

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

XX.YY.DA SİNEMANIN TEKSTİL MODASINA ETKİLERİ

Yüksek Lisans Tezi

GÜLBİKE BERKKAM

İstanbul-2009

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

XX.YY.DA SİNEMANIN TEKSTİL MODASINA ETKİLERİ

Yüksek Lisans Tezi

GÜLBİKE BERKKAM

DANIŞMAN: DOÇ. ÇİĞDEM ÇİNİ

İstanbul-2009

T.C. MARMARA ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ
MÜDÜRLÜĞÜ

TUTANAK (YL – 1)

17. 12. 2009

Tekstil Anasanat Dalı Yüksek Lisans programı 10130547 no.'lu öğrencisi Gülbike BERKKAM'ın Lisansüstü Öğretim Yönetmeliği'nin 14. maddesine göre hazırlayarak Enstitü'ye verdiği "20. YÜZYILDA SİNEMANIN TEKSTİL MODASINA ETKİLERİ" adlı tezini, Enstitü Yönetim Kurulu'nun 09 Kasım 2009 günü yapılan toplantısında tayin edilen aşağıda isimleri ve imzaları bulunan biz jüri üyeleri huzurunda ilgili yönetmeliğin 15. maddesi gereğince80.... dakika süre ile savunmuş ve sonuçta;

A) Yüksek Lisans öğrencisi Gülbike BERKKAM'ın tez savunmasında ~~BASARILILI~~..... olduğu ~~ORTA BİRLİĞİ~~..... ile kararlaştırılmıştır.

B) Adı geçen öğrencinin başarısız olması halinde kendisine tezini düzeltmesi veya yeniden yazılabilmesi için ay süre tanınmıştır.

İşbu tutanak 3 (üç) nüsha tanzim edilmiş ve Enstitü Müdürlüğü' ne sunulmak üzere tarafımızdan imzalanmıştır.

Doç. Çiğdem ÇİNLİ
DANIŞMAN

Yrd.Doç.Birnur KARATİMUR
ÜYE

Yrd.Doç.Özcan UZKUR
ÜYE

Yrd.Doç.Turgay BAŞKAN
YEDEK ÜYE

Yrd. Doç.Nigar ÇAPAN KAVRUK
YEDEK ÜYE

MADDE 15. :

a) Tezli Yüksek Lisans programındaki bir öğrenci, elde ettiği sonuçları ilgili kurul tarafından belirlenen kurallara uygun biçimde yazmak ve tezini jüri önünde savunmak zorundadır.

b) Yüksek Lisans tez jürisi, ilgili anasanat dalı başkanlığı' nın önerisi ve yönetim kurulu onayı ile atanır. Jüri, biri öğrencinin tez danışmanı ve en az biri yüksek öğretim kurumu içindeki başka bir anasanat dalından veya başka bir yükseköğretim kurumundan olmak üzere üç veya beş kişiden oluşur. Jürinin üç kişiden oluşması durumunda ikinci tez danışmanı jüri üyesi olamaz.

c) Jüri üyeleri, söz konusu tezin kendilerine teslim edildiği tarihten itibaren en geç bir ay içinde toplanarak öğrenciyi tez sınavına alır. Tez sınavı, tez çalışmasının sunulması ve bunu izleyen soru – cevap bölümünden oluşur. Sınav süresi en az 45, en çok 90 dakikadır.

d) Tez sınavının tamamlanmasından sonra jüri tez hakkında salt çoğunlukla " kabul ", " red " veya " düzeltme " kararı verir. Bu karar ilgili anasanat dalı başkanlığınca tez sınavını izleyen üç gün içinde ilgili enstitüye tutanakla bildirilir. Tezi reddedilen öğrencinin enstitü ile ilişkisi kesilir. Tezi hakkında düzeltme kararı verilen öğrenci en geç üç ay içinde gereğini yaparak tezini aynı jüri önünde tekrar savunur. Bu savunma sonunda da tezi kabul edilmeyen öğrencinin enstitü ile ilişkisi kesilir.

Tutanağı Tanzim Eden

Neslihan POLAT
Enstitü Sekreteri

ÖNSÖZ

İnsanlık tarihinin farklı evrelerinde ve boyutlarında yaşanan savaşların, devrimlerin, ölümsüz aşkların ve tutkuların izdüşümü olan sinema, toplumların kültürüyle etkileşim halindedir. Bu etkileşim biryandan sinema sanatını her geçen gün daha da geliştirirken bir yandan da bireyselliği ve toplumların yaşam tarzlarını şekillendirmekte, değiştirmekte ve dönüştürmektedir. XX. yüzyılda sanatın her dalı etki alanını genişletmiş, sinema, müzik gibi sanatlar modanın bir aracı haline gelmiştir. Moda, sinema ve müzik ticari bir çark içindedir ve popüler kültürün gelişmesinde söz sahibi olmuşlardır.

20.yy.ın büyük bir bölümünde ise sanat dalları arasında en popülerleri sinema olmuştur; sinema halkın ihtiyaçları, arzu ve çıkarlarıyla birleşen yaklaşımı olan, kültürel yaşamı etkileme gücüne sahip endüstriyel bir sanat biçimidir. Sıradan insanların ihtiyaçları, istekleri ve hayalleri sinema perdelerinden özdeşleştirdikleri kahramanlarla hayat bulur. Kendilerini özdeşleştirdikleri kişilere yaklaşmanın en kolay yolu ise onların görüntüsüne bürünmek, yıldızları taklit etmektir. İşte özdeşleşmenin bu boyutunda bir etkileşim aracı olarak devreye moda girer. Dolayısıyla moda ve kitleleri etkileme gücü düşünüldüğünde sinemanın moda ile etkileşimini inceleme gereği doğmuştur.

Tez konusu olan “XX.yy.da Sinemanın Tekstil Modasına Etkileri” adlı çalışma hazırlanırken, bu konuda belirli bilgilere ulaşip çıkarımlar yapabilmek için sinema tarihi, sosyoloji, reklamcılık ve moda tarihi kitaplarından moda hakkında yazılmış tezlerden ve bazı filmlerden faydalanılmıştır.

Çalışmamın yürütülmesi süresince beni yönlendiren bilgi ve yardımlarını esirgemeyen danışman hocam Doç. Çiğdem Çini’ye ve bana destek olan Yasemin Akyol, Nigar Lengerli ve Öğr. Gör. Ayşegül Başer’e teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ

ÖZET	I
SUMMARY	II
GİRİŞ	1

1. XX.YÜZYIL'DA TÜKETİ KÜLTÜRÜ 4

1.1 TÜKETİM KÜLTÜRÜNDE YAŞAM TARZLARI	5
1.2 YAŞAM TARZLARI VE MODA İLİŞKİSİ	7
1.3 MODANIN SOSYAL PSİKOLOJİSİ.....	9

2. SİNEMA ENDÜSTRİSİ14

2.1 SİNEMANIN DOĞUŞU	15
2.2 SİNEMADA ÜRÜN VE MARKA YERLEŞTİRME	17
2.2.1 FİMLERDE MARKALI ÜRÜN YERLEŞTİRME.....	18
2.3 YILDIZ (STAR) KAVRAMI.....	24
2.4 STAR STRATEJİSİ (YILDIZLIK SİSTEMİ).....	26

3. XX.YY.DA SİNEA VE MODA ETKİLEŞİMİ30

3.1 STAR STRATEJİSİNİN MODAYA ETKSİ	33
3.2 MODAYI ETKİLEYEN YILDIZLAR	34
3.2.1 Gloria Swanson	48
3.2.2 Greta Gabro	53
3.2.3 Marlene Dietrich	56
3.2.4 Katherine Hepburn	70
3.2.5 Marilyn Monroe	77
3.2.6 Doris Day.....	91
3.2.7Audrey Hepburn	99
3.3 XX.YY .DA MODAYI ETKİLEYEN FİMLER.....	111
3.3.1 1910-19 Yıllarında Moda ve Filmler	125
3.3.2 1920-29 Yıllarında Moda ve Filmler	128
3.3.3 1930-39 Yıllarında Moda ve Filmler	133
3.3.3.1 <i>It Happened One Night (1934)</i>	138
3.3.4 1940-49 Yıllarında Moda ve Filmler	139
3.3.4.1 <i>Sullivan's Travels (1941)</i>	145
3.3.4.2 <i>Casablanca (1942)</i>	147
3.3.5 1950-59 Yıllarında Moda ve Filmler	150
3.3.5.1 <i>The Wild One (1953)</i>	155
3.3.5.2 <i>Roman Holiday (1953)</i>	157
3.3.5.3 <i>Rear Window (1954)</i>	159

3.3.5.4 <i>North by Northwest</i> (1959).....	160
3.3.6 1960-69 Yıllarında Moda ve Filmler	161
3.3.6.1 <i>Breakfast at Tiffany's</i> (1961)	173
3.3.6.2 <i>A Hard Day's Night</i> (1964).....	177
3.3.6.3 <i>Bonnie and Clyde</i> (1967).....	179
3.3.6.4 <i>2001: A Space Odyssey</i> (1968).....	183
3.3.7 1970-79 Yıllarında Moda ve Filmler	185
3.3.7.1 <i>Love Story</i> (1970)	190
3.3.7.2 <i>A Clockwork Orange</i> (1972).....	192
3.3.7.3 <i>The Great Gatsby</i> (1974).....	194
3.3.7.4 <i>Saturday Night Fever</i> (1977).....	196
3.3.7.5 <i>Annie Hall</i> (1977)	197
3.3.7.6 <i>Mad Max</i> (1979)	199
3.3.8 1980-89 Yıllarında Moda ve Filmler	202
3.3.8.1 <i>American Gigolo</i> (1980).....	209
3.3.8.2 <i>Chariots of Fire</i> (1981)	211
3.3.8.3 <i>Blade Runner</i> (1982)	213
3.3.8.4 <i>Desperately Seeking Susan</i> (1985).....	220
3.3.9 1990-99 Yıllarında Moda ve Filmler	222
3.3.9.1 <i>Singles</i> (1992).....	229
3.3.9.2 <i>Pulp Fiction</i> (1994)	230
3.3.9.3 <i>Trainspotting</i> (1996)	232
3.3.9.4 <i>The Matrix</i> (1999)	234

XXI.YY.DA SİNEMANIN MODAYA ETKİSİ239

4.1 KIRMIZI HALI "RED CARPET" VE MODA.....	241
4.2 YILDIZLARIN MARKA TANITMA GÜCÜ.....	248
4.3 YILDIZLARIN MARKA YARATMA GÜCÜ.....	256

SONUÇ.....265

KAYNAKÇA.....268

RESİM LİSTESİ278

ÖZET

Her kültürden, her ırktan ve milletten insana rüya satma gücüne sahip sinema ve insanların değişme, taklit etme güdüsüyle ortaya çıkan moda endüstrisi birbirleriyle etkileşim halindedir. Etkileşimleri XX.yy.ın başlarından günümüze kadar devam etmiştir. “XX.yy.da Sinemanın Tekstil Modasına Etkileri” adlı çalışmada sinema endüstrisinin pazarlama ve satış gücünün izleyici konumundaki tüketiciyi nasıl etkilediği ve tekstil modasının yaygınlaşmasına katkıları incelenmiştir.

Sinema ve moda endüstrileri, sanayi, teknoloji ve kültüre yönelik gelişmeler sonucu ortaya çıkmış yeni tüketici gruplarının taleplerini karşılamaktadır. Bu talepler zamanla modern tüketiciyi etkilemeye yönelik stratejilerle değişime uğramış; özellikle de modayı bir prestij ve statü simgesi olarak kullanan kesimleri derinden etkilemiştir. Tüketiciler artık doğal ihtiyaçlarını gidermek için değil, rüyalarını yaşayabilmek, kendilerine yeni bir kimlik edinebilmek için tüketir hale gelmişlerdir. Bu durum çağımızın en güçlü sektörlerinden olan moda ve sinemayı daha güçlü bir konuma getirmiş ve toplum üzerindeki etkilerini arttırmıştır.

Sinema tekstil modası etkileşimleri incelendiğinde; profesyonelce yaratılmış yıldızları, ürün yerleştirme taktikleri ve sektörün yarattığı star stratejisinin tüketiciler üzerindeki etkileri görülmektedir. Kavram olarak aynı yüzyılda ortaya çıkan ve birlikte büyüyen sinema ve moda birbirlerinden beslenerek karşılıklı bir ilişki içerisinde ortak bir sistem oluşturmuşlardır. Sinemanın güçlü satış becerisi ve geniş kitleleri etkileme gücü ile moda daha çok tüketiciye ulaşmış ve daha çok satış yapma gücüne sahip olmuştur.

SUMMARY

Cinema has the power to realize the dreams of all cultures, ethnic groups and nations. Fashion industry stimulates people's urge to change and imitate. These two industries seem to be in continuous interaction with each other since the beginning of 20th century. In this thesis titled "The Impact of Cinema on Textile Fashion in the 20th Century", we analyze how the marketing and promoting power of cinema industry affect the consumers whom, in this case, are in audience position, and its positive impact in the spread of textile fashion.

Cinema and fashion meets the high expectatiois of consumer groups emerged as a result of recent industrial, technological and cultural changes and developments. Certain groups in society used fashion and fashionable goods as a prestige and status icon. The motive behind their high consumption and spending is not their natural needs; they rather seek a new identity while running after their dreams. Accordingly, fashion and cinema have become more and more important imposing an invisible power upon consumers consumption habits.

Analyzing the interaction between cinema and fashion makes clear the impact of professionally created stars, product placement tactics, and star strategies over films. Cinema and fashion, born in the same century and grown in paralel to each other have been in continuous cooperation. The power of cinema come from the ability to reach wide audiences and manipulate them which in turn increase the sales of fashion industry.

GİRİŞ

Çalışmanın amacı

Sinema XX. yüzyılın ve çağımızın en gelişmiş ve en geniş kitlelere ulaşan sanatıdır. Sinema aynı zamanda endüstriyelleşmiş bir sanattır. Bu iki unsur nedeniyle moda ile arasında ayrılmaz bir bağ vardır. Sinema ve moda sürekli etkileşim altında olan ticari nitelik taşıyan yapılardır. Modanın tüm kültürleri, toplumları ve sinemayı etkilediği herkes tarafından bilinse de, sinemanın da aynı güce sahip olduğu yadsınmaktadır.

XX. yüzyılda sinema toplumları nasıl etkilemiştir? Tekstil modası üzerindeki etkisi nasıl oluşmuştur? Amaç, moda çarkının çalışmasını daha iyi anlayabilmek için, moda ve sinema endüstrisinin ona olan katkıları ve desteği açısından bakma gereksinimidir. Bu araştırma sinema endüstrisinin moda üzerindeki gücünü, kültürel önemini, "Yıldız" kavramı ve filmlerin tekstil modası üzerindeki etkilerini, sosyolojik açıdan ve pazarlama teknikleri açısından irdeleyerek anlatmayı amaçlamıştır.

Çalışmanın Kapsamı

Moda kavramı ve sinema endüstrisi XX. yüzyılda doğmuş kavramlardır; birlikte büyümüş ve gelişmişlerdir. Geçmişleri ve ilerleyişleri birbirine dayanmaktadır. Bu yüzden çalışmanın kapsamı için en önemli soru, endüstriyel devrimler ve modernizm çağı ile birlikte ortaya çıkan moda olgusu, sinema ve sinemanın moda üzerindeki etkilerinin ne şekilde oluştuğudur. Bu çağdaki gelişmelerin kaçınılmaz bir sonucu olarak tüketim kültürü oluşmuştur. Bu kültürün ihtiyaçlarını ilk karşılayan yine sinema ve moda olmuştur. Tüketim kültürü paralelinde reklamcılık sektörü de

gelişerek sinema ve moda çarkının daha çok yakınlaşmasını ve birbirinden faydalanmasını sağlamıştır. Sinemanın moda etkisi de gittikçe artmıştır. Çalışmanın asıl kapsamı sinemanın tekstil modasını nasıl etkilediğidir. Bunun sadece filmlerdeki birkaç karakterin giysilerinin moda olması kadar basite indirgenmeyecek çok kapsamlı, profesyonelce planlanan bir pazarlama stratejisi olduğunu ortaya koymaktadır. Sinema, bir hayran kitlesi oluşturabilmek için yıldızlar yaratmaya başlamıştır. Bu çalışmada “star” kelimesinin kavram olarak Türkçede karşılığı olan “yıldız” kelimesi kullanılmaktadır. Yıldız kavramı Hollywood’da oluşmuş ve devam eden bir kavramdır. Bu kavramın ne olduğu, nasıl oluştuğu, modayı nasıl etkilediği, XX. yüzyılda kimlerin yıldız olduğu örneklerle açıklanmış, ne kadar titiz ve planlı bir çalışma ürünü oldukları vurgulanmaya çalışılmıştır.

Yıldız kavramlarının gelişmesiyle oluşan modayı güçlü bir şekilde etkileyen “star stratejisi” de oluşturulmuştur.”star stratejisi” olgusunun Türkçede tam karşılığının bulunmaması nedeniyle orijinal haliyle kullanılmıştır. Bu strateji, günümüzde bile gücünü arttırarak devam etmektedir. Çalışmada “star stratejisinin” ne olduğu ve moda da nasıl kullanıldığı örneklerle anlatılmıştır. Sinemanın bir diğer silahı olan, film içerisine ürün ve marka yerleştirme tekniği de açıklanmış ve örneklendirilmiştir.

Çalışmanın kapsamının daha iyi anlaşılması için on yıl aralıklarla XX. Yüzyıl modası incelenmiş, bu zaman dilimlerinde dünya çapında modayı etkileyen film ve dizilerden örnekler verilmiştir. Son olarak XXI. yüzyılda “Red Carpet” yani kırmızı halı kavramının, internetin ve markalaşan yıldızların moda etkileri örneklerle ve resimlerle anlatılarak çalışmanın kapsamı tamamlanmıştır.

Çalışmanın yöntemi

Bu çalışma için tarama ve tespit yöntemi uygun bulunarak, kaynak olarak moda tarihi kitapları, sinema tarihi, moda sosyolojisi, pazarlama kitaplarından; moda sektörünün öncü dergilerinden, yıldızların biyografilerinden; konuyla ilgili moda, pazarlama ve sosyoloji tezlerinden; resmi internet sitelerinden ve bazı sinema filmlerinden faydalanılmıştır.

Araştırma konusu olan “XX. yy.da sinemanın Tekstil Modasına Etkisi” , sinema ve moda etkileşimi gibi kapsamlı ve alanında yazılı hiç araştırma bulunmayan bu konu, belirli bir sürede bitirilmesi gerektiğinden ve mevcut kaynakların yetersizliğinden dolayı sınırlandırılmıştır; araştırma sonrasında ortaya çıkmıştır ki konu sinema ve moda etkileşimi olarak incelenebileceği gibi modanın sinemaya etkisi başlığı altında da incelenebilir. Ayrıca bu araştırmanın birçok bölümünün kendi içinde araştırma ve derinleştirilmeye müsait olduğu görülmektedir. Bu tez sadece bir giriş niteliği taşımaktadır.

1. XX. YÜZYIL 'DA TÜKETİM KÜLTÜRÜ

XX. yy 'a damgasını vuran "Modernizm" hareketinin IX.yy ortasında *Fransa*'da ortaya çıktığı kabul edilir. Modernizm kabaca 1884-1914 yılları arasında hüküm sürmüştür. Modernizmin *temelde dayandığı fikir, geleneksel sanatlar, edebiyat, toplumsal kuruluşlar ve günlük yaşamın artık zamanını doldurduğu ve bu yüzden bunların bir kenara bırakılıp yeni bir kültür icat edilmesi gerektiğidir. Modernizm ticaretten felsefeye her şeyin sorgulanmasının gerekliliğini savunur. Böylelikle kültürün öğeleri yeni ve daha iyi olanla değiştirilebilir. Modernizme göre 20.yy.'ın ortaya çıkardığı yeni değişiklikler ve yenilikler kalıcıydı, aynı zamanda yeni oldukları için 'iyi' ve 'güzeldi' ve toplum dünya görüşünü bu öngörülere göre gözden geçirip uyarlamalıydı¹.*

Modernizm döneminin başlamasıyla, uluslararası pazarlar gelişmiş, lüks eşya ve sanat eserleri ticaretinde büyük ölçüde artış başlamıştır. Feodal toplum yapısının yerine, yeni şehirli toplumsal sınıf büyük artış göstermiş, aynı zamanda meydana gelen gelişmeler dizisi sayesinde modernizm oluşmuştur. Sanayi, makineleşme ve ulaşımın büyük gelişmesi, sanayi kentlerinin kurulmasını sağlamıştır. Bu kentlerdeki hareketli, kalabalık atmosferin de modanın oluşumu ve yayılmasında rolü çok büyüktür. Şehir hayatı modayı tetikleyen ideal bir unsur olmuştur. Sinema, tiyatro, gece kulüpleri, konser salonları insanlara renkli moda dünyasını tanıtmıştır.

Modernizm sayesinde oluşan makineleşme ve daha az çalışma saatleri, insanların daha çok boş vakte sahip olmalarını sağlamıştır. Bu boş vakitler, daha çok ev dışında değerlendirilmiştir. Yeni gelişmiş ulaşım araçlarıyla insanları şehir merkezlerine, eğlence salonlarına gece gündüz kolayca ulaştırabilir hale gelmiştir. En önemlisi her gelir grubuna göre bir eğlence sektörü bulunmaktadır.

¹ <http://tr.wikipedia.org/wiki/Modernizm>

Star stratejisi, sinema ve moda ilişkisinden bahsetmeden önce modernizmin yarattığı tüketim kültüründe kimlik ve yeni yaşam tarzları oluşturma dayatmasından bahsedilmelidir. Çünkü 20.yy.da modernizm, tüketim, moda, sinema zincirlemesinin daha net ve anlaşılır olmasını sağlayacaktır.

1.1 Tüketim Kültüründe Yaşam Tarzları

Modernizm döneminin en güçlü ve önemli özelliği, tüketici kültürüdür. Tüketici kültürü düşüncesinin gücü kitlesel pazarlama ve onunla ilişkili kitlesel reklamcılığa dayanmaktadır². Tüketimciliğin doğuşu, tarihe bakıldığında 19.yy.in son çeyreğini ve 20.yy.in ilk on yıllarında başlar. Bunun nedeni, o dönemde tüketici kültürü için ilk koşul olan, belirli standartlara uydurulmuş malların, fark gözetmeden tüm ulusal pazarlara ulaşabilmesidir. Makineleşme ile üretilen malların miktarı önemli şekilde artmış, aynı zamanda bu mallar genişlemiş olan pazarda herkesin ulaşabileceği bir hale gelmiştir. Asıl önemli olan ise bu malların nasıl piyasaya sunuldukları ve satıldıkları gibi konulardır. Bu konular başlı başına kendi içinde birer hizmet biçimidir. Bu sayede mallar birer tüketim malı olup pazarlarda satılabilir hale gelmişlerdir.

Tüketim mallarının üreticilerinin ilk ve en önemli hedefi elit sınıf olmuştur. Daha sonra bu malların çoğaltılarak ortalama tüketiciye pazarlanması yolu ile çok büyük karlar elde edilmiştir. *Böylece bu süreç içinde, kast toplumunun süregelen görünüş ve yaşam tarzlarındaki katı ayırıcı kuralları eski niteliklerini kaybetmiştir. Moda, reklamcılık ve diğer pazarlama tekniklerinin ticarileştirilmesi ortalama tüketici gruplarının oluşturulması sürecinde çok önemli roller oynadılar³.*

² D.Chaney, **Yaşam Tarzları** , Türkçesi:İrem Kutluk, Ankara ,Dost Kitabevi ,1999 ,s.27.

³ A.g.k. s.26.

Modernizmin ilk dönemlerinde görülen halk temsilleri ve şenlikler yerlerini zamanla ticari eğlence tarzları olarak oluşturulan, maddi olarak desteklenen, sinema, tiyatro, müzik, dans, spor gibi eğlence sektörlerine bıraktı. Bu yeni kitlesel eğlencenin ilk gelişen ürünü sinema olmuştur. Bunun sebebi çok yeni ve cezbedici bir teknoloji ve eğlence sektörü olmasıdır. Kitlesel eğlencenin yayılması sadece yaşam standartlarının yükselmesi ve iş saatlerinin kısılması sebebi ile olmamıştır, bu bilinçli bir yaklaşımdır. Sınıf çatışmasını ve sınıf kültürleri arasındaki farkları en aza indirme amaçlıdır. *Bu şekilde cezbedilen müşteri kalabalığı, kısa süre içinde 'rüya sarayları' olarak anılmaya başlayacak ilk sinemalarla eğlendiriliyorlardı*⁴. *Daha genel anlamda dükkânlarda, emperyalist hayal gücünün fantezileri aracılığıyla, modernizm dışındaki dünyanın kullanımına hazır hale getirildiği büyük şehir kendini beğenmişliğinin bir parçasını oluşturuyorlardı*.⁵ Rüya saraylarının, bu hayal gücü başarısı ve popülaritesinin günden güne artması şehir kültürünün yerleşmesini sağlamıştır. Bu modanın pazarlanmasına yönelik gelişen ilk adımdır. Tüketiciye boş vakit uğraşları ya da tüketim etkinlikleri gibi yaşam alanları üzerinde seçim yapabilecekleri yaşam tarzlarını sunmuştur. İnsanlar yaşam biçimi terimini günlük yaşamda kimlik ve ilişkilerle ilgili daha geniş ve karmaşık anlamları tanımlamak amacıyla kullanırlar. *Yaşam biçimleri yapay yaratılar ya da benimseyişlerdir. Yaşam biçiminin sahibi de, onu kendi iradesi ile üstlenebileceğinin ve dışlayabileceğinin farkındadır*.⁶

Modern şehir yaşamında bu gelişmeler sonucu üretilen ve kullanılan ürünler için simgesel anlamlar oluşmuş, simgeler insanlara dayatılmıştır, değiştirilmiş yeniden sunulmuş, sonra başka bir anlamda yeniden keşfedilmiştir. Bu yolla yaşam biçimleri toplumsal ve simgesel değerlerle donatılmış, yaşam biçimlerinin aynı zamanda kimliklerle oynama yolu olmasını sağlamıştır.

⁴ A.g.k. s.28.

⁵ A.g.k. s.29.

⁶ A.g.k. s.22.

Bu taktiğin işe yaradığını Liebergott'ın, 1900 yılı ile 1929 yılları arasında yaptığı bir araştırmada görebiliriz. Bu araştırma artan ücretler ve maliyetler yüzünden, Amerikan Bahriye personelinin giyim masraflarının yüzde 16 artmasına karşılık, aynı dönem içinde giyim eşyaları için yapılan ortalama sivil masraflarının erkekler için %150, kadınlar içinde %492 arttığına dikkat çekmektedir⁷.

1.2 Yaşam Tarzları ve Moda İlişkisi

Moda belirgin bir biçimde, tüketici endüstrilerinin gelişmesiyle canlanmış bir davranış modelidir. Şüphesiz, farklı moda biçimlerindeki değişim dinamiği, yaşam biçimi oluşumunun daha geniş süreçlerini yansıtmaktadır. *Modaya uymak hem toplumsal kimliğimizi onaylayan, bütün içeriğinde olduğunuzu ve onun bir parçasını oluşturduğunuzu belgeleyen bir göstergedir, hem de aynı zamanda, birey olarak kendinizi başkalarından ayırttığınızınizi sağlar*⁸.

Yaşam biçimlerinin modaya uydurulmasına yardım eden malzemeler, dokunulabilir objeler, kullanılan malzeme ve kumaşların cinsi, şekli olabileceği gibi; ürünün kökeni, üretim süreci, nerede ve nasıl üretildiği gibi unsurlar da olabilir. Ancak bunun moda olabilmesi için başka aşamalarda vardır. Örneğin, malzemeler konusunda neler bilindiği, taşıdıkları mesajlar için neler düşündürülmesi gerektiği, onların nasıl değiştirilebileceği ve kullanılabilmesi, bu konuları öğrenmek için kime ve nereye başvurabileceği gibi. *Yaşam biçimlerinin simgesel yeterlilik ilgisi bu yollar aracılığıyla olur... Lee "Tüketim malı pazardan geçerken... İdeal kullanım değerinden ve hayal edilen anlamından uzaklaşarak, yaşanmış deneyimin özdeksel ve simgesel nesnesi haline dönüşür."*der ve şöyle devam eder.... *Meta, simgesel*

⁷ A.g.k. s.34.

⁸ A.g.k. s.60.

olarak şekillendirilebilir durumdadır ve böylece kullanım alanına ve kullanıcının kültürel yetkinliğine bağlı olarak çeşitli anlamlar ve önemler kazanır⁹.

Sosyal dünyadaki başrol oyuncularını buldukları toplumdaki kimlikleriyle, simgeledikleri kişiliğe göre anlam kazanır. Yani kim olarak görünmek istenildiği, kim olduğu gibi konuları, kaynakları kullanım şekli ile belirlenmektedir. Bu malzemeler, toplumsal anlamlar taşıyan iletişim araçlarıdır ve kültürel tüketim içerisinde yaşam biçimi kültürünün gözle görünen kısmını oluştururlar. Moda giysileri gibi eşyaların anlamı ve etkileme gücü, yaşam biçimlerinin açıklık kazanan uygulamalarıdır. Bu uygulamaları ile seçimleri yönlendiren yorumlayıcı yeteneğe ihtiyaç vardır. Bu durum yeni satış ortamlarının ve satış araçlarının gelişmesini sağlamıştır. Toplumsal rekabet ustaca kullanılmış insanlar sadece gereksinimlerini satın almayı bırakarak kaliteyi ve beğeniye satın almaya başlamışlardır. Zamanla ise bu sadece lüks olanı satın almak istemeye dönüşmüştür. Tüketici gruplarının oluşmasındaki en büyük etken moda, reklamcılık ve pazarlama tekniklerindeki gelişmeler olmuştur. Modayı çarpıcı kılan görsel farklılıkları kullanmasıdır. Kişiyi sergileme ve değişmek için fırsat verir ve kendi kendine yeterlilik sağlar.

XX.yüzyıla girilmesiyle toplumda özellikler kadınlar bu değişikliklerin, kavramların ve simgelerin etkisi altına girmişlerdir. Tüketim kültürü yaşam tarzlarını yaratmış insanları onu bu tarzlar arasında seçim yapıp uygulamaya zorlamıştır. İşte bu zamanda çalışma hayatına giriş yapan, yeni kadının daha çok para kazanması ve kendine olan saygısının artmasıyla moda bakış açısı bir lüks değil, ihtiyaç haline dönüşmüştür. Modanın yayılması toplumda yaşam tarzlarının ortak bir davranış biçimi oluşturması sonucunu oluşturmuştur. Moda toplumun yapısını ve hayat tarzlarını ortaya koyar. Halk modayı değerlendirir, herkesin kendi için belirlediği giyim tarzı o dönemde yaşamak istedikleri yaşam tarzının ifadesi olmuştur. Bir modanın yayılışının hızı ve etkisi, tasarım ve malzeme kalitesinin yanı sıra doğru ticari bakış açısı ve doğru pazarlama ile olmuştur.

⁹ A.g.k. s.55.

1.3 Modanın Sosyal Psikolojisi

Moda kelimesi Türk dil kurumunca; “Değişiklik gereksinimi veya süslenme özentisiyle toplum yaşamına giren geçici yenilik; belirli bir süre etkin olan toplumsal beğeni, bir şeye karşı gösterilen aşırı düşkünlük” olarak tanımlanmıştır. Terim olarak “moda” Latin kökenli “facio”dan gelir. Eski Fransızca’da “fazon” ortaçağ Fransızcasında “façon” ve ortaçağ İngilizcesinde “fashion” olarak ifade edilir.

Tarihsel kıyafetleri gösteren bir kitabı açıp giysi stillerinin gelişimini incelersek modanın yoktan var olmadığını, bir moda akımının bir öncekinin mantıksal gelişimi sonucunda ortaya çıktığının farkına varırız. Moda, tarihsel oluşumun giyim şeklinde ifadesidir¹⁰.

Moda, taşıyıcısının bakış açısına göre farklılık gösterir ve farklı bakış açılarıyla kendini geliştirir. Stil ve zarafet modayı birleştirerek kişinin yaşadığı dünyadaki ilişkilerini anlamlı kılar. Sanat ve estetiğin soluk kesici bir uyarlamasıdır. *Çağa hâkim fikirler ve ruh, sanatların kültürel etkileşimlerle birleşerek yeni ve farklı kültürel bileşikleri sunabilmesidir. Moda toplumu etkiler, toplum yapısı da modayı şekillendirir¹¹.*

Marcel Vertes “Moda sosyal gelişimin bir belirtisi ve yansımasıdır.” demiştir. Modanın demokratik olarak doğduğunu, zamanla zengin ve güçlünün kullanıldığını, daha sonra tekrar demokratik kökenine döndüğünü savunmuştur. Tarihi gelişmeler ve bunun sonucunda oluşan ihtiyaçlar arasında kesin bir bağ vardır. Moda sosyal yapı içerisinde, insanların kendi yaşam tarzlarını yansıtan, idealleri ve hareketlerini belirten bir teşebbüs olmuştur.

¹⁰ M.Sema Üşenmez, **Toplum ve Moda Etkileşimi**, MSGSÜ, Sosyal B. Ens., Doktora Tezi, İstanbul, Haziran 1992, s.66

¹¹A.g.y. s.11.

Moda teriminin incelendiği dönemlere baktığımızda bunun XIX. y.y.da sosyal bilimciler ve filozoflar tarafından araştırmaya başlandığı görülmüştür. Bunun sebebi XIX. y.y.daki sanayi devriminden önce giysideki önem ve değişim sadece üst sınıfa ait olması, yaygın bir kavram olmaması olmuştur. Ancak sanayi devrimiyle sosyal yapıda büyük değişiklikler meydana gelmiş, moda herkesin takip etmeye başladığı bir olgu olmaya başlamıştır. Bu takip XIX. y.y.dan önce soyluların kral ve kraliçenin giysilerini taklit etmeleri gibi üst sınıfın hayat tarzını taklit etmeyle devam etmiştir. XX. yy.dan önce giyim özellikle toplumun soylu kesiminde önemli olmuşken, XX. yy.da bu değişim göstermiş, daha alt sınıflara ulaşmasıyla moda kelimesi bilinçli olarak kullanılmaya ve araştırılmaya başlanmıştır ve moda olgusunu ortaya çıkarmıştır. 1876 yılında H.Spencer modayı farklı sosyal gruplar arasında değişim olarak incelemiştir. Spencer; "Estetiğe duyulan saygı ile yapılan taklit zamanla yerini rekabetçi taklide bırakmıştır" demiştir.

Araştırmacılar, ilk zamanlar giysi modasını ahlaka aykırı, giysi kalitesini bozan, toplumdaki sınıf farklılıkları arasındaki mesafeyi eşitleyen, insanları görünüş ve ruhen tek tip kopyalar haline getiren bir araç olarak görmüşlerdir. Önceki dönemlerde moda gelenek ve ahlaki anlayışın bir yansıması olarak görülürken, artık ekonomi ve moda arasındaki yakın bağ görülerek kapitalizmin çocuğu şeklinde nitelendirilmiştir.

XX.yy.da sınıf modasından tüketici modasına geçilmiştir. Sınıf modası giyim eşyalarının toplumsal sınıflar içerisinde nasıl kullanılması gerektiğini ifade eden sert kurallar zinciridir. XX.yy.la beraber moda sistemi, insanların sahip olduğu ya da olmak istediği toplumsal konumu ifade eden giyim tarzları üretmeye başlamıştır¹².

Tüketici modası toplumun her kesiminin beğenisine ve ilgisine yönelir. Moda bu dönemde endüstriyel, lüks ve sokak tarzı olmak üzere üçe ayrılmıştır. Endüstriyel modada satışı yapılan sadece tarz değil; sinema, gazete, dergi, televizyon yoluyla

¹² Diana Crane, **Moda ve Gündemleri**, Türkçesi: Özge Çevik, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2003, s.177

dünyanın her yerindeki değişik kitlelere yayılan imgelerdir. Tüketici bu imgelerden kişiliğine uyumlu bir görünüş oluşturmak zorunda bırakılır. Çünkü tüketici bu tüketim mallarıyla, toplumsal gruplarla özdeşleşmektedir. Bu tarz edinmeye yönelik güdülenme popüler film yıldızları, müzisyenler, sporcular gibi ünlü insanlar sayesinde edinilir. XX.y.y da sistemde rol oynayanların sayısı ve geniş ürün yelpazesi sayesinde oldukça karmaşıktır.

Moda prensipte üst sınıf seçkini için yaratılan lüks modadır ve üst sınıftan daha az ayrıcalıklı sınıfa yayılmaktadır. Endüstriyel moda lüks modanın bazı akımlarını benimser, alt kültürdeki daha az ayrıcalıklı kesimlere bu yenilikleri satar. Kapitalizmin çocuğu geniş kitlelere ulaşabilmek için bu döngü içerisinde birçok sektörden faydalanmaktadır. Müzik, sinema, sanat, basın modanın en büyük destekçisidir. XX.yy.da moda *izleyicileri ferdi gerçeklikten çok, fikirlerin ve tiplerin büyük oranda taklidi olarak kitlesel bir hareket ve daha çok sosyal bir faaliyettir*¹³.

Modayı belirleyen sadece üreticisi ya da tüketicisi değildir. Modayı belirleyen yaşadığı çağın ruhudur. Moda bu ruhu yansıtan filmlerden, film yıldızlarından, müzisyenlerden, politikacıdan, sanatçılardan, aristokratlardan vb. birçok şeyden etkilenmiştir. Etkilendiği bu etkenler sayesinde de daha geniş kitlelere ulaşmıştır.

Modaya ihtiyacı psikolojik açıdan baktığımızda, *bütün insanlarda sürekli olarak tekrarlamalardan yorulma ve bıkkıncılık eğilimi olduğu görülür. Moda olgusu da bu değişim ihtiyacını karşılar, birey sistemin sunduğu stillerden birine bürünerek, farklı hayat tarzlarını yaşıyormuşçasına bir görüntüye sahip olabilir. Moda toplumsal alışkanlıklarla yarışır*¹⁴.

*Erkeklerden çok kadınlar görünüşe ve modaya önem verme yönünde toplumsallaştırdıklarından “çekici görünmek” toplumsal bir yatırım gibidir*¹⁵. Özellikle kadınlar eşsiz objeler olmaya yaklaşan, hem bireyselliklerini hem de

¹³ M.Sema Üşenmez, a.g.y., s.24

¹⁴ Linda Watson, **Modaya Yön Verenler**, Türkçesi: Güneş Ayas, Güncel Yayıncılık, İstanbul, Aralık 2007, s.7

¹⁵ Diana Crane, **Moda ve Gündemleri**, Türkçesi: Özge Çevik, İstanbul, ayrıntı yayınları, 2003, s.271

*toplumsal kimliklerini ifade eden giysiler bulmaya çalışmışlardır*¹⁶. Yapılan araştırmalarda modaaya uygun giyinenlerin 15-25 yaş arası gençler, beğenin önemli olduğu alanlarda çalışanlar, yöneticiler ve zengin insanlar gibi ayrıcalıklı grupların olduğu görölmüştür. Yapılan başka bir araştırmada da kadınların üçte birinin modayı takip ettiği ve bunlardan %30unun modada yeni tarzlar denemekten korkmadığı için kendini moda öncüsü olarak gördüğüdür. Yapılan başka bir araştırmada da *İngiltere Pazar araştırması organizasyonları Avrupa ölkelerindeki para harcama alışkanlıkları incelenmiştir. 1988 yılında yapılan araştırmada 15-19 ve 20-24 yaş arası genç yetişkinlerin harcamalarının %63ünü giyime yaptıkları görölmüştür. Erkek ve kadın olarak incelendiğindeyse erkekler harcamalarının %40ını giyime yatırırken bu oran kadınlarda %79 olmuştur.*¹⁷

20.yy.da ve günümüzde, özellikle büyük kentlerde hemen hemen herkes moda takipçisi konumundadır. *Bir moda takipçisi, kendine bir başkası tarafından özendirilen tarza göre giyinen kişidir*¹⁸. Moda takipçileri yaşadıkları sosyal grup içerisinde moda öncüsü rolünü oynarlar. Modayı devamlı izleyen, maddi olgulardan zevk alan, kural ve geleneklerin sınırlamalarına körü körüne uymayan insanlar moda izleyicileridir. Modayı izleyenler için ise bu moda takipçileri grubun moda öncüsü olarak görülürler. Ancak bu öncüler de kendi buldukları grubun daha üst düzeyi bir grubun izleyicileridirler. Kısaca, modayı izleyen bir insan hem bir grubun öncüsü olabileceği gibi daha üst seviyedeki bir grubunda takipçisi olabilir. Bu insanlar için sosyal grupların oynadığı roller ve bu gruplar içerisindeki sosyal roller çok önemlidir ki, bu durum modanın yayılımını anlamak için çok önemlidir. Her bireyin bir toplulukta yerine getirmesi gereken değişik rolleri vardır. Bir sosyal grupta rolü kimin oynadığı önemli değildir. Önemli olan rolün oynanmasıdır. İnsanların hayatını da bu gruplar ve oynadıkları roller şekillendirir.

¹⁶ A.g.k. , s. 215

¹⁷ David Chaney a.g.k. s.37

¹⁸ M.Sema Üşenmez, **Toplum ve Moda Etkileşimi**, MSGSÜ, Sosyal B. Ens., Doktora Tezi, İstanbul, Haziran 1992, s.69

Toplumun psikolojik, sosyolojik, maddi ihtiyaçları ve olanakları modaya şekil verir. Böylece toplumdaki bazı baskın gruplar, rollerde modayı etkiler ve moda toplumun bir aynası halini alır.

Moda, yaşama bir anlam ve amaç kazandırmaya çalışırken, Shakespeare'in deyişii ile, hiçbir şey anlatmayan bir gürültü ve öfke karmaşası olacaktır. Bununla birlikte, Baudrillard aşırı toplumsallaşmada bile yıkıcı bir potansiyel görmektedir. Modaya zaman zaman bu başkaldırı gücünü veren, akılcı ve akıl dışı olanın, güzelin ve çirkinin, yararlı ve zararlının ötesinde, bütün kriterlerde var olan ahlaksızlık, egzantirikliktir¹⁹. *Moda ahlakdışıdır ve o tüm gücün kendi göstergelerini elde etmek için kazanmaya zorlandığı, bütün göstergelerin göreceli olduğu bir güç cehennemidir*²⁰.

¹⁹ D.Chaney, **Yaşam Tarzları** , Türkçesi:İrem Kutluk, Ankara ,Dost Kitabevi ,1999 ,s.65

²⁰A.g.k. s.65

2. SİNEMA ENDÜSTRİSİ

Sinemanın doğuşu XX. yy.in ilk yıllarında mekanik gelişmeler sonucunda ortaya çıkmış bir gösteri makinesiyle olmuştur. O dönemde kimse bu makinenin bu kadar etkili olabileceğini ve dev bir endüstri kurabileceğini hayal bile edememiştir. Sinema endüstrisi dev bir makinedir. Makinenin çalışmasını sağlayan dev film şirketleri, onların ardındaki politik ve ticari destekler, yarattıkları film ve yıldızlardır. Bütün bunların sonucunda da üretilen büyük prodüksiyonlardan elde edilen pazarlama ve satış başarıları zaferdir. Basit bir boş zaman eğlencesi olarak başlayan bu endüstri her şeyi satabilecek, paraya dönüştürebilecek güce ulaşmıştır. Yaptığı filmleri, yıldızları ve onlarla ilgili her şeyi satmaya başlamıştır. Bir düş üretmiş ve düşü insanlara ulaştırarak, tüketim kültürünün düş fabrikası unvanını almıştır.

Sinema endüstrisi dediğimizde hiç yadsınamaz bir gerçek Amerikan sineması yani yaygın olarak kullanılan adıyla, Hollywood sinemasının en yaygın ve etkili, düş fabrikası olarak anılan tek endüstri olduğudur. Bunun en büyük nedeni 1.Dünya Savaşı'yla, sinema yapan diğer ülkelerin maddi ve manevi büyük zararlar görmesi, gelişmelerinin tamamen durmasıdır. Hollywood Endüstrisinin gelişiminde akıllıca uygulanmış bir strateji yatar, örneğin her millete hitap edebilecek diğer ülkelere yıldız ithal etmek ve klasik anlatı sistemine dayalı temel etkiye sahip olması gibi bu etki; akıllı, düşünmeyi ve sorgulamayı dışlayarak büyük ölçüde duygulara dayanması ve seyirciyi buradan yakalaması ve kendine bağlaması. *Amacı, günlük hayatında örselenen günümüz sıradan insanının kendi gerçekliğinden hem kopmasını hem de sığınmasını sağlayan kaçışçı bir anlatı oluşturmaktır ki bu hiç de masum olmayan bir amaçtır.*²¹ Sinema endüstrisi kitlelere ulaşma gücünü buradan alır ve bu gücü akıllıca yarattığı Star stratejisi ve filmlerinde kullandığı ürün ve marka yerleştirme yöntemi ile dünyaya pazarlar. Böylece Amerika yaşam kültürünü birçok farklı

²¹ Metin Gönen, Hollywood sineması, mart 2007,es yayınları İstanbul, s.9

yönüyle dünyanın her ülkesine yaymış, insanlara kendi yarattığı imajını dayatmayı başarmıştır.

2.1 Sinemanın Doğuşu

Yüzyıla aşkın bir süredir varlığını sürdüren sinema endüstrisi bir sanat biçimidir. Yapım, dağıtım ve gösterim aşamalarında endüstriyel desteğe ihtiyaç duyar.

Birçok ulus sadece kendine mal etmeye çalışsa da; ilk sinema aygıtları ABD, Fransa, Almanya ve İngiltere’de neredeyse eş zamanlı olarak 1890’larda ortaya çıkmıştır.”Hareketli resim” üzerinde çalışan pek çok mucit, teknik koşulların uygun hale gelmesiyle ardı ardına filmler yarattılar. ABD’li Edison, Fransız Lumier kardeşler, İngiliz William Friesergreene ve Alman Max Skladonowsky ilk mucit ve girişimcilerdir.

İlk filmler bir iki dakika süren tek çekimlerden ibaretti. Lumiere sinematografin ticari olanaklarının farkındaydı. İcadını uluslararası pazara tanıtmakta hızlı davrandı. Teknik bir ekip kurarak çalışmalarını ilerletti. Lumiere 1896’da Mısır, Hindistan, Japonya, Avustralya ve tüm dünyayı dolaşarak sinemayla tanıştırdı. Bu arada Thomas Edison’da projektörü, vitascopu Amerika’da ve Avrupa’da popüler hale getirmişti. Yüzyılın başında biraz sermaye ve bilgisi olan herkes film yapabiliyordu. 1906’da Avustralyalılar ilk uzun metrajlı filmi çekti. 1910’lara gelindiğinde sinema dünya çapında bir iş kolu haline gelmişti. Bu filmlerin çekilmesiyle yeni anlatım biçimleri çıktı ve bu yeni iletişim aracı büyük ölçekli ticari bir iş kolu haline gelmeye başladı. Dünyanın pek çok ülkesinde, çok sayıda izleyicisi olan sinema, diğer eğlence biçimlerini sıkıntıya sokacak konuma gelmişti.

1912’ye gelindiğinde Japonya’dan, Romanya’ya onlarca ülkede uzun metrajlı filmler çekilir hale gelmişti. Fransızların öncülüğünde uluslararası film ticaretinin temelleri atıldı. Onları izleyen yine ABD oldu. Sinemanın tüm dünyada etkili

olmasına yardım ettiler. Birinci Dünya Savaşı'na kadar, Danimarka'dan Nordisk firması, İtalya ve Rusya'da tüm dünyada etkili olan büyük yapımlara imza attılar. *"Savaş sırasında Avrupa zayıf düşerken, Amerikan sineması endüstriyel kontrolü geliştirmenin yanı sıra, yeni teknolojilerinde öncülüğünü yaparak gelişmeye devam etti."*²²

*"Sinema ortaya çıkışının ilk yirmi yılında büyük bir hızla gelişti.1895'te yalnızca bir yenilik olarak görülürken 1915'te artık yerleşik bir endüstri haline gelmişti."*²³

Bu yıllarda ABD'deki film şirketleri Hollywood adındaki küçük banliyöde toplanmaya başlamıştı. Burası ekonomik ve teknik açılardan avantajlıydı. Geniş alanlara ihtiyacı olan stüdyolar için düşük fiyatlı arsaları ve ucuz iş gücüyle sinemanın kalbine dönüştü.

Savaş sonrasında Avrupa dünya pazarı üzerindeki etkisini kaybetti ve güçlü Amerikan rekabetiyle karşı karşıya kaldı. Hollywood'un bu zaferi "Eski dünya karşısında yenedünyanın zaferiydi" ve sadece Avrupa değil tüm dünya Amerikan kitle kültürüyle karşı karşıya kalmıştı. Savaş sonrası Hollywood stüdyolarından çıkan filmler tüm dünyada film pazarını ele geçirdi. Bu atak karşısında Avrupa'da sektör neredeyse çöktü. 1917'ye gelindiğinde Hollywood sadece Amerika'nın değil Dünya sinemasının da merkezi haline gelmişti. Artık sinemanın yapım ve dağıtım uygulamaları için belirlendiği yer Hollywood'du. Burada yapım, tanıtım, dağıtım ve gösterime kadar her aşamanın bir bütün halinde üretildiği, âdeta bir fabrika olan stüdyolar oluşturuldu. Hollywood muhteşem film efektlerine, yıldız oyunculara ve iyi kurgulanmış hikâyelere sahipti. Yine de gerektiği zaman Avrupa'dan sanatçılar ve teknik yenilikleri bünyelerine almışlardır.

Dünyanın geri kalanı Hollywood'u taklit ederek ya da Hollywood'un karşılayamadığı gereksinimlere uygun türde filmler varlıklarını sürdürmeye

²² Geoffrey N.Smit, **Dünya Sinema Tarihi**, Türkçesi: Ahmet Fethi, İstanbul, Kabalcı Yayınevi, 2003, s.19

²³ A.g.k. s.30

çalıştılar Popüler film izleyicisi dışında entelektüel konularla ilgilenen izleyicilerin sayısı da yükseliyordu. Bu sayede estetik hareket ortaya çıktı ve sinema diğer sanat akımlarıyla da ilişkilenemeye başladı. Sovyetler sineması sanatsal gelişimin öncüsüydü. Tüm bu gelişmelerin sonucunda sinema bir endüstri olmanın ötesine geçmiş ve “Yedinci Sanat” olarak kabul görmüştür.

Hollywood yükselişi sırasında rakipsiz konuma gelebilmek için çeşitli yöntemler geliştirmiştir. Seri üretim yaparak maliyeti düşürmüş, Sadece ABD salonlarını satın alarak tüm dünyayı kendisi için güvenceye almıştır.

2.2 Sinemada Ürün ve Marka Yerleştirme Kavramı

XX. yy. da üreticiler arasındaki artan rekabet ortamında dünya genelinde belli başlı markaların tüketici üzerinde daha çok etki bırakmak ve kendini tanıtmak için geleneksel reklam anlayışının dışında yöntemlere ihtiyacı vardı. Bu yüzden daha uygun maliyetli geleneksel olmayan reklam mecralarına yönelmişlerdir. Bu geleneksel olmayan reklam mesaj türlerinden biri, ürün ve marka yerleştirme çalışmalarıdır. Ürün yerleştirme ve marka yerleştirme kavramı, iki farklı kavramdır. Geleneksel reklama nazaran daha az maliyetli, belli hedef pazara direkt mesajını ulaştırabilme özelliğine sahip, daha etkili ve daha güçlü bir pazarlama iletişimi tekniğidir.

Karrh ürün yerleştirmeyi, *“kitle iletişim araçlarındaki programlar dâhilinde markalı ürünlerin ve marka kimliklerinin belli bir bedel karşılığında sesli ve görsel olarak gösterilmesidir.”* şeklinde tanımlamaktadır.²⁴

Marka yerleştirme; *“Film ya da televizyon programına planlı ve göze çarpmayacak şekilde markalı bir ürünün yerleştirilerek izleyicileri etkilemeyi*

²⁴ Aktaran: RUKİYE GÜLAY ÖZTÜRK, **MARKA FARKINDALIĞI YARATMADA ÜRÜN YERLEŞTİRMENİN ETKİSİ**, İstanbul, Marmara Üniv.Sosyal Bil.Enst., Y. Lisans tezi, 2007,s.46

amaçlayan bedeli ödenmiş bir mesajdır.” Bu tür mesajlar, tüketicilerin ürünlerin farkında olmasını, hatırlamasını, markaya yönelik olumlu tutum oluşturmasını sağlamak gibi amaçlar taşıyan, tüketicileri etkilemeye yönelik bir bedeli olan girişimlerdir. Ancak burada bir reklam ya da satış tutundurma gibi doğrudan ticari bir amaçla iletişim hedeflenmez. İzleyicilerin bu mesajların ticari etkisinin farkında olmaması ya da mesajı, ticari mesajlardan farklı bir şekilde değerlendirmesi olasıdır.²⁵

Marka yerleştirme ve ürün yerleştirme kavramlarının ayrı tanımlamalarının bulunmasına karşın bu iki kavramın bir arada ya da tek başlık altında incelendiği görülmüştür. Bu konu otoriteler arasında hala kesin bir karara bağlanamamıştır. Bu nedenle; *bu alanla ilgili dünyada yapılmış akademik çalışmalara bakıldığında bazı uzmanların ürün yerleştirme; bazılarının marka yerleştirme bazılarının ise markalı ürün yerleştirme kavramını kullandıkları dikkat çekmektedir.²⁶* Bu çalışmada markalı ürün yerleştirme başlığı altında anlatılacaktır.

2.2.1 Filmlerde Markalı Ürün Yerleştirme

Filmlerin moda konusunda seyircileri etkilemesi bir tesadüf değildir. Marka ve ürün yerleştirme sayesinde bu amacına ulaşır. Sinemanın halk üzerinde etkisini bilen şirketler 1920'lerden beri bir şekilde bunu kullanmışlardır. Ürün yerleştirmenin tarihsel gelişimine bakıldığında 1920'lerde sessiz filmlerin başından sonuna kadar kısa reklamların nadiren yer aldığı görülmektedir. Bu da reklam ile sinemanın köklü geçmişini göstermektedir. 1927 ve 1932 yılları arasında sesli filme geçilmesiyle bu talep artmıştır. *İlk kez, bir sinema yıldızının markalı bir ürünü kullandığı belgelenmiş filmde izleyiciler Warner Brothers draması olan 1945 tarihli Mildred Pierce filminde Joan Crawford'u bir Jack Daniels viskisi yudumlarken*

²⁵ Odabaşı, Y., M. Oyman **Pazarlama İletişimi Yönetimi**, İstanbul, Mediacat Kitapları, 2006, s.377

²⁶Gülay Öztürk, A.g.y. s.50

izlemiştir. 1950'lerin sinema idolü James Dean, "Rebel Without a Cause " filminde Ace marka bir tarak kullanmış ve bunun sonucunda markanın satışının rekor seviyelere çıkmasına neden olmuştur.²⁷

Iowa State Üniversitesi Grenlee İletişim ve Gazetecilik Okulu Sinema Sanatları ve Bilimleri Akademisi'nden Dr. Jay Newell, Margaret Herrick Kütüphanesi'nde bu konuya yönelik bir araştırma yapmış ve filmleri de bu araştırma temelinde seçmiştir. "1930'larda yapılmaya başlandığına dair önemli bir hazineyi açığa çıkardım. Öyle ki Colombia, MGM ve Warner Brothers gibi belirgin stüdyolarla pek çok markanın o dönemde ürün yerleştirme antlaşmaları yaptığı ortaya çıkmaktadır. Mesela 1930'larda bir yapımcı, jalûzilerin tanıtımı ile ilgili bir araştırma yaptırmış; bu araştırmada jalûzilerin zenginlikle bağdaştırıldığı saptanmıştır. Buna bağlı olarak da hedef izleyiciler için "Hollywood'daki tasarımcılara evde kullanılmak üzere jalûziler tasarlatılmış ve bu ürünler orta sınıf film karakterleri tarafından kullanılmıştır."²⁸

Bu örnek sinemanın 'yaşam tarzları' satmaktaki etkine iyi bir örnek teşkil eder. Bu konuda bir diğer örnek de modayı etkileyen filmler bölümünde ayrıntılı işlenecek olan, Clark Gable'in 1934 tarihli "It Happened One Night" filmidir. Bu filmde Clark Gable'in gömleğini çıkartıp, iç çamaşırı giymediğini gösteren çıplak göğsünün görüldüğü. Bu sahneden sonra iç çamaşırı satışları Amerika'da ulusal çapta düşmüştür.²⁹ 1945'in sonlarına doğru ise savaş sonrası ekonomisi ile bağlantılı olarak bu dönemde toplumda oluşan ve huzur, bolluk ve daha iyi yaşam koşulları arzusu gibi biriken istekler oluşmuş. Bunun doğrultusunda filmler ve reklamların yakın bir zamanda birleştirilmesi düşüncesi özellikle Hollywood sinemasında parlak bir fikir olarak yayılmaya başlamıştır. 1950lerde bu sektör durulmaya başlamış, 1960'lara gelindiğinde ise, ürün yerleştirmenin sinemadan

²⁷ A.g.y. s. 121 (http://www.danismend.com/konular/pazarlamayon/paz_filmlerinyildizi.htm)

²⁸ A.g.y. s.

²⁹ Yasemin Akyol, **Sitil İkonu Olgusunun Tekstil Modası Açısından İncelenmesi**, İstanbul, M.S.G.S.Ü. Sosyal Bilimler Enst., Y.Lisans, 2007,s:16

televizyona doğru kaydığı görülmüştür. Bunun sebebi belki de bu senelere kadar, filmlerden daha çok etkili olan yıldızların varlığının, halk üzerindeki gücüdür. Bu yıldızlar varlıklarıyla filmlerini gölgede bırakmışlardır.

Bu uygulama 1980'lerin gözde filmlerinden biriyle yeniden gündeme gelmiştir. *E.T filminin sevimli kahramanının, ağzını tatlandırmak için Reese's Pieces şekerlemelerini tercih ettiğini görenler, ürünlerin satışlarında % 65'lik bir artış sağlamayı başarmıştır. Böylelikle 1982 yılı, bugün anlaşılan ürün yerleştirmeye uygulamalarının miladı olarak kabul edilmiştir.*³⁰

Dolayısıyla ürün yerleştirmeye yönelik çalışmalar XX.yy.ın erken dönemlerinde başlamıştır. *1920'lerden 1970'lerin ortalarına kadar dünyada ürün yerleştirmeye uygulamaları yapıldığı gözlenir. Ancak o dönemlerde bu, sektörel bir yapı olarak karşımıza çıkmamaktadır*³¹. Bugün ürün yerleştirmeye multimilyon dolarlık kökleşmiş bir endüstridir.

Marka yerleştirmeye, bir ürünün markasının filme yerleştirilmesidir. Örneğin: Sarah Jessica Parker'ın Sex and The City dizisindeki bir soygun sahnesinde, onu silah zoruyla soymak isteyen hırsıza "cüzdanımı alabilirsin ama Manolo Blahnik'lerimi alma. " Diyerek ayakkabılarını vermek istememesi gibi. Ya da American Sapiğı adlı filmde başkarakterin sürekli olarak kendinin ve çevresindekilerin giydiği giysilerin markasını sayması gibi. Ürün yerleştirmeye ise, genel ürün kategorisi içindeki bir ürünün yerleştirilmesidir. Bu, filmde yıldızın ismen olmasa da o markayı filmde kullanmasıdır. "Man In Black II"-Siyah Giyinen Adamlar II Hamilton saat, Ray-ban gözlükler, Rockport ayakkabılar kullanılmış.(Resim 2) "Minority Report" Azınlık Raporu adlı filmde Bulgari marka kol saatleri ve mücevherlere, Rockport marka ayakkabılara, Gap adlı giyim markasına yer verilmiştir.(Resim 1)

³⁰ A.Ertaş. ,**Ürün Yerleştirmeye İçin Yeni Bir Rol**, Mediacat Dergisi, sayı:98, Mart 2003, s.26

³¹ Aktaran: RUKİYE GÜLAY ÖZTÜRK, **MARKA FARKINDALIğI YARATMADA ÜRÜN YERLEŞTİRMENİN ETKİSİ**,İstanbul, Marmara Üniv.Sosyal Bil.Enst., Y. Lisans tezi, 2007,s.59

Bir filmde kostüm, araç-gereç, set tasarımı gibi birçok ihtiyaç, ürün yerleştirme ile giderilir. İzlediğimiz filmlerin geçtiği mekânlar, kahramanların giyindiği giysiler, kullandığı kozmetik ürünleri, arabalar hatta filmde yenilip içilen gıda ürünleri bile ürün yerleştirme yöntemiyle filmde yer almaktadırlar. Filme gerçeklik duygusu katabilmek için günlük hayatta kullanılan ürünler tercih edilir. Böylece filmin bıraktığı etki izleyiciye daha kolay ulaştırılır. Bunun için de marka, filmde kullanılan ürünü ya da bizzat görünen markası için belli bir bedel öder.

Filmlerdeki ürün yerleştirmelerle, müşteriler gerçek yaşamdaki ürünün ya da ürünlerin rollerini filmde görmektir. Bu da ürün konusunda, izleyiciye güvenilirlik vermektedir. Böylece ürün müşterinin algılarını etkileyebilmektedir. Ürün yerleştirme uzmanları, bu metotla, kişinin bilincine eninde sonunda ürün ya da markayı yerleştirmenin mümkün olduğuna inanmaktadırlar. Ayrıca dünya çapında geniş dağıtım kanallarıyla, filmlerin geniş bir erişim gücüne sahip olmasıyla, ürün yerleştirme yöntemiyle yerleştirilmiş ürünlerde geniş bir erişim gücüne sahip olmuşlardır.

Stratejik yerleştirmede ürünün doğru yerde doğru oyuncuyla ilişkilendirilmesi gerekmektedir. Filmdeki ürün yerleştirme uygulamaları sayesinde, ürün ya da marka bir karakter veya yıldızla ilişkilendirildiğinde, üstü kapalı olarak yapılan bu ilişkilendirme bazen belirli bir ürünün, belirli bir yıldız ile kullanılarak müşterinin zihnine kazınarak desteklenmeye çalışılmaktadır. Bazı işletmeler büyük isim yapmış aktör veya aktrisleri kullanarak ürün yerleştirme uygulamasını sadece bir kez kullanarak bile ürünlerinin değerini arttırmayı başarmışlardır. Ayrıca markanın sevilen bir yıldız tarafından kullanılması, hoş bir ortamda ve ne kadar süreyle kullanıldığı, ya da markanın filme konu olan olay örgüsü içine yerleştirilmesi, markanın bir yıldızın üzerindeki kıyafette logosunun bulunması, markanın hatırdaki kalınlığını ve talep görmesini büyük ölçüde arttırmaktadır.

2001 yılında "Will and Grace" in bazı bölümlerinde bu sistem uygulanmıştır. *Buna göre global çaptaki izleyicilere filmi izleme sırasında "Debra Messing'in*

üzerindeki kıyafeti satın al" şeklinde bir mesaj verilmiştir. İzleyicilerin bazıları aktristin Polo marka gömleklerini günlük seyir sayfaları olan "Polo.com" adresinden tanesini 52\$'a satın almışlardır. Bu uygulamayı takip eden beş günlük süreçte web sitesinin trafiğinin ikiye katlandığı ve 3000 adet gömleğin satılmış olduğu kaydedilmiştir³².

D'Astous ve Chartier (2000) yaptıkları ürün yerleştirme sınıflandırmasında değişik özellik taşıyan ürün yerleştirme türlerini ve belli bir sahnede ürünün ortaya çıkması sonucunda ürünün yıldızlaştırılmasında ürün yerleştirmenin nasıl bir etkisi olduğunu incelemiştirler. Buna göre; "Ürün bir film yıldızıyla birlikte görüldüğünde, Ürün, ürüne uygun bir sahnede gösterildiğinde, Ürün sahnede çok çarpıcı bir biçimde gösterildiğinde." Sonucuna varmıştır³³.

Filmlerde ürün yerleştirmenin diğer kuvvetli bir özelliği de filmlerde gösterilen markaların "kaliteyle" özdeşleştirilmesidir. %32'lik gibi önemli bir grup filmle ilgili olan markaları kaliteli bulduklarını belirtmiştir. 15-24 yaş arası gençlerde ise bu tip pazarlama ve iletişim aktivitelerine olan eğilimin %41'e kadar çıktığı gözlemlenmektedir.³⁴

Baker ve Crawford (1995) ürünlerin yerleştirildiği bir filmde müşterilerin kısa vadeli olarak satın alma niyetlerinde yüksek bir orana sahip olduğunu göstermişlerdir. Buna ek olarak, Gould (2000), Karrh (2001) ve diğerlerinin çalışmaları, ürün yerleştirme çalışmalarının satın alma niyetini olumlu yönde etkilediğini göstermiştir³⁵. Ürün yerleştirme günümüzde; Hollywood'da standart bir işletme prosedürüdür. Filmlerin ve kitle iletişim araçlarının sahip olduğu geniş etkileme gücüne, ünlü yıldızların gücü eklendiğinde, marka ve ürünün iyi bilinen, cezbedici bir rolle, bu unsurlar üzerinde birleşmesi gereği kaçınılmaz olmuştur.

³² Aktaran: RUKİYE GÜLAY ÖZTÜRK, **MARKA FARKINDALIĞI YARATMADA ÜRÜN YERLEŞTİRMENİN ETKİSİ**, İstanbul, Marmara Üniv.Sosyal Bil.Enst., Y. Lisans tezi, 2007,s.91

³³ A.g.y. s.112

³⁴ A.g.y. s.118

³⁵ A.g.y. s.120

Böylece filmlerdeki yerleştirmelerin marka tanınırlığı, ünlü yıldızların ürün ve modayı kullanım desteği büyük olmuştur. *Dolayısıyla film içinde gerçekleştirilen ürün yerleştirme çalışmalarında ürün ya da markanın ünlü bir kişi ile bütünleşmesi, üründen sözlü olarak bahsetmesi, ürünü kullanması ya da hem ürünü kullanması hem de üründen söz etmesi gibi, o ürün ya da markanın farkındalığını sağlamada önemli bir yere sahip olmaktadır. Burada ünlünün tanınıp tanınmadığı, sevilip sevilmediği, o ürüne uygun düşüp düşmediği, ünlünün film içinde yansıttığı karakterden hoşlanılıp hoşlanılmadığı gibi özellikler de ürün ya da markanın farkına varılmasında göz önünde tutulması gereken kriterler olarak karşımıza çıkmaktadır*³⁶



Resim 1 "Minority Report" içerisinde kullanılan Gap reklamı

³⁶ A.g.y. s.124



Resim 2 Men in Black II filminde reklamı yapılan bazı ürünler

2.3 Yıldız (Star) Kavramı

Türk dil kurumu sözlüğünde 'Star' kelimesi; büyük ün kazanmış sinema, sahne ya da ses sanatçısı, yıldız olarak tanımlanmıştır. Bu çalışmada 'star' kelimesi yerine Türkçe olan 'yıldız' kelimesinin kullanılmasını tercih edilmiştir.

Sinemanın var olmasından bu yana bir film oyuncusu izleyiciye karakterini satar ancak bu onu yıldız yapmaz. Filmlerde oynayan her aktör veya aktris yıldız olamaz, bu oldukça komplike bir iştir; bunun için karakterini, stilini ve fiziğini imrenilecek boyutta gösterişli göstermelidir. Bunun olması için de akıl, yetenek, yöntem ve

kararlı olması gerekmektedir. Tabii ki bir yıldız bunu tek başına yapamaz, özel basın danışmanları, makyözler, kostüm tasarımcıları ya da modacılar, özel aşçılar, beslenme programları, spor ve müzik hocaları gibi birçok yardımcı, arkalarındaki büyük film şirketlerinin de para ve medya gücüyle onları yücelttikçe yüceltir. Ünlü Fransız reklamcı Séguéla'e göre yıldız, tarihin en büyük pazarlama olayıdır ve getirisi çok büyük boyutlardadır.

Bir yıldız, büyük ün kazanmış bir oyuncu olmasının yanı sıra bir trendsetterdir. *Trendsetter; 'yönelim belirleyici, modanın yayılmasına öncülük eden'*³⁷ anlamındadır. Star, stili kitleler tarafından takip edilen kişidir. Yani stil ikonudur. *Stil ikonu; öykünülen kişilik, örnek alınan, takip edilen kimse anlamına gelir*³⁸. Yani yıldız sadece bir düş değildir.

*Star satın aldırır. Bu onun var olma nedenidir. Daha doğrusu var olma tutkusudur. Star tek mutlak maldır. Birçok yönü satın alınma özelliği taşıyan tek maldır. Oyunu, görüntüsü, sesi ve anılarına kadar her şeyi paraya çevirebilir ve bu devasa para makinesi hiç yıpranmaz. Bir star ne kadar çok sattırırsa kendi satış bedeli de o kadar artar. Tüketicimin her eylemi onu daha çekici kılar*³⁹ demiştir Jacques Seguela.

Yıldızları insanlar üzerinde bu kadar etkili kılan şey; insanın onun içinde olmak istediği, idealize ettiği ya da özdeşleşebileceği, onda zevkini bulabileceği kişi olmasındandır. İnsanlar yıldızlar da kendilerini görmek istemişlerdir. Böylece onlar da kendi içlerinde bir yıldız dönüşüp özel olduklarına inanabilmişlerdir. Evrensel boyutlardaki şöhretleriyle dünyanın her yerinde tanınabilecek güçtedirler ve her ırktan insanın ortak arzularının simgesidirler.

³⁷ Aktaran: Yasemin Akyol, '*Stil İkonu' Olgusunun Tekstil Modası Açısından İncelenmesi*, M.S.G.S.Ü. Tekstil Y.L. Tezi, İstanbul-2007, s.8

³⁸ A.g.y., s.8

³⁹ JACQUES SEQUELA, *Hollywood Daha Beyaz Yıkar*, Türkçesi: Mine Aksal, İstanbul, AFA yayıncılık, 1990, s.56

Séguéla, “kişileri canlandıran aktörden fazla bir şeydir. Star, somut kimliğine onlarla bürünür ve onlar da gerçek kimliklerini star da bulurlar. Star aynı anda her yerde bulunan ve evrensel olandır. Copy strateji bir bölme aracı, star strateji ise bir işbirliği aracıdır. İradesi evrensel niteliktedir.”

Bu birleştirici ve etkili yıldızlar öldükten sonra bile karakterleri ve stilleriyle klasik birer ikona dönüşürler ve etkilerini yitirmezler. *Onlar gider ama biz onların ölümsüzlüklerini işlemek üzere kalırız*⁴⁰.

2.4. Star Stratejisi(Yıldızlık Sistemi)

*Film izleyicileri, Hollywood “Star Stratejisi”ni icat etti edeli, film yıldızlarını ve oynadıkları karakterleri taklit etmişlerdir*⁴¹. Bu yüzden öncelikle “Star Strategy” “Star Stratejisi” yani yıldızlık sisteminin anlatılmasında fayda vardır.Olgü, konu içerisinde reklam ve pazarlama kitaplarında kullanıldığı şekli ile Star stratejisi olarak kullanılmıştır.

*1920’lerde Hollywood’da gelişen “Star Stratejisi” stüdyoların sözleşmeyle kendilerine bağladıkları oyuncuların fiziksel özelliklerinden yararlanmalarını ve oyuncuların oyunculuk işlevlerini ve gerçek yaşamdaki varoluşlarını bir imajın yaratılmasına ve sürdürülmesine göre düzenlemelerini olanaklı kılan ayrıntılı bir mekanizmaydı.*⁴² Sinemanın doğduğu yıllarda yeni ortaya çıkan seyirci kitlesinin kalıcı sadakatini garantileyen star stratejisinin kurulmasıyla sinemaya talep oldukça artmıştır.

⁴⁰ JACQUES SEQUELA , **Yarın Çok Star Olacak**, Türkçesi:Mine Haksal, İstanbul, AFA yayıncılık, 1990, s.19

⁴¹ Herbert J. Gans, **Popüler Kültür ve Yüksek Kültür**, Türkçesi:Emine O. İncirlioğlu, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2005, s. 95

⁴² A.g.k. , s. 215

1908’de sinemalarda ünlü tiyatrocular oynatılıyordu. 1909’da bazı film stüdyoları bu oyuncularını tanıtma denemeleri yapmaya başladılar. Edison Company “Prens ve Yoksul” adlı uyarlamada Bayan Cecil Spooner’ın reklamını yaptı. Ayrıca Oliver Twist filmi içinde Elita Proctor’ın “Nancy Sikes” rolünde görüneceğini yazdırdı. Ertesi yıl sinema salonlarına kendi oyuncu kadrosunun lobi kartlarını yaptırdı.(Resim 3) Lobi kartları üzerinde filmin adı olan, oyuncuların isimlerinin yanında filmin tanıtıcı bir fotoğrafının bulunduğu kartlardı. Bunlar Star tanıtma mekanizmasının ilk örnekleri oldu. Diğer şirketlerde sinema salonlarına ve hayranlara, oyuncuların fotoğraflarını dağıtarak yıldızlarını şahsen göstermeye başladılar.

Hollywood 1910’da stüdyo sistemini kurdu ve dünya pazarının çoğunu ele geçirdi. 1920’lere gelindiğinde Hollywood’un göz alıcı imajının toplumsal etkisi olağan üstüydü. 1920’lerin başında Hollywood Ticaret Odası, aktör ve aktris olmak isteyen heveslilere evde kalmaları için yalvaran ilanlar vermek zorunda kaldı: *“lütfen zorla sinemaya girmeye çalışmayın.”*⁴³

O dönemde oyuncular oynayacakları karakterin fiziksel özelliklerini temsil etmesine göre seçilirlerdi. Bu koşullar altında oyuncunun “tek bir rolün simgesi olma” yeteneği en önemlisiydi. Ancak bu karakterleri oyuncular yaratmazdı, büyük oyuncularının kişilikleri bilinçli olarak büyük film şirketleri tarafından yaratılıyordu. Zamanla oyuncunun statüsü ve yaratılan karakteri, oynadığı rolün gerçekliğini karakterini aşar hale gelmişti. İnsanlar sinemaya filmleri izlemeye değil yıldızları görmeye gidiyorlardı. Filmler artık tek başına bir güç değildi, yıldız oyuncuları görmek, onlara bir adım daha yaklaşabilmek için bir araç haline gelmişti. Yıldızların filmlerdeki karakterleri günlük hayatlarında onlara çizilen imajla örtüşüyordu. Artık halk bu oyuncuları filmlerdeki karakterleriyle kabul etmişti. *Filmler kendi yıldızlarının varlığının taşıyıcısı haline geldiler ve yıldızların perde dışındaki varlıkları*

⁴³ Geoffrey N.Smit, **Dünya Sinema Tarihi**,Türkçesi:Ahmet Fethi, İstanbul, Kabalıcı Yayınevi, 2003, s.65

*hakkında bilinen ya da inanılan şeyler, insanları filmi görmeye çekmenin yanı sıra, tasvir edilen şeyle ilgili anlayış ve beğeniyi de değiştirmekteydi.*⁴⁴

*1920'lerde Hollywood'da gelişen "Star Stratejisi" stüdyoların sözleşmeyle kendilerine bağladıkları oyuncuların fiziksel özelliklerinden yararlanmalarını ve oyuncuların, oyunculuk işlevini ve gerçek yaşamdaki varoluşlarını bir imajın yaratılmasına ve sürdürülmesine göre düzenlemelerini olanaklı kılan bir mekanizmaydı. Bu bir sistemdi ve bu sistemin arkasında endüstriyel bir mantık yatmaktaydı*⁴⁵.

Stüdyolar oyuncuyu kendilerine bağlayan anlaşmalar imzalamaya başlamışlardır. Artık aktör ve aktrisler, birer yaratım ürününe dönüşmüş, kamusal tüketimin bir metası haline gelmişlerdi. Bu yıldızların çoğu cinsel çekicilikleri temel alınarak seçilmişlerdi ve daha çok istenen, takip edilen imgelere dönüşebilmek için stüdyolara kira vermekteydiler. Grace Kelly, Monaco Prensesi olmadan önce çalıştığı film şirketi Metro Goldwyn Mayer, onun evinde bir fotoğraf çekimi yapılmasına karışmamıştır. Grace Kelly bu fotoğraflarda çevresinde ona bakan çocuklar, burnunun üzerinde gözlükleriyle örgü örmektedir. Grace Kelly'yi erişilmez bir tanrıça yapmak için aylarca uğraşan firma yetkilileri buna çok kızmışlar ve onu göz hapsine almışlardır. Bu olay stüdyoların film yıldızları üzerindeki etkisine küçük bir örnek teşkil edebilir.

Hollywood'da oyunculuk metalaştırılma demektir. *Yıldız sistemi, Marx'ın Kapital'de çözümlendiği meta fetişizminin ulaşabileceği en üst noktaydı*⁴⁶. Artık yıldızlar halkın ulaşmak, almak ve görmek isteyeceği satış nesnelere dönüşmüşler, bir ürün olarak değerlerini her yönden arttırmışlardır. İzleyiciler, yıldızları perdede görmekten daha fazlasını ister hale gelmişlerdir. Yıldızların gerçek yaşamda ne yaptıklarını, nasıl yaşadıklarını, ne giyinip ne kullandıklarını

⁴⁴ A.g.k. ,s.241

⁴⁵ A.g.k. ,s.241

⁴⁶ A.g.k. ,s.242

bilmek istemişlerdir. Bu konudaki bilgi açlığı çoğu uydurma olan yaratılmış haberlerle beslenmiştir. *Reklam departmanlarının ve dedikoducu köşe yazarlarının faaliyetleri, görüntüye bir hakikat katmak şöyle dursun, yıldızların özel yaşamlarını hemen hemen filmler kadar kurgulanmış bir seyirlik haline getirerek, oyuncuların daha çok metalaşmasına hizmet etmiştir*⁴⁷.

Hollywood filmleri ve yıldızlarıyla endüstriyelmiş dünya kentlerinin çoğuna ulaşmakla kalmamış, aynı zamanda kırsal kesime de sızmış; yirmi yıl önce daha hayal etmenin bile mümkün olmadığı bir seyirlik sunmuştur. Hollywood'un reklamcılık yeteneği ona oldukça fazla izleyici ve politik bağlantı kazandırmıştır. Bu sistem sayesinde sinema moda da hizmet etmiştir.



Resim 3 Bram Stoker's Dracula 1931 lobi kartı ⁴⁸

⁴⁷ A.g.k. ,s.242

⁴⁸ http://www.aggreat456.com/2008_05_01_archive.html

3. XX.YY.DA SİNEMA MODA ETKİLEŞİMİ

Sinema bir illüzyon sanatıdır. “Moda talep ve ihlalin, şiddetli arzunun ve sükûnetin, itaat ve baş kaldırırın oyunudur.” demiştir 1990 Elle dergisi editörü Beate Wedekind. Böylece moda ve sinema arasında bir ortak yaşam şekillenmiştir. Sinemanın moda açısından ortaya çıkardığı sonuçlar bellidir: *Milyonlarca insan orada gördüklerini talep edecek ve giyecektir. Film yıldızlarının ulaşılmaz olarak görünen güzellikleri ve ışıltılı tarzlarına bakıldığında sinemanın moda ve modanın da sinemaya bağımlılığı görülmektedir*⁴⁹.

Çağın siyasal olayları, kültürel ve teknolojik gelişmeler, bilimsel alandaki yeni sonuçlar, ortaya çıkan yeni düşünce eğilimlerinin hepsi XX.yy.in modasına ve sinemasına etki etmiştir. Öncelikle XX. yy.da I. ve II. Dünya Savaşları, büyük ekonomik kriz toplumlara etkilemiş. Ardından gelişen teknolojik ürünler, örneğin elektrikli ev aletleri gibi, insanların hayatını kolaylaştırarak daha çok boş vakte sahip olmalarını sağlayıp daha çok kendileriyle ilgilenme fırsatı yaratmıştır. Televizyon icat olmuş her eve girmiştir, bunların ardından yaşanan Vietnam Savaşı, çiçek çocukların düşüncelerinin yayılması, soğuk savaş, Kuveyt Savaşı, cep telefonunun ve internetin bulunması ve daha birçok politik olayların etkisiyle de kişilerin hayatlarında kimlik sorunu giderek büyüyerek yaşanmaya başlamıştır. Kimlik sorunu modayla yakından etkilidir.

Moda, kimlik arayışından sıyrılmaya çalışmanın yollarından biri olmuştur. Çeşitli yaşam biçimleri modayla örtüşür hale gelmiş durumdadır. Moda artık bir standardın, tarzın belirleyicisidir. Moda bir insanın kültür düzeyine, yaptığı işe, kazandığı paraya, yaşadığı yere, yaşına vb. göre nasıl giyinmesi gerektiği, hangi markaları seçeceği, saç makyajı hatta evinin dekoruna kadar bir insanın toplumsal statüsüne göre yaşam tarzını belirlemektedir. Bu da o insanı kendi gibi olanların grubuna dâhil etmektedir. Tüm kültürlerde bu şekilde oluşmuş birçok grup bulunur. Ancak modanın kuralları

⁴⁹ Regine ,Peter W. Engelmeier, **Fashion in Film**, Munich, Prestel,1997,s.7

1900'lerden sonra gevşemeye başlamış, bu standarda sahip olmasanız bile kendinizi bir gruba bağlı gibi gösterebilmeniz mümkün olmuştur. Bu standartlara ulaşmayı sağlayan, büyük çabalar göstererek değil, kısa yoldan sunulmuş stil modelleri takip edilerek bulunabilmekte; sahip olunan ya da olmak istenen, toplumsal konumu temsil eden, giyim tarzı seçilebilmektedir.

Bir kimlik yaratma zorunluluğuna sokulmuş tüketici *kostüm yoluyla yaratılan teatral rolleri çoğaltarak bir benlik üretir*⁵⁰ hale gelmiştir. Ünlü moda dergileri de 1970'lerin başlarından beri kimlik edinme ve değiştirme görüşünü desteklemiştir. Yıldız metalaşmış bir ürün olarak burada devreye girmektedir. Yıldızlar artık sadece bir oyuncu olarak sinemayı satmamaktadırlar; bir metaya dönüşmüş, oluşturduğu kimliğin tüm nesnel parçalarını paraya dönüştürebilmeye başlamışlardır.

Psikolog Ufuk Maviengin *"eğer bir film sanat değeri ne olursa olsun, kitleler halinde insanları sinemaya çekiyorsa, bilinçaltının çok derinliklerinde bir paradoksa dokunmuş demektir"....." Kendi içimizde karşılığı olan biriyle özdeşleşmeyiz. Ya idealize ettiğimizle özdeşleşiriz ya da nefret ettiğimizle*⁵¹" demiştir. İşte bir yıldız da bu iki uç duygudan birini yaratır.

Yıldızlar, biri gibi olabilmek ya da görünebilmek için moda takipçilerine örnek teşkil etmektedirler. Sinema ve yıldızları dünyaya bir biletle izleyebileceği ve herkese açık olan bir moda dersi vermiştir. İnsanlar 100 yıl boyunca onlar sayesinde en iyi tasarımları, en zorlu kalıpları, en güzel kumaşları beyazperdeden izlemişlerdir. İzleyiciler aldıkları tek biletle modanın uygulanışını, kimin ne kıyafeti giydiğini, ne zaman, nerede, nasıl kullandığını görmüşler. Böylece onlar da modayı etkilemiş ve beslemişlerdir.

Sinemada bir film ya da yıldızın kostümleri tesadüfi seçilen giysiler olmamıştır. Öncelikle bu giysiler, taşıdıkları karakteri yansıtmalı, onu izleyen insanlara giysi sayesinde karakter adına bilgi vermelidir; kişiliği, yaşam statüsü ve standartları gibi. Bunun dışında yıldızın vücut yapısına uygun olmalı var olan orantısızlıkları gizlemeli, daha düzgün bir

⁵⁰ Diana Crane, **Moda ve Gündemleri**, Türkçesi: Özge Çevik, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2003, s.265

⁵¹ Akşam gazetesi,brunch, sayı 17,6 ağustos 2006, s.11

siluet yaratmalıdır ve izleyicinin dikkatini daha güzel ve iddialı olduğu yerine çekmelidir. Ayrıca giysinin rengi, deseni ve kumaş cinsi saç ve ten rengine uyduğu kadar karakterine de uymalıdır. Akılda kalıcı ve filmin atmosferine uygun olmalıdır. Yani bir yıldızda ya da modayı etkileyen bir filmde hiçbir şey tesadüf değildir. İzleyicininse bu uğraşılması, düşünülmesi, tasarlanmış giysilerden etkilenmesi ve öğrenmesi kaçınılmaz olmuştur. Filmin hikâyesi içerisinde, izleyici toplumun her statüsünü, nasıl giyindiklerini, nasıl bir kişiliğe sahip karakterin ne giyindiğini farkına varmadan sinemanın onlara sunduğu kodlardan etkilenerek beynine yerleştirmiştir.

Bir film yıldızının güzel bir elbise içinde ya da yalnızca aksesuarı, saç şekli, makyajının detayı ile milyonlarca insanı etkileyerek, kendisinin taklit edilmesi ve bazen geçici, bazen kalıcı bir moda yaratması sıklıkla olmaktadır. Sinemanın yıldızlar ya da filmler sayesinde insanlara sunduğu stillerin bir kısmı geçici zamanını etkileyen modalar olmalarının dışında bir kısmı da modada kalıcı olmuştur. Bu modalar zamansız stiller haline dönüşmüşler, klasik olmuşlardır ve hangi dönem kullanılırsa kullanılsın demode olmamaktadırlar. Audrey Hepburn'ün, Marilyn Monroe'nun, Cary Grant'in, Greta Garbo'un vb. birçok yıldızların filmlerde giyindikleri kıyafetler taşıdığı kodlar sayesinde her dönemde kullanılabilen giysiler olmuşlardır. Bu yıldızlar ve filmler tasarımların nasıl giyilmesi gerektiğini insanlara öğretmişlerdir.

Unutulmamalıdır ki sinema olmadan moda insanların bilinçaltında bu kadar etkili olamazdı. Modacıların ve kostüm tasarımcılarının eserlerini giyinen şahane, havalı, elegan, zarif ve güzel insanlar olmasaydı, bu eserler bu kadar geniş kitlelere yayılamazdı ki bu yıldızlar hala çağdaşlarına ilham vermektedirler. Bu bölüm içerisinde anlatılacak olan filmler ve yıldızlar, moda ve sinema arasındaki yakın ilişkiyi irdelemektedir.

3.1. Star Stratejisinin Modaya Etkisi

Modada iletişimin yol göstericisi yıldızlardır. İnsan modanın içinde kendini arar. Birey kendine toplumda kabul göreceği, beğenileceği, hayalindeki kişiliği, modanın ona sunduğu giysiler içindeki imgelerle oluşturmaya çalışır. Bir yıldız ise insanın onun içinde kendini bulabileceği özdeşleşebileceği, herkesin kendi idealini bulabildiği kişidir. *Star bizim birleştirici ortak aynamızdır. Fantazyalarımızın büyük yansıtıcısı ve kollektif çiftliğidir. Her birimiz orada bireyselleşiriz ama hepimiz yeniden buluşuruz. Düşlerimizin komünizmidir bu*⁵². XX. yy.da ve günümüzde, görünüm varlığın aynasıdır ve herkes bir varlığa sahip olmalıdır.

Sinema ve yıldız bir düş sanayisidir. Moda endüstrisi de birçok giyim elemanı üretir. Çantalar, ayakkabılar, elbiseler vb. fabrikalarda üretir ama bu tüketiciye ulaştırmaya yetmez. Daha sonra reklamlarla, moda çekimleriyle, medya kültürünün her gücüyle ürünlerini bir düşünle birleştirir ve o düşü tüketiciye satar. Sinema yıldızları ve moda bu noktada buluşmuştur.

*Yapılan bir araştırmada tüketicilere çeşitli moda fotoğrafları gösterilmiş ve giysiler için yorum yapmaları istendiğinde katılımcıların giysileri; rahat, hoş, çekici, güzel, seksi, modern, orijinal, öncü, klas, zarif gibi genel terimlerle adlandırıp kategorize ettikleri gözlenmiştir*⁵³. İnsanlar giysileri, dış görünüşü, ilk bakışta bu kadar basit temel kodlarla gruplandırıp adlandırmaktadırlar. Bu basit temel görünümün uygulanıp kategorize edilmesinde ise örnek alınan, stil ikonu yıldızlardır. Audrey Hepburn örneğinde olduğu gibi onun stili, çocuksu bir zarafetin kodlarını taşımaktadır. Böylece Audrey Hepburn'ün üzerindeki giysileri giyinen bir kişi, idealize ettiği çocuksu zarafeti üzerinde taşımaya başlayarak, çevresindekilere Hepburn'ü çağrıştırarak de bu sinyali vermiş olacak ya da olduğunu düşünecektir.

⁵² JACQUES SEQUELA, **Hollywood Daha Beyaz Yıkar**, Çeviri: İsmail Yerguz, Afa Yayıncılık , İstanbul, 1991, s.15

⁵³ Diana Crane, a.g.k. , s.293

Medya kültürüne sahip sanayi sonrası toplumlarda tüketiciye sunulan seçeneklerle, kendine kişisel bir kimlik oluşturması önem kazanmıştır. Böylece modanın zorla kabul ettirilmesi yerine, bu kişisel kimliklere uygun “stil ikonları” örnek gösterilmeye başlanmıştır.

Yıldızların en önemli ve doğal özellikleri inandırıcılıklarıdır. Onlar görünür, kitleler izler. Onlar modayla birlikte düş satarlar. Star bir satış makinesi gibidir, satın aldırır. yıldızlar geçtiğimiz yüzyıldan bugüne modanın sesini, gerek filmleriyle gerekse medyaya malzeme olan hayatlarıyla dünyaya duyurmasının en etkili yolu olmuşlardır. Genç tüketiciler de medyada ve filmlerde izlediği moda uygun çeşitli giyim eşyaları arasından yaptıkları tercihlerle bir tarz benimsemişler, dış görünüşleri yoluyla kendilerini ifade eden veya çelişen kimliklere bürünmüş ve yaşadıkları toplumda bir rol canlandırmaya başlamışlardır. Yıldızların tüketim toplumundaki güçleri bu denli fazladır.

Yıldızların moda ile etkileşimi 1960’a kadar yoğun bir şekilde sürmüş olsa da daha sonra bu etkileşimi müzik endüstrisiyle paylaşmak zorunda kalmıştır. Moda; Elvis, The Beatles, Bob Dylan, David Bowie, Madonna gibi büyük müzik yıldızlarıyla etkileşim halinde kalmıştır. Hatta sinemada bu yıldızları filmlerinde kullanmıştır. Ayrıca 1960’lara kadar modayı filmlerden çok yıldız kavramı ve yıldızlar etkilerken, daha sonra sinema yıldızlarının yerini müzik yıldızlarının almasıyla, sinema yıldızlarından çok filmler modada daha çok etki bırakmaya başlamıştır. Bu nedenle modayı etkileyen yıldızlar bölümünde kitleleri etkileme gücü bakımından, 1960 öncesi dönemde ağırlıkla yıldızlardan, 1960 sonrası dönemde de modayı etkileyen filmler bölümünde filmlerden bahsedilmiştir.

3.2. Modayı Etkileyen Yıldızlar

Hollywood’un en ışıltılı yılları 1920 ve 1960 yılları arasındır. Sinema endüstrisi en büyük yıldızlarını bu dönemde yaratmıştır. Bu göz kamaştırıcı yıllarda, yıldızlar bu moda fantezisini insanlara sunacak şekilde giyinmiş, izleyicilerin ufkunu açmıştır. Swanson,

Dietrich, Garbo, Katharine Hepburn, Audrey Hepburn ve Monroe giyim tarzlarıyla hem kadınların hem de erkeklerin ilgisini çekmişlerdir.

Bu yıldızların sonsuza kadar taklit edilebilecek güçte bir giyim stilleri vardır. Bu ışıltılı yıldızlar en az onları seyredenlerin olmak istediği kadar farklı olmuşlardır. Kitleler onlar gibi giyinip gardıroplarını taklit etmişlerdir. Onlar birer stil ikonudur. Hepsinin kendi kişiliklerine has tarzları, vücut yapılarına göre özel olarak tasarlanmış giysileri vardır. Her birinin topluma verdiği mesaj farklıdır, aynı mesajı verenlerin bile bunu gösteriş yolu farklıdır. Örneğin Greta Garbo ve Marilyn Monroe farklı kulvarlarda iki yıldızdır, biri örtünmüş diğeri soyunmuştur ancak her ikisi de seks unsurunu kullanmışlardır.

Her bir yıldız kendi izleyici kitlesinin ilgisini çekmekte başarılıdır. Bu kitleler yıldızların sadece giysilerini değil bu giysilerin temsil ettiği özgüveni, kendi olabilme yaşam tarzını takip etmektedirler. İşte bu yıldızları stil ikonu yapan da budur. *Hiçbir stil ikonu var olmayan bir giysiyi yaratmamıştır. Onları özel yapan giysileri ele alış biçimleri ve yorumlayışlarıdır. İkonlar, modanın üzerinde bir stil yaratabilenlerdir. Bu stil yaşadıkları günün modasını olduğu kadar geleceğin trendlerini de etkilerler.*⁵⁴

Bu insanların stilleri ve taşıdığı kodlar o kadar başarılı bir kitlelere ulaşmıştır ki, ünlü modacılar günümüzde de zaman zaman, sadece eski ikon yıldızlardan ilham alarak koleksiyon yapmaktadırlar. 2000'li yıllarda yaşanan nostalji özlemi, eski film yıldızlarının, tarzlarının yeniden gündeme gelmesine sebep olmuş. Eski ikon yıldızların tarzları neredeyse birebir kopya edilerek yeniden piyasaya sürülmüştür. Modanın belli aralıklarla sürekli tekrar eden bir döngü olduğu düşünülürse, tekrar moda olan dönemleri, değişimleri en iyi tasvir etme yolu o dönemin stil ikonu yıldızlarından birini gündeme getirerek halka ulaştırılması olmuştur.

⁵⁴ Yasemin Akyol, 'Stil İkonu' Olgusunun Tekstil Modası Açısından İncelenmesi , M.S.G.S.Ü. Tekstil Y.L. Tezi, İstanbul-2007,s.9

Örneğin tasarımlarında sıklıkla tarihten ve tarihteki insanlardan ilham alan günümüz tasarımcılarından John Galliano ve Alexander McQueen 2005/2006 sonbahar/kış koleksiyonlarında iki farklı dönemin modasını etkilemiş yıldızdan ilham almışlardır.

John Galliano 2005/2006 Sonbahar/Kış koleksiyonunda 1960'larda Andy Warhol'un filmlerinde oynadıktan sonra ünlü mankenliğe başlayan Edie Sedgwick'den ilham almıştır. Edie siyah mus çorabı, mini şortları, büyük küpeleri, kısacık sarı saçları ve ilginç makyajıyla 60'lara tarzında büyük etkiler bırakmıştır.(Resim 4-5)

Alexander McQueen ise aynı sezon yaptığı koleksiyonda Alfred Hitchcock'un Vertigo filminin soğuk, mesafeli ve karanlık bir kişiliği olan Kim Novak'tan esinlenmiştir. Kim Novak bu film dışında da bu imajını korumuştur. Novak'ın bu filmde giydiği gri tayyörler, 1958 yılında çok popüler olmuştur ve 2006'da McQueen'in defilesiyle modayı bir kez daha etkilemiştir. Alexander McQueen ayrıca 'Novakbag' adını verdiği Novak döneminin modasını yansıtan bir çanta tasarlamıştır.(Resim 6-7)

Başka bir tasarımcı olan Hermes de Grace Kelly'den esinlenerek iki senelik bekleme listesi olan 6000 dolar değerindeki 'Kellybag' adını verdiği timsay derisi çantayı tasarlamıştır. Uzun süre moda olmayan bu çanta, şöhretini 1956'da Monaco Prensesi Grace Kelly'nin hamileliğini gizlemek için bu çantayı karnının üzerinde tutması ve bu fotoğrafların tüm gazetelerde yayınlanmasına borçludur.(Resim 8)

Yıldız ve stil ikonu kavramlarının ilk örneği olan bu yıldızlar dikkatle oluşturdukları imajlarını on yıllarca hiç değiştirmemişler ve her dönem kitleleri etkilemeye devam etmişlerdir. Efsanevi kostüm tasarımcısı Edith Head yıldızlar için; "Şaşaa ve kitleler önünde aynı imajı sergiliyor olmak halk için çok önemlidir." demiştir.

Bu büyük yıldızların başarısı belki de erişilemeyecek olarak yarattıkları imajlarıdır. Bu ölümsüz yıldızlar kendi imajlarının kontrolünü ellerinde tuttular ve kendi başlarına değillerdi, yanlarında tasarımcıları ve film stüdyoları vardı. Bu güçler birleştiğinde de yeniden yaratıldılar. Garbo'nun döneminde, insanlar onda gördükleri elbiselerden alabilmek için mektuplar yolluyorlardı ancak bu giysiler satılık değillerdi. Hala bazı

insanlar bu yıldızlar öldüğünde elbiselerini satın almak için yarışmaktadır. Audrey Hepburn'ün Breakfast At Tiffany's'deki pembe giysisinin açık artırmada on binlerce dolara satılması bunun bir kanıtıdır.(Resim 9)

Şu anki starlar da kendilerinden önceki bu starları izleyip ders alıyorlar. Onların kusursuz yaratılmış imajlarını ve kodlarını takip ediyorlar. Hatta Hollywood bile yeni bir star lanse edeceği dönemde eski bir starın yeni versiyonu olarak starını medyaya sunmakta. Buna örnek vermek gerekirse: Natalie Portman ve Audrey Hepburn . Natalie Portman (R.10) , Hepburn'ün 1961'de giydiği "Breakfast At Tiffany"'deki kıyafetini giymekle kalmamış, onun izinden gittiğini de açıklamıştır(R. 11). Hepburn'ün izinden giden bir diğer isim ise Katie Holmes'dür(R.12) . Bunun dışında Scarlett Johansson ve Marilyn Monroe (R.13), Jennifer Lopez ve Elizabeth Taylor(R.14) , Michelle Williams ve Mia Farrow(R.15), Penelope Cruze ve Sophia Loren (R.16) , ayrıca Hollywood'un Grace Kelly takipçisi Grace'in asil elegan yalın ve mesafeli giyim tarzını kendine örnek almış olan, Gwyneth Paltrow'dur . Paltrow aynı zamanda Grace Kelly'nin 1953'de oynadığı Dial M For Murder filminin 1998 versiyonu olan A Perfect Murder filminde aynı karakteri canlandırmıştır.(Resim17)

Bu bölümde örnek verilen yıldızlar 1920 ve 60 yılları arasında sinemanın altın çağlarında büyük kitleleri etkileyen, giyimleri, imajları düşünülerek en doğru biçimde oluşturulmuş moda damgasını vuran kadın aktrislerden seçilmiştir. Bunun nedeni; bu kadınların yıldız oluşunun bir tesadüf olmadığını ve stillerinin de bir tesadüf sonucu oluşup modayı etkilemediğini göstermektir. Ayrıca sadece kadın yıldızlardan örnekler verilmesinin sebebi; içinde bulunduğumuz yüzyıla kadar tüketim kültürünün erkeklerden çok kadınları hedef alması, daha çok onlar üzerine yoğunlaşmış olmasıdır. Kadınlar alışveriş, giyim, güzellik düşkünlükleri ve bu XX.yy.da kazandıkları ekonomik özgürlükleriyle ve benlikleriyle tüketimin önemli bir parçası haline gelmişlerdir. Erkeklerin de moda tüketimi için kadınlar kadar hedef alındığı, giyimine, bakımına önem verdiği günümüzde bile kadın yıldızların etkisi moda üzerinde daha etkili olmaktadır.



Resim 4 Edie Sedgwick



Resim 5 John Galliano 2005/2006 Sonbahar/Kış koleksiyonundan örnekler⁵⁵

⁵⁵ <http://www.style.com/>



Resim 6 Kim Novak Vertigo filminde giydiği kostümüyle.⁵⁶



Resim 7 Alexander McQueen 2005 Kış koleksiyonu.⁵⁷

⁵⁶ <http://www.twolia.com/blogs/heres-looking-like-you-kid/category/shopping/>

⁵⁷ <http://www.style.com/>



Resim 8 Grace Kelly ve 'Kellybag'⁵⁸



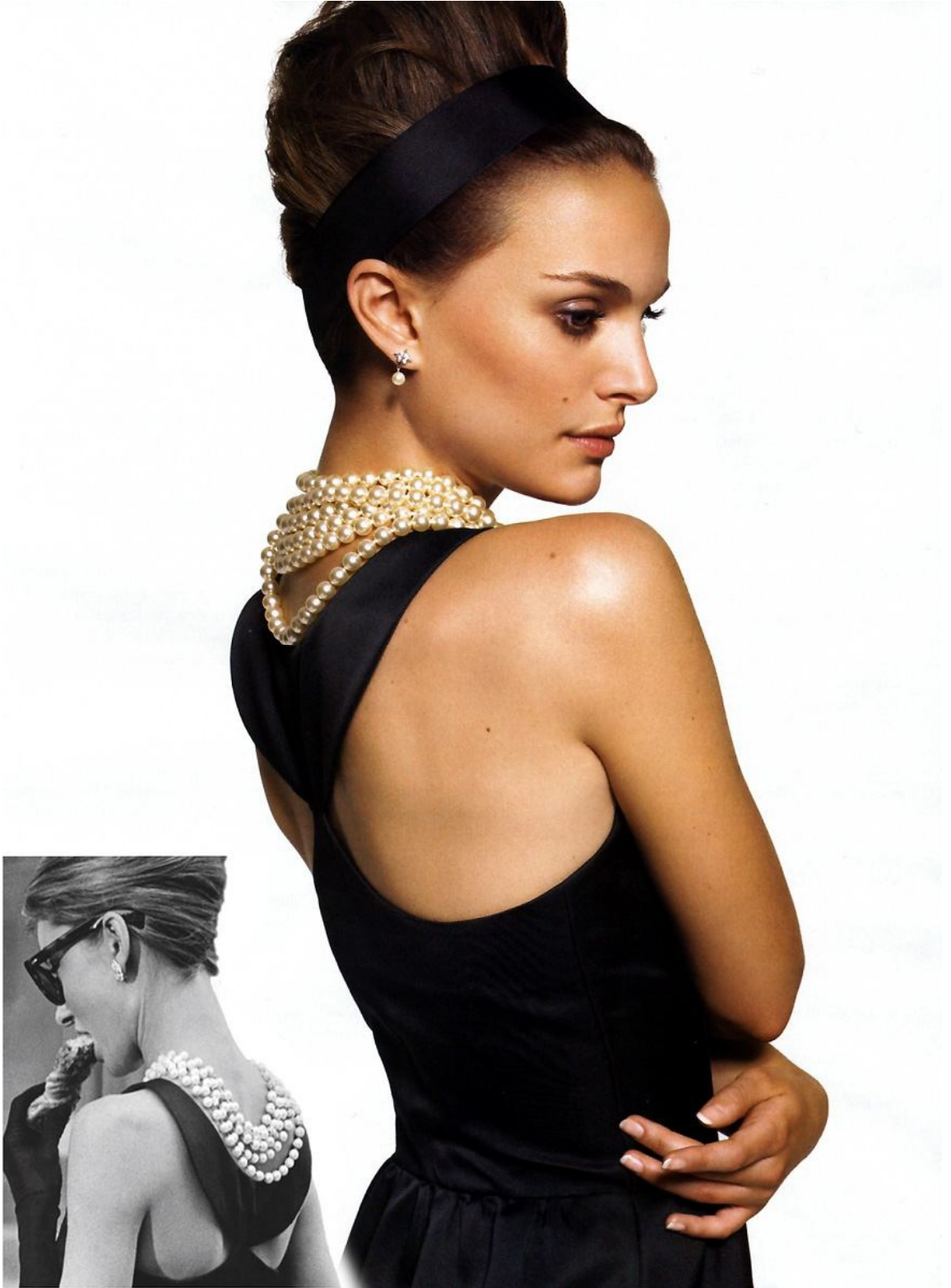
Resim 9 Hepburn'ün Breakfast At Tiffany's'deki pembe giysisi⁵⁹

⁵⁸ <http://www.choosehandbag.com/wp-content/uploads/2009/06/grace-kelly-with-hermes-bag1.jpg>

⁵⁹ <http://dorotheascloset.blogspot.com/2007/12/have-glamorous-new-year.html>



Resim 10 Natalie Portman ve Audrey Hepburn



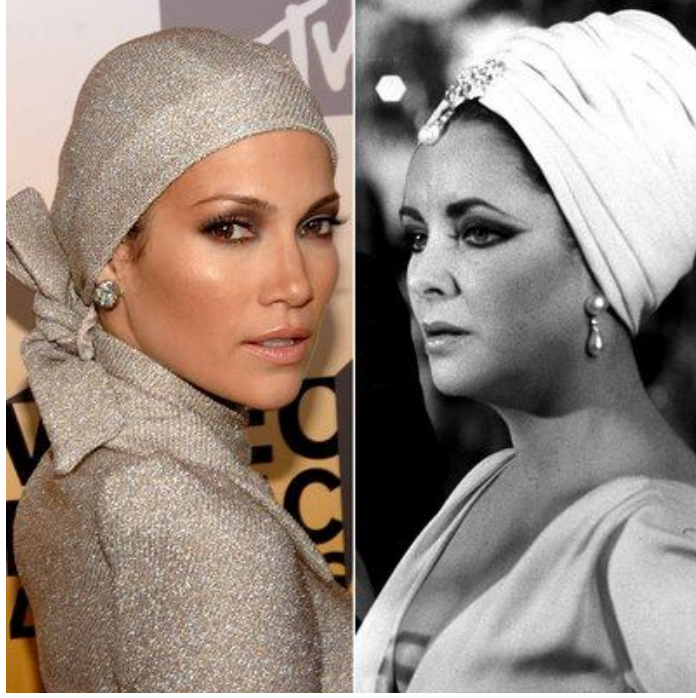
Resim 11 Natalie Portman 2006 Bazaar dergisi Breakfast At Tiffany'deki kıyafetle.



Resim 12 Katie Holmes ve Audrey Hepburn



Resim 13 Marilyn Monroe ve Scarlett Johansson



Resim 14 Jennifer Lopez ve Elizabeth Taylor



Resim 15 Michelle Williams ve Mia Farrow



Resim 16 Sophia Loren ve Penelope Cruze



Resim 17 Grace Kelly ve Gwyneth Paltrow

3.2.1 Gloria Swanson

Gloria Swanson, "Gloria May Josephine Svensson" adıyla 27 Mayıs 1899'de Chicago, Illinois'ta doğdu. Okulunu bitirdikten sonra bir mağazada satış elemanı olarak çalışmaya başlayan Swanson, aslında gösteri dünyasına girmeyi hedeflememişti. 1915 yılında, henüz 16 yaşındayken teyzesi ile birlikte filmlerin nasıl çekildiğini görmek için gittiği Chicago'daki film stüdyolarında keşfedildi ve ilerleyen yıllarda Amerika'nın en ünlü sessiz film yıldızı haline geldi⁶⁰.

Swanson kendine; ifadesi, giyimi, drapeleryyle sağladığı uzun görünümüyle dramatik ve entelektüel bir stil yaratmıştır. Annesi ona hep başkaları gibi görünmemesini enteresan ve farklı giyinmesini öğütlemiştir⁶¹.

1919'da "Don't Change Your Husband" Kocanı Değiştirme adlı filmde oynadığında izleyicinin dikkatini çekmeye başlamıştır (R.18). Filmde çok zengin ve gösterişli bir kadını canlandırmış, özel yaşamındaki giyiminde de gösterişi tercih etmiştir. Mücevherler, kürk, ipek kumaşlar, satenler ve ağır şapkalar giyinmiştir. Kendi sembolü haline gelmiş kırmızı bir karanfil kullanmıştır. "Bir starsam her bir cm'em ve dakikam bir star olmalı" demiştir.

Gece elbisesinin boynuna ya da omzuna dikkati yüzüne çekmek için pembe saten bir gül takmıştır(R.19). Artdeco tarzı mücevherler kullanmış ve giysisine uygun bir mücevher kutusu taşımış, giyimine göre mücevherleri devamlı değiştirmiştir.

Ekranla özel hayatını birbirinden ayırmış ve kendine has bir giyim tarzı yaratmaya başlamıştır. Bu yeni sofistike görüntü 1924'de "The Humming bird" ve "Manhandled" filmlerinde kendini göstermiştir.

Pahalı, tam üzerine göre yapılmış, monogramik döpiyesler giyinerek boyunu olduğundan daha uzun göstermiş. Büyük şapkalar, çanta ve mücevher kullanmıştır. Tarzı ayrıntılı olarak düzenlenmiştir. Aslında fazla mimikli olan yüzü Amerika'nın şanslı

⁶⁰ http://tr.wikipedia.org/wiki/Gloria_Swanson

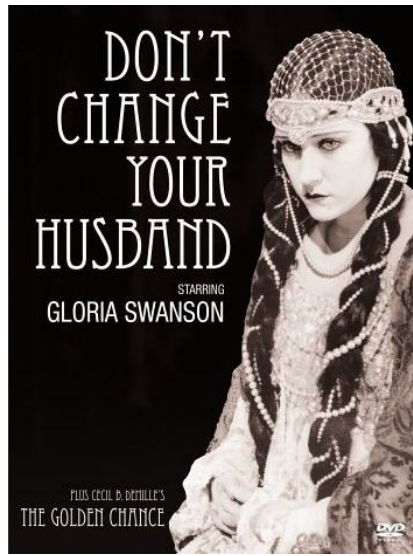
⁶¹ Patty Fox, **Star Style:Hollywood Legend as Fashion Icons**, California, Angel city Press, 1995, s.10

görüntüsünün yüzü olmuştur. Yönetmeni Cecil B.DeMille onun parlıtlı giysiler giyinmesini istemiş ama o kendi tarzını belirleyerek, kendisi gibi görünmeyi öğrenmiş moda bir kapı açmıştır. Kadınlar için bir güzellik sembolü yerine rol model haline gelmiştir.

Fransa'da bir film çekimi için bulunduğu sırada, orada kızların neler giyindiğine nasıl alışveriş ettiğine dikkat etmiş, kendi tarzına yeni yorumlar katmıştır. 1925'de 300 takım elbisesi olmuştur. Fransa'dan muhteşem bir gardırop getirmiştir ve o dönemin dünyaca ünlü yıldızı olmuştur. Artık uzun boylu görünmek için kapüşonlu tek renk uzun elbiseler giyinmiş, broş ve eldiven takmıştır(R.20). Cildi çok güzel olduğundan makyaj yapmamış sadece eyeliner kullanmıştır.1931'de Coco Chanel ilk film kostümlerini Tonight or Never'da Swanson için yapmıştır.(R.21)

1941'de sinemaya ara vermiş ancak 1950'de "Sunset Boulevard" ile yine sinemaya dönüş yapmış ve büyük ses getirmiştir. Halka altın küpeler ve sallantılı altın bilezikler takarak altın modasını başlatmıştır.(R.22)

1950'de Neiman Marcus, Swanson'a moda ödülü vermiş onun için üç elbise tasarlamıştır. Birincisi kırmızı ipek, ikincisi siyah yün, üçüncüsü ise beyazlı ve kahveli bir paçoydu.



Resim 18 Dont Change Your Husband DVD kapağı



resim 19 Gloria Swanson ve güllerle süslediği ünlü elbisesi⁶²



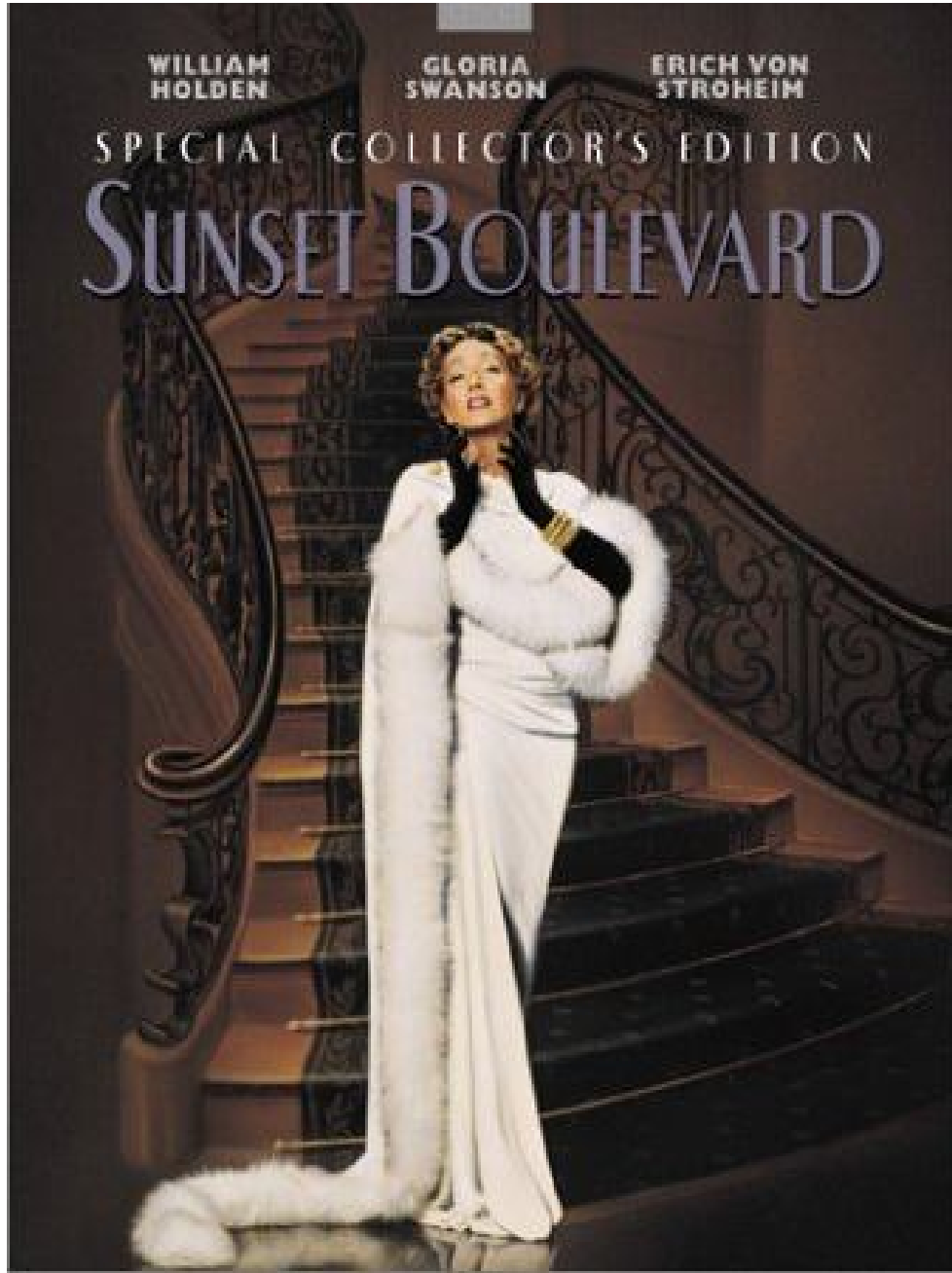
Resim 20 Gloria Swanson kapüşonlu elbise, broş ve eldiveniyle⁶³

⁶² Patty Fox, **Star Style:Hollywood Legend as Fashion Icons**, California, Angel city Press, 1995, s.12

⁶³ A.g.k, s.18



Resim 21 Tonight or Never'da Swanson



Resim 22 "Sunset Boulevard" Film Afifi⁶⁴

⁶⁴ <http://film.asu.edu/graduate>

3.2.2 Greta Garbo

Greta Garbo (18 Eylül 1905 – 15 Nisan 1990) Hollywood'un sessiz film döneminde ikonlaşan İsveç doğumlu film aktrisidir. Asıl adı Greta Lovisa Fustafsson'dır. 14 yaşında okulu bırakmış, bir kuaförde çalışmaya başlamıştır. Daha sonra tezgâhtarlık ve ardından mankenlik yapmıştır. 1922-1924 yıllarında Stockholm Kraliyet Tiyatrosu'nda eğitim görmüş, 1925'de Amerika'ya gitmiş MGM Film şirketiyle bir anlaşma imzalamıştır. Hollywood stüdyo sistemlerince yaratılan en gizemli ve en iyi oyuncularından biridir.

Greta Garbo'un yaptığı her şey bir şıklık sembolü olmuştur. Kendini uzun ve şişman bulduğundan sıkça diyet yapar, boynunu ve saçlarını ince bulurmuş. Bu yüzden giysileri hiçbir yıldızın yapmadığı gibi gizem yaratarak ve insanlardan saklanmak için kullanmıştır.(R.23) Trençkotun kolunu katlamış, şapkasının kenarını kıvrımış kendine bir gizem havası vermiştir.

Halkın bebek yüzlü kızları tercih ettiği bir dönemde kadınsı imajıyla tanınmıştır. İnce ve kıvrımlı saç için elegan bir şekil belirlemiştir. Pantolon, uzun elbiseler çok yüksek yaka kullanmış, saçının tamamını kaplayıp örterek yüzünü tamamen ortaya çıkarmıştır.

Kamera karşısında değilken basit giyinmeyi tercih etmiş. Rahatlığı çok sevdiğinden rahat büyük giysiler tercih etmiştir. Oxfordlar ve loferlar giyinmiştir. Tüvit etek, büyük palto önden düğmeli süveterler giyinmiş, giyindiği dik yakalar, onun sayesinde moda olmuştur. Trençkotu ise onun üniforması haline gelmiştir. Trençkotu vücut hatlarını kıvrımlı göstermek ve gizem katmak için kullanmıştır.(R.24)

Newsweek onun için "Tanrıça görünümünde bir enigma". Marlene Dietrich de "Keşke onun kadar gizemli olsaydım" demiştir.

1941'de Garbo Valentina adında bir tasarımcıyla çok yakın dost olmuş ve onunla çalışmaya başlamıştır. İmajında kritik bir değişiklik yapmıştır. Aynı yıl oynadığı "Two-Faced Woman" İki Yüzlü Kadın filmindeki görüntüsü hayranlarından çok büyük tepki almış, beğenilmemiştir.(R.25) Şapka ve trençkotu bir daha asla giyinmemiştir. Bir daha

da eskisi gibi giyinmemiştir. Times "Annenizi sarhoş görmek kadar kötü." demiştir onun yeni imajı için. İmajındaki tek değişmeyen yan ise gizemli kişiliğidir. Garbo, otoriteyi, hiyerarşiyi ve kamuoyunu hiç önemsememiş, özel hayatıyla ilgili hiçbir sırrı açıklamamış, hiç röportaj yapmamış, hiçbir galaya katılmamıştır, hiç resim imzalamamıştır. 1941'deki son filmi "Two-Faced Woman"dan sonra sinemayı bırakmıştır.



Resim 23 Greta Garbo "The Painted Veil" 1934 ⁶⁵

⁶⁵ <http://www.garboforever.com/Film-Pic-25.htm>



Resim 24 “.A Woman Of Affairs” (1929) Greta Garbo⁶⁶



Resim 25 “Two-Faced Woman” 1941 Greta Garbo⁶⁷

⁶⁶ <http://www.garboforever.com/Film-15.htm>

⁶⁷ <http://www.garboforever.com/Film-34.htm>

3.2.3. Marlene Dietrich

Marlene Dietrich (27 Aralık 1901, Berlin - 6 Mayıs 1992, Paris), Alman asıllı sinema oyuncusu ve şarkıcıdır. Kariyerine kabarelerde şarkıcısı olarak başlamış, 1920'lerde Berlin'de film endüstrisine adım atmıştır. O dönemde Berlin'in ünlü kabarelerinde travestilerin jartiyerle gösteri yaptığını fark etmiştir. Özellikle de birinin beyaz saten silindir bir şapka taktığını fark etmiş bunun gerçek bir stil olduğunu düşünmüştür.

*Böylece sessiz sinemanın aktristi bir erkek gibi giyinip star olabileceğini fark etmiştir. Gerçekten de Frag giyinmiş Dietrich bütün dünyayı baştan çıkarmıştır.*⁶⁸ Onun bu androjen görüntüsünü fark edip ona filmi "Blue Angel" Mavi Melek'de Lola Lola rolünü veren yönetmen Josef von Sternberg olmuştur(R.26). Dietrich böylece 1930'da Hollywood sinemasında parlamaya başlamıştır. Bu filmde Dietrich'i kabarede stilinden etkilendiği jartiyerli ve beyaz silindir şapkalı travestinin kostümü içerisinde görebiliriz.

Mavi Melekten sonra çektiği "Morocco"(1930) adlı filmde de smokin giyinmiş ve bir kadını öpmüştür. Marlene Dietrich çok akıllı bir strateji izlemiş bundan sonraki filmlerinde frak giyinmeyi reddetmiştir(R.27). Bunun sebebi; bu tip taktiklerin kısa vadede dikkat çekmek için işe yarayacağını ancak uzun vadede daha stratejik davranmasının gerektiğini anlaması olmuştur. En son 1932 de "Blonde Venus" Sarışın Venüs filminde beyaz frak ve silindir şapka giyinmiştir.(R.28)

Bütün bu imajın altında zekâsı ön plandadır. Onun marka imajını önemli kılan şey, erkeksi giyinmek ve bütün dikkati bacaklarına çekmek olmuştur. Bacaklarında önemli olan biçimli, şekilli olmasının yanı sıra, pantolonlu ya da değil onları nasıl kullandığıdır. Kullandığı erkek pantolonları kadın modasını değiştirmiştir. Dietrich etek giymeyi de sevmiş, etekte tercihi daha çok parçalı ve bacakların gözükmesi için yırtmaçlı olması olmuştur. Ünlü moda dergilerinde onun stilinden etkilenerek moda çekimleri yapmışlardır.(R.29)

⁶⁸ Patty Fox, **Star Style:Hollywood Legend as Fashion Icons**, California, Angel city Press, 1995, s.52

Bacak boyunu daha uzun göstermek için ayağını küçük gösteren ayakkabılar giyinmiş, ayakkabıların elbise veya takımdan daha önemli olduğunu, giysiye elegenlik kattığını düşünmüş, ayakkabılarını kendisi yaptırtmıştır. Çok renkli ayakkabıların bacak boyunu bir nokta koyar gibi kestiğini düşündüğünden siyah, beyaz, kahve, denizci mavisi renkleri tercih etmiştir. Ekran dışında kendi gardırobunda deriye sıkça yer vermiş ve bacakları uzun, ayakları kısa göstermek için çift renkli ayakkabılar giymiştir.(R.30) *Dietrich'in iddia ettiğine göre Chanel iki renkli ayakkabı tasarımını ondan etkilenerek yapmıştır.*⁶⁹

1936 da çektiği *The Devil is a Woman*'da kaşlarını boyayıp çizmiş daha dramatik bir görünüm kazanmıştır. Yarattığı bu görüntü moda olmuştur.(R.31)

Dietrich'e şöhreti getiren sadece bunlar değildi. Çalıştığı film stüdyosu *Paramount Pictures* aktristin vücudunu sergilemiş, her fırsatta bacaklarını göstermek için uğraşmışlardır. *Morocco* filminin tanıtımında onu bir İspanyol dansçı olarak göstermiş bacaklarını dantelle kaplamışlardır. *Kismet Kismet* filminde sağlığını tehlikeye atarak bacaklarını kimyasal bir boyayla altın rengine boyamışlardır.Film çok sükse getirmiştir.(R.32)

Savaş zamanında ipek yasaklanınca sutyen kullanmayı bırakmış. Transparan giysiler içerisinde bile fark edilmeyecek kadar ince özel ürettirdiği korseleri kullanmaya başlamıştır. Bu korseler çok ince ve hassas olduklarından çabuk yıpranmışlar her filmde üç düzine yedek korse kullanmıştır. Güzellik uğruna acı çekmek gerektiğini, başarı için de acı çekmeye değer olduğunu düşünmüştür. Yüzünü hiç bir zaman beğenmemesine karşın kemik yapısının düzgün olduğunu bilip, imajı için bunu ve bacaklarını öne çıkarmıştır. Ellerini hiç beğenmediği için ya daracık eldivenler giyinmiş ya da elinde sigara tutarak estetik hale getirmeye çalışmıştır. Makyaj konusunda ise bir uzman olmuş makyözler birliğine girmiştir. Makyajında burnuna ağırlık verip beyaz eyeliner çekmiştir. Dietrich bu kadar özenle uyguladığı stil çalışmalarını kendi için değil sadece kariyeri için yaptığını söylemiştir. 1936'da en çok para kazanan kadın olmuştur.

⁶⁹ A.g.k, s.55

II. Dünya savaşı gibi tarihin kritik bir döneminde kadınlar daracık asker ceketleri giyinip göğüslerini ön plana çıkarırken, Dietrich kocasının terzisine erkek takımları diktirmiş, göğüslerini kapatıp, baldırlarını göstermeden de bir kadının çekici olabileceğini kanıtlamıştır.

Pantolonları bel kalça oranını çok iyi gösterdiği için erkeklerin de beğenisini ve hayranlığını kazanmıştır.

Marlene Dietrich tarzı zamanının modacılarını da etkilemiş, moda dergileri yıldızın giyim tarzından yola çıkarak konsept yaratma yoluna bile gitmiştir. Marlene Dietrich'in, 40'lı yıllarda Christian Dior'un moda tarihi için bir dönüm noktası olarak kabul edilen New-Look akımını bile kendi tarzına adapte ettiği, bu ünlü modacının anılarında yazmaktadır.⁷⁰

Bir stil ikonu olarak onu normal insanlardan ayıran özelliği bireyselliğini ve toplumsal kimliğini korkusuzca giyim tarzında yansıtabilmesidir. Birçok stil ikonu gibi onun giysileri döneminin dışında geleceğin bakış açısını etkilemiştir. Kadınların erkek pantolonu giyebilmesinin tartışılmaz öncüsüdür. Tüm zamanların en başarılı kadın müzisyeni unvanıyla Guinness Rekorlar Kitabına giren Madonna XX. yüzyılın en etkili stil ikonlarından biri olmuştur. Eski sinema yıldızlarının çoğunun tarzını taklit etmiştir ancak kendine en ağırlıklı olarak örnek aldığı, zaman zaman da açıkça taklit ettiği Marlene Dietrich olmuştur ve Dietrich'i günümüze taşımıştır. Jean-Luc Godart Madonna için; '*En mükemmel kopya ve çoğunlukla orijinallerinden daha iyi bir kopya*'⁷¹ demiştir. (R.33)

Marlene Dietrich imajına büyük bir tutkuyla bağlı bir yıldız olmuştur. Halk önünde mükemmel olma tutkusu vardır. Kendini imajını kendi yaratmıştır ve kimseyi taklit etmemiştir. Bu yüzden de başkalarına bağlı ve taklit eden insanlara kızmıştır. "Göz kamaştırıcılık normal kadınlar için belirsiz ve erişilmez bir şeydir. Ulaşamayacakları ve çok istedikleri olmayan bir cennettir." demiştir.

⁷⁰ Yasemin Akyol, '*Stil İkonu*' Olgusunun Tekstil Modası Açısından İncelenmesi , M.S.G.S.Ü. Tekstil Y.L. Tezi, İstanbul-2007,s.9

⁷¹ Regine ,Peter W. Engelmeier, *Fashion in Film*, Munich, Prestel,1997,s.17

Marlene Dietrich günümüzde halen tasarımcılara ilham vermekte modayı dolaylı yoldan etkilemektedir. Ünlü tasarımcı John Galliano Christian Dior 2008 yaz koleksiyonunda Dietrich'in siyah beyaz takımlarından çizgili kumaşlarından ve tarzından ilham almıştır.(R.34)

Aynı zamanda John Galliano Dior için hazırladığı 2002 kış couture defilesi için film stüdyo arşivini arayarak Marlene Dietrich'in kostümlerini incelemiştir.(R.35-36)



Resim 26 "Blue Angel" Filminde Marlene Dietrich⁷²

⁷² <http://www.britannica.com/>



Resim 27 "Morocco" 1930 Marlene Dietrich⁷³

⁷³ <http://covertress.blogspot.com/2008/10/morocco.html>



Resim 28 "Blonde Venus" 1932 Marlene Dietrich



Resim 29 1933 yılı Nicholl's tasarımı Dietrich tarzı takımıyla bir model.⁷⁴

⁷⁴ <http://bla2222.files.wordpress.com/>



Resim 30 Dietrich iki renkli ayakkabılarıyla⁷⁵

⁷⁵ <http://theselvedgeyard.wordpress.com/2009/02/06/legendary-stars-classic-cars/>



Resim 31 1936 "The Devil is a Woman"⁷⁶

⁷⁶ www.premiere.com/.../96.-Marlene-Dietrich



Resim 32 1944 Marlene Dietrich "Kismet" filminde.⁷⁷

⁷⁷ <http://www.photographersdirect.com/>



Resim 33 Madonna ve Marlene Dietrich Kostümleriyle



Resim 34 Christian Dior 2008 yaz koleksiyonundan iki örnek⁷⁸

⁷⁸ www.style.com



Resim 35 Marlene Dietrich ve Dior 2002 Kış Couture Defilesinden görüntüler



Resim 36 Marlene Dietrich ve Dior 2002 Kış Couture Defilesinden görüntüleri

3.2.4 Katherine Hepburn

Katherine Houghton Hepburn 1907'de Connecticut'ta doğmuştur. Babası bir doktordur ve ailenin en büyük çocuğudur erken yaşlarında bile özgür düşünen bir birey olmanın zorluklarını çekmiştir. Annesi ve babası çok aktivist ve zamanına göre daha açık görüşlü insanlardır. İnsan hakları gibi pek çok çalışmalarda konuşmaları vardır. Topluma uymamayı hep iyi bir özellik olarak algılamış ve öyle yetiştirilmiştir. Hepburn de daha o yaşlarında anlamıştır ki eşsiz ve benzersiz olmak insanı diğerlerinden ayıran çok önemli bir özelliktir. Çok erken yaşlarda pantolon giyinmeye başlamıştır. Daha 8 yaşındayken kendine bazen jimmy adını vermiş ve erkek gibi gözükmek istemiştir. Kolej yıllarında etek giyinmeye başladıysa bile, drama sınıflarında hep pantolon giyinmiş ve yıllar sonra da yapacağı gibi ellerini cebine sokarak başrol erkek rollerini oynamıştır.

İlk oyunculuk için görüşmeye giderken, kendini içinde en rahat hissettiği giysi olan kot pantolon ve kendiden büyük olan bir erkek kazağıyla gitmiş ve işe alınmıştır. Başroller almaya başladığında bile stüdyo sahiplerinin giyindiği salaş kotları bırakması gerektiği konusundaki uyarılarına hiç uymamış ve giyinmeye devam etmiştir. Stüdyo yöneticileri sonunda jean pantolonunu çalmışlar, Hepburn ise bunu protesto etmek için stüdyo koridorlarında sadece külotuyla gezerek bunu protesto etmiş ve jeanı geri almayı başarmıştır. Yıllar süren kariyeri boyunca imajı hakkındaki yorumları hiç umursamamış sadece ikonoklastik imajını kabul ettirmeye çalışmıştır. İmajını hiç değiştirmeyi düşünmemiş, kendine her zaman en rahat ettiği, özgür hissettiği giysileri seçmiştir. Ancak bu özgür imajı için her zaman takdir görmemiştir.

Marlene Dietrich erkek giysileriyle bir anda dünyaca ün kazanmıştı. Dietrich'in o pantolonları seçme nedeni bacaklarını ve bacak boyunu vurgulamak istemesiydi amacı çekiciliğini vurgulamaktı. Ancak Hepburn ise çorap giymeye dayanamadığı ve mini etek giymeyi hiç sevmediği için pantolonu tercih etmiş bunu bir başkaldırı olarak görmüştür. Dietrich bunu yaparken popülerlik listelerinde başa otururken, Hepburn mücadele vermiş, başarı uğruna tarzını değiştirmemiş, sonuca varmak için bir amaç olarak

kullanmıştır. Sonunda başarılı da olmuştur. *Katherine Hepburn, Greta Gabro'ya "Bizim hiçbir şey yapmadan çıkmış gibi görünebilmemiz için harcadığımız zaman, herhangi bir insanın güzel görünmesi için harcadığı zamandan çok daha fazla"* ⁷⁹ diyerek doğal görünmek için çok uğraştığını, çalıştığını anlatmıştır. Dietrich ve Garbo çok iyi giyinmiş centilmenleri kendine örnek alırken Hepburn sanki babasının giysilerini giymiş gibi rahat süveterler, gömlekler, bol pantolon ve lofırlarını tercih etmiş, sanki alelade giyinmiş çıkmış gibi bir imaj yaratmıştır.(R.37) 80 yaşında bile haki renk pantolonunu üzerinden çıkarmamış her yaşta her statüde herkesin bu pantolonu giyebileceğini kanıtlamıştır.

Yıllarca filmlerinde mücevher takmış ancak kameranın çok fazla görmediği yerlerde broş gibi giysisinin bir yerlerini tutturmak için işlevsel olarak kullanmıştır.(R.38) 1928'de erkek süveteri giyinip arkasını bununla sıkıştırmış gittiği elemelerde de bunu kullanmıştır. Her zaman özensiz giyinmiş gibi gözükmeğe özen göstermiştir. Eski bir şapka, eski tüvit bir palto gibi. Ayrıca giyindiği o paltoyu da sanki taktığı o mücevher ona bir şey ifade etmiyormuş gibi, bir mücevherle iğneleyerek kapatmıştır. Daha sonra o palto ve iğnesini 1933'de en iyi oyuncu Academy ödülünü aldığı "Morning Glory" Sabah Güneşi filmde giyinmiştir. Halkın gösterdiği olumsuz eleştirilere rağmen kullandığı bu iğneler onun bir sembolü haline gelmiştir.

Şapkaları kamera ve kamera arkasında onun bir imzası gibi olmuştur.(R.39) Filmlerinde, "Woman of the Year" Yılın Kadını filminde olduğu gibi daha kullanışlı geniş kenarlı güneş şapkaları kullanırken, özel hayatında yaramaz çocuk havasında şapkalar kullanmıştır. Günün modasına karşı edindiği ilgisiz tavır ayrı bir film yıldızı modası yaratmıştır. İlk filmi olan "A Bill of Divorcement" 1932 filmi(R.40) çekilmeden önce yönetmen George Cukor'a Coco Chanel'le çalışmak istediğini söylemiş ve bunda diretmiştir. Hatta bu olaydan sonra küstah Katherine olarak anılmıştır. Bu diretmeye karşın yönetmen sonunda tasarımcı Josette De Lima ile çalışmaya başlamıştır. Filmden sonra ünlü oyuncu filmin ve kendisinin hit olduğu haberini alırsa diye hazırlık olarak

⁷⁹ Patty Fox, **Star Style:Hollywood Legend as Fashion Icons**, California, Angel city Press, 1995, s.64

eşiyile Paris'e giderek ve Schiaparelli kostümü satın almışlardır ve öngörülerini gerçek olmuştur. Bu olaydan sonra Fransız tasarımcının giysilerini giyinmeye başlamıştır.

30'ların sonuna doğru ve 40'larda tenis ayakkabıları ve sandaletleri sıklıkla kullanmaya başlamış olsa da kendini güçlü hissetmek istediği zamanlarda yüksek topuklu ayakkabı giyinmiştir. Tüm bu belirgin yıldız yaratmaya yönelik tarzıyla 1940'da Newyork'un en iyi giyinen kadını seçilmiştir. Ama bunu basına duyurmamış halkın onun görüntüsüne özendiğini, bunun özel bir çalışma sonucu olduğunu anlamasını istememiştir. Ertesi yıl McCall's dergisi onu yılın kadını ilan etmiş, güzelliği, hoşluğu ve yeteneği geleneksel olmayan moda yöntemiyle, tarzına olan adanmışlığıyla ilgili yazılar yayınlamıştır. Hollywood'da rastlanması az olan bir bireysellik sergilemiştir. Her zaman geleneklerle savaşmıştır. Yaşı ilerledikçe yaşamını basitleştirmeye başlamış, gardırobunu da gittikçe sadeleştirmiştir. Ancak çok gerekli parçaları tutmuştur. Hepburn haute couture anlarında bile bu basit parçalardan vazgeçmemiştir. *Brodway'de Coco adlı müzikalde oynadığı dönemde Coco Chanel ile görüşmeye gittiğinde üçgen bir eşarpla sıkılmış şapkasıyla, Chanel'in o sırada ona bakıp "umarım canlandırabilir "*⁸⁰ diye düşünmesine sebep olmuştur. Ancak o bilinçli olarak bu tarzı seçmiştir; görüntüsüyle ilgilenmiyor havası verse de sonsuza kadar onu taşıyacak bir imajıyla başarılı bir oyuncu olarak o rolü de başarıyla oynamış hayatı boyunca oniki kere Academy ödüllerine aday olmuş dört kere kazanmıştır. Bu kişisel stiliyle Amerika'nın en önemli moda onurunu almış 1985'te Amerika'nın moda tasarımcıları konsülü ona yaşam boyu başarı ödülü vermiştir. Tasarımcı *Calvin Klein* ona "*bütün stilin ve tarzın örneği, modern olan her şey*" demiştir.⁸¹ Ödülü aldığında siyah bir bluz aynı renk bir takım elbise, beyaz uzun bir eşarbiyle gece tarzını sergilemiştir. Hala kullandığı oğlan çocuğu stiliyle, bütün vurguyu rahatlık ve fonksiyonellik üzerine kurmuştur. Stiliyle Amerikan spor giyiminin temelini atmıştır.

⁸⁰ A.g.k s.75

⁸¹ A.g.k s. 75



Resim 37 Katharine Hepburn⁸²

⁸² www.shardasekaran.com



Resim 38 Katherine Hepburn fularını tuturmak için kullandığı broşuyla⁸³

⁸³ /www.artknowledgenews.com/



Resim 39 Katherine Hepburn Şapkalarıyla



Resim 40 "A Bill of Divorcement" (1932) filiminden bir sahne⁸⁴



Resim 41 Katherine Hepburn 1938⁸⁵

⁸⁴[http://www.doctormacro1.info/Movie%20Summaries/A/A%20Bill%20of%20Divorcement%20\(1932\).htm](http://www.doctormacro1.info/Movie%20Summaries/A/A%20Bill%20of%20Divorcement%20(1932).htm)

⁸⁵ http://theimagecooperative.blogspot.com/2007_10_01_archive.html

3.2.5.Marilyn Monroe

Asıl adı Norma Jeane Mortenson olan oyuncu 1926'da doğmuştur. Hayatının büyük bir bölümünü yetiştirme yurtlarında geçirmiştir. Hollywood onu keşfetmeden önce imajıyla oynamaya başlamıştır ve onu Marilyn yapan özellikleri o çağlarında oluşturmaya başlamıştır. Lise yıllarında okula giyindiği daracık eski bir kazak sayesinde erkeklerden büyük bir ilgi gördüğünde, fark ettiği ilk şey doğal kıvrımlarını kullanması gerektiği olmuştur. Sinema kariyerine başlamadan önce çalıştığı bir askeri fabrikada bir fotoğrafçı tarafından keşfedilmiş ve modellğe başlamıştır. Ancak vücudu giysilerden daha çok dikkat çekerek elbiseyi ikinci plana düşürdüğü için, fotoğrafçılar onun bir pinup kızı olarak kariyerine devam etmesi gerektiğine karar vermişlerdir.

Monroe'nun kariyeri bu alanda parlamaya başlamıştır. 1940'larda Amerikalı sinema oyuncusu kariyerinde küçük rollerde kendini göstermeye başlamıştır. "Love Happy" filminde efsanevi takvim fotoğrafı yer almış, halka açılmıştır. "All About Eve" Perde Açılıyor adlı filmde oynadıktan sonra ilk stüdyo anlaşmasını 20th Century Fox şirketinden kazanmıştır.(R.42) Saçları sarıya boyanmış, burnu yapılmış ve ismi Marilyn Monroe olarak değiştirilmiştir. Sonra komedideki yeteneği ve çekici vücut hatları sayesinde ilerlemiştir. Komedi filmlerinde canlandığı seksi, cazibeli aptal sarışın rolüyle bütünleştirilmiştir. Oynadığı bu roller, ekrandaki yuvarlak hatlı daracık elbiseler içindeki görünüşü 1950'lerde ve 1960'lı yılların başında en popüler film yıldızlarından biri olmasını sağlamıştır. Marilyn Monroe

kariyerinin sonlarına doğru, sinema sektöründeki popülerliği sayesinde ciddi rollerde de çalışmıştır. Zamanın tüm yıldızlarının arasında eşi görülmemiş bir ikon ve popüler ilgi nesnesi haline gelmiştir. Halkın gözündeki mutlu imajının aksine, özel hayatında yaşadığı hayal kırıklıkları ve güvensizlikler onun çocukluğundan beri taşıdığı problemlerini daha da derinleştirmiştir. Uğrunda kişiliğinden ödün vererek yıldızlığın bedelini en ağır ödeyen yıldız olmuştur. Genç yaşta intihar etmiş, hayatlarının sırları ortaya çıktıktan sonra yıldızdan öte bir mite dönüşmüştür. Atilla Dorsay 100 yılın 150 oyuncusu kitabında

Marilyn Monroe'nun dramını şöyle özetlemiştir; *'Hollywood şöhrete hevesli bir genç kızdan bir sarışın bebek yarattı. Ona ün, şan, para ve starlık payesi verdi. Ama aynı zamanda bir ruh verdiğini unuttu ve o sarışın bebek, bir ruh, bir kimlik, bir kişilik sahibi olduğunu kanıtlamaya öylesine uğraştı ki... Hollywood o bebeği kırıp atmaktan başka çare bulamadı.'*⁸⁶

Sinema dünyasının en sansasyonel sarışını Marilyn Monroe'nun giyim stilini incelediğimizde onu anlatan en iyi söz kendi deyişiyle giyinmediği zaman kendini daha rahat hissettiğidir, giysiler onu her zaman rahatsız hissettirmiştir. Giyindiğinde sadece erkekler için giyinmiş "onlar beni anlıyor bende onları..." demiştir. Onun imajı giyimle ve moda ile ilgili her şeyi reddetmek olmuştur, amacı ilk zamanlarından itibaren seks sembolü olarak görülmek olmuştur. Kendi tasarladığı bir imaj olan dağınık yatak görüntüsü, giysilere karşı aldırma tavrı, profesyonelce hazırlanmış bir çalışmanın ürünü olmuştur. Gerçekte Monroe nasıl görüldüğüyle ne giyindiğiyle çok ilgilidir ve böyle olmak zorundadır. Bu riyasız samimi görünüş çok fazla özen ve dikkat gerektirmektedir. Kendisi imajını kafasında oturtturup belirleyene kadar hiçbir modacının bunda etkisi olmamıştır. Belirlenen kurallar, vücudunu teşhir etmek, saçları karıştırmak, ruj sürmektir.

Cinselliğin bastırıldığı savaş sonrası yıllarda kadınların çoğunluğu diz altı etekler uzun kollar giyerken, Marilyn buna karşı çıkarak tüm hatlarını belli eden incecik kumaşlar, tüm bacaklarını saran eteklerle, kalçalarını belli etmiş, kollarını ve göğüs dekoltesini açıkça kullanmıştır. Monroe'nun 1954'te Kore Savaşı'na giden askerlerin ziyaretine giydiği bu tarife uygun ince kumaşlı kolsuz dar elbisesi yapılan arttırmalarda 112,000 dolara satılmıştır.(R.43) Gece giysilerinde ise straplez elbiseler, ince askılı düşük dekolteli ve yine vücudu saran ince kumaşlı elbiseleri dikkat çekmiştir. (R.45) Ayrıca yapılan moda çekimlerinde sıklıkla kısa şortlar kullanmıştır. Bunun dışında daha kapalı giyindiğinde bile, vücut hatları ve tavrı sayesinde dik yakalı bir kazakla bile aynı çekiciliği duruşu yakalamayı başarmıştır.1953'te kişisel stili oldukça ilgi görmüş ve kabul edilmiştir. Photoplay dergisinin en hızlı çıkış yapan yıldız ödülünü almıştır. Ödül için sahneye

⁸⁶ Atilla Dorsay, 100 Yılın 100 Oyuncusu, s. 71

çıkışında “Gentlemen Prefer Blondes” Erkekler Sarışın Sever filmindeki gardırobundan alınmış bir altın rengi elbisesi ve vücut hatları tüm yazarlar ve Hollywood tarafından konuşulmuştur.(R.46-47) Joan Crawford Marilyn’in vücudunu sergilemesi ve aşırı seksapel çağrışımlarından ötürü Marilyn’e sektörün yüz karası yakıştırmalarını yapmıştır. Bu sergileyiş tamamıyla bilinçli yapılmıştır. İnsanlara saf çekicilik içinde bir masumiyeti çağrıştıran yıldız, insanlara aradığı şeyi vermiştir. *“İlaha kendime bir şeyi sembol olarak seçeceksem, diğerlerini seçeceğime seksi kendime sembol olarak seçerim”*⁸⁷ demiştir.

*“İç çamaşırlarının tüm çizgi ve buruşuklukları bir kızın, bütün güzelliğini götürüyor. Bu yüzden ben de hiç bir zaman giyinmiyorum”*⁸⁸ diyen Marilyn Monroe’nun yarattığı bu çekicilik içerisindeki en önemli etken iç çamaşır kullanmaması olmuştur. Ayrıca dikişli ipek çorapları dikkati vücudundan başka bir noktaya çekmek istemediği için giyinmemiştir. Tayt gibi daracık ve sıkı gece elbiseleri ya da incecik transparan elbiseleri, omuzu ve göğüs dekolteleriyle iç çamaşırı kullanmadığını hep belli edici giysiler giyinmiştir. Ayrıca terzilerine elbise diktirirken kalçasının her hattıyla belli olmasını özellikle vurgulamıştır. Tasarımcı Jean Louis ile yakın bir biçimde çalışmıştır. John F. Kennedy’nin 45. Doğum gününde giyindiği 12,000\$ değerindeki, ışık altında tüm vücut hatlarını belli eden ten rengi, ipek, taşlarla süslü incecik kumaşlı elbise de tasarımcı tarafından o güne özel dizayn edilmiştir. Marilyn elbiseyi *isterken “öyle bir elbise ki bu, sadece Marilyn Monroe onu giyinmeye cesaret edebilir”* demiştir. *Tasarımcı da bunu “Bende bunu şöyle yorumluyorum; olabildiğince çıplak görünmek istiyorsun.”* diyerek cevap vermiştir.⁸⁹ Bu elbise 1999’da yapılan açık arttırmada \$1,267,500 satılmıştır.(R.48)

Dünya çapındaki bütün kadınlar Marilyn’in moda mesajını almıştır; daha seksi olmanın gerektiği. Tabii ki bütün hayranları onun elbise içerisindeki çıplak görüntüsünü taklit edememişlerdir. Fakat yıldız farkında olmadan pek çok başka trend de yaratmıştır. II. Dünya Savaşı’nda paraşüt fabrikasında paraşütü kontrol ederken giyindiği jean pantolonu ölene dek giyinmeye devam etmiştir. Jean pantolonun oldukça çekici ve

⁸⁷ Patty Fox, **Star Style:Hollywood Legend as Fashion Icons**, California, Angel city Press, 1995, s.96

⁸⁸ Patty Fox, **Star Style:Hollywood Legend as Fashion Icons**, California, Angel city Press, 1995, s.92

⁸⁹ A.g.k, s.91

baştan çıkarıcı olduğunu düşünmüş, jean pantolonun kadınlar arasında giyiminin yaygınlaşmasında büyük rol oynamıştır. 1999'da yapılan açık arttırmada jean pantolonu 42,550 dolara alıcı bulmuştur.(R.50) Bir kıza bir tulum giydirdiğinizde onu giyinmeyi biliyorsa bu tayt giyinmekten farksızdır” diyerek ne giyindiğinden çok nasıl taşıdığına önemli olduğunu vurgulamıştır. Film çekimlerinde ve özel hayatında giyindiği boyundan bağlı elbiselerle ve silüetiyle bir moda simgesi olmuştur. Giyindiği etekler uzun ya da kısa olsun, vurguyu her zaman göğüsleri üzerinde tutmuştur. 1955'te “The Seven Year Inch” Yaz Bekarı filminde giyindiği beyaz boyundan bağlı pilili elbise kısa sürede perakende mağazalarında çok satılır hale gelmiştir.(R.49) Hala da bu giysinın değişik versiyonları satılmaktadır.

Diğer çok giyindiği giysi Woolworth'e ait bornozları olmuştur. (R.51) Bornoz giyinmeyi çok sevmiştir ve en vazgeçilmez parçasıdır. Hatta biyografisini yazan yazarları bile bornozuyla karşılaşmıştır, birçok kez bornozuyla fotoğraflanmıştır. Amerikalıları ancak o sıradan bir giysinın bile ipek bir sabahlık gibi etki bırakabileceğine ikna edebilmiştir.

Kullandığı aksesuarlar Monroe görüntüsüne sahip olabilmek için hayranlarının en çok kullandığı parçalar olmuştur, beyaz kürk şallar ya da bolerolar, davetlerde taktığı elmas küpeler, sıklıkla giyindiği bağcıklarının değiştirilerek elbiselere kombin yapılabilen şeffaf plastik yüksek topuklu ayakkabıları gibi. Marilyn bu ayakkabılarını sıklıkla kullanmıştır.(R.52) Halk içinde çektiği fotoğraflarda kırmızı kurdele bağcıklarla, evde mayolu çektiği fotoğraflarda beyaz bağcıklarla “How to Marry a Millionaire” Milyoner Avı filminde de kırmızı bağcıklarla kullanmıştır. Plastik ayakkabılar uygun olmadığı zaman da bantlı açık deri sandaletler giyinmiştir. İtalyan ayakkabı tasarımcısı Ferragamo onun için düzinelerce ayakkabı tasarımı yapmıştır. Ayrıca “How to Marry a Millionaire” filminde taktığı küpeler döneminde çok moda olmuştur.

Ancak filmler ve galalar dışında yüzünden ilgiyi alacak hiçbir takıyı kullanmamıştır. Giyindikleri modayı etkilediği gibi saç ve makyajı da güzellik kavramını etkilemiştir. Ağır

makyaj çekiciliğini kullanmıştır. Bunu genç kızlığından beri uygulamış *“Okula dudaklarım ve kaşlarım boyalı olarak gittiğimde herkes bana bakıyordu. Hatta neden baktıklarını anlayamıyordum. Öpülmek, bir film yıldızı ya da dük tarafından baştan çıkarılmak gibi bir hayalim yoktu. Aslında tüm bu maskara ruj ve kıvrık kirpiklerimle, bir fosil kadar da tepkisizdim. İnsanları çok farklı bir şekilde etkiliyordum ama başka bir şekilde tüm insanları etkiliyordum.”*⁹⁰ demiştir. Makyajını genelde kendisi yapmıştır. 40lı yaşlarında saçlarını platin sarısına çevirmiştir. Tenini aynı beyazlıkta tutarak yüzünün özelliklerini korumuştur.

Ölümünden 30 yıl sonra bile Marilyn'nin pek çok kopyası çıkmıştır.(R.53) Yürüyüşü, konuşması, saçları, giysileri hatta gülüşünü bile taklit edenler olmuştur. Fakat onun o masum çocuksu ifadesini yakalayamamıştır.

Alexander McQueen 60'ların sinema yıldızlarından esinlenerek hazırladığı 2005 kış koleksiyonunda Kim Novak'tan da esinlendiği koleksiyonda aynı zamanda Marilyn Monroe'dan esinlenerek de tasarımlar yapmıştır.(R.55) Christian Dior'un tasarımcısı John Galliano 2002 kış couture koleksiyonunda Hoolywood'un ışıltılı yıllarını anlatmış, Marilyn'in "The Seven Year Inch" filmindeki metro havalandırmasında eteğinin uçtuğu sahneden de ilham alarak defilesini hazırlamıştır.(R.54)

Marilyn Monroe günümüzde halen yoğun bir şekilde kullanılan bir simge ve metadır. Sanattan, tanıtım ya da moda fotoğraflarına kadar, onun resimlerini her yerde görmek mümkündür. Üretilen tüketim mallarında adı ve fotoğrafları daha çok satış yapabilmek amaçlı kullanılmaktadır. Ölümünden buyana halen kitlesinden bir şey yitirmemiş, tüm dünya tarafından tanınmaktadır.

⁹⁰ Patty Fox, **Star Style:Hollywood Legend as Fashion Icons**, California, Angel city Press, 1995, s.95



Resim 42 1950 "All About Eve" Anne Baxter, Bette Davis, Marilyn Monroe, George Sanders⁹¹



Resim 43 1954 Monroe Kore savaşına giden askerlerin önünde açık artırmada satılan elbisesiyle sahnede

⁹¹ <http://kingdomofstyle.typepad.co.uk/>



Resim 44 1969 "Some like it hot" galasında



Resim 45 1955 straplez ve daracık gece elbisesiyle Marilyn Monroe



Resim 46 Photoplay dergisinin ödül töreninde, Travilla imzalı Gentlemen Prefer Blondes filminden kostümüyle Monroe⁹²



Resim 47 Travilla'nın "Gentlemen Prefer Blondes" filminde Monroe için yaptığı kostüm sikeçi⁹³

⁹² www.whitewallimages.com/imagegalleries/people...



Resim 48 J.F. K. 'nin 45. doğum gününde Marilyn Monroe ve elbisesi

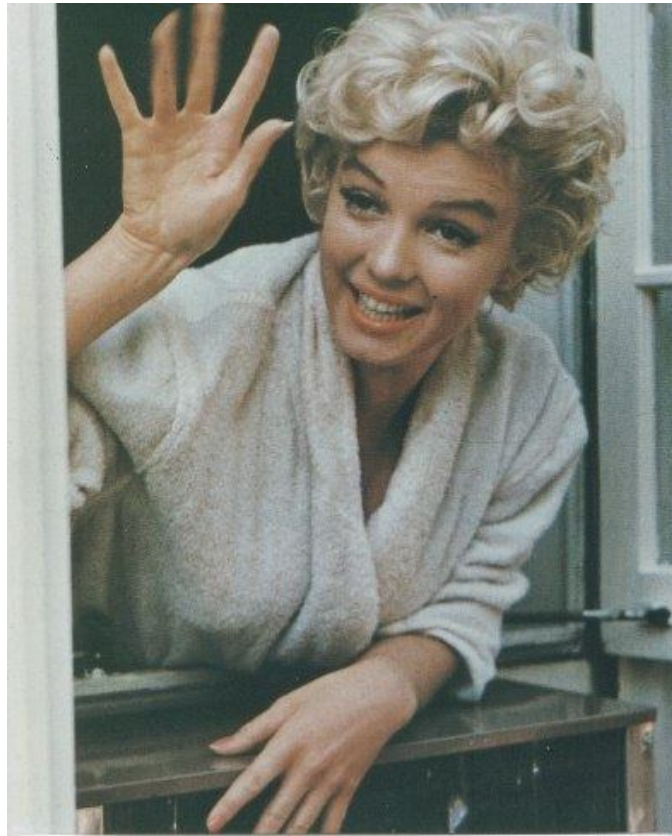


Resim 49 1955" the seven year inch" filmi kostüm provası⁹⁴

⁹⁴ www.marilynmonroe.ca



Resim 50 Jean pantolonuyla Marilyn Monroe⁹⁵



Resim 51 Marilyn Monroe bornozuyla⁹⁶

⁹⁵ <http://ellensplace.net/mimages.html>



Resim 52 Plastik topuklu ve kurdele bağcıklı ayakkabılarıyla Marilyn Monroe



Resim 53 scarlett johansson ve Christina Aguilera



Resim 54 Christian Dior 2002 Kış couture Defilesi ve The Seven Year Inch filminde Marilyn Monroe



Resim 55 Alexander McQueen 2005 Kış Defilesi ve filmlerdeki kostümleriyle Marilyn Monroe

3.2.6 Doris Day

Tamamıyla Amerikan standartlarına ve beğenisine göre yaratılmış bir yıldız olan Doris Day'in gerçek adı "Doris von Kappelhoff" dur. 1922 doğumludur. 1938'de geçirdiği bir kaza sonrasında bir daha dans edemez bir hale gelmiş ve bunun yerine şarkı söylemeyi öğrenmiştir. "Doris Day" adı ile müzikhol ve büyük orkestralar ile çalışmaya başlamış, 1948'den itibaren, beyazperdede rol almaya başlamıştır. Kısa bir süre sonra da Warner Bross ile kontrat imzalamış birçok filmde oynamıştır. Sevimli, sevecen, masum, mütasip görüntüsüyle kendine fanatikler edinmiştir. Bu görüntüsü yanında havalı, hevesli hareketleriyle görünümünü dengelemiştir. Doris moda gibi hızlı değişim göstere bilen bir kadın olmuş, her filmi iki saatlik tarz dersleri haline gelmiştir.

1950li yıllarda Kore'de ki Amerikan askerleri *"Amerika'ya giden yavaş bir gemide yanlarında en çok bulundurmak isteyecekleri kız"*⁹⁷ olarak seçmişlerdir. Hayranları filmlerinde erkek karakteri nasıl baştan çıkardığını nasıl davranıp giyindiğini kendilerine örnek almışlardır. Doris Day gülümsemesi kadar masum ve neşeli görünen küçük elbiseler, bermuda pantolonlar, süveterler ve dize kadar çoraplar giyinmiştir. Kadın hayranları günlük ve sağlıklı görünen bu tarzını kopyalamışlardır.(R.56) Beyaz bulüzlerini içine sokarak giyindiği şortlarla yürüyüşe çıkmış, bu yürüyüş giysisi ve belden kemerli gömlek elbiseler, pembe rujlu Doris Day gülümsemeleri hayranlarının favorisi olmuştur.

1959 yılında Doris Day hayranları gibi artık olgunlaşmıştır. Ancak her zaman fanatiklerinin birkaç adım önünde olmuştur. Artık onun saf bakire kadın imajının sonu gelmiştir. Düşmekte olan box ofis satışlarını canlandırmak için bir dizi moda değişikliği yapmaya karar vermiş, 1959 "Pillow Talk" Yastık Sohbeti filmi gösterime girdiğinde yeni imajı hayranlarını çılgına çevirmiştir.(R.58) Bu filmde hayranları gibi cinsel anlamda bastırılmış çağdaş bir kariyer kızını canlandırmıştır. Sırtı açık gece elbisesinin göğüs kısmı ve hatları baştan çıkarıcı bir şekilde ortaya çıkarmıştır, kariyeri de fırlayışa geçmiştir. Filmin yönetmeni Ross Hunter Dorisin trentseter olduğunu fark edip bu rolü ona uygun

⁹⁷ Patty Fox, **Star Style:Hollywood Legend as Fashion Icons**, California, Angel city Press, 1995, s.99

görmüş, filmin gardırop bütçesini arttırmıştır. O yıl Hedda Hopper dergisi okurları onu yılın en iyi kadın yıldızı ilan etmiştir. O günden sonra “high Fashion” seksi gardırobu filmlerinin imzası olmuştur. Hayranları onun boyalı kürklerini, şapkalarını ve modern elbiselerini ve vücut hatlarını ortaya çıkaran takımlarını çok sevmişlerdir. Sivri burunlu çivi topuklu ayakkabılarının herkes peşine düşmüştür. Doris Day’ın yıldız haline gelişi ve moda ikonu oluşu aynı döneme rast gelmiştir. İki unsur birbirini başarıyla tetiklemiştir.

Kendini kadın hayranlarının en iyi arkadaşı olarak lanse etmiştir. 1950’de “Tea For Two” filminde, 1953’de gerçek ben diye adlandırdığı “Calamity Jane” filminde özellikle Amerikalı kadınlara nasıl ciddi olunacağını göstermiştir.

Kocası ve menajeri Marty Melcher’in yarattığı komşu kızı imajı amacına tamamen hizmet etmiştir. Kariyerinin dönüm noktası filmlerinden olan “Love Me Or Leave Me” 1955 filminde canlandığı şarkıcı karakteri baştan çıkarıcı giysileriyle, canlı ve şehvetli bir kadını hayranlarına tanıştırdı.(R.59) Alfred Hitchcock’un “The Man Who Knew Too Much” Çok Şeyi Bilen Adam 1956 filminde ve müzikal bir film olan “The Pajama Game” de (1957) oyunculuk yeteneklerini göstermiştir (R.60)

1960-65 yılları arasında seksi Doris Amerika box ofis listelerinde yükselişini devam ettirmiştir. Bu yıllarda 40larda 50lerde Warner Brothers ‘ın ona dayattığı sevimli, masum cazibe imajının yerine High Fashion imajını tercih etmiştir. Göz kamaştırıcı erken dönem filmlerindeki tarzı için” *Warner Brothers için yaptığım hangi filmi gösterirseniz gösterin Doris Day’i gülünç bir kıyafet içinde görürsünüz*”⁹⁸ diyerek eski imajını neden tercih etmediğini belirtmiştir. Hatta 1948’deki Oscar törenine katılırken kendisi giyinmiş hatlarını ortaya çıkararak seyircilerini şaşırtmıştır. Hoşlanmadığı imajına aynı yıl oynadığı “Romance on the High Seas” filminde ki tarzını örnek gösterilebilir.(R.61) Film stüdyosuyla anlaşması bittiğinde neşeli, kendinden emin, bakımlı kostümlerle net bir imaj çizmeye başlamıştır.O dönemden bu döneme yaşadığı değişim moda da ki en iyi değişim örneklerinden biri olmuştur.Çıplak bir kadınla baştan çıkarıcı giysileri olan bir kadının farkını göstermiştir. Doris day, Monroe’ nun oynadığı ancak yarım kalan

⁹⁸ Patty Fox, **Star Style:Hollywood Legend as Fashion Icons**, California, Angel city Press, 1995, s.107

“Something’s Got to Give” Aşkta Herşey Mümkün filminin yeniden çevrimi olan “Move Over, Darling “ 1963 filminde Monroe’nun rolünü almıştır. Monroe’un havuzda yüzdü sahnenin yerine ise son moda elbiseler içinde araba yıkaman içinde sırlıklam ıslanmıştır. Hayranlarına moda olmak için giyinmemelerini öğütlesede her türlü yeni akımı takip etmiştir.”*Vogue’un onaylayıp onaylamaması beni ilgilendirmiyor*”⁹⁹ demiştir.

1967 yapımı Caprice filminde de modern sokak giysileriyle stilini göstermiştir. Bu filmdeki gardırobu 42 yaşındaki aktristin Londra da ki yeni tarzlar gibi genç bir tarz istemesi üzerine üç kez yenilenmiştir. Filmde zamanının en kısa eteklerini giyinmiştir. Filmlerde giyindiği kostümlere çok önem vermiş ve hepsini saklamış hatta bazı davetlerde kullanmıştır. (R.62) Doris Day’in moda düşkünlüğü fanatiklerinin ona sağdık kalmasına sebep olmuştur.1968 den beri film çevirmemesine rağmen izleyicileri ve modaya hala ilham vermektedir.



Resim 56 Doris Day¹⁰⁰

⁹⁹ Patty Fox, **Star Style:Hollywood Legend as Fashion Icons**, California, Angel city Press, 1995, s.104

¹⁰⁰ http://celebrity-pics.movieeye.com/celebrity_picture_viewer.asp?photo_id=1110&cid=16959



Resim 57 Doris Day¹⁰¹

¹⁰¹ <http://verdoux.wordpress.com/2008/03/04/doris-day/>



Resim 58 "Pillow Talk" 1959 filminden bir sahne¹⁰²

¹⁰² <http://hookedonhouses.net/2009/02/23/the-sets-from-pillow-talk-with-doris-day-rock-hudson/>



Resim 59 "Love Me Or Live Me" 1955 ¹⁰³

¹⁰³ www.altfg.com



Resim 60 "Love Me Or Live Me" setinde Doris Day¹⁰⁴

¹⁰⁴ <http://www.corbisimages.com/Enlargement/>



Resim 61 "Romance on the High Seas" filminde Doris Day¹⁰⁵



Resim 62 Caprice¹⁰⁶

¹⁰⁵ <http://www.dvdtalk.com/reviews/27448/doris-day-collection-vol-2-the/>

¹⁰⁶ <http://www.fancast.com/movies/Caprice/70849/photos/887524726/Caprice?endState=1>

3.2.7 Audrey Hepburn

Audrey Hepburn Belçikanın Brüksel kentinde 1929'da doğmuştur. Hepburn'un küçük yaşlardan bu yana sinemaya büyük ilgisi olmuştur. Savaşın bitmesinden sonra oyuncu olabilmek için Londra'ya gitmiş ve bir bale okuluna yazılmıştır. Bir süre sonra da modellik yapmaya başlamıştır. Hepburn'ün, ilk filmi 22 yaşında rol aldığı "Young Wives Tale"dır (1951). İlk filminde güzelliği ve zarafeti ile izleyen herkesin dikkatini çekmiş, hızlı bir şekilde yükselişe geçmiştir.

1950'lerde Marilyn Monroe'nun ve Elizabeth Taylor'ın altın yıllarını yaşadığı zamanlarda, sıska düz hatlı bir kızı şaşalı ve ihtişamlı olarak nitelendirmek, ona bir yıldız demek mümkün değildir. Bu tanrıçaların dünyasında Audrey görülmemiş bir şekilde sıyrılmayı başarmıştır. Bir moda ikonu olmak konusunda karalığı, imajı her yıldız gibi hesaplı kitaplıdır ve sadece ona atfedilecek bir tarzı olmuştur. Audrey kendi üzerinde nelerin işe yaradığını ve nasıl kullanması gerektiğini bilerek davranmıştır. Marilyn gibi yıldızlar dekolterileriyle ihtişam yaratırken o dik yaka giyinmeyi tercih etmiş. Yuvarlak hatlar ve seksapel yerine masumiyetini kullanmıştır. "Ben her zaman küçük bir kız gibi göründüm ve bunu her zaman avantajıma kullanmayı bildim" demiştir. İmajı II. Dünya Savaşı sırasında Hollanda'da geçen çocukluğunu yansıtmaktadır. Nazi askerlerinin baskısı altındaki direnişi simgeleyen bir mesaj gibidir.

Aynı imajı, "Roman Holiday" Roma Tatili filmindeki gibi Hollywood sahnelerinde de kullanmıştır. (Resim 63) Meşhur kostüm tasarımcısı Edith Head bu filmde görev alınca öncelikle, genel olarak onun dış görünüşündeki hatalarını incelemiş, boynunu gereğinden fazla uzun olduğunu, omuzlarının fazla geniş, kaşlarının fazla kalın, dişlerinin fazla çarpık, ayaklarının vücuduna göre büyük olduğunu söylemiştir. Ama Audrey dişlerine tel taktırmayı ve kaşlarını aldirtmayı ret etmiştir. Aslında Edith Head bu kızın güzelliğinin kaynaklarını bulmuştur. "bu kız modanın ötesinde. Diğer kadınlardan farklı gözükmeyi özellikle seçiyor ve bu farklılığını da en büyük varlığı olarak kullanıyor" demiştir. Audrey üzerine, ne yapacaklarını karar verdikleri 10 saat süren çalışmaları

sırasında güzelliğe daha çabuk çözüm getirecek şeyler bulmuşlar. Aldıkları tüm kararlar gerçek Audrey'i yansıtacak şekilde verilmiştir. Mesela o zamanlar moda olmayan görünümünü kullanacak kararlar vermişler, geniş omuzlarını daha da vurgulayacak detaylar kullanmaya, uzun boynunu bir Kuğu gibi göstermek içinde özel yaka tasarımlar düşünmüşlerdir. Hatta kalçalarını yuvarlak göstermek için ekstra pedler kullanmamışlar. Head ve Hepburn dansçı vücudunun avantajlarını kullanmanın yollarını bulmuşlardır. Head öncelikle Audrey'nin üzerine yakışacak imajın skeçlerini yapmıştır. Yaptıkları her şey onun izleyiciyi kazanmasını sağlamıştır ama Hepburn zaman içinde Head'in daha tutucu olan tasarımlarından uzaklaşmıştır.

Givenchy ve Hepburn'ün çalışması 1954 yılında başlamıştır. "Sabrina" filmini çeken oyuncu filmde Fransa'dan ülkesine dönen kızın değişimini anlatabilmek için Fransız bir modacı olan Givenchy ile tavsiye üzerine çalışmaya başlamıştır. (Resim 64) Filmde Sabrina'nın değişimi sırasında Hepburn de Givenchy de bir değişim geçirmiş birbirlerinin imajlarını etkilemişlerdir. Givenchy o dönemin en genç ve yenilikçi modacılarından biridir. Öncelikle Audrey'in kusurlarını öne çıkarıp lanse etmişlerdir. Bu o döneme göre yeni bir taktiktir çünkü o güne kadar, günün modasının dışında güzelliğe sahip her büyük yıldızın kusurları bir şekilde gizlenerek halka sunulmuştur. Günümüzde de kusurları daha çok öne çıkararak halka kabul ettirme taktiği kullanılmaktadır.

Hepburn neden Givenchy ile çalışmayı tercih ettiğini "o tarihten itibaren beni her zaman o giydirdi" demiştir. Neden onunla çalıştığını ise şöyle anlatmıştır "cevap basitti sanatsal başarıları, yeteneği ve özel bilgisinin yanı sıra ılımlı, melek sabrı ve espri anlayışı beni her zaman etkiledi. Moda anlayışı benimle her zaman uyumluydu" diyerek açıklamıştır. Givenchy sinemada olduğu kadar özel hayatında da onun için doğru seçim olmuştur. "Givenchy'nin kıyafetleri tuhaf durumlar ve insanlar karşısında bana koruma hissi verdi, kendimi hep iyi hissettim. Şöyle diyebilirim ki Hubert de Givenchy beni yıllar içinde yarattı" Bu durum tabii ki sadece Hepburn'ün işine yaramamıştır sinema ve Audrey sayesinde o da adını ve tasarımlarını tüm dünyanın gözleri önündeki bir kadın üzerinde tanıtmıştır.

Givenchy Belçikalı Audrey'de savaş zamanında Nazilerden kaçıp saklanan, açlıkla savaştan ama hayatta kalmayı başarmış bir kadın, saf, narin bir çocuğun güzelliğini görüp onu yansıtmıştır.(Resim 69) Tasarımcı onun vücudunun modayı taşıyıp gösterebilecek bir vücudu olduğunun farkına varmıştır. Bu erkeksi hatları gösterecek giysiler tasarlamıştır. Audrey de böyle bir bedene sahip olduğunun farkında olduğundan ve savaş sırasındaki giyim tarzı da böyle olduğundan ötürü, rahatlıkla bu giysileri kullanmıştır. Audrey Hepburn tarzı olarak yeni bir tarz yaratmışlardır. Dar belli etekler, üçgen bağlanmış eşarplar, yüzüne büyük gelen siyah gözlükler, en iyi kumaş, en ince gösteren kalıplar, açık yakalar, kısa paça dar pantolonlar, onun stiline bir parçası olmuşlardır. "Sabrina " filminde giyindiği kayık yakalı siyah elbise kısa sürede alışveriş merkezlerinin vitrinlerini süslemiş, kadınlar arasında giymeye başlanmıştır(Resim 65).

Audrey Hepburn hep modanın önünde gitmiş 50'lerin en ultra stil sahibi kadını Jacqueline Kennedy bile eşinin başkanlık seçimleri dönemi ve ilk yıllarında Audrey Hepburn tarzı giyinmeye başlamış, ancak bunu bir Amerikan başkanı eşi olarak Fransız bir modacıdan edinmenin doğru olmayacağını düşünerek Amerikalı bir modacıdan istemiştir. İlaç kutusu şapkalar, dümdüz kesimli takımlarını kullanmışlar. Her iki kadın da klasik tarzın bir duayeni olmuşlardır.(Resim 67) Ancak bu imaj sadece Givenchy'ye mal edilecek bir imaj değildir, bu imajda Audrey'nin de payı çok büyüktür. Audrey her zaman özel gardırobunda yaratıcı, hızlı ve kontrolcü olmuş, gereksiz aksesuarları kullanmamıştır. Erkek gömleklerini düğmelemeden giyinmiş, siyah bodyler kullanmış, boynuna eşarp takmış, dikişsiz düğmeli etekler, kazaklarını ters giyinmiştir. Stili zaman zaman sinemayla örtüşmemiştir. Örneğin "Funny Face" filminde yönetmen sahne gerisindeki bale kostümünü giyinmesini istemiştir, siyah body beyaz çorap siyah bale pabuçları ama Audrey bunu giyinmeyi reddetmiş çünkü beyaz çorap ve siyah ayakkabıların bacaklarını daha kısa göstereceğini düşünmüş sonunda ikna olarak giyinmiştir. (Resim 66) Ayakkabı olarak düz ayakkabıları tercih etmiştir.

Tasarımlarını ve adını dünyaya duyuran bir diğer tasarımcı da İtalyan ayakkabı tasarımcısı Salvatore Ferragamo olmuştur. (Resim 68) Ferragamo 1954'te Hepburn için

babet ayakkabıları tasarlamış, babetler tüm dünyada moda olmuştur. *Siyah sade bir üst, sigaret pantolon ve siyah babetten oluşan minimal giysi kombinasyonu, Audrey Hepburn'ün en çok taklit edilen giysileridir.*¹⁰⁷

“Two for the Roar”(1967) filminde yönetmen Stanley Donen Givenchy ile çalışmayı ret etmiş, zamanın yeni markaları olan Paco Rabanne ve Mary Quant'le çalışmıştır.(Resim 70-71) Bu durumda Hepburn bütün detaylarla ilgilenerek, özenle oluşturduğu imajını korumaya çalışmıştır. Audrey kostüm tasarımcısının hazırladığı giysilerden en iyi 23 parçayı bulana kadar 75ini reddetmiştir. Film vizyona girdiğinde çizgili jarse elbiseler ve çok renkli kumaşlarla yepyeni bir görüntü kazanmıştır. Bütün izleyiciler daha genç ve yeni bir trendle 60'ların ötesinde bir tarzla karşılaşmışlardır. Fakat bunun da ötesinde artık Audrey sokağın kendisinden gelen moda kapılarını açarak, sofistike kadının da sokak modasını takip edebileceğini görmüş ve izleyiciye kanıtlamıştır.

1981'deki “They All Laughed” filminde yönetmen Peter Bogdanovich Hepburn'ün jeanli klasik görüntüsünü beğendiği için filmde de onu kullanmıştır. Filmin bütün kostümlerini Hepburn'nün kendi gardırobundan seçmiştir. Hatta film sırasında kullanılan makyaj bile onun tarzıdır. Audrey kendine bakarak kaşları ve gözlerini vurgulaması gerektiğine karar vererek gözünün altına ve üstüne bolca siyah eyeliner kullanarak kendine bir makyaj stili yaratmış. Bu stil döneminin büyük gözlü kadınlarının yıllarca taklit edeceği bir stil olmuştur.

Audrey Hepburn'ün moda konusunda dünyayı sarsan filmi “Breakfast at Tiffany's” Tiffany'de Kahvaltı olmuştur. Film neredeyse tüm kostümleriyle izleyicinin aklına kazınmış. Modada iz bırakmıştır. Bu film daha kapsamlı olarak 1960-69 yıllarında modayı etkileyen filmler bölümünde incelenmiştir.

Kendini yıldız yapan bu görüntüye rağmen kendini her zaman eğitmeye çalışmıştır. Trendler değiştikçe daha az makyajlı bir tarzı benimsemiş, gardırobunu da nötr

¹⁰⁷ Yasemin Akyol, ‘Stil İkonu’ Olgusunun Tekstil Modası Açısından İncelenmesi , M.S.G.S.Ü. Tekstil Y.L. Tezi, İstanbul-2007,s.26

renklerden daha canlı renklere çevirmiş, cildi üzerinde güzel duran canlı kırmızı, şeftali ve pembeyi kullanmıştır.(Resim 72) Hayatını hep öncelik sıralarına koymuş önce aile, sonra imaj, sonra kariyer olarak belirlemiştir. Audrey'nin çok çalışarak tasarladığı ve dikkatle beslediği imajı tüm dünyanın hayranlığını kazanmıştır. Bir stil tavsiyesi olarak *“eski imajınızla çok savaşmayın”*¹⁰⁸ demiştir.

XXI. yüzyılda hala stiliyle modayı etkilemeye devam etmektedir. İnternet sitelerinde ve moda dergilerinde Audrey'nin tarzını yakalamak için ne giyilmesi gerektiği hangi filmde ne giyildiği kolâjlarla anlatılmaktadır.(Resim 73) Moda dergilerinde yine onun stili örnek gösterilmektedir. Ayrıca günümüz modacılarının da ilham perisidir.



Resim 63 1953 Audrey Hepburn “Roman Holiday” filminde¹⁰⁹

¹⁰⁸ Patty Fox, **Star Style:Hollywood Legend as Fashion Icons**, California, Angel city Press, 1995, s.121

¹⁰⁹http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Audrey_Hepburn_screentest_in_Roman_Holiday_trailer_2.jpg



Resim 64 1954 Sabrina, Audrey Givenchy kostümleriyle.

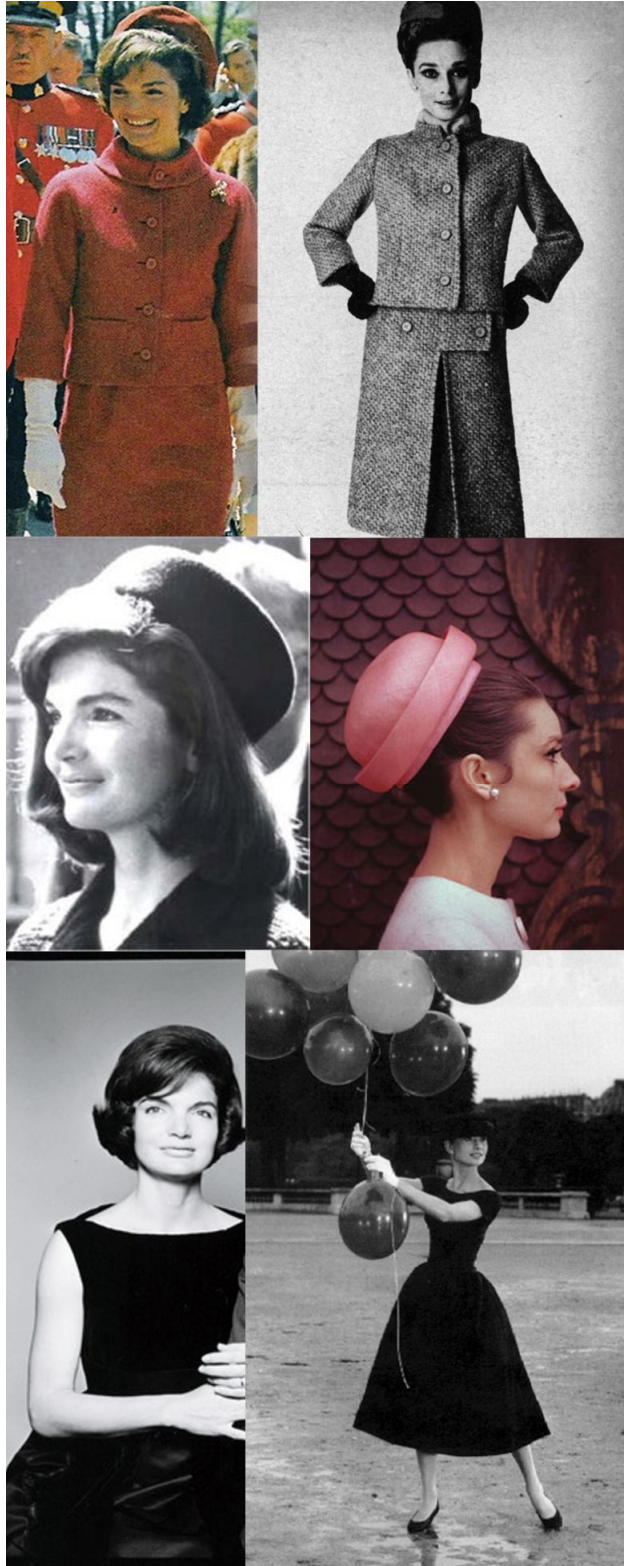


Resim 65 "Sabrina" filminden ünlü kayak yaka elbisesi



Resim 66 "Funny Face" 1957 ¹¹⁰

¹¹⁰http://us.cyworld.com/club/imagebbs/club_imagebbs_list.php?clubid=208000000325&folder_type=1



Resim 67 Jacqueline Kennedy ve Audrey Hepburn



Resim 68 Audrey Hepburn ve Salvatore Ferragamo¹¹¹



Resim 69 Audrey Hepburn ve Hubert de Givenchy¹¹²

¹¹¹ <http://www.shoeblog.com/blog/designer-fug-salvatore-ferragamo/>

¹¹² <http://visualvamp.blogspot.com/2009/01/sorry-im-late-audrey.html>



Resim 70 Two For The Road filminden bir sahne¹¹³



Resim 71 Two For The Road Filminden bir sahne¹¹⁴

¹¹³ <http://www.modculture.co.uk>

¹¹⁴ <http://community.livejournal.com/ohnotheydidnt/35958334.html>



Resim 72 11.1.1964 Vogue moda çekimi



Resim 73 İnternette yayınlanan Hepburn tarzı giyim kolajlarına bir örnek¹¹⁵

¹¹⁵ www.polyvore.com/.../set?id=6229518

3.3. XX. yy.'da Modayı Etkileyen Filmler

*Tek bir anda bir filmin karanlık bir sahnesinde, izleyici bir elbisenin ya da figürün varlığıyla büyülenir. O andan itibaren izleyici o imaja sahip olmak ister. İşte bu bir trendin başladığı andır.*¹¹⁶

Filmler dönemlerin kültür ve tarihinin belgelerini oluşturmuşlardır. Dönemin, düşünce tarzını, yaşantısını, giyimini sergilemişlerdir. Çoğunlukla da sinema tarihine damgasını vurmuş filmler tarzı ne olursa olsun, kostüm tasarımcıları en kayda değer işlerini çıkarmışlar, moda dünyasında tarzlarıyla iz bırakmışlardır. Filmlerin modaya etkileri incelendiğinde sinema tarihinin en önemli kostüm tasarımcılarını ve yaptıkları işleri anlatmak zorunludur. Sinemanın tarihine göz attığımızda çok sayıda filme ve yıldız kostüm tasarlamış isimlerden örnekler verilecektir.

1920'lerden bu yana sinema gerçek hayatı yansıtmış ve en önemlisi de etkilemiştir. I. Dünya Savaşı dönemlerinde "daha az daha çok" sloganıyla, kostümlerindeki şaşaaı bir kenara bırakmış yıldızlarına, gerçek hayattaki ambulans kullanan, hemşirelik yapan, evini geçindirmeye çalışan kadının giysileriyle paralel olarak değiştirmiştir. Bu rahat gösterişsiz, düz kesimli kıyafetlerle yıldızlar da kendilerini daha rahat hissetmiş, daha etkili bir imaja sahip olmuşlardır.

1920'lerden sonra sinema tekniği açısından da büyük gelişmeler yaşanmış, bu da kostümleri etkilemiştir. Artık kameralar daha net görüntü alıp, yakın çekim yapabildiklerinden giysilerdeki ayrıntılar daha görünür hale gelmiş, işlemeler, dikişler, drapeler büyük önem kazanmış, kadın yıldızları giydirmek önemli bir gayret gerektirmeye başlamıştır. Kostümler, tasarımcılar tarafından oyuncuya özel tasarlanır ve dikilir olmuştur. Sinema yıldızları Joan Crawford ve Greta Garbo'nun gardıropları kendileri kadar birbirinden farklı olmasına karşın Gilbert Adrian tarafından başarıyla giydirilmişlerdir.(Resim 74) Gilbert Adrian 1925'te "The Eagle" Kartal adlı filmde

¹¹⁶ Regine ,Peter W. Engelmeier, **Fashion in Film**, Munich, Prestel,1997,s.7

asimetrik ve tarihten esinlenerek kullandığı motifleriyle ün kazanmış bir tasarımcıdır. "The Wizard of Oz" Oz Büyücüsü gibi büyük filmlerin de kostümlerini tasarlayarak kariyerine devam etmiştir. Adrian'ın en iyi işlerinden biri Joan Crawford'un 1932'de oynadığı "Letty Lynton" filmindeki Crawford'un birebir vücut özelliklerine göre hazırlanan stilidir.(Resim 76) Crawford'un omuzları geniş, beli kalın olduğundan Adrian onun için omuzlarını daha da vurgulayan kalçasından sonra da 'V' şeklinde yere açılan eteğiyle art deco tarzı bir giysi tasarlamıştır. Böylece aktristin görüntüsü yukarı ve aşağı üst üste duran iki 'V' şeklinde olmuş, vücut hatlarını daha kadınsı göstererek estetik bir görüntü elde etmiştir. Dünya tarihine kostümleri ve karakterleriyle damga vuran diğer işleri için de Greta Garbo'nun oynadığı "MataHari" ve "Camille" filmleri örnek olabilir.(Resim 75)

Tasarladığı film kostümleriyle modada iz bırakan bir diğer isim ise 1932'de "Shanghai Express" ve "Blonde Venus" gibi bir çok filmde Marlene Dietrich'i giydiren Travis Banton'dır.(Resim 77) Banton kumaşı verev kullanmış, renge desene çok önem vermiş, en çok da ışığı nasıl yansıttığı üzerinde durmuştur. Tasarım süresince Marlene Dietrich ve Carole Lombard gibi çalıştığı yıldızları bu sürecin içinde olmaya zorlamış, saatler süren otriş ve kumaş provaları yapmış, oyuncusuyla ilgili her detay üzerinde çalışmıştır. Hatta Marlene Dietrich için elini ince gösterecek parmaklarını bile oynatamadığı eldivenler bile giydirmiştir.

Irene Gibbons ve Helen Rose da Hollywood'un ünlü kostüm tasarımcılarından. Bu tasarımcıların giydirdiği yıldızlara ve filmlere örnekler şunlardır; Irene Gibbons ilk önceleri Joan Crawford'u savaş yokluk dönemi filmlerinde süslü kumaşlar, işlemeler olmadan, düz kumaşlarla şıklaştırmayı başarmıştır. Daha ileriki yıllarda yaptığı işler de 1949'da "The Barkleys of Broadway" filminde Ginger Rogers'ı giydirmiştir ve daha bir çok filminde onun kostümlerini yapmıştır. O yıllarda vücut ve yüz şekli değişip kalınlaşan Rogers'ın görünümünü tülde giysiler ve eşarplarla yumuşatmıştır.(Resim 78) Ginger Rogers dışında Doris Day, Constance Bennett gibi isimlerle de birçok filmde çalışmıştır.

Helen Rose 1956'da Grace Kelly'in gelinliğini tasarlayan kostüm tasarımcısıdır. Bu gelinlikle dönemin gelinlik modasını etkilemiş klasik zarafet ve asaletin sade bir simgesi olmuştur.(Resim 79) Grace Kelly'le birçok filmde çalışmıştır. Bunlardan biri de 1956 yapımı "High Society" Yüksek Sosyete filmidir. Kelly'nin bu filmde giyindiği pembe üstü tülle kaplı işlemeli elbisedir.(Resim 80) Kelly elbiseyi çok beğenmiş evlendiğinde Monako'ya götürmüştür. Rose ayrıca 1958 "Cat on a Hot Tin Roof" Kızgın Damdaki Kedi, 1950 "Father of the Bride" Gelinin Babası filmlerinde Elizabeth Taylor'ı giydirmiştir. "Cat on a Hot Tin Roof"da oyuncuya süslemeden uzak, tek renk, bel ve göğüs bölümünü vurgulayan Taylor'un güzelliğini ve yeteneğini ön plana çıkarmıştır.(Resim 81) Rose fotoğrafta iyi duran kumaşı bulma konusunda ustaydı, en egzotik ve pahalı kumaşları kullanmıştır.

Hollywood'un kostüm tasarımcıları içerisinde en ünlüsü birçok kez kostüm tasarımı dalında Academy ödülü kazanmış olan Edith Head'dir. Head 1947'de Fransa'da gördüğü newlook akımından etkilenmiş, bu tarzı kostüm estetiği içerisinde kullanarak Hollywood tarzını oluşturmuştur. Sayısız filmde kostüm tasarımcılığı yapmıştır. Giydirdiği yıldız tasarımıyla filmin içinde parlatmayı başarmış, giydirdiği oyuncuların öne çıkmasını sağlamıştır. 1950'de "All About Eve" Perde Açılıyor filminde Bette Davis'i giydirmiştir; oyuncunun giyindiği, yakasında koca fiyonklu bluzları onun eseridir. Head kullandığı fiyonkla, Davis'in yüzünü daha canlı ve yumuşak göstermeyi amaçlamıştır. (Resim 82) Ayrıca Head, Alfred Hitchcock'un filmlerindeki zamansız hale gelmiş olan gri kadın takımlarının yaratıcısıdır. 1954'te "Rear Window" Arka Pencerede Grace Kelly'in kadınların rüyalarını süsleyen elbiseleriyle, filmde yüksek modağa uygun bir gardırobu başarıyla hazırlamıştır.(Resim 83) 1958 "Vertigo"da Kim Novak'ın şüpheli ve gizemli görüntüsünü daha flu göstermek amaçlı tasarlanan klasikleşmiş, mesafeli bir zarafetin sembolü olmuş gri etek ceket takımı tasarlamıştır. 1963'te "The Birds" Kuşlar filminde ise tanınmamış bir aktris olan Tippi Hedren'in gerilim dolu filmin içinde kaybolmamasını, rahat takip edilebilmesini sağlamak için oyuncuya yüzüne sarışınlığıyla zıt düşen, hatırdakalacak bir yeşil kostüm hazırlamıştır.(Resim 84) Head kadın oyuncularında zamansız bir

zarafet yaratmayı ve seyirciyi perdeden etkileyip zihinlerinde yer etmeyi başarmış, modayı daimi olarak etkilemiştir.

Kostüm tasarımcısı bir filmde oyuncuyla hikâyenin bütünlüğünü sağlayabilmek için her bir karakterin nasıl görünmesi gerektiğine karar verir. Bu durumda kostüm tasarımcısının başarısı, prodüksiyonun başarısı kadar önem taşımaktadır. Audrey Hepburn “War and Peace” Savaş ve Barış filmindeki kostümcüsü Maria de Matteis için “Natassia kostümleri öyle iyi tasarlandı ki, bir aktris olarak sadece nefes almam yetti .” demiş ve eklemiş “Giysiler insanları yaratır, kostümlerse aktör ve aktrisleri yaratır.” Bu büyük bir oyuncunun ağzından bir filmde kostümün ve kostüm tasarımcısının önemini çok iyi anlatmaktadır.

İnsanlar günlük hayattaki rollerini sürdürürken, giysilerinin bazılarını bir filmde ilham almış olabilmektedir. Bir trençkot, kısa siyah bir elbise, Siyah deri ceket, kot pantolon, beyaz t-shirt hep bir film sahnesinden geçip arzuları süslemektedir. Bu kıyafetler alınıp giyildiğinde herkes birer, Audrey Hepburn, James Dean, Marlene Dietrich, *Humphrey Bogart* olup kendi vücutlarında onları taşımaya başlamışlardır. İnsanlar onların varyasyonları, kopyaları olmuşlardır. Oscar Wilde’ın dediği gibi “onlar yaşamdan daha gerçektirler.”

1920’lerden günümüze kadar pek çok film modayı etkilemiştir. Humphrey Bogart, Casablanca filmiyle trençkotu klasikleştirmiş, Brigitte Bardot, bikiniyi dünyaya tanıtmıştır(Resim 85-86). Bu giysiler günümüzde dahi bu isimlerle birlikte anılmaktadır. Bu filmlerden bazıları dönemin giyim modasını etkilemenin de ötesine geçerek giysilerin birer simge haline gelmesini sağlamıştır¹¹⁷. Brigitte Bardot “et dieu crea la femme” (1956) Ve Tanrı Kadını Yarattı filmindeki bikinili ve cüretkâr tavırlarıyla bikini ve onun çekiciliği için yeni çağrışımlar oluşmasına sebep olmuştur.

Popüler müziğin yaygınlaştırdığı giyim stilleri televizyon aracılığıyla kısa sürede tüm dünyaya yayılmıştır. *Moda tasarımcıları rock ve sanat imgelerine yeniden odaklanarak ve*

¹¹⁷ Yasemin Akyol, ‘Stil İkonu’ Olgusunun Tekstil Modası Açısından İncelenmesi , M.S.G.S.Ü. Tekstil Y.L. Tezi, İstanbul-2007,s.20

*bu imgelerde rötuşlar yaparak bu imgeleri satılacağına kesin gözüyle bakılan ürünlere dönüştürürler.*¹¹⁸

*1920'lerden 1960'a kadar olan dönemde yıldız kitleleri ve modayı etkilerken 1960'lı yıllardan 2000'lere kadar müzik sektörü ve televizyonun da devreye girmesiyle film yıldızları yerlerini müzik yıldızlarına bırakmışlardır. Ancak filmler bu dönemde kitleleri etkilemeye devam etmiştir. Bu dönemde popüler müzik yıldızlarının giyim stilleri televizyon sayesinde tüm dünyaya ulaşmıştır. Moda tasarımcıları rock ve sanat imgelerine yeniden odaklanarak ve bu imgelerde rötuşlar yaparak bu imgeleri satılacağına kesin gözüyle bakılan ürünlere dönüştürürler.*¹¹⁹ 2000 yılından günümüze bakıldığında film yıldızlarının tekrar eski gücüne kavuştuğunu yıldızlık kadrosunu müzisyenlerle eşit şekilde paylaştığını görüyoruz.

XX.yy.'da modayı etkileyen filmler bölümünde, 1910'dan 2000 yılına kadar çevrilmiş olan, XX.yy. ve günümüz modasını hala etkileyen filmlerden belli başlı örnekler verilmiştir.



Resim 74 Gilbert Adrian ve Greta Garbo¹²⁰

¹¹⁸ Diana Crane, **Moda ve Gündemleri**, Türkçesi: Özge Çevik, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2003, s.28

¹¹⁹ A.g.k, s. 241

¹²⁰ www.garboforever.com/Adrian_Gilbert.htm



Resim 75 1931 "Mata Hari" Greta Garbo¹²¹

¹²¹ www.doctormacro1.info/.../M/Mata%20Hari.htm



Resim 76 1932 "Letty Lynton" Joan Crawford¹²²

¹²² http://bridechic.blogspot.com/2008_11_01_archive.html



Resim 77 1932 "Shanghai Express" Marlene Dietrich¹²³

¹²³ [www.doctormacro1.info/.../News%20\(2007-11\).htm](http://www.doctormacro1.info/.../News%20(2007-11).htm)



Resim 78 1949 "The Barkleys of Broadway" Ginger Rogers¹²⁴

¹²⁴ <http://www.doctormacro1.info/Movie%20Star%20Pages/Astaire,%20Fred-NRFPT.htm>



Resim 79 1956 Grace Kelly ve gelinliđi¹²⁵

¹²⁵ <http://www.philamuseum.org/collections/permanent/56621.html?mulR=20022>



Resim 80 1956 “High Society” ve Kelly’nin kostümü¹²⁶

¹²⁶<http://hubpages.com/hub/Fashion-Designers-of-the-Twentieth-Century>



Resim 81 1958 "Cat on a Hot Tin Roof" ve Elizabeth Taylor¹²⁷



Resim 82 1950'de "All About Eve" Bette Davis¹²⁸

¹²⁷ <http://www.answers.com/topic/elizabeth-taylor-large-image>

¹²⁸ <http://www.doctormacro1.info/Movie%20Star%20Pages/Davis,%20Bette-Annex.htm>



Resim 83 1954'te "Rear Window" da ki kostümüyle Grace Kelly¹²⁹



Resim 84 1963 "The Birds" Tippi Hedren¹³⁰

¹²⁹ <http://johneaves.wordpress.com/2009/08/04/55th-anniversary-of-rear-window/>

¹³⁰ <http://thisdistractedglobe.com/2007/10/30/the-birds-1963/>



Resim 85 Casablanca (1942) *Humphrey Bogart*¹³¹



Resim 86 Brigitte Bardot¹³²

¹³¹ <http://movies.yahoo.com/movie/1800020867/photo/560125>

¹³² http://www.puretrends.com/media/brigitte-bardot-fait-une-apparition_m205529

3.3.1 1910-19 Yıllarında Moda ve Filmler

XX. yüzyılın başlangıcından I. Dünya Savaşı'na kadar geçen sürede değişen sosyal yaşam, şehirleşme süreci ve teknolojinin gelişimiyle birlikte kadınların toplum içerisindeki rolleri de değişim göstermeye başlamıştır. Savaş sırasında çalışmak zorunda kalan kadınların eşitlik, özgürlük arayışları ve geleneksel tutumlara karşı gelme eğilimi yepyeni bir kadın imajının doğmasına sebep olmuştur; "güçlü, olgun ve soğukkanlı modern kadın" portresi. Bütün bu gelişmeler yepyeni giyim stillerini de beraberinde getirmiştir. 1900'lerdeki modacılar, günlük yaşantının her alanına dâhil olan kadınlar için çeşitli gardıroplar hazırlamak zorunda kalmıştır. Sosyal aktiviteler ve spor faaliyetler için ayrı, partiler ve balolar için ayrı kıyafet ve aksesuarlar kullanılmaya başlanmıştır.

I. Dünya Savaşı'yla birlikte kadın giysileri fonksiyonelleşmiş, ciddileşmiş, etekler kısalmıştır. Tunikler, apoletler, piriç düğmeler, kepler ve kürk miğferler takmışlardır. Kısa saç kesimi ve erkeksi giyim şıklık olarak görülmüştür. Askeri üniformaların izlerini taşıyan kadın ceketleri ve mantoları moda olmuştur. Erkeklerin çoğunluğu üniforma giydiğinden erkek modasında bir değişme gözlenmemiştir. Erkeklerde ise şık olmanın tek yolu üniforma giyinmek haline gelmiştir. Takımın yakasının, kravatı ya da kesiminin mükemmel olması bir giysiyi şık yapan öğeler olmaktan çıkmış, önemli olan renk olmuştur. Bu renkler İngiliz teğmenlerinin giyindiği haki, Alman askerlerinin toprak grisi ya da Fransız ordusunun toz mavisidir. Bu dönemde çoğu hükümet sinemanın savaş propagandasında ne kadar önemli bir yere sahip olduğunu anlamış ve stüdyolar bu filmler için teşvik edilmişlerdir. Sinemanın insanları etkileme gücü bu dönemde anlaşılmuştur. Hollywood'un büyük şirketlerinden MGM Alman karşıtı filmler üretmiştir.

Bu dönemde pek çok yeni moda dergisi yayınlanmaya başlamış, gazeteler moda ekleri yayınlamış, savaşa rağmen lüks kadın modası yaygınlaşmıştır.

1900'lü yıllarda yaşayan kadınların ince silüetini "S" korseler belirginleştirmiştir. Beli incelten, göğüs ve kalçayı dışarı doğru alarak vücuda S şeklinde bir kavis kazandıran

kemik belenli korseler 1900'lerin modasına imzasını atmıştır. Günlük giyimde bele oturan, kruvaze, şal yaka, asimetrik kesimli ve bolero - ceketler, kürk mantolar, dantel süslü etekler, tayyörler, tüylü şapkalar ve eldivenler kullanılmıştır. XIX.yüzyılın sonlarında görülen dantelli yakalı bluzlar ve kuyruklu etekler de kullanılmaya devam etmiştir.

XX. yüzyılın başlarında kumaş teknolojisindeki ilerlemeler, seri üretime geçiş, ilk moda fuarlarının ortaya çıkışı, mini defileler ve ilk butikler ile gelişen moda I. Dünya Savaşı'nın patlak vermesiyle bir duraklama dönemine girmiştir. Savaşın açtığı ekonomik ve sosyal yaralar giysi modasına da sadeliği dayatmıştır.

Sinema ise ilk yapıtlarını üretmeye başlamış ve tiyatroya rakip hale gelmişti. 1910'larda filmlerde kızlar erotik ve melekler kadar tatlı görünmeyi öğrenmişlerdi. Kısa uçuşan organze elbiseler, dantel ve kurdelelerle süslenmişti. Çalışan gündelikçi kızlar bile çiçekten taçlar takmış, saçlarını maşalamış, küçük ayaklarına düğmeli botlar giyinmiştir. Çünkü o dönemde izleyici psikolojik anlamda victorian döneminin korseleri içine girmiş ve buna ihtiyacı olmuştu. Daha sonra bu kızlar birer lolitaya dönüşmüşler, zamanla yerlerini siyah saçlı, siyah gözlü, çok zayıf olmayan kızlara, binaların yerle bir olduğu filmlere bırakmışlardır.

“Blue Angel” filmindeki Lola Lola karakteriyle Marlene Dietrich, gümüş rengi yaka, silindir şapka ve manşetli, siyah elbisesiyle; kendinden emin ve özgür kadın stilinin ilk adımlarını atmıştır.(Resim 87)

1.Dünya Savaşı sonrası 1919 yapımı “Don't Change Your Husband” bir yatak odası komedisidir. Film köpük ve şampanya banyosundan, ıssız bir adaya düşen bir kadının özel uşağıyla olan ilişkisini anlatmaktadır. Filmde Gloria Swanson pahalı aksesuarları, gece kıyafetleri, gümüş rengi tilki kürkleriyle, ıssız bir adada bile çok güzel gözükmeyi başarmış; seyirci bu filmde mesajı almıştır artık Swanson kraliçe olmuştur.(Resim 88)



Resim 87 "Blue Angel" filminde Marlene Dietrich¹³³

¹³³ <http://filmfanatic.org/reviews/?p=5269>



Resim 88 “Don’t Change Your Husband” Gloria Swanson¹³⁴

3.3.2 1920-29 Yıllarında Moda ve Filmler

1920’li yıllarda gelindiğinde ilk kez sinemada görüntü ve ses bir aynanda izleyiciye sunulmaya başlamıştır ve hiç kimse bunun moda üzerinde nasıl güçlü bir etki bırakacağını düşünmemiştir. I. Dünya Savaşı’nın sona ermesiyle birlikte sosyal ve ekonomik açıdan pek çok değişiklik yaşanmıştır. İşsizliğin artması sonucunda orta sınıf fakirleşirken, diğer yanda büyük ekonomik imparatorluklar kurulmuştur. Değişen yeni

¹³⁴ <http://www.classicmoviefavorites.com/demille/bathroom.html>

sosyal yapıda medya ve eğlence sektörü yükselişe geçmiştir. Giyim endüstrisi toplumun modaaya olan ilgisindeki artışı fark etmiş ve üretimi bu yöne kaydırmıştır.

1920'li yıllarda modernizm kollektif bir anlam kazanmış, modaaya uyma arzusu savaşı öncesine oranla artış göstermiştir. Toplumun her kesiminden insan, modern çağı yakalamak için zaman ve para harcamaya başlamış, modaaya, tasarıma ve özellikle de sinemaya yönelmiştir.

Hollywood filmleri bu dönemde önemli bir etki yaratmış, canlı kent yaşamını bütün açıklığıyla yansıtmıştır. *Sessiz ve siyah-beyaz filmlerde kullanılan kostümler, modaayı büyük ölçüde etkilemiş, sinema yıldızları dramatik efektler yaratmak amacıyla kontrast tonlarda kostümler kullanmışlardır*¹³⁵.

XX.yüzyılın başlarında ortaya çıkan kadınların düşünsel anlamda özgürleşme eğiliminin giyime yansıması 1920'lerin modasında daha net görülebilmektedir. Savaş sonrasında çalışmaya devam eden kadınlar daha rahat giysilere ihtiyaç duymuşlardır. Yeni jenerasyonun güzellik anlayışı değişmiş, "dar kalça - uzun bacak silueti" beğeni kazanmıştır. Coco Chanel'in günümüze kadar gelen ünlü diz altı etek boyu bu dönemde yaratılmış ve moda olmuştur.

1920'lerde büyük beden kıyafetler, erkeksi sade kesimler kullanılmış, tek parça kontrast renkli elbiseler, atkılı ayakkabılar giyilmiştir. Kadınsı kıvrımları gizleyen dikdörtgen formlu elbiseler giyilmiştir. Günlük giyimde spor giyim stiline yaklaşılmış, örgü kumaş gibi materyaller ve elâstik korseler kullanılmıştır.

Gece kıyafetlerinde ise saten, kadife gibi abiye kumaşların üzerine altın ve gümüş işlemler, püsküller, büzgüler, kordonlar, fiyonklar, drapeler, aplikeler ve kürk bordürler kullanılmış, bel hattına kadar inen sırt dekolteleyer, ipek iç çamaşırları ve file çoraplar giyilmiştir.

¹³⁵ Elif Julide Dereboy, **Kostüm ve Moda Tarihi**, istanbul, inkilap kitabevi, 2004, s.116

Viktorya tarzından kısa sürede uzaklaşan 20'lerin kadınları, modern, minimal ve geometrik yepyeni bir stili benimsemiştir. Seri üretimin yaygınlaşmasıyla bu moda hızlı ve geniş çaplı olarak yayılmıştır. Kısa düz kesimli elbiseler, bantlı ayakkabılar ve kloş şapkalar her kesimden kadının gardırobunda yer almıştır.

1920'lerde giysi modasını etkileyen pek çok unsurdan ve akımdan bahsedilebilir, ancak döneme damgasını vuran moda akımı "çarliston"dur. Savaşa tepki olarak yükselen eğlence sektörünün önemli bir parçası olan caz ve Çarliston dansının modaaya yansımalarıdır. 1925'lerin hızlı caz ritimlerinde rahatça dans edebilmek için korsersiz giyilen, püsküllü ve boncuklu bu elbiseler başlarda skandal olarak nitelendirilse de moda olmuştur. Etek boyları ve saçlar hiç görülmemiş şekilde kısalmış, kadınlar pantolon giymeye başlamıştır.

Çarliston modasından Paris'teki büyük moda evleri bile etkilenmiş, bu akıma ayak uyduramayan moda evleri kapanmış, yerine yeni modacılar ortaya çıkmıştır. Etek boylarındaki kısalma ipek çorap üretiminde patlamaya sebebiyet vermiştir.

1926-27 yıllarında sesli sinemaya geçildiğinde Aldous Huxley o dönemde sinemanın sıra dışı potansiyelini sorgulamış *"Ekranada mucizeler kolaylıkla gerçekleşiyor, en aykırı fikirler keyfi olarak bir arada sunulabiliyor, zaman ve mekân sınırlamaları göz ardı edilebiliyor"* demiş. Tarihte ilk kez sinemada görüntü ve ses bir aradaydı, hiç kimsenin ön göremediği şey ise bunun moda üzerindeki etkisinin ne olacağıydı¹³⁶. Hollywood sinemasının yıldızı Gloria Swanson bu dönemde etkili olmaya başlamıştır. Onun için kitleleri etkileyen ilk yıldız denilebilir.(Resim 89)

1928'de "Santa proud" modası ortaya çıkmıştır. Bu tarzın özelliği giysinin ne amaçla tasarlandığının ayırt edilmemesidir. Sade ve rahat kesimlidir. Pijamaya benzer ancak bir parti giysisidir ancak estetik ve güzeldir.

¹³⁶ Linda Watson, **Modaya Yön Verenler**, Türkçesi: Güneş Ayas, Güncel Yayıncılık, İstanbul, Aralık 2007, s.48



Resim 89 Gloria Swanson¹³⁷

¹³⁷ <http://nohway.wordpress.com/2009/>



Resim 90 "The Temptress" 1926

3.3.3 1930-39 Yıllarında Moda ve Filmler

1930'larda yaşanan ekonomik kriz sonrasında piyasalarda görülmemiş bir durgunluk yaşanmış, tüm dünyada otuz milyon kişi işsiz kalmıştır. Bu ani değişim moda sektöründe pek çok dengenin değişmesine neden olmuştur. Paris'teki moda evleri ardı ardına iptal edilen siparişler nedeniyle sarsılırken, Alman ve İtalyan moda evleri fonksiyonel tasarımlarıyla popülerlik kazanmıştır.

Öte yandan Hollywood tasarımcıları için Paris, ilham kaynağı olmayı sürdürmüştür. Efsanevi Hollywood yapımı "Rüzgâr Gibi Geçti" filmindeki Scarlet O'Hara tiplemesinin kostümleri Parisli modacılar tarafından hazırlanmıştır. Gilbert Adrian, ve Travis Banton gibi dönemin ünlü modacıları, Hollywood filmleri için kostümler hazırlamıştır. Bu tasarımcıların kreasyonları daha sonraları halkın giyebileceği şekle dönüştürülerek yaygınlaştırılmıştır. Ancak bu yeni iletişim aracını bir moda şovuna çevirmeyi düşünen ilk modacı Elsa Schiaparelli'dir.

Schiaparelli bugünün film kostümlerinin, yarının modası olacağına bilincinde olan sıradışı bir modacıdır. Moda piyasasındaki sarsıntılara rağmen çıkış yapmayı başaran modacılarından biri olan Schiaparelli, Salvador Dali gibi sanatçılarla ortak çalışmalar da yürütmüştür. Avangart modacı Schiaparelli'nin en büyük rakibi Coco Chanel'de 20'li yıllara damgasını vuran modern giyim tarzını savunmaya devam etmiştir. Ancak film kostümleriyle bir başarı sağlayamamıştır.

1930'lı yıllar boyunca Vogue, Paris ve Hollywood'taki yenilikler ve fikirler arasında oynadı durdu... Vogue hem Paris koleksiyonunu tanıtıyor hem Greta Garbo'nun son film kostümlerinin çizimlerine yer veriyor, hem de sinema dünyasındaki son gelişmeleri aktarıyordu¹³⁸.

¹³⁸ Linda Watson, **Modaya Yön Verenler**, Türkçesi: Güneş Ayas, Güncel Yayıncılık, İstanbul, Aralık 2007, s.52

Bu dönemde Hollywood'u Paris'ten ayıran; Paris sezonluk zaman çizelgesiyle çalışıp teknik ve geleneklere dayalı giysiler üretirken, Hollywood'un ondan birkaç yıl ilerde olması, giysiler için ilham kaynağının senaryolar ve güzel yıldızlar olmasıydı.

*Parisli tasarımcılar çok geçmeden modanın geleceğinin sinemada olduğunu fark ettiler.*¹³⁹ Coco Chanel 1930'da Amerikan oyuncularının kostüm tasarlamak için anlaşma imzaladı ve 1931'de "Tonight or Never" Bu Gece ya da Asla filminin kostümlerini tasarlayarak bu işe başladı. Filmde dönemin ünlü yıldızı Gloria Swanson'ü giydirmiştir.(Resim 92)

*Hollywood yıldızlarının kostümleri ve sinema filmlerindeki kostümler modanın akışını etkilemiş, Joan Crawford, Ginger Rogers, Jean Harlow, Marlene Dietrich'in kostümleri, sinema endüstrisinin gelişmesiyle büyük kitlelere ulaşarak modada etkili olmuştur.*¹⁴⁰(Resim 91)

1930larda Joan Crawford, Greta Garbo gibi kadınlar, hayatın her anını yaşayan ve kendi kendine yetebilen kadın figürleri olarak giyinmişler, vatkalar takmışlar, başlarına güzel yüzlerini açığa çıkararak eşarplar takmışlardır. 30'ların çalışan kadınları da sinemada onlardan gördükleri gibi giyinmeye çalışmışlar, el yapımı iki renkli takım elbiseler, pilili ya da parlıtlı etekler giyinmiş, boyunlarına dantelli boyun bağları takmış, gerçek birer tasarım olan şapkalar kullanmışlardır. Bu ürünlerin fiyatları bu çalışan kadınlar için önemli olmamıştı. Filmlerde gördükleri giyimi hemen kopyalamışlardı. Hollywood'un ana teması refah, güzellik, lüks haline gelmişti. Para femfatalin yolunu açmıştı. Beyaz perdenin tanrıçaları sırtı açık saten ya da lâme tarihi ve mistik elbiselerle, asimetric ya da düşük boyunlu giysilerle, omuzun üzerine hemen atılı vermiş gibi duran mink kürklerle sıradan dünyadan uzaklaşmışlardı. "Dinner at Night", "Camille" gibi filmlerde de boncuklu elbiseler giyinmişlerdir.(Resim 93) O filmler güzel kadınların gösterisi gibi olmuştur. Bu başarı yıldızların hep aynı tip rollerde oynamasına sebep olmuştur.

¹³⁹ A.g.k, s. 52

¹⁴⁰ Elif Julide Dereboy, **Kostüm ve Moda Tarihi**, İstanbul, inkilap kiyabevi, 2004, s.126

Hollywood görüntüsü 30'ların modası olmuştur. Sokaklar filmlerdeki kurgu karakterlerin benzerleriyle dolmuştur. Bu devirde herkes elinden geldiğince şık görünmeye çalışıyordu. Ne yazık ki Hitler ve Mussolini'nin Avrupa'da başlattığı kıyım bu ışıltılı dönemin de sonunu getirdi. Hollywood hayaline geçici bir ara verildi. Kadınlar için kemerleri sıkma zamanı gelmişti...¹⁴¹ Artık tüm dünyada kadınlar, onlar gibi görünebilmek alışveriş yapmışlardır.

Marlene Dietrich'in androjen tarzı kruvaze ceket-pantolon takımı, kravatı, düz stil ayakkabıları ve makyaj stili 30'lu yılların kadın stilini tanımlamıştır. Erkek modasında Robert Taylor, Clark Gable, Taylor Power üç düğmeli, üstten pilili, cepli, arkadan kemerli, spor ceketleri filmlerinde kullanarak bu tarz erkek giyiminin yayılmasını sağlamışlardır.



Resim 91 Joan Crawford¹⁴²

¹⁴¹Elif Julide Dereboy, **Kostüm ve Moda Tarihi**, İstanbul, inkilap kiyabevi, 2004, s.126

¹⁴² <http://www.dvdbeaver.com/film/filmnoir/femmeweb/noirbabes.htm>



Resim 92 Gloria Swanson "Tonight or Never" 1931¹⁴³

¹⁴³ <http://misobsesiones.com/hollywood-flashback-hq/fotografia/>



Resim 93 Camille 1936 Greta Garbo¹⁴⁴

¹⁴⁴ <http://www.stanford.edu/~brooksie/Garbo/Garbo.html>

3.3.3.1. *It Happened One Night*



Resim 94 *It Happened One Night*¹⁴⁵

Clark Gable, 1934 yılında oynadığı komedi filmi '*It Happened One Night*' Bir Gecede Oldu'da Gable bir sahnede, uyumak için hazırlanırken gömleğini çıkarmış; fakat o döneme kadar hiçbir filmde görülmemiş şekilde gömleğinin içine atlet giymemiştir. (Resim 94) Gömleğin içine atlet giymemek o dönemin ahlâkına tamamiyle aykırı bir hareket olmuştur. Filmin bu sahnesi Amerika'da büyük tartışma yaratmış, fakat hemen ardından çoğunluk tarafından taklit edilmiştir.

Clark Gable'ın filmde gömleğini çıkartıp, iç çamaşırı giymediğini gösteren çıplak göğsünün görüldüğü sahneden sonra, iç çamaşırı satışları Amerika'da ulusal çapta düşmüştür. Bu düşüş sinemadaki bir görüntünün tüketicilerin tutum ve satın alma davranışları üzerindeki etkisini göstermesi açısından önemli bir gösterge olmuştur.

¹⁴⁵ <http://trendymen.ru/style/trends/10913/>

3.3.4 1940-49 Yıllarında Moda ve Filmler

II. Dünya Savaşı'nın etkileri dönemin modasını şekillendirmiştir. Tüm dünyada yaşanan kumaş sıkıntısı yüzünden giyim ve kumaş tıpkı yiyecek gibi karneye bağlanmıştır. Savaş günlük hayatın bir parçası olarak giyim stilini de etkilemiş, insanlar yeniden üniforma tarzı kıyafetlere ve sadeliğe yönelmiştir. *Savaşın patlak vermesinden önce, moda elitti ve gerçeklerden kaçmaktaydı. Şimdi ise kıyafetler birlik parolasının bir parçası haline gelmişti. Sektör perişandı, verimli tasarımlar yaratacak hayal gücü tükenmişti. Taslak defterleri kapanmış, moda en sevimsiz görevleri yerine getirmeye başlamıştı. Artık devletin kullandığı araçlardan biri olarak modanın görevi insanların maneviyatını yükseltmekti*¹⁴⁶.

Modanın özgürlüğünü sürdüğü onca yılın ardından bir çöküş dönemi geçirmiştir. Sektör artık ekonomik ve sosyal kuralların sınırları içerisinde üretim yapmıştır. Giyimde kemerleri sıkma ve kullanım ön plândadır. Hatta kadınlar da üniforma giyinmeye başlamıştır. 1942'de Vogue "Şık giyinmek artık demode. Zengin görünmek iyi bir şey değil. Bugünlerde moda, olduğundan daha hafif gözükme" demiştir. Bu düşünceyi yaymak için "Gönüllü Muhafız", "Mutlu Çıkarma" gibi propaganda metinleri hazırlanmıştır. Hatta Meşhur *bir İngiliz oyuncu karneyle verilen 66 kuponluk tasarımlarla poz verdi*¹⁴⁷. Bu yaklaşıma aykırı olan 1947'de oluşan Christian Dior'un New Look akımı kamuoyundan büyük tepki çekmiş, ahlâkî bir rezalet olarak görülmüştü. (Resim 95) Ancak bu akımın yayılmasına engel olamamıştır.

Bu dönemde kadınlar eski kıyafetlerini ters yüz edip yeniden dikmek zorunda kalmışlardır. Savaş süresince kumaşın zor bulunması eteklerin kılınmasına ve örgünün ön plana çıkmasına neden olmuştur. Özellikle v yakalı örgü yelekler dönemin en belirgin giysilerinden biridir.

¹⁴⁶ Linda Watson, **Modaya Yön Verenler**, Türkçesi: Güneş Ayas, Güncel Yayıncılık, İstanbul, Aralık 2007, s.64

¹⁴⁷ A.g.k, s. 69

1939 yapımı olan ve 1941'de gösterime giren "Gone with the Wind" Rüzgâr Gibi Geçti filminde başroldeki Vivien Leigh'in canlandırdığı Scarlett O'Hara karakterinin savaş sonrası yoklukta evdeki yeşil kadife perdeden sevdiği adamı etkilemek için kendine elbise yapması 2. Dünya Savaşı sonrası yokluk çeken insanlara çok iyi bir örnek teşkil etmiştir.(Resim 96)

*1940'larda Amerika'nın kriz döneminde, eğlence sektöründeki kadınlar varga kızları gibi seksi cazibelerini sergilemişler; halktan kadınlar savaş zamanı karnelerinin limitleri ölçüsünde sinemada gördüklerini kopyalamışlardır.*¹⁴⁸ İpek kullanımı yasaklanmış, dolayısıyla ipek ince çorap havası vermek için bacaklarının arkalarına kalemle çizgi çekmiş, 30'lardan kalma elbiselerini yeniden elden geçirip yeni tasarımlara dönüştürmüşlerdir. Altın gümüş aksesuarlar yerine plâstik, deri ökçeler yerine mantar ökçeler kullanmışlardır. Ancak bu fazla uzun sürmemiştir, 1944'te moda dergilerinin de baş kaldırışıyla devletlerin bu politikalarına baş kaldırılmaya başlanmıştır. Savaş sonrasında Christian Dior'un yarattığı "bar tayyörü" stili 40'lı yıllar denince akla gelen görünümü yansıması açısından önemlidir. Bele sıkıca oturarak kalçayı belirginleştiren, vatkalı abiye tayyörler ve "New Look" akımı ile kadınsı görünüm yeniden moda olmuştur.

Christian Dior'un 1947'de sunduğu "New Look" akımı lüksün geri dönüşünü sembolize etmiştir. Kabarık diz altı etekler, ince bel hattı ve belirginleştirilen omuz çizgileriyle feminenleşen yeni kadın imajı tüm dünyada kabul görmüştür.

Gangster filmlerinin ve Humphrey Bogart'ın popülerleşmesiyle, ceketler silâh taşıyan gangsterlerinki gibi genişlemiş, takım elbiselerse kalın askılara tutturulmaya başlanmıştır.(Resim 97) Gömlekler kontrast renktedir ve cep mendilleri dikkat çekmektedir.

Bu dönemde kırsaldaki erkeksi kadınlar için de içlerindeki kadınsı cazibeyi çıkaracak yeni idollere ihtiyaç olmuştur. Veronica Lake, Lauren Bacall ve Gilda rolündeki Rita

¹⁴⁸ Regine ,Peter W. Engelmeier, **Fashion in Film**, Munich, Prestel,1997,s.14

Hayworth gibi.(Resim98) Ofislerde ve fabrikalarda çalışan kadınlar filmlerden kendilerine yansıtılan hayatın etkisi altında kalmışlardır.

Amerikan moda dergileri her bir tüketicinin kendi zevkine uygun bir reklâm bulması konusunda davranmışlar ve belli tip kadınları tutundurmaya çalışmışlardır: Sportif - Katharine Hepburn, lux-Merle Oberon, kadınsı- Greer Garson, erotik- Ilona Massey gibi.(Resim 99) Artık kadınlar türlerine göre endekslenmiş ve bu rolü oynamak zorunda kalmışlardır.¹⁴⁹ Düz ayakkabılar, süveterler ve pantolonlar. Hollywood yıldızı Lana Turner'ın lânce ettiği ipek gecelikler, modacı Lanvin ve Guston'un tasarladığı sabahlıklar 1940'ların iç giyim modasını yansıtmaktadır. Kasım 1941'de Picture Post Gazetesi'nde kadın pantolon giyer başlıklı bir makale yayınlanmıştır. Anne Scoot'ın barda oturmuş erkek kıyafetli resmi yayımlandığında yüz binlerce kadın pantolon giyinmekteydi.(Resim 100)

Filmlerde kullanılan bu tasarımların imitasyonları, Avrupa'daki kadınların alabileceği fiyatlarda satışa sunulmuştur. Bu yıllarda büyük ilgi çekmeye başlayan iç giyim sektörü sayesinde İtalya, İngiltere ve Fransa'da doğan pek çok marka gelişerek bugünlere kadar gelmiştir.

!940'lı yılların giyim modası ve Hollywood'un etkisi günümüzde de uyarlamalarla devam etmektedir. Bir çok moda dergisi günümüz modasını anlatırken zamanın yıldızlarından ve film imajlarından örnekler vererek başarılı bir satış stratejisiyle eski yıldızların satış güçleri canlı tutulmakta, yeni nesle başarıyla tanıtılmaktadırlar. Günümüzde bile hayran olunan bu yıldızlar ölümlerinden sonra bile moda ışık tutmaya devam etmişlerdir. Yeni neslin birçok yıldızı onların imajlarını örnek alarak kariyerlerinde ilerlemişlerdir.

¹⁴⁹ Regine ,Peter W. Engelmeier, **Fashion in Film**, Munich, Prestel,1997,s.15



Resim 95 Christian Dior 'un 1947'de tasarladığı "New look" Takımı¹⁵⁰



Resim 96 " Gone with the Wind" 1941 Vivien Leigh ve yeşil kadife perdeden yaptığı elbisesi¹⁵¹

¹⁵⁰ <http://hubpages.com/hub/Fashion-Designers-of-the-Twentieth-Century>

¹⁵¹ http://www.independent.co.uk/multimedia/archive/00178/Vivian_Leigh_in_Gon_178393t.jpg



Resim 97 1941" The Maltese Falcon" ve Solda Humphrey Bogart¹⁵²



Resim 98 " Gilda" 1946 Rita Hayworth¹⁵³

¹⁵² <http://www.britannica.com/>

¹⁵³ <http://misobsesiones.com/wp-content/uploads/2008/04/ritahayworth.jpg>



Resim 99 Katharine Hepburn "Woman of the Year" (1942)¹⁵⁴



Resim 100 Kasım 1941 Pictue Post gazetesinden (sol)Anne Scott-James.¹⁵⁵

¹⁵⁴ http://content9.flixster.com/photo/98/57/72/9857723_gal.jpg

¹⁵⁵ http://www.independent.co.uk/multimedia/archive/00175/Anne_Scott-James_175041s.jpg

3.3.4.1. Sullivan's Travels (1941)

Sullivan'ın Seyahatnamesi 1941 Hollywood yapımı bir filmidir. Ünlü kostüm tasarımcısı Edith Head tarafından kostümleri tasarlanmıştır. Filmde erkek karaktere eskitilmiş kumaşlı takımlarla, ilginç aksesuarlarla beklenmedik bir tarz sağlamıştır. Filmin oyuncularından Veronica Lake de başarıyla taşıdığı kostümüyle seyircinin aklında çok uzun yıllar kazınacak olan tarzını başarıyla taşımıştır. Özellikle tozlu kirli görünen kumaşlar, kısa paça pantolonlar, renkli mendil aksesuarlar günümüz sokak modasına yansımıştır.



Resim 101" Sullivan's Travels" filminden bir sahne¹⁵⁶

¹⁵⁶<http://media.photobucket.com/image/Sullivan%252527s%20Travels/tuesdayweld/SullivansTravels.jpg>



Resim 102 "Sullivan's Travels" filminden bir sahne¹⁵⁷



Resim 103 "Sullivan's Travels" Filminden bir sahne ve günümüz sokak modasına yansıması¹⁵⁸

¹⁵⁷ www.doctormacro1.info/Images/Lake,%20Veronica...

¹⁵⁸ <http://thesartorialist.blogspot.com>

Rag & Bone 2007 kış koleksiyonunda bu filmde etkilenerek modayı nasıl etkilediğini kanıtlamıştır.



Resim 104 Rag & Bone 2007 kış defilesi ve "Sullivan's Travels" filminden bir kostüm¹⁵⁹

3.3.4.2. Casablanca (1942)

"Casablanca" Kazablanka dünya sinemasında büyük üne ve öneme sahip bir Hollywood filmidir. 1943 yılında En İyi Film, En İyi Yönetmen, En İyi Senaryo dallarında Oscar almıştır. Başrollerinde Humphrey Bogart, Ingrid Bergman'ın yer aldığı, II. Dünya Savaşı'nın ilk zamanlarında geçen bir aşk filmidir.

Bu filmin moda açısından etkileri de yadsınamaz. Geniş kitlelere ulaşmayı başaran film, I. Dünya Savaşı'nda İngiliz askerlerinin kullanması için Burberry markasının tasarlayıp ürettiği, tüm dünyayı günlük hayatlarında kullanabilecekleri güçlü karizmatik erkeği temsil eden trençkotlarla tanıştırmıştır.(R.106-107) Böylece trençkotlar mücadeleci, cesur erkeğin sembolü olmuştur. Ayrıca filmde giyindiği şık beyaz smokin de halen hatırlanmaktadır.(Resim108)

159

http://i.cnn.net/v5cache/TCM/Images/Dynamic/i30/SullivansTravel_WP_800x600_032120051129.jpg



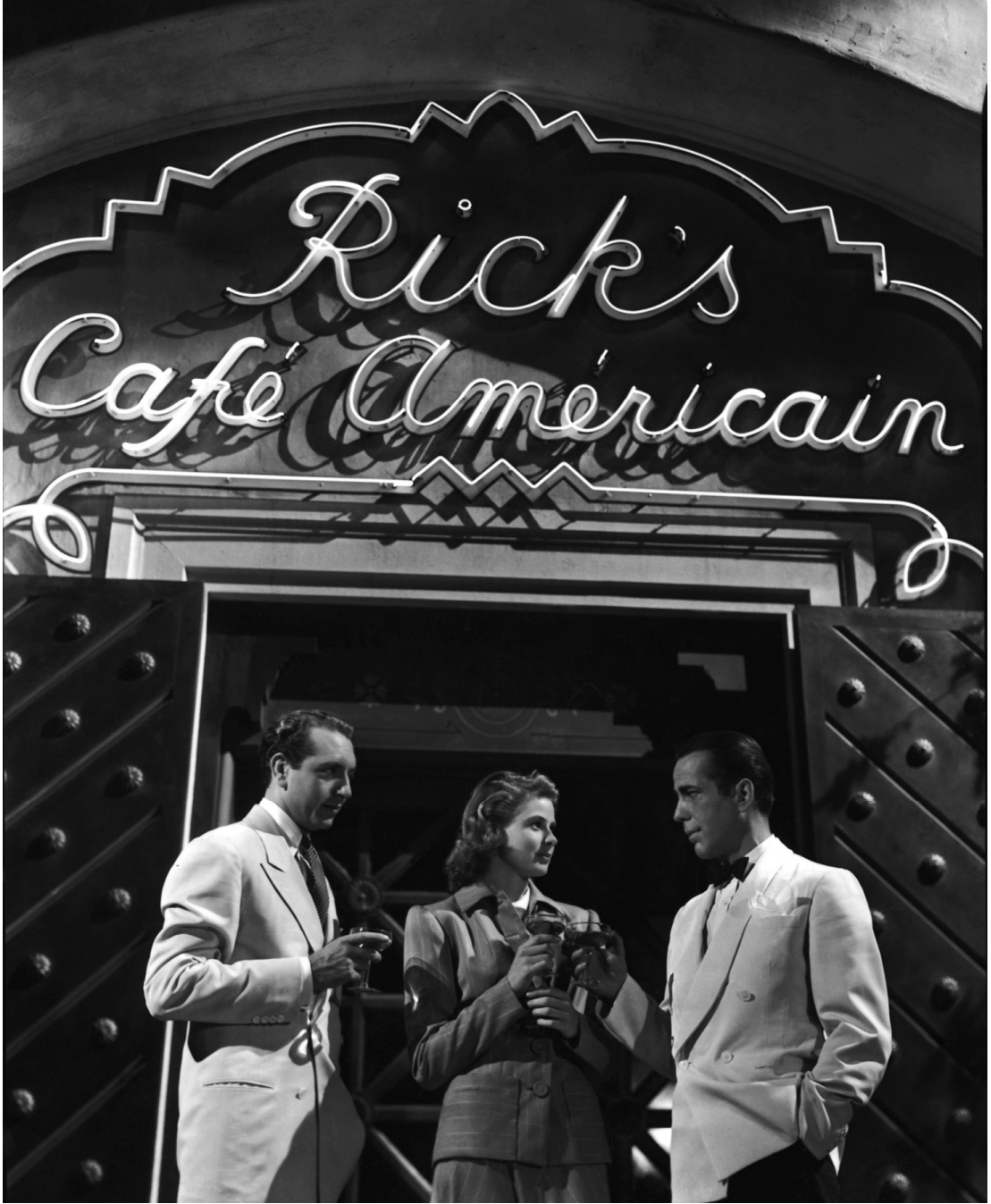
Resim 105 "Casablanca" filminden bir sahne¹⁶⁰



Resim 106 I. Dünya Savaşı'nda Burberry trençkot giyinmiş bir İngiliz askeri¹⁶¹

¹⁶⁰ <http://www.doctormacro1.info/Movie%20Star%20Pages/Bogart,%20Humphrey-Annex2.htm>

¹⁶¹ <http://theselvedgeyard.wordpress.com/2009/04/08/burberry-of-london-check-ered-past/>



Resim 107 "Casablanca" filminden bir sahne¹⁶²

¹⁶² <http://www.doctormacro1.info/Movie%20Star%20Pages/Bogart,%20Humphrey-Annex2.htm>

3.3.5 1950-59 Yıllarında Moda ve Filmler

1950'lere gelindiğinde özgüvenli, şık ve olgun kadın görüntüsünün moda olduğu görülmektedir. "New Look" akımının etkisiyle başlayan dönemin ilk yarısında bel ve göğüs hattını ortaya çıkaran kıyafetlerle yüksek topuklu ayakkabılar giyilmiştir. 1955 yılından sonra ise "New Look" etkisi azalmış, kadın silüeti daha doğal bir hal almıştır.

Rock'n Roll ve bu müziğin idolü Elvis Presley'in parlak sahne kostümleri genç kuşağın giyiminde etkili olan unsurlardan biridir. Sinema bu yıllarda da toplumun her alanında etkileyici olmaya devam etmiştir. Yaşam stili ve modanın hem yansıması hem de belirleyicisi olmuştur.

James Dean'in başrolünde oynadığı "Rebel Without A Cause" Asi Gençlik filmi 50'li yılların gençliğini etkisine alan filmlerin başında gelmektedir.(Resim110) Dönemin ünlü yıldızları Marilyn Monroe, Sophia Loren, Audrey Hepburn ve Brigitte Bardot'nun filmlerde giydikleri giysiler tüm dünyayı etkisi altına almıştır.

50'lerin son yarısında ise ilham kaynağı modacılar değil, Hollywood filmlerinin yıldızları olmuştur. Marilyn Monroe'nun saç modeli ve giysileri, Audrey Hepburn'ün "Funny Face" filmindeki giysileri, Brigitte Bardot'nun kapri pantolonları ve bikinileri o dönem modasını etkilemiştir. 50'li yıllarda Givenchy'nin Audrey Hepburn için hazırladığı koleksiyonlar kadınlar tarafından taklit edilmiştir. Audrey Hepburn özellikle, ultra modern bir stil ile balerin stilini kombine ederek yeni bir modanın öncülüğünü yapmış, Marlon Brando ve James Dean ise erkek giyiminin idolleri olmuşlardır.¹⁶³

1950 yılında naylonun moda dünyasında kullanılmasıyla iç çamaşırlarında devrim yaşanmış, naylon materyalli sutyenli korseler, jartiyerler, kombinezonlar ve naylon saten karışımı kumaşlar moda olmuştur. II. Dünya Savaşı'nda Amerikan ordusu tarafından kullanılan jeanlar, 30'larda Amerika'da, 50'lerde de sinema aracılığıyla tüm dünyada

¹⁶³ Elif Julide Dereboy, **Kostüm ve Moda Tarihi**, İstanbul, inkilap kıyabevi, 2004, s.143

günlük giyimde kullanılır hale gelmiştir. 1946 yılında ilk kez Bikini adasında lanse edilen bikini de bu döneme ait yeniliklerden biridir.

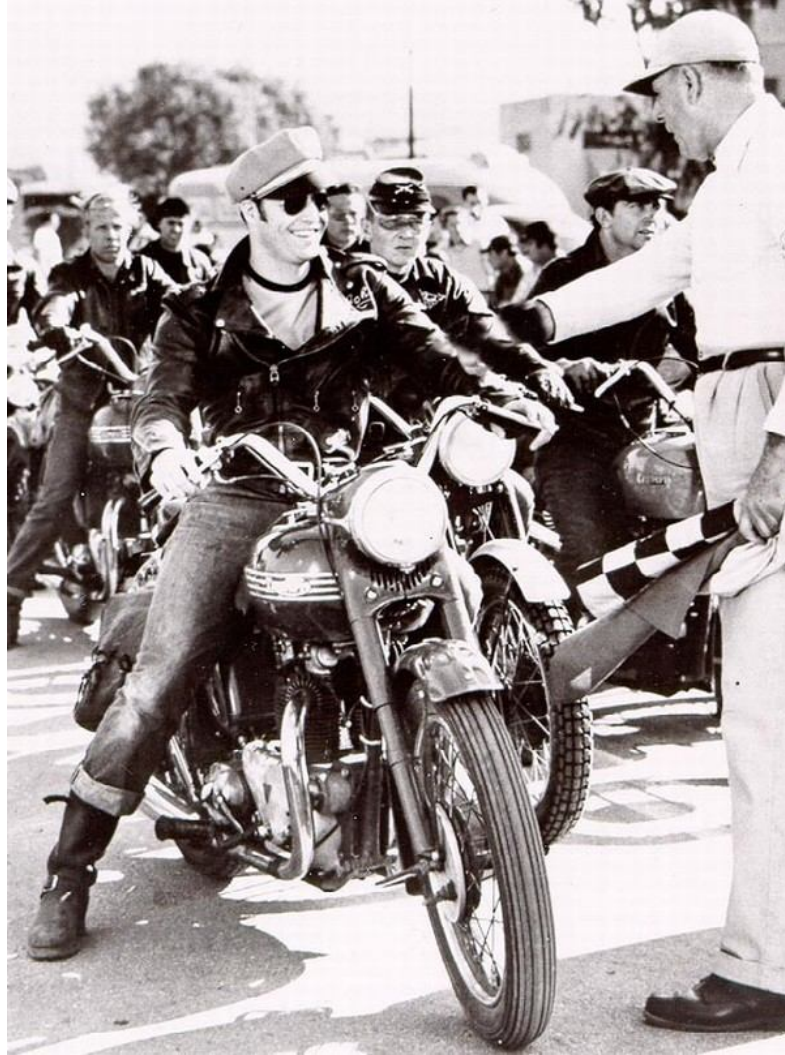
Hollywood psikoterapi'yi keşfetmiş, Savaşın yarattığı nevroz sonucu artık kimse ne yaptığını bilmez hale gelmiştir. Kayıp neslin çocukları kendi kendilerini yok eden bir coşkuyla o dönemdeki bütün inanışlara isyan ederek aileye ve okula saldırmışlardır. Marlon Brando ve James Dean tişört, jean ve deri ceket kombinasyonu ile yalın bir anti kahraman türü oluşturmuşlar, başkaldırının ve asiliğin simgeleri olmuşlardır.(Resim109) Buna en iyi örnek "Rebel Without a Cause" (1955) filmi ve başrol oyuncusu James Dean'dir. Aynı şekilde Elvis mikrofonu eline aldığı anda da dünya genç ve yaşlı olarak ikiye ayrılmıştır. Hollywood bu yıldızı da filmlerinde kullanmıştır.

Kayıp neslin hayal âlemindeki genç kızları ise jüponlu etekleri, kısa çorapları açık renk bluzlar giyinmişlerdi. Mayoları savaş öncesinden çok farklıydı mini minnacık, puantiyeli bikiniler giyinmişlerdi. Bu kızların idolleri havayla şişirilmiş gibi duran Jayne Masfield, Sophia Loren ve Marilyn Monroe'nun kıvrımlı hatları olmuştu. (Resim111)

Tüm giysilerini çıkarıp çıplaklıklarını sergileyen bu yıldızların auralarının tersine, Audrey "Breakfast at Tiffany's"deki sonsuza kadar anılacak olduğu rolüyle, kendine has bir vaka olmuştur. Uzun yıllar sadece iş giysisi olarak kullanılan jean pantolon da bu yıllarda moda tarihinde yerini almıştır. Film yıldızlarının jean pantolon giyinmesiyle birlikte gençler arasında da ilgi uyandırmaya başlamıştır. James Dean, Marlon Brando, Elvis Presley ve Marilyn Monroe'nun filmlerinde kullanmasıyla uluslararası aranan bir giysi olmuştur.(Resim112)

1950'li yıllarda televizyon sayesinde yıldızlar günlük halleriyle izlenebilir olmuş, 50'lerin sonlarına doğru silahlanma süreci ve sonrasında gelen savaşlar, dikkatleri yaratılan gerçek üstü dünyadan koparıp tekrar gerçeklere çekmiştir. Artık sinema yıldızları yerlerini, müzisyenlere, sporculara, politikacılara, politikacı eşlerine bırakmıştır.

1950'lerde Hollywood yapımı bir grup film ergen kimliğine daha sonra milyonlarca gencin taklit etmeye çalışacağı yeni bir anlayış getirir: İşçi sınıfı isyan miti. Bu filmlerde aktörler blucin, siyah deri ceket ve tişörtten oluşan bir kostüm giyerler. İşçi sınıfı gençliğinin hüsrânını çok etkili bir biçimde ifade eden bu filmler izleyicinin kendini filmdeki karakterlerle özdeşleştirmesini ve karşıtlıklarını ifadesi olarak onların giyim tarzlarını benimsemesine yol açmıştır.¹⁶⁴



Resim 108 Marlon Brando 1953 "The Wild One"¹⁶⁵

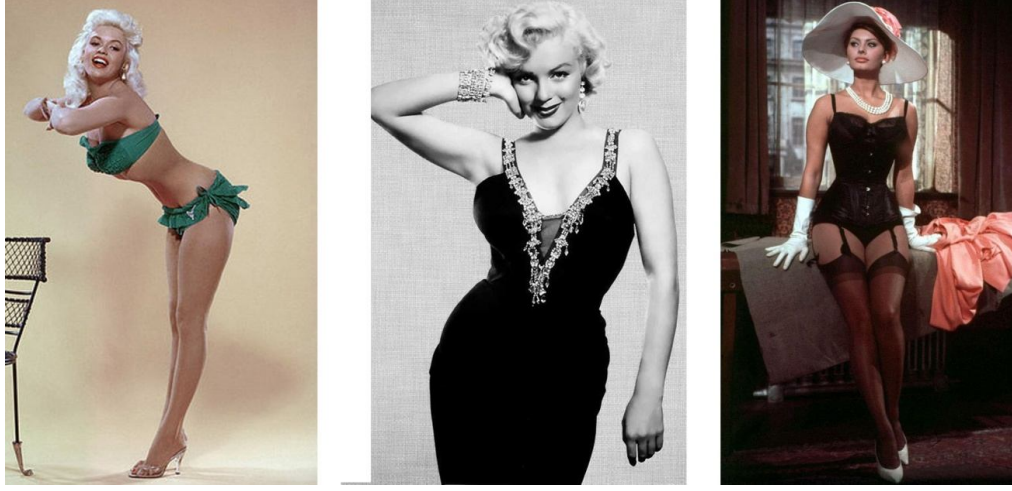
¹⁶⁴ Diana Crane, **Moda ve Gