

T.C.
SÜLEYMAN DEMİREL ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ
GRAFİK ANASANAT DALI

MODA İLLÜSTRASYONU VE TÜRKİYE'DE MODA İLLÜSTRASYONU
ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Yüksek Lisans Tezi

Danışman: Yrd. Doç. Şemsettin Ziya DAĞLI

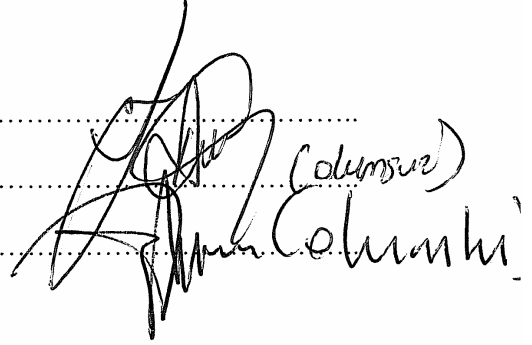
Jüri Üyeleri

ADI VE SOYADI

Yrd. Doç. Dr. Filiz Nurhan ÖLMEZ

Doç. Dr. Ali Muhammet BAYRAKTAROĞLU

Yrd. Doç. Şemsettin Ziya DAĞLI


.....
.....
.....
.....
.....

Savunma Sınav Tarihi

22.04.2008

T.C.
SÜLEYMAN DEMİREL ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Bu belge ile bu tezdeki bütün bilgilerin akademik kurallara ve etik davranış ilkelerine uygun olarak toplanıp sunulduğunu beyan ederim. Bu kural ve ilkelerin gereği olarak, çalışmada bana ait olmayan tüm veri, düşünce ve sonuçları aldığımı ve kaynağını gösterdiğimi ayrıca beyan ederim. (22/04/2008.)

Deniz KÜRŞAD



ÖNSÖZ

Çalışma konusu hakkında bilgi edinmeme olanak tanıyacak bilgilere ulaşmamın zorluğu ve tez konum üzerine başka bir akademik derlemeye rastlayamamış olmam, bana bu uzun süreçte büyük bir sorumluluk yüklemiştir.

Fakat bunlarla beraber söylenmelidir ki; bu çalışma, ancak Türk illüstrasyon sanatı dahil Dünya’da illüstrasyonun, giyim ve moda ile birlikteliği ile anlaşılabilecek olan moda illüstrasyonun gelişimini anlatan akademik bir çalışmadır. Yüksek lisans programı süresince, yardımlarından dolayı Doç. Dr. Ali Muhammet Bayraktaoğlu, Yrd. Doç. Dr. Filiz Nuran Ölmez, Dr. Yusuf Keş, Yrd. Doç. Rengin Oyman, Araştırma Görevlisi Ece Çalış’a, röportajlarımla tezime destek veren moda tasarımcılarına, çalışma sürecinde beni yönlendiren ve destekleyen danışman hocam Şemsettin Ziya Dağlı’ya, maddi ve manevi desteğini eksik etmeyen aileme teşekkürlerimi sunarım.

Deniz Kürşad
Isparta, 2008

ÖZET

Çalışma, moda ve grafik gibi farklı iki alanın benzer bir tutumla fakat farklı amaçlara hizmet ettiği bilinen ortak eylemi, bu iki farklı alanın uygulanış metotlarını anlatmaktadır. Fakat salt teknik kaygıların anlatılması, sorunun aydınlatılmasına yetersiz kalması nedeniye uygunsuz düşeceği düşünülmüştür. Bu doğrultuda, iki farklı sektörün bu sözde ortak eylemlerine açıklık getirilmesi için akıcılık ve aydınlatıcılık arz etmesi bakımından, yeterli ölçüde tarihçelerinden de bahsetmek gerekli görülmüştür. Görsel ifade biçimi bağlamında, illüstrasyon sanatını, başta görmek uygun düşeceğinden, illüstrasyon sanatının tanımı ve tarihçesi ilk bölümde yer almış, illüstrasyon türleri konumlandırılmıştır. İkinci bölümde giyim ve moda kavramı, tarihçe, prensip ve öğeler anlatıldıktan sonra moda resmini gerçekleştiren meslek sahipleri açıklanmış, içerisinde moda resminin bulunduğu giysi tasarım aşamaları anlatılmıştır.

Üçüncü bölümde çalışma konusunun aydınlatılması bağlamında, moda illüstrasyonunun tanımı, giysi tasarımı ve grafik sanatı içerisindeki yeri ve önemine yer verilmiştir. Anatomi, kullanılan yöntem ve teknikler, sonrasında bunları, siluet kavramı ve silüete giysi giydirme yöntem ve teknikleri anlatılmış, konuya ilişkin resimler yer almıştır. Dünyadan örnek çalışmalar bu kısmı sonlandırmıştır. Moda Tasarımı bölümlerinde okutulan “Moda Resmi” derslerinde, gençlerin -“moda illüstratörlüğü” şeklinde bir meslek dalı olsa- bir bakıma “moda illüstratörü” olabilmelerine imkan tanıyacak yeterlikte çizim eğitimleri verdiklerini anlatmak bağlamında moda illüstrasyonunun eğitimdeki konumuna yer verilmiştir. Daha sonra ise moda sektöründeki yerine dikkat çekilmiş, konunun, aslında, Türkiye’de grafik tasarım açısından potansiyel yeni bir saha olduğuna fakat bunun için sanatla beslenen toplumsal bir bakış açısı ve yeniliğe açık olmanın önemine dikkat çekilmek istenmiştir. Grafik tasarım açısından, Türkiye’de göz ardı edildiği düşünülen moda illüstrasyonu için, çeşitli öneriler geliştirilmiş, bu da çalışmanın dördüncü bölümünde, “Türkiye’de moda illüstrasyonuna dair sorunlar ve öneriler” kısmında yer almıştır.

Anahtar kelimeler: İllüstrasyon, giysi tasarımı, moda illüstrasyonu, siluet giydirme, moda tasarımcısı, stilist

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	i
ÖZET	iv
İÇİNDEKİLER	iv
KISALTMALAR	x
RESİMLER DİZİNİ	xi
GİRİŞ	1
1. BÖLÜM	
1. İLLÜSTRASYONUN TANIMLARI, TARİHÇESİ VE KULLANIM ALANLARI	
1.1. İllüstrasyonun tanımları	4
1.2. İllüstrasyonun tarihçesi	7
1.2.1. Dünyada İllüstrasyon sanatı tarihi ve gelişimi	7
1.2.2. Türkiye’de illüstrasyon	17
1.2.2.1. İlk Türk matbaasının kuruluşundan Cumhuriyet’in ilanına Türk illüstrasyon sanatı.....	21
1.2.2.2. Cumhuriyet’ in ilanından günümüze Türk illüstrasyonu	30
1.3. İllüstrasyonun türleri ve kullanım alanları	35
1.3.1. Reklam illüstrasyonları	36
1.3.1.1. Afiş illüstrasyonları.....	38
1.3.1.2. Ambalaj illüstrasyonları.....	39
1.3.1.3. Kitap Kapağı illüstrasyonları	40
1.3.1.4. Takvim illüstrasyonları	40
1.3.1.5. Tebrik kartı illüstrasyonları.....	40
1.3.2. Basın-Yayın illüstrasyonları	41

1.3.2.1. Bilgilendirmek için yapılan illüstrasyonlar (Illustration for Information)	42
1.3.3. Özel alan illüstrasyonları	43
1.3.3.1. Teknik illüstrasyonlar (Technical illustration)	43
1.3.3.2. Mimari illüstrasyonlar (Architectural illustration)	44
1.3.3.3. Harita illüstrasyonları (Map illustration)	45
1.3.3.4. Tarihi illüstrasyonlar	45
1.3.4. Bilimsel illüstrasyonlar	46
1.3.4.1. Doğa Tarihi illüstrasyonları (Botanik ve Zoolojik illüstrasyonlar)	47
1.3.4.2. Tıp illüstrasyonları	47
1.3.5. Moda illüstrasyonları	49
1.3.6. Çocuk Kitapları İllüstrasyonları	49
1.3.7. Fantastik İllüstrasyonlar	50
1.3.8. Story-board illüstrasyonları	50
2. BÖLÜM	
2. GİYİM VE MODA KAVRAMLARI, GİYSİ TASARIMI VE AŞAMALARI	
2.1. Kısa tarihçeleriyle birlikte giyim ve moda tanımları	52
2.2. Giysi tasarımı ile ilgili kavramlar	66
2.2.1. Giysi tasarımı	66
2.2.2. Giysi tasarımında tasarım prensipleri ve kullanılan öğeler	74
2.2.2.1. Tasarım Prensipleri	72
2.2.2.1.1. Denge	75
2.2.2.1.2. Oran	79
2.2.2.1.3. Uyum (Ahenk)	80
2.2.2.1.4. Birlik	81

2.2.2.1.5. Ritm.....	82
2.2.2.1.6. Vurgu	82
2.2.2.2. Giysi tasarımında kullanılan tasarım öğeleri	83
2.2.2.2.1. Siluet	83
2.2.2.2.2. Renk	83
2.2.2.2.3. Doku.....	83
2.2.2.2.4. Çizgi.....	83
2.2.3. Tasarımcı, stilist ve modelistin tasarımdaki yerleri	84
2.2.3.1. Tasarımcı (giysi tasarımcısı).....	85
2.2.3.2. Stilist (Kreatör, moda resmi çizimcisi)	86
2.2.3.3. Modelist	88
2.2.4. Tekstil sektörüne yönelik giysi tasarım yöntemleri	88
2.2.4.1. Kişiyeye özel giyim (Haute Couture)	89
2.2.4.2. Hazır giyim (Pret a porter).....	90
2.3. Giysi tasarımının aşamaları.....	92
2.3.1. Proje konusunun seçimi	95
2.3.2. Veri toplama (Araştırma).....	96
2.3.3. Geliştirme.....	97

3. BÖLÜM

3. MODA İLLÜSTRASYONUN TANIMI, TARİHÇESİ VE MODA İLLÜSTRASYONUNDA KULLANILAN ARAÇ-GEREÇ VE YÖNTEMLER

3.1. Moda illüstrasyonun tanımı	108
3.1.1. Moda sektöründe moda illüstrasyonunun tanımı, yeri ve önemi.....	110
3.1.2. Grafik tasarımda moda illüstrasyonunun tanımı, yeri ve önemi.....	113
3.2. Geçmişten günümüze moda illüstrasyonundaki değişimler.....	120

3.3. İnsan vücudunda ölçü ve oran.....	126
3.3.1. Doğal insan silüet çizimleri ile moda silüetlerinin karşılaştırılması.....	129
3.4.1. Resim tahtası.....	131
3.4.2. Kağıt.....	131
3.4.3. Fırçalar.....	132
3.4.4. Kalemler.....	133
3.4.5. Boyalar.....	136
3.4.5.1. Kuru Boya.....	136
3.4.5.2. Pastel Boya.....	136
3.4.5.3. Suluboya.....	138
3.4.5.4. Guaj Boya.....	140
3.4.5.5. Lavi.....	141
3.4.5.6. Akrilik (Acrylic).....	141
3.4.5.7. Airbrush (Püskürtme).....	141
3.4.6. Kolaj.....	142
3.4.7. Dijital ortamda renklendirme.....	143
3.5. Moda resminde uygulama yöntemleri ve silüete giysi giydirmeye teknikleri.....	147
3.5.1. Silüet hakkında genel bilgi.....	147
3.5.2. Silüet hazırlama yöntemleri ve silüete giysi giydirmeye.....	150
3.5.2.1. Canlı model çalışmalarından silüet elde etme yöntemleri.....	161
3.5.2.2. Basılı kaynaklardan silüet elde etme yöntemleri.....	167
3.5.3. Moda illüstrasyonunda baş - portre ile el – ayak çizimleri.....	170
3.5.3.1. Moda illüstrasyonunda baş- portre çizimleri.....	170
3.5.3.2. Moda illüstrasyonunda el – ayak çizimleri.....	179
3.5.4. Silüete giysi giydirmeye teknikleri.....	180

3.6. Çocuk giysi tasarımı.....	184
3.7. Moda illüstrasyonunda yöntemler.....	187
3.7.1. Kreasyon	187
3.7.2. Modernizasyon.....	191
3.8. Önemli moda tasarımcılarının desen örnekleri	193
4. BÖLÜM	
4. TÜRKİYE’DE MODA İLLÜSTRASYONUNUN GÜNÜMÜZDEKİ DURUMU, SORUNLARI	
4.1. Kısaca Türkiye’de geçmişten günümüze moda	196
4.1.1. Türkiye’de eğitimde moda illüstrasyonu.....	206
4.1.2. Moda sektöründe moda illüstrasyonu	209
4.2. Türkiye’de moda illüstrasyonuna dair sorunlar ve öneriler	217
YÖNTEM	226
SONUÇ VE BULGULAR	228
KAYNAKÇA	234

KISALTMALAR

cm.	Santimetre
G.Ü.	Gazi Üniversitesi
İ.E.Ü.	İzmir Ekonomi Üniversitesi
mm.	Milimetre
M.Ü.G.S.F.	Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi
s.	Sayfa
S.	Sayı
Ty.	Tarih Yok
vd.	Ve diğerleri
vb.	Ve benzerleri
Yrd. Doç.	Yardımcı Doçent

RESİMLER DİZİNİ

Resim 1.1. Mağara dönemi resimlemeleri	7
Resim 1.2. Bizon, M.Ö.15.000 – 10.000 dolayları Mağara resmi; Altamira, İspanya	8
Resim 1.3. At, M.Ö.15.000 – 10.000 dolayları Mağara resmi; Lascaux, Fransa.....	8
Resim 1.4. Albrecht Dürer'in ağaç baskı tekniğinde yaptığı bir kitap illüstrasyonu: Gergedan, ağaçbaskı, 1515, British Museum, Londra	9
Resim 1.5. "Kelmscott Press'te basılan Quarto (Tabakaların dört yaprağa yani sekiz sayfaya bölünmesinden meydana gelen kitap serileri için logotype"	11
Resim 1.6. La Loie Fuller, Cheret'in ünlü Amerikan dansçısının Paris'teki gösterisini duyuran afişi: Renkli litograf baskı, 77.6 h x 60.0 w cm, 1893	12
Resim 1.7. Henri de Toulouse-Lautrec: Divan Japonais, 1893, Renkli litograf baskı, 31 5/8 x 23 7/8, Modern Sanat Müzesi, New York	13
Resim 1.8 Her sayıda, Jugend dergisinin ismi, kapağa uygun tasarlanmıştır	16
Resim 1.9. Her sayıda, Jugend dergisinin ismi, kapağa uygun tasarlanmıştır	15
Resim 1.10. Kaleydoskop (çiçek dürbünü) saçlarıyla Bob Dylan	16
Resim 1.11 Matrakçı Nasuh: Kanuni Sultan Süleyman'ın Cülus Töreni, Süleymanname	19
Resim 1.12. Levni: Oynayan Çengi, Murakka albümünden minyatür, 1648, (Topkapı Sarayı, İstanbul)	21
Resim 1.13. İlk Türk resimli kitabı Tarih-i Hind-i Garbi'den örnek	23
Resim 1.14. Mühendishane Matbaasını gösteren illüstrasyon, Tableau des Nouveaux Reglemens de L'Empire Ottaman'dan, 1798.	24
Resim 1.15 Ebuuzziyâ Tevfik tarafından yayımlanan Mecmûa-i Ebuuzziyâ'nın 22 Mayıs 1880'de çıkan ilk sayısı	26
Resim 1.16 "Çocuk Bahçesi" adlı dergiden bir sayfa	28
Resim 1.17. İnci Dergisi, S.14.	30
Resim 1.18. Hanım Dergisi, 1921	30
Resim 1.19 İhap Hulusi, Dış Macunu Afişi	32
Resim 1.20 Said Maden'den bir kitap kapağı çalışması	34
Resim 1.21 Gürbüz Doğan Ekşioğlu'nun 10 yıl boyunca kapaklarını hazırladığı The New Yorker dergisinin 1992 yılının Ocak ayı sayısı	35
Resim 1.22 Basın ilanlarında yer alan illüstrasyonlara bir örnek	37
Resim 1.23 Gazoz Reklamı	40
Resim 1.24 Kolonya Reklamı	37
Resim 1.25 Ambalaj İllüstrasyonu: Deniz Kürşad'ın hazırladığı ambalajlar ve üzerinde kullanılan illüstrasyonlar	39
Resim 1.26 Kitap Kapağı İllüstrasyonu	41
Resim 1.27 Gazete sayfalarında görülen konuya ilişkin resimlemeler	42
Resim 1.28 Gazetede metni destekleyici bir illüstrasyon	42
Resim 1.29. Volkswagen Magazin kataloğundan bir illüstrasyon	44
Resim 1.30. Mimari illüstrasyona bir örnek	45
Resim 1.31. Bundan 80 ila 65 milyon yıl önce yaşayan, bilinen dünyanın en büyük leşçileri Tirannosaurusları gösteren bir illüstrasyon	46
Resim 1.32. Kulakta, dalgalı çizgi ses titreşimlerinin izlediği yolu gösteren bir illüstrasyon	48

Resim 1.33. Storyboard Sanatçısı Nelson Dewey'in illüstrasyon serisi	51
Resim 2.1. 1937'lerde vualetli şapkalar moda olmuştur	61
Resim 2.2. İskoç tipi bere.....	68
Resim 2.3. 1975-1979 yıllarında bereler.....	62
Resim 2.4. 1947 yılında vatkalı omuzlar.....	63
Resim 2.5. 1978-1979 yıllarında vatkalar.....	63
Resim 2.6 2000'li yıllar	66
Resim 2.7 Asimetrik giysi tasarımına bir örnek	77
Resim 2.8. Belde (solda) ve omuzda (sağda) radyal denge	78
Resim 2.9. 3:5:8 oranı	80
Resim 2.10 Kumaş hikaye panosu	97
Resim 2.11 Modelden model geliştirme çalışmaları.....	100
Resim 3.1 Bir çift çizme resimlemesi	110
Resim 3.2 Dekoruyla beraber çalışılmış dijital teknik kullanılmış bir moda illüstrasyonu	111
Resim 3.3 Bir çamaşır suyu markası için hazırlanan bir basın ilanı	114
Resim 3.4 Moda illüstrasyonu üzerine bir kitabın kitap kapağı.....	114
Resim 3.5 Moda illüstrasyonu üzerine bir kitabın kitap kapağı.....	115
Resim 3.6 Erte'nin Harper's Bazaar dergisinin kapağı için hazırladığı bir illüstrasyon, Mart, 1931, Tiyatro Tasarımı ve Moda Erte Müzesi.....	116
Resim 3.7 Yves Saint Laurent tarafından Harper's Bazaar için yapılmış suluboya bir çalışma, 1986	116
Resim 3.8 Sarar markasının 2008 kış sezonu kreasyonlarından bir kıyafetin tanıtımı için çekilmiş bir moda fotoğrafı	117
Resim 3.9 1959 yılında bir moda mecmuasında yer alan moda ilanı	118
Resim 3.10 1929 yılında "Ladies Home Journal"	118
Resim 3.11 Ladies Home Journal gazetesinde yayınlanan 1937 yılına ait bir basın ilan.....	119
Resim 3.12 Moda çizimlerinin ansiklopedilerde kullanımı	119
Resim 3.13 Albrecht Dürer'in bir gravürü.....	130
Resim 3.14 1920-1930 yıllarından bir figür.....	120
Resim 3.15 Pollard'dan bir moda figürü.....	130
Resim 3.16. Francis'ten bir moda figürü	121
Resim 3.17 Lee Erickson' dan bir moda figürü	121
Resim 3.18 Mourgue'den moda figürü	131
3.19. Resim Koudine'den moda figürü	122
Resim 3.20 1940-1950 yıllarında figürler dekorla birlikte çizilmiştir	123
Resim 3.21. 1960 yıllarından artistik çizimler	133
Resim 3.22. Mini etek modasının moda çizimine etkisi	124
Resim 3.23 Ünlü moda illüstratörü Antonio' ya ait dört çalışma	124
Resim 3.24 Yıl 1980	125
Resim 3.26 1970 yılında Pierre Balmain'e ait bir çizim.....	126
Resim 3.27 1952 yılı erkek terziler için hazırlanan bir katalogdan	126
Resim 3.28. Moda illüstrasyonunda doğal insan vücudu ölçüleri temaya göre farklılaşabilmektedir	130
Resim 3.29 Farklı uçlarda keçeli kalemle yapılmış moda çizimleri.....	135
Resim 3.30 Marker kalem ile uygulama	135
Resim 3.31 Pastel boya çalışması	137

Resim 3.32 Cekette, angora, pastel ile belirtilmiş.....	148
Resim 3.33 Makyaj resimlemesine bir örnek.....	138
Resim 3.34 Suluboya ile hazırlanmış moda illüstrasyonları.....	139
Resim 3.35 Tül dokusu.....	139
Resim 3.36 Kuru fırça tekniği kullanılmış bir çalışma.....	140
Resim 3.37 Airbrush teknikli bir çalışma.....	142
Resim 3.38 Kolaj çalışması.....	143
Resim 3.40 Karışık teknikle çalışma.....	144
Resim 3.41. Karışık teknikle hazırlanmış bir moda illüstrasyonu çalışması.....	145
Resim 3.41.a Karışık teknikle silüet renklendirme.....	145
Resim 3.42 Valentino Couture için bir reklam kampanyasından çalışma.Suluboya ve pastel, 1984, Tony Viramontes.....	146
Resim 3.43 1955 yılından, ısmarlama giyim için çizilmiş artistik figür ve giysi örneği.....	149
Resim 3.44 Çizgisel, yalın anlatım.....	150
Resim 3.45. Bu silüette limon dokusu kullanılmıştır.....	152
Resim 3.46 Montta deri ile karışık kürk dokusu etüt edilmiştir.....	152
Resim 3.47 Kazakta örgü dokusu etüt edilmiştir.....	153
Resim 3.48 - Resim 3.48.a. - Resim 3.48.b.....	155
Resim 3.49. - Resim 3.49.a. - Resim 3.49.b.....	155
Resim 3.50 Lale stili.....	156
Resim 3.51 - Resim 3.51.a.....	157
Resim 3.52 - Resim 3.52.a. - Resim 3.52.b.....	157
Resim 3.53 - Resim 3.53.a. - Resim 3.53.b.....	158
Resim 3.54 - Resim 3.54.a. - Resim 3.54.b.....	158
Resim 3.55 Silüet giydirme serüveni.....	159
Resim 3.56 “S” kavisli.....	160
Resim 3.57 Farklı duruş pozisyonları.....	160
Resim 3.58 Farklı duruş pozisyonları.....	161
Resim 3.59 Anna Piaggi, Haziran, Paris, 2000.....	162
Resim 3.60 1/9 ölçüsünde kadın silüeti.....	175
3.60.a 1/9 ölçüsünde yandan kadın silüeti.....	163
Resim 3.61 1/9 ölçüsündeki kadın vücudu.....	163
Resim 3.62 Kanon ve aks çizimleri.....	164
Resim 3.63 Kübik form (solda).....	165
Resim 3.65 Model, modelin kopyası ve modelin ölçülü çizimi.....	169
Resim 3.66.Oranları uzatma.....	169
Resim.3.67 Yüz resimlemesi.....	170
Resim 3.68 Başın önden görünümünün çizim aşamaları (solda).....	172
Resim 3.69 Başın ¾ görünüm taslakları (sağda).....	172
Resim 3.70 Bazı modacılar yüzlerde tüm ayrıntıyı vermemektedirler.....	173
Resim 3.71 dalgalı ve kıvrıkcık saç çizimleri.....	188
3.71.a Resim topuz ve küt kesimlerin resmedilmesi.....	175
Resim 3.72 Farklı saç stilleri.....	175
Resim 3.73 1920’ler.....	176
Resim 3.74 Greta Gabro (altta) ve Jean Harlow (üstte).....	177
Resim 3.75 Elizabeth Taylor; 1950’ler.....	178
Resim 3.76 Twigy (solda) ve.....	192

Resim 3.77 Naomi Capbell (yukarıda) ve.....	
Audrey Hepburn; 1960'lı yıllar Kate Moss; 1990'lar.....	179
Resim 3.78 Farklı duruşlardaki el çizimleri.....	180
Resim 3.79. Giyside Kapanma Payları.....	195
Resim 3.80 Teknik özellikler.....	181
Resim 3.81 Kol biçimleri.....	182
Resim 3.82 Kuplar ve pensler.....	182
Resim 3.83 Büzgülü çeşitleri.....	183
Resim 3.84 Bel ve etek ucu çizimleri.....	183
Resim 3.85 Yaka ve kol modelleri.....	184
Resim 3.86 Yaşlarına göre çocuk boy ölçüleri.....	186
Resim 3.87 Çocuk giyiminde silüet giydirmeye.....	187
Resim 3.88 Küçük ölçülerde eskizler.....	190
Resim 3.89 Ünlü modacıardan küçük ölçülerde çizilmiş artistik figürler.....	190
Resim 3.90 Alt sınıflar için kolay çizimler.....	191
Resim 3.91 Gucci: 1995-96 kış koleksiyonu için illüstrasyon.....	205
Resim 3.92 Versace'ye ait bir çizim.....	193
Resim 3.93 Chiristian Dior'a ait çizim.....	207
Resim 3.94 Chiristian Lacroix'in bir çizimi.....	194
Resim 3.95 Chiristian Dior'un bir çizimi (1950).....	208
Resim 3.96 Jean-Paul Gaultier (1998).....	194
Resim 3.97 Thierry Mugler'e ait krokiler (1992).....	195
Resim 4.1 Haseki Sultan (Haseki Kadın).....	198
Resim 4.2 Odalık.....	199
Resim 4.3 Çarliston Modası.....	201
Resim 4.4 1959 yılında kadınların merakla okudukları dönemin popüler magazin dergisi Hayat'tan bir sayfa.....	203
Resim 4.5 Yıl:1968; etek boyları kısalıyor. Milliyet gazetesinde dönemin ünlü modacı Vural Gökçaylı'dan kadınlara sonbahar modası için tavsiyeler.....	204
Kaynak: http://www.vuralgokcayli.com/contents/basin/yazili_basin/	204
Resim 4.6 1930'lu yılların popüler magazin dergisi Muhit'ten bir sayfa.Beyaz zemin üzerine çok renkli çiçekli ev elbisesi.....	206
Resim 4.7 Dergide basın ilanlarında görülen moda illüstrasyonlarına bir örnek.....	211
Resim 4.8 Bir moda dergisinde Gianni Versace'nin 1984 yılına ait bir moda illüstrasyonu.....	213
Resim 4.9 Ege Life dergisinin Nisan 2006 sayısında İzmir'li modacı Jeyan Gedik'in bir röportajına iliştilmiş çizimleri.....	214
Resim 4.10 Modacı Jeyan Gedik'in internet sitesinde "taslaklar" başlıklı bölümde yer alan çizimlerinden biri.....	214
Resim 4.11 Ünlü modacı Vural Gökçaylı'nın VIP dergisinde yayınlanan bir röportajında yer alan çizimi.....	215
Resim 4.12 Ünlü Türk Modacı bahar Korçan'a ait bir illüstrasyon.....	215
Resim 4.13 Ünlü modacı Nevzat Kasman'a ait bir çizim.....	216
Resim 4.14 Ünlü modacı Rıfat Özbek'e ait bir çalışma.....	216
Resim 4.15 Çorap ambalajı üzerinde bir moda illüstrasyonu.....	217
Resim 4.16 Dekorasyonda moda illüstrasyonu, G Hotel, Galway, İrlanda.....	218
Resim 4.17 Giysi etiketinde moda illüstrasyonunun kullanımı.....	219
Resim 4.18 Kozmetik ambalajında moda illüstrasyonu kullanımına bir örnek.....	219

Resim 4.19 David Downton' un Dublin'de yer alan Dunderum adlı alışveriş merkezinin reklam kampanyası için hazırladığı illüstrasyon.....	220
Resim 4.20 Bir mücevher fuarından görüntü.....	221
Resim 4.21 David Downton' un Hong Kong' ta “Alexandra House Shopping Centre” adlı bir alışveriş merkezi için hazırladığı moda illüstrasyonları.....	221
Resim 4.22 Bir moda evine ait kartvizitte kullanılmış moda illüstrasyonu.....	222
Resim 4.23 Burda dergilerinde yer alan sezona modasına ait bilgileri destekleyici resimlemeler.....	223
Resim 4.24 David Downton'un ünlü moda dergilerinin kapakları için hazırladığı çalışmalardan biri.....	223
Resim 4.25 Dergide efsane modacı Versace ile ilgili bir metinde yer alan illüstrasyonu ve altında yer alan ibare: Gianni Versace'nin 1984 yılında Dyonisos Balesi için tasarladığı kostüm	225

GİRİŞ

Yeniye görme ve deneme isteği, gün geçtikçe, hayatın bizi “diğerleri” nden bir şekilde daha da öne geçme gereğini hissettirmesi vb. nedenlerle, tasarımsız bir dünyayı neredeyse mümkün kılmamaktadır. Her geçen zaman, yeni bir şey görülmekte, öğrenilmekte, okunmakta, kullanılmakta ve bunlar yenisi için yeni tasarımlar gerektirmektedir. Günümüzde, bu “yeni”leri satın almadan önce, ya yapım- üretim gidişatı hakkında çizim ve görseller bize bilgi vermekte ya da yapımı ve üretimi tamamlanmamış nesne, ürün, bina, giysi vb. bize bitmiş halleriyle sunulmaktadır.

Grafik tasarımın, tipografi, piktogram illüstrasyon vb. ile oluşturulan ürünlerine bakacak olursak, neredeyse tüm alanlarda yer bulan önemi ile mobilya sektöründen , beyaz eşyaya, lokantalardan çikolata markalarına, gazetelerden moda dergilerine, alışveriş merkezlerinden terzilere vb. kategorilerde geniş bir yelpazede “tanıtım” adına yeri tartışılmazdır. Tüm bu alanlardaki marka ya da firmalar, kendini bir öne çıkarmada ve devam arz etmeye aday olmada ihtiyaç duydukları tanıtım çalışmalarını, tasarımın bitim süreci içerisinde birkaç kez görmektedir. Tasarımcı ise, günümüzde her ne kadar bilgisayar vasıtasıyla bunu sağlasa da yine de kimi zaman eskizlerini kağıt üzerinde göstermektedir. Bu ön çalışmalar, ürünün pazara sunulmadan önceki temsili resimleridir ki, resim ya da grafik tarihine baktığımızda taslak çizimlerinin salt bir ürünün satışa yönelik çizimleri olarak kalmanın dışında, bunlar sanatsal nitelik taşıyan çizimlerin ta kendisidir. Nitekim, çizim, sanatsal bağlamda bir araştırma ve inceleme ortamı yaratarak, bir yerde sergilenmeye / sunulmaya olanak tanıyan bir ön çalışmadır. Hatta, Mimar Sinan’ın dahi camilerini inşa etmeden önce, çizimlerini, yetkili kişilere sunduğu bilinmektedir.

Araştırmacının en çok ilgi duyduğu konu, araştırması, verimi artıracığı göz önünde bulundurularak çalışma konusu; “Moda illüstrasyonu ve Türkiye’de Moda İllüstrasyonu Üzerine Bir Araştırma” olarak belirlenmiştir. Bununla birlikte araştırma açısından, bir konunun “problem” niteliğini taşıması için gereken bir kriter olan “kararsızlık ve karşılaştırma ” durumunu destekleyen araştırma sorunu, “Türkiye’de Grafik tasarımda, moda illüstrasyonlarının, moda sektöründe olduğu gibi, yaygın bir

kullanım alanı olarak tercih edilmemesi ve grafik tasarım alanında diğer illüstrasyon çeşitlerinin aksine fakir kullanımı dikkat çekmiş olması ” şeklinde belirlenmiştir.

Moda illüstrasyonları, moda ve grafik tasarım alanlarında yaklaşık aynı amaçlara hizmet etmektedir. Bu kullanım, moda sektöründe mutlaklık gerektirirken, grafik alanında, kullanım kısıtlılığı getirmektedir.

Moda illüstrasyonlarıyla ilgili kaynak araştırmasında yabancı kaynakların “bir grafik tasarım alanı olan moda illüstrasyonu” olarak ele alındığı görülürken, Türkçe kaynaklarda ise bu konuya sadece moda sektörünün sahip çıktığı izlenimi verilmiştir.

Grafik tasarım alanında, daha önce bu konuya ilişkin özel bir araştırma göze çarpmamış, bu da eksiklik olarak görülmüştür. Bu soruna yenilik arz edici farklı önermeler geliştirmek gözetilmiştir.

Diğer illüstrasyon türlerinin nerelerde kullanılabildikleri başlıklarından bile kolaylıkla anlaşılma ile beraber, moda illüstrasyonunun konumlandırma ve anlamlandırma endişesiyle karşı karşıya olduğu görülmüştür. Nitekim, “moda illüstrasyonu” , bir stilistin elinden tüketiciye ürünün son aşamasını albenili halde gösterdikleri ve abartılı, “ sunum çizimleri” olarak, “ moda resmi” adıyla çıkarken, bir grafik tasarımcının elinden bir metni, dönemi anlatan ya da sadece dekoratif anlam yükleyen “ moda illüstrasyonu” şeklinde çıkmaktadır. Kısacası, “moda illüstrasyonu” nun bir eskiz mi yoksa sanatsal nitelik taşıyan görsel bir ihtiyaç mı olduğu bir sorun niteliğindedir. Bu sorunun araştırma ile öneriler getirilebilecek bir sonuca varılabileceği düşünülmüştür.

Bu çalışma, araştırma konusu itibariyle, yeni bir problem arz etmektedir. Çalışmada, Türkiye’de moda illüstrasyonunun moda sektöründe, yalnızca ürünü cazip göstererek şahsa veya firmalara yönelik olduğu, grafik tasarım alanında ise ekonomik bir kaygıyı henüz taşımadığı, Türkiye’de de bu tür farklı açılımların geliştirilmesine yönelik öneri geliştirmeyi hedef olarak belirlemiştir.

Çalışmanın konu başlığının son kısmında yer alan “ Türkiye’de moda illüstrasyonu üzerine bir araştırma” konumlandırılması, Türk grafik sanatının zengin geçmişinin başarılarla donanmış olması, teknolojiye olduğu gibi bazı değerleri dış ülkelerden ileri zamanlarda karşılamamız, bizim grafik sanatı değerlerimizden olan bu illüstrasyon türünün, tanımlama ve uygulamaya yönelik bir “endişe” yarattığının düşünülmesi üzerine yapılmıştır. Hatta yabancı bazı illüstratörlerinin arasında, sırf

moda illüstrasyonu çalışanların da olduğu düşünülürse, bu konunun araştırılması haklı görülecek, endişenin anlaşılmasını kolaylaştıracaktır.

1. BÖLÜM

1. İLLÜSTRASYONUN TANIMLARI, TARİHÇESİ VE KULLANIM

ALANLARI

1.1. İllüstrasyonun tanımları

Evrende en değerli şey yaşamdır. Bu çok değerli şeyin hemen karşısında o değeri hiç etmeğe hazırlanan ölüm ve yok oluş vardır, insanı, yaşamını ve mutluluklarını ölüme, yok oluşa ve unutulmaya götüren şey “zaman”dır. Zaten insanın varlığı, yaşamı ve mutluluğu çok kısadır. O halde insana kısa süren mutluluğunun bir resmi gerekmektedir ve henüz bir fotoğraf makinesi olmayan mağara adamı, mağarasının duvarına ilk geyik resmini çizer; insan zamanı durdurmuş, geyiği, ebedileştirmiştir. En azından biraz sonra akşam olacak karanlıkta hiçbir şey görünmeyecektir veya biraz sonra kaçıp karşı tepelerin ardında kaybolabilirler, ya da bu kış başlayacak buz çağı geyik sürülerini başka iklimlere sürebilir. Ama mağaranın duvarındaki resme bir şey olmaz (Sanat Yazıları III: 367).

İllüstrasyon, birçok farklı sebep için birçok farklı yolla denenmiş, böylece illüstrasyonun tanımlanması için görüşler sunulmuştur. En genel tanım illüstrasyonun hikaye anlattığıdır (Saygın Kaya, 1996:51).

İllüstrasyon kelimesi, İngilizce’de “illustration” şeklinde yer almaktadır. Ayrıca illüstrasyon, “illüstrasyon, Latince “ışık” anlamına gelen “lux” ve yine Latince “aydınlatmak” anlamına gelen "illuminare” kelimelerinden türetilmiş, Fransızcası da "enluminure” olan Fransızca bir sözcüktür.” Burada da illüstrasyonun anlamının “aydınlatma, ışıkla bezeme, ışıkla güzelleştirme” anlamına geldiği görülmektedir.Yalnızca bu tanım bile, bir illüstratörün amacının, bir öyküyü, şiiri veya metinsel bir içeriği (bir gazetede yayınlanan makale gibi) geleneksel olarak metinde tarif edilen bir durumun görsel sunuşunu vererek aydınlatmak, anlaşılır kılmak ya da süslemek olduğunu tasdikler niteliktedir.

İllüstrasyon, kelime olarak ise kelime dağarcığıımıza 1960’ lı yıllarda girmiştir. Metinlerin ve fikirlerin tasvir edilmesi ve açıklanması amacıyla uygulanan en yaygın “resimleme” türüdür (Kaptan, 1996:55).

Farklı tanımlamalar da bulunmaktadır:

İllüstrasyon bir sanat çalışması, edebi bir sorunun yanıtı, bir bilginin açıklaması ya da sosyal bir yorumudur (Baral, 1989:19).

Başlık, slogan ya da metin gibi sözel unsurları betimleyen ya da yorumlayan bütün unsurlara genel olarak “illüstrasyon” adı verilir (Becer, 1997:210).

İllüstrasyon, bir konunun resim-çizim yolu ile açıklanması-yazılı bir metni açıklamada kullanılan resim, herhangi bir şeyin anlamını güçlendirmek için uygulanan çizim ve belli bir temanın plastik veya pratik açıdan dile getirilişidir (Kaptan, 1996:55).

Bir konunun, bir fikrin ya da bir olayın resmini yapma ya da fotoğrafını çekme yoluyla resimlenmesidir (Kaptan, 1996:55).

Görsel iletişimin hemen hemen bütün alanlarında kullanılan illüstrasyon, farklı dil, ırk ve kültürden insanların herhangi bir açıklamaya ihtiyaç duymadan anlam çıkarabileceği bir görsel dildir (Keş, 2001:29).

“İllüstrasyon” yerine “resimleme” kelimesi de kullanılmaktadır. Nitekim, resimlemek: yazı arasına ilgili resmi koymaktır (Türkçe sözlük:671).

İllüstrasyon, desen, resim, fotoğraf gibi bir görselleştirme biçimidir, ancak biçimden daha çok konuya, şekilden ziyade nesneye ya da içeriğe yoğunlaşan bir resim, fotoğraf veya herhangi bir sanat eseridir. Grafik sanatların bir koludur. Amacı, bir konuyu anlatmaya yardımcı olmaktır. Antik mağara resimlerinden, günümüzde gazetelerde çizilen karikatürlere kadar farklı illüstrasyon örnekleri vardır. Daha çok kitap için metinlerin açıklayıcı tanımlamalarını güçlendirmek ve daha iyi anlaşılmasını sağlamak amacıyla yapılan konulu resimlerdir ve sanat çalışmalarında bir uzmanlık alanı olarak, yerini almıştır.

İllüstrasyonlar tanıtım ve reklam sektöründe görsel çözümler üreten en önemli etmenlerden biridir, ilintili oldukları metni tanımlayıp, değişik anlam ve boyutlarda yeniden algılanmasına yardımcı olmaktadır. Konu, kavram ve eylemlerin kolayca kavranıp benimsenmesinde, sevilmesinde etkilidirler. Ayrıca içerdikleri resimsel değerlerin birbirinden farklı yorum ve stilleriyle, sanatçının özgün karakteriyle kaynaşarak, okuyucu-seyircide estetik bir haz uyandırır. Bu

estetik haz, sanat katına çıkan illüstrasyonların yaşamı yansıtan, sevdiren ve dönüşümüm katkı sağlayan gücüyle gerçekleşmektedir.

İlk insanla ortaya çıkan illüstrasyon günümüzde de çağdaş grafik tasarımının vazgeçilmez bir materyali olmuştur (Kaptan, 1996:54). Önceleri fotoğraf olmadığı için gazetelerde haberler ya da herhangi bir olay anlatılırken resimleme yoluyla tamamlanılmasına çalışılmıştır. Aynı biçimde kitap resimlendirilmesi de bu amaçla yapılmıştır. Bu amaçla yapılan resimler kötü denebilecek düzeydedir. Yapılan resimlerde estetik endişeden çok resimlendirme amacı güdülmekte idi. Bu resimler, asıl çalışmanın önemsiz bir ayrıntısı olarak kabul edildiğinden fazla önemsenmemiştir. Bütün bu nedenlerden dolayı, başlarda, illüstrasyonun gerçek anlamı kavranmaya pek de açık bir kavram olamamıştır. Nitekim, anlaşılmasını zor kılan etmenlerden biri resim ile illüstrasyon arasında ne fark olduğudur. Bu da şu şekilde açıklanmaktadır: İllüstrasyon, sipariş üzerinedir büyük çoğunlukla ve istenilen mesajı net bir sekide izleyiciye iletme zorunluluğu taşımaktadır. Sözü edilen durum için bir de reklamcılarının ifadelerine yer vermek gerekli görülmüştür; çünkü dergi, katalog vb... malzemeler için illüstrasyonların sipariş verildiği bilinmektedir.

Ajans Ultra'nın yaratıcı yönetmeni Hakkı Mısırlıoğlu için illüstrasyon, öncelikle resim sanatıyla içice geçmiş durumdadır. Sanatçı bir sanat eseri yaparken alıcıya ulaşip ulaşamayacağı kaygısını duymaz. Önce üretir sonra talep olur. Ama illüstrasyonda bu böyle değildir. Önce talep gelir ve o doğrultuda ürün ortaya çıkar. Bence illüstrasyon kendi başına bir sanat değildir. Grafik tasarımda, reklamda, illüstrasyonda bir yönlendirme olduğundan sanat olarak görmüyorum. Grafik tasarımı ve reklamı yeni bir sanat olarak görenler var ama ben bu görüşe katılmıyorum (Evrar,2000:101).

Saatchi&Saatchi" adlı markada görev yapan yaratıcı yönetmen Kenan Ataseven için "illüstrasyon görsel bir anlatım biçimidir. Görsel iletişimi kurmak için kullanılan malzemelerden bir tanesidir. Resimden farklı olarak bize bir şeyi anlatmak, bir şeyi söylemek durumundadır. Ama resim öyle değil, yoruma açıktır. Herkes için farklı şeyler ifade edebilir, illüstrasyon bir durumu net, dramatik veya eğlenceli bir şekilde anlatır. Bir metni daha sıcak hale getirmek veya açıklamak için kullanılır. Belli bir öyküyü, belli bir temayı çizgilerle daha fanteziye çekebiliyor

olması bence en güçlü yanındır, illüstrasyon fotoğrafla, resimle, karikatürle iç içe geçmiş durumda. Gerçeklik anlamında fotoğrafa o kadar yakın illüstrasyonlar var ki neden fotoğrafla çözümlenmemiş diye insanın sorası geliyor. (Evrans,2000:110).

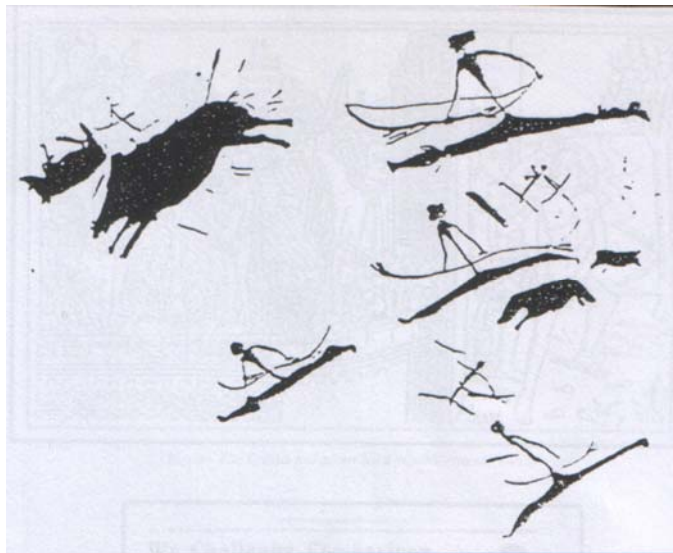
MÜGSF Grafik Bölümünde Yrd. Doç. olan Gürbüz Doğan Ekşioğlu için illüstrasyon “herhangi bir olayı, bir fikri, bir düşünceyi veya bir kavramı görsel dille ifade edebilmek için yapılan resimlemelerdir. İllüstrasyonun anlatmak istediği şey herkesçe algılanabilir olmalıdır” (Evrans,2000:110).

Reklam metinlerinde el yazısı her zaman daha çok okuyucunun ilgisini çeker. Yoğun bir ilgi çekmesinin nedeni ise el yazısının daha özel bir şeyleri çağrıştırmasından ileri gelmesidir (Didari, 2002:104). Burada ifadelendirildiği gibi, belki de, illüstrasyon sanatının, fotoğrafın icadından sonra ve günümüzde de hala ısrarla tercih edilmesi bu “özel” şeyleri hissettirmesi olabilir.

1.2. İllüstrasyonun tarihçesi

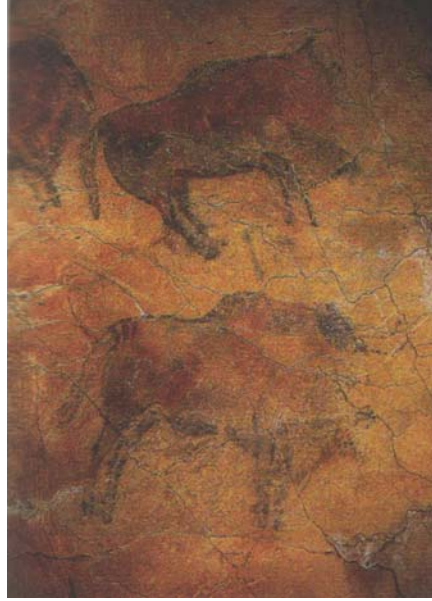
1.2.1.Dünyada İllüstrasyon sanatı tarihi ve gelişimi

İlk illüstrasyon örnekleri mağara duvar resimleridir denebilir. Bunun en büyük ve önemli sebebi ise bu resimlerin illüstrasyonda da var olan işlevsellik özelliğidir (Kaptan, 1996:53) (**Resim 1.1., 1.2., 1.3.**).



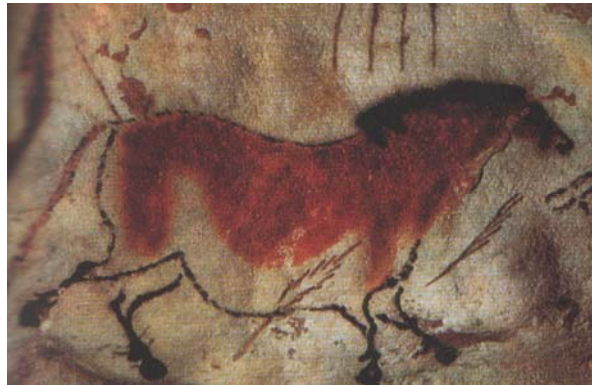
Resim 1.1. Mağara dönemi resimlemeleri

Kaynak: Kaptan, 1996



Resim 1.2. Bizon, M.Ö.15.000 – 10.000 dolayları Mağara resmi; Altamira, İspanya

Kaynak: Gombrich, 1997



Resim 1.3. At, M.Ö.15.000 – 10.000 dolayları Mağara resmi; Lascaux, Fransa

Kaynak: Gombrich, 1997

İllüstrasyon tarihinin başlangıcı olarak, resimli kitapların ilk ortaya çıktığı tarih de kabul edilmektedir.

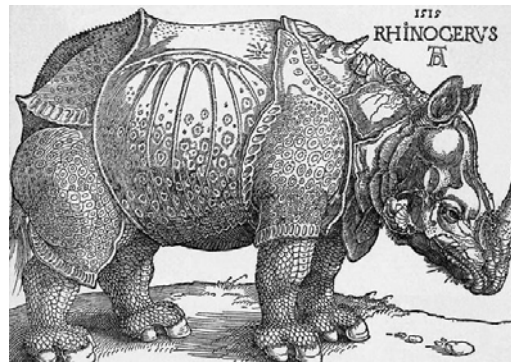
Çağdaş illüstrasyonun kökleri, resimli kitabın da kökleridir. Bu ilk eserler, renkli resimler ve harflerle bezenmiş ve el yazmalarıyla hazırlanmış antik rulo parçalardır. Ramessum Papyrus ve “The Egyptian Books of The Dead” illüstrasyon ruloları, bilinen en erken el yazma hikaye ve kitaplarıdır (Keş, 2001:36).

“Milano İliadası” ve “Vatikan Virgili” hariç; Klasik Roma’dan bugüne pek az örnek kalabilmiştir. Her iki klasik metnin kopyası, M.S. IV. yüzyıla aittir. O tarihten sonra illüstrasyon stilleri büyük gelişme göstermiştir ve kitabın ortaya çıkışıyla, kitap resmi de ortaya çıkmıştır.

Basılı en eski illüstrasyon örneği ise geçmişi icatlarla dolu Çin'dedir. Bu örnek, tahta baskı tekniğiyle uygulanmış, orijinal ismi “Chines Diamond Sutra” olan “Elmas Sutra” adıyla anılan rulonun üzerindeki illüstrasyondur. Hala British Museum’da sergilenen bu eser M.S. 868 yılına aittir.

Batıda 14.yy.’ın sonlarına doğru basılı oyun kağıtları üzerinde illüstrasyonlar görülsede 15.yy. ortalarına kadar kitaplarda illüstrasyona rastlanmadığı görülmektedir.

“Eski Yunan’da ise kitaplar hiç resimlenmemiş fakat yer yer süslemelere rastlanmıştır.1461 yılında ise Ulrich Boner’in “Der Edelstein” adlı eseri, illüstrasyon tarihine “basılı ilk illüstrasyonlu kitap” olarak geçmiştir. Ağaç oyma tekniği, 15. yy.’da kitapların basımında kullanıldı ve böylece elle çizilen kitaplar yavaş yavaş tarihe karışmaya başladı. Ayrıca baskı tekniğinin ilerlemesi ile kitaplarda bir fiyat düşmesi görülmüştür. Tahta baskı tekniği, daha sonraları renkli kullanılarak Almanya ve İtalya’da birçok kitabın basılıp yayınlanması sağlandı. Albrecht Dürer’in ağaç oyma tekniğiyle yaptığı resimlemeler Gotik dönem için ölmez eserlerdir. Dürer’in anlatımındaki biçimleme zenginliği ve üstün oyma tekniği o dönemin ilkleri arasında yer almasını sağlamıştır (Kaptan, 1996:55) (**Resim 1.4.**).



Resim 1.4. Albrecht Dürer’in ağaç baskı tekniğinde yaptığı bir kitap illüstrasyonu: Gergedan, ağaçbaskı, 1515, British Museum, Londra

Kaynak: Globalgallery, 2008

17. yy' da bakır gravürün başlamasıyla ağaç oymada her yönden gerileme başlamıştır. İlk bakır gravürle resimlenmiş kitap ise 1477' de Venedik'te görülmüştür. Sonraları bakır gravürden çinko, çelik gibi diğer metaller üzerine elle ve asitle oyma teknikleri doğmuştur. Bakır gravürün ortaya çıkması ve ileri düzeylere teknik açıdan gelinmesi tasarıma olan önemi artırmış ve bunun sonucu olarak da “Dürer” ve “Holbein” gibi 16. yüzyılın unutulmaz, illüstratörleri ve ressamaları ortaya çıkmıştır (Kaptan, 1996:38).

17. yüzyılın sonları ve 18. yüzyılın başlarında ise taş baskı tekniğinin çıkması ve gelişmesiyle oyma, kazıma ve asit indirme gibi zor teknikler ortadan kalkmıştır. 60'lar ve 80'ler büyük ve köklü devrimlerin yılları ise, 70'ler ve 90'lar da geçiş dönemi niteliği taşımaktadırlar. 90'ların en önemli olayları tek kutuplu dünyaya geçiş, internetin yaygınlaşması ve küreselleşmedir (Bak, 2007:63).

Eskiden kitaplar, daima ciltlenmiş olarak satılırken; 18. yüzyılın sonunda dikişli ve üzeri yazısız kapaklı, olarak satılmaya başlandı. Bazı istisnalar dışında (İmbert de La Platiere'in Galerie universelle'i), basılı kapaklar ancak, 19. yüzyılın başında yerleşmiş; illüstrasyon, bu kapaklarda, zamanla yavaş yavaş yer almıştır (Labarre: 94).

19.yy.'dan itibaren bilim ve teknolojinin gelişmesi kitlesel üretimin başlamasıyla gazeteler ve dergilerin üretim ve ihracat yapan iş dünyasının etkili görüntülere ihtiyaç duyması, illüstrasyon tekniğinin daha fazla ilgi görmesini sağlamıştır (Tepecik, 2002:79).

19. yüzyılın sonlarında ise fotoğrafı tekniğinin bulunması, ofset ve klişelerin teknik olarak ilerlemesi, basım araçlarındaki çoğalma, sınırsız röprodüksiyon olanakları, sanatçının daha da özgürleşmesine neden olmuştur. Bu durum da illüstrasyonda sınırsız teknik ve boyama imkanlarının kullanmasını sağlamıştır.

Litografi tekniği ile illüstre edilip basılan ilk büyük kitap 1828'de görülen “Faust” un “Delacroix” baskısıdır (Keş, 2001:39).

19. yüzyılın sonuna doğru ortaya çıkan Arts and Crafts (Sanatlar ve El Sanatları) hareketi, illüstrasyon açısından çok zengin geçmiştir. Özellikle o dönemde süslemeye verilen önem ve Kelmscott Basımevi' nin kurulması ile basılan kitaplarda süsleme unsuru ön plana çıkmış, illüstrasyon denilen işlevsel çizimler ve

resimlemeler ön planda yer almıştır. Yazıların da oldukça fazla kullanıldığı bu dönemde, yazı kenarlarında incelikle çizilmiş çiçek, yaprak, asma ve sarmaşık gibi bitkiler karmaşık bir yapıda resimlendirilmiştir (**Resim 1.5.**).



Resim 1.5. “Kelmscott Press’te basılan Quarto (Tabakaların dört yaprağa yani sekiz sayfaya bölünmesinden meydana gelen kitap serileri için logotype)”

Kaynak: Grafik Tasarım Dergisi, 2007

Art Nouveau hareketi de aynı şekilde grafik sanatlar açısından özellikle afiş ve illüstrasyon açısından pek parlak geçmiştir. Her ülkede tasarımda devrim olarak ortaya çıkan bu harekette süsleme, dekorasyon ve doku gibi sempatik unsurlardan kaçınılarak, özgün, hareketli, kopyasız tasarımlar kullanılmış, böylelikle canlılık sağlanmıştır.

1870’den sonra illüstratif tasarım (yazı ile imajın birlikteliği) yani düşüncenin resimlenmesi, Jules Cheret reklam afişlerinde en üst düzeydeydi. Onun, kabare ve müzikli revü afişlerindeki imajları (görüntüler) erotik, renkli ve vahşi fikirliydi. (Saygın Kaya, 1996:50). Saygın (1996:50) “Cheret’ in posterleri daha sonra organik formları ile Art-Nouveau’ nu tarzının habercisi olmuştur. Özellikle Grasset, bugün bile şapka çıkarabileceğimiz düzeyde illüstrasyonlar yapmış, illüstrasyonların yazıyla kullanımında armoni sağlamıştır. Hareketli figürler, raks eden bayanlar, cafcacflı renkler bu sanatçıların afişlerinin ilgi çekmesi için yeterlidir” demiştir (**Resim 1.6.**).

İsviçre kökenli Eugene Grasset illüstratör/tasarımcı olarak Cheret’in popülerliğine rakip olan ilk sanatçıdır (Pektaş, 1992:20).

Halkla iletişimin kolay kurulması, istenilen amacın kolay anlatılması ve üstün tasarım gücü bu sanatçıları afişlerinde resimleme kullanmaya itmiştir; işlevsel olan bu resimlemeler tabi ki günümüz illüstrasyon sanatına büyük katkıda bulunmuşlardır.

Yazı ile görüntünün birlikteliği bu grafik stilin ayırt edici yönü olmuştur. Henri de Toulouse-Lautrec ve daha sonra Alhonse Mucha da buna örnektir (**Resim 1.7.**).

Sleinlen ve Lautrec gibi ressamlar o dönemlerde afişin büyüleyici gücünden etkilenmişler, gelen teklifler dahilinde de afiş yapmışlardır (Kaptan, 1996:63).

Art Nouveau' nun grafik tasarımcıları ve illüstratörleri, öncelikle estetik endişeleri göz önüne alan sanat biçimleri geliştirmişler, daha sonra ticari baskı yöntemlerinin ilerlemesiyle ortaya çıkan uygulamalı sanat tekniklerini de büyük bir coşkuyla benimsemişlerdir. Sonuç olarak kitlesel iletişiminin görsel niteliğini büyük oranda yükseltmişlerdir.



Resim 1.6. La Loie Fuller, Cheret'in ünlü Amerikan dansçısının Paris'teki gösterisini duyuran afişi: Renkli litograf baskı, 77.6 h x 60.0 w cm, 1893

Kaynak: Nga, 2008



Resim 1.7. Henri de Toulouse-Lautrec: Divan Japonais, 1893, Renkli litograf baskı, 31 5/8 x 23 7/8, Modern Sanat Müzesi, New York

Kaynak: Moma, 2007

İllüstrasyon tekniğinin gelişmesinde çok etkili olan akımlardan biri de Sürrealizm dönemidir. Bu dönemde işlevsel resimlemelere ver verilmiş, gerçeküstücülüğün materyalleri sıkça kullanılmıştır. Ancak illüstrasyonda olan bu gelişme o dönemlerde fotoğrafın çıkması sebebiyle afişe yansımamıştır. İllüstratif afişlerin yarattığı heyecan yavaş yavaş yok olmaya başlamıştı ki tüm dünyayı direkt harekete geçirecek olan savaş patlak vermiştir.

Amerika, İngiltere, Fransa gibi ülkelerde afiş ve illüstrasyon yeniden hareketlenmiştir. Savaşın lehinde ve aleyhinde kullanılan bir çok afişte, illüstrasyonun büyümlü gücünden faydalanılmıştır.

“Sam Amca”, “Britons”, “Savaş İstikrarsız” gibi ünlü afişler o dönemin illüstratif afişleri arasında yer aldı. Artık illüstrasyonun kolay anlatım ve ifade özgürlüğü gibi güçleri grafik sanatçıları için birer silah haline geldi. Fotoğrafta olan durağan yapı illüstrasyonla çok kolay eyleme, harekete dönüşüyor, insanların ilgisi gerektiği kadar çekiliyordu (Kaptan, 1996:63-64).

20. yüzyılın erken dönemleri sürerken, illüstrasyon ve fotoğrafta içinde bulunulan şartlar, ihtiyaçlar ve bütçeye göre eşit bir denge kuruldu. Fotoğraf gerçeği göstermede iyiyken, illüstrasyon hayal ürünü, efsanevi hikayeleri oluşturmakta daha iyiydi. El Lisitzky'nin Viladamir Vayakov'un şiirde devrim açan kitabı “For The

Voice”, grafik sembollerin ve sade illüstrasyonların kullanıldığı kusursuz örneklerdendir.

Yıllardır kitaplarda, metni açıklama, hayali şeyleri anlatma veya soyut ifadeleri (El Lissitsky’in The Voice için yaptığı çalışma) açıklamak için illüstrasyonlar kullanılmıştır. Fotoğrafın ekonomik bir sunuşa gelmesinden önce gazete ve magazinlerde illüstrasyonlar, olaylara dayanılarak çizildi. Çizerler kabataslak çizimden sonra, çizimi bitirip teslim ederlerdi. Kameranın kullanımı sadece, çok kritik olaylar için idi. Bu uygulama ancak çok hatif cep kameralarının gelmesiyle değişti. Bugün gazete ve magazin illüstrasyonları daha (cerebral) akılcı ve (conceptual) kavramsaldır, objektif açıklamalar sunmaktansa hikayeyi tamamlamaktadır (Saygın Kaya, 1996:52).

Savaşın sona ermesi ile başlayan sanayileşme ve teknoloji, üretim-tüketim ilişkisini arttırmış ve bunun doğal sonucu olarak da reklamcılık hareketlenmiştir. Böylece afiş sadece sergi, tiyatro ve savaş afişleri niteliğinin dışında farklı bir boyut kazandı. Sürekli düzenlenen kampanyalar, üretimde artan rekabet reklamcılığın en etkin silahlarından biri olan afişe yönelmiştir. İllüstrasyon da doğal olarak bu hareketlenmeden etkilenmiş ve ticari anlamda, illüstrasyonun anlatım zenginliği bir çok afişte ve kampanyalarda kendini göstermiştir.

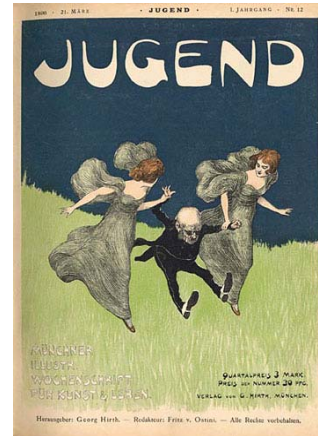
Sinemanın ilerlemesi, “Hollywood” gibi bir sanat şehrinin doğması insanların filmlere duyduğu ilgi, kırılan gişe rekorları, ünlü film sanatçılarının artması isler istemez yönetmen ve yapımcılara bir kez daha illüstratif afişleri adres olarak gösterdi. Bunun sonucu olarak da filmlerin ünü tüm dünya insanlarına aynı anda ulaştırıldı. İnsanlar belirli yerlere yerleştirilen film panoları önünden geçerken gözlerini hep bu afişlere endeksledile (Kaptan, 1996: 64).

Dört Macler olarak da bilinen Glasgow Okulu sanatçıları afişlerinde kullandıkları illüstrasyonlarda resim-metin ilişkisini çok iyi kullanmışlardır. Figürleri boyuna deformasyonla ilgi çekici hale getirmişler yer yer de simetrik kompozisyonlar kullanmışlardır.

Amerikan ve Viyana stili çalışmalarda ise illüstrasyonlar gerçekten niteliklidir. Yer yer dokuya yer vermişler, dekoratif figürlerle aktif elemanlar kullanarak afişlerinde bekledikleri ilgiyi yine resimleme sayesinde görmüşlerdir.

(Almanya’da ise kullanılan illüstrasyonlarda çekici figür ve biçimlerle renkler tüpten çıktığı gibi kullanılmış ve kaba renklerle afişler süslenmiştir.)

Art Nouveau Almanya’da “Jugendstil” (gençlik stili) adını almıştır. Bu isim 1896’da Münih’te çıkmaya başlayan “Jugend” isimli bir dergiden uyarlanmıştır. Büyük bir okuyucu kitlesinin izlediği Jugend dergisi, dönemin yenilikçi sanatçıların grafik ve illüstratif çalışmalarına genel bir bakış getirmiştir (**Resim 1.8., 1.9.**). Dergide Art Nouveau türü süsleme hemen hemen her sayfada yer almıştır. Metinler ve illüstrasyonlardan meydana gelen sayfa düzenlemesine, bazen iki tam sayfa illüstrasyon, bazen sayfanın üst yarısında yer alan yatay illüstrasyonlar zengin bir çeşitlilik getirmiştir. Başka bir örneği olmayan bu uygulama, kapağı tasarlayan sanatçının, her sayıda, derginin logosunu da kapak tasarımına uygun olarak yeniden tasarlamasıdır.



Resim 1.8., Resim 1.9. Her sayıda, Jugend dergisinin ismi, kapağa uygun tasarlanmıştır

Kaynak: Villastuck, 2008

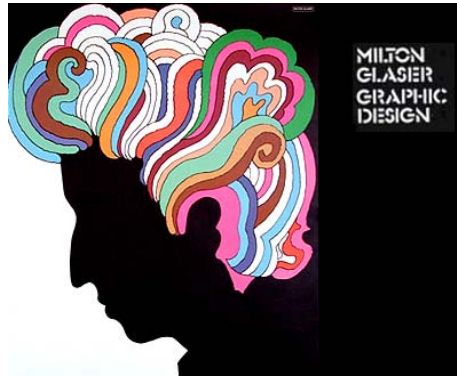
“1870’lerden 1950’lerin erken dönemlerine kadar Amerikan illüstrasyonunda baskın olan hikayeciliktir. Realizm, kitlelerin kabulü amacıyla magazinlerde popülerdir. Fotoğrafın mükemmel hale gelmesine rağmen, aralarında “The Saturday Evening Post”, “Look”, “Cliers”in de bulunduğu magazinlerde, hayali şeyler için illüstrasyon, zor anlar ve inandırıcılık gereken yerlerde fotoğraf kullanılmıştır.

1930’ların geç dönemi sürerken ve 1940’ların erken dönemlerinde Naziler’den kaçan Avrupalı modernistler ABD’ye yerleşip illüstrasyonlu tasarımlara bir yön verdiler. Eski Bauhaus ustası Herbert Bayer, Avrupa objektifliğini, Amerikan

hikayeciliği ile fotomontajlarında birlikte kullandı. Öbür lider tasarımcılar Ladislav Sutnar ve Gyorgy Kepes gibi tasarımcılar tasarımlarını soyut formlarla donattılar. Bundan önce Paul Rand ve Lester Beall'ın da aralarında bulunduğu Amerikalılar soyut yaklaşımları denediler. Rand'ın doğrultusundaki birçok magazin kapağı 1938'den 1942' ye dek benzersiz kullanımlara tanıklık etti. Yazılar ve çizimler çoğunlukla kolajla ve yarı tonlu görüntülere bezendi (Saygın Kaya, 1996:52-53).

1950'lerde ise Glaser, doğunun kaligrafik fırça çalışmaları ve Picasso'nun "aquatint"lerinden esinlenerek, suluboyayla, hareket eden silüetlerinden oluşan illüstrasyonlar yapmaya başlamıştır. Illüstrasyonlardaki silüetler, biraz da izleyicinin hayal gücünü zorlamak için belirsiz bırakılmışlardır.

Konser afişleri ve plak albümlerini içeren, müzik konusundaki grafik tasarımlarında ise Glaser, konunun özünü kişisel görüşleriyle bağdaştırma konusunda büyük başarı göstermiştir. Glaser'in müzik konusunda "folk-rock" şarkıcı Bob Dylan için hazırladığı afiş Amerika'da Flagg'ın "Sam Amca" afişinden sonra en çok basılan afiş olmuştur (Pektaş, 1992:189) (**Resim 1.10**).



Resim 1.10. Kaleydoskop (çiçek dürbünü) saçlarıyla Bob Dylan Milton Glaser'in Bob Dylan'ın en iyi albümü için hazırladığı albüm kapağı, 1966

Kaynak: Designboom, 2008

Mağara devrinden günümüze birçok işlev için kullanılan illüstrasyon, 20. yy'da fotoğrafın etkisine rağmen yeni bir çok alanda da kullanılmaya başlamış, bütün teknik ve sanatın anlatım dilini kullanarak, yaşantımıza etki eden, görsel bir dil olarak geçerliliğini korumaktadır (Keş, 2001:41)

Bugün, fotoğraftaki yaygın kullanıma rağmen illüstrasyonun eskimiş formları ilgi çekmektedir.

Çağdaş grafik tasarımcılar, yüzyılın ortasındaki modernistlerin neslidirler. Onlar içinde yaratılan görüntüde, akıcı bir anlatımın nasıl yapılacağını bilmek önemlidir. Stil, moda, zaman içinde değişir ama iyi bir grafik hünere, ustalık ister. İletişim, hep sürecektir. İllüstrasyon uzun bir yoldan gelmiştir ve şimdi de bilgisayardan yardım görmektedir. Grafik tasarımcılar yeni teknolojilere yönelmişlerdir.

Günümüzde ise teknik ilerlemeler sonucu ortaya çıkan Air Brush kullanımı ve Bilgisayar grafiği, illüstrasyon sanatçılarının sınırsız tasarım gücüne bir yenisini ekledi (Saygın Kaya, 1996:53).

1.2.2. Türkiye’de illüstrasyon

İllüstrasyonun ülkemiz için tarihi çok eski yıllara gitmekle birlikte Türk kitap resimlemeciliğinin köklerinin Uygur Türklerine kadar uzandığı görülmektedir. Çünkü Orta Asya’da İslamiyet öncesi Türk kültüründe (özellikle Uygurlar’da) duvar resmi, resim, minyatür sanatı çok gelişmişti ve resimli, minyatürlü kitaplar üretiliyordu. Dini sebeplerle resimden uzaklaşma Osmanlılar’da çok keskin olmuştur. Bu yüzden, Türk minyatür sanatı Batının baskı - resim sanatının doğu karşılığı olarak gösterilebilir (Evrans, 2000:34).

