edilmesi ortak kültüre ulaşım kanalı olarak bir basamak oluşturduğu görülmüştür.

İletişim dilinde kullanılan; kaynak- kanal- mesaj moda da ele alınırsa, kaynak dünyada yaşanan toplumsal, sosyolojik, ekonomik ve psikolojik olaylar. Kanal ise modanın üreticileri; tasarımcı, kumaşçı, aksesuarcı, üretici firma ve tüm katılımcılardır. Mesaj ise toplumları homojenleştiren bir yaklaşımla farklı ülkelerdeki kişilerin aynı tema ve konu etrafında toplamaktır.

Modanın, apaçık bir iletişim kanalı olduğu ve farklı grupları buldukları ortamlarda birleştirdiği gibi işlevlerinin de olduğu bilinmektedir.

5.5.2. Bilgisayar Kullanımının Modaya Yön Veren Etkisi

Teknoloji, dünyanın gelişimini sağlamakta ve sosyal yaşamı da temelden değiştirmektedir. İnsanlar bu güne kadar hiç görmedikleri bir teknolojiyle karşılaşmıştır. Bu teknoloji, insanların hayatlarının her anına yansımaya birlikte en uzak en yakın olmuştur.

Teknolojik gelişmeler, bazı bireyler tarafından ilerlemenin belgesi ve insanoğlunun kurtuluşu olarak savunuluyor olsa da kültürel değerlere önem veren bazı insanlar, sanatçılar, bu görüşü benimsemediler. Teknolojik gelişmeler ürünlerin üzerindeki kişiliği yok etmeye başlamıştır.

Bilgisayarın ürün kalitesine olan katkısı yadsınamaz. Bilgisayar destekli tasarımlarda hata payı en aza indirgenerek üretim yapılabilir. Otomasyon ile üretim aşaması en küçük detayına kadar elektronik ortamda takip edilmektedir. Makineye işlenen koordinatlar doğrultusunda yapılan işlemlerde kontrol çok yüksektir. Kontrol noktasında insanın duyularından daha hassas ölçümler yapmaktadır. Bir elemanın çalışma süresi ile makinenin çalışma süreleri

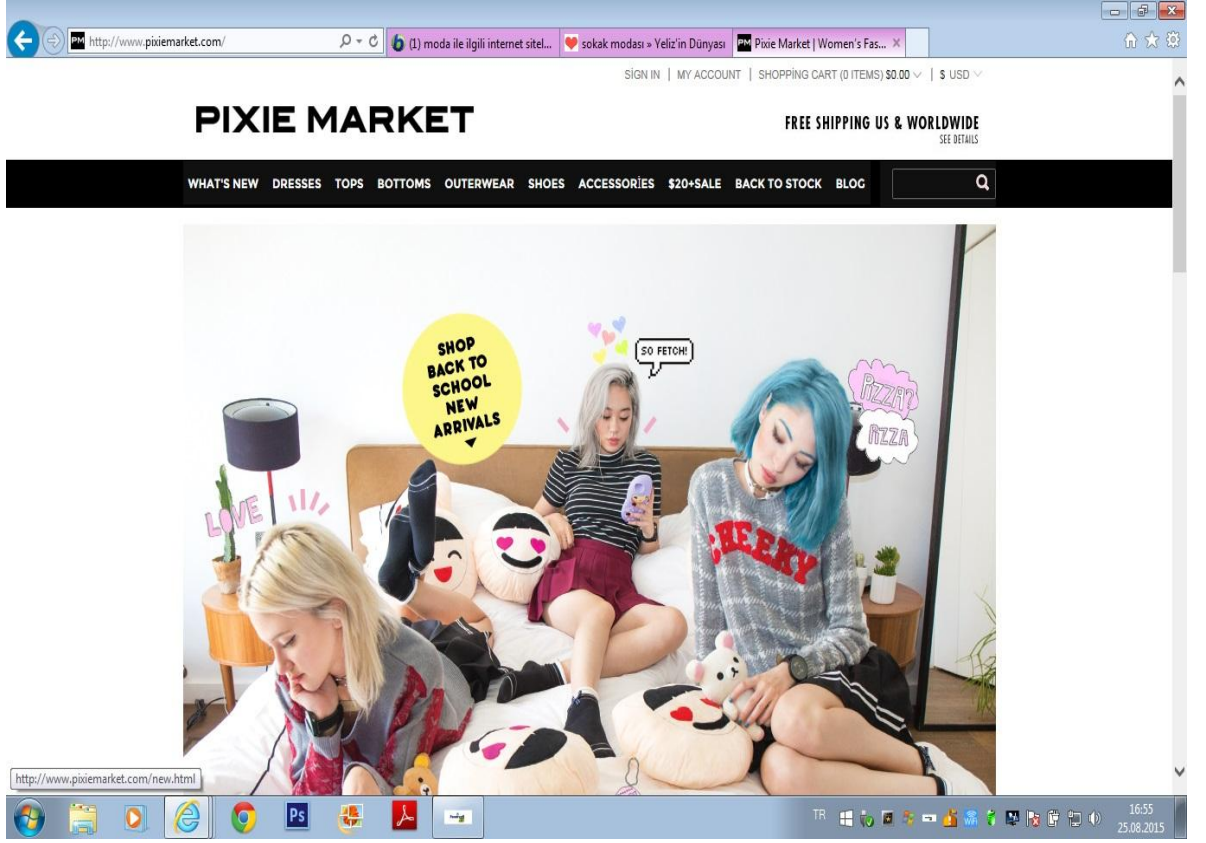
karşılaştırıldığında insanın sekiz saatten sonra hatalarının arttığı ve yanılma payının yükseldiği görülebilir. Makinenin bakım zamanlarının dışında bir yorgunluk söz konusu değildir. Bilgisayar kontrollü makinelerde kontrol belli sürelerde yapıldığından hata payı ortadan kalkmaktadır. (Kırlıdökme, 1993: 4).

Kısa sürede binlerce ürün kesebilen lazer kesim sistemi ile çalışan makineler icat edilmiştir. Tekstil sektörü giyim sanayisinde, üretim kapasitesini arttırmak için kesimhanelerde kullanılan bilgisayar kontrollü kesim robotlarının kullanılması yaygınlaşmıştır. Teknoloji moda ve tekstil sektörüne ivme katmıştır.

5.5.3. İnternet Sitelerinin Modaya Yön Veren Etkisi

İnternet kullanımı, 1999 yılından günümüze yaygınlaşmıştır. Moda ürünlerin alışverişleri, internet yoluyla kolaylaşmıştır. İnternet alışverişi, posta yoluyla yapılan alışverişi gölgelemiştir. Tüketiciler artık elektronik ortamda kataloglardan ürün seçmeye başlamıştır. Bilgisayar, cep telefonu gibi araçlarla elektronik alışverişleri internet sağlayıcıları aracılığı ile rahatlıkla yapılabiliyor. İnternet sağlayıcıları aracılığı ile seçilen ürünler kargo yolu ile kapılarına kadar gelebiliyor. Alıcılar ister yurtiçi ister yurtdışı internet moda sitelerinden ürünlerini seçip rahatlıkla tüketim yapabiliyorlar. (Ambrose, 2012: 285)

İnternet kaynakları canlı olarak veya arşivlenmiş verilerden de erişim sağlanmaktadır. Dünya çapındaki moda ile ilgili müzeleri, sanal olarak gezilebilecek ara yüzü sağlamaktadır. Moda e- bültenlerinin okunduğu, forumlar ve sohbet odalarına erişimin hızının arttığı ve e- ticaret işlemlerinin kolaylıkla yapılabildiği, zamandan ve maliyetten tasarruf edilen bir basamak oluşmuştur. (Müsiad, 2009: 64).



Kaynak: Pixiemarket.com 25.08.2015 16.46

Şekil 5.5.3. 1: Dünyanın En Ünlü Moda İnternet Sitesi

İnternet, moda tasarımcılarının geçmiş yıllardaki koleksiyonlarına erişim, uluslar arası yapılan yarışmaların takibi, eğitim görmek isteyenler için yurtiçi ve yurtdışı eğitim olanaklarının incelendiği ortamları da sağlamaktadır.

5.5.4. Moda Bloklarının Modaya Yön Veren Etkisi

Sosyal medya, kişisel markalaşmanın yerinin oluşturduğu sanal alana “blok” denir. Yöneticine de blogger denir. Blogger, olmak için ilk olarak blogger adayının modayla ilgili ilgi alanını oluşturması gerekir. Sonra moda alanında markalaşabilmesi için sanal ortamdaki sosyal ağlarda aynı domini kullanarak giriş yapmalıdır. Türkiye’deki bloggerlar daha çok facebook, pinterest, instagram ve linkedini kullanmaktadır. Tasarımcılar; pinterest, love desing, cargo internet yazılım programlarını kullanmaktadırlar. Bir bloggerın kişisel web adresi olmalıdır. Türkiye’de en fazla com uzantısı tercih edilmektedir. Blogger adayı web adresini aldıktan sonra oluşturacağı sayfada içeriklerini paylaşmaya başlar. Kendi belirlediği

alanda fikirlerini paylaşabileceği, defileleri eleştirebileceği veya önerilerde bulunabileceği sanal ortam oluşturur. Blogger sayfasında, iletişim sayfası, hakkında sayfasının yanında kendi sosyal ağlarını da sayfasına ekleyebilir. Bloggerlar takipçileri daha kolay ikna edebilmektedirler.

Sosyal medya kendini ifade edebilmeyi ve bilgilerin paylaşabilmesini çok hızlı hale getirmiştir. Sosyal medya ile dijital pazarlama ağıda büyümüş, vatandaş gazeteciliği sosyal medya aracılığı ile gelişmiştir.



Kaynak: www.modameleği.com 25.08.2015 1645

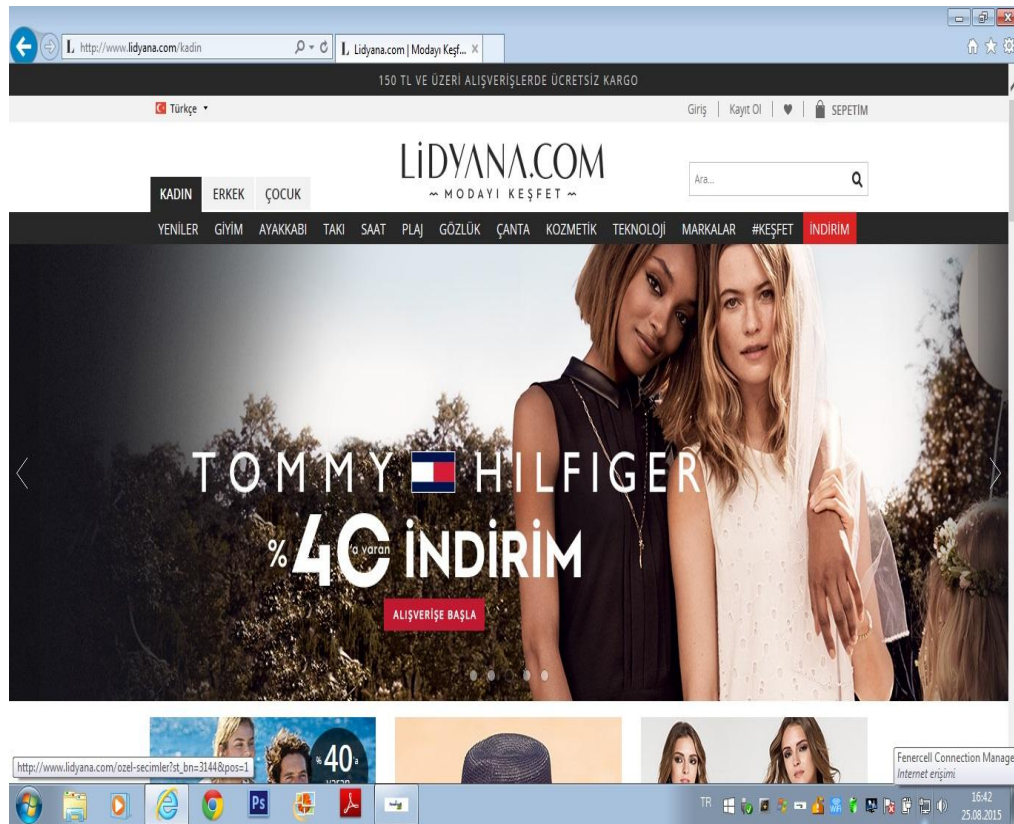
Şekil 5.5.4. 1:Moda Bloğu

Blogger yazarının bir tarzı olmalıdır. Yazılarında tanınmalıdır. Cesur yazılar yazabilmeli ve takipçilerine açıkça düşüncelerini ifade edebilmelidir. Bloggerlar

kendilerine güncel olaylardan hikâye çıkarıp yazabilen kişilerdir. Aynı zamanda tepki almayı göze alan kişilerdir. Bloggerın okuyucu kitlesi oluşabilmesi için her daim zamana ihtiyaçları vardır. Moda bloggerı oluşturduğu kombin ve yazıları ile kitleleri etkileyebilmekte ve moda ürünü için yaptığı övgü veya eleştiriyi var olmaktadır.

5.5.5. E- Ticaretin Modaya Yön Veren Etkisi

E- Ticaret'in yaygınlaşması işsizliğin azalmasına destek olmuştur. İnsanların dükkân kirası ödemedi evlerini ofis olarak kullanması, yasalara ve ticaret kanunlarına uygun şekilde ve daha az giderle ticaret yapmaya başlamalarına destek olmuştur. Büyük ticari şirketler bu işi kendi bünyelerinde kurdukları kadrolar ile yaparken, küçük sanatkârlar daha çok müşteriye ulaşmak için iletişim kanallarını kullanarak ticaret yapmaya başladılar. Günümüzde e ticaret yapan ev hanımları kendi yaptıkları ürünleri kendi pazarlama teknikleri ile müşterilerine arz etmektedirler.



Kaynak: www.Lidyana.com 25.08.2015 16.42

Şekil 5.5.5. 1: Moda E- Ticaret Sitesi

E- ticaret şekli ile sanatkârlar ve tasarımcılar kendilerini; bilişim, fotoğraf ve iletişim tekniklerinde geliştirmek zorunda kaldılar. Bu gelişim sanatlarına katkı sağlamıştır. Türkiye'deki bir moda tasarımcısı, instegram ve pinterest yazılımı aracılığıyla oluşturduğu sanal ortamda, uluslara arası takipçileri oluşturmuştur. Tasarladıkları giysilerin yanı sıra kendi yaşam biçimleriyle de örnek alınan ve taklit insanlar arasına girmişlerdir.

5.5.6. Sokak Modasının Modaya Yön Veren Etkisi

Sokak modası, 2000'li ve 2010'lu yıllar ve sonrasında tüketicilerin artan eğilimini temsil etmektedir. Sokakta giyilen kıyafetlerin, takılan aksesuarların, ayakkabıların veya çantaların tam olarak moda olduğu veya herkesin taşıdığı kıyafet moda'yı temsil ettiğini söylemek ne kadar doğru olur. Bu görüş tartışılıp, moda editörleri, modacılar ve moda ikonları tarafından önümüzdeki yıllarda çözüme kavuşturulacaktır.



Kaynak: <http://www.yelizindunyasi.com/categorysokak-modasipage12> 16.48 25.08.2015

Şekil 5.5.6 1: Siyah Beyaz Sokak Modası 2014

İnce dikişin (Haute Couture) kendilerini gelir seviyelerine göre üst grup zümresinde olduğunu gören insanların taşıdıkları kıyafetlerin özelliklerinden toplumun diğer zümre gruplarına dayatma yapması moda'yı oluşturmamalıdır. Sokak modası bir giyimçilerin ve tasarımcının oluşturduğu koleksiyonların bütünlüğünü oluşturmaz. (Waquet ve Laporte, 2011: 127)

Sokak modası ait olunan toplumda yaşayan bireylerin; psikoloji, sosyo - ekonomi ve coğrafi yaşam şartlarının etkisiyle oluşturdukları kombinlerin sunumundan oluşmaktadır.

5.5.7. Akıllı Telefon Kullanımının Yaygınlaşması

Bilişim alanındaki yenilikler ile 2000'li yıllardan sonra cep telefonlarının yaygınlaşması ve teknolojinin kendini ifade edemeden yeni ürünlerin piyasaya sürüldüğü baş döndürücü hızdaki ilerlemeler ile tüketim arzını arttırmıştır. Son teknoloji akıllı telefonlar, özellikle gelişmekte olan toplumlarda rağbet görmektedir. Bu telefonları kullanıcıların rahatlıkla kullanabilmesi ve ellerinden düşüremeyecekleri düzeyde yazılımların geliştirilmesi ve yüklenmesi ile birlikte dünyanın iki ucu artık birbirine anlık yakınlıktadır. Dubaili bir modacının ürünlerini anlık olarak takip eder hale gelmiştir. Armani markasının çalışmaları, ofisi hayal edilebiliyor. Bu gelişmeler e – ticaretin kapısını aralamıştır. Özellikle kadın giyiminde, genç tasarımcılar kendilerine bir pazar oluşturmuştur.

Cep telefonu uygulamalarının kısa zamanda kitleler tarafından benimsenip yaygın olarak kullanılması, İnstegram uygulamasının herkes tarafından benimsenmesinin nedeni tıka basa dolu dolabımızdaki kıyafetlerimizi gösterme isteğimizin altında aramak gerekir. Farklı marka telefonlardaki uygulamalardan biride, Baler ve kardeşi Merih Herman'ın Fashiontalks uygulamasıdır. Fashiontalks, her gün on kişiye kod verilerek yapılan bir işlemle, paylaşım yapılma hakkından oluşuyor. Özellikle cemiyet hayatının meşhur isimlerinin giydikleri kıyafetleri ve

oluşturdukları kombinleri paylaşımlarıyla, moda yön vermektedirler. (Demirel, 2015:7).

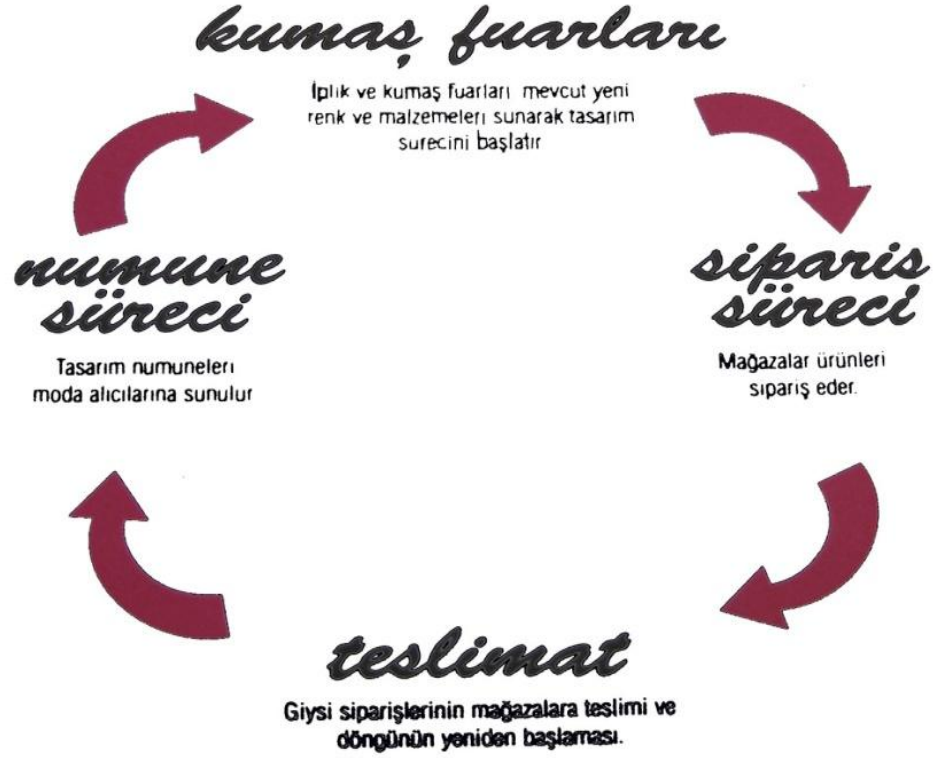
5.6.1980-2014 Yıllarında Modaya Yön Veren Fuarlar Ve Katılımcı Ülkeler

Fuarlar uluslararası kültürlerin etkileşimlerinin gerçekleştiği alanları temsil etmektedir. Fuarların yapıldığı ülkenin şehrinde, diğer ülkelerden gelen katılımcılar ve ziyaretçilerle birlikte ticari canlanma ve hareketlilik yaşanmaktadır. Fuarların düzenlendiği dönemlerde modayla ilgili faaliyetlerde olmaktadır. Ünlü modacıların tasarımlarını sergiledikleri alanlarda renkli görüntüler meydana gelmektedir. (Turgut, 2010).

Fuarların yapılma amacı, üretici ile tedarikçi arasında bir köprü oluşturmaktır. Farklı ülkelerde yapılan fuar organizasyonlarında artık ulaşımın ve iletişimin son teknolojiyle kullanıldığı zaman diliminin yaşanmasıyla, üretici firmaların günümüz modasını ve yeniliklerini yakından takip ettikleri görülmektedir. Fuarlar, üreticiler açısından yeni pazarlar ve kaynaklar için araç olmuştur. Fuarlarda yer alan katılımcılar, sezondan önce kendi gelecek planlarını sağlıklı yapabilmeleri açısından önem taşımaktadır. Fuarı takip eden bir firmanın yöneticisi, hangi ürünü yapıp tasarlayacağı ve hangi zamanda piyasaya süreceğinin planını yaparsa firmasının geleceği ile ilgili sağlam temeller atacak demektir.

Fuar Sezonları için; moda evleri, tasarımcı firmalar, üretici firmalar, tedarikçiler ve modanın diğer birimleri yılda iki kez fuar organizasyonlarını takip ederler. Ocak ayı itibari ile ilkbahar/yaz koleksiyonları, defileler ve çeşitli organizasyonlarla dönemin moda olabilecek tasarımları öne sürülür. Tasarımının bir sonraki Ocak ayında, vitrinde yerini alana kadar ki olan süreç başlar. Sonbahar/kış koleksiyonları Ağustos ayında çalışmaya başlanır. Bir sonraki Ağustos ayında mağaza vitrinlerinde ve tezgâhlarında yerini alır. Bu döngü (Bkz. Tablo 5.7.1) bir süreç olarak devam eder. (Ambrose, 2012: 231).

Tablo 5.6.1: Ürünün Mağazaya Erişme Döngüsü



Kaynak: Ambrose, G.Haris, P.(2012).Görsel Moda Tasarım Sözlüğü. Litaratür. İstanbul. Sayfa 231

Bir sezonun ürünü mağazalara indikten sonra üreticiler için yeni sezon çalışmaları başlamış demektir. İplik, kumaş, baskı, nakış hazırlıkları çalışılmaya başlanmıştır. Bu araştırmalar 6 aya yakın sürmektedir. İkinci 6 ayda da koleksiyon çalışmaları müşterilere sunulmaktadır. Bunun yanında iki ay, üç ay gibi farklı aralıklarda da koleksiyon hazırlayan firma veya tasarımcılarda bulunmaktadır. Fuarlar yolu ile müşterilere koleksiyonların sunumu için Avrupa’da, Ocak ve Şubat aylarında organizasyonlar yapılmaktadır. Temmuz ve Ağustos ayında kış kreasyonlarının sunulduğu fuarlar organize edilmektedir. Fuarlarda imalat süreci göz önünde bulundurularak 6-8 ay sonrasının kışı veya yaz modası satışı sunulmaktadır. (Gürsoy, 2010: 41-42).

Tablo 5.6.2: Moda Ürün İşlem Tarihleri

DÜNYA MODA TAKVİMİ	YAZ İÇİN		KIŞ İÇİN	
	Normalde	Katalog firmaları için	Normalde	Katalog firmaları için

KOLEKSİYON BAŞLANGICI	Mart başı	Mart başı	Eylül başı	Eylül başı
KOLEKSİYON HAZIRLANIŞI VE BİTİŞİ	1/4-31/7	1/4-31/5	1/10-15/12	1/10-31/10
SATIŞ BAŞLANGICI	01.Ağu	01.Haz	15.Oca	01.Kas
SATIŞLARIN BİTİŞİ	31/8-15/9	30.Haz	1/2-31/3	30/11-15/12
SİPARİŞ DAĞITIMI	15/9-1/10	1/7-15/7	1/4-1/5	15/1-15/2
GERİ SEVKİYAT	31/11-1/2	1/9-31/10	15/6-15/7	31/3-31/5
SATIŞA FİİLİ ARZ	15/2-15/3	1/11-15/12	1/8-15/9	1/6-31/7

Kaynak:Gürsoy, T.2010.GİYİM KÜLTÜRÜ VE MODA. Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri Sendikası. İstanbul

Dünya moda takvimiyle ortak bir moda döngüsünün oluşması için ülkelerin belirlenen tarihler arasında tasarım süreçlerini planlamaları gerekmektedir. Ürünler fason atölyelerde veya koleksiyonları hazırlayan ünlü markalar, çalıştıkları üretici firmalar ile işlem bittikten sonra geri sevkiyatı başlatıyor. Markaların depolarına bitmiş ürün olarak giren koleksiyonlar, mağazalara dağıtımına başlıyor. Ürünler satışa fiili arz edildikten sonra müşteri arz talebi göz önünde bulundurarak tekrar sipariş geçilebilir. Sektörde repete olarak bilinen mesleki terimdir. Ürün termin tarihlerinde işlem akışına göre en fazla bir hafta veya iki hafta kaymalar olabilir.

