

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ
ENDÜSTRİ ÜRÜNLERİ TASARIMI ANASANAT DALI

SİVİL HAVACILIK UÇUŞ PERSONELİ ÜNİFORMA TASARIMINDA EĞİLİMLER
VE BİR ÖNERİ

Yüksek Lisans Tezi

İpek Aygöl

İstanbul 2011

TC
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ
ENDÜSTRİ ÜRÜNLERİ TASARIMI ANASANAT DALI

SİVİL HAVACILIK UÇUŞ PERSONELİ ÜNİFORMA TASARIMINDA EĞİLİMLER
VE BİR ÖNERİ

Yüksek Lisans Tezi

İpek Aygöl

Tez Danışmanı

Yrd.Doç. Sıdıka Rodop

İstanbul 2011

TEZ ONAYI

Kurum : Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü

Programın seviyesi: **Yüksek Lisans**

Anasanat Dalı : **Endüstri Ürünleri Tasarımı**

Öğrencinin Adı : İpek AYGÜL

Tez Adı : **SİVİL HAVACILIK UÇUŞ PERSONELİ ÜNİFORMA TASARIMINDA EĞİLİMLER VE BİR ÖNERİ**

Sınav Tarihi : 25.04.2011

Sınav Saati : 09:00

Tez tarafımızdan okunmuş, kapsam ve nitelik yönünden **Yüksek Lisans** Tezi olarak kabul edilmiştir.

Danışman	Kurumu	İmza
Yrd.Doç.Sıdika RODOP	M.Ü.Güzel Sanatlar Fakültesi	
Sınav Jüri Üyeleri		
Yrd.Doç.Esin D.YOLSEVER	M.Ü.Güzel Sanatlar Fakültesi	
Yrd.Doç.Yeşim BAĞRIŞEN (Tekstil)	M.Ü.Güzel Sanatlar Fakültesi	
Yedek Jüri Üyeleri		
Yrd.Doç.Ümit CELBİŞ	M.Ü.Güzel Sanatlar Fakültesi
Yrd.Doç.Başak SAÇLIOĞLU (Tekstil)	M.Ü.Güzel Sanatlar Fakültesi

Yukarıdaki jüri kararı Enstitü Yönetim Kurulu'nun **13./04./2011** tarih ve **113** sayılı kararı ile onaylanmıştır.


Prof.Nilüfer ERGİN DOĞRUER

Müdür

ÖNSÖZ

‘Sivil Havacılık Uçuş Personeli Üniforma Tasarımında Eğilimler ve Bir Öneri’ başlıklı tez konusunun seçilmesindeki en büyük etken; üniformanın ‘seri üretim için tüketici ihtiyaç ve problemlerine yönelik, estetik, işlevsellik, ergonomi, malzeme bilgisi, pazarlanabilirlik, üretim yöntemleri ve olanakları gibi çeşitli kriterleri gözeterek’ hazırlanmış olması ile endüstri ürünü ve tekstil ürünü kategorisinde ortak alan oluşturabilmesidir. Giyim sadece moda olma sınırları içerisinde yer almadığını, bulunduğu anlam içeriğinin zenginliğinin belirlenmesidir.

Tezin ana amacı; üniformanın sivil havacılıkta geçirdiği değişim, bu değişime etken unsurlar ve bu sürecin sonunda doğruya en yakın tasarım fikrini üretmektir. Tez konusunun belirlenmesindeki bir diğer önemli etken ise, bir giysinin neden giyildiğine dair sebepleri içeren detayları araştırmaktır. Bunu yaparken de geneli görmek için, sadece özel bir gruba ya da bölgeye odaklanmadan hareket ederek dünya genelinde birçok havayolu araştırılmış, tarihte önemli bir yere sahip olmuş ve fark yaratan şirketler üzerinden giderek bilgi dağılımı yapılmıştır. Üniformada kullanılan tek bir rengin ya da çizginin bile anlamı olduğundan yola çıkarak detayların etki alanları incelenmiş, bu konuda sadece tasarıda kalacak ayrıntılar değil geniş topluluklar üzerinde etki yaratmış işletmelerin üniformalarından örnekler sunulmuştur. Bu araştırma sırasında zaman içinde nelerin ne sebeplerle hangi toplulukları nasıl etkilediğini görebilmek ve bunun sonucunda yapılan analizden hareketle ileride yeni önermeler sunabilmek hedeflenmiştir.

Özele indiğimizde ise; üniformanın sivil havacılıkta edindiği işlevini ve tarih boyunca oluşmuş psikolojik ve sosyolojik etkenlerin tasarım sürecine etkisini irdeleyerek ve bunun sonucunda ortaya çıkan kriterlerin birleşimi ile Türkiye’yi temsil eden, THY kurumu için doğruya en yakın özelliklere sahip üniformanın belirlenmesi hedeflenmiştir.

Konu ile ilgili literatür araştırması yapılmış fakat Türkiye’ de bu konu üzerinde uzun bir geçmişin ve her hangi bir araştırmanın yapılmış olmaması konuyla ilgili kaynaklara ulaşmada zorluk yaratmış bu yüzden yabancı kaynaklara yöneltmiştir. Uluslararası moda okulu olan FIT’nin (Fashion Institute of Technology) elektronik veritabanlarını kullanarak çoğunlukla makalelere ve e-booklar ulaşılmış, yurtdışında yapılmış tezler incelenmiş, görsel kaynaklardan faydalanılarak, bu konu hakkında yazılmış kitaplar incelenmiş, çeşitli sonuçlar elde edilmiştir.

Bilgi birikimiyle tez çalışmamın konu seçiminde Prof. Şermin ALYANAK ayrıca konunun planlanıp şekillenmesinde büyük katkıları olan ve çalışma süresince destek ve ilgisini esirgemeyen tez danışmanım Sayın Yrd. Doç Sıdıka RODOP’a, bilgi ve deneyimlerini paylaştıkları için Yrd.Doç Yeşim BAĞRIŞEN’e ve Sinan İZ’e en içten teşekkürlerimi sunarım. Tüm eğitim hayatım boyunca bana verdikleri maddi ve manevi destekleri için sevgili aileme sonsuz teşekkürlerim iletirim.

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	i
ÖZET.....	ii
SUMMARY.....	iii
1- HAVACILIK.....	1
1.1- TARİHSEL SÜREÇ İÇİNDE HAVACILIK.....	3
1.2- SİVİL HAVACILIK.....	10
1.2.1- Genel Havacılık.....	11
1.2.2- Tarifeli Hava Yolu Taşımacılığı.....	13
1.2.2.1- Pilot ve Genel Personel.....	13
1.2.2.2- Hostes ve Hostlar.....	15
1.3- ASKERİ HAVACILIK.....	17
2- UÇUŞ PERSONELİ ÜNİFORMASI.....	19
2.1- ÜNİFORMA İŞLEVLERİ.....	20
2.2- UNIFORMA GİYİM PRENSİPLERİ.....	38
2.3- TARİHSEL SÜREÇ İÇİNDE ÜNİFORMA.....	42
2.3.1- Pilot ve Genel Personel	43
2.3.2- Hostes ve Hostlar	46

2.4- ÜNİFORMAYI TAMAMLAYICI UNSURLAR.....	75
2.4.1- Ayakkabı.....	76
2.4.2- Çanta.....	84
2.4.3- Şapka.....	93
2.4.4- Kravat ve Fular.....	98
3- ÜNİFORMA TASARIMIN ETKİLEYEN FAKTÖRLER.....	103
3.1- MODA.....	103
3.1.1- 1900-1920 Moda Akımları.....	106
3.1.2- 1920-1930 Moda Akımları.....	108
3.1.3- 1930–1940 Moda Akımları.....	109
3.1.4- 1940–1950 Moda Akımları.....	111
3.1.5- 1950–1960 Moda Akımları.....	112
3.1.6- 1960–1970 Moda Akımları.....	115
3.1.7- 1970–1980 Moda Akımları.....	120
3.1.8- 1980-1990 Moda Akımları.....	125
3.1.9- 1990–2009 Moda Akımları.....	128
3.2- ÜNİFORMA TASARIMI.....	132
3.2.1- Tasarım Bileşenleri.....	132
3.2.2- Tasarım İlkeleri.....	139
3.3- SOSYOLOJİK ETMENLER.....	143
3.3.1- Kültür.....	143
3.3.2- Sosyal Sınıf ve Statü.....	144

3.4- ÜNİFORMA VE KALİTE.....	146
3.5- ÜNİFORMA VE RAHATLIK.....	161
3.6- ÜNİFORMA VE ERGONOMİ.....	162
3.7- UNİFORMA VE MARKA.....	169
4. TASARIM OLUŞTURMA VE YENİ BİR MODEL ÖNERİSİ.....	177
4.1- ARAŞTIRMA.....	177
4.2- PLANLAMA.....	178
4.3- GELİŞTİRME.....	179
4.4- ÖRNEK ÇALIŞMA.....	185
SONUÇ.....	212
KAYNAKÇA.....	214
RESİM LİSTESİ.....	220
TABLO LİSTESİ.....	224

ÖZET

Giyimi bir iletişim şekli olarak adlandırırsak, seçilen giysinin de kişinin kendini tanımlayabilmesi için bir araç olduğunu söyleyebiliriz. Bu anlamda iletişim biçimi olarak giyim ile bireyin ve toplumun ilişkisi şekillenmektedir. Toplum ile ilişki içinde olan bireylerin statü kaygısı sınıf kavramının ortaya çıkardığı giyim tarzlarını belirlemiş ve bunun sonunda çıkan üniforma; otorite, sınıf, statü gibi kavramların en belirgin giysi grubunu oluşturmuştur.

İnsanlığının uçuş eylemine olan merakı M.Ö ki tarihlerden başlayarak çok hızlı bir şekilde ilerlemiş ve zaman içinde farklı farklı alanlara hizmet veren havacılık sektörüne dönüşmüştür. Havacılık sektörünün gelişimi yeni kariyer alanlarını beraberinde getirmiş, Elen Churc'un öncülüğü ile dönemin hemşire kadınlarına yeni hosteslik görevleri edindirilmiştir. Acil durumlarda güvenliği sağlayan ve hizmet eden kadın kabin memurlarının beraberinde son yıllarda erkek kabin memurları da bu sektörde yer almıştır. Sivil havacılık tarihinin başlamasıyla oluşan uçuş personeli kimliğini belirleyen üniformayı daha etkili bir şekilde açıklayabilmek adına havacılık tarihinde geçirilen bu süreç birinci bölümü oluşturmaktadır.

İkinci bölümde uçuş personelinin giydiği üniforma tasarımının işlevleri, dünyanın farklı ülkelerindeki havayolu işletmeleri için yapılan tasarımlarda dikkat edilen özelliklerden ve tarihte uğradığı değişimlerden bahsedilmiştir. 10.000 metrenin üzerinde yaşam için uyarlanmış yeni giysi, marka ve statü üçgeninde oluşan tasarımlar farklı şekillerde yorumlanmıştır. 1930'larda ticari uçuşlarda sadece zenginler uçabildiği için sınıf farkı yokken (birinci veya ekonomi sınıfı gibi) takip eden 60 yılda uçaklar büyümüş, daha güvenilir ve hızlı seyahat mümkün olmuş böylelikle daha fazla ve farklı gruptan insan uçuş imkânını bulmuştur. Hemşire kadınlar da zaman içerisinde görev anlamlarını yitirmiş, dönem dönem pazarlama uzmanların reklam aracı haline gelerek çılgın tarzlarda üniformalar kullamalarını ve bu şekilde yolcuların ilgisini çekmeyi

başarmıştır. Bunun sonucunda sivil havacılık sektöründe istenen hızlı gelişim yaratılmıştır. Hava taşımacılığı kimlik, tasarım ve kültür ile yeni bir kimlik oluşmuş, gelişmiş ve değişime uğramıştır. 11 Eylül olaylarından sonra ise üniformaların stilleri tekrar ciddileşmiştir. Tüm bu araştırmaların ardından tamamlayıcı nesnelere olan ayakkabı, çanta, şapka, fular ve kravatın işlev ve statü değerleri de incelenmiştir. Giyim kültürünü oluşturan giysilerin oluşum süreçlerinin ve anlamlarının bilinmesi kullanım alanları ve bilinçli kullanım açısından önem taşımaktadır.

Üçüncü bölümde yıllardır değişime uğramış üniforma tasarımlarının ne gibi etkiler altında kaldığı üzerinde durulmuştur. Moda akımları dönemin genel silüetini anlatacak şekilde özetlenmiş, tasarım ilkeleri ve bileşenleri doğrultusunda dikkat edilen ayrıntılar incelenmiş ve statü marka kavramları ile de kurumsallığın önemi anlatılmıştır.

Dördüncü bölümde ise tüm bu kurumsal imaj altında oluşan otoritenin, ülkenin kültürel etkilerini de yansıtmak adına hazırlanmış Türkiye'yi temsilen THY firması için planlanmış yeni üniforma tasarımlarının ayrıntılı olarak anlatımı mevcuttur.

Araştırmada baştan sona konuyla ilgili olan görsel örneklerle tez hem zenginleştirilmiş hem de netleştirilmeye çalışılmıştır. Tüm bölümlerde tarih boyunca ünlü tasarımcıların havayolu firmaları için yaptığı tasarımlardan örnekler verilmiş özellikle tarihte bu konuya yer veren firmalar belirtilmiştir.

SUMMARY

If we designate the clothing as a tool for communication, the clothing that is chosen by the person is the way of to present its personality. As a result of that, the clothing is a kind of connection between the person and the society. The person who has a communication with the society and also who has a status anxiety, creates the clothing classifications within that. In addition that we call “uniform” for defining; the authority, class level and status.

The curiosity of human being to the flying was started before the B.C and generalizes in the history. From past to now on, the aviation sector, which has several service types, creates its own sector. Result of the developments in the aviation sector supplied new career options. After the leading of Elen Church who was a nurse, was obtained their new task which is air hostess in stead of nurse. In the aviation sector, after the women air hostess who were helped and serviced in the emergency condition, the men air hostess were also hired as an air hostess in the near past. With the beginning of the civilian aviation sector, the uniform which determinates the identity of the flight crew is examined for effective explanation to emphasize the processes in the beginning of the chapter.

The functionality of design of the uniform, the design differences of the different companies with in the aviation sector and the challenges in the history, was explained in the second chapter. The designs are differently interpreted which are applied for the life above the 10.000 meters within the triangle of garment, brand and the status. In 1930's, it was the class distinction time and only the rich people can fly but within the following 60 years, the planes were getting bigger and became more reliable and faster. As a result of that, much more people from all over the classes in society can find the chance to fly. Within this time, nurse ladies also lose the real meaning of being nurse and cyclically they were dressed by marketing experts just for attracting the passengers' interests. With the help of the crazy designs, they could attract all the attentions though.

As a result of that, they created the desirable fast challenges in the aviation sector. Air transportation is improved, redesigned and adopted to the term of identity, design and culture. After September 11 attacks, the styles of uniforms become more serious. After all these investigations, the complementary goods which are shoe, handbag, hat, scarf and tie was researched within the idea of functionality and status value. It is really important to understand the process of the sewing steps and capture the meaning of the garment for understand the garment culture.

In the third part, it was explained how the uniform designs were changed and explained what kind of effects happened over the uniform design. The fashion trends were summarized to explain; the general silhouette of the time and these details which are investigated with the directions of the design principles and design components and the importance of the meaning of branding in corporate and status.

In the forth part, the authority which was created under the corporate image was reflected to cultural effects of the country and as a representative, the Turkish aviation company that is Turkish Airlines (THY) was handled and its uniform design was obviously explained.

In this research, the thesis was clarified and enriched with the help of the visual example. In all of the parts of this thesis, the designs which are made by famous designers in different times for different airlines companies was examined and explained.

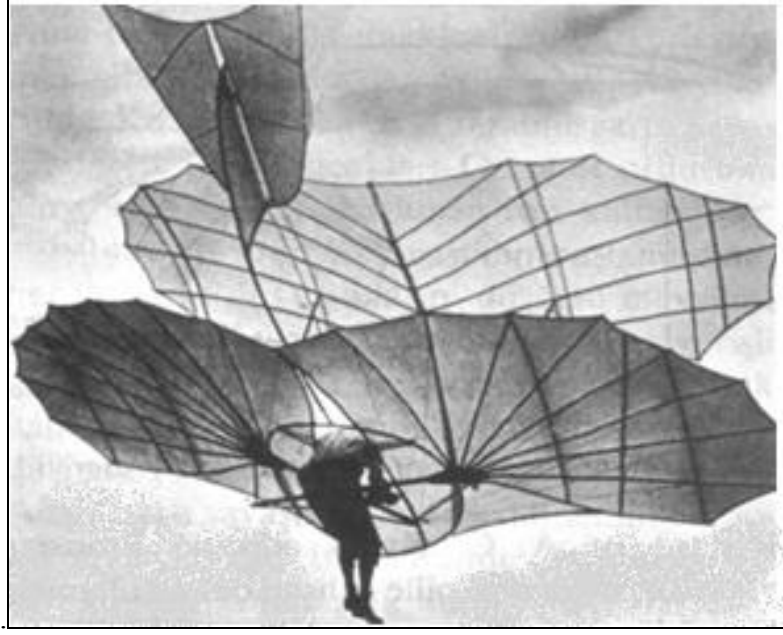
1- HAVACILIK

Havacılık, insanoğlunun varoluşundan sonra etrafına karşı farkındalıklarının artması sonucu, kuşların hareketlerini gözlemlenmeleriyle başlamıştır. En ilkel havacılık hareketi, Yunan Mitolojisinde Daedalus ve oğlu Ikarus'un efsanesinde konu edilmiştir. Efsaneye göre Kral Minos'un baba Daedalus ve oğlu Ikarus'u Girit Adasına tutsak etmesinden sonra hapis hayatından sıkılan Daedalus'un aklına kaz tüylerinden kanatlar yapıp bunları kullanarak adadan kaçmak gelmiştir. Böylelikle en eski efsanevi insanlı uçuşu gerçekleştirmiş olmuşlardır. Bu dönemde insanlar, kuşları taklit etmekten öteye gidememişler ve havanın akışkan özellik gösterdiğini anlayamadıkları için bu denemelerinde çok başarılı olamamışlardır. Ancak daha sonraları Orta Çağda Rönesans'ın bilim adamı, ressam, fizikçi, Leonardo da Vinci'nin kuşların uçuşuna dair ilk bilimsel ve teknik araştırmaları altında mekanik araçlarla uçuşun olabilme ihtimalini eserlerinde incelemesiyle durum daha somut bir hal almıştır. Royal Society'nin kurucularından John Wilkins (1614-72) ise doğaüstü güçlerin yardımını beklemekten ya da uçan hayvanları taklit etmekten çok insan yapımı arabaların nasıl uçurulabileceğini düşünülmesi gerektiğini ileri sürmüştür. Havacılık tarihinde atılan bu ilk adımlar sonrasında balon, zeplin, planör ve en sonunda da uçak gibi değişik tipteki hava taşıtları bulunmuştur.

Buna bağlı olarak havacılığı; 'Havacı olma durumu. Havacının yaptığı iş, havada uçuş tekniği, hava seferlerini ve bu konu ile ilgili teknikleri inceleyen bilim dalı' olarak tanımlayabiliriz.¹ Hava taşıtları ve bunlarla uçmak ya da uçmak için gerekli olan her türlü araç gereç, makine tasarımı, kurum havacılık kapsamı içine girmektedir. Kısaca havacılık 'havada yolcu ve yük taşımacılığına ya da askeri amaçlara yönelik etkinliklerdir.'² Tüm dünyada yürütülen çalışmalar havacılığı zamanla çok ileri seviyelere taşımış ve teknolojinin katkılarıyla günümüzdeki halini almıştır.

¹ Kolektif, 'Havacılık', Ana Britannica, Cilt:10 , İstanbul, Ana Yayıncılık, 1998, s.70.

² www.tdk.gov.tr/tdk.sözlük, 2009.



Resim 1: 1890 Alman bilim adamı Otto Lilienthal, çift kanatlı planör

Türk havacılığı ise Atatürk'ün 'İstikbal göklerde dir.' sözünün ışığı altında, Cumhuriyet döneminde Türkiye'de de hızla geliştirilmiş ve ilk uçak yapım çalışmaları, uçak fabrikasının açılması, Türk Hava Kurumu ve Türk Kuşu'nun kuruluşu bu dönemde gerçekleşmiştir.



Resim 2: 1937 İstanbul Yeşilköy Havalimanı

1.1- TARİHSEL SÜREÇ İÇİNDE HAVACILIK

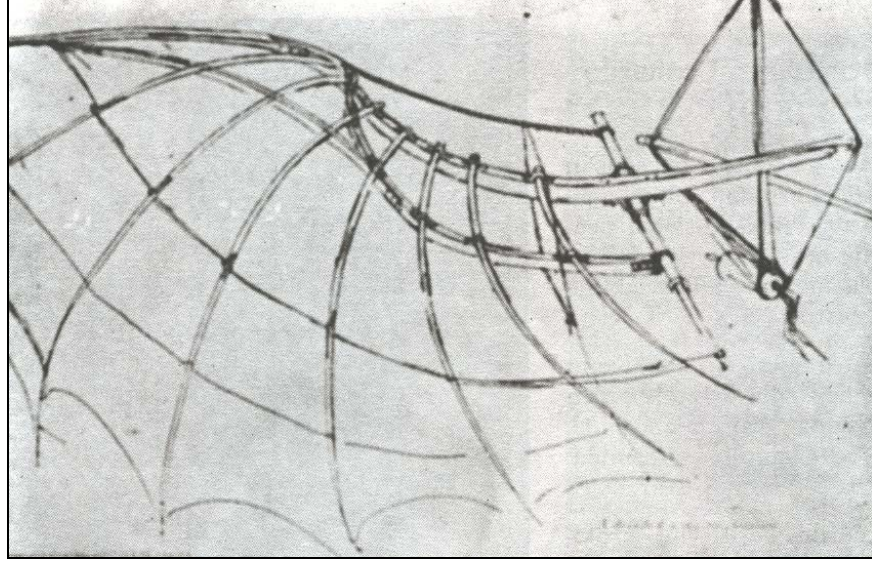
Eski uygarlıklara ait uçuş konusunda yapılan çalışmalarda bilgimiz çok azdır. O dönemlerde sadece tanrılara has bir özellik olarak görülen gizli kanatların olduğu söylene de havacılık tarihinin, insanlık tarihi kadar eski olduğu gözlenmiştir. Bunu; mitolojideki ilkel uçuş denemelerinden, 17 Aralık 1903'te Wright Kardeşlerin havadan ağır motorlu ilk uçuşu yapmalarına kadar olan dönemdeki örnekleri incelediğimizde, ne kadar ileriye gittiklerini anlayabiliriz.

M.Ö ve M.S. eski Çin ve Mısır uygarlıkları incelendiğinde basit uçuş araçlarını resmettikleri görülmüştür. Daha çok efsanelerde bahsedilen büyülü araçlar ya da büyük uçan kuşların varlığı bilimsel çalışmalarla da ortaya konmuştur. Eski Çin ve Mısır'daki gibi uygarlıkların bilimdeki yerleri incelendiğinde, basit uçuş araçlarını yapabilecek imkânlarının olduğu görülmüştür. Daha çok efsaneler büyülü araçlar ya da büyük uçan kuşlardan bahsetmiştir.



Resim 3: Mısır uygarlığından örnek duvar resmi

9. yüzyılda, Magribiler* Armen Firman ve Abbas Ibn Firnas ilk uçan planörleri yapan kişiler olarak bilinirler. Marco Polo ise gittiği Çin gezisinin ardından rüzgârın etkisiyle uçan ve insan taşıyan uçurtmalarla ilgili öykülerden bahsetmiştir.



Resim 4: Kanat mekanizması detayı, Ambrosini Kütüphanesi

15. yüzyılda Marco Polo'nun gezisinin kehanetleri gerçekleşmiş ve Leonardo da Vinci çizimleri ile bir planör tasarlamıştır. Bu planör o dönemde inşa edilmemiş, ancak günümüze kadar ulaşan planlardan o dönemdeki malzemeler kullanılarak 20. yüzyılın sonlarında imal edilmiştir. Bu proje, Vinci'nin orijinal planlarından yola çıkılarak yapılan bir prototip denenmiş ve uçtuğu kanıtlanmıştır. 1783'te Fransız Montgolfier kardeşler cismin havaya yükselebilmesi için havadan daha hafif olması gerektiğini düşünerek sıcak hava balonu ile ilk kez havadan hafif bir uçuş gerçekleştirmişlerdir. Jean Pilâtre de Rozier adlı Fransız, ilk defa balon ile yükselen kişi olmuştur. '1783'te Fransız fizikçi ve mucit J.A.C.Charles, balonlarda sıcak hava yerine, o sıralarda yeni ayrıştırılmış olan hidrojen gazının kullanılabileceğini düşünmüş ve Nicholas Robert'in yardımıyla ilk hidrojen balonunu yaparak yerden 1,5 km havalanmıştır.³

³ Kolektif, 'Havacılık', Ana Britannica, Cilt:10 , İstanbul, Ana Yayıncılık, 1998 s.71.

* Afrika'nın, Mısır dışındaki kuzey ülkelerinde yaşayan halk



Resim 5: 1786, balonunun mühendislik bilgilerini de içeren şeması

Hava taşıtları gelişimleri ilerledikçe daha güvenilir ve büyük cüsseli araçlar ile insan ve yük taşımacılığına da başlamıştır. Bu öncülüğü 1900 yılında ilk başarılı uçuşunu da sergileyen, uzun mesafelere yolcu ve yük taşıyan zeplinlerle elde edilmiştir. En başarılı örneği ise, Graf Zeplin tarafından gerçekleştirilmiştir. Zaman içinde uçak teknolojisinin gelişimi zeplinlerin üstünlüğünü kaybetmesine neden olmuş ve Zeplinlerin ‘Altın Çağı’ 6 Haziran 1937'deki 36 kişinin ölümüyle sonuçlanan Hinderburg faciası ile son bulmuştur.

Wright kardeşler, 1900-1902 yılları arasında bir seri uçurtma ve planör denemelerini gerçekleştirmiştir. 2 yıl boyunca süren itinalı çalışmaları onları, modellerini deneyebilmek için rüzgâr tüneli yapmaya kadar götürmüştür. Kuzey Carolina’da 17 Aralık 1903’te The Flyer (uçucu) adını verdikleri uçaklarıyla doğru sistemle çalışan hava taşıtlarını kanıtlamış ve uçak mühendisliğinin gelişimi için ön ayak olmuşlardır.



Resim 6: 1936, Hindenburg Lakehurst Deniz Havacılık İstasyonu

Fransız Meteorolog Leon Philippe Teisserenc de Bort 1902 yılında ilk meteorolojik balon uçuşunu gerçekleştirmiş. 1855-1913 yılları arasında insanların çıkamadığı yüksekliklere ölçüm aletleri yerleştirmiş ve atmosferin 11 km yüksekliğe kadar düzenli sıcaklık düşüşü içinde olduğunu görmüş ve atmosferi troposfer ve stratosfer olarak katmanlara ayırmıştır. 1908'e Leon Delagrange ilk yolculu uçuşu gerçekleştikten kısa bir zaman sonra 1908'de Henry Farman Fransa'da ilk şehirlerarası uçuşu başarıyla tamamlamıştır. 1908 yılında 'Port Aviation' adlı Paris'in 19 km. dışında dünyanın ilk havaalanı açılmıştır. Uçuş konusunda herkes birbirini cesaretlendirmeye çalışırken ve Londra'da yayınlanmakta olan 'Daily Mail' gazetesi Manş'ın üzerinden geçilmesi gereken bir uçuş yarışması düzenlemiş ve karşılığında ödül koymuştur. Bu dönemde Bleriot, Alberto Santos - Dumont ve André Fournier'i de alarak; yolcu taşıyan ilk kişi olmuştur. 1909'da Alman Kont Ferdinand Zepellin, dünyanın ilk ticari havayolunu kurmuştur. 1914 yılına gelindiğinde ise balonlar çoktan 172.535 km yol yapmış ve 34.028 yolcu taşımışlardır. İlk Raymonde de la Roche ise 'Ruhsatlı Kadın Pilot' yapılırken çok kısa bir arayla İngiltere'de de ilk tarifeli uçuş gerçekleştirilmiştir. Almanya ise 5 yıllık bir fark ile Rusya ise 1923'te ilk tarifeli yolcu seferleri

düzenlemeye başlayabilmiştir. İtalya’da 1921 yılında gerçekleşen 100 kişilik ilk uçuş faciayla sonuçlanmıştır.

Uçakların kullanımının artmasıyla askeri alanda da kullanılmasına yönelik çalışmaların başlamasına da olanak sağlamıştır. Savaşın en ünlü uçağı ise Sopwith Camel’dir. Kendi grubunun en çok zafer kazanan uçağı olmasına rağmen birçok pilotun ölmesine sebebiyet verdiği için kullanışsız kumanda sistemi ile ünlenmiştir. Bir yandan da 1.Dünya Savaşı ve 2.Dünya Savaşı arasındaki yıllar uçak teknolojisinde büyük gelişmelerin gözlendiğı yıllar olduğu için ‘Altın Çağ’ adını almıştır. Bu dönemdeki uçakların artık yeni malzemeler kullanılarak, yani ahşap ve bir çeşit kumaş olan kanvas malzemeleri terk edilerek, neredeyse tamamen alüminyumdan üretilmeye başlandığı görülmüştür. Çok kısa zamanda malzeme değişikliğinin etkileri görülmeye başlanmış ve artık daha hızlı uçaklar üretilmiştir. 2.Dünya Savaşı’nda ise ilk uzun mesafeli bombardıman uçağı ve ilk jet avcı uçağı kullanılmıştır.

Savaşlarda kullanılan uçakların zaman içinde eskimesi yeni bir sektörün oluşmasını da beraberinde getirmiştir. 2. Dünya Savaşı’ndan sonra eski askeri uçakların yenilenerek kullanılmasıyla ticari havacılığın gelişmeye başladığı görülmüştür. Birkaç yıl içinde bu büyük değişimler sonucu, Kuzey Amerika, Avrupa ve dünyanın diğer bölgelerini kapsayan uçuşlar yapan birçok şirket kurulmuştur. Teknolojinin hızlı ilerleyişinin verdiği destekle şaşkınlık uyandırıcı yenilikler ortaya çıkmaya başlamıştır. Yuri Gagarin, 12 Nisan 1961’de uzaya giden ilk insan olurken, Neil Armstrong 21 Temmuz 1969’da aya ayak basan ilk insan olmuştur. Artık uçaklarda; GPS ve uydu sistemlerinin geliştirilmesiyle haberleşme çok hızlandığı için çok küçük ama güçlü bilgisayar sistemlerinin yapılmasını sağlamıştır. Pilotlar yer şekillerinin ve diğer tüm koşulları önceden tayin edebildikleri için hatasız navigasyon yapabilir hale gelmişler ve sonuçta gece gündüz fark etmeden uçabilir duruma ulaşmışlardır.

2004 yılında tanıtılan Spaceship-One, ilk özel sektöre ait uzay aracı olmuştur. Bu durum günümüzde uzaya uçuş yapabilen araçla yeni bir olası havacılık pazarının oluşmasına da olanak sağlamıştır. 2010 yılında ticari uzay yolculuğu seferleri düzenlemek üzere kurulan Virgin Galactic'in sahibi İngiliz Sir Richard Branson, dünyanın ilk ticari amaçlı uzay aracı SpaceShip-Two'yu tanıtmıştır. 2011'de binlerce turisti uzaya götürmeyi planlamaktadır.

Dünyada bu gelişmeler devam ederken Türkiye'de de birçok yeni atılımlar başlamıştır. 1912'de Mahmut Şevket Paşa'nın emriyle Yeşilköy ile Sefaköy arasında 700 metre genişliğinde ve 1500 metre uzunluğundaki çimlerle kaplı bir alanda ilk havaalanı yapılmıştır. 1912 Yeşilköy'de Hava Okulunun (uçuş okulu) açılmasıyla Türk Ordusu, uçucu subaylarını ülkesinde yetiştirmeye başlamıştır. Türk askeri havacılığının gelişmesinde ve güçlenmesinde en önemli aşamalardan birisi olmuştur. 1923 yılında Vecihi Hürkuş, Türkiye'de gerçekleştirdiği ilk yolcu seferinde Edirne-Caproni Breda arası dokuz yolcu taşımış ve ilk Türk tayyaresini üretmiştir (1924 İzmir). İlk uçuşu 25 Ocak, 1925'te gerçekleştirilmiştir.

1925 yılında Atatürk'ün emriyle, daha sonra 1935 yılında Türk Hava Kurumu (THK) adını alacak olan, Türk Tayyare Cemiyeti kurulmuştur. Ankara-Akköprü'de kurulan marangoz atölyesi, 1925 yılında planör imalathanesi halini almıştır. Havacılığa gönül vermiş, Kurtuluş Savaşı'na tayyareci olarak katılan Vecihi Hürkuş, kendi tasarladığı Vecihi K-VI adlı uçağı imal etmiştir. Uçağı için uçuş izni istemiş, uçabilirlik sertifikası için bir teknik heyet oluşturulmuş, ancak teknik heyetin içerisinde tayyareyi uçuracak ve kontrol edecek personel bulunmadığından gecikmiştir. İzin almadan uçtuğı için cezalandırılınca da, istifa ederek Hava Kuvvetlerinden ayrılıp Ankara'ya gitmiş ve kurulmakta olan Türk Tayyare Cemiyeti'ne (T.Ta.C.) katılmış ardından T.Ta.C. Fen şubesini organize etmekle görevlendirmiştir.

‘1930 yılında 3 ay içinde ilk Türk sivil uçağını, aslında ikinci uçağı Vecihi K-XIV uçağını inşa etmiştir. İlk uçuşunu 16 Eylül 1930’da Kadıköy Fikirtepe’ de büyük bir kalabalık ve basın topluluğu karşısında yapmıştır. Uçak iki kişilik, tek motorlu spor ve eğitim uçağı ile uçararak Ankara’ya dönmüş, Ankara üzerinde bir gösteri yapmıştır.’⁴ Uçabilirlik sertifikası verilmesi için İktisat Bakanlığına müracaat ederek müsaade istemiş, 14 Ekim 1930’da, ‘Tayyarenin teknik vasıflarını tespit edecek kimse bulunmadığından gereken vesika verilmemiştir cevabını almıştır.’⁵ 1932 yılında Vecihi Hürkuş, ikisi kız olmak üzere 12 öğrencisi bulunan ilk Türk Sivil Tayyare Mektebi’ni kurar. Bedriye Tahir Gökmen, Vecihi Sivil Tayyare Mektebi mezun olan ilk kadın pilotumuzdur. 1935’te Türk Hava Kurumu (THK) Kongre kararıyla Türk Tayyare Cemiyet’in ismi ‘Türk Hava Kurumu’ (THK) olarak değiştirilmiştir.

1935’te Türkkuşu kurulduktan sonra Atatürk’ün yıllar boyu her gittiği yerde konuşmalar yaparak gençliğe havacılığın önemini aktarmış ve gençleri Türkkuşu’nda görev almaya yöneltmiştir. Kurum, vatan göklerine aralarında Atatürk’ün manevi kızı ve dünyanın ilk kadın savaş pilotu Sabiha Gökçen’in de bulunduğu, birçok değerli elemanlar yetiştirmiştir.

1954’te Hürkuş Hava Yolları’nı kuran Vecihi Hürkuş, Türk Hava Yolları’nın seferden kaldırdığı uçaklardan 8 tayyareyi Ziraat Bankası’ndan kredi ile almıştır. Ama sabotajlar, uçaklarının parçalanması ve sonunda uçuştan men edilerek engellenmesi ile uçamamıştır. Buna rağmen elinde kalan son uçağını da Maden Tetkik Arama Enstitüsü’nün emrinde kullanarak Güney Doğu Anadolu’da toryum, uranyum ve fosfat arayarak zor doğa koşullarında çalışmış, sabotajlar ve engellemeler sonucunda, havayolu şirketinin faaliyetlerine son vermiştir.

⁴ http://tr.wikipedia.org/wiki/Vecihi_H%C3%BCrku%C5%9F, 2009.

⁵ http://tr.wikipedia.org/wiki/Vecihi_H%C3%BCrku%C5%9F, 2009.

1.2- Sivil Havacılık

Sivil Havacılık, insan gücü kullanılan uçuş denemelerinden, düzenli gerçekleşen uzay seyahatlerine kadar 100 yıllık havacılık tarihini geride bırakmıştır. ‘Yolcu ve yük taşımaya yönelik birimlerin oluşturduğu sistem olan havayolu ulaştırma sektörü; havayolu işletmeciliği, hava trafik kontrol hizmetleri, yer ve ikram hizmetleri, eğitim, bakım, ilgili alt yapılar ve diğer havacılık faaliyetleri ile bütün bu faaliyetlerin uluslararası kurallara göre koordinasyonu ve denetimini kapsamaktadır.’⁶

Uçuşla ilgili sivil havacılık faaliyetleri;

1-Tarifeli havayolu taşımacılığı (Ticari taşımacılık)

2-Genel havacılık (İlaçlama, yangınla mücadele, hasta, yaralı nakli, reklam vs.) gibi sınıflandırılabilir.

Dünya’da sivil hava taşımacılığı içinde bulunan havayolu taşımacılığı, bugün itibariyle büyük bir pazarı temsil etmektedir. Pazarda rekabet eden 1500 tarifeli havayolu, yaklaşık 14000 yolcu uçağıyla, 2003 yılında 1,7 milyar yolcu taşımıştır. Sektör doğrudan ve dolaylı olarak yaklaşık 28 milyon kişiye istihdam olanağı sağlamaktadır. Dünya sivil hava taşımacılığı, 2003 yılları arasında 11 Eylül saldırıları, II. Körfez Savaşı ve Sars hastalığı nedeniyle zorlu bir dönemden geçmiş, 2004 yılında yakaladığı performans ile yeniden bir büyüme trendi içine girmiştir. Dünya havayolu taşımacılığında geleceğe yönelik beklentiler, büyümenin devam edeceğini göstermektedir.

Türkiye’de ise sivil hava taşımacılığında sorumlu otorite, Ulaştırma Bakanlığı’na bağlı Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü’dür. ‘Özellikle 1980’lerin ikinci yarısından itibaren THY’ nın bir modernizasyon ve standardizasyon programı çerçevesinde filosunu

⁶ H. Oktal, E. Gerede, ‘Türk Sivil Hava Otoritesinin Yeniden Yapılandırılması.’ **Amme İdaresi Dergisi**, Ankara, Cilt:35, Sayı 4, 2002 Aralık, s.103-120.

geliştirmeye başladığı, hizmet standartlarını yükseltme çabasına girdiği ve yurtiçi hatlardan ziyade ekonomik açıdan avantajlı dış hatlara yönelmekte olduğu görülmüştür. Ülkemizde 14 havacılık işletmesi, 50 hava taksi işletmesi hizmet vermekte, 56 adet tarifeli ve 275 adet charter havayolu ülkemize sefer düzenlemektedir.⁷ İç hat pazarının önümüzdeki beş yıllık dönem içerisinde yılda 15 milyon yolcuya ulaşacağı tahmin edilmektedir. 2005 yılına yaklaşık 200 uçaklık filo ile giren Türk sivil havacılığındaki uçak sayısının orta vadede 300'lü rakamların üzerine çıkacağı tahmin edilmektedir.

2005'te kurulan Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü, 5431 sayılı Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun ile Ulaştırma Bakanlığı'nın ana hizmet birimi olmaktan çıkarılmış, Bakanlığa bağlı, kamu tüzel kişiliği haiz, özel bütçeli bir kuruluş haline getirilmiştir.

1.2.1- Tarifeli Havayolu Taşımacılığı

Günümüzde havayolu sektörü diğer taşıma türlerine göre çok daha fazla ilgi görmekte ve bu ilgi gün geçtikçe de artmaktadır. İkinci Dünya savaşından sonra ülkeler arasında artan bloklaşma ve soğuk savaş zaten var olan sosyo-ekonomik farklılıkları daha belirgin bir hale getirmiştir ve bu durum bu sektöre de yansımıştır. Havayolu sektörünün özelliklerinden birisi ulusal ve uluslararası politikalara karşı aşırı hassas bir yapıda olmasıdır. Diğer yandan ülkeler havayolu sektörünü hep kendi kontrolleri altında tutmak istemektedirler. Bu nedenle uluslararası havayolu taşımacılığı ülkelerin kendi politikaları çerçevesinde şekillenmiştir. Bunun en önemli etki ve göstergelerinden birisi ülkelerin yaptıkları ikili anlaşmalarla havayolu işletmelerinin hangi hatlarda operasyon düzenleyeceklerini belirlemiş olmalarıdır. Havayolu sektörüne getirilen bu kontrollerin, bir ölçüde sektörün işleyiş yapısına zarar verdiği düşünülmektedir.

⁷ V. Korul, H. Küçükonal, Türk Sivil Havacılık Sisteminin Yapısal Analizi, **Ege Üniversitesi Dergisi**, İzmir, 2003.

Küreselleşme ile birlikte tüm işletmelerin iş yapma alanı artmıştır. İşadamları dünyanın diğer bir noktasında yaptıkları bir iş bağlantısını kaçırmamak için çok hızlı hareket etmeleri gerekmektedir. Değişen bu koşullar karşısında havayolu işletmeleri, müşterilerine küresel bir şekilde hizmet vermek için adeta bir takım çalışmalara girmek zorunda kalmışlardır.

Türk Havayolu işletmesi de benzer gereklilik ve sebeplerle çeşitli işbirliği anlaşmaları yapmıştır. Türk Havayolu'nun bu konuda atmış olduğu önemli adımlardan birisi de küresel işbirliği guruplarından birisi olan Qualiflyer Gurubuna katılmasıdır. Tarifeli taşımacılıkta; ilk olarak İstanbul-Ankara hattı tarifeli yolcu taşıma seferlerine başlanmıştır. Daha sonra ise, Adana ve Silifke'ye de yolcu taşınmaya başlanmıştır. Bu seferlerde yolcu taşınması yanında, özel uçaklarla posta taşıma işlemi de yapılmıştır.

1938 yılına girerken personel durumu 8'i pilot 52'si destek personeli olmak üzere toplam 60 kişi olarak belirtilmiştir. THY ilk iç hat uçuşunu 1933'te, ilk uluslararası uçuşunu ise 1947'de gerçekleştirmiştir. THY ile yılda 12 milyonun üzerinde yolcu uçmaktadır. Türk Havacılığı'nın daha çok askeri yönüne ağırlık verdikleri görülmüştür.

Bu durumun askeri havacılığın tüm havacılık faaliyetlerinin dinamosu rolünü üstlenmiş olmasından kaynaklandığı değerlendirilmiştir Türkiye'nin komşularının askeri havacılığı, Türk havacılığının gelişiminde önemli rol oynamıştır. 'Türkkuşu'nu sıcak bir ilgi ve yürekten bir ilgiyle destekleyen Atatürk manevi kızı olan Sabiha Gökçen'i de Türk havacılığına kazandıran kişi olmuştur. Sabiha Gökçen yalnız sivil havacılık ve havacılık sporunda değil, askeri havacılık alanında da uluslararası üne ve değere sahip bir havacı olmuştur.'⁸

⁸Aktaran:G. Taşkesen, **Türk Havacılık Tarihine Eleştirel Yaklaşım**, İnönü Üniversitesi Doktora Tezi, Malatya, 2006.

1.2.2- Genel Havacılık

Genel havacılık; kapsamı içine iş amaçlı uçuşlar, özel havacılık, uçuş eğitimleri, balonlu uçuşlar, paraşüt atlayışları, yelken kanat uçuşları, planör uçuşları, hava fotoğrafçılığı, motorlu yelken kanat uçuşları, hava ambulansı, trafik ve zirai uçuşlarda girmektedir. Ülkemizde önemi kavranamadığı için bu kategori sadece sportif ve amatör havacılık olarak algılanmaktadır.

‘Ultralight ve ev yapımı uçaklar birçok ülke özel havacılığa izin verdiği için beri, artan bir oranda popüler olmaya başlamış ve daha ucuzlayarak diğer büyük sınıftaki uçaklara göre daha kolay kullanılabilir bir durum almışlardır.’⁹ Bu kategori özellikle ABD ve Kanada’da ‘Bush Aviation (havacılığı) , Bush Pilots (pilotları) , Back Country Aviation (taşra havacılığı)’ olarak da bilinmektedir. ‘Genel Havacılık yapıldığı her ülkenin havacılık endüstrisinin araştırma ve geliştirme platformudur. Her yere ulaşabilen tek araçtır ve az tecrübeli pilotlar için kendilerini yetiştirebilecekleri bir alandır. Tabii bunun önemli sebeplerinden biri de her büyük meydanın civarında mutlaka bir iki tane küçük meydan bulunmakta, Genel havacılık uçakları bu meydanlara uçmakta ve park etmektedirler.’¹⁰ sözleriyle genel havacılığın önemini ifade etmiştir. Ülkemizde Genel Havacılık konusunda sorumlu ve yetkili tek yetkili SHGM dır. THK Dünya’nın ilk ve en büyük genel havacılık organizasyonu olarak kurulmuştur.

1.2.2.1- Pilot ve Genel Personel

Havacılık bir sektör haline dönüştüğü için yeni istihdam alanları da beraberinde getirmiştir. Bunun beraberinde uçuşu sağlayan kişilere ve yardımcı bir personele de ihtiyaç duyulmuştur.

⁹ http://tr.wikipedia.org/wiki/Genel_havac%C4%B1%C4%B1k

¹⁰ www.genelhavacilik.org

Havayolu personelindeki en önemli kişiler hava taşıtını kullanan ve idare eden pilotlardır. Görevleri, uçak ve uçuş hakkındaki en hassas noktaları kapsamaktadır. Bir pilot yolculuk öncesi adım adım raporları inceleyerek çıkabilecek sorunlara önceden ulaşmaktadır. Uçağın tipine göre kontrolleri yapar, hava durumunu takip eder, harita ve uçuş planını inceler, yedek meydanları keşfeder ve aksi durumlarda oluşabilecek b planlarını hesaplayarak hareket etmektedirler.

Havacılık tarihinin ilk pilotu sayılabilecek kişi 1895'te çift kanatlı planörüyle birçok uçuş denemeleri yapan Alman teknisyen Otta Lilienthal'dir. 1896'da Amerikalı Samuel Pierpont Longley ilk defa motorlu bir uçak kullanmıştır. Ancak kısa bir müddet sonra buharlı uçağı ile birlikte Washington yakınlarındaki Potamac Nehrine düşmüştür. 1899'da Orville ve Weilbur Wright Kardeşler ilk petrol yakıtlı uçağı kullanan pilotlar olmuşlardır. 1909'da Louis Blériot, Manş'ı ilk defa uçakla geçen kişidir. 1910'da Walter R. Brookings, 1852 m'ye çıkarak yükseklik rekorunu kıran ilk pilot olmuştur. 1932 yılında Amelia Earhart ilk Transatlantik aşırı uçan kadın pilot olmuştur. Fesa ve Yusuf Kenan Beyler 28 Haziran 1911'de yapılan sınavda en yüksek notu alan Süvari Yüzbaşı Fesa ile İstihkâm Teğmen Yusuf Kenan Beyler, uçuş eğitimi için Temmuz 1911'de Fransa'daki Bleriot Fabrikası'nın uçuş okuluna gönderilmiştir ve 1912 Nisan ayında İstanbul'a dönmüşlerdir. Türk ordusunun ilk pilotları olmuşlardır.

Pilotların uçmak istedikleri alana ait lisansı almış olmaları, ayrıca uçağın tip eğitimleri için masraflı eğitimlerden geçmeleri gerekmektedir. Kendi hayatlarını da kapsayan büyük bir risk taşıyarak yaptıkları bilgi ve beceri gerektiren meslekleri her zaman, endişelenmeden tetikte olma zorunluluğu içermektedir. Bedenen ve ruhen dayanıklı, soğukkanlı ve dikkatli bir o kadar sabırlı yapıları olmadığı takdirde pilotluk mesleğini başarabilmeleri epey güç olmaktadır.

Ülkemizde pilotluk eğitimi; Hava Harp Okulu, Kara Harp Okulu, Türk Hava Yolları, Türk Hava Kurumu, Anadolu Üniversitesi Sivil Havacılık Yüksek Okulu ve özel havacılık şirketlerinde verilmektedir. Anadolu Üniversitesi Pilotaj Eğitimi programını

bitirenler Ulaştırma Bakanlığı'na bağlı ve Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü'ne bağlı kuruluşlarda veya özel havacılık şirketlerinde görev alabilmektedirler. Pilotlar, yük ve yolcu taşıyan uçaklar yanında ilaçlama veya keşif gibi amaçlarla kullanılan uçakları ve helikopterleri de idare edebilmekte ve özel havacılık şirketlerinde ve yabancı hava yolu firmalarının çalışabilmektedirler. Türk Kuşu pilotları ise pilot öğretmenliği yapar ve zirai ilaçlama işinde çalışırlar. Kara ve Hava Harp Okullarında lisans eğitiminin süresi 4 yıldır. Pilot adayları öğrenciler bu süre içerisinde uçuş eğitimine de tabi tutulmaktadır. Türk Hava Yolları'nda ve Türk Hava Kurumu'nda 4 yıllık üniversite mezunu öğrencilere yaklaşık 1,5 yıl süren uçuş eğitimi yaptırılmaktadır ve Anadolu Üniversitesi Sivil Havacılık Yüksekokulundaki eğitim süresi 4 yıl sürmektedir.

1.2.2.2- Hava Hostesi ve Hostları

Havayolu uçuş personeli olarak adlandırdığımız hostes ve hostların bir diğer adıyla kabin memurlarının temel görevleri uçuş güvenliğini sağlamak, yolcuların rahat ve kontrollü seyahat edebilmeleri için onlara gerekli şartları sunmaktır. Hava yolcu taşımacılığı tüm dünyada özenli bir görev olarak ele alınmakta ve hosteslere bu noktada tüm hassas görevler verilmektedir. Uçaklardaki düzeni sağlamak ilk ve asıl görevleridir. Bu işlemlere destek olarak yer hostesleri de yolcuya karada her türlü bilgilendirmeyi yapar ve işlemlerini yürütür. Havaalanına gelen yolcunun ilk başvuracağı kişi havayoluna ait yer hostesi olmaktadır. Uçuş için gerekli görülen tüm işlemlere yardımcı olacak, uçağa binebilmeniz için gerekli olan geçiş numarasını verecek, bagajınızı sizden emniyetle alacaktır. Alınan bu bagajların kilolarını tartarak, uçağın denge güvenliği adına doğru planı vermektedir. Uçağa binmeden önce kimlik kontrollerini de yaparak size güvenilir bir hizmet ve yolculuk sağlamaktır.

Elen Church, aslında gerçek mesleği hemşirelik olan dünyanın ilk kadın hostesidir. 11 yolcuya 'Hoş geldiniz' diyerek 15 Mayıs 1930 günü, California'nın Oakland Havaalanı'nda United Airlines'a ait üç motorlu Boeing 80A uçağına gelen misafirlerini ilk kez karşılamıştır. Church farklı havaalanlarına mektup yazarak 'Kendisi gibi belirli

nitelikleri olan genç hanımların, uçak içinde ev sahibeliği yapmasını çok faydalı olacağı düşündüğün bildirmiştir. Ardından Elen Church 'başhostes' olarak ve eğiteceği yedi genç kız da bu görevde yer almıştır. Church'ün öteki hostes adaylarında aradığı koşullar da şunlardı: Diplomalı bir hemşire olmak, 25 yaşını geçmemek, 52 kilodan ağır, 1 metre 55 santimetreden kısa olmamaktır. Bir süreden sonra pilot eşleri havayolu şirketine ilgi çeken çalışanlardan rahatsızlıklarını bildirmişlerdir. Yolcular, yolculukları esnasında onlara eşlik eden bu çalışanların ayrılmalarını istememişler ve tarihe yeni bir mesleğine öncülük eden 8 kadını destelemişlerdir. ABD dışında ilk hostesler, 1931 yılında Fransız havayolu Air France firmasında göreve başlamış ve aynı zamanda 'ilk uluslararası uçuşa çıkan hostesler' özelliğini de kazanmışlardır. 1934 yılında İsviçre hava yolları 'Swissair', 1935'te Hollanda Hava Yolları 'KLM', 1938'de de Almanya hava yolları şirketi Lufthansa, seferlerinde hosteslere de görev vermeye başladı.

Her zaman ön planda olan kadın kabin memurları kadar erkek kabin memurları da tarihte yerini almıştır. Hatta ilk kadın kabin görevlisi Ellen Church'ten önce görevlerini icra etmeye başlamışlardır. Görev olarak kadın memurlardan iş ayrımı bulunmamakta hatta belki de cinsiyetlerinden dolayı yolcuların kendini daha emniyette hissetmelerini sağladıklarını düşünülmüştür. Birleşik Krallık'ın Imperial Airways'ı 1920'lerde ilk erkek kabin memuruna sahiptir. Stout Airways 1926 yılında hostes istihdam eden ilk havayoluydu. Western Airlines (1928) ve Pan American World Airways (Pan Am) (1929) ilk hostesleriyle çalışmaya başlayarak yiyecek servislerini yapan personeli edinmiş oldular. On yolculu Fokker uçağı da Karayipler'de kumar seyahatleri tarihinde Havana ve Küba'ya Florida'dan yolcu taşıdığından hostes kullanmıştır.

Ülkemizde ise; hostes olabilmek için THY Eğitim Müdürlüğünde 6 haftalık Temel Uygulamalı Eğitim programına katılabilirler ya da özel hava yollarının açmış olduğu kursları takip edebilirler. Hava Yollarının açmış olduğu sınav sonucu eğitim almaya hak kazanan adaylardan İngilizce bilmeleri en az lise ya da meslek lisesi mezunu olmaları beklenmektedir.

Özel havayolu şirketlerinde en az 2 yıl çalıştılar ve lise mezunu iseler şef, üniversite mezunu iseler denetmen olabilmektedirler. Yurt dışında seminerlere, ara eğitimlere katılarak kendilerini geliştirebilir, aldıkları kapsamlı eğitimler sonucunda şık uniformaları içinde bilgiyi, zarafeti, güzelliği taşıyarak uçmaya hazır hale gelebilmektedirler.

1.3- Askeri Havacılık

1937 yılında hava harp akademisi açılmış, 1940 yılında envanterinde ki uçak sayısı yaklaşık 500 civarına ulaşan Hava Kuvvetleri, Balkanlarda en güçlü hava kuvveti haline gelmiş tek bir komuta altında toplanmasına karar verilmiş ve bu amaçla 31 Ocak 1944 tarihinde Hava Kuvvetleri Komutanlığı kurulmuştur. Havacılığın gelişen teknolojisine bağlı olarak, havacılığın pilot dışındaki diğer ihtisas ve branşları ile ilgili elamanların yetiştirilmesi için çeşitli dönemlerde açılmış olan okullar, 1950 yılında tek komuta altında toplanmış ve bu amaçla Hava Teknik Okullar Komutanlığı-İZMİR kurulmuştur.

Hava Kuvvetleri Komutanlığı envanterindeki uçak tipleri bakımından da 1950 yılında önemli bir gelişme daha olmuş ve jet uçaklarının alınmasına karar verilmiştir. 1972 yılında yapılan 'Best Hit hava atış yarışmalarında' ikinci, 1973 yılındaki hava atış yarışmalarında tekrar birinci, 1975 yılında yapılan askeri pentatlon yarışmalarında da birinci olmaları ve nihayet 1974 Kıbrıs Barış Harekâtı'nda Türk Hava Kuvvetleri'nin başarıları, Hava Kuvvetleri komutanlığı personelinin eğitim ve beceri seviyelerine ilişkin o yıllarda fikir verebilecek önemli gelişmelerdir. 1980'li yıllardan itibaren ise envantere üçüncü nesil (en gelişmiş) uçakların girmesi ile birlikte Hava Kuvvetleri olanak ve yetenekleri yeni boyutlar kazanmış, uçuş eğitim sistemi bu envanter yapısına göre düzenlenmiş ve Hava Kuvvetleri 2000'li yılları karşılayacak eğitim hazırlık seviyesine ulaşmıştır. 18 Bu kapsamda Türk Hava Kuvvetleri 1993 yılından itibaren Birleşmiş Milletler kararları doğrultusunda Ghedi Üssü-İtalya'da, 29 Mayıs 2000 tarihinden itibaren ise Aviano Üssü-İtalya'da bir filosu ile konuşularak, Bosna-Hersek ve Kosova Harekâtlarına katılmış ve 7 Ağustos 2001 tarihinde hiçbir olay meydana

gelmeksizin 35647,30 saat uçuş yaparak görevini tamamlamış ve Türkiye'ye dönmüştür. Hava Kuvvetleri Komutanlığı, Türk Vatanına ve Türk Milletine havadan gelebilecek tehdit ve tehlikelerin önlenmesi ve muhtemel bir savaşta Kara ve Deniz Kuvvetleri'nin görevlerini daha kolay başarabilmesine katkıda bulunması amacıyla kurulmuştur. Türk Hava Kuvvetlerinin Karargâhı Ankara'dadır. Bu ana görevlerini barışta ve savaşta çeşitli faaliyet ve çalışmalar icra ederek yerine getiren Hava Kuvvetleri Komutanlığı Cumhuriyet Dönemi'nde Atatürk'ün gösterdiği yolda yeniden kurulduktan sonra, çağdaş dünya havacılığı düzeyine yükselmek ve yurdun savunmasında, daha etkin bir şekilde yerini almak için yoğun bir çalışma dönemine girmiş Türk Hava Kuvvetleri'nin yurt içinde ve yurt dışında tanıtılması, kamuoyu ile olan ilişkilerinin geliştirilerek havacılığın sevdirmesi amacıyla 11 Eylül 1992 tarihinde kuruluş onayı alınan Akrotim Filosunun çağrı adı 'Türk Yıldızları (Turkish Stars)' olarak belirlenmiş ve bu çağrı adı 11 Ocak 1993 tarihinde yayımlanmıştır. Genelkurmay Başkanlığı'na bağlı olan Hava Kuvvetleri Komutanlığı'nın; karargâh, 1'nci ve 2'nci Hava Kuvveti Komutanlıkları ve Hava Lojistik Komutanlığı olmak üzere dört ana bağlantısı bulunmaktadır.

2- UÇUŞ PERSONELİ ÜNİFORMASI

Üniforma kelimesi askerliği çağrıştırmış ve ilk olarak 17.yüzyılın sonunda Avrupa’da kullanılmaya başlanmıştır. Kral F. William (1688-1740) askeri üniforma ile Rus savaş yöntemleri ve sanatı özelliklerini yansıtmıştır. ‘Üniforma fikri düzen sağlama ve kontrol kurma amacıyla doğmuş, daha düzenli ordu yaratabilmek için gerekli bir unsur olmuş; stres ortamındaki savaşa hazırlanmayı organize etme ve üniformayı giyen askerleri daha belirgin hale getirmek için tasarlanmıştır.’¹¹ 19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren 18. yüzyılın aksine üst ve orta sınıf giyimi sadeleşmesiyle de, yeni işçi ve hizmetçi üniformaları gibi giysiler türemiştir. ‘Üniformalar ve mesleki giysiler, sıradan giysilerle artık belirgin bir biçimde dışa vurulamayan toplumsal farkları ifade etmede kullanılmıştır.’¹²

‘Üniforma grup üyelerinin belirlenmesi, bireyselliğin baskılanması, çalışanlara resmiyet kazandırma ve çalışanlar için buldukları pozisyon ve statülerinin önceliklerini belirlemede önemli bir unsur olmuştur.’¹³ Grup üyelerinin belirlenmesinde üniforma önemli bir simge olmaktadır. Gruba ait olan ile olmayanı belirlemede araç rolü görmektedir. Sosyal hayatta veya iş yaşamında bireylerin kimliğini belirleme, diğerleriyle iletişimde bulunmanın boyutlarını ve düzeyini şekillendirdiğinden üniformanın iletişim üzerinde ne kadar önemli bir unsur olduğu açıktır. Örgütsel değerler ve iş yapış tarzları konusunda personelinin hep birlikte uyum içerisinde olmasını isteyen ve bunu da personelinin giysileriyle gerçekleştirip, imaj oluşturup topluma mesaj veren işletmeler bulunmaktadır. Havayolu firmaları sahip olduğu imajı, kültürü, kurumsal kimliği, statüyü yansıtmaya kaygıları taşımasından ötürü, üniformanın taşıdığı anlama önem veren en önemli işletmelerdendir.

¹¹ P.S. Black, **Lines Of Flight: The Design History Of The Qantas Flight Attendants’ Uniforms**, Sydney, Sydney Üniversitesi Yayınlanmamış Doktora Tezi, 2008, s.75.

¹²D. Crane, **Moda ve Gündemleri**, Türkçesi: Özge Çelik, İstanbul, Ayrıntı Yayınevi, 2003, s.40.

¹³N. Joseph, **Uniforms And Nonuniforms: Communication Through Clothing**, New York, Greenwood Press, 1986, s.66-67.

2.1- UNIFORMA İŞLEVLERİ

Giyside sadece tek tür lülüğün sağlanması, üniforma anlamına gelmemekle birlikte kurumu oluşturan önemli unsurlardan da biridir. ‘Laboratuar giysisi veya işte giyilen önlük, kurumun kimliğini yansıtmıyorsa üniforma olarak tanımlanamamaktadır. Üniforma aynılıktan öte bir kavramı temsil etmektedir.’¹⁴ Uçuş personel giysileri, üniforma kavramı içine giren her türlü tanımı kendi içerisinde barındırmaktadır. Uçuş Üniforması için ‘aynı olmak’ yeterli bir tanımlama olmamakta, taşıdığı işlevlerle herhangi bir giysiden daha farklı anlamlar taşıdığı görülmektedir.

Uçuş personeli üniformasının sahip olduğu işlevler arasında;

1-Otorite kurma: Yarattığı etki ile kurduğu otorite sayesinde, durumun gerçekleşmesi ve yürütmesinde psikolojik bir disiplin sağlanmaktadır. ‘Birey veya grubun otoritesini, uygulama gücüne geçiren üniforma, giyen kişinin rütbe, fonksiyon, rozet veya simgelerle desteklenmesi ile kurumlarda yapısal ilişkilerin çerçevesini çizerek işlerin yürütülmesini olanaklı kılmaktadır.’ Üniformaya karşı duyulan bir saygı, bireyin kendi hareketlerine özen göstermesine ve kontrol altına almasına neden olmaktadır. ‘Üniforma giyen personelin davranışı ve vücut hareketleri belirlenmiştir. Üniforma giyme, vücut, elbise, görünüm, duruş ve tavır ile karmaşık bir set oluşturmakta ve hepsinin kombinasyonu ve etkisi belirleyici olmaktadır.’¹⁵

Hosteslerin taşıdıkları giysiler, uçuşlar sırasında uçağın yerle temasının kesilmesinden dolayı yolcular üzerinde yarattığı heyecan ve panik dürtülerinin de kontrol altına alınmasını sağlamakta ayrıca ‘uçuş personelinin çalıştığı ortam oldukça stresli olduğu için, özellikle işbirliği yapmayan saldırgan ve zor yolculara karşı verilecek mesajda

¹⁴P.S, Black, a.g.y., s.75.

¹⁵ P.S. Black, a.g.y., s.75.

üniforma uçuş personelinin fiziksel ve otoriter imajını arttırmaktadır.’¹⁶ Böylelikle hava da çıkabilecek sorunları yarattığı otoriter duruş sayesinde en aza indirgeyebilmektedir.

2-Kimlik, karşılıklı tanınma: Üniforma kurumun kültürüne, yönetmeliklerine uygunluğun sertifikası olarak görülmektedir. ‘Üniforma çalışanlara sembolik olarak grup normlarına ve standart rollerine uyup gerekli davranışlarda bulunmalarına yol göstermektedir ve sadece simge değil aynı zamanda bu simgeye uygun davranışı da belirlemektedir. Üniforma sadece giyenleri değil, otoritenin başı tarafından da takip edilmektedir.’¹⁷ Uçuş personeli, otorite ve uyarılarını yerine getirtme gücünü kullanma yolu olarak insanlarla araya koydukları mesafeyi görmektedir. Üniformalar bu mesafeyi koymanın görünür temsilcileri olmuştur. Rafaeli kurumun üniformasını giyen çalışanların giymeyenlere oranla, kurum norm ve beklentilerine uygun davranışta bulunmalarının daha yüksek oranda gerçekleştiğini bulmuştur.

Kişisel kimliği ifade ettiği gibi müşteri odaklı firmaların müşterilerine işletme hakkında üniforma ile yarattıkları ilk izlenimler oldukça önemlidir ve müşterilerin bu şirket hakkındaki ilk izlenimleri uzun süreli etkilemektedir. ‘Personel müşterilerle ilişkiye geçtiğinde iyi ve moda uyumlu giyinmeli ve giysilerinden memnuniyet hissetmelidir. Böylece işletmeler tutarlı bir imaj yaratıp, müşterilerin işletme çalışanlarını üniformalarından kolayca ayırt edebilmesini sağlayabilmektedir.’¹⁸

3- Statü belirleme: Hiyerarşide personelin hangi rütbe ve pozisyonda olduğunu belirlemede, profesyonel ve uzmanlık rolleri net bir şekilde ifade etmektedir. Örneğin, kaptan (pilot) ve hostes veya steward (erkek hostes) üniformalarıyla ayırt edilmektedir. ‘Daha ayırıcı fark ise renk ve bir makamın resmi unsurları ile belirlenmektedir. Her bir

¹⁶C.L. Haise, M. Rucker, ‘The Flight Attendant Uniform: Effects Of Selected Variables On Flight Attendant Image, Uniform Preference and Employee Satisfaction.’ **Social Behavior and Personality Dergisi**, 2003, s.566.

¹⁷ N. Joseph, a.g.k, s.67.

¹⁸ J. Craik, **Uniforms Exposed: From Conformity To Transgression**, Oxford, Berg Publishers, 2005 , s.177.

detay net olmalı, her şey tanımlanıp belirlenmeli, kişisel yorumlara gerek bırakmamalıdır.’

Ürün tasarımında bir tasarım objesi, sadece sanatsal ve moda olma kaygıları taşımadığı için ve üniforma tasarımı da estetik kaygılarının yanında (üretici, tüketici, çevre) kullanışlı, faydalı, uygun değer olma ve taşıdığı otorite, kimlik ve statü işlevleri ile endüstriyel ürün kategorisinde yer alabilmektedir.

Personel için hazırlanmış bu üniformanın tasarımlarını incelendiğinde farklı işletmelerin ve tasarımcıların dikkat ettiği bazı unsurları görülmüştür. Uçuş personeli müşterilerle yoğun şekilde ilişki içinde hizmet ettiğinden, üniformalarıyla şirketlerinin olumlu özelliklerini yansıtmaları önemlidir aksi halde yapılan seçim şirket için olumsuz sonuçlar doğmasına neden olabilmektedir. Güvenliği birçok ulaşım taşıtına göre daha fazla olmasına rağmen havada olma tedirginliğinin yarattığı hassasiyet; yolcuların firmanın hal, hareket, tutum ve imajlarında ki eksikleri daha hızlı algılamalarına ve markaya olumsuz tepkilerle geri dönmelerine neden olmaktadır. Bu yüzden düzensiz ve uygunsuz giyilen üniforma şirketin dikkatsiz, güvensiz ve etkisiz olarak algılanmasına sebep olurken, muntazam ve uygun bir üniforma ise tam tersi algılamalara neden olmaktadır. Bunun gibi ‘kadın üniformalarında cazibe uyandıran unsurların olması veya serbest giyim tarzındaki üniformaların tercih edilmesi kadın personelin daha az profesyonel bir imaj vermesine yol açabilmektedir.’¹⁹

Özensiz şekilde giyilmiş giysilerin yarattığı imaj yüzünden çıkan çeşitli tartışmaları ve sorunları 3 başlık halinde toplayabiliriz.

1- Genelde erkek egemen bir alanda kadın çalışanın işe alınması ve bunların giydiği üniformalar, kadınların özelliği olan hususların tartışılmasını beraberinde getirebilmektedir. ‘Kadın polis memurlarının giydikleri üniformadan dolayı erkek gibi

¹⁹ C.L.Haise, M. Rucker,a.g.m., s.566.

algılanmaları örnek verilebilir. Yine İslam dinine göre vücudunun belli bölgelerini örtmesi gereken kadının görev ve görünüş gereklerinden dolayı bunları gerçekleştirememesi tartışma konusu olmaktadır.²⁰

2- Üniformanın otorite ve statüyü sekteye uğrattığı alanlardır. ‘Örneğin özel güvenlik şirketlerinin polis üniformalarını kendilerine uyarlamaları düzen ve otorite kurma amacıyladır. Gece kulübü güvenliğini sağlayan bodyguardların da polis üniformalarını kendilerine uyarlamaları ve uygun olmayan bir şekilde müşterilerine kullandıkları güç ve şiddet üniformanın anlamının sorgulanmasına yol açabilmektedir.’²¹

3- Çeşitli üniformaların eğlence sektöründe aşırı kullanılmasıdır. ‘Gece kulüplerinde, eğlence partilerinde askeri üniformaların, okul üniformalarının ve çizmelerin giyilmesi isyan, reddetme ve cinsiyet sömürüsü olarak yanlış tanımlamaya yol açabilmektedir.’²² Dönem dönem bu unsur farklı işletmelerce pazarlama amacıyla kullanılsa da ekibin büyük bir oranını kadınların oluşturduğu için bu yaklaşımın çalışanlar üzerinde yarattığı etki de güçlüdür.

Bu yüzden genelde herhangi bir mesleğe ait üniformanın hazırlanmasında ve tasarımında şu dört unsur göz önünde bulundurulmaktadır.

1- İşin gerektirdiği rol ve yeteneklerin dikkate alınmasıdır. Bir meslekle ilgili üniforma tasarımı statü, nitelikler ve mesleği yapanlarla ilgilidir. Bazı üniformaların işi yapanın ne gibi yetenek ve uzmanlık gerektiren işler yerine getirdiklerini dikkate alınması gerekmektedir. Yüz maskesi, eldiven, çizme gibi koruyucu giysi, bazıları dalgıç, astronot ve kurtarma ekipleri için özel giysi ve donanım kullanmaktadır. Üniformalar profesyonel statü ve çalışırken rahatlık sağlaması fonksiyonunun yanında otorite, hiyerarşi, uzman ve bulunduğu pozisyonu tanımlamaktadır. ‘Üniforma vasıtasıyla

²⁰ J. Craik, a.g.k., s.136.

²¹ A.g.k., s.137.

²² A.g.k., s.137.

vücut, içinde bulunulan pozisyonun gerektirdiği özellikleri canlandırmaktadır. Özellikle üyeliği ve girişi oldukça sınırlı olan hâkimlik ve üst derece din adamlığı gibi bazı mesleklerde üniforma işaretleri ve simgeleri oldukça özelliğlidir. Statü ve hiyerarşi bu işaretlerle oldukça görünür yapılmıştır.’²³

2- Mevcut çevredeki kişilerle işin yapılması için ilgili işlemlerle kurulan ilişkilerdir. Üniforma işçinin doğal olarak ne iş yaptığını (muslukçu ve koruma gibi); çalışanların sahip olduğu tutum ve değer yargıları (hemşirenin hastanın sağlığının iyileşmesi için gösterdiği ilgi); otorite ve müdahale etme (polis ve avukat gibi); ve verilecek hizmetin doğasını (temizleyici ve telefon şirketi çalışanı gibi) göstermektedir. Giydikleri üniforma otorite gösteren mesleklerde, saygı görme ve insanların emirleri yerine getirme potansiyelleri artmaktadır. ‘Polis ve güvenlik kuvvetleri gibi yüksek otorite kurulması gereken mesleklerde, üste tam oturan, keskin hatlar ve koyu renkler (siyah, lacivert); bilgi ve güç kullanımı gereken işlerde (akademisyen ve hakim) güç ve bilgiyi simgeleyen (pastel gölgeler ve koyu renkler) süslü uniformalar tasarlanmıştır.’²⁴

3- Bir mesleğe ait üniformanın hazırlanmasında ve tasarımında dikkate alınan diğer bir unsur olarak çalışanın alışkanlığı ve işini yapmada maruz kaldığı baskı sayılmaktadır. Kişi üniformayı giydiğinde işi yapmaya daha fazla motive olmaktadır. Çalışanlar üniformayı giydiklerinde kendilerini daha farklı hissetmekte, yapılacak işi sahiplendiği ifade edilmektedir.

4- Giyilen üniformanın sahip olduğu cinsiyete bağlı özellikleridir. Örneğin 2. Dünya savaşında kadın askerler için söylenen ‘Tavrı, duruşu kibar ama eylemde acımasız’ sözü cinsiyet ve mesleğin gerektirdiği rolleri oynama gerçeğini yansıtmaktadır. Kadınlarda üniformanın nasıl durduğu konusuna dikkat gösterilmektedir. Örneğin kadın polis veya askerlerin cinsiyet özelliklerini koruyup erkeksi görünümünden uzaklaşması sağlanmaya

²³ A.g.k., s.132.

²⁴ A.g.k., s.133.

çalışılmaktadır. Saç yapımı, mücevher takılması ve makyaj yapılması kadınların otorite, güvenlik ve güç kullanımı gerektiren rollerde işlerini zorlaştırmaktadır.

5-Üniforma tasarlanırken dikkate alınan hususlardan biri de fonksiyonellik ve rahattır. Rahatlık en baskın karakteri yaratan tasarım öğesi olarak görülebilmektedir. İki farklı stilin; gündelik (casual) ve resmi (formal) giyim tarzlarına uygun tasarımların ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Özellikle toplumdaki sosyal değişimler sınıf farklılıklarının ortadan kalkması gibi işyerinde gündelik giyim yaygınlaşmasına katkıda bulunmuştur.

İşyerinde serbest giyim tercih edilmesinin sebebi olarak şunlar sayılabilir:

- 1- İş yaşamında ve hayatın diğer alanlarında birlikte kullanılabilen,
- 2- Çalışanların işletmeye aidatını arttırmakta,
- 3- Resmi giysilere göre daha ucuz maliyetli olmakta,
- 4- Çalışanların verimliliğini arttırmakta,
- 5- Kadın çalışanların işe devamsızlığında azalmaya yol açmıştır.²⁵

Sun Country Hava Yolları da bu iki stilin yarattığı etkiyi değerlendirmek adına personeliyle yaptığı çalışmada, serbest giyim tarzı ve resmi üniformanın uçuş personelinin;

- 1- davranışlarını nasıl etkilediğini,
- 2- işlerini yaparken etkinliklerini arttırıp veya azalttığını,
- 3- başarılarını nasıl etkilediğini,
- 4- iş arkadaşları ve müşterilerle olan ilişkilerini nasıl belirlediğini ve
- 5-görevlerini yerine getirirken giysinin etkisini nasıl algıladıklarını araştırmışlardır.²⁶

²⁵ T.J Brown, 'The Dress-Down Debate', **Industry Week Dergisi**, Eylül 1994, s. 43.

Çalışmanın sonuçlarını üç başlık altında sınıflamak mümkündür.

1- Rahat ve resmi üniformanın uçuş personelinin davranışını (fiziksel, duygusal, kimlik, bakış açısı ve fizyoloji boyutlarıyla) nasıl etkilediği boyutudur. Serbest giyim için; uçuş personelinin yolculara karşı fiziksel davranışları daha az kibar, rahat, stressiz, tatil ortamı havasında ve profesyonellikten uzak olabilmektedir. Resmi üniformalı giyimle ise; düzgün bir duruş, ağırbaşlı tavırlar, giyim ve bakıma özen gösterme ve dudakların boyalı olması istenmiştir.

Rahat üniformalı giyimde duygusal boyutta; uçuş personeli fazla saygı görmedikleri, kendilerini güvenli ve profesyonel hissetmedikleri ve kendilerini rahatsız hissettiklerini belirtmişlerdir. Resmi üniformalı giyimde ise, gurur, kendine güven, önemli olduğunu hissetme ve her şeyi kontrolü altında hissetme söz konusudur. Rahat üniformalı giyimde uçuş personel giysilerinin görevlerini yerine getirmede engel teşkil ettiğini, üniformanın başka kimlikleri çağrıştırdığı (voleybol takımı gibi) ve kötü bir imajının olduğunu düşünmüşlerdir. Resmi üniformalı giyimde ise kimlik olarak kendilerini uçuş personeli olarak tanımladıkları, mürettebatın birer üyesi olarak gördükleri ve kuruluşlarını profesyonel olarak temsil ettiklerini bildirmişlerdir

Uçuş personeli rahat üniforma giyiminde kendilerini amatör bir çalışan olarak değerlendirirken resmi üniformada profesyonel duruşa sahip olduklarını hissetmişlerdir. Fizyolojik olarak ise rahat üniforma giyimde personel kendini çalışırken rahat hissetmekte ve giysileri hareket kabiliyetlerini arttırmaktadır. Resmi üniformada ise uçuş personeli üstlerini temiz tutmak için daha ihtiyatlı davranmakta ve hareket kabiliyetleri kısıtlanmıştır.

²⁶ A.D. ve Johnson Adomaitis, K.K.P. 'Casual Versus Formal Uniforms: Flight Attendants' Self-Perceptions and Perceived Appraisals By Others', **Clothing & Textiles Research Dergisi**, Mart 2005, s.88-101.

2- Rahat ve resmi üniformanın uçuş personelinin iş performansı üzerindeki etkileridir. Rahat üniformalı giyimde uçuş personeli zor hareketleri (yukarıdaki dolapların kapaklarını kapatma gibi) daha kolay yapabildiklerini, daha az terlediklerini, fiziksel olarak rahat hissettikleri, dayanıklılıklarının arttığını ve sneakers gibi rahat ayakkabı giydikleri için daha az yorulduklarını bildirmişlerdir. Resmi üniformalı giyimde ise; uçuş personeli yolculara daha fazla yardımcı olduklarını hissetmekte, gururlu, profesyonel ve sevilen kişiler olarak algılandıklarını düşünmüşlerdir. Resmi üniforma ile uygunsuz davranıştan kaçınmakta, otorite kurabilmekte zorlanmamaktadır. Ancak resmi üniforma personelin davranışlarını kısıtlayabilmekte, polyester ve naylon gibi üniformalar sağlıklarını tehdit edebilmektedir.

3- Rahat ve resmi üniformanın uçuş personelinin diğer kişilerle (yolcular, kendi ve diğer şirketlerin uçuş personeli) olan ilişkileri üzerindeki etkileridir. Rahat üniforma giydiklerinde personel; yolcular tarafından uçuş personeli olarak görülmemekte, hak ettikleri saygıyı göremediklerini ve kendilerini güvensiz hissetmektedirler. İş arkadaşlarınca ucuz havayolu çalışanı olarak algılanmakta ve ciddiye alınmamaktadır. Resmi üniformada ise, yolcular tarafından uçuş personeli olarak algılanmaktalar, üniforma rollerini yerine getirmede katkı sağlamakta, otorite ve saygı kazanmaktadırlar.

Sonuç olarak, resmi üniforma ya da serbest giyim tarzı üniforma uçuş personelinin davranış ve duyguları üzerinde etkili olmakta; resmi üniforma personele görevlerini yerine getirmede katkı sağlarken, serbest giyim tarzı rollerini gerçekleştirmede engelleyici olabilmektedir. Resmi üniforma bireyselliği gizlerken, uçuş personelinin statüsünü yükseltmektedir.

Sun Country Hava Yolları 1996-97 yılları arasında uçuş personelinin serbest giyim tarzı üniforması giymesini tercih etmiştir. Personelin bu rahat üniforma giyim standartları resmi olarak yazılmamakla birlikte şunlardan oluşmaktadır: beyaz tenis ayakkabıları ve buna uyan çoraplar, haki renkli keten pantolon (etek) veya şort, kısa kollu şirketin logosunun bulunduğu t-şort. Şirket içi memrandumla bu giysi tercihi tüm personele

duyurulmuştur. Kişisel giyim ve bakım standartları, giysi bakım, aksesuar gibi konulardan bahsedilmemiştir.

Serbest giyim üniformalar daha pratik ve ekonomik olduğundan, düşük ücretle uçuş imkânı sağlayan Virgin ve Virgin Blue Hava Yolları gibi şirketlerce tarafından da tercih edilmiştir. Fakat birçok havayolu güvenilirlik ve otoriteyi çağrıştıran muhafazakâr şık üniformayı tercih etmektedir. Hava yolları, üniformalarında klasik ve moda unsurların tercih edilmesinin getiri ve götürüsü üzerinde düşünmektedir. ‘Klasik unsurlardan uzaklaştıkça, üniformalarını yenilemeleri daha çabuk gerçekleşmektedir. Klasik üniformalar 10 yılı aşan bir süre kullanılabilirken, belli bir dönemin modası olanlar ise birkaç yıla değiştirilmektedir.’²⁷ Hepsinden önemlisi, hava yolları üniforma ile uçuş personelinin istedikleri kurumsal kimliği başarıyla temsil etmesini sağlamayı amaçlamaktadır.

Serbest giyim ya da resmi giyim gibi stillerin oluşmasını dokunun yarattığı etki sağlayabilmektedir. Dikim detaylarının ve modelin gösterişi için gerekli olduğu kadar, giysilerin sürekli giyilmesinden dolayı sağlıklı ve rahatlık hissi uyandıran türde kumaşların seçilmesi önemli bir unsurdur.

Üniformalar konusunda katı kurallar koyulmasına rağmen birinci öncelik görünümün iyi olmasına verilmektedir. Kaliteli kumaş kullanımı giysiyi çok şık görünüme sahip olmasını sağlayabilmektedir. Üniformanın vücuda uyumu, kumaş türünün seçimi ile gerçekleşmektedir. Kaliteli kumaşların tercihi ve provalı, personelin tam vücuduna uyan giysilerin hazırlanması üniformadan memnuniyeti arttırmıştır. Asli görevleri emniyet sağlamak olan görevlilerin giysilerinin geç tutuşan kumaştan yapılmış olması, sarkıntılı küpe ve benzeri aksesuar takmamaları, naylon çorap kullanmamaları gibi birçok tedbir sayesinde hem kendi hayatını kurtarmış, hem de yolcusuna daha fazla yardım süresi kazanma şansına sahip olmaktadırlar. Birçok havayolu üniformasının değişik

²⁷ Aktaran: J.Craik, **Uniforms Exposed: From Conformity To Transgression**, Oxford, Berg Publishers, 2005, s.119.

parçalarında polyester/pamuk ve polyester/yün karışımını kullanmıştır. Bu kumaşların bakımı kolay ve daha az kırışma özelliğine sahiptir. Ancak bu malzemeler kolay tutuşmakta, büzüşmekte, erimekte ve sıcaklıktan uzaklaştırıldığında da yanmaya devam etmektedir.

‘Yüzde 100 polyester kumaşların kullanılması birçok ciddi havayolunda yasaklanmış durumdadır. Ama hoş görünse de naylon ağırlıklı kumaştan yapılmış, tiril tiril üniformalarla yolcunun arasında boy gösteren şık hostesler hem kendilerinin hem de yolcuların yaşamını tehlikeye sokmaktadır. Sakınılması gerekenler; sentetik kumaşlar (karışımlar dâhil), sentetik maddelerden yapılmış peruk ve takma saç ve yine sentetik ipliklerden dokunmuş kravat, eşarp ve çoraplar.’²⁸

‘Ateşe dayanıksız kumaşlardan imal edilen üniforma veya giysiler uçaktaki acil tahliyeler sırasında büyük sorunlara neden olabilmektedir. Özellikle ısıya dayanıksız, standartlar içinde olmayan üniformalar nedeniyle çok sayıda kabin memuru yanarak ağır derecede yaralanabilmektedir.’²⁹

Üniformadan memnuniyet, üniformayı kimin giydiği ve kimin seçtiğine göre değişmektedir. Sporcular için antrenörleri, çalışanlar için yöneticiler genelde üniforma seçim kararı vermektedir. ‘Üniformayı giyine ise genelde fazla bir söz hakkı verilmemektedir. Genelde yöneticiler üniformanın nasıl bir imaj vermesi gerektiğine odaklanırken, çalışanın rahat edebileceği ve üniformanın çalışanların görevlerini yaparken uygunluğu konularına dikkat etmemektedirler.’³⁰ Hâlbuki üniforma seçimi tarafların (çalışan, yönetici, müşteri, hisse senedi sahibi vb) hepsinin görüşleri alınarak yapıldığı durumlarda, giyenlerin üniformadan memnuniyetini kolaylaştırmakta, çok daha fazla fayda sağlanabilmektedir.

²⁸ U. Cebeci, ‘Hayat Kurtaran Üniformalar’, **Hürriyet Gazetesi**, İstanbul, Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş., 27.10. 2002, s.18.

²⁹ A.g.m., s.18.

³⁰ C.L.Haise, M. Rucker, a.g.m., s. 567.

Yapılan çalışmalar sevilen bir üniforma giyen çalışanların çalıştıkları kurumla kendilerini özdeşleştirdikleri ve kendilerini ekibin bir parçası olarak gördüklerini göstermektedir. Üniforma giyen çalışanlar, başarı ve halkın gözünde şirketin nasıl bir imajı olduğuyula daha fazla ilgilidirler. Birçok meslekte dayanışma ve teksesliliği güçlendirmek için üniforma kullanılmaktadır. Üniforma profesyonellik, personel için kimlik ve ayırt edilebilme özelliği kazandırmaktadır. Resmi olarak üniforma belirlenmese bile çalışanlar işyerindeki normlar ve değerler paralelinde kendilerine işyerine uygun gidecek giysiler belirleyebilmektedir.

Firma imajının gereklilikleri ve çalışanların istekleri doğrultusunda havayolu şirketleri verimliliklerini artırmak için yenilikleri takip etmelerine neden olmuştur ve bu yönde;

- 1- ünlü moda tasarımcılarının geliştirdikleri üniformaları kullanma,
- 2- perakende sektöründe ortaya çıkan değişimleri takip eden ve geleneksel önyargılarla geliştirilen (askeri görünümlü bavul taşıyıcı üniforması gibi) üniformalardan uzaklaşma
- 3- provalı dikilmiş rahat hareket etmeyi sağlayan üniformalar kullanma eğilimleri oluşmuştur.

Benzer çalışma prensiplerine sahip otel işletmelerin de bu yenilikleri takip edildiği görülmüş; ‘Ünlü moda markaları ile üniforma tasarım firmalarının ortaklaşa oluşturdukları üniformalar, yine hizmet sektöründe olan otel çalışanlarının işletme markalarının birer yüzü olmalarını sağlamaktadır.’³¹ Otel personeli üniformaları da müşterilerin otel hakkında ilk izlenimlerini edindikleri bir unsur olmuştur. Parlak, personelin üstüne tam uyan ve tanınmış bir tasarımcı tarafından hazırlanan üniforma otel çalışanının bireysel zenginliğinin aynası olmaktadır. Rahatlık ve hareket etmeyi kolaylaştıran doğal kumaş ve karışımlarından ve streç kumaştan provalı tasarlanan üniformalar tercih etmişlerdir. ‘Ön büroda çalışan erkekler Avrupa kesim, kömür siyahı ince çizgili yünden yüksek yakalı takım giymektedir. Kat hizmetlerinde çalışan personel sentetik karışimli kumaştan rahat hareket edip hava alan pantolon ve takım giymektedir.

³¹ L.Bertagnoli, ‘Well Suited, Uniforms’, **Fashion Forward Dergisi**, Mayıs 2008, s.60.

Üniformalar işletme dekor ve görünümüyle uyum gösteren şıklıkta ve müşterilerin beğendiği şekildedir.³²

Önemli tasarımcıların, firmaların ve çalışanların isteklerini göz önünde bulundurarak yaptığı çalışmaları incelediğimizde genel olarak benzer detaylardan yola çıktıklarını ama ortaya çıkan tasarımlardaki stil farklarını görmemiz mümkündür.

Christian Lacroix Fransız Hava Yolları uçuş personeli için tüm gardırobu da hazırlamıştır. Yapılan bir çalışma Lacroix'nın seçimlerinden bir tasarımcının dikkat ettiği unsurları incelemiştir. Yüzlerce tasarımdan oluşan çeşitli ürünleri bir araya getirilerek ve her bir personelin kişilik, kültür ve profesyonelliğine uyacak bir gardırobunun olmasını amaçlamıştır. Erkek ve kadın üniformasını aynı anda tasarladığından, stillerinde uyumluluk sağlamıştır. Üniformaya ilaveten giysilerdeki tüm unsurlar (eldiven, rujan ayakkabılar, şapka ve palto gibi) Lacroix tarafından hazırlandığından daha önceki üniformalarda bulunmayan tutarlılık ve uyum sağlanmıştır

Christian Lacroix'in üniforma tasarımını belirleyen 3 nokta öne çıkmaktadır.³³

- 1- Üniforma stili Fransız Hava Yolları'nın kimliğini taşımalı,
- 2- modanın ilerisinde olmalı,
- 3- üniformanın fonksiyonluğu rahatlıkla birleşmelidir.

Bu yaklaşım Paris şıklığını öne çıkararak üniformalara dönüşmüş ve isteğe bağlı seçilmiş bir gardırobu da beraberinde getirmiştir. 70 yıldır Fransız Hava Yolları'nın temel rengi olan koyu deniz mavisi (lacivert), kesinlik ve profesyonelliği çağrıştırmaktadır. Mavi ve gri renk eklemeler, yumuşaklık ve feminenlik ile havayolunun markasına uyum sağlanmaktadır. Kırmızı ise dinamik canlılığı göstermek için kullanılmaktadır. Baskılı

³² J.Craik, a.g.k., s.114.

³³ Air France, **Press Kit**, 2005, s.3.

kumaş Lacroix'in koleksiyondaki etkisini göstermiştir. Fransız Hava Yolları üniformasının hem giyen personel hem de gördüklerinde kolayca ayırt eden yolcuları için sembolik bir değeri vardır. Üniforma, havayolu şirketi ile yolcuları arasındaki ilişkiyi yapılandırmaktadır.

Üniformayı giyen personel yolcularla olan ilişkileri yönlendirmektedir. Üniforma planlanırken, Fransız geleneği ve zarafetinin modaaya uygun tasarımlarla ve diğer ülke kültürlerinin unsurlarının da tasarımlara dâhil edilebildiği bir süreç yaşanmıştır. Fransız tarihi ve modernliğinin karışımı, Fransız zarafeti ve dünya trendlerine açıklığı mükemmel bir şekilde Christian Lacroix üniformasında yorumlanmıştır.³⁴



Resim 7-8: Air France güncel üniformaları

Air France CEO'su Jean-Cyril Spinetta, Christian Lacroix için 'kurumsal kimlik ve çalışanların kendilerini açıklama özgürlüğü ve modernlik ve zarafet arasında denge kurarak Fransız dokunuşu için yeni bir vizyon geliştirmiştir.' demiştir.

Fransız Hava Yolları için üniforma tasarlanırken;

1- çalışanlarıyla konuşulmuş; ihtiyaçları ve beklentileri dinlenmiş,

³⁴ Air France, **Press Kit**, 2005, s.11.

- 2- üniformanın rahatlığı ve çeşitli iklim koşullarına özen gösterilmiş,
- 3- yüklemde çalışan personel ceketini çok cepli olarak geliştirerek onların ceplerine koydukları araç gereçleriyle hızlı hareket etmelerini sağlamış,
- 4- etek ve pantolonlar düşük bel planlanarak zarafeti korunurken, kolay hareket etme imkânı sağlanmış,
- 5- Air France üniformayı değiştirirken çalışanlarının rozetlerini de değişimlere gitmiştir.

Çizgi	Renk ve baskılar	Kumaşlar	Aksesuar ve detaylar
<ul style="list-style-type: none"> - Çok çeşitli seçenekler ve kombinasyonlar - Elbise ölçüleri 32 bedenden 48 bedene kadar - Air France apoletli üste tam uyan kadın ceketleri - Tüm endamlara uyan zarif ve uyumlu silüet oluşturur - Bel ve omuzları öne çıkaran kendine güven veren duyarlık, ciddiyet ve profesyonellik sunan 	<ul style="list-style-type: none"> - Koyu deniz mavisi (lacivert) temel renk otorite çağrışımı - Mavi-gri gökyüzünü hatırlatmakta cilt ve saç rengiyle uyumlu - Kırmızı eldiven, kemer ve aksesuarlarda kullanılır - Erkek gömleği beyaz + Air France kanatlı denizati logosu + Kadınlara dantel motifli denizati logo 	<ul style="list-style-type: none"> -Renk farkını önleyen iplik dokuma kumaş -Kırıışmayan kumaşlar -Trikolar yün ve akrilik karışımı - Paltolar yün, kaşmir - Gömlek ve bluzlar %100 pamuklu -Ayakkabılar dana derisi 	<ul style="list-style-type: none"> - Üst üste dikişle birleştirilen bağlantılar - Lacroix logolu eldiven, deri kemerlerde altın ve gümüş tokalar, fular. -Cep içleri kırmızı şerit, kırmızı çanta -Hamilelik giysileri

Tablo 1: Christian Lacroix'in (Air France)üniforma tasarımı için yaptığı çalışmalar



Resim 9-10: Air France güncel üniformalar

Qantas-Avustralya Hava Yolları'nın üniforması 20 parçadan oluşmakta; etek, erkek ve kadın için provalı uni-sex giysiler, ceketler, yelek, pardösü, eşarp, kemer, kabin ve takıma uygun çantalar sayılabilir. Bir üniformanın hem (rahat) giyilebilir olması ve hem de modanın değişen dinamiklerine uzun yıllar cevap verebilmesi bir tasarımcı için en büyük zorluklardan biridir. 'Bu yeni üniformanın en fark yaratan özelliği ceketi ve etek ve gömleğin kumaşı idi. Yeni ceket kruvaze ceket izlenimi vererek geçmişe bir dönüş olarak algılanmıştır; aslında tek bir düğmeyle birbirinin üstüne geçen bir ceketti. Stil, geniş ve kruvaze ceket hareket kısıtlılığı en aza indirmek için dizayn edilmiştir ancak bu personelin çoğunun ceketin ön ağzının açık kalmasından şikâyet etmesine neden olmuştur.'³⁵

Erkekler için hazırlanan gömlek Chambray görünümlüydü; daha sonra beyaz polyester pamuk gömleğe dönüştürülmüştür. Kadın hostesler için beyaz veya desenli gömlek hazırlanmıştır. Orijinal tasarlanan kravat lacivert ve küçük mor ve kırmızı geometrik desenlidir. Müşteri temsilcileri ve uçuş personeli arasında farkı ortaya çıkarmak için, hosteslerin kravatı kırmızıya ve üstünde lacivert ve beyaz geometrik desenliye dönüştürülmüştür.

³⁵ P.S, Black, a.g.y., s.334.

Bu yeni üniformanın diğere bir amacı; son derece temiz ve düzenli ve profesyonel bir görünüm sağlamaktır. Bu da triko unsurların üniformalardan çıkarılması ve gündelik giyimden farklılık yaratmaktır. Qantas kanguru ile kabartmalı altı altın düğme ile iliklenen yüzde 80 yün ve yüzde 20 naylon hırka, sadece uçuşlarda giyilmek zorundadır. Hem uçuş mürettebatı hem de yer ekibi için tasarlanan üniforma tasarımcının işini zorlaştırmaktadır çünkü yer personelinin vücut standartları uçuş personelinkinden farklıdır.

Cemil İpekçi'nin Türk Hava yolları için tasarladığı üniformalarda kullanılan lale motifi 'Değişimin ve yenilenmenin, hizmete farklılaşma ve yaratıcılığın, yeni baştan kurgulanan marka vaatlerinin sembolleştirilmiş bir özeti olup, geçmişten gelen değerlerin, yeniden yorumlandığı bir yansıma ve verilen hizmetteki inceliğın, yapılan işe duyulan aşkın ve tutkunun ifadesi ile mükemmelliğın bir göstergesi olarak yeni tasarımlarda yer alıyor.'³⁶



Resim 11-12: 2005 THY Cemil İpekçi üniforma ve eşarp tasarımı

Hostes giysilerinden, kabin içi ikram malzemelerine kadar her alanda özellikle uçaklarımızın gövdelerinde değişim yaratılmıştır. Değişen dış tasarımda lalenin modern yorumuna ek olarak marka isminin tam açılımını da uçakların üzerinde yer

³⁶ <http://www.turkishairlines.com>.

almıştır. Lacivert 'Turkish' yazısına ek olarak hemen altına gelen 'Airlines' yazısında ve lale sembolünde tercih edilen metalik gri renk, yeni teknolojilere ve geleceğe uzanan marka imajını sembolize etmektedir. 'Tırnaksız bir fontu tercih ettiğimiz logomuz güvenilirlik ve gücü ifade ederken, her ne kadar rengi ile minimize edilmiş olsa da daha tırnaklı ve detayları yoğun bir grafik olan lalemiz estetik formu ile lükse ve konfora göndermeler yapmıştır.³⁷ Gövdelere konulan estetik lale deseni ise grafik açıdan görkemli imajı tamamlamış, alt gövdenin gri tonu ile boyanması ile de kirlenme ve koruma gibi fonksiyonellik kazandırılmıştır.

İngiliz tasarımcı Julien Macdonald 2001 yılında İngiliz Hava Yolları'nın 25.000 personeli için göz kamaştırıcı giyimleri geri getirmeyi planlamıştır. Dört yıl süren planlama ve deneme aşamasından sonra Nisan 2004'te yeni üniforma kullanılmaya başlanmıştır. 1950 ve 1960'ların klasik tasarımlarını referans alan koyu lacivert çizgili takım önceki üniformanın yüzde otuz ucuzuna mal olmuştur. 'Maliyetlerin düşürülmesinde akıllı tasarım, erkek ve kadınlarda aynı kumaşların kullanılması, detaylara dikkat etme ve malzemeyi en uygun yerlerden (Avrupa, Uzak Doğu ve Kuzey İngiltere) temin etme sayılabilir.'³⁸ Tanner Krolle (Londra) üniformanın kutu şeklindeki mavi çantasını ve İngiliz Hava Yolları'nın hızlı kuş markalı kol düğmelerini tasarlamıştır. Kadın pilotlar için ilk defa üniforma tasarlanmıştır. Diğer hava yollarında da görülen muhafazakâr ve göz alıcı karışım burada da görülmekte; modern görünümlü hasır benzeri şapka örnek verilmiştir. Şapkanın yanında hız arabası logosu bulunmakta ve VIP müşterilere yapılan tanıtıcı faaliyetlerde kadın personel tarafından giyilmektedir. Yeni üniforma muhafazakâr değil, ince ve özel provayla hazırlanmış bir çağrışım yapmaktadır.

Birçok lüks sınıf havayolu şirketi geniş oturma koltukları, gurme menüleri, yüksek teknoloji elektronik ve birinci sınıf servisle birlikte, uçuş personeline de şık giyim ve

³⁷ <http://www.turkishairlines.com>.

³⁸ N.Register, 'Unveiling A New Uniform Look', **British Airways News Dergisi**, Sayı:8, Nisan 2004, s.9.

³⁸ M. Miller, 'Flying in Style. Uniforms', **Fashion Forward**, Kasım/Aralık 2007, s.8-9.

uzun uçuş saatlerinde rahat edebilecekleri üniformaları tasarlamaktadırlar. Bunlardan Silverjet, Londralı gömlek modacısı ve üreticisi Thomas Pink tarafından tasarlanan temiz ve basit görünümlü üniformaları kullanmaktadır. Lacivert temel alınarak, gömlekler açık ve koyu mavi dikey çizgili, kadınlar mavi etek, erkekler mavi pantolon giymektedir. Üstlerinde de mavi düğmeli ceket giyimlerini tamamlamaktadır. ‘Personelin giysisi, Silverjet markasının lüks ve sadeliğinin uzantısı ve kalite göstergesi olarak algılanmaktadır.’³⁹

‘Uzun mesafe business class Amerikalı havayolu şirketi EOS ise lüks hava yollarının gerçekte bir moda işi olduğunu göstermiş, üniformalarında temiz ve çağdaş tasarım tercih edilip, süs ve ilave eklentilerden kaçınmışlardır.’⁴⁰ Armani yâda Jill Sander estetiği tercih edilmiş, üniformalar serbest giyim imkânı sunmakla birlikte modaya uygun şıklıktadır. Yüzde 60 yün ve yüzde 40 polyester karışımı kırıksıklığı önlerken yıl boyu giyebilme avantajı sağlamaktadır. EOS üniformaları personeline ücretsiz sağlamakta 2 blazer ceket, 3 etek veya pantolon, 5 gömlek, 1 hırka, 1 kaban, 2 servis giysisi vermektedir.

MAXjet üniformalarını profesyonel imajlarıyla (business class havayolu) örtüşecek şekilde belirlemiştir. Üniformalar MAXjet’in logosundaki mavi/mor renk düzenine benzetilmiştir. Blazer, pantolon ve gömlek ince yün kumaştan ve gri ince çizgilidir. ‘Profesyonel business-class imaj sunabilmek için, rahat hareket edebilme kabiliyeti sağlayan ve buruşmayan kumaştan üniformalar hazırlanmıştır.’⁴¹

Uçuş personeli üniforması artık birçok havayolu şirketi için otoriteden öteye giderek bir vitrin olma özelliği taşımakta, örneklerini gördüğümüz gibi bunun bilincine varan firmaların çalışanların isteklerini de önemseyerek kendi tarzlarını da ifade eden şekilde

⁴⁰ A.g.m., s.8-9.

⁴¹ A.g.m., s.8-9.

ki çalışmalara yer vermekte ve konun profesyonelleri tasarımcılarla çalışarak bütün isteklerin doğru şekilde bir araya gelmesini sağlamaya çalışmak olduğunu görmekteyiz.

2.2- ÜNİFORMA GİYİM PRENSİPLERİ

Profesyonel, düzgün ve şık görünüş olumlu bir imajın yaratılmasını sağlamaktadır. Üniforma giyim stilleriyle ilgili serbestlikler tanınırken, üniforma standartlarına uygun giyinme ve giysilerin bakımı, uçuş personelinin rollerini yerine getirmede önemli bir unsurdur. Uçuş personelinin giyinme yerlerinde ve bekleme salonlarında giysileri ve bakımları ile ilgili kontrol çizelgeleri bulunmaktadır. Göreve başlamadan önce aynanın önünde tüm giysiler sırayla gözden geçirilmektedir: şapka, yaka, düğmeler, kemer, etek, çorap ve ayakkabı gibi. ‘Üniformayı standartlara uyarak giymek uçuş personelinin görevini başarı ile tamamlayabilmesi için gerekli unsurlardan biridir.’⁴²

Üniforma giyim ve bakım standartları hemen hemen tüm havayolu şirketlerince uygulanmaktadır. Bunların bazıları özetlenecek olursa:

- 1-Şapka her zaman giyilir, kabinde uçak kalktıktan sonra çıkarıldığında, uçak durmaya yakın ve kapı açılmadan önce giyilmektedir.
- 2-Eldivenler üniforma ile birlikte devamlı giyilmeli, kabinde servis sırasında çıkarılabilmektedir.
- 3-Üniformalı iken sigara ve alkol kullanımı yasaklanmıştır.
- 4-Uçuş personeli ceketlerini giymediği zamanlarda kollarının üstünde uçağa biniş ve inişlerde taşıyabilmektedir.
- 5-Üniforma ile güneş gözlükleri dışarıda takılabilir ancak iç mekânlarda takılması uygun olmamaktadır.
- 6-Yolcuların duyabileceği alanlarda yüksek sesle konuşma ve gülmeden kaçınılmalıdır.

⁴² P.S, Black, a.g.y., s.137-138.

Uygun görgü kuralları ve davranışları sergilemek uçuş personelinden havayolu şirketlerince sürekli talep edilmektedir. Zamanla, üniforma giyim prensiplerinde küçük sapmalar ve gayri resmi davranış örnekleriyle karşılaşılabilir. ‘Üniformalardaki değişimler havayolu şirketlerinin uçuş personeli tutum ve davranışlarında nasıl bir değişimi gerçekleştirmek istediklerinin bir işareti ve dışa vurumu olacaktır.’⁴³ Örneğin, uçuşların başladığı ilk yıllarda hosteslerin profesyonel görünümüleri önemli olduğu için hemşire ve askeri personel çalıştırılarak bunlara uygun üniformalar kullanılmıştır. Savaş sonrası havayolu şirketleri daha rahat bir ortamı ve kendilerine güveni yansıtacak üniforma tercihlerinde bulunmuşlardır.

Hemen hemen tüm hava yolları şirketleri uyulması zorunlu üniforma giysileri, üniforma bakımı, kişisel bakım standartları ve zorunlu giysi aksesuarlarını belirlemiştir.

‘Sun Country Hava Yolları’nda da tüm personelin tutarlı ve uyum içinde bir imaj yaratabilmesi için giyinme ve görünüm standartları şöyle belirlenmiştir.’⁴⁴

- 1- Altın rengi düğmeli ve kol ağzından yaklaşık 8 cm yukarıda yine altın rengi ince şeritli lacivert takım ceket, erkek ve kadın personel için provalı dikilmiş pantolon veya etek, beyaz gömlek veya bluz kullanılacaktır. Takım kumaşları ince yünlü olmaktadır.
- 2- Kadınların bluzları beyaz, bordo veya lacivert çizgilidir. Bluz süveter veya yelekle giyilebilmektedir.
- 3- Erkekler uyumlu kravat, kadınlar yine giysilerine uyumlu boyun atkısı ve kravat kullanabilmektedir.
- 4- Erkek ayakkabıları siyah ve iş ortamına uygun olmalı, siyah veya lacivert çorapla giyilmektedir.
- 5- Kadın ayakkabıları yine iş ortamına uygun, lacivert renkte, hafif ve kapalı (konservatif) veya arkadan askılı olmaktadır.

⁴³ P.S, Black, a.g.y., s.139.

⁴⁴ Sun Country Airlines, **Press Kit**, 2000.

6- Çorap her zaman giyilmek zorunda, bej, ten rengi veya lacivert renkleri tercih edilmektedir.

7- Üniforma talimatları kişisel tercihlere göre değişimi yasaklamakta, etek uzunluğunu belirtmekte ve kemer rengi, giyim aksesuarları ve çorap seçim sınırlarını çizmektedir.

8- Pazartesi-Perşembe günleri profesyonel dış giyim; elbise, etek, şort takım (çorap ve kısalığı en fazla dizin üzerinde 10 cm'e kadar), rahat takım, blazer, yakalı elbise gömlek ve kravat, bluz, süveter ve yelek kullanılmaktadır. Çorap muhakkak giyilmektedir. Golf gömleği, kot pantolon ve etek, tenis ayakkabısı ve yeni moda T-şörtler profesyonel dış giysiyle giyilmemektedir.

9- Cuma-Pazar günleri, serbest tarzı üniforma kullanılmaktadır. Bol keten giysiler, ütülü klasik kot pantolon ve üstü, golf gömleği, serbest giyim tarzında etek, şort takım, tenis ayakkabıları kullanılmaktadır. Çorap giyilmelidir. Serbest giyim tarzı üniformaya, yeni moda t-şört, yırtık kotlar, başörtüsü, şort, dekolte, likra ve atletik giyim dahil değildir. Tüm hafta akşam saat 20:00 ile sabah saat 6:00 arasındaki uçuşlarda serbest giyim tarzı üniforma giyilmektedir

10- Bluz, gömlek ve önlükler makinede yıkanabilmektedir. Diğer üniforma kalemleri kuru-temizleme yapılmalıdır. Yönetim uçuş personelinin üniformalarının yıkanıp ütülü olmasının profesyonel imaj için önemini vurgulayıp yerine getirilmesi için takipçi olmaktadır.

11- Kişisel bakım standartları saç stillerinde, uzunluğunda ve renginde aşırılığa ve farklılığa izin vermemektedir. Şirketin giyim-giysi standartlarına uymamak çeşitli disiplin cezaları ve hatta işten çıkarılmaya neden olabilmektedir.

Fransız Hava Yolları'nda kemer, ayakkabı, palto, yaz ve her mevsim giyilebilecek kadın üniforması; erkekler için iki ceket ve iki pantolon tüm personele verilmektedir. Her yıl belli bir yıpranma payı dikkate alınarak üniformadaki bazı parçalar yenilenmektedir.

‘Çalışanlara “Üniforma Giyim Rehberi” verilerek ne şekilde giyinmeleri gerektiği aşağıda özetlendiği şekilde anlatılmaktadır.’⁴⁵

- 1- Erkek ve kadın personel etek ve pantolonlarında her zaman kemer takmak zorundadır. Kemer giysilere tamamlayıcı bir dokunuş sağlamakta, düzgün bir görüntü ve zarafet eklemektedir.
- 2- Personelin her zaman bakımlı, düzgün ve temiz görünmesi gerekmektedir.
- 3- Kadınların saçları derli toplu, eksiksiz ve klasik biçimde kullanılmalıdır.
- 4- Aksesuarlar giysilerle uyumlu ve lacivert renkli olanları kullanılmalıdır.
- 5- Makyaj aşırıya kaçmadan sade şekilde tercih edilmelidir.
- 6- Sınırlı sayıda klasik, zarif mücevher takılmalıdır.
- 7- Tırnaklar bakımlı ve parlatılmış olmalıdır.
- 8- Erkeklerde sakal tıraşı görev öncesinden olunmalı; saç ve sakallar bakımlı ve saçlar kısa kesim olmalıdır.
- 9- Çoğu giysi el veya makine ile yakınabildiği gibi, kuru temizleme masraflarını karşılayan kuponlar dağıtılmaktadır.

Qantas-Avustralya Hava Yolları, ‘yılıda 18,5 milyon yolcu ile karşılaşp onlara hizmet sunan 10.000 ön hizmetlerde çalışan personel tek bir standartta giyimine dikkat etmek durumundadır.’⁴⁶

Uçuş personelinin üniformalarını ne şekilde giyecekleri konusunda stil rehberi hazırlamıştır.

- 1- Uzun veya kısa kollu lacivert elbise, dikkat çeken yüksek yakası ve kol düğmeleriyle tek giyilmeli; yelek veya ceketle giyilmemelidir.
- 2- Lacivert çorap tercih edilmeli ve kravat sürekli takılmalı ve kravat boyu kemer tokasına degecek uzunlukta olmalıdır.

⁴⁵ Air France, **Press Kit**, 2005, s.19.

⁴⁶ P.S, Black, a.g.y., s. 338.

- 3- Hırka profesyonelce giyilmeli, tüm 6 düğmesi iliklenmeli, kollar bileğe kadar uzanmalıdır.
- 4- Ayakkabılar sade görünümlü olmalı, kumaş veya süet deriden olmamalıdır.
- 5- Bir elde en fazla 3 yüzük bulunabilir; fazla büyük olmayan 1 çift küpe takılabilir.

Çok renkli uzayan küpeler, ayak bileğine veya burna takılan takılara izin verilmemektedir. Stil rehberi sadece işte değil iş dışında da personelin nasıl giyineceği konusunda tavsiyelerde bulunmaktadır. Bu rehber vasıtasıyla hosteslerin işteki göz alıcı görüntülerinin günlük hayatta da sürmesi sağlanabilmektedir. Böylece yönetim, personelin işte ve iş dışında görünüşleri konusunda disiplin kazanmalarını sağlamaktadır.

2.3- TARİHSEL SÜREÇ İÇİNDE ÜNİFORMA

Tarih boyunca 'uçmak' her zaman ilgi uyandıran bir konu olduğu için yolcular ve mürettebat bu eylemi her zaman 'göz kamaştırıcılık' ile eşanlamlı tutmuştur. Hollywood senaryo yazarları ve çok satan yazarlar sürekli olarak gökyüzünü göz alıcı sahnelerin sergilendiği alanlar olarak kullanmışlardır.

Bu durum karşısında sivil havacılığın gelişimi ve beraberinde gündeme gelen uçuş personelleri, oluşturdukları otorite dışında farklı bir pazarlama aracı olarak değer bulmuş ve yeni bir endüstrinin doğmasına sebep olmuştur. Havayolu endüstrisi imaj yaranlar ve imaj yapanlar için modaya her zaman uygun olmayı başarmış ve podyum olma özelliği taşımıştır. Havayolu hostesliği gündeme gelmeden önce yine giyim önemli olmuş o yıllarda yolcuların giyim tercihleri dikkate alınmıştır.