Minyatür kelimesi ise, (miniature) Latince, "miniare yani “kırmızıyla boyamak” kelimesinden gelmektedir. Çünkü bu tür resimlerde parlak kırmızı bir boya olan “minium” kullanılmıştır asırlar boyu. Yoksa, küçük anlamına gelen "minus" ile bir ilgisi yoktur minyatür kelimesinin (Sanat Dünyamız, 2006:81).

O dönemlerden günümüze kalan resimli ve minyatürlü kitaplar, Türk kitap resimlemeciliğinin çok eski tarihlerden beri varolduğunun birer göstergesidir ve Orta Asya Türk Kültür Geleneği’ne bağlı olarak ortaya çıkan bu minyatür çalışmaları o dönemin illüstratif çalışmalarıdır. Mani dininin ve Budizm’ in etkisi altındaki Uygurlar, Mani dininin kitabını ve Budizm’le ilgili kitapları birçok nüsha olarak hazırlayıp çoğaltmışlar, resimlemişlerdir. Uygur Türk şehirlerinde bulunmuş resimli ve minyatürlü kitaplar, kitap resimleme sanatının, Türk tarihinde çok eski bir geçmişe sahip olduğunu açıkça ortaya koymaktadır.

Kendine özgü biçim özelliği geliştiren Uygur resimlerinin daha sonra Selçuklu minyatürleri üzerinde etkileri olmuştur (Keş, 2001:43).

Anadolu Türkleri ise minyatür sanatını ilk olarak 12. ve 13. yüzyıllar arasında Artuklular döneminde uygulamaya başlamışlardır.

12. yüzyılın ikinci yarısında Artuklular'ın hizmetine giren Ebu'lizz el Cezeri, teknik buluşlarını el-Hiyel el Hendesiyeye isimli kitapta toplar. El Cezeri, temeli Arşimet ve sonrası bilgilerin buluşlarına dayanan eserinde suyun ve dişlilerin hareketiyle çalışan aletleri anlatır ve aletlerin bütününe ve parçalarının ayrıntılı tasarımlarını renklendirerek çizer (Saçan, 1998:5).

Selçuklular'dan Fatih Sultan Mehmet' e kadar bir belirsizlik yaşayan Türk kitap resimleme sanatında, Fatih' in Gentile Bellini' ye portresini yaptırmasıyla Türk minyatür sanatında portre geleneği başlamıştır ve Nigari de o dönemin, portre çalışmalarıyla tanınan önemli minyatür sanatçısıdır.

Selçuklu Döneminin ardından Osmanlı Dönemi' nde de minyatürlü kitap hazırlama faaliyetlerinin devam ettiğini ve bu andaki ilk çalışmaların Fatih Sultan Mehmet'in himayesinde gerçekleştiği görülür. Bu dönemin önemli yapıtları olarak, 1455-1456 yılları arasında Edirne'de hazırlanan Dilsuzname'yi Külliyyat-ı Katibi, İskendername'yi ve cerrahlıkla ilgili Cerrahiyetü'l - haniye adlı eserleri sayabiliriz (Saçan, 1998:5-6).

15. yy. yaşamış olan Mehmet Siyahkalem de Türk minyatür sanatında önemli yeri olan Asyalı bir sanatçıdır. Asya steplerinde doğanın sert koşullarıyla mücadele eden göçebe halkın yaşamından kesitler sunan Siyahkalem'in resimlerinde Antik Çağ' ın etkisi görülmektedir (Evrar,2000:110).

Fatih Sultan Mehmet'in ardından tahta geçen II. Beyazıd dönemindeki saray nakkaş hanesindeki Kelile ve Dimme, Hüsrev ve Şirin, Hamsei Hüsrev Dehlevi gibi konusu edebiyat olan eserlerin resmedildiği görülmektedir.

Osmanlıların minyatür geleneği I. Selim'in tahtta olduğu yıllarda da devam eder. I. Selim dönemindeki saray nakkaş hanesinde resmedildiği bilinen eser 1515 tarihli Mantık el-tayr'dır.

Sultan Süleyman'ın tahtta olduğu dönemlerde ise Türk minyatür sanatında tasarımların başladığı görülür. Matrakçı Nasuh, Sultan Süleyman için tarih kitapları yazmış ve birkaç bölümünü de resimlemiştir (**Resim 1.11.**).



Resim 1.11. Matrakçı Nasuh: Kanuni Sultan Süleyman'ın Cülus Töreni, Süleymanname

Sultan Süleyman'ın ölümü ardından yerine II. Selim geçer. II. Selim döneminde, Seyyid Lokman'ın şahnamecilik görevine atandığı yılda, Ahmed Feridun Bey'in yazdığı Sigetvar seferi tarihi Nüzhet (el-esrar) El – Ahbar Der Sefer-i Sigetvar 1569 yılında resimli olarak hazırlanır. Eserlerin resimleri Nakkaş Osman'a aittir.

Türk minyatür sanatının verimli bir diğer dönemi Sultan II. Murad'ın saltanat yıllarına rastlar. Yazar Seyyid Lokman ve ressam Nakkaş Osman birlikteliği bu dönemde de devam eder. Osmanlı padişahlarının şahnamelerini 1579-1597 yıllarında Seyyid Lokman yazar ve Nakkaş Osman ile yardımcıları resimlerler.

Sultan III. Murad'ın oğlu Mehmed'in 1582 yılında yapılan sünnet düğünü şenlikleri bütün safhalarıyla sünnetin yapıldığı yılda tasvirlenmiş ve bu esere Surname adı verilmiştir. Bu sünnet şenliğinin safhalarını resimleme sorumluluğu ise Nakkaş Osman'a verilmiştir.

16. yüzyılın ikinci yarısında minyatür sanatı “Klasik Okul” (Tarihsel Okul) olarak adlandırılan verimli bir döneme girmiştir. O dönem resimlenen kitaplarda sultanların ve saray hayatının şaşalı dönemi, ordunun seferleri konu olarak ele alınmıştır. Bu tür tarih kitaplarına ise “Hünername”, “Şehinşahname” gibi isimler

verilmektedir. Daha sonraları Bağdat Valiliği Koruması altında Bağdat' la Türk Minyatür Atölyeleri kurulmuş, burada çalışan sanatçılar ise karikatüre yakın tipleriyle o dönemin minyatür sanatına katkıda bulunmuşlardır.

16. yüzyıl sonlarından başlayarak, imparatorluğun ekonomik gücünün azalması saray teşkilatında, sarayın her türlü sanat işlerini gören ehl-i hıref mensuplarını da etkiler ve resimli kitap üretiminde zenginliğini, görkemliliğini kaybeder ((Saçan, 1998:16).

17. yüzyıl Türk minyatürünün kısmen verimli dönemi Sultan II. Osman'ın saltanat yıllarına rastlamaktadır. Bu dönemdeki resim etkinliği şahnameci Nadiri ile ressam Nakşi'nin uyumlu işbirliğinin bir sonucudur. 17. yüzyılın özellikle ikinci yarısı Avrupa' yla diplomatik ve ticari ilişkilerin hızlandığı bir dönemdir. Bu ilişkiler Osmanlı saray çevresini ve Türk toplumunun kültür yaşamını da etkilemeye başlamıştır. Batıyla yoğun bir ilişkinin sürdüğü 17. yüzyıl sonlarında, konusu tarih veya edebiyat olan kimi resimli el yazmalarda derinlik etkisi daha fazla doğa görünümünün, batı resminin gölgeli boyama tekniğine yakın, hacimli insan figürlerinin sıkça kullanıldığı görülmektedir. 17. yüzyıl sonunda Hüseyin Müşavir bu üslupta Adem' den başlayarak peygamberleri ve Osmanlı sultanı IV. Mehmed' e kadar önemli İslam padişahlarının portrelerini yapmış, bu portreler Silsilename isminde bir kitap içinde toplanmıştır.

Batı'nın Osmanlı toplumunu fazlasıyla etkilemeye başladığı 18. yüzyılda, kitap resimlemeciliği, hattat ve şair sultan III. Ahmet ve veziriazam İbrahim Paşa'nın desteğiyle, eskiyle yeniye karıştırmak şeklinde hareketlenir. Bunda Batılı resim anlayışını gelenekselliğe uygulamayı, özellikle doğa biçimlerinde ustaca başaran Nakkaş Levni'nin önemli payı vardır.

Levni, "Lale Devri' nin en ünlü minyatürcüsüdür" (Dictionnaire Larousse, 1994:1521) (**Resim 1.12.**). Levni' nin doğa ayrıntılarına ve figürlere boyut kazandırması, boyamada tonlamalara yer vermesi, onun Batı resmine yaklaşan adımlarıdır. Bunun yanında, resimlemeleri Lale Devri'nin eğlenceleri, genel yaşamı, giyimi gibi konularda bilgi sahibi olmamıza da katkıda bulunmaktadır. Zaten Osmanlı minyatürlerinde halkın günlük yaşantıları, iş hayatı, eğlenceleri çok sık kullanılan konulardır ve Levni de Nakkaş Osman ile birlikte bu konuları sık kullanan

en önemli minyatür sanatçılarından. Ayrıca bu dönemde Sinan Bey, Nakkaş Hasan Paşa, Nakkaş Kalender gibi minyatür sanatçıları da çok sayıda resimlemeler yapmışlardır.



Resim 1.12. Levni: Oynayan Çengi, Murakka albümünden minyatür, 1648, (Topkapı Sarayı, İstanbul)

Kaynak: Genckolik, 2007

19. yüzyıla gelindiğinde resimli el yazma faaliyetlerinin bu dönemde de devam ettiği görülür. Fakat 19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren bu alanda eser üretimi görülmez. Minyatür sanatındaki bu sona eriş iki önemli nedene dayanmaktadır. Bu nedenlerden biri Batılı anlamda resim sanatının kabul görmeye başlaması ve beğenilmesi, diğeri ise 18. yüzyılın ilk yarısında İbrahim Müteferrika'nın ilk basımevini kurması ile farklılaşan ve batılılaşan kitap resimlemeciliği, matbaa avantajıyla kitap üretim ve çoğaltma tekniklerinin kullanılmaya başlamasıdır.

1.2.2.1. İlk Türk matbaasının kuruluşundan Cumhuriyet'in ilanına Türk illüstrasyon sanatı

İnsanların kültür tarihine bakıldığında, yazının keşfi kadar matbaanın icadı da Dünya tarihinde etkin rol oynamıştır. Her ne kadar yazı çoğaltmanın birkaç tekniği çeşitli toplumlarda kullanılmış ise de; bu teknikler 15. yy.' da Gutenberg'in yaptığı mekanik matbaa kadar hızla yayılıp bilgi birikimine yol açmamıştır.

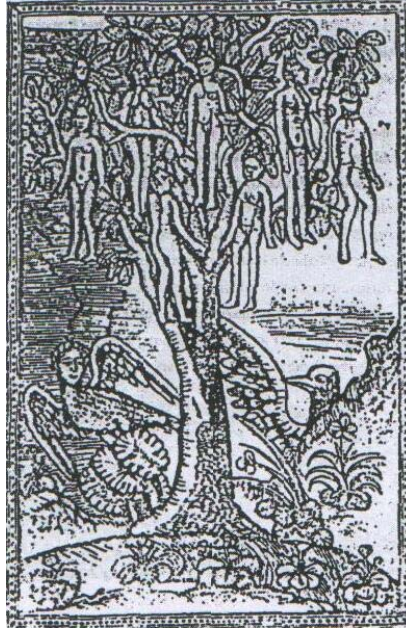
Matbaanın icadı basım işini kolaylaştırmış, ucuz yoldan çoğaltılan kitapların geniş halk kitlelerine yayılmasını sağlamıştır. Ancak, Avrupa ülkelerinde kullanımı hızla yayılan matbaanın, Osmanlı İmparatorluğu'nda Türkçe eserler için ilk kullanımı 1728 tarihinde olmuştur. Yahudi, Rum, Ermeni gibi azınlıklar kendi matbaalarını bu tarihten önce kurmuşlarsa da, Osmanlı Türkleri basım işini, 250 yıllık bir gecikme ile başlatabilmişlerdir (Edebiyatdergisi, 2007).

Bazı kaynaklar ise bu süreyi başka bir rakamla ifade etmektedirler: “İnsanların yaşamında topyekün değişimlerin hazırlayıcısı ya da en azından birisi olan matbaa, Türkiye’de ne yazık ki 274 yıllık bir gecikme ile gelebilmiştir. Müteferrika matbaasına kadar Osmanlı Devleti sınırları içerisinde 37 matbaa kurulmuştur (Topdemir, 2002:28).

Said Çelebi ve İbrahim Müteferrika Türk tarihindeki ilk basımevini 18. yüzyılın ilk yarısında 1727 yılında açmışlardır. Bu tarihten yaklaşık 100 yıl sonra da İstanbul’da “lito tekniği” ile ilk kitaplar basılmaya başladı (Kaptan, 1996:59).

1730’ da içinde Dünyayı evrenin merkezi olarak gösteren bir gök haritası ve bu haritayla birlikte 13 resim bulunan Tarîh-i Hindi'l Garbi (Batı Hint ya da Amerika Tarihi) basılır (**Resim 1.13.**). Bu resimli kitap, Türk basımcılık tarihinin ilk resimli kitabıdır ve Türk illüstrasyon tarihi açısından büyük önem taşır. O çağda daha yeni bulunmuş olan anakaranın hayvanları, bitkileri ve anakarayla ilgili efsaneler, gravür olarak çizilmiştir. Bu resimlemeler 16. yüzyıl Avrupa oyma resminin biçimlerini yansıtmaktadır.

İbrahim Müteferrika tarafından basılan ve Türk illüstrasyon tarihi açısından önem taşıyan eserlerden bir diğeri Cihannüma’ dır. Kitabın değişik nüshalarındaki illüstrasyon ve haritaların sayısı kırkı bulur. Bu illüstrasyonların ve haritaların sonradan renklendirilmiş olan nüshaları da vardır (Saçan, 1998:21).



Resim 1.13. İlk Türk resimli kitabı Tarih-i Hind-i Garbi'den örnek

Kaynak: Evran, 2000

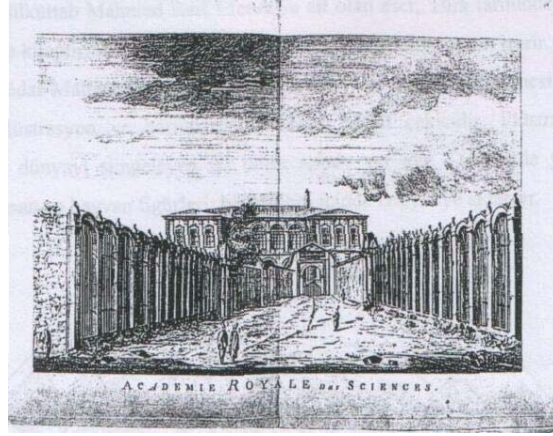
“İbrahim Müteferrika'nın ölümünden (1745) sonra, matbaa, Sultan I. Mahmud'un Ocak 1747 tarihli fermanıyla İbrahim Efendi ve Ahmed Efendi tarafından tekrar açılır. Fakat matbaa bilinmeyen nedenlerden ötürü faaliyet gösteremez. Matbaa, Sultan III. Osman'ın Ocak 1755 tarihli fermanıyla, yine İbrahim Efendi ve Ahmed Efendi tarafından açılır. 1757 yılında Kadı İbrahim Efendi'nin ölümü üzerine, matbaa, yeniden duraklama dönemine girmiştir.

Bu sıralarda Fransız seferi Cholseul – Gouffier' in girişimiyle 1785' te Beyoğlu' nda Fransız elçilik binasında bir matbaa kurulmuş, ikisi askerlik biri de gramerle ilgili üç eser basılmıştır (Saçan, 1998:25).

Bu eserler Tarih-î Hindi'l- Garbî, Cihannüma ve Fuyuzad-ı Mıknatısiyye'den sonra ülkemizde basılan ilk resimli kitaplardır. Bu resimler, savaş arasında uygulanacak mayınlama, kundaklama yöntemlerini ve değişik görevler üstlenen savaş birliklerinin düşmana karşı daha etkin eylemlerde bulunabilmeleri için gereken önlemleri gösterirler. Resimler Kapril ve İstefan adında iki Ermeni sanatçıya aittir.

Müteferrika Matbaası'nı sırayla Mühendishane Matbaası (1797-1802) ve Üsküdar Matbaası izler. Mühendis hane Matbaası' nda basılan kitaplardan Tableau

des nouveaux reglemens de'l -Empire Ottaman, (1798), içerdđiğđ illüstrasyonlardan dolayı büyük önem taşır (**Resim 1.14.**).



Resim 1.14. Mühendishane Matbaasını gösteren illüstrasyon, Tableau des Nouveaux Reglemens de L'Empire Ottaman'dan, 1798.

Kaynak: Saçan, 1998

“Reisülküttab Mahmud Raif Efendi’ye ait olan eser, Türk tarihinde basılan ilk Fransızca kitaptır. 27 levha halinde 36 bakır baskı şekil ve resim içermektedir.

Üsküdar Matbaası’nda basılan kitaplardan Cedid Atlas Tercümesi (1803), içindeki illüstrasyon ve haritalarla özellikle dikkat çekicidir. İllüstrasyonlar çoğunlukla dünyayı simgeleyen iki daire içinde yer alır. Dairelerde yer alan fantastik insan ve hayvan figürleri, bir armoni içinde izleyiciye aktarılır” (Saçan, 1998:27-28).

“İlk Türk litografya matbaası, Henry Cayol ve kuzeni Jacques Cayol tarafından, Serasker Hüsrev Paşa’ nın himayesinde 1831 yılında kurulur. Bu matbaada beş yıl süreyle askerlik ve talimle ilgili kitaplar basılır. İlk taşbaskı kitap olarak Mehmed Hüsrev Paşa’ nın kaleme aldığı Nuhbetüt-Talim 1831-32’de nefis bir şekilde 79 illüstrasyonla birlikte basılır. İlk Türk litografi matbaasının kuruluşuyla taş basımcılığı (litografi) ileriki yıllarda geniş halk kesimlerine daha bol kitap, daha bol basılı ürün yayacak, resimli halk kitaplarına öncülük edecektir.

Bu arada Türk yayımcılığına bir göz attığımızda, 1831 yılında ilk Türk gazetesi Takvim-Vakayi’ nin yayımlandığını görüyoruz. Türk tarihindeki ilk dergi ise 1849 yılında yayımlanan Vakayi-i Tıbbiye’dir. Vakayi-i Tıbbiye aynı zamanda Türk tarihindeki ilk resimli dergidir” (Saçan, 1998:29).

Bu dönemde yayımlanan dergilerden Servet-i Fünun taşıdığı grafik ve estetik değerlerden ayrı bir önem taşımaktadır. Servet-i Fünun' un bir edebiyat dergisi halini almasından sonra da resmin önemi sürer. Dergiye Diran Çihacıyan adlı genç bir ressam alınır. Halid Ziya' nın “Mai ve Siyah” ından itibaren birçok şiir ve hikayenin resimlerini o çizmiştir.

“Osmanlı okuyucusu minyatürden resme geçmenin heyecanını yaşarken, insanların o zamana kadar okuyarak anlamaya çalıştığı Batı'yı resimlerle de tanımaya, stilize edilmeden çizilmiş figürlerden oluşan bir resim sanatının ürünlerini görmeye ihtiyacı vardır. Nihayetinde, dergiler yazılarını destekleyen resimler basmakla bu ihtiyacı karşılanamayacak bir noktaya varırlar. Bu noktadan sonra kimi dergiler yazıları ile resimleri arasında ilişki kurma gereğini artık duymaz olurken, kimi dergiler de ilginç bir yol geliştirir ve yazıya uygun resim aramaktansa, resme uygun yazı hazırlatmayı tercih ederler” (Saçan, 1998:31).

Litografi alanında ise başarıyı kurduğu basımevi ve yayınlarıyla Ebuzziya Tevfik göstermiştir. İmparatorluğun baskıcı yönetimine karşı çıkan Ebuzziya Tevfik daha çok siyasi kimliği ve Türk basın tarihinde önemli yer tutan gazete ve dergileriyle tanınır. Çok yönlü bir aydın, ressam, hattat, matbaacı ve yazardır.

İlk tramlı klişe uygulamasını onun yaptığı anlaşılmaktadır. Bu, onun yaptığı takvim kapaklarından saptanabilir. Bu takvimler sırasıyla Salname-i Ebuzziya, Takvim-i Ebuzziya ve Takvim-i Nisa (ev hanımlarına yönelik bir takvim) adlı yapıtlardır. Ayrıca Ebuzziya Tevfik 1873 yılında “Mucmua-i Ebuzziya” adlı resimli bir dergi çıkarır, ince bir zevk ürünü olan dergi, illüstrasyonları ve süslemeleriyle dikkat çeker. Ebuzziya' nın süslemeli ve süslemesiz olarak yaptığı kapakların çoğu bugün de sanat değerini korumaktadır (**Resim 1.15**).



Resim 1.15. Ebuzziyâ Tevfik tarafından yayımlanan Mecmûa-i Ebuzziyâ'nın 22 Mayıs 1880'de çıkan ilk sayısı

Cumhuriyet'in başlarında, Türk kitapçılığının ilk ürünlerini vermeye başlayan kapak grafiği alanında, adsız çizerlere ait oldukça başarılı örnekler vardır. Bu alandaki ilk bilinçli düzenlemelerde özellikle Ebuzziya'nın emeği bulunmaktadır (Akın, 1994:94).

Matbaacılıkta Ebuzziya'dan sonra Ahmet İhsan Tokgöz'ün getirdiği yenilikler görülmektedir. Ahmet İhsan, Servet-i Fünun dergisi ve yayınlarıyla Ebuzziya'nın açtığı çığırını sürdürdüğü gibi, Batı'daki yenilikleri de izlemesini bilmiştir. Klişecilik onun matbaasında gelişmiş, iki ve üç renkli resimleri ilk önce o basmıştır. Bunların örnekleri kitap kapaklarında da görülmektedir.

1850'lerden sonra ilk posta pulları kullanılmaya başlanmıştır. 19. yüzyılın sonlarına doğru posta pulları, resim ve nitelik açısından zenginleşmiştir. Yine aynı yıllarda resimli posta kartlarında zengin bir çeşitlenme başlamıştır.

"1860 yılında Tercüman-ı Ahval gazetesinin yayın hayatına atılmasıyla birlikte, bu gazetede ilk resimli ilanlar görülmeye başlamıştır. İlk resimli ilanlar olarak Loton Cinzel müessesesinin arka arkaya çıkardığı iki ilan göze çarpmaktadır. Bu firma zirai aletler ve demir eşya satmaktadır. İlanların birinde demirden bir bahçe kanepesi, diğesinde zirai bir alt resmi vardır.

Tercüman-ı Ahval gazetesi dışında, o dönemlerde yayımlanan pek çok gazete Tercüman-ı Hakikat, Sabah ve Saadet gibi gazeteler Tercüman-ı Ahval gazetesiyle başlayan resimli ilan geleneğini sürdürmüşlerdir. Türk basınında ilk gazeteler devletin resmi organı olarak yer almış, ilk özel gazete olan “Tercüman-ı Ahval” ilk resmi gazete olan “Takvim-i Vakayi” den yaklaşık yirmi yıl kadar sonra çıkmıştır” (Turkforum, 2007). Osmanlı yayıncılığının bir parçası haline gelen illüstrasyonlar, posta pulları ve posta kartlarının yanında, ambalaj, antetli kağıt, kartvizit gibi reklam ürünleriyle de kendilerini göstermişlerdir.

İkinci Meşrutiyetle (1908) birlikte kitaplar, dergiler ve gazeteler bollaşıp sayıları artınca bu alanlara ilgi çoğalmış, yayıncılık gelişmiştir. İbrahim Hilmi Çığıracı, Hüseyin Rahmi Gürpınar’ ın romanlarını renkli resimli kapaklar içinde yayımlamış, suluboya ve guajla yapılan bu resimler halkın ilgisini çekmiştir. Bu dönem, beraberinde renkli yayıncılığı da getirmiştir. Özellikle dergicilikle renkli yayıncılık 1908 Meşrutiyetçiyle başlar. Bunun en önemli örneklerinden biri, “Resimli Kitap” dergisidir. Kapağı renkli illüstrasyonlarla süslü bu dergi o dönemin önemli görsel yayınlarından. Bu derginin Nisan 1912’ de yayımlanan 39. sayısında Titanic faciasına yer verilmiş, bu konuyla ilgili illüstrasyonlar ve fotoğraflar yayımlanmıştır” (Saçan, 1998:35).

Meşrutiyetin ilanıyla birlikte kadın dergiciliği de gelişir. Meşrutiyet’ ten önce yayımlanan “İnsaniyet” adlı dergiden sonra uzun yıllar bu alan boş kalmış ve yeni bir dergi yayımlanmamıştır. Meşrutiyetin ilanıyla bu alan çeşitli dergiler tarafından doldurulmuştur. 1908-1918 yılları arasında kadınlara yönelik olarak yayımlanan dergilerin sayısı ona yakındır.

Mehmet Rauf tarafından Eylül 1908 tarihinde çıkarılan resimli bir dergi olan “Mehasin”, 1908 yılında yayın hayatına başlayan haftalık ve resimli dergi “Demet”, 1912 yılında Ulviye Mevlan tarafından çıkarılan “Kadınlar Dünyası” adlı dergi bu alandaki önemli dergilerden birkaçıdır.

Bu dönemde “Kadın” adı altında yayımlanan iki ayrı dergi bulunmaktadır. Her ikisi de resimli olan bu dergilerden biri 1908-1909 yılları arasında, bir diğeri 1911-1912 yılları arasında yayımlanmıştır.

Ayrıca, II. Meşrutiyet Dönemi' nde oldukça çok sayıda çocuk yayını yayımlanmıştır. Osmanlı Devleti' nde çocuklara yönelik olarak yapılan ilk yayın 1869 tarihli Mümeyyiz Gazetesi tarafından yayımlanan bir ilavedir. Bu ilk yayını, daha sonra, 1896 yılında “Çocuklara Mahsus Gazete” izlemiştir. “Çocuklara Mahsus Gazete”, daha ilk sayıdan itibaren kaliteli resimleri ve farklı mizanpajıyla Avrupai bir dergi görünümü verdi. Dergide, çoğu Avrupa dergilerinden alınmış resimler, dünya şehirlerinin tanıtıldığı bölümler, monologlar, tefrika romanlar, çocuk sağlığı hakkında bilgiler, kısacası dönemin çocuklarına hitap edecek her şey vardır (İstanbul, 2007).

1904 yılında illüstrasyonlarla süslü “Çocuk Bahçesi” adlı dergi yayımlanır. Bu dergi ilk illüstrasyonlu çocuk dergisidir. Bu dergiden sonra yayımlanan bütün dergiler, çocukların ilgisini çekebilmek, yayınları cazip kılabilmek için illüstrasyonları yoğun bir şekilde kullanmışlardır. İllüstrasyonun çocuk yayıncılığı için önemi anlaşıldıktan sonra, çocuk yayınları daha cazip ve çekici hale gelmiştir (Resim 1.16).



Resim 1.16 “Çocuk Bahçesi” adlı dergiden bir sayfa

1909-1910 yılları arasında yayımlanan “Arkadaş” dergisi ise çocuk dergilerinin öncülerindedir.

“Leon Lütfi tarafından çıkarılan ve başyazarlığını Baha Tevfik'in yaptığı, 1913-1914 yılları arasında yayınlanan Çocuk Duygusu dergisi de ilk kez “resimli roman” yayımlayarak bu alanda öncü olmuştur. Meşrutiyet'in getirdiği basın özgürlüğüyle gazete ve dergilerdeki illüstrasyonlu duyuru ve tanıtılar büyük ölçüde artar. Bu arada ilancılık alanında istikbal gören bir kaç müteşebbis faaliyete girer ve 1909' da, günümüze kadar gelen ilancılık kolektif şirketi kurulur. Fakat sık sık batıp çıkan gazeteler ve birkaç yıl sonra patlayan Balkan ve I, Dünya Savaşları' nın ekonomik hayatı felce uğratması basın özgürlüğünü ve reklamcılığı duraklatır, hatta eskisinden de geriye götürür” (Saçan, 1998:37).

I. Dünya Savaşları' nın ekonomik hayatı felce uğrattığı bu yıllarda, Münif Fehim, pek çok illüstrasyonlu afiş üretmiştir. Aynı yıllarda albüm resimleri ile kitap kapaklarını süsleyen illüstrasyonlar yapmaya başlamıştır. O dönemlerde sahnelenen “İstanbul Efendisi” operetinin dekor ve kostümlerini bir albümde toplamıştır. Daha sonra Leyla Saz Hanım' ın “Saray Hatıratı” adlı eserini illüstre etmiştir.

Aynı yıllarda, 1914 yılında, Sanayi-i Nefise Mektebi Ali' sinde (Güzel Sanatlar Akademisi) Tezyinat Bölümünün açılması ile grafik tasarım konularında eğitim-öğretim başlamıştır. Üç yıl sonraki bu bölümün içinde açılan Afiş Atelyesi' nde Veber tarafından bugünkü anlamda grafik tasarım eğitimine geçilmiştir.

“I. Dünya Savaşının hüküm sürdüğü dönemler Türk tarihindeki önemli yayıncılardan olan Sedat Simavi'nin ilk yayınlarını yayımladığı yıllardır. İlk dergisini 1916 yılında piyasaya süren Sedat Simavi' nin ilk illüstrasyonlu yayınları kadın ve salon dergisi “İnci” ve çocuk dergisi “Hacı Yatmaz” dır (**Resim 1.17**). Simavi, 8 Temmuz 1920'de İstanbul işgal altındayken “Dersaadet” adlı gazeteyi çıkartmaya başlamıştır. İşgal güçlerinin hükümet eliyle yürüttüğü sansür sonucu Dersaadet 127. sayısında kapanmıştır” (Saçan, 1998:37).

“Ardından Payitaht gazetesini çıkaran Sedat Simavi, haftalık resimli bir dergi olan “Güleryüz” ü çıkarmaya başlar (1921-1923). Güleryüz' ün yanısıra bir kadın dergisi olan illüstrasyonlarla süslü “Hanım Dergisi”ni yayımlamıştır (**Resim 1.18**). Yine aynı yıl İnci dergisini “Yeni İnci” dergisi olarak tekrar yayımlanmaya başlar.

Bununla da yetinmeyip “Resimli Gazete” adında, cumartesi günleri çıkan bir de siyasi gazete örgütler. Adından da anlaşıldığı gibi illüstrasyonların sıklıkla kullanıldığı bir gazetedir bu” (Saçan, 1998:38).

Aynı zamanda çizerlik ve klişecilik yeteneği olan Sedat Simavi, sonraki yıllarda da bol resimli ve estetik değerlere sahip yayınlar yayımlamaya devam etmiştir. Sedat Simavi’ nin, henüz Cumhuriyet’in kurulmasından kısa bir süre önce sergilediği renkli ve resimli zengin dergicilik anlayışı, Cumhuriyet sonrası yayıncılığa da ışık tutmuş, bir basamak olmuştur.



Resim 1.17. İnci Dergisi, S.14

Kaynak: Gittigidiyor, 2007



Resim 1.18. Hanım Dergisi, 1921

Kaynak: Saçan, 1998

1.2.2.2. Cumhuriyet’ in ilanından günümüze Türk illüstrasyonu

1923’ten sonra ülkemizde yeni bir yönetim biçiminin kurulması, bunun toplum katlarında, kültür ve sanat çevrelerinde yarattığı coşku, 1928 harf devrimiyle elde edilen yeni biçim olanakları, o dönemde Batı düşüncesinin, Batı yaşam biçimlerinin bütün özelliklerine ve ayrıntılarına resmi kültür politikası gereği kadar açılan kapılar, bir Türk grafiğinin oluşmasını sağlayamamıştır (Bugünkü grafik sanatını hazırlayan elverişli koşulların belirmesi için 1950’lere gitmemiz gerekmektedir) (Akın, 1994:71).

1927 yılında çıkarılan Teşvik-i Sanayi Kanunu' nun özendirici etkisiyle kıpırdanmaya başlayan tüketim ürünleri piyasasının etiket, ambalaj vb. gereksinimleri başlangıçta hattatlar, taş baskısı işlemecilerinin eliyle karşılanmış, 1930' lardan sonra akademi çıkışlı ressamalar da yönelmiştir bu alana. 1945' lere dek süren bu dönemin başlıca adları Tarık Uzmen, Mazhar Apa ve Kirkor Magosyan'dır.

Devletçiliğin bir yöntem olarak benimsendiği 1932 yılından sonra büyük devlet kuruluşları, örneğin Devlet Demiryolları, Denizyolları, Sümerbank, Etibank, İnhisarlar İdaresi (şimdiki Tekel), Kızılay, Hava Kurumu, Çocuk Esirgeme Kurumu vb. çalışmalarını geniş yığınlara duyurabilecek çok yönlü bir grafik ürünü gereksinimiyle karşılaşmışlardır. Özellikle eğitim amaçlı kitaplarda okumayı kolaylaştırmanın yanında bir de tüm bunlar gibi büyük devlet kuruluşlarının çalışmalarını halka duyurabilmek için grafik ürünlere ve dolayısıyla sanatçılara gereksinim duyulmuştur. Bu dönemde anımsanacak az sayıdaki sanatçılardan biri Cumhuriyet öncesi yaptığı çalışmalarla da tanıdığımız Münif Fehim'dir. Münif Fehim, Cumhuriyet sonrası, özellikle yaptığı dergi ve kitap kapağı illüstrasyonlarıyla dikkat çekmiştir. Sanatçı çocuk kitapları için kapaklardan, reklam illüstrasyonlarına kadar geniş bir üretim yelpazesıyla izleyiciye ulaşmıştır.

Bu alanda anımsanacak diğer önemli isim tabii ki İhap Hulusi Görey'dir. Almanya' da eğitim görüp, 1925'te Türkiye' ye dönen İhap Hulusi, 1927'de kendi atölyesini açarak, çalışmalarına başlar, önceleri Akbaba dergisine illüstrasyonlar çizer. Bu çalışmaları, adının duyulmasını sağlamıştır. Yaptığı ilk reklam illüstrasyonunu, İzmir'deki bir diş macunu firması için yapmıştır (**Resim 1.19**). Onun İnhisarlar İdaresi'nin içki ve sigaraları için yaptığı etiketler bugün bile zevkle seyredilebilir.

İhap Hulusi, özellikle afiş sanatına öncülük etmiştir. “Birçok afiş dizaynında, anlatım, ton ve renk vurgulamaları dikkat çekmektedir. Biçimin yer yer taramalar, bazen de açık koyu kontrastlıklarla ifade edilmesi, yeni afiş anlayışının somut örneklerindedir” (Merter, 2003:88). 45 yıl Tayyare Piyangosu' na (Milli Piyango), 35 yıl da Tekel İdaresi' ne hizmet veren İhap Hulusi' nin, bilinmeyen en önemli yapıtlarından biri ise; ülkemizde Latin harfleriyle yazılan ilk alfabenin kapak dizaynı

olan illüstrasyonudur. Bu illüstrasyonda, Atatürk'le manevi kızı Ülkü ve yazı tahtası üzerindeki “Atatürk” yazısı yer almaktadır.

İllüstrasyon alanında, 1938’ den sonra ürün vermeye başlayan Atıf Tuna’ nın adını da anmak gerek. Bunun yanında, Kenan Temizan, Atıf Tuna, Mithat Özar, Faruk Morel, Tank Uzman, Yusuf Karaçay ve Mashar Resmor grafik ürünler veren diğer sanatçılardır.



Resim 1.19. İhap Hulusi, Diş Macunu Afişi

Kaynak: Evran, 2000

Bu arada çocuk kitabı resimlemeciliğin yeni gelişmeler görülmeye başlanmıştır. 1947’de “Doğan Kardeş Dergisi” kurulur. Böylelikle çizerlere kendini gösterme olanağı tanınmıştır.

Ülkedeki üretim çeşitlenmesi ve bu çeşitlenme oranında artan tüketim istekleri sonunda, pazarlama gerekliliği de baş göstermiştir. Reklamcılıkta hızlı bir gelişme olmuştur. Giderek artan duyuru, tanıtma gereçleri (etiket, ambalaj kağıdı, kutu vb.) açığını kapatmak üzere birbiri ardından ofset sistemiyle çalışan basımevleri kurulmuştur. Ülkemize, Büyük Avrupa ülkelerinin pek çoğunda olmayan “renkli basın” girmiştir. Zaten grafik sanatının yoğun ve nitelikli uygulayış biçiminde topluma açılması ise 1950’lerden sonra olmuştur. Yeni sanatçılar yetiştirmek üzere

“Tatbiki Güzel Sanatlar Okulu” daha sonra da Güzel Sanatlar Akademisine bağlı “Uygulamalı Endüstri Sanatları Yüksek Okulu” kurulmuştur. 1957’de kurulan Tatbiki Güzel Sanatlar Okulu’ nun 1960’ tan sonra çalışma alanına atılan ilk mezunları grafik ürünlerine yeni bir tat, yeni bir yaklaşım getirmişlerdir. Ve bu yüksekokulun öğretime açılmasıyla, grafik sanatlar alanında yoğun ve çağdaş bir sanatçı ve tasarımcı eğitimi veren yeni bir kurum devreye girer. Bölümün amacı “Grafik Tasarımcısı” yetiştirmektir.

“Çevremizde kullanılan her türlü eşyaya güzel bir görünüş verme, yaratma yeteneğini bu alana uygulamak için gerekli tasarımcılar yetiştirmek amacıyla kurulmuş olan bu okul çevresinde, Türk grafik sanatının 1960’ lardan başlayarak bir açılma ve yaygınlaşma dönemine girdiği görülebilmektedir. Türkiye’de bu alanda piyasa elemanlarının belli ölçülerde görev almaya başlaması ve tüketim ekonomisinin ortaya çıkardığı koşullar da söz konusu yaygınlaşmayı olumlu yönde etkilemekten geri kalmamıştır” (Akın, 1994:71).

1960 yılından sonra, önceki yıllara oranla daha fazla akademi çıkışlı grafikerlere rastlanmaktadır. Namık Bayık, Ayhan Akalp, Selçuk Önal, Mesut Manioğlu, Kenan Temizan, Atıf Tuna, Mithat Özar, Faruk Morel, Tank Uzmen, Yusuf Karaçay ve Mashar Resmor bu yıllardaki nitelikli akademi çıkışlılar arasındadır.

1960’ larda kitap resimlemelerinde bir gelişme gözlenmektedir. Redhouse Yayınevi’nin renkli resimli, özenle düzenlenmiş ve basılmış kitaplar çıkarma isteği, genç sanatçıların ortaya çıkmasında katkıda bulunmuştur. Bu dönemin başarılı kitap çizerleri, Mustafa Eremektar, Tan Oral, Mehmet Sönmez, İsmail Gülgeç gibi sanatçılardır.

Matbaacılıkta ise yeni gelişmeler görülür: Tipo baskıdan ofset tekniğine geçilmiştir. Türkiye’ye bu yıllarda renkli basım girmiştir. Bu gelişmeler, özgün kitap kapağı ressamlığını özendirilmiş, bu alanda basım titizliğine paralel olarak bir kapak grafiğinin olduğu gözlenmiştir.

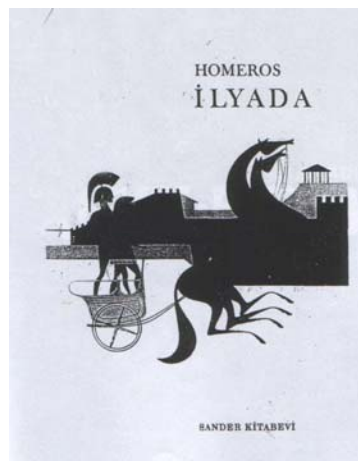
“İlk resimli kitap, 1964 yılında Mustafa Eremektar tarafından yayınlanan “Tembel Karakaçan” dır. Ressam, karikatürist ve çizgi roman yapımcısı olan Eremektar, Milliyet dergisi için de “Uzay Çocukları” nı çizmekteydi. Abidin Dino,

Nuri Abaç, Nevzat Akoral, Orhan Peker ve Adnan Turan gibi usta ressamalar da çok sayıda kitap resimlemesi yapmışlardır” (Evran, 2000:37).

Yine tüm bu gelişmelerin yaşandığı dönemde pek çok grafik sanatçısı önemli illüstratif çalışmalara imza atmıştır. Tanıtma grafiği konusunda Ahmet Güteryüz, Fikret Akgün, Turgay Betil, Aydın Erkmen, Aykut Özbay, Aydın Ülken, Cemalettin Mutver, Sadi Peklaş; afiş alanında Yurdaer Altıntaş, Mengü Ertel; yayın grafiği alanında Ayhan Erer, Fahri Karagözoğlu, Sungu Çapan, Erkal Yavi, Bülent Erkmen, Leyla Uçansu, Ferit, Erkinan, Sait Maden, Gürbüz Doğan Ekşioğlu, Nazan Erkmen; özgün baskı teknikleri alanında Mustafa Ashier, Gül Derman, Fevzi Karakoç, Asım İşler, Sema Temel Ilgaz, Mürşide İçmeli, grafik sanatında sağlıklı bir bilinçlenmenin oluşması için çalışmışlardır (**Resim 1.20, 1.21**).

1970’lerde grafik sanatlara artan talep ve dolayısıyla illüstrasyon sanatına duyulan ihtiyaç, sadece bu yönde çalışmalar yapan, yeni grafik mezunu sanatçıların ortaya çıkmasına yol açmıştır. İllüstrasyon yapmaya gönül vermiş bu grafik sanatçılarına illüstratör denmeye başlanmıştır.

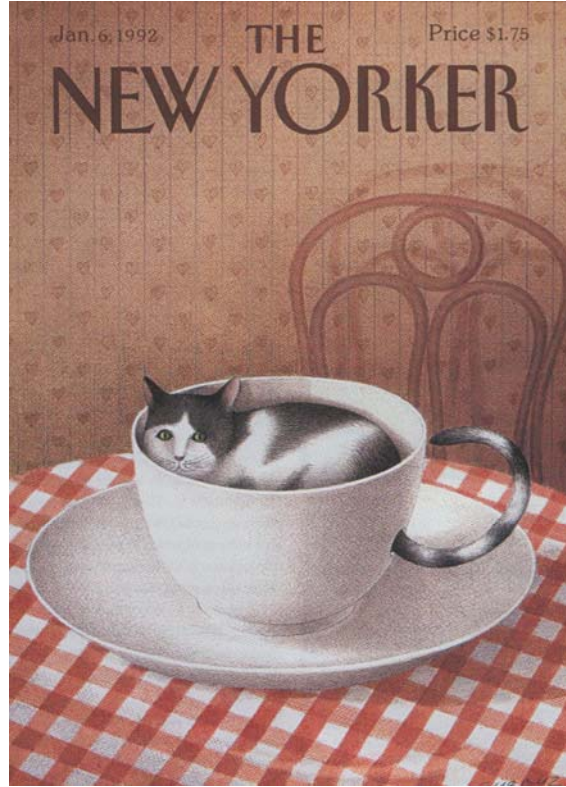
1990’lı yıllar pek çok illüstratörün bilgisayar destekli illüstrasyonlar yapmaya başladığı yıllardır. Özellikle airbrush tekniği¹ kullanan illüstratörler, Macintosh marka bilgisayar ile bu çalışma türünü daha temiz ve çabuk yapabileceklerini görerek, air brush tekniğini bir bir bırakmaya başlamışlardır.



Resim 1.20. Said Maden’den bir kitap kapağı çalışması

Kaynak: Saçan, 1998

¹ Airbrush tekniği, havalı püskürtme anlamında kullanılan bir resim tekniğidir.



Resim 1.21. Gürbüz Doğan Ekşioğlu'nun 10 yıl boyunca kapaklarını hazırladığı The New Yorker dergisinin 1992 yılının Ocak ayı sayısı

Kaynak: Grafik Tasarım Dergisi, 2007

1.3.İllüstrasyonun türleri ve kullanım alanları

Sanat eğitimi veren kurumlarda, illüstrasyon yavaş yavaş bir branş haline gelmektedir. İllüstrasyon, ticari, tıp, teknik, çocuk kitabı... vb. birçok alana aktif olarak girmiş, vazgeçilmez bir eğitim aracı olarak kullanılmaktadır.

Her gün önünden geçtiğimiz sinema ve tiyatrolarda, alışveriş yaptığımız marketlerde, eczanelerde, hastanelerde, evde okuduğumuz gazete, dergi ve kataloglarda, okullarda okuduğumuz kitaplarda karşımıza çıkan illüstrasyon, güncel yaşamımızda her an karşımıza çıkabilecek bir unsur olmuştur.

Takvimler, etiketler ve çizgi filmler de illüstrasyonun sıklıkla kullanıldığı grafik ürünler içinde yer almaktadır.

Reklamda resimlemenin (illüstrasyon) önemli bir takım görevleri vardır. Bunlar şu şekilde sıralanabilir:

1. Muhatabın dikkatini reklama çeker.
2. İşle ilgili bir fikri süratle ve etkili olarak açıklar.
3. Okuyucunun başlık ve metinle ilgilenmesini sağlar.
4. Sözle ifadesi çok zor hatta imkansız bir fikri izaha yarar.
5. Reklamın inandırıcılığına yardım eder.

İllüstrasyon sanatçısının, yukarıda belirtilen maddeleri uygulamaya koyarken bu maddeleri göz önüne getirirken, toplumun yapısını, kültürünü ve içinde bulunduğu ortamı çok iyi değerlendirmesi gerekmektedir. Aksi taktirde yapılan tasarımın başarısızlıkla sonuçlanması kaçınılmazdır.

“İllüstrasyon, günümüz meslek gruplarına göre çeşitlenmektedir. Çünkü fotoğraf ve ileri görüntüleme teknikleri, illüstrasyon tekniğiyle hazırlanış olan görüntülerin bilgi ve kalitesine hala ulaşamamıştır. Örneğin; tıp alanında insanın iç organlarını gösteren illüstrasyonların kalitesi fotoğrafla elde edilememektedir” (Tepecik, 2002:79).

Sırayla bu illüstrasyon türleri hakkında bilgi verilecektir.

1.3.1. Reklam illüstrasyonları

Ürün ya da hizmeti tanıtmak amacıyla yapılan bu tür çalışmalarda ayrıntı ön plandadır. Sinema, tiyatro ve konser afişleri, kaset ve cd kapakları, turistik ilanlar, besin ambalajları, basın ilanları, takvimler, tebrik kartları, çıkartma ve etiketleri, reklam illüstrasyonlarının uygulama alanlarıdır (**Resim 1.22, 1.23, 1.24**).

Örneğin, “Dergi ve gazetelerde insanların karşılaştığı ilanlardaki tasarımın havası farklıdır. Daha heyecanlı, daha özgün ve çılgın yönü vardır” (Evrar,2000:110).

Reklam dünyası, illüstrasyon açısından çok çeşitlilik ve kazanç sağlayan bir alandır ve bu alanda illüstrasyon bir ekip işidir. “Kampanyalarda, reklam verenler harcamalarına çok miktarda para ayırdıklarından, ajanslarda müşterilerim tatmin edebilmek için sık sık illüstrasyonlara ihtiyaç duyarlar. Bu yüzden illüstrasyon ve illüstratöre gerek vardır” (Keş, 2001:61). İllüstratör tarafından özgün her önerme-çizim, bir illüstrasyondur.



Resim 1.22. Basın ilanlarında yer alan illüstrasyonlara bir örnek

Kaynak: Milliyet, 2007



Resim 1.23. Gazoz Reklamı



Resim 1.24. Kolonya Reklamı

Kaynak: 23 Nisan 1938 tarihli (Konya Fevkalade Nushası), Özel koleksiyon, Bilkent Kütüphanesi

“Reklamın özelliğine göre bazen resim, bazen fotoğraf gerekmektedir. “Reklam taslağı hazırlanırken illüstrasyon mu yoksa fotoğrafla mı iyi sonuç alınabilir ?” sorusuna karar vermek oldukça güç olabilir. Reklam resmi geçmişteki kişi ya da olayları yansıtmayı gerekiyorsa, geçmişe dönük fotoğrafların bulunması zor olacaktır. O zaman çizime başvurulacaktır” (Keş, 2002:62). İş, grafik tasarımcının yeteneğine, anlatım gücüne kalacaktır. Örneğin; bir ürünün bazen abartılı bir biçimde sunumu gerekebilir. Olduğundan farklı sunum ya da her hangi bir yönünü değişik göstermek istendiğinde elle çalışılan özgün illüstrasyonlara (çizimlere) başvurulmaktadır.

1.3.1.1. Afiş illüstrasyonları

“Geçmişte olduğu gibi günümüzde de insanların sürekli önünden geçtiği duvarlara yapıştırılan afişler, toplumun siyasal, kültürel gereksinimlerin karşılamak veya ticari bir ürünü tanıtmak amacı ile kullanılmaktadır.

Çeşitli ebatlarda çeşitli tekniklerde, farklı amaçlar için üretilen afişler, görsel bir iletişim aracı olması yönüyle taşıdığı iletiyi etkili bir şekilde verebilmesi için, yerine göre fotoğraf yerine göre de illüstrasyon kullanılır” (Keş, 2001:64).

Afişlerde kullanılan illüstrasyonlar, sınırsız teknik ve tasarım özgürlüğü nedeniyle dikkati, fotoğrafa göre daha kolay çekmektedirler. Farklı bir algılama niteliği sunması ile de izleyicinin dikkati afişe yoğunlaştırmaktadır. Bu dikkat çekme özelliği okuma-yazma bilmeyen kişilerin ilgilerini bile afişe yönelmesini sağlar. Bunun yanında afişte kullanılacak olan illüstrasyon, slogan ve metin gibi sözel öğeler, hızlı ve etkili bir anlaşılabilirlik sağlamaktadır. Nitekim, izleyici ilk etapta yazıyı okuyarak zaman kaybetmek istemez.

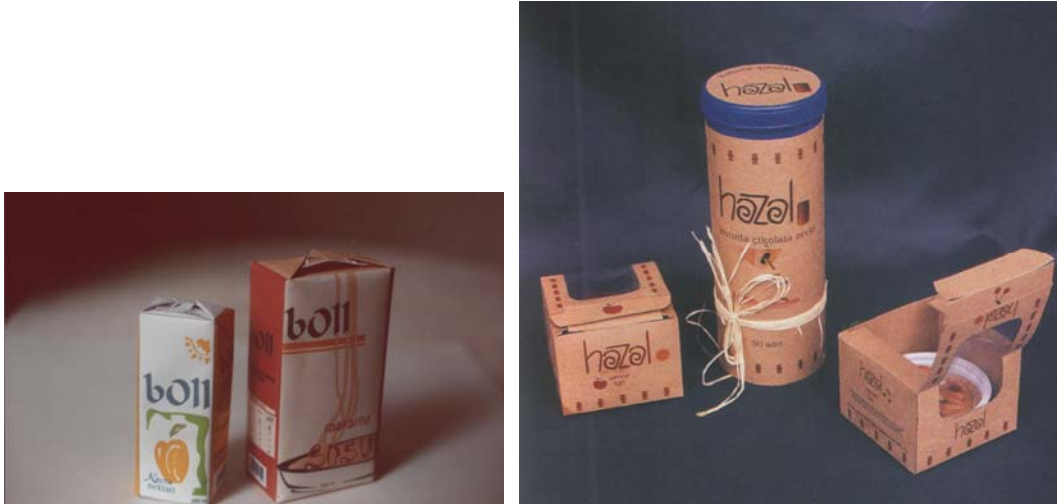
Afişlerde illüstrasyonun tercih edilmesinin diğer bir nedeni ise inanılır kılmak ve izleyicide istek uyandırmak olmalıdır. İstek uyandırmak için afişte mizahi ve karikatüristik resimlemeler kullanılabilir. Bunun yanında afişin tarihsel gelişim sürecine baktığımızda, illüstrasyon en çok kültürel ve sosyal konulu afişlerde yer almıştır.

1.3.1.2. Ambalaj illüstrasyonları

Endüstri tarafından üretilen her endüstriyel ürün bir şekilde ambalajlanarak tüketicisine ulaşmaktadır (ambalajtasarımı, 2007). Bir malı, bir ürünü koruma, depolama ve taşıma amacı ile yapılan paketleme işlemlerinin estetik ve işlevsel olma boyutu da ambalaj tasarımı adı altında incelenmektedir.

Ambalaj, ürünü koruma özelliğinin yanında, satışı artırmak amacıyla estetik özellikleri de barındırmaktadır. Ambalaj tasarımında ürünün çeşidi, saklama özelliğinin yanında hedef kitlenin durumuna göre de tasarımlarda farklılıklar olmaktadır. Örneğin, giyimle ilgili bir ambalajda, ürünün hammaddesi gözetilerek kağıttan imal edilen bir ambalaj kullanılmakta, eğer hedef kitemizin yaşı büyükse, soyut şekillerden oluşan bir illüstrasyon ya da fotoğraf kullanılmakta, renk seçimi de ona göre ayarlanmaktadır (**Resim 1.25**). Hedef kitemiz çocuklar ise, onların dikkatini ve ilgisini çekmek amacıyla daha çok çizgi film kahramanları illüstrasyonları kullanılmaktadır. Dayanıklı tüketim malzemelerinin ambalajlarında olduğu gibi, bazen, ambalajlar üzerinde illüstrasyon bulunmayabilir

Reklamcılar, ürünlerinin satışlarını artırmak için illüstrasyondan hiçbir zaman vazgeçememişlerdir.



Resim 1.25. Ambalaj illüstrasyonu: Deniz Kürşad'ın hazırladığı ambalajlar ve üzerinde kullanılan illüstrasyonlar

Kaynak: Hacettepe Üniversitesi, 2002

1.3.1.3. Kitap Kapağı illüstrasyonları

Kapak, kitapları dış etkilerden korumak için kağıt ya da değişik malzemelerden üretilen bir çeşit örtü ya da ciltlemedir. Günümüzde kapak tasarımları kitapları yalnızca dış etkenlerden korumak için yapılmıyor aynı zamanda kitabın içeriğini tanıtmak, izleyici kitle üzerinde çekici bir durum yaratarak satın alma duygusunu arttırmak için de yapılmaktadır.

“Okuyucu kitle, kitabın kapağına baktığında dikkatini çeken ilk şey, kitabın ismi ve kapak illüstrasyonudur. Ancak kitabın ismi ve illüstrasyonu arasında bir ilgi kurulamamışsa dikkati hemen dağılmakta, görsel algı çeşitli etkilerle farklı boyutlara kayabilmektedir. Kitap kapağı illüstrasyonları kitabın ismi ve içeriği ile öyle ilişkili olmalı ki bakanla iletişim kurabilsin” (Keş, 2001:69) (**Resim 1.26**).

İllüstrasyonların en çok kullanıldığı kapak tasarımları, çocuk kitapları ve roman kapaklarıdır. Ders kitapları daha çok ikinci sırayı almaktadır.

1.3.1.4. Takvim illüstrasyonları

Takvimleri incelediğimizde üzerinde aylar, günler, haftalar, cetvellerin yanında fotoğraf ya da illüstrasyonlar da görülebilmektedir. Ayrıca firma ve kuruluşların amblem, logo ve bilgileri de bulunmaktadır.

İlaç firmaları, güvenlikle ilgili kuruluşlar veya deprem araştırma merkezinin takvimlerinde olduğu gibi, takvimlerde eğitici illüstrasyonlar da kullanılmaktadır “Diğer taraftan bazı illüstrasyonlarda firmanın tanıtımına yönelik çalışmalarda olabilir; meyve suyu ilgili bir firma kendi ürünleri ile ilgili illüstrasyonları bulundurabileceği gibi meyve suyunun yapıldığı meyvelerin illüstrasyonlarından da yararlanılabilmektedir. Takvimler, illüstrasyon için uygun bir kullanım alanı olduğu gibi aynı zamanda iyi bir görsel iletişim aracıdır” (Keş, 2001:72).

1.3.1.5. Tebrik kartı illüstrasyonları

Tebrik kartlarında kullanılan illüstrasyonlar, insanların birbirine olan sevgi, saygı, kutlama gibi mesajlarını ifade eden resimlemelerdir. Mesaja göre, kartlardaki görsel imajlar da değişmektedir. Özel günlerde insanların birbirlerine gönderdikleri bu kartlar üzerindeki illüstrasyonlar bazen karikatürleri de içermektedirler. Son

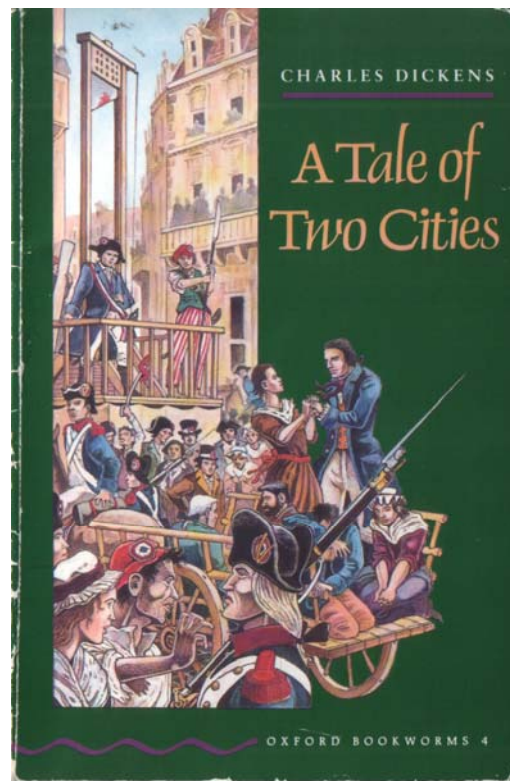
yıllarda bu tür resimlemeleri düğün davetiyeleri üzerinde de görmekteyiz ki, bunlar genellikle evlenen çiftin espiritüel bir ifade ile çizimlerini içermektedir.

1. 3. 2. Basın-Yayın illüstrasyonları

Kimi kaynaklarda bu başlık, sadece “yayın illüstrasyonu” şeklinde sunulmaktadır.

Yayın illüstrasyonları; gazete, dergi ve ansiklopedilerdeki makale, haber, öykü, roman, şiir ve açıklamalara eşlik eder. Metinleri destekler niteliktedir ve kullanılan illüstrasyonlar “makale, haber, şiir ve çocuk kitaplarında ise izleyiciyi meraklandırmak, ilgi uyandırmak, bilgilendirmek ve anlaşılabilir kılmak için kullanılır” (Evrans, 2000:31) **(Resim 1.27, 1.28)**.

Kitap kapakları, bu gruba da dahil edilebilir. Çünkü bir roman kitabının özeti, bir bakıma tek bir karede (kitap kapağında) resimlenerek, alıcının o kitabı satın alması beklenir. Fakat kimi kitap kapakları için konuya uygun bir fotoğraf yeterli görülürken, kimi kitap kapakları için konuya uygun illüstrasyon yapılmaktadır.



Resim 1.26. Kitap Kapağı İllüstrasyonu



Resim 1.27. Gazete sayfalarında görülen konuya ilişkin resimlemeler

Resim 1.28. Gazetede metni destekleyici bir illüstrasyon

Kaynak: Milliyet, 2007

1.3.2.1. Bilgilendirmek için yapılan illüstrasyonlar (Illustration for Information)

“Bilgilendirici illüstrasyonlar teknik illüstrasyonun bir formudur. Nicel ve nitel bilgilendirme ile iletişim sağlanır. Nicel bilgilendirme illüstrasyonları, ölçülebilen, hesaplanabilen bilgileri içeren, genellikle soyutlamalara dayanan, iki ya da üç boyutlu sunulan bar grafikleri, çizelge grafikleri ve tablolarıdır. Soyut çizimlere göre biraz daha resimseldir. Yansıttığı anlam ve içerdiği bilgi ile birlikte bir imge bulunan formlar içerir” (Keş, 2001:72).

Bu illüstrasyonların amacı bilgilendirmeyi, izleyiciye faydalı ve çekici hale getirmesidir. Örneğin şehir içi transit sistem haritası, rota ve bağlantılar açık grafik semboller içinde genellikle soyutlamalarla yapılmıştır. Hiyerarşik çizimler tipografi ve soyut resimlerin kombinasyonunu gerektirmektedir. Endüstriyel ya da doğal çizimler resimlerle iyi bir iletişim süreci sağlamaktadır.

Kullanım kılavuzlarında yer alan illüstrasyonlar da bilgilendirmek amacıyla yapılmaktadır.

1.3.3. Özel alan illüstrasyonları

“Özel alan illüstrasyonları, daha fazla temel çizim yeteneği ve teknik alan bilgisi gerektiren illüstrasyonlardır. Fotoğrafi çekilemeyecek şeyleri görüntülemek için yapılırlar. Özel alan illüstrasyonunda gereksiz detaylar atılır önemli kısımlar nitelendirilir ve abartı yapılarak izleyicinin dikkati çekilir ya da odaklanması sağlanır” (Keş, 2001:81).

Özel alan illüstrasyonları içinde şu tür illüstrasyon çeşitleri bulunur;

1. Teknik illüstrasyonlar (Technical illustration)
2. Bilgilendirmek için yapılan illüstrasyonlar (illustration for information)
3. Mimari illüstrasyonlar (Architectural illustration)
4. Harita illüstrasyonları (Map illustration)
5. Tarihi illüstrasyonlar (Historical illustrations)

1.3.3.1. Teknik illüstrasyonlar (Technical illustration)

“Teknik illüstrasyon özellikle endüstri, mimari, makine, ticari gibi şeyleri anlayamayan insanlara, o alan ve konu hakkında bilgilendirmek için yapılan illüstrasyonlardır” (Keş, 2001:81).

Teknik illüstrasyonların başarısı ürün ya da ürünün gelişiminin görünüşüne, figür ve faktörlerin olabilirliğine ve bununla birlikte konuyu sunuş yeteneğine bağlıdır. Bunlar, kapsamlı görünüşü gösteren dış görünüşü içerebilir; bundan kastettiğimiz parçalar arasındaki ilişkiyi açıklayan çizimlerdir (**Resim 1.29.**).



Resim 1.29. Volkswagen Magazin kataloğundan bir illüstrasyon

Kaynak: Volkswagen Magazin, 2007

Bazı kaynaklar bunun yanında “ticari illüstrasyon”ları da eklemektedir ki bu da; mal ve mamül maddelerin üretim aşamasından, pazara sunulmasına kadar geçen sürede seyredeceği safhaları konu alan teknik veya tanıtım illüstrasyonlarıdır. Tüketiciyi ikna edecek biçimde resimleme işlemidir. Bu tarz tasarımlar çeşitli broşür ve kitapların içinde kullanılmaktadır.

1.3.3.2. Mimari illüstrasyonlar (Architectural illustration)

Mimari illüstrasyon, üç boyutluymuş gibi gözükmesi gereken obje ya da binayı gerçekmiş gibi görünmesini amaçlayan çizimlerdir ve bunlar aslında iki boyutludurlar.

“İç mimari çizimleri de buna örnektir. Önce mimari mekana ilişkin beyinde oluşan fikir için bir taslak oluşturulur. Daha sonra bu taslaklar perspektif kurallarına göre değişik açılardan illüstre edilir. Daha sonraki aşamada ise maketi hazırlanır.

Reklam ajansları, illüstrasyonu basılı ilan ve broşürde sık sık kullanır. Broşür, mimari detayların resimlerini ve kat planlarını gelişim içinde veren model çizimlerini ön plana çıkarabilir” (Keş, 2001:87). Kısacası, bu tür illüstrasyonlar, reklam ajansları tarafından sektörle ilgili broşür, katalog ve diğer basılı görsel araçlarda bitmemiş ya da bitmesi yakın bir ürünü ya da yapıyı müşteriye satmak için kullanılmaktadırlar.

Özellikle son yıllarda büyük inşaat firmaları, alışveriş merkezleri, siteler, özel konutlar vb.'lerini pazara sunmadan önce illüstrasyonlarla müşterilerine bir nevi tanıtım sunumu yapmaktadırlar. Ve bu mimari sunumlar genellikle 3D modelleme² tekniği ile yapılmaktadır. Bu tür illüstrasyonları yapacak tasarımcının, mesleğinde deneyimli olması, resimlenecek objenin hakkında teknik bilgilere sahip bir uzmanla çalışması gerekmektedir (**Resim 1.30.**).



Resim 1.30. Mimari illüstrasyona bir örnek

Kaynak: Aars, 2007

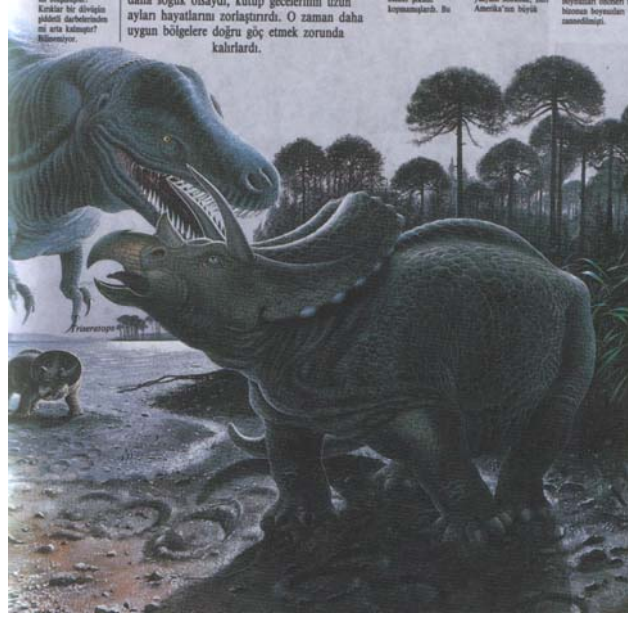
1.3.3.3. Harita illüstrasyonları (Map illustration)

Bu çeşit illüstrasyonlar, yönlendirme amacı taşıyarak insanlara yardımcı olurlar. Ve bu tür çalışmalar, mutlaka diğer illüstrasyon çeşitlerinde olduğu gibi görsel estetiğe ihtiyaç duyarlar. Genellikle, müze, park, hastane ve okul gibi topluma açık alanlarda insanların bir yeri nasıl bulabileceklerine dair bilgi veren organizasyonlar ve görsel ve bilgisel iletişimi sağlayan araçlardır.

1.3.3.4. Tarihi illüstrasyonlar

Fotoğrafın bulunuşundan sonra bile kullanmak durumunda kalınan bir illüstrasyon çeşitidir. Çünkü tarihi konularda görmediğimiz, tanık olmadığımız, ancak bazı bulgularla kafamızda şekillenebilen, duyduğumuz ve okuduğumuz olaylar vardır ki; bunlar ancak metinle, hayalde canlandırılabilen sahnelerin resmedilmesiyle somut hale gelmektedir (**Resim 1.31.**).

² 3D modelleme, herhangi bir üç boyutlu nesnenin matematiksel olarak gösterilmesidir



Resim 1.31. Bundan 80 ila 65 milyon yıl önce yaşayan, bilinen dünyanın en büyük leşçileri Tirannosaurusları gösteren bir illüstrasyon

Kaynak: Junior Larousse, 1991

1.3.4. Bilimsel illüstrasyonlar

“Botanik, tıp, zooloji, mekanik, jeoloji gibi uzmanlık alanları için öğretici ve tanımlayıcı amaçlarla yapılan ayrıntılı illüstrasyonlar bu grupta toplanır” (Becer, 1997:210). Bu alanlarda ayrıntılı, önemli olanın vurgulanması, yalınlaştırma ve gerçeklik duygusunu etkilemeyecek şekilde abartma yöntemleri kullanılarak yapılan öğretici ve tanımlayıcı olan tüm resimlemeler bu gruba girer.

Bilimsel illüstrasyon, medikal alanlar ve doğa bilimlerinde bilgi iletişimini sağlayan, mesleki ve mesleki olmayan alanlar için görsel yardım olarak üretilmektedir.

“Doğa bilimi, bütün canlılara, bizim üzerinde yaşadığımız dünyaya ve bizim yaşamamız için gerekli maddelere, uygarlığın geçmişi ve bugünü araştırmaya gönderme yapar. Bu büyük alan, antropoloji, paleontoloji, bioloji, jeoloji, botanik ve zooloji gibi alanları içerir. Bir çok farklı alanlara bölündüğü için illüstratör dar bir alanda kendini sınırlayabilir. Bununla birlikte genel bioloji ve anatomi bilgisi illüstratöre büyük yardımcı olmasına rağmen bilimsel terminoloji bilmesi gerekmemektedir. Doğadan çizimler, çiçek ve fauna (bir bölgenin hayvanları)

taslakları bilimsel bir veri ve gerçeklere dayanan doğru sunumlar olmadıkça bilimsel illüstrasyon değildir” (Keş, 2001:90).