Tablo 5.6.3: İTKİB FUARLARI - 2013

FUARIN ADI	YERİ	TARİHİ	FUARIN KONUSU
DOMOTEX HANNOVER HALI FUARI	ALMANYA	12 - 15 Ocak 2013	HALI VE YER DÖŞEMELERİ
WHOS NEXT PRET A PORTER PARIS 2013/1	FRANSA	19 - 22 Ocak 2013	HAZIR GİYİM KONFEKSİYON

COLOMBIATEX DE LAS AMERICAS 2013	KOLOMBİYA	22 - 24 Ocak 2013	TEKSTİL
PREMIERE VISION PARIS 2013-1	FRANSA	12 - 14 Şubat 2013	HER TÜR KUMAŞ
CPM MOSKOVA 2013/1	RUSYA FEDERASYONU	26 Şubat - 1 Mart 2013	HAZIR GİYİM VE KONFEKSİYON
MICAM MILANO AYAKABI FUARI 2013/1	İTALYA	3 - 6 Mart 2013	HER TÜRLÜ AYAKKABI
MOSSHOES MOSCOW 2013- I	RUSYA FEDERASYONU	25 - 28 Mart 2013	AYAKKABI VE SARACİYE
ASYA PASİFİK DERİ FUARI HONG KONG 2013	ÇİN HALK CUMHURİYETİ	25 - 27 Mart 2013	HAM / İŞLENMİŞ DERİ, MAKİNA VE KİMYASALLARı
DOMOTEX ASIA CHINA FLOOR 2013	ÇİN HALK CUMHURİYETİ	26 - 28 Mart 2013	HALI VE YER DÖŞEMELERİ
MICAM SHANGHAI FUARI 2013/1	ÇİN HALK CUMHURİYETİ	9 - 11 Nisan 2013	HER TÜRLÜ AYAKKABI, ÇANTA VE DERİ GİYİM
TECHTEXTİL FRANKFURT 2013	ALMANYA	11 - 13 Haziran 2013	TEKNİK TEKSTİL ÜRÜNLERİ
PITTI IMAGINE 2013 - II. DÖNEM	İTALYA	18 - 21 Haziran 2013	HAZIRGIYİM VE AKSESUARLARI

WHOS NEXT PARIS 2013/2	FRANSA	6 - 9 Temmuz 2013	BAYAN HAZIRGIYİM VE AKSESUAR
THE LONDON TEXTILE FAIR 2013 / II	BİRL.KRALLIK(İNGİLTE	17 - 18 Temmuz 2013	TEKSTİL VE TEKSTİL AKSESUARLARI
MUNICH FABRIC START 03-05 Eylül 2013	ALMANYA	3 - 5 Eylül 2013	KUMAŞ
CPM MOSKOVA 2013/2	RUSYA FEDERASYONU	4 - 7 Eylül 2013	BAYAN, ERKEK VE ÇOCUK GIYİM
MICAM MILANO AYAKABI FUARI 2013/2	İTALYA	15 - 18 Eylül 2013	HER TÜRLÜ AYAKKABI
PREMIERE VISION PARIS 2013-2	FRANSA	17 - 19 Eylül 2013	KUMAŞ
THE LONDON TEXTILE FAIR 2013/1	BİRL.KRALLIK(İNGİLTE	23 - 24 Eylül 2013	TEKSTİL ÜRÜNLERİ VE AKSESUARLARI
MOSSHOES MOSCOW 2013	RUSYA FEDERASYONU	23 - 26 Eylül 2013	AYAKKABI VE SARACİYE

KAYNAK: http://www.itkib.org.tr/default.asp?CID=FUAR&urlID=703_6&dropdownid= 01.05.2015
20:24

2013 yılında yurt dışı fuarları kapsamında: Rusya Federasyonu, İngiltere, Fransa, İtalya, Almanya, Çin Halk Cumhuriyetinde gerçekleşen fuar organizasyonlarına Türkiye Cumhuriyeti Tekstil İşverenleri de katılım sağlamıştır.

Dünyanın farklı şehirlerinde çeşitli fuarlar düzenlenmektedir. Bunların başında, “Premiere Vision”; kumaş fuarı gelmektedir. Paris, Milano gibi moda

şehirlerinin yanında yılda iki kez Türkiye’de bu fuar gerçekleştirilmektedir. Ev tekstiliyle ilgili fuarlar Frankfurt ve Türkiye’de düzenlenmektedir.

Tablo 5.6.4: 2014 Yılı İTKİP tarafından milli katılım organizasyonu yapılacak fuar listesi

MİLLİ KATILIMLAR	Birlik	Tarih
Pitti Uomo	İHKİB	07 -10 Ocak 2014
Domotex Hannover	İHİB	11-14 Ocak 2014
Colombiatex Medellin	İTHİB	21-23 Ocak 2014
Who's Next Pret-a-Porter Paris	İHKİB	25-28 Ocak 2014
London Textile Fair	İTHİB	22-23 Ocak 2014
Munich Fabric Start	İTHİB	04-06 Şubat 2014
Pure London	İHKİB	09-11 Şubat 2014
Premiere Vision Paris	İTHİB	18-20 Şubat 2014
CPM Moskova	İHKİB	25-28 Şubat 2014
MICAM Milano	İDMİB	02-05 Mart 2014
Mosshoes Moscow	İDMİB	24-27 Mart 2014
Domotex China Asia Floor	İHİB	25-27 Mart 2014
CHIC Pekin	İHKİB	26-29 Mart 2014
APLF Hong Kong	İDMİB	31 Mart-02 Nisan 2014
Pitti Uomo	İHKİB	07 - 10 Haziran 2014
Who's Next Pret-a-Porter Paris	İHKİB	3-6 Temmuz 2014
London Textile Fair	İTHİB	16-17 Temmuz 2014
MICAM Milano	İDMİB	31 Ağustos-3 Eylül
CPM Moskova	İHKİB	03-06 Eylül 2014
Munich Fabric Start	İTHİB	02-04 Eylül 2014
Mosshoes Moscow	İDMİB	9-12 Eylül 2014
Lineapelle	İDMİB	10-12 Eylül 2014
Premiere Vision Paris	İTHİB	16-18 Eylül 2014

Kaynak: http://www.itkib.org.tr/default.asp?CID=FUAR&urlID=703_6&dropdownid=01.05.2015
20:24

İstanbul Tekstil Hazır Giyim İhracatçıları Birliğini duyurusuyla,(Bkz. Tablo:5.6.4) devlet desteğiyle 2014 yılında gerçekleşen fuar organizasyonlarının tarihleri verilmiştir. Paris, Moskova, Milano, Hong Kong, Pekin, Londra, Münih, Kolombiya, Hannover ve Newyork’ta tekstil ve moda ile ilgili fuarlar düzenlenmektedir. Türkiye’de İstanbul, İzmir başta olmak üzere fuarlar düzenlenmektedir. İzmir fuarları gelinlik ithalat ve ihracatçıların odağı haline gelmiştir.

Fuar organizasyonlarında marka ve fason üreticilerin buluştukları toplantılar yapılmaktadır. Giyim Sanayicileri Derneği'nin her yıl düzenli olarak gerçekleştirdiği moda konferanslarının yanı sıra iş birliktelikleri için toplantılarda organize etmişlerdir.

6.BÖLÜM

SONUÇ

6.1 ÖZET

Modanın kesin bir tanımını yapmak oldukça zordur. Çünkü moda zamana karşı direnememektedir. Moda süreçte birçok yan anlamı da içinde barındırmıştır. Moda değişik toplumlarda farklı sonuçlar meydana getirmiştir. Toplumların gelenekleri, görenekleri ve kültürleri modayı etkisi altına almayı başarmıştır. Moda genel anlamda belli dönemde en çok tercih edilen popüler bir tarzdır. Moda o dönemin sertifikasıdır. Moda tarihçileri, dönem incelemelerinde yaşanan toplumun giyim tarzı ile sosyoloji araştırmalarına dikkat ederek çalışmalarını tamamlamaktadırlar.