Tarihte bazı durumlarda otorite yaratmak, bazı durumlarda ilgi uyandırmak adına; moda akımlarından, statü kaygılarından, kimlik arayışlarından etkilenerek şekillenen üniforma tasarımlarıyla karşı karşıya kalınmıştır.

2.3.1- Pilot ve Genel Personel

Tasarımcılar yoğun olarak hostes uniformaları üzerinde değil aynı zamanda pilot ayrıca uçuş ekibini destekleyen yer hizmetleri ve sevk işlerinde çalışan personelinin de uniformaları üzerinde çalışmaktadır. Yer hizmetlerinde çalışan ekip, uçuş personelinin önce karşılaştığımız ilk firma çalışanları olduğu için uçuş esnasında verilen güvenilirlik hissi kadar yer hizmetleri de bu hissi bize aktarabilmelidir. Bu yüzden yer hizmetleri personelinin giysileri de aynı profesyonelliği taşımalıdır.

'Fransız Hava Yolları'nda bu konuyu önemseyerek kabin personeli, pilot ve uçuş mühendisi, havaalanındaki ve Air France bilet ofislerindeki müşteri ilişkileri personeli ve yüklemede çalışan yöneticiler de üniforma kullanmıştır.⁴⁷

Pilot uniformaları ise firma imajını temsil etmektense, görevinin vermiş olduğu önemi yansıtmak adına her zaman ciddiyeti vurgulayan ve klasikleşmiş tarzda; beyaz gömlek, kravat, koyu lacivert ceket ve pantolonu, şapkası ve apoletleriyle bizi karşılamıştır. Uçuş esnasında arka planda olmalarına rağmen yarattıkları klasik ama güçlü imajları ile uniformaları belirgin bir stile sahiptir.



Resim 13: THY

⁴⁷ Air France, **Press Kit**, 2005, s.18.

Sivil havacılıkta bulunan pilotların üniformaları yıllar boyunca klasik çizgisini korumuş moda ait (paça bolluğu, ceket boyu uzunluğu, gömlek beden darlığı gibi) unsurlar kullanılarak güncelliği sağlanmıştır. Pilot giysilerinde değişim ve yenilik gündeme gelmemiş, otorite kaygısından dolayı marka imajını yansıtan ufak detaylarla diğer personelle bütünlük sağlanmıştır. Her zaman şapka ve apoletleri üniformayı tamamlayan unsurlar olarak kullanılmıştır.

Avustralya Qantas Hava Yolları'nda; pilot üniforması kruvaze takım elbiseden oluşmakta ve kollarında Pilot rütbesini tanımlayan altın rengi üç şerit bulunmaktadır. Pilot çift kanatlı bir altın rozet takmakta, hostes, uçuş mühendisi, navigasyon ve iletişim memurları ise, yarım kanatlı bir rozet takmaktadır. Tropik yaz aylarında uçuş personeli ince kumaştan pantolon, yıldızlı beyaz kısa kollu gömlek giymiştir. Stajyer ve deneme sürecinde çalışan uçuş personeli, trafik kontrolörleri ve yiyecek servisinde çalışan personel aynı üniformayı giymekte ancak onlarda rütbe işaretleri bulunmamaktaydı. Üniforma askeri rugan siyah ayakkabılar ile de birlikte giyilebilmekteydi. Ayakkabıda deri parlak kaplama oluşturmak için keten yağı bazlı bir işleme tabi tutulmaktadır. Cilalı ayakkabı her zaman iyi bakımın, askerliği çağrıştıran düzene bağlı olduğunun göstergesi olmuştur.



Resim 14: CSA

Uçuş personelinin üniformasını güncelleme ve fonksiyonel fakat hoş görüntülü tasarlama istekleri devam edecektir. Geleneksel motiflerle şimdiki gelişmeler bir araya gelerek çağdaş üniformalar tasarlanmaktadır. 'Pilot ve uçuş personeline takım giysilerin tercih edilmesi geleneksel otorite sağlama kaynağı olmuş, siyah ve yünlü streç kumaş da rahatlık imkânı sunmuştur.'⁴⁸ Bu geleneksel otorite görüntüsü Qantas Hava Yolları'nda Avustralya yerel kültürünü yansıtan baskılı kravat ve fular eklemeleriyle hafifletilmiştir.

11 Eylül 2001 uçak kaçırılmalarından sonra uçakta bulunmasına karar verilen güvenlik elemanlarının askeri çağrıştıran üniformalar mı yoksa polis giysilerini andıran giysileri mi giymeleri konusu tartışılmıştır. Sivil giysi giydirilmesi ise onların da terörist olarak düşünülmesine yol açabileceğinden sakıncalı görülmüştür.



Resim 15-16: Pilot üniforma örnekleri

Bu olaylardan sonra Amerikan Hava Yolları'nda üniformalar daha otoriter bir görünüm vermektedir. Uçuş personeli güvenlik personeli gibi algılanıp, pilot sanılmaktadır.

⁴⁸ J. Craik, a.g.k., s.116.

‘Birçok uzman ve tasarımcının savunduğu gibi üniformalar zamanın modasından etkilenip şekillenmekte ve hızlı bir şekilde moda olmaktan çıkabilmektedir.’⁴⁹

2.3.2-Hostes ve Host

1919 yılında Deutsche Luft-Reederei (Lufthansa öncüsü) Junkers F13 olarak bilinen ilk metal kanatlı uçaklarla, Berlin ve Weimar arasında uçuşlara başlamıştır. Ardından Hans Albert, ünlü film yıldızı bir yolcu koltuğunda kameralara poz vermiş ve bu önemli girişimi gösteri dünyasıyla birleştirmiştir. ‘İkinci Dünya Savaşı’ndan önce, hava hostesliği göreceli bir lüktür Hostesler aslında uçaklarda uçuş hizmetlerinin önemli bir parçasıdır.

‘Uçan yemek arabaları’ da denilen uçaklarda, beyaz garson ceketi giyen stewardlar aperatif ve içecek servisi yapmışlardır.⁵⁰ Hosteslik kariyerinin başlamasına sebep olan Ellen Church 1930’da Boeing yöneticilerine kadınların uçuş personeli olarak çalışma konusunu gündeme getirmiştir. Bu durumun arkasından havacılık tarihinde kadın hosteslerin 18 yolculu kumaş kaplı Boeing 80A uçağında görev aldığı ilk uçuş gerçekleşmiştir.

1930 ve 1940’larda ilk hava yolları hostesleri görülmeye başlanmıştır. Bu hostesler genel olarak hava yolları konusunda eğitilmiş hemşireler ve giydikleri ise lacivert yünlü kumaşlardan yapılmış kalın ve kaba takımlar olmuştur. Savaş yılları olmasından dolayı kumaş sıkıntısı yaşanmış ve bu dönemde tasarım söz konusu olmamıştır. Bu dönemdeki üniformaların en önemli özelliği askeri giysi görünümüne sahip olmalarıdır. İsviçre Hava Yolları 1930’larda Avrupa’da hostesleri ilk çalıştıran havayolu şirketidir. Daha sonra Lufthansa Hava Yolları kırk kişilik Junkers 90 uçaklarında hostesleri çalıştırmaya

⁴⁹ S. Miles, ‘Lacroix’s Friendly Skies’, **Women’s Wear Daily Dergisi**, Ralph Erardy Publishers, Nisan 2005, s.69.

⁵⁰ H.M. Holden, ‘Groovy Gab in Flight’, **Airport Journals**, 2008 Mart.

başlamıştır. Hostesler koyu renk etek, şirket logolu koyu renk kravat, beyaz kutu kesim ceketler, fes tarzı şirket logolu şapkalar giymiştirler.



Resim 17: Farklı havayolu şirketlerinin uçuş personeli üniforma tasarımları

Lufthansa başından itibaren kurumsal kimlik kavramının önemini anlamış ve hosteslerin firma reklamlarında havayolunun simgesi olabileceğinin farkına varmıştır.

En eski havayolu firması olarak hala varlığını devam ettiren Qantas-Avustralya Hava Yolları 1938’te önden tek sıra düğmeli ceket, pirinç düğmeli haki gabardinden yapılmış üniforma ile askeri üniforma görüntüsü taşımıştır. 1947’de pirinç düğmeli kumandan stilli lacivert kruvaze takımına değiştirilerek daha otoriter bir görüntü verilmiştir .

Türk Hava Yolları’nın kuruluşundan 13 yıl sonra DC-3 uçakları satın alınmış ve ‘kadın havacı kamarot’ adıyla üç kadın kabin memuru göreve başlamıştır. Telsizcilik görev yapan kabin memurları uçuşlarda yolcularla ilgilenmiş ve kolonya servisi yapmışlardır. Havacı mavi etek, ceket ve keple beyaz koton bluz giymiş, böylelikle Türkiye’de hostesliğin tarihi de başlamıştır. ‘Türk konukseverliğini uçaklara taşıyan hostesler

THY’de ilk kez göreve başladığında, hava yolculuklarında prezantabl kabin personelinin önemi anlaşılmaya başlamış, üstelik uluslararası modada, İkinci Dünya Savaşı’nın mahrumiyet yıllarının ardından yeniden doğan zarif kadın silueti gündeme gelmiştir.⁵¹



Resim 18: 1948-1959 Qantas Hava Yolları askeri tarzdaki üniformaları

‘Muhafazakâr sade üniformadan renkli ve parlak moda dönmeye uçuş personelinin toplumdaki imajını süreç içerisinde değiştirmiştir. 1940 ve 50’lerin hostesleri biraz feminen görünmesi beklenmiştir. Muhafazakâr üniforma, beyaz eldiven, şapka, gösterişli 2 tonda ayakkabılar uçuş personeline çekici ve profesyonel bir görüntü sağlamıştır.’⁵²

1950’lerde uzun mesafe uçabilen ve çok koltuklu jetlerin kullanılmaya başlanması, havayolu taşımacılığında değişimleri beraberinde getirmiştir. Kalabalık uçuşlarda tüm yolcularla ilgilenip onları eğlendirmek için yeni yöntemler kullanılmıştır. Koltuk

⁵¹ M. Cansever, ‘Moda Göklere’ *Skylife Dergisi*, İstanbul, İnfomag Yayıncılık, Mayıs 2008.

⁵² H.M.Holden, ‘Groovy Gab in Flight’ *Airport Journals*, Mart 2008.

sayısına göre belli uçaklar için gerekli uçuş personeli sayısını belirten güvenlik talimatları tanıtılmıştır. Acil durumlarda uçuş personelinin denetleyebileceği yolcu sayısı yaklaşık olarak 30 olarak belirlenmiştir. Eskiden pilot ya da yardımcısı yolcuları selamlarken, şimdi hostesler bu görevi gerçekleştirmektedir. Bu da hosteslerin havayolunu halk önünde temsil eden en önemli personeli haline getirmiştir. Hava yolları üniformaları pratik kullanım ve modaya uyması açısından çeşitlilik göstermiş, fakat her bir havayolu üniforması hangi havayolunu temsil ettiği zihinlere yerleşmiştir.

İlk kabin personeli kadın olduğundan 1950 ve 1960'lı yıllardaki kadın giysilerindeki moda, üniformaların tasarımları üzerinde belirleyici olmuştur. 'Bu dönemde hava yolları şirketleri tasarımcılarla çalışıp üniformalar hazırlatmaya başlamışlardır. İlk tasarımcılar olarak Maurice Helman, Norman Hartnell, Pierre Cardin, Pierre Balmain, Minori Monta ve Hardy Amis sayılabilir.'⁵³

Türk Hava Yolları'nda ise 1950'de hosteslik 2 yıllığına kaldırılmıştır. Göreve geri döndükten sonrada 1960'lı yıllara dek görevlerini gök mavisi etek-cekete, beyaz koton bluz ve başlarındaki gök mavisi kepele sürdürmüş, üste oturarak beden hatlarını belirginleştiren gri mavi üniformalarda aksesuar olarak fular kullanılmışlardır, yolcu karşılanırken giyilen lacivert eldiven, lacivert çanta ve ayakkabı ile şık görünüm tamamlanmıştır. Kep ve göğüs yakasında yer alan bröve de aynı zarif çizgiyi desteklemiştir. Hostesler hem zarif hem de güvenilir imajlarını 1947'den 1962'ye kadar kullandığı aynı üniformalarla sağlamıştır. Ayrıca 1950'lerde ilan panolarında farklı havayolu firmalarının reklam için Gina Lollabrigida, Raquel Welch ve Beatles grubunun uçaktan inen fotoğrafları kullandığı görülmüştür. 'Bugün ise, havayolu varış ve kalkış noktalarında çekilen fotoğraflar hala ön sayfalarda yer bulmasına rağmen, magazin gazetecilerinin bekleme salonlarında ünlülerin fotoğraflarını çekmesi, 1950 ve

⁵³ L. Hall, 'Come Fly with me.' **Business Travel World**, Panacea Publishing, Şubat 2007, s.25-27.

1960'larda uçağa adım atarken el sallayan ve gülen ünlülerin göz kamaştırıcılığına ulaşamamaktadır.⁵⁴

Diğer bir yandan Avrupa'da İtalyan devlet havayolu Alitalia, 1950'lerin sonlarına kadar hostes çalıştırmamıştır. 22 koltuklu Fiat 212 uçağında sıcak içecek sunmak bile imkânsız olduğundan hostes çalıştırmaya ihtiyaç duyulmamıştır.



Resim 19: Pan American Hava Yolları Beatles uçaktan inerken

Özellikle 1960-1970'li yıllar moda uçuş personeli giysileri üzerinde etkili olmaya başlamıştır. Ünlü tasarımcılar uçuş personeli için renkli ipek materyal, dikkat çeken desenler, vücudu saran giyecekler ve boydan boya kenar şeritli üniformalar geliştirmeye başlamışlardır. 'Dar ve zor zamanlarda bile, uçuş personeli stilden ve giyimlerindeki tüm detaylardan vazgeçmemektedirler. Erkek personel takım ve kravat, kadınlar ise en iyi giysilerle giyinmişlerdir. Hatta bundan yolcular da etkilenip belli bir dönem en şık giysileriyle uçağa binmeye başlamıştır. Bugün ise yolcular daha rahat ve pratik giysileri tercih etmektedirler.'⁵⁵

⁵⁴ K. Lovegrave, **Airline, Identity, Design and Culture**, New York, Teneues Publishers, 2000, s.17.

⁵⁵ E. Aanderud, 'High-Flying Fashion:Flight Attendants' Uniforms Through The Years', **Global Travel Dergisi**, UK, Panacea Publishers, Mayıs 2004.

1965'te pazarlama uzmanı Mary Wells modacı Emilio Pucci'yi Amerika işletmesi olan Braniff Hava Yolları uçuş personeline üniforma tasarlaması için görevlendirdikten sonra Pucci havayolu üniforma modasında çığır açmıştır. Giysilerde seksilik mesajı verilmiş ayrıca statü sembolü olmuştur. Zamanının en ünlü ve modayı takip eden kadınları tarafından tercih edilmiştir. Braniff Hava Yolları'nın işe alma broşürlerinde hostes; uçağa binen herkese 'arkadaşça davranan güzel bir kişi' olarak tanımlanmıştır.

Yürüme, konuşma, ayakta duruş, makyaj ve saç stili ile model alınmıştır. 1968'de Pucci, Braniff görünümünü 'zarif' olarak tekrar yaratmıştır. Hosteslerin iki elbisesi vardır: alternatif olarak giyilen biri pembe diğeri de mürdüm renklidir. Boyun etrafına veya başa sarılabilen fular, soluk pembeden şarap kırmızısına kadar 6 ton kırmızı renkten olabilmektedir. Ayakkabı ve çorap rengi, elbise rengiyle uyumlu olmalı ve iki tarafı giyilebilen- pembe ve şarap kırmızısı- kaban bulunmaktadır.



Resim 20: 1965-66 Braniff Hava Yolları Resim 21: 1966-68 Braniff Hava Yolları

Elbiseler uzun kollu, diz üzerinden kıvrımlı ön ve arkadan serbest akan panel etek şeklindedir. Kumaşı, yün ve polyester karışımıdır. Yiyecek servisinde kadınlar yumuşak, gümüş tunik önlük giyerler. Hostesler saç şeklini belirlemekte serbesttir ancak altın veya gümüş renginde düğme şeklinde küçük küpeler takabilirler. Braniff hostesleri şık ve kadınsı görünmektedir. Basit, rahat ve bireysel görünme ön plandadır. Kendine ait rengi ve modasıyla havayolu taşımacılığında eğilimleri belirlemiştir. Braniff hostesleri 'jet sosyete' kavramının doğmasına yol açmışlardır.

1968 yılına kadar Alitalia uçaklarını modernleştirmiş ve dünyanın en zarif kadınlarından birisi olarak bilinen Fiat yönetim kurulu başkanının karısı Marella Agnelli'nin de müşterisi olduğu ünlü Milan moda evi Mila Schoen'e uçuş personeli için üniforma hazırlanmıştır. Üniforma tasarımında seçkinlik ve zariflikle birlikte rahatlık ve pratiklik de göz önüne alınarak bir karışım ortaya çıkmıştır.



Resim 22: 1968-71 Braniff Hava Yolları



Resim 23: 1971-73 Braniff Hava Yolları

Moda ürünlerle modern malzemeler kullanılarak 18 ay dayanabilecek ürünler ortaya çıkmıştır. Alitalia uçuş personeli gardırobunda; yaz ve kış giyilebilen yünlü takım, yeşil

yün pelerin, yıkanabilir kumaştan elbise, mavi fötr Şapka, Magli of Bologna tarafından Alitalia Hava Yolları için hazırlanan ince mavi deriden hazırlanan ayakkabı ve çizme bulunmaktadır. Hazırlanan üniforma havayolu personeline zarif ve geç görünüm imajı yaratmıştır. Giysilerin hatları, renklerin canlılığı ve giysilerin birbiri ile uyumu, zarafeti her milletten yolcuların ayırt edebildikleri ve İngilizlerin imaj diye tanımladıkları olguyu temsil eden  niformalarla Alitalia Hava Yolları tanınmıştır.

Hava yolları erkek egemenliğinin hüküm sürdüğü bir endüstri halini almıştır. Braniff ve Alitalia tarafından baŐlatılan moda giriŐimleri, uçak koridorlarında yürüyen hosteslerin erkek yolcuların ve de pilotların ihtiyaçlarına hizmet ettikleri podyum imajını güçlendirmiŐtir. 1960'lı yılların sonları ve 1970'li yılların başlarında film senaryoları 'ilgi yaratan pilotları ve onlara ilgi duyan hostesleri' konu edilen basmakalıp konuları ekrana taşımıştır. Bu dönemde gerçek hayatta da, çok sayıda pilot, pilot yardımcısı, güçlü işadamları yine hosteslerle evlenmiŐtir.



Resim 24: 1969 Mila Schön Alitalia Hava Yolları

Hava yolları fırsatçı bir şekilde seks temasını kullanarak müşterilerini etkileme yolunu seçmiştir. Başka bir Amerika işletmesi olan Southwest Hava Yolları ‘seks koltuk satar’ düşüncesiyle, hosteslerine dar mini etekler ve parlak-beyaz ilginç çizmeleri giydirerek bu temaya sarılmışlardır. Aynı şekilde yunan tasarımcı Yanna Tseklenis beyaz çizme, ateşli pantolon kombinasyonunu altın zincir kemerle belirginleştirerek Yunan, Pierre Cardin Pakistan Uluslararası ve Pierre Balmain eski Amerika firması olan TWA(Trans World Airlines) Hava Yolları için üniforma tasarlamıştır.

Aynı temayı içeren üniformaları Jean Louis United Hava Yolları, Bill Blass TWA ve Roland Klein İngiliz firması olan BOAC ve Hardy Amies ise BOAC (The British Overseas Airways Corporation) ve BEA (British European Airways Corporation) için tasarlamıştır.



Resim 25: 1965 TWA Pierre Balmain tasarımları

Zarif kadın silüetiyle belirlenen 50’li yılların ardından 60’lı yılların modasında yavaş yavaş özgürlük rüzgârları esmeye başlamıştır. 1968’lerde öğrenci hareketleri ve özgürlük hareketleri çok ciddi kurumlarda bile etkilerini göstermiş ve gençleri de

modaya dâhil ettiği görülmüştür. Bu olayların paralelinde etekler kısalmış, çiçek çocukların kullandığı pembe mor gibi belirgin renkler işyerlerinden hava yollarını etki altında bırakmıştır. Bu dönemde oluşan değişimleri THY’de yakından takip etmiştir.

‘1960’larda hosteslik; özgürlük, kariyer ve kozmopolitan bir hayat tarzı ile eşanlı olarak tanımlanmıştır. Askeri üniforma görünümü modern moda unsurlarından etkilenmiştir. Havayolu üniformalarında, Pierre Cardin yakasız bluzlar, V-yaka ceketler ve paltolar, diz boyu çizmeler, yüksek şapkalar ve mini etekler ilham olmuştur.’⁵⁶

‘1960’lardaki cinsel özgürlük devrimiyle birlikte, havayolu patronları 1970’li yılların başlarından itibaren, üniformalarda cinsiyeti ön plana çıkararak satışlarını artırma yaklaşımını kullanmışlardır.’⁵⁷

1960 ve 1970’li yıllarda hava yollarındaki yeni girişimciler havayolu personeli giysilerinde de aykırı yansımaları beraberinde getirmiştir. ‘Howard Hughes (Air West) tüm uçaklarını muz sarısına boyatıp personel üniformalarını da aynı renkte hazırlatmıştır.’ National Hava Yolları kaplan derisi ceketler, Hindistan Hava Yolları şalvar ve United Hava Yolları spor üniformaları ile yenilikçi akımları başlatmışlardır. Genelde yenilikler serbest giyim tarzında ve askeri üniforma benzerliklerinden sıyrılmaktadır. ‘Bu dönemde üniformayı oluşturan giysileri ‘karıştır ve eşleştir’ akımı başlatılıp sürdürülmüştür. Armani (Alitalia), Yves Saint Laurent (Qantas), Pierre Cardin (Pakistan Hava Yolları) ve Christian Lacroix (Fransız Hava Yolları) moda ve yenilikleri vurgularken, ulusal motiflerin üniforma ve hava yollarına fark edilir bir kimlik kazandırması önemli hale gelmiştir.

1960’lı yılların sonlarında Boeing 747 Jamba Jet ortaya çıkmış ve kitle ulaşımı, ayrıcalıklı hava ulaşımının yerini almış böylelikle havacılık endüstrisi tamamen değişmiştir. (First ve Business sınıflar hariç). Artan talepten dolayı filonun genişlemesine ve uçuş personeli sayısının artmasına sebep olmuştur. ‘Hostesler,

⁵⁶ McRobbie, a.g.m, s.63-64.

⁵⁷ L.Hall, a.g.m., s.25-27.

kalabalık bir kafede çalışan uçan garsonlar haline gelmiş ve küçümser biçimde bebek arabası sürücüleri olarak isimlendirilmiştir.⁵⁸



Resim 26: 1960-1970 Air West Hava Yolları

Amies Londranın önde gelen modacılarından ve Dünya çapında bilinen erkek giyim gardırobu tasarımcılarından biridir. 1970’de Amies kendisinin bir züppe olduğunu; toplumda çeşitli sınıflar olmazsa o toplum bir işe yaramaz diyerek toplum için düşüncesini açıklamıştır. Amies, İngiliz Hava Yolları, İngiliz polisi ve Deniz ve Hava Kuvvetleriyle çalışmasından dolayı kitle pazarı adına tecrübeli olan bir tasarımcı idi. 1972 yılında Amies İngiliz hava yollarının üniformalarını hazırlarken 400 hostesle birebir görüşerek onların fikirlerini de değerlendirerek aylar süren araştırmalar sonucu tasarımları ortaya çıkarmıştır. ‘Üniformalarda ‘bayrağı taşı’ yurtseverlik mesajı ve kendini ifade etme vurgusu öne çıkmaktadır, hosteslerin kendilerini kadın gibi ve zarif hissetmelerini sağlamak amaç edinilmiştir.’⁵⁹

⁵⁸ K.Lovegrave, a.g.k., s.30.

⁵⁹ K.Lovegrave, a.g.k., s.32.

Amies herkesin kendisini bireysel olarak ifade edebileceği bir üniforma tasarlamıştır. Bunu başarmak için birbirinin yerine kullanılabilen koyu kırmızı, beyaz ve mavi renkler tercih edilmiştir. Bütün projenin en ilham veren tarafı ise hosteslerin yeni üniforma tasarımına gösterdikleri ilgi olmuştur. Elbise, bluz ve tüm iş elbisesi mürettebat istediği şekilde giyinebilsin diye çeşitli renklerde hazırlanmıştır. Fransız mavisi yaklaşık 600 gr ağırlığındaki yünden kaban ve 500 gr ağırlığındaki yün ceket ve üzerinde zıt kırmızı dikişli ve ortadan fermuarlı elbise ve Breton veya Tutankhamen stili şapkalar üniformada kullanılmıştır. Yeni üniformalar personel tarafından beğenilmiş, hostesler kendilerinin güzel görüldüğünü ve hissettiklerini belirtmişlerdir.

Moda, renk ve etek boyu gibi değişimlerden dolayı üniformaların 2 yılda bir yenilenmesi standart haline gelmiştir. Servis standartları ve fiyatların hemen hemen tüm hava yollarında benzer olması, firmaları birbirinden ayıran en önemli özellik olarak toplumda yarattıkları ve uçuş personelinin canlandırdığı imajı ön plana çıkarmıştır.

Hostesler teknik becerilerinin yanında güzel görünümünden dolayı da seçilmiş, bazı hava yolları hostesleri 25-30 yaşlarına geldiğinde ya da hostesler evlendiklerinde işten çıkarabilmiş ya da yer hizmetlerine transfer edebilmişlerdir. Hosteslik imajı daha önceki seçenekleri sekreter ya da dükkânlarda çalışma olan 1960 ve 1970'li yıllarda tüm gençlerin seyahat etme heyecanını özetlemektedir. Hosteslerin dünyası, neredeyse model veya müzik yıldızlarının sahip olduğu göz kamaştırıcı yaşamla eşit sayılmıştır.

'1960'ların yaratıcılığı bastırılmış ve feminizm (ve yasalar) havayolu şirketlerini ayrımcı politikalarını bırakmalarını ve diğer uçuş personelinin de hava yollarında kalmasını sağlamıştır.'⁶⁰ Rekabet, havacılıkta sınırlamaların kaldırılması ve petrol krizi hava yollarını oldukça etkilemiştir. Bu dönemde çıkan sorunlardan Braniff Hava Yolları ilk etkilenen hava yollarından biri olmuştur. Şirketlerin maliyetleri kısıtlaması,

⁶⁰ K.Lovegrave, a.g.k.,s.33.

işadamlarının ekonomi sınıfında, tatile çıkan ailelerin ise sırt çantası ile dünyayı dolaşanlarla birlikte uçması haline gelmiştir.

Daha sonra önem, emniyet ve güvenliğe kaydı ve bizimle eğlenin mesajı bize güvenine dnşmştir. Bu düşünce üniforma tasarımlarına da yansıyıp rahatlık ve fonksiyonluk ön plana çıkmıştır. Çekicilik azalmaya başlamış, parlak ve mutlu tatil yapma büyük kitleler için söz konusu olmuştur ve 1978’de İngiltere’nin en büyük tatil havayolu Court Line havayolu yeni renkli üniformalarını ilk Luton havaalanında göstermiştir. Mary Quant’ın tasarımı pembe, kırmızı, turuncu ya da turkuaz parlak pamuk bluzdan oluşup Court Line Hava Yolları’nın canlılığını yansıtmıştır. Takımla birlikte çizgili kravat ve devetüyü renkli örme yelek giyilmiştir. Seçeneğe göre kahverengi ayakkabı veya dize kadar çizmeler giyilebilmekte ve devetüyü renkte şapkalar takılmış, servis sırasında kot kumaşından pembe önlük giyilmiştir.

Marj Quant’ın başlattığı stil tüm dünya trendini etkileyerek eteklerin kısalmasına ve renklenmesine, 1968’de THY hosteslerinin eteklerinin de iddialı bir şekilde gök mavisinden ingene pembesine dönüşmesine sebep olmuştur. Pratik olmadığı halde dönemin ruh halini sergileyen, THY tarihinin de unutulmazları arasında olmuştur.



Resim 27: 1970 Mary Quant tasarımı



Resim 28: 1970 THY pembe üniformaları

1960 ve 1970'lerin enerjisi yüksek yaratıcılığının tersine, TWA Hava Yolları dünyada var olan moda stillerini yansıtan ve Ralph Lauren'in geçmişteki askeri üniformalardan esinlenen uçuş personeli üniformalarını tasarlamıştır. Kusursuz hazırlanmış klasik giysileriyle ünlü Ralph Lauren uçuş personeline geleneksel şık kesim, sonbahar ve kış için yünlü lacivert takım, bahar ve yaz için ise yünlü gri-mavi takım üniformalar hazırlamıştır.

1973'te Southwest Hava Yolları sahibi 'Hostesler kıvrımlı seksi deri çizmeler ve çok kısa kadın şortu giymeliler yoksa işe alınamayacaklarını' söylemekten kaçınmamıştır. Üniformalar; vücudu sıkı saran üst giysisi, kısa kadın pantolonu ve diz boyu seksi çizmelerden oluşmuştur. 'Bu giysi ve seksi hosteslerle hava yolları, büyük çoğunluğu erkek olan patron ve şirket yöneticilerinin kendilerini tercih etmeleri amaçlanmıştır.'⁶¹ Hatta bir Amerikan havayolu şirketi Cuma akşamı New York Şikago uçuşunu sadece erkek yolculara tahsis etmiştir.

⁶¹ L.Hall, a.g.m., s.25-27.

'Havayolu şirketleri müşteri çekebilmek için uçuş personeli giysilerini bir araç olarak kullanmışlardır. Örneğin, denizaşırı uçuşlarda (transatlantik) hostesler togalar giyebilmekte; İngiliz Hava Yolları Karayip Adaları'na uçuşlarında tek kullanımlık keten elbiseler kullanmıştır.'⁶² Bu elbiselerin eteklerinin sağ tarafında derin yırtmaç kullanılmakta, saça çiçek takılmakta ve yeşil takılı hafif (dans) ayakkabılar giyilmektedir.

Çiçek çocuklarının modası 1970'lerin başında petrol krizinin ardından azalsa da özgürlük ruhu modada yer almaya devam etmiştir. Bireyler istekleri doğrultusunda giysileri tercih ederek mini, maksi, midi tarzda etek boylarını kullanmış kimi zaman gösterişli kimi zaman spor giysiler tercih etmişlerdir.



Resim 29: 1973 South West Hava Yolları

⁶² L.Hall, a.g.m., s.25-27.

THY üniformaları da 1973'te bu değişime ayak uydurmuş kiremit ve bej renkli iki takım halinde kullanılan üniformaların bluzları, modadaki Optik Sanat etkisini yansıtarak, puantiyelerle canlanmış ve kahverengi kasketler kullanmışlardır. 'Toprak renklerine bu dönüşte dönemin bir önceki on yıla göre daha temkinli bakış açısının bir yansıması bulunmaktadır.'⁶³

1970'li yıllarda uçuş personeli stilinde uzun çizmeler, kısa pantolonlar, takma kirpikler ve renkli saç şekilleri görülmüştür. 'Hava Yolları şirketleri aynı fiyat ve aynı menülerle benzerliklerini uçuş personellerinin üniformalarıyla farklılaştırmaya çalışmışlardır.'⁶⁴ 1970'li yıllardan sonra modanın üniforma üzerindeki belirleyici rolü azalmaya başlamıştır. Erkeklerin de uçuş personeli olarak yaygınlaşmaya başlaması, feminist felsefenin kabul görmesi ile birlikte üniformalar daha jenerik olmaya yönelmiştir. Bu yıllardan itibaren, havayolu şirketleri üniformalarını marka değerlerini temsil eden ve markalarını güçlendirebilecekleri bir unsur olarak kullanmaya başlamışlardır. Personel üniformaları ve personel görünüşü havayolunun kimliği haline dönüşmüş bazı ülkeler için ise üniformalar milliyetçilik duygularını temsil eden bir araç olarak görülmüştür. İngilizler kendilerini yüksek asaletli sınıf olarak görüp, İngiliz resmîyetini üniformalarda göstermeyi amaçlamışlar, diğer ülkelerde bu akımdan etkilenerek, milliyetçilik duygularını ve kültürlerini üniformalarına yansıtmışlardır. 'Ancak 1980 ve 1990'lı yıllarda hava yollarında gerçekleşen serbestlik ve kısıtlayıcı şartların kalkması politikalarıyla milliyetçilik etkisi azalırken, marka değeri üniforma tasarımında etkili unsur olarak ön plana çıkarmıştır.'⁶⁵

1980 ve 1990'larda business ve first-class uçuşlara yolcuların ve hava yollarının tekrar gösterdiği ilgi ile uçuş personeli üniforması takım elbise türünde tasarlanmıştır. Yazlık ve kışlık ceket, etek ve pantolonlarda kullanılan ileri teknoloji vücudu saran yünlü kumaşlar hareket serbestliği ve rahatlık getirmiştir. Mirella Bizini, ünlü İtalyan moda

⁶³ M. Cansever, a.g.m.. s.18.

⁶⁴ H.M. Holden, 'Groovy Gab in Flight', *Airport Journal*, Mart 2008.

⁶⁵ L. Hall, a.g.m., s.25-27.

tasarımcısı, Alitalia Hava Yolları için hazırladığı üniformalarda hosteslerin kendi kimliklerini koruması ve kalabalık içinde kaybolmalarını engellerken gösterişten de kaçınmıştır. Tasarlanan üniforma giyilebilirliği, rahatlığı ve yenilikçiliğinden dolayı ‘seyahat giysisi’ olarak adlandırılmıştır.

Virgin Atlantic Hava Yolları 3 milyon pound harcayarak yeni milenyumda kullanılacak John Rocha tarafından tasarlanan romantizmi tekrar havaya taşıyan zarif görümlü üniformaları hazırlamıştır. Rocha kadın hostesleri kırmızı üniformalarla, erkek uçuş personeli ise üç parça siyah ve gri takım ile giydirmiştir

Virgin Atlantic Hava Yolları 1999 yılında tasarımcı John Rocha ile çalışmaya başlamıştır. Ürün tasarım bölümü yöneticisi Joe Ferry’e göre, Rocha ile üniformalarda yarı askeri yaklaşımdan, iş giysisi yaklaşımına yönelik bir değişim yaşanmıştır. Bu değişimle üniformalarla rahat hareket kabiliyeti artmıştır ve aynı zamanda oldukça modern bir görünüme kavuşulmuştur. Joe Ferry’e göre ‘ Birçok havayolu, üniformaların modasının çabuk geçmesini istemediğinden, başlangıçta klasik uzun yıllar tercih edilebilecek giysi tasarımı yaptıklarını belirtmektedir.’⁶⁶ Ferry’e göre hayat ömrünün yarısında üniforma tasarımlarının revize edilmesi gerekmektedir; Ferry, tasarlanan bir üniformanın beklenen hayat ömrünün 8 yıl olduğunu belirtmiştir. Virgin Atlantic Hava Yolları’nda her 2 yılda bir personele yeni bir üniforma seti verilmektedir. Rocha’nın tasarladığı üniformada trendlerdeki değişimleri yansıtacak şekilde 2001 yılında düzenlemeler yapılmıştır.

Virgin Atlantic Hava Yolları bu değişimi güzel bir şekilde özetlemektedir. Havayolu 1984’te kurulup, 4-5 üniforma değişimi yaşamıştır. Tasarımcı 1990’ların başlarında tümüyle kırmızı üniforma hazırlayınca herkesi hayran eden bir başarı yakalamıştır ve havayolunun marka kimliğini mükemmel yansıtan bir tasarım olmuştur. Havayolu şirketi daha sonra basmakalıp askeri üniformayı çağrıştıran üniformaları kullanmıştır.

⁶⁶ L. Hall, a.g.m., s.25-27.

Triko ve altın rengi düğmeler, başlangıçta düşünülmeyen havayolunun simgesi haline gelmiştir.

1980'li yıllar lüks düşkünlüğünün modada şıklığın tekrar önemsenmeye başladığı bir dönem olmuştur. İş yaşantısı, kariyer edinme çabaları giyimi şıklaştırdığı için tasarımcıların ürünlerine sahip olmak önem taşımıştır. 1989'da THY'de kırmızı ve lacivert takımlar, kırmızı ceket-lacivert etek ve lacivert ceket-kırmızı etek olarak giyilmiştir. Kırmızının gösterişiyle lacivertin ağırbaşlılığını birleştiren bu uniformaların ardından, 1990'lı yılların yalın hatları THY'ye de damgasını vurmaya başlamış, 1993'ten bu yana lacivert ve turkuaz renklerde daha ağırbaşlı modeller üzerine çalışılmıştır.

1990'lı yıllarda hâlâ askeri görünümü çağrıştıran uniformalar görülmeye devam etmiştir. 'Eastern Hava Yolları, uçuş personeli üniformasının askeri görünümüne rağmen kullanılmasına devam etmiş, bu üniforma uçuş personeline yapılan saldırıları önlemede bir araç olarak görülmüştür. Yolcular askeri giysileri çağrıştıran uniformalara görünümlelerinden daha farklı bir anlam vererek, uçuş personelinin zor ve güçlü kişilikler olarak algılamışlardır.'⁶⁷

1993'de Dünya'nın bilinen en ünlü hostesinin-Singapurlu kız-kopyası, Londra Madame Tussaud Mumya müzesinde sergilenen ilk ticari hostes figürü olmuştur. Bu hostes figürü Uluslar arası havacılığın büyüyen popülerliğini yansıtmak için sergilenmektedir. Singapurlu hostes figürü başarılı pazarlama kavramının simgelendiği ve havayolu endüstrisinin en fazla bilinen kişisidir. Singapurlu hostes Dünya çapında bir pazarlama ikonu ve Singapur Hava Yolları'nın kurumsal kimliğini temsil eden önemli bir unsurdur. Parisli modacı Pierre Balmain tarafından tasarlanan batik ve peştamal malzemedен kendine özgü üniforma, Singapur Hava Yolları'nın geleneksel Malezya misafirperverliğini yansıtmaktadır. Ulusal üniforma havayolunu hemen tanıtabilecek

⁶⁷ Steele, a.g.y, s.72.

gerekli bir unsurdur ve aynı zamanda askeri stil üniformadan uzaklaşmak isteyen tasarımcı için bir ilham kaynağıdır.



Resim 30-31-32: Virgin Atlantic Hava Yolları



Resim 33-34-35: Virgin Atlantic Hava Yolları

'Emirates Hava Yolları 1997'den beri değiştirmedığı uçuş personeli üniformalarında dikkate değer bir değişime gitmektedir. Bu değişimde rahatlık, değişik iklimlere uygunluk ve dünya çapında havayolu üniforması olduğu farkındalığı yaratan simge ve logolar yer almaktadır.'⁶⁸ Kadın uçuş personeli için üniformayı oluşturan parçalar; yeni

⁶⁸ J. Gordon, 'Runway Fashion Show. Uniforms', **Fashion Forward Dergisi**, Eylül-Ekim 2008. s.63

tasarlanan kırmızı şapka ve bej rengi şapkadan boyna sarılan tül eşarp, kırmızı ince çizgili vücuda oturan şık elbise ve kırmızı pilili etek olmuştur. Erkek uçuş personeli üniforması olarak ise; ince çizgili koyu kahve takım, krem gömlek ve karamel, bal rengi ve kırmızı kravat belirlenmiştir.

Maliyetli olmasıyla birlikte, günümüzde, hava yollarının kaliteli ve mükemmel servis sunmasını destekleyen üniformalara dönüş yaşanmaktadır. ‘Ucuz uçuş imkânı sağlayan Easyjet Hava Yolları gibi şirketlerin üniformaları, süpermarket kasiyerlerinin üniformasını andırırken, prestijli ve markalı hava yolları şık ve kaliteli üniformaları tercih etmektedir.’⁶⁹



Resim 36-37-38: 1990’lar - 2009 Emirates Hava Yolları

Financial Times stil ve moda editörü Tyler Brulee, ‘Christian Lacroix tarafından tasarımı yapılan Fransız Hava Yolları’nın 2005’te kullanmaya başladığı üniformaların moda, stil ve zenginlikleri yansıttığını, ülkenin yerel özelliklerini yansıtan ipek üniformalarını da beğendiğini belirtmiştir.’⁷⁰

⁶⁹ L. Hall, a.g.m., s.25-27.

⁷⁰ L. Hall, a.g.m., s.25-27.



Resim 39-40-41: 1990'lar -2007 Easy Jet Hava Yolları

'Thy 1999'da Altınyıldız imzasıyla, etek-pantolon, yakasız mono ve kruvaze olmak üzere iki ayrı modelde hazırlanan kreasyon da minimalist şıklığı yansıtmıştır.'⁷¹ Lacivert ve yakasız hazırlanan kruvaze ceket sekiz düğmeli, mono ceket ise üç düğmeli olarak tasarlanmış, ceketler kırmızı ve lacivert yeleklerle isteğe göre etek veya pantolonla giyilebilmiştir. Üniformaları tamamlayan keten gömlekler, kısa ve uzun kollu olarak düşünülmüş, aksesuar olarak kullanılan eşarplarsa yüzde yüz ipekten yapılmıştır.

Christian Lacroix, 'Fransız Hava Yolları için üniforma tasarlariken kendisinin süsleme dürtüsü ve isteğini baskılayıp, Fransız Hava Yolları'nın geleneksel sadeliği ve aristokrat zarifliğini üniformalarda yansıtabilmek için ekstra bir gayret sarf etmiştir. Lacroix üniformalarda, şık ve zarafetle birlikte rahatlık sunarken, Fransız kültürü ve güveni temsili de yansıtmak için çabalamıştır.'⁷² Lacroix, yeni üniforma tasarımı yaparken uçuş personelinin 1950'lerden itibaren ne giydiklerini detaylı bir şekilde araştırmış ve 1950'lerde 'askeri giysileri anımsatan üniformalarla anne gibi davranan hemşireler,' 1960 ve 1970'lerde 'modayı izleyen geleceği (kariyeri) çok parlak olmayan Parisli genç kızlar,' 1980'lerin 'burjuva sınıfı stili'; bunu güzel bir şekilde açıklayabilecek örnek

⁷¹ M. Cansever, a.g.m., s.18.

⁷² S. Miles, a.g.m., s.69.

olarak evlerine yemeğe gelen misafirleri zarif Fransız kadınların karşılaması olarak tanımlamıştır. ‘Christian Lacroix’in tasarımı ne ordu çağrışımı yapacak üniforma ne de sadece modanın sürüklediği bir giysi olmuştur. Üniformalarda kişilik, bireysellik ve herkesin karakterini yansıtacak bir tasarım oluşturmayı amaçlamıştır.’⁷³

Lacroix tasarımlarında kullandıkları tercihler olarak şunlar sayılabilir: kadınlarda bel inceliğini yansıtan, yüksek (pagoda) omuzlu ceketler, dar pantolonlar, yağmurluk ve parkalar, koyu lacivert ve gökyüzü mavisi ve kırmızı vurgular. Bu üniformaları Fransız Hava Yolları 10 yıl süre ile kullanmayı planlamaktadır.

Uçuş personelinin üniformaları o zamanın moda akımlarından etkilenmekte ve zamanla moda olmaktan çıkabilmektedir. Örneğin Fransız Hava Yolları’nda 1960’lı yıllarda şort ve trapez, 1970’li yıllarda orta boy etek, 1980’li yıllarda geniş omuzlu ceketler revaçta olmuştur. ‘Üniformaları hazırlayan ve havayolu şirketlerinin yöneticileri, çalışanların giysilerinin iyi görünmesi ve kendilerini rahat hissetmelerinin uçuş personelinin performanslarını arttırdığını belirtmektedir.’⁷⁴

Birçok havayolu son yıllarda Richard Tyler, Kate Spade ve Christian Lacroix gibi ünlü tasarımcılarla çalışarak uçuş personeli için çeşitli üniforma ve aksesuarlar belirlemiştir. Aşağıdaki Tablo 1960-1970’li yıllardan itibaren hava yollarının çalıştıkları tasarımcıları ve geliştirilen giysi ve aksesuarları özetlemektedir.⁷⁵

⁷³ S. Miles, a.g.m., s.69.

⁷⁴D. Michaels, ‘Style & Substance : Really Haute Couture: New Designer Wardrobes Give Stressed Airlines Welcome Lift In Both Image and Morale.’ **Wall Street Dergisi**, New York, Dow Jones & Company, Nisan 2004.

⁷⁵ E. Aanderud, a.g.m., s.142.

Havayolu	Tasarımcı	Üniforma Özellikleri	Aksesuar
Air France	Christian Dior Nina Ricci C.Balenciaga C.Lacroix	Lacivert renkte, çeşitli türde etek ve pantolon, yünlü ceketler, danaderisi ayakkabılar.	
Alitalia	Mila Schoen Renato Balestra Giorgio Armani Mondrian	Yeşil ve kırmızı klasik üniforma Yeşil ve mavi kombinasyonu üniforma; ince ve zarif gösteren giysiler; yeşil ve mavi üniforma	
Allegheny		Logo ve işaretleri bulunan beyaz kısa spor giysiler	
Austrian Airlines	S. Kreuzspiegl	Parlak kırmızı yelek ve pantolon	Kırmızı deri eldiven
Braniff International	Emilio Pucci	Parlak renkte ipek, vücudu saran desenli giysiler, kürk palto	Kabarık şapka
British Airways	Julian McDonald	Vücudu saran İnce çizgili (parlak kırmızı) klasik takım	Markalı kol düğmeleri
KLM Royal Dutch		Klasik üniforma,	Kemer, yarım ay şapka
Lufthansa	Strenesse	Koyu mavi renkte blazer ve yaz elbisesi, üstünde şirketin sarı, gümüş grisi ve beyaz logosu	şapka
Pakistan Airlines	Pierre Cardin	Klasik erkek ve kadın ceket ve pantolonları; baş örtüsü.	
Qantas-Avustralya	Yves S.Laurant P.Morrissey	Çizgili ve desenli uniformalar Parlak siyah takımlar	

Sabena Belgian		Devamlı tasarım ve renkleri değiştiren, moda yaratan tarz	
SAS Scandinavian		Klasik üniforma fakat parlak yeşil geniş şapka	
Song-Delta	Kate ve Andy Spade Richard Tyler	Fonksiyonel kumaş, Kolsuz gri ve yeşil yünlü elbise Yünlü pantolon, yeşil çizgili kolsuz örme şort; beyaz makosen ayakkabı	El çantası, bavul, ayakkabı güneş gözlüğü.
United	Jean Louis	Portakal rengi mini etek ve buna uyan şapka,	

Tablo 2: 1960-1970’li yıllardan itibaren hava yolları uçuş personeli giysileri

Alaska Hava Yolları kuruluşunun 75.yılında havayolu tarihinde giyilen üniformaları Haziran ayı boyunca moda gösterileri ve sergilerle müşterilerine tanıtmıştır. Seattle-Tacoma Uluslararası havaalanı ve bazı seçilmiş uçuşlarda personel havayolunun geçmişte giyilen üniformalarını giyerek hem firmanın geçmişten günümüze imajını gözler önüne sermiş hem de yolculara öğretici ve eğlendirici uçuşlar sağlamıştır.

1950’lerden itibaren giyilen üniformalar şöyle tanımlanabilir:

- 1- 1950 dönemi-etek takım elbise ve kule gibi uzun şapka
- 2- 1950 ve 60’larda giyilen kutup parkası ve kar pantolonları
- 3- 1960’larda Alaska altın furçası modasının ilham olduğu kırmızı kadife etek ve devekuşu tüylü şapkalar
- 4- 1960’larda Soğuk Savaş döneminde Rusya’ya uçan uçuşlarda giyilen kazak kırmızı (tunik) ceket ve kürk şapka
- 5- 1970’lerin kısa pantolonları ve süslü kemerler



Resim 42: Alaska Hava Yolları

Asya ve Müslüman ülkelerdeki hava yolları çeşitli muhafazakâr unsurları üniformalara dâhil ederek hem modayı izleme hem de toplumda kabul gören giyinme şeklini sağlamayı amaçlamıştır. Örneğin, Gulf Hava Yolları, klasik lacivert takım ve askeri stil şapkayı, şapka altına giyilen açık mavi boğazlarını örten eşarp veya altın rengi ve lacivert desenli eşarbı şapkasız başlarına sarmaktadırlar. Singapur Hava Yolları ise geleneksel batik desenli yakasız ceket ve eteklerinin spor versiyonlarını personeline giydirmektedir.



Resim 43: Gulf Air Güncel Üniformalar

Kore Hava Yolları'nın uçuşlara başladığı 1969'dan itibaren hostes giysilerinde yaşanan değişim ve tercihler dünyadaki eğilimler ve yerel kültürel özelliklerin sentezini yansıtmaktadır. Aşağıdaki tablo geçmişten günümüze yaşanan bu değişimi özetlemektedir.

Yıllar	Tasarımcı-Ülkesi	Üniforma Özellikleri
2005-	Gianfranco Ferre-İtalya 	Dünya modaları ve Kore gelenek ve mirasları arasındaki uyuma önem verilmiştir. Rahat, ergonomik tasarım ve esnek kumaştan etek ve pantolon takımlar.
1991-2004	Dongsun Kim-Kore 	Kruveze takım klasik görünümünden dolayı uzun yıllar kullanıldı. Kore geleneklerinin güzelliklerini yansıtan kurdele fular dünya çapında tanınmıştır.
1986-1990	Joyce Dixon ABD 	Çizgili elbise, tek düğmeli ceket. kırmızı ve mavi motiflerle dikkat çeken kemer.

1980- 1985		<p>Takım üniformada kırmızı, mavi ve beyaz renk pli etek, Kore havayolu logolu beyaz bluz. Ceketin sol cebinde parlak kırmızı mendil.</p>
1978- 1979		<p>Orta doğu pazarına girerken muhafazakâr görüntülü üç düğmeli lacivert ceket ve etek takım. Kırmızı ve mavi dalgalı bluz.</p>
1976- 1977		<p>Ceket, etek ve şapka aynı renkte, beyaz bluz ve fular. Bluz kısa kollu tasarlanmıştır. Etekler diz boyu.</p>
1974- 1975		<p>Koyu mavi yünlü ceket. Ön ortası plikaşeli etek. Beyaz bluz kırmızı kuğu desenli logo. Beyaz, kırmızı, açık yeşil ve lacivert desenli fular.</p>

1973-		<p>Gökyüzü mavisi takım, yandan pli asimetrik etek ve melon şapka. Havayolunu simgeleyen fular.</p>
1972		<p>Üç altın rengi düğmeli lacivert ceket, Plisiz etek ve aynı renkte şapka. Yüksek veya yuvarlak yaka beyaz bluz.</p>
1970- 1971		<p>Lacivert yünlü dik yakalı ön ortasından açık tek düz (parlak) elbise. Aynı tasarım ceket. Lacivert şapka.</p>
1969		<p>Bej rengi bluz ve mini fakat vücudu sarmayan etek</p>

Tablo 3: Kore Hava Yolları'nda hostes üniforma tercihleri (1969-2005)

2000’li yıllarda ise, THY üniformaları sık sık değiştirilmiştir. 2001’de hosteslerin Vakko, stewardların Mithat tarafından dikilen üniformaları iki yıl kullanılmıştır. Tümü lacivert olarak hazırlanan hostes üniformaları yeleklerle hareketlenmiş, gece mavisi astarlar, biyeler ve işlemelerle farklı detaylar üzerinde çalışılmıştır. ‘Arka-orta yırtmaç yerine yan taraftaki kupa yerleştirilen yırtmaç, dünya modasını yansıtıyor, tek düğmeli kuplu ceketler ve gece mavisi yelekler klasik bir tarz oluşturuyordu. Turkuaz tonlarından laciverte geçen THY renkleriyle ve modern desenlerde hazırlanan eşarp ve kravatlar da üniformaları tamamlamıştır.’⁷⁶ Aynı yıl hijyen kaygısıyla, personelden gelen itirazlara rağmen stewardlarda kısa kollu gömlekler yasaklanmıştır.

THY 2005 yılında Cemil İpekçi’nin tasarımları ile ilk kez bir tasarımcı ile çalışmış ve bu sektördeki dünya trendine ayak uydurmuştur. Üniformalarda mavi, turkuaz ve lacivert ana renk olarak kullanılmıştır. Giysilerdeki ana motif olan lale, uçakların gövdelerinde, düğmelerde ve stewardların kravatların da kullanılmış, yazlık-kışlık ayrımı olmayan üniformalar, Yünsa tarafından geliştirilen Coolmax kumaşlar sayesinde, personeli yazın serin, kışın sıcak tutması sağlanmıştır. 75. yılını kutlamaya hazırlandığı dönemde THY eski çalıştığı firma olan Vakko’ya tasarım ve imalat sorumluluğunu devretmiştir.

Uçuş personeli üniformaları başlangıcından itibaren askeri uygulamalardan ve servis (hemşire ve garson gibi) üniformalarından etkilenmiş, zamanla moda unsurlarını ilave ederek manevi varlığını sürdürmüştür. Hosteslik genç kadınlar için göz kamaştırıcı bir kariyer olarak algılanıp çekici bir seçenek olduğundan, ünlü tasarımcılar tarafından üniformalarının hazırlanması ve böylece devamlı olarak havayolunun imaj ve görüntüsünü yenilemeleri istenmiştir. ‘Hava yolları birbirleriyle tasarımcılar ve yeni tasarımlar için yarış ederek, uçuş personelinin işini en iyi yapabilmesi imkânını

⁷⁶ M. Cansever, a.g.m., s.18.

sağlayan rahatlıkta ve fonksiyonellikte ve bakıldığında hemen ayırt edici olup havayolunun marka ve imajını temsil eden üniformalara sahip olmak istemektedirler.⁷⁷

Emilio Pucci'nin 1960'lardaki meydan okuması ve Balmain'in Singapur Hava Yolları için tasarladığı zarif üniformalardan sonra üniforma tasarımında çok az yenilikler görülmüştür. 1950'lerin bilim kurgu yazarlarının tahminlerinde 21.yüzyılın üniforması her iki cinsiyet içinde naylon elbise, yakasız ve kolsuz ceket ve büyük kanatlı bir apoletti ancak bu gerçekleşmemiştir. 11 Eylül saldırılarından sonra üniformalarda dünya genelinde üniformalar tekdüze ve iş hayatına hitap edecek şekilde tasarlanmış, uçuş personelinin güvenilir olma ve güvenliği sağlama imajı verilmeye çalışılmıştır. 'Hava yolları geçmişte maceracı bir marka imajı yaratma fırsatını kaçırmış olsa da, bu endüstri romantizm ve otoriter havasını hiç kaybetmeyecektir.'⁷⁸

Giyilen üniformanın yardımıyla, uçuş personeli otoritesini sağlayabilmekte yetişkin, erkek ve kadın fark etmeden yolcuların doğru şekilde oturma düzenini oluşturmalarını ve kemerlerini takmalarını sağlayarak emniyetli bir şekilde güvenilir bir yolculuk sunmaktadırlar.

2.4- ÜNİFORMA TASARIMINDA TAMAMLAYACI UNSURLAR

Aksesuarların kullanılması estetik kaygılar taşımak ve giyside görsel anlamda bütünlüycilik sağlamaktan öte, sahip olduğu işlevlerle çok önemli yere sahiptir. Çoğu zaman statü göstergesi olan kravat ya da fular kullanılmadığı takdir de tasarlanan bir takım daha serbest giyim tarzını ifade edeceğinden üniformayla verilmek istenen otorite imajı yitirilebilmektedir. Çantanın pratik işlevi ve ayakkabının ergonomik standartlara sahip olması ile personele daha rahat bir çalışma ortamı sağlanmaktadır. Ayrıca işletmenin kendi renklerini etkili bir biçimde kullandığı tamamlayıcılar olarak kravatlar, fularlar, çantalar kurumsal kimliğin önemli birer aracıdır. Tüm bunların bir araya

⁷⁷ J. Craik, a.g.k., s.118

⁷⁸ K. Lovegrave, a.g.k.,s.33.

gelmesi sonucunda hem çalışan bireyin psikolojik ve fizyolojik verimi arttırılmakta hem de işletmenin kaliteli bir stile sahip olması sağlanmaktadır.

2.4.1-Ayakkabı

Ayakkabı da, giysi gibi bedenimizi koruma ve daha rahat yürüme amacı ile ortaya çıkmış, ilerleyen zamanlarda özellikle hobilerin oluşması ve spor faaliyetlerinin artması ile ayak sağlığını koruyucu, ergonomik çok farklı ayakkabılar üretilmiştir. Ayakkabıyı tanımlarken sadece giysi tamamlayıcısı bir moda ürünü olmasından bahsedilmemektedir. Hem seri üretim yöntemleriyle hem de el işçiliğiyle üretilen bir ürün olduğu için barındırdığı işlevleri de incelediğimizde bu nesnenin tasarımı, hem moda tasarımının, hem endüstri ürünleri tasarımını kapsamaktadır. ‘Ayakkabı tasarımı, iki disiplinin iç içe geçtiği bir alandır. Ayakkabı her iki disiplinin kesişim alanına girdiğinden, bir endüstri ürünleri tasarımcısının tasarımıyla, bir moda tasarımcısının tasarımının karşılaştırmasını yapmaya olanak sağlayabilecek nitelikler göstermektedir.’⁷⁹

‘Ayakkabının ayakları koruma, ayağın kabı olduğu için ayağın ergonomi ve anatomisine uygun olma, yürüme, koşma esnasında ayak hareketlerine uyumlu olma, spor, dans, tiyatro, yoga alanlarında giyilen ayakkabıların yapılan etkinliğe göre özelleşmeleri, ayakkabının kullanılabilirlik, işe yararlık işlevleridir.’⁸⁰ Ayakkabı ortaya çıkış noktası olan korunma dışında; statü göstergesi olması, estetik unsur olması, modayla yakın bir ilişki içinde olduğu için ‘şık’ olması, sosyal bir gruba aidiyetlik duygusu vermesi, kişiliği yansıtması gibi başka işlevlere de sahiptir.

⁷⁹ D. Leblebici, **Türk Ayakkabı ve Tasarım Sorunu**, İstanbul, İTÜ Fen bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, 2004, s.82.

⁸⁰ E. Bici, **Aynı Ürün İki Farklı Disiplin: Endüstri Ürünleri Tasarımcıları ve Moda Tasarımcılarının Ayakkabı Tasarımına Yaklaşımlarının İncelenmesi**, İstanbul, İstanbul Teknik Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi, 2007.

1-Estetik işlevleri: Vücudun tüm yükünü taşıyan ayakların sağlıklı hareket imkânı verebilmesi için ayakkabının işlevsel tasarımı, ergonomik ve ortopedik yapısı, malzemesi önem taşımaktadır fakat ayakkabı yüzyıllardır ait olduğu kültürü ve cinselliği simgeleyen bir nesneye dönüşmüştür. Bu yüzden stili ve bireyin kültürüne ait aksesuarları taşıması sayesinde estetik işlevini yerine getirmektedir. Farklı tarzlardaki ayakkabı tasarımları güncel modadan kopmayarak estetik işlevini kuvvetlendirmiş, kimi zaman tek başına giysiden daha değerli hale gelmiştir.

2-Sembolik işlevleri: Ayakkabının diğer bir işlevi olan sembolik işlevi sayesinde bireyin kişiliği yansıtması, sosyal ve ekonomik gücün sembolü olması mümkündür. Fetiş objesi olması gibi özellikler de sembolik işleviyle ilgilidir

3-Manevi değer işlevleri: Ayakkabının statü sembolü olması dışında kültürel bir sembol olma özelliği de taşımaktadır. Ayakkabının, içinde bulunduğu kültürü yansıtma ve ayakkabıyla ilgili gelenekler ve batıl inançlar, ayakkabının ait olduğu kültürü simgelediğini belirtmektedir.

Günümüzde ayakkabılar birçok giysiye uyum sağlayacak şekilde farklı renk ve biçimlere sahip olsalar da, gündelik hayatta genelde daha çok düz ve rahat olanları tercih edilmektedir. Yine de ayakkabıları kullanım alanlarına göre ayırmak gerekirse, lastik ayakkabı, sandalet, yağmur çizmesi, makosen, stiletto, babet, çizme, terlik olarak sınıflandırmak mümkündür. Bu sınıflandırma içinde hostes ayakkabıları olarak ayrı bir grup yapılmamaktadır. Üniformanın tamamlayıcı aksesuarı olmasından öte standart değişmeyen maddelerinden birisidir. Daha farklı aksesuarların farklı dönemlerde kullanılmadıkları görülmüştür. ‘Örneğin şapka 1970’lerin ortalarından itibaren üniforma standartlarından biri olarak görülmemeye başlamıştır.’⁸¹ Zaman zaman moda akımlarından etkilenerek şekillenen hostes ayakkabı tasarımları olduğu görülmüştür.

⁸¹ P.S, Black, a.g.y., s. 98.

Stillerin yarattığı etkiler ve rahatlık dışında ayakkabının güvenli olması çok önemlidir. ‘Yaralanma ve hastalıktan dolayı işe devamsızlık uçuş personeli arasında dikkate değer bir şekilde yüksek olup (inşaat ve maden işçilerinden bile yüksek); uçuş personelinin kayma ve düşmelerinin en önemli sebeplerinden biri de uygun olmayan ayakkabı ve üniforma giymeleridir.’⁸²

Giyilen ayakkabı çalışan kadınların ‘çekici’ ya da ‘işinin ehli’ imajlarını görüntülemelerine neden olabilmektedir. Yapılan çalışmada çalışan kadın personelin ayakkabılarını feminen-seksi ve seksiz olmayan özelliklerine göre iki kategoriye ayırmışlardır. Ayakkabıların feminen-seksi kategorisine sınıflanan türü, moda, seksiz ve prestijli olarak algılanırken, iş için uygun olmadığı belirlenmiştir. Seksiz olmayan ayakkabı kategorisinde sınıflanan ayakkabılar ise düşük statüde ve düşük kalitede fakat işe uygun ayakkabı türü olarak algılanmıştır.’⁸³

Haise ve Rucker ABD’de iki havayolu şirketinde çalışan 120 uçuş personeli ile yaptıkları çalışmada, ayakkabının (düz ve topuklu) nasıl bir üniforma imajı yarattığı, üniforma tercihlerine etkisi ve giydikleri üniformadan memnuniyetlerini araştırmıştır.⁸⁴

Çalışmanın bulguları şu şekilde özetlenebilir:

- 1- Ayakkabı imaj üzerinde biraz etkili olabilmektedir.
- 2- Yüksek topuklu ayakkabılar alçak topuklu ayakkabılara göre daha az memnuniyet yaratan bir imaj oluşturmuştur.
- 3- Aslında iki tür ayakkabıda nötr etki yaratmıştır, bu yüzden ayakkabı seçiminde diğer konular (sağlık ve güvenlik gibi) göz önüne alınmıştır.

⁸² R. Mokhiber, ‘The Unfriendly Skies’, **Multinational Monitor**, Washington, Corporate Accountability Research Group, 2000, s.30.

⁸³ Chandler, J. L., Kaiser, S. B., Schutz, H. G. ‘Cultural Codes and Sex Role Ideology: A Study of Shoes’, **American Journal of Semiotics**, U.S, Philosophy Documentation Center, No:1, 1987, s.13-34.

⁸⁴ C.L. Haise, M. Rucker, a.g.m., s. 567.

Bununla birlikte ayakkabı tasarımındaki, özellikle stilettolardaki (yüksek topluklu ayakkabı) detayların da karşı taraftaki kişiye verdiği mesajlar önemlidir. Arkası açık ayakkabı dekolteyi, üst yüzeyi geniş oyuklu olup ayak parmaklarının çizgilerini gösteren ayakkabılar göğüs dekoltesini, iğne ve metal topuklar saldırgan cinselliği, mokasen tipi düz ayakkabılar ağırbaşlılığı işaret etmektedir. Dar etekler ve yüksek topuklu ayakkabılar olağan hareketleri dahi kısıtlayıcı nitelikte olsalar da, bu giysiyi giyen kariyer kadınları dünyaya erkekler ile yarışta olduklarını duyururken, bir yandan da yardıma muhtaç, zayıflık göstergesi giysileriyle handicap gibi görünen bir durumu avantaja dönüştürebilmektedirler. Erkekler ise bu durumdan dolayı kadınları ve giysilerini çekici bulmaktadır. 90'lı yılların sonuna doğru topuklar incelmış, ince bantlı ayakkabılar sadece gece değil günlük hayatta da giyilir olmuştur. Günümüzde ise giysilere ve giyim tarzlarına dair kurallar gittikçe ortadan kalkmaktadır. Çok şık yüksek topuklu ayakkabılar günlük hayatta da giyilebilmektedir. Ayakkabı hakkında ki tüm bu ayrıntılar üniformaya ait ayakkabıların tasarımlarında kimi zaman rahatlık için kimi zamanda feminenliği ortaya çıkarmamak adına bilinçli bir biçimde tercih edilmemiştir.

Standart uçuş görevlisi ayakkabısının basit düz bir ön kesimi (ayağa bağlaması olmayan) ve genellikle küçük bir topuğu vardır. Bu, hostes ayakkabısı simgesi haline gelmesine rağmen, aslında ilk giyilen uçuş personeli ayakkabısı değildir. Personel için rahatlık ön plandadır ve kullanım sıklığından dolayı benzer stillerdeki ayakkabılar kalıplaşmaya başlamıştır. Neredeyse 80 yıldır kullanılan ayakkabı üniformanın temel bir parçası olarak hostesliğe anlam kazandırmaktadır.



Resim 44-45-46: Klasik hostes ayakkabısı

‘İlk giyilen ayakkabılar asker ayakkabısını andıran kahverengi veya siyah renkli ve bağcıklı olmuştur.’⁸⁵ Muhabir ayakkabısı olarak bilinen, iki tonlu ayakkabılar 1920’ler ve sonrasında oldukça revaçtadır. 1930’ların sonlarında kadınlar tarafından tercih edilerek tekrar canlanma şansı yakalamışlardır. 1950’lerde Avustralya Qantas Hava Yolları yer hizmetlerinde çalışan personeli için çılgın yüksek topuklu, parmak aralı ayakkabılar, 1970’lerde ise diz boyu çizmeler tercih edilmiştir.

Farklı renk ve stillere sahip gökdelen topuklu Andre Courreges tasarımı bu çizmelerin, mini etekler ve dar pantolonlarla tamamlandığında büyük ilgi görmüş, Frank Sinatra’nın kızı Nancy Sandra Sinatra ‘These Boots Are Made for Walkin’ adlı şarkısının klibinde kullanıldıktan sonra tüm kadınlar tarafından kullanılmaya başlanmış, Pasifik Southwest Hava Yolları, Southwest Hava Yolları, Airwest Hava Yolları gibi farklı hava yolları firmalarınca kullanılarak üniforma tarihinde de iz bırakmıştır.

Braniff Hava Yolları için tasarımcı Beth Levine tarafından hazırlanan iki renkli alternatif giyime müsait olan ayakkabılar 60’lara damgasını vuran üniformalarla renk bütünlüğü sağlamıştır.



Resim 47-48: Braniff Hava Yolları ayakkabı ve çizmesi

⁸⁵ P.S, Black, a.g.y., s. 99.

‘Bu çılgın ayakkabı tercihlerine rağmen havayolu personeli ayakkabıları hep kullanışlılığı ön plana çıkartılarak tanımlanmıştır.’⁸⁶ Genel olarak bakıldığında, uçuş personelinin ayakkabıları her zaman tasarlanırken klasik ayakkabı stili korunmuş, özellikle renk seçimleri ile farklar yaratılarak giysiyi tasarım yönünden destekler bir aksesuar ortaya konmuştur.



Resim 49: 1970 Go Go Boots

⁸⁶ P.S, Black, a.g.y., s. 100.



Resim 50: Emirates Hava Yolları üniformaya uygun renkte hazırlanmış ayakkabılar

En büyük değişim kış ayları için tasarlanan çizmelerle görölmüş ya da kültürel giysiler kullanan Singapore Hava Yolları gibi firmalarda farklı desen ve uyumlu ayakkabılarla farklar yaratılmıştır.



Resim 51-52: Singapore Hava Yolları sandalet ve ayakkabısı

Qantas Hava Yolları hosteslerinin farklı dönemlerdeki üniformalarını tamamlayan ayakkabılarında, çok büyük farklılıklar olmadığı, günün stili doğrultusunda ufak değişikliklerin olduğunu gözlemleyebilmekteyiz.



Resim 53: Qantas Hava Yolları farklı dönemlerde kullanılan üniformaları



Resim 54-55: Klasik tarzda pilot ayakkabısı

Sivil havacılık tarihinde çok fazla değişime uğramayan pilot üniformaları gibi ayakkabı stillerinde de büyük farklılıklar oluşmamıştır. Resmi tarzdaki giyime uygun olan Oxford stili ya da Brogue* stili ayakkabılar dönem dönem tercih edilmiş, pilot ayakkabılar büyük oranda siyah erkek hostes ayakkabıları ise gerekli görüldüğünde renkleri ile değişim yaratılarak firmanın tasarımlarına uyum sağlanmıştır. Farklı yıllarda kadın ayakkabılarında da görülen burundaki farklar, dönemin moda akımlarından etkilenen en büyük detayı olmuştur.

Ayakkabılar üniformayı tamamlayan aksesuarlardan öte bir niteliğe sahip olup sadece estetik işlevi ile değil sağladığı ergonomi ile personelin verimliliği için önemsenmesi gereken bir nesne olmaktadır.

2.4.2- Çanta ve Bagaj

Günümüzde çantalar artık ayakkabılar gibi moda objesine dönüşmüş, kullanım pratikliği dışında kalite ve lüks kavramını yansıtır olmuşlardır. Çantalar plastik dahi olsa taşıdıkları marka logosu ile kişiye kendinin statü sahibi olduğu hissini vermiştir.

1-Estetik işlevleri: Günümüzde çanta için estetik işlevin önemi pratik işlevle aynı değere sahip olmuştur. Farklı tarzlardaki ve malzemelerdeki çantalar tüketiciye alternatifler sunarken beraberinde estetik işlevin ön plana çıkmasını sağlamaktadır. Tamamlayıcı bir aksesuar haline dönüşmüştür.

2-Sembolik işlevleri: Lüks kavramını temsil eden aksesuardır. Çok kaliteli malzemeler kullanılarak yapılan marka çantaların yanı sıra malzemesi plastik olsa bile markanın logosunun basılı olması çantanın aynı değeri korumasını ve statü göstergesi olmaya devam etmesini de sağlamaktadır. Eski zamanlarda ise genç kızlar arasında çantaların üzerine yapılan işlemler evlenilebilir olmak için gerekli bir kabiliyet olarak görülmüştür.

3-Pratik işlevleri: Lüks kavramını temsil eden aksesuar olarak gördüğümüz çantanın ilk kullanılma amacı günlük kullanım gereksinimlerinden ortaya çıkmıştır. Farklı tipteki çantaların farklı pratik işlevleri mevcuttur fakat genel prensip bir objeyi ya da objeleri bir arada rahat bir şekilde tutabilme ve taşıma kolaylığı sağlayabilmesidir. Koruma, taşıma, bir arada tutma her zaman için geçerli olan pratik işlevler arasında bulunmaktadır. Zamanla taşıma olgusundan çok sembolik değerleri ağır basan bir aksesuar haline dönüşmüş olan çanta bu anlamda farklı gruplara göre anlamını değiştirebilmektedir.

Havayolu şirketlerinde çalışan uçuş personeli, kısa ve uzun uçuşlar ardından belli sürelerde gittikleri şehirlerde kalma durumları oluşmaktadır. Farklı ihtiyaçlarını karşılamak için çok çeşitli kategoride objeyi yanlarında taşıdıkları için bunları düzgün yerleştirebilecekleri ve tasarruflu yer işgal edecekleri, pratik ve fonksiyonlu çantalara her zaman ihtiyaç duymuşlardır.

Uluslararası Hava Taşımacıları Birliği (IATA) standartları belirlemiş, yolcunun 'kişisel eşyası' kabul edilen çantanın boyutları uzunluk 56, en 45 ve derinlik 25 santimetre olarak bildirilmiştir. Bu boyutlara çantanın tekerlekleri, çekecek bölümü ve sapı da dâhildir. Bavul ve el bagajı konusunda uzman imalatçı Samsonite, bu ölçülerde pazara giren ilk şirket olmuştur. Türk Hava Yolları'nın şu anda kullanılan kabin görevlilerin çanta ve bagajları da Samsonite markasının tasarımlarından oluşmaktadır.

Boyutlar konusunda kurallar giderek sıkılaştırılmış, IATA bavul imalatçılarıyla birlikte çalışmış ve yeni ürünlerin belirlenen standartlar içinde kalmasına dikkat edilmiştir. Artık tüm çanta üreticileri 'uçuş çantası' olarak çıkardıkları modellerde bu ölçülere önem vermektedir.

Hava yolları kabin bagaj kuralları:

THY: 20 X 40 X 60 cm

Ağırlık: 8 kg

Air France: Maksimum 115 cm

Ağırlık: 10 kg

Alitalia: 35 X 25 X 55

Ağırlık: 5 kg

American Airlines: Maksimum 114 cm

Ağırlık: 18 kg

British Airways: 56 X 45 X 25 cm

Ağırlık: 6 kg

KLM: 55 X 35 X 25

Ağırlık: 12 kg

Singapur: 115-55 X 40 X 20

Ağırlık: 7 kg

Hava yolları ise onları denetleyen havacılık otoriteleriyle birlikte kurallara daha da dikkat etmektedir. Çünkü verilecek tavizler uçuş emniyetini tehdit etmektedir. Başüstü bagaj bölümlerini zorlayan, standart olmayan çantalar uçuş sırasında bu kapakların açılmasına neden olmaktadır. Her yıl yüzlerce yolcu yukardan düşen çantalar nedeniyle yaralandığı için son günlerde özellikle Amerika'da bu konuyla ilgili yeni bir tartışma başlamış, yaralanmaları önlemek amacıyla baş üstü bagaj bölümlerinin yasaklanması bile gündeme gelmiştir.

Bu gibi standartlaşmalar yolcuların güvenliği için önemli olduğu kadar firmaların bütçelerinde de önemli bir fark yaratmadır. THY bu konuyla ilgilenecek çıkarılan istatistikler sonucunda THY günübirlik uçan kabin görevlisinin valiz kullanmadığında yıllık 506 bin dolar yakıt tasarrufu sağladığı sonucuna varmıştır. Bu durum karşısında Türk Hava Yolları, kabin ekiplerinin yanlarında taşımakla yükümlü oldukları doküman ve man ellerin uçaklara yerleştirilmesinde yeni düzenleme getirmiştir.

1-THY kabin görevlileri bundan böyle günübirlik i  ve dış hat uçuşlarda kullandıkları i  yatı valizlerini taşıyamayacak ve sadece yanlarında el çantası götürebilecek.

2-THY kabin görevlileri sefer sonrası yatı gerektiren uçuşlarında ise yine bu valizleri taşıyabilecek.

Kabin görevlilerinin İ  yatı valizlerini taşıma gerekliliğinin neden kaldırıldığını THY şu nedenlerle açıkladı: i  yatı valizlerinin günlük i  ve dış git gel uçuşlarında kullanımının kaldırılması;

- 1- Valizlerin yıpranma oranını azaltarak üç yılda bir alınan valizlerin alım süresi uzayacaktır.
 - 2- Kabin ekibi sayısının artması ile kabin ekibi görev bekleme salonunda, valizlerin kapladığı alan, hem güvenlik açısından hem de konfor açısından meydana gelen olumsuzluklar ortadan kalkacaktır.
 - 3- Ekip odalarındaki yoğun valiz trafiğinden dolayı yaşanan, valiz karışıklıkları zaman zaman uçağa geç gidilmesine ya da ekip üyesinin uçuşuna devam edememesine, dolayısıyla, operasyonel aksaklıklara sebebiyet vermektedir. Bu uygulama, bu aksaklıkların önüne geçecektir.
 - 4- Valizlerin taşınması esnasında, yaşanan zorlamalar, bel, boyun, el gibi eklemlerde çeşitli mesleki hastalıkların ve iş kazalarının görülmesi azalacaktır. Coat room(elbise dolabı) olmayan uçaklarda business sınıfı ilk sıralarındaki baş üstü dolapları ve ekonomi sınıfı son sıralardaki baş üstü dolapları ekip kullanımına ayrıldığından, bu uygulamadan dolayı yolcu memnuniyetsizliği azalacaktır.
- 1970'lerde havayolu şirketlerinin getirmiş olduğu bir standartla yolculara özel küçük çantalar dağıtılmıştır. Yolcular için olan bu çantalar kabinlere alacakları eşyaların daha düzenli durmaları için düşünülmüştür. Dağıttığı bu özel küçük çantaların en ünlüsü de Pan American Hava Yolları ait olanıdır.



Resim 56: Pan American Hava Yolları çantası

Pan Am bu alandaki çalışmalarını halen sürdürmekte ve retro görüntüye sahip olan bu çantalara yeni kategorilerde tasarımlar ekleyerek (günlük çanta, laptop çantası, yolculuk çantası, pasaport cüzdanı) satışlarına devam ettirmektedir.



Resim 57-58: Pan American Hava Yolları cüzdan ve pasaport kılıfı

Pan Am Hava Yolları tasarımlarını güncelleyerek devam etmekte 80. yıl için sunulan limitli el yapımı çantalarıyla marka imajını yenilemektedir.



Resim 59: Pan Am Hava Yolları 80. yıl tasarımı



Resim 60: 1964 BOAC Beatles grubu Londra Havaalanı.



Resim 61-62: Farklı ülkelerin havayolu firmalarının kullandığı çantalar

Çok popüler olan bu çantalar zamanla gelişmiştir. İlk olarak uçuş personelinin tercih ettiği altında tekerleklerin bulunduğu 'çek çek' olarak adlandırılan küçük bavullar yolcular arasından da sağladığı rahatlık sayesinde hemen kullanılmaya başlanmıştır. Firmalar tarafından 'uçuş çantası' (flight bag) olarak adlandırılan yolculara yönelik yeni bir stil oluşmuştur. Uzun yolculukların artması bagajların boylarının büyümesini beraberinde getirmiş ve kabin içinde farklı zorlukları meydana ortaya çıkmıştır. Bu bagajlar baş üstü dolaplara sığmadığı gibi koridorlarda da problem teşkil etmişlerdir.

Bavul üreticileri Samsonite ve Delsey, hostes çantalarında duyulan ihtiyaçlardan yola çıkarak, standart ölçüler dışında uçak yolcuları için çok özel tasarım modeller hazırlamışlardır. Yeni nesil havayolu çantaları şıklık veya kullanılabilirlik tasarımlarından öte uçakların kabinlerine rahatça girebilecek boyuttadır.

Bavul imalatçısı büyük şirketler Samsonite ve Delsey uçak yolcuları için genellikle iki tür çanta üretmişlerdir. Bunlardan en çok kullanılanlarından biri pilot tipi olarak adlandırılmaktadır. Bu tür çantalar 'Bond' tipinde ancak eni Bond'lara göre iki ya da üç kat daha fazla. Üstten tutma sapıyla elde taşınabilmekte içindeki birçok bölme sayesinde farklı belgelerin bir arada taşınmasını amaçlamaktadır.



Resim 63-64-65: Pilotların kullandığı ilk dosya çantalar ve güncel elektronik çanta

Diğer model ise 'hostes tipi' olan alt tarafında tekerleği bulunan bavul-çantalar. Üstten çıkıp girebilen ve uzayabilen tutma sapıyla çekilmektedir. Her iki çanta da standart boylara sahip olmalarının yanı sıra uçak yolculuğu için çok rahat kullanım



Resim 66-67-68: TWA çanta tasarımı

Bazı hava yolları, zarafetlerini tamamlamak için hosteslerine Avustralya Qantas Hava Yolları gibi, üniformaya eşlik eden eldiven ve el çantalarını da personeline dağıtmıştır. Siyah dikdörtgen şeklinde el çantası, çantaya uygun klip ve toka ve bu çantayı uçuş personeli her daim ihtiyaç duyarak yanlarında taşımışlardır. Genelde dirsek üzerine kollarına taktıkları bu çantalar vasıtasıyla hostesler dünya çapında birbirlerini tanıyabilmişlerdir.

Samsonite moda tasarımcısı Victor&Rolf ile 'seyahatin altın çağı' adlı bir koleksiyon hazırlayarak estetik işlevi vurgulamış, şık tasarımları gündeme getirmiş ve koleksiyonun eğlenceli yönünü göstermek adına 1960'ların özel yapım uçaklarının baskıları kullanılmıştır. Kullanılan kurdeleler ve oyuncak uçak şeklindeki baskılar uçak seyahatinin popüler dönemini yansıtmayı hedeflemiştir.

Tüm hava yolları firmaları kabin görevlilerine çanta ve bagaj dağıtmadı için ve görevlilerin bütçelerine uygun bagajları temin edebilmeleri için bu konuyla ilgilenen farklı firmalarda mevcut bulunmaktadır. Bunun için geliştirilen çantalardan en yaygın olarak kullanılan 'Travel Go' markasının ürünleri olmuştur.



Resim 69: Samsonite Viktor&Rolf tasarımı



Resim 70: Travel Go bagaj tasarımları

Bu nedenle farklı dönemlerde marka imajını da destekleyen çantalar hazırlanmıştır. Aşağıdaki göreceğiniz resimlerde belli dönemlerde kullanılan çantalar yer almaktadır. Çantaların daha çok fonksiyonel gerekliliğinden ötürü çantaların iç tasarımları daha

dikkat çekici olmuştur. Belli firmalar daha farklı tasarımlar üzerinde çalışsalar da, havayolu firmaları arasında genelde standarda yakın çantalar tercih edilmiştir.



Resim 71: Yuvarlak örneği



Resim 72: 2 renkli çanta örneği

2.4.3- Şapka

Varlıklı olmanın, dinin, milliyetin, politik görüşün, mesleğin anlaşıldığı bir işaret olmuştur. Ülkelerin varlık göstermeye ve karşı karşıya gelmeye başladığı dönem içinde insanların yabancıları tespit eden somut bir sembol olarak yardımcı olmuştur.’⁸⁷

Şapkanın en önemli işlevleri arasında;

- 1- başı koruma,
- 2- önemli bir statü sembolü ya da kişilik göstergesi olma özellikleri vardır.

⁸⁷ Mc Dermott, a.g.y., s.48.

Şapka dönem dönem sadece yoksulların ya da varlıklı kişilerin kullandıkları bir aksesuardır. Kralın kullandığı taç tam anlamıyla güç sembolü olma özelliğini taşıırken, başı koruma amacı ile kullanım ise daha çok düşük sınıflarda görülmüştür. Birçok dönem şapkalar üniformaların da bir parçası olmuştur. Siyasi ve dinsel mesajlar taşıyabilmekte, bir sınıfa, bir başkaldırıya ya da bir düşünceye ait olmanın göstergeleri olabilmektedir. Asker, denizci, aşçı, kovboy, polis gibi profesyonel olarak hayatın içinde konumlanan mesleklerin giysileri, mesleki bağlamda kullanımlarının dışına çıkarak, anlamlarını yitirmeden sivil giysilere uyarlanarak, insanların günlük kullanımına sunulmuştur.

1950'lerde şapkalar giysilere uyumlu, giysinin tamamlayıcısı olarak kullanılmaya başlanmıştır. 'bouche' üstü açık spor otomobiller, kadınların saçlarının bozulmaması için başlık giymesini gerektirmiştir.

1950'lerden sonra şapka modelleri sınırsızlaşmaya, kuralsızlaşmaya başlamıştır. Önceki yıllarda, bir etiket olarak, itibar amacı ile takılan şapka, yerini kişisel tercihlere bırakmıştır. Kadınlar kendilerini şapka ile farklılaştırmaya gidebilmişlerdir. Bu gelişmeler paralelinde geleneksel kadın şapkacılığında gerileme olmuştur. 60'ların sonunda şapka formları erkeksileşmiş ve bu form günümüzde de geçerliliğini korumaktadır.

1960'lara kadar, erkekler arasında toplumsal statü ayrımını belirtmede en önemli rolü oynayan giyim eşyası şapka olmuştur. 1960'larda bu rolü yerine getirmeyi bırakması olgusu, 20.yüzyılın ilk yarısı boyunca giyilmeye devam edilen şapkanın 19.yüzyılda dönemin toplumsal çevresine özellikle uygun olduğunu göstermektedir. 19. yüzyıl boyunca birçok yeni şapka türü ortaya çıkmış ve toplumun farklı katmanlarda hemen benimsenmiştir. Şapkalar, ceket ve paltolardan daha düşük bir harcamayı temsil ettiklerinden, geleneksel sınıf sınırlarını belirsizleştirmek ve dönüştürmek için ideal bir fırsat sağlamıştır. Erkek şapkaları ayrıca belli şapka türlerinin belirli toplumsal tabakalarla yakından ilişkili hale gelmeleri olgusunda görüldüğü gibi toplumsal statü

konusunda yanılmak yerine statü talebinde bulunmak ve mevcut statüyü korumak için kullanılmıştır. Bir erkeğin üstlerine saygısını ifade etme yollarından biri olan ‘şapkayla selamlamanın incelikli adetleri sınıf sınırlarını belirlemede şapkanın önemini yansıtmaktadır.) Aileyi kamu alanlarında erkek temsil ettiğinden ailenin statüsünü belirtmek için kadınların şapkalarından çok erkeklerinki kullanılmıştır. Kadın başlıkları bu dönemde erkeklerinden daha çeşitli ve daha bireyseldir. Kadın şapkaları toplumsal statüyü belirten kodlanmış işaretleri nakletmekten çok dikkat çekici bir tüketime örnektir. ‘Yeni bir şapka türü ortaya çıktığında çoğu kez bir dönem farklı toplumsal sınıfın üyeleri tarafından giyilmiş ama er geç kendi ‘niş’ini bulmuş ve belirli toplumsal sınıfın ayrıcalığı haline gelmiştir.

19. yüzyılın başlarında ortaya çıkan kasket, silindir şapka gibi ilk kez silahlı kuvvetler mensupları tarafından kullanılmıştır. Yüzyılın ortalarında ise işçi sınıfıyla özdeşleşmiş ve en sıradan başlık olmuştur.

Günümüzde şapka, üniformalarda kullanılmasının yanı sıra sivil hayatta özellikle güneş, yağmur gibi hava koşullarından korunmak için tercih edilirken, fonksiyonellik estetik ve görsel bir anlatımının olmasının önüne geçmiştir. Fonksiyon yaygın kullanım için geçerli iken günümüzde şapkanın modern anlamı ve anlatımında farklı bir yer edinmiştir. ‘Şapkaların yaygınlığı, bireyin toplumsal statüsünün diğerleri tarafından, diğerlerinin toplumsal statüsünün de birey tarafından hemen fark edilebilmesine verilen önem gösterir. Şapkalar zaman zaman statüyü belirsizleştirmeye olanak sağlamış olsalar da öncelikli görevleri toplumsal statüyü ifade etmek gibi görünmektedir.’⁸⁸

Yakın zamana bakıldığında eğitilmiş ve batıya dönük kadınların tercihleri arasında görülmektedir. 20.yüzyılın başında şapka kadınlar için bir moda aksesuarı olmanın ötesinde belirli bir role sahip olmayı sürdürmüştür. Şapka alımı ve kullanımı da aynı şekilde değişmiştir. Günümüzde şapka kullanımı sadece resmi ve mesleki durumlar için

⁸⁸ A. Lurie , **The Language of Clothes**, London, Great Britain, Butler & Tanner Ltd, Frome and London 1981, s.142.

geçerliyen, şapkanın büyüklüğü, rengi, makyaja, saç ve giysi modası doğrultusunda dekoratif etkileri sebebiyle seçilir hale gelmiştir, kişisel tercihlere göre şekillenen bir durumdadır.

Pilotların kullandıkları şapkalarda tam anlamıyla üniforma değerini taşıyan giysilerini her dönemde yer almış, stili değişmemiş fakat formu detaylarla yorumlanmış, daha çok deniz kaptanlığı şapkasına benzer özellikler taşıyan bir statü göstergesi olarak üniformalarını tamamlamıştır.



Resim 73-74-75-76: KLM Hava Yolları



Resim 77-78-79-80: Pan Am Hava Yolları

Üniformaya uygun kriterler içinde dönemin modasının ya da kültürün yansıtıldığı modellerin kullanıldığı görülmüştür. Belli dönemlerde modanın yarattığı ilginç stiller

üniforma tasarımına ters düşeceği için tercih edilmemiş, üniformayı tamamlayıcı aksesuar olarak görülmüş ve klasik şapkalar yorumlanmıştır.



Resim 81: 1960 Braniff Hava Yolları Emilio Pucci hostes şapkası tasarımı

70'lerde şapkalarda vizon, tilki, leopar, benekli yaban kedisi gibi hayvan derisi dokuları popülerleşirken, giysi ile aynı desene sahip şapkalar da tercih edilmiştir. Türkiye de ise



Resim 82: Kültürel tarzda şapka örneği

2.4.4- Kravat ve Fular

1635’de, 30 Yıl Savaşları sürerken Fransız Kralı XIII. Louis için savaşan Hırvat askerleri aileleri tarafından uzakta oldukları için ve batıl inançlarından yola çıkarak verilen boyun bağları dikkat çekici bir ayrıntı olarak ortaya çıkmıştır. Bu durum Fransız modacıların tarafından farklı şekillere dönüşen bir aksesuar olmuştur.

1974 yılında Çin’ de yapılan bir kazı çalışmasında ise MÖ 3.yüzyıla kadar dayanan bir tarihi olabileceği düşüncesi gündeme gelmiştir. Bu kazıda imparator ve askerlerin soğuk mevsimlerde kullanmak üzere taşıdıkları aksesuarlar ayrıca yine dini inançlarından yola çıkarak yaşam enerjilerini taşıdıkları bölgeyi koruma ihtiyaçlarından doğabileceği görülmüştür. ‘Ruff’ denilen firfırlı boyun bağlarını kullanan Fransızların kolay kullanım koşulları taşıdığı için kravat ilgilerini çekmiş ve kısa zamanda askeri üstünlüklerini vurgulama adına Fransız aristokrasisi tarafından kullanılmaya başlanmıştır. Günümüzde de kravatın renkleri, kullanılan desenler, bağlama şekilleri sosyal sınıflar arasındaki farklılıkları, politik görüşleri yansıtan semboller olmuştur. Bugün, devlet memurları, lise öğrencileri ve iş dünyası için olmazsa olmaz bir zorunluluğa dönüşmüş ve statü belirtmenin en belirgin ve yaygın kullanılan aksesuarı olmuştur.

Havayolu firmalarında çalışan erkek kabin memurları için kravat otorite görüntüsünü tamamlayan ve firmanın kimliğini belirgin hale getiren en önemli ayırıcı aksesuar olarak önem taşımaktadır. Erkek giysilerinin daha yalın çizgilere sahip olmasından dolayı kravatın işlevi otorite dışında fark yaratmak ve çalıştığı firmayı belirgin hale getirmektir. Crane kravatın toplumsal kimlikteki yerini ‘Kravat, ister muhafazakâr ister frapan olsun giyenin takım elbise aracılığıyla verdiği mesaja bağlılık düzeyinin bir göstergesi olarak iş görür.’⁸⁹ diye açıklamıştır.

Bazı havayolu şirketlerinde yer hizmetleri ve uçuş hizmetlerinde görevli olan çalışanları ayırt etmek içinde farklı kravat kullandıkları görülmüştür. Diğer yandan birbirinden farklı bağlama ve düğüm şekilleri olan, fular; ressamaların, askeri uniformaların, hosteslerin, izcilerin ve Fransız kadınlarının sembolü olmuştur.



Resim 83: Emirates Hava Yolları kravatı

Fular ve kravatla sağlanan dik yakanın vermiş olduğu güçlü ifade görevin bilincini edinmeden çalışanlara yardımcı olmuş, farklı işletmelerdeki personeller alınan görüşlerde; uniformalarını taktıklarını aksesuarlar sayesinde kendilerini daha değerli

⁸⁹A.Lurie , a.g.y, s.142.

hissettiklerini belirtmişlerdir. Küçük bir detay olarak görülen fular firmanın kimlik ve kişinin otorite imajını kuvvetlendirmiştir.



Resim 84-85-86: Thai Hava Yolları 2006 -2010

Bu konu üzerine farklı araştırmalarda yapılmış ve çalışanların, özellikle kadın personelin, imajı üzerinde etkili olan iki giysi unsuru ayakkabı ve elbise yakası olduğu görülmüştür.



Resim 87-88-90: 1980 Eastern Hava Yolları

1990 Eastern

Johnson, Crutsinger ve Workman (1994) elbisenin yaka türüne göre (kravat, fular ve hakim yaka) kadın çalışanların işlerinde terfilerle arasındaki ilişkiyi araştırmıştır.

Elbisesinin yakasında fular olan kadın çalışanlar kravat ya da hâkim yaka giyen kadınlara göre daha fazla terfi aldığı belirtmiştir.



Resim 91-92-93: 1970 TWA



2000 TWA

ABD’de iki havayolu şirketinde çalışan 120 uçuş personeli ile yaptıkları çalışmada, üniformada tercih ettikleri yaka türü (fular, kravat ve hâkim yaka, üniforma tercihlerine etkisi ve giydikleri üniformadan memnuniyetlerini araştırmışlar ve şu sonuçlar belirmiştir.’⁹⁰



Resim 94-95-96: 1980 Pan Am Hava Yolları

⁹⁰ C.L. Haise, M. Rucker, a.g.m., s.566.

Çalışmanın bulguları şu şekilde özetlenebilir.

- 1- Yaka türü ve ayakkabı çeşidinin farklı kombinasyonlarının uçuş personelinin üniforma tercihi üzerinde etkisi olmamıştır.
- 2- Yarattığı imaj açısından yaka türü ve ayakkabı çeşidi etkili olmuştur.

Kravat, hâkim yaka ve fulara göre personelin daha yetkili fakat pek şirin (cana yakın) olmayan bir görüntüde algılanacağını düşündürmüştür. Disiplinli olmayan hatta saldırgan olabilen yolcular için böyle bir giysinin giyilmesi otorite sağlama ve araya mesafe koyabilme açısından faydalı olmaktadır.

Üniformalarda firmalar arası farkı yaratmak için özellikle fular ve kravatlarında kendilerine ait tüm renkleri ve amblemleri bir arada kullandıkları görülmüştür. Ayrıca tasarımı yapan kişinin için ismini yansıtmak adına bir araç olduğu görülmüştür.

THY personel giysilerinin genel görüntüsü lacivert ve klasik çizgiye sahiptir. Birçok firma için klasikleşmiş bu rengi, turkuaz tonlarından laciverte geçen THY renkleriyle ve modern desenlerde hazırlanan eşarp ve kravatlar sayesinde hem hostes şıklığını tamamlamıştır hem de marka kimliğini belirginleştirdiği görülmüştür.

3- ÜNİFORMA TASARIMINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Tasarım konusu, genellikle uygulamalı sanatlar, görsel sanatlar, mühendislik, mimari ve diğer yaratıcılık gerektiren alanlarda incelenmektedir. Tasarlamak, hangi alanda olursa olsun yeni bir nesne için bir plan yaratma ve geliştirme sürecini ifade etmektedir. Bu durumda farklı alanlar da olsa tasarım, bir sanat ifadesi olarak görülmektedir. Sanatta yaratılan ahenk, çizgi, şekil, renk ve doku gibi sanat bileşenleri ve denge, oran, uyum, birlik gibi sanat prensiplerinin uyumlu bir biçimde düzenlenmesinden ortaya çıkmaktadır. Sonuç olarak bir giyim ürününün tasarımı da bu unsurlara dikkat edilerek oluşturulmaktadır. Bireyin konfor isteği, sosyal sınıflaşmalar, kültür, işlevsellik özellikleri, tasarım bileşenleri ve prensipleri kadar giysinin yapısının oluşmasında etken faktörlerdendir. Moda akımlarında oluşan yapısal farklılıklar, renk değişimleri de üniformayı farklı zamanlarda etkileyen ve yenilenmeyi sağlayan önemli bir değişkendir.

3.1- MODA

Evrimsel süreçten geçen insan; örtünme, ısınma gibi temel ihtiyaçlarını karşılamak için başlattığı hareketlerin beraberinde giyinme olgusunu ortaya çıkarmış ve bunun sonucunda 'giysi' oluşmuştur. İnsanlığın çok hızlı yenilenmesi ve gelişmesi ile bireylerin sürekli daha rahat, daha şık giyinme ayrıca farklı olma isteklerini de arttırmış ve bu durum modanın giyim üzerinde yoğunlaşmasında etken olmuştur.

Moda kavramı değişik kesimlerce çok farklı şekilde tanımlanmıştır. O yüzden burada değişik boyutları yansıtabilecek şekilde tanımlar sunulmuştur.

- 1- Belirli zamanlarda çeşitli alanlarda meydana gelen, kitleler tarafından benimsenen, tutulan yenilik ve stillerdir.
- 2- İnsanların değişiklik arama ve yeni biçimler ortaya koyma tutkusudur.
- 3- Toplumlarda süslenme ve değişiklik ihtiyacından doğan geçici bir yeniliktir.
- 4- Toplumların, geleneklerin ve olayların yansıdığı bir büyüğü aynadır.

- 5- Toplumlarda giderek yaygınlaşan ve her kesimi değişik biçimde etkileyen bir olgudur.
- 6- Belirli bir zaman içerisinde insanların çoğunluğu tarafından satın alınan ve kullanılan şeydir.
- 7- Sosyal grup üyelerinin büyük bir çoğunluğu tarafından geçici olarak benimsenmiş zamana ve duruma göre sosyal olarak algılanan bir davranış biçimidir.

‘Modada amaç yararlı olmak değil değişik olmaktır.’⁹¹ Ya da modanın amacı; ‘nesneye şekil, biçim ve model vermek, uyarlamak, güzelleştirmek ve yeni bir hava kazandırmak.’⁹² diyebiliriz.

Fred Davis ise; moda döngüsünü temelde Gestalt Teorisine dayandırarak açıklamayı tercih etmiştir. Teori, modada döngüye sebep olan etkenleri biyolojik ve fiziki etmenler kadar psikolojik etmenlerin daha derinden etkilediği görüşüdür. Bu teori çerçevesinde yazar moda döngüsünü ‘modaya yeni bir bakış, giyim tercihlerinde bariz bir değişimle birlikte moda döngüsünün ilk basamağını teşkil eden modaya giriş basamağı sonrası peşi sıra gelen akımlar ve tercihlerin mevcut modanın yerine geçip, popülaritesini kaybetmesi’⁹³ yani eskime basamağına kadarki süre olarak açıklamıştır.

Bu değişim isteği ve evrimsel sürecimizi tamamlamadığımızı düşünürsek moda, ilerleyen dönemlerde insanlığın gelişimi ile kendini güçlendirmeye devam edecek ve kendine yeni anlamlar yükleyecektir. Değişkenlik özelliğinin yanında modanın dinamik, özgür, geçici ve yaratıcı olması her zaman ayakta kalmasını desteklemiş, toplumun sürekli yeni ürünler istemesine neden olmuştur. Bu özelliklerin birleşiminden de büyük bir pazarlama faaliyeti doğmuştur.

⁹¹ M.De. Sausmarez, **Basic Design**, London, Herbert Press, 1983, s.56.

⁹² A.g.k., s. 57

⁹³ F. Davis, **Moda, Kültür ve Kimlik** Türkçesi: Özden Arkan, İstanbul, Yapı kredi Yayınları, 1997.

İlk olarak sadece temel ihtiyaç olan giysi ürünü daha sonraları yenilenme dürtüsü ile modanın tesiri altında kalmış, ilerleyen zamanlarda gelişen bireylerin toplumsal olayların ardından tepkilerini dile getirme ve karakterlerini ortaya çıkarma istekleri ile giysi sosyal statü ve sınıf belirleyici bir rol edinmiştir. Böylelikle giysiye moda olgusu dışında yeni bir anlam yüklenmiş ve form olarak üniforma şeklini almıştır. ‘Üniforma kurumlara istikrarlı ve standart bağlantılar kurulabilmesini sağlamak için tasarlanmıştır; hâlbuki moda geçici, doğasında popülerlik olan ve metalaşma bağlantılı bir kavramdır. Modanın geçici mantığı, yakın geçmişten yoksun bırakmak ve orijinallik ve yenilik iken, üniforma ise sezonluk değişimlere tabi değildir. Üniforma sürekli geçmiş referans etmekte ve tek bir dil ve görünüme referans olmaktadır.’⁹⁴

‘Üniforma üzerinde sezonluk moda akımlarının etkisi olmasa bile, üniformada yapılacak değişimler kurumun ne mesaj verdiği ve bu mesajın değişip-değişmemesi gerekeceğini söylemektedir.’⁹⁵ Moda ürününden farklı anlam taşısa da günümüz hava yolu şirketleri bitmek bilmeyen gelişimin sürecine ayak uydurmuş ve üniformayı temel anlamından biraz uzaklaştırarak, moda kavramını ve ona ait tüm özellikleri kapsayan mesajlarla yorumlamış ve tam anlamıyla pazarlama aracı haline getirmiştir.

Üniformanın amacı dışına çıktığını söylememiz mümkün değildir sadece rekabetçi hava yolu şirketleri hostes üniformalarına moda olgusunun özelliklerini de ekleyerek yeni bir imaj elde etmiştir. George Simmel de giysinin sosyal sınıfla ilgili olarak bir taklit ve ayırım sistemi olduğunu belirtmektedir

Modanın nasıl bir tarihsel değişim tarafından belirlendiği veya tarihsel değişimi modanın takip ettiği yönünde verilmiş bir karar görülmemektedir. Moda kolayca kendi ritmini üretebilir. Değişimler, genel tarihten bağımsız olarak gerçekleşmekte, kısmen konjoktürel geçmiş yansıtabilen moda akımları da görülebilmektedir. Bu karmaşık ilişkiyi daha da zorlaştıran bazı sorular şunlardır. 1960’larda görülen mini etek cinsel

⁹⁴ P.S, Black, a.g.y., s.82.

⁹⁵ P.S, Black, a.g.y., s. 83.

özgürlüğün bir ürünü müdür? 1980'lerde 'başarı için takım elbise iş dünyasının bir ürünü müdür? Ulusal hava yollarındaki yerli kültürü yansıtan tasarımlar sömürge ve kolonize eden ülke arasında uzlaşmanın bir göstergesi midir? Ancak, yukarıdaki gibi yaşanan tarihsel süreç değişen moda için gerekçe sayılamaz. 'Konjoktürel değişimler göz önüne alındığında, modadaki doğrusal değişimler sezonluk tercihlerle değişiklikler göstermektedir.'⁹⁶

1900'lere baktığımızda bu etkilenmeler görülmüş ve moda tarihinin başlangıcı olarak kabul edilmektedir. '20.yüzyılda teknolojinin gelişimi, şehirleşme ve sosyal hayatın gelişmesi, kadınların toplumda daha aktif rol oynamaları, hür ve eşit olma arayışları, geleneksel tutumlara karşı çıkma eğilimi, sanatta mekanikleşmeye karşıt görüşler ve ülkeler arası kültürel etkileşimler modayı etkileyen unsurlar arasındadır.'⁹⁷

3.1.1- 1900–1920 Yılları Arasında Moda Akımları

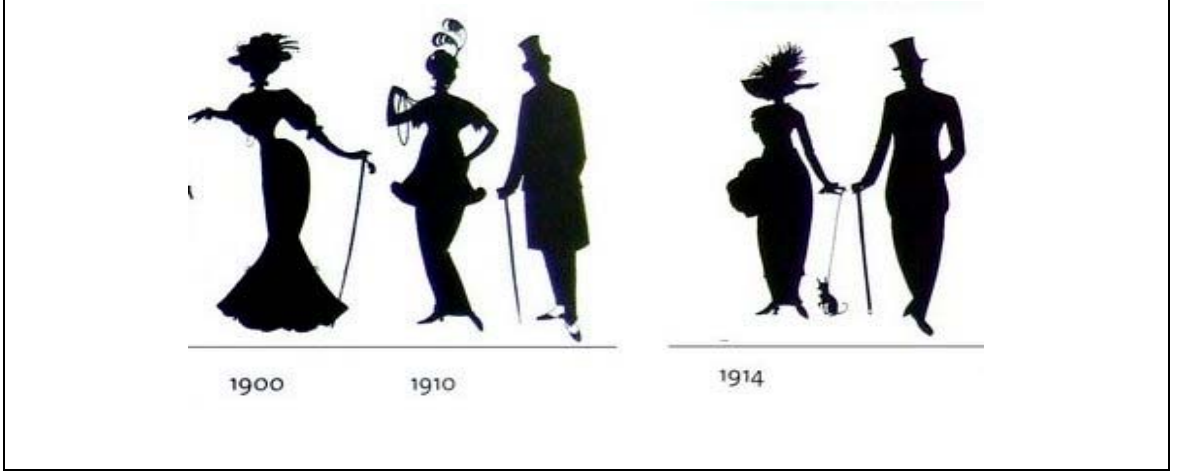
20. yüzyıl başlarından 1.Dünya savaşına kadar olan zaman süreci, Fransa'da La Belle Epoque, İngiltere'de Edward dönemi olarak bilinmektedir. Bu dönemde iki ülkenin takip ettiği moda hareketleri benzer özellikler taşımaktadır. Dönemin hayat tarzını yansıtan balolarda ve gece hayatındaki kadının kendine gösterdiği özen ve şıklığı, ayrıca sosyal aktivitelerin insanların hayatlarında daha fazla yer edinmesi modayı hareketlendirmiş ve kadınlar gardıroplarının çeşitlenmesini sağlamıştır. Sosyal aktiviteleri hayatına alan kadınların kazandıkları güven sayesinde daha olgun ve soğukkanlı imajlar oluşmuştur.

'Bugünkü anlamda haute couture tarih sahnesine çıkışı 19. yüzyıla rastlanmış ve haute couture uzun bir süre boyunca modayla eş anlamda kullanılmıştır. Bugün haute couture,

⁹⁶ P.S, Black, a.g.y., s.84.

⁹⁷ C, McDermott, **20th Century Design**, New York, Viking Yayınları, 1997, s.17.

önemli bir reklam aracı olarak değerlendirilmektedir ve modacıların büyük moda evleri bu faktöre bağlıdır.⁹⁸



Resim 97: 1900-1920 moda akımları genel görünüş

1.Dünya Savaşı döneminde haute couture tasarımcıları moda sanayinin aksine tasarımlarını ortaya çıkartırken siyasette ve ekonomide oluşan değişimlerden uzak durmayı başarmışlardır. Savaş döneminde erkeklerin çoğu zaman üniforma giymeleri erkek modasının değişmemesine, kadınların ise silüetlerin daha incelmeye, ciddileşmesine ve askeri üniformaların etkisiyle eteklerin kılmasına sebep olmuştur.

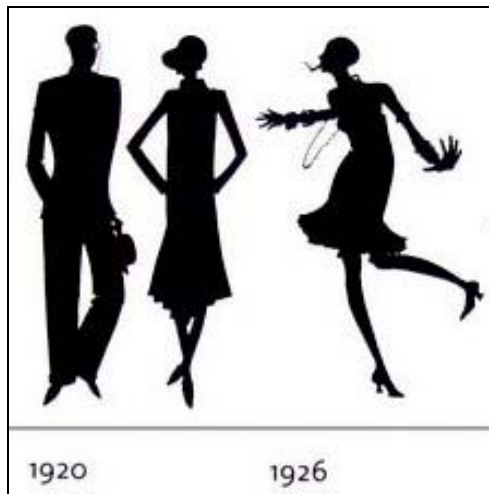
1900'lerin başında görülen silüet, ince bel ve arkaya doğru s kıvrımı veren kemik balenli korseler içeriyordu. Balenli korselere eşlik eden dantel uzun etekler, tayyör ve mantolara eşlik eden tüylü, çiçekli şapkalar, eldivenler, manşonlar dönemin romantik havasını kuvvetlendirmiştir. Süreç içerisinde korselerin kullanımı artmış özellikle 1900-1909 yılları arasında korselerde üniformalaşma olduğu görülmüştür.

⁹⁸ A.g.y., s.18.

3.1.2- 1920–1930 Moda Akımları

20. yüzyılın başlarında gelişmeye başlayan giyim sanayisinin savaşın zor şartlarından etkilenmesi, modayı duraklama dönemine itmiş ve sadeliği ön plana çıkartmıştır. Bu dönemde 1.Dünya Savaşı'nın sonuçlanmasından sonra enflasyonla doğan kısıtlamalar birçok sınıfi ekonomik ve sosyal açıdan etkilemiş, özellikle orta sınıfi fakirleştirmiştir. İşsizlik özellikle alt tabaka ve çalışan kesim üzerinde etki ederken bir yandan da ekonomik anlamda büyük adımlar atılmış; medya ve eğlence sektörü hızlı bir yükselişe geçmiştir. Bu hızlı gelişmeler içerisinde toplumun moda konusunda bilinçlenmesi sanayicilerin üretimi bu alana yöneltmesini sağlamıştır. Bu olaylar ardından şu an kullandığımız moda teriminin gerçek anlamına ulaşmaya başladığı görülmüştür.

20'li yıllarda artık insanlar sosyalleşerek daha hareketli bir yaşam içinde yer almış; tiyatrolarda, kabarelerde zaman harcamaya başlamışlardır. Sessiz ve siyah beyaz filmlerin olduğu bu dönemde daha iyi bir etki uyandırabilmek için kontrast renkler kullanılmış ve moda üzerindeki etkileri hemen fark edilmiştir. Sosyalleşen bireyler tiyatro, kabare haricinde hayatlarına dansı da eklemiş böylelikle Charleston dansını popüler kılmışlardır. Dansın hareketleri giyime hemen etki etmiş ve figürleri ortaya çıkartan püskül, sallantılı küpe, bordür, uzun kolye detayları giysilere yansıtılmıştır

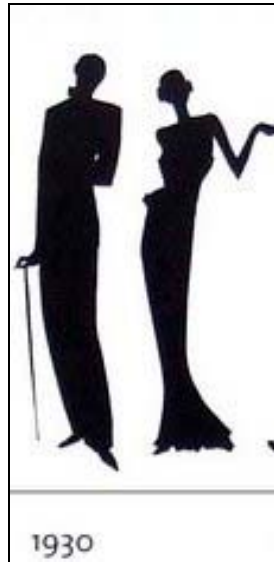


Resim 98: 1920- 1930 moda akımları genel görünüş

Toplumun birçok alanda gelişmesiyle aydınlanan düşünceler özellikle kadınların özgürleşme isteğinin artmasına sebep olmuştur. Savaş sırasında mecburiyetten çalışan kadınlar sonrasında da iş hayatında yer edinmişler ve sosyal hayatlarında spor faaliyetlerine yönelerek daha rahat giysiler ve şapkalar tercih etmeye başlamışlardır. Makineleşmenin getirdiği yenilikler, görsel sanatlar üzerinde yalın ve net bir yeni bir etki yaratmış bundan Le Corbusier ve Chanel gibi modacılar da etkilenmiştir.

3.1.3- 1930–1940 Moda Akımları

1929 yılında borsada ani gerçekleşen değişim ve ardından yaşanan ekonomik kriz tüm dünya piyasalarını etkilemiş ve büyük bir durgunluk dönemine girilmiştir. 30 milyon civarında kişi işsiz kalırken moda dünyasına da büyük çöküntüler yaşatmıştır. Ekonomik krizin yarattığı en büyük sonuç, geleneksel değerlerin tekrar önem kazanmasıdır.



Resim 99: 1930-1940 moda akımları genel görünüş

1930'lardaki çizgi 1920'lerdeki erkesi ve sportif çizgiye göre daha geleneksel ve zariftir. Feminin çizgi sayesinde keskin hatlar kalkmış ortaya daha yumuşak Yunan heykellerini andıran ince kadın hatları ortaya çıkmıştır. Belin inceliğini ortaya çıkarmak için kullanılan deri veya kendi kumaşından yapılan kemerler dönemin öne çıkan aksesuarlarından olmuştur. Etek ceket takımlarının ceket boyları uzun tutularak bel hattına takılan kemerler vurgulanmıştır. Bej, gri ve pembe renkler, emprime desenli ipekliler ve muslinler, tasarımlara yumuşak ve feminin bir hava katmıştır.