Kimi kaynaklar bunu bilimsel ve teknik illüstrasyonlar şeklinde ortak bir başlık altında toplamışlardır. Fakat burada, bilimsel illüstrasyonu iki ayrı başlık altında toplanacaktır. Bunun yanında yine bazı kaynaklar, mimari ve iç mimari üzerine yapılan illüstrasyonları “ bilimsel ve teknik illüstrasyonlar” başlığı altında incelerken, burada mimari illüstrasyon, “özel alan illüstrasyonu” başlığı kapsamında incelenmiştir.

1.3.4.1. Doğa Tarihi illüstrasyonları (Botanik ve Zoolojik illüstrasyonlar)

Bitki türlerinin sınırlandırılmasına yardımcı olan botanik illüstrasyonlar bu bilim dalı ile uğraşan biyologlara yardımcı olur. Botanik illüstrasyon genellikle biyoloji ve ziraat fakülteleri akademik araştırmacıların bilimsel araştırmalarına da yardımcı olur.

Doğa tarihi illüstrasyonları, yalnızca botanikle sınırlı değildir. Bununla birlikte zoolojik illüstrasyonlar da vardır. Temeli, doğada yaşayan hayvanların resimlenmesine dayanmaktadır. Zoolojik illüstrasyonlar konu itibarı ile hayvanın yaşamı, beslenmesi, onun biyolojik iletişim ve organik yapısı ile ilgilenmektedir. Genellikle bu tip illüstrasyonlar veterinerlerin, zoologların işine yarayacağı gibi, biyoloji, fen bilgisi derslerinde de öğrencilere faydalı olmaktadır.

Botanik ve zoolojik illüstrasyonlar yalnızca ders kitaplarında yayınlanmayacağı gibi, bilimsel makalelerde konuyu açıklayıcı resim olarak çocuk kitaplarında da yayınlanmaktadır.

1.3.4.2. Tıp illüstrasyonları

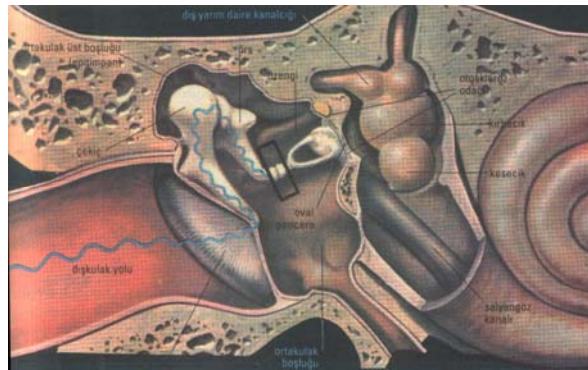
“Tıp ve sağlıkla ilgili konularda canlıların iç ve dış yapılarını, organlarını detaylandırmak amacıyla resimlenen çalışmalardır (**Resim 1.32.**). İyi bir tasarım bilgisi ister ve tıpla ilgili bir uzmanın denetiminde illüstrasyonu yapmak gerekmektedir” (Tepecik, 2002:21).

“Tıbbi illüstrasyon, insan vücudu üzerine odaklanmış, bilimsel illüstrasyonun oldukça uzmanlaşmış alanıdır. Bu iş, sanat ve bilimin çekiciliğine kapılmış kişilere sunulan bir alandır. Tıbbi illüstrasyonu çizebilmesi için bu işi yapan kişinin sanat ve

bilime ilgi duyması gerekmektedir” (Keş, 2001:95). Bazı tıp fakültelerinin medikal (tıbbi) illüstrasyon bölümleri vardır. Bölümlerde bir tıbbi illüstratörden, bir cerrahi illüstrasyon hazırlaması beklenebilmektedir (Tıp illüstrasyonu medikal illüstrasyonla eş olarak anılmaktadır). Bunların yanında, bilimsel kayıt yapmaya yardımcı olan tıp illüstrasyonlarının, fotoğrafik kayıtlara göre tercih edilmesinin nedeni insan organlarının içindeki sıvı ve kanların parlaklık vermesi ve bunun da net sonuçlar doğurmaması, bir diğer neden ise fotoğrafın gereksiz detayları arındırmayı yapamamasıdır” (Keş, 2001:95).

Medikal tasarımın geleneksel tasarımdan ayrıldığı nokta ise, materyali gösterme ve vurgulama yönünde üstlendiği önemli roldür. Dergi ve gazetelerde insanların karşılaştığı ilanlardaki tasarımın havası farklıdır. Daha heyecanlı, daha özgün ve çılgın yönü vardır. Medikal tasarımlara illüstrasyon yapan sanatçının tekniğinin işin mantığına uygun olması ve günün son şartlarına uygun bir yapıya sahip olması gerekmektedir. Hedef kitlesi hastalar ve doktorlar olan medikal tasarımda, tasarımcının söz konusu hastalığı ve hastanın şikayetlerini bilmesi gerekmektedir. Ancak bu şekilde ürünün mesajı hedef kitlenin kafasında bir yere oturabilir. Medikal illüstrasyonların kullanım alanları ise tıbbi reklamlar, dergi ve gazeteler, eğitimsel film, tıp kitapları, bilgisayar destekli eğitim programları, sergiler, ilaç firmalarının kurumsal çalışmalarıdır.

“Çizgi film çalışmalarında hayvanların anatomik yapılarının düzgün çizilmesinde de bu tıp illüstrasyonlardan yararlanılır” (Keş, 2001:92).



Resim 1.32. Kulakta, dalgalı çizgi ses titreşimlerinin izlediği yolu gösteren bir illüstrasyon

Kaynak: Medicana, 1993

1.3.5. Moda illüstrasyonları

Moda resmi genelde “modanın çizgi ve renklerle anlatımı” olarak tanımlanabilir. Bir başka tanımsa “bir giysi modelinin, tamamlayıcı öğeleriyle (aksesuar) birlikte çağdaş moda anlayışına uygun olarak çizgi ve renklerle anlatımıdır” (Komşuoğlu vd., 1986:41). Giysi, farklı öğelerle sanatsal bir biçimde yorumlanmaktadır. Amaç, bir nevi sunum yapmak, alıcı kitleye giysiyi çekici göstermektir. Bunun yanında modaya uygun tasarlanan ve üretilecek olan giysinin, giyilmesine kadar ki aşamalarından biri olan moda resmi, moda yaratıcısının elinden çıkmaktadır.

Yukarıdaki cümlelerle, çalışma konusunun moda, giyim, tasarım ve moda tasarımcısı gibi terimlerle ne kadar ilgili olduğu anlaşılmaktadır. Günümüzde neredeyse tasarlanmayan pek az şeyin kaldığını düşünecek olursak, tasarımın her alanda vazgeçilmez olması, tasarım alanlarının tasarımcıları ister istemez başlangıçları, aşamaları ve sonuçları ile birlikte -hele ki alanı, tarafımızdan merak uyandırıyorsa- ilgilendirir olmuştur.

1.3.6. Çocuk Kitapları İllüstrasyonları

“Çocuk kitaplarında ise eğitim açısından bakıldığında illüstrasyonun çok büyük önemi vardır. Bu illüstrasyonlar çocukların gelişim basamaklarına göre hazırlanır. Bu da illüstrasyon sanatçısının. teknik ve tasarım açısından yeterliliği kadar çocuk ve insan psikolojisini çok iyi tanımasının önemini gösterir.

Çocuk gelişiminde çok önemli yeri olan illüstrasyonun gerekliliğini Fred Ludekens'in şu sözleriyle daha iyi kavrayabiliriz:

“İyi bir resim, iyi bir metin gibidir” (Kaptan, 1996:60).

“Çocuk kitaplarında resimleme konusu ayrı bir önem taşımaktadır. Okumayı henüz öğrenmemiş çocuklar için kitabın resimleri çok gereklidir.Çünkü çocuklar öyküyü bu resimler aracılığı ile izlemektedir.Bu, aynı zamanda çocuğun resimle de ilk buluşmasıdır.

Çocuk kitabı illüstratörleri, verilen metne göre çizim yapabilecekleri gibi, kendine özgü yeni bir çizim çalışması da yapabilmektedirler” (Baral, 1989:22).

Kitaplarda resimlemelerin (illüstrasyonların) amacı, olayları daha belirgin ve anlaşılır kılmak, metni zenginleştirmek, canlandırmaktır bir bakıma. Çocuk kitaplarında ise amaç, çocuğu yaşama katmak, ilişkilendirme yeteneğini kazandırmaktır. “Çocuk kitabı illüstrasyonlarında, çocukta algılama, düşünme, güzellik duygusu, sosyalleşme, bilgi edinme ve eğlenme yeteneklerini geliştirmesi beklenir” (Keş, 2001:101).

1.3.7. Fantastik İllüstrasyonlar

Bu tür illüstrasyonlar daha çok illüstratörün, kendine özgü duygularının ürünüdür. Mitolojik olaylar, şiirler ve masallar, fantastik illüstrasyonun konularını oluşturur. Fantastik illüstrasyonlar, genellikle gerçeküstü olaylara dayanmaktadır. Sürrealizm akımını çağrıştırmaması dışında, fantastik illüstrasyon bir “akım” değildir. Çocuk hikaye kitapları, çoğunlukla dergi ve makalelerde yer almaktadır.

1.3.8. Story-board illüstrasyonları:

“Bir reklam ya da filmin öyküsü, “story-board” denilen bir dizi kare kare yapılmış çizimlerle gösterilir. Bu çizimler, senaryoyu açıklayıcı resimler olmalıdır. Story-board işlemi her çekim için görüntülerin ayrı ayrı basit ya da daha estetik çizgilerle çerçeve içinde gösterilmesi işlemine dayanmaktadır (**Resim 1.33.**).

Reklam filmlerinin gelişimi ve ürünleri oluşturulduğunda, alt yapıdaki “taslak” bilinmemektedir. Oysa taslaklar, reklamda önemli bir işlev görmektedir. Story-board, reklam filmlerinin senaryosunun çekimden önce, çizilip görselleştirilmesidir. Senaryo görsel hale getirildikten sonra, film çekilir” (Keş, 2001:73).

İki tip storyboard illüstrasyonu vardır. Story-board illüstrasyonlarının kullanıldığı birinci alan, animasyon, video sahneler, plan filmleri için yapılan taslaklardır. Kullanıldıkları ikinci alan ise, televizyon reklamları için hazırlanan story-boardlardır. Bir ürünün satışını artırmak için yapılan reklamların iyi çekilmesi için hazırlanmaktadır.

Taslak çalışmaları ve hatırlatıcı çizimler, “story-board”lar, yönetmenin notu olarak kullanılmaktadır. Sadece, yönetmen, çekim için önerilen fikirleri buradan

görebilmektedir. Fakat artık günümüzde bilgisayar grafiği (özel efektler, sahneler için) ve 3D imaj ile hareketli kompozisyonlar kurgulanmaktadır.



Resim 1.33. Storyboard Sanatçısı Nelson Dewey'in illüstrasyon serisi

Kaynak: Theclayman, 2007

2. BÖLÜM

2. GİYİM VE MODA KAVRAMLARI, GİYSİ TASARIMI VE AŞAMALARI

2.1. Kısa tarihçeleriyle birlikte giyim ve moda tanımları

Barınılacak yuva, besin ve giyim, insanların en ilkel gereksinmelerini oluşturmuştur. Bunlardan giyim, vücudu dış etkilere karşı koruyan bir araç olduğu kadar, süslenme ve zarif görünme isteğini yerine getiren bir sanattır. Sözlük anlamı “giyilecek şey, elbise” olarak açıklanabilmektedir.

“Giyim kelimesi yerine halk dilinde esvap, üst baş, kılık kıyafet gibi kelimeler de kullanılmaktadır. Kısacası giyim, insan vücudunu örten, süsleyen her tür giysiyi içine almaktadır” (Olgaç, ty.:54).

“Giyim aynı zamanda, kullananın kişiliği hakkında çevresine mesaj veren bir kişisel dışa vurum aracıdır” (Çakar vd., 2003:55).

Giyimin tarihine göz gezdirilecek olursa:

“İnsanlar dünya yüzünde çoğalmaya başladıktan sonra, bir araya gelerek küçük topluluklar halinde yaşama ihtiyacını duymuşlardır. Bu ihtiyaç, insan topluluklarının meydana gelmesini sağlamıştır. İnsanların bir araya gelip yaşamaya başlamaları, yavaş yavaş insancıl duygu ve düşüncelerin gelişmesine yol açmıştır. Bununla beraber, utanma duygusunun gelişmesi ve bu duygunun, kültür ve uygarlık seviyesi ile oranlı olarak değişmesi, insanlarda giyinmeyi, sosyal bir ihtiyaç haline getirmiştir” (Kırzıoğlu, 1992:73).

Dünyada insanlar dışında bütün canlılar dış etkenlerden korunmak için değişik korunma etkenlerine sahiptirler. (Örneğin ayılarda post olduğu gibi...) Nitekim, giyinmeye duyulan gereksinim de eski çağlarda, insanların vücutlarını doğanın etkilerinden koruma düşüncesinden doğmuştur. Örneğin; “Önceleri kadın giyimi deri ya da otlardan yapılmış kısa bir etektir ve vücudun üst kısmı kolyeler ve iğnelerle süslenirmiş. Soğuk havalarda omuzlar ve baş şalla örtülürmüş. Bugün doğu Hindistan da kullanılan sari bu tip giyimin gelişmiş biçimidir” (İsmek, 2007).

Yapılan araştırmalarda, bulunan mağara resimlerinde tropikal iklimlerde yaşayan ilkel çağ insanlarının vücutlarının tüylerle örtülü olduğu, bu sebeple giysi kullanmadıkları görölmektedir. Yukarıda da bahsedildiği gibi insanoğlu zaman içerisinde, avladığı hayvanların postlarına bürünerek tabii dış etkenlerden korunmaya çalışmıştır. Bugün bile soğuk iklim koşullarında, mesela Eskimolar hayvan postundan yapılmış giysi giymektedirler. Sıcak iklimlerde ise örneğin Pasifik adalarındaki yerliler bugün de ağaç kabuklarından ve liflerinden yapılmış giysiler kullanmaktadır.

“Giyim, ilkel insanlardan bu yana, korunma ve süs amacıyla kullanılmıştır. Fakat başlangıçta basit bir konu olan giyim, tarihin akışı içinde değişikliğe uğramış; bu değişiklik, sosyal durumun sürekli gelişmesine paralel olarak yol almış ve sonraları ise geleneksel bir şekilde gelişerek süregelmiştir. “Temel ve fizyolojik ihtiyaçların başında gelen örtünme ihtiyacı, zamanla yerini örtünmenin daha estetik boyutu olan giyinmeye bırakmıştır” (Çakar vd.,2003:7).

İnsanlar arasında iş bölümünün gerçekleşmesi, avcılığın, bu da hayvan postlarının gelişmesine ve kullanımına sebep olmuştur. Derilerin değerlendirilmesi, tüyelerinin eğrilmesi ve bunlardan yaşam biçimine uygun giysiler yapılmasıyla işe göre giyinme olgusu ortaya çıkmıştır. Mesela: tarlada çalışın, avlanan ya da savaşın kişi tabii koşullara göre giyinmektedir. Giderek, toplumdaki sınıflaşma sonucu giyim, kişilerin toplumsal durumlarını sembolize eder niteliğe dönüşünce; köylü, soylu, din adamı, derebeyi, asker vb. durumlarına (mevkilerine) göre giyinmeye başlanmıştır.

Daha açık bir anlatımla ilk çağda basit bir örtünme aracı olan giyim, tarihi evrimi içinde gelişimini yaparak bugünkü duruma ulaşmıştır ve insanlığın gelişmesinden giyim de etkilenmiş, kişinin yaptığı işe uygun giyinmesi gerekli olmuştur. Aynı zamanda toplumsal bir nitelik kazanarak, kişiler sınıfsal durumlarına, uygarlık seviyelerine, toplumsal yaşam biçimlerine, dini inançlarına, yaşadıkları bölgenin iklim ve coğrafi koşullarına, sosyokültürel yapılarına, ekonomik durumlarına göre giyinmeye başlamıştır. Bu etkileşim, göçler, savaşlar, ziyaretler ve ticaret yolu ile gerçekleşmiştir. Böylece giyim, insanların toplumsal sınıflarını sembolize eder biçime dönüşmüştür. Ayrıca, zaman içinde insanların yaşam özelliklerine göre çeşitlenerek, süslenme ve kendini ifade etme biçimine de dönüştüğu görölmüştür.

Sosyo-psikolojik ihtiyaçları karşılama açısından ise giyim, bir topluma ya da bir kültüre ait olma duygusunu sağlamaktadır. Sosyal açıdan kişi, giysisi daha çok bir kimlik duygusu geliştirmek, kim olarak görülmeyi arzu ettiğini belirtebilmek amacıyla kullanmaktadır. Giysilerin, olabildiği kadar zarif olması, giyenin zevkini okşaması ve çevresinde beğenilme isteği, herkes tarafından benimsenen bir gerçektir.

Giysinin planlanması, seçimi ve giyimi, sanat unsurları ve prensipleri, günün koşullarına göre değişkendir. Giyim ve modanın işlevi yalnızca insanın giyinmesiyle ilgili değildir. Geçmişte ve günümüzde giyim, Güzel Sanatlar' ın önemli bir aracı olmuştur. Tiyatro, resim, heykel alanlarında giyimin önemli bir işlevi vardır. Özellikle sinema, tiyatro gibi bazı sanat dallarında canlandırılmak istenen kişiliği tanıtmakta önemli bir işlevi yerine getirmektedir.

Giyim sanatı, bir bütündür. İ ve dış giysilerle birlikte giyimi tamamlayıcı öğeler (aksesuar) den oluşmuştur ve tamamlayıcı öğeleri başa ve ayağa giyilenlerin tümünü, çanta, kemer, takı ve makyajı (kozmetik) da içerir. Bununla birlikte giyim, iç giyim (sutyen, külot, korse, jartiyer, atlet, body, kombinezon, jpon, gecelik, pijama, sabahlık vb...) ve dış giyim (etek, pantolon, yelek, elbise, jile) olmak üzere ikiye ayrılır. "Türkiye'de i giyimin kesin bir başlangıç tarihi yoktur. Eskiden kadınlarımız kendi dokudukları, yumuşak ve yıkamaya elverişli kumaşlardan iç giyim eşyaları yapmışlardır" (Tekel, 1990:34). Bunlara ek olarak özel amaçlı giyim diye adlandırılan mayo, bikini, şort, bornoz, yağmurluk, eşofman, iş önlüğü, iş tulumu, bustiyer, tuvalet, gelinlik, sahne kostümleri vb. de sayılabilmektedir.

"Giyimi, cinsiyet, yaş, mevsim, evre ve sosyal durum, sosyal statü (meslek), ekonomik durum, vücut yapısı, durum kültür ve aile gibi faktörler etkilemektedir" (Olgaç, ty.:54-55). Hatta buna bir evrim süreci de denebilir. Tarihte, giyim ve modayı etkileyen pek çok neden bulunmaktadır. Bunlardan söz edilmesi gerekir ki; bunun için ilkağlara gitmek çok şaşırtıcı değildir. Çünkü ağımızda pek çok neden, giyimimizi etkilerken (iklim, teknoloji gibi...), ilkağlarda da inançlar, toplumdaki sınıf ayrılıkları ve iklim, ortaçağda ise savaşlar, ülkelerdeki salgınlar, gler ve milletlerarası ticaret de giyimi oldukça etkilemiştir" (Olgaç, ty.:55). Savaşta yenen milletin, ekonomik yönden güçlenmesi, kral saraylarında ve varlıklı sınıflarda

etkisini göstermiş bu da sürekli moda değişmelerine sebep olmuştur. Varlıklı sınıfın pahalı ve gösterişli giysileri sonraları halkı da etkilemiştir.

“Barbarların Kuzey ve Güney Avrupa’ yı ele geçirmesi, Müslümanlar’ ın Kuzey Afrika’ daki Bizans topraklarını alarak, İspanya’ya geçmeleri, bu milletin kültürleri ile birlikte gelenek ve göreneklerinin de taşınmasına sebep olmuştur. Fransa’ yı ele geçiren Franklar, modanın yaratıcısı olmuşlardır. Yüzyıllar boyunca Paris, moda merkezi olma işlevini sürdürmüş ve günümüzde de bu işlevi sürdürmeye devam etmektedir.

Yukarıda modayı etkileyen etkenlerden en önemlilerinden birinin ekonomik etkenler olduğu belirtilmişti. Bunu şöyle açıklayabiliriz: Milletlerin bolluk ve kıtlık dönemleri modayı büyük ölçüde etkilemiştir. Savaşların yarattığı ekonomik koşullar oldukça önemlidir. Savaş ve kıtlık dönemlerinde eteklerin kısılması, az kumaş gerektiren modellerin seçilmesi bir rastlantı değildir. Ülkelerin barış ve bolluk dönemlerinde ise gösterişli giysilerin giyilmesi, pahalı ve bol kumaş tüketimi, kısacası moda savurganlığı da ekonomik etkenin bir sonucudur. Fakat “Önemli olan ekonomik şartları zorlamadan şık giyinebilmek ve toplum içinde kendini iyi hissedebilmektir” (Olgaç, ty.:55).

Toplumunu sarsan önemli olaylarla olayları yaratan kişiler de, modayı ve moda yaratıcılarını etkilemektedir. Giyim ve modanın evriminde yepyeni bir moda akımına ender rastlanmaktadır. Modacılar, giysileri genellikle geçmişteki stilleri değiştirerek yeni bir yorumla yaratmaktadırlar.

“İnsan bedenini örten giysi, aksesuar ve bunları kullanma biçimleri, cinsiyet, kültür, coğrafi bölge ve tarihsel çağlara göre çok büyük farklılıklar gösterir. Genellikle, bir kültür ne kadar karmaşık ve gelişkin olursa, geleneksel giyim tarzları da o ölçüde incelikli, hiyerarşik ve çeşitli olmaktadır” (Anabritannica, 1988:479).

Giyim tarihi ve moda aracılığı ile milletlerin uygarlık gelişmeleri, ahlak anlayışlarından gelenekleri, görenekleri ve ekonomik koşulları tarihi süreç içinde öğrenilmektedir. Zaten sırf bu açıklama ile bile, moda ile giyimi ayrı saflarda tanımlamanın pek de mümkün olmadığını göstermektedir.

İnsanların güzel görünme, dikkatleri üzerine çekme istekleri, daha iyi ve daha güzeli arama çabaları ile estetik unsurlar dahilinde, “iyi giyim” deyimini ortaya

çıkıştır. “İyi giyim, giyenin, fiziksel özelliklerine, boyuna ve rengine, işine ve yaşına göre seçilen giyimdir” (Kırzioğlu, 1992:7). İlk çağlardan bu günlere kadar giysiler, özelliklerine işleyişlerine ve giydikleri yere göre isim olarak, yeni parçalar eklenip çoğalarak yeni giysilerin ortaya çıktığı görülmektedir. Bu da bize göstermektedir ki, insanın varoluşu ile başlayan örtünme ihtiyacı, günümüzde çok daha geniş bir boyut kazanmış, giysilere farklı boyutlar kazandırılmış ve bunların yerine farklı olanını elde etme isteği, modanın doğmasına yol açmıştır. Fakat çalışma konusu gereğince bu kavramın, burada, giyim modasını ifade ettiği eklenmelidir. Çünkü, yalnızca, “moda” kavramını açıklayacak olursak, bunu, “insanların değişiklik arama ve yeni biçimler ortaya koyma tutkusu” olarak ifade etmemiz yeterli olacaktır. Fakat “giyim moda”nı tanımlanacak olursa bu; “Toplumdaki süslenme ve değişiklik ihtiyacından doğan geçici yeniliktir” olacaktır. Konumuzda yer alacak olan giyim modasıdır.

Moda değişiklikleri, giyimle beraber, konumuzla ilgi arz eden moda çizimlerini de etkilediği için modadan da bahsetmemiz yerinde olacaktır.

Moda (Mode) Latince, oluşmayan sınır anlamındaki “modus” tan gelir. İngilizce karşılığı “fashion”dır.

“Bireysel açıdan moda, insanların birbirlerine benzeyerek farklılaştıkları bir oyundur. Cinsellik açısından; görünüşün yenilenmesi ile erotik açıdan çekicilik kazanılmasıdır. Hiyerarşik açıdan; moda insanın kendi toplumsal konumunu saptama, böylece belirli bir toplumsal sınıfın üyesi olduğunu gösterme aracıdır. Toplumsal açıdan ise moda, bir toplumun evrimini yansıtır. Toplum değişime uğradığında moda da dönüşüme uğrar” (Olgaç, ty.:28).

“Moda, belirli bir toplumda uygun görünen ortak zevkler, geçici yaşama, hissetme biçimlerdir. Bir nesnenin ya da bir kullanımın birden bire yaygınlık kazanmasıdır diye tanımlanabilir” (Moda –Tasarım, ty.:2).

Yine “moda, bir döneme damgasını vuran geçici giyim, kullanım ve davranış bütünlüğünü, yani hayata karşı duruştaki farklılıkların toplamını temsil eder. Aynı zamanda toplumsal tavır, ahlak, din ve bilim alanlarındaki anlayış değişimleri olarak karşımıza çıkar” (Onur, 2004:15).

Ünlü kişiler modayı değişik biçimde yorumlamışlardır. Alman filozofu Kant; ahlak açısından değerlendirdiği modayı “temelinde kendini beğenmişlik ve bencillik olan bir taklitçilik” olarak tanımlamaktadır.

Ünlü ressam Leonardo da Vinci, modayı bir “çılgınlık” olarak nitelendirmektedir. Thornstein Veblen ise, modanın “gereksiz ve nedensiz bir tüketim sembolü” olduğunu söylemektedir.

Ünlü modacı Poiret, modayı “insanların bir süre önce beğenerek giydikleri bir şeyi, kısa bir süre sonra gülünç bulacaklarını bildikleri halde, vazgeçemedikleri korkunç bir salgın” olarak görmektedir.

“Ünlü İngiliz denemeci William Hazlitt, modayı bir taraftan sempatiler, antipatiler ve çelişkilerden oluşan karmaşık bir aykırılık olarak tanımlarken, diğer taraftan “büyük ölçekte bayağı olan” ile “küçük ölçekte eşsiz olan” arasındaki bitmez tükenmez bir savaş olduğunu ileri sürmüştür” (Moda –Tasarım, ty.:15).

Modernizmin babası olarak tanımlanan Charles Baudelaire’ye göre, modern dünyanın geçiciliğini yıkararak yeniden inşa edici gücünü en iyi temsil eden oldu modadır” (Türkiye’de Tasarımı Tartışmak, ty.:438).

Nitekim, modanın önemli bir özelliği de değişkenliğidir. Bunu “modayı izlemek” ya da “modası geçmiş” deyimlerinden anlamak mümkündür.

Modanın ekonomi araçları, satış kurumları ve reklamdır. Bu kurumlar, zaman zaman ortaya çeşitli yenilikler çıkarmaktadırlar. Bu yeniliklerin tutulup tutulmayacağı, bir başka deyişle moda olup olmayacağı kamuoyunun tutumuna bağlıdır. Bir yeniliğin tutulması ve yayılması, teknik ve ekonomik yönlerinden çok, çoğu kez bu yeniliği ortaya atan kişiye ya da ortaya atılmasına sebep olan olaya bağlıdır. Bu konuda ilginç örnekler vardır: İngiltere’de Elizabeth döneminde moda olan “ruff” yakaları, ilk kez bir İspanya prensesinin, guatrlı boynunu gizlemek amacıyla giydiği söylenmektedir.

Hür ve yalın giyimi kadın dünyasına ilk kez getiren ünlü modacı Chanel’in, gaz ocağı patlaması sonucu uzun saçlarının yanması, yeni bir saç modasının doğmasına sebep olmuştur. Modacı, saçlarını erkek stilinde keserek o gece operaya

gider ve tüm ilgileri üstüne çeker. Ertesi gün Parisli kadınlar berberlerinden “Chanel stili” saç istemişlerdir.

Kadınların, erkek stili trençkot ve süveter giymesine de “Chanel” sebep olmuştur. Yağmurlu bir günde erkek arkadaşının trençkotunu, bir at yarışında da jokeyin süveterini giymesi kadınlar arasında ilk kez trençkot ve süveter giyme modasına yol açmıştır.

İkinci Dünya Savaşı’ nın olduğu yıllarda, İngiliz general Montgomeri’ nin giydiği bluzan ceket, “montgomeri” adını almış ve savaş sonrası erkekler arasında moda olmuştur. Günümüzde montgomeri adlı ceketler, erkek, kadın ayırımı yapılmaksızın, herkesin giydiği “mont” un kendisidir.

“Mini eteğin yaratıcısı Mary Quant’ ın, moda dünyasını alt üst eden mini eteğinin hikayesi şöyledir: Atölyesinde çalışan genç kızlardan biri, etekliğini ütülerken yakar, yanan bölümü keserek eteği kısacık bastırır. Bu kısacık eteğin verdiği esin, Mary Quant'ı bir anda üne kavuşturmuştur. Mini eteğe tepki duyanlar bile, denemekten kendilerini alamamışlardır. Fakat moda dünyasındaki bu ilginç etkiye karşı bir tepki olarak, ya da mini etek modasının kumaş endüstrisine yaptığı olumsuz etki sonucu, mini eteğin hemen arkasından maxi etekler ortaya çıkar” (Komşuoğlu vd., ty.:3).

Amerika devlet başkanlarından Nixon’ un Çin’e konuk olarak gidişinde, Uzak Doğu’ nun bu ülkesi gelenek ve görenekleriyle, giysileriyle dünyaya açılmış, Çin stili yaka ve giysiler bir anda moda olmuştur.

İnsanın uzaya yolculuğu, aya ulaşması gibi gelişmeler endüstrinin tüm dallarını özellikle de tekstil, giyim, dekorasyon, mobilya oyuncak vb. endüstrileri etkilemiştir. Metalik ya da metalik görünümlü kumaşlar, astronotların giysilerinden esinlenerek yapılan giysiler hep bu gelişmelerin sonucudur.

“Blue – Jeans’lerin ortaya çıkışı ise, 1800’lerde Amerika’ nın kuzeyinde “altına hücum” la başlar. Ağır çalışma koşulları içinde olan altın arayıcıları tabiata dayanıklı giysilere ihtiyaç duymaktadırlar. Levi Straus adında bir işadamı Fransa’ dan getirttiği dayanıklı kumaştan pantolonlar yapar. “Denim” denilen bu pantolonları altın arayıcılarından sonra kovboylar da benimserler. İkinci Dünya Savaşından sonra

dünyayı saran ekonomik kriz, bu pantolonların tüm ülkelerde giyilmesine sebep olur. Bu arada kumaş maviye boyanır, adı da “Blue Jeans” olur” (Komşuoğlu vd., ty.:3).

Örnekler çoğaltılabilir: Fransa’da 13. Louis döneminde, bir av partisinde attan düşen Matmazel Fontage’ nin dağılan saçlarını bir çorap lastiği ile toplaması, o yıl kadınlar arasında “fontage stili” saç modasının doğmasına sebep olmuştur.

Erkek ceketlerinin sol yakasındaki iliğin de ilginç bir öyküsü vardır. Prens De Gall’e güzel bir kadın çiçek armağan etmiştir. Prens, değer verme davranışı ile olsa gerek, çakısıyla ceketinin sol yakasına bir delik açmış ve çiçeği oraya takmıştır. Bu İngiliz centilmenin iliğinin sonucu ortaya çıkan moda günümüze dek ulaşmıştır.

Modanın bir başka özelliği de geçmişin uzun süren modalarının, daha sonra toplum katmanlarını yukarıdan aşağıya doğru yansıtmasıdır. Mesela; 19. yüzyılda soyluların giydiği frak³ lar, 20. yüzyılda garsonların giysisi olmuştur. Yine soyluların giydiği görkemli giysileri, bugün köylüler şenliklerde giymektedirler.

Tüm bunlardan da anlaşılacağı gibi modayı tanımlarken “yenilikler arama tutkusudur” denmesi yerindedir. Kişi, hayatının monotonluğundan kurtulmak için değişiklikler arar ve neredeyse bunun için bir kıvılcım yeterlidir. Bu, yararlı olmanın ötesinde süslenme isteğine dayalı bir değişiklik istemidir.

Moda dalgalanmalarında, bir modanın etkili olmasına karşı çıkmak, hemen hemen imkansız gibidir. Ancak bir modanın yerini daha etkili bir başka moda alabilir.

“Bazı modaların yayılma hızı kısa sürelidir. Görülmesi ile kaybolması birdir. Kısa süreli tarzlar, tekrar ortaya çıkmak üzere kaybolurlar” (Olgaç, ty.:35).

Modanın, dolayısıyla giyimin tarihçesine baktığımızda ise giyim modasının, eski devirlerden bugüne dek pek çok evreler geçirdiği görülmektedir.

“Kadın modası ilk kez Mısır’da başlamıştır da denilebilir” (Komşuoğlu vd., ty.:3). Hatta, göz makyajı (far) ilk kez Mısırlı kadın ve erkeklerde görülmüştür.

İlk çağlarda ilkelik, daha sonraları işlevsel nitelik, toplumsal sınıflaşmanın sonucu olarak da kişiler arasında giyim ayrılıklarının doğduğu görülür.

³ Frak, eteği uzun, bele kadar yırtmacı olan erkeklerin resmi törenlerde giydiği bir takımdır.

“İlkçağ’da, İ.Ö. 4500-4000 yılları arasında Mezopotamya-Sümer, Babil-Asur, Mısır, Girit Yunan Roma uygarlıkları giyimin gelişmesinde etken olan uygarlıklardır” (ismek, 2007).

Ortaçağın giyim bakımından tarihi devirler arasında ise ayrı bir yeri vardır. “Tarih boyunca insanlar, giyim kuşam farklılığıyla sınıf farklılığını yaratmışlardır. Orta Çağ boyunca, toplumsal sınıflara mensup insanlar, arasına çok keskin giyim kuralları vardı” (Milliyet, 2007:10). Bu devirde giyim, tabiat olaylarından korunma amacı olmaktan çıkmış, insanlar için süs olma ve estetik ağırlığı olan bir faktör olmuştur. Kıyafetlerde işlemeler, sırma ve zengin elbiseler yer almıştır.

Orta Çağ’ da modayı savaşlar, güçler ve milletlerarası ticaret etkilemiştir. Ortaçağ 6. yy. teknik ilerleme milletlerin oluşması milletler arası ticaret zengin sınıflar giyimi benimseyip abartarak uygulamışlardır (Bizans, Galler, Sakson, Fransa, Haçlılar, İskoçya, İngiltere’nin kullandığı fırfır, dantel, ipek, bol altın işleme vb....). Ortaçağ Gotik dönemi 14.yy. sanatının durağan biçiminden ayrılmasının etkileri giyime yansımıştır. Bu dönemde renkler kumaşlar zevkli ayrıntılar ve gotik kemerlerin motiflerini anımsatan ince uzun insan figürleri görünmektedir (Sivri burunlu tabanlı çoraplar, kadife, eldivenler).

“12. yy.’ da İskoçyalı erkeklerin giydiği “kilt” adı verilen pilili, ekose etekler, günümüzde “İskoç etek” adıyla birçok ülkede kadın ve çocuk eteği olarak giyilmektedir.

15. yy.’ a Yeniçağ 15.yy tüyler, kurdeleler, zarif şapkaların, incilerin, sivri burun ayakkabılar, saten ve deriler dönemi olmuştur. Yeniçağ Rönesans, pililer, danteller, elmas, yakut zümrütler kadın giysisinin özel karakteristiği demir korseler ve katı kolalı yuvarlak yakalar bu dönemde revaçtadır” (ismek, 2007). Bu dönemde, Fransa’da mimarlıktaki çizgiler modayı etkilemiştir. (Tıpkı sanat akımlarının döneminin müziklere ve tipografiye bile yansiyabilmesi gibi...) Bu dönemde kadınların şapkaları, kiliselerin sivri kulelerinden esinlenerek yapılmıştır.

Ortaçağda Haçlılar, Batı dünyasına Doğu’ nun modasını getirmişlerdir. Düğme, 13. yüzyılda Haçlılar tarafından getirilerek, kopçanın yerini almıştır.

Günümüzde çok kullanılan ve yararlı bir işlevi olan çizme, ilk kez Roma ve Bizans döneminde giyilmiş, sonra çeşitli tarihlerde uzun, kısa, körüklü, kopçalı, düğmeli, fermuarlı biçimlerde kullanılmıştır.

16. yüzyılda VII. Henry döneminde, başa giyilen “Tam -o- shanter” denilen tepesi ponponlu İskoç bereleri, çocuk ve genç giyiminde sevimli görünüşüyle bugün de ilgi çekmektedir.

“Moda yaratıcıları, sürekli yenilikler yaratan, alışılmış kurallara bağlı olmayan kişilerdir. Ortaya arttıkları yenilikler, toplumca benimsendikten sonra başka bir yenilik yaratırlar. Fakat bazen moda, modacıların etkisi olmadan gerçekleşir. Burada taklit ön plandadır. 1960 yıllarında Beatles grubunun saç modelleri ve giysileri, 1980 yıllarında Prenses Diana’ nın saç modeli, 1990’ 1ı yıllarda Madonna’ nın makyajı taklit edilerek moda haline gelmiştir.

Kısa süren moda yenilikleri, bir süre sonra yepyeni bir biçimde ortaya yeniden çıkar. Mesela, 1937’ lerde giyilen vualetli şapkalar, 1947- 1948’ lerde yeniden moda olmuştur. Bu romantik şapkalar 1979 yılında yine ortaya çıkmıştır” (Komşuoğlu vd., ty.:4) **(Resim 2.1)**.



Resim 2.1. 1937' lerde vualetli şapkalar moda olmuştur

Kaynak: Komşuoğlu, ty.

1932-1933 yıllarında giyilen “Basque Bereler”, 1975-1979 yıllarında da kadın giyimini tamamlamıştır **(Resim 2.2., 2.3.)**.

19. yüzyılın ikinci yarısından önce, bugünkü anlamda bir modadan söz etmek güçtür. İkinci endüstri inkılâbıyla toplumda giyim anlayışı da değişmiştir. Özellikle

Fransızlar için moda, her türlü gelenek ve göreneğin ötesinde bir alışkanlık olmuştur. Toplumda uzun süren modalar ise, iyice yerleşerek geleneksel niteliğe dönüşmektedir. Çin’ de keçe terlik giyme geleneğinin, ipek böceği yetiştiricilerinin yürürken gürültü yapmamak kaygısından kaynaklandığı söylenir.

“Erkek giyiminde kullanılması gelenek olan kravat, ilk kez 1656’ da 14. Louis’ nin hizmetindeki Hırvat (croate) askerleriyle Fransa'ya gelmiştir. Başlangıçta muslin ya da dantelden olan kravat, 1870 yıllarında İngiltere'de kullanılmıştır. 20. yüzyıl başlarında da “askot” denilen enli boyun bağları moda olmuştur. Erkeklerin ve bazen de kadınların kullandığı kravatlar geniş ya da dar kumaş türü değişerek yıllardır, modadan etkilenerek kullanılmaktadır.

Erkek ceketlerinin omuzlarına pamuk konularak geniş görünüş sağlanması, 20. yüzyılın başlarında oluşur. 1930 sonlarına doğru kadın giysilerinde de vatıklar, yapma genişlik sağlar. 1940’lardan, 1950’lere dek uzanan yıllarda da omuzlarda abartılmış biçimde vatıklar kullanılır” (Komşuoğlu vd., ty.:9) (**Resim 2.4., 2.5.**).

Savaş sonrası periyotta erkeksi üniformalar, erkeklerle benzer işlerde çalışan kadınlarda da görünmeye başlamıştır. 1940’larda nakliye işinde çalışan kadınlar erkeklerle aynı şeyleri giymişlerdir.



Resim 2.2. İskoç tipi bere

Kaynak: Komşuoğlu, ty.



Resim 2.3. 1975-1979 yıllarında bereler

Kaynak: Komşuoğlu, ty.



Resim 2.4. 1947 yılında vatkalı omuzlar

Kaynak: Komşuoğlu, ty.



Resim 2.5. 1978-1979 yıllarında vatkalılar

Kaynak: Komşuoğlu, ty.

Kadınlar, 1950’li yıllarda “Cigarette” olarak adlandırılan dar pantolonlar, çiçek motifli kadınsı detaylar taşıyan “top” lar, dar ve kısacık ceketlere rağbet göstermişlerdir. Ayrıca Amerikan filmlerinde sık sık gördüğümüz bir tür gecelik olan gecelik ‘baby doll’ler, mini etekle bağdaşan “baby doll” tarzı bluzlar ve Brigitte Bardot stili sarı saçlar oldukça benimsenmiştir.

“1960’lı yıllarda başlayan hazır giyim (pret a porter) kavramı, moda tarihi bilincini podyumlara taşımaya başladı. Modayı etkileyen önemli akımlar, arşivlerin süzgeçten geçirilerek güncellenmesiyle doğdu. 1960’larda mini etek “sokak tarzı” tarafından benimsenmeye başladı” (ismek, 2007).

Eyalet ve yerel hükümetleri cinsiyet ayırımından uzaklaştırmak için, Amerikan polis departmanı, 1972’de Civil Rights Act’ı (renk, cinsiyet ayırımı gözetmeksizin herkesin yararlanabileceğini öngören ve mağdur olanlara güvence getiren kanun) değiştiren kongreden sonra erkek uniformalarını, kadınların da benimsemesini sağlamıştır. 1973’lerin başında tüm ülke çapındaki polis departmanları, bütün kadınlara, uygun giyinebilme konusunda, erkeklerle aynı hakları vermiştir.

Etekler pantolonlarla yer değiştirmiş, erkeklerin giydiğiyle büyük ölçüde benzer özellikleri olan pantolon, kravat, şapkadan oluşan takımlar yaratılmıştır. Akabinde demiryolu kondüktörleri, hemşireler ve hava yolları hostesleri işlerinin bir parçası olarak uniseks üniformalar giymeye başlamışlardır.

“1978’deki koleksiyonlarda, farklı bir pazar ve daha az sıkıcı bir değişim için sokak punk giysilerinin ağır elementleri -siyah tutsak pantolonları, zincirli ve çengelli iğneli deri ceketler- kullanılmaya başlandı” (ismek, 2007). Yine “1978’lerde gençlerin giyiminde moda olan çift kemer, önce Ispartalı kadınlar tarafından kitonların üstünde, daha sonra da 6. Louis döneminde Fransa’ da erkek giyiminde kullanılmıştır” (Komşuoğlu vd., ty.:7).

Club yaşamının ve popüler müziğin etkilerinin 1981’lerde görülmesi ile kıyafetlerde yeniden bir değişiklik yaşandı.

Erkeklerde, giyimin doğası, kadınlarda olduğu gibi çok önemli değişiklikler göstermiştir. 19. yüzyılda şapka, fiili veya geçici, sosyal bir statü gösterirken 20. yüzyılda iş yerinde giyilen kıyafetler de (rahat kıyafetler, özellikle de t-shirtler) kişilerin kimlikleri hakkında bilgi veriyor, kotlar ve t-shirtler, tamamen birbirinden farklı anlamlar gösteriyordu.

Dışarıdan görüldüğünden daha geniş ve daha karmaşık bir kavram olan moda için 1978’den sonraki on yıllık dönem, 1950’lerin motor endüstrisinde, 1970’lerin bilgisayarda olduğu gibi azimli, sonuca götüren bir dönem olmuştur. Ralph Lauren, Calvin Klein ve Giorgio Armani gibi tasarımcılar 1970’lerin ortalarında imkansız gibi görülen bir hızla önemli bir moda imparatorluğu kurmuşlardır. 20. yüzyılın sonlarında, kadın özgürlüğünün sembolü olan kravatlar ve erkeklerin 19. yüzyıldaki sosyal statülerine gönüllü karşı koyma, bu zamanlarda kimin, nerede, ne giydiğine bağlı olmaya başlamıştır. Bütün bunlar reklamlarda, moda dergilerinde ve filmlerdeki kadın özgürlüğünün bir sembolü olarak görülmüştür.

1980’lerin başında idareci kadınlar için eğik kravatlar, muhtemelen kadın gücünün tehdit edilemez iddiası olarak, bayağı popüler olmuştur. Buna karşılık, sık sık çalışan kadına uygulanan kravatlar (hem kamu sektöründe (askerlik) hem özel sektörde (hava yolları, demir yolları) anlamını kaybetti ve kadının değişik türdeki bürokratik ve hiyerarşik yapıdaki rutinleşmiş özümsemesini yansıtmaya başladı.

“1991 yıllarında insanların dikkatinin Rusya ve Türk devletlerine yoğunlaştırılmasıyla “kalpak” şapkaları kullanılmaya başlanmıştır” (Olgaç, ty.:36).

19. yüzyıla karşılaştırdığımızda 20. yüzyıl sonlarındaki kıyafetlerin daha karmaşık olduğu görülmektedir. 19. yüzyıl kıyafetleri sınıf ve bölgeler arasındaki farklılıkları baz almaktadır.

20. yüzyılın sonlarında ise çeşitli tiplerdeki işler için giyilen kıyafetler deşifre edilmeye oldukça açıktır. Erkekler arasındaki temel farklılık takım elbise giyenler ve giymeyenler arasında ortaya çıkmıştır. Ancak sokak tarzının 19. yüzyıldaki tarzdan çok daha fazla karmaşık olduğu görülmektedir. Rahat kıyafetlerin tanımlanması mesleki kıyafetlere göre daha zordur, çünkü bunlar kişinin kendisini ifade etmesinde bir araçtır ve çok fazla farklılık göstermektedir.

İnsanlar, 1990’lı yıllardan 2000’ li yıllara geldiklerinde artık modada şıklığı, rahatlığı, giyilebilir ve kullanılabilirliği estetikle yorumlayan moda anlayışına ve moda akımlarına ilgi göstermektedirler.

2000’lerde değişim sürmekte, yaşadığımız dönem marka ve imaj dönemi olarak dikkat çekmektedir. Bulduğumuz dönemde herkes kendi yaşam stili ve tarzını oluşturmaktadır. Özgürlük ve bireysel tercihler moda yeni anlamlar yüklemektedir. “Ekonomik, siyasal, politik ve dinsel tüm etkilenmelere açık bir zeminde moda yeniyi keşfetmektedir. Bu nedenle, değişimi de, bu süreçlerden bağımsız düşünmemiz olanaklı değildir” (Onur, 2004:83).

“2000’li yıllara gelindiğinde, modada yaşanan geri dönüşler uzay modasının efsanevi gelişinin olmayacağını vurgulamaktadır. Beklenen uzay modasının yerine, moda dünyası romantizmi kostüm ve moda tarihinde yer alan şık elegant stilleri hiçbir zaman bırakamayacaklarını, ilk çağdan 2000’li yıllara kadar geçen tarihi süreçte kostümün evriminin 2000’li yıllardan sonra da geri dönüşlerle yaşanacağını görmekteyiz” (Dereboy, 2004:189) **(Resim 2.6)**.

Bunların yanında, 2000’lerde mücevher ve saçlarda da tarihten esintiler görülmektedir.

Moda ve giyim, sosyal yapı ve kültür arasındaki ilişkileri fark etme konusunda bir ipucu sunmakta, ayrıca parçalanmış toplumlardaki kültür denetimi için izlenecek yol konusunda bir işaret oluşturmaktadır. 21. yüzyılın artan çok

kültürlülük ortamında, giyim kodlarının sosyal gruplar ve bölümler arasındaki ilişki üzerinde ve çelişen hegemonyalara karşılık vermedeki etkisi giderek artmaktadır.



Resim 2.6. 2000’li yıllar

Kaynak: Dereboy, 2004

2.2. Giysi tasarımı ile ilgili kavramlar

2.2.1. Giysi tasarımı

Giysi tasarımı hakkında bilgi vermeden önce, “tasarım” kelimesi ve “tasarlamak” fiilinden de söz etmek yerinde olacaktır.

Tasarım, anlam bakımından incelendiğinde karşımıza şöyle tanımlar çıkmaktadır: “Tasarımlama işi ya da tasarımılanan biçim, tasavvur, dizayn-dizaynlamak, zihinde canlandırma, tasavvur etme. Tasarım, insan gereksinmelerini karşılamayı amaçlayan; genel görünüm, fonksiyonellik, teknoloji ve üretim gibi yüksek düzeyde yenilik getirici özelliklere sahiptir. Karmaşık gibi görünse de özünde disiplinli bir olgudur. Dilimize “dizayn-dizaynlamak-tasarım” olarak yerleşen bu kelime aslında Latince’ “de + ignore” kökünden gelmektedir. “De + ignore” un kelime karşılığı incelendiğinde; işaret etmek, planlamak, resmetmek, bir model veya şekil vermek anlamlarının karşılığı olarak kullanılmaktadır” (Çakar vd., 2003:9).

“Genel bir tanımlamayla tasarım, insan bilincinin ilk insandan günümüzün çağdaş insanına doğru gelişerek uzanan tam insanlara özgü bir eylemdir, insanın ilk kullanım nesnesinden nedenini, niçinini zaman içinde belli bir süreç sonunda

çözümlediği en uzaktaki enerji ve güçlere dek dünyamızı, uzayı, dünya üzerindeki varlıkları ve insan toplumlarını değişimleri içinde, her çağ ve dönemin koşulları, felsefi ortamı, dünyaya, varlığa, nesnelere yaklaşımı ile ayrıca insanlığın yaşamı sürdüreceği ortamı, uzamı, nesnelere, ürünleri sonsuz ilgi alanları ve ilişkileri içinde düşünerek bir resim, bir grafik, bir film bir endüstri ürünü, bir yapı ya da sıradan herhangi bir nesne yapmak ve yaratmak amacıyla sanatsal, sosyal, psikolojik, teknolojik yaklaşımlar ve bilimsel yöntemlerle bir kişinin ya da uzman kişilerin gerçekleştirdiği yaratıcı bir süreç, bir ekip çalışmasıdır diyebiliriz. Bu tanımlamadan yola çıkarsak, maddi ve ruhsal dünyanın gereksinimleri, tasarımı yönlendirmektedir” (Sanat Yazıları III, ty.:113).

“Tasarlama eylemi, oluşturulacak yapının organizasyonu ile ilgili her türlü faaliyeti içine almaktadır. Ancak bir planlamanın olduğu yerde bir tasarım olgusundan söz edilebilir. Tasarım mesajının doğru ve etkili olabilmesi için tasarım ilkelerinin bilinmesi ve bu bilgilerin nasıl işleneceğinin öğrenilmesi gerekir” (Becer, 1997:32-33).

“Bir tasarımın oluşabilmesi için; bir konunun olması, ana fikrin yakalanması, bir planın oluşması, planın denetimi ve geliştirme çalışmaları gereklidir. Tasarımın hareket noktası piyasa olmalı ve tasarlanan ürün işlevsel ve özgün olmalıdır” (Moda –Tasarım, ty.:46).

Günümüzde giyim sanayini, önemli ölçüde moda eğitimleri yönlendirmektedir. Hatta bu alanda yapılan tüm çabalar moda için olmakta ve giysi ne kadar kaliteli üretilirse üretilsin moda olma özelliği taşıyamıyorsa tüketici tarafından benimsenmemektedir. Giyim üretiminde öncü olan ülkelerin bu sıfatı alabilme nedenlerinden biri olarak, moda olacak kumaş, renk, konu (esin kaynağı), desen, stil hakkında önceden bilgi sahibi olmaları ve kendi modellerini tasarlamaları gösterilebilir. Bu bağlamda özellikle giysi üretiminde özgün tasarımların büyük yeri ve önemi vardır.

Tasarımın özünde bulunması gereken değerler içerisinde en önemlilerinden biri olan yaratıcılık, yaşamın tümünde gerekli olan bir olgudur. “Genel bir bakış açısı içerisinde, görsel ve uygulamalı sanatlarda gerekliliği olan yaratıcılık, günümüzde endüstri (giyim, tekstil, otomotiv), işletme, fizik, kimya, biyoloji vb. bilim dallarında

önemli gelişmelerin yaşanmasına ortam hazırlamıştır. Giyim eğitimi ve giyim sektöründe de aynı gelişmeye ortam hazırlayıp uluslar arası düzeyde üretim yapılmasını da, mevcut performansının artırılmasına etki eden en önemli faktörlerden biridir.

Toplumlar kültür değerleri ve inançları bakımından karmaşıklaştıkça, ekonomik açıdan geliştikçe, kendilerine özgün giyim tarzları oluşturmuşlar, kendilerinden sonraki toplumların giyim modalarına da esin kaynağı olmuşlardır. İşte bu bağlamda dünyada yaşanan ekonomik ve sosyal gelişmelere paralel olarak serbest ticaretin gelişmesi, giyim eğitiminde ve giyim sektöründe de canlanmayı getirmiştir. Gerek uluslararası ve gerekse Türkiye' deki sanayi sürecine bakıldığında bu süreçlerdeki ilk hamlelerin tekstil ve giyim endüstrisi tarafından başlatıldığı dikkati çekmektedir” (Çakar vd., 2003:55).

Hem sanayinin gelişmesinde, hem de dışa açılma sürecinde giyim sektörü bu dinamik yapısı ile en güçlü ve ayrıcalıklı bir sektör olarak görülmektedir. Ancak sektörde rekabet giderek yoğunlaşmaktadır ve rekabetteki yoğunluğun odak noktasını ise tüketici davranışlarının bireyselliğe varan, çeşidi bol, estetik ve sanat değeri yoğun ürünlere yönelmesi, daha kaliteli, kendisine daha hızlı ulaşan ürünleri tercih etmesi oluşturmaktadır. Tüketici davranışlarında beliren bu değişme, özellikle II. Dünya Savaşı'ndan sonra kurulan yeni ekonomik ve siyasi dengelere bağlı olarak, ulus ve firma bazında da kendini göstermiştir. 1990'lı yıllardan itibaren teknoloji alanındaki gelişmeler, tasarım, üretim ve yönetim süreçlerinde de etkin bir biçimde yaşanmıştır. Bu gelişmelerin ve koşulların gereği olarak giyim sektöründe; model, kalıp ve iş tasarımında oluşan “giysi tasarım süreci” eğitim kurumlarının ve firmaların rekabet güçleri açısından en önemli faktörlerden biri konumuna gelmiştir. Bu rekabet ortamında ise yenilikçi ve özgün tasarımlı giysiler önem taşımaktadır. Çünkü, tüketici artık giysinin ucuz olanını değil, özgün tasarımlı, kaliteli, günün çizgilerine sahip ve en uygun fiyatı taşıyanı tercih etmektedir.

Giysi tasarımında önemli olan, görsel düşünüp, görsel iletişim kurabilmeyi ön koşul kabul etmektir. Çünkü giysi tasarımı, kişinin yaratıcılığını geliştirerek kendi sorumluluklarını, kendi kurallarını ve kişiliğini, üründe oluşturmayı sağlar. Giysi tasarımı, genel tasarım bağlamında ele alınırsa, bir fikri, ürüne dönüştürme çabası ve

bugünün olanaklarıyla yarın için bir şeyler yapma gücüdür. Bilginin, özgün bir biçimde ürüne dönüşme süreci ve sanatıdır. Bilim ve üretim arasında bağ oluşturur ve düşünsel bir organizasyondur.

Giysi tasarımı bu kapsamı ile bilim adamı, tasarımcı, üretici ilişkisi içerisinde bir yapının oluşması zorunluluğunu ortaya koymaktadır. Çünkü üretim süreci tasarımın tüketicilerin fiziksel ve estetik gereksinmelerini karşılamak üzere oluşturulur. Bu üçlü ilişki ayrıntılı olarak incelendiğinde şöyle bir ilişkiler süreci ortaya çıkmaktadır. Giysi tasarımı görsel yanı ağır olan bir düşünüş ve üretim sistemidir. İnsan yaşamı ile başlayan, cinsiyet, kültür, coğrafi bölge ve tarihsel çağlara göre farklılıklar gösteren, görsel yanı ağırlık taşıyan giyim; giysi modaları ve tasarımdan soyutlanamayan bir gereksinmedir. Nitekim, giysi tasarımının tanımlamalarında, yine tasarım kavramında göze çarpan benzer tanımlamalarla karşılaşmaktayız. İnsanların gereksinimlerini karşılamayı hedef almış, işlev, görünüm gibi yüksek düzeyde yenilik getiren, yarı karmaşık, yarı disiplinli bir eylem olması, bize tasarım kavramının aslında sektöre göre değişmediğini göstermektedir. Bu, şu tanımlamalara bakarak pekiştirilebilir:

Giysi tasarımı bir konu doğrultusunda, tüketicinin ekonomik ve sosyal yapısına uygun giysileri bir dizi araştırma ve geliştirme çalışmaları ile iki ve üç boyutlu olarak yorumlama şeklinde tanımlanmaktadır.

“Hazır giyim açısından bakıldığında, bir giysinin desenden dikime kadar, giysi üretiminde kişi ve toplum isteklerine, işletmenin fiyat politikasına uygun, bir sonraki sezonun moda olacak çizgilerini taşıyan ürünü, tüketici beğenisine sunma işine, giysi tasarımı denir” (Moda –Tasarım, ty.:1).

İsmarlama giyim açısından giysi tasarımı ise, bir giysiyi, desenden dikime kadar kişinin isteklerine uygun ve moda çizgilerini taşıyan özellikte ortaya çıkarma, yaratma işlemidir.

Giysi tasarımında temel ilke bilinçaltı düşünme olgusu ve görme duyusunu bir bütün haline getirmektir. Yani düşünülen her şey gözlerle algılanacak ve gözlerle iletişim yapacak bir şekilde ortaya konulmalıdır. Giysi tasarımında amaç, ürünün doğru algılanması, anlaşılması olmalıdır.

Giysi tasarımı ürün başarısının tek ölçütü tasarlanan ürünün fonksiyonel ve düşünüldüğü gibi algılanmasıdır. Burada önemli olan girdileri bir araya getirip birimsel nitelik kazandıracak ve fonksiyonel hale getirecek olan tasarım bilinciyle donanmış kişidir. Üretim; tasarımın adım, adım gerçekleştiği en son aşamadır. Tasarımcıda olmayan bilgiler doğrultusunda üretilmeyen ürünler tüketici tercihlerini ve isteklerini doğal olarak yanıtlayamamaktadır.

Giysi tasarım sürecinde yer almayan bir özellik ya da unsur, tasarımda değişikliğe gidilmeden ve test edilmeden kazandırılmaz. Giysi tasarımı, kafaya ve yaratıcı düşünce sistemine dayalı bir emeğin ürünüdür. Kafaya dayalı bir emek sadece fiziksel güçle elde edilemez. Giysi tasarım sürecinin akış dilimlerinde elbette fiziksel güce dayalı bölümler vardır. Ancak sürecin en temel bölümlerini düşünce ve onu ürüne dönüştürme çabası yatmaktadır. Giysi tasarımında yaratıcı düşünce, insan yaşamı ile giyinme ilişkisini kurma, sezgiyi yakalama ve ürüne dönüştürme, giysi üretimine yönelik beceri transfer etme, ürünün ortaya çıkmasına kendini adama, ve tasarımın doğrulanması doğrultusunda gerçekleşir.

Giysi tasarımında yapılan bir çalışmanın tasarım niteliği taşıması tasarımın bir amacının ve yaratıcılık değerinin olmasına bağlıdır .Bu yüzden, bir giysi tasarımı yaparken, “Ne için, kim için, nerede giyilecek, nasıl yapılacak, ne zaman hazır olacak ?” gibi sorulara yanıt bulunması gerekmektedir.

Giysi tasarımı şu özellikleri de yapısında taşımalıdır: Her ne kadar bir düşünce ürünü ise de mantıklı bir şekilde algılanmalıdır, yaratıcı, ayrıcalıklı, estetik olmalı ve sanat değeri bulunmalı, kendine özgü nitelik yani özgünlük değeri taşımalıdır.

“Giysi tasarımı, bilinmeyen keşfi ya da icadı değildir. Son derece kompleks ve disiplinli bir işlemler zinciridir. Diğer bir anlatımla uygulama sistematığıdır. Üzerinde önemle durulması gereken ise ne olursa olsun, bir deneme ve yanılma sorunu olduğudur. Eğer araştırma yeterince yapılamaz, yanlışlar yapmaya hazır olunmazsa, özgün bir sonuca varılamaz. Giysi tasarımında en iyiye, bilimin, mühendisliğin, sanatın, öğretimin bir organizasyon içerisinde birbirlerini bütünlediği bir sosyal yapı ile erişilebilir” (Çakar vd., 2003:21-22).

“Giysi tasarımı, sonsuz çizimler, sayısız koleksiyonlar, bazen kumaşın, bazen çizginin vurgulandığı modeller, kumaş özellikleri, tartışmalar, işletmeler ve inceleme gezileri, iyi kalıp çıkarma bilgisi, ilginç ve yaratıcı fikirlere sahip olmalıdır” (Moda – Tasarım:45).

Genel tasarım ilkeleri içerisinde giysi tasarımında atomist görüş ve bütüncü görüş olmak üzere iki farklı tasarlama görüşü vardır:

“a) Atomist Görüş: Atomist Görüşü benimseyerek tasarımlarını yapan kişiler, bütünün bir parçasının tasarımının yapılmasının o ürün ile ilgili bir fikir verebileceğini, geneli tanımlamada yeterli sayılacağını savunmaktadırlar. Bu görüşü benimseyen tasarımcılar; tasarımı yapılan parçanın bütün hakkında yeterli düzeyde anlama ve algılama oluşturacağını varsaymaktadırlar.

b) Bütüncü görüş: Giysi tasarımında uygulanan bir tasarım görüşüdür. Giysi tasarımı düşüncenin bir amaca yönelik ürüne dönüştürülmesi olduğuna göre, giysinin bir bütün olarak düşünülüp, tasarlandığı anlayış hakimdir. Ürüne dönüşen düşünce somut bir şekilde ortaya çıkmıştır. İzleyene niteliği, fonksiyonelliği, üretim teknolojisi ile ilgili mesajlar verir düzeydedir” (Çakar vd., 2003:20).

Giysi tasarımında başından itibaren açıklandığı gibi düşünce ile görsel açıklama arasında çok sağlam bir köprünün kurulması önem taşımaktadır. Burada görsel doyum önem taşımaktadır. Tüketici estetik ve sanat düzeyi bakımlarından doyurucu, kaliteli ve uygun bir fiyata sahip ürünleri tercih etmektedir. Tüketici tercihlerinin karşılanmasında tasarımcı iki farklı yöntem uygulayabilir: Bunlar:

a) Avangarde tasarım

b) Endüstriyel tasarım

a) Avangarde Tasarım

“Bir giysinin ya da koleksiyonun: özel, özgün bir hikayeye (geçmiş-gelecek), temaya ve belli bir sanat, kültür, ekonomik, sosyal yaşam temeline oturtulması demektir. Bu bakış açısı ile tasarlanmış giysileri üreten üreticiler (ki bunların çoğu sanatçılardır); sanat-estetik ağırlıklı, kalite değeri yüksek ürünlere; ekonomik ve sosyal yaşam düzeyleri yüksek gelir gruplarından oluşan pazarlara, fonksiyonel bir AR-GE birimine; yüksek teknolojiyi, sanatsal beceriyi kullanabilen iş gücüne sahiptirler” (Çakar vd., 2003:21).

Ürünlerinin çeşidi bol ancak sayısal açıdan azdır. Hatta çoğunun ürünleri koleksiyon tarzında olup birer adettir. Avangarde tasarımda bölgesel ve geçmişte yaşanan kültürlerin, geleceğe yönelik düşüncelerin, ekonomik ve sosyal yaşam tarzlarının etkisi baskındır.

b) Endüstriyel Tasarım

Bu giysi tasarım yöntemi uluslararası moda merkezlerinin hazırladıkları “Moda Eğilimleri” (trend) doğrultusunda tasarlanan giysilerdir. Uluslararası moda eğilimleri adından da anlaşıldığı gibi uluslar arasıdır, yapısında evrensellik vardır. Hem sanayinin gelişmesinde ve hem de dışa açılma sürecinde giyim sektörü dinamik bir yapıya sahiptir. Bu dinamik yapının özelliği gereği ise sektörde yoğun bir rekabet yaşanmaktadır. Bu acımasız rekabetin odak noktasını ise müşteri davranışlarının bireyselliğe varan, çeşidi bol, estetik değeri yüksek ürünlere yönelmesi, bütçesine uygun ve en kısa sürede kendine ulanan ürünleri tercih etmesi oluşturmaktadır. Müşteri davranışlarında belirlenen bu değişim, özellikle II. Dünya Savaşı’ndan sonra kurulan yeni ekonomik ve siyasi dengelere bağlı olarak ulus ve firma bazında da kendini göstermiştir. Bu uluslar arasılaşma, bölgeselleşme giyim sektöründe de yaşanmaktadır. Bu ortamlarda ürünün çeşitliliği, özgünlüğü önemli olmuştur. İşte bu gelişmeler karşısında giysi tasarımında uluslar arası çizgileri taşıyan moda eğilimleri oluşturulmakta, kullanılacağı sezondan önce üretici firmalar tarafından temin edilmektedir. Model tasarımlarından oluşan, hazırladıkları sezonların giysi stilleri ile ilgili yol gösterici çizgileri içeren yayınlardan yılın, sezonun moda eğilimleri hakkında bilgi elde edilerek, yeni giysi modellerim oluşturmak hem genel dünya moda görüşünün dışında kalmamayı sağlamakta ve hem de yerel kültürün yansıtılmasını kolaylaştırmaktadır. Müşteri açısından bakıldığında ise; müşteri uluslar arası giysi modası hakkında bilgi sahibi olabilmektedir. Üretici firma açısından uluslar arası pazarlardan pay alabilme, rekabet edebilme vb. şanslarını doğurmaktadır.

Kullanıma sunulacak bir giysinin tasarımını, resim, heykel gibi plastik sanatlardan ayıran yan, tasarımcısının seçme özgürlüğünün sınırlı olmasıdır. Ressam, resmini bitirdiği an, onun tasarım faaliyetleri de (o resimle ilgili) sona ermiştir.

Ancak endüstriyel tasarımda üzerinde önemle durulması gereken ikinci bir süreç yani ürün devreye girmektedir. Bunun için tasarımcının hayal gücü, tasarlanacak giysinin işlevinden doğabilecek sınırlamalarla karşı karşıyadır.

“Bir düşüncenin ister atomist, ister bütüncü bakış; ister avangarde, ister endüstriyel değerler içerebilmesi ve kendine özgü bir yorum kazanmasında tasarım anlatım eleman öğelerinin yerinde kullanılması ve amacına en uygun çizimsel çözümlerinin başarılması gereklidir. Bunun için, tasarım anlatım elemanlarının doğru ve yerinde kullanılması ön koşuldur” (Çakar vd., 2003:21).

Giysi tasarımı, tüketim sezonunun başlamasından en az bir yıl önce, kumaş tasarımı ise bir buçuk yıl önce başlamaktadır. Giyim endüstrisinde, moda olan giyimleri zamanında satışa sunabilmek için, moda eğilimlerinin en az bir yıl önceden öğrenilerek, giysilerin tasarlanması, bir zorunluluk olarak karşımıza çıkmaktadır.

Özgün giysi tasarımının çağdaş ve bilimsel anlamda yapılabilmesi için;

- Giyimde moda eğilimlerinin önceden belirlendiği periyodik uluslar arası moda takviminin izlenmesi
- Tasarımcılara fırsat tanıyarak çeşitli yarışmalar düzenlemek yoluyla moda dünyasına genç yetenekler kazandırmanın yaygınlaştırılması
- Bu alanda eğitim veren kuruluşların araştırma, geliştirme, çizim ve yaratma bilgi ve becerisini geliştirecek programlarını bünyelerine almaları
- Giysi tasarımının kapsadığı kalıp hazırlama, kesme ve giysi üretiminin bir parçası olan sanayinin şartlarına uygun giysi üretmek için bireylere fırsat tanınması
- Genç tasarımcıların kendi işlerini kurabilmeleri için destek verilmesi
- Giysi üretimimin her aşamasında etkili ve gerekli olan giysi tasarım anlayışının geliştirilmesi ve uygulanması
- Tasarımcıların yeni fikirler üretebilmesi için yurt içi ve yurt dışındaki etkinliklere katılmalarının sağlanması, maddi destek isteyen konularda da büyük firmaların sponsorluk görevini üstlenmesi, kopyacılıktan uzak, özgün ve çağdaş anlamda tasarımlar üretecek tasarımcılar için gereklidir.