Moda, giyim kuşam olarak ele alındığında vücudu çeşitli nedenler ile korumak ve sarmak amacıyla toplumun onayladığı kıyafetlerle örtmek manasına gelmektedir. Modern çağda moda, çok hızlı değişen bir seyir izlemektedir. Moda sosyal iletişimin bir parçasıdır. İnsanların buldukları mevkilerinin de nişanıdır.

Moda, yüzyıllar boyunca tarihte yaşanan olaylarla etkileşim içinde olmuştur. Hızlı modanın, 1879 da ki Fransız ihtilal'ı ile başladığını ifade edebiliriz. İhtilal'a kadar tüm toplumlarda görülen asil ve soylu sınıfın oluşturdukları, kendilerini ifade etme biçimlerinde giyim ve kuşamları, buldukları mevkisini ve maddi kazançlarını giydikleri kıyafetler ile ifade etmekteydiler. Bir nevi giyim kuşam pasif iletişim aracı olarak kullanılmıştır. Emekçi sınıfın giyim kuşamları ile asil ve soylu sınıfın kıyafetleri arasında açık ara fark vardır. Ekonominin bozulması ile kentlere göçlerin başlaması, çiftçinin hizmet sektöründe çalışmaya başlamasıyla giyim ve kuşam arasında, soylular ve alt tabaka arasındaki fark kapanmaya başlamıştır. Şehirlere göçün artmasıyla, giyim ve kuşamda yeni dönemin başlamasını sağlamıştır. Giyim kuşamda oluşan bu değişime moda denilmektedir.

Moda savaş dönemlerinde ülkelerin ekonomilerini kaldıran kuvvetlerdendir. Yoksulluğun giderilmesi için moda sektörü iş başına geçmiştir. Ekonomideki hareketliliği arttırması için moda da yıllar içinde farklılaşma görülmüştür. Toplum

üzerinde bir güç oluşturularak giyim kuşamın modaaya uygun olması gerektiği algısıyla tüketim sağlanmaktadır.

Gelişmekte olan toplumlar, gelişmiş toplumlardaki moda olgusu ve modacıları taklit etmeye başlamıştır. Moda adına hızlı gelişmeleri etkileyen faktörlerin başında teknolojidaki yenilikler gelmektedir. Modanın başkenti olan Paris'te yapılan, moda ile ilgili tüm aktiviteler yakından takip edilmiştir. İlerleyen yıllarda modanın açılımlarına İtalya erkek modasındaki yenilikçi tavrı ile girmiştir.

1980'lerde moda da daha muhafazakâr tarzda tasarımlar oluşmuştur. Modacılar, 1990'larda modanın sokağa ineceği öngörüsünde bulundular ve 1980'lerin sonuna doğru bu sav gerçekleştirmeye başlamıştır. Moda artık sokaktaki yürüyen insanın, seçimini yaptığı giysi, ayakkabı veya aksesuardır. 1990'lı yıllarda sokaktaki insanlar birbirlerine benzemeye başladılar. Ünlü veya ünsüz kişiler günlük giyimleri ile objektiflere poz verdiler. Bu moda algısı sadeleşmenin gün yüzüne çıktığının göstergesi olmuştur. 2000'li yıllarda, logo tasarımlarında tüketiciyi etkilemenin yanında algılarda farklı mesajlar oluşmasına çalışılmıştır. Artık kadınsılığın önde olduğu yıllar geride kalmıştır. Modacıların ruhsal halleri, ekonomik durumları modaaya yön veren en büyük etken olmuştur.

1990'lı yıllarda teknoloji alanında, nano teknolojiyle akıllı kumaş üretimi başlamıştır. 2000'li yıllarda insanların uzay çağı hayalleri gerçekleştirmemiştir. Yeni bir sanat akımı oluşmamıştır. Postmodernizm sanat akımının etkisi ile moda da geçmiş modan yıllarının, güncel uyarlanmış koleksiyonları çalışılmıştır. Modaaya yön veren kumaşlar üzerinde yapılan çalışmalar olmuştur. Leke ve toz tutmayan kumaşlar insanların işini kolaylaştırmıştır. 2010'lu yıllardan sonra, giyimler üzerine teknolojinin yerleştirilmesiyle, teknoloji ile giyim birleştirilmeye çalışılmaktadır. Bunun yanı sıra teknoloji ürünlerinin, insan vücuduna etkileri tıp alanında araştırmalara yol açmıştır. Bir disiplindeki teknolojik gelişme diğer disiplini tetiklemiştir.

Pamuk üreticileri ve modanın diğer birimlerinin bileşeni ile moda da satış ve pazarlama yöntemlerinde gelişmeler olmuştur. Pazarlamada özellikle kadın faktörü ve beğenilme arzusunun temeli araştırlarak güzellik ve moda olgusu üzerine

çalışmalar yapılarak birçok kesime hitap eden tasarım, koleksiyon ve giyime dair birçok çalışma yapılmaktadır.

Modayı oluşturmak için çalışmalarını beş evreye ayırabiliriz:

Kurgulama dönemi; bir sonraki yılın modası ne olmalı sorusunun cevabının arandığı ve tanımlamasının yapıldığı dönemdir.

Araştırma dönemi; moda olacak kumaş, aksesuar ve renklerin çalışıldığı dönemdir.

Reklam dönemi; moda olanın ilk olarak reklamlarda, dizilerde konu edinmeye başlaması ile moda olanın iletişim kanalları aracılığı ile dünya eğiliminin tanıtıldığı dönemdir.

Moda dönemi; vitrinlerde yer alan ürünler ve revaçta olduğu herkes tarafından tercih edildiği dönemdir.

Sönme dönemi; moda olan ürünün mahalle pazarlarına indikten sonra alıcıların başka ürünlere yönelmesi ile başka bir döngünün başlamasıyla, moda ilgi alanının değiştiği dönemdir.

Bütün moda olan nesnelere bir döngü içerisinde hareket eder. Moda döngüsü bir tarzın içindeki nesnenin gelişimi ifade etmektedir.

İyi bir modacı gözlemleriyle zamanı iyi tahlil ettiği sürece, günün istek ve ihtiyaçlarına hitap ettikçe gündemde kalmaya devam eder. Aksi takdirde yok olmaya mahkûmdur. Günümüzde bazı modacılar, ilk işe başlarken ünlü moda ve markaların ürünleri üzerinden, eksiltme veya çoğaltma yoluyla tasarım sürecini devam ettirmektedirler. Bu yolu tercih eden ve moda dünyasında var olmaya çalışan moda tasarımcıları modelleri eskitmekten öteye varamazlar. İyi bir tasarımcı çevresine başka bir gözle bakar, tasarımcı dördüncü boyutu da görür. Modacı toplumun ve kültürün farkında olmadığı detayı görür, şekillendirir, üretir ve sunar.

Postmodernizm, sanatta artık yapılacak ve yeni bulunacak estetiğin olmadığını geçmişteki bilgi ve bulguların ışığında çalışmaların yapılması gerektiğini ifade etmektedir. Postmodernitenin satır aralarında geçmişe özlemde duyulmaktadır. İnsanların kurallar ve tabular arasına sıkışıp kalmasını kabul etmez. Bu yüzden kendi içinde de karışıklıkları barındırmaktadır. Farklılıkların farkında olunmasının istendiği bir sanat akımıdır. Postmodern kültür, yeni bir sanayi sonrası toplum şekliyle

anlatılmaktadır. Postmodern sanatçılar, modern sanatın düşüncesine, geçmişi silmeye, özgünlüğe ve elitliğe karşıdırlar.

Sosyolojik yaklaşımlarda, bireyin topluma kazandırılma aşaması çekirdek ailede gerçekleşiyor. İkinci aşamada, televizyon ve okul gelmektedir. Birey içinde bulunduğu sosyal yaşamın etkisiyle, bazı güçlerin baskısı altında kendini şekillendirmektedir. Moda da birey, ait olduğu toplumun yapısından ve ait olduğu grupların içinde yer alabilmek için, bazı itici güçlerin etkisiyle kişi, kendi özünde değil baskıcı gücün etkisi ile moda tercihini yapmaktadır. Grup üyeleri, grubun lideri ve öne çıkan grup bireyi ile özdeşim kurarak moda tercihlerini belirlemeye başlar. Bu güç lideri; bir futbol takımının golcüsü, file bekçisi veya yönetici olabilir. Sanatçılar olabilir. Siyasetçiler ve eşleri, toplumlarda belli bir modanın temsilcisi ve rol model olarak modaya yön vermektedirler.