Resim 100: 1930 Eastern Hava Yolları



Resim 101: 1930 United Hava Yolları

30' lu yıllarda moda özellikle Paris'te yerini edinmiş diğer yandan Almanya ve İtalya geleneksel detaylar üzerindeki gelişimlerini sürdürmüştür. 20'li yılların sonunda çıkan Hollywood sesli filmlerinde geçen realistik dünyalar ve kullanılan kostümler modaya yeni stiller katmıştır. Marlen Dietrich'in adrojen tarzı kruvaze ceket pantolon takımı, kravatı, düz stil ayakkabıları ve makyaj stiliyle 30'lu yılların kadının tarzını belirlemiştir.



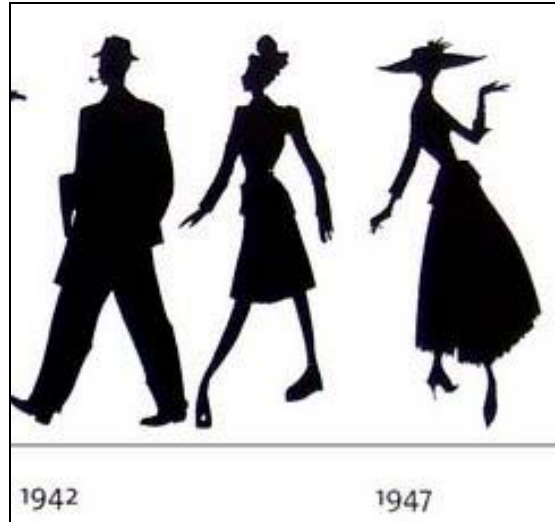
Resim 102: İlk hostes



Resim 103: 1933 Lufthansa yer görevlileri

3.1.4- 1940–1950 Moda Akımları

1940'lara damgasını vuran en büyük olay 2.Dünya savaşı olmuştur. Savaş döneminde kumaş sıkıntısı çekildiği için kumaşın sadece karneyle veriliyor olması Avrupa modasını büyük anlamda etkilemiştir. Asker üniforması şeklindeki tayyörler, üniforma tarzı giysiler günlük hayattan gece hayatına kadar birçok alanda kullanılmıştır. Omuzlarda kare hatlar, vatkalı ceketler ve diz altı çizgisine kadar kısalan etekler hareket rahatlığı sağladıkları için moda sahnesinde boy göstermişlerdir.



Resim 104: 1940-1950 moda akımları genel görünüş

1940 yılında Almanya'nın Fransa'yı işgal etmesiyle Paris'teki moda evleri kapanmak zorunda kalmış bu durum sonucu modada durgunluk süreci başlamıştır. Modacılar yeni tasarımlar üretemedikleri için mevcut temalar üzerinden ilerlemelerini yürütmeye çalışmışlardır. Savaş döneminde yaşanan tüm zorluklara rağmen ekonomik bilincin gelişmesiyle savaşın sona ermesinden sonra giyim sanayi yeniden önem kazanmıştır. Zorluklarla beraber ortaya çıkan yeni çözümler kadınların daha yaratıcı olmasını sağlayarak kullanmadıkları materyalleri de aksesuar olarak kullanmalarına ve şıklıklarından ödün vermemelerini sağlamıştır.



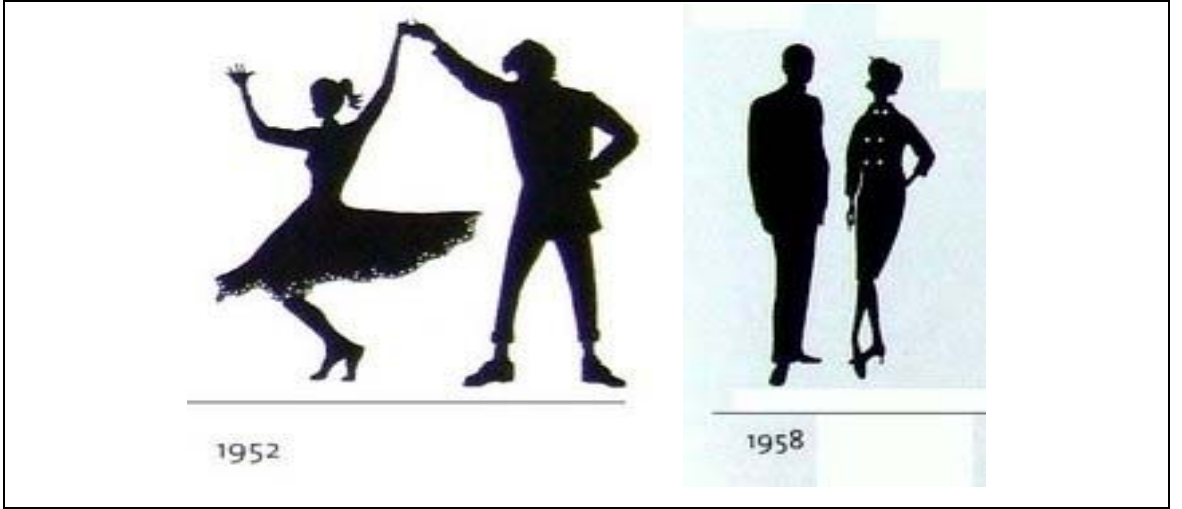
Resim 105:1 940 TWA



Resim 106: 1940 Canadian Colonial Hava Yolları

3.1.5- 1950–1960 Moda Akımları

50'li yıllarda ilk stil etkisini 'New Look' akımı göstermiştir. Dar bel hattı, dolgun etekler, geniş tabanlı yüksek topuklu ayakkabılar akımın belirgin özellikleridir. Bel hizasındaki ceket ve etek takımlarında görülen düz hatlar klasik takımlarda prototip halini almış, Paris modacılarının yarattığı geometrik silüetlerin katkıları ile 50'lerin çizgisi belli olmuştur.



Resim 107: 1950-1960 moda akımları genel görünüş

Bedenin formunu göstermek adına ortaya çıkan X line, A line, H line, Y line ve prenses line ile bazen kalça ve göğüs hatları belirginleştirilmiştir.



Resim 108-109-110: KLM Royal Dutch Hava Yolları

50'li yılların asıl amacı imaj olarak özgüveni yüksek ve özgür bir kadın portresi çizmektir. Önceki dönemlerde kadınlar tercihlerini yaş ve soysa-kültürel sınıflarına göre belirlerken bu dönemde giysiler sınıf ayrımındaki etkilerini yitirmiştir.



Resim 111: 1950 BOAC

Kadınlar, 1950’li yıllarda ‘Cigarette’ olarak adlandırılan dar pantolonlar, çiçek motifli kadınsı detaylar taşıyan ‘top’ lar, dar ve kısacık ceketlere rağbet göstermişlerdir



Resim 112-113: 1958 Japon Hava Yolları Resim:1951 Japon Hava Yolları

‘Ayrıca Amerikan filmlerinde sık sık gördüğümüz bir tür gecelik olan gecelik ‘baby doller, mini etekle bağdaşan ‘baby doll’ tarzı bluzlar ve Brigitte Bardot stili sarı saçlar oldukça benimsenmiştir.’⁹⁹

⁹⁹ F.Davis, **Moda, Kültür ve Kimlik**, Türkçesi: Özden Arıkan, İstanbul, Yapı kredi Yayınları, 1997.



Resim 114: 1955-1965 Lufthansa Hava Yolları 115: Japon Hava Yolları

3.1.6- 1960–1970 Moda Akımları

60'lı yıllarda 50'lerden tamamen farklı olarak gündeme gelen savaş sonrası jenerasyonunun hayatın tüm alanlarında etki göstermesi modada da belirleyici bir unsur olmuştur. Özellikle batıda, oluşan bu yeni genç nesil potansiyel tüketici sınıfı daha uygun fiyattaki ürünleri kullanmıştır. Elit sınıfı hedef alan moda artık oklarını yeni nesile yöneltmiştir. Gençler burjuvazinin anlayışları karşısında durarak özgürlük anlayışlarıyla var olmaya başlamışlardır. Seksi görünümlü transparan ve ultra mini etekler, masum ve çocuksu kadın imajının yerini almıştır.

Talep ve arz birbirini kovalayan bir sürece girerek tekstil piyasasındaki maliyetlerin düşmesiyle daha fazla insan modayı takip eder olmuş, öte yandan ürünleri kalitelerinin gerilemeye başladığı görülmüştür. 60'lı yılların ikinci yarısından itibaren artık modacılar ayak uydurmak zorunda kaldıkları genç nesil modasını pret-a-porter için hazırladıkları özel koleksiyonlarını sunmaya başlamışlardır.



Resim 115: 1960-1970 moda akımları
genel görünüş

'Hippie Look' adı verilen görüntü protest düşünceleri vurgulamak adına yapılmış bir eylem olarak görülmüştür. 1960'larda beliren ve 70'lerde ortalarda olan 'Hippi'ler giysilerinde dünyanın çeşitli kültürlerinin folklorik özelliklerini taşımış; sentetik ve suni kumaşları reddederek yalnızca doğal malzemelerle üretilmiş giysiler giymiştirler. Genel olarak pamuklular, koton kadife, yünlü jarse gibi mat yüzeyli dokumalar ilgi görmüştür. Barışseverliği ve doğaya yakınlığı vurgulamak isteyen bu yeni imaj aslında anti-moda akımı olarak nitelendirilse de, tüm dünyayı etkisi altına alarak ideolojik alt yapısından uzaklaşmış bir moda akımı haline dönüşmüştür. Azınlıklar tarafından yaratılan imajın seri üretime dönüşmüş olması moda tarihinde ender rastlanan bir fenomen olmuştur.

Diğer yandan bu dönemde oluşan alternatif çizgi, bilim kurgu film ve kitaplarının etkilerini taşıyan 'Futuristik Look' Fransız modacılar tarafından benimsenmiştir. Ayrıca aya seyahatin bu yıllarda planlanmış olması bu sitili kuvvetlendirmiş, tasarımların uzay deseni kumaşlardan hazırlanmasına sebep olmuştur.



Resim 116: 1960 Icelandic Air

Düzenli ve hızlı bir şekilde gelişen toplum her alanda yenilikler içindeyken, sanat dallarındaki değişimlerde modayı etkileyerek endüstri toplumunun adapte olabilmesi için yeni yöntemler meydana getirmişlerdir. Happening, Op-art, pop-art ve rock müzik akımları modaya yeni vizyonlar kazandırmıştır.

1960'ların yeni silueti çocuksu ve keskin hatlarla, karizmatik ve sofistike görünüm sunmuş ve bu stil ön plana çıkmıştı. '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.'¹⁰⁰

Bu yıllar birkaç kelimeyle; başkaldırı ve pervasız görünüm dönemi olarak tanımlanabilir. Aydın kesimin yaşayışına 'Bohem' bir hava getiren varoluşçuluk akımı yaygınlaşmıştır. Rahat ve konforun yanı sıra, genç orta sınıf tarafından göz alıcılık da aranmıştır.

¹⁰⁰ <http://ismek.ibb.gov.tr/portal/bransicerik.asp?icerikID=32&BransCode=19>



Resim 117: 1964-1969 Qantas Hava Yolları

Kişisel zevklerin ön plana çıkarıldığı ‘imaj devri’nin başladığı yıllardır. ‘Tekstil ve elbise tasarımcıları modernliği ve bilimsel sıçramayı kutlamış ve işlerinde bunları temel almıştır. Ultra modern tasarımlar (feza modası) görülmüştür: ışıltılı ıslak görünümlü PVC, akrilik ve polyester kumaşlar ve deri görünümlü plastik malzemeler çağın havasını yansıtmıştır.’¹⁰¹

1950’lerin sonlarında kısaltmaya başlayan etek boyları, 1960’ların ortalarında kalça hizasına çıkmış, ‘mini etek’ diye adlandırılmıştır. 1970’lere doğru gözler bu kısalığa alışmış, pek çok Türk kadını, dizlerinin üstünde etek giymeye başlamıştır. Bu dönemde rengârenk, parlak çeşitleriyle külotlu çoraplar yaygınlaşmıştır.

Elbise tasarımlarındaki eğilim deneysel, yaratıcı ve çocuksu görünüm olarak yaygınlaşmıştır. Baby doll elbiseler, karpuz kollar, mini etek, saçın uzun ve düz ya da kısacık ve kâküllü kesim, makyajı doğal haliyle bırakan, soluk renkli rujlar kullanan kadın görülmektedir.

¹⁰¹ F.Boucher, **2000 Years Of Fashion. The History Of Costume And Personal Adornment.**, New York, Harry N. Abrams, Inc. Publisher, 1987, s.423-425.



Resim 118: 1965 TWA Pierre Balmain

Diz yüksekliğinde botlar, geniş kemerler, büyük omuz çantaları, bilek hizasında eldivenler, kasketler, yapay mücevherler, incikler, boncuklar... ‘An’ın hissettirdiği gibi giyinme ve ‘At gitsin’ modası yaygınlaşmıştır.

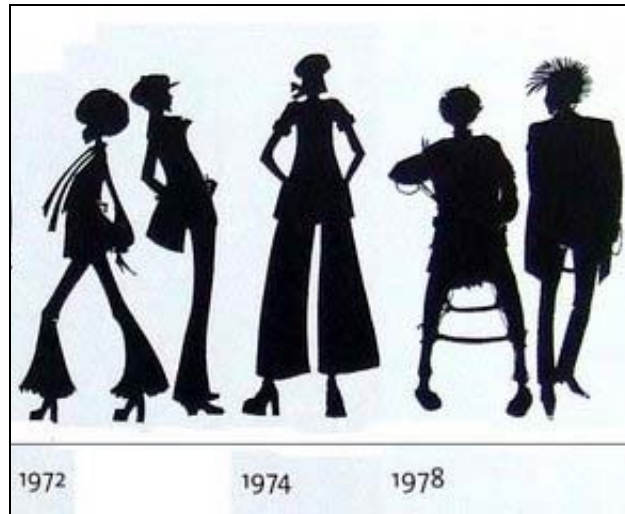


Resim 119-120-121: Delta Hava Yolları

3.1.7- 1970–1980 Moda Akımları

70’li yıllarda baskın olan politika, küresel problem, çevre sorunları ve öğrenci hareketleri modayı da etkilemiş, kitleler klasik yaşam tarzlarına alternatifler arama yoluna gitmişlerdir. Hayvan türlerinin azalmasıyla yeni bir sektör daha açılmış ve sentetik kürk üretimi başlamıştır. Ucuzlayan ulaşım sayesinde kitleler egzotizmle tanışmış, uzak doğu ve olimpiyatlardan da etkilenmiştir. Thierry Mugler, Kenzo, Issey Miyake, Vivienne Westwood ve Ralph Lauren gibi modacılar kariyerlerine 70’li yıllarda başlamışlardır. Hippi hareketi 70’lerde varlığına devam etmiş, nostaljik akımlar bu dönemin belirleyici stillerini oluşturmuştur. Petrol sıkıntısının doğması ile doğal materyaller gündeme gelmiştir. Örgü ve tığ işinden yapılan elbiseler, mayolar, eşarplar, kravatlar ve çantalar moda damgasını vurmuştur. Sonia Rykiel bu tarz tasarımlarıyla tanınmaya başlamıştır. Patchwork renkli ve emprovize görünümüyle yerini almış, yere kadar uzayan elbiselerle oldukça romantik bir hava yaratmıştır.

70’lerin bir diğer stili gençler arasında popüler olan ‘Indian Look’ denilen işlemeli bluzlar, oryantal desenler, hint motifleri ile kombine edilen gümüş takılar içermiştir. Düşük maliyetle yaratılan bu stil Londra üzerinden Avrupa’ya yayılmıştır.



Resim 122: 1970-1980 moda akımları genel görüntü

Gençlerden oluşan ve bir alt kültürü yansıtan Punk hareketi 76-78 yılları arasında belirgin şekilde etkili olmuştur. Underground müziği, sado-mazoşist görünümü birleştirerek sunan punk modası takipçileri tarafından parlak renkli saç stilleri, metal çubuklu ayakkabıları, siyah deri ceketleri, abartılı geometrik şekillerdeki makyajlarıyla kendilerini ifade etmiştir. Hippilerde olduğu gibi kendi ideolojilerinden uzaklaşarak yarattığı modadan ibaret kalmıştır. 70'ler dönemine bakıldığında kendine has bir karakter ortaya koymaktansa 60'ların trendlerini yorumladıklarını ve 80'lere aktardıklarını görmekteyiz. 70'lerin modası kendine özgü bir karakter yaratamamış, daha çok 60'ların trendlerinden etkilenmiş ve bu modayı geliştirerek 80'lere kadar taşımıştır. Günlük giyim trendleri modaya hâkim olmaya başlamış, modada kuralcı yaklaşım değerini kaybetmiş ve moda anti otoriter bir özellik kazanmıştır. Belirgin bir şekilde oluşmayan moda stilleri çeşitlilik taşıdığı için her boyda etek kullanılmış ve değişim dalgasını beraberinde getirmiştir. Bu dalgalanma sırasında unisex giyimde yaygınlaşmaya başlamıştır.



Resim 123: 1970 Braniff Hava Yolları

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 başlanmıştır'¹⁰² 1980'lerin başında idareci kadınlar için eğik kravatlar, muhtemelen kadın gücünün tehdit edilemez iddiası olarak, bayağı popüler olmuştur.



Resim 124:1971-1974 Qantas Hava Yolları

'Buna karşılık, sık sık çalışan kadına uygulanan kravatlar (hem kamu sektöründe (askerlik) hem özel sektörde (hava yolları, demir yolları) anlamını kaybetmiş ve kadının değişik türdeki bürokratik ve hiyerarşik yapıdaki rutinleşmiş özümsemesini yansıtmaya başlamıştır.'¹⁰³

Döneme damgasını vuran doğallık arayışı, el örgüleri, işlemeler, aplikeler, el boyamalarını da beraberinde getirmiş, üstleri yazılı ve resimli tişörtler, blue jean'ler popülerleşmiş, saçlar ve sakallar olurlarına bırakılmıştır. Ütülü pantolonlar, kravatlar, resmi konuşma biçimleri yerlerini; koltuk yerine yere oturuvermelere, ceketlerin hatta gömleklerin bile düğmelerinin iliklenmeden giyilebilmesine bırakmıştı.

¹⁰² <http://ismek.ibb.gov.tr/portal/bransicerik.asp?icerikID=32&BransCode=19>

¹⁰³ D.Kürşad, **Moda İllustrasyonu ve Türkiye'de Moda illustrasyonunu Üzerine bir Araştırma**, Isparta, Süleyman Demirel Üniversitesi, 2008, s.64



Resim 125-126-127: Lufthansa Hava Yolları

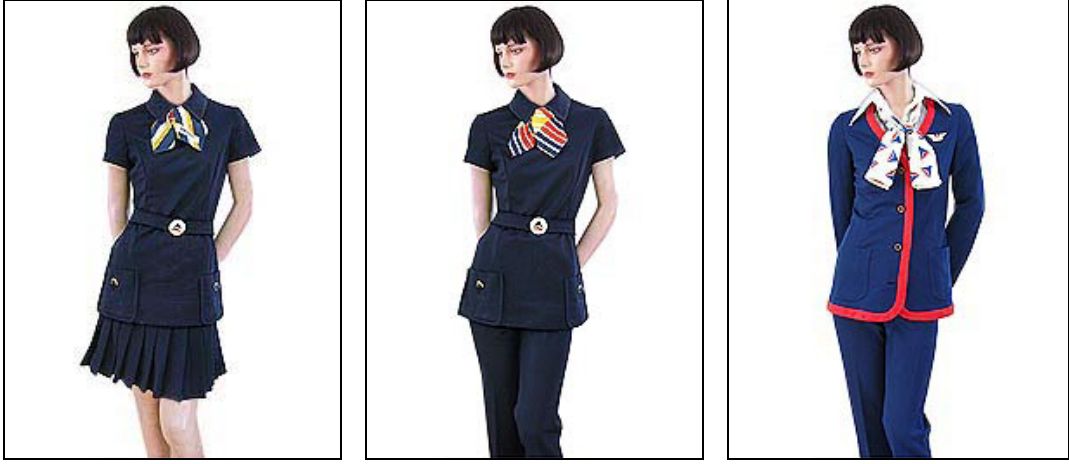
Üretim teknolojisinin gelişmesi, üreticilere ileriye dönük plan yapabilme, maliyet hesaplarında gerçekçi yaklaşımlarda bulunabilme, her beden ve renkte giysi üretebilme kolaylıklarını getirmişti.

Önceki yılların modaları retrospektif bir filtreden geçirilerek inceleniyor, belli detayları öne çıkarılarak abartılıyordu. 1940'ların Mantar dolgu topukları, 70'lerin 'apartman2 topuklarına ilham oluyor. 30'ların dökümlü kumaşları, verev kesimleri, Oxford stili geniş paçalı pantolonları, giyime yansıyor.



Resim 128-129-130: British Airways

- 1-Dizlere kadar daracık gelen, kalçayı tam kavrasın diye cep bile konmayan pantolonlar,
- 2-Dizden aşağıda yüksek ökçeli ayakkabıları örtmek üzere genişleyen paçalar, Göğsü kaplayacak kadar genişleyen yakalar,
- 3-Dar ve düşük omuzlu ceketler, Küçük kolsuz süveterlerin içine pastel renklere sıkı, daracık, uzun-sivri yakalı gömlekler,
- 4-Canlı renklere, iri desenli, geniş enli kravatlar, üstten yama cepler, çift dikişler öne çıkan detaylardı.



Resim 131-132-133: Delta Hava Yolları üniformaları



Resim 134-135-136: 1970'ler Delta Hava Yolları üniformaları

Kadın giyimi, modern iyi kesimli, süsüz ve bir anlamda klasik bir görünüme sahiptir. Erkekler ise; saçlarını uzatmaya devam etmiş, gösterişli iri desenli, alışılmadık renklerde ipek gömlekler, kalçalarını sıkıca saran pantolonlar giymiş, kolyeler yüzükler takmışlardır. Ortak gardırop-ortak giyim, ‘unisex giyim’ kavramı gündemdeki yerini almıştır.

3.1.8- 1980–1990 Moda Akımları

Moda-tekstil sanayisinde çeşitliliğin görüldüğü yıllardır. Dönemin gözde tasarımcıları, 70’lerdeki öncüleri gibi geçmişten etkilenmişlerdir. ‘Şık ve Lüks kadın’ 80’ler modasının stili olarak lanse edilmiştir. İş hayatına girmiş başarılı kadınların imajı tasarımcılar için yeni bir akım potansiyeli taşıdığı için ilgi çekmiş ve bir akım meydana getirmiştir. 80’lerin getirdiği yeniliklerinden diğeri ise giyimdeki rahat ve bol kesimler olmuştur. Omuzlardaki vurgu tüm bedene yayılarak siluetin tamamına taşınmıştır. Gece giyimindeki tercihler de bu serbest giyimden etkilenerek pantolon giyimi benimsenmiştir.

1980’ler ile Japonya’nın avangard tarzı öne çıkmaya başlayarak haute couture Fransa’nın tekelinden çıkmıştır. Postmodernizmin etkisi moda da yansiyarak tarihteki geçmiş akımların önemli ayrıntıları bir araya getirilerek yeni modern görünümler türetilmiştir. Kadınların iş dünyasında edindikleri güçlü varoluşları sayesinde kariyer basamaklarını hızlı adımlarla çıkarırken rahat giysiler onlara kolaylık sağlamış, edindikleri spor ve diyet gibi yeni alışkanlıkları beraberinde yeni vücut silüetine sahip olmuşlar ve bu silüet yeni etkiler taşımıştır.

Çeşitli spor dallarına duyulan ilgi, giysilerin de tasarlanmasına neden oldu. Shirt, t-shirt, sweat-shirt, tight gibi giyimler yaygınlaşmıştır. Saç bantları, spor lastik ayakkabılar, eşofmanlar, disko danslara uygun giysiler tercih edilmiştir. Hareketi kolaylaştıracak elastik (stretch/lycra) ve pamuklu kumaşlar kullanılmıştır. Metalik aksesuarlar, sahte taşlar, tropik desenler, yılan derisi taklitler ile süsleniyor. Japonların

kat kat ambalaj teknikleriyle, kesimler giderek bollaşarak, vücudun giysi içindeki hareket imkânını arttırmıştır.



Resim 137-138-139: Qantas Hava Yolları



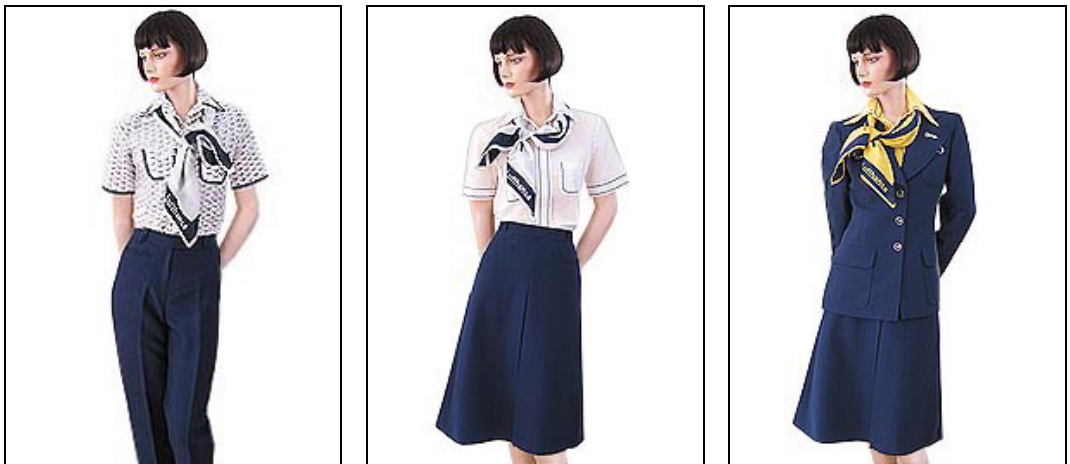
Resim 140-141-142: Qantas Hava Yolları

Bu yıllar, imaj devri ve moda'dan kurtulan moda yılları olarak tanımlanmıştır. Dünyanın ünlü giyim markası zincirleri büyük kentlerde mağazalar açmış bu markaları taşıyan giysilerle dolaşmak statü sembolü olmuştur. Takım elbiseler dahi, geniş kol evlerine takılı kolları, yuvarlak düşük omuzları, aşağıdan iliklenen düğmeleri, buruşuk kumaşları ile strüktürü (yapısı) olmayan yeni giyim anlayışını yansıtmıştır.



Resim 143-144-145: Delta Hava Yolları

Pantolonlarda pililer yeniden doğmuş, basene oturduktan sonra genişleyen çan paçalar, yerini üstü bol, paçası dar, şalvar pantolonlara bırakmıştır. Ceket içlerine düğmeleri iliklenmiş ‘polo’ yaka ya da yakasız gömlek ve tişörtler giyilmiştir. Kadınlar etek ya da pantolonlarla takım giydikleri geniş omuzlu ceketleri ile profesyonel, güçlü iş kadını imajını yaratmıştır. Politikacı, sanayici ve şarkıcılar ne renk ve ne biçimde giyinmeleri konusunda uzman önerilerinden yararlanarak imaj çağına ayak uydurmuştur. 90’lı yıllara doğru kruvaze ceketler, beyaz yakalı çizgili gömlekler, yuppie’ler (genç, profesyonel, yükselen) arasında sosyal tırmanış ve rekabetin sembolü olmuştur.



Resim 146-147-148: Lufthansa Hava Yolları



Resim 149-150-151: Lufthansa Hava Yollar

1980’li yıllar ise, modada şıklığın ve lüksün geri dönüşünü simgelemiştir. Gençlik esintileri durulmuş, gençler dünyayı değil, parlak iş yaşamlarıyla kendi hayatlarını kurtarma peşine düşmüşlerdir. Bu yıllarda tasarımcı imzalı giysiler önem kazanmış ünlü modacılar hava yolları için de üniformalar tasarlamaya başlamışlardır.

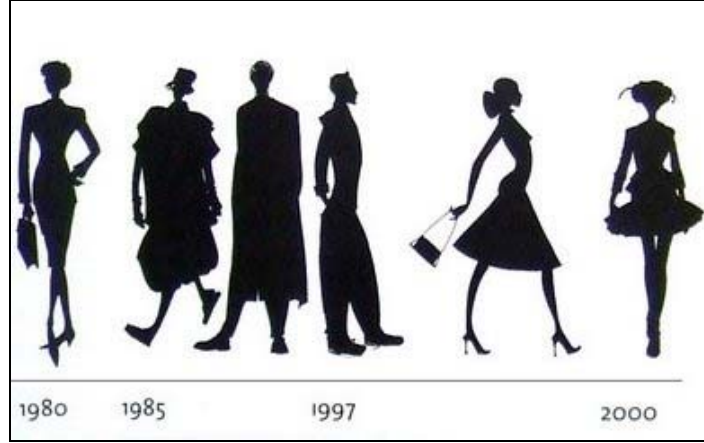
3.1.9- 1990–2010 Moda Akımları

1990’lı yıllarda yine gündeme gelen savaş beraberinde işsizlik, küreselleşme, medya ve teknolojinin hızlı büyümeleri; moda akımlarını farklı noktalara çekmiş ve yeni stillerin doğmasına sebep olmuştur. Bu yeni stil çerçevesinde aslında var olan stillerin varyasyonları türetilerek yenilikler yapılmaya çalışılmıştır. 60’lı ve 70’li yılların moda akımlarına geri dönüşler yaşanmıştır. 90’lı yıllarda görülen diğer bir yenilik ise formal giyimin esnek kazanması ve spor giyimin gece ve protokol giyiminde kullanıldığı görülmeye başlanmasıdır.

Bu dönemde sanatın diğer kolları etkilendiği gibi moda da kapitalizmden, tüketim toplumundan ve ticarettten etkilenmiştir. Kişisel tercihlerin birleşmesiyle ortaya çıkan türlü yorumlar 90’ların tarzını belirlemiştir. Kitlelerce markalara olan eğilim artmış ve markalar pazardaki paylarını yukarıya çekmeye başlamışlardır. Markaların gözde oluşu

taklitlerinde gündeme gelmesine sebep olmuş ve önlem olarak kendilerine ait logolar tasarlayarak pazarlarını korumaya çalışmışlardır. 90'larda haute couture ile pret-a-porter arasındaki açığı artarak büyümüş ve bu durum 2000'li yıllara da taşınmıştır. Modanın merkezi Paris'te haute couture yapan moda evleri kapanmaya başlamış, pret-a-porter yapan büyük moda grupları satış paylarını arttırmışlardır.

2000'li yıllara bakıldığında artık şıklık rahatlıkla ve estetikle anılır olmuştur. Hollywood sineması ve MTV televizyon kanalı moda trendlerinin öncülüğünü yapmakta ve farklı kitlelere çok hızlı bir şekilde yayılmasını sağlamaktadır.



Resim 152: 1990-2000 moda akımları genel görünüş

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 imkânsız 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.¹⁰⁴ 1990'ların ilk yarısı 1960 ve 70'lerin yeniden sunumuyla geçince, ikinci el mağazalar da çoğalmıştır. Artık mini etekler, geniş paça pantolon ve platform tabanlı ayakkabılar, etnik stiller, cyber-punk görünüm, okul üniformaları, aynı anda moda olabilmektedir. 1950'ler ve 60'lardaki gibi tepeden tırnağa bütünlükü bir 'tek moda' anlayışı kalmamıştır. 90'larda doğal ve mat makyajlar ve cilt bakımına verilen önemin artmasının yanında güzelliğin operasyonlarla sağlanması gündeme gelmiştir. Slikonlar, gerdirilen, gençleştirilen yüzler, kaldırılan burunlar, eklenen saçlar, renkli lensler kullanılmıştır.

'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.¹⁰⁵



Resim 153-154-155: Delta Hava Yolları

¹⁰⁴ J. Craik, **The Face of Fashion: Cultural Studies in Fashion**, London & New York, Routledge Yayınları, 1994.

¹⁰⁵ E.J. Dereboy **Kostüm&Moda Tarihi**, Ankara, Özel Güzel Sanatlar Stilizasyon Kursu Yayınları, 2004, s.87.



Resim 156-157-158: Delta Hava Yolları 2006' ya kadar

Kumaş çeşitliliği modanın demode olma sürecini hızlandırmıştır. Isı kontrollü, hafif, hemen hemen hiç kırışmayan kumaşlar üretilmiştir. Dramatik renkler, büyük bedenler ya da çekmiş, daraltılmış görünümler, dikiş ve ek yerlerinin öne çıkarılması gibi detaylarla; Süsten uzak, iyi kalıp, yetenekli kumaş ve koyu renkli giyimin uzak, endişeli ve sıkıntılı görünümleri seçildi. Pahalı olmayan kullanılmış giysilere ve dağınık görünüme yapılan dönüş, dış görünümde 'umurumda değil' tavrını ortaya koyan grunge hareketini ülkemize de taşımıştır.



Resim 159-160-161: Lufthansa Hava Yolları



Resim 162-163-164: 2010 Lufhansa Hava Yolları

Dönemler ve giysiler yeniden sunulmuş, giyim parçaları kullanımdan kullanıma yer değiştiriyor, form ve renklerin imaj patchworkü günümüz modasını oluşturmuştur. ‘Feminen’ diye kabul görmüş bir kumaştan yapılmış erkek ceketi, lüks parlak malzemedan yapılmış bir spor ayakkabı, gece elbisesinin üstünde altı çizilerek kullanılan teknik bir detay olarak görülebilmektedir.

3.2- ÜNİFORMA TASARIMI

İdeal tasarımı oluşturmak için tasarım bileşenleri ve ilkeleri kullanılarak doğru yönde ilerlenebilmektedir. ‘Genel olarak sanat prensipleri şunlardır: Denge, oran, ağırlık merkezi, uyum veya ahenk ve birlik. Diğer sanatlarda olduğu gibi, giyim sanatında da, aynı element ve prensipler kullanılmaktadır.¹⁰⁶

3.2.1- Tasarım Bileşenleri

‘Bir düşüncenin ister atomist, ister bütüncü bakış; ister avangarde, ister endüstriyel değerler içerebilmesi ve kendine özgü bir yorum kazanmasında tasarım anlatım eleman

¹⁰⁶ J, Craik, a.g.k., s.145.

öğelerinin yerinde kullanılması ve amacına en uygun çizimsel çözümlerinin başarılması gereklidir. Bunun için, tasarım anlatım elemanlarının doğru ve yerinde kullanılması ön koşuldur.’

Sanat prensipleri değişken olmakla beraber yol gösterici olarak kullanılmaktadır. Modanın değişimi sanat prensiplerinde ki esnekliği göstermektedir. Örneğin 1970’li yılların modasında çizgiler, çiçekler ve puanlı kumaşlar, tek giyim üzerinde birlikte kullanılarak farklı bir moda yaratıldığı görülmüştür.

Giyim ürünü olan üniforma tasarımları yapılırken de markanın imajını yansıtmak adına gerekli olan detaylara dikkat edilerek tasarım prensipleri uygulanmaktadır.

Çizgi; giysideki alanı farklı açılardan bölerek birçok görsel problemi kapatabilmekte; yapısal, kültürel, dekoratif, psikolojik etkiler de yaratabilmektedir. ‘ Çizgi iletişim kurar, açıklar, sembolize eder, tasvir eder ya da yorumlar.’¹⁰⁷

Çizginin 9 özelliği bulunmaktadır. Bunlar yön, kalınlık, düzgünlük, devamlılık, keskinlik, kontur, kenar, uzunluktur. Çizgisel elemanların tümü, dinamik hareketler olarak tanımlanmaktadır.

- 1-Yatay düz bir çizgi kuvvet, stabilite yani sükûnet ve düzlük,
- 2-düşey çizgiler, bir katiyet, kesinlik,
- 3-koyu ve kalın düz çizgiler çarpıcılık ifade etmektedir.

Dekoratif açıdan kullanılan çizgiler dışında bir giysinin bedene uygun formu kazanabilmesi için kullanılan yapısal çizgilerde giysinin ahengi tamamlanmaktadır.

Çizgiyi farklı yapısal teknikler şöyledir;

¹⁰⁷ A,Donalds, **Elements of Design**, New York, Holt, Rinehart and Winston,Inc., 1961, s..54

1-Dikişler, pensler, içeri kıvrımlar

2-Gerçek ya da algılanan kenarları; yaka kenarları, kollar, kemerler, elbise kenarı, cepler

3-Pililer, büzgüler, katlamalar ya da drapelere oluşturulan kıvrımlar ya da katlar

Giysilerin giysilerinde kullanılan dekoratif ya da yapısal çizgilerin yarattığı anlamlar şöyledir:

1-Düz, zig zag gibi çizgiler sert ve erkeksi,

2-Kıvrımlı, ya da dalgalı çizgiler daha yumuşak ve kadınımsı,

3-Zig zag gibi karmaşık çizgiler daha enerjisi yüksek,

4-Kalın çizgiler ve keskin kenarlar iddialı,

5-İnce çizgiler ve belirgin olmayan kenarlar narin ve yalın,

6-Devamlı çizgiler kesin ve akıcı,

7-Kırık çizgiler kararsız ve rastgele,

8-Düzgün kenarlar kendinden emin ve sade,

9-Şekilli kenarlar hareketli ve karmaşık,

10-Uzun bir çizgi daha güçlü ve akıcı,

11-Kısa çizgi aniden kesilmiş gibi,

12-Çapraz çizgiler dikey ve yatay olanları birleştirir. Dengeli olmaları için birbirlerine ihtiyaç duyarlar aksi takdirde titreşim görürler. Genellikle spor görünüm ifade ederler.

13-Kesik kesik, puanlı ve belirsiz çizgiler süsleme amaçlıdır yapısal değildir.

Renk; ‘ses gibi bir titreşim olayıdır.’¹⁰⁸ Renklerin, grup sembolü, çevre işareti ve psikolojik olarak etkileri bulunmaktadır. Her hangi bir şey tasarlanırken de renklerin genel anlamları, özellikle de gözün ve aklın belli renkleri anlamlandırması kullanılarak insanlara ulaşabilme hedeflenmektedir. En temel örnek sıcak ve soğuk havalar da kullanılan tonların birbirinin aynı olmamasıdır. Bazen de renkler fiziksel ya da kültürel reaksiyonlar yaratabilmektedir. Kırmızının kan basıncını arttırması gibi fiziksel ya da

¹⁰⁸ F. Atalayer, **Temel Sanat Öğeleri**, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi G.S.F. Yayınları. No:5, 1994, s.183.

beyazın batı da evlilik, doğuda yas rengi olarak kullanılması gibi kültürel olabilmektedir.

Tasarımın en önemli unsurlarından biri olan renk, ürün tasarımında dekoratif özelliklerden daha fazla etki etmektedir. Giysiye hacim ve derinlik kazandırarak, giysinin silueti üzerinde fark yaratmaktadır. Tüketicinin ilk tepkisinin renge karşı olduğu fark edilmiştir.. Renk ışıkla olan ilişkisinden dolayı giysinin dokusu ve kumaşını etkileyerek farklı sonuçlar çıkartmaktadır.

Renkler sembolik olarak dünya üzerindeki coğrafyalar arasında farklılık göstermektedir. Örneğin Batı dünyasında beyaz masumiyetin simgesiyken, Hindistan'da matem rengi olarak görülmektedir. Dolayısıyla giyim sektöründeki üreticiler ve tasarımcılar renk skalalarını oluştururken kültürlerden doğabilecek karışıklığı göz önünde bulundurarak çalışmalarını yürütmektedirler. Trend belirleyiciler, önceki ve sezondaki renklere ve moda defilelerine bakıp analizlerde bulunarak popüler olabilecek olan renklere tahminlerde bulunmaktadır. Ancak moda sektöründe siyah gibi bazı klasikleşmiş her sezonda yerini koruyan renkler bulunmaktadır.

‘Renk, giysiye hacim ve derinlik kazandırarak giysinin silueti üzerinde etkili olurken, ışıkla olan ilişkisi ile de giysinin dokusunu etkileyen önemli bir tasarım unsurudur.’ Rengin, ürüne çekicilik vermesi yanında, kişiye kattığı psikolojik açıdan da etki etmektedir. Kişiler içinde buldukları ruh halini, sevinçlerini, üzüntülerini giysi ya da aksesuarlarında kullandıkları renklerle ifade etmektedirler. Renklerin kendilerine ait anlatımları oluşmuştur.

Rengin Psikolojik Etkileri:

1-Kırmızı renk; heyecanlandırıcıdır.

2-Turuncu renk; hareketi, canlılığı belirler.

3-Sarı renk; neşelendirici, zekâ açıcı etkisi vardır. Işıklılığı, yayılmayı ifade eder.

4-Beyaz renk; berraklık, temizlik etkisi yaratır, ferahlatır.

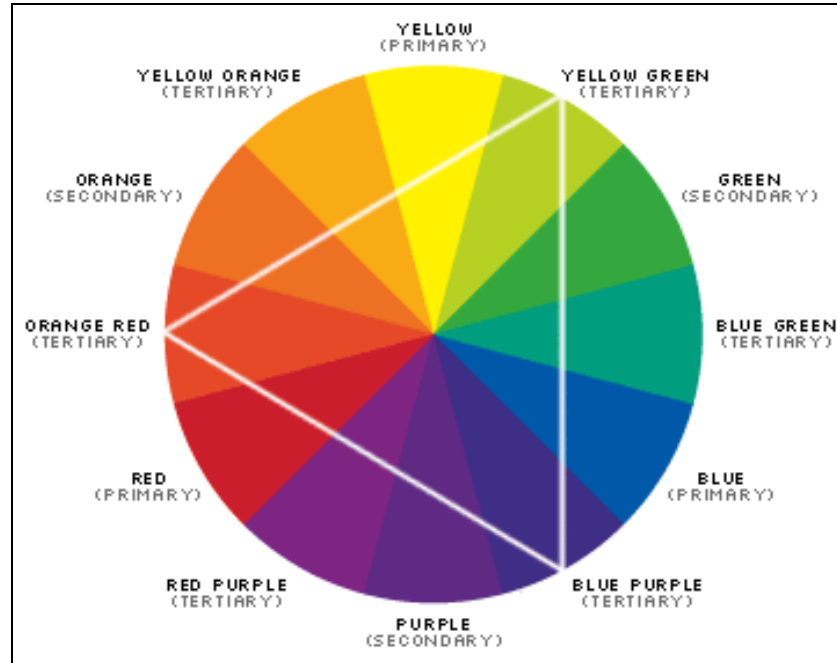
5-Mavi renk; düşündürücü, karar verdiricidir. Derinlik hissi yaratır.

6-Yeşil renk; serinlik, yansızlık, tazelik ifade eder, dinlendiricidir.

7-Mor renk; kederlendirici, hüznün ve korku verici bir etkisi vardır.

Üniforma tasarımında da en belirgin iki renk olarak lacivert ve gri tercihler arasında yer almaktadır.

Lacivert kozmik bir renk olarak görülmekte, sonsuzluğu, otoriteyi, verimliliği ifade etmektedir. O yüzden dünyadaki firmaların yarısından fazlası logolarında maviyi kullanmaktadır. Siyah ve beyaz renklerin değişik oranlarda karıştırılması elde edilen bir renk olan **gri**, gözün en rahat algıladığı renklerden biri ve alçak gönüllülüğü, uzlaştırıcı ve denge unsuru bir renk olarak görülmektedir. Ciddiyet ve hareketsizliği çağrıştırdığı için üniformalarda kullanılan renkler arasındadır.



Şekil 1: Renk çemberi

1-Tamamlayıcı Renkler ve İkiye Ayrılmış Tamamlayıcı Renkler: Renk çemberinde birbirinin tamamıyla karşısında bulunan iki renktir ve uzun süre bakıldıklarında gözü yorar ve heyecan yaratırlar.

2-Üçlüler: Bu grup renkler arasında kontrastlık daha az görülmektedir. Çember üzerinde eşit kenar üçgen oluşturan renk grubunu ifade etmektedir. Ana renkleri içeren üçlü farklı zıtlıktan oluşturmaktadır. Turuncu, yeşil ve morun bulunduğu ikincil üçlüde renkler arasındaki uzaklık aynı fakat zıtlık daha yumuşak görülmektedir. Buna üçlünün herhangi iki renginin aynı rengi içermesi sebep olmuştur. Turuncu ve yeşil sarı, turuncu ve mor kırmızı, yeşil ve mor mavi içermektedir.

3-Dörtlüler: Dört rengin kullanımından oluşan ve renk çemberinde eşit aralıklarla yer alarak; bir ana renk, onun tamamlayıcısı ve birbirinin tamamlayıcısı iki ara renkten oluşmaktadır. Bütün renkler eşit tonlarıyla kullanılmadığı takdirde çeşitlilik daha çekici ve bu renk uyumu sistem üçlü sistemden daha geniş bir yelpazeye sahiptir.

4-Sıcak ve Soğuk Renkler: Bütün renkler sıcak ya da soğuk renkler olarak sınıflandırılmaktadır. Kırmızı, turuncu ve sarı sıcak renkler olarak tanımlanırken; Yeşil, mor, mavi gibi mavi içeren renkler de soğuk renkler olarak adlandırılmıştır.

5-Eş zamanlı kontrast: İki farklı renk tonunun yan yana geldiğinde, tonlar birbirini daha belirgin hale getirmektedir. Örneğin, sarı-yeşil yeşille çevrenmişse daha sarı, sarıyla çevrenmişse daha yeşil görülmektedir. Yoğunluk ve tonla da kontrast yaratılabilmektedir.

Giysilerdeki renk seçimleri de yapılırken bir rengin diğer renklerle ilişkilerine dikkat edilerek seçimlerinin yapılması gerekmektedir. Aynı renklerin birbirleriyle farklı oranlarda kullanımlarıyla da farklı sonuçlar ortaya çıkabilmektedir. Bir giyside ya da üniforma da ifade edilmek istenen stil belirlenerek renkler doğru oranlarda tercih edilmektedir.

Doku; kullanılan malzemenin verdiği ve hissidir. ‘Moda tasarımının hem görsel hem de duyuşal bir ögesidir.’¹⁰⁹

1-Sert-Pürüzlü dokular

2-Düz-Yumuşak dokular

Hazırlanan giysinin malzeme seçiminde doğru kullanılmayan malzemeler farklı etkiler yaratabilmektedir. Malzemenin pürüzlere sahip olması giysiyi daha hacimli kılarken istenmeyen sonuçlar yaratabilmektedir. Tüvit kumaştan yapılmış bir elbise jarse kumaştan yapıldığında giyen kişi daha ince ve zarif durmaktadır. Sert ve katı bir doku, dökümlü modelleri sert gösterirken, yumuşak ve esnek bir doku, vücut hatlarına sararak zarif, kıvrımların daha dökümlü, drapelerin ve büzgülerin daha düzgün durmasını sağlamaktadır.

Dokunun ışığı yansıtma şekillerinden dolayı bölgesel kusurların saklanması da tercih edilmektedir. Parlak dokuların yarattığı ışık kişiyi dikkat çekici hale getirirken, koyu renkler ile kişi kendini gizleyebilmektedir. ‘Aynı rengin farklı yüzeylerde farklı etkiler yattığını görebilmekteyiz. ‘Mavi rengi, tüylü bir kumaşta soluk görünürken, altından çıkan koyu ton dokuyu derinlikli gösterebilmektedir. Transparan bir kumaş ise arkasında duran giysinin rengini alacağı için daha yumuşak bir renk olarak gözükmektedir. Kırışık bir kumaşın yansıttığı ışık daha az olduğundan koyu, saten gibi kumaşların pürüzsüz dokusundan dolayı parlak ve ışıklı görünmektedir.’

Herhangi modelin etkisini arttırmak için kullanılan farklı dokudaki kumaşlar giysinin kaliteli görünmesine büyük etki etmekte ve giysinin stilini farklı yönlere taşıyabilmektedir.

¹⁰⁹ A.g.k., s.60.

Biçim; ya da giysinin formu uzaktan bakıldığında giysinin silüetini oluşturmaktadır. Bir giysi 3 boyutlu olarak şekillenmekte ve farklı açılardan farklı duruşlara sahip olmaktadır. ‘Form, ışıktan hayat kazanıyormuş gibi görünür. Işığın oyunu, üç boyutlu dışbükeyleri ve içbükeyleri vurgular; hem figüre hem de giysiye özellik verir. Işık, çıkıntıları girintilerden ayırt eder, bir silindirin yuvarlaklığını, bir kutunun hacmini ve açılarını belirler ve etkileşimlerini gösterir. Drapeler, büzgüler, pililer tarafından oluşturulan ışıklar ve gölgeler, bir parçası oldukları daha büyük formların üzerinde kendi çizgi ve şekillerini oluşturmaktadır.’

Bu noktada giysinin tek tek parçaları değil tamamı göz önünde bulundurularak yorumlanmaktadır. Giyimde düz şekillerle üç boyutlu formlar arasındaki ilişki önemlidir. ‘Şekiller ve formların algılanmaları, onların içyapılarının algılanmasına, eksenlerine, iç ve dış basınç dengelerine, ön ve arka bütünlük kavramlarına bağlıdır. Başarılı bir giysinin parçaları arasında ve parçalarla bütün arasında ilişki bulunmaktadır. Dinlenirken ya da hareket ederken, hangi açıdan olursa olsun giysinin rahat ve estetik olması, yapısal ve dekoratif şekiller ve formların ortak bir kompozisyonuyla mümkün olmaktadır.’¹¹⁰

3.2.2 Tasarım İlkeleri

Denge; hayali yatay ve dikey eksenler üzerinde görsel öğelerin birliğini sağlamaktadır. Giyside detaylar vurgulanmak için yatay ve dikey bölüme pay edilmektedir. Doğru verilemeyen vurgular giysideki alanların dengesiz görünmesine sebep olmaktadır.

Simetrik dengede; vurgular her iki tarafta ve aynadaki yansıması şeklinde gözükmemektedir. Giysilerde oluşturulan simetri kolay, sade ve güvenilir bir ifade katmaktadır. Modelde dinginlik ve bıkkınlık enerjisini verebilmektedir. Simetrik dengede hazırlanmış modellerde aksesuarlarla çekicilik kazandırarak giysiyi

¹¹⁰ A.g.k., s.62.

hareketlendirilmektedir. Monoton görüntüyü yok etmek adına farklı renk, dokuda kullanılabilir.

Yaklaşık Simetrik Denge; simetrisinin durgunluğu daha hareketli hale getirilmiştir. Yatay ve dikey eksenlerin her iki tarafındaki bölümler ayrıntılarla farklılaştırılmaktadır.

Radyal Denge; vurgular merkezi bir nokta etrafında yayılmaktadırlar. Vurguların dönen hareketi simetrisinin durgunluğunu bozarak sirkülasyon sağlamaktadır.

Asimetrik Denge; zıt olan vurguları dengelemektedir. Kurlsız olan simetriyi dengeleyerek uyumlu hale getirmektedir. Vücudun sorunlu bölgelerini gizleyebilir ve gözü yanıltabilmektedir. Tam bir simetri olmadığı için takibini arttırarak ilgiyi giysinin üzerine çekebilmektedir.

Uyum, bir bütünü oluşturan parçaların benzerlik ve birbirlerine uygun olmalarıdır. Bir nesneye bakıldığında yarattığı tamlık hissini destekleyen algısal düşünce ve akışkan bir görme düzeni sağlamaktadır. ‘Biçimle öz, bütünle parçalar ve parçaların kendi arasındaki hem biçimsel (ton, ölçü, miktar, yön gibi), hem de anlatımsal (işleve uygunluk) benzerlikler yakın değer uyum-ahenk tir.’¹¹¹ Giysideki uyum gözün bütünü görmesini sağlamaktadır. Giysi tasarımında yer alan tüm öğelerin birlikte çalışması anlamına gelmektedir. Ayrıntılar, kullanılan teknik, renk ve malzeme arasındaki uyum ile estetik bir görünümün sağlanabilmektedir. Örneğin bir ceketteki kapama hizasına göre eteğin yırtmaç pozisyonu ayarlanmalı, öğeler hatasız ve planlı bir görünüm göstermelidir.

Kullanılan aksesuarlar ve süslemeler; motif, çizgi, şekil, fırfır, düğme, valonlar, fistolar, renkler modeldeki uyumu desteklemektedir. Tekrarlama yöntemi ile de modeldeki bütünlük yakalanabilmekte, süslemelerin yerlerinin uyumu, düğmelerin adedi ve dağılımı gibi ayrıntılar gözün hareketini bölmeden giysinin tamamını izletebilmelidir.

¹¹¹ A.g.k., s.63.

Uyumu yakalamak için ayrıntıların açıktan koyuya, parlaktan donuğa, küçükten büyüğe derece derece değişecek şekilde yerleştirilmektedir. Motifler, düğmeler, dantelalar, renklerin türlü yoğunluk (değer ve tonda) ve ölçü (büyüklük küçüklük) bakımından derecelendirerek uyum yakalanmaktadır.

Ritim, tekrarlarla sağlanan devamlılık, hareket ve akışkanlığı iletmektedir. ‘Her nokta ve her çizginin enerjisi vardır ve bu enerjileri ilişkilendirip bir araya getirerek görsel bir kinetik yaratılır.’¹¹² Giyside ritim yapısal olarak dikişler, büzgüler ya da dökümlü kıvrımlarla yaratılabilmektedir. Düz çizgili pililer kuvvetli ritim yaratmakta, katlar ve volanlar hareketi ortaya çıkartmaktadırlar. Büzgülerin ya da fırfırların kenarları yumuşak hareketler katarken, özellikle desenlerin düzenlemeleri farklı çeşitlerde ritim için sonsuz olanaklar sunmaktadır.

Vurgu ile bir noktaya dikkat çekerek diğer noktalardan uzaklaştıran bir odak noktası yaratılmaktadır. Aynı zamanda, dengeye, ahenge ve birliğe de katkı sağlayabilir.

Dekoratif görsellerle yapılan vurguyu göz daha hızlı algılayarak, farklı dikişler, farklı kesimlerle de gözü bir noktaya odaklayarak vurgu yaratabilmektedir. Vurgu güçlü etkisinden dolayı dengeli bir şekilde kullanılmalıdır; aşırı kullanıldığında etkisini kaybetmektedir. Tasarlanan giyside verilmek istenen mesaj, giyside ilk göze çarpması istenen kısımdır.

Farklı vurgular yapılarak dikkat giysinin farklı bir yönüne çekilebilir ve vücut problemleri gizlendiği gibi markanın imajını yansıtmaya da önemli rol oynayabilmektedir. ‘Ağırlık merkezi, renk türleri, renk tonları, karşıt dokumalar, yaka çizgileri, dantel, kurdele, biye ve diğer süsleme malzemeleri, düğmeler, ziynet eşyaları, kravat, eşarp, saç biçimleri ve makyajla başarılabilmektedir.’¹¹³

¹¹² D.Crane, a.g.k., s.124.

¹¹³ A. Lurie, a.g.k., s.58.

Oran, Oran, ölçü, nitelik ve vurgu derecesi özelliklerine dayanarak sanat öğelerinin birbirleriyle karşılaştırılmasıdır. Oran, bireysel parçaların bir diğerine oranıyla ilişki kurmaktadır.

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 ilişkilerinde doğru olduğu belirtilmektedir. Bu oranlar, en çok beğenilen oranlar olara 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 kullanılmaktadır.

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

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. Modaya göre farklı oranlar tercih edilmiştir. Bu değişimlerin bazılarında zayıf oran kullanılmıştır. 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 sağlanmaktadır.’¹¹⁴

¹¹⁴ A. Lurie, a.g.k., s.58.

Oran, mesafelerin, boyutların, şekillerin miktarların, derecelerin ya da bölümlerin karşılaştırmacı ilişkisidir dört şekilde çalışır.

1. Bölüm içerisinde
2. Bölümler arasında
3. Bölümden bütüne
4. Bütünden çevreye

Vücut orantılarını inceleyerek doğru giysi oranıtısı yakalanabilmektedir. Doğru orantılar ile giysinin bedene oturması ve hareket rahatlığı sağlanmaktadır. Giysi orantıları giysinin bedene oturması ve hareket rahatlığına da uymalıdır.