2.2.2. Giysi tasarımında tasarım prensipleri ve kullanılan öğeler

İnsanlarda biçimlendirme içgüdüğü daima varolmuştur. Bu içgüdü Gestald psikolojisinde şöyle açıklanmaktadır: İnsan temelde güzel ve doğru bir biçim elde etmek için devamlı çaba göstermektedir. Bu çabayı yönlendiren unsurlar olan “kuralcılık, simetri, kararlılık, eşitlik” insanın iç huzurunu arttırır. Aksi ise gerginlik yaratır ve devamlı bir çözüm arama gereği duyurur. Biçimlendirmeye yönelik bu güç, içgüdüsel olarak, yaşamın optimal düzeyine ulaşmak için gösterilen bir çabadır.

Biçimlendirme elemanları ise “fikir” ve “malzemedir”. Bu elemanların, önce seçilmeleri, daha sonra da bir düzen içinde bir araya getirilmeleri gereklidir. Düzen kavramını meydana getiren unsurlar ise simetri, proporsiyon, ritim ve armonidir. İşte, elde edilmek istenilen biçimin güzelliği bu düzenin doğru kurulmasına bağlıdır” (Erhan, 2004:21).

Sanatta hoş bir etki yaratmak, sanat elementlerinin uyumlu bir şekilde düzenlenmesine bağlıdır. Her tasarım, bir sanat ifadesidir. Yine her tasarım, çizgi, şekil, aralık, renk ve dokuma gibi esas elementlerin kullanılma tekniği ile ortaya çıkar. Sanat elementlerinin tam bir uyum ve birlik içinde düzene konulması bir sanat işidir. Sanat elementlerinin uyumu, sanat prensipleri ile sağlanabilir.

“Sanat prensipleri hazır giyim veya kişiye özel hazırlanmış giysi tasarımlarında da kullanılır” (Olgaç, ty.:56).

“Genel olarak sanat prensipleri şunlardır: Denge (balance), oran (proportion), ağırlık merkezi (emphasis), uyum veya ahenk (rhythm) ve birlik (unity). Diğer sanatlarda olduğu gibi, giyim sanatında da, aynı element ve prensipler kullanılır. Unutulmamalıdır ki, bu prensipler, bir idealin başarılması ve sanat elementlerinin birlik sağlamasına yardım eder” (Kırzioğlu, 1992:77). Ancak, ondan önce bu prensiplerin, kişi ve moda ile olan ilişkilerini gözden geçirmekte yarar vardır.

Diğer sanatlarda olduğu gibi giyim sanatında da aynı elementler ve prensipler kullanılır. Yalnız giyim seçiminde, kişi karar verirken özel gereksinmelerini ve kişisel özelliklerini göz önünde bulundurmalıdır. Bunlar: Giyenin fiziksel özelliği, kişiliği ve giyimin giyileceği yer olarak düşünülür. Sanat prensipleri, hazır olarak alınmış veya dikilmiş giyim modellerinin seçiminde de kullanılabilir. Etek bluz gibi ayrı giyim seçiminde türlü giyimlerin uyumunun sağlanmasında ve bütün

aksesuarların seçiminde, sanat prensiplerinden yararlanılabilir. Giyim bölümüleri, sanat prensipleri ile değerlendirilebilir ise de; sonuç olarak, giysinin modeli, her zaman kişinin fiziksel yapısı ile birlikte bir bütün olarak göze çarpar ve bütünü ile düşünülmalıdır.

Sanat prensipleri, katı ve değişmez esaslar olarak düşünülmemeli; hatta yol gösterici bir rehber olarak görülmelidirler. Gerçekte sanat prensipleri, değişkendir. Bunu, modanın değişimi ile açıklayabiliriz. Çünkü, sanat prensipleri, modanın değişimi ile de esneklikler gösterir. Modacı, bilerek ve yeni moda yaratmak için, sanat prensiplerine önem vermeyebilir, prensipleri çığneyebilir; kendi tasarımını uygun olarak biçimlendirebilir. Sanat prensipleri az da olsa görmezden gelinmiştir. Nitekim, sanat prensiplerinin nasıl değiştirildiğini, 1970 yılların modası göstermiştir. Çizgiler, çiçekler ve puanlı kumaşlar, tek giyim üzerinde birlikte kullanılarak. kat kat görünümde olan bir moda başarılmıştır.

Bu bölümde, prensipler gözden geçirilecektir.

2.2.2.1.Tasarım Prensipleri

2.2.2.1.1.Denge

“Giysi tasarımında uzunluk, genel görüntü ve genişlik görüntülerinin belli bir düzen içerisinde anlatılması gerekmektedir. Tasarımda bu düzen, denge prensibi ile sağlanmaktadır” (Çakar vd.,2003:46). Bir nokta veya alanın her iki tarafındaki (gerçekte veya görünüşte) ağırlığın eşit dağılması “denge” olarak tanımlanır. Denge amaç, tasarımın bütün bölümleri arasında, hoş giden bir ilişki oluşturmaktır. Sanat elementleri, çizgi, şekil, aralık, renk ve dokuma dengede olduğunda, bu elementler arasında hoş bir uyum oluşur. Kısaca “giyside denge, tasarımın bütün bölümleri arasında, doğru bir ilişki ile estetik görünüm oluşturmaktadır” (Çakar vd., 2003:57).

Farklı denge türleri vardır:

a) Formal Denge

Merkezi bir eksenin karşı kenarlarında eşit veya benzeri elemanları kullanarak formal denge elde edilir. Tasarlanan giyside formal denge varsa, giyside

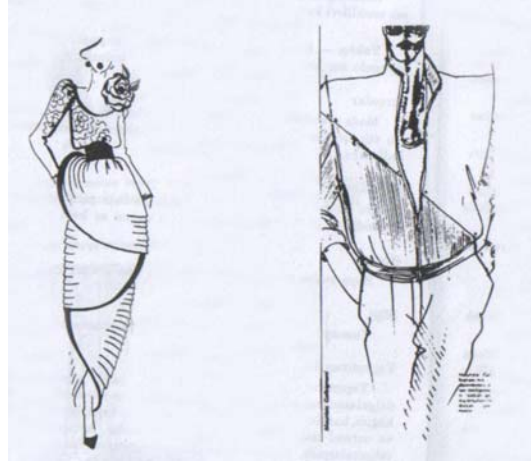
monotonluk ve ağırbaşlılık etkisi, çekicilik yerine ciddiye hissi verir. Formal denge ile tasarlanmış giysiler vücut kusurlarını belirgin hale getirir.

Formal denge bazı kaynaklarda simetrik denge olarak yer almaktadır. Simetrik dengede bir merkezden aynı uzaklıkta olan gerçek veya hayali objelerin, her iki yandan birbirine eşit olma durumu mevcuttur. Başka bir deyimle, simetrik dengede, merkezden ölçüldüğünde, modelin her iki yanı aynanın görüntüsü gibi, birbirine eşittir, insan bedeni, önden ve arkadan bakıldığında, simetrik dengeye örnek olabilir. Giyimde de, simetrik dengeye, eşit pliseleri ile smokin gömleği ya da her iki tarafında aynı cepler olan spor bir ceket gibi örnekler verilebilir. Simetrik denge, göze, vücut şeklini karşılaştırma ve inceleme imkanını vereceğinden vücudun kusurlarını daha belirgin bir duruma getirmektedir.

“Bir giyimde simetrik dengeyi sağlamak, oldukça kolay ve güvenli bir iştir. Fakat, heyecan verici değildir. Eğer bir model çok monoton görünürse, karşısındakine yorgunluk ve bıkkınlık verir. Giyimde simetrik denge bulunduğu, çekicilik kazandırmak için, birtakım aksesuarlar kullanarak, onu süslemek ve zenginleştirmek gerekir. Ayrıca, monotonluk görünümünü yok etmek için, her zaman kullanılmayan renk, dokuma veya aksesuar da kullanılabilir” (Kırzioğlu, 1992:78).

b) İnfomal Denge

Birbirinin aynısı olmayan nesnelere dengesidir. “Bir modelde detaylar, merkezin her iki tarafında eşit dengelenmemişse bu tür modellere asimetrik model denir” (Moda –Tasarım, ty.:25). İnfomal denge ile hazırlanan giysi tasarımı, tasarımcıya ifade ve yaratıcılık serbestliği verir. Burada dengeyi sağlamak önemlidir. Giysinin bir yanını boş bırakıp, diğer yanını süsleme, dikiş teknikleri, aksesuarlarla yoğunlaştırılırsa görünüm ve denge olumsuz etkilenir. Burada göze hoş görünen bir uyum yaratmak gerekir (**Resim 2.7**).



Resim 2.7. Asimetrik giysi tasarımına bir örnek

Kaynak: Komşuoğlu, ty.

İnformal denge ise yine kimi kaynaklarda asimetrik denge şeklinde yer almaktadır. Asimetrik dengede, bir merkezin her iki yanındaki objeler, ağırlık ve kütle olarak eşittir; fakat özdeş değildir, yani çakışmaz. Normal yapıda (ağırlıkta) insan vücudunun yandan görünüşü, ön tarafının anatomik yapısının ağırlığı veya kütlesi, arka tarafının ağırlığı veya kitlesi tarafından dengelendiği için, normal yapıdaki insan vücudunun yandan görünüşü, asimetrik dengeye örnek olabilir. Yatay asimetrik denge, normal insan vücudu yandan bakıldığında gözlenebilir. Uzun boylu insan vücudunda, baş ve gövdenin ağırlığı ya da kitlesi ile kalçaların ve bacakların ağırlığı ve uzunluğu, asimetrik olarak dengelenir. Asimetrik dengenin kesin bir fiziksel ağırlıktan çok, görünüşte olduğu unutulmamalıdır.

Asimetrik denge, vücudun düzgün olmayan taraflarını gizlemek (kamufle etmek) amacı ile kullanılabilir. Çünkü göz, vücudun bir yanı ile diğer yanını kıyaslarken, kesin karşılaştırma imkanı bulamayacaktır. Eğer vücudun bir yanı veya bir kısmı, diğer tarafı ile aynı değilse (bu, birçok insanın vücudu için geçerlidir), elbisedeki asimetrik denge ile vücudu, simetrikmiş gibi gösteren görüntüler yaratılabilmektedir.

Asimetrik denge, tasarımcıya simetrik dengenin verdiği kadar değil, daha çok bir ifade serbestliği verir. Asimetrik dengenin yapımında, mümkün olabilen birçok değişik şekillerin bulunması nedeni ile asimetrik dengeyi sağlamak zordur. Sanatçı, farklı objeleri kullanmak ve göze hoş görünen bir uyum yaratmak zorundadır. Dikiş

dikenlerin bildiği gibi, asimetrik dengede bir giysi yapmak, simetrik dengede giysi yapmaktan daha zordur. Çünkü, giysinin bir yanı, öteki yarımından ayrı biçimde kesilir ve farklı dikilir. Bu nedenle, bu tür modellerin dikişi daha çok zaman alır. Bu da, üretim maliyetini etkiler.

Bazen simetrik ve asimetrik denge, bir giyside birleştirilebilir. Beden simetrik, etek asimetrik yapılabilir; fakat böyle bir giyside, giysinin çeşitli kısımlarının birbirleri ile ilişkileri ve uyumu, çoğu kez zayıftır.

c) Radyal Denge

“Tasarımın ana parçaları, merkezi bir noktadan ayrıldığı zaman radyal denge oluşur. Kumaş deseni, dikiş ve süsleme özellikleri, odak noktasından çıkarak yayılır” (Olgaç, ty.:58). Merkezi nokta, odak noktasıdır. Desenler, dikişler, pililer veya motifler, bir güneş ışını gibi odak noktasından uzaklaşırlar (**Resim 2.8.**). Bu tip dengenin kullanıldığı elbiseler sınırlıdır. Radyal denge, çoğunlukla, boyun veya başın odak noktası olarak kullanıldığı giysilerde, yaka çizgilerinde yapılmaktadır. Gece elbiselerinde kullanılmaktadır. Radyal denge, bazı mayoların göğüs (sutyen) bölgesinde de kullanılır. Bu tip giyimin yapımının karışıklığı nedeni ile genellikle pahalı giyimlere yapılmaktadır.



Resim 2.8. Belde (solda) ve omuzda (sağda) radyal denge

Kaynak: Kırzioğlu, 1992

d) Yatay ve Dikey Denge

Yatay ve dikey denge, simetrik veya asimetrik olabilir. Yatay çizgiler, buldukları yeri etkileyerek dikkat çeker. Her giyim seçiminde yatay dengeye önem

verilmelidir. “Düz bir ceketle giyilen ekose etek, bu dengeyi sağlayabilir (Kırzioğlu, 1992:83). Dikey denge ise, giysinin, hayali bir diz çizgi ile ikiye ayrılarak her iki parça arasında kurulan dengedir. “Dikey dengede insan vücudunun sistematik olarak ön ortasından ve arka ortasından geçen dikey hat denge hattı olarak kullanılır” (Çakar vd.,2003:46). Hem dikey, hem yatay çizgilere sahip bir giysi tasarımı, dengeli ve uyumlu bir görünüm verir. Yatay çizgiler genişlik, dikey çizgiler uzunluk etkisi yaratmaktadır.

2.2.2.1.2.Oran

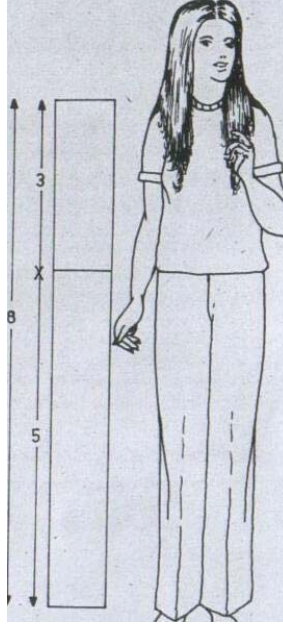
Giysideki bölümlerin birbirleri ile ve giysinin bütünü ile olan ilişkisidir. Oran prensipleri, giyim tasarımında etkili olarak kullanılır.

1203 yılında İtalyan Matematikçisi Leonardo Fibonacci, bir sayılar dizisi tespit ederek 3:5, 5:8 ve 8:13 oranlarını bulmuştur. Aynı zamanda 5:8:13 ilişkilerinin de doğru olduğu belirtilmektedir. Bu oranlar, en çok beğenilen oranlar olarak benimsenmiş ve “Altın Bölüm” (Golden Section) olarak kabul edilmiştir. Bu oranlardan en küçük olan bölüm (3), en geniş bölüm (5) ve objenin tümü (8) olarak düşünülmüş; bunlar arasında ilişki kurulmuştur. Giyim modellerinde yatay bölümlerde bu oranlar, hoş bir görünüm sağlamak için kullanılır. Bu oranda, gerçek ölçüden daha çok, görünüş önemlidir.

Oran prensipleri, giyim tasarımı ve seçiminde de etkili olarak kullanılır. Giyim modellerinde 3:5, 5:8, 8:13 oranları kullanılır. Bazı durumlarda bu bölümler, tümü ile ölçüye uymayabilir; fakat yine belirli bir sınır içindedir. Çünkü, giysi modeli eğer göze çekici görünüyorsa, bazı değişiklikler yapılabilir.

Klasik bir etek-bluzda veya belden dikişli klasik bir elbisede yatay bölüm, normal bel çizgisi ve etek çizgisi olarak görünür. Fakat beden, etek ve tüm giyim 3:5:8 oranını gösteriyor ise, en çok beğenilen oran sağlanmış olur.

Kadın veya erkek uzun pantolon ve ceket, gömlek veya ceket alanı 3 (veya 5) pantolon alanı 5 (veya 8) gömlek veya ceket ve pantolonun tümü 8 (veya 13) olmalıdır (**Resim 2.9.**).



Resim 2.9. 3:5:8 oranı

Kaynak: Kırzioğlu, 1992

Modaya göre, bu oranın karşıtı da olabilir. Vücudun beden bölümü, daha uzun görünebilir. Bu durum, modaya göre değişebilir. Bir ceketin etek çizgisi aşağıda olursa, oran terstir. Bazı moda değişikliklerinde zayıf oran kullanılır. Buna örnek; 1960 ve 1991'lerin mini etek modasıdır. 1960'da mini etekle renkli çorap ve küt burunlu ayakkabı giyilerek denge sağlanmıştır. Vücut yapısı ile tüm olarak değerlendirildiğinde. Göze hoş gelen etki yaratılmaya çalışılmıştır. "Giyside oran, kumaş desenleri, renkler, aksesuar ve süslemelerle sağlanır" (Olgaç, ty.:60).

2.2.2.1.3. Uyum (Ahenk)

"Giysi tasarımında modelin ayrıntıları, kullanılan teknik, renk ve malzeme arasındaki doğru kullanım ile estetik görünümün sağlanmasıdır" (Olgaç, ty.:60).

Uyum, modele hareket veren bir özelliktir. Uyum, gözün herhangi bir noktaya takılmadan ilgi çekici noktadan ikinci derecedeki ayrıntılara kolayca kaymasını sağlamaktadır. Giyimde modelin ayrıntıları, öyle düzenlenmelidir ki, göz, herhangi bir noktaya takılmadan kolayca hareket edebilsin. Motif, çizgi, şekil, fırır, düğme, valonlar, fistolar, renkler (değer ve yoğunluk bakımından birinden diğerine geçme gibi) dantelalar ve su taşları gibi çeşitli süsler kullanılarak uyum sağlanır. Bir modelde iyi bir uyum sağlamak için birçok yöntem vardır. Tekrarlama ile uyum,

kademeli değişme ile uyum, sürekli devam eden kesiksiz çizgilerle uyum ve merkezden uzaklaştıkça genişleyen çizgilerle uyum bu yöntemleri oluşturur.

Modelle uyum sağlamada en kolay yöntem tekrarlama yöntemidir. Önden açık bir elbisenin önüne dikilen aynı büyüklükteki düğmeler muntazam aralıklarla yerleştirildiğinde biraz sıkıcı olabilir. Eğer düğmeler üçlü gruplar halinde yerleştirilir ve bu gruplar arasında aralıklar bırakılırsa daha çok ilgi çekici olmaktadır.

Unutulmaması gereken en önemli husus gözün kesinlikle bir noktada durmadan ayrıntılara takılmadan, sürekli hareketidir. Süslemeler veya ayrıntılar arasındaki ayrıntılar, uygun bir oran içinde ise göz, birinden ötekine kolayca geçebilmektedir. Süslemeler birbirinden çok uzakta iseler, göz bir ayrıntıdan başka bir ayrıntıya duraklayarak geçer ki ahenkli hareket bozulmuş olur. Ayrıca ayrıntılar arasında monotonluk varsa hareket çekici etkisini kaybetmektedir.

Kademeli değişme ile uyumda ise ayrıntılar açıktan koyuya, parlaktan donuğa, küçükten büyüğe derece derece değişecek şekilde yerleştirilir. Motifler, düğmeler, dantelalar, renklerin türlü yoğunluk (değer ve tonda) ve ölçü (büyüklük küçüklük) bakımından derece derece değişmesi ile uyum sağlanmaktadır.

Sürekli devam eden kesiksiz çizgilerle uyumda ise giyimde renkli şeritler ve diğer süslemeler sürekli devam eden çizgi halinde yerleştirilerek uyum gerçekleştirilebilir.

Merkezden uzaklaştıkça genişleyen çizgilerle uyumda da örneğin, giyimde güneş ışınları görünümünü oluşturan yaka ve bedende yapılan büzgüler, serbest pililer, giysiye, yürüyüşe bir ahenk ve görünüşe incelik ve zarafet verir.

2.2.2.1.4.Birlik

Giysi tasarlanırken, “Tasarımda, temel unsurlar olan, çizgi, biçim, renk ve dokumayı, tek bir kavram olarak ifade etmek için kullanılır” (Kırzioğlu, 1992:93).

Birlik, bütünlük prensibi olarak da tanımlanır. Giysi tasarımında giyside bulunan tüm özelliklerin ve detayların etkili bir imaj yaratması için bir bütünlük içerisinde olması gerekmektedir. Örneğin, kup çizgileri üst ve alt bedende birbirini takip etmeli, görüntüyü bozmamalıdır. “Bir giysi üzerindeki hatlar birbiri ile uyumlu olmalıdır. Kol uzunlukları ceket boyu ile orantılı olmalı ve genelde kalça hattındaki uzunluklar

tercih edilmelidir. Çizgili kumaşlardan tasarlanan giysilerde bedende ve kolda çizgiler birbirini takip etmelidir. Asimetrik bir ceket tasarımının eteği simetrik olmalı, bu bir takım ise de asimetrik bütünlük tasarımın genelinde sağlanmalıdır” (Kırzioğlu, 1992:93).

Model tümüyle analiz edilmeli, defalarca test yapılmalıdır.

2.2.2.1.5.Ritm

Giysi tasarımında çizgi, şekil ya da yaratıcılığın bir ahenk içerisinde kullanılması gerekmektedir. Tasarım öğeleri içerisinde göze en çok hitap eden ve giysi ile ilgili mesajı veren prensiptir. Giysinin herhangi bir bölümüne konulacak bir dantel, sutaşı vb. dekoratif malzemeler giysinin genel ritmini bozmamalıdır. “Giysi her unsuru ile uyumlu olabilir fakat havası olmayabilir. Ritm, burada, giysiye çizgi ve renkle katılan estetik görünümüdür” (Olgaç, ty.:60).

2.2.2.1.6.Vurgu

“Tasarlanan giyside verilmek istenen mesaj, giyside ilk göze çarpması istenen kısımdır” (Olgaç, ty.:60). Tasarımı yapılan giysinin vurgulanması istenilen amaç çok önemlidir. Tasarımcı hazırladığı ürününde, kumaşı, model özelliklerini, vücut problemlerini yok eden yaratıcılığını ya da giysinin kullanım yerini amacına göre vurgulamak isteyebilir. Bir giysinin ağırlık merkezi derken, en çok ilgi çekmesi istenilen yönü algılanır. Ağırlık merkezi, modacının, ilgiyi bir noktaya çekerek o bölgeyi, belirgin yapmak için kullandığı bir prensiptir. Öteki ayrıntılar, ikinci planda bırakılarak, ilgi çekici bir merkez ortaya konur. Ağırlık merkezi, öyle düzenlenmelidir ki, bölümler arasındaki uyum kesinlikle bozulmamalıdır.

“Ağırlık merkezi, renk türleri, renk tonları, karşıt dokumalar, yaka çizgileri, dantela, kurdela, biye ve diğer süsleme malzemeleri, düğmeler, ziynet eşyaları, kravat, eşarp, saç biçimleri ve makyajla başarılı” (Kırzioğlu, 1992:88).

Süslemeler, giyimin sadece basit bir parçası değildir. Ancak, güzelliği gösteren veya artıran süslemeler, ağırlık merkezi sağlamak için kullanılabilirler.

Bazı kaynaklar sanat prensiplerine ağırlık merkezini de eklemektedir.

2.2.2.2.Giysi tasarımında kullanılan tasarım öğeleri

2.2.2.2.1.Siluet

Siluet, “Moda tasarımında insan vücudunun sadeleştirilerek ve estetik görünüm kazandırılarak çizimini ifade eder” (Olgaç, ty.:60).

Siluetten “siluet hakkında genel bilgi” adlı bölümde ayrıntılı bahsedilecektir.

2.2.2.2.2.Renk

“Tüketiciyi ilk anda etkileyen tasarım öğelerinden biri de renk öğesidir. Renk öğesinin giysi tasarımında vücut problemlerini yok edici özelliği vardır.Aynı zamanda kişinin ruh halini ve tarzını da ortaya kolay. Tasarımcının yaratıcılığı ile direkt ilişkili olan renk öğesinde özellikle kontrast renkler etkileyici olmaktadır” (Çakar vd., 2003:43). Tasarımda seçilen renkler tasarımcının bilgi ve becerisinin yanı sıra zevkini de yansıtır. Kullanılan renkler modaya, kişiye, yaşa ve çevreye göre değişiklikler gösterir. Doğru seçilen renkler giysiyi ve giyeni güzelleştirir.

2.2.2.2.3.Doku

Doku, “objelerin iç yapılarıyla ilişkili olarak plastik yönden özellikler taşıyan etkileyici görünümdür” (Baş, 2004:13). “Doku aynı anda, görme ve dokunma duygularını harekete geçirir” (Komşuoğlu vd., ty.:72). Giysi tasarımcısı, hazırlayacağı giyside, kullanacağı kumaşın dokusunu çizimde gerçekmiş gibi bir görüntü sergilemelidir. Aksi takdirde kumaş ile ilgili anlatım, yanlış olup gereksiz eleştirilere sebep olabilir.Bu nedenle, tasarımcının çok doğru bir tekstil bilgisine ihtiyaç vardır. Çünkü doku özelliğini verebilmek lif ve dokuma tekniklerini bilmekle mümkündür. Giysi tasarımcısı, modeli için gerekli kumaşı, doku özelliğini dikkate alarak seçmelidir. “Tasarımcı, doku özelliklerini verebilmek için hammaddeyi, teknolojiyi, malzemenin ve yüzeyin, duruşunu ve döküm şekillerini bilmelidir” (Olgaç, ty.:60).

2.2.2.2.4.Çizgi

Grafik olarak hareket halindeki bir noktanın belirli bir yöndeki eğiliminden yola çıkar. Görsel anlamda ilk anlatım unsurudur. “Çizgi, yüzey üzerinde nesnenin ilk dış sınırlandırma eylemi olduğu için renkten de önce gelir” (Tansuğ, 2004:13).

Çizgi ile her türlü etki yaratılabilir. “Giysi tasarımında çizgi ögesi, giysinin genel görünümünü ile ilgili stili ve giysinin nasıl olduğu hakkında bilgiyi verir” (Çakar vd.: 2003:38). Düz, vev ve eğri çizgileri giysilerde, kuplar, pensler, süslemeler ve aksesuarları belirtirken kullanılmaktadır.

Giyimde çizginin önemine değinecek olursak: Gördüğümüz cisimler hakkında vardığımız yargılar çizgi-şekil-aralık-form, renk ve bakış yönüne göre değiştiğinden, onları her zaman olduğu gibi algılamayabiliriz. Buna göz aldanması denmektedir. Dikey çizgiler, gözü dikey hareket ettirerek yüksekliğe uzun bir görünüm kazandırır. Birbirinden uzaklaşan çizgiler objeyi daha uzun, birbirine yaklaşan çizgiler de daha kısa gösterir. Kısacası, çizgilerde göz aldanması yaratarak vücudu daha uzun, daha kısa, ince veya daha kalın göstermek mümkündür.

Yatay çizgiler, vücut görünüşüne kısıklık ve genişlik verir. Düzgün yerleştirilen enine kırmalar, pililer, dantel ve süslemeler, enine dikişler, karpuz ve çan kollar, kruvaze kapanışlar, enine konmuş cep kapakları kısa göstermektedir.

Dikey çizgiler ise, vücudu ince ve uzun gösterir. Yakın aralık (sık) boyuna çizgiler objeyi uzun, farklı aralıklı boyuna çizgiler genişlik etkisi yapar. Dikey çizgilere örnek olarak, pilili giysiler, dar, düz uzun kol, dikey yırtmaçlı cepler ve cep kapakları, ucu sivri yakalar, boyuna kuplar, boyuna kullanılan dikiş ve süsleme teknikleri vb. sayılabilir.

Eğik çizgiler ise eğim derecesine göre yatay ve dikey çizgiler olarak karşımıza çıkmaktadır. Zig zag çizgiler, göz hareketlerinden dolayı vücudun ölçü ve kitle görünümünde orantı gösterebilir.

2.2.3. Tasarımcı, stilist ve modelistin tasarımdaki yerleri

Giysi tasarımında yer alan temel kavramlardan giysi tasarımının ne olduğunu anlatılmıştır. İleriki kısımlarda görülecek olan moda illüstrasyonu konusunda karşılaşılacak ve aynı zamanda giysi tasarımını gerçekleştirenler olarak yer alacak olan tasarımcı, stilist ve modelistin kim olduğunu, görevlerini bu bölümde anlatmak yerinde olacaktır.

2.2.3.1.Tasarımcı (giysi tasarımcısı):

Giysi tasarımcısı, giyim alanı ile ilgili, teknolojik, teknik, sanatsal bilgi ve beceriye sahip, tüketici istekleri, moda ve kullanım alanına uygun giysi tasarlayan kişidir.

“Çizgi ve renk kompozisyonunu bütünleştirip bunun giysiye dönüşmesine ışık tutatn yaratıcı. (Batı dünyasında bu çerçeveye uyan kişilere “fashion designer” ya da “ fashion stylist” denir” (Büyük Larousse, ty.:8243).

Giysi tasarımcısı, çizimlerle özgün moda geliştirme, kalıp hazırlama, üretim yapma bilgi ve becerisine sahip, sürekli uygulayabilen, fikirler üretebilen kişi olarak tanımlanabilir.

“Giysi tasarımcısının görev alanına giren konular genel olarak şunlardır:

- Moda olması öngörülen konu, stil, kumaş, desen, süsleme ve malzemelerin sezon öncesinden araştırmasını yaparak gerekli bilgi ve dokümanı toplamak,
- Üretilmesi düşünülen giysinin özgeçmişini sergileyen hikaye panosunu hazırlayarak, moda doğrultusunda konu, stil, kumaş, desen, süsleme ve malzemeleri sınırlandırmak,
- Giyimin çeşidi, kullanıcının yapısı ve hikaye panosuna uygun çizimle özgün model geliştirmek,
- Çizimleri estetik, maliyet, üretebilirlik gibi açılardan inceleyerek aralarından seçim yapmak,
- Çizime uygun kalıp hazırlayarak deneme kalıbı oluşturmak,
- Kalıbı kumaşa (Amerikan bezi veya benzeri) uygulayarak vücut üzerinde denemek, gerekli görülen değişiklikleri yapmak ve çıkan değişiklikleri kalıba aktarmak,
- Üretim kalıbı hazırlamak,
- Üretim kalıbını diğer bedenler için sertleştirmek,
- Pastal planı hazırlamak,

- Üretim için ayrıntılı proses analizi tablosunu hazırlamak,
- Prototip giysi üretmek,
- Kullanılan malzemeleri açıklayacak şekilde maliyet hesabı yapmaktır” (Moda –Tasarım, ty.:7).

“Moda Tasarımı iş kollarına göre belirlenen ve güncellenen mesleki seçmeli derslerle öğrencilerin istedikleri dallarda uzmanlaşmasına olanak sağlanmaktadır. Bu bölümden mezun olanlar “Moda Tasarımcısı” unvanı alırlar ve serbest tasarımcı olarak çalışabildikleri gibi, moda ve hazır giyim sektöründe, tasarım stüdyolarında, sahne sanatları ile ilgili resmi ve özel kurumlarda, sinema ve televizyon kurumları ile daha pek çok alanda tasarımcı olarak çalışma olanağı bulabilirler” (esyö, 2007).

2.2.3.2.Stilist (Kreatör, moda resmi çizimcisi)

Stilist / Kreatör, yaratıcı niteliğinin verdiği kendine has çizgi ve buluşları ile moda evlerinin en etkili elemanıdır.

Stilist, “çağdaş moda anlayışı ile giyim sektörünün hazır giyim ve ısmarlama giyim birimlerinde giysi modellerini tasarlayıp, bu tasarımlara uygun tekstil ürününü saptayan ya da tekstil ürününe göre model tasarımı ve uygun aksesuar seçimi yapan, bütün bu çalışmalarını resim, çizgi ve grafiklerle oluşturan kişidir” (iskur, 2007).

Stilistin bir başka tanımı da, “giyim alanıyla ilgili teknolojik, teknik sanatsal bilgi ve beceriye sahip tüketici istekleri moda ve kullanım alanına uygun giysileri moda resmine döndüren kişi” dir (Baş, 2004:7). Stilistin çok iyi bir çizim yeteneği, tekstil bilgisi, kalıp bilgisi ve seçim yeteneği olmalıdır. Stilistin kalıp bilgisi olması zorunludur; çünkü giysinin ölçüleri, uzunlukları, enleri, bedene oturuşu, bollukları, dikiş yerlerini çizimle anlatabilmek zorundadır.

Genelde canlı manken ve duruş tespiti yaparak, defilelerde yaptığı gözlemlere ve bunları biraz daha abartarak, cazip bir hale getirerek, çizimini gerçekleştirir. Çizimi kendi üslubu veya belirli bir figürle çalışır. Giysi üzerinde bulunan kumaş özellikleri dikiş ve duruş boyutları (en, boy, dar, geniş) ve ölçüleri çizim üzerinde verebilmek stilistin sorumluluğu altındadır. Giysinin yan ve arka görünüşünü vermek zorundadır. Kumaş örneği de koymalıdır.

“Üretilcek giysinin ilk işlemi stilistin çizgisi ile oluşmakta, üretimi yapılacak ürünün modeli, kumaşı, ve deseninin belirlenerek, moda resmi kurallarına uygun tasarımının yapılması gerekmektedir” (yalovahem, 2007).

Stilist kendisine verilen sipariş üzerine, bir kreasyon hazırlama işini üstlendiğinde dizayn için günün moda anlayışı, ülkenin sosyo-ekonomik yapısı, amaç, yaş grubu, vücut özelliği, statü, iklim, mevsim, kumaş özelliği, aksesuar gibi özelliklere dikkat etmeli ve sunum çizimini hazırlamalıdır. Stilist çok yönlü iş yapan, günün modasını çok iyi bilen kişidir ve iyi bir stil anlayışına ve artistik yeteneğe sahip olmalıdır yani bir bakıma giysinin en çarpıcı özelliklerini vurgulayarak artistik çizimler yapmakla sorumlu olmalıdır.

Stilist hakkında şu şekilde bir bilgi de mevcuttur: Stilist, “moda resmi çizimcisi” yani “fashion illustrator” tür ve şöyle denmektedir: “moda resmi çizen kişi, grafik tasarımcısı olarak eğitilmiştir. İş, moda tasarımcısının işini resimleyerek organize etmek, albenili hale getirmek ve bunları gazeteler, magazinler, kataloglar, sergiler ve vitrinler için moda resmi çizimleri (moda grafikeri) halinde üretmektedirler” (Moda –Tasarım, ty.:2).

Bu durumla ilgili bir de şöyle bir bilgiyle karşılaşıyoruz: “Bütün tasarımcılar (moda tasarımcıları) , iyi birer illüstratör değildir. Bu yüzden de bazı tasarımcılar çizim işi için illüstratör hizmetinden yararlanmak için kiralama yapmaktadırlar” (wikipedia, 2008).

Ünlü moda tasarımcısı ve moda illüstratörü Tansu Suay’ la yapılan yazılı görüşmede moda tasarımcılığı ve moda illüstratörlüğü arasındaki farkı ve burada stilistin görevini şöyle açıklamıştır: “Asıl mesleğim moda tasarımcılığı olmasına karşın, illüstratör oluşumda, çalışmalarımı hızlandırdığı gibi kendimi çok daha rahat ifade edebilmeme olanak tanıyor. Örneğin çoğu tasarımcı iyi ve yaratıcı birer tasarımcı olmalarına karşın çizim yapabilme yeteneğine sahip değillerdir. Bu onlar için bir eksi değildir, çünkü kendilerini başka yollarla (anlatım, model üzerindeki hakimiyet, dikiş ve kalıp bilgisi) ifade edebilmektedir. Fakat illüstrasyon şunun için gerekli; ekibinizin, sizin zihninizde canlandırdığınız tasarımı eksiksiz anlayabilmesi ve hayata geçirebilmesi için gerekli. Kimi illüstratörler, çeşitli dünya markalarının koleksiyonlarının ön taslaklarını hazırlarlar ve bu illüstrasyonlar, koleksiyon

tüketiciyle buluşmadan önce moda dergileri ve moda konusundaki otoritelere sunulurlar veya moda dergilerinde trendleri kendilerince yorumladıkları çizimler hazırlarlar.

Kısaca şöyle diyebiliriz, moda tasarımcılığı ve moda illüstratörlüğü tamamen ayrı fakat bir araya geldiği zaman ise çok daha etkili sonuçlar doğuran iki ayrı meslek koludur. Stilist, stilize eden anlamına gelen ve profesyonel olmayan kişilerce çok yaygın olarak kullanılan bir terimdir. Daha çok küçük firmalarda çalışan ve koleksiyonların kumaş renk ve baskılarına karar veren kişilere deniyor. Modacı ve stilist kelimesini, asla kabul etmediğim gibi hocalarımız da bu iki terimin hiçbir zaman hayatımızda olmaması gerektiğini bize öğütlemiştir. Moda tasarımcısı, Fashion Designer veya Fransızca adıyla Créateur de Mode, bizim mesleğimizin farklı dillerdeki en yaygın ve kabul gören kullanımıdır” (Suay, 2007).

2.2.3.3.Modelist

Stilistin çizdiği modellerin temel kalıplarını çıkaran, bu temel kalıplar üzerine model uygulayan (pili, büzgü vb.) kumaş paylarını, pens yerlerini, kumaş ve aksesuarlarını belirleyen, kalıbı kumaşa uygulayan, prototip çalışmaya yol gösteren kişidir.

Ünlü moda tasarımcısı Erol Albayrak, kendisiyle yaptığım sözlü görüşmede modelist ile stilist arasındaki ayrımı şu şekilde ifade etmiştir:

“Stilistlikle modelistlik arasındaki fark; modelistler kalıplarla ilgili teknik bilgilere sahiptirler. Kalıp, dikiş, kumaş uygulamasını modelistler yaparken, koleksiyon çizimlerini stilist üstlenir” (Albayrak, 2007).

“Gerçekte bugün terzilik ve stilistik sanatı, belli bir toplumun estetik zevklerini ve kültürünü, ahlaki yasaklarını ve siyasal alkımlarını yansıtır” (Büyük Larousse:8242).

2.2.4. Tekstil sektörüne yönelik giysi tasarım yöntemleri

Daha önce de sözü edildiği gibi modayı etkileyen her olay, doğru orantılı olarak moda çizimlerini (illüstrasyonunu) de etkilemektedir ve yine dolayısıyla, moda illüstrasyonu, ne resim sanatından, ne grafik tasarımdan, ne de modadan uzaklaşabilen bir kavramdır. Giysi tasarımı yöntemleri olan hazır ve ısmarlama

giyime değinmemizi gerektiren unsur ise, ileri bölümlerde her iki giysi tasarım yönteminde kullanılan çizim teknikleri arasındaki farklılıklara değinilecek olunmasıdır.

Bunun yanında, hazır giyim ve ısmarlama giyimden burada bahsetmesi uygun görülmüştür. Çünkü “moda resmi” nin yer bulduğu giysi tasarlama serüveni, hemen arkasından silüet, silüete giysi giydirmeye v.d. şeklinde devam arz edecek, “giysi tasarım yöntemleri” o bölümde uygun konuşlandırılmayacak, sadece hazır giyim ve ısmarlama giyim model çizimlerine yer verilecektir.

2.2.4.1. Kişiyeye özel giyim (Haute Couture)

Kişiyeye özel giyimden diğere bir adı da haute couture'dur. “Haute couture” deyiminin sözlük anlamı “yüksek terzilik sanatı”dır ve Paris'teki moda tasarımcısı sanatçılar birliğinin dünyaca bilinen simgesidir” (Burda, 1997:8). Nitekim Paris'te 1858 yılında, bir İngiliz girişimci olan Worth tarafından başlatılır. Worth, cüretkar stilist Paul Poiret'le birlikte farklı giyim anlayış tarzlarını, geniş kitlelere kabul ettirmeyi başarmışlardır.

Haute couture, ısmarlama giyim veya kişiyeye özel giysi tasarımı şeklinde de adlandırılır. Ölçü ile giyim de denilmektedir. Giyecek kişinin ölçülerine göre hazırlanıp, “provalı olarak dikilen giyim” şeklinde de ifade edilebilmektedir. İsmarlama giyim hazırlayan ünlü moda evleri, genellikle Paris, Londra, Roma gibi büyük moda odaklıdır. İsmarlama giyim yapan bu moda kuruluşlarının yaptığı giyime “Haute Couture”, “sanatsal tarzda yapılan giyim” denilir.

Modacı Ahmet Eraslan haute couture hakkında şöyle demektedir: “Bu tip bir kıyafet bir prestijdir. Bilirsiniz ki giydiğiniz ürün size aittir ve tektir” (Onur, 2004:259).

Hızlı kentleşme, sanayileşme sonucu zamanın değeri, hazır giyimden büyük boyutlara ulaşması terzilik mesleğini yok etmektedir. Yıllar önce modaya egemen olan moda evleri bile, eski önemlerini yitirmeye başlamışlardır.

Gerçekte, haute couture akımının doğması şu şekilde olmuştur: “Yüzyıllar boyunca kendi giysilerini kendileri dikmiş olan toplumda, iş bölümünün hız kazandığı topluma geçişte, terzilerden giyinen burjuvalar üniforma niteliği taşıyan

günlük giysilerinin ötesinde gece giysilerinin farklı olabileceğinin arayışına girerler. Ve bu şekilde “haute couture” akımı doğar” (Moda-Tasarım, ty.:15).

20. yüzyılda, Vogue, La Femme Chik, L’art et La Mode, L’officiel, Bazaar gibi ünlü moda dergileri ve modelleri, sanatsal fotoğraf ve moda figürleriyle yıllardır ısmarlama giyimin sunuculuğunu yapmışlardır.

Haute-Couture giyimin özellikleri şunlardır:

- Malzeme bakımından özel seçildiği için pahalıdır.
- Yalnız dikilen kişiye yapıldığı için özel ve orijinaldir.
- Kişinin vücut özelliklerine göre yapılır.
- Provalı giyimdir. Bu bakımdan uzun sürede hazırlanır.

ısmarlama giyim, moda evleri ve terzihanelerde tek olarak yapıldığından pahalı olmaktadır. Buna bağlı olarak ısmarlama giyim, toplumun büyük bir kesimince bırakılmakta, yerini daha ekonomik olan, hazır giyim almaktadır.

Ünlü Türk moda tasarımcısı Yıldırım Mayruk bu konuda şunları söylemektedir:

“Türkiye Avrupa’yı hala 10–15 sene geriden takip ediyor. Artık müşteriler eskisi gibi sezon başlarında değil, bir davete katılacaklarsa dikiş diktiriyorlar. Dolayısıyla çok az müşteri bana sezon başında gelip diktiriyor. Buna rağmen “haute couture’ün asla ölmeyeceğini, hatta coğrafyamızda bunun pek mümkün olmadığını ileri sürüyor. Çünkü Türk kadınının ve erkeğinin standart bir vücut yapısı yok. Ama yeni yetişen neslin fiziksel avantajları fazla olduğundan hazır giyime yönelim de haliyle artacaktır” (Onur, 2004:389).

2.2.4.2.Hazır giyim (Pret a porter)

“Hazır giyim; belirli giysi boy ölçülerine göre, seri biçimde üretilerek toptan ya da tüccar eliyle satılan yapımdır. Hazır giyim konfeksiyonun bir bölümüdür. Konfeksiyon; (Fransızca confection) giysilerin ve tekstil yapımı ev eşyalarının fabrikasyon olarak üretilmesidir” (Komşuoğlu vd., ty.:122).

Diğer bir tanımla, “seri üretilen, alıcının ölçülerine göre satılan giyim eşyalarının tümüdür” (Olgaç, ty.:224).

Bugün hazır giyim bilimsel bir nitelik kazanmıştır. Dikiş makinesinin bulunması ve gelişmesini, giysileri biçip diken sanayi makinelerinin yapımı izlemiştir.

Tekstil endüstrisi, büyük boyutlar kazanarak tezgahları, konfeksiyon üretiminde terzi mesleğini yok etmeye başlamıştır. Hızlı kentleşmenin oluşturduğu sorunlar, zamanın iyi değerlendirilmesini, kısa sürede çok iş yapılması gereği, ısmarlama giyim tek tek yapılmasının pahalı oluşu, hazır giyime sürekli pazarlar kazandırmıştır. Hazır giyim, ucuz giyim biçimidir. Bu gün hazır giyimde de bazı firmalar, alıcının isteğine göre giyside bazı düzeltmeler yapmaktır. (Etek boyu uzatma-kısaltma, basit daraltmalar vb.).

Hazır giyimin özellikleri ise şunlardır:

- Kişi, kumaşı, modeli, aksesuarı görüp, üzerinde deneyerek uygun olanı seçme şansına sahiptir,
- Giysiler beden numaralama göre (36-38-40) hazırlanan kalıplara bir çok kat bir araya getirilerek kesilir.
- Düğme, fermuar dikimi, ilik açılması, bazı aksesuarların monte edilmesi gibi işlemler endüstriyel makinelerle yapılır.
- Kreasyonlar moda ve bütçeye uygun hazırlanır.
- Daha ekonomik kumaş ve aksesuar seçilir.
- Kişi üzerinde deneyip hemen alabildiği için zamandan kazandırır.

Hazır giyime model tasarlarken ise şunlara dikkat edilmelidir:

- Yapılan tasarımlar, işletmenin hitap ettiği kitleye uygun olmalıdır.
- Model tasarlarken, kumaşa uygun model tasarlamalı veya modele uygun kumaş seçmek gerekir.

Hazır giyim, ısmarlama giyime oranla, aynı modelden çok sayıda elde edilir, kumaşın daha verimli kullanılması sağlanır, işçilerin seri çalışması sonucu zamandan kazanılır, giysi ya da diğer ürünler, makineleşme sonucu ucuza mal olmaktadır.

2.2. Giysi tasarımının aşamaları

“Giysi tasarımı yaparken, yapılan tasarımın içinde yaratıcılık ve fonksiyonellik olmalıdır” (Olgaç, ty.:66).

Bu nedenle giysi tasarımı yaparken şu soruları yanıtlayıcı bir amaç içermelidir.

- Ne için?
- Kim için?
- Nerede giyilecek?
- Nasıl yapılacak?
- Ne zaman hazır olacak?

“Ayrıca; her ne kadar bir düşünce ürünü ise de mantıklı bir şekilde algılanmalıdır. Yaratıcı, ayrıcalıklı, estetik olmalıdır. Kendine özgü nitelik ve özgünlük değeri taşınmalıdır. Giysi tasarımı yaparken, ilk yapılacak iş, tasarımı yapılacak giysinin hazır giyime mi, kişiye özel mi yapılacağına bilinmesidir. Ondan sonraki aşamalar bu iki farkı çalışma tarzına göre yönlendirilir” (Olgaç, ty.:66).

Giysi tasarımının aşamalarını tasarımcının sağlıklı bir şekilde gerçekleştirebilmesi için bazı yeterliliklere sahip olması gerekmektedir.

Moda Tasarımcısı (dizaynır), çağımızın modern moda tasarımcısı, bir giysi üretimi ile ilgili fikirden dikime kadar tüm konularda uzman olmak zorundadır. Bu nedenle tasarımcı öncelikle kalıp hazırlama konusunda eğitim görmelidir ki kendi yarattığı modellerin kalıplarını hazırlayabilme becerisine sahip olsun. Buna bağlı olarak, eğer gerekiyorsa kendi yarattığı modeli, tasarımcı dikebilme, üretebilme becerisine de sahip olmalıdır.

“Moda tasarımcısı özgün olarak giysilerinin tasarımını ve mağazalara satışını yapabildiği gibi (freelance) giysi üreten firmalar için tasarımlarını evinde veya atölyesinde hazırlayabilir veya bir firma tarafından işe alınarak tam gün o firma için çalışabilmektedir. Bu son durumda büyük bir olasılıkla firmanın tasarım bölümünde bir grup tasarımcı ve makineci (teknisyen - örnek ürünü üreten kişi) ile birlikte bir ekip halinde çalışacaktır.

Firmanın tasarım bölümünde çalışan kişilerin adedi ve tasarımın aşama basamakları firmanın büyüklüğü ve organizasyonuna bağlı olarak değişmektedir.

Model tasarımının aşamaları ve detaylandırılması bilgisayar aracılığı ile de yapılabilir. Bu amaçla kullanılan bilgisayarlara “özel bir alana adanmış bilgisayar sistemi” denilmektedir. Bunun anlamı şudur: Bu tür bilgisayarlar özel bir işi yapmak için yetenekleri bu alanla ilgili olarak sınırlanmış, sadece ilgili olduğu alanlarda kullanılabilen bilgisayarlardır. Hazır giyim sanayinde kullanılan bilgisayarlar “giysi üretim tasarımı” yapabilmek amacıyla uygun olarak geliştirilmiştir. Bu tür bilgisayarlar genel olarak CAD/CAM ismi altında toplanmışlardır, İngilizce anlamı (Computer Aided Design and Manufacture) demektir. CAD/CAM, tekstil üreticileri ve moda dünyasına ürün hazırlayan firmaların tasarım bölümlerinde kullanılmaktadır” (Moda-Tasarım, ty.:34).

Moda tasarımcısı, hazır giyim üretiminde toplumun isteklerine ve firmanın fiyat politikasına uygun olarak bir sonraki sezonun moda olacak çizgilerini ve moda gelişimlerini de tahmin etmek zorundadır.

Desen tasarımı yapmak, kumaş giderleri, genel maliyet giderleri ve beceri sınırlamaları getirilmediği zaman çok daha kolaydır. Bu sınırsız desen tasarımı, butik tarzı çalışmalarında mümkündür, çünkü her tasarım tek veya çok az sayıda üretilir. Fakat hazır giyim sanayinde tasarımcı, üretimin her aşamasında sınırlandırılmıştır. Bu nedenle tasarımcı, konusunda çok bilgili ve yaratıcı olmak, uygun fiyatlarla satılabilir giysi yaratmak, üretmek zorundadır.

“Moda tasarımcısı”nın görevlerine daha önce değinilmişti. Buradan da anlaşılacağı gibi moda tasarımcıları genellikle çok meşgul kişilerdir ve kendi özgün modellerinin kalıplarını hazırlayabilme becerisine sahip olmalarına rağmen, genellikle bu işi yapabilmek için zamanları yoktur. Bu nedenle tasarımcıların kendilerine yardımcı olacak kalıp hazırlayıcı teknisyenlere gereksinimleri vardır. Fakat yine de tasarımcıların kalıp hazırlama konusunda uzmanlaşmaları zorunludur. Çünkü geniş kapasiteli üretim yapan büyük firmalar kalıp hazırlamayı bilmeyen tasarımcılarla iş yapmak istememektedir. Nitekim son zamanlarda İngiltere’de firmalar moda tasarımcısı için gazeteye iş ilanı verdikleri zaman “kalıp hazırlayabilen moda tasarımcısı” özelliğini vurgulamaktadır.

“Tasarımcının, bir yaz ya da kış sezonu öncesi yaklaşık üç aylık hazırlık çalışmaları döneminde haftada en az 8 model üretmesi gerekmektedir. Bu üç aylık dönemde yaklaşık 100 model hazırlaması gerekir ki 60 -70 model firmalara sunulabilmek için seçilebilsin.

Tasarımcı bazen fikirlerini tüketebilmektedir. Bu nedenle tasarımcılar yeni fikirler geliştirebilmek amacıyla mağazaları dolaşmak, moda gösterilerine katılmak veya yaratıcılıklarına katkıda bulunacak her konuda araştırma yapabilmek için özgür olabilmelidirler” (Moda-Tasarım, ty.:35).

Moda tasarımında yapılacak ilk iş, düşünülen modelin ilk ve genel görüntü çiziminin yapılmasıdır, ikinci aşama olarak çeşitli çalışma çizimleri yapılır. Bu çizimlerde tasarlanan modelde bulunabilecek tüm detaylar (fermuar uzunluğu, pililer, nakış, ilik stili, cep, dantel v.b.) belirtilir. Ayrıca kumaş, astar, tela v.b. kullanılacak malzemelerin maliyeti hesaplanarak yaratılan modelin genel maliyet hesabı yapılır. Daha sonra modele uygun olarak kalıp hazırlama ve geliştirme aşaması gelir. Bu iş, ya tasarımcı ya da yardımcısı tarafından yapılır.

Tüm bunların yanında giysi tasarımcısı,

- Mağaza temsilcileri ile görüşebilmelidir.
- Yönetici ile ilişki kurabilmelidir (Firma politikası, istekleri, beklentileri ve görüşleri açısından).
- Çeşitli konularda, ilgili firma temsilcileri ile görüşebilmelidir.
- Tüm yeni tasarımların yapımını denetleyebilmelidir.
- Kalıp hazırlayabilmelidir.
- Yeni tasarımlar yapabilmeli ve çalışma çizimlerini (detay çizimleri) yapabilmelidir.
- Moda gösterilerine katılabilmelidir.
- Gerektiğinde yurt dışı seyahatlere gidebilmelidir.
- İlgili toplantılara katılabilmelidir.
- Kumaş ve garnitür satın alabilmelidir.

Giysi tasarımını hazırlayan moda tasarımcısını görevlerini sırayla tanıdıktan sonra, şimdi bir giysi tasarımının başlangıcından, seri üretilmiş haline kadar nasıl bir gelişim gösterdiğini, maddeler halinde açıklamalarıyla birlikte görmek yerinde olacaktır. Giysi tasarımının son aşaması olan pazarlamadan önceki aşamanın, konumuz olan moda resmi (illüstrasyonu) olmasından dolayı, tüm aşamaların - “moda illüstrasyonu” bölümüne geçmeden- çalışmamızın bu kısmında yer alması gerekmektedir.

2.3.1.Proje konusunun seçimi

“Tüketici istekleri, hazır giyim veya kişiye özel çalışmaya uygunluğu, yaratıcılık kavramı içinde estetik görünümü yansıtarak, mevcut teknolojik koşullara uygun olarak moda eğilimleri ile bağlantılı bir konu belirlemesi yapılmalıdır” (Moda-Tasarım, ty.:35).

a) Tasarım Özeti (The design brief)

Moda tasarımcıları genellikle yazılı bir iş özetine bağlı olarak çalışırlar. Bu iş özeti şunları kapsamaktadır:

—Giysi Türü: Örneğin yaz ya da kış giysileri, sportif giysiler veya gece giysileri v.b istenen giysilerin koleksiyonları.

— Hitap Edeceği Perakende Satış Firmaları ve Fiyat Grubu: Öngörülen giysi fiyatı ve üretilen giysinin nerede satılacağı, tasarımcının kullanacağı kumaş miktarı ve kalitesi ile dantel v.b. süsleyicilerle ilgili fikirlerinde belirleyici rol oynar. Tasarımcı aynı zamanda giysi üretilirken kullanılacak zaman ve beceriyi de düşünmek zorundadır. Tasarım ekibi yeni sezonun koleksiyonu üzerinde çalışmaya başlamadan önce grubun üyeleri bir araya gelerek, gelecek sezon için öngörülen moda eğilimlerini (trendleri) moda renkleri, kumaşlar ve stiller üzerinde tartışacaklardır.

— Kumaş Seçimi: (Sellection of fabrics): Kumaşlar üretici tarafından tasarım özeti ile birlikte tasarımcıya verilebilir veya tasarımcı, kumaşlarını tekstil üreticilerinin üretim kataloglarından seçebilir/önemli olan kumaşların tasarım aşamasının ilk başlarında seçimlerinin yapılmasıdır ki kumaşlar gereken zamanlardan önce üretici firmanın eline ulaşabilsin.

Örnek ürünlerin üretimi için seçilmiş kumaşlardan, giysileri üretmeye yetecek kadar, örnek uzunluklarda sipariş verilir. Eğer önerilen kumaşlar çok pahalı ise örnek ürün için gerçek kumaş yerine Amerikan ya da gerçek kumaş benzeri ucuz kumaşlar kullanılır” (Moda-Tasarım, ty.:35).

2.3.2. Veri toplama (Araştırma)

Uluslararası moda eğilimleri, işletme ihtiyacı, tüketici ihtiyacı, ürünün üretimi için gerekli teknolojik ve teknik bilgi, ürünün işlevsel olması fonksiyonelliği, doğa ve çevre giysi gösterimleri, mağazinler, müzeler, kütüphaneler ve kültürler, mağazalar araştırılmalıdır. Moda gösterileri izlenmelidir. Tasarımcı tüm bu verilerini, araştırma defterinde toplamalıdır. Renkli doğa örnekleri, seçilmiş kumaşlar, stiller, renkler, kültürler v.b. toplanan mağazin örnekleri, renk ve hikaye panosu için (color board, story board) hazırlanmalıdır. Bu aşamada, belirlenen mağazalar gezilerek, günün moda eğilimlerine uygun olarak üretilmiş giyimler incelenmeli, seçilen giysinin belirgin özellikleri (Sketch Book) ön araştırma defterine çizilmelidir. Ayrıca piyasada bulunan kumaş yardımcı malzemeleri ve aksesuarların nitelikleri ve maliyetleri de araştırılmalıdır. Seçilen mağazaların ya da firmaların, tasarımın sunulması düşünülen hazır giyim işletmeleri olarak düşünülmesi gerektiğinden, satış politikaları, üretim kapasiteleri, fiyat politikaları, teknolojileri, üretim metotları, gelecekte ilgili planları ve kalite kontrol ilkeleri araştırılarak belirlenmelidir. Ayrıca tüketici tipleri, tüketicilerin satın alabilme güçleri, ürün tüketim eğilimleri ve ürünün kullanılabilirliği dikkate alınmalıdır. Moda eğilimleri gözlenerek gelecek sezon için moda olması öngörülen giysi özellikleri, renkler, kumaş cinsleri, stil v.b. unsurlar incelenmelidir. Aksesuarlar (süsleme materyalleri) araştırılmalıdır. Tüm sözü edilen konularda, mağaza hakkında bilgi ve döküman toplanmalıdır.

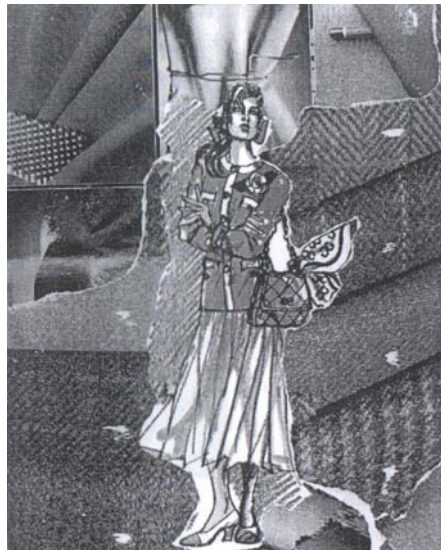
Tasarımcı ayrıca bu aşamada, “hazır giyimde yapılacak çalışmalarda işletmenin satış politikasını, maliyet limitini, üretim metotlarını ve geleceğe bakışını, iplik, malzeme ve aksesuar araştırmalarını yapar” (Olgaç, ty.:67).

2.3.3.Geliştirme

a) Hikaye ve renk panosunun hazırlanması (Story and color board)

Araştırma sonucunda tasarımcıyı etkileyen tüm verilerin bir araya toplandığı iki veya üç boyutlu tablodur. Aynı ayrı hazırlanabildiği gibi, her ikisi bir arada da hazırlanabilir.”Hikaye panoları tek başına yapıldığı gibi renk ve kumaş panoları ile birlikte de yapılır.Burada en önemli husus; tasarımı yapılan giysinin esin kaynağının (temasının) doğru olarak vurgulanmasıdır” (Çakar vd., 2003:66). Toplanan malzemelerin hepsinin proje konusu ile ilgili olması gerekir. Bazen 2 fotoğraftan bile esinlenerek tasarım yapılabilir. Proje konusuna uygun renkler seçilmelidir.

Hikaye ve renk panosu, tasarımcının esin kaynağıdır ve araştırmaların ve proje konusunun sanatsal bir şekilde bir araya getirildiği tablodur. “Hikaye ve renk panosunda, uluslararası moda eğilimlerini yansıtan giysi formları, renk eğilimleri, araştırma ve konuya dayalı ürüne yönelik kumaş örnekleri, yardımcı malzemeler, dikim teknikleri, süsleme tekniklerini yansıtan örneklerle, iplik ve her türlü obje, fotoğraf kullanılabilir” (Moda-Tasarım, ty.:37). Ayrıca bu panolarda tasarımcının etkilendiği her türlü resim, obje ve üç boyutlu malzeme kullanılabilir. Seçilen hikaye, açık, kullanılabilir olmalıdır. Tasarımcı hikaye ve renk panosuna yoğunlaşarak modelleri üretecektir (**Resim 2.10**).



Resim 2.10. Kumaş hikaye panosu

b) Model (tasarı) geliştirme - Çalışma çizimleri (Design development)

Tema göz önüne alınarak, hikaye ve renk panosunun yorumlanması ile araştırmaların çizim olarak ifade edilmesidir.

Tasarımcı tarafından giysiyi üretecek kişiye giysinin üretildikten sonra nasıl görüneceğini göstermek amacı ile yapılmaktadır. Bu nedenle çalışma çizimleri, uygun silüetler üzerinde gösterilmelidir. İyi hazırlanmış tasarım, kalıbı hazırlayacak ve üretecek ile tüm bilgi ve görüntüyü doğru olarak vermelidir. Model araştırmalarında giysinin teknik çizimleri de yapılmaktadır.

“Model geliştirme, hikaye ve renk panosu yorumlanarak, gerçek vücut oranlarına uygun 1/8 silüet üzerinde gerçekleştirilen giysi çizimlerini kapsamaktadır” (Moda –Tasarım, ty.:37). Gerçek vücut oranlarına uygun çalışılması ana kriterdir. Bunun nedeni, kalıp hazırlayıcının, doğru ölçülerde, eksiksiz sunulmuş bir çalışma çizimine baktığı zaman, kalıbı hazırlayabilmek için gerekli tüm ölçüleri ve detayları doğru olarak algılayabilmesinin istenmesidir.

Kumaşları seçtikten ve koleksiyonu için istenilen renklere (renk kombinasyonlarına), dokuya ve ana hatlara karar verdikten sonra moda tasarımcısı, genellikle sayfalar dolusu çizimler üretmeye başlar (ortalama 80-100 çizim). Çizilen giysilerde teknik özellikler çizime yansıtılmalı, uygulanması düşünülen kumaş örneği, yardımcı malzemesi (düğme, iplik, dantel v.b.) ile birlikte düşünülmelidir. Bu çizimler belirgin bir konu üzerinde fikirleri olgunlaştırarak tasarımcıları adapte ederek detaylar ve renk kombinasyonları çalışıp tamamlanarak çok hızlı bir şekilde hazırlanmaktadır.

“Moda tasarımcısı nadiren giysi tasarım fikirlerini, kumaşını seçmeden önce üretir” (Moda –Tasarım, ty.:38). Çizimlerde giysi tasarımının tüm detayları ön, arka ve yandan gösterilmelidir. Çizimle ilgili ifade edilmeyen tüm ayrıntılar çalışma çiziminin kenarına not olarak yazılmalıdır. Tasarımın ilk basamaklarında tasarımcının çizimleri, merkezi bir fikir veya konu etrafında birçok olabilirlikleri deneyerek ve bularak, kaba ve kroki şeklinde olacaktır. Bu aşamada üretilen çizim sayfaları “tasarı geliştirme sayfaları” olarak bilinmektedir.

Bu bölümde çalışma çizimi yani teknik çizim hakkında da bilgilerin yer alması yerindedir: “Üretim için gerekli aşamalar çalışma çizimleri ile başlar.

Tasarımcı tarafından, kalıp hazırlayacak kişiye, giysinin üretim tamamlandıktan sonra nasıl görüneceğini göstermek için kullanılır. Bu nedenle çalışma çizimlerinin gerçek vücut oranlarına uygun olarak çalışılması ana kriterdir. Kalıp hazırlayıcı (teknisyen veya mühendis) doğru ölçülerde, eksiksiz sunulmuş bir çalışma çizimine baktığı zaman kalıbı hazırlayabilmek için tüm ölçüleri ve detayları doğru algılayabilmelidir.

Çizimlerde vücut ölçüleri, oranları dahilinde çalışılarak aynı zamanda giysiyi tamamlayan tüm detaylar milim milim aktarılmalıdır. Giysinin kolayca giyilebilmesi için gerekli tüm açıklıklar, fermuar vb. şekiller gösterilmelidir” (Moda –Tasarım, ty.:38).

Çizim artistik olmamalı, çok hareketli bir figür seçilmemeli, model önden ve arkadan çok belirgin ve net çizgilerle çizilmeli, tamamen şematik bir ifade kullanılmalıdır.

Çizimle ifade edilemeyen tüm ayrıntılar, omuz genişliği, düğme çapı, kumaş cinsi v.b. tüm bilgiler yazılı olarak çalışma çiziminin bir kenarına not olarak düşülmelidir.

Etek boyu, kol boyu, kol genişliği, ceket boyu, kalça yüksekliği, cep yeri çalışma çiziminde çok iyi belirlenmelidir. Değişik, dengeyi bozan asimetrik kapanışlar yapılırken çok iyi tasarlanmalı, ön ve arka ortalarda kayma olmamalıdır.

Çizimler tamamen şematik özellikte olmalı, ayrıca tüm çizimlerde giysinin kullanım biçimi düşünülerek ayrıntılar ona bağlı olarak geliştirilmelidir.

Çalışma çiziminin esas amacı, kalıbı hazırlayacak kişinin, kalıbı giysinin stiline, oranlarına ve silüetine uygun bir şekilde çalışmasını sağlamaktır. İyi hazırlanmış, tasarımı (gereken yerlerde) önden, arkadan ve yandan gösteren çalışma çizimleri, kalıbı hazırlayacak kişiye tüm bilgileri doğru olarak vermiş olacaktır.

c) Giysinin modelinin seçimi

“Giysinin işlevselliği, kişisel zevke, pazara uygunluğu, maliyeti, konuya uygunluğu, üretilebilirliği, kullanılacak malzemenin temin edilebilirliği toplanan veriler, hikaye ve renk panosunun yorumlanması göz önüne alınarak seçim yapılır.

Giysi biçimi ile birlikte kumaş ve yardımcı malzeme seçimine de karar verilmelidir” (Moda –Tasarım, ty.:39).

Tasarımcı bu seçimini, tasarımı yaptığı firma ya da tasarım grubunun üyeleri ile birlikte yapmalıdır.

“Model ile birlikte kumaş ve aksesuar seçimi de yapılmalıdır. Seçimi yapılan modeller tekrar gözden geçirilerek, seçilen kumaş ve aksesuarlarla birlikte üzerinde yapılması düşünülen değişikliklerle yeniden çizilir. Çizimlerde kullanılan malzemelere uygun renklendirme yapılabilir” (Olgaç, ty.:67).

d) Modelden model geliştirme

Model geliştirme, seçilen modelin teknik özelliklerine dayalı olarak yapılmalıdır. Burada kuplar, pensler, dikiş ve kesim özellikleri kumaş ve yardımcı malzemeye dayalı olarak da modelden model üretilir (**Resim 2.11**).

Renk eğilimleri yapılmadan önce model incelenir. Bu amaç için formda, giysinin çizimi, ürünün tüm parçaları, kesikleri, cep büyüklüğü v.b. üretim kalıbıyla karşılaştırılarak ölçülendirilmelidir.



Resim 2.11. Modelden model geliştirme çalışmaları

Kaynak: Olgaç, ty.

e) Kalıp hazırlama ve model uygulama

Kalıp hazırlarken ve model uygulanırken modelist ve stilist bu aşamada beraber çalışmaktadırlar.

“Seçilen model tasarımlarının model ve kalıp analizi yapılarak temel kalıp üzerine model uygulanmalıdır. Kadın giyiminde standart ölçüye göre kalıp hazırlanmalıdır. Çalışma kalıbı diyebileceğimiz bu kalıp, giysi formunu, çizimini yansıtmalıdır. Kişiyeye yapılan tasarımlarda, kalıp hazırlanırken temel kalıplardan yararlanılabildiği gibi drapaj yoluyla da kalıp elde edilebilir” (Olgaç, ty.:68).

“A- Model analizi

1-Giysi Türü

- a) Mevsim
- b) Yaş
- c) Cinsiyet
- d) Kullanım alanı

2- Kumaş türü

3- Model özelliği

4- Kullanılacak kalıp özelliği

5- Kullanılacak dikiş teknikleri

6-Giyim süsleme teknikleri açıklanmalıdır.

B-Kalıp Analizi

Giysinin çizimi, kalıp ölçü kontrolü, kalıp parça listesi, kalıp numaraları ve modellendirmedeki özel uygulamalar not edilmelidir” (Moda-Tasarım, ty.:40).

f) Giysinin kontrolü ve denenmesi

Giysi gerçek kumaş ya da gerçeğe yakın en uygun malzeme ile uygunu imalı, modelin uygunluğu, giysi formu ve estetik görünüşü değerlendirilmelidir. Teknisyenler (makineci) örnek giysileri ürettikleri zaman, tasarımcılar, üretim grubu, satış grubu, üretilen örnek giysilerin yaşamsallığını ve başarısını tartışmak üzere

toplanırlar, örnek giysiyi üreten kişiler (makineciler) giysinin herhangi bir kısmının üretimini aşamasında karşılaşılan birleştirme güçlüklerini rapor edebilecek şekilde eğitilirler.