Günümüzde renk modasında tüm renklerin aynı sezonda giyildiği görülmektedir. Tüm tarzlar aynı sezonda giyilmektedir. İnsanlar, kendi tarzlarını, etniklerini, siyasal görüşlerini yansıtan kostümlerini aynı sezon içinde kullanmaya başlamıştır. Kışın beyaz renk giyilmez tabusu yıkılmıştır. Modada yakışanı giyme devri başlamıştır. Moda sektörünün dayatmaları yerine yaşanan toplumun etniğini yansıtan tasarımlar ön plana çıkmış ve modaya yön veren etkenler arasındadır.

Modaya yön verenler arasında; moda dergi editörleri, sanatçılar, siyaset otoriteleri, uluslar arası moda alanında iş yapan moda üreticileri, markalar, futbolculardan tasarımcılara kadar rol model olarak alınan isimler bulunmaktadır. Moda tasarımında; Newyork'un altın çocuğu "Marc Jacobs", Japon Modacı "Reika Babuko", filozof ve şair ruhuyla övünç kaynağımız "Hüseyin Çağlayan", Louis Vouitten şirketler gurubu başkanı "Bernard Arno" bulunmaktadır. Moda da adından sıkça söz ettiren kadınlar; 1980'lerde Leydi Diana, Coco Chanel, Wivien Westwood gibi nevi şahsına münhasır kişilikler modaya yön vermişlerdir.

Küresel akımların ve teknolojik gelişmelerin bir sonucu olarak modanın rolü çok önemlidir. Teknolojinin gelişmesi moda kültürüne ivme katmıştır. Moda elemanlarından endüstriler kendi pazar konumlarını güçlendirmek için etkinlikler yapmaktadırlar. Her yıl moda ile ilgili sezonlar belirlenerek fuarlar, defileler,

yarışmalar, sempozyumlar ve araştırmalar yapılmaktadır. Moda endüstrisi ve elemanları rekabet ortamı ile kendi devinimlerini kendileri oluşturmaktadır. Bunun sonucunda yeniliklere açık ve yenilikçi araştırmalarla moda dünyasının dinamik ve gelişen bir sektör olması yolunda çalışılmaktadır.

Gelecekte modanın ötesinde kişiler internet üzerinde geliştirilen programlar ile beğendikleri kıyafetleri oluşturulan ileri boyut yazılımlar ile kendi resimlerinin üstüne beğendikleri kıyafetleri giydirip, mağazalara gitmeden kıyafetleri denemeden beğenip seçme ayrıcalığını yaşayacaklar. Moda sektörü, kıyafetlerde sağlık açasından ve teknolojik açasından gelişmelerin takibinde olacaklar pamuğun değerini kaybolmayacak aksine daha da artacaktır. Küresel ısınmadaki iklim değişiklikleri pamuk üreticilerini etkileyecektir. Farklı meslek grubunda çalışan insanları korumak amacıyla, mesleklerine özel kıyafet giyinmeleri yasalaşarak insan önceliği gündeme gelecektir. Akıllı kumaşların yanında aksesuar da üretilerek daha da gelişecektir. Araştırma ve geliştirmeye önem veren moda tasarım endüstrisi ve toplumlari, moda ekonomisine de hâkim olacaktır.

Dünyanın en büyük tekstil ve Hazır Giyim üreticileri Türkiye bulunmaktadır. Yine dünyanın tekstil devleri, Türkiye’de fason üretim yapmaktadır. Ülkemizde fason üretimi minimize edip kendi markamızı ve tasarımlarımızı satabilmemiz için moda tasarımı, tasarımcı ve eğitimcilerine daha çok önem verilmeli ve bütçe ayrılmalıdır. Diğer ülkelerdeki, modayı belirleyenleri takip etmek yerine takip edilen bir moda kültür çevresi oluşturabilmemiz için özgün tasarımlara yatırım yapılmalı ve dünya devleri ile rekabet edilmelidir.

6.2. Çalışmanın Literatüre Katkısı

Modanın, 1980-2014 yılları arasındaki değerimlerin moda ya yön veren etkenlerin incelenmesi, gelecekteki moda disiplinlerindeki çalışanlara faydalı olacaktır. Modanın; sosyal, ekonomik ve teknolojik alanlardaki gelişmelerin etkilerinden ne derece etkilendiğinin araştırılması, yıllar içerisindeki gelişimleri gösterecektir. Yıllar içindeki önemli moda tasarımcılarının koleksiyonlarının irdelenmesi o yıllardaki modayı tanımlayacaktır. Modaya yön veren etkenlerin kendi

içlerindeki değişimlerinin araştırılması modanın tüm elemanlarının gelecekteki çalışmaları için faydalıdır.

6.3. Araştırma Kısıtları

Araştırmacının sınırlılıkları aşağıda belirtilmiştir.

1. 1980 ve 2014 yılları arasında yer alan tasarımları ile uluslararası ün yapmış tasarımcılar ve terziler, moda da etki gösteren sanat akımları ve sanatçılar, modayı etkileyen kadınlar ile sınırlıdır.

2. 1980-2014 Yıllarında modayı etkileyen uluslararası önemli sosyal, ekonomik, teknolojik kültürel ve küreselleşme etkenlerin irdelenmesi ile sınırlıdır.

6.4. Geleceğe Yönelik Çalışma Alanları

Moda, insanlar yeryüzünde var oldukları sürece çeşitli sebeplerle kendini yenileyerek varlığını sürdürecektir. Bu kapsamda teknolojik gelişmeler ile paralellik gösteren moda sektörü geçmiş tarihindeki bilgiler ışığında gelişmeye devam edecektir.

1980 ve 2014 yılları arasında modaya yön veren etkenler kapsamında yapmış olduğum çalışmamı; moda tasarımcıları, moda editörleri, moda bloggerları, moda portfolyocuları, moda fotoğrafçıları, moda yazarları, üreticiler, tedarikçiler, moda tasarım eğitimi görenler, moda kombin uzmanları, moda teknologları, moda eğitimcileri, stil danışmanları ve moda adına çalışan herkes gelecekte yapacakları moda ile ilgili çalışma alanlarında kullanabilirler.

KAYNAKÇA

Ambrose, G.Haris, P.(2012).Görsel Moda Tasarım Sözlüğü. Çeviri: Sirkeci Ç. İstanbul Mimar Sinan Üniversitesi Kütüphanesi. Literatür.

Antmen, Ahu.(2008).20.Yüzyıl Batı Sanatında Akımlar.1. Baskı.İstanbul.Sel Yayıncılık.

Barbarosoğlu, F. (2013). Moda ve Zihniyet. 6.Baskı.İstanbul. İz Yayıncılık

Cemil İpekçi “80’li Yılların Modası Gerçektende İğrençti” Sabah Gazetesi. (11.02.2004).1-2

Çavuşoğlu, İsmet.2012.Batman Üniversitesi Uluslar arası Katılımlı Bilim ve Kültür Sempozyumu. Batman. <httpwww.yasambilimleridergisi.com> makalepdf1356270122.pdf 18.12.2014 1531

Featherstone, M (1991). Postmodernizm ve Tüketim Kültürü.Küçük(çev).Türkçe Baskı. İstanbul.Ayrıntı Yayınları

İdil Demirel “Moda” Sabah Gazetesi Cumartesi Eki.31 Ocak2015.07

Harrison,C. Ve Wood, P.(2011). Sanat ve Kuram 1900-200 Değişen Fikirler Anatolojisi. 1.Baskı. İstanbul.

Krausse,A. (2005). Rönesans’tan Günümüze Resim Sanatının. Öyküsü. D.Zaptçioğlu .(cev)Türkçe Baskı. Almanya.Literatür(2005).

Lyton, N. (2009). Modern Sanatın Öyküsü.C. Çapan ve S. Öziş.(çev) Türkçe Baskı.İstanbul. Remzi Kitapevi.(1982).

Fogg, M. (2013).Modanın Tüm Öyküsü. Gözgülü(çev).Türkçe Baskı 2014.İstanbul. Hayalperest Yayınevi.

Müsiad. (2009).Moda Tasarımı. Araştırma Raporları:60.İstanbul.

Onur, N. (2004). Moda Bulaşdır! 1.Baskı. ISBN:975 331 598-8 İstanbul.

Yeni Çizgi Yayın.

**Orsborne, A.(2012). Moda Geçmişten Günümüze Giyim Kuşam ve Stil Rehberi.
Özen(çev)Türkçe 1. Baskı. İstanbul. Kaknüs Yayınları.**

Öngören, H.(2009).Yeni Tasarım Çağı. Elle Trend.

**Şişman, A. (2011). Sanata Ve Sanat Kavramlarına Giriş. 2. Baskı. İstanbul:
608.Literatür Yayıncılık.**

Turani,A. (2008).Çağdaş Sanat Felsefesi.6.Baskı.İstanbul. Remzi Kitapevi.

**Watson. L. (2007).Modaya Yön Verenler. G.Ayas. (cev) 1. Baskı. İstanbul.
Güncel yayıncılık.**

**Yaman.Ş, Ekim.T.,Sungur.S.,Özer. C.(2012) Çağdaş Dünya Sanatları.
1. Baskı. Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları:5695.**

MAKALELER

**Ertürk, N.(2011). Moda Kavramı, Moda Kuramları Ve Güncel Moda Eğilimi
Çalışmalar.Süleyman Demirel Üni.Güzel Sanatlar Fakültesi Hakemli
Dergisi.**

**Kanmaz, K. (b.t)96 İlkbahar Yaz Moda Yansımaları. Tekstil ve Konfeksiyon.
4.368-369.**

Konfeksiyon Teknik.(1994).1995 Yaz Modasında Kadın Modası: Yavaş ve Kadınsı: 32.

Konfeksiyon Teknik.(2002).Lycra 2002 Yaz'ında göz kamaştırarak. Haziran.

Konfeksiyon Teknik.(2004):2004'te Moda Ne Olacak: Moda Fashion: Şubat.

Konfeksiyon Teknoloji(2014): Değişen Küresel Ekonomi ve Türkiye Paneli. Nisan.144.

Kongar, E. (2003)Örtünmeden Giyinmeye Modanın Dünü Bugünü Yarını. İstanbul Ticaret Odası Seminer.İTO 2003-36.

Oral, G. (1999)Konfeksiyon&Teknik. Dokuz Eylül Üniversitesi İzmir Mes. Yük. Okulu. Haziran 60-63.

Oral, G.(2001).Moda Özel. Konfeksiyon&teknik. Nisan.

Şahap, G.(2011). Male Marketi. <http://www.makalemarketi.com/toplum-ve-haberler/ekonomi/2318-son-20-yilin-ekonomi-politikalari-isiginda-avrupa-ve-abd-krizleri.html#ixzz3e5poTc8w>.

Öndoğan, Z.(1995).1995-1996 Sonbahar Kış kadın Dış Giyim Modası. Tekstil ve Konfeksiyon. 4.377-382.

Öndoğan, Z.(1995).Yirminci Yüzyıl Modasına Doğru.Tekstil ve Konfeksiyon. 5.477.

Öndoğan,Z.(1996).1996-1997 Sonbahar Kış Bayan Dış Giyim Modası.Tekstil ve Konfeksiyon. 1.42.

Yener, S.(1994).Moda Ve Modanın Tanımı. Konfeksiyon Teknik. Ağustos.22.

TEZLER

Demirel, H.(2012). 1980 Sonrası Türkiye’de Devlet İş Dünyası İlişkileri Işığında Ekonomi Elitlerinin Dönüşümü. Doktora Tezi.Ankara Üniversitesi.SBE.

Kırıldökme, G.(1993).Tekstilde Bilgisayar Destekli Tasarım. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul. Mimar Sinan Üniversitesi SBE.

Okur, İ. (2013).Gümrük Birliği Sonrası Türkiye- AB İlişkileri ve Almanya’nın Önemi,1996-2005)Yüksek Lisans Tezi. Kadir Has Üniversitesi. SBE. İstanbul, 2013.

Özaslan,S.(2014). 1970-1990 Yılları Arasında Sinemanın Toplumsal Ve Sosyolojik Açıdan Moda Üzerindeki Etkileri. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul. Haliç Üniversitesi SBE.

Turgut, D.(2010).Teknolojik Koşulların Modaya Olan Etkileri. Yüksek Lisans Tezi. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi. SBE.

Yavuz, H. (2007). Pop Art Döneminin İncelenmesi ve Pop Art Döneminin Günümüz Mobilya Tasarımlarına Etkileri. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Mimar Sinan Üniversitesi. FBE.

İNTERNET KAYNAKLARI

İTKİP.(2005)<http://www.itkib.org.tr/default.asp?CID=FUAR&urID=705&dropdownid=03.05.2015> 22:01.

Muzoline.(2011).Postmodernizm ile giysilerimiz nasıl değişti?. <http://muzoline.blogspot.com.tr/2011/06/postmodernizm-ile-giysilerimiz-nasl.html> 04.05.2014 18:15.

Pattern Vault.(2011).Alexander Mcqueen .<http://blog.pattern-vault.com/2011/07/11/alexander-mcqueen-for-givenchy-vogue-patterns-part-1/15.01.2015/15:32>.

Pattern Vault.(2011).Anna Sui .<http://blog.pattern-vault.com/2013/12/21/anna-sui-vogue-patterns-part-1/15.01.2015/15:44>.

Pattern Vault.(2011).Bob Mackie.<http://blog.pattern-vault.com/2012/06/30/i-heart-disco-bob-mackie-for-mccalls/15.01.2015/15:35>.

Pattern Vault.(2011).Chirstian Lacroix. <http://blog.pattern-vault.com/2011/08/29/christian-lacroix-vogue-patterns/> 15.01.2015/15:28.

Pattern Vault. (2011). Gianni Versace. <http://blog.pattern-vault.com/2012/07/30/gianni-versace-vogue-patterns/> 15.01.2015/15:46.

Pattern Vault.(2011). Guy Laroche <http://blog.pattern-vault.com/2012/02/06/herve-l-leroux-herve-leger-for-guy-laroche-vogue-patterns-part-1/15.01.2015/15:31>.

Pattern Vault.(2011) .Isabel Toledo .<http://blog.pattern-vault.com/2012/11/08/isabel-toledo-vogue-patterns/15.01.2015/15:45>.

Pattern Vault (2011) .Marc Jacobs. <http://blog.pattern-vault.com/2013/04/05/marc-jacobs-for-perry-ellis-vogue-patterns-part-1/> 15.01.2015/15:06.

Pattern Vault. (2011). Patrick Kelly. <http://blog.pattern-vault.com/2014/04/29/patrick-kelly-vogue-patterns/15.01.2014/15:11>.

Pattern Vault.(2011).Vera Wang. <http://blog.pattern-vault.com/2013/06/04/vera-wang-vogue-patterns/15.01.2015/15:51>.

EKLER

EK-1 MİLLİ FUAR KATILIMLARININ 2009 / 5 SAYILI TEBLİĞ KAPSAMINDA DESTEKLENMESİ İÇİN GEREKLİ BELGELER

Bilindiği üzere, Milli Katılım Organizasyonu Birliğimiz tarafından düzenlenen fuarlara Genel Sekreterliğimiz patronajında firmalarımızın katılımları 30.12.2009 tarih ve 27448 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren 2009/5 sayılı Tebliğ çerçevesinde destek kapsamındadır.

Bu doğrultuda, anılan devlet desteğinden firmalarımızın yararlanabilmesi için **fuar öncesinde tamamlanması** ve İTKİB Fuarlar Şubesi’ne ulaştırılması gereken belgeler şunlardır:

1. FUAR KATILIM SÖZLEŞMELERİ ve TAAHHÜTNAMELER

Katılımcı firma ile organizatör kuruluş arasında yapılan, aşağıdaki internet adresinde bir bütün halde örneği bulunan, firmayı temsil ve ilzama yetkili kişilerin imzaları ve firma kaşesini taşıyan katılım sözleşmeleri ve taahhütnameler,

2. KATILIM BEDELİ ÖDEMELERİ BANKA DEKONTLARI

Fuarla ilgili İTKİB hesabına firma banka hesabınızdan “havale” olarak yapılan tüm ödemelere ait, banka şubesinin imza ve kaşesini taşıyan banka dekontu asılları

3. AİDAT MAKBUZU

Katılımcının müracaat yılına ait, üretim konusu ile ilgili üyesi olduğu İhracatçı Birliğine yapılan yıllık aidat ödemesine dair aidat tahsilat makbuzu veya banka dekontu fotokopisi,

4. TİCARET SİCİL GAZETESİ

Katılımcının tüzel kişiliğinin ve ticari ünvanının tespiti için en son tarihli ticaret sicil

gazetesinin aslı ya da noter veya İhracatçı Birliğinin aslına uygunluğunu onayladığı sureti,