3.3- SOSYOLOJİK ETMENLER

3.3.1-Kültür

Bir toplumun kimliğini oluşturan, yaşam ve düşünce tarzıdır. Toplumun ürünü olan ve nesiller boyu aktardığı her türlü maddi ve manevi edinimlerin tümüne denir. ‘Kültür, aletlerden ve tüketim mallarından, çeşitli toplumsal gruplaşmalar için yapılan anayasal belgelerden, insana özgü düşün ve becerilerden, inanç ve törelerden oluşan bütünsel bir toplamdır, zaman içinde farklı şartlarda oluşan kültürler de tek başına öteki birçok kültürün bütün acayıplık ve garipliklerini kapsamaz.’¹¹⁵

Kültür her toplum üyesi olarak insanoğlunun yaşam biçimini belirlemektedir. Başka bir anlatımla tanımın veya toplumun tüketim biçimleri, ihtiyaçları, ihtiyaçların öncelik sırası ve ihtiyaçların tatmin şekilleri kültürün bir işlevi olduğu söylenmektedir. Kültürel değerler tüketici davranışını dolayısıyla tüketimi etkilemektedir. Kültürel değerler sosyal etkileşim yoluyla ailede, okulda ve işyerinde öğrenilir ve birey davranışını

¹¹⁵ F.Davis, **Moda, Kültür ve Kimlik** Türkçesi: Özden Arıkan, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 1997.

kuvvetli bir şekilde etkilemektedir. ‘Görünür tuhaflıkları içinde modayı kavramanın temel güçlüğü, formlar, renkler, dokular, duruşlar ve belli bir kültürün ifadesi olan diğer unsurlarla ilişkilendirilen bilinçdışı simgeler hakkında elimizde kesin bilgi bulunmamasıdır.’

‘İfade sağlayan bu unsurlardan bir bölümünün, değişik bölgelerde son derece farklı simgesel referansları olması, bu güçlüğü kat kat arttırmaktadır. Sözelimi Gotik tarz Almanya’da milliyetçilik işaretiyken, Anglo Sakson kültüründe, (Eski İngilizce diye bilinen ve pratikte ona özdeş olan türü) geçmişe, madrigallere, kalay kap kaçağa hasret dolu bir bakışı belirtmektedir.’¹¹⁶

Kültürel farklılıklar özellikle uluslar arası pazarlamacılar için daha da önemlidir. Bu nedenle çapraz kültürel araştırmaların önemi belirtilemektedir. Böylece ülke içindeki ve çeşitli ülkelerdeki kültürel değişimler incelenerek buna uygun ürün tasarımı yapılabilmektedir.

3.3.2- Sosyal Sınıf ve Statü

Yaşam standartları birbirine yakın insanların oluşturduğu toplulukları ifade etmektedir. Sosyal sınıf, ilk ilkel yaşam biçimleri haricinde tarihteki tüm toplumlarda oluşumu gözlenen tarihsel bir olgu olduğu düşünülmektedir. Efendi- köle, burjuva- işçi, vb. gibi çeşitli şekillerde her tarihsel dönemde görülmüştür.

Toplumsal Statü: Bireyin toplum içinde hak ve sorumluluklar yükleyen konumu ve toplum içinde bir bireyin diğerine göre olan konumunu ifade etmektedir. Toplumsal statüyü şu faktörler belirlemektedir.

1- Demokratik ya da totaliter her toplumda soy bağı, kişinin toplumsal statüsünü

¹¹⁶ A.g.k., s.1.

belirler.

2- Bireyin sahip olduğu servet miktarı statüyü belirler.

3- Kişinin yaptığı işin işlevsel yararları statüyü belirler.

4- Bireyin eğitim düzeyi statüyü belirler.

5- Bireyin dini statüyü belirleyebilir.

6- Bireyin biyolojik özellikleri (cinsiyet, güzellik, yaş vb.) statüyü belirleyebilir.

‘Üniformalar ise (dini, askeri, polis üniformaları), sınıf farklılıklarını ve toplumsal kimliği az çok gönüllü önelere empoze etmek için yüzyıllardan beri kullanılmaktadır.’¹¹⁷ Farklı meslek gruplarına ait üniformalar, sınıflaşmanın ve statünün en belirgin şekilde çizilmiş resmidir. Üniformalar ve mesleki giysiler toplumdaki farkları daha belirginleştirmektedir. Özellikle 19. yüzyılın ortalarında, farklılaşan üst ve orta sınıf giyimi sadeleşmiş ardından işçi ve hizmetçi üniformaları gibi giysiler gündeme gelmiş ve işçi sınıfıyla ciddi bir ayırım yaratılmıştır. ‘Üniformalar, mesleki kostümlerin aksine kurumların farklı kademe ve derecelerdeki çalışanlarını ayırt etme ihtiyacını karşılama amacıyla özellikle geliştirilmiş ve kurum yönetiminin yansıtmayı istediği çalışan imajını ifade etmede kullanılmışlardır.’¹¹⁸ Kullanıldıkları ortamlarda kişinin yaptığı görevi anımsatıcı bir iletişim aracı haline gelmiş ve ayırımı pekiştirmiştir.

Hizmetçi üniformaları statü sınırlarını belirleme açısından diğer işçi üniformalarıyla benzerlik gösterir. Hizmetçi giysileri, ev içi ortamdaki farklı toplumsal sınıfların arasındaki ilişkileri (hizmetçi olmanın nasıl bir duygu olduğunu), işverenler ve çalışanlar arasındaki toplumsal farkları belirgin kılmaya ilişkin giderek artan eğilimi ifade edmektedir.’¹¹⁹

İşyerindeki üniformalar, diğer standartlaştırılmış giysi türleri ve giyim kuralları (özellikle büyük şirketlerde) 20. yüzyılın sonlarında hala yaygın olarak

¹¹⁷ D. Crane, a.g.k., s.121.

¹¹⁸ D. Crane, a.g.k., s.121.

¹¹⁹ D. Crane, a.g.k., s.124.

kullanılmaktadır. Çalışanlarının, özellikle kadın çalışanlarının görünüşünü denetleme girişimlerine en çok özen gösterenler havayolu işletmeleri olsa da diğer işletmeler de çalışanlarının giyim standartlarını bağlılıklarını kuruma bağlılıklarının bir göstergesi olarak değerlendirmektedirler.

Moda, uniformalar ve giysi kuralları dayatarak giyimi bir toplumsal denetim biçimi olarak kullanan çeşitli yöntemlerle birlikte değerlendirmelidir. Erkek giyiminin önceki yüzyıla kıyasla daha sade hale gelmesine rağmen, bürokratik kurumlarda hiyerarşi içindeki kademeyi belirten uniformalar arttıkça işyeri giysileri giderek farklılaşmıştır. Uniformaların ve giyim kurallarının yürürlüğe girmesi, işyerindeki toplumsal sınıf farklarını giderek belirginleştirmiştir.

Moda ürünü giysi kullanımının statü sebebi olarak görülmesinden dolayı, her ne kadar modanın tarihsel gelişiminde modayı ilk kullananların erkekler olduğu bilinse de bugün kadın giyimi rekabeti oldukça yüksek, yaratıcılığın sınırsız olduğu bir pazardır.

3.4- ÜNİFORMA VE KALİTE

Kalite, bir ürünün kullanım uygunluğunu belirleyen özelliklerinin tümünü kapsamaktadır. Önceden tespit edilmiş standartlara göre üretim yapılarak kaliteyi yakalamak mümkündür. ‘Kalite sekiz boyutta ‘performans, özellikler, güvenilirlik, uygunluk, dayanıklılık, hizmet görme yeteneği, estetik ve algılanan kalite olarak’ tanımlanmıştır.’¹²⁰ Bu standartların yanında, kalite yönetim sistemleri de (ISO 9001-2000, ISO 14001 gibi) rekabetin temel unsurları haline gelmiştir.

Kaliteli ürün sayesinde;

1- Üretimde fire ve atık oranı azalmaktadır.

¹²⁰ D.A Garvin, **Managing Quality**, USA, Tehe Free Pres, 1988.

- 2- Firmanın güvenilirliğini artırmaktadır ve rekabet gücü katmaktadır.
- 3- Çalışanlara iş yerlerine karşı güven duygusu ve çalışma verimliliğinde artış sağlamaktadır.

Kurumun giysilerinin görsel kalitesi somut özelliklerine göre;

- 1- ipliğin yapısı,
- 2- kumaşın dokusu,
- 3- rengin solmazlığı,
- 4- kumaşın kesimi,
- 5- dikişinin temizliği gibi somut özellikleriyle kaliteyi elde ettiği görülmüştür.

Gündelik hayat kullanımlarında çok kaliteli olarak tanımlanan kumaşlar aynı kaliteyi üniforma için kullanıldıklarında gösteremeyebilmektedir. İş alanında her gün giyilen bir giysi olduğu için beraberinde kumaşın kalite unsurlarında daha detaylı incelemeler yapılmaktadır. Hatta büyük firmaların kumaş üretim aşamasındansa haslıklar üzerinde daha özen gösterdiği ve uzun süreli çalıştığı görülmüştür.

Kumaşın kalitesini ölçmek adına,

- 1- ışığa karşı renk değişimi haslığı,
- 2- yıkamaya karşı renk haslığı,
- 3- tere karşı renk haslığı,
- 4- kuru temizlemeye karşı renk haslığı,
- 5- suya karşı renk haslığı,
- 6- deniz suyuna karşı renk haslığı,
- 7- hipoklorit ile beyazlatmaya karşı renk haslığı,
- 8- ütülenmeye karşı renk haslığı testleri yapılmakta ve sonuçlar bu doğrultuda değerlendirilmektedir.

Ayrıca kumaşın ürün haline gelmesinden sonra da bazı performans testleri uygulayarak kalite standartları yükseltilmektedir.

Bu performans testleri genel olarak;

- 1- yıkama sonrası boyutsal değişim,
- 2- kuru temizleme çekmezliği,
- 3- buharda boyutsal değişim,
- 4- dönme,
- 5- dikiş kayması,
- 6- yırtılma dayanıklılığı,
- 7- dikiş mukavemeti,
- 8- aşınma mukavveti olarak belirtilmektedir.

Üniforma tasarımında kaliteli görünümünü sağlamak adına tercih edilen bazı tekstil lifleri mevcuttur. Tekstil lifinin değerini, sahip olduğu bazı temel özelliklere göre belirlenmektedir. Bu özellikler: uzunluk, incelik, mukavemet, parlaklık, eğrilme yeteneği, uzama ve esneklik, yoğunluk, nem çekme özelliği, ısıdan etkilenme özelliği, ışıktan etkilenme özelliği, kimyasal reaktiflerden etkilenme özelliği, elektriksel özellikler olarak belirlenmiştir.

Yün, tekstilde kullanılmak amacıyla hayvanlardan elde edilen liflerin başında gelmektedir. Yün elyafı hayvansal liflerin kıl kökenliler grubuna girmektedir. Hayvansal liflerin salgı kökenli lif grubu da bulunmaktadır. Hayvansal liflerin yapı taşı proteindir ve Merinos yünleri, Asya yünleri, Crossbred (melez) yünleri olarak 3 çeşidi bulunmaktadır.

1- Yün oldukça dayanıksız bir lif olmakta ve ıslandığında dayanıklılığı daha da azalmaktadır. Pamuk ve keten gibi bitkisel liflerine göre daha dayanıksız olduğu görülmektedir.

- 2- Keçeleşme daha çok ince yünlerde görülmektedir.
- 3- Yaylanma yeteneği iyi olduğundan mamulün buruşmaya ve ezilmeye karşı yüksek dayanıklılığa sahiptir.
- 4- Çekim kuvveti kısa zamanda kaldırıldığında eski boyutuna geri dönebilmektedir.
- 5- Yün kendi ağırlığının yarısı kadar nem çekebilme ve en fazla nem çeken elyaf olarak bilinmektedir. Yün lifi, nem alırken fazla miktarda ısı açığa çıkartmakta ve bu özelliğinden dolayı kışın tercih edilmektedir.
- 6- Yün lifi elektriği çok zayıf iletmede ve buna karşı önlem olarak ortamının rutubet ve sıcaklığı minimum % 12’de tutulmaktadır.
- 7- Yün lifleri ıslatıldığında dayanıklılığının bir kısmını kaybeder, ancak gerilme kabiliyetinde artma görülmektedir.
- 8- Yünler 100- 105°C’ a kadar ısıtılırsa taşıdıkları nemi tamamen kaybederek sert ve dayanıksız bir hâl alarak renginde sararma görülmektedir.
- 9- Uzun süre güneş ışığına maruz kalan yünler kırılğan ve gevşek bir hâle gelmekte ve boya alma yeteneği azalmaktadır. Boyama sırasında fazla ışık almış kısımlarda düzensizlik meydana geldiği görülmektedir.

Pamuk, tohum liflerinin ham maddesi selülozdur. Selüloz, doğada bitkilerin sentez yolu ile oluşturdukları organik bir madde olmaktadır. Ayrıca hemiselüloz ve pektin, protein ve renkli madde, anorganik maddeler, vaks ve yağlar, içermektedir. Pamuk lifi %100’e yakın oranda selüloz içerdiğinden selülozun tüm kimyasal özelliklerini göstermektedir.

- 1- Pamuk lifi kremimsi beyaz renkten oluşmaktadır.
- 2- Pamuk kolaylıkla havadan nem absorplarken tutulduğunda kuru hissedilebilmektedir.
- 3- Bütün selülozik materyallerde görülen ıslandığında boyca ve ence kısıalma, pamuklu materyalde de gözlenmektedir. Bu kısıalma pamuk elyafında meydana gelen şişmeden dolayı olmaktadır.
- 4- Bütün selülozik liflerde olduğu gibi, pamukta da ıslandığı zaman dayanıklılığında artma görülmektedir.
- 5- Pamuklu materyaller ıslandığı zaman ağırlığının %70’i kadar su çekebilmektedir.

6- Yükseltgen ağartıcılarla uzun süre temas halinde kalırsa oksiselüloz oluşumu ile bozunabilmektedir.

7- Güneş ışığındaki UV ışınları, hava oksijeni, nem ve kirli hava koşulları altında kalan pamukta polimer bozulmaktadır. Doğrudan güneş ışığı özellikle sıcak ve çok nemli havada, pamuklu materyali etkileyerek, dayanıklılığını azaltmaktadır.

Sentetik Lifler, sentez yoluyla üretilen polimerlerden kimyasal lif çekim yöntemleri kullanılarak elde edilmemektedir. Sentetik liflerin molekülleri doğada bulunmamaktadır. Doğal liflerin yerini tutması ve doğal liflerin ihtiyacı karşılamaması durumunda kullanılmak üzere üretilmeye başlanmış daha sonraları farklı taleplere karşılık geliştirilmiştir.

Sentetik lifler kimyasal yapılarına göre beş grupta incelenmektedir.

1- Polyester lifleri : (terilen, trevira)

2- Poliamid lifleri : (naylon6, naylon 6.6, naylon 11)

3- Polivinil lifleri : (Akrilik, modakrilik, polivinilklorür ,polivinilidenklorür, polivinilalkol, polistiren)

4- Poliolen lifleri : (Polietilen lifleri, polipropilen lifleri, politetrafluoroetilen lifleri [teflon])

5- Poliüretan lifleri.

İngiltere’de Terylene, Trevira, ABD’de Dacron, Almanya’da Diolen ve Türkiye’de Perilen ticari adları ile üretilen polyester lifleri günümüzde en çok kullanılan sentetik lif olarak bilinmektedir. Tek başına kullanılacağı gibi diğer liflerle de karıştırılarak kullanılan polyester lifinden tafta, organze ve saten gibi çeşitli kumaşlar üretilmektedir. En çok pamuk lifiyle karıştırılan polyester lifleri yün, akrilik, ipek, viskoz ve keten lifi ile de kullanılmaktadır.

- 1- Polyester liflerinin mukavemeti üretim şekline göre iyiden mükemmelere doğru değişiklik göstermektedir.
- 2- Polyester liflerinin nem çekme özelliği çok düşük bilinmektedir.
- 3- Polyester lifleri nemi bünyelerine çekmeden yüzeyde tutabildikleri için üretilen ürünlerin sıcak havalarda giyilebilmesi sağlamaktadır.
- 4- Polyester liflerinin sürtünmeye karşı dayanıklılığı çok iyi ve tüylenme sorunu ile karşılaşılabilir.
- 5- Polyester liflerinin esneklik özelliği genelde iyi, yaylanma özelliği çok yüksektir.
- 6- Polyester lifleri asitlere, kuru temizlemede kullanılan çözücülere ve ağartıcılara karşı dayanıklı olmakta ve kuvvetli alkaliler ise liflere zarar verebilmektedir.
- 7- Polyester liflerinin güneş ışığına karşı dayanıklılığı birçok sentetik liften daha iyi olmakta ve uzun süre güneş ışığı liflere zarar verebilmektedir.
- 8- Bakteri, mantar, küf, güve ve diğer zararlı böcekler liflere zarar vermemektedir.
- 9- Polyester liflerinin elektrik iletme özelliği çok düşük olduğundan statik elektrikle yüklenmektedir.
- 10- Polyester liflerinin erime noktası 250°C' olarak bilinmekte ve polyester ürünleri pek fazla buruşmadığından düşük ısılarda ütölemek gerekmektedir. Ütüleme sıcaklığı 140 °C olarak belirtilmiştir.
- 11- Nem çekme özellikleri çok düşük olduğundan ürünler çabuk kuruyabilmekte ve yıkandığında çekmediği görülmüştür.
- 12- Su ile bulaşan lekelerle karşı dayanıklı bulunmuştur.
- 13- Ütüleme sırasında ütünün çok sıcak olması durumunda sentetik kumaşlar büzüşerek eriyebilmekte ve sigara yanığı ürün üzerinde delik oluşturabilmektedir.
- 14- Lifin içine işleyen yağ lekeleri sadece kuru temizleme ile çıkarılabilmektedir.
- 15- Giysiler giyen kişinin üzerine yapışırken özellikle soğuk ve kuru havalarda statik elektriklenme olmaktadır.
- 16- Yağ lekelerinin çıkarılması için öncelikle bir ön hazırlık yapılmalı veya kuru temizlemeye verilmesi gerekmektedir.

Günümüzde yün, pamuk, yün polyester, pamuk polyester karışımları üniformalarda kullanılmakla beraber teknolojinin yenilenmesi ile farklı çözümlere yönelik teknik tekstiller gündeme gelmiştir.

Teknik tekstillerin, bir diğer adı ‘Teknolojik tekstiller’ olarak bilinmektedir. Teknolojik Tekstil grubuna Non-Woven grubu da yer almaktadır. High-tech ifadesi tekstiller için de kullanılmaktadır.

Endüstriyel Tekstiller makro, mikro ve nano olarak üçe ayrılmaktadır.

Nano Teknoloji, Nanoteknoloji maddeyi atomik ve moleküler seviyede kontrol etme bilimine denmektedir. Genel olarak 100 nm ve daha küçük boyutta malzeme ve aygıt geliştirmekle ilgili ve 1 nm, metrenin milyarda biri olarak bilinmektedir. Nano, eski yunanca ‘cüce’ kelimesinden türemiştir. Atom ile molekül yapısı arasında kalan bir çeşit partiküle denmektedir. Tekstilde gelişme klasik elyaftan başlamış, ardından mikro elyaflara geçilmiş ve günümüzde de nano elyaflar üzerinde çalışılmaktadır. Nano teknolojik tekstillerin özellikle fonksiyonel giysilerde kullanıldığı görülmektedir. Bu tarz tekstillerin üretim sürecinde yüksek teknolojik özelliklere sahip makine parkına ihtiyacı olduğu görülmüştür. Bu yüzdem yaygınlaşması zaman almaktadır. Nano teknoloji birçok alanı kapsayan bir bilim dalına denmektedir. Aygıt fiziği, malzeme bilimi, elektronik, kimya, biyoloji gibi dallardan bilim araştırmacıları, nano teknoloji çalışmaları yapmaktadır.

Nano teknolojinin uygulandığını kesin olarak söyleyebilmek için, nano partiküllerin düzenli kalmasını sağlayan bir elektron sistemi kullanılması gerekmektedir. Hem elyafta hem de kumaş yüzeyinde birlikte bulunarak kalıcı olması gerekmektedir.

Tekstilde fonksiyonellik, diğer sektörlerde bilimsel ilerleme olarak görülmektedir. Teknik tekstiller ise tamamen spesifik bir amaç için üretilen fonksiyonel tekstillerdir. Smart Textiles(akıllı tekstiller) ve yeni tip giysilere de smart clothes denilmektedir.

Anti bakteriyel tekstiller, kumaşlarda 1 santimetre karede yaklaşık 1000 çeşit mikrobun yaşadığı bilinmektedir. Bio-aktif elyaflarda mikrop tutma özelliği, konvansiyonel elyafların yarısından daha az olduğu görülmüştür. Bambu gibi bazı elyaflar ise kendi doğaları gereği, anti bakteriyel özellikler taşımaktadır.

Bambu elyafı, Uzakdoğu'nun bambu ormanlarından toplanan bambu kamışlarının hamur haline getirilmesi, daha sonra liflere ayrıştırılarak ve kasarlanmasından oluşmaktadır. Bambu elyafı tüm diğer elyaflardan daha fazla doğallık, yumuşaklık ve serinlik vermektedir. Bu özellikleri ile bambu lifi ipek ve kaşmir ile mukayese edilmektedir.

Kendiliğinden anti bakteriyel, doğa dostu olan bambu elyafından yapılan kumaşlar mercerize işlemi gerektirmekte, tüm bitkisel ve selülozik elyaflarla aynı boyayı almaktadır. Yazın terletme ve koku yapmamaktadır.

Tensel, içerikli kumaşlar yapılan araştırmalar sonucunda günümüzde yeni teknolojilerin geliştirdiği en yaygın olarak kullanılan dokuma özelliği taşıyan kumaşların başında gelmektedir. Hem görüntü hem özellik olarak tercih edildiği görülmüştür

Rejenere selülozik esaslı bir elyaf türü olan tensel, yoğun mekanik işlemlere karşı yüksek bir dayanıma sahiptir. Yüksek yaş dayanımı ve modülü, bir başka deyişle sağlamlığı, kumaşlarda boyutsal dengeyi sağlamaktadır.

- 1- Doğal olması nedeniyle nefes alabilir özelliğe sahiptir.
- 2- Nemi çok iyi transfer eder ve vücudun terlemesi durumunda rahatsızlık hissi vermektedir.
- 3- Birçok yıkamadan sonra bile parlaklığını ve rengini muhafaza eder dolayısıyla yüksek renk haslığına sahiptir.

Tensel'in emicilik özelliği de oldukça yüksek ve yumuşak, esnek bir tuşe elde edilmektedir. Yüksek modül ve sağlamlık, kumaş içinde Tensel lifinin kolayca deforme

olmayacağı ve daha kolay bir şekilde orijinal şeklini ve konumunu yeniden alacağı anlamına gelmektedir.

Tensel A100 ve Tensel LF, Tenselin parlaklık, doğallık, yüksek yaş ve kuru mukavemet gibi üstün özelliklerini ürünlerinde görmek isteyen fakat şeftali tüyü efektinin ürünleri için uygun olmadığını düşünen müşteriler için geliştirilmiştir. Mukavemeti ve modülü Tensel Standarda göre %10 daha düşüktür. Bunun yanında daha açık bir yapıya sahip olması nedeniyle su emiciliği daha fazla olmaktadır.

Tensel elyafı diğer liflerle karışım halinde kullanılabilen ve boyanabilmektedir. Bununla birlikte pamuklu karışımlarda tensel, aynı boyamada pamuğa göre daha koyu boyandığından kumaşta homojen bir renk yerine açık-koyu şeklinde efekt oluşmaktadır.

Tensel A100 ve Pamuk kumaş numuneleri üzerinde yapılan bir çalışmanın sonuçları aşağıda görülmektedir. Buna göre 20 yıkamadan sonra Tensel A100ün renk haslığının pamuğunkine göre oldukça yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Özellikle dış giyimde büyük önem taşıyan renk haslığı ve parlaklığını tensel mükemmel bir şekilde sunmaktadır.

Coolmax, kumaşlar akıllı kumaş olarak tanınmıştır. Yeni teknolojik gelişmelerin sonuçlarından faydalanılarak üretilen Coolmax elyafı ile UV ışınlarından, lekelerden ve hatta bakterilerden korunmak mümkün olmaktadır.

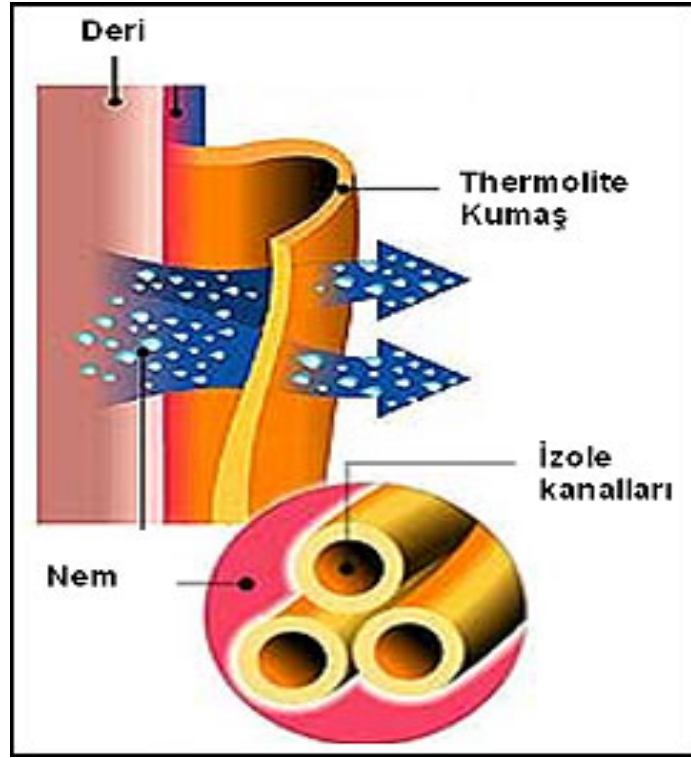
Coolmax kumaşlar ;

- 1- Serin ve rahat tutmakta,
- 2- vücuttan nemi uzak tutmakta,
- 3- hızlı kurumakta,
- 4- yumuşak, hafif, nefes alabilen ve doğal bir yapısı bulunmaktadır.

Thermo-lite, Polyester esaslı termal özellikli elyaftır. Thermolite in sahip olduğu lif yapısındaki çekirdek boşluklar, giysinin hem daha sıcak olmasını hem de daha hafif olmasını sağlamaktadır. Soğuk havalarda vücudun sıcaklığını koruyarak konforun

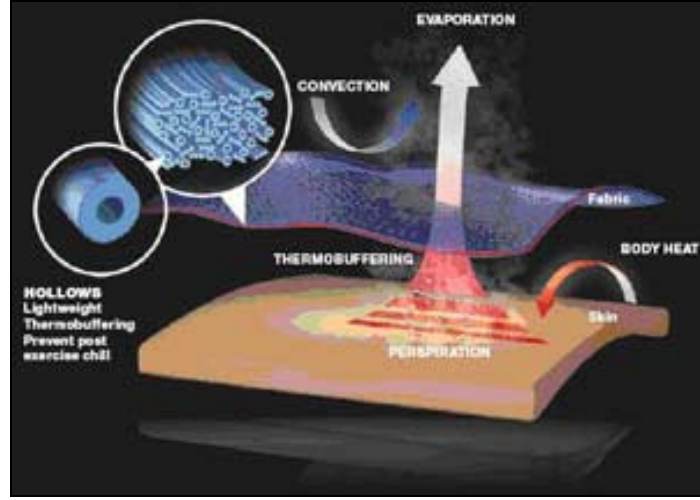
devamlılığını sağlamaktadır. Geniş lif yüzeyi buharlaşmayı kolaylaştırmakta ve nemin deriden ve kumaştan daha hızlı uzaklaştırılmasını sağlamaktadır.

Terlemeden sonra vücuttan dışarı atılan nem, giysinin ıslanmasına neden olmaktadır. Nem hızlı bir şekilde dışarı atılmadığında üşümeye neden olmaktadır. Thermolite , nem transferini hızlı yaparak vücudun nemden rahatsız olmasını önlemektedir. Thermolite in diğerlerinden daha hızlı kuruduğu, kuru ve ıslak halde daha çabuk ısındığı ve nem buhar transferini daha iyi yaptığı görülmektedir.



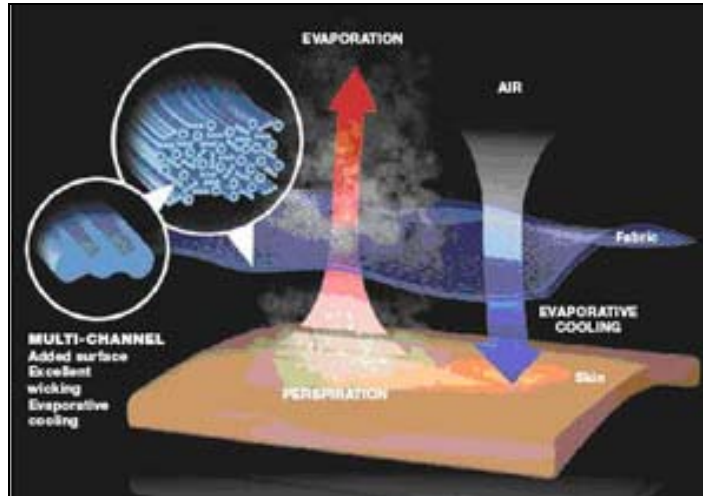
Şekil 2: Thermolite kumaş elyaf yapısı

Thermo-cool, Advansa'nın geliştirdiği bir marka olmaktadır. Kesit yapısı sayesinde, nem transferi ve ısı yalıtımını birlikte yapabilme özelliğini göstermektedir. Genelde özellikli spor giysilerinde kullanılmaktadır.



Şekil 3: Thermocool kumaş ile nem transferinin gerçekleşmesi

Vücutun terlemesi sonrası Thermocool kumaş ile nem transferinin gerçekleşmesi ve vücudun nefes alabilirliğine ve serinliğine destek sağlanması görülmektedir.



Şekil 4: Thermocool ile ısı kaybını azaltması

Nem transferi yapılırken aynı zamanda ortası boşluklu elyaf yapısı nedeniyle vücudun dışındaki ortamla bir tampon oluşturulduğu görülmektedir. Böylelikle Thermocool ile ısı kaybını azaltmak ta mümkün olmaktadır.

Fonksiyonel tekstillerin kullanım sahalarına ait şu örnekler verilebilir.

- 1- Ateşe ve aleve dayanıklı tekstiller
- 2- Mikrop tutmayan tekstiller(mikrobiyolojik)=(bio aktif)
- 3- Leke tutmayan tekstiller
- 4- Hijyenik tekstiller
- 5- Ter tutmayan tekstiller
- 6- Su geçirmeyen ve hava almayan tekstiller
- 7- Vücut ısını yaz ve kış aynı derecede tutan tekstiller
- 8- Kalp atışlarını dinleyen tekstiller
- 9- Soğutan dokumalar
- 10- Kendiliğinden renk değiştiren tekstiller
- 11- UV koruyucu tekstiller
- 12- Ter pedleri vs.

En yaygın kullanılan 'high tech'elyaflara şu örnekler verilmektedir.

















- 1- Hijyenik elyaflar
- 2- Biyolojik ve bio aktif elyaflar
- 3- Biyo teknolojik elyaflar
- 4- Mikrobiyolojik bakteriyolojik elyaflar

Koruyucu tekstil ve elyaflar ise şu örnekler verilmektedir.

- 1- Hava ve çevre koruyucular
- 2- Termal (ısı ve yangına karşı) koruyucular
- 3- UV ışınlarına koruyucular
- 4- Biyolojik koruyucular(askeri ve sınaî)
- 5- Kimyevi korucular (askeri ve sınaî)
- 6- Nükleer koruyucular
- 7- Hava ve likit partiküllerine karşı koruyucu
- 8- Balistik ve Blast elemanlarına karşı koruyucular (uçak sanayi)

9- Çeşitli silahlara karşı koruyucu

10- Nefes alıp-veren tekstil uygulamaları

 <p>1- ANTİBAKTERİYEL Kumaşın, vücut ve hava ile teması sırasında meydana gelen, bakterileri yok edecek şekilde, özel kimyasallarla muamele görmesi.</p>	 <p>5- EASY CARE KOLAY BAKIM Kumaşın kolay yıkanma ve temizlenme özellikleri taşıması.</p>	 <p>9- İNCE FİLM = ZAR KAPLAMA Bir kumaşın, kendine tatbik edilen ve ona su geçirmezlik özelliği kazandıran özel ve ince kaplama. Bu şekilde kumaş hava geçirgenliğini kaybetmez.</p>	 <p>13- IŞIK YANSITICI = NEON Bu kumaş ışığı yansıtır. Bunlara da neon kumaşlar denir. Aynı zamanda fosforlu da denmektedir. (Gece kullanılan polis - işçi - sporcu vs. elbiseleri gibi.)</p>
 <p>2- ANTI-UV Bir kumaşın veya onun elyafının, güneşin zararlı ışınlarını tutup, 30 veya daha üzeri koruyucu faktör taşıması.</p>	 <p>6- KOMPOZİT - BİLEŞİK Farklı fonksiyonları olan materyallerin termofiksaj yolu ile aynı kumaşta birleştirilmesi.</p>	 <p>10- SIVI ve SU KAYDIRICI Su ve bazen de pislik ve yağ kaydırıcı, apre. Bu şekilde bunlar kumaşın içine nüfuz etmezler.</p>	 <p>14- POLAR FLEECE POLARFLIS Molton (=yumuşak /ışışman) havası veren, çift taraflı sık örgü kumaş.</p>
 <p>3- TERMİK Vücut ile giysi arasında bir "mikroklima" oluşturacak şekilde, vücut ısısının muhafaza edilerek, ani hava soğumalarına karşı korunma.</p>	 <p>7- DUBLEFAS = ÇİFT YÜZEY = ARKALI - ÖNLÜ Bir kumaşın her iki tarafının da kullanılmasını sağlayan doku veya örgü şekli.</p>	 <p>11- NEFES ALIR - SU GEÇMEZ Bu işareti taşıyan kumaşlar hem yüzde yüz su geçirmezdir. Hem de vücudun ısısını dışarı verir, yani terletme yapmazlar.</p>	 <p>15- ÖRGÜ SEMBOLÜ</p>
 <p>4- KLİMATİK Kumaşın dış etkilere, sıcak ve soğuğa karşı vücut ısısını sabit tutabilmesi.</p>	 <p>8- ENDÜKTİF KAPLAMA Bir kumaşın sadece yüzünün, belirli bir kaplama ile fonksiyonellik</p>	 <p>12- SU GEÇMEZ Bu kumaşlar hava ve su geçirmezler.</p>	 <p>16- DOKUMA SEMBOLÜ</p>

Tablo 4: Teknik tekstil etiket bilgileri

Apreler kumaşın hazır giyim öncesi en son halini aldırın ve kumaşa satış özellikleri katan çeşitli amaçlara yönelik uygulanmaktadır. Nano teknolojik ürünlerinin ileri derece özelliklere sahip olanlarının henüz yaygınlaşmaması ve üretimden sonraki aşama olduğu için daha kolay ulaşılabilir ve pratik bir metot olarak görülmektedir. Kuru

aprede fizik metotları ile efekt elde edilmektedir. Yaş aprede ise kimyasallar kullanılmaktadır.

- 1- Tuş apresi: kabalık sertlik düzgünlük yumuşaklık kalınlık
- 2- Yumuşatma apresi: kasar ve boya esnasında kazandığı sertlik
- 3- Dolgunlaştırma ve sertleştirme apresi: özellikle perde, tarlatan, opal, tafta kumaşlara
- 4- Su iticilik apresi: kumaşın hidrofobik maddeler kullanarak lif ile ipliklerin etrafında çok ince bir zar oluşturulmasıdır. Kumaşın gözenekleri kapatılmadığı için vücut soluk alıp verebilmektedir. Zirkonyum parafin emülsiyonları, silikonlu maddeler, yağ asidi krom maddeleri, yağ asidi krom klorür ve flor karbonat kullanılmaktadır.
- 5- Su geçirmezlik apresi: yüzde 100 geçirmezlik sağlanmaktadır. Kumaşın yüzeyi film ile kaplanacağı için terletme özelliği bulunmaktadır.
- 6- Buruşmazlık apresi
- 7- Kolay bakım apresi: özellikle pamuk, viskon ve keten kumaşlarda buruşmazlık ve kirin uzakta tutulmasını sağlamaktadır.
- 8- Güç tutuşurluk apresi: Özellikle uçaklarda ve yangın karşı hassas olan iş alanlarında tercih edilmektedir.
- 9- Anti pilling apresi: Özellikle örme ama sentetik ve yünlü dokuma kumaşlarda lif uçlarının yüzeyde birbirine dolanarak boncuklanmasını engellemektedir.
- 10- Biyolojik parlaklık sağlayan
- 11- Anti statik
- 12- Antimikrobiyel
- 13- Doku kaymasını önleyen
- 14- Sanforizasyon
- 15- Güve yemezlik
- 16- Dikiş kolaylaştırma
- 17- Keçeleşmezlik
- 18- Görünüm ile ilgili apreler
- 19- Dekatür
- 20- Dolgunlaştırma

- 21- Kalandırlama
- 22- Presleme
- 23- Sertleştirme
- 24- Grifaj
- 25- Krinkıl apresi
- 26- Saydamlaştırma
- 27- Şardonlama

Astarın, vücuda kumaştan önce temas etmesinden dolayı oldukça önem taşımaktadır. Bu yüzden astar seçimlerinde dikkat edilen bazı özellikler mevcuttur.

- 1- Vücut ile kumaştan önce temas ettiği için renk haslığına çok dikkat edilmektedir. Asitli bir madde olan ter astarı çürütebilmekte ve renk vermesine sebep olabilmektedir.
- 2- Kış aylarında giyilen palto ve kaban gibi giysi türlerinde kayganlık sağlamayacak şekilde seçilmektedir.
- 3- Saten ya da diyagonal astarlar kullanılarak buruşma en aza indirilebilmektedir. Poplin dokuma astarlar daha fazla buruşmaktadırlar
- 4- Sürtünme haslığına özel erkek modelleri hazırlanırken dikkat edilmektedir. Özellikle iç ceplerde oluşabilecek problemler bulunmaktadır.
- 5- Anti-statik ve neme karşı dayanıklı olmasına dikkat edilmektedir.
- 6- Açma yapmaması için gramajı yüksek astarlar seçilmektedir.
- 7- Yıkınması gerekli olan modellerde polyester astar kullanılarak dayanıklılık sağlanmaktadır. Naylon astarlar da sudan çok etkilenmemektedirler. Buna rağmen viskon veya asetat astarlı giysiler yıkamaya karşı hassasiyet içermektedirler.
- 8- Astarlı giysilerde astarların çekme sorunu yaşandığı ve etek uçlarında döneme yarattığı için mutlaka kuru temizlemeye gönderilmesi gerekmektedir.
- 9- Astarlarda yazlık kışlık ayrımı yapılmakta, paltolarda ağır saten astarlar, yazın ince ceketlerde ise asetat tercih edilmektedir.
- 10- Astarlar içinde yıkama haslığı ve açma haslığı yapılmaktadır.

11- Çekme riski olan kumaşlarda kısmen kalın bir iplik kullanarak makine batış adedi seyreltilirse, astarın açma riski de azaltılmaktadır. Astar da kullanılan ince ve polyester gibi sağlam iplikler açma riskini arttırmaktadır. Dikişler ve dikiş adımları kumaşın enine doğru yapılırsa dikiş atma riski azalmaktadır. Boyuna doğru yapılan dikiş adımları sorun yaratabilmektedir.

3.5- ÜNİFORMA VE RAHATLIK

Fizyolojik, psikolojik, nörofizyolojik ve fiziksel faktörlerin uyumlu biçimde bir araya geldiğinde insana verdiği etkiye konfor denmektedir. Giyim konforu cilt duyuşal sistemleriyle ilgilidir. Giysiyle bir bütün olma ya da nötr olma hissini yaratmaktadır. ‘İnsanın giydikleri ve çevresi ile psikolojik, fizyolojik denge sağlayarak ‘memnun olma hali’ olarak tanımlanan giysi konforunun, ergonomi bilimi içinde ele alınması, bireyin is performansı ve motivasyonunun artırılmasını sağlayacaktır.’¹²¹

Doku ile uyum içerisinde olduğunu hissetmek konforun ilk koşulu olarak görülmektedir. Giysi uyumu ve serbestliği; beden ve giysi arasındaki ilişkiden, giysi tasarımının doğallığından, kumaş sürtünme katsayısından, giysinin vücuda değme temasından yani sonuçta kumaştan etkilenir. Bu yüzden kullanılan kumaşlar, özellikle uzun süre giyilen ve farklı hava koşullarına maruz kalan hosteslerin üniformaları için özenle seçilmektedir. Fizyolojik, psikolojik ve ekolojik uyumsuzluk kişiyi huzursuz ettiği için çalışma verimini düşürebilmektedir. Kullanıcılar açısından ürünün ‘iyi’ olarak kabul edilebilmesi için, giysinin tenin hissedeceği rahatlığı yani duyuşal deri konforunu sağlaması gerekmektedir. Seçilen kumaşlar kullanıcıya baskı yaratmamalı, terletmemeli, kaşıdırmamalı ya da üşütmemelidir.

Ayrıca üniforma gibi fonksiyonel giysilerde, insanın işle uyumunun sağlanması için is giysilerinin iş yeri şartlarına, harekete ve en önemlisi bireyin vücuduna uygun olarak

¹²¹ L.Solak, **Ergonomi İlkeleri ile Oluşturulan Giyside Çıkan Sonuç : Kullanıcı Konforu**. 10. Uluslararası Ergonomi Kongresi, 7-9 Ekim 2004, Bursa, Uludağ Üniversitesi, 2004.

tasarlanması ve hareket serbestliği önem taşımaktadır. Çalışma sırasında çalışanın ortama uyum sağlamasına yardımcı olan iş giysileri, çalışanın ruh ve beden sağlığını koruyarak çalışma verimini de artırıcı bir rol oynamaktadır. Kadınların genel olarak tercihleri görselliğe dayalı olduğu için üzerinde çalışılan giysinin hangi amaca yönelik olduğu ve çalışma koşulları doğru tespit edilerek, hareketlerini engellemeyen kalıp oluşturulmaktadır. Doğru kalıbı oluşturabilmesi için ise öncelikle vücut hareketleri sonunda hareketin neden olduğu boyut değişimlerinin bilinmesi gerekmektedir. Giysi boyutları uygun olmadığı takdirde doğru kumaş ve dikiş kurallarına uygun olacak şekilde bir araya getirilse dahi dikişlerde patlamalara ve hareket serbestinin engellenmesine neden olabilmektedir.

Beden, uygunluk durumu, renk, göz alıcılık, model, moda uygunluk gibi faktörler psikolojik yönden etkileyerek duygusal bir konfor hissi yaratmaktadır. Doku, hareket serbestliği, görsel uyum yakalanan üniformalar çalışanları her yönden rahat hissettirmektedir.

3.6- ÜNİFORMA VE ERGONOMİ

Giyimdeki ergonomi giysinin fonksiyonelliği, işlevselliği ve giyen kişiye yararlılığı ile sağlanmaktadır. Bu rahatlığı sağlamak adına üniforma tasarımlarında da dikkat edilen bazı ergonomik kurallar mevcuttur.

Özellikle erkek takımlarında kadın giysilerinden farklı olarak ergonomik özelliklere daha fazla önem verilerek tasarlanmaktadır. Kadın çalışanlar ise ergonomik üniformalar tercih etmelerine karşı estetik ön planda olacak şekilde isteklerde de bulunmaktadır. Ergonomik bir giysi ya da üniforma tasarlanmanın en doğru yolu çalışılacak grubun tüm ölçülerini doğru şekilde alarak başlamaktır. Çünkü insanların antropometrik ölçüleri arasında farklılıklar bulunması nedeniyle, her insanın kullandığı giysinin vücuda uyması, fonksiyonel olması ve rahat hareket olanağı sağlaması için giysi kalıplarının antropometrik ölçülerden yararlanılarak hazırlanmasını gerektirmektedir

İnsanların genetik yapıları, yaşadıkları yerlerden kaynaklanan beslenme düzeyleri ve alışkanlıkları ile diğer sosyoekonomik koşulları birbirlerinden farklıdır. Bu farklılıklar, vücut ölçülerini de etkilediğinden, farklı etkenler altında bulunan insanlardan farklı ölçüm değerlerinin elde edilmesi doğaldır.

Antropometrinin insan vücudunun ölçülmesi, metrik olarak ifade edilmesi yani insan bedeninin boyut, biçim ve bileşim yönünden ölçülmesine denmektedir. Bu ölçümler en doğru 23 +/-3 °C'de yapılmaktadır. 'Antropometri insan vücudunu hem bütün olarak ele almakta, hem de vücudun alt bölümlerinin ve organlarının ölçülmesini konu edinmektedir. Örneğin, kol uzunluğu, diz genişliği, bel çevresi, böbrek ağırlığı ve boyutları gibi ölçüler vücudun alt bölümlerini ifade etmektedirler.'¹²²

'Gerçekte antropometri, insanların statik duruş ve oturuşlarında ölçülen metrik değerleri incelemektedir. İnsanların 140 kadar fiziksel boyut ölçüsü alınabilmektedir. Örneğin 1954'lerde Hertzberg ve arkadaşları, havacı personelden 4000 kişi üzerinde 132 antropometrik ölçü alarak değerlendirmeler yapmışlardır.'¹²³ Bu araştırmalar sonucunda ergonomik tasarımlar açısından önemli olan 30 ölçü de saptanmıştır.

Benzer araştırmalar (statik antropometri) ülkemizde de ergonomi eğitim kuruluşları, tekstil sanayi ve silahlı kuvvetler tarafından da gerçekleştirilmiştir. 'Vücut yapısı ve ölçüleri, giysi üretimi için aşağıda belirtilen bir temel teşkil etmektedir ve bu temeli oluşturan özellikler şu şekilde özetlenebilir.'¹²⁴

- 1- İnsan vücudu üç boyutludur (en, boy ve derinlik) İnsan vücudu beden, bas, kollar ve bacaklar olmak üzere bölümlere ayrılmıştır
- 2- Vücut bölümleri arasında belirli orantılar bulunmaktadır.
- 3- Statik vücut ile hareket halindeki vücut ölçüleri arasında farklılıklar bulunmaktadır.

¹²² İ.Duyar, **Antropometri Ders Notları**, Ankara, 2000.

¹²³ N.Erkan, **Ergonomi**, Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları, Ankara, 1995.

¹²⁴ F. Mete, **Bayan Giyiminde Serilendirme**, İzmir, TMMOB Tekstil Mühendisleri Odası Yayınları, 1999.

- 4- Vücutlar kadın, erkek ve çocuk olmak üzere üç gruba ayrılmaktadır.
- 5- Normal vücut yapılarındaki tipik, bireysel farklılıklar görülebilmektedir.

Uluslararası Standartlar Örgütü (ISO), her ülkenin kendi toplumları için beden ölçü tablolarını nasıl oluşturacaklarına dair rehber olarak, ISO/TR 10625 sayılı ‘Giysiler için Standart Boyutlandırma Sistemleri’ standardını yayınlamıştı.

Vücut ölçülerini yansıtan standart ölçüler, kesim ölçüsü olarak direkt kullanılmamaktadır. Giysi kalıplarının hazırlanmasındaki temel sorunlarından bir diğeri de, vücut ölçüleri ile kesim ölçüleri arasındaki ilişkinin belirlenmesinde sıkıntı çekilmektedir. Giysinin vücuda uyumu, hareketleri kısıtlamaması ve kullanım rahatlığı sağlaması için, vücut ölçülerine belirli oranlarda bolluk payları verilerek kesim ölçüleri belirlenmektedir. Bolluk payları, insan vücudunun anatomik ve mekanik yapısına, giysinin kullanım alanına, kumaş kalınlığına ve moda bağlı olarak değişmektedir.

Belli bir görevde yer alan çalışanlar devamlı hareket etmektedirler. Bir hostesin çeşitli yönlere uzanması ve kol, bacak ve gövdesini çeşitli boyutlarda devamlı hareket ettirmesi nedeniyle dinamik boyutlarının ölçülmesine gerek vardır. ‘İnsanların ayakta dururken ya da otururken çevresindeki malzemelere, kontrol sistemlerine ve çeşitli işlem noktalarına uzanabilmeleri için eğilme, uzanma ve dönme gibi hareketlerinin hudutlarını ölçmek de iş düzeni ve insan-tezgâh, insan makine gibi arakesitlerin tasarımında optimizasyon açısından önemlidir.’¹²⁵ Çalışma esnasında yapılan hareketler incelenmiştir.

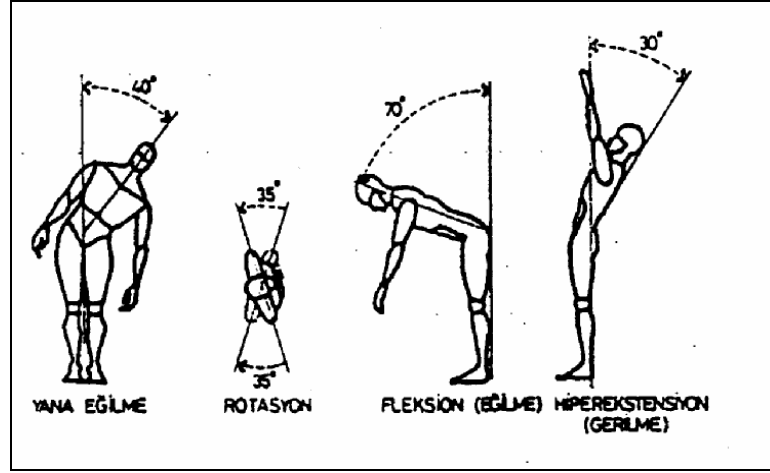
- 1- ‘Fleksiyon (eğilme, bükülme) ve bunun aksi Ekstensiyon (gerilme) hareketi: Fleksiyon, vücudun bölümleri arasındaki açının azalması ya da eklemlerle birleşen iki

¹²⁵ N.Erkan, **Ergonomi**, Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları,, Ankara, 1995.

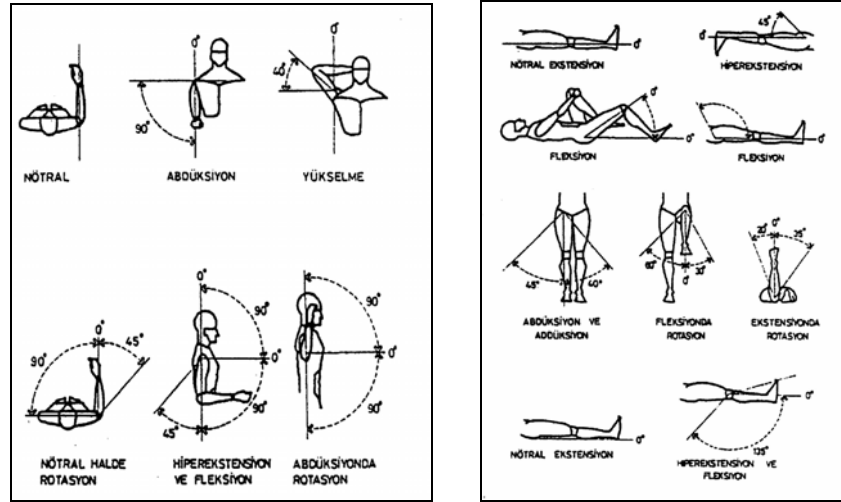
vücut uzvunun birbirine yaklaşması şeklinde tanımlanabilir. Ekstensiyon ise fleksiyonun tam tersi bir harekettir¹²⁶

2- ‘Abdüksiyon (saggital düzlemde uzaklaşma) ve bunun aksi Addüksiyon (saggital düzlemde yaklaşma) hareketi olarak ifade edilebilir.’¹²⁷

3- ‘Rotasyon, kayma hareketi dışındaki tüm diğer kemik hareketleridir.’¹²⁸



Şekil 5: Omurga Hareketleri



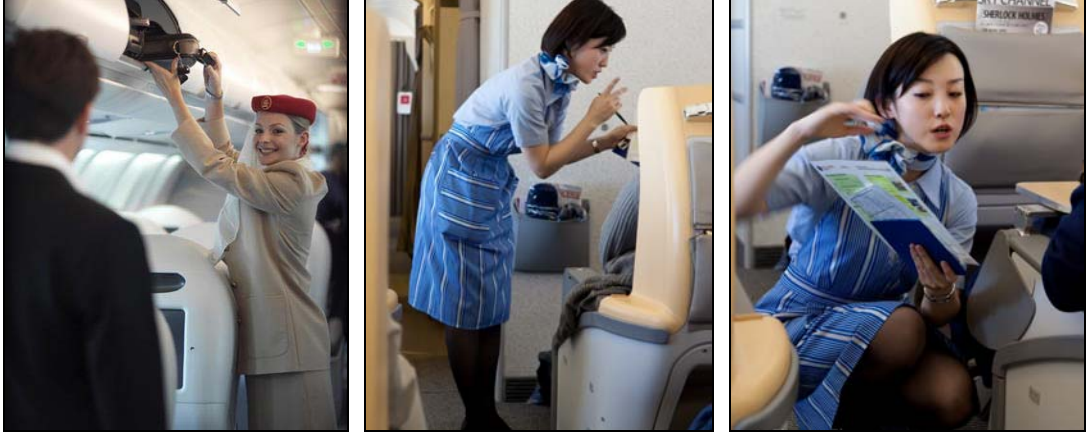
Şekil 6-7: Eklem Hareketleri

¹²⁶ N. Gürşahbaz, **Hazır Giyim Sektöründe Üretilen Kadın Etek ve Ceketinin Vücut Hareketleri ile Uyumunun Ergonomik Açından İncelenmesi**. Ankara, Gazi Üniversitesi Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2001, s.118.

¹²⁷ A.g.y., s.118.

¹²⁸ A.g.y., s.118.

Giysilerin istenilen konfor ve hareket serbestliğine sahip olması için bu tarz hassas bir ölçülendirme sistemi oluşturulacağı zaman, çalışma esnasında yapılan fiziksel hareketler çalışılan iş alanına göre incelenerek ihtiyaç duyulan önemli noktalar tespit edilmektedir. Ayrıca hazırlanacak iş giysisinin çalışılacak grubun ölçüleri alındıktan sonra çıkarılan istatistikler ile yorumlanması daha doğru olmaktadır. Grupta bulunan kişilerin ortalama vücut tiplerine göre antropometrik ölçüler belirlenmektedir. Hepsi harmanlanarak çıkacak sonuç en doğru ergonomik giysi oluşmasını sağlamaktadır. Fakat bu çok zahmetli bir yöntem olduğu için kurumlar genel standartlara yakın ölçülendirmeler kullanmaktadırlar.



Resim 165-166-167: Kabin görevlilerinin hareket alanları

Kalıpların hazırlanma aşamasında dikkat edilen bazı detaylardan örnekler şu şekilde verilmektedir.

- 1- Kadınların bel kısımları erkeklere göre daha incedir. Kalça kısmı ise daha yuvarlak formlara sahiptir.
- 2- Genç kadın ve erkek arasında, kalça genişliğinde önemli farklılıklar bulunmamasına rağmen, omuz genişliğinde cinsiyetler arasında önemli farklılıklar vardır.
- 3- Erkek ilikleri solda kadın ilikleri sağda bulunmalıdır.
- 4- Kol boyu başparmağın ilk boğumunu geçmeyecek şekilde hazırlanmalıdır.

- 5- Erkek ceketinde, ceketin boyu hiçbir zaman kalçanın üstüne çıkmamalıdır.
- 6- Erkek ceketinde kol ağzı 14-15 cm olmalıdır.
- 7- Ön cep torbaların genişliği 18-19 cm olmaktadır.
- 8- Pantolonlardaki köprü sayısı, duble genişliği, paça genişliği, kesim formu moda ya da firmanın özel isteğine bağlı olarak değişebilmektedir.
- 9- Kadınlarda etek boyları firmanın tercihlerine bağlı olarak şekillendirilmektedir. Etek boyuna göre hareketi kolaylaştıracak yırtmaç konmaktadır.
- 10- Pantolon merdiven çıkarken ya da yere eğilirken kasma yapmamalıdır.
- 11- Kol evi ve kol takışı hosteslerinde hareketli olmasından dolayı rahat hareket etmelerini sağlayabilmelidir.