Seri üretim için tasarlanan model aynı bedende değişik kişiler üzerinde denenerek tartışılmalıdır. Üretilen model hazır giyime yönelik yapıyorsa, aynı bedende değişik kişiler üzerinde denenerek tartışılır veya giyecek kişi üzerinde provası yapılır.

Kontrolden sonra gerekli düzeltmeler çizime ve kalıba aktarılarak tekrar denenmelidir.

Süslemeler ve süsleyiciler, kumaş, model uyumları bu aşamada düzenlenir, ayarlanır ve belirlenir ve aksesuarların yerleri kontrol edilir.

g) Süsleyicilerin seçimi (Selection of trimmings)

“Tasarımcı bu aşamada kullandığı kumaşlar ile süsleyicilerin koordinasyonunu düşünmek zorundadır. Bu süsleyiciler, kapitoneler, aplikeler, nakışlar, danteller v.b. olabilir. Bu tür süsleyiciler firma dışında bir başka firma ya da ilgili kuruluş tarafından üretilir. Tasarımcı, tasarımları ile ilgili düğmelerin, tokaların ve diğer tutturucu aksesuarın ve süsleyicilerin seçiminde büyük bir özen göstermek zorundadır. Çünkü tüm bunlar tasarımın tamamında bütünleyici bir bölüm olacaktır. Daha sonra ekip hangi giysilerin üretileceğine karar verecektir.

Bu aşama giysinin dikim teknikleri, dikiş çeşidi, dikiş payı, proses analizi, süslemenin karar verildiği aşamadır” (Moda-Tasarım, ty.:41).

h) Üretim kalıbı hazırlama

Üretimde kullanılmak üzere şablon kalıbı hazırlanması aşamasıdır. Bu kalıplar giyside değişiklik yapılmasına gerek kalmayacak şekilde hazırlanmalıdır. Üretim kalıpları sert kartondan (bristol) yapılır. Bu kalıplar üzerinde tasarımcının adı, tasarım, model, beden numarası, kalıp parçasının adı, kaç adet kesileceği, tarih, dikiş payları, çıt işaretleri, üst dikiş genişlikleri, büzgü, pili, düz boy iplik işaretleri belirtilmelidir.

ı) Gerçek ürün (Prototip) hazırlama - Üretim örneği (Production sample)

Tasarımın gerçek malzemeyle üretildiği aşamadır. Tasarımın üretileceğine karar verildiğinde fabrikada ya da firmada bir üretim örneği yapılır. Bu aşamada üretimin en ekonomik şekli düşünülür. Eğer giysinin üretim maliyeti çok yüksek olduysa, giysi üretim aşamalarında değişiklik yapılarak maliyet istenilen düzeye indirilir. Firmanın tasarım ve üretim ekibi üretim örneğini onaylar ve ondan sonra üretimin miktarı, renk ve beden grupları belirlenir. Seri üretim yapılması düşünülüyorsa üretimi etkileyen ayrıntılar tartışılarak istenilen şekle uygun olup olmadığı belirlenir.

i) Giysinin serileştirilmesi

“Hazır giyime yönelik çalışmalarda standart beden (38 beden) hazırlanmış üretim kalıbı model özelliği değerlendirilerek üretilmesi düşünölen bedenler için, büyütme ve küçöltme yapılmalıdır. Serileştirme için çeşitli yöntemler kullanılabilir. Örneğin CAD/CAM bilgisayarla kalıp serileme sistemi” (Moda –Tasarım, ty.:42).

j) Kesim Planı (Pastal resmi) ve Dikim planı (Proses analizi)

Kesim planı, üretilmesi düşünölen bedenlerin, işletmenin kesim masası, uygulanması düşünölen kumaşın eni ve boyu, desen özelliği, teknik özelliği dikkate alınarak en az maliyetle kesim yapılabilmesi için çizilen şemadır. Pastal resmi hazırlarken 1/5 oranında küçöltölmüş minyatür kalıplar kullanılabilir. Pastal kesimi yapılmadan önce genellikle pastal planının en ekonomik kesim şeklinin (değişik bedenlerde serisi hazırlanmış tüm kalıplar için) bulunması amacı ile yapılması zorunludur. Dikim planı ise, işletmenin teknolojik yapısı, birim üretim zamanı dikkate alınarak iş akımının planlaması semasıdır.

k) Kalite kontrol (Quality control)

Üretilen giysilerin, istenilen standartlara uygun olup olmadıklarını kontrol etmek amacı ile dağıtımları yapılmadan önce incelemeye alınmaları işlemidir. Bu amaç için kalite kontrol nitelikleri formu hazırlanır. Bu formda giysinin çizimi, ürünün tüm parçaları, kesitler, cep büyüklüğü v.b. üretim kalıbı ile karşılaştırılarak ölçölendirilmelidir.

Bir giysideki tüm dikiş uygulamaları için geçerlidir.

Tolerans “+1 mm / 1 mm.” olmalıdır.

l) Maliyet hesabı (Coating)

“Maliyet hesabı, bir giysinin üretiminde harcanacak tahmini zamana, kullanılan kumaş ve süsleyicilerin maliyetine bağlı olarak genellikle tasarım bölümünde yapılır, öngörülen fiyat sınırları içinde kalabilmek için gereken ekonomik kısıntılar bu aşamada yapılır.

Tasarlanan ve uygulanan giysinin, seri üretimde kullanılması düşünüldüğünde kullanılan kumaş, yardımcı malzeme, süsleyici malzemelerin miktarı, birim ve maliyet fiyatları ile ilgili açıklamalar ve örnek malzemelerin bulunduğu bir formda gösterilmelidir” (Moda –Tasarım, ty.:43).

Maliyet formu, kesim ve üretim planlama kontrol bölümleri için gereklidir.

Bu formda giysinin çizimi, kumaş eni boyu, kumaş (optimizasyonu) hesabı; Örn: 140 (en) cm. x 400 (boy) cm. = cm. veya kumaş ağırlığı, ana malzeme (kumaş) ve süsleyici, yardımcı malzeme örnekleri (yardımcı malzeme, fermuar, tela, iplik, astar, düğme, zımba v.b.) bulunmalıdır.

m) Teknik Çizim - Üretim çizimleri (Production drawing or working drawing)

“Bir giysi tasarımı, tasarım ve pazarlama bölümü tarafından onaylandığı ve bir örnek istendiği zaman üretim grubunun, üzerinde tasarlanan giysinin özelliklerinin yazılı olduğu bir üretim ya da teknik çizimine ihtiyacı olacaktır. Tasarımı yapılan örnek ürün tamamlandığında, giysi ile ilgili tüm değerlendirmeler sonuçlandırıldığında, gerçek vücut oranlarına uygun silüet (1/8 oranında) üzerinde ya da grafiksel (ölçü/10)x2) teknik detaylara girilerek çizim yapılmalıdır.

Bu çizimler kesim detaylarını, dikiş ve pens yerleşimlerini, öngörülen stil özelliklerini göstermek bakımından çok net ve şematik olmak zorundadır.

Detaylı çalışma çizimlerine, giysinin üretileceği fabrikanın üretim bölümünde de, giysinin teknik özelliklerini görmek açısından ihtiyaç vardır” (Moda-Tasarım, ty.:43).

Bir giysinin nasıl oluştuğunu, nasıl bir araya getirildiğini öğrenmek için bu konuda çalışmak ve zaman ayırmak gereklidir ki tasarlanan giysinin teknik (üretim) çizimleri net ve doğru bir biçimde kalıplara ve üretenlere sunulabilsin.

Ünlü Türk moda tasarımcısı Tansu Suay, kendisiyle yapılan yazılı görüşmede “İçinde model (manken) belirtilmeden, sadece kıyafet tasarımının kâğıt üzerinde gösterilmesi yeterli midir?” sorusuna şöyle cevap vermiştir:

“İçinde model belirtilmeden hazırlanmış çizimler de birer illüstrasyondur. Kimi illüstrasyonlarda tema ve renkler ön plandadır ve tasarım ikinci plandadır, kimi illüstrasyonlarda ise silüete yer vermeden sadece tasarımı vurgulamak esas alınır. Detaylandırılmış, stilize edilmiş, renklendirilmiş ve efekt verilmiş tek başına bir tasarım çizimi de, bir moda illüstrasyonudur. Fakat görsel olarak daha zengin durması açısından silüet ve tasarım, yaygın olarak bir arada kullanılır.

Moda tasarımcıları ve tekstil firmaları, zamanlarının büyük bir çoğunluğunu, model hazırlık aşamalarına, kumaş ve aksesuar seçimlerine, provalara, üretime ve sipariş takibine ayırırlar. Bu zaman zarfında koleksiyonlarında yer alacak tasarımları, zihinlerinde tam olarak belirlemiş olmalarına rağmen, bunu kağıda veya dijital ortama aktararak görülebilir hale getirebilmek için, zamanlarının ancak %10'luk bir dilimini kullanabilmektedirler, bu da illüstrasyon yapabilmek için son derece kısıtlı bir zamandır. Bu nedenle, içinde silüet veya model belirtilmeden hazırlanmış olan kıyafetin tek başına düz bir çizimle detaylandırılarak anlatıldığı sade ve anlaşılır ”teknik çizimler” her zaman tercih edilmektedir.

Bir illüstrasyonda, tasarımın tüm detaylarını (rengini, kumaşını, ölçülerini, bedenini, aksesuarını, baskı ve desenlerini, herşeyden önemlisi ne anlatılmak istendiğini) görebilmek mümkündür fakat teknik çizim, herhangi bir estetiğe sahip olmayan, düz bir kağıt üzerine çizilmiş, renksiz ve orjinaline birebir uygun ölçülerde hazırlanmış detaylı eskizlerdir. Mimaride, bir proje nasıl gerçek ölçülerine sadık kalınarak ölçeklendiriliyor ve minyatürize ediliyor ise, teknik çizimde de bu hassas konuya özellikle dikkat edilmelidir.

Modeli hayata geçirecek olan modelistlerin, tasarımcının ne düşündüğünü ve ne anlatmak istediğini tam olarak algılayabilmeleri ve uygulayabilmeleri için, teknik çizimde ölçüler (yaka, manşet, omuz genişliği, modelin uzunluğu, genişliği, bedeni,

dikişleri, aksesuarları, baskı ve desenlerin yeri, ölçüleri vb.) net olarak belirtilmelidir. Bunun yanı sıra, kullanılacak olan aksesuar ve kumaş örnekleri de, “teknik föy” olarak adlandırdığımız çizim dosyasına muhakkak eklenmelidir” (Suay, 2007).

n) Moda Resmi / İllüstrasyonu (Sunuş çizimleri)

“Vücut oranlarının değiştirilip, abartılarak çizgiye dökülmesi ve bunun üzerine aynı özelliklere dikkat ederek modellerin giydirilmesi işlemidir.

Moda resmi çizilirken vücut oranları dahilinde çalışılması gerektiği için kullanım yeri tasarım odası değildir. Aslında vücut oranları göz önüne alınarak çalışılmaması daha iyidir. Bir başka deyişle vücut oranlarını değiştirip abartarak, model daha çekici hale getirilir” (Moda –Tasarım, ty.:44).

Bu tür çizimlerin kullanım yerleri moda mecmualarıdır. Bu çizimler moda mecmualarında bir fotoğraf içinde yer alabilir. Bu görüntüler modelin özelliklerini, ya da belirgin hatlarını vurgulamaya yarayacaktır ki bu, tasarım için çok önemlidir.

Bu nedenle denilebilir ki, moda resmi çalışmaları, tasarım çalışmalarında ön araştırmalar yapıldıktan sonra ikinci basamakta yer almaktadır.

Yaratıcı fikirlerin moda resmine dönüştürülebilmesi için çizim defterinin birçok değişik fikirle dolu olması gerekir. Vericiden alıcıya mesajın iletilmesi için bu çalışmalar gereklidir. Şunu da eklemeliyiz ki, moda resmi çalışmaları öncesi eylemlerin en önemlisi kabul edilebilir. Çünkü tasarımcı, ekibine, ne yapmaları gerektiğini tam olarak bu çizimlerle anlatır. Bu yüzden çizimlerinde yeterli detaylandırmayı çoğunlukla uygulaması gerekmektedir.

Burada çalışma konusu olan moda illüstrasyonunun giysi tasarımı içerisindeki rolü ve konumuna girilmiştir. Nitekim bu sebeple grafik tasarımın dalı olan illüstrasyonun bir alt kümesi olan moda illüstrasyonunun giysi tasarım içerisindeki konumunun görülmesi açısından giysi tasarımı aşamalarının tümüne yer vermek gerekli görülmüştür.

Ve bundan sonra da, tüm aşamaların gerçekleşme amacı olan satış yani “pazarlama” kavramıyla dizilimi sonlandırmış olunacaktır.

o) Tasarım Raporu

Giysi tasarımı tamamlandıktan sonra, tasarım aşamalarında yapılan çalışmalar, giysinin işlevselliği ile ilgili değerlendirmeler, kalıp analizi, giysi konstrüksiyonu, tasarımcının öz eleştirisi ve önerilerinin yer aldığı rapordur.

ö) Pazarlama (Marketing)

“Satış politikasını tartışmak ve belirlemek için pazarlama grubu toplanır. Koleksiyondaki tasarımlarının her birinden üretilen örnek giysiler alıcılara, satış sezonu başlamadan iki üç ay önce moda gösterileri yapılarak gösterilir. Türkiye hazır giyim sektörü Avrupa ve Amerika perakendecilerinin fason üreticisi olma özelliği göstermektedir. Yaratıcı, tasarım teknolojilerinin yaygınlaşması için sektörlerin, fasonluktan yaratıcılığa, yani koleksiyonculuğa geçmesi gerekir” (Moda-Tasarım, ty.:45).

Bu konu dikkate alındığında, ülke içinde bir “Tasarım Kültürü” yaratılması gerekmektedir.

3. BÖLÜM

3. MODA İLLÜSTRASYONUN TANIMI, TARİHÇESİ VE MODA İLLÜSTRASYONUNDA KULLANILAN ARAÇ-GEREÇ VE YÖNTEMLER

3.1.Modanin illüstrasyonunun tanımı

“Tekstil tasarım ve grafik tasarım uzmanlarının görüşlerine göre, grafik ve tekstil tasarım arasındaki; eğitim durumları, araç - gereç ve teknolojileri, uygulama yöntemleri ve ürüne yönelik hazırlıkları arasındaki ortak noktaları belirlemek ve bu benzer yönler ışığında Gazi Üniversitesi Mesleki Eğitim Fakültesi Uygulamalı Sanatlar Eğitimi Bölümü Grafik Anabilim Dalı'nda tekstil tasarımını da içeren bir eğitim programı hazırlamak amacıyla yapılan bir araştırmada elde edilen bulgular, grafik tasarım ve tekstil tasarım eğitimleri incelendiğinde her iki alanda da önemli benzerlikler olduğu, bu benzerlikle tasarım aşamasında kullanılan bilgisayar programları, tasarım ilke ve kompozisyon kuralları, boya ve baskı teknikleri ve uygulama alanlarında ön plana çıktığı ve her iki tasarım alanındaki bu benzerliklere rağmen, iki sektör çalışanlarının birbirlerini tanımadıkları da ortaya çıkmıştır” (Erhan, 2004:60).

Bu cümlelerde grafik tasarım ile tekstil tasarımının farklı eksenlerde yaşamadığı görülmektedir. Bu kez de moda ile ilgili, Grafikerler Meslek Kuruluşu'nun 1987 Kasım ayında yayınladığı “Grafik sanatlar üzerine yazılar” ın ilk sayısında yapılan bir görüşmede, Milton Glaser'e sorulan “Modanin grafik tasarımın örtüşen yanları var mı? Aynı kaygılara mı hitap ediyorlar?” sorusuna cevabı şu şekildedir:

“Modanın değerleri çok daha kısa ömürlü, daha geçici, belirli zaman dilimine ait. Dizayn, temelinde etkililikle ilgilidir ve moda bununla hiç ilgilenmez. Dünyayı etkilemesi istenen bir şey yaratmakla, yeni sezon için kıyafet tasarlamak arasında büyük bir fark var. Bunlar ayrı ayrı değer sistemleri. Kaybolacağını bildiğiniz biçimlerde komik olmayı göze alabilirsiniz de, otuz yıl boyunca çevrenizde olacağını bildiğiniz bir işte bunu pek yapamazsınız.

Modayı yok saymak, bu konuda bir kabile anlaşması⁴ olduğunu görmezlikten gelmek mümkün değil; ama modanın kurbanı haline gelmek için de akılsız olmak gerekiyor” (Grafik sanatlar üzerine yazılar, 1987:4).

Görüldüğü gibi yukarıda, tekstil tasarımı, daha çok teknik ekseninde grafik tasarım ile örtüşmektedir. Fakat moda bağlamında değerlendirme yaparsak, moda ile grafik tasarım ürünleri arasında kalıcılık bağlamında zaman dilimlerinde farklılaşmanın görüldüğünü anlıyoruz. Modanın amacı, nasıl çoğu zaman kalıcı olmak değilse, örneğin bir grafik ürünü olan bir şirket logosunun ömrünün yıllar, bir broşürün ise ömrünün aylar olduğunu düşünecek olursak, grafik tasarımda, “akıldan temelli çıkma ihtimali” pek de istenen bir şey değildir. Modada ise “unutmak”, kimi zaman, yeni bir diğer modanın keşfedilmesi için neredeyse bir kurtarıcıdır.

“Bir illüstrasyon çeşidi” olarak nitelendirdiğimiz moda illüstrasyonu ise, tüm bu anlattıklarımızı kapsar pozisyonda, modayı somut kılan moda tasarımının teknik, teorik ve pratik tüm öğeleriyle birebir ilgilenmektedir. Tasarımın günümüzde neredeyse ilgilenmediği bir alan kalmadığını düşünecek olursak, modayı taşımamızı sağlayan moda tasarımcılarının, sadece giysi tasarlamadıklarını, kalıpçıya yol gösterecek çalışma çizimlerini ve son olarak pazarlamadan önceki sunum çizimlerini hazırladıklarını öğrenmemiz pek de şaşırtıcı olmayacaktır (Grafik tasarımcıların-illüstratörlerin de basılı kaynaklarda konuyu taşıyıcı moda çizimlerini kullandıkları ileriki sayfalarda görülecektir).

Giyim, tekstil ve moda birbirinin tamamlayıcısıdır ve bu bütünleşme model çizimiyle gerçekleşmektedir. Moda illüstrasyonu, giyim sanayinin gelişmesinde önemli bir etkidir. Bu nedenle model çizimi, üretim öncesinin temel sorunu sayılmaktadır. Beğenili ve bilinçli çizilmiş bir modellerden üretilen giysiler, sürekli halkın beğenisini kazanarak olumlu pazarlar bulabilir. Bu beğenin gerçekleşmesi için de üretime çizgileriyle katılan moda yaratıcısının, yaratacağı modelleri “moda

⁴ Kabile anlaşması derken Milton Glaser bu tabiri şöyle açıklamaktadır: sonuçta moda, kabile tarzı bağlara dayanıyor. Belli bir sınıf ve ilgili grubundan insanların, benzer bir gruba yakınlıklarını belirtmek için belirli bir tarzda giyinmesine dayanıyor. Ait olduğunuz topluluk içinde kabul edebileceğiniz bir tarzda giyinmek zorundasınız. Ama bir kişi, üzerinde anlaşılacak biçime ters düşen bir tarzda giyinirse, o zaman kabilenin dışında kalır.

resmi” kurallarına uygun olarak hazırlanması ve ayrıca giyim konusunda da yeterli bilgi ve beceriyi kazanmış olması gerekmektedir.

3.1.1. Moda sektöründe moda illüstrasyonunun tanımı, yeri ve önemi

“Moda resmi genelde “modanın çizgi ve renklerle anlatımı” olarak tanımlanabilir. Bir başka tanıma göre “bir giysi modelinin tamamlayıcı öğeleriyle (aksesuar) birlikte , çağdaş moda anlayışına uygun olarak çizgi ve renklerle anlatımıdır” (Komşuoğlu vd., ty.:41).

“Giysinin çizgi, biçim, oran, renk, fon, doku, hareket, öz, bütünlük gibi öğelerle sanatsal yorumlanmasıdır. Giysi tasarımında tasarlanan görünüme ulaşabilmek için çizgi, renk ve her türlü illüstre efektlerden yararlanarak bir bütün olarak düşünülüp (saç tuvaleti, makyaj, aksesuar, ayakkabı, çanta, kemer, giysi vb.) anlatılmak istenen vurguların yüzey üzerinde ön planda gösterimidir” (Baş, 2004:16).

Bu tanımdan da anlaşılacağı gibi moda illüstrasyonu sadece bir giysi çizimine eşit değildir. Tek başına bir erkek kaşkolü ya da bir bayan ayakkabısı, bir parfüm şişesi, bir ruj, bir çocuk şapkası, kısacası giyim ve vücut üzerinde kullanılan her türlü aksesuar resimlemesi moda illüstrasyonu olarak tanımlanabilir (**Resim 3.1**). Bunlar kağıt üzerinde ya tek başlarına yer alırlar ya da herhangi bir dekor içerisinde çalışılmaktadırlar (**Resim 3.2**).



Resim 3.1. Bir çift çizme resimlemesi

Kaynak: Blahnik, ty.



Resim 3.2. Dekoruyla beraber çalışılmış dijital teknik kullanılmış bir moda illüstrasyonu

Kaynak: Illustanne, 2008

İngilizce’de “fashion drawings”, “fashion illustration”, “fashion faces” bu konuda en çok kullanılan kalıplaşmış kelime gruplarıdır.

Modacı Erol Albayrak ve İ.E.Ü. Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi’nde Misafir Öğretim Görevlisi Adilj İbrahim ile yapılan yüz yüze görüşmede, Adilj İbrahim, üç çeşit moda resminde üç çeşit anlatım amacı olduğunu söylemiştir:

Bunlar, “Journalist çizim (bilgi amaçlı), amatör çizimler, profesyonel (akademik eğitim almışların elinden çıkan) çizimlerdir” (Albayrak, 2007).

Kısacası moda illüstrasyonu, hazırlanma açısından tek bir nedeni içermemektedir. Kendine yalnızca, giyim sektöründe değil, grafik sanatında da yer bulmaktadır. Her ne kadar grafik tasarımda çok fazla kullanılmak üzere tercih edilmese de tıpkı, teknoloji, grafik sanatlar, teknikler, bunları kullanım alanları gibi unsurlarla aynı şekilde gecikmeli bir fark ediliş ekseninde yer almaktadır.

Moda illüstrasyon çizimleri ile, vücut oranları dahilinde çalışarak, onları değiştirip, abartarak, model çekici hale getirilir. Bu tür çizimlerin kullanım yerleri moda dergileri ve benzer mecmualardır. Bu çizimler moda dergilerinde bir fotoğrafın içinde yer alabilir. Bu görüntüler modelin özelliklerini ya da belirgin hatlarını

vurgulamaya yarayacaktır ki bu tasarımcı için çok önemlidir. Bu nedenle diyebiliriz ki moda illüstrasyon çalışmaları tasarım çalışmalarında ön araştırmalar yapıldıktan sonra, ikinci basamakta yer alır. Moda illüstrasyon çalışmaları yapacak kişide, yeteneğin yanı sıra yaratıcı gücün de var olması gerekir. Bunlarla birlikte siluet hazırlayabilmek için insanın anatomik yapısını çok iyi incelemek de önemlidir. Sağlam anatomik yapı üzerine çizilen siluet, moda çizimlerinde etkili olacağı gerçeği unutulmamalıdır.

Yaratıcı fikirlerin moda illüstrasyon çalışmalarına dönüşebilmesi için çizim defterinin birçok değişik fikirlerle dolu olması gerekmektedir. Vericiden alıcıya mesajın iletilebilmesi için bu çalışmalar gereklidir. Moda illüstrasyonu çalışmaları ürünün reklamını yaparak satışa sunmada bir gerekliliktir. Nitekim, moda illüstrasyon çizimleri direkt (alıcı) müşteriye hitap etmektedirler. Bu çizimlerle giysinin insan üzerindeki duruşu, vücuda oturuşu ve formunu belirlemeye yöneliktir. Gerek giysi çiziminde, gerekse insan yüzü veya eli gibi etkenlerde sanatsal yöne ağırlık verilmelidir. Bu çizimler kumaşın ve desenin giysinin formuna uygun olarak çizilmelidir. Moda figürleri, üstünde giysi modelinin sunulması amacıyla çizilir. Bilinçli olarak çizilen bir moda figüründe çekicilik ve zarıflığın yanında denge, hareket gibi özellikler de bulunur. Artistik ve akıcı çizgiler basit bir giysi modelini bile çekici yapabilir. Ancak bu giysi modeli sağlam ve dengeli bir figür üzerinde güzel görünür. Moda figürü bu açıdan çok önemlidir.

“Akıcı ve kıvrak çizgiler taşıyan canlı modelin verdiği pozun, artistik çizgi ve renklerle kağıda yansıtılması ile iyi ve etkili bir moda figürü elde edilir” (Komşuoğlu vd., ty.:43).

Moda illüstrasyon çalışmalarının özellikleri ise şunlardır:

“Moda illüstrasyon çalışmalarında;

- Model, hareketli bir siluet üzerinde düşünölmeli,
- Çizim son derece artistik tasarlanmalı,
- Siluet ile modelin cinsi birbiriyle uyumlu olmalı,
- Giysinin en çarpıcı özellikleri vurgulanmalı, özellikle istenilen imaj abartılarak çizime aktarılmalı,

- Kalıpların üretim özelliklerinin tüm detayları ile gösterilmesi gerekmez,
- İnsan vücutlarının ölçekli ya da gerekli özelliklerde olması beklenmez,
- Siluet üzerinde istenilen deformasyon yapılabilmektedir. Örneğin spor bir giysi modeli tasarımında spor ayakkabılar ya da kaslı atletik vücutlar çok fazla abartılarak çizilebilir. Bu çizim tarzı modelin dinamikliğini vurgular. Başka bir örneğe omuzlardaki vatkaları vurgulamak için vatkaları olması gerekenden daha geniş çizerek abartabilir ve model üzerinde dikkat vatkalara çekilmiş olur” (Baş, 2004:18)

3.1.2.Grafik tasarımda moda illüstrasyonunun tanımı, yeri ve önemi

Türk grafik sanatçısı, G.Ü. Eğitim Fakültesi öğretim üyesi Mürşide İçmeli grafik sanatı hakkında şunları söylemektedir bir makalesinde, “grafik sözcüğü sanat terimi olarak çok eskiye dayanır. Kökeni eski Yunanca’dan, Latince’den gelir. Anlamı, yazı, resim ve çizgidir ” (Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Yayınları, ty.:61).

Nitekim bir kişiden diğer bir kişiye mesaj aktarmanın ilk basamağı çizimlerdir ve grafik sanatların toplumla iç içe olan tarafı, afişi, tipografiyi, endüstri grafiğini, çevre düzenlemesini, çizgi filmleri ve illüstrasyonu kapsayan grafik tasarımıdır.

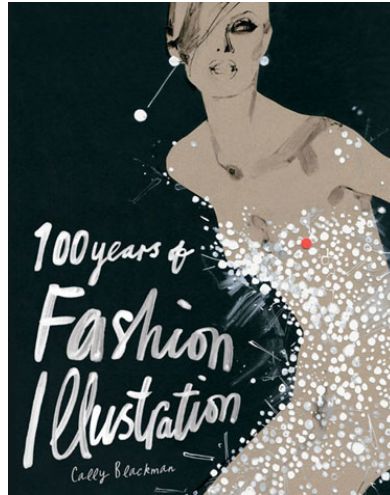
Moda illüstrasyonları reklam sektörüne hizmet ederken karşımıza, raflarda, ürünü sattıran çekici görseller ya da kimi zaman gazete ya da dergilerdeki reklam ilanları olarak çıkmaktadır (**Resim 3.3**).



Resim 3.3 Bir amaşır suyu markası için hazırlanan bir basın ilanı

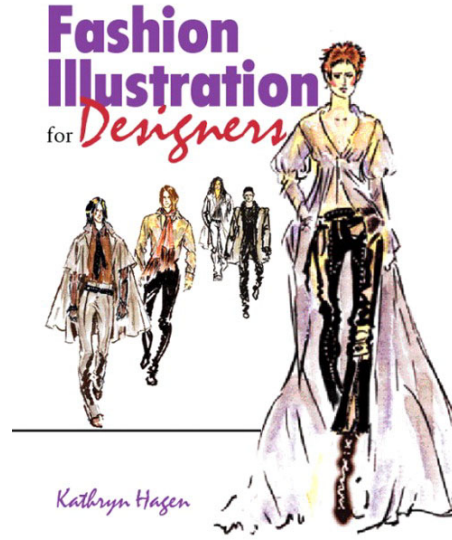
Kaynak: Burda, 1986

Kimi zaman ise dergi ya da kitap kapaklarında kullanılmaktadır. Bu, kitap içerisinde kullanılan bir çalışma ya da yalnızca kapağa özel tasarlanan bir çalışma olabilmektedir (**Resim 3.4**).



Resim 3.4 . Moda illüstrasyonu üzerine bir kitabın kitap kapağı

Kaynak: Chroniclebooks, 2007



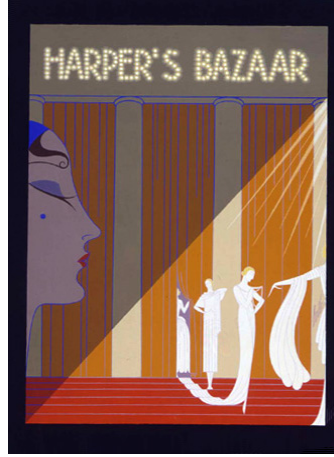
Resim 3.5. Moda illüstrasyonu üzerine bir kitabın kitap kapağı

Kaynak: Prenticehall, 2007

Bu da bize göstermektedir ki, moda illüstrasyonu, salt giysi tasarımı ile ilintili değil, grafik sanatların önemli bir kolu olan illüstrasyon sanatının bir alt başlığıdır.

Kısacası, moda resimleri sadece giysi tasarımlarını dile getirmek amacıyla değil görsel zenginlik ve farklılık açısından da kullanılmaktadır.

Erte ismiyle anılan Rus Romain de Tiroff, ilk moda illüstratörüdür. Erte ünlü modacı Paul Poiret ile tanışmış, I. Dünya Savaşı başında Poiret ile çalışan stilist, savaştan dolayı modaevi kapanınca işini kaybetmiştir. “Bunu izleyen aylarda, Amerikalı modacılar için çizmeye başladı. Bu arada, Harper’s Bazaar dergisine yolladığı çizimleri çok beğenilerek yayınlandı. Desenlerin dergide çıkmasından sonra, Vogue dergisinden teklif aldı. Erte, Harper Bazaar’ la 10 yıllık bir kontrat imzalamıştır. Bu ilişki 22 yıl sürdü. Bazaar dergisinin kapaklarını, giysilerini, aksesuar ve dekorasyon desenleri artık Erte imzası taşıyordu. Daha sonra Erte’nin çizimleri, Ladies Home Journal ve Art et Industrie’de yer aldı” (Dereboy, 2004:111) **(Resim 3.6)**. Kısacası, “moda illüstrasyonu”nu grafik sanatlara kazandıran ilk isimdir.



Resim 3.6. Erte'nin Harper's Bazaar dergisinin kapağı için hazırladığı bir illüstrasyon, Mart, 1931, Tiyatro Tasarımı ve Moda Erte Müzesi

Kaynak: Erte, 2007

Buradan çıkarılacak olan şudur ki; moda illüstrasyonları bu dönem özellikle moda dergilerinin vazgeçilmezleri arasındadır. Dönemin modasını yansıtan moda çizimleri, dergi sahipleri tarafından önemli çizimlere sipariş edilmektedir. Bu uygulamaya Türkiye'de pek rastlanmamakla beraber ünlü Türk moda tasarımcısı Tansu Suay' la yaptığım yazılı bir görüşmede bu konuda şunları belirtmektedir:

“Kimi illüstratörler, çeşitli Dünya markalarının koleksiyonlarının ön taslaklarını hazırlarlar ve bu illüstrasyonlar, koleksiyon tüketicisiyle buluşmadan önce, moda dergileri ve moda konusundaki otoritelere sunulurlar veya moda dergilerinde, trendleri kendilerince yorumladıkları çizimler hazırlarlar” (Suay, 2007) **(Resim 3.7).**



Resim 3.7. Yves Saint Laurent tarafından Harper's Bazaar için yapılmış suluboya bir çalışma, 1986

Kaynak: Drake, 1994

Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi öğretim üyesi Prof. Dr. Betül Atlı kendisiyle elektronik mektup aracılığıyla yaptığım bir yazışmada ise şöyle demektedir:

“Moda illüstrasyonu 1850’lerden sonra makine üretiminin artması, ürün pazarlama ihtiyacı ile moda dergilerinin çıkmaya başlaması ile giysileri tanıtmak, reklamını yapmak amacı ile ortaya çıkmıştır. Fakat şunu da eklemektedir: Her konuda illüstrasyon yerini 1960’lardan itibaren fotoğrafa bırakmıştır” (Atlı, 2007).

İllüstrasyon bir bakıma bir anlatım tercihidir ve istenirse konu, bir hikaye konseptiyle izleyici ya da tüketiciye farklı nesnelere yardımcı olarak sunulabilir. Fotoğraf, hikayeyi anlatmak için -uygun görüldüyse- bir tercih olabilir. Ülkemizde başarılı moda illüstratörleri vardır fakat, sayıları diğer bazı ülkelerdeki kadar olmadığı bilinmektedir. Kreasyon sahibi moda tasarımcıları, eserlerini, pazara sunmadan önce kendi çizimleri ya da bir moda illüstratörü vasıtasıyla çeşitli basılı nesnelere, ilgili insanlara sunmaktadırlar. Eğer giysi, bir hikaye içerisinde ilişkilendirilmiş ve başından beri o serüvende yer alıyorsa ya da illüstrasyon hiçbir şekilde tercih edilmediyse o proje için, bu kıyafet, bir dekor vb. öğelerle beraber – birbirlerinden kopmaksızın ve tıpkı 1940’larda giysileri taşıyan kadın figürlerinin bir dekor içerisinde illüstrasyonla anlatıldığı gibi - bir fotoğraf karesi içerisinde tüketici ile buluşabilmektedir. Kimi zaman, bir dekor ya da hikayeye ihtiyaç duyulmadan, kıyafeti ya da tanıtılan unsur eğer aksesuarsa onu ön plana çıkaran ve sadece bunları taşıyan figür, enstantanede yer bulmaktadır (**Resim 3.8**).



Resim 3.8. Sarar markasının 2008 kış sezonu kreasyonlarından bir kıyafetin tanıtımı için çekilmiş bir moda fotoğrafı

Görüldüğü gibi, grafik tasarım içerisinde moda illüstrasyonu, fotoğrafın icadından sonra bile illüstrasyon sanatının uygulama alanlarına kısıtlama gelmediği düşünülürse, tanıtıcı unsur bağlamında yerini bulmakta, ürünle tüketiciyi buluşturmada bir görev üstlenmektedir.



Resim 3.9. 1959 yılında bir moda mecmuasında yer alan moda ilanı

Kaynak: Antiques, 2007



Resim 3.10. 1929 yılında “Ladies Home Journal” adlı gazetede yayınlanan, dönemin modası olan 3 ayakkabıyı tanıtıcı basın ilanı

Kaynak: Antiques, 2007



Resim 3.11. Ladies Home Journal gazetesinde yayınlanan 1937 yılına ait bir basın ilan

Kaynak: Antiques, 2007



Resim 3.12. Moda çizimlerinin ansiklopedilerde kullanımı

Kaynak: Memo Larousse, 1991

3.2.Geçmişten günümüze moda illüstrasyonundaki değişimler

Modadaki her değişimin moda çizimlerine de yansıdığı için modanın tanımları ve tarihçesiyle ilgili bilgi verildiği açılmıştı. Bu bölümde ise, modanın çizgilere ve tarzlara nasıl yansıdığı görülecektir. Kısacası, moda çizimlerinin tarihteki gelişimine dikkat çekilecektir.

20. yüzyıldan önce yapılan moda figürleri, genellikle gravür tekniği ile basılmıştır.

19. yy. ünlü ressamlarının tablo ve gravürlerinde, giysi modellerinin tüm ayrıntılarıyla işlediği görülür. Tablolarda renk, kumaş ve giysiyi süsleyen öğeler çok iyi belirtilmiştir. Ünlü ressam Albrecht Dürer'in gravürlerinde, bu konuyla ilgili pek çok çalışması vardır. Ancak, bu gravür ve tablolar moda resmi amacıyla yapılmamıştır (**Resim 3.13**).

20. yy. başlarında, moda figürleri genellikle tabii ölçülerde çizilmekte ve sanatsal bir nitelik taşımaktadır.

“1920-1930 yılları arasında, moda figürlerinde sade çizgiler ve normal insan vücudu ölçüleri görülmektedir” (Olgaç, ty.:116). Bu yıllarda, figürler yalnız bir teknikle, stilize edilerek çizilmektedir. Bu figürlerde, çizim teknikleri ve yaratılan tipler birbirine benzemektedir. (**Resim 3.14**)



Resim 3.13. Albrecht Dürer'in bir gravürü

Kaynak: Komşuoğlu, ty.



Resim 3.14. 1920-1930 yıllarından bir figür

Kaynak: Komşuoğlu, ty.

“Bu yıllarda, sanatın modaaya etkisi büyüktür. Mısır Sanatı, Kübik sanat ve dekoratif sanatlar modayı etkilemiştir. La Companelle, Epsom, Longuhamps ve Deauville, dönemin ünlü moda evleridir. Modacıardan ise Vionnet ve Chanel özellikle ilgiyi çekmektedirler. Moda desenlerinde Pollard, Francis ve Lee Erickson’un imzaları görülür (**Resim 3.15, 3.16, 3.17**).



Resim 3.15. Pollard’dan bir moda figürü

Kaynak: Komşuoğlu, ty.



Resim 3.16. Francis’ten bir moda figürü

Kaynak: Komşuoğlu, ty.



Resim 3.17. Lee Erickson’ dan bir moda figürü

Kaynak: Komşuoğlu, ty.

1935’lerde, Windsor düşesi, Bayan Simpson’un saç modeli ve giyim stili de kadınlar arasında moda olur. Bu yıllarda, Schiaparelli, Chanel, Lanven moda evleri ile Mourgue ve Koudine adlı moda kreatörlerinin moda çizgileri ilgi görmektedir” (Komşuoğlu vd., ty.:20-21) (**Resim 3.18, 3.19**).



Resim 3.18. Mourgue'den moda figürü

Kaynak: Komşuoğlu, ty.



3.19. Resim Koudine'den moda figürü

Kaynak: Komşuoğlu, ty.

“1940 -1950 yıllarının moda figürleri ince, uzun ve zariftir. Moda figürlerinin artistik stilde çizimi en üst düzeydedir. Figürler incelendiğinde, çizgilerin zarif olduğu denli hareketli ve karmaşık oldukları da görülür. Figürlerde gözün tamamladığı boşluklar bırakılmış, çalışmalarda çoğunlukla kuru fırça tekniği kullanılmıştır.

1940-1950 yılları arasında moda figürleri ince ve uzundur. Çizgilerde cinsiyet vurgulanmıştır. Yüzde, detaylı çalışmalar görülmektedir” (Komşuoğlu vd., ty.:22).

1940-1950 yıllarında moda silüetleri genellikle dekoru ile birlikte çizilmektedir (**Resim 3.20**).



Resim 3.20. 1940-1950 yıllarında figürler dekorla birlikte çizilmiştir

Kaynak: Komşuoğlu, ty.

“60’ların başları, parlaklığa ve mükemmelliğe dayanıyordu” (Stipelman, 2002:20).

“1960-1970 yılları arasında, çizimlerde abartı dikkati çeker. Bacak boyları uzun, omuzlar geniştir” (Olgaç, ty.:116).

1960 yıllarında 1950’lerin artistik çizgileri göze çarpar. Bu figürler son derece uyumlu ve dengelidir (**Resim 3.21.**).

1960’lı yılların sonları ve 1970 yıllarının başlarında, moda figürleri abartılarak uzun çizilmekte, özellikle bacak boyları çok uzun tutulmaktadır. Mini etek modasının , figürler üstündeki etkisi açıkça görülmektedir (**Resim 3.22.**).

“1970-1980’lerde Antonio’nun illüstrasyonları bize yeni, modern kadının kuralları yıkışını ve kendi üsluplarını nasıl yarattıklarını göstermiştir” (Stipelman, 2002: 10) (**Resim 3.22.**).



Resim 3.21. 1960 yıllarından artistik çizimler **Resim 3.22.** Mini etek modasının moda çizimine etkisi

Kaynak: Komşuoğlu, ty.

Kaynak: Komşuoğlu, ty.



Resim 3.23. Ünlü moda illüstratörü Antonio'ya ait dört çalışma

Kaynak: Antonio, 1995

1970-1980 yılları arasında çeşitli çizim teknikleri kullanılmaktadır. Yalın çizgiler egemendir (**Resim 3.24**). 1975 yılından sonra çizilen bazı moda figürlerinde, baş çok küçük tutulmuştur. Figürlerde, baş, vücudun 1/9 ölçüsündedir. Bu yıllarda

giysiler bol kesimlidir. Üst üste giyilen giysilerde figür iyice abartılarak çizilir (Rüküş modası). Bu stil giysilerle ve daha sonraki yıllarda omuzlara konulan vatkalarla, figürlerde baş çok küçük çizilerek denge yaratılmak istenmiştir.



Resim 3.24. Yıl 1980

Kaynak: Boucher, 1987

Yine 1970'li yıllarda yıllarda, deforme edilerek çizilmiş figürler de görülür. Baş çok küçük çizilmiş, vücut abartılarak geniş tutulmuş, figürlerde çocuksu ve komik bir hava yaratılmıştır (**Resim 3.25**).



Resim 3.25. Abartılarak çizilen figürler (solda) ve yine abartılarak çizilen bir çocuk figürü

Kaynak: Komşuoğlu, ty.

1980-1990 arasında ise, çizimlerde yalınlık ve detaylardan uzaklaşma görülmektedir (**Resim 3.26**).



Resim 3.26. 1970 yılında Pierre Balmain'e ait bir çizim

Kaynak: Marie Claire, 2007

1990-2000 yılları arasında ise, silüet boyları, 1/12' ye kadar uzamış, az çizgi ile ifadenin kuvvetlendirilmesine çalışılmıştır.

Terzi evlerinde kullanılan modellerin figürlerinden de söz etmek gerekirse, bunlar kalın ve hareketsiz figürlerdir. Yalın çizgiler ve düz boyama ile anlatılan bu tür figürlerde, giysi modeli tüm ayrıntılarıyla gösterilir (**Resim 3.27**).



Resim 3.27. 1952 yılı erkek terziler için hazırlanan bir katalogdan

Kaynak: Baş, 2004

3.3. İnsan vücudunda ölçü ve oran

Moda resminde, giysi modelindeki yaratıcılık ne denli önemli ise, modelin sunulduğu moda figürü çizimi de o denli önemlidir. Moda resmi çalışmalarına öncelikle, çeşitli pozlarda insan vücudu desenleri yaparak başlanır. Bu aşamada canlı modelden insan vücudunun ayrıntılarıyla çalışılması, anatomik yapının tanınması,

ölçü ve orana önem verilmesi gerekmektedir. Ancak sağlam bir desen çizme yeteneği kazanıldıktan sonra, moda figürleri çizimine geçilmelidir. Ölçü ve oranlara geçmeden önce insan vücudu hakkında moda illüstrasyonunu ilgilendiren anatomi, kas ve iskelet terimlerine kısaca değinilecektir:

Anatomi; Yunanca kökenli bir sözcük olup, “insan vücudunun dış görünümü, biçimi”dir (Dictionnaire Larousse, 1994:145) ve “insan gövdesinin normal biçim ve yapısını, gövdeyi oluşturan çeşitli organları, bu organların arasındaki ilişkileri inceleyen bilimdir” (Olgaç, ty.:50).

Kas; “kasılmasıyla, vücudun hareketini sağlayan liflerden oluşmuş organ ve bu organın telse dokusudur. Kas lifi, metabolizma tarafından üretilen kimyasal enerjiyi, kas lifçiklerinin uzunluğunu ve yapısını değiştirerek mekanik enerjiye çevirir; böylece kaslar kasılır. Aynı sinir ağı, bir öbek kas lifini veya “oyuncu birimini” yönetir” (Dictionnaire Larousse, 1994:1311).

İskelet; insan vücudunun güç ve direncini taşıyan kemik çatısıdır. Yetişkin bir insanın vücudunda iki yüz altı parça kemik vardır. Kemikler beyazımsı, sert ve dayanıklıdır. Kemiklerin bir kısmı bedenin çeşitli yerlerinde cildin altında hissedilir ve vücut biçiminde şekil verici özelliğe sahiptirler.

İnsan vücudu, üç boyutludur (en, boy, derinlik), (beden, baş, kol ve bacaklar olmak üzere bölümlere ayrılır ve vücut bölümleri arasında orantı vardır. Vücutlar, “kadın, erkek ve çocuk vücutları” şeklinde gruplandırılırlar. Ayrıca vücut yapılarında bireysel farklılıklar görülür.

Vücudun bölümleri arasındaki oranlar, moda silüetinde yaratıcılığı yönlendiren noktalardır. Vücudu doğal bir ölçüyle oranlayarak bölümlere ayırmak gerekmektedir. Ölçülerin hesaplanmasında ise bazı ölçükler direk vücut üzerinden (temel ölçüler), bazıları da oranlama yöntemi (yardımcı ölçüler) ile bulunmaktadır.

Antik Çağlardan beri, sanatçılar insan vücudu için bir ölçü sistemi bulmaya çalışmışlardır. Bu doğrultuda, örneğin Rönesans devrimin büyük sanatçılarından Leonardo Vinci (1452-1519), Michelangelo (1457-1564) ve Albrecht Dürer (1471-1529) vücut oranlarıyla ilgilenmiştir ve buldukları değerleri yapıtlarında kullanmışlardır. Bulunan değerler temel olarak sekizli dağılım yöntemini oluşturmuştur.

Sekizli dağılım yöntemi, insan vücudunun, boy uzunluğu ölçüsünün birimini baş boyu saptar. Normal insan boyu yedi veya sekiz misli baş boyu uzunluğuna eşittir. Bu ölçü, özel boylara ve özel milletlere, tasarımcının estetik zevkine göre değişmektedir. Mısırlıların, Yunanlıların, hatta büyük ressamların boy ölçü kabulü ayrıdır.

Baş-boyun-göğüs, kasık-karın insan vücudunun temel yapısını oluşturur. 1/8 baş uzunluğu, 1/8 çene ucu ile göğüs ucu arası, 1/8 göğüs ucu ile bel arası, 1/8 bel ile kalça arası, 1/8 kalça ile bacak üst yarısı arası, 1/8 bacak üst yarısı ile diz arası, 1/8 diz ile baldır arası, 1/8 baldır ile topuk arası, vücudumuzda ayrılmış olan bölümlerdir.

Kadının oranları erkekten daha kısadır. Kadınlarda, göğüs uçları ve göbek delikleri erkeklerdekinden daha aşağıdadır. Kasıklar, kadınlarda vücudun tam ortasındadır ve kadınlarda, profilden bakıldığında kalçalar, omuz ve baldır hizasından dışarı taşar. “Erkeğin düz omuz çizgisine karşı, kadınınki daha eğimlidir ve erkeğin omuzları daha geniştir. Kadında kalça genişliği, aşağı yukarı kolların bedene bitişik durumundaki genişliğine eşittir. Kadınlarda göğüs kemiği daha kısa ve kavislidir. Erkeğe oranla kadın bedeni daha uzun, bacaklar daha kısadır. Erkek kafatası kadına göre daha büyüktür. Ayak büyüklüğü kadın ve erkekte boş ölçüsü kadardır. Her iki kolun yanlara açılmış durumdaki uzunluğu, o kişinin boyu kadardır” (Olgaç, ty.:50). Omuzdan dirseğe, dirsekten bileğe kadar olan uzunluklar birbirine eşittir. Eller aşağı doğru uzatıldığında, dirsekler bel hizasında, parmak uçları diz ile kalça arasında tam ortaya gelmektedir. Kadın ve erkek vücudunda oranlar ırk, cinsiyet ve fiziksel özelliklere göre de farklılıklar göstermektedir.

Çocuk vücut oranları ise gelişmiş vücut oranlarından farklılık gösterir. Tam boy ile karşılaştırıldığında büyük bir baş, çeneden göbeğe kadar büyüklerinkine benzer uzunluk oranları, tam boy ile karşılaştırıldığında büyüklere oranla daha uzun bir gövde, daha dar bir göğüs kafesi, tam boy ile karşılaştırıldığında kısa boy ve bacaklar görülmektedir.

Vücut tipleri ve özellikleri ise üçe ayrılır ve bunlar; atletik, astentik ve piknik tipleridir. Atletik tipte olan kadınların en karakteristik tarafı, kemik ve kaslarının fazla gelişmiş ve kuvvetli olmasıdır.

Omuz genişliği baş genişliğinin 1,5-2 katı kadardır. Kalın bilekli, büyük el ve ayaklıdır. Deri altı yağ dokusu az, karınları düz ve adalelidir.

Atletik tiplere giysi tasarlanırken; vatkasız, çok küplü, kol üstü biraz içeriden takılmış kollu, çok cepli, “O” ve “V” stili yakalara sahip giysi tasarımları yapmaları önerilmektedir.

Astenik tiplerin, yağ dokuları azdır ve boylarına göre kiloları azdır. Baş yapıları dar, yüzleri ovaldir. Göğüs kafesi uzun ve dar, bacak ve kolları incedir. Omuz ve kalça genişlikleri dar olan astenik tiplerin genellikle boyları kısa olur. Astenik tiplere giysi tasarlanırken sıcak renkli, yumuşak ve tüylü kumaşlarla yapılmış, drapeli, büzgülü pilili, vücuda çok oturmayan kesimli tasarımlar yapmaları önerilir.

Piknik tipler ise, kısa boylu ve geniş gövdeli olurlar. Göğüs kafesleri kısa, geniş ve yuvarlaktır. Bel hatları belirsizdir. Boyunları kısa ve kalındır. Baş yuvarlak ve büyükçedir. Kol ve bacaklar kısa, elleri geniş, parmaklar kısa ve kalındır. Vücutta yağ tabakası fazla, kalçaları geniştir.

Piknik tiplere giysi tasarlanırken; uçları sivri erkek yakalı, önden düğmeli ceket ve bluzları, iki parçalı kolları, kalça hizasında biten ceket ve bluzları, yandan küçük yırtmaçları, bele oturmayan, belde kemeri olmayan, küçük desenli, ince dokulu kumaşlarla yapılmış giysi tasarımları yapmaları önerilir.

3.3.1. Doğal insan silüet çizimleri ile moda silüetlerinin karşılaştırılması

Moda tarihinde çalışılan moda resimleri incelendikten sonra, seçilen bazı figürler kopya yoluyla çalışılmalıdır. Çalışmaya uygun gereçlerle, önce üzerinden birçok kez kopya edilen moda figürleri, daha sonra bakarak kopya edilmelidir. Bu çalışmalarda, kuru kalem, füzen, çini mürekkep, tarama ucu, rapido, alkollü kalem, suluboya, guaj boya kullanılabilir. Bu çalışmadan sonra, doğal ölçülerdeki insan figürü ile moda figürü karşılaştırılır.

“Moda figürleri stilize edilmiştir.Tabii ölçülerdeki insan figürünün boyu, başın yedi buçuk katı iken, moda figüründe bu oran, başın sekiz buçuk katı olur.Bu ideal ölçüdür” (Komşuoğlu vd., ty.:54). Ancak, giysi tasarımcısının ekolüne uygun

olarak bu ölçünün 1/9, 1/10, 1/11, 1/12, 1/13 vb. olarak değişiklik göstermesi mümkündür (**Resim 3.28.**).



Resim 3.28. Moda illüstrasyonunda doğal insan vücudu ölçüleri temaya göre farklılaşabilmektedir

Kaynak: Arturoelena, 2007

“Moda silüetleri ince uzun çizildiğinden doğal ölçülerdeki insan silüetine göre daha zarif, hareketli ve etkileyicidir” (Baş, 2004:39). Kadın silüetleri yumuşak, erkek silüetleri daha sert, çocuk silüetleri ise yuvarlak ve natürel etkiye sahiptir.

Erkek silüeti ideal ölçülerde 8 baş yüksekliğinde 2 baş genişliğindedir. 8 kanon aralığı ve 2 kanon (kanon ve akstan ileriki kısımlarda bahsedilecektir) genişliği olan bir dikdörtgen çizilirse erkek silüetini yerleştirecek bir dikdörtgen elde edilebilir. İster gerçek modele bakarak, ister moda fotoğraflarına bakarak hareket olanakları ve pozları artırılabilir.

Çocuk silüetinde kafa, ayaklar büyük, gövde düz çizilerek uzatma ve inceltme işlemleri ters orantıda gerçekleşir.

3.4.Modanın illüstrasyonunda kullanılan araç-gereç ve teknikler

“Modanın resmi çalışmalarında vermek istenen etki, en iyi hangi teknikte verilebilecekse o teknik uygulanmalıdır” (Olgaç, ty.:88). Teknik aynı olsa da her kişinin tekniği, yorumlayışı farklı olacaktır. Bazı çalışmalarda iki üç tekniği bir arada kullanmak görsel ve ifade zenginliğini sağlayacaktır.

Modanın illüstrasyonlarında, figürün üstündeki giysi kumaşının niteliği de belirtilmesi gerektiği için çeşitli çizgi ve renk çalışmalarıyla kumaşın incelik kalınlık, sertlik, yumuşaklık matlık, parlaklık, ağırlık, hafiflik özellikleri anlatılmalıdır. Kadife, saten, tül, şifon, tafta gibi kumaşlar özelliği olan örneklerdir. Satenin parlaklığı, şifonun hafifliği, kadifenin matlığı, yumuşaklığı, taftanın sertliği özellikle belirgindir. Gelinlik ve çamaşırlar, çoğunlukla, suluboyanın su ile inceltmesi yoluyla boyanır. İnce bir fırçayla da çizgileri konulur. Gece giysilerinde kullanılan kumaşlar, genellikle hafif, uçucu, yumuşak ya da ağır, parlak, ışıltılı etkilerdedir. Bu çalışmalar için suluboya, guaj boya ve ekolin boya kullanılabilir. Günlük ve spor giysilerin çiziminde ve renklendirilmesinde ise, kurşunkalem, alkollü kalem, suluboya, guaj boya, pastel boya ve renkli boya kalemleri kullanılır. Bu gereçler denenerek, kumaşı anlatmada en uygun gereç seçilmelidir.

Saç çalışmalarında ise, kuru fırça tekniği olumlu sonuçlar vermektedir. (Kuru fırça tekniği hakkında, suluboya ile ilgili bölümde yer verilecektir).

Fakat yine de tüm bunlardan en önemlisi “kullanılacak en değerli malzemeler, beynimiz, gözlerimiz ve ellerimizdir” (Stipelman, 2002: 17).

3.4.1.Resim tahtası

Esnemeyen nitelikte tahtadan, 70x 100 cm. boyutlarında, çivi kullanılmadan geçme yöntemiyle yapılmıştır. Tüm resim çalışmalarında resim tahtası kullanılmalıdır. Raptiye ve yapıştırıcı bant ise tüm resim çalışmalarında, kağıdın resim tahtasına tutturulmasında kullanılır.

3.4.2.Kağıt

”Modanın resmi çalışmalarında çok çeşitli kağıtlar kullanılır. Kağıtları iyi tanıma", niteliklerini iyi öğrenmek gerekir. Bu da birçok deneme ile gerçekleşir” (Komşuoğlu vd., ty.:42)

Beyaz, renkli, ince, kalın kağıda, eskiz kağıdına ya da ambalaj kağıdına, parşömen, aydinger, kısacası, teorik olarak her türlü kağıda silüet çizilebilir.

Kağıdın yüzeyi ham maddesine bağlıdır. Moda resmi çalışmalarında kartonlar, fon kağıtları, resim kağıtları (bristol, schohler v.b) özel suluboya kağıtları, grenli (pürüzlü dokuya sahip) kağıtlar kullanılır. Yine moda illüstrasyonu yaparken, kağıdın mat yüzeyi tercih edilmelidir.

İyi ve kaliteli kağıtlar, üretimi sırasında bir yüzüne basılan ve ışığa tutulduğunda görülen filigranından tanınabilirler.

Şöhler resim kağıdı ise, yüzeyi düz, suyu emme özelliği az olan ve daha kalın bir kağıt türüdür. Rapido ile yapılacak çalışmalarda, 200 gramajlı şöhler resim kağıdı kullanılmaktadır.

Fon kağıdı, suyu ve boyayı emici niteliği fazla olan, çeşitli renklerde piyasada satılan kağıtlardır. Guaj tekniği ile yapılan moda resmi çalışmalarında kullanılır.

Parşömen kağıdı, giysi eskizleri hazırlama ve kopya çekme işlemlerinde kullanılan yarı saydam bir kağıt türüdür.

Selofon katları, piyasada renkli ve renksiz olarak bulunan saydam kağıtlardır. Moda resminde, bitmiş işlerin korunmasında, renksiz olanı kullanılır. Resim, renksiz selofan kağıdı ile düzgün ve net olarak kaplanır ve arkasından bantla yapıştırılır.

Pelür ve teksir kağıdı, küçük ölçüde çalışılan giysi eskizlerinde kullanılır. Piyasada genellikle, içinde 400 adet kağıt bulunan paketlerde satılır.

3.4.3.Fırçalar

Tutma yeri ahşap, metal ucuna sıkıştırılarak sabitlenmiş, hayvan kıllarından yapılmış araçlardır. Eni ince uçlu fırça “00” numaradan başlar ve 23-24 numaraya kadar büyür. Fırçalar, sert, yumuşak, yassı ve yuvarlak olarak çeşitlenir. Suluboya veya guaj çalışmalarında yuvarlak ve yumuşak, diğer çalışmalarda yassı, sert, yumuşak fırçalar kullanılmaktadır.

“Yapılacak çalışmaya en uygun fırçayı seçmek gerekir. Büyük yüzeyler, kalın fırçalarla, küçük parçalar, detaylar ve konturlar ince fırçalarla boyanmalıdır. Suluboya fırçası ıslatıldığı zaman tüyleri tek noktada birleşir, çatallaşmaz. Yumuşak

uçlu iyi bir fırça, suya batırılıp çıkartıldığında, elle tutulunca suyu tutmuş olduğu hissedilir” (Olgaç, ty.:88).

Moda resminde, yumuşak, samur ya da benzeri ucu olan, iyi nitelikli fırçalar kullanılmalıdır. Bu tur fırçalar suluboya, guaj boya, ekolin boya çini mürekkebi ile yapılan çalışmalarda kullanılmaktadır.

Su ile eritilen boyaları kullanırken temiz bir su kabı, temizlik için sünger, yapıştırıcı bir bant ve raptiye fırça kullanılması gerekebilmektedir. Yapıştırıcı bantlar; suluboya ve guaj boya ile yapılan moda resmi çalışmalarında, kağıdın dalgalanmasını önlemek için yapılan gerdirme işleminde (kağıdın ütülenmesi) kullanılır.

3.4.4.Kalemler

“Moda silueti çalışmalarının en pratik tekniği çizerek resmetmektir” (Baş, 2004:28).

Bu teknik, düz yüzeyde çizgi olarak iz bırakan her araçla uygulanabilir. Kurşun kalem, tükenmez kalem, dolma kalem, rapido, mürekkep, keçe uçlu kalem moda resimlerinde kolaylıkla uygulanabilir niteliktedirler.

Moda resminde, çeşitli çalışmalar için çeşitli kalemler kullanılmaktadır. Bu kalemler birçok deneme ile tanındıktan sonra moda resmi çalışmalarında kullanılmalıdır. Silgi ise yardımcı malzeme olarak, silmek veya farklı dokular elde etmek amacıyla çizerin yanında bulunmalıdır.

Kurşunkalemler, sert, yumuşak ve orta uçlu kalemler olarak üç grupta toplanırlar. Moda resmi çalışmalarında genellikle yumuşak uçlu olanlar kullanılır (1B, 2B, 3B, 4B, 5B, 6B).

“Sert uçlu olanlar yani H grubu kalemler ise illüstrasyonlarda dikiş izleri gibi birçok detay için kullanılır” (Lafuente, 2006:161)

Boyalı kalemler, piyasada 12 ya da 24’ lü kutular içinde satılan kalem türü kuru boyalar da moda resmi çalışmalarında çok kullanılır.

Alkollü kalemler, çok çeşitli renkleri olan keçe uçlu kalemlerdir. Yapısında boya maddesi ve alkol bulunan bu kalemlere flomaster de denilmektedir (“Keçeli kalemler” kısmında ayrıntılı bahsedilecektir).

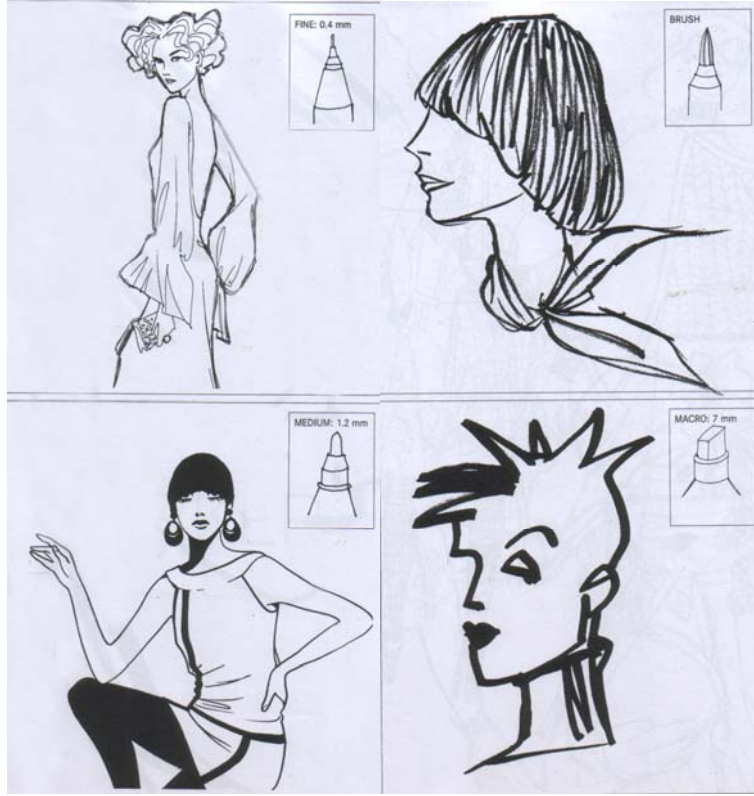
Füzen, kalın uçlu bir kalem gibidir. Kömürleşmiş söğüt dalından yapılmaktadır.

Rapido, sap ve uçtan oluşan özel mürekkepli bir kalemdir. Çeşitli kalınlıklardaki uçlar, sapa takılır. Rapido uçlarla her yönde çizim yapılabilir.

Tarama ucu, ince çizgi bırakan metal bir uçtur. Sapa takılarak ve mürekkebe batırılarak kullanılır.

Keçeli kalemlere ise, “Marker” veya “Flamaster kalem” denilmektedir. Kullanımı kolay, çabuk kuruyan etkisi sert bir malzemedir. Çeşitli kalınlıkta uçları bulunan keçe kalemlerde değişik renklerin yanında, fosforlu, yıldızlı, simli olanları da bulunmaktadır (**Resim 3.29**). Hafif mat ve emici kağıtlar üzerinde çalışılır. Çabuk kurur, saydam ve mat tonları vardır. Moda resmi çalışmalarında tercih edilen bir tekniktir. Detay ve kontur çalışmalarında, artistik çalışmalarda ve teknik çizimlerde kullanılmaktadır (**Resim 3.30**).

“Kuru boya, toz pastel, guaj gibi malzemelerle birlikte kullanılabilir. Su kabı ve fırça gerektirmezler. İyi sonuç almak için özel olarak üretilen yarı saydam marker kağıtları kullanılmalıdır. Su esaslı ve alkol esaslı olmak üzere iki tipte üretilen keçeli kalem ve markerlerin en popüler olanı, kesik uçlu tipleridir” (bolbilgi, 2008).



Resim 3.29. Farklı uçlarda keçeli kalemlerle yapılmış moda çizimleri

Kaynak: Lafuente, 2006



Resim 3.30. Marker kalem ile uygulama

Kaynak: Takamura, 1992

3.4.5.Boyalar

“Boyalar, renk özüne çeşitli maddeler katılarak, çeşitli amaçlarla kullanılan, renk verir nitelikte olan resim gereçleridir. Suluboya, guaj boya, pastel boya, ekolin boya, resimde en çok kullanılan boya türleridir” (Komşuoğlu vd., ty.:42).

Renkli çini mürekkepleri, şişe içinde sıvı olarak satılır. Moda resmi çalışmalarında, daha çok renklileri kullanılan çini mürekkebinin, siyahı da birçok resim çalışmasında kullanılmaktadır.

Yaldız, kreasyon ve modernizasyon çalışmalarında kullanılır. Sarı ve beyaz yaldız piyasada toz katı, sıvı ya da krem türünde bulunur.

3.4.5.1.Kuru Boya

“Kuru boyanın ucu yumuşak olmalı, kullanılan kağıtlar, sağlam ve mat yüzeyli olmalıdır ” (Olgaç, ty.:89). Grenli suluboya kağıtları, yüksek gramajlı kağıtlar, beyaz resim kağıtları kullanılır.

Renkler üst üste sürülebilir ve küçük yüzeylerin ve detayların renklendirilmesine çok uygundur. Moda resmi çalışmalarında, detay çalışmalarında, tüm kumaş, giysi, siluet, aksesuar, kontur, renklendirilmelerinde kullanılan pratik bir tekniktir.

3.4.5.2.Pastel Boya

“Yağlı pastel ve yağsız pastel olarak iki türü bulunan pastel boyalar, tebeşir biçiminde olup kuru çalışılır” (Komşuoğlu vd., ty.:43) (**Resim 3.31**). “Pastel boyadaki rengin gücünü, boya maddeleri ile karıştırılan tebeşir oranı belirler. Böylece her rengin çok sayıda tonu elde edilebilir. Kutularda yumuşak ve sert olmak üzere iki cins olarak satılmaktadır” (Olgaç, ty.:89). Yüksek grenli, gramajı yüksek resim kağıtlarına, suluboya kağıtlarına, beyaz resim kağıtlarına, fon kağıtlarına mukavva ve kartonlara çalışılmaya uygundur. Pastel boya, renkleri üst üste sürme, kazıma, gazlı terebentinli pamukla dağıtma ve diğer tekniklerle çalışma olanağı sağlar. Kuru pastelle saydam, dumanlı, sisli etkiler sağlanmaktadır.

Güçlü ve enerjik bir etki veren teknikte, ışık pırıltılarının etkisi çok iyi verilir. Kağıt dokusunun dışında, boya yüzeyi ile de doku elde edilir. Kuru pastel üst üste sürülmez, yağlı pastel üst üste sürülebilir. Boyanacak yüzeydeki renkleri

kaynaştırmak için, parmakla müdahale edilebilir. Böylece amaca uygun cilalı gibi görünen bir yüzey elde edilir (Eğer fazla ovalanırsa donuk ve eski görünümlü bir yüzey oluşur). Çalışma bittikten sonra, elle fazla temas ettirilmemeli, resim aralarına kağıt koyarak korunmalıdır.

Pastel, kalın uçlu bir gereç olduğundan ayrıntılı çalışmalar yapılamaz. Artistik çalışmalarda, deri, süet, güderi gibi yüzey çalışmalarında kullanılan tekniktir.

Bunun yanında moda resimlerinde “özellikle, tiftik, angora ve kaşmirin dokusunu belirtmek için kullanılır (**Resim 3.32**). Türüne göre yumuşaklık ve sertliğinin verdiği fırsatlarla makyaj resimlemelerinde kullanılırlar” (Lafuente, 2006:136) (**Resim 3.33**).



Resim 3.31. Pastel boya çalışması

Kaynak: Olgaç, ty.



Resim 3.32. Ceket, angora, pastel ile belirtilmiş

Kaynak: Lafuente, 2006



Resim 3.33. Makyaj resimlemesine bir örnek

Kaynak: Lafuente, 2006

3.4.5.3.Suluboya

“Su ile inceltilen, kapatıcı özelliği olmayan boyalardır” (tuvalim, 2008). Moda resmi çalışmalarında sıkça kullanılan bir tekniktir (**Resim 3.34**).

Tüplerde krem halinde, kutularda sert plakalar şeklinde satılmaktadır. Suluboya çalışmalarında, suluboya kağıdı, beyaz resim kağıdı, açık renk fon kağıdı kullanılır. Büyük numaralı fırçalar fon boyamalarında, geniş yüzeylerde kullanılır. Küçük numaralı fırçalar ince detaylarda ve kontur çizimlerinde kullanılmaktadır.

“Moda resmi çalışmalarında sulu boya tekniği; şeffaf ve ince kumaşların, giysilerin boyanmasında, şeffaf aksesuar ve taşların ışıklandırılmasında, silüetin boyanmasında, arka fon olarak veya tek başına kullanılır” (Olgaç, ty.:91) (**Resim 3.35**).

“En açık ton ile tenin rengi çalışılır. Daha sonra kıyafet üzerindeki dokuya zemin hazırlayan tende kullanılan daha koyu bir tonlama ile boyama yapılır. Son olarak, en koyu ton ise, kumaş üzerindeki desen, gölgeler, katlama yerleri ve kırışıklıklar etüt için uygulanır” (Lafuente, 2006:115).

Suluboya tekniği ile sa çalışmaları yapılabilir. Sa çalışmalarında, kuru fıra⁵ tekniği kullanılır (**Resim 3.36**).



Resim 3.34. Suluboya ile hazırlanmış moda illüstrasyonları

Kaynak: Olgaç, ty.



Resim 3.35. Tül dokusu

Kaynak: Lafuente, 2006

⁵ Kuru fırça tekniği, boyalı fırçanın kağıda sürüldükten sonra, nemli boyanın fırçanın kıllarıyla silikleşmesiyle iz bırakması sonucu ortaya çıkan bir tekniktir.



Resim 3.36. Kuru fırça tekniği kullanılmış bir çalışma

Kaynak: Komşuoğlu, ty.

3.4.5.4. Guaj Boya

“Tempera”, “Designer’s Colour”, “Poster Colour” gibi adlarla anılan bütün boya türleri, guaj kategorisinde yer almaktadır” (Becer, 1997:217).

“Mat bir biçimde kurur ve kapatıcı güçleri vardır” (artacademy, 2008).
“Suluboyadan, kapatıcı özelliği ile ayrılır” (Komşuoğlu vd., ty.:43).

Krem halinde kavanozlarda tüplerde ve kutu içinde plaketer halinde satılmaktadır. Her cins kağıt, guaj çalışma tekniğine uygundur. Yine de çok parlak ve çok ince kağıt üstünde çalışmak zordur. Guaj tekniği karton, kumaş, renkli fon kağıtlarına, resim kağıtlarına çalışılmaktadır.

Guaj boya çabuk kurduğundan sonuç çabuk görülür. Boyamada açıktan koyuya doğru sıralama yapılır. Bir rengin üstüne diğer rengi sürerken, altındaki rengin kuruması beklenmelidir.

Moda resmi çalışmalarında; kalın kumaşların boyanmasında, kürk ve derilerin dokularının ifade edilmesinde, aksesuarların, silüetlerin boyanmasında fon boyamalarında, kontur ve detay çizimlerinde guaj tekniği kullanılır.

3.4.5.5. Lavi

“Sulandırılmış tek renkle ya da mürekkeple yapılan çalışmadır ve suluboya tekniğine yakın bir tekniktir” (gorselsanatlar, 2008).

Suluboya gibi çalışılır. Emici, mat, gramajı yüksek ve grenli dokuda olan kağıtlara, yumuşak uçlu fırçalarla uygulanır. Önce kuru kalemle desen çizilip sonra laviye geçilebilir ya da direk uygulanabilmektedir. Açıktan koyuya doğru çalışılmalıdır.

Moda resmi çalışmalarında, diğer tekniklerle beraber giysi renklendirmelerinde, fon boyamalarında, artistik çalışmalarda, ışık-gölge etkisi verilmek istenen yerlerde, lavi tekniği kullanılır.

3.4.5.6. Akrilik (Acrylic)

“Akrilik boya, su ve akrilik reçinesi karışımı ile elde edilmiş sentetik bir bağlayıcı ile yapılan plastik bir boyadır” (Olgaç, ty.:93). Akrilik boya, yağlı boya, sulu boya ve guaj boyamanın teknik özelliklerine sahiptir. Su ile çalışılan akrilik boya, çok çabuk kurur ve sulu boya gibi saydam, yağlı boya gibi kapattıcıdır. Suda çözünme, kolay kullanım, eskimeye karşı dayanırlılık akrilik boyanın tercih edilmesinin sebeplerindendir.

Teknik olarak fırça ve spatülle çalışılabileceği gibi pistole (airbrush) ile püskürtülerek de çalışılabilme olanağı vermektedir. Akrilik boya, kağıt, karton, tuval, tahta, vb. her tür yüzeye uygulanabilmektedir.

“Tüp veya cam şişlerde satılan akrilik boyalar, guaj boya gibi örtücü, sulu boya gibi saydam ve yağlı boya gibi kalın tabakalar halinde kullanılabilir olması, illüstratörlerin tercih etmesinde önemli bir etkendir” (Evrans, 2000:33).

3.4.5.7. Airbrush (Püskürtme)

“Püskürtme tekniği, genellikle moda silüetlerinde fon yapmak için kullanılır” (Baş, 2004:31).

“Mürekkeple dolu bir kalemin, hava üfleyen bir motora bağlanmasıyla elde edilmiş bir makinedir. Hava kalemin içine üflenir ve mürekkep bu sayede resim

yüzeyine püskürtülür. Havanın püskürtme gücünü değiştirerek airbrush'tan farklı etkiler elde edilebilir” (**Resim 3.37.**) (artacademy, 2008).

Küçük yüzeylerin ve ince ayrıntıların boyanmasında, iğne kalınlığı 0,15 mm olan kalemler kullanılır. Bu tür kalemlerin gövdesi üzerinde yarık biçiminde bir boya haznesi bulunur. Büyük yüzeylerin boyanmasında ise, 0,30 mm ile 0,50 mm arasında değişen cam ya da kalem ve tabancalardan yararlanır. Püskürtme tekniğinde kullanılan yüzeyler, düz, kalın ve boya emici özelliklere sahip karton ve kağıtlar olmalıdır.

Airbrush tekniği moda resmi çalışmalarında; geniş yüzeylerin renklendirilmesinde ve artistik çalışmalarda kullanılır.



Resim 3.37. Airbrush teknikli bir çalışma

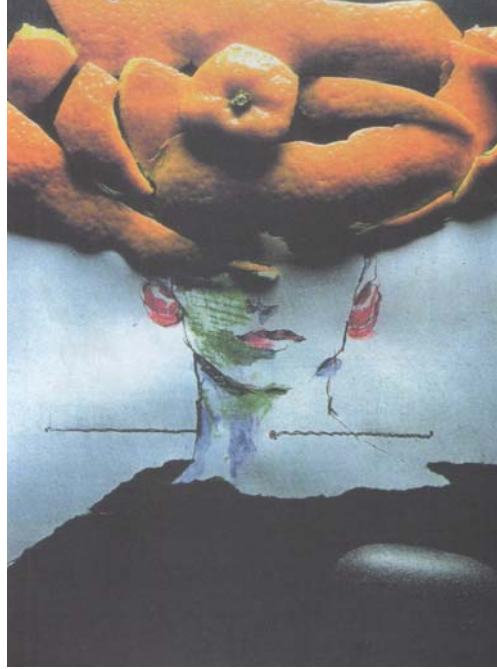
Kaynak: Olgaç, ty.

3.4.6.Kolaj

Kağıt, karton veya herhangi bir sert veya düz malzeme üzerine, değişik malzemelerin yapıştırılması ile meydana getirilen çalışma tekniğidir. Burada amaç, istenilen etkiye uygun malzemeyi seçmektir.

“Yüzeyde çizilen desen, renkli kağıtlar, kumaş, deri v.b. malzemelerin yapıştırılması ile oluşturulur” (Olgaç, ty.:92) (**Resim 3.38.**)

Moda resmi çalışmalarında; artistik çalışmalarda, çalışmanın amacına uygun olarak vurgulanmak istenen yüzeylerde kolaj çalışması yapılır. Diğer çalışma teknikleri ile beraber uygulanabilmektedir.



Resim 3.38. Kolaj çalışması

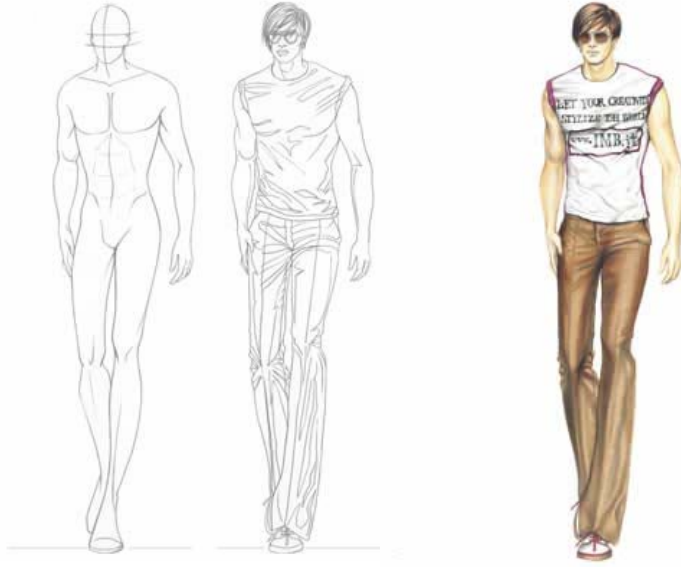
Kaynak: Olgaç, ty.

3.4.7.Dijital ortamda renklendirme

Bilgisayarın hayatımıza girmesiyle, çizimler artık çeşitli programlar sayesinde renklendirilebilmekte, formu, dokusu istenilen şekilde uygulanabilmektedir (**Resim 3.39**).

Bunun yanında farklı sitelerde değişik silüet giydirme için kullanılan hazır şablonlar bulunmakta, bu da özellikle mesleğe yeni başlayanlar için kolaylık sağlamaktadır.

Son olarak, karışık teknikle yapılan çalışmalar ise, birbiriyle uyumlu istenilen tekniğin birlikteliği ile oluşturulan renklendirmelerdir (**Resim 3.40**).



Resim 3.39. Dijital ortamda renklendirme oluşturulmuş çizimler

Kaynak: fashiontechniques, 2008



Resim 3.40. Karışık teknikle çalışma

Kaynak: Olgaç, ty.



Resim 3.41. Karışık teknikle hazırlanmış bir moda illüstrasyonu çalışması

Kaynak: Olgaç, ty.



Resim 3.41.a. Karışık teknikle silüet renklendirme

Kaynak: Olgaç, ty.



Resim 3.42. Valentino Couture için bir reklam kampanyasından çalışma.Suluboya ve pastel, 1984, Tony Viramontes

Kaynak: Drake, 1994

Erol Albayrak, kullandığı teknikler hakkında şunları söylemektedir: “ten rengini vermek için ten rengi kuru kalem ya da kuru pastel kullanırım. Sulu ve kuru boyayı karıştırarak bunları kürkte kullanıyorum. Kadifeyi yağlı pastelle belirtiyorum. Parlak zeminli kağıtlarla çalışıyorum. Canson kağıt kullanmıyorum. Düz, yarı parlak kağıt tercihim” (Albayrak, 2007).

Tansu Suay ise: “Karakalem çalışmalarda veya eskiz çalışmalarında, özel kağıt kullanımı gerekmez fakat renkli illüstrasyonlar söz konusu olduğu zaman, bunlar için özel olarak hazırlanmış, parlak yüzeyli ve boyanın içine çabuk nüfuz ettiği fakat aynı zamanda, çizime çeşitli efektler vermenize de olanak tanıyan kağıtlar kullanılmalıdır. Letraset, bu konuda Dünya çapında en çok tercih edilen markadır. İllüstrasyonları renklendirirken çoğunlukla Marker ve su bazlı kuru kalemler kullanılır. Pantone ve Yoken gibi marker markaları, zengin renk alternatiflerine sahiptir. Bu boya kalemlerinin özelliği,son derece canlı ve net renklere sahip olmalarının yanı sıra, Color blender (boyaların birbiriyle kaynaşmasını sağlayan renksiz boya) yardımıyla, sınırsız efekt ve renk yakalanabilmesine olanak

tanılmaktadır. Çeşitli kumaşları belirtmek için kullanılan farklı bir malzeme yoktur, önemli olan kullanmış olduğunuz tekniktir. Transparan bir şifon kumaş görünümü vermek için, öncelikle teni renklendirir, sonrasında da üzerinden kumaş için belirlediğiniz renkle geçersiniz ve bu sizin transparan bir kumaş görünümü elde etmenizi sağlar. Beyaz bırakılan alanlar, ışığı göstermek için kullanılır, gölge verilecek kısımlar ise, marker'le birlikte çok çabuk ve kolay kaynaşan su bazlı kuru boyalarla renklendirilir. Kürk ve benzeri kumaş örnekleri içinde, ince uçlu marker ve su bazlı kuru boya kullanımı en doğrusudur. Özellikle vurgulanmak istenen detaylar ise artliner olarak bilinen çok ince uçlu kalemlerle belirtilir” (Suay, 2008).

3.5. Moda resminde uygulama yöntemleri ve silüete giysi giydirme

teknikleri

3.5.1.Silüet hakkında genel bilgi

Fransızca “silhouette” kelimesinden gelmiştir. “Gölge biçiminde profil” (Baş, 2004:7) , silüet diye adlandırılır.

“Silüet, bir şeyin dış çizgileri olarak tanımlanmaktadır. Moda resmi çalışmalarında “ moda figürü” olarak da tanımlanır” (Olgaç, ty.:116).

Bir başka tanımlama; “bir nesnenin yalnızca kenarları çizilerek yapılan resmi” şeklindedir. Tasarımcı tarafından biçimlendirme veya dış hatların belirlenmesi şeklinde ifade edilen moda çizimidir. Farklı silüetler uygulanan kesim kullanılan meteryal ve aksesuar değişimi ile elde edilebilir. Silüet moda değişimleri ile paralellik gösterir.

Moda illüstrasyonu çalışmalarında, giysi modelindeki yaratıcılık ne kadar önemli ise, modelin sunulduğu moda resmi de bir o kadar önem taşımaktadır. Moda illüstrasyon silüet çalışmalarına öncelikle, çeşitli pozlarda insan vücudu desenleri yapılarak başlanır. Bu aşamada, canlı modelden insan vücudunun ayrıntılarıyla çalışılması, anatomik yapının tanınması, ölçü ve orana önem verilmesi gerekir. Böylece sağlam bir desen çizme yeteneği kazanıldıktan sonra, moda silüetleri çizimine geçilebilmektedir.

“Tasarım aşamasında, kumaşı ve diğer tasarım detaylarının gösterilmesinde, temel olarak ele alınan bir öğedir silüet. Tasarımcı kumaşına ve tasarlayacağı giysiye

göre silüetini çizer ve hayalindeki giysiyi bu form üzerinde giydirir” (Çakar vd., 2003:27). Giysi tasarımcıları genellikle, doğal vücut silüeti, ince vücut silüeti ve özel giysiler için silüetleri kullanmaktadırlar.

Doğal vücut silüetleri, tasarımcıların giydirmekte oldukça kolay buldukları bir vücut formudur. Silüette dekoratif tasarım yapmak oldukça uygundur. Asimetrik çizimlerde kullanımı kolaydır ve iki boyutlu tasarımlarda iyi sonuç vermektedir.

İnce vücut silüetleri ise, oldukça dar bir silüet formudur. Kuplu ve pensli giysi tasarımında tercih edilmektedir.

“Çocuk, genç kız, kadın ve erkek figürleri birbirinden ayrı çizgilerle anlatılır. Genç kız figürü, ince ve hareketlidir. Baş ve yüz yuvarlak, çocuksu çizilir. Çocukların ölçü ve oranları da büyüklere oranla çok ayrıdır. Çocukta boy ölçüşü, yaklaşık olarak başın dört katı oranındadır. Baş büyük, bacaklar kısa, çizgiler sevimli ve yuvarlaktır. Kadın figürü ince, uzun ve zarif anlatılır. çizgilerle yumuşak ve yuvarlak etki sağlanmalıdır. Erkek figüründe ise çizgiler kararlı ve serttir. Yumuşak, kadınsı etkiden kaçınmalıdır” (Komşuoğlu vd., ty.:59).

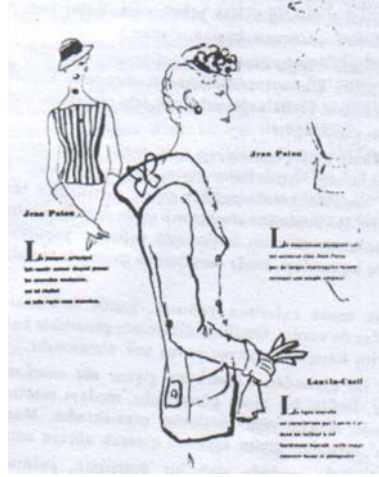
Moda illüstrasyonunu yapmadan önce iyi bir silüet elde etmenin bilinmesi gerekmektedir ki daha sonra figüre, giysi ve aksesuarları eklenerek moda illüstrasyonun tamamlanması sağlansın.

Tüm bunlarla beraber, moda silüetinin iki amaçla yapıldığını da belirtmek gerekmektedir. Bunlardan biri ısmarlama giyim, diğeri ise hazır giyimdir.

“Gerek ısmarlama gerekse hazır giyim için model çiziminde, bazı ortak kurallar vardır. Moda resmi çalışmaları içinde giysi ve aksesuar modelleri hazırlanırken, modelin bütününde sağlanması gereken uyum son derece önemlidir. Eğer bir giysi ve aksesuar bütününde, parçalar arasında uyum sağlanmışsa, giysi; hem teknik, hem de estetik açıdan değer kazanmış demektir. Bu uyum; birlik, hareket ve denge öğelerinin birlikte düşünülmesi ile sağlanır” (Komşuoğlu vd., ty.:59). Giysinin işlevi belirlendikten sonra, diğeri özellikler de tespit edilir. Böylece giysi modelinin çizilmesine geçilmiş olur.

“İsmarlama giyim için çizilen moda silüetleri sanatsal bir nitelik taşır, çizgiler artistik, akıcı ve hareketlidir. Yalın çizgilerden çok coşkulu çizgiler göze çarpar.

Önemli olan yaratılmak istenen etkidir. Ünlü moda evlerinin modelleri bu yöntemle çizilir. Moda evleri kreatörleri çizgi özellikleri açısından kolayca tanınırlar. Her kreatörün kendine has bir çizim tekniği vardır” (Baş, 2004:134). Bu moda kuruluşlarının moda desenlerini ünlü kreatörler çizmektedir. Moda evleri, koleksiyonlarını mevsim başlarında defileler yaparak tanıtırlar. Mevsimin genel çizgileri, renkleri, kumaşları, moda dergileri ve gazeteler aracılığıyla modayla ilgilenen bütün ülkelere iletilir (**Resim 3.43**).



Resim 3.43. 1955 yılından, ısmarlama giyim için çizilmiş artistik figür ve giysi örneği

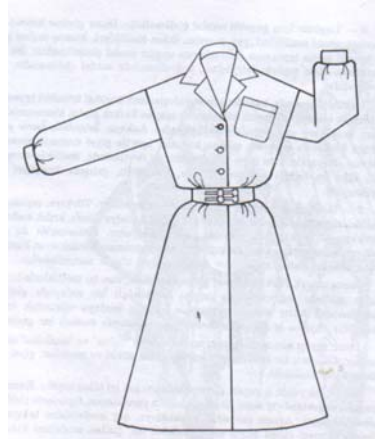
Kaynak: Komşuoğlu, ty.

ısmarlama giyim için model çiziminde düşünülmesi gereken özellikler şöyledir:

- Uzun-kısa beden boyu
- Geniş-dar kalça
- Büyük-küçük göğüs
- Geniş-dar omuz
- İnce-kalın bel
- Uzun-kısa bacak boyu
- Büyük karın

—Yuvarlak sırt gibi vücut özellikleri göz önünde bulundurularak, kusurları gizleyecek modeller çizilmelidir. Mesela; kısa bir beden boyu, bluzan bir modelle saklanabilir.

Hazır giyim silüetlerinde kullanılan çizgiler ise yalın ve basittir. Modellerde ayrıntıya önem verilir. Artistik çizimler yerine, yapılan çizimlerin kalıpcıya yol göstermesi açısından yalın ve anlaşılır olması gerekmektedir. Giysi modelleri, gerekli ayrıntılarıyla ve yalın çizgi tekniğiyle çizilmelidir. Çizilen model, giysinin özelliklerini en açık biçimde anlatmalıdır. Giysi modeli çizgisel anlatımla da çizilebilir (**Resim 3.44.**). Bunun yanında, hazır giyime, çizgiyle hizmet edebilmek için “elin resim yeteneğine” yatkın olması yeterli olmaktadır.



Resim 3.44. Çizgisel, yalın anlatım

Kaynak: Komşuoğlu, ty.

3.5.2.Silüet hazırlama yöntemleri ve silüete giysi giydirme

Silüet hazırlama ile ilgili bilgi vermeden önce silüet hazırlama ile ilgili kavramlara dikkat çekmek gerekmektedir:

Silüet kelimesinin tanımına önceki bölümlerde yer verilmiştir. Silüet hazırlamada çizimcinin sahip olduğu özelliklerden biri de stildir.

Stil, üslup, tarz anlamına gelip, her tasarımcının kendine özgü silüetleri yorumlama biçimi vardır ve bu, “o tasarımcının stili” şeklinde yorumlanmaktadır.

Yine silüetle ilgili bir kavram da deformasyondur. “Deformasyon, deforme etme, yani bir formun aslı aynı kalarak değiştirilmesi, farklılaştırılmasıdır” (Baş,

2004:7). Moda silüetleri için, silüetlerin hareket yönünü abartarak, kas ve iskelet yapısına, çizenin yorumunu katarak çalışmasıdır.

Orantılı çarpıtma da şudur: “Belirli açılardan vücutlar çizildiğinde, silüetlerin orantıları çarpık görünür” (Baş, 2004:8). Örneğin, kuşbakışı, sıradan silüetlerin daha etkili ve görkemli görünmesi için kullanılabilir.

Daha önceki bölümde, giysi tasarımında kullanılan tasarım öğeleri arasında almıştı dokuyu. Silüetle ilintili haliyle doku kavramı ise şu şekilde açıklanır:

“Yüzeyleri ne tipten olursa olsun (cam, metal, ahşap vb.) dolguyu oluşturan parçalar tekrarlama yoluyla bağlantı kurulur. Burada dokuyu oluşturan parçalar, tekrarlama yolu ile aynı ölçü ya da aynı yönde hiçbir değişikliğe uğramadan sıralanır veya tekrarı izlenebilecek şekilde kendi içinde yön değiştirir. Moda silüetleri yorumlanırken, seçilen temaya uygun bir birim ele alarak, silüetlerin dokusu görüntüde yer alabilir” (Baş, 2004:13). Örneğin, deniz konusu tema olarak seçildiğinde, su damlası görüntüsü silüetlerde oluşturulur. Ya da resimde limon konusu tema olarak seçilip silüete yansıtılabilir (**Resim 3.45.**).

“Moda resminde, doku, özellikle kumaş türlerinin anlatımında önem kazanır. Moda figürü üzerinde giysi modeli sunarken, modeli tüm ayrıntılarıyla birlikte düşünme zorunluluğu vardır. Mesela, bir montta kürk yaka düşünülüyorsa, model çiziminde kürk dokusunu vermek gerekir” (Komşuoğlu vd., ty.:72) (**Resim 3.46.**).

Bir gelinlik modeli çizerken, tül ya da dantel dokusunu, bir gece giysisindeki şifon kumaşın uçucu hafifliğini, tayyörde kullanılacak tüvit kumaşın doku karmaşıklığını anlatmak gerekir. Ayrıca model çiziminde giyimi tamamlayan şapka, çanta ayakkabı, kemer vb. aksesuarların anlatımı da önemlidir. Mesela, örgü bir başlık, örgü bir kazak, fötr bir bere ya da özelliği olan bir deriden çanta ve ayakkabı modeli, dokusuyla birlikte düşünülürse daha etkili olmaktadır (**Resim 3.47.**).



Resim 3.45. Bu siluette limon dokusu kullanılmıştır

Kaynak: Baş, 2004



Resim 3.46. Montta deri ile karışık kürk dokusu etüt edilmiştir

Kaynak: Komşuoğlu, ty.



Resim 3.47. Kazakta örgü dokusu etüt edilmiştir

Kaynak: Komşuoğlu, ty.

Etüd, “siluet çizimi için seçilen canlı modelin, ışık-gölge, açık-koyu ve ton değerleri ile modelin karakter özelliğini yansıtacak biçimde fotografik anlamda çizimi” (Baş, 2004:14) ne denir.

“Eskiz, ön hazırlık çalışmasıdır. Moda illüstrasyonunda çizilmek istenen silüetlerin kağıt üzerinde taslak çizimlerine de eskiz denmektedir. Tasarımcı, çalışacağı konuyu saptadıktan sonra, çalışmalarını sırasında aktüel tekstil ürün ve aksesuar kataloğu, renk skalaları ve eskiz dosyasına gereksinim duyar. Eskiz de işte tam bu noktada, silüetin düşüncedeki halinin görünümü olarak yer alır” (Baş, 2004:14).

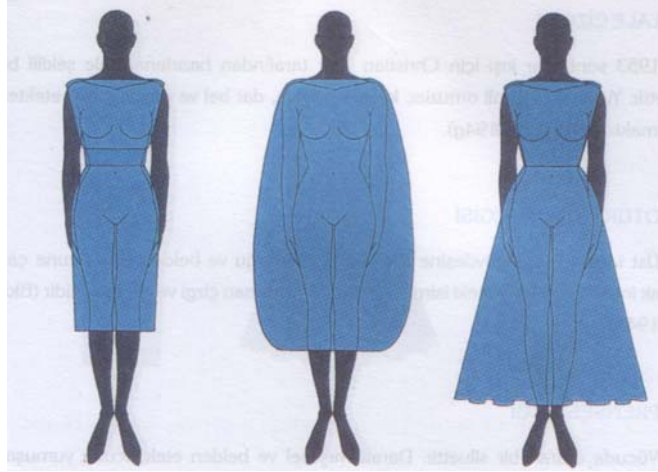
“Çizgi ve renk de moda resminin önemli iki ögesidir. Bir modacı için, hazırlayacağı giysinin modeli ne denli önemli ise, kullanacağı kumaşın ve aksesuarın rengi de o denli önemlidir. Bugünün moda dünyasında çizgiler gibi renkler de kısa sürede değişmektedir. Sürekli yenilik arayan modacının, renk kaynakları da çeşitlidir. Çoğu kez modacı, renk esinini tabiattan alır. Bunun yanı sıra, ünlü bir ressamın tablosundaki renklerden ya da toplumu ilgilendiren olaylardan da

esinlenebilir. Örneğin, petrol rengi, 1980 yılındaki petrol bunalımı olayından kaynaklanır” (Komşuoğlu v., ty.:86).

Moda resmi uygulamalı renk çalışmalarında, renk verici her türlü gereç, boyalar, renkli kalemler denenmeli ve araştırılmalıdır. Böylece her gerecin anlatım imkanları tanınmış olunur ve hangi çalışmada, hangi gerecin kullanılacağını seçmek kolaylaşır.

Çizgi ise, silüeti oluşturmamızda en önemli rolü oynar elbette. Moda resminde, silüette kullanılan çizgiler, özelliklerine göre farklı isimler almaktadır:

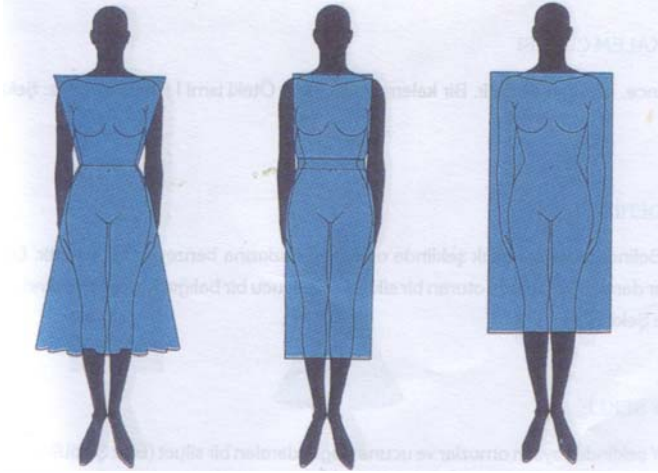
Ok çizgisi, Fransız modacı-desinatör Christian Dior tarafından (1905-1957), 1956 baharı Paris yaz koleksiyonu için sunulmuştur. Aynı zamanda ok şekilli bir silüeti göstermektedir. Öteki adı “f çizgisi” olan bu form türü, dışarıdan bakıldığında f şekli verir (**Resim 3.48**). Geniş çizgi, gevşek çevrelenmiş bir silüettir. Öteki isimleri ise yumurta kabuğu şekli ve oval çizgidir (**Resim 3.48.a.**). “8 çizgisi, 8 rakamı şeklinde bir silüettir ve Christian Dior’ un 1947 bahar-yaz’ı için hazırladığı başlangıç koleksiyonunda sunulmuştur. Bu çalışma, kadınları 2. Dünya savaşındaki askeri giyim tarzının ciddiyetinden bir uzaklaşma, kadınlığı vurgulayan çizgidir. Eğilimli omuzlar, arı beli diye bilinen ince bel ve çan etek 8 çizgi tarihi olarak önemlidir. Çünkü savaş tarafından bastırılmış olan moda merkezi olarak yeniden belirlenmiştir. Öteki isimleri yeni bakış ve “corolla çizgisi”dir (**Resim 3.48.b.**). X Çizgisi, geniş omuzları, dar beli ve etek kenarlarına yapılan bir bitişi anlatır (**Resim 3.49.**). H Çizgisi, 1954 yılı sonbahar-kış için Dior tarafından sunulmuştur. “H” harfi şeklinde bir silüettir ve gevşek bir bel çizgisi vardır. H’ ın yatay çizgisi bir kemerle ya da yandan dikiş materyali ile vurgulanmıştır (**Resim 3.49.a.**). Çuval Çizgisi, bir çuval görünümünde düz çizgi halinde geniş bir silüetti” (Baş, 2004:130) (**Resim 3.49.b.**).



Ok çizgisi

Geniş çizgi

8 çizgisi

Resim 3.48 - Resim 3.48.a. - Resim 3.48.b.

X çizgisi

H çizgisi

Çuval çizgisi

Resim 3.49. - Resim 3.49.a.. - Resim 3.49.b.

Kaynak: Baş, 2004

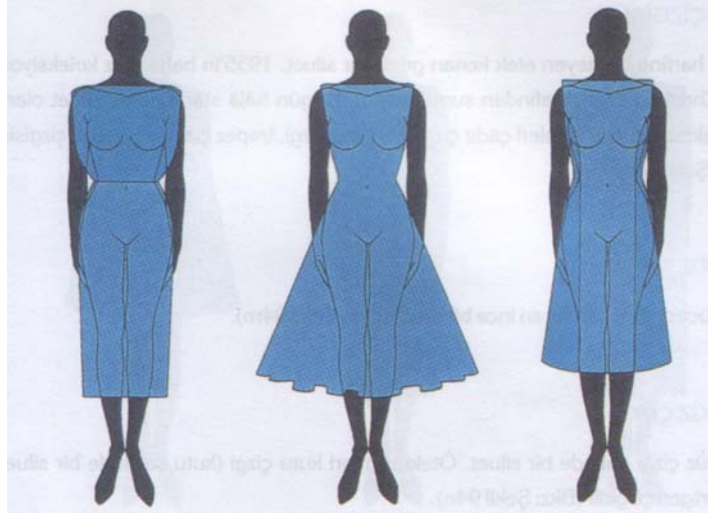
Lale Çizgisi, 1953 sonbahar kışı için Christian Dior tarafından hazırlanan lale şekilli bir silüettir. Yumuşak eğimli omuzlar, kabarık göğüs, dar bel ve gövde şekilli etekten oluşmaktadır. “1950’lerde moda olan ve yine giysinin genel görünümünü belirleyen “lale stili” bir çiçekten nasıl esinlenileceğinin ilginç bir örneğidir” (Komşuoğlu vd., ty.:88) (**Resim 3.50**).



Resim 3.50. Lale stili

Kaynak: Komşuoğlu, ty.

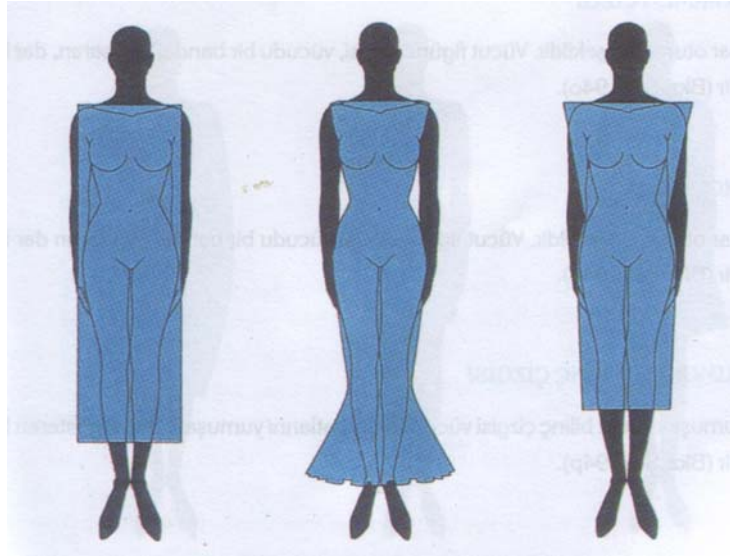
“Oturan Çan Çizgisi, üst tarafın insan gövdesine dar olarak oturduğu ve belden etek ucuna çan olarak inen bir şekildir. Öteki isimleri oturan ve yaylanan çizgi ve çan çizgisidir (**Resim 3.51**). Prenses Çizgi, vücuda oturan bir silüettir. Daraltılmış bel ve belden etek ucuna yumuşak olarak bir genişleme söz konusudur (**Resim 3.51.a.**). Kalem Çizgisi, ince, uzun bir silüettir. Bir kalem şeklindedir. Öteki ismi “1 Çizgisi” dir (**Resim 3.52**). Denizkızı Çizgisi, belinden aşağısı balık şeklinde olan ve denizkızına benzeyen bir silüettir. Dize kadar daralan ve vücuda oturan bir silüettir. Etek ucu bir balığın kuyruğu şeklindedir (**Resim 3.52.a.**). Y Şekli, Y şeklinde yayılan omuzlar ve ucuna doğru daralan silüettir” (Baş, 2004:131) (**Resim 3.5.2.b.**).



Lale çizgisi

Oturan çan çizgisi

Prenses çizgisi

Resim 3.51 - Resim 3.51.a.

Kalem çizgisi

Denizkızı çizgisi

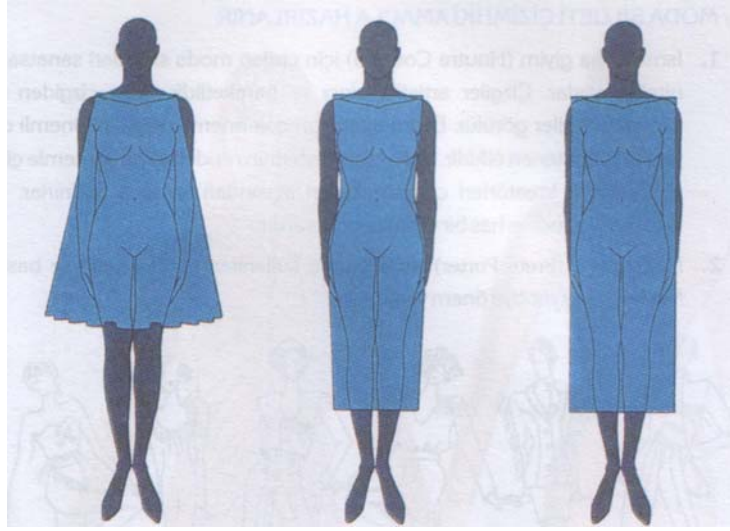
Y şekli

Resim 3.52 - Resim 3.52.a. - Resim 3.52.b.

Kaynak: Baş, 2004

“A çizgisi, A harfine benzeyen etek kenarı geniş bir silüettir. 1955’in bahar-yaz koleksiyonu için Christian Dior tarafından sunulmuştur. Bugün hala standart bir silüet olarak kullanılmaktadır hala. Diğer isimler, çadır çizgisi, üçgen çizgi, trapez çizgi ve piramit çizgidir (**Resim 3.53**). Düz dar çizgi, vücudu kılıf gibi saran ince bir silüettir (**Resim 3.53.a.**). Düz çizgi, düz çizgi halinde bir silüettir. Öteki isimleri,

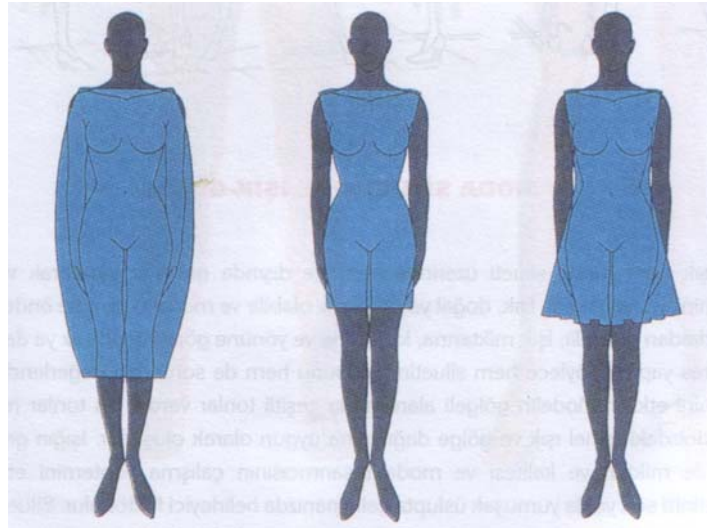
kutu çizgi ve dikdörtgen çizgidir (**Resim 3.53.b.**). Eğirmen çizgi, dar oturan bir şekildir. Vücut figürü çizgisi, vücudu bandaj gibi saran, dar bir şekildir (**Resim 3.54**). İnce çizgi, yine dar oturan bir formdur” (Baş, 2004:132) (**Resim 3.54.a.**). Son olarak, yumuşak bilinç çizgisi ise, vücudun dış hatlarını yumuşak, doğal gösteren bir şekildir (**Resim 3.54.b.**).



A çizgisi

Düz dar çizgi

Düz çizgi

Resim 3.53 - Resim 3.53.a. - Resim 3.53.b.

Eğirmen çizgisi

İnce çizgi

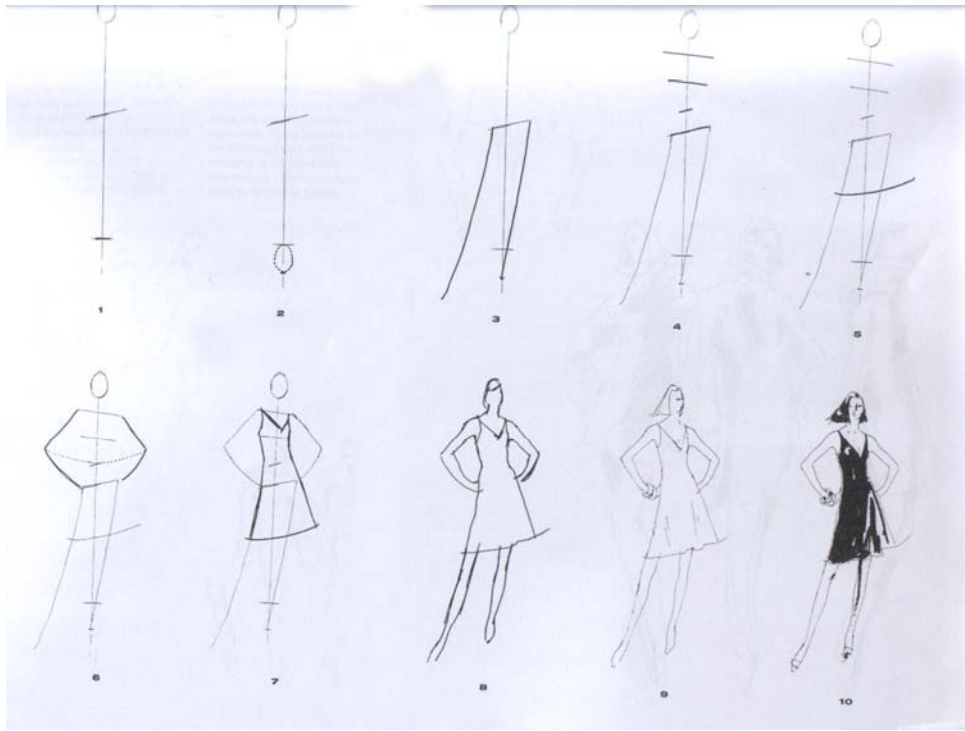
Yumuşak bilinç çizgisi

Resim 3.54 - Resim 3.54.a. - Resim 3.54.b.

Silüet hazırlama yöntemlerine gelince; iyi bir silüet çizebilmek için öncelikle çeşitli pozlarda canlı modelden insan vücudu etütleri yapılmalıdır. Böylece; vücudun anatomik yapısı, vücut ölçü ve oranları ve değişik duruşlarda vücudun aldığı şekiller öğrenilir. (Resim 3.55, 3.56, 3.57)

“Moda figürlerinde, desen sağlamlığı, akıcı ve artistik çizgiler, açık ve koyu dengesi, özgürlük, estetik görünüm, renklendirmede uygun tekniği seçimi ve uygulanması gerekir” (Olgaç, ty.:116).

Silüet elde etmek için genellikle iki yöntem kullanılır. Bunlar “canlı model kullanarak” ve “basılı kaynaklar yardımıyla silüet çizme” dir. Bunlar sırayla incelenecektir.



Resim 3.55. Silüet giydirme serüveni

Kaynak: Stupelman, 2002



Resim 3.56. “S” kavisi

Kaynak: Stupelman, 2002



Resim 3.57. Farklı duruş pozisyonları

Kaynak: Stupelman, 2002



Resim 3.58. Farklı duruş pozisyonları

Kaynak: Stupelman, 2002

3.5.2.1.Canlı model çalışmalarından siluet elde etme yöntemleri

“Moda silueti çalışmalarına öncelikle çeşitli pozlarda (ön, arka, yan, yarı yan) insan vücudu desenleri yaparak başlanır. Bu aşamada, canlı modelden insan vücudu ayrıntılarıyla çalışarak anatomik yapı kavranır. Daha sonra kanon sayıları (1/9, 1/10, 1/12, 1/14) gibi artırılarak inceltme ve uzatma işlemlerini gerçekleştirilir. Sağlam bir desen çizme yeteneği kazanıldıktan sonra moda silueti çizimine geçilmektedir. Vücut ağırlığı bir denge içindedir. Bu dengeyi sağlamak için vücudun tam ortasından geçen bir dikey eksen çizilir. Buna da moda siluetinde aks denir” (Baş, 2004:41).

Dengede duran silvette bu dikey eksen alındığında, burun, iki diz ve ayaklar arasından geçmektedir. İnsan vücudu simetriktir ve bu akslar vücudu eşit iki parçaya böler. Yatay çizilen yardımcı çizgilere ise kanon adı verilir. Kanon, orantıların belirlenmesi ve orantılardan yola çıkarak çizim oluşturulmasını sağlayan bir yol göstericidir.

“İdeal insan sekiz kanon ölçüsündedir. Siluet çiziminde dengeyi sağlayan simetrik akslar araştırılmalıdır. Silvette denge, ahenklik ve sağlam çizgiler göz

önünde bulundurulmalıdır. Siluetin uzunlukları genişlikleri arasındaki farklılıklar kalemle araştırarak, ister canlı modelden, ister moda dergilerinden fotoğrafları aks üzerinde işaretleyerek kolaylıkla çizilebilir.

Giyside abartının kullanıldığı bir bakıma vurgulanmak istenen bölümde, ön alıştırmalar yararlı olmaktadır. Örneğin, o giyside kullanılan kumaşın özelliği giysiye anlam katıyor ve bu kumaş özellikle vurgulanmak isteniyorsa, kumaş ayrıntılı çalışılabilir. Özellikle kumaş kıvrımlarının görünüm şekli bize kumaşın cinsi hakkında bilgi verebilir. Bu yüzden farklı kumaş çizim çalışmaları yapılmalıdır” (Baş, 2004:42).

“Leonardo da Vinci, Albrecht Dürer, Eugene Delacroix, Edgar Degas gibi tüm büyük sanatçılar, bir sandalyenin üzerinde, bir figürün kucağında ya da yerde serilmiş duran kumaş parçası ya da giysiyi çizmek veya resimlendirmek için uygulamalı çalışmalar yaptılar” (Parramon, 2004:12).

Ünlü moda illüstratörü David Downton da çalışmalarını canlı modelden çizerek oluşturmaktadır. Downton bir röportajında bu konuda şöyle demiştir:

“Poz verme işlemi ortalama 2 saat sürer. Anna Piaggi⁶’yi Paris’te, etrafımızda sandalyelerinde yerlerini alırken, Marisa Berensonu⁷ ise New York’ta bir terasta çizdim. Yani bu konuda esnek olabiliniyor ” (**Resim 3.59**) (daviddownton, 2008).

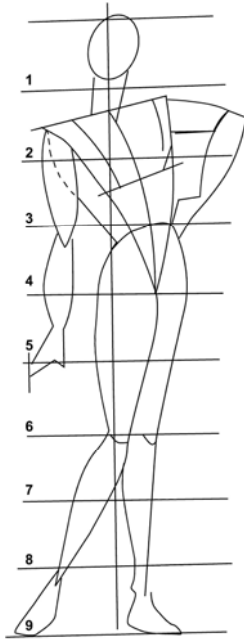


Resim 3.59. Anna Piaggi, Haziran, Paris, 2000

Kaynak: Daviddownton, 2008

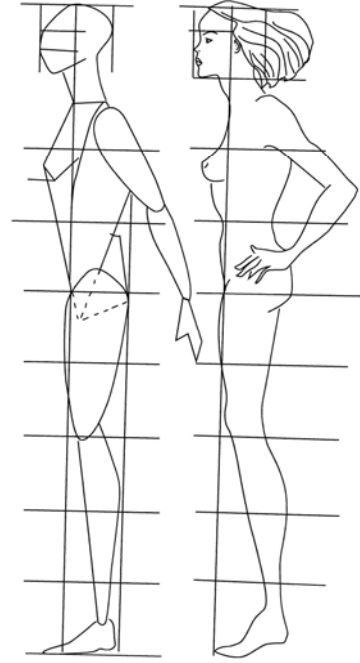
⁶ Anna Piaggi’, 1980’lerde magazin dergileri Vogue ve Vanity için moda yazıları yazmış bir stil ikonudur.

⁷ Marisa Berensonu, 1960’lı yıllarda ön planda olan bir model



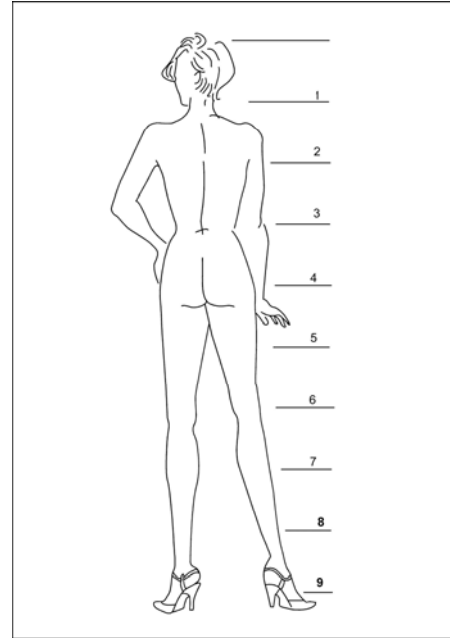
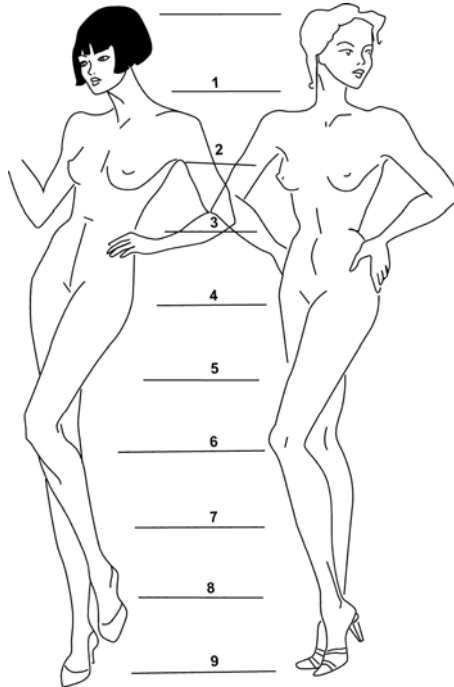
Resim 3.60. 1/9 ölçüsünde kadın silüeti

Kaynak: Olgaç, ty.



3.60.a. 1/9 ölçüsünde yandan kadın silüeti

Kaynak: Olgaç, ty.



Resim 3.61. 1/9 ölçüsündeki kadın vücudu

Kaynak: Olgaç, ty.

Bir de başka kanon ve akslar yardımıyla silüet elde edecek olursak:

“İlk aşamada, 35X50 cm. ebatlarındaki resim kağıdı, çalışma zemini üzerinde sabitlenerek canlı kadın modeline bakılarak ön ve arka duruşlar için cetvel kullanarak hafif çizgilerle aks ve kanonlar çizilir” (Baş, 2004:41) (**Resim 3.62**).

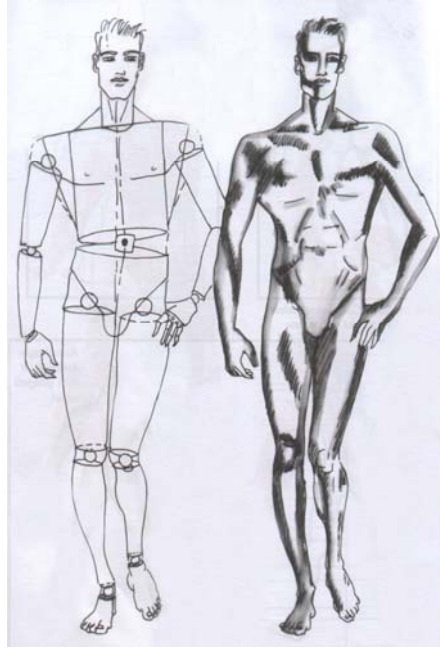
		1/8
		1/8
		1/8
		1/8
	KANON ÇİZGİLERİ	
AKS		AKS 1/8
		1/8
		1/8
		1/8

Resim 3.62. Kanon ve aks çizgileri

Kaynak: Baş, 2004

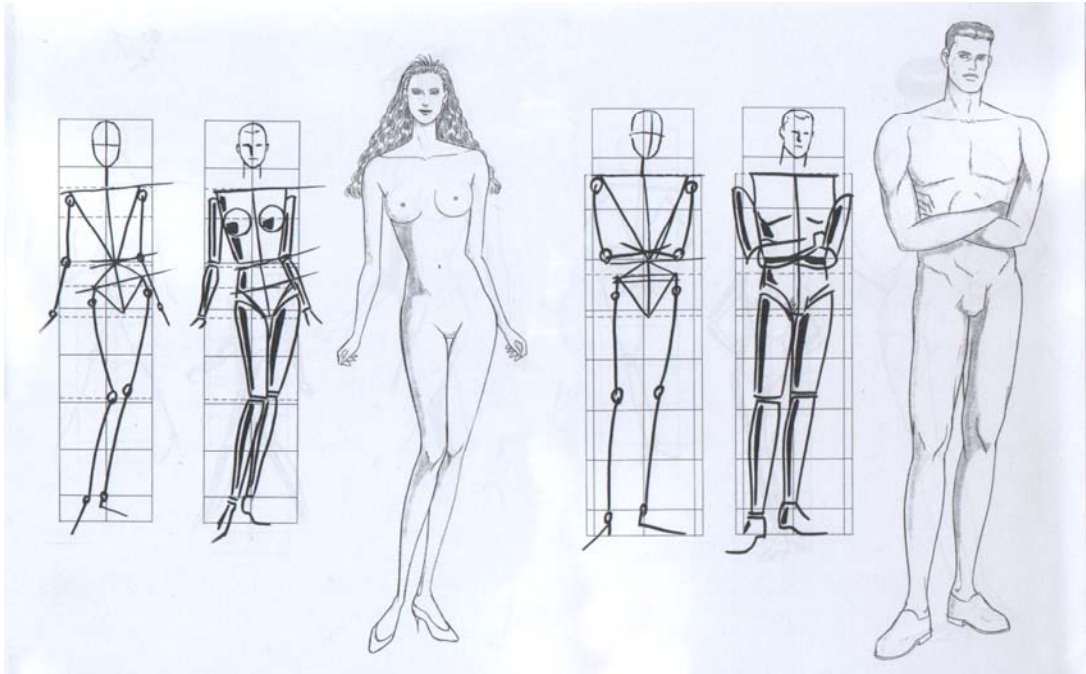
İkinci aşamada, canlı modelin duruşu incelenir ve model, kübik formlarla kağıda geçirilir. Örneğin, kafa yapısı, dikdörtgen prizma ya da kare prizma ya da isteğe göre başka biçimde modelin kaba hatları ile çizilir. Boyun ise kısa bir silindir ya da dikdörtgen prizma ile ifade edilebilir. Gövdede de yamuk; kol ve bacaklarda

yapıya uygun silindirler kullanılarak vücutun ana yapısı oluşturulur (**Resim 3.63, 3.64**).



Resim 3.63. Kübik form (solda)

Kaynak: Baş, 2004



Resim 3.64. Kübik formdan insan silüeti üretme

Kaynak: Takamura, 1992

Daha sonra, karakalem tekniği ile canlı model, ön ve arka duruşlarda etüt edilir. Araştırma çizimi olarak hazırladığımız çizimin üzerinde, bu yeni çizim düzgün bir şekilde bir araya getirilir. Modele tekrar bakılarak gerekli düzeltmeler yapılır. Mümkün olduğu kadar çizgiler akıcı kullanılır. Daha sonra, modelin nerden ışık aldığı tespit edilir. “Çalışma konumuna göre, modelin ışıkta ve gölgede kalan kısımları tespit edildikten sonra, siluet üzerinde koyu bölgeler ve ışıklı bölgeler belirlenir. Buna göre, ışık-gölge ve açık- koyu ton çalışmaları etüt edilir” (Baş, 2004:47).

35x50 ebatlarındaki parşömen kağıt, etüt edilen siluetin üzerine konup, siluetin konturları çizilerek tek bir çizgi halinde şablon oluşturulur. Işıklı gölgeli yapılmış olan kadın vücudu etüdünden arka ve ön görünüşlerin dış hatların resim ya da bristol kağıdına kurşun kalemle kopyası alınır. Kopyası alınan siluet çizimleri, rapido kalemle ya da tek çizgi tip kurşun bir kalemle çizilerek tamamlanır. Yapılan bu işlemle siluetin şablonu çıkarılmış olur. Daha sonra yapılan çalışmalarda da bu şablon kullanılabilir. Unutulmamalıdır ki, siluetin sağlam ve estetik yapıda olması, giysi tasarımlarını daha ön plana çıkarır ve giysinin model özelliğini çekici kılmaktadır.

Bu aşamaya kadar, 1/8 ölçülerinde kadın silueti şablonu çıkartılmıştır. Tasarımlarda, moda illüstrasyonu çalışmaları, ürünün reklam kısmını oluşturur. “Ürün ister bitmiş olsun, isterse tasarı halinde olsun, moda illüstrasyonu çalışmalarıyla müşteriye ya da piyasaya sunulması daha kolaydır. Ancak, bu çizimler reklam boyutunda olacağı için, 1/8, siluetlerin çekiciliği açısından yeterli bir ölçü olmayacaktır” (Baş, 2004:51). Siluetlerin 1/9, 1/10 hatta 1/11 oranlarında olması, çizimleri daha görkemli ve çarpıcı kılacaktır. Bu nedenle, çizimler bu oranlarda uzatılmalıdır.

Bunun için de şu işlemler gerekmektedir.35x50 ebadındaki resim kağıdı, çalışma tahtasına sabitlenir. Kağıt üzerinde ayrılan 35 cm.’ lik kenar payı alt taban olarak kullanılır. Kağıda, aşağıdan 3 cm. kadar yukarıdan alt kenara, paralel bir çizgi indirilir cetvel yardımıyla. Bu çizgi, siluetin ayaklarını sınırlayacak kanon çizgisidir. Bu çizgiye, 90 derece dik açı yapacak aks çizgisi çizilir (Bu arada, kanon çizgileri

uzatılarak aynı kağıda ikinci bir aks daha çizilirse, arka görünüş de aynı kağıda sığdırılabilir).

Daha önce hazırlanan 1/8 ölçüsündeki siluette kullanılan kanon numaralandırması, burada da aynı şekilde sıralanır. Açıkça, başın geldiği kanon orada bir idi ise, burada da başa bir numarası verilir. Numaralandırma işlemi bitirildiğinde zaten fark edilecektir ki, ayakların geldiği kanon bölümü, 1/8'lik ölçüde 8 no iken, burada 9 nolu olacaktır. Bu da yeni bir kanon boyu daha uzatılacak anlamına gelir. Uzatma işleminde, baş, omuz, göğüs, bel, diz kapakları ve ayak, aynı kanonlarda kalır. Uzatma işleminin estetik olması için, uzatma diz kapakları ile ayak bilekleri arasında yapılır. Böylece siluetin dengesi bozulmamış olur.

Moda silueti çizerken dikkatli olunması gereken hususlar ise şunlar olacaktır: “Çizime başlarken modelin pozu hafif çizgilerle ve kabaca kağıt üzerinde tespit edilmelidir. Gerekirse figürü yerleştirmek için ovaler çizilmelidir. İlk çizimlerde doğal ölçülerdeki insan figürüne kısa süreli pozlar verilmeli, örneğin önceleri 20 dk. olan süre 10 dk.ya daha sonra 5 dk.ya indirilmelidir. Kısa sürede poz yakalanıp bel çizgisinden vücudun oranı ve ayakların duruşunu tespit edilir” (Baş, 2004:51). Canlı bir model olmadan, sadece karşıda bir manken olduğu düşünülerek siluet çizmek oldukça zor bir iştir. Ancak bunun başarılabilmesi için, her gün düzenli olarak bir eskiz defterine sayfalarca canlı modelden siluet çizme çalışmaları yapılmalıdır. Moda siluetinde uzatma işlemi yaparken uzatma tüm boyda oranlı olarak ayarlanmalıdır. Figürün yere sağlam ve dengeli basmasını sağlayarak çizmek gerekir. Siluette her gün çalışacağınız eskiz defterlerinden duruşlar olarak hareketli figürleri daha da abartarak çizimler gerçekleştirilebilir.

3.5.2.2. Basılı kaynaklardan siluet elde etme yöntemleri

Basılı kaynaklardan siluet sırayla şu şekilde elde edilir:

- “— Modelin kopyası, detaylara girmeden parşömen kağıdına alınır.
- Modelin ön ortasını çizilir (Ön ortası çizgisi boyunun ortasından, iki göğüsün ortasından, göbekten ve bacak arasından uzanan çizgidir). Bu çizgi vücut duruşuna göre kavisli, eğimli şekiller olabilir.

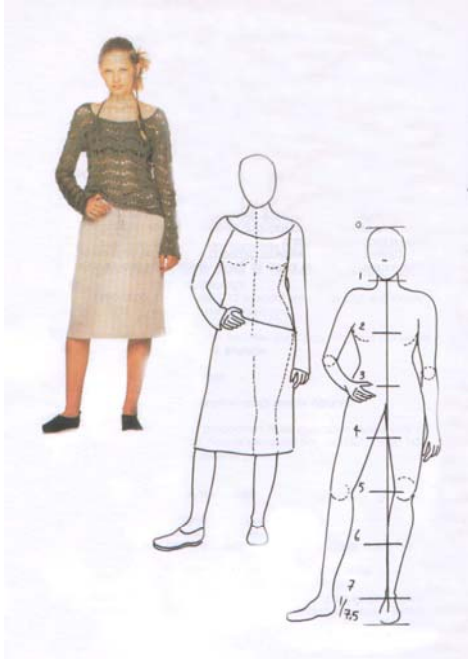
- Siluetin boyunun ne kadar uzatılacağı tespit edilir (Bir baş uzatma, iki baş uzatma gibi).
- Siluetin omuz çizgisi, göğüs çizgisi, bel çizgisi, kalça çizgisi çizilir. Siluet çıplak görülmeye çalışılır.
- Tespit edilen çizgilerin olduğu parşömen kağıdının üstüne yeni bir parşömen kağıdı koyarak uzatılmak istenen ölçüyü boyuna biraz verev boyunu biraz uzattıktan sonra kalçadan itibaren eşit şekilde dağıtılarak ayak bileklerine kadar uzatarak çizilir.
- Uzatma işi bitince, detaylara girmeden ve siluetin dış çizgilerini biraz içeriden incelterek, çizgilere incelik ve kalınlık vererek tekrar yeni bir kağıda estetik bir şekilde çizilir” (Olgaç, ty.:117).

Kadın ve erkek fotoğrafların seçiminde 1/8 kanon ölçülerinde olmasına dikkat edilmelidir. Farklı duruşlardaki insan siluetleri, basılı kaynaklardan kesilerek kanon ölçüleri esnetilerek moda silueti elde edilebilir.

35x50 cm.’lik resim kağıdı, çalışma zeminine dik açı yapacak şekilde yerleştirilir. Seçilen fotoğraftan modele bakılarak (kadın ya da erkek) 8 kanon ölçüsünde cetvel yardımıyla bir aks çizilir. Yatay ve dikey hatlar, fotoğrafın üzerinde cetvelle çizilerek belirlenir. Karakalem tekniği ile model, ışık ve gölgeleriyle etüt edilir. 35x50 cm.’ lik ebatlardaki parşömen kağıdı, çalışılan resim kağıdı üzerine konarak, etüt edilen siluetin konturları çizilerek tek çizgi halinde şablon oluşturulur.

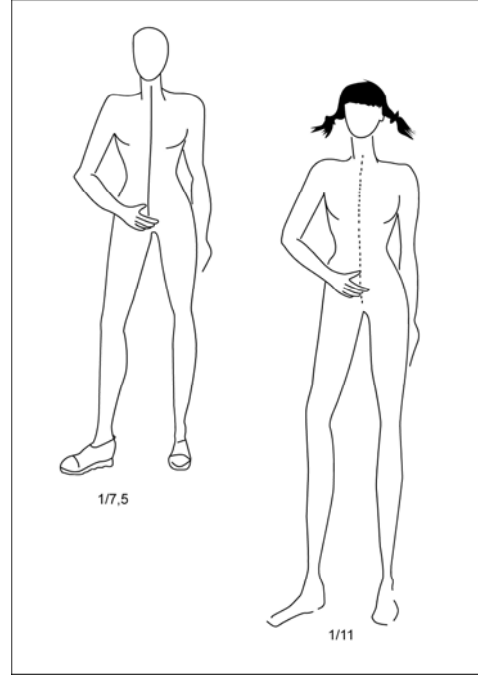
1., 2. ve 3. kanonlarda 0,5 cm.’lik 4., 5., 6. ve 7. kanonlarda birer cm.’ lik açılımlar yapılarak siluet uzatılır. Uzatılan siluetin kopyası parşömen kağıdına çizilir. Aksı belirtilere 2 şer mm.’ lik daraltma yaparak dikey bir çizgi inilir. 35x50 cm.’lik resim kağıdına siluet, ışıklı masada çizilir. Kuru boya tekniği ile çalışma etüt edilir. Bunun yanında, fırça ya da istenilen teknikle devam edilebilir (**Resim 3.65 – Resim 3.66**).

Çocuk siluetlerinde canlı modelden ya da basılı kaynaklardan seçilen fotoğraflarda uzatma işlemi yapılmasına gerek yoktur. Yalnızca çocuk siluetinin şablonu çıkartılarak yuvarlak hatlarda çizimleri gerçekleştirilebilir.



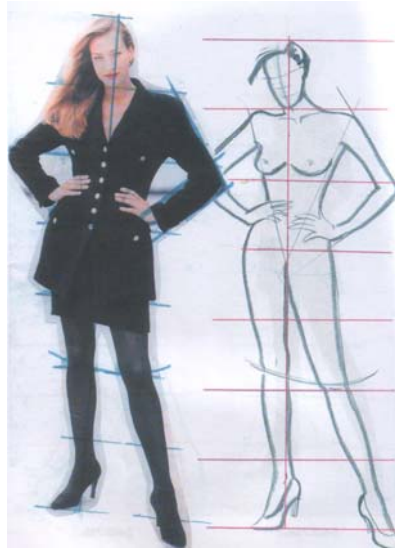
Resim 3.65. Model, modelin kopyası ve modelin ölçülü çizimi

Kaynak: Olgaç, ty.



Resim 3.66. Oranları uzatma

Kaynak: Olgaç, ty.



Resim 3.66.a. Basılı kaynaktan silüet elde etme

Kaynak: Baş, 2004

3.5.3. Moda illüstrasyonunda baş - portre ile el –ayak çizimleri

Moda figürleri tüm olarak değerlendirilmeden önce vücuttaki her bir öge ayrı ayrı değerlendirilmedi, hepsi kendi içinde kurallarına uygun resmedilmelidir. Moda illüstrasyonlarında, giysiden başka vurgulanmak istenen bir obje, örneğin giysiye uygun bir yüzük kullanılacaksa, yüzüğün takılı olduğu ellerin vurgulanması için ellere dikkat çekilmesi, gerekirse ön plana çıkarmak için biraz büyük çizilmesi gerekebilmektedir. Moda resimlerinde, kıyafetin sergileneceği alan eğer bir defile ise, moda resminde model nasıl çizildiyse, izleyici, defilede aynı manzara ile karşılaşacaktır. Örneğin, moda resminde figürün saç şekli ya da makyajı nasıl etüt edildiyse, defilede aynı görüntünün sağlanmasına çalışılacaktır.

3.5.3.1. Moda illüstrasyonunda baş- portre çizimleri

Türkiye’de bir sanat dalı olarak tek başına henüz yer alamamış olan moda illüstrasyonu aslında sadece yüz, sadece ayak, sadece bir aksesuar vb. çizimlerini de içermektedir. Bu bağlamda, yalnızca estetik unsurlara dikkat çeken bir baş çizimi de başlı başına bir moda illüstrasyonu sayılmaktadır (**Resim 3.67**).



Resim.3.67. Yüz resimlemesi

Kaynak: Daviddownton, 2008

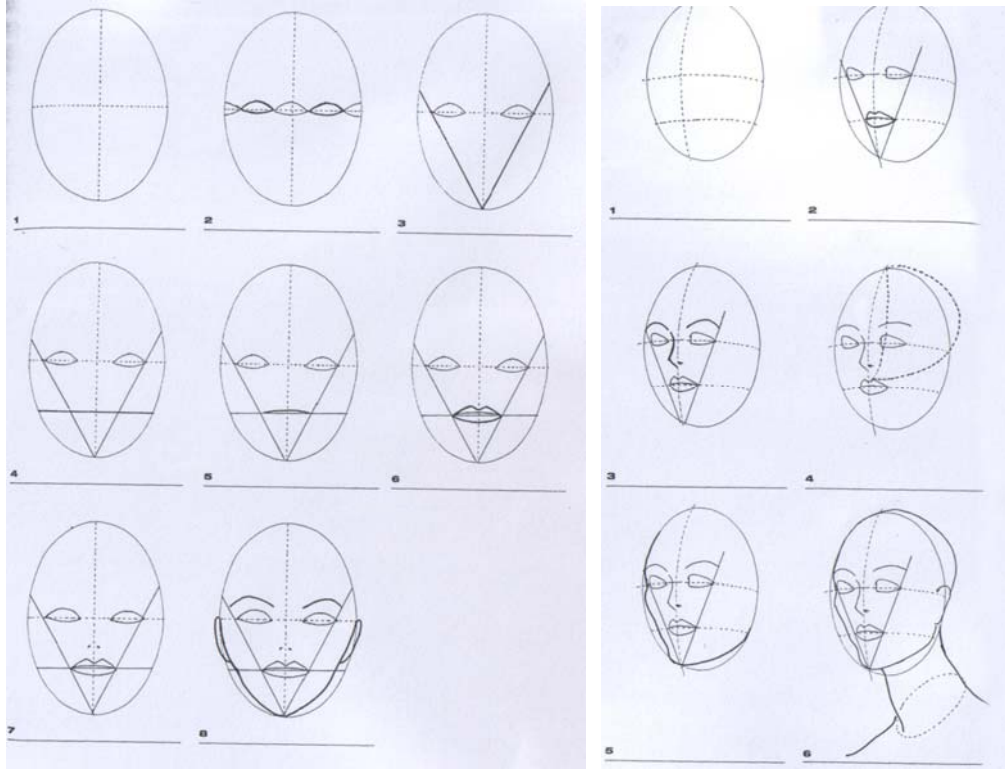
Başı doğru çizebilmek için, başın genel ölçü ve oranlarını bilmek gerekir. Bu ölçü ve oranları saptamak için de yine kanon sisteminden yararlanılması çizene kolaylık sağlamaktadır.