5. VERGİ LEVHASI

Katılımcıya ait en son tarihli vergi levhasının örneği,

6. İMZA SİRKÜLERİ

Katılımcıya ait imza sirküleri aslı ya da Noter veya İhracatçı Birliğinin aslına uygunluğunu onayladığı sureti,

7. MARKA TESCİL BELGESİ

Fuar standınızın alınışında, stand içindeki sergi malzemeleri ya da ürünler üzerinde ve fuar kataloğunda kullanılacak marka için marka tescil belgesi, *(Katılımcı firmaya tescil edilmemiş bir markanın stand alınışında yer alması durumunda fuar katılımcısı firma katılım desteğinden faydalanamamaktadır)*

8. KAPASİTE RAPORU

Katılımcı firmanın, yurt içinde imalat sanayi alanında faaliyette bulunduğunu tevsiken bağlı bulunulan meslek kuruluşlarından *(Sanayi ve/veya Ticaret Odası ile Esnaf ve Sanatkarlar Odası)* alınan fuar tarihinde geçerli kapasite raporunun aslı ya da ilgili Odalar, noter veya ihracatçı birliğinin aslına uygunluğunu onayladığı sureti,

Katılımcı firmanın kendi adına kapasite raporu bulunmadığı durumda:

- a) Üretici diğer firmanın fuar tarihinde geçerli **kapasite raporu**'nun aslı ya da ilgili Odalar, noter veya İhracatçı Birliğinin aslına uygunluğunu onayladığı sureti,
- b) Üretici firmanın **son tarihli ticaret sicil gazetesi ve imza sirküleri** aslı veya İhracatçı Birliği Devlet Yardımları Şubesinde onaylanmış sureti,
- c) İmalatçının ürünlerinin tanıtımından sorumlu olduğunu belirtir, katılımcının üretici firma ile yapmış olduğu, **pazarlama sözleşmesinin** aslı *(Pazarlamacı katılımcılar sözleşme örneğine www.itkib.org.tr internet sitesinde "Devlet Yardımları" başlığı altındaki "Fuar Teşvikleri Hakkında Temel Bilgi" ya da "Bireysel Fuar Teşvikleri" seçeneklerinden ulaşabilirler).*

9. UÇAK BİLETİ DESTEĞİ *(fuar sonrası teslim edilebilecek belgeler)*

Firma çalışanı veya ortağı iki kişinin ekonomi sınıfı gidiş-dönüş uçak bileti masrafına dair acenta faturası aslı, banka kaşe/imzalı ödeme belgesi aslı, acenta kaşe/imzası ve fiyat bilgilerini içeren elektronik bilet aslı, uçak biniş kartı asılları ya da pasaportun kimlik bilgilerinin, giriş/çıkış mühürlerinin bulunduğu sayfalarının fotokopileri, bilet sahibi firma çalışanı ise fuarın düzenlendiği aya ait SGK'dan alınmış Sigortalı Hizmet Listesi ve kimlik fotokopisi. Ödemeler kredi kartı ile yapıldığı durumda banka ıslak kaşe/imzalı taşıyan kart hesap ekstresi ödeme belgesi olarak istenmektedir. Ödemede kullanılacak kredi kartı, şirket kartı veya şirket ortağı adına kredi kartı olmalıdır. (İTKİP,2005)

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

ADI VE SOYADI: MELEK ÇİM
DOĞUM YERİ VE: BAKIRKÖY
TARİHİ: 01.09.1976
MEDENİ HALİ EVLİ
E-MAIL modamelekcim@hotmail.com – melekcim@ismek.org
modamelekcim.com
ADRES (EV) FETİH CD. 3. SOK. NO: 16/5 ŞİRİNEVLER – İST.
ADRES (İŞ) İSMEK YEŞİLOVA
TELEFON
(EV/CEP) 0506 323 91 96
(İŞ)

EĞİTİM

2014-2015 Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enst.
Tekstil ve Moda Tasarım -Yüksek Lisans
2012-2014 A.Ö.F. Sosyal Hizmetler- Önlisans
2004- 2006 Selçuk Üni. Mes. Eğit. Fakültesi.-Hazır Giyim Öğrtm.
1994-1996 Marmara Üni. T.B.M.Y.O.- Hazır Giyim Önlisans

YABANCI DİL ALMANCA (okuma ve yazma)

İŞ TECRUBESİ

Beymen Akademi- Lise Meslek Stajı (1991-1993)
Sitel Giyim San. Modelist (1993-1994)
Metin Alp Tekstil Modelist+Ürün Kalite Sorumlusu (1996-1997)
New- Men Mümessillik- Koleksiyon ve imalat takibi (1998)
Sitel Giyim San. – Planlama Sorumlusu- (1999)
Şirinevler İlköğretim Okulu İş Eğitimi Dersi Öğretmenliği (1999- 2003)
Bakırköy Halk Eğitim Merkez Müd.- Modelist Öğretmenliği (2003-2004)
Bahçelievler Halk Eğitim Merkez Müd.- Modelist Öğretmenliği (2003-2004)
İSMEK-İstanbul Büyükşehir Belediyesi M.E.K. -Teknik Rehber (2007-2009)
İsmek bünyesinde çalışan giyim branşı öğreticilerin, işe giriş uygulama Sınavlarını yapmak, usta öğreticilerin oryantasyonlarını yapma ve mesleki gelişimlerini takip edip uzman öğretmen olmaları için gerekli eğitimleri planlama. Performans

değerlendirmeleri yapma. Yılsonu sergi organizasyonu tasarlama, planlama ve uygulama)

Zümre Başkanı, İstanbul Büyükşehir Belediyesi İnsan Kaynakları ve Eğitim Daire Başkanlığı, Eğitim Müdürlüğü tarafından İSMEK için belirlenen amaç ve hedef doğrultusunda görev yapar. Haftanın belirli günlerinde bir usta öğretici olarak derslere giren Zümre Başkanı, İSMEK bünyesinde verilen eğitim kalitesinin artması ve devam etmesi, mesleki ve teknik konularda eksikliklerin giderilmesi, eğitim vizyonunun oluşturulması vb. konularda branşında bulunan Usta Öğreticiye kılavuzluk eder. Zümre Başkanı, Usta Öğretici işe alım sürecinde adayın mesleki yetkinliğinin tespiti için yapılan uygulama sınavı ve mülakatta görev verilmesi durumunda görev alır. İSMEK Yönetim Merkezi- Usta Öğretici arasında bilgi aktarımını ve iletişimini sağlayan Zümre Başkanı, genel davranış ve tutum, kursiyerlerle ilişkisi, mesleki ve teknik bilgi düzeyi konusunda Usta Öğreticilerle zümre toplantıları yaparak gerekli olduğu hallerde Usta Öğretici hakkında bir üstü olan Eğitim Hizmetleri Sorumlusuna rapor verir. Usta Öğreticilere yönelik hizmet içi teknik eğitim programı teklifini İSMEK Yönetim Merkezi İnsan Kaynakları Departmanına sunar. Zümre Başkanı, görev verildiğinde konulu sergi, yarışma, proje, fuar gibi organizasyonlarda İSMEK Yönetim Merkezi Sergi ve Fuarlardan Sorumlu Departman ile ortaklaşa çalışarak, Usta Öğreticiye gerekli olan bilgi aktarımını yapar.

İsmek, Giyim Branş Öğretmeni (2009-2015...

İsmek “Renkler ve Yansımalar” defilesi. Koleksiyon planlama ve uygulama

(08.06.2009)

Fashionable Cavalli, feragamo, Westwood, Missoni ve Ferre nin katılımı İle düzenlenen yarışmaya kursiyerleri hazırlama-İsmek- (26.10. 2009)

Geçmişten Geleceğe Hayalim İstanbul Defilesi Sütlüce Kültür Merkezi İSMEK Koleksiyonunun hazırlanması ve sunumu (24.03.2011)

Best Model TÜRKİYE yarışması MKM İSMEK Koleksiyonu (13.11.2011)

Best Model Of Word yarışmasına İSMEK koleksiyonu ile katılım SİLİVRİ KLASİS OTEL- (12.12.2011)

İsmek Yeşilova Mesleki Gelişim Merkezi Moda Tasarım Okulu Proje Sorumlusu (2014, Eylül)...

Modanisa.com Sosyal Sorumluluk Projesi Blogger Akademi eğitimi (09.05-06.2015)

Worldskills Expert; 2015 Sao Paulo Moda Teknolojisi Uzmanı (06-16/08/ 2015)