Kalıpların giysiler üzerinde çıkarabileceği bazı sorunlar mevcuttur. ‘Hazır giyim sektöründe üretilen kadın etek ve ceketinin vücut hareketleri ile uyumunun ergonomik açıdan incelenmesi’ konulu araştırma sonucunda kadınların ceketle en çok problemle karşılaştıkları kısımlarının kol evinde gerginlik, kol boyunda kısılma, yakanın boyna doğru yükselmesi, yan dikişte gerginlik, göğüs çevresinde gerginlik ve dirsek hattında gerginlik olduğu anlaşılmaktadır. Bu araştırma sonucunda elde edilen veriler, tarafından ‘kadın ceketini üzerine yapılan çalışma sonuçları ile karşılaştırıldığında üst beden kısmında, hareketler esnasında benzer problemlerle karşılaşıldığı anlaşılmaktadır.’¹²⁹

Kolun fleksiyon, nötral, abduksiyon ve yükselmesinde ceketin kol hareketini en çok kısıtlayan kısımları sırasıyla; Kol evinde gerginlik, koltuk altında gerilme, dirsek hattında gerginlik olduğu anlaşılmıştır.

Kol evinin genişletilmesi, dirsek hattında kalıbın genişletilmesi, kolun statik durumunun değil de, dinamik durumlarının (örneğin yukarı uzanma, öne hareket gibi) belirlenmesi ile çözümlenebilecektir. Ancak kol evinin fazla genişletilmesi sonucunda, kolun düz durumunda kumaş toplanması ile karşılaşılabilir. Erkeklerin alt kol ve üst kol genişlikleri kadınlara oranla fazladır. Kolun yaptığı hareketlerde giysinin bu hareketleri

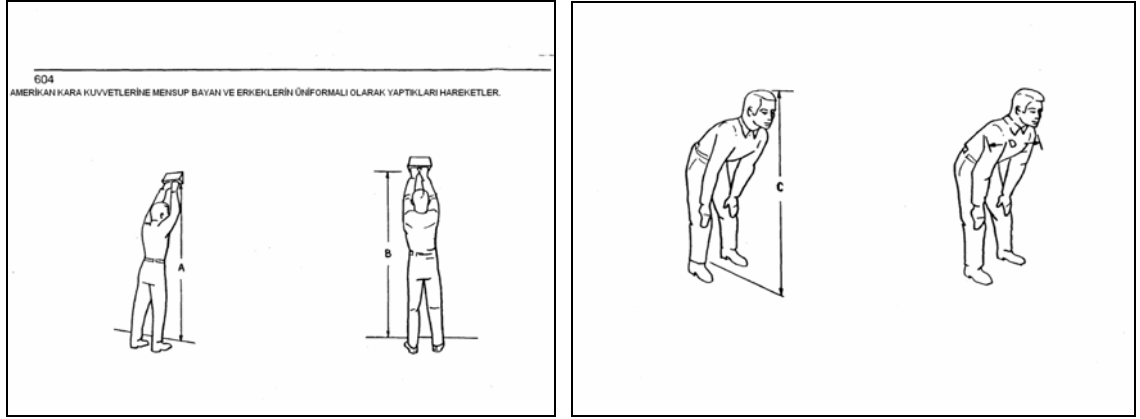
¹²⁹ N.Gürşahbaz, a.g.y., s.119.

belli noktalarda engellediği anlaşılmaktadır. Problemin çözümlenmesi amacıyla köruk genişliğinin ve kol oyuntu mesafesinin düzenlenmesi gerekmektedir.

Kol kısmında meydana gelen problemler, kol evinde ve dirsek hattında kalıp formunun değiştirilmesi, kol boyunun kısaltılması, kolun statik durumunun değil de, dinamik durumlarının düşünülerek (örneğin yukarı uzanma, öne hareket gibi) belirlenmesi ile çözümlenebilecektir. Ancak kol evinin fazla genişletilmesi sonucunda ise kolun düz durumunda kumaş toplanması ile karşılaşılabilir. Vücut hareketleri sırasında beden kısmında karşılaşılan göğüs çevresinde gerginlik, yan dikişlerde zorlanma, ön ortasında yığılma ve sırt kısmında gerginlik problemlerinin çözümleri için kalıp formu oluşturulurken ön ve arka genişliklerin hareket kabiliyetini azaltmayacak ve üniforma, kullanım yerleri dikkate alınarak, vücut hareketlerini kısıtlamayacak şekilde gerekli bolluk payları verilerek, estetik görünümü de bozmayacak model ve kalıplara göre üretilmesi gerekmektedir.

Vücudun yana eğilmesi durumunda, eğer giysi belden kesik ise veya bel ekseninde bir alt parçaya bağlı ise (aynı zamanda yan yükseklik, dik bir duruştan alınmış ise) gövde yana eğildiğinde yan yükseklik de bir miktar değişeceği için, normal duruşta belde olan çizgi, yana eğilme halinde bir miktar yukarıya kalkacaktır. Özellikle eğilme durumunda, gerekli pay verilmeyen giysilerde, giysi zayıf bulduğu herhangi bir yerden patlayabilir. Bunu gidermek içinde yan yükseklik ve dolayısıyla beden yüksekliği giysi türüne göre değişen miktarda artırılmalıdır.

Bedenin fleksiyon, yana eğilme, rotasyon ve hiperekstensiyon (gerilme) hareketleri sırasında ceketin beden hareketini en çok kısıtlayan kısımlarının sırasıyla etek kısmının fazla yukarı çıkması, göğüs çevresinde gerginlik ve yan dikişlerde zorlanma olduğu anlaşılmaktadır.



Şekil 8-9: Çalışma esnasında yapılan hareketler

Kalça ve diz çevresinde, giysi uyumu ve serbestliği dâhil edilmiş bir kumaşın esnemesinin % 25 civarında olduğunu ve bu esnemenin bazı hareketlerde yeterli olmadığı saptanmıştır.

Pantolonun ağ kısmının ve kalça kısmının dar olduğu durumlar kadar, fazla bol olduğunda da vücut hareketlerini kısıtlanabilmektedir. ‘Schmid (1981) Giysi türüne göre dikişlerdeki bozulma oranları incelenmiş ve pantolon arka orta dikişi için % 59,1 olarak bildirilmiştir.’¹³⁰

Üniforma tasarımlarının kalıpları hazırlanırken dikkat edilmesi gereken noktalar belirlendikten sonra hazırlanacak grubun ölçü standartları alınmalı ve bu istatistiksel sonuçlar üzerinden yorumlanarak problemlerin çıkmaması için standart sapmalar belirlenirse daha uyumlu ve düzgün kalıplar hazırlanmış olacaktır

3.7- ÜNİFORMA VE MARKA

Marka; ‘bir grup üreticinin ya da satıcının mal ve hizmetlerini tanıtmak ve rakiplerinden ayrılarak farklılaşmaya yarayan isim, terim, sözcük, simge, sembol,

¹³⁰ B. Bozkurt, **Vücut Hareketlerinin Giysi Özellikleri Üzerine Etkileri**, İzmir, Ege Üniversitesi Yayınlanmamış Doktora Tezi, 1995, s.79.

tasarım, işaret, şekil, renk, ambalaj ya da bunların kombinasyonlarıdır.’¹³¹Marka müşteri tarafından alınan, kişiliği olan, tatmin sağlayan bir karışımdır. ‘Marka; imaj, kimlik, rekabet, güç, prestij ve farklı olmayı yansıtmaktadır.’¹³²

Marka oluşumunda ürünün belirgin özellikleri ve işlevleri, artı değerlerle birleşerek, markanın değerini oluşturmaktadır. Marka değeri, güçlü bir marka isminin ve sembolünün tüketicinin zihninde yarattığı olumlu izlenimlerin ürün ve tüketiciye kattığı ek değer olarak tanımlanabilir. Bu değer, olumlu izlenimler nedeniyle ürünün ve işletmenin pazardaki değerini işletmenin aktiflerinden daha kıymetli bir duruma getirmektedir.

Ayırt edici ve akılda kalıcı duyuşal markaların başarı şansları diğerlerinden fazla olmaktadır. ‘Markaların duyuşal deneyiminin marka bağlılığı yaratmada belirleyici bir rol oynadığı da görülmektedir.’¹³³ Başarılı bir markanın değerinin artırılması, tüketici odaklı olma, marka ve tüketici arasında duyuşal bir bağın kurulmasını sağlama, markanın basit ve hızlı algılanabilir olması, sözünü tutan bir marka olarak tanınması ve tüketiciye verilen mesajın tekrarlanmasına bağlıdır.

Marka, tüketicilerin ürün ya da hizmetler hakkında bilgi edinmesini sağlayan önemli bir iletişim aracıdır. Aynı zamanda, marka tüketicilere istek ve beklentileri doğrultusunda ürünlere ya da hizmetlere ulaşma imkânı sağlamakta ve satın alma karar sürecinde yardımcı olmaktadır. Tüketiciler çoğu zaman bir ürün/hizmeti kendisine sağlayacağı imajı ve kimliği dikkate alarak tercih etmektedirler. Giysi de kişilerin ihtiyaçlarını karşılamanın yanında çoğunlukla toplumda statü kazanmak, farklı görünmek, bir kimlik sahibi olmak, modayı takip etmek vb. faktörler tarafından yönlendirilmektedir. Bu durumda kurumun kullandığı giysi markayı zihnimizde konumlandırmada yardımcı bir unsurdur.

¹³¹ Ş. Çivitçi, **Moda Pazarlama**, Ankara, Asil Yayınları, 2004.

¹³² A.g.k.,s.129.

¹³³ M. Lindstrom, **Duyular ve Marka**, Türkçe: Ümit Şensoy, İstanbul, Optimist Yayınları,2005, s.235.

1993'te Avustralya Qantas Hava Yolları yöneticisi John Ward markanın temel direğinin ün olduğunu, ünün de elle dokunulamayan şirket unsurlarının somutlaştırılması anlamına geldiğini belirtmektedir. Hava yolu firmaları belli dönemlerde kurum felsefelerindeki değişimleri yansıtmak için uniformalarında yenilikler yapmıştır.

1994 yılında Qantas logo ve renklerinde değişimler olmuştur. George Gross ve Harry Watt of Adelaide tasarımları ile daha önceki dönemde kullanılan Yves Saint Laurent tasarımı uniformalar değiştirilmiştir. Üniforma yüksek kaliteli servisin bir sembolü haline dönüşmüştür. Kalite, kullanılabilirlik, gurur ve müşteri hizmetlerine adanmışlığın simgesi olmuştur.

2002 yılında Qantas ismi Avustralya Hava Yolları olarak değiştirildi ve hava yolu kendini uluslararası turist merkezlerine uçan bir hava yolu olarak markalaştırmıştır. Bu kurumsal değişim yeni serbest giyim tarzı üniformanın tasarlanmasını gerektirmiştir. Avustralyalı tasarımcı Peter Weiss 'Avustralya toprağının eşsiz renkleriyle' siyah pantolon, kum rengi bombardıman ceketini ve siyah bir kabandan oluşan rahat tarzı üniforma hazırlamıştır.

Üniforma tasarımının kurumun imajının temsili ve halkla ilişkiler faaliyetlerinde önemli gören Morissey 2003'te hava yolu Avustralya yerel kültürünü yansıtan desen ve tarzlarla yeni bir üniforma planlamıştır.¹³⁴ Amaç, modern, çekici ve fonksiyonel üniforma hazırlayarak, iç ve dış hatlarda kaliteli bir hava yolu imajı yaratmaktır. Satış ve pazarlama müdürü John Borgetti amaçlarının tüm personel için şık ve farklı, Avustralya ruhunu canlandıran modern ve alımlı bir üniforma yaratmak olduğunu söylemiştir. 'Çağdaş ve şık bir üniformada dayanıklılık, esneklik ve rahatlık gerekmektedir. Morissey, Avustralyaya özgü yerel tasarımları uniformalarda kullanmıştır. Rüya tatiller, Avustralyalı atalarının keşifleri giysilerde canlandırılmıştır. Günün sonunda, nehir kıyısında gölge çalılıklarda yapılan uzun trekking yürüyüşleri,

¹³⁴ P.S. Black, a.g.y., s.341.

yerli kabile üyelerince yakılan kamp ateşlerinde dairesel motifle simgelenmiştir.¹³⁵ Avustralya geleneği seyahat ve macera, dinamik bir simge olarak tüm Avustralyayı tek bir ortak kimlikte tasvir etmektedir.

Mike Street, British Airways pazarlama müdürü, hava yolu üniformalarının markalarını temsil eden en önemli simgelerinden birisi olduğunu ve yer hizmetleri ve uçuş personelinin üniformayı giymekten gurur duyduğunu belirtmiştir. Street, yeni üniformanın, yolcuların hava yollarını tercih etmesi için başlattıkları yeni ürün gelişmelerini tanıttıkları reklam kampanyası gibi bir araç olduğunu belirtmiştir.

Uçuş personeli giydiği üniforma ile profesyonellik, kendine güven ve güvenilir olmayı temsil etmektedir. Yolcular bulutların üzerinde iken bu nitelikleri aramaktadır. Uçuş personeli kötü bir şekilde giyindiğinde, bu sayılan nitelikleri sağlayamayacağından profesyonel bir görüntü çizemeyecek ve yolcular hayatlarını bu personelin ve dolayısıyla bu hava yolunun (markanın) eline bırakmayacaktır.

Kurumsal Kimlik marka için anlamı, yönelimi ve amacı belirlemeye yardımcı bir çerçevedir. ‘Marka kimliği, markanın tüm yönlerini içine almakta, markaya ilişkin parçalardan çok bütünü önemsemektedir.’¹³⁶ Marka kimliği, işletmelerin müşteriler gözünde nasıl algılandıklarının özüdür. Bu durumda her markanın bir felsefesi ve buna uygun olan görsel olarak algıladıklarımız bulunmaktadır. Üniforma da bir hava yolu firması için markanın kimliğini yansıtan önemli bir görsel sunum şeklidir. Bu durumda kurumun kimliği giysinin rengini ve stilini etkileyerek farklı tasarımların ortaya çıkmasını sağlamaktadır.

Kurumsal kimliği uygun olarak tasarlanmış bir üniformanın sonucunda firmanın;

¹³⁵P.S. Black, a.g.y., s.350.

¹³⁶ F.Uztuğ, **Markan Kadar Konuş**, İstanbul, MediaCat Kitapları, 2003.

- 1- Pazarlanacak olan özelliğini görselleştirir.
- 2- Sahip olduğu sembolik değeri iletir.
- 3- Kendi hedef grubuna yönlendirir.
- 4- Değer yargılarını etkiler.
- 5- Firmaya anlık dikkat çekmeye ve olumlu bir yönelme kazanmaya yardımcı olur.
- 6- Rekabete karşı firmayı profillendirir.
- 7- Bir firmayı gençleştirebilir ve ona yeni bir güncellik kazandırabilir.

‘Marka kişiliği, bir marka ile çağrışımlandırılmış insani özellikler olarak; çağdaş, genç, tutucu, yaşlı gibi sıfatların markalara taşınmasını açıklamaktadır.’¹³⁷ Bu bağlamda, ürün bağlantılı nitelikler, tüketiciler için faydacı bir işleve hizmet etmesine karşılık, kişiliğin sembolik bir işleve sahip olduğu söylenebilir. Marka kişiliği, markanın rakiplerinden farklılaşmasını sağlamada önemli bir unsurdur. ‘Marka kişiliği markaların da insanlar gibi kişilik özelliklerine, belli duygular ya da izlenimlere sahip olduğu varsayımına dayanır. Böylece marka, yaş, toplumsal-ekonomik sınıf ve cinsiyet gibi açılardan değerlendirildiği gibi; sıcak, duyarlı, ilgili gibi bazı tipik kişilik özellikleriyle ilişkilendirilir.

Bugün hava yollarının reklam ve halkla ilişkiler faaliyetlerinde, ciddi şekilde yapılacak pazarlama araştırmalarıyla elde edilecek bilgilere dayalı olarak yapılabilecek akıllı uygulamalara ihtiyaç duyulmaktadır. Hava yollarının kurumsal kimlikleri öncelikle emniyetli ve güvenilir olmalı ve bu kimlik kimseyi rahatsız etmeden herkese hitap etmelidir. Tasarım boyutunun bir ucunda Lufthansa Hava Yolları’nın tercih ettiği ‘duruluk ve sadelik’, diğer ucunda ise Braniff ve İngiliz Hava Yolları’nın metal üzerindeki ‘yaratıcılığı ve sanatı’ görülmektedir. Bunların ortasında ise denenmiş ve test edilmiş formül olan ortalama müşteriye ve hava yolu yöneticilerine hitap eden emniyetli ve güvenilir olma sembolü bulunmaktadır.

¹³⁷ A.g.k., s.

Hızlı kuş ve hızlı kanatlar kelimesinden türetilen ‘hızın adı’ kavramı 1997 yılında İngiliz Hava Yolları’nın kimliği haline gelmiştir. Newell ve Sorrell adındaki tasarımcılar, İngiliz Hava Yolları’nın hızlı kuş simgesini daha hızlı uçan bir nesne olarak göstermeye ilaveten, kuyruk paletlerini ulusal bayrak ve şirketin logosunun bulunduğu yerden çok, sanatçının tuvali olarak kullanmayı tercih etmişlerdir. Uçağın kuyruk paletlerinde Dünya’ca bilinen ressam, sanatçı, seramik ustası ve hattatların hazırladığı ve çeşitli medeniyetlerin değerlerini içeren imajları görmek mümkündür. Bunların başlıcaları ‘İngiliz (chelsea) gülü’ ‘kalp ve çiçekler’ ‘hayvanlar ve ağaçlar’, ‘Dalgalar ve Turnalar’ ,‘Su Rüyası’, ‘Çin işlemesi’, ‘Romanya’dan bahar imajı’ sayılabilir.



Resim 168-169-170-171: Farklı uçak giydirmeleri

Renk ve logo markaya ait ürünü ya da eşdeğer olarak görebileceğimiz hava yolu firmasının yüzü olarak üniformayı birebir etkileyen temel unsurlardır. Renkler, farklı kurumlarda farklı yorumlanarak farklı etkiler yaratabilmektedir. Modaya uygun olarak renklerde yapılacak değişim ile kurumun hedef grup tarafından tanınması değişebilmektedir.

Renklerin kültürler üzerinde yarattığı etkinin farklılığı sonucu kurumlar farklı tercihlerde bulunabilmektedir.

Uzaktan fark edilebilmek hava yolu şirketlerinin başlıca amacı olduğu için renklerle fark yaratmak ilk hedeflerden gözükmektedir. Bununla birlikte logolar kuruluşların yakından daha net ayrımlar yapabilmesi için kullanılmaktadır. Aksesuarlar üzerinde

kullanılan; örnek olarak Lufthansa yazısı ya da yuvarlak içindeki kuş sembolü ile zihnimize görsel bir netlik yakalanmaktadır.

Marka imajı, müşterilerin ürünle özdeşleştirdikleri anlam yâda müşterilerin üründen anladıklarının toplamı olarak tanımlanabilir.¹³⁸ (Müşterilerin markalı ürünü denemek, reklam ve reklâmın sunulduğu medya gibi çeşitli kaynaklardan edindikleri izlenimler sonucu oluşturdukları izlenimler marka imajını oluşturmaktadır. Marka imajı, belirli markalara ilişkin olarak tüketici algılarını kapsamaktadır. Marka imajı var olan ürünü ya da o markanın kişiliğini yansıtan bir aynadır denebilir. Bir markanın en önemli ögesi logosudur. Logo, markanın özünü oluşturan değerleri bir bakışta yansıtabilmelidir. 'Logo; iki ya da daha fazla tipografik karakterin sözcük halinde okunacak biçimde bir araya gelmesiyle oluşturulan bir ürün, şirket ya da hizmeti tanıtan marka ya da amblem özelliği taşıyan simgelerdir.'¹³⁹

Lufthansa Hava Yolları'nın önceli Luft Reederie'nin 1919 yılında başlattığı ve bugün hala çok küçük değişikliklerle Lufthansa Hava Yolları'nın kullandığı uçan turna motifli ticari ad (logo) kullanma uygulaması bugün birçok hava yolunda görülmektedir. İyi bir marka statüsü kazanma ve tatil ve iş amaçlı seyahat eden müşterilerin bağlılığını kazanma tüm hava yolları için amaç olmaktadır ancak tek başına ticari ad veya logosunun olması yeterli olmamaktadır. Hava yolunun logosu ve personel giysisi kimliğin küçük bir kısmını oluşturmaktadır. Marka kimliğini temsil etmede uçağın iç dizaynı, havaalanındaki bekleme salonları ve kapıları, şirketin kurumsal tarihi, biletleme, üniforma ve yer hizmetlerinde kullanılan araçlar eşit öneme sahiptir. Estetik görünüme ilaveten, şirketin yönetim felsefesi ve müşteri hizmetleri de bu kimliği oluşturmada etkili olmaktadır.

1920'lerin marka kimlikleri tabela yazıcıları tarafından tasarlanıp kolay okunabilir yazı karakterleriyle hazırlanmıştır. Hava yolu kayıt kodları ve kimliği, uçağın kanatlarında,

¹³⁸ E.Becer, **İletişim ve Grafik Tasarım**, Ankara, Dost Kitabevi, 1997, s. 84.

¹³⁹ www.grafiturk.com

gövdesinde ve kuyruk paletlerinde oldukça belirgin olarak görülmekteydi. Fransız Hava Yolları'nın selefi Air Union Hava Yolları ismini dev harflerle uçaklarının gövdesine yazmıştı. Uçak inerken veya kalkarken 4000 metredeyken kendi reklamını yerdeki yolculara yapmaktaydı. Kraliyet kimliği ilk markalarda önemli rol oynadı. Örneğin Hollanda Kraliyet Hava Yolları, kraliyet garantisini sembol olarak kimliğinde kullanmıştır.

Atlantik'in öbür yakasında Amerikan ve Continental Hava Yolları kartal ulusal sembollerini kullanmıştır. National hava yolu şirketi ise posta taşımacılığının sembolü olan ok işaretini tercih etmiştir. Diğer popüler semboller hızı temsil eden ticaret tanrısı Mercury, Romalı haberci, atlı kovboy ve kızıl dereli şef olmuştur. Bugün hava yolları kendilerini farklı kılan sembollerini kullanmaya devam etmektedir. Air Lingus simgesi olan yonca İrlandanın yeşil ve kırsal yaşamını ve şans getiren tilsimini içermektedir. Yunan Olimpik Hava Yolları'nın sembolü bilinen en eski simgelerden biri olup, olimpiyat halkalarını ve sağlıklı rekabetin erdemini belirtmektedir.

Kanat veya kuş simgesi yâda Kanada Hava Yolları'nın simgesi olan uçan kaz sembolü askeri pilotların şapka veya rozetlerinde grafikçilerin devamlı tercihi olmuştur. Daha moda kanat simgeleri tasarlanmış, örneğin Fransız Hava Yolları'nda zarif denizati, Avustralya Hava Yolları'nda kanatlı kanguru ve İmperial Hava Yolları'nda hızlı uçan kuş simgesi gibi. Bazı uçak simge ve logoları pazarlama ve tasarım değişim rüzgârlarından etkilenmeden hayatta kalabilmiştir. Lufthansa Hava Yolları müdahalelere ve iflasa rağmen uçan turna logosuna 1926 yılından beri korumuştur. Gri ve kullanılan yazı karakteriyle yalın ve sert olarak algılanan Lufthansa aynı zamanda etkin ve güvenli olarak bilinmektedir. Müşteri ve Pazar araştırmalarından aldığı geribildirimlerle Lufthansa sarı ve mavi renkleri kullanarak ve yan gövdesindeki mavi şeriti kaldırarak beyaz uçak gövdesine sahip olmuş ve sempatik bir görünüm kazanmıştır. Uçan turna sembolü biraz değiştirilerek daha fazla kişiye hitap eder hale getirilmiştir.

4- TASARIM OLUŞTURMA SÜRECİ VE YENİ BİR MODEL ÖNERİSİ

Giysinin tasarlanmasında üretime yönelik fikirlerin oluşması farklı aşamalardan geçerek ilerlemektedir. Giysi tasarımı hazırlanırken için de marka kimliği, tasarlama yöntemleri, üretim yöntemleri, üretim maliyetleri, yeni teknoloji kullanma eğilimleri, firmanın gelecekteki planları, kalite kontrol teknikleri ile ilgili bilgilerin tamamını kapsamaktadır.

4.1- ARAŞTIRMA

Tasarım sürecinin başlaması ile moda akımları, filmler ile ilgili bilgiler toplanarak moda gösterileri ve müze gibi yerler ziyaret edilmektedir. Pazarlamaya yönelik, üretilecek giysinin tüketici profili için gerekli bilgi (yaş, cinsiyet, boyutlar, sosyal ve ekonomik düzeyi, fiyat ve kalite beklentileri, estetik tercihleri), genel moda gelişmelerine uygunluk, fiyat düzeyi, sezonun eğilimi, pazarlama teknikleri, vitrin düzenleme teknikleri, siparişlerin düzenliliği, genel görünüm-estetik, satış imajı, moda gösteri yöntemleri ve genel etki ile ilgili bilgiler elde edilmektedir.

Yapılacak model için farklı kaynaklardan bilgi derlemesi yapılmaktadır. Uluslararası moda eğilimleri, işletme ihtiyacı, tüketici ihtiyacı, ürünün üretimi için gerekli teknolojik ve teknik bilgi, ürünün işlevsel olması fonksiyonelliği, mağazinler, müzeler, kütüphaneler ve kültürler, mağazalar araştırılmaktadır.

Tasarımcı ayrıca bu aşamada, ‘hazır giyimde yapılacak çalışmalarda işletmenin satış politikasını, maliyet limitini, üretim metotlarını ve geleceğe bakışını, iplik, malzeme ve aksesuar araştırmalarını yapmaktadır.’¹⁴⁰

¹⁴⁰ T,Gürsoy, **Giyim Kültürü ve Moda**, İstanbul, Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri, 2010, s.214.

Elde edilmiş bilgilerin tamamı model tasarım için bir işletme ise AR-GE biriminde, bir tasarımcının özgün ya da bireysel çalışması ise kendisinde analiz edilmek üzere birleştirilmektedir. AR-GE birimi firma içinden üst düzey yöneticilerin ve çalışan elemanların fikirlerini de alarak diğer bilgilerle birlikte değerlendirerek tasarım / model hane birimlerine göndermektedir.

4.2- PLANLAMA

Yapılan araştırmalar sonucunda tasarımın hangi yönde ilerleyeceği planlamaktadır. Yapılan bu ön çalışmalar sayesinde, işletmenin fiyat politikasına ve hazır giyim üretim tekniklerine önem vererek tasarımın oluşturma süreci başlamış olmaktadır. Önceden belirlenmiş amaçları gerçekleştirmek için yapılması gereken işlerin saptanması ve izlenecek yolların seçilmesiyle oluşacağı için moda tasarımcıları genellikle bir iş özeti belirleyerek ve buna bağlı çalışılmaktadırlar.

Model tasarımları yapılırken işletme politikaları, mevcut pazarlama, üretim, finansman, iş gücü, teknoloji, makine araç gereçler, tüketici tercihleri göz önüne alınarak çalışmalar yürütülmektedir.

Bu iş özeti şunları kapsamaktadır.

1- Giysi Türü: Yaz ya da kış giysileri, sportif giysiler veya gece giysileri v.b gibi gruplardan hangisi üzerine çalışılacağı kararlaştırılmalıdır.

2- Hitap Edeceği Perakende Satış Firmaları ve Fiyat Grubu: Üzerinde çalışılacak modelin fiyatı ve üretilen giysinin nerede satılacağı, tasarımcının kullanacağı kumaş miktarı ve kalitesi ile fermuar v.b. aksesuarları fiyat belirlemede rol oynamaktadır. Tasarımcı bunları planlayarak en doğru sonucu hayal edebilmelidir.

3- Kumaş Seçimi: Hazır giyim sektöründe, kumaşlar üretici tarafından sunulabildiği gibi tasarımcı, kumaşlarını tekstil üreticilerinin üretim kataloglarından seçebilmektedir. Kumaşların ileriki zamanlarda tedarik adına sıkıntı çekilmemesi için tasarım aşamasının ilk başlarında seçilmesine özen gösterilmelidir. Gerekli görülürse tercih edilen kumaşın aynısı numune olarak kullanılmakta. Eğer önerilen kumaşlar çok pahalı ise örnek ürün için gerçek kumaş yerine Amerikan ya da benzer ucuz kumaşlar kullanılmaktadır.¹⁴¹ ‘Moda tasarımcısı nadiren giysi tasarım fikirlerini, kumaşını seçmeden önce üretmektedir.’¹⁴²

4- Tasarım Süreci: Tasarım aşamasına gelindiğinde fikirlerde belirgin bir netlik oluşmaktadır. Yeni fikir hakkında alternatifli tasarımlar üzerinde çalışılmaktadır.

4.3- GELİŞTİRME

Tasarım aşamasında giysinin işlevi (spor, iş, abiye vb.) belirlendikten sonra, diğer özellikleri de tespit edilerek birlik, hareket ve denge öğelerinin birlikte düşünülmesi ayrıca bir giysi tasarımında bulunması gereken çizgi, biçim, doku ve renk öğelerine de dikkat edilerek çalışmalar yapılmaktadır. Yaş, mevsim özellikleri, kumaş uygunluğu, toplum için geçerliliği, iklim özellikleri ergonomik kurallar da tasarım sürecini etkilemektedir.

Modeli tasarlamadan önce dikkat edilmesi gereken unsurlar belirlendikten sonra oluşturulan tema için görsel düzenlemeler hazırlanır. Bunlar hikâye ve renk panolarıdır. Tasarımcının esin kaynağıdır ve araştırmaların proje konusunun sanatsal bir şekilde bir araya getirildiği tablodur. ‘Hikâye 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

¹⁴² T,Gürsoy, **Giyim Kültürü ve Moda**, İstanbul, Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri, 2010.

örneklerle, iplik ve her türlü obje, fotoğraf kullanılabilir.¹⁴³ ‘Seçilen hikâye, açık olmalıdır. Tasarımcı hikâye ve renk panosuna yoğunlaşarak modelleri üretebilmelidir.’¹⁴⁴

‘Tema göz önüne alınarak, hikâye 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 tasarlanan modeller silüetleri, kalıbını hazırlayacak ve üretecek kişilere tüm bilgi ve görüntüyü doğru olarak yansıtmalıdır.

Giysinin işlevselliği, kişisel zevke, pazara uygunluğu, maliyeti, konuya uygunluğu, üretilebilirliği, kullanılacak malzemenin temin edilebilirliği toplanan veriler, hikâye ve renk panosunun yorumlanması göz önüne alınarak kumaş ve yardımcı malzeme seçimine de karar verilerek seçim yapılmaktadır.

Belirlenen stil üzerinde eskiz çalışmaları yapılmaya başlanmaktadır. 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 olabirlikleri 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.

Bir illüstrasyonda, tasarımın tüm detaylarını (rengini, kumaşını, ölçülerini, bedenini, aksesuarını, baskı ve desenlerini, her şeyden önemlisi ne anlatılmak istendiğini) görebilmek mümkündür fakat teknik çizim, herhangi bir estetiğe sahip olmayan, düz bir kâğıt üzerine çizilmiş, renksiz ve orijinaline birebir uygun ölçülerde hazırlanmış detaylı eskizlerdir. Mimaride, bir proje nasıl gerçek ölçülerine sadık kalınarak ölçeklendiriliyor

¹⁴³ D. Crane, a.g.k., s.68.

¹⁴⁴ T. Gürsoy, a.g.k., s.250.

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.’¹⁴⁵

Silüet çizimleri vücut oranları abartılar kullanarak değiştirilebilmekte daha çekici hale getirebilmektedir fakat vücut oranları göz önüne alınarak çalışılmaması daha doğru bir sonuç vermektedir. Bu tarz çizimler daha çok dergi gibi görsel yönden etki yaratıcı kaynaklarda kullanılmaktadır. Yaratıcı fikirleri vurgulamak, detaylara dikkat çekmek için etkili bir yöntem olarak tercih edilmektedir.

Tasarımcı için, çalıştığı ekibe, hayal ettiği tam olarak ifade etmesini sağladığı için bu çizimler önem taşımaktadır. Bu yüzden çizimlerde detaylara yeterli şekilde yer verilmelidir. Model tasarımında, kumaş, renk ve dokuya karar verdikten sonra çizimlere başlanmaktadır.

Tasarımcı tarafından hazırlanan teknik çizimlerin amacı kalıp hazırlayacak kişiye, giysinin üretime girecek modelin teknik detaylarını göstermek ve tamamlandıktan sonra nasıl görüneceğini belirtmek için kullanılmaktadır. Bu sebeple çalışma çizimleri gerçek vücut oranlarına uygun olarak çalışılmaktadır. Kalıp hazırlayıcı doğru çalışabilmek için teknik çizime baktığı zaman, doğru ölçülerde, eksiksiz sunulmuş bir çalışma görebilmeli, ölçüleri ve detayları doğru algılayabilmektedir. ‘Çizimlerde vücut ölçüleri, oranları dâhilinde çalışılarak aynı zamanda giysiyi tamamlayan tüm detaylar milim

¹⁴⁵ D. Crane, a.g.k., s.68

milim aktarılmalıdır. Giysinin kolayca giyilebilmesi için gerekli tüm açıklıklar, fermuar vb. şekiller gösterilmelidir.¹⁴⁶

1-Çizimler yapılırken figürün artistik olmamasına özen gösterilmeli, yalın ve olabildiğince düz bir pozisyonda aktarılmaktadır.

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

3-Etek boyu, kol boyu, kol genişliği, ceket boyu, kalça düşüklüğü, cep yeri çalışma çiziminde çok iyi belirlenmekte ve dengeyi bozan asimetrik kapanışlar yapılırken çok iyi tasarlanmalı, ön ve arka ortaldaki kaymalara dikkat edilmektedir

4- 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.

5- İyi hazırlanmış, tasarımı (gereken yerlerde) önden, arkadan ve yandan gösteren çalışma çizimleri, kalıbı hazırlayacak kişiye tüm bilgileri doğru olarak vermiş olacaktır.

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.

¹⁴⁶ T. Gürsoy, a.g.k., s.250.

‘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.’¹⁴⁷

Kumaşın yapısı modelin görüntüsüyle doğrudan alakalıdır ve modelin işlevlerini değiştirebilmektedir. Bu yüzden model için uygun kumaş seçimleri yapılırken uygun kumaşı seçmek için

- 1- Dikilebilirlik yeteneği,
- 2- Dökümlülüğü,
- 3- Yumuşaklığı,
- 4- Esnekliği ya da stabilliği,
- 5-Ütü tutması,
- 6- Özel amaçlar doğrultusunda buruşmazlığı,
- 7- Hava geçirgenliği
- 8- Su geçirmezliği
- 9- Ekonomiklik gibi özelliklere sahip olması gerekmektedir.

Ön araştırmada seçilen kumaşlar arasında bu kriterlere uygun olan tür seçilerek gerekli ise çekme testi uygulanarak kalıp aşamasına modelin teknik çizimi ile yönlendirilir.

Bu özelliklere uygun ve planlama aşamasında incelenen kumaşlardan uygun olan seçilerek tasarımda kullanılacak kumaşa netleşme sağlanmaktadır.

Ülkelerin birçoğunda erkek üst giyiminde beden numarasını göğüs çevresindeki ölçü belirlemektedir. Kadın giyiminde ise en kabul gören sistem beden numarasını belirleyen ana kontrol ölçüsünün göğüs çevresi olduğu, ikincisi ise, İngiltere’de yaygın olarak kullanılan ve kalça çevresini temel alan sistemdir. Ayrıca gelişmiş ülkelerdeki modaya

¹⁴⁷ T. Gürsoy, a.g.k., s.250.

yön veren büyük firmalar kendi birikimlerinden yararlanarak, yine kendi standartlarını oluşturmaktadırlar.¹⁴⁸ Uluslararası vücut ölçü standartları sistemine uygunluğu dikkate alınarak, üniforma üretimi için ölçü standartları boy, göğüs çevresi ve basen çevresini esas alan sisteme göre yapılmaktadır.¹⁴⁹

Standart boyutlandırma sistemlerindeki mevcut problemler, özellikle kadın giysilerinde açıkça görülmektedir. Erkek giysilerinde boyutlandırmanın uzun yıllardan beri gerçek vücut ölçüleri ile ilişkilendirilmiş olması, erkek giysi boyutlarında daha az değişimin gözlenmesine sebep olmaktadır.

Kadın giysilerinde ise aynı beden etiketine sahip giysi boyutları arasında genelde farklılıklarla karşılaşmaktadır. Bunun sebebi genellikle kadınların kendilerine uyan fakat normalde giyebileceklerinden daha küçük beden numarasına sahip giysiler almayı tercih etmeleridir.

Kalıpların hazırlanma aşamasında;

- 1- Topluma göre değişen vücut standartlarına,
- 2- firmanın isteklerine,
- 3- giysideki ergonomiyi sağlayacak ölçülere bakılmaktadır.

Kalıp teknisyeni bu aşamada tasarımcıyla sürekli işbirliği halinde olmalı ve detaylar üzerinde fikirleri tartışarak çözümlenmelidir. Estetik dışındaki diğer ölçülendirmelerde oluşabilecek sıkıntıları da göz önünde tutarak kalıp üzerinde çalışmalıdır.

¹⁴⁸ E.Ercan, **Türk Bayan Vücut Ölçülerine Dayalı Yeni Bir Giysi Kalıp Çizim Sisteminin Geliştirilmesi**, İzmir, Ege Üniversitesi Yayınlanmamış Doktora Tezi, 1994.

¹⁴⁹ F.Çitoğlu, **Türk Silahlı Kuvvetleri Bayan Subay Üniformalarında Standartlar**, İstanbul, Marmara Üniversitesi Yayınlanmamış Doktora Tezi, 2001.

4.4- ÖRNEK ÇALIŞMA

Bu çalışmada uçuş personeli adına yapılacak tasarımlar için giysinin türü üniforma olarak belirlenmiş, bu giyim türü ile ilgili araştırmaların yapılacağı kaynaklar araştırılmıştır. Bilgilerin çoğu yabancı kaynaklardan derlenmiş, özellikle eski kaynaklara ya da eski kaynakların günümüzde derlenmiş şekilde içeriğe sahip kitaplara ulaşılmış ve dünya genelinde mevcut olan firmaların özellikle tasarım yönünden öne çıkan çalışmalarındaki detaylar irdelenmiştir.

Yapılan araştırmaların sonucunda Türkiye'nin Sivil Hava Taşımacılığı (SHT) sektöründe Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nin temsilcisi olma kimliğiyle; uçuş emniyeti, güvenilirliği, ürün yelpazesi, hizmet kalitesi ve rekabetçi konumu ile tercih edilen, Avrupa'nın önde gelen ve küresel ölçekte faal bir hava yolu olan Türk Hava Yolları işletmesinin marka imajı üzerinde çalışılmanın uygun olduğuna karar verilmiştir.

Çalışmanın genel derlemesinde THY'nin de tarihi hakkında yer verilmiş ve bu bilgilerden son bölümde de faydalanılmıştır. Tarihi süreci dışında üniforma tasarımına ait teknik bilgiler edinilmeye çalışılmış, THY'nin daha önce kullandığı kumaşlar ve özellikleri belirlenmiş, benzer şekilde kumaş tedarikçi ve üreticileriyle görüşmeler yapılmış, üniforma kullanım rahatlığına en uygun olabilecek kriterlerde (renk, ağırlık, doku, leke tutmazlık, buruşmazlık) kumaşlar üzerinde ön araştırma yapılarak genel olarak fiyat aralıkları ve kumaş kaliteleri hakkında fikir sahibi olunmuştur. Bu esnada ön çalışmalar için üretimin yapılacağı kumaşa yakın karakterde bir kumaş temin edilmiştir.

Tema ve Koleksiyon Çalışması

Ön bir planlamanın ardından daha özele inerek markanın geçmişten günümüze kadar uzanan imajını koruyan modern bir stil yaratmak adına farklı tarzlarda stiller incelenmiştir. İnternet aracılığı ile güncel moda akımları takip edilmiş, ülkelerin üniformalara farklı yaklaşımları imajlar üzerinden derlenmiştir. Bu aşamada farklı mağazalar gezilerek, üniforma giyiminde bulunan parçaların (etek, ceket, gömlek vb.) piyasada bulunan benzer modellerinde kullanılan kumaş, yardımcı malzemeleri ve aksesuarların nitelikleri ve maliyetleri de araştırılmıştır.

Hazırlanan modelin tekstil işletmelerinde üretime geçebilme durumundan dolayı ortak çalışılabilecek; satış politikaları, üretim kapasiteleri, fiyat politikaları, teknolojileri, üretim metotları, gelecekte ilgili planları ve kalite kontrol ilkeleri ile ilgili en yakın işletmeler takip edilmiştir. Renk konusunda kurumsal imajın renkleri kullanıldığı için kumaş cinsleri, stil, aksesuardaki yeni teknolojiler araştırılmıştır. Kumaşlar, stiller, renkler, kültürler v.b. toplanan magazin örnekleri, renk ve hikâye panosu oluşturarak sunum haline getirilmiştir.

Bu çalışmada hazırlanacak modellere Türk kültürünü yansıtan fakat geleneksel olmayan bir tema oluşturulmuştur. Evrensel olduğunu düşünülen ve Türk kültürünü barındıran mesnevilik ve lale konusunu sadece görsel yönden incelenerek hikâye panosu oluşturulmuş ve tasarımlarım üzerinde çalışmalara başlanmıştır.

Tasarım aşamasında ilk olarak üniforma stilini yansıtabilecek tarzda ve görsel olarak edinilen modelleri yansıtan farklı denemeler yapılmış bu eskizleri oluşturulma aşamasın tasarım boyutundan öte, uygulama da ortaya çıkacak sorunlara incelenmiş ve teknik olarak nelere dikkat edilmesi gerektiği görülmüştür. Ortaya çıkan stillerden en uygun üzerinde karar kılınarak eskizlere devam edilmiş ve uygulamada çıkabilecek sorunlar eskiz aşamasında fark edildiği için sonuca daha kolay gidilmiştir.

Eskizlerin oluşturulma aşamasından sonra koleksiyonun genelini görebilmek ve kurumsal kimliği yansıtması adına silüetler üzerinde de çalışmalar yapılmış, böylelikle koleksiyonun tamamını görebileceğimiz bütün parçalar düşünülerek alternatifler üretilmiştir.



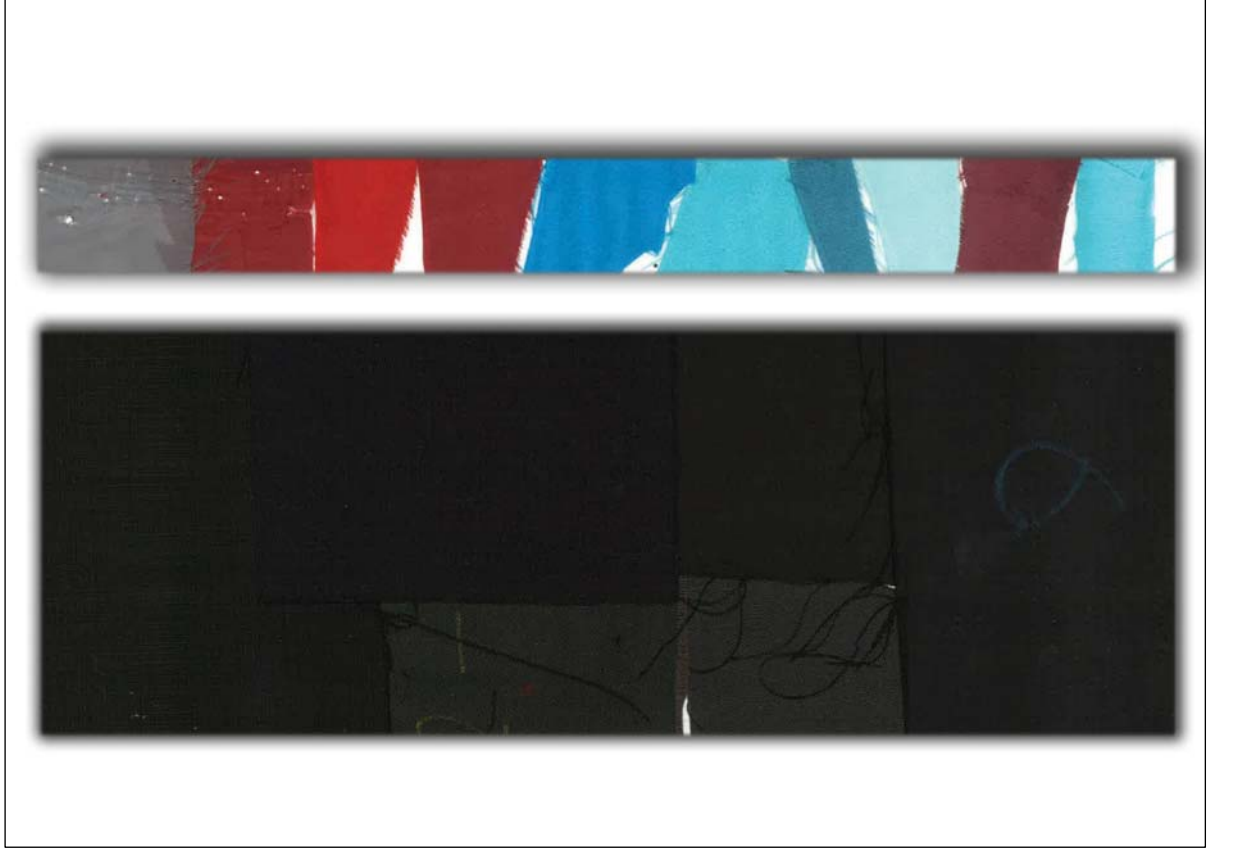
Resim 173: Yeni öneri için tasarımcıların yalın tarzdaki model örnekleri



Resim 175: Yeni öneri için hikâye panosu çalışması



Resim 176: Yeni öneri için hikâye panosu çalışması



Resim 177: Yeni öneri için astar renk ve kalite, kumaş renk ve kalite örnekleri



Resim 178: Yeni öneri için ara biye, biye, düğme örnekleri



Resim 179: Yeni öneri için eskiz çalışmalar



Resim 180: Yeni öneri için eskiz çalışmalar

Hazırlanan ön çalışmalar sonucu üniforma tasarımı yaparken daha önce incelenilen özelliklerden yola çıkarak şu sonuçlara varılmış ve şu detaylara dikkat edilerek yeni tasarım fikirleri türetilmiştir.

- Uçuş personelini giysisi otorite etkisini hiçbir şekilde kaybetmemelidir. Bu etkiyi yaratmak için farklı tasarım detayları kullanılabilen, sadece askeri üniforma detayları verilmeden de üniforma oluşturulabilmektedir. Fakat bu detayların eksikliği bu hava yolu firmasını kullanan müşterilerin bakış açısını değiştirebilmekte ve hostesler yolculara daha rahat bir imaj sergileyerek otoriter bir etki yerine, samimi bir etki yaratabilmektedir.

- Bu yüzden yeni öneride askeri detayların yerine yaka formunun dikliği ile ciddiyet korunmuş ve bilek kısmında bir manşet çalışması uygulanmıştır.

- Gömleğin yakası klasik yakanın rahatsızlığı ve dağınık görünümü engellemek adına modeldeki gibi dik çalışılarak hem dik yakanın getirdiği otoriter görüntü korunmuş hem de dağınık olarak durabilecek görüntü engellenmiştir. Kol truvakar kol olarak çalışılmış ayrıca yırtmaç konularak hareket kolaylığı sağlanmıştır. Gömlekte düğme detayları gizlenerek yalın bir stile sahip olması amaçlanmıştır.

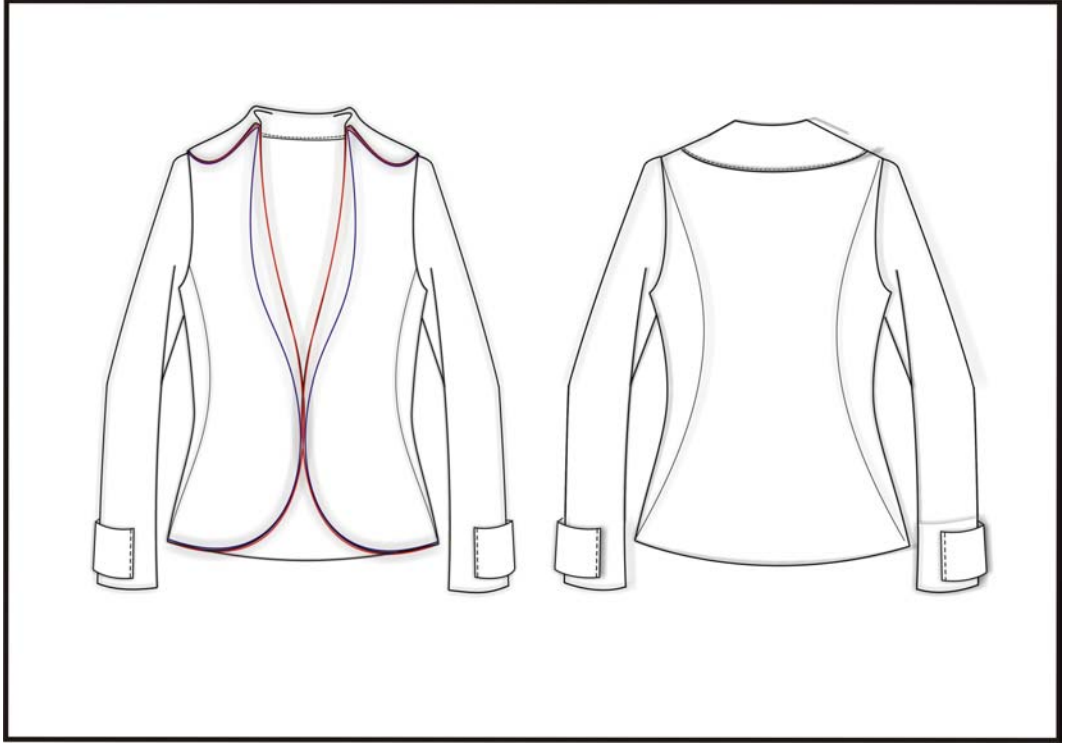
- Pelerinin yakası ve ceketin yakasının üst üste geldiğinde rahatsızlık ve gereğinden fazla kalınlık yapacağı düşünülerek, ceketin yaka çalışması iki farklı fonksiyonda kullanılabilir şekilde tasarlanmıştır. Kullanılacak aksesuar ile cekete sabitlenen yaka hem formunu kaybetmemiş hem ütü kolaylaştırılmış hem de pelerinin yakası olarak kullanılarak farklı fonksiyonlar edinmiştir.

- Yakayı sabitlemek adına kullanılan aksesuarlar yakanın formunu korurken firmanın da logosunun kullanılacağı bir alan oluşturarak ve firmanın kimliğini belirgin hale getirmektedir.

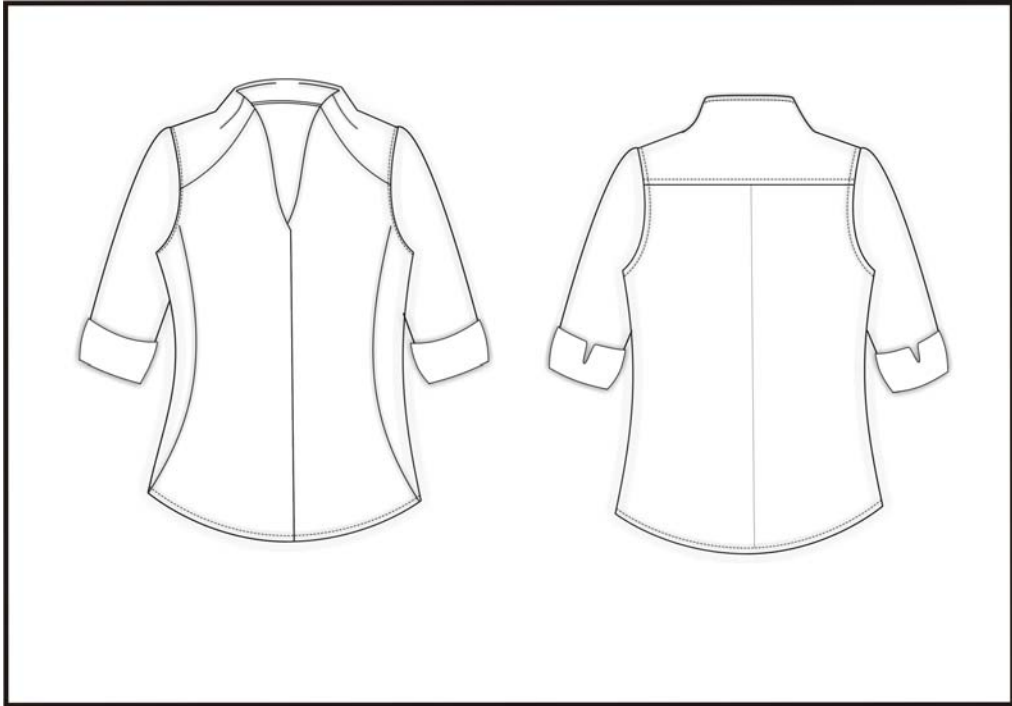
- Üniforma giyen personelin çalışma saatlerinin esnekliği ve uzun sürelere yayılması konfor isteğini en yüksek noktaya çıkarmıştır. Bu yüzden seçilen kumaşların verdiği hissin olabildiğince hafif ve mevsimlere uyum sağlayabilecek özellikte olmasına, buruşmama özelliğine dikkat edildiği gibi ütülenebilme kolaylığı sağlıyor olabilmesine önem verilmiştir. Giysilerin rahat bir hareket kabiliyeti sağlayabilmesi için lycralı kumaşlar tercih edilmiştir. Özellikle gömleğin sık sık yıkanması gerektiği için yıkanabilir kumaşlar kullanılmıştır. Kumaşlar çalışan personeli terletmemeli ve teri emebilmedir. Bu yüzden yine hava almayı sağlayan nano teknolojik kumaşlar tercih edilmiştir. Kumaşların gramajları fazla yüksek olmayan özellikle kabanlarda elde taşıma kolaylığı sağlayabilecek kumaşlar tercih edilmiştir.
- Yolculara takılıp giysilerine zarar getirebilecek fazla aksesuar kullanılmamış, böylelikle klasik üniforma çizgisinden de uzaklaşmış stil yalınlaştırılmıştır.
- Etek beli katlanmalara ve bel kısmında çok fazla sıkıya sebebiyet vermemesi için bel hattından daha düşük çalışılmış ayrıca kemer kullanılarak gömleğin dışa çıkması engellenmiş ayrıca stilde görsel bütünlük sağlanmıştır. Etekte bulunan kesiklerde özellikle ara biyeler kullanılmamış tasarımların fazla karmaşık gözükmemesi engellenmiştir. Etekte bulunan yırtmaç sayısı iki adet yanlarda olmak üzere planlanarak çalışan kişiye hareket rahatlığı sağlanmıştır.
- Kaban yerine pelerin tercih edilmiş böylelikle hem pratik hem de taşınması hafif bir çözüm olarak düşünülmüştür.
- Eşarpta Türk Kültürü'ne ait bir boyama tekniği olan ebru ile kurum kimliği içinde yer alan turkuaz renkli çalışmalar yapılmıştır. Özellikle çalışmalarda klasik tarz ebrudan uzaklaşarak modern bir hava yakalanmaya çalışılmıştır.



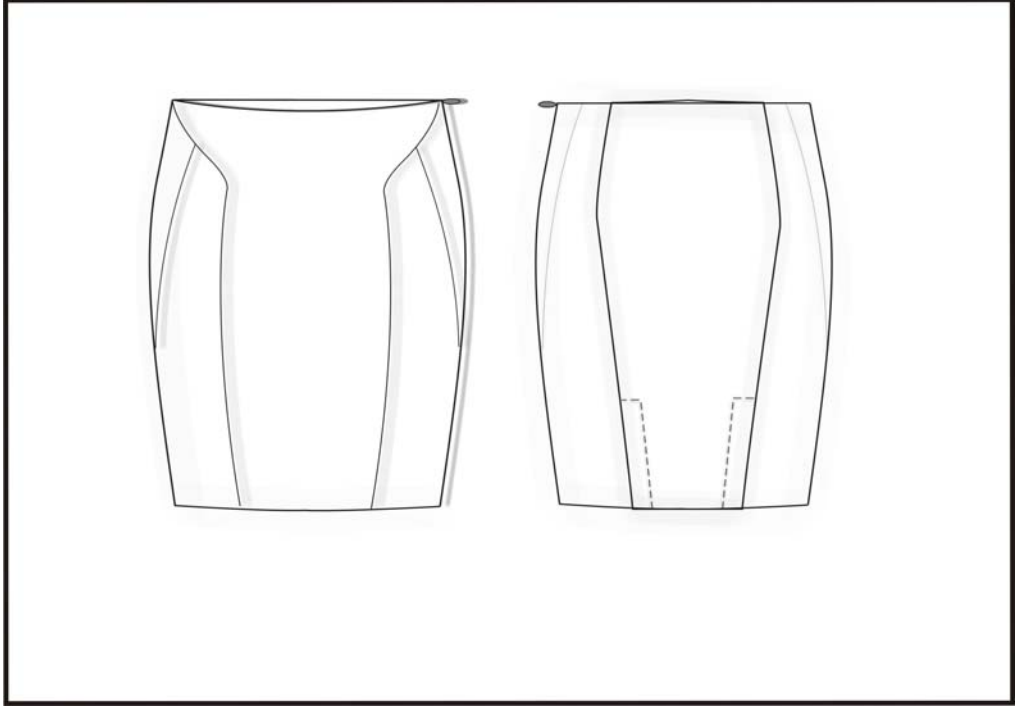
Resim 181: Ceket ön çalışma



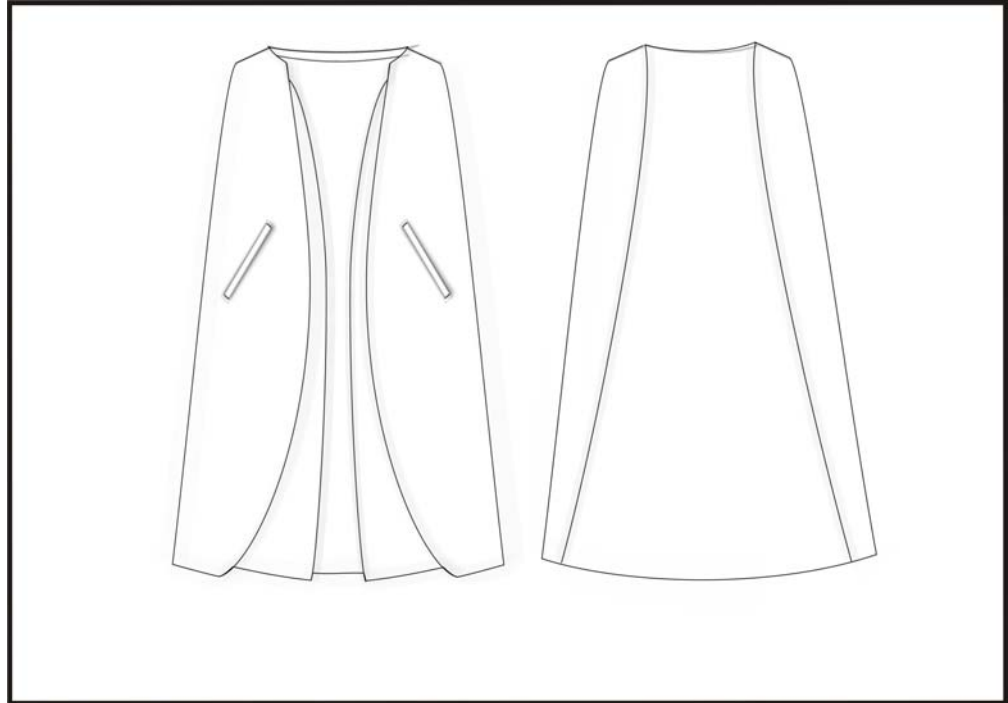
Şekil 10: Ceket teknik çizim



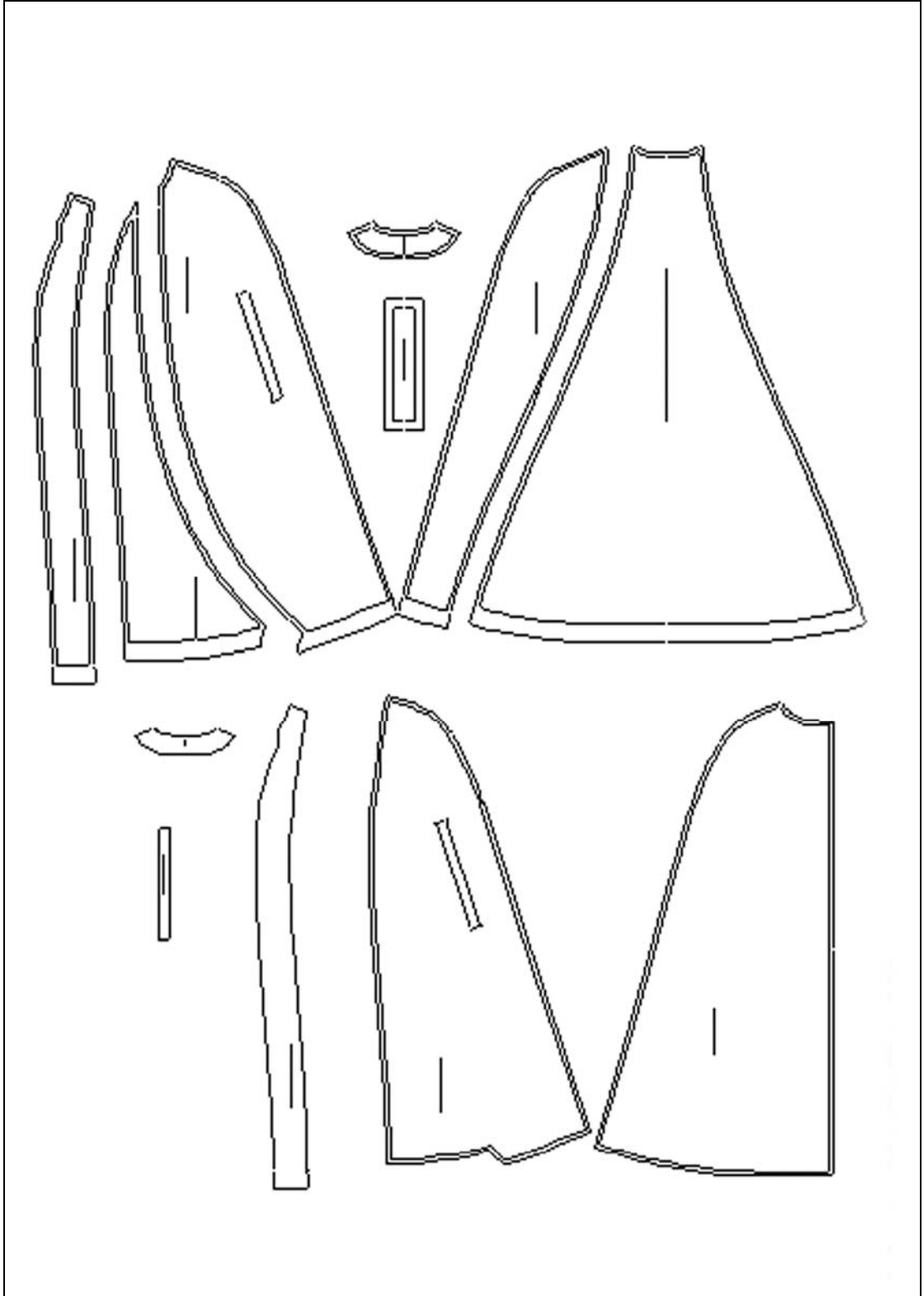
Şekil 11: Gömlek teknik çizim



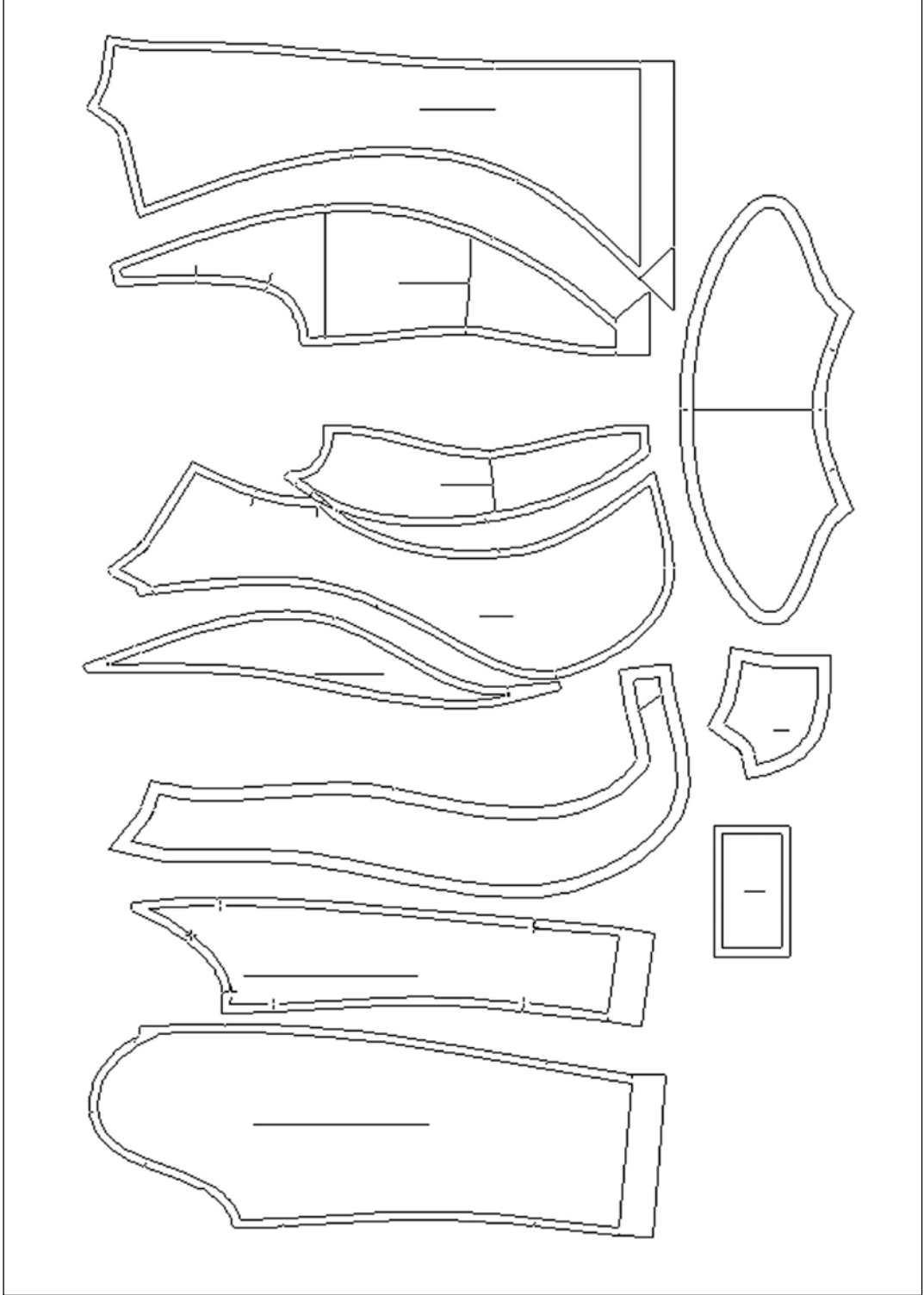
Şekil 12: Etek teknik çizim



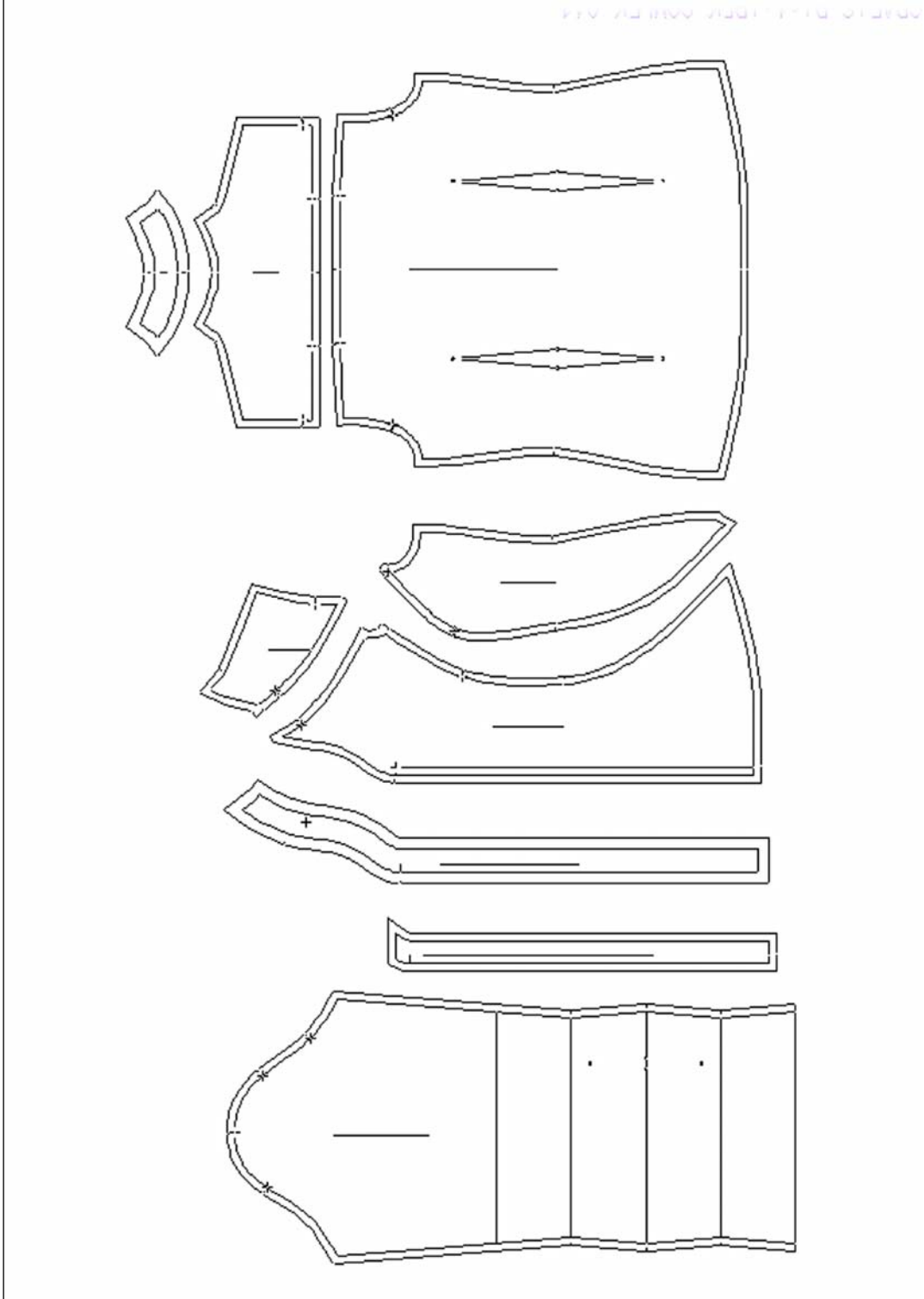
Şekil 13: Pelerin teknik çizim



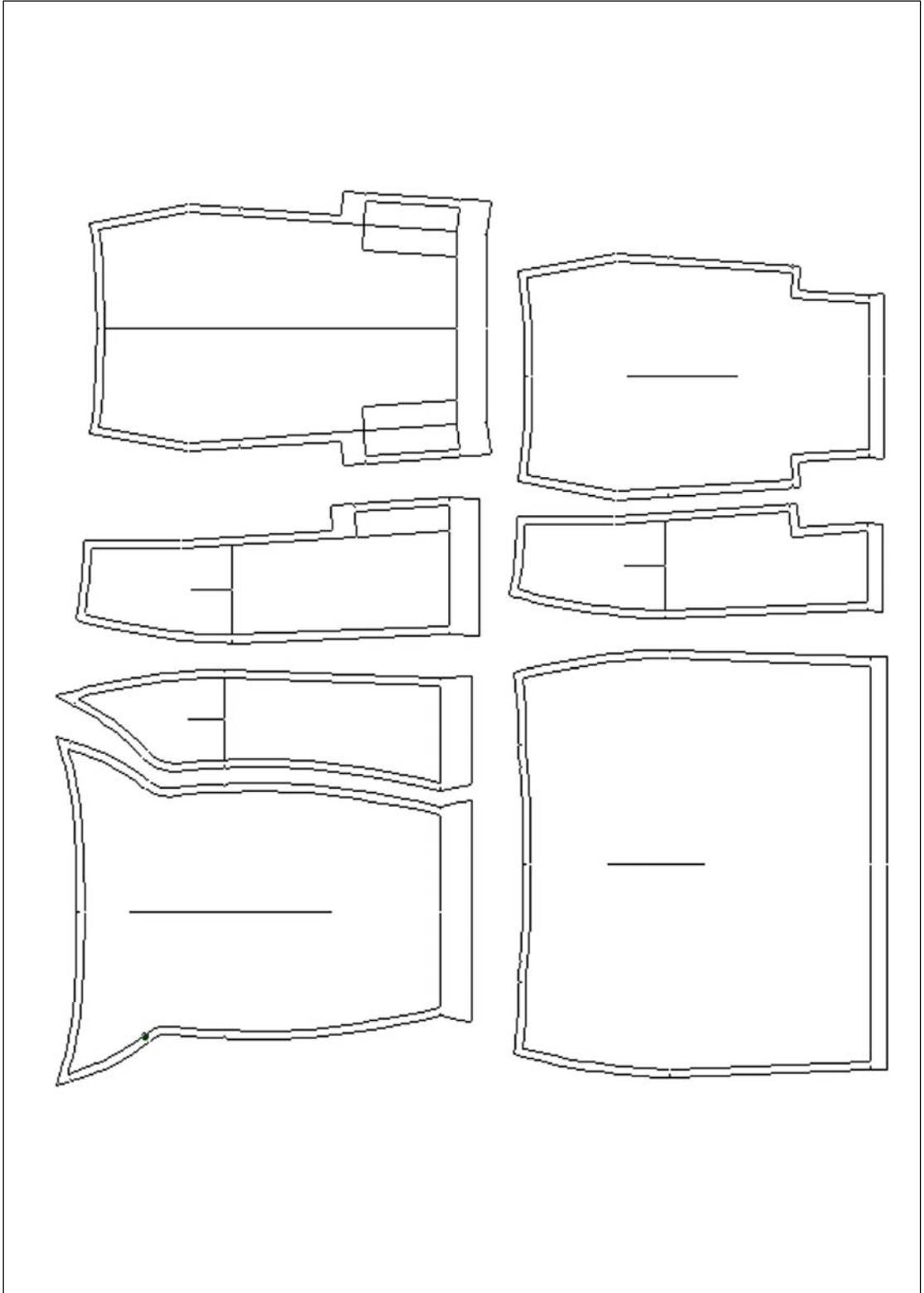
Şekil 14: Pelerin lectra kalıp çizimleri



Şekil 15: Ceket lectra kalıp çizimleri



Şekil 16: Gömlek lectra kalıp çizimleri



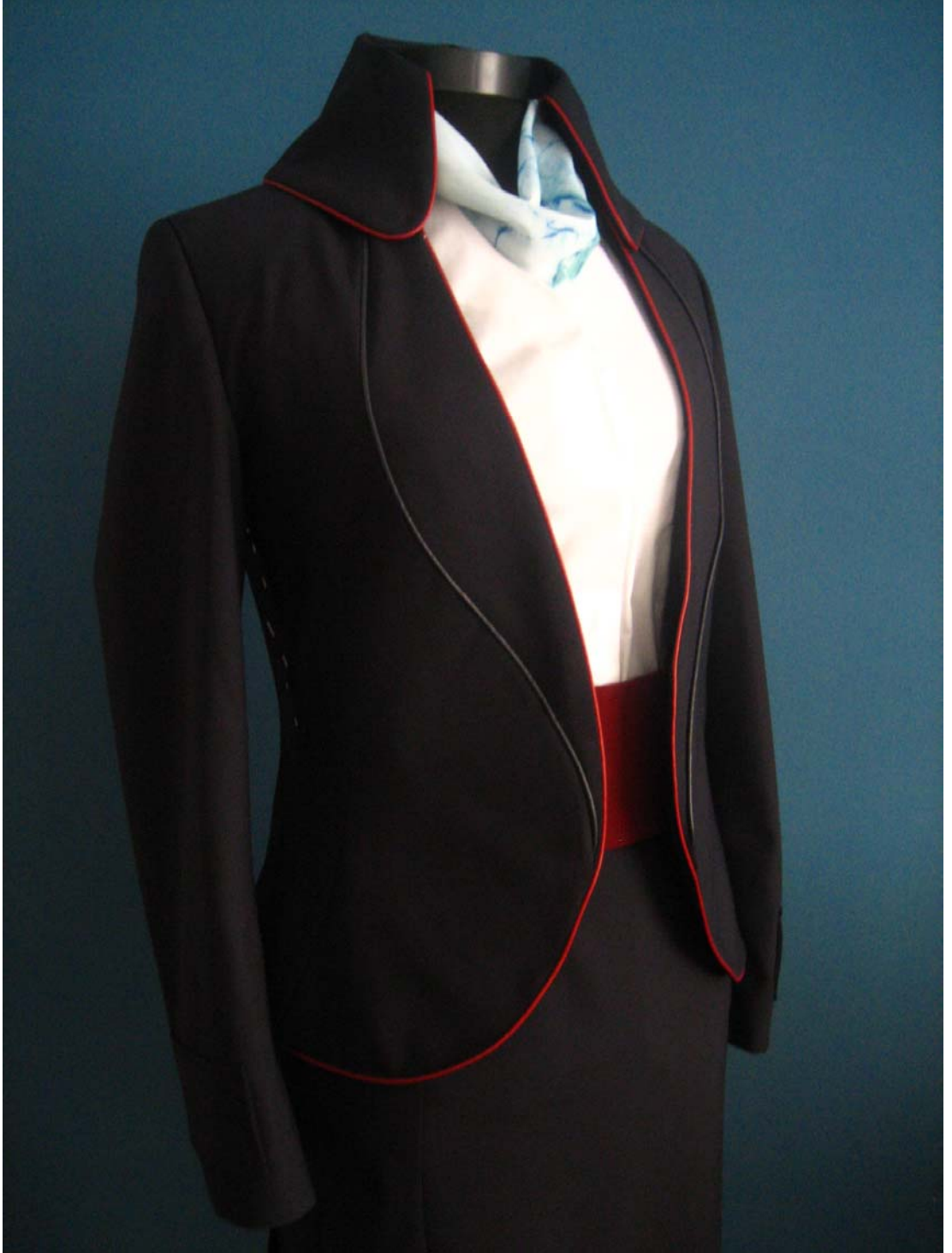
Şekil 17: Etek lectra kalıp çizimleri



Resim 182: Yeni öneri olarak gömlek, kemer ve etek



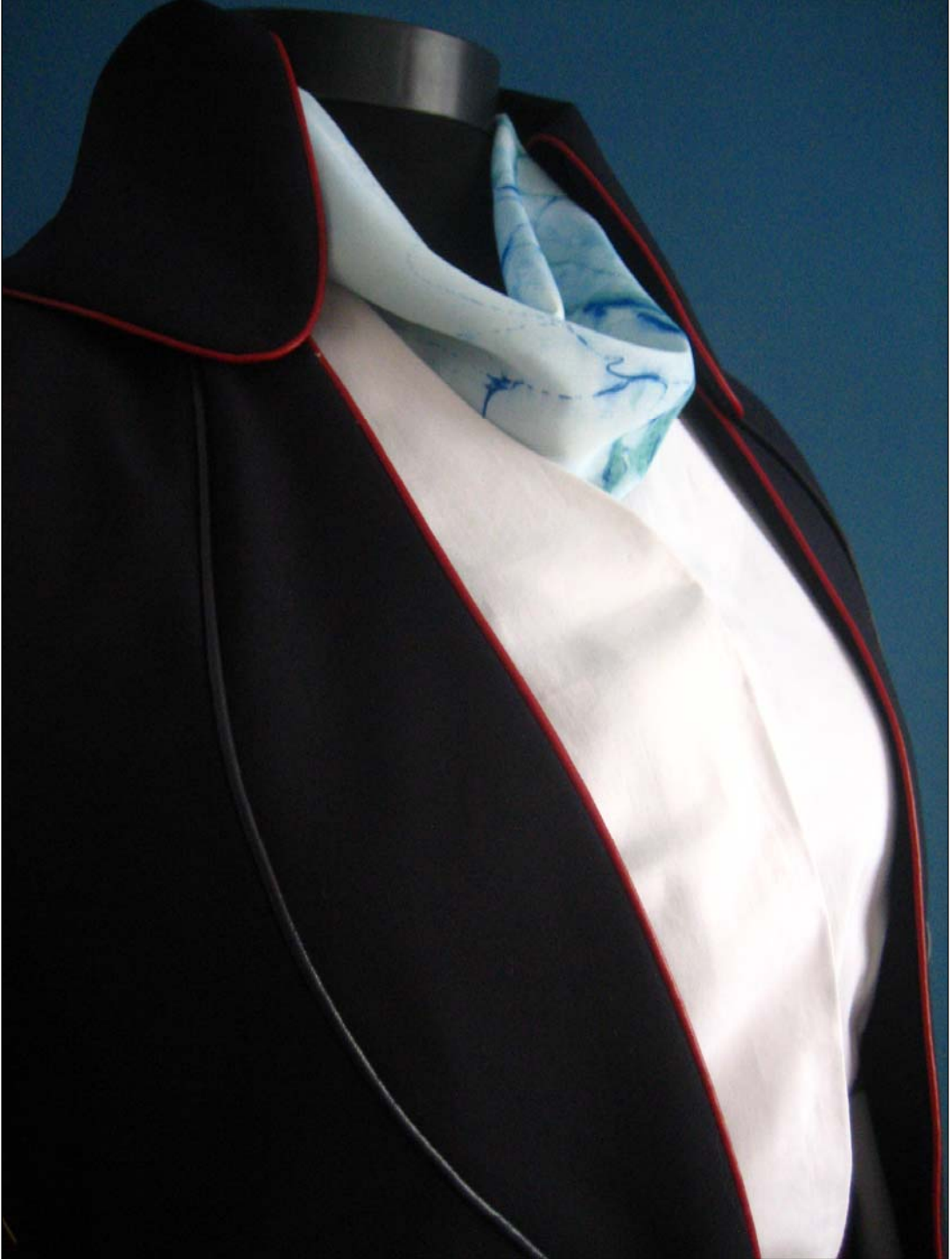
Resim 183: Yeni öneri olarak gömlek, kemer, etek ve eşarp



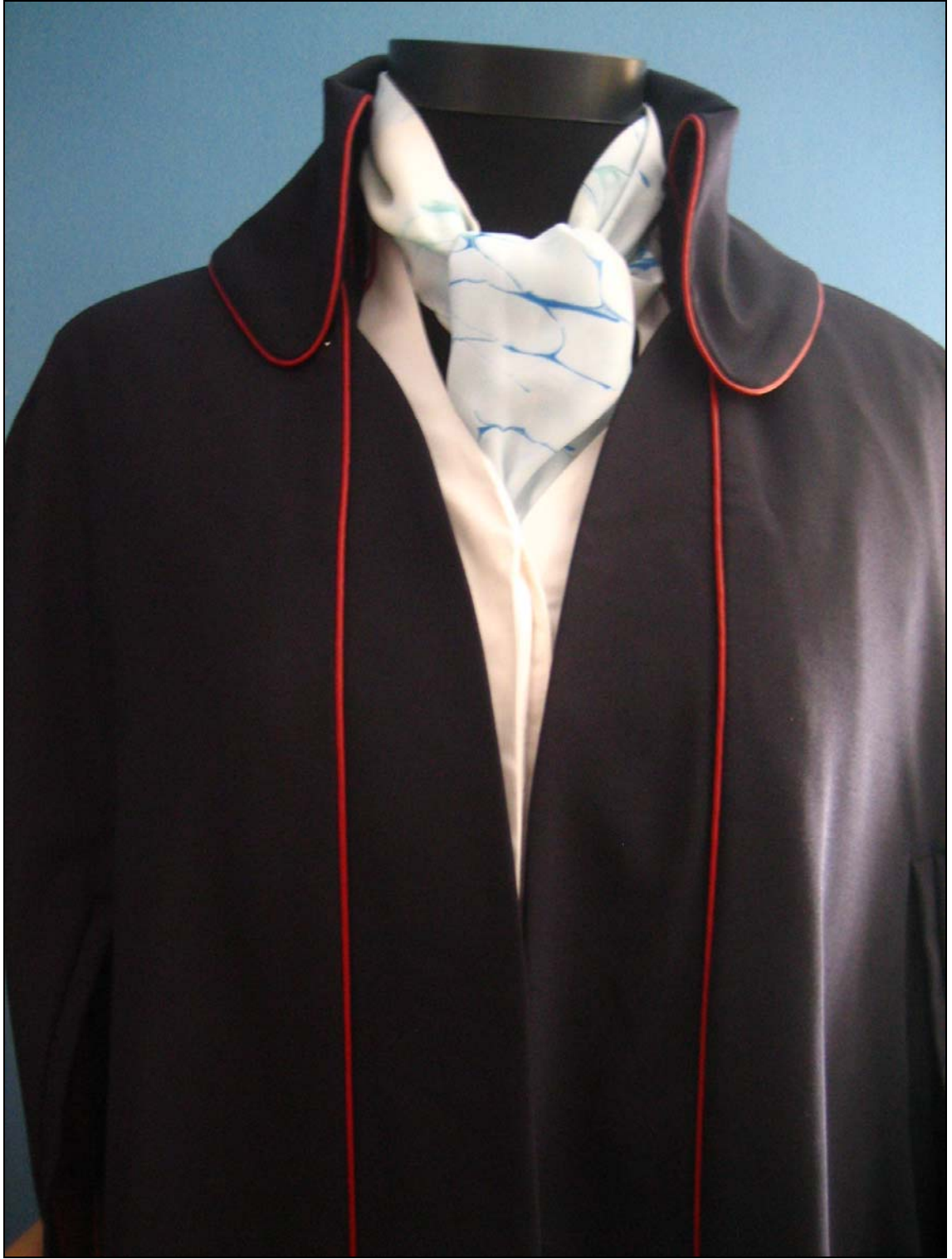
Resim 184: Yeni öneri olarak ceket, gömlek, kemer, etek ve eşarp



Resim 185: Yeni öneri olarak gömlek, kemer, etek ve eşarp



Resim 186: Yeni öneri olarak ceket, gömlek ve eşarp



Resim 187: Yeni öneri olarak pelerin.

SONUÇ

Üniforma; giyenin kim olduğunu, rollerini nasıl gerçekleştireceğini belirlemekte ve belli bir kültürel yapı ve özelliklerini yansıtmaya amacını taşımaktadır.

Bu çalışmada da üniforma giymekle belli bir kişilik ve davranışın ya da kurum kimliğinin ne şekilde sergilenebileceği anlatılmıştır. Kurumsal kimlik unsurlarını renk ve tasarım, düğme, rozet gibi estetik birçok detayı barındırdığı için çalışma özellikle uçuş personeli üniforması üzerinde çalışılmıştır.

Çalışma

- 1- sivil havacılık ve hava yolu taşımacılığı,
- 2- uçuş personeli üniforması,
- 3- üniforma tasarımını etkileyen faktörler,
- 4-THY üniforma tasarımına yeni bir model önerisi ile anlatılmıştır.

Tarihsel sürece bakıldığında 75 yılı aşan süredir uçuş personeli, yolcuları emniyetli ve rahat hissettirebilmek için çalıştığı görülmüştür. 1930'da Boeing hava taşımacılığı şirketi 8 genç hemşireyi uçuş personeli olarak işe almış böylelikle yolculara daha emniyetli ve güven uyandıran bir hizmet sunmuştur. İlk zamanlarda hemşire üniformasına benzer gri üniforma ve askeri stil yünlü takım ve dışarıda başlık giyildiği görülmüştür.

1950 ve 1960'lı yıllarda birçok genç kadın için hostes olmak en göz kamaştırıcı meslek haline dönmüştür. Bu dönemde moda akımlarından etkilenen ve klasik askeri üniforma tarzından uzaklaşan bir görüntü ortaya çıkmıştır. Braniff Hava Yolları için Moda tasarımcısı Pucci'nin hazırladığı üniformalar renkleri ve stilleriyle çığır açtığı ve farklı tasarımcılara yol gösterici olduğu görülmüştür. 1980'lere kadar devam eden özgürlükçü ruha sahip tasarımlar, erkek çalışanların ve business class uçuşların artması ile unisex

bir görüntü tercih edilmiş ve feminizmin de ön plana çıkmasıyla kadın çalışanların pantolon, disiplini ifade etmesi için laciverte rengin kullanıldığı ifade edilmiştir. Günümüzde üniforma uçuş personelinin havada görevini başarılı bir şekilde yerine getirmesini sağlayan araçlardan biri olmuş ve kurumsal gücün görsel bir göstergesi haline dönüşmüştür. Ünlü tasarımcılar tarafından uçuş personeli üniformalarının hazırlanması hava yolu şirketlerinin imaj oluşturmaya ve markalarını görsel olarak en iyi şekilde temsil etmelerini sağlamıştır. Uçuş personelinin beyaz eldiven giyip istakoz sunumundan, plastik tepsilerde folyoya sarılmış önceden pişirilmiş yemekleri sunmalarına bir dönüşüm yaşansa da, elbise, takım, gömlek ve ayakkabıdan oluşan giydikleri üniforma değişmezliğini sürdürmektedir.

Yapılan incelemelerde tarihsel süreç dışında üniformanın işlevleri de araştırılarak kurum kültürünün oluşturulmasında, grup normlarına ve personelin rollerine uyup gerekli davranışlarda bulunmalarını sağlamada önemli bir araç haline gelen üniforma giyen personelin giymeyenlere oranla kurum norm ve isteklerine uygun davranışta buldukları görülmüştür.

Doğru bir üniforma ortaya çıkması için gerekli unsurlar araştırılmış. Moda, tasarım bileşenleri, kalite unsurları ve ergonomik detaylar başlıkları altında bu konulara yer verilmiştir.

Bu araştırmalara bağlı kalarak Türk Hava Yolları Anonim Ortaklığı ya da kısaca THY, Türkiye'nin ulusal hava yolu şirketi, en eski ve en büyük hava yolu firması olmasından dolayı üniforma bazında irdelemek uygun görülmüştür.

Ulusal hava yollarımızda çoğu yerli ve yabancı yolcular tarafından beğenilecek, günün modasıyla uyumlu, ulusal kültürel değerlerimizi yansıtan, görüldüğünde hava yolu şirketini tanımlayacak, personel tarafından rahat ve kullanışlı olabilecek uçuş personeli üniformasının tasarlanması bir gereklilik olarak ortaya çıkmıştır.

Sivil havacılık tarihi ve sektördeki değişimler farklı ülkeler ele alınarak; kimlik, tasarım ve kültür bazında incelenmiş, tercihleri değerlendirilmiş, kriterleri incelenmiştir. Özellikle üniforma tasarımlarının ne gibi etkiler altında kaldığı irdelenmiştir.

Tüm bu kurumsal imaj altında oluşan otoritenin, ülkenin kültürel etkilerini de yansıtması adına Türkiye'yi temsil eden THY firması için üniforma tasarımı önerisi sunulmuştur. Oluşturulan üniforma önerisi vasıtasıyla cinsiyet, toplumsal statü, kurumsal kimlik unsurlarının ve kültürel değerlerinin, ergonomik, iklimsel ve coğrafi koşullara uyumu ile oluşmuş ve oluşabilecek şekilde yorumlanmıştır.

Estetik kaygılar taşıyan tasarım çalışmalarını yürütürken özellikle tekstil alanında günümüzde var olan teknik tekstilleri araştırılmış ve teknolojinin bu alandaki ilerlemeleri hakkında bilgi edinilmiştir. Kullanım rahatlığı sağlayan nano teknolojik kumaşlar üzerinde modeller hazırlanmıştır. Bu süreç içerisinde daha önceden üniformalarda karşılaşılan ergonomik problemlerde sunularak dikkat edilecek noktaların altı çizilmiştir.

Edinilen tüm bilgiler sonucunda yeni üniforma tasarımında kültürel detayları harmanlayarak, THY markasına hizmet eden bir stile sahip olmasına özen göstererek, kurumsal kimlik renklerinden uzaklaşmadan, kullanılan kumaşlar ile yeni teknolojik gelişmelere açık ve çalışanların hareket serbestliğini sağlayan ergonomik modeller üzerinde çalışılmaya dikkat edilmiştir.

KAYNAKÇA

Türkçe Kitap

Aaker, D, **Marka Değeri Yönetimi: Bir Marka İsmi Değeri Yararlanmak**, Türkçesi: E. Orfanlı, İstanbul, Mediacat Kitapları, 2009.

Arpacı, F, Tokyürek, S, **Hemsire Üniformalarının Ergonomik Uygunluğunun İncelenmesi**, 12.Uluslararası Ergonomi Kongresi, Ankara, Gazi Üniversitesi, 14-16 Kasım 2006.

Ay, N, **Kara Kuvvetleri Mensubu Kadın Subayların Eğitim Elbiselerinin Ergonomik Kalıp Formu İçin Örnek Bir Uygulama**, Ankara, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Doktora Tezi, 2007.

Becer, E, **İletişim ve Grafik Tasarım**, Ankara, Dost Kitabevi, 1997.

Borça, G, **Bu Topraklardan Dünya Markası Çıkar mı Marka olmanın ABC'si**, İstanbul, Mediacat Yayınları, 2004.

Bozkurt, B, **Vücut Hareketlerinin Giysi Özellikleri Üzerine Etkileri**, İzmir, Ege Üniversitesi Yayınlanmamış Doktora Tezi, 1995.

Çitoğlu, F, **Türk Silahlı Kuvvetleri Bayan Subay Üniformalarında Standartlar**, İstanbul, Marmara Üniversitesi Yayınlanmamış Doktora Tezi, 2001.

Çivitçi, Ş, **Moda Pazarlama**, Ankara, Asil Yayınları, 2004.

Crane, D, **Moda ve Gündemleri Giyimde, Sınıf, Cinsiyet ve Kimlik**, Türkçesi: Özge Çelik, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2003.

Davis, F, **Moda, Kültür ve Kimlik** Türkçesi: Özden Arıkan, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 1997.

Kürşad, D, **Moda İllustrasyonu ve Türkiye'de Moda İllustrasyonunu Üzerine bir Araştırma**, Isparta, Süleyman Demirel Üniversitesi, 2008.

Dereboy, E,J, **Kostüm&Moda Tarihi**, Ankara, Özel Güzel Sanatlar Stilizlik Kursu Yayınları, 2004.

Ercan, E, **Türk Bayan Vücut Ölçülerine Dayalı Yeni Bir Giysi Kalıp Çizim Sisteminin Geliştirilmesi**, İzmir, Ege Üniversitesi Yayınlanmamış Doktora Tezi, 1994.

Erkan, N, **Ergonomi**, Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları, Ankara, 1995.

Gülsoy, T, **Türkçe-İngilizce, İngilizce-Türkçe Dizinli Reklam Terimleri ve Kavramları Sözlüğü**, İstanbul, Adam Yayınları, 1999.

Gürer, L, **Temel Tasarım**, İstanbul, Birsen Yayınevi, 2004.

Gürsoy, T, **Giyim Kültürü ve Moda**, İstanbul, Türkiye Tekstil Sanayii İşverenleri, 2010.

Gürşahbaz, N, **Hazır Giyim Sektöründe Üretilen Kadın Etek ve Ceketinin Vücut Hareketleri ile Uyumunun Ergonomik Açıdan İncelenmesi**, Ankara, Gazi Üniversitesi Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2001.

Duyar, İ, **Antropometri Ders Notları**, Ankara, 2000.

Kırzioğlu Görgünay, N, **Giyim Sanatı ve Kişisel Görünüm**, Ankara, 1992.

Kipöz, Ş, **Türkiye'nin Moda Sektöründe Uluslararası Pazarda Söz Sahibi Olabilmesi Açısından Marka İmajı Yaratmanın Önemi**, İzmir, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi, 1998.

Mete, F, **Bayan Giyiminde Serilendirme**, İzmir, TMMOB Tekstil Mühendisleri Odası Yayınları, 1999.

Olgaç, P, **Moda Resmi**, İstanbul, Ya-Pa Yayın Pazarlama San.ve Tic.A.Ş, 2005.

Solak, L, **Ergonomi İlkeleri ile Oluşturulan Giyside Çıkan Sonuç : Kullanıcı Konforu**,10. Uluslararası Ergonomi Kongresi, Bursa, Uludağ Üniversitesi, 7-9 Ekim 2004.

Uztuğ, F, **Markan Kadar Konuş**, İstanbul, MediaCat Kitapları, 2003.

Yabancı Kitaplar

Aaker, D. A, **Managing Brand Equity: Capitalising On The Value Of a Brand Name**, New York, The Free Press, 1991.

Aaker, D, **Building Strong Brands**, New York, The Free Press, 1996.

Alexander, M , **Clothing Fit Preferences of Young Female Adult Consumers**, International Journal of Clothing Science and Technology, 2005.

- Boucher, F, **20.000 Years of Fashion: The History of Costume and Personal Adornment**. New York, Harry N. Abrams, Inc. Publishers, 1987.
- Black, P.S, **Lines of Flight: The Design History of The Qantas Flight Attendants' uniforms**, Sydney, University of Sydney Yayınlanmamış Doktora Tezi, 2008.
- Craik, J, **The Face of Fashion: Cultural Studies in Fashion**, London & New York, Routledge, 1994.
- Craik, J, **Uniforms Exposed: From Conformity to Transgression**, Oxford, Berg Publishers, 2005.
- De Saumarez, M, **Basic Design**, London, Herbert Press, 1983.
- Garvin, D.A, **Managing Quality**, New York, The Free Press, 1988.
- Giddens, A, **Modernity and Self Identity: Self and Society in the Late Modern Age**, Cambridge, Polity Press, 1991.
- Holden, H.M, **Groovy Garb in Flight**, 2008.
- Hollander, A, **Sex and Suits: The Evolution of Modern Dress**, New York, Kodansha Press, 1994.
- Joseph, N, **Uniforms and Nonuniforms: Communication Through Clothing**, New York, Greenwood Press, 1986.
- Keller, K.L, **Strategic Brand Management : Building, Measuring and Managing Brand Equity**, New York, Prentice- Hall Press, 1998.
- Keller, K. L, **Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity**, Upper Saddle River NJ, Prentice- Hall Press, 2003.
- Kotler, P, **Marketing Management: The Millennium Edition**, Eaglewood Cliffs, NJ, Prentice Hall Press, 2000.
- Lovegrave, K, **Airline, Identity, Design and Culture**, New York, Teneues Press, 2000.
- Lurie A, **The Language of Clothes**, Great Britain, Butler & Tanner Ltd, Frome and London 1981,1992.
- McDermott, C, **20thCentury Design**, New York, Viking Publishers, 1997.

McIntosh, L. Pax, slips and dunlops. **65 Years of Qantas in Flight Service**, Sydney, Watermark Press, 2003.

McRobbie, M. **Walking the skies. The First Fifty Years of Air Hostessing in Australia 1936-1986**. Melbourne, Margaret McRobbie, 1986.

Harriet, W, **Decades of Fashion**, Koln, Konemann, 2000.

Sun Country Airlines, **Press Kit**, 2000.

Visser, M, **'Heavenly Hostess' in The Way We Are**, London, Penguin: 3, 1994.

Makale

Aanderud, E, 'High-Flying Fashion:Flight Attendants' Uniforms Through The Years.' **Global Travel Dergisi**, UK, Panacea Publisher, Mayıs 2004.

Adomaitis A.D. ve Johnson, K.K.P, 'Casual Versus Formal Uniforms: Flight Attendants' Self-Perceptions and Perceived Appraisals by Others.' **Clothing & Textiles Research Dergisi**, 2005.

Ar, A.A, 'Marka Yaratma ve Kalite İlişkisi.' **Pazarlama Dünyası Dergisi**, 2007.

Brown,T.J, 'The Dress-Down Debate.' **Industry Week Dergisi**, 1994.

Calefato, P, **Signs of order, signs of disorder: The other uniforms. İçinde Uniforms: Order and Disorder**. F. Bonamai, M. L. Frisa and S. Tonchi (Editörler): 2000.

M. Cansever, 'Moda Göklerde', **Skylife Dergisi**, İstanbul, İnfomag Yayıncılık, Mayıs 2008.

Gordon, J. 'Runway Fashion Show: Uniforms,' **Fashion Forward Dergisi**, Eylül-Ekim 2007.

Gordon, J. 'Icon In The Sky. Uniforms,' **Fashion Forward Dergisi**, Eylül-Ekim 2008.

Göksel, N, 'Moda/Marka Olgusuna Kavramsal Bir Bakış.' **Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil Bölümü Tekstil ve Konfeksiyonda Görünüm Dergisi**, İzmir, 2003.

Haise, C.L. ve Rucker, M. 'The Flight Attendant Uniform: Effects of Selected Variables on Flight Attendant Image, Uniform Preference and Employee Satisfaction.' **Social Behavior and Personality Dergisi**, 2003.

Hall, L, 'Come Fly with Me.' **Business Travel World Dergisi**, Şubat 2007.

Michaels, D. 'Style & Substance : Really Haute Couture: New Designer Wardrobes Give Stressed Airlines Welcome Lift in Both Image and Morale.' **Wall Street Dergisi**, New York, Dow Jones Company, 15 Nisan 2004, s.B1.

Miles, S, 'Lacroix's Friendly Skies.' **Women's Wear Daily Dergisi**, Nisan 2005.

Mokhiber, R, 'The Unfriendly Skies.' **Multinational Monitor**, Washington, Corporate Accountability Research Group, 2000.

Oktal,H, Gerede E, 'Türk Sivil Hava Otoritesinin Yeniden Yapılandırılması.' **Amme İdaresi Dergisi**, Ankara, Cilt:35, Sayı 4, Aralık 2002.

Rafaeli, A. 'When clerks meet customers: A test of variables related to emotional expressions on the job.' **Journal of Applied Psychology**, 1989.

Register, N. 'Unveiling a New Uniform Look.' **British Airways News**, Issue 1512, Nisan 2004.

S,B, 'Flying in style. Uniforms.' **Fashion Forward Dergisi**, Kasım-Aralık 2007.

Yates, D. ve Jones, G. 'Casual Dress Days: Are There Bottom-Line Impacts' **Organization Development Dergisi**, 1998.

Elektronik Kaynaklar

[.http://atwonline.com/operations-maintenance/article/dressed-success-0309](http://atwonline.com/operations-maintenance/article/dressed-success-0309), 2005.

www.genelhavacilik.org

<http://ismek.ibb.gov.tr/portal/bransicerik.asp?icerikID=32&BransCode=19>

<http://megep.meb.gov.tr/indextr.html>

http://tr.wikipedia.org/wiki/Genel_havac%C4%B1%C4%B1k,

<http://www.turkishairlines.co>

RESİM LİSTESİ

- Resim 1: 1890 Alman bilim adamı Otto Lilienthal, çift kanatlı planör
- Resim 2: 1937 İstanbul Yeşilköy Havalimanı
- Resim 3: Mısır uygarlığından örnek duvar resmi
- Resim 4: Kanat mekanizması detayı , Ambrosini Kütüphanesi
- Resim 5: 1786, balonunun mühendislik bilgilerini de içeren şeması
- Resim 6: 1936, Hindenburg Lakehurst Deniz Havacılık İstasyonu
- Resim 7-8: Air France güncel üniformaları
- Resim 9-10: Air France güncel üniformaları
- Resim 11-12: 2005 THY Cemil İpekçi üniforma ve eşarp tasarımı
- Resim 13: THY
- Resim 14: CSA
- Resim 15-16: Pilot üniforma örnekleri
- Resim 17: Farklı hava yolu şirketlerinin uçuş personeli üniforma tasarımları
- Resim 18: 1948-1959 Qantas Hava Yolları askeri tarzdaki üniformaları
- Resim 19: Pan American Hava Yolları Beatles uçaktan inerken
- Resim 20: 1965-66 Braniff Hava Yolları
- Resim 21: 1966-68 Braniff Hava Yolları
- Resim 22: 1968-71 Braniff Hava Yolları
- Resim 23: 1971-73 Braniff Hava Yolları
- Resim 24: 1969 Mila Schön Alitalia Hava Yolları
- Resim 25: 1965 TWA Pierre Balmain tasarımları
- Resim 26: 1960-1970 Air West Hava Yolları
- Resim 27: 1970 Mary Quant tasarımı
- Resim 28: 1970 THY pembe üniformaları
- Resim 29: 1973 South West Hava Yolları
- Resim 30-31-32: Virgin Atlantic Hava Yolları
- Resim 33-34-35: Virgin Atlantic Hava Yolları
- Resim 36-37-38: 1990'lar - 2009 Emirates Hava Yolları

Resim 39-40-41: 1990'lar -2007 Easy Jet Hava Yolları
Resim 42: Alaska Hava Yolları
Resim 43: Gulf Air Güncel Üniformaları
Resim 44-45-46: Klasik hostes ayakkabısı
Resim 47-48: Braniff Hava Yolları ayakkabı ve çizmesi
Resim 49: 1970 Go Go Boots
Resim 50: Emirates Hava Yolları üniformaya uygun renkte hazırlanmış ayakkabılar
Resim 53: Qantas Hava Yolları farklı dönemlerde kullanılan üniformaları
Resim 51-52: Singapore Hava Yolları sandalet ve ayakkabısı
Resim 54-55: Klasik tarzda pilot ayakkabısı
Resim 56: Pan American Hava Yolları çantası
Resim 57-58: Pan American Hava Yolları cüzdan ve pasaport kılıfı
Resim 59: Pan Am Hava Yolları 80. yıl tasarımı
Resim 60: 1964 BOAC Beatles grubu Londra Havaalanı.
Resim 61-62: Farklı ülkelerin hava yolu firmalarının kullandığı çantalar
Resim 63-64-65: Pilotların kullandığı ilk dosya çantalar ve güncel elektronik çanta
Resim 66-67-68: TWA çanta tasarımı
Resim 70: Travel Go bagaj tasarımları
Resim 69: Samsonite Viktor&Rolf tasarımı
Resim 71: Yuvarlak örneği
Resim 72: 2 renkli çanta örneği
Resim 73-74-75-76: KLM Hava Yolları
Resim 77-78-79-80: Pan Am Hava Yolları
Resim 81: 1960 Braniff Hava Yolları Emilio Pucci hostes şapkası tasarımı
Resim 82: Kültürel tarzda şapka örneği
Resim 83: Emirates Hava Yolları kravatı
Resim 83: Emirates Hava Yolları kravatı
Resim 91-92: 1970 TWA
Resim 93: 2000 TWA
Resim 94-95-96: 1980 Pan Am Hava Yolları

Resim 97: 1900-1920 moda akımları genel görünüş
Resim 98: 1920- 1930 moda akımları genel görünüş
Resim 99:1930-1940 moda akımları genel görünüş
Resim 100: 1930 Eastern Hava Yolları
Resim 101: 1930 United Hava Yolları
Resim 102: İlk hostes
Resim 103: 1933 Lufthansa yer görevlileri
Resim 104: 1940-1950 moda akımları genel görünüş
Resim 105:1 940 TWA
Resim 106: 1940 Canadian Colonial Hava Yolları
Resim 107: 1950-1960 moda akımları genel görünüş
Resim 108-109-110: KLM Royal Dutch Hava Yolları
Resim 111: 1950 BOAC
Resim 112-113: 1958 Japon Hava Yolları Resim:1951 Japon Hava Yolları
Resim 114: 1955-1965 Lufthansa Hava Yolları 115: Japon Hava Yolları
Resim 115: 1960-1970 moda akımları genel görünüş
Resim 116: 1960 Icelandic Air
Resim 117: 1964-1969 Qantas Hava Yolları
Resim 118: 1965 TWA Pierre Balmain
Resim 119-120-121: Delta Hava Yolları
Resim 122: 1970-1980 moda akımları genel görüntü
Resim 123: 1970 Braniff Hava Yolları
Resim 124:1971-1974 Qantas Hava Yolları
Resim 125-126-127: Lufthansa Hava Yolları
Resim 128-129-130: British Airways
Resim 131-132-133: Delta Hava Yolları üniformaları
Resim 134-135-136: 1970'ler Delta Hava Yolları üniformaları
Resim 137-138-139: Qantas Hava Yolları
Resim 140-141-142: Qantas Hava Yolları
Resim 137-138-139: Qantas Hava Yolları

Resim 140-141-142: Qantas Hava Yolları
Resim 143-144-145: Delta Hava Yolları
Resim 146-147-148: Lufthansa Hava Yolları
Resim 149-150-151: Lufthansa Hava Yolları
Resim 152: 1990-2000 moda akımları genel görünüş
Resim 153-154-155: Delta Hava Yolları
Resim 156-157-158: Delta Hava Yolları 2006' ya kadar
Resim 159-160-161: Lufthansa Hava Yolları
Resim 162-163-164: 2010 Lufthansa Hava Yolları
Resim 165-166-167: Kabin görevlilerinin hareket alanları
Resim 168-169-170-171: Farklı uçak giydirmeleri
Resim 172: Geçmişten günümüze THY üniformaları
Resim 173: Yeni öneri için tasarımcıların yalın tarzdaki model örnekleri
Resim 174: Yeni öneri için üniforma detay örnekleri
Resim 175: Yeni öneri için hikaye panosu çalışması
Resim 176: Yeni öneri için hikaye panosu çalışması
Resim 177: Yeni öneri için astar renk ve kalite, kumaş renk ve kalite örnekleri
Resim 178: Yeni öneri için arabiye, biye, düğme örnekleri
Resim 179: Yeni öneri için eskiz çalışmalar
Resim 180: Yeni öneri için eskiz çalışmalar
Resim 181: Ceket ön çalışma
Resim 182: Yeni öneri olarak gömlek, kemer ve etek
Resim 183: Yeni öneri olarak gömlek, kemer, etek ve eşarp
Resim 184: Yeni öneri olarak ceket, gömlek, kemer, etek ve eşarp
Resim 185: Yeni öneri olarak gömlek, kemer, etek ve eşarp
Resim 186: Yeni öneri olarak ceket, gömlek ve eşarp
Resim 187: Yeni öneri olarak pelerin.

TABLO LİSTESİ

Tablo 1: Christian Lacroix'in (Air France) üniforma tasarımı için yaptığı çalışmalar

Tablo 2: 1960-1970'li yıllardan itibaren hava yolları uçuş personeli giysileri

Tablo 3: Kore hava yollarında hostes üniforma tercihleri (1969-2005)

Tablo 4: Teknik tekstil etiket bilgileri

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1: Renk emberi

Şekil 2: Thermolite kumaş eiyaf yapısı

Şekil 3: Thermocool kumaş ile nem transferinin gerçekleşmesi

Şekil 4: Thermocool ile ısı kaybını azaltması.

Şekil 5: Omurga Hareketleri

Şekil 6-7: Eklem Hareketleri

Şekil 8-9: Çalışma esnasında yapılan hareketler

Şekil 10: Ceket teknik izim

Şekil 11: Gömlek teknik izim

Şekil 12: Etek teknik izim

Şekil 13: Pelerin teknik izim

Şekil 14: Pelerin lectra kalıp izimleri

Şekil 15: Ceket lectra kalıp izimleri

Şekil 16: Gömlek lectra kalıp izimleri

Şekil 17: Etek lectra kalıp çizimleri