Etüt edilen baş çalışmalarındaki hatlar, ölçüler, siluetin duruş yönü dikkate alarak belirlenmelidir. Stil araştırması yaparak, yüzün oval formunda, farklı tekniklerle ve artistik çizgilerle özgün anlatımlar yapılabilir. Göz, burun, dudak, elmacık kemikleri vb. detaylardan istenilen kısım ön plana çıkarabilir, gerektiğinde bazıları çizilmeyebilir.

Başın uzunluğu 4 eşit parçaya ayrılır: Tepeden alındaki saç birimine kadarki bölümü, gözlerin bulunduğu göz hizası, burun alt hizası ile çenenin bitimi. “Gözler baş yüksekliğinin tam ortasındadır. İki göz arasında, bir göz genişliği kadar boşluk vardır” (Olgaç, ty.:138). Önden görünen (cepheden) bir yüzün tam ortasından dikey bir çizgi çizilirse, çizginin sol tarafı, sağ tarafı ile aynı görünümündedir (**Resim 3.68**).

“Alın, burun, çene çıkıntıları yüzün karakteristik görüntüsünü verir. Bu, başın profilidir. Yetişkin insan başı profilden ise tam bir kare biçimindedir. Profilden görünen bir yüzde, kaş, göz, burun, kulak ve ağız yerini belirlemek için, yüzün önden görünümünü çizerken kullanılan ölçülerden yararlanır.

Yüzün $\frac{3}{4}$ görüntüsünü (tuvakar) çizmek için, önce modele yakın oval çizilip aks belirtilir. Yüz ölçü çizgileri kabataslak çizilip, yüzün karakteristik yönü konstrüksiyonu aranır. Burun, ağız, kulakların formu eleştirilir. Sonra genel gölge-ışık planlarına dikkat edilerek hacimlendirilir” (Olgaç, ty.:139) (**Resim 3.69**).



Resim 3.68. Başın önden görünümünün çizim aşamaları (solda)

Resim 3.69. Başın $\frac{3}{4}$ görünüm taslakları (sağda)

Kaynak: Stupelman, 2002

Yüzün bir parçası olan kaşlar ise, genellikle saç rengi ile uyumludur. “Şekilleri moda ile bağlantılı olarak değişir” (Olgaç, ty.:138). Gözler, moda resminde önemli bir rol oynamaktadır. Modaya göre makyaj stilleri de değişmektedir. Burnumuz yüze anlam katar. Yüz nereye bakarsa burun çizimi de değişmektedir. Ağız ise, göz gibi yüze anlamlı ifadeler verir. Dudağı kalın çizmek çok sıcak, ince çizmek ise soğuk bir yüz ifadesinin oluşmasına neden olur. Alt dudağı daha kalın çizip gülümseyen bir ifade verildiğinde natürel bir görüntü sağlanmaktadır.

Moda illüstrasyonlarında yüzdeki her ayrıntı çizilmek zorunda değildir. Bu, moda illüstrasyonunu çizen modacının tercihinin kalmıştır. Bu, giysi ya da aksesuara göre değişebildiği gibi, modacının çizim tarzını da oluşturmaktadır (**Resim 3.70**).



Resim 3.70. Bazı modacılar yüzlerde tüm ayrıntıyı vermemektedirler

Kaynak: Jeyangedik, 2007

Ünlü Türk modacı Tansu Suay' la yapılan yazılı görüşmede kendisine sorulan “moda resminde kıyafeti, üzerinde taşıyan modelin fiziksel özellikleri kapsamında ne kadar ayrıntıya girmek gereklidir ?” ve “Estetik bu çizim kapsamında ne derece önemlidir ?” (örneğin; kirpik, burun vs...)” sorularına şu cümlelerle açıklama getirmiştir:

“İllüstrasyon bir tablo veya resim niteliği taşımaz, bu nedenle silüette veya tasarımda yer alan detaylar çoğu zaman önemli değildir. Aslında amaç genel olarak şudur; az çizgiyle çok şey anlatmak. Başarılı bir illüstratör, birkaç kalem darbesiyle silüeti, tüm kumaş efektlerini ve düşündüğü modeli kağıda aktarabilir. Bir resimde önemli olan, gerçeğe en yakını çizebilmektir fakat illüstrasyonlarda sınırlar yoktur ve kurallar her illüstratör için farklıdır. Modanın temel kuralı; gerçek hayatın aksine, ince ve kusursuz bir fiziğe sahip olmaktır. Bu nedenle illüstrasyonlar hazırlanırken, bayan çizimlerinde ince ve uzun bir silüet, erkek çizimlerinde ise uzun ve yapılı bir silüet tercih edilir. Her illüstratörün kendine özgü bir stili vardır, farkedilebilir ve diğerlerinden ayırt edilebilir olmak için kendilerine has çizim teknikleri

geliştirmişlerdir. Kimi illüstratörler, modelin anatomik özelliklerini olduğundan daha da abartılı çizmekteyken, kimileri ise tasarımı ön plana çıkaracak olan, flu ve belli belirsiz bir silüet çizmeyi tercih eder. Kaş, göz, burun ve parmaklar gibi ufak detaylar çoğu zaman, referans çizgiler diye tabir ettiğimiz birkaç düz ve belirsiz çizimle, yerleri belirtilerek resmedilir. Fakat detayların vurgulanması şunun için önem taşır; koleksiyonun temasının anlatımı için yüzdeki mimikler ve ifadeler gerekli ve etkili olabildiği gibi kullanılmaması halinde çok büyük bir eksiklik olmaz. Koleksiyonunuzun temasını vurgulamak için derin ve etkileyici bir bakış veya dişiliği ön plana çıkaran dudak ve kaş mimikleri kullanabilirsiniz. Örneğin çocuk koleksiyonları için hazırlanmış illüstrasyonlarda, gülümseyen yüz mimikleri sıklıkla kullanılır ve bu sayede koleksiyonun amacı vurgulanır” (Suay, 2008).

İzmir’li ünlü modacı Jeyan Gedik, yapılan yazılı görüşmede aynı soruya şöyle yanıt vermiştir: “Moda resminde figür detayı çok fazla önemli değildir, hatta figürünüzün mümkün olduğunca sade olması tasarımı ön plana çıkarır. Moda figürünü resim gibi çizilmemesi gerekir. Çizginizi teke indirip, ışık ve gölgeleri bu çizgi üzerinden yapabilirsiniz. Moda resmi, karakalem çalışması gibi yapılmaz” (Gedik, 2007).

Ünlü Türk modacılarımızdan Gamze Saraçoğlu ile yapılan yazılı görüşmede Saraçoğlu, yine aynı soruyu şöyle yanıtlamıştır: “Ben yüz detaylarının çok fazla gösterilmesini pek beğenmiyorum. Yüze çok fazla detay eklemek mümkün fakat ben bu detayların fazla olduğunu düşünüyorum. Yüz ifadesi el detayları vermek bence illüstrasyonu çok güzel yansıtmıyor” (Saraçoğlu, 2007).

Bunların dışında, saçlar da insan tipini belirlemede önemli rol oynamaktadır. Saçın rengini ve modelini değiştirerek, tipte farklılıklar yaratmak mümkündür. Saç şekilleri de moda göre değişmektedir. Saç çizerken önce stil belirlenir. Saçın görünümü başın görünümünden çok büyük olmamalıdır. Saçı “L”, “M”, “S” şeklinde göstermek saça hareket verir. Saç modeli bir de figüre ve üzerindeki giysiye uygun olmalıdır. Saç çalışmalarında, silüet üzerindeki giysi ile uyum sağlayabilecek bir modele karar kılınmalıdır. Abiye bir giyside topuz, spor bir giyside kısa saç modeli, bahsedilen duruma örnek olarak verilebilir. Farklı boyama teknikleri denenerek saçın parlaklık, düz, kıvrıkcık, dalgalı gibi özellikleri moda illüstratörünün kendi

stilinde artistik ifadelendirilir (Resim 3.71, 3.71.a, 3.72).



Resim 3.71. Dalgalı ve kıvrıkcık saç çizimleri **3.71.a** Resim topuz ve küt kesimlerin resmedilmesi

Kaynak: Stipelman

Kaynak: Stipelman



Resim 3.72. Farklı saç stilleri

Kaynak: Takamura, 1992

“Yüz ifadesi, baş kısmı ve boynun estetik gösterimi moda çizimlerinde önemlidir. Güzel çizim yapmak için değişik pozlarda eskizler yapılmalıdır. Özellikle derin bir çene altı, güzel bir duruş, moda silüetlerine anlam katar” (Baş, 2004:139).

Yüze ait öğelerden saç şekilleri ve makyaj stilleri yıllara göre farklılık göstermiştir. Dönem içerisindeki moda göre saç ve makyaj stilleri değişerek moda çizimlerine de yansımıştır. Kimi zaman insanlar, dönemin ünlü aktör, aktris veya şarkıcılarını örnek almışlardır.

Bunları örneklendirmek gerekirse, 1920’lerde, dudaklar ve gözlerde vurgu eşittir. Gözler gölgeli, kaşlar incedir. Yanaklarsa allıklıdır. Saçlar ise başlar küçük bir ifade verecek şekilde genellikle kısa kesimlidir (**Resim 3.73**).



Resim 3.73. 1920’ler

Kaynak: Stupelman, 2002

1930’larda görünümüler büyüleyiciydi.”Kadınlar sinema yıldızları gibi görünmek istiyorlardı” (Stipelman, 2002:79). Döneme ilham veren yıldız, Jean Harlow’dur. Saçları dalgalı, kaşları ise çok incedir. Dudakları ise parlak ve kırmızıdır. Döneme damgasını vuran diğer bir isim ise Greta Garbo’dur. Göz kapakları derin, nemli görünümlü, dudakları ise belirginleştiren bir makyaj taşımıştır (**Resim 3.74**).



Resim 3.74. Greta Gabro (altta) ve Jean Harlow (üstte)

Kaynak: Stupelman, 2002

1940’larda, savaşın tüm kısıtlamalarına rağmen, kadınlar hala film yıldızları gibi gözükmeye devam etmişlerdir. Özendikleri kişi ise o dönemde, Veronica Lake’dir. Kırklı yıllarda özellikle dudaklara yoğunlaşmıştır. Kaşlar doğal, kirpikler rimelliymi.

1950’lerde saçlar sarı veya havuç rengidir. Kaşlar hafifçe boyanır, eyeliner⁸ kullanılırdı. Saçlar, kısa, dalgalı ve İtalyan kesimindedir. “Elizabeth Taylor, Marilyn Monroe ve Sophia Loren bu görünürlere sahip mükemmel örneklerdir” (Stipelman, 2002:80) (**Resim 3.75**).

⁸ Eyeliner, Türkçede göz kalemi anlamına gelir.Fakat İngilizce bir kelime olmasına karşın Türkçe’de günlük yaşamda da “eyeliner” olarak kullanılan bu makyaj malzemesi, akışkan bir kıvamda, ince bir fırçayla sürülen bir çeşit göz boyasıdır.



Resim 3.75. Elizabeth Taylor; 1950'ler

Kaynak: Stupelman, 2002

60'lı yıllarda taklit edilen ünlü isimler ise, Audrey Hepburn ve Jacqueline olmuştur. Bu dönemde gözler yüze hakim olmuş, dudaklar ise geri planda ve soluk bırakılmıştır. Ünlü İngiliz model Twiggy, o dönemde bu görünümü en iyi temsil eden isimdir (**Resim 3.76**).

1970'ler ise 'moda yüzleri'ne gerçeklik ve hassasiyet getirmiştir. Gözler ve dudaklar aynı vurgudadır. Cilt bakımına ve sağlığa daha önem verilmeye başlamış, makyajda abartıdan uzak durulmuştur.

1980'lerde Brook Shield dönemde etkili olmuştur. Dudaklar kırmızı, gözler gölgelidir. Yanaklarsa kızarmış görünümündedir o dönemde. Bu dönemde özellikle ünlü şarkısı Madonna' nın saç ve makyaj stilleri bol bol taklit edilmiştir.

1990'lara gelindiğinde ise kadınlar kendi stillerini ortaya koymuşlardır. Ünlü manken Kate Moss'un masumiyetinden, diğer bir ünlü model Naomi Campbell'in çekiciliğine uzanan bir etkilenme söz konudur (**Resim 3.77**).



Resim 3.76. Twigy (solda) ve
Audrey Hepburn; 1960'lı yıllar

Kaynak: Stipelman, 2002



3.77. Resim Naomi Capbell (yukarıda) ve
Kate Moss; 1990'lar

Kaynak: Stipelman, 2002

3.5.3.2. Moda illüstrasyonunda el – ayak çizimleri

Ayak çizimleri çıplak olarak önce eskizleri yapılarak etüt edilmelidir. Eğer canlı modelden çalışılacaksa, illüstratör model olarak eskiz yapmak için kendi ayağını kullanabilir. Ayağın zemine basması ile vücut arasında denge oluşması, ayak çizimi açısından önemlidir.

Eller, insan kolunun, tutma, alma, verme vb. hareketlerini yapmaya yarayan ve beş parmandan oluşan, dokunma ve kavrama organıdır. Üst kısım, avuç ve parmaklardan oluşur. Elin uzunluğu, genişliğinin iki katıdır. Bilekten parmak başlangıcına kadar olan kısmı kare görünümündedir.

Moda illüstrasyonu hazırlarken özellikle kadınlarda, parmaklar uzun çizilirse zarif bir görüntü elde edilmiş olur (**Resim 3.78**).

Erkek ellerinde ise daha köşeli ve sert bir tarz kullanılabilir. Çocuk ellerinde de oldukça yuvarlak hatlar tercih edilmelidir. El ölçülerini bilmek, el çiziminde kolaylık sağlar.

“Moda resmi figürlerinde el çalışılırken parmakları deforme edip uzatırken, 2-3 parmağı birleşik çizerken veya eli bir bütün olarak çizerken ölçü ve oranlara dikkat edilmeli ve estetik görünüm bozulmamalıdır” (Olgaç, ty.:149).



Resim 3.78. Farklı duruşlardaki el çizimleri

Kaynak: Fashiontechniques, 2007

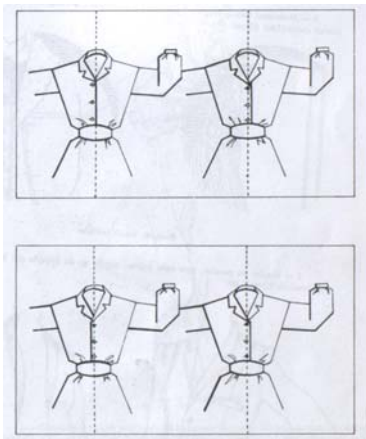
3.5.4. Siluete giysi giydirmeye teknikleri

Kişiye özel yapılmış veya hazır giyim için model tasarlarırken, modelin tüm özelliklerinin tam, doğru, anlaşılabilir şekilde ifade edilmesi gerekir.

Siluete giysi giydirirken;

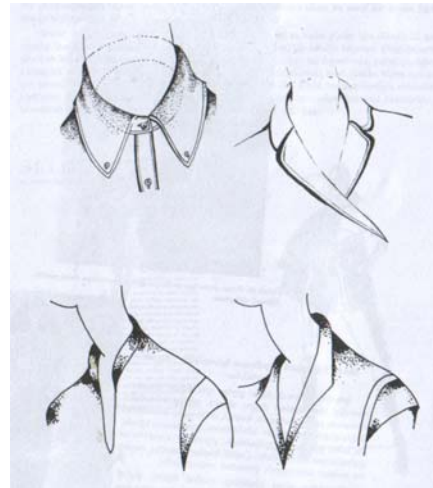
“— Seçilen siluetin ayaklarının sağlam basıyor olmasına dikkat edilmelidir. Siluetin boynundan geçen çizgi, siluetin bastığı ayağın bileğinden geçer. Siluetin bacakları birbirinden ayrı duruyorsa, boynundan geçen çizgi, siluetin iki bacağının arasından tam ortasından geçer.

- Tasarılan giysi modelinin siluete uygun olması gerekir. Siluete dar etek giydirilecekse, bacakları birbirine yakın duran siluet seçilmelidir.
- Siluetin göğüs, bel ve kalça hizaları çizilir ve siluetin ön ortası işaretlenir. Siluetin ön ortası, boyun ve iki göğsünün ortasından ve göbekten geçen çizgidir.
- Tasarılan giysinin önü açıksa, üst üste kapanma payı göz önüne alınmalıdır. Kruvaze kapanışlarda düğmelerin kapanma çizgisine yakın olanı işlevsel, değeri modeli tamamlayıcı olarak kullanılır. Giysi modeli önden açıksa, açıklığın üst üste kapanma payı göz önünde tutularak kaydırma yapılmalıdır (Kadın giysilerinde sağ sola, erkek giysilerinde ise sol sağa kapanır)” (Komşuoğlu vd., ty.:65) (**Resim 3.79**).
- Düğmeler ön ortasının üstündedir. İlik ile kapanma çizgisi arası bir düğme genişliği kadardır.
- Pat üstüne ve gömleklere yapılan düğmelerin ilikleri boyuna diğer giysilerdeki düğme ilikleri enine açılmış olarak çizilir.
- Giyside kullanılan kup ve pensler siluetin duruşuna göre çizilir.
- Giysi, siluete vücudu saracak şekilde çizilir. Yakanın enseden, manşetlerin bilekten, kemerin belden dönüşe dikkat edilmelidir (**Resim 3.80**).



Resim 3.79. Giyside kapanma payları

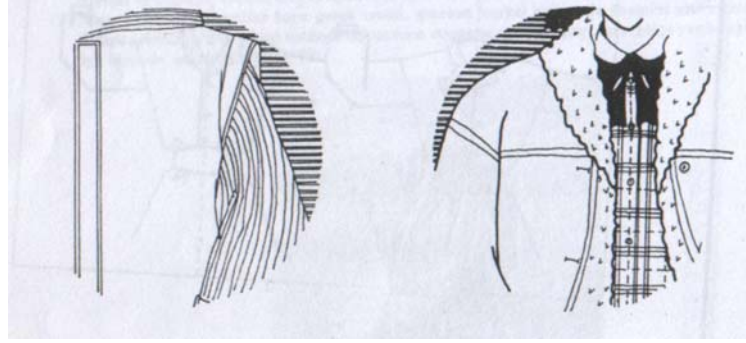
Kaynak: Komşuoğlu, ty.



Resim 3.80. Teknik özellikler

Kaynak: Komşuoğlu, ty.

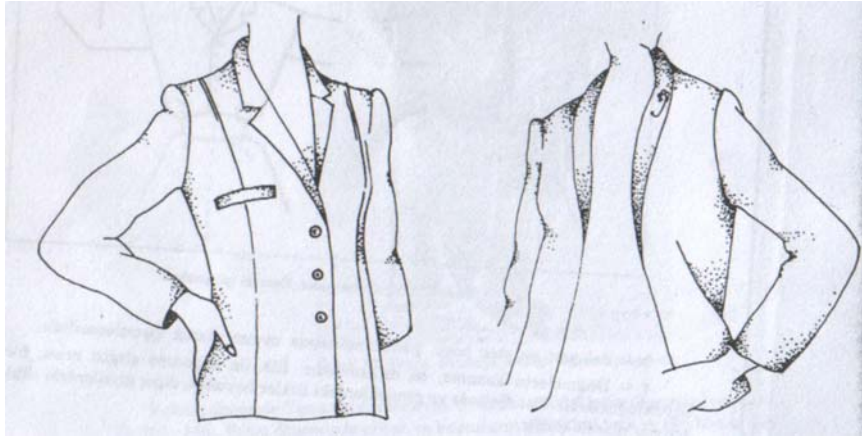
- Modeldeki takma, japone gibi kol biçimleri, kol kapaklar ve manşetler doğru olarak çizilmelidir (**Resim 3.81**).



Resim 3.81. Kol biçimleri

Kaynak: Komşuoğlu, ty.

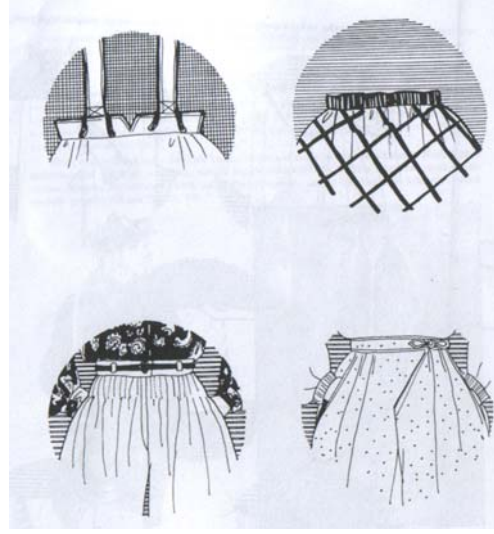
- Kuplar ve pensler, ince uçlu kalem, rapido ya da fırçayla çok ince ve net olarak çizilmelidir (**Resim 3.82**).



Resim 3.82. Kuplar ve pensler

Kaynak: Komşuoğlu, ty.

- Kol büyüklüğünde, kumaş kolun büküldüğü yerde toplanır ve kırışıklık oluşturur. Bacak büyüklüğünde de aynı durum görülür.
- Büzgülü, kloş, pilili eteklerin, etek ucu düşüşleri doğru çizilmelidir (**Resim 3.83**).



Resim 3.83. Büzgü çeşitleri

Kaynak: Komşuoğlu, ty.

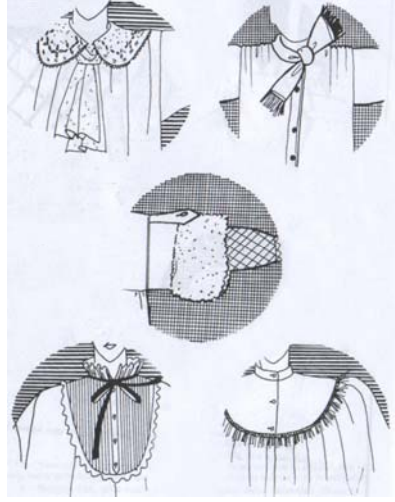
— Bel ve etek ucu çizgisinin, figürün hareket yönüne göre, birbirlerine paralel olarak çizilmesine özen gösterilmelidir (**Resim 3.84**).



Resim 3.84. Bel ve etek ucu çizgileri

Kaynak: Komşuoğlu, ty.

— Çeşitli yaka ve kol kapakları modelleri, volan, firfir, büzgü çalışmaları, fiyonk, kravat ve kuşak bağlamalarının çizimleri doğru yapılmalıdır (**Resim 3.85**).



Resim 3.85. Yaka ve kol modelleri

Kaynak: Komşuoğlu, ty.

Giysilerdeki bütün öğelerin, ayrıntıların çalışılmasında, canlı modele ya da giyimde kullanılan mankenlere giydirilen çeşitli giysilerden faydalanılır.

3.6. Çocuk giysi tasarımı

“Çocuk giysileri, 19. yüzyılın sonuna kadar, yetişkin elbiselerinin benzer şekilde veya onların giysilerinin düzeltilmesiyle hazırlanmıştır. Çocuk elbiselerinde toplu üretim 1870’li yıllarda başlamıştır. 1950’li yıllarda modanın yaygınlaşması, çocuk giysilerinin tasarlanmasına da yansımıştır” (Olgaç, ty.:212).

Yetişkinlere giysi üreten firmalar, çocuklara da giysi üretmişler ve üretilen giysiler modacıların tasarımlarından etkilenerek üretilmiştir. Çocuklara giysi tasarlarırken, bedensel gelişmeleri kadar, psikolojik gelişmelerini de dikkate almak gerekmektedir.

0–1 yaş çocuğun anne bağımlı olduğu dönemdir, başı büyük, hareketleri kısıtlıdır. Boyu ortalama 48-53 cm arasındadır. 3 yaşından itibaren cinsiyet ve güzelçirkin kavramları gelişmeye başlar. Boyu ortalama 100 cm. varmıştır. Anaokulu çağı başladığında 20 kg, ağırlığındadır. Moda kavramını öğrenmiştir. Arkadaşları ile benzer giysiler giymek ister. Özel giysi ve aksesuar tercihleri oluşmuştur. Boyları ve ağırlıkları 9-10 yaşından sonra hızla artar. 12 yaş ve sonrasında giyim tarzları,

kendine güvenin kazanımında önemlidir. Ergenlik çağında kendilerini karşı cinse beğendirmek için güzel görünmek ister. Bu da giyimlerine yansır. Boyları uzamaya başlar. Kızlarda göğüsler gelişmeye başlamış bel hatları ortaya çıkmaya, erkeklerde omuzlar genişlemeye başlamıştır.

Çocuklara giysi tasarlarırken dikkat edilmesi gereken hususlar şöyle sırlanabilir:

- Çocuğun tenini tahriş etmeyen, yıkanabilir özelliklere sahip, kumaşlardan tasarım yapılmalıdır.
- Giysilerde kullanılan aksesuarların (fermuar, düğme vb.) yerleri doğru seçilmeli, küçük çocukları rahatsız etmemeli ve cildi tahriş etmemelidir.
- 0- 3 yaş çocukların giysilerinde kullanılan süsleme amaçlı aksesuarların çocukların ağızına alabileceği düşünülerek (püskül,-ponpon vb.) sağlık açısından dikkatli olunmalıdır.
- Çocukların çabuk büyüdüleri göz önüne alınarak uzun süre kullanılma özelliğine sahip olmalıdır.
- Oyun çağındaki çocuklara giysi tasarlarırken hareketlerini kısıtlamayacak ve rahat giyilip çıkarılacak özellikte olmalıdır. Bu çağdaki çocukların bel hatları belli olmadığı için belden kesik giysiler yerine robalı giysiler, sabit kemerler yerine lastik bantlar tercih edilmelidir.
- Tasarlanan giysiler şıklıklarının yanı sıra fonksiyonel olmalıdır.
- Alternatifli giysiler tasarlanarak uzun süre kullanımları sağlanılmalıdır.
- Giysi tasarlarırken moda trendleri de göz önüne alınmalıdır.
- Ergenlik çağındaki çocuklar için tasarlanan giysilerin, çocuk giysilerinden farklı çizgiler taşımasına dikkat edilmelidir.

Bunlardan başka çocuklara giysi tasarlarırken;

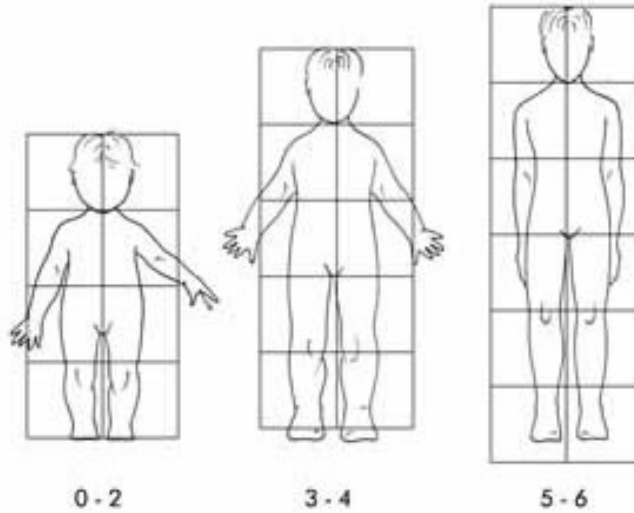
- Tasarımı yapılan ürünün, hazır giyim mi, bireysel üretime mi yapılacağı göz önüne alınmalıdır,
- İklim şartları dikkate alınmalı, mevsimsel özelliklere göre kumaş süsleme ve aksesuar düşünülmalıdır.

- Çocuğun giysiyi nerede ve hangi amaçla giyeceği bilinmelidir.
- Moda eğilimleri göz önüne alınarak, kumaş, süsleme, aksesuar ve model seçimi, tasarıma yansıtılmalıdır.

Silüete giysi giydirmede çocuk kıyafetleri açısından değişen bir şey yoktur (**Resim 86**). Burada dikkat edilmesi gereken, vücut oranları ve yüzdeki organların birbiriyle olan ilişkisidir.

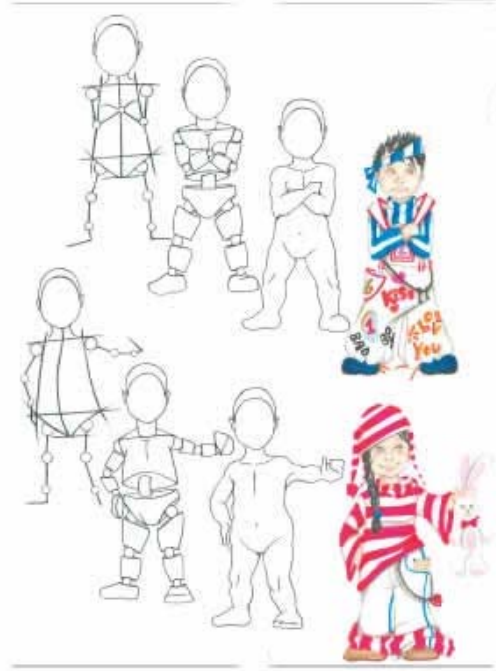
“Çocuğun başı, vücuda oranla daha büyüktür. Gözleri de normal bir insana göre daha büyüktür. İki göz arasındaki boşluk bir göz boşluğundan daha geniştir. Burun kemikleri tam gelişmemiş olduğundan burun kalkık ve küçüktür. Dişler de yine küçük olduğu için çene kemiği profilden kıvrık gözükür” (Olgaç, ty.:217). Kaşlar başın tam ortasında yer alır. Kulaklar yüzle orantılandığında biraz daha büyüktür. Burun delikleri belirgindir. Alın yüksek ve saçlar geridedir.

Çocuk giyimi için hazırlanan moda resimlerinde bunlar göz önünde bulundurulmalıdır (**Resim 3.87**).



Resim 3.86. Yaşlarına göre çocuk boy ölçüleri

Kaynak: Fashiontechniques, 2007



Resim 3.87. Çocuk giyiminde silüet giydirme

Kaynak: Fashiontechniques, 2007

3.7.Modâ illüstrasyonunda yöntemler

3.7.1.Kreasyon

“Fransızca olan kreasyon (creation) sözcüğü, moda dilinde evrenselleşmiştir. Kreasyon, giyim tarihi evrimi ışığında kişi yaratıcı gücünün, çağdaş koşullarla birleşmesinden oluşan renksel ve çizgisel bir tasarlama işidir. Daha kısa bir tanımla, “giyim alanında yeni giysi ve aksesuar modellerinin yaratılmasıdır”.

Her yaratma eyleminin içinde, bir yaratıcı kreatör, createur, creatrice bulunmaktadır. Kreatör, modayı çizgileriyle yaratan kişidir. Sanatsal anlayışla ele alınan giyim alanı için çalışır, yaratıcı niteliği doğuştan gelmiştir” (Komşuoğlu vd., ty.:87).

Mesela; ünlü modacı Poiret, giyim ve moda alanında büyük bir yaratıcıdır. 1920 -1930 yıllarında yarattığı ilginç model ve çizgiler, günümüzde de ilgiyle izlenmektedir.

Modâ evleri, her mevsim yaptıkları defilelerle, kreatörlerinin çizgi ve renklerini yansıtan giysileri moda dünyasına sunmaktadırlar.

Bir moda olayı içinde moda evi, moda yaratıcısı, giysi, manken, defile, reklam ve pazarlama, zincirleme olarak görev yaparlar. Moda evleri beğeni kazanmak ve satışlarını çoğaltmak için giysi modellerini hazırlarken bazı noktaları düşünmek zorundadırlar. Bunlar, hazır giyim (konfeksiyon) kuruluşları için de geçerlidir.

“Kreatörler, modellerini yaratırken;

- Günün moda anlayışını,
- Ülkenin sosyo - ekonomik yapışım,
- İklim ve mevsim özelliklerim,
- Yaş ve vücut özeli iki erini,
- Kumaşların özelliklerim bilmelidirle” (Komşuoğlu vd., ty.:87)

Kreasyonun kaynaklarını ise şu şekilde anlatabiliriz:

Moda yaratıcısının ya da moda resmi hazırlayacak kişinin, model çizerken yararlanacağı kaynakları tanınması çok önemlidir.

Bu kaynaklar:

- Giyim tarihsel evrimini içeren yayın ve albümler,
- Ünlü ressamın tabloları, röprodüksiyonlar,
- Giyim ve moda ile ilgili televizyon ve sinema arşiv filmleri.
- Moda evlerinin koleksiyonları.
- Moda dergileri ve gazete koleksiyonlarıdır.

“Çalışmaya başlarken, giysi tasarımındaki aşamaları gözden geçirip, o doğrultuda hazırlanarak çizime başlanmalıdır” (Olgaç, ty.:222). Moda yaratıcısı, giyim ve aksesuarın evrensel gelişimini inceleyerek çeşitli evrelerdeki ortam ve koşulların, giyime olan etkilerinin değerlendirilmesini yapmalıdır. Bu değerlendirme, ona modellerini yaratmada yardımcı olacaktır.

Fransız ressam Henri Matisse, “görmek, yaratıcılığın başlangıcıdır” demiştir. Yaratabilmek için iyi bakmanın yanı sıra iyi bir gözlemci de olmak gerekmektedir.

“Kreatör, toplumdaki olaylardan olduğu denli, olayları yaratan kişilerden de esinlenerek bunları değerlendiren kişidir. Zaman zaman moda dünyasında, giysilerin genel görünümünü belirleyen A - H - V - X çizgilerinin modaya egemen olması moda yaratıcısının harflerden hile nasıl yararlanabileceğini kanıtlamıştır.

Giyim tarihinin evrimi içinde bu tür değişik figür görünümüne rastlamak mümkündür. Mesela; 1870 yıllarında bedene sıkıca oturan, önde yere kadar inen drapeli eteği, arkada kuyruk biçimindeki uzantısı olan “polones” stili giysiler, giyende öne doğru eğimli bir görünüm sağlamıştır. Bu görünüme “Eski Yunan görünüşü” denilmiştir.

20. yüzyılın başlarında, giysilerin altına bedenın ön bölümünü dik gösteren bel korseleri giyilmiştir. Bel korsesi, bedenın üst parçasını uzun gösterdiğinden bel çizgisi aşağı kaymış ve bel sıkıca belirlenmiştir. Bol takılan kolları, bele ve kalçaya oturarak, kalçadan aşağıya bol dökümlerle inen uçları kırmalı eteği ile kadın figürü, bir “kum saati”ne benzetilmiştir” (Komşuoğlu vd., ty.:89).

1918’lerde, uzun, şık bluzun bir bedenle, siyah, tilki ya da rakun kürkünden yapılmış geniş pelerinlere bürünen kadın figürde “iğ” stilini yaratmıştır.

1840’lardan sonra bütün Avrupa’ yı saran Berlin modasında, kadın figürü karikatürlere konu olmuş çember etekliği, fiyonk ve saçaklarıyla kadın figürü bir “ördek” görüntüsü yaratmıştır.

Moda yaratıcısının nelerden etkilendiği ve nelerden esinlendiği birkaç örnekle anlatılmaya çalışıldı. Yaratmada önemli olan hayal gücünden kaynaklanan, orijinal buluşlardır. Kopyacılıktan kesinlikle sakınmalıdır. Bir mağaza vitrini ya da bir moda dergisinden hafızada kalanları çizmek kopyacılıktır.

Model çizimine geçilmeden önce, moda dergileri, giysi modelleri, mümkün oldukça da mağaza vitrinleri gezilmeli ve amaç tespit edildikten sonra, eskiz kağıdına eskizler yaparak modelleri yaratmaya çalışılmalıdır (**Resim 3.88**).

“Bir koleksiyona başlamada önce, moda tasarımcısı croquis⁹ denilen çizimler serisi oluşturur. Bir sonraki evre ise, daha ayrıntılı çizimleri içerir. Son safha ise, bitmiş bir sanat eseri sayılır” (Stipelman, 2002:11).



Resim 3.88. Küçük ölçülerde eskizler

Kaynak: Komşuoğlu, ty.

Moda ile ilgili mesleki okullarda da öğrencilere bunlar sık sık hatırlatılmalıdır. Bu önerilerden biri de küçük ölçülerde çizilmiş hazır figürlerden yararlanılması üzerinedir. Daha sonra serbest çizimlerde serbest olmaya gidilmelidir (**Resim 3.89**).

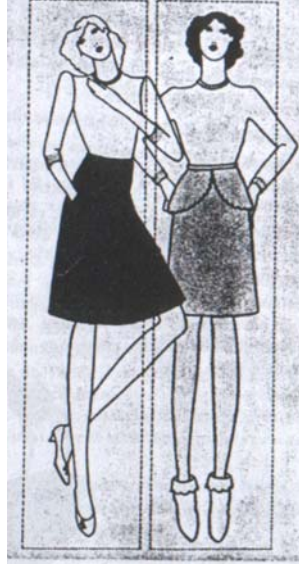


Resim 3.89. Ünlü modacıardan küçük ölçülerde çizilmiş artistik figürler

Kaynak: Komşuoğlu, ty.

⁹ Croquis, Fransızca bir kelime olup, küçük, zor, zahmetli eskizlerdir.

Amacına uygun biçimde hazırlanan model eskizlerinden bir ya da birkaçı, hazır moda figürlerine (silüetlerine) giydirmeye çalışılmalıdır. Fakat bu aşamada ara ve küçük sınıflarda hazır figürler kullanılabilir. Büyük sınıflarda ise canlı modelden moda figürleri çizgi denemeleri yaptırılmalıdır (**Resim 3.90**).



Resim 3.90. Alt sınıflar için kolay çizimler

Kaynak: Komşuoğlu, ty.

“Aksesuar yaratma çabalarında ise, çocuk, kadın, erkek için spor ve fantezi olarak giysi modelleri ile birlikte şapka vb. gelin başları, çanta-ayakkabı, kemer ve takı modelleri araştırılır. Bu araştırmalarda, giyim tarihi ile çeşitli nitelikte yayın ve albümlerden, geçmiş yıllardan halan moda dergilerinden yararlanmak mümkündür” (Komşuoğlu vd., ty.:94).

Burada yine, moda illüstrasyonu hazırlanırken, mesela, hasırdan yapılmış bir plaj şapkası ve sandaletinin modelinde hasırın dokusu, saten kumaşla kaplanıp vualet kullanılan fantezi bir şakada saten kumaşın parlaklığı ve vualetin dokunuş özelliği belirtilmelidir.

3.7.2.Modernizasyon

Fransızca modernizer; modernleştirmek, sözcüğünden kaynaklanmaktadır. Modernize, yenileştirilmiş, modernleştirilmiş, yaşanan çağa uygun yeni bir biçim verilmiş olarak tanımlanmaktadır. Modernizasyon, kısaca modernleştirme,

yenileştirme işlemidir. “Yenileştirerek, yaşanan çağın, teknik ve teknolojik şartlarına uygun hale getirilerek yeniden düzenlenmesidir” (Olgaç, ty.:222).

Bir başka tanımla “geçmişe ilişkin sanat değeri olan bir konunun, biçim ve karakterini bozmadan çağın teknik imkanlarına uygun olarak yeniden düzenlenmesidir” (Komşuoğlu vd., ty.:94).

Giyim ve moda alanında ise “geçmiş yılların tarzına çağdaş bir yorum getirmektir” denilebilir.

Modernize işlemi güzel sanatların birçok alanında yapılmaktadır. Özellikle moda resmi ve süsleme resmi alanlarında uygulama imkanları zengindir.

Modernizasyonun kaynaklarını ise şöyle açıklayabiliriz:

Moda resminde modernizenin kaynaklarını, tarihi giysiler ve giysileri tamamlayan aksesuarlar oluşturur. Modernize işlemi gerçekleştirecek olan kişinin, giyim ve modanın tarihi değişimini çok iyi bilmesi gerekir. Bu da, giyim tarihi bilgisi ve folklor incelemeleriyle gerçekleşir.

“Modernize yaparken yararlanılacak kaynaklar şunlardır.

— Geleneksel giysiler ve giysiyi tamamlayan öğeler,

— Bölgesel araştırmalar,

— Giyim tarihi ve folklor araştırmaları içeren yayın ve albümler,

— Ünlü ressamın tabloları ya da röprodüksiyonları,

— Arkeolojik yapıtlar ya da bununla ilgili yayın ve albümleri,

— Moda dergileri, modelleri ve gazete koleksiyonları” (Komşuoğlu vd., ty.:94)

Bu kaynakları bulabilmek için müzelere, kitaplıklara tiyatro, sinema, televizyon arşivlerine, özel kitaplık arşiv ve koleksiyonlarına başvurulabilir. Açıklanan kaynaklardan en önemlilerinden biri, bölgeye, asıl kaynağa gidilerek yapılan bölgesel araştırmalardır. Bölgede, asıl yerinde yapılan araştırmalarla, daha sağlıklı ve güvenilir bilgi toplamak mümkündür.

Bunun yanında, çeşitli milletlerin tarihlerinden, geleneksel giysilerinden esinlenerek, son derece yeni, zengin modeller üretmek mümkündür. Örneğin, Parisli modacıların 1950'lerde, İstanbul'daki mezar taşlarından esinlenerek hazırladıkları sarık tipi şapkalar, o yıllarda büyük ilgi toplamıştır.

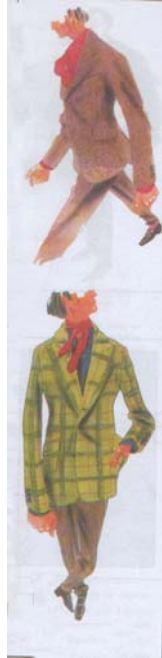
Modernize işlemlerinde de kreasyonda olduğu gibi, çocuk, kadın, erkek için spor, fantezi giysiler olarak model çizimi tasarlanır.

3.8.Önemli moda tasarımcılarının desen örnekleri

Tüm bu öğrenilen bilgilerden sonra yapılması önerilen en önemli işlemlerden biri de ünlü moda kreatörlerinin çizgilerini, moda silüetlerini incelemek olacaktır. Bu ölçülerdeki ölçü-oran, denge ve hareketi, değişik çalışma tekniklerini incelemek, tasarımcıların ve tasarımcı adaylarının kendi stillerini bulmalarına yardımcı olacaktır.

Ünlü moda tasarımcılarının moda silüetleri incelenerek, dergilerden yeni silüetler kesip kopyalanabilir, bunların üzerinde deneme çalışmaları uygulanabilir. Hatta onlara bakarak röprodüksiyon çalışmaları da yapılabilir.

Dünyaca ünlü modacıardan çeşitli çalışmalar aşağıda yer almıştır.



Resim 3.91. Gucci: 1995-96 kış koleksiyonu için illüstrasyon **Resim 3.92.** Versace'ye ait bir çizim



Resim 3.93. Christian Dior'a ait çizim

Kaynak: Baş, 2004



Resim 3.94. Christian Lacroix'in bir çizimi

Kaynak:Baş, 2004



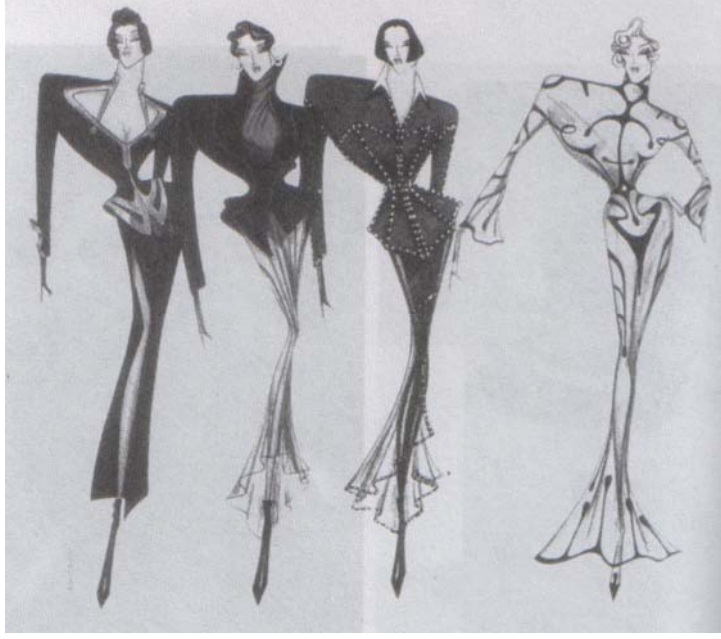
Resim 3.95. Christian Dior'un bir çizimi (1950)

Kaynak: Onur, 2004



Resim 3.96. Jean-Paul Gaultier (1998)

Kaynak: Onur, 2004



Resim 3.97. Thierry Mugler'e ait krokiler (1992)

Kaynak: Onur, 2004

4. BÖLÜM

4. TÜRKİYE’DE MODA İLLÜSTRASYONUNUN GÜNÜMÜZDEKİ DURUMU, SORUNLARI

4.1. Kısaca Türkiye’de geçmişten günümüze moda

Dördüncü bölüme kadar, illüstrasyonun ne olduğundan -tarihçesiyle birlikte- giyim ve modanın ayrılmaz birlikteliğine ile aslında tasarım ve modanın da ne kadar ilintili olduğunu görerek, giysi tasarlamanın aşamaları arasında moda resminin (illüstrasyonu) konumunu, yine aşama aşama figüre giysi giydirmenin tüm ayrıntılarıyla, moda resminin içselleştirilmesine dikkat çekilmek istenmiştir. Dördüncü ve son bölümde ise, konu başlığının yan cümlesi olan “Türkiye’de moda illüstrasyonu üzerine bir araştırma” yı destekleyecek bilgiler yer alacaktır.

Bu bölümde, daha çok, araştırma kapsamında ünlü Türk moda tasarımcıları ile yapılan yazılı ve yüz yüze görüşmelerin sonuçları ile desteklenmiş bilgilere yer verilecektir.

Moda illüstrasyonunun Dünya’daki genel olarak geçmişini konu alan bölümümde belirtildiği gibi, moda çizimleri, moda figürü, moda resmi, moda illüstrasyonu gibi kavramlar tek başlarına bir anlamlandırma yeterliliğine sahip olmayıp, moda illüstratörü, stilist, modelist, kreatör, moda çizeri gibi kavramlar da moda illüstratörü kavramından bağımsız düşünülememektedir. Bu yüzden tekrar hatırlatılmalıdır ki, Türkiye’de moda illüstrasyonu hakkında bilgi verirken geçmişten günümüze her moda nasıl bir serüven içerisinde aksediyorsa, moda çizimleri de tamamen buna paralel olarak ilerlemekte, bir bakıma o döneme ait modayı temsil etmektedir. Bu sebeple Türkiye’de geçmişten günümüze giyim modasını özetlemek yerinde olacaktır.

Türklerin Anadolu’ya yerleşene kadar, yaşadığı süreci bir anlamda göçler tarihi olarak düşündüğümüzde, Türklerle ilgili belge bulmanın ne denli zor olduğu bir gerçektir. Ayrıca, İslamiyet ile birlikte putperestliğe karşı girişilen savaşta, birçok kaynağın da tahrip edilmiş olması net bir bilgiye ulaşmayı zorlaştırmaktadır. Bundan dolayı, Türk giyim tarihi ile ilgili kaynaklara ulaşmak da güçtür. “Bugün bu bilgilere

ancak duvar resimlerinden, minyatürlerden, gezi yazılarından ulaşılabilmektedir” (Onur, 2004:61).

Anadolu Selçukluları’nda 1195 yılında, kadın ve erkek giyimi arasında fark olmadığı görülmektedir. Kadın ve erkekler özellikle kolları şeritlerle süslü, önden açık ve diz altına kadar uzanan elbiseler giymişlerdir. Kadın ve erkek giysileri arasındaki ilk ciddi ayrım 13. yüzyılda, kadınlarda görülen inci kolyeler ile başlar. Bu dönemde küpeleri hem erkekler hem de kadınlar kullanmaktadır. Bu dönemde kadınları giysileri, ferace¹⁰, kaftan, hırka ve cepkendi. Erkeklerin dış giysisi ise, kaftandı. Ancak, süslü kırmızı çizmeleri, saçlarının uzunluğu, küpeleri, kemerlerinin süsleri ise kadın giyiminin özelliklerini yansıtmaktadır.

“Osmanlı İmparatorluğu’nun sınırları oldukça geniş bir coğrafyaya yayıldığı için, kuruluşundan yıkılışına kadar geçen sürede içinde çeşitli etnik ve dini grupları barındırdığı bilinmektedir. Dolayısıyla bu geniş coğrafya üzerinde giyim kültürü kendi içinde farklılıklar gösterse de, Osmanlı kültürünün izlerini taşıyan bir giyim tarzından söz etmemiz mümkündür” (Onur, 2004:63).

Yukarıda da söz ettiğimiz gibi Osmanlı Devleti’nde Müslüman, Hıristiyan, Musevi gibi farklı dinden ve etnik gruptan olan toplulukların farklı giyim kültürleri vardı. Geçmişteki giyim tarzlarına ise o dönemde yapılan, minyatürlerden, ressamın çizimlerinden, sarayda saklanan eşya ve giysilerden, ayrıca en önemlisi 14. ve 16. yüzyıllar arasında, İstanbul’a gelen yabancı ziyaretçilerin anılarından ulaşılmaktadır.

Osmanlı yaşamını tanımak için gelenler arasında değişik meslek gruplarından insanların bulunduğunu anlıyoruz ki; bu gezginler çevrelerinde gördükleri her şeyi yazıp resimlemeye gayret etmiş ve Osmanlı’nın yaşamı hakkındaki bilgileri kendi ülkelerine taşımışlardır (Eğer Türkiye’de moda illüstrasyonunun ilk örneklerini betimleyecek olursak, Osmanlı’nın yaşamına ait öğelerden biri olan giysilerini resmeden bu ressamlar aslında tarihi illüstrasyonun kapsamı içerisinde, o dönemin giysilerini illüstre edip, belki de dönemin modasına uygun giyinen tüm kadınların giysileriyle birlikte günümüze kadar taşınmasını sağlamışlardır).

¹⁰ Ferace, Osmanlı’ya özgü uzun kolları, yakasız, bol ve siyah renkte pardösüyü anımsatan, günümüzde bazı kırsal kesimlerde hala kullanılan giysidir. Bazı yörelerde "Ferece" diye de okunur.

Bunun yanında Osmanlı saray kadınlarının ünvanlarına göre farklı giysiler giydikleri bilgisine ulaşılmıştır. Örneğin; padişahın nikahsız zevceleri olan haseki sultan, “yakalı elbise, üstüne altın işlemeli kepenek, kırmızı şalvar ve sarı yemeni giymiştir. Başa hurmalı hotoz geçirilmiştir” (Sevüktekin vd., ty.:36) (**Resim 4.1**) (Bu tür giyimle ilgili kaynaklarda, ilgili metinlere eşlik eden kıyafet çizimleri de moda illüstrasyonu olarak düşünülebilir).



Resim 4.1. Haseki Sultan (Haseki Kadın)

Kaynak: Apak, vd., ty.

Bir diğer örnek; odalıklar: Padişahın kişisel hizmetlerinde bulunurlardı. “Odalıklar, yakası kürklü kutnu denilen üzeri çiçekli, kırmızı renkli dayanıklı ve tok kumaştan, göğüs üstü büzgülü, beli kuşaklı kısa bir elbise ile bunun altına eteklik giymişlerdir” (Apak vd., ty.:43) (**Resim 4.2**).



Resim 4.2. Odalık

Kaynak: Apak, vd., ty.

Osmanlı kadınının giysisi hakkında, önden açık feraceler giydiklerine bilgisine ulaşılmıştır. 15. yüzyıla kadar Osmanlıda peçe geleneği görülmemektedir. Andreas Laguna adındaki doktorun, “Viaje de Truquia” adlı seyahatnamesinde kadın ve erkeklerin aynı elbiseyi giyebildiklerinden söz edilmektedir. “Fransız gezgini Philippe du Frense-Canaye 1573 yılında yaşadığı İstanbul’u anlatırken kadınların kırmızı feraceler ve yüzlerindeki peçelerle Pera’ dan geçerek hamama gittiklerinden söz edilmektedir” (Onur, 2004:65).

Ancak, kadınlar, evlerine vardıklarında, yakasız ve önden açık dekolte tarzdaki ev giysilerini giydikleri anlatılmaktadır. Kadınların giydikleri gömlekleri erkeklerindekiinden ayıran özellik ise süslemeli oluşlarıdır.

17. yüzyılda kadın kıyafetinde çok büyük değişiklikler görülmemektedir. Ferace geleneği devam etmektedir. Kadınlar dışarı çıkarken manto gibi kullanılan ikinci bir giysi ile giyimlerini tamamlamaktadırlar. Erkekler de yine ferace giyimini sürdürmektedirler.

Lale Devri' ne gelindiğinde, 18. yüzyılda feraceler hala giymeye devam etmektedir. Bu dönemde, Lale Devri'nin vermiş olduğu etki ile kadınlar daha sık dışarı çıkmaya başlamışlardır. Dolayısıyla giyimde bazı esneklikler gözlenmeye başlanmıştır. O döneme kadar sadece gayrimüslimler için çıkarılan fermanlardan, Sultan III. Ahmet zamanında Müslüman kadınların giyim tarzını düzenlemek için de çıkarılmıştır. Fakat iffetli kadınların, süslü giyinen gayrimüslim kadınları görek özenip kıyafetlerinde bazı değişiklik yapmaya başlamaları ve bundan dolayı eşleriyle tartışmaya başlamaları üzerine bu tip giyim kesinlikle yasaklanmış, yasaya uymayanların şehir dışına sürülecekleri açıklanmıştır.

“Bütün bunlara karşılık, yine de minyatür ustası Levni'nin minyatürlerinden anlaşılacağı gibi kadınların kıyafetinde, Batılılaşmanın getirmiş olduğu yenilikler de gözlemlenmekteydi. Takıları ile zengin görünümünü koruyan kadın, sarı ayakkabıları ile Lale Devri kadın giyim tarzının ana hatlarını göstermekteydi. Bunun dışında, Rusya'dan gelen kürklerin pek revaçta olmasıyla her mevsim ayrı kürk giyilmesi dönemin dikkat çeken diğer bir unsuruydu” (Onur, 2004:67).

Yüzyılın sonlarına doğru ise kadın giyimleri üzerine çıkan fermanlar pek de dikkate alınmaz olmuştur. Ev içlerinde oldukça derin dekolte ile dolaşan kadınlarda, yakalarda “U” ve “V” tipi görülmektedir. Gömlekler şeffaf ve artık etekler yırtmaçlıdır. O dönemde, süsleme, elbisenin biçiminden daha önemlidir.

18. yüzyılın sonuna doğru Osmanlı Devleti, Hıristiyan azınlıklar nedeniyle Avrupa'nın etkisine büyük ölçüde girmiş bulunmaktadır. Bu açıdan 19. yüzyılda, peş peşe gelen padişahların yapmış olduğu yenileşme hareketleri yaşamın her alanında, hatta kılık kıyafette de kendini hissettirmiştir. 19. yüzyılda da kadınların sokak kıyafetleri ile ilgili düzenlemeleri kapsayan fermanlar yine devam etmekteydi. Bu döneme eklenen en önemli ayrıntı, giysi takım teşkil eden küçük zarif şemsiyelerdir. Eskinin tam tersine artık, gençler sıkı sıkıya gizlemek yerine yüzlerini göstermeye, yaşlılar ise örtünerek kendilerini gizlemeye başlamışlardır.

“1839 Tanzimat Fermanı ile başlayan batılılaşma hareketi, tüm yaşamın değişimine neden olan ciddi bir devrim niteliği taşımaktadır. Özellikle değişim saray içinde, kendini çok hızlı göstermiştir. Bu bağlamda, saraya gelen yabancı diplomatların ve eşlerinin etkisiyle giyim tarzı hızlı bir değişime uğramıştır. Bu

dönemde sultanlar saray dışı terzilere sipariş vererek istedikleri modelleri diktirmeye başlamışlardır” (Onur, 2004:71). Süslemeler yavaş yavaş Batı'nın zevklerine uygun olmaya başlar. Daha sonraları ise Avrupa'dan gelen moda dergileri yeni bir yol açmıştır. Bu dergilerin üzerine, istedikleri kumaşın numunesini koyarak ve çeşitli notlar yazarak terzilerle iletişime girmektedirler. 19. yüzyılın sonlarına doğru saraylı hanımlar artık modanın merkezi Paris'ten elbiselerini ısmarlamaya başlamışlardır. Artık sultan hanımları peçe yerine daha ince olan yaşmağı tercih etmişlerdir.

1889 yılında Abdülhamit'in emriyle Yıldız Sarayı'ndan bir ferman yayımlanmıştır. Bu fermana göre tesettüre uygun olmadığı gerekçesiyle feracenin kaldırılarak yerine çarşaf giyilmesi hükmüne bağlanmıştır. Daha sonra da bazı erkelerin siyah çarşaf içine saklanıp suç işlemeleri üzerine tekrar kadınların çarşaf giymelerinin yasaklanması uygun görülmüştür.

1908'de İkinci Meşrutiyet'in ilanı sonrasında ise Cumhuriyet ile kadınların çalışma hayatına girmesi ve eğitim alanında ön sıralarda görevlendirilmesi ile yeni bir döneme girilmiş; artık giyim-kuşam ve moda kavramları yeniden şekillenmeye başlamıştır. “1920'lerden sonra, tangonun yerini çarliston dansının almasıyla gelişen modaya ülkemiz de ayak uydurur. Diz kapağında dar, dizden aşağı bollaşan çarliston pantolon modası, ülkemizde de gençler ve kadınlar arasında aynı yıllarda yaygınlaşır” (Komşuoğlu vd., ty.:14) (**Resim 4.3**).



Resim 4.3. Çarliston Modası

Kaynak: Komşuoğlu, ty.

“Türkiye’de ilk plajlar Cumhuriyetten sonra açılır ve dilimize mayo sözcüğü bu yıllarda girer.Yine bu yıllarda kadın, siyah erkesi tayyörü, beyaz ipek gömleği, papyon kravatı ve a la garson¹¹ stili kesilmiş saçı ile tipik bir siluet çizmektedir” (Komşuoğlu vd. ,ty.:17).

1925’teki şapka kanunuyla şapka, insanların hayatına girmiş, bu da Batılılaşma sürecine yeni bir çizgi getirmiştir. Erkeklerin gardıroplarını ise artık, pantolonlar, ceketler, yelekler, kravatlar, şapkalar doldurmaya başlamıştır. Mustafa Kemal ise dönemin en şık giyinen şahsiyetidir.

Cumhuriyet kadınının yetişmesi için 1927’de kurulan, “Kız Sanat Enstitüleri”nde genç kızlar, kıyafet dikmeye başlamışlar, kendi diktikleri kıyafetleri giyip, defileler yapmışlardır.

Değişim hızla sürerken, bu arada, Osmanlı geleneği ile yetişmiş yaşlı hanımlar hala kılık kıyafetteki değişime ayak uyduramamış, manto ve eşarbi benimsemeleri zaman almıştır. Bu dönemde, kıyafet sorunu terzilerle çözülmekte, hazır giyim henüz ender görülmektedir.

1930’lu yıllara, 1929 yılın dünyayı sarsan krizin etkisi altında girilmiştir. Türkiye’de de kriz yaşanmış, bu dönemde yerli malı kullanımının artırılması için halk teşvik edilmeye başlanmıştır.

Bu dönemde, Türkiye’de kadın modasındaki değişim ise erkek modasındakinden de hızlı ve radikal olmuştur. 1930’larda ekonomik kriz, giyimde sadelik rüzgarları estirmiştir. Uzun saçlı olmayı engelleyen cloche (çan) şapkaların modası geçmeye yüz tutmuş, saçlar uzamaya bırakılmıştır. 1938’de ise bir zamanlar erkeklerin kullandığı fes, kadın modasına girmiştir.

1940’lı yıllarda, giyim tarzları daha dişi bir görünüm kazanmıştır. Kalem kaşlar, uzayan saçlar, uzayan etek boyları dönemin belirgin özellikleridir. Terziler kadın ve erkekleri daha da uzun gösterecek kesimleri tercih etmişlerdir. Bunun yanında bu dönemde naylon çorap kadın giyiminin en önemli parçası olmuştur.

¹¹ Bu dönemde kadınlar, oğlan çocuklarına benzeyen bir üslupta saçlarını kestirmeye başlamışlardır. Bu tarza da “a la garson” denmiştir.

II. Dünya Savaşı yıllarında, müsriflikten kaçınılmış, terzilerden çok, elbise tamircileri iş yapar olmuşlardır.

Aynı zamanda, 1940'larda görülen, bob stil adı verilen bir "anti-moda" akımı Türkiye'de yaygınlaşmıştır. Bob stil kızlar, yüksek ökçeli ayakkabıları ve etekleri ile dikkat çekmektedirler.

1950'lerde ise savaştan çıkan dünya yeni bir döneme girmiştir. Türkiye ise Amerika'dan "Marshall Yardımı" adı altında bir paket almış ve bununla, artık Türkiye "Amerikan rüyası" ile tanışmıştır "Amerika'da "blue jean" denilen pantolonlar, Türkiye'de "kot" adını almıştır" (Onur, 2004:79).

"50'li yıllarda, Amerika' da esen moda rüzgarları Türkiye' yi de etkisi altına almış, etek boyları kısalmıştır (**Resim 4.4.**). Kadın vücudunun silüetini belirleyen korseler o yılların vazgeçilmezleriydi" (fashionupdate, 2007). Yine bu yıllarda pilili etekler, ütü gerektirmeyen "yık ve giy" gömlekleri, gardıroplardaki çeşitliliği arttırmıştır.



Resim 4.4. 1959 yılında kadınların merakla okudukları dönemin popüler magazin dergisi Hayat'tan bir sayfa

Kaynak: Baş, 2004

"Hazır giyim sektörü ise bu dönemde filizlenmeye başlamıştır. Vitali Hakkonun kardeşi ile yaratmış olduğu, Şen Şapka markasından, Vakko'ya uzanan süreç değişen Türkiye'yi bize göstermektedir. "Yeni Karamürsel", "Atalar", "Titiz" gibi hazır giyim markalarının kuruluşları da bu döneme rastlamaktadır" (Onur, 2004:79).

Bu dönemdeki yeniliklere rağmen, Türkiye hala ekonomik krizi aşamamıştır. Kadınların çoğu kendi elbiselerini kendileri dikmektedir. Fakat bunun yanında sosyetenin gittiği modaevlerinin sayısı artmaktadır. Uludağ o zamanlar oldukça modadır, bu da kayak kıyafetlerinin moda olarak yaygınlaşmasını sağlamıştır.

1970' lerde Avrupa'daki öğrenci hareketleri Türkiye' yi de etkilemiştir. Bu dönemde toplumsal bir olgu olarak göze çarpan kırsal kente göç, modayı derinden etkilemiştir. Varoşlarda pantolon üzerine giyilen güllü etekler ve onların üzerine giyilen İngilizce yazılı t-shirtler, yarım tesettür ya da yarım açılma, kentle etkileşimin giyime yansımasıydı. Genel ahlak kurallarındaki özgürleşme moda da yansımıştır. Mini etekler, kalça hizasına kadar çıkmıştır. 1970'li yıllar, giyimde bir başkaldırı havası sezilmektedir (**Resim 4.5**).



Resim 4.5. Yıl:1968; etek boyları kısalıyor. Milliyet gazetesinde dönemin ünlü modacısı Vural Gökçaylı'dan kadınlara sonbahar modası için tavsiyeler

Kaynak: Vuralgokcayli, 2008

Toplumdaki farklılaşmaların çoğalması ve kendine ait tiplerin doğmasına neden olmuş, ilgi-beğeni alanlarındaki ve türlerindeki artış, giyim tarzlarındaki çeşitliliği de beraberinde getirmiştir. Bu dönemin kadın giyimi, modern ve iyi kesimli, süssüz, bir anlamda klasik bir görünüme sahiptir. Uzun manşetli gömlekleri,

kalça seviyesinde geniş kemerleri, baldırlarını sarmalayan çizmeleri, çok iri gözlükleri vardır. Kadın, her dönemde olduğundan daha sık ve daha çok biçim ve çeşitte pantolonlar, pantolon takımlar giyer olmuştur.

1980’lerde dünyanın ünlü giyim markaları büyük kentlerde peş peşe mağazalarını açıyor, bu markaları taşıyan kıyafetlerle dolaşmak bir statü sembolü sayılıyordu. 1980’lerde shirt, sweat-shirt, tıght gibi İngilizce’den dilimize yerleşmiş pek çok giyim eşyası, saç bantları, lastik ayakkabılar, eşofmanlar moda olmuştur” (fashionupdate, 2007).

Kadınlar ise geleneksel olarak erkek egemenliğinde olan iş dünyasına el atmışlar, etek ya da pantolonla giydikleri abartılı vatkalarla kaldırılmış omuz ceketleri, kravatları ile genel moda resmine güçlü, profesyonel iş kadını imajına ait yeni kıyafetler sokmuşlardı. Moda, artık elbiselerin stillerine bağlı olmaktan çıkmış, kumaş çeşitliliği modanın demode olma sürecini hızlandırıcı bir rol üstlenmiştir.

Kısacası sade ve vücudu kavrayan formlar, 1990’lara damgasını vurmuştur. Mümkün olduğunca süsten uzak, iyi kalıp, yetenekli kumaş ve koyu renkli giyimin uzak, endişeli ve sıkıntılı görünümleri seçilmiştir. Dönemler ve giysiler yeniden sunuluyor, giyim parçaları kullanımdan kullanıma yer değiştiriyor, feminen diye kabul görmüş bir kumaştan yapılmış erkek ceket, lüks parlak malzemedan yapılmış bir spor ayakkabı, gece elbisesinin üstünde altı çizilerek kullanılan teknik bir detay, dönemin ayrıntılarını oluşturmuştur. Artık hiçbir malzeme tek bir cinse özel değildir.

Görüldüğü gibi, 20. yüzyılda, seri üretimdeki teknik değişiklikler, kadınların hür ve eşit olma isteği ve bunlardan etkilenen moda yenilikleriyle doludur. 1900’lardan, 1980’lere dek uzanan yıllarda, modada aşırılıklarla birlikte çok sık değişiklikler görülmüştür



Resim 4.6. 1930’lu yılların popüler magazin dergisi Muhit’ten bir sayfa.Beyaz zemin üzerine çok renkli çiçekli ev elbisesi

Kaynak: Baş, 2004

4.1.1.Türkiye’de eğitimde moda illüstrasyonu

Çağımızın moda tasarımcısı bir giysi üretimi ile ilgili desenden dikime kadar tüm aşama ve konularda uzman olmak zorundadır. Bununla birlikte hazır giyim üretiminde hitap ettiği kitlenin isteklerine ve firmanın fiyat politikasına da uygun olarak bir sonraki sezonun moda olacak çizgilerini ve moda gelişimlerini de tahmin ya da takip edebilmelidir.

Hazır ya da ısmarlama giyim alanında hizmet verecek moda tasarımcılarının, üretimin her aşamasını çok iyi kavrayarak, konusunda çok bilinçli ve yaratıcı olup uygun fiyatlarla satılabilir giysi çizmek ve üretmek zorundadır.

Özellikle son zamanlarda Avrupa’da moda tasarımcılarının firmalara seçilirken, kalıp hazırlayabilen elemanlardan tercih edilmesi de, moda eğitimi veren kuruluşlara kalıp bilgisinin bu alanda ne derece mühim olduğunu vurgulamak açısından da önem taşımaktadır.

Türkiye’de moda resmi eğitimi üniversitelerin mesleki eğitim fakülteleri, üniversitelerin Güzel Sanatlar Fakülteleri ve liselerin ilgili bölümlerinde okutulmaktadır.

Kız Teknik Öğretim Olgunlaşma Enstitüleri' ne, en az ilköğretim veya meslek lisesi mezunları alınmaktadır. Bu enstitülerde bulunan bölümler arasında, Moda Tasarımı bölümlerinden mezun olan öğrenciler mezun olduklarında giyim sektörünün;

“Model tasarımı ve koleksiyon hazırlama, kalıp hazırlama ve geliştirme, örnek üretim, ünitelerinde teknik eleman olarak çalışırlar veya iş yeri açabilirler” (olgunlasmaenstitusu, 2008).

Türkiye’de moda tasarımı, stilistik vb. alanlarda verilen eğitimin, bazı dış ülkelere oranla durumunu, şu cümlelerle anlatmak doğru olacaktır:

“Ülkemizde ancak, son 10-15 yıldan beri ilgili eğitim kurumları içerisinde bir ya da s6mestrde ders şeklinde verilen ya da yeni yeni dal haline gelen moda tasarımı, kalıpcılık, tekstil tasarımı, moda gibi konular, İtalya’da yarım asırdır hizmet vermektedir” (Moda-Tasarım, ty.:32).

Türkiye’de neredeyse bir moda tasarımı okulu konseptiyle eğitim veren moda tasarımı kurslarında verilen dersleri incelediğimizde genellikle şunlarla karşılaşmakta, İstanbul’da eğitim veren bir moda tasarımı kursunun internet sitesinde şunlar göze çarpmaktadır:

“Asıl amaç meslek sahibi olmak isteyen gençlerimize bir kapı açmak ve yetenekli arkadaşları bünyemizde iş imkanı sunmaktır. Sınıflarımızda ayda on beş saat çizim, aksesuar, insan anatomisi, kumaş yapısı, insan psikolojisinde moda, renk çalışmaları ve uygulamalar eşliğinde eğitimlerini tamamladıklarında sertifika elde edeceklerdir” (jaguarwalking, 2007).

Bir başka moda tasarımı kursunun sitesinde yer alan stilistik sertifikası hakkında bilgi veren sayfasında şunlar belirtilmiştir: “Temelden başlayan eğitim programı kapsamında bulunan derslerden başlıcaları, anatomik figür çizimi, çizgi ve renk, kumaş ve desen raporu, şekil ve kompozisyon, çizgi ve tasarım, grafik ve taslak çizim teknikleri, tekstil bilgisi, illüstrasyon, moda tasarımıdır” (lasalleakademi, 2007)

Türkiye’de moda ve tasarım üzerine verilen kurslarda amaç giysi modeli tasarlatmayı hedeflemekten başka şunlardır:

- “— Üniversite veya Akademilerin Moda Tasarımı bölümüne girmek isteyen öğrenciler, yetenek sınavına hazırlanmak ya da portfolyo hazırlamak isteyenler.
- Hobi olarak çizim yapmayı öğrenmek isteyenler.
- Çizim yeteneklerini geliştirmek ve pratik çizim teknikleri öğrenmek isteyen tasarımcılar.
- Reklam filmlerinde, tanıtımlarda çizimler kullanan reklam şirketleri.
- Müşterilerine hazırladıkları koleksiyonu, çizim olarak sunan tekstil firmaları” (nexusartline, 2008).

Görüldüğü üzere, Türkiye’deki moda tasarımı üzerine eğitim veren kurslarda çizim yeteneğini geliştirmeye yönelik programlar, moda illüstrasyonunun bu mesleğin ayrılmaz bir parçası olduğu açıkça görülmektedir.

Biraz da bazı üniversitelerdeki moda ile ilgili bölümlerde okutulan “moda resmi” dersleri hakkında bilgilere değinilecek olursa:

Gazi Üniversitesi Meslek Yüksek Okulu Tekstil - Moda Tasarımı Ders İçeriğinde yer alan “Moda Resmi I” adlı derste yürütülen program şu şekilde açıklanmıştır okulun sitesinde: “Moda Resmi I dersinde uygulanan bütün çalışmalarda, Temel Sanat Eğitimi dersinde kavranan temel sanat öğelerini kullanarak; Moda Resminin yöntem ve ilkeleri doğrultusunda; insan vücudunu istenilen oranda adapte ederek, “moda figürü” çizebilmek, özgün moda figürü çalışmaları yapabilmek, yüz ve makyaj stilleri geliştirebilmek. Farklı kumaş dokularını, giysiler üzerinde ifade edebilmek” (btbmyo, 2008).

Yine aynı bölümde okutulan “Moda Resmi II” dersinin amacı ise: Moda Resminin yöntem ve ilkeleri doğrultusunda öğrencinin kendine özgü dünyasını ve yaratıcılığını farklı temalarla, farklı malzeme ve tekniklerle ortaya çıkarmasını sağlamak, temel giydirme teknikleri verilerek, illüstrasyon, haute-couture ve hazır giyimin tanımını kavrayabilmek ve çalışmalar üzerinde uygulayabilmek, teknik çizim yapabilmek, eskiyi modernize edebilmek, bir konu, kavram, eğilim seçilerek, konuya uyumlu tasarımlar hazırlayabilmek, tasarımları bir araya getirerek koleksiyonlar oluşturabilmek olduğu şeklinde belirtilmiştir.

İzmir Ekonomi Üniversitesi Moda Tasarımı Bölümünde ise Moda Resmi dersi, “Moda Grafiği” şeklinde çıkmaktadır. “Moda Grafiği I” ve “Moda Grafiği II” adlı iki derste yürütülen programlar için, okulun internet adresinde:

“Moda Grafiği I” adlı dersin amacı için, insan anatomisi, grafiksel renklendirme ve stilizasyon çalışmaları ile giysi materyallerinin gerçeğe en yakın şekilde illüstrasyonu ve renklendirme teknikleriyle sunulmasını kapsar” (izmirekonomi, 2008) ifadesi kullanılmıştır.

Okulun internet adresinde “Moda Grafiği II” adlı dersin amacı da, “Bitmiş koleksiyonun teknik olarak son halinin oluşturulması için giyim materyallerinin gerçekçi ve detaylı renklendirilmesini amaçlayan illüstrasyon ve renk tekniklerinin öğretilmesini amaçlar” (izmirekonomi, 2008) olarak açıklanmıştır.

Yeditepe Üniversitesi’nin Moda ve Tekstil Tasarımı Bölümü’ne bakıldığı zaman ise üniversitenin internet sitesinde, “Modelden Çizim” adlı bir ders olduğu görülmektedir. “Modelden Çizim” ismindeki bu derste ise “canlı modelden figürün anatomik yapısını öğrenerek giysi tasarımına uygun stilize desenlerin oluşturulması öğretilir” (yeditepe, 2008) ibaresi bulunmaktadır.

4.1.2.Modu sektöründe moda illüstrasyonu

Ülkemizde tekstil sanayi çok uzun ve köklü bir geçmişe sahiptir. Hazır giyim sanayinin ise geriye dönüp baktığımızda Avrupa Topluluğu’na Ankara Anlaşması ile yedek üye olarak girmemizle birlikte uyanışa geçip hız kazanan ve günümüze kadar gelen oldukça yeni sayılabilecek bir sanayi olduğu görülür. Ancak bu kısa süre içerisinde dahi birçok yol kat etmiş ve başarılı bir grafik sergilemiştir.

Bununla birlikte maliyetlerin yükseldiği, teknolojinin eskidiği ve entegrasyona çok acil ihtiyaç duyulduğu sanayi dalında, Türk Hazır Giyim Sanayicisi’ nin kendi özgü modellerini taşıyan ürünlerini yeni dış pazarlara sokması ve yeni bir tarz gerekmektedir.

Bu düşün gerçekleşmesi içinse doğru ve başarılı etkin bir giyim ve moda eğilimine ihtiyaç vardır. Ülkemizde moda eğitiminin verildiği kurumlar ne yazık ki çok sınırlı ve yetersizdir. Özellikle bu konuda eleman yetiştiren özel statüdeki kurslar kişileri sadece çizgi ve renk konularında bilgilendirmektedir. Sonuç olarak sanat

prensipieri, denge unsurları, kalıp ve giyim teknikleri gibi daha birçok teorik ve teknik konuda yeterince ya da hiç aydınlanamayan, elindeki sertifika sayesinde çeşitli kuruluşlarda göreve başlayan stilist veya moda tasarımcıları hem işletmeyi hem de kendisini güç duruma düşürmektedir.

Oysa çağımızın moda tasarımcısı bir giysi üretimi ile ilgili desenden dikime kadar tüm aşama ve konularda uzman olmak zorundadır. Bununla birlikte hazır giyim üretiminde hitap ettiği kitlenin isteklerine ve firmanın fiyat politikasına da uygun olarak bir sonraki sezonun moda olacak çizgilerini ve moda gelişimlerini de tahmin ya da takip edebilmelidir.

Özellikle hazır giyim sanayinde hizmet verecek moda tasarımcılarının, üretimin her aşamasını çok iyi kavrayarak, konusunda çok bilinçli ve yaratıcı olup uygun fiyatlarla satılabilir giysi çizmek ve üretmek zorundadır.

Özellikle son zamanlarda Avrupa'da moda tasarımcılarının firmalara seçilirken, kalıp hazırlayabilen elemanlardan tercih edilmesi de, moda eğitimi veren kuruluşlara kalıp bilgisinin bu alanda ne derece mühim olduğunu vurgulamak açısından da önem taşımaktadır.

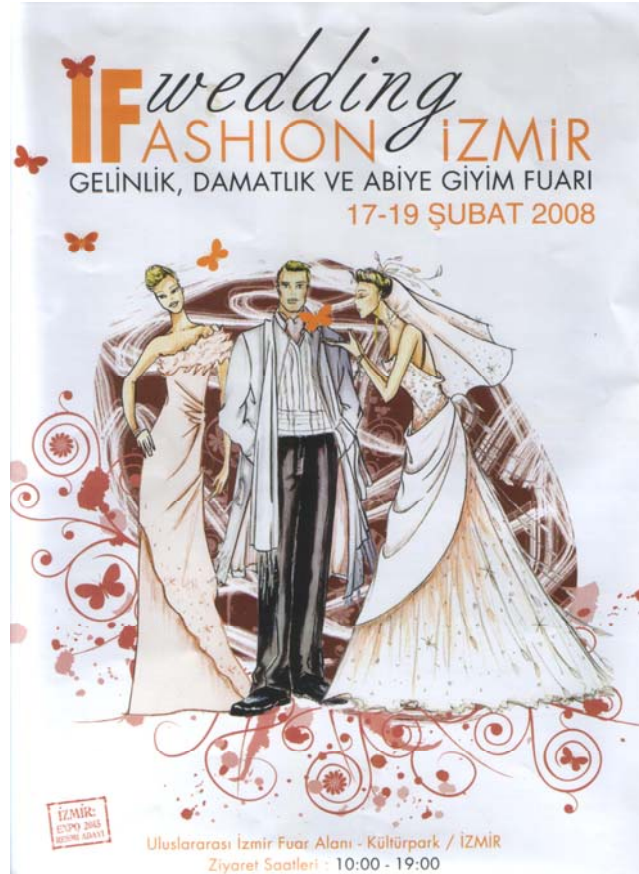
“Türkiye’de yirminci yüzyılın son çeyreğinden itibaren, tekstil ürünleri ve konfeksiyon konusunda, dünya devleriyle yarışacak düzeylere geldiğini görmezlikten gelemeyiz. Bu konuda söz sahibi ülkeler, Türkiye’nin eriştiği seviyenin, tarihi ve geleneksel geçmişinden kaynaklandığı inancındadırlar. Tekstil sanayinden ve üretilen ürünlerin, kalite, estetik ve sağlamlığında bu geçmişin de bazı izleri olduğu kabul edilir. Böyle olunca, Anadolu’nun kumaşta, desende ve modada sürekli yeni tasarımlar ve gelişmeler içinde bulunması, doğal ve tarihi bir süreç olarak beklenecektir” (Türkoğlu, 2002:1).

Türkiye’de moda illüstrasyonunun yerini bu bağlamda, Türk moda tasarımcılarının düşünceleri üzerinde değerlendirmek yanlış olmayacaktır.

Erol Albayrak, yapılan görüşmede, modayı, ticari ve sanatsal olgu olmak üzere ikiye ayırmakta ve moda illüstrasyonuna dair şunları eklemektedir: “elbise ortaya çıkmadan önce illüstrasyon var iken, elbise hayata geçirilmese bile o, bir sanat eseri olarak kalıyor” (Albayrak, 2007). Örnek olarak da ünlü moda illüstratörü Erte’yi vermektedir. Türkiye’de ise bu konuda ciddi bir eğitim verilmediğini

düşünmektedir. Fakat “okullarda yetenekli moda illüstratörü var. Yetenek yoksa modacı olunmuyor. Tıpkı diğer sektörlerdeki gibi moda sektöründe de eğitim olması şart. Fakat tesadüfi, referansı olanlar bu konuda ilerleyebiliyorlar.”¹²(Albayrak, 2007) demektedir. Moda illüstrasyonunda ayrıntının önemine dikkat çekiyor ve birebir resmedilmesinin gerektiğini düşünüyor Erol Albayrak. Çizimlerde manuel yöntemin en sağlıklı sonucu verdiğini fakat artık bilgisayar ortamında da istenilen sonuçlar elde edildiğini de eklemiştir.

Moda illüstrasyonunun Türkiye’de kullanım alanlarına gelince, ünlü modacı : “Sosyal projelerde moda illüstrasyonu kullanılıyor. Biraz gönüllülük gerektiriyor. Önemli dergilerde basın ilanı ve reklamlar için moda illüstrasyonu hazırlanabiliyor. (Albayrak, 2007) şeklinde açıklama yapmaktadır (**Resim 4.7**).



Resim 4.7. Dergide basın ilanlarında görülen moda illüstrasyonlarına bir örnek

Kaynak: Tek Style, 2007

¹² ALBAYRAK

Gamze Saraçoğlu ise, moda illüstrasyonunun Türkiye’deki yeri, önemi ve sorunlarına şu şekilde yorum yapmaktadır: “ Moda illüstrasyonu Türkiye’de çok sıkça kullanılmasa da, bu işi çok iyi yapan tasarımcılar ve illüstratörler var.Fakat illüstrasyon Türkiye’de yeni sevimliye başlayan bir sanat” (Saraçoğlu, 2007).

Jeyan Gedik, “moda illüstrasyonu bir modacı için neyi ifade eder?” sorusunu şöyle yanıtlamıştır: “Bir modacı için illüstrasyon çok önemlidir. Tasarımcının hayalindeki modeli kağıda ya da bilgisayara dökmesi gerekir. Günümüzde artık elle çizmek için kendimizi zorlamak gerekmiyor. Bilgisayarlardaki çizim programları bu konuda bizlere çok yardımcı oluyor. Bu hem zaman açısından hem de tasarımınızı ifade edebilmek açısından çok iyi” (Gedik, 2007).

Aynı soruyu Gamze Saraçoğlu şu şekilde yanıtlamıştır: “Bir modacı için illüstrasyon hayalimizdeki tasarımı sanatsal olarak presente etmemizdeki en doğru ve görsel yoldur” (Saraçoğlu, 2007).

Tansu Suay, “moda illüstrasyonu bir modacı için neyi ifade eder?” sorusuna, şu şekilde cevap vermiştir: “Teknolojinin gelişmesiyle birlikte, çeşitli bilgisayar programlarının (adobe photoshop, adobe illustrator, corel draw, macromedia freehand) sundukları sayısız imkanlarda, tasarımcıların illüstrasyonlarını dijital ortamlarda hazırlamalarına olanak tanımıştır ve son derece başarılı sonuçlar elde edilmektedir. “Moda tasarımcılığı” ve “moda illüstratörlüğü” birbirinden ayrı, fakat bir araya geldiği zaman son derece etkili sonuçlar doğuran farklı meslek dallarıdır. Her moda tasarımcısının, moda illüstrasyonu yapabilme kabiliyeti olması gerekmediği gibi her illüstratörün de, üstün bir giysi tasarım becerisine sahip olması beklenemez. Fakat, moda tasarım okullarında verilen, Fashion Sketching ve Fashion Illustration dersleri, moda tasarımcısı adaylarını, mesleğe atılmadan önce illüstrasyon konusunda eğitmekte ve geliştirmektedir” (Suay, 2007).

Tansu Suay, “Türkiye’de moda illüstrasyonunun yeri, önemi, sorunları ve önerileriniz nelerdir ?” sorusunu da şöyle yanıtlamıştır: “Son dönemlerde, üniversitelerin ilgili bölümlerinde açılan Moda Tasarımı bölümlerinin artmasıyla birlikte, moda tasarımının ve moda illüstrasyonunun, Türkiye’de hak ettiği ilgiyi ve değeri göreceği kanısındayım. Dünya’da geçerli bir meslek kolu iken, ülkemizde henüz yaygınlaşmamış ve moda tasarımcılığına destek amaçlı yürütülen moda

illüstratörlüğünün de zaman içerisinde daha yaygınlaşacağına inanıyorum. Ülkemizde, moda ve trendler konusunda hazırlanan herhangi bir yayın bulunmadığı gibi, bu konu için hazırlanmış Türkçe kitap veya kaynaklara da çok nadiren rastlıyoruz. Koleksiyonlar hazırlanırken illüstrasyonlara gereken önem verilmiyor maalesef. Bu da, moda illüstratörlüğü mesleğinin gelişimini sekteye uğratan en büyük nedenlerden biridir. Moda tasarımcılığının ve moda illüstratörlüğünün daha da tanınır ve tercih edilir meslekler olabilmesi için, tekstil sektörünün Türk tasarımcılara her konuda destek vermeleri ve tasarımcılarında kendi aralarında sosyalleşerek, sorunlarını, problemlerini, önerilerini paylaşabilecekleri ve çözüm üretebilecekleri platformlar oluşturmaları gerekmektedir” (Suay, 2007).

Türk moda tasarımcılarının Türkiye’de moda illüstrasyonunun yerini betimlemelerine baktığımızda, moda illüstrasyonunun henüz kendi başına bir sanat dalı ya da uğraş alanı, moda illüstrasyonunun moda sektöründe giysinin doğru üretilmesi için yapılması gereken mutlak bir işlem olduğunu görmekteyiz. “İllüstrasyon” sözcüğünün anlamını hakerdecesine bir moda illüstrasyonu Türkçe yayınlanan aylık ya da haftalık moda dergilerinde metne ilişkin örneklendirme işlevine pek rastlanmamaktadır. Fakat ünlü yabancı modacıların çizimlerine bu tür dergilerde ya da moda ile ilgili bazı internet sitelerinde karşılaşılabılırken, Türk moda tasarımcılarının çizimlerine çok nadir kendi internet sitelerinde ya da moda resmi ile ilgili sayılı kaynakta metne destek amacıyla rastlanmaktadır (**Resim 4.8**).



Resim 4.8. Bir moda dergisinde Gianni Versace’nin 1984 yılına ait bir moda illüstrasyonu

Kaynak: Marie Claire, 2007



Resim 4.9. Ege Life dergisinin Nisan 2006 sayısında İzmir’li modacı Jeyan Gedik’in bir röportajına iliştirilmiş çizimleri

Kaynak: Jeyangedik, 2007



Resim 4.10. Modacı Jeyan Gedik’in internet sitesinde “taslaklar” başlıklı bölümde yer alan çizimlerinden biri

Kaynak: Jeyangedik, 2007



Resim 4.13. Ünlü modacı Nevzat Kasman'a ait bir çizim

Kaynak: Onur, 2004

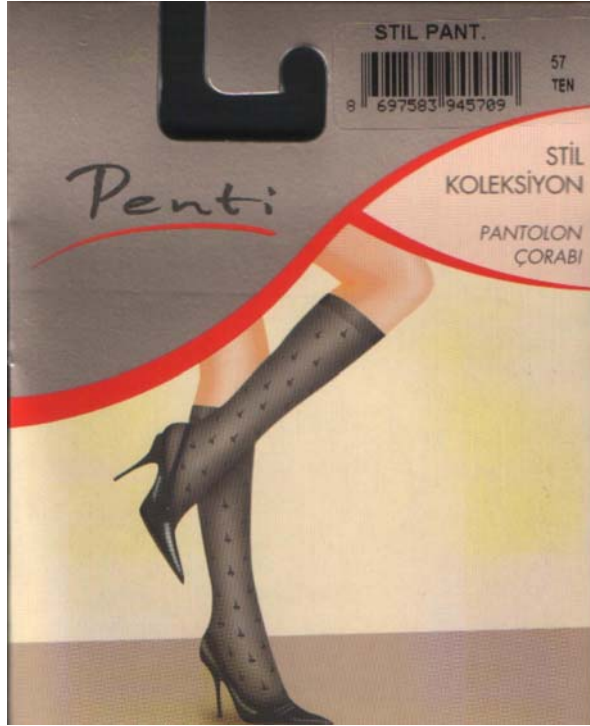


Resim 4.14. Ünlü modacı Rıfat Özbek'e ait bir çalışma

Kaynak: Baş, 2004

4.2. Türkiye’de moda illüstrasyonuna dair sorunlar ve öneriler

Bilgisayar hayatımıza girdiğinden beri grafik sanatlar açısından, Türkiye’de moda illüstrasyonu, değerlendirildiğinde; fotoğrafın yaygın kullanımına karşın örnek verilecek olursa, meyve suyu ambalajlarının üzerinde dijital illüstrasyonlarıyla karşılaşılabilir. Fakat giysi alırken, o markaya ait bize verilen broşürlerde o markanın mevsim kreasyonunun tümünü, markanın moda tasarımcısının çizimleri ile değil anlaştıkları ya da kendi bünyelerindeki moda fotoğrafçıların çektiği fotoğraflarla karşılaşmaktadır. Giysi ambalajlarında çok nadir olmakla beraber dijital illüstrasyon görülmektedir (**Resim 4.15**).



Resim 4.15. Çorap ambalajı üzerinde bir moda illüstrasyonu

Oysa ki, fotoğrafa ek olarak ya da fotoğraf kullanılmaksızın giysi ambalaj ya da etiketlerinde sanatsal çizimlere, resimlemelere yer vermektan kaçınmamalı, giysi üzerine çalışan markalar, şubelerinde en azından vitrin düzenlemelerinde bu tür illüstrasyonlara yer verebilmeli, hatta bu çalışmalar, iç dekorasyona ait unsurlarda, örneğin duvar kağıtlarında yer alabilmelidir (**Resim 4.16**). Hatta bu çalışmalar birer sanat eseri formatında, sadece giyim mağazalarında değil, ev veya işyerlerinde de duvarlarımızda yer alabilmelidir. Tıpkı Bazaar, Style, Telegraph Saturday ve diğer

nl moda dergilerine moda illstratrlg yapmış olan ünlü illüstratör David Downton'un çalışmaları gibi. Downton, nl şapka tasarımcısı Philip Treacy'nin oteli için, tasarımcının şapkalarını ünlü modellerin sadece yüzlerini kullanarak bir çalışma grubu oluşturmuştur. "20 orijinal illüstrasyon ve 300 çıktıyı içeren bu alışmalar, Otel G, Galway'de yer almaktadır" (funforever, 2007) (**Resim 4.17**).



Resim 4.16. Dekorasyonda moda illüstrasyonu, G Hotel, Galway, İrlanda

Kaynak: Daviddownton, 2007



Resim 4.17. Giysi etiketinde moda illüstrasyonunun kullanımı

Kaynak: Donan giyim mağazası, Muğla, 2008

Bir rastorana gidildiğinde mönülerde nasıl her zaman yemeklerin fotoğraflarına rastlamıyor, kimi zaman bazı mönülerde yemekleri stilize edilmiş bir şekilde farklı renk ve teknikler görülüyorsa, giyim ve aksesuar tekstil ürünü satan her yerde, aksesuar ya da kozmetik ile ilgili çizimlere de rastlanması aynı şekilde doğal olmalıdır. **(Resim 4.18)**



Resim 4.18. Kozmetik ambalajında moda illüstrasyonu kullanımına bir örnek

Kaynak: Cafecouture, 2007

Görsel çözümler üreten güçlü bir anlatım aracı olarak kabul edilen illüstrasyonlar, günümüzde basın, yayın, reklamcılık sektörlerinde yer almış durumdayken, her temaya uygun illüstrasyonlar kullanılırken moda ya yönelik serbest çalışmalara pek de rastlandığı söylenemez. Moda illüstrasyonları, giyim ve dikişle ilgili dergiler haricinde afişler, billboardlar vb. görsel tasarım elemanlarında da görmeye alışık duruma gelinmelidir (**Resim 4.19.**). Moda ile ilgili her türlü giyim ve aksesuarlarla ilgili her türlü sergi, fuar, alışveriş merkezleri, kozmetik mağazaları (art work, work shop) ve her türlü tanıtım organizasyonlarında da moda illüstrasyonlarına rastlanabilmeli, örneğin bir tanıtım fuarında ürünü tüm ayrıntılarıyla gösteren fotoğrafın, illüstre edilmiş figürün üzerinde gösteren grafiksel çalışmalarla karşılaşılabilir (**Resim 4.20, 4.21**). Amaç görsel zenginlik ve farklılık yaratmak olmalıdır. Bu konuda ürününü pazarlayan firma sahibi, bir reklam ajansına başvurarak etkinlik süresinde mekanda kullanılacak çeşitli boyutlarda illüstrasyonlar hazırlatabilmelidir.



Resim 4.19. David Downton' un Dublin' de yer alan Dundrum adlı alışveriş merkezinin reklam kampanyası için hazırladığı illüstrasyon

Kaynak: Daviddownton, 2007



Resim 4.20. Bir mücevher fuarından görüntü
David Downton' un Tiffany kataloğu için çizdiği sergi panelleri

Kaynak: Daviddownton, 2007



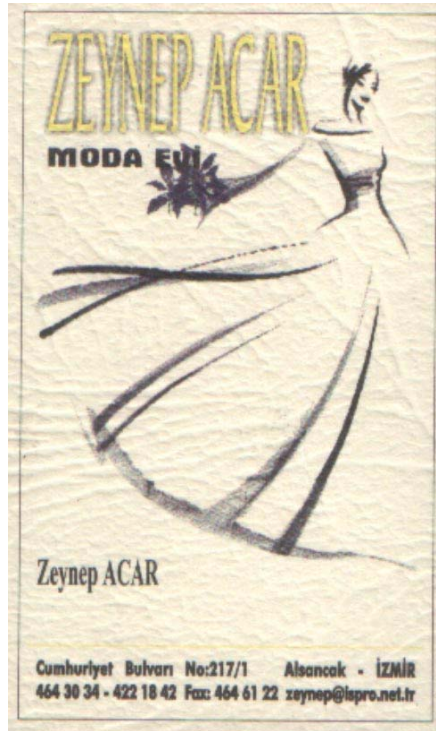
Resim 4.21. David Downton' un Hong Kong' ta "Alexandra House Shopping Centre" adlı
bir alışveriş merkezi için hazırladığı moda illüstrasyonları

Kaynak: Daviddownton, 2007

Neredeyse her türlü sektörle ilgili illüstrasyonlara çeşitli basılı kaynaklarda rastlarken, moda ile ilgili reklam afişleri ya da basın ilanlarına Türkiye'de düşük bir

ihtimaldir. Buna da genellikle moda tasarımcılarına yönelik yarışma ve diğer etkinliklerin duyurulduğu afişlerde yer almaktadır. Kimi zaman da moda evleri, kartvizitlerinde moda illüstrasyonlarına yer vermektedir.

Yine Türkiye’de neredeyse hiç rastlanmayan durum, moda dergileri içlerinde moda illüstrasyonlarına yer verilirken, asıl dergiyi sattıran unsurlardan olan kapakta bu illüstrasyonlara rastlanmamaktadır. Oysa ki, başlı başına bir illüstrasyon dalı olan kitap ve dergi kapağı illüstrasyonları moda dergilerinde de yerlerini almalı, moda fotoğraflarına alternatif geliştirilmeli, bunun için dergilerde çalıştırılmak üzere moda illüstratörleri talep etme yoluna gidilebilmelidir. Bunun yanında, moda dergileri içlerinde bulunan çizimler sadece kıyafet modellerine ait çizimlerden oluşmaktadır. Kapaklarda kullanılacak olan çizimler ise teknik detay vb. kaygı taşımayan, vücudun bazı bölümlerini içeren serbest çizimler olabilmelidir (**Resim 4.22**).



Resim 4.22. Bir moda evine ait kartvizitte kullanılmış moda illüstrasyonu

Kaynak: Zeynep Acar Modaevi, İzmir, 2007



Resim 4.23. Burda dergilerinde yer alan sezona modasına ait bilgileri destekleyici resimlemeler

Kaynak: Burda, 1997

Kaynak: Burda, 1993



Resim 4.24. David Downton'un ünlü moda dergilerinin kapakları için hazırladığı çalışmalarından biri

Kaynak: Daviddownton, 2007

Türkiye’de nadiren Türkçe moda dergilerinde ağırlık verilen giyim parçalarını temsilen çizim yaptırmak üzere “moda illüstratörü” adı altında eleman ilanı verdikleri görülmektedir. Bu alanda işe alımlar, dışarıdan çalışmaya da (serbest – freelance) fırsat tanımaktadır. Dergi sahibi ya da editörü illüstratörle iletişime geçip dergide örneğin kürk markaları tanıtılıyorsa, figürle beraber çeşitli kürk çizimleri istemektedirler. Fakat bu dergiler genellikle yurtdışında önemli moda fuarlarında yer alan standlarda bulunacak olanlardandır.

Türkiye’de moda eğitimi veren kurslar, her ne kadar öğrencilerine verdikleri vaatler arasında “ kursumuzdan mezun olanlar, iyi kalıp çıkarabilecek, iyi kıyafet tasarlayabilecek, iyi çizim yapabilecekler” şeklinde vb. olsa da öğrenci, öğrendiği moda resmi/illüstrasyonu derslerinin sonucunda iyi bir moda çizeri olabilecektir belki, fakat kurs bitiminde kendilerine birer moda illüstratörü sıfatıyla iş aramaları çok doğal bir girişim olarak görülmeyecektir. Çünkü reklam ajansları ya da moda evleri, ambalaj illüstratörü ya da reklam illüstratörü Türk ya da değil tüm moda tasarımcıları daha önce de bahsettiğimiz gibi tasarladıkları giysiyi ön bir sunu olarak çizgileriyle ifade ederler. Hatta bu, kimi zaman pazara sunum öncesi bir çalışma değil, kimi zaman modacı adaylarının mesleğe bir girişim amacıyla yaptıkları çizimlerdir. Günümüzde de moda tasarımcısı olmak isteyen adaylar sadece, çizimlerini ünlü modacılara gönderme çabasında olup, kimileri başarılı bulunup en azından staj yapma şansını yakalamaktadırlar. Buradan da anlaşılacağı gibi moda illüstrasyonu sadece giysi tasarımlarını ifade ediyorsa bu bir bakıma modacı adaylarının yaratıcılıklarını yarıştırmaya fırsatını veren birer çalışma niteliğindedirler. Türkiye’de moda illüstrasyonları bir zamanlar, fotoğrafın yaygınlaşmasından önce, dönemin mevsim koleksiyonlarını tanıtıcı çizimlerini sunmak amacıyla moda dergilerinde kullanılan çalışmalardır. Fakat moda fotoğrafçılığının yükselişe geçmesi basılı yayınlarda illüstrasyonun kullanımına kısıtlama getirmesi son yıllara kadar devam etmiştir. İşte tam da bu ekseninde, Türkiye’de moda fotoğrafçılığı, nasıl başlı başına bir meslek olmuşsa – ki bu reklam fotoğrafçılığına dahil gözükmemektedir - moda illüstratörlüğü de bir meslek olarak aranan sıfatlar arasında yer alabilmelidir.

Türk modacılarının kendi çizimlerinin aslında hiçbir zaman göz önünde olmadığı görülmektedir. Çoğunlukla bu çalışmalar, özel bir izinle kendilerinden istenebilmektedir. Yabancı moda tasarımcılarının çizimlerine ise tarihi bir belge gibi

yabancı ve Türk kaynaklarında rastlanabilmektedir (Giysi tasarımında moda illüstrasyonu açısından bakıldığında). Bu, moda illüstrasyonunu diğer illüstrasyon çeşitlerinden ayıran bir durum olarak değerlendirilebilir. Yabancı moda dergilerinin Türkiye basımlarında da ünlü yabancı modacılar söz ederken konuya ilişkin onların bazı çizimleri görülebilirken, bir Türk modacının çalışmalarına rastlamak neredeyse imkansızdır (Dergide röportajları yer alsa ya da bir Türk modacıdan bahsedilse bile) (**Resim 4.25**). Oysa tanınmış Türk moda tasarımcıları da Türk modacı adaylarına örnek teşkil etmek amacıyla mecmualarda kendi çizimleri de röportajları eşliğinde yer verebilmelidirler.



Resim 4.25. Dergide efsane modacı Versace ile ilgili bir metinde yer alan illüstrasyonu ve altında yer alan ibare: Gianni Versace'nin 1984 yılında Dyonisos Balesi için tasarladığı kostüm

Kaynak: Marie Claire, 2007

YÖNTEM

Çalışmada evreni kapsamında, yabancı ve Türk ve moda tasarımcıları, moda illüstratörleri ve kullanım alanları yer almıştır.

Örnekleme ise, Türkiye’de moda ve grafik sektörlerinin belli kurallarla ve benzer amaçlarla hazırlattıkları moda illüstrasyonları ve Türk moda tasarımcıları oluşturmuştur.

Araştırma konusu itibariyle, moda, giyim, tekstil, grafik ve illüstrasyon konu tez, kitap, makale vb. aksine, tüm bunların ortak kolu olan moda illüstrasyonları hakkındaki bilgilere ulaşmakta zorluk çekilmiştir.

Araştırma konusu belirlendikten sonra, geçici bir plan hazırlanmış, bunun ışığında, araştırmalara devam edilmiştir. Çalışmada, belgesel tarama yöntemi, ilk sırayı almıştır. Ankara ve İzmir’de Güzel Sanatlar Fakülteleri olan üniversitelerin kütüphanelerinden ilgili kaynaklar toplanmıştır. Ankara’da Milli Kütüphane ve YÖK’te de araştırma için kaynak arama yoluna gidilmiştir.

Moda tasarımında uzman kişilerle yüz yüze ve yazılı görüşme uygulaması gerçekleştirilmiştir. Bu görüşmeler, araştırma konusuna yönelik röportaj sorularının cevaplanmasına gidilmesi açısından tercih edilmiştir.

Bunun dışında, bazı metin ve resim araştırmaları için dergiler ve gazeteler kullanılmıştır. Resimler için ise, fotoğraf çekme ve bilgisayar ortamında tarama yöntemleri kullanılmıştır. Bunlardan sonra sıra, toplanan bilgilerin araştırmanın planı doğrultusunda, gruplanmasına gelmiştir. Bu aşamada ise, bilgisayar ve kitap kartları yani fişleme tekniği kullanılmış, çalışmada düzen ve kolaylık sağlamak amaçlanmıştır.

Derlenen kaynaklar, bilgisayarda, her bölüm için ayrı dosyalar açılarak düzene sokulmuş ve sınıflandırılmıştır. Bunun dışında, kaynaklar, bir yandan okunurken, bir yandan not alınmış, geçici planın ışığında araştırmaya devam edilmiştir. Hepsi aynı ölçüde kesilmiş kağıtlar, fişleme yöntemi için kullanılmış, kağıdın üst kısmında geçici planda yer aldığı bölüm numarası, paragrafin ya da cümlenin alındığı kaynağın ismi, alt başlık numarası ve ismi, bunların altında o kaynaktan alıntı yapılan cümle ya da paragraf ve bunun sonunda alındığı sayfa numarası parantez içinde belirtilmiştir. Daha sonra bu kağıtlar, zarflara konmuş,

geçici planda yer aldıkları bölümü ve ismi yazılmıştır. Fişleme yöntemi sona erdiğinde, araştırmada kullanılacak olan dipnotları uygulamada kolaylık sağlamış, araştırma da daha düzenli ilerlemiştir. Konu aralarında bağlantı cümleleri kurularak konunun ilerleyişine kolaylık getirilmiş, anlaşılır kılmak bakımından önem sağlanmıştır.

SONUÇ VE BULGULAR

Çalışmada, fazlasıyla ihtiyaç duyulan ve çoğunluğu yabancı kaynaklardan edinilen görseller, metnin tamamen aydınlatılması için mutlak birer destekçi olmuşlardır. Bazı bölümler sayesinde, çalışma, konudan uzaklaşmış izlenimini verdiği görülmektedir. Çalışmanın verimi ve işleyişini bozmamak kaydıyla, modanın tekstil sektörü ile olduğu kadar grafik sanatlarından çok da uzakta konuşlanmadığını göstermek ve problemin çözümüne gidişini sekteye uğratmamak için bağlantı bölümlerinin kurulması zorunluluk olmuştur.

Çalışmada sınırlılık teşkil eden durum, bu özel alanla ilgili az sayıda kaynaktan elde edilen veriler ışığında, yine sınırlı şekilde moda illüstrasyonlarına rastlanmış, figür ve dönemin modasına uygun giysileri içeren bu illüstrasyonların yalnızca 1900’lü yıllar ve sonrasına ait çizimler olduğu görülmüştür.

Araştırmaya iten problem durumu olan Türkiye’de moda illüstrasyonunun “sahipsiz ve kullanım açısından kısır” izlenimi vermesi ile yürütülen araştırma sürecinde, geçmiş ve günümüz illüstrasyon sanatının gösterdiği gelişmeler ortaya konmuş, bunlarla beraber içerisinde moda illüstrasyonunun da yer aldığı illüstrasyon türleri araştırılmıştır. Amaçlardan biri, illüstrasyon sanatının gelişimine dikkat çekmek, moda illüstrasyonunun grafik tasarımdaki yerine işaret etmek olmuştur. Bunun yanında tanımlama bakımından da çeşitlilik algılandığı durumlar olmuştur. Nitekim bulanıklığın da buradan kaynaklandığı düşünülmektedir. Ansiklopedi, kitap ve dergilerde, herhangi bir metin, moda ile ilgili ise ve bu metinlerin yanlarında çeşitli resimlemeler görülüyorsa, bunlar moda illüstrasyonu olarak tanımlanmalıdır. Bu çizimler, muhtemelen dönemin modasına ait bilgileri ifade etmektedir. Bu da illüstrasyonun bilgilendirici işlevini bize hatırlatmaktadır. Bunun dışında, bir yüzey üzerinde çizilmiş, bir figürün tamamı ya da amaca uygun seçilen herhangi bir bölümü, moda illüstrasyonu olarak tanımlanmalıdır. Bu çizimlerde, ya dikkatin çekildiği vücudun o kısmında tanıtılan bir ürün işaret edilmekte ya da tüm figür giysiyi göstermek amacıyla gösterilmektedir. Figürün tümü ya da bir bölümü bir amaç taşımadan da kullanılabilir. Burada da figürün tanıtıldığı şeklinde düşünülmemeli, moda illüstrasyonunun estetik ve dekoratif gücüne dikkat çekilmek istendiği akla getirilmelidir. Nitekim moda illüstrasyonları, endüstriyel tasarım yüzeylerinde uygulanabilecek, içmimaride duvar kağıdı ya da bir panoda yer

alabilecek, tekstilde grafiksel ölçütlerle ya da serbest bir ifade ile tişörtlerde veya kumaş desenlerinde bile yer alabilecek özellikle stil sahibi çizimlerdir.

Konuda yer alan, “giyim modası” olduğu için moda ve giyim kavramlarını tanımlamak gerekli görülmüştür. Bu kavramlar, kısa tarihçeleri ile birlikte incelenmiştir. Burada amaç ise, moda çizimlerinin modanın tarih içerisindeki değişime ayak uydurmasının gösterilmesi

olmuştur. Araştırma konusunu aydınlatmaya yönelik göstergeler, özellikle giysi tasarımı ve grafik tasarımında kullanılan tasarım prensip ve öğelerinde görülmüştür. Bunlar, iki farklı -grafik ve moda- sektörün kullandığı benzer yöntemlerin olduğuna işaretler. Tüm bunların yanında, stilist ve moda tasarımcısının farklı görevler üstlendiği, moda sektöründe “moda resmi”ni çizme görevini genellikle stilistin üstlendiği görülmüştür. Stilistlerin, bir illüstratörle, aynı teknik ve malzemelerle çalıştıkları görülmüş, ikisinin de benzer amaçlarla çalıştıkları öğrenilmiştir. Stilist ya da -çizebiliyorsa- tasarımcının kendisi tarafından, giysiyi üretecek kişiye giysinin üretildikten sonra nasıl görüneceğini göstermek amacı ile yapılan “çalışma çizimleri”nin giysi tasarımı aşamasında yapılan bir eylem olduğu görülmüştür.

Grafik tasarımda, moda illüstrasyonu eğer bir metni destekliyor, konuyu açıklayıcı görev üstleniyorsa burada araç, salt dekoratif bir işlev görüyorsa, burada bir amaç niteliğinde çalışıldığı görülmüştür. Fakat bu dekoratiflik işlevi, bir ürün tanıtmak ve satış için cazip kılma kaygısı taşıyorsa, moda resimlemesinin burada yine araç konumuna düştüğü anlaşılmaktadır. Daha net bir ifade ile, araçlık ya da amaçlık konduklarının, çalışmanın kullanım alanlarına göre değiştiği anlaşılmıştır. Tabii ki bunlara, özellikle son yıllarda moda fotoğrafının hakkı yenilemez ilerleyişi de eklenmelidir. Fakat fotoğrafın icadından sonra veya günümüze gelinceye kadar hakettiği önemli başarılarının illüstrasyonun kullanımını engellemediği bilinmekte ve tıpkı diğer sanat dalları gibi illüstrasyon sanatı da başarıyla varlığını sürdürmektedir. Fakat, çalışmada sorun olarak ele alınan durum, elbette ki moda illüstrasyonlarının kullanımında, bir takvim illüstrasyonu ya da ambalaj illüstrasyonlarındaki sıklığa rastlanmamasıdır.

Moda, gözlerin ve kulakların üzerinden eksilmediği ve her an değişebilir olduğundan dolayı heyecan vericidir. Bu durum ise, yaratıcıların dikkatinden kaçmamakta, modayı çizimlerine yansıtmakta, bu çizimlerden bir giysi tasarımı

gerçekleşmekte, bu giysi tasarımı tekrar resimlendirilerek alıcıya sunulmaktadır. Giysi tasarlanmadan önce, bu çizimler, ön taslaklardır ve en iyisine ulaşmak için belki onlarca çizim daha gerçekleştirilmektedir. Fakat, alıcıya sunulan son çizim, artık eksiksiz bir sanat çalışması sayılmaktadır. Çünkü artık ona bir ruh yüklenmiş ve hayat verilmiştir.

Bunlara ek olarak söylenmelidir ki: Moda, “çirkin” olana işaret ediyorsa, sırf moda olduğu için “güzel” olarak algılanacaktır. Mimari, endüstriyel ya da bir teknik illüstrasyonun da elbette ilk halleri birer karalamadan ibarettir. Fakat ürün üretilir ve satışa sunulur. O eskizler sadece ürün ortaya çıkıncaya kadar bir anlam ve görev üstlenmektedirler. Çünkü estetik veya daha sonra kullanıma uygunluk anlamında bir işlevselliğe sahip değildirler. Açıkça, artık görevi bitmiştir.

Ancak bir moda illüstrasyonu ister eskiz olsun, ister detaylı bir sunuş resmi olsun, ona mutlaka estetik bir kaygı yüklenmiştir. Bu doğrultuda söylenmelidir ki: Moda illüstrasyonları ister amaç olsun ister araç, kullanılan yöntem, teknik ve tüm estetiksel kaygıların her iki sektör için benzerlikleri de katılacak olursa, en az moda kadar heyecan verici ve merak uyandırıcıdır. Bu durum da, bu çalışmaların kullanım alanlarına çeşitlilik şansı vermektedir. Çözüm bağlamında ifadelendirilecek olursa, araç ya da amaç konumunda olsun, moda illüstrasyonları taşıdıkları değerler göz önünde bulundurulduğunda, kullanımlarına dair çekingenliği haklı gösterecek bir neden görülmemiştir. Mutlak çözüm, bulgular ışığında farklı ve yenilik içerici çeşitli öneriler getirmek olacaktır.

Bu çizim çalışmalarının her türlü grafik yüzeyde kullanımı uygun görülmektedir. Avantaj durumu göz önüne alınacak olursa, grafik tasarımın aradığı önemli özelliklerden biri olan yalınlığın, moda resmine kolaylıkla uygulanabilir özelliği taşıdığı görülmüştür. Bunun da kullanımdaki çekingenliğe bir engel olmadığı düşünülmektedir.

Çalışma sonunda bazı bulgular elde edilmiştir. Bunlara değinildiğinde; bir giysi tasarımının ilk eskizlerinden üretimine kadar geçen sürede, üç farklı çizim ortamı olduğu anlaşılmıştır. İlkini her türlü ürün tasarımında yapıldığı gibi ön taslak çalışmaları, ikincisinin üretimi gerçekleştirecek olan kişilere rehberlik etmesi amaçlanan ayrıntılı fakat abartısız çizimler, sonuncusunun ise alıcıya ürünün tesliminden bir önceki abartılı ve albenili halde hazırlanmış sunuş çizimleri olduğu

görülmüştür. Bu son aşamada yer alan “sunuş çizimleri” ya da moda sektöründeki adıyla “moda resmi”, bir bakıma grafik tasarımla ilintili olarak reklam illüstrasyonlarını anımsatmıştır. Burada, moda resmi, müşteriye ürünü beğendirmek için kullanılan bir araçtır. Grafik tasarımda da amacın tüketiciye mesaj iletmek olduğu düşünülürse, -örneğin bir “megaboard” da- kullanılan moda illüstrasyonunun da bir araç olduğu anlaşılacaktır.

Araştırma problemi tekrar hatırlanacak olursa, moda illüstrasyonunun, ulaşılmak istenen bir amaç niteliği taşıması için, işin içine bu nesnenin sanatsal boyutunun girmesi beklenmelidir. Fakat böylece, ekonomik yarar sağlanacak olan nesne giysi değil, moda illüstrasyonu olacaktır. Çünkü, sunuş çizimlerinin amacı giysiyi sattırmak iken, burada amaç moda illüstrasyonunu pazarlamak olacaktır. Burada eğer, ekonomik kaygı güdülmesi istenen giysi, aksesuar veya bir kozmetik ürünü ise, moda illüstrasyonu burada bir araç; tüketicinin gözüne farklı bir hisle dokunarak sanatsal bir tablo niteliği taşıyorsa moda illüstrasyonunun bir amaç olduğu anlaşılmaktadır. Çalışmada, bazı çalışmalarıyla yer alan David Downton adlı moda illüstratörün çizimlerinin bu özelliklere sahip olduğu ve konuyu aydınlatıcı örnek teşkil ettiği görülmektedir. Sanatçı, bir ressam gibi modelini çoğunlukla iki saat boyunca karşısında resmetmektedir. Sipariş üzerine moda illüstrasyonu yaptığı ve çalışmalarının çıktığı veya orijinallerinin bir otel odası, bir alışveriş merkezi ya da bir evin salonunda yer bulduğu öğrenilmiştir. Bu örnek, moda illüstrasyonuna sanatsal bir yaklaşım geliştirmeye yönelik verilmiş, amaç niteliği taşıdığı düşünüldüğünde, Türkiye’nin de böyle bir yaklaşıma yatkın olabileceği düşünülmüş, Türkiye’de de bu tür uygulamalar için grafiksel ya da resimsel bakış açıları içeren salt böyle bir pazar alanı yaratılabileceğini göstermiştir. Bunlar, olgusal bulgular olarak değerlendirilebilir.

Problemin çözümü dahilinde elde edilen yargısal bulgulara dikkat çekilecek olursa, konuya daha açıklayıcı bir yaklaşım kazandırılacaktır. Türkiye’de moda sektöründe, moda illüstrasyonlarının, çoğunlukla sadece müşteri ile tasarımcı arasında kaldığı, o kapının dışına çıkmadığı görülmüştür. Oysaki, grafik tasarım alanına yönelik düşünülecek olursa, bir hediyelik eşya fuarı ya da bir alışveriş merkezinin tanıtım elemanlarında yer bulacak olan moda illüstrasyonları, bu komplekslerde yer alan markaların görsel ihtiyaçlarını karşılayarak hem daha geniş

bir tüketici kitlesi ile buluşacak, hem de daha düşük ekonomik kaygılara neden olacaktır. Aynı zamanda çağdaşlaşmanın göstergelerinden biri olan sanatsal ilerleme yolunda da insanların, görsel sanatlardaki çeşitlilik ve renklilikle buluşmasının keyfi ve bunun ışığında satın alma isteği gözlenecektir.

Eğitim açısından değerlendirildiğinde, moda tasarımı eğitimi veren okul ve kurslarda verilen “moda resmi” derslerinin ne kadar önemli olduğu ve bilgi açısından yoğunluk içerdiği görüldükten sonra, bir yan meslek olarak, moda illüstratörlüğü, grafik bölümlerinde yeni bir ders olarak düşünülmüştür. Moda sektöründe, giysi tasarımına yönelik olan çizimler hazırlayan stilistin, grafik tasarım alanındaki konumunun karşılığının da “moda illüstratörü” olduğu görülmüştür.

Yine bu araştırma sonucunda, Türkiye’de uygulanış sahaları bakımından eğer grafiksel yüzeyler düşünülüyorsa, bu çizimleri moda illüstratörlerinin üstlenmesi gerektiği düşünülmüştür. Girişimler varsa da, bu yeni mesleği kabul edilebilir hale getirmek ve kullanım alanlarının genişletilmesinin önerilmesi için uygun ortam olarak moda tasarımına yönelik kurs ya da okullar değil, grafik tasarım alanına yönelik kurs ya da okullar uygun görülmüştür. Çünkü, böylece grafik dalında moda illüstrasyonuna yönelik çekingenlik ya da tercih etmeye yönelik bulanıklık durumu daha da yumuşatılabilecektir.

Bunların yanında, Türkiye’de dalında önemli başarılarla ulaşmış moda tasarımcıları ve stilistlerin eskiz ve moda resimlerinin, müşteriye gösterildikten sonra, modaevinin duvarında ya da modacının arşivinde kalması değil, yeni girişimcilere örnek gösterebilmesi için gerekli ortamlara açılmasının uygun olduğu düşünülmüştür. Çünkü, bu çalışmalar, anatomik ve görsel açıdan özenli çalışmalar olup doku, biçim, vurgu gibi önemli öğeleri de içermektedir. Bunun yanında, silüet kavramı, bu tür çizimlerde kolay özümsenebilmekte, bunları geliştirmek veya öznel olarak değiştirmek için içerisinde farklı figürler olan her türlü kaynaktan yararlanılabilmektedir. Bu form, moda tasarımcısına olduğu kadar, grafik tasarımcısına da çalışmayı kullanım amacına göre şekillendirmesine yardımcı olacaktır.

Kütüphanelerin moda ve grafik alanları ile ilgili reyollarında, “moda illüstratörü” sıfatı ile bazı tasarımcı ya da çizimcilerin çalışmalarının derlendiği kitaplara rastlanmaktadır. Bir Türk modacı ya da stilistin serbest ya da bir amaca

yönelik hazırladıkları moda çizimlerinin de bir kaynakta derlenmiş haline, bir kütüphanede ya da dergide rastlanmaması, bunu bir illüstratörün gerçekleştirmemesi için neden değildir.

Problem arz eden bulanıklığı gidermek için her iki alanda Dünya’da ve Türkiye’de moda illüstrasyonunun yeri, önemi, kullanılan yöntem ve teknikler anlatılmış, karşılaştırma yapılmasına olanak sağlanmış, bunun üzerinden Türkiye’de grafik tasarım alanındaki kullanım alanlarına yönelik önerilere gidilmiş, bu öneriler ise, çalışmanın “Türkiye’de Moda İllüstrasyonuna Dair Sorun ve Öneriler” kısmında yer almıştır.

Moda illüstrasyonunun ve Türkiye’deki yerini, yöntem ve tekniklerini, uygulanış alanlarını vb. içeren bu kadar geniş kapsamlı bir çalışmaya rastlanmamış olunup, bu çalışma, moda illüstrasyonuna yeni bir yaklaşım özelliği getirmektedir. Yapılan çalışma, konuya yeni açılımlar ve öneriler getirmeye yöneliktir.

Çalışma, Türkiye’de modaevlerinin kapıları ardında kalmış, grafik tasarımda da pek de tercih edilmediği görülen moda illüstrasyonlarının, özel çaba ve deneyim göstermede görülen eksikliklerinin giderilmesine çalışılmasını önermek ve aslında sanatsal bir kaygı gözetilmeden yapılmasa da, moda çizimlerinin grafik tasarımda yeni açılımlar için potansiyel taşıdığını göstermek açısından önem taşımaktadır. Daha açık bir ifadeyle, moda sektörü için hazırlanan moda resimlerinin abartı ve detaylardan arındırılıp, grafik dalının neredeyse bir ön şartı olan yalınlaştırma işlemi ile grafik yüzeylerinde kendine daha fazla yer bulabileceğine dikkat çekilmiştir.

Moda olgusunun, grafiksel yüzeylerde tüketici ile buluşurken getirilecek yeni ve farklı çözümler, giysi tasarımında kullanılan bir sunum çizimi olmaktan öteye geçip, yeni bir sanatsal yaklaşımla tanıştırmaya gidilmediği görülmüştür. Oysa, bu yaklaşım gözetildiği takdirde, ülkemizde sanatsal bir üslupla, kozmetik, giyim, ayakkabı, mücevver gibi ürün markaları, alanlarında pazarlarını artıracaklardır.

Yeni bir meslek dalı, yeni bir iş sahasına zemin hazırladığı düşünülecek olursa, bu konuda çalışmak için genç girişimcilerin, ülke ekonomisine katkısı gözetilmekte, bunun da grafik tasarım alanına yeni bir katkı sağlaması beklenmektedir.

KAYNAKÇA

Kitaplar:

APAK, M.,GÜNDÜZ, F.,ERAY, F., (t.y.), **Osmanlı Dönemi Kadın Giyimleri**, Türkiye İş Bankası, Kültür Yayınları.

BAŞ, N., (2004), **Moda illüstrasyonu-Stilistik**, Ya-Pa Yayın Pazarlama San.ve Tic.A.Ş., İstanbul.

BECER, E., (1997), **İletişim ve Grafik Tasarım**, Dost Kitabevi Yayınları, Ankara.

BLAHNİK, M., (ty.), **Shoes Fashion and Fantasy**.

BOUCHER, F., (1987), **20.000 Years Of Fashion**, New York.

ÇAKAR, G. KİŞOĞLU, S. BAYRAKTAR, F., (2003), **Temel Tasarım Bilgisi** , Ya-Pa Yayın Pazarlama San.ve Tic.A.Ş., İstanbul.

DEREBOY, E.J., (2004), **Kostüm&Moda Tarihi**, Özel Güzel Sanatlar Stilistik Kursu Yayınları, Ankara.

DRAKE, N.,(1994), **Fashion Illustration Today**.

GOMBRICH, E. H., (1997), **Sanatın Öyküsü**, Remzi Kitabevi.

GÜRTUNA, S., (1999), **Osmanlı Kadın Giysisi**, T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara.

Hacettepe Üniversitesi G.S.F. Ulusal Mezuniyet Sergisi ve Sempozyumu, (2002), Sergi Kataloğu, Ankara.

KIRZIOĞLU GÖRGÜNAY, N., (1992), **Giyim Sanatı ve Kişisel Görünüm**, Ankara.

KOMŞUOĞLU, Ş., İMER, A., SEÇKİNÖZ, M., ALPASLAN, S., KÖSE, S., (ty.), **Orta Dereceli Kız Teknik Öğretim Okulları-Resim II- Moda Resmi Ve Giyim Tarihi**, Devlet Yayınları.

LABARRE, A., (1994), **Kitabın Tarihi**, Yeni Yüzyıl kitaplığı, İletişim Yayınları.

LAFUENTE, M., (2006), **Essential Fashion Illustration**

MERTER, E., (2004), **80.yılında Cumhuriyet'i afişleyen adam, İhap Hulusi Görey**, Literatür Yayıncılık.

Moda –Tasarım, (2000), **Hizmetiçi Eğitim Kursu Ders Notları**, T.C.Milli Eğitim Bakanlığı Kız Teknik Öğretim Genel Müdürlüğü, Ankara.

OLGAÇ, P., (ty.), **Moda Resmi**, Ya-Pa Yayın Pazarlama San.ve Tic.A.Ş., İstanbul.

ONUR, N., (2004), **Moda Bulaşıcıdır**, Epsilon Yayıncılık Hizmetleri Tic. San. Ltd. Şti., 1. baskı, Haziran, İstanbul.

PEKTAŞ, D., (2004), **Çağdaş Grafik Tasarımın Gelişimi**, Yapı Kredi Yayınları,1992

PARRAMON, J.,M.,**İşık ve Gölge**, Remzi Kitabevi, Ocak.

RAMOS, J., E., (1995), Antonio: 60,70,80, **Three Decades of Fashion Illustration**, Thames & Hudson Ltd.

SEYLAN, A., (2005), **Temel Tasarım**.

STIPELMAN , S., (2002), **İllustrating Fashion Concept to Creation**.

TAKAMURA, Z., (1992), **The Use Of Markers In Fashion Illustrations**.

TEKEL, S., (1990), **İç Giyim**, Bizim Büro Basımevi, Ankara.

TEPECİK, A., (2002), **Grafik Sanatlar, Tarih-Tasarım-Teknoloji**, 1.baskı, Ekim.

TANSUĞ, S., (2004), **Resim Sanatının Tarihi**, Remzi Kitabevi, 5.basım, Ocak.

TOPDEMİR, H.G., (2002), **İbrahim Müteferrika ve Türk Matbaacılığı**, Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara.

Türk Grafik Tasarımcıları IV, (2003), Alternatif Yayıncılık Ltd., 1. baskı, Eylül.

Türkçe sözlük, (1982), Maya matbaacılık yayıncılık Ltd. Şti., Ankara.

Makaleler:

Grafik sanatlar üzerine yazılar, (1987), Grafikerler Meslek Kuruluşu, Kasım, Sayı:1.

Hacettepe Üniversitesi, (t.y.), **Sanat Yazıları III**, Güzel Sanatlar Fakültesi Yayınları:9, Basım & Grafik Mat. Ltd.Şti., Ankara.

Diğer:

Dergiler:

Bak, (1997), Görsel Sanatlar Dergisi, Sayı:5.

Burda, (1997), Ekim.

Burda, (1993), Ekim.

Grafik Tasarım Dergisi, (2006), Ekim, Sayı 1.

Grafik Tasarım Dergisi, (2006), Aralık, Sayı 3.

Grafik Tasarım Dergisi, (2007), Ocak, ,Sayı 4.

Hürriyet Pazar, (2007), 18 Kasım.

In Style, (2006), Nisan.

Marie Claire, (2007), Ekim.

Milliyet, (2007), 02 Aralık, Pazar.

Sanat Dünyamız, (2006), Üç aylık kültür ve sanat dergisi, sayı:98, Bahar.

Tek Style, (2007), yıl:1, sayı:5, Kasım.

Trendsetter, (2004), Ocak.

Volkswagen Magazin, (2007), Ocak.

Ansiklopediler:

ANABRİTANNİCA, (1988), 9,Fle/Gra, Ana Yayıncılık ve Sanat Ürünlerini Paz.A.Ş.

ANABRİTANNİCA, (1988), 18 ,Pir / Sak, Ana Yayıncılık ve Sanat Ürünlerini Paz.A.Ş.

BÜYÜK LAROUSSE, Sözlük ve ansiklopedi, 16. cilt, interpress basın ve yayıncılık A.Ş.

DİCTIONNAIRE LAROUSSE ,(1994), Ansiklopedik sözlük, Milliyet Gazetecilik A.Ş., 4. Cilt.

DİCTIONNAIRE LAROUSSE , (1994), Ansiklopedik sözlük, Milliyet Gazetecilik A.Ş., 1. Cilt.

JUNIOR LAROUSSE, (1991), Temel Bilgi Ansiklopedisi, Cilt 1, Milliyet Gazetecilik A.Ş..

MEDİCANA, (1993), Genel Sağlık Ansiklopedisi, Ana Yayıncılık A.Ş.

MEMO LAROUSSE, (1991), Cilt 4, Aydın Kitaplar.

THEMA LAROUSSE, (1993-1994), Tematik Ansiklopedi, Milliyet Gazetecilik A.Ş.

İnternet Kaynakları:

Artacademy, Erişim: 20 Şubat 2008

<http://www.artacademy.com.tr/ArtSupplies.asp>

Jeyangedik, Erişim: 26 Ocak 2008

<http://www.jeyangedik.com/haber11.htm>

İndigom, Erişim: 9 Kasım 2007

<http://indigom.sitemynet.com/kolya/id7.htm>

Modaturkiye, Erişim: 11 Aralık 2007

<http://www.modaturkiye.com/fashion/newsread.php?id=475>

Osmanlisanati, Erişim:22 Şubat 2008

http://osmanlisanati.com/popup/popres/minyaturb_22.jpg

İsmek, Erişim: 08 Kasım 2007

<http://ismek.ibb.gov.tr/portal/bransicerik.asp?icerikID=32&BransCode=19>

Yasamtr, Erişim: 09 Kasım 2007

<http://www.yasamtr.com/archive/index.php?t-11568.html>

Antiques, Erişim: 04 Aralık 2007

<http://antiques.about.com/library/weekly/aa032101b.htm>

Chroniclebooks, Erişim: 14 Aralık 2007

http://www.chroniclebooks.com/site/catalog/images/items/1856694/1856694623/1856694623_large.jpg

Prenticehall, Erişim:12 Kasım 2007

http://www.prenticehall.co.kr/admin/books/book_image/0130983837.jpg

Frozentoy, Erişim: 08 Ocak 2008

<http://www.frozentoy.com/blog/milton.jpg>

Abhus, Erişim: 04 Aralık 2007

http://www.abhus.com/admin/images/jugend,_iris.jpg

Images, Erişim: 15 Kasım 2007

<http://images.google.com.tr/images?q=m%C3%BCnif+fehim&gbv=2&svnum=10&hl=tr>

Images, Erişim: 23 Eylül 2007

http://images.gittigidiyor.com/171/1716875_0.jpg

Ata, Erişim: 02 Kasım 2007

<http://www.ata.boun.edu.tr/yerli%20mallari/sergi15.jpg>

Kirmizisapka, Erişim: 10 şubat 2008

<http://kirmizisapka.blogspot.com/2006/12/illstrasyonun-alt.html>

Aarts, Erişim: 11 Kasım 2007

<http://www.aarts.web.tr/big/051.htm>

Yunus, Erişim: 11 Kasım 2007

<http://yunus.hacettepe.edu.tr/~hpektas/reklam.html>

Genelkultur, Erişim: 12 Aralık 2007

<http://genelkultur.ansiklopedisi.net/dergiler/7792/>

Hackhell, Erişim: 11 Kasım 2007

<http://www.hackhell.com/archive/index.php/t-135075.html>

Edebiyatdergisi, Erişim: 15 Kasım_2007

<http://www.edebiyatdergisi.hacettepe.edu.tr/1993101NSerpilAltuntek.pdf>

Fashionupdate, Erişim: 15 Ekim 2007

<http://fashionupdate.blogcu.com/3133095>

Kadinlarkulubu, Erişim: 04 Mart 2008

<http://www.kadinlarkulubu.com/moda-kavrami-modanin-tarihcesi->

İnsankaynaklari, Erişim: 02 Kasım 2007

<http://www.insankaynaklari.com/cn/Index004.asp?SectionID=100&ShowAbs=ON>

Kirbas, Erişim: 02 Kasım 2007

<http://www.kirbas.com/?id=334>

Kirbas, Erişim: 15 Ekim 2007

<http://www.kirbas.com/?id=331>

Villastuck, Erişim: 20 şubat 2008

http://www.villastuck.de/04/jugendstil/jugend_bild_2.htm

Designboom, Erişim: 23 Ocak 2008

<http://www.designboom.com/eng/interview/glaser.html>

Olgunlasmaenstitusu, Erişim: 23 Ocak 2008

<http://www.olgunlasmaenstitusu.com/turkce/index.html>

Tuvalim, Erişim:20 şubat 2008

http://www.tuvalim.com/index.php?option=com_content&task=view&id=246&Itemid=80

Gorselsanatlar, Erişim: 20 şubat 2008

<http://www.gorselsanatlar.50megs.com/rbilgi/lavi.htm>

Daviddownton, Erişim: 23 Ocak 2008

<http://www.daviddownton.com/html/interview.htm>

Cafecouture, Erişim: 23 Ocak 2008

<http://cafecouture.blogspot.com/feeds/posts/default?alt=rss>

Erte, Erişim: 11 Kasım 2007

<http://www.erte.com/Harpers%20Covers.htm>

Ambalajtasarimi, Erişim: 17 Kasım 2007

<http://www.ambalajtasarimi.com/taxonomy/term/1?from=7>

Turkforum, Erişim: 13 Kasım 2007

<http://www.turkforum.net/showthread.php?t=406769>

Gittigidiyor, Erişim: 18 Kasım 2007

http://urun.gittigidiyor.com/Osmanlica-Dergi-Cocuk-bahcesi_W0QQidZZ6665890

İzmirekonomi, Erişim: 28 Kasım 2007

<http://www.izmirekonomi.edu.tr/>

İskur, Erişim: 28 Kasım 2007

<http://www.iskur.gov.tr/mydocu/meslek/meslek433.html>

Yalovahem, Erişim: 22 Kasım 2007

<http://www.yalovahem.gov.tr/kurslar/stilist.html>

Bolbilgi, Erişim: 21 Ekim 2007

<http://www.bolbilgi.com/keceli-kalem-ve-marker-teknikleri-t94906.html>

Jaguarwalking, Erişim: 25 Şubat 2008

<http://www.jaguarwalking.com/>

Lasalleakademi, Erişim: 10 Şubat 2008

<http://www.lasalleakademi.com>

Yeditepe, Erişim: 8 Şubat 2008

<http://www.yeditepe.edu.tr>

Globalgallery, Erişim: 13 Şubat 2008

<http://www.globalgallery.com/enlarge/034-56668/>

Nnga, Erişim: 04 Ocak 2008

<http://cs.nga.gov.au/Detail-LRG.cfm?IRN=9130&View=LRG>

Moma, Erişim: 20 Ekim 2007

<http://www.moma.org/exhibitions/1997/paris1890s/lautredivan.html>

Genckolik, Erişim: 18 Eylöl 2007

<http://www.genckolik.net/tyatro-edebiyat-sanat/1269-turk-minyatur-sanati.html>

Theclayman, erişim: 11 Eylöl 2007

http://theclayman.com/associates_n/nelson_dewey.html

Arturoelena, Erişim: 13Ekim 2007

<http://www.arturoelena.com>

Vuralgokcayli, Erişim: 20 Ocak 2008

http://www.vuralgokcayli.com/contents/basin/yazili_basin/

Tezler:

AKIN, F., (1994), **Türk İllüstrasyon Sanatının Gelişimi Ve Grafik Sanatlarda Kullanımı**, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

BARAL, H., (1989), **0-6 Yaş Grubu Çocuk Kitap İllüstrasyonlarının Analizi Ve Bir Çocuk Kitabı İllüstrasyonu Denemesi**,Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Hacettepe, Ankara.

ERHAN, B., (2004), **Mesleki Eğitim Faköltesi Grafik Eğitimi Anabilim Dalı Programında Yer Alan Tasarım Derslerinin Tekstil Tasarım Sektöründe Yeterlik Düzeyi**, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Faköltesi Enstitüsü Grafik Eğitimi Anabilim Dalı, Ankara.

EVREN, U., (2000), **Fotoğraf Ve İllüstrasyonun Görsel Medyadaki Etkileşimli Fonksiyonları**, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, İstanbul.

KAPTAN, A.Y., (1996), **Afişte İllüstrasyonun Yeri Ve Önemi**, Yüksek Lisans Tezi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Samsun.

KEŞ, Y.,(2001), **Görsel İletişimde İllüstrasyonun Kullanım Alanlarına Kuramsal Bir Yaklaşım**, Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.

SAÇAN, A.K., (1998), **Başlangıçtan Günümüze Türk İllüstrasyon Sanatı**, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Raporlar:

DİDARİ, A. , (2002), **Sektörel Dergi Reklamcılığı,Tekstil İşletmelerinin 2000 Yılında Yaptıkları Dergi Reklamlarının Hedef Kitle Uyumunun Saptanması**,Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Bilimleri Anabilim Dalı.

SAYGIN (KAYA), B., (1996), **Cumhuriyet'ten Günümüze Aktüel Dergilerde İllüstrasyon Sorunları Ve Bir Aktüel Dergi İçin Uygulama Çalışması**, Yüksek Lisans Sanat Eseri Raporu, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Görüşmeler

ATLI, B., (2007), (MSÜ., Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü Öğretim Üyesi, Prof. Dr.), **“moda illüstrasyonu” konulu yazılı görüşme**, İstanbul.

betulden@msu.edu.tr

ALBAYRAK, E., (2007), (Moda Tasarımcısı), **İstanbul’daki atölyesinde “moda illüstrasyonu” konulu sözlü görüşme**, İstanbul.

erolinfo@gmail.com

GEDİK, J., (2007), (Moda Tasarımcısı), **“moda illüstrasyonu” konulu yazılı görüşme**, İzmir.

jeyangedik@jeyangedik.com

SARAÇOĞLU, G., (2007), (Moda Tasarımcısı), **“moda illüstrasyonu” konulu yazılı görüşme**, İstanbul.

info@gamzesaracoglu.com

SUAY, T., (2007), (Moda Tasarımcısı), **“moda illüstrasyonu” konulu yazılı görüşme**, İstanbul.

tansusuay@gmail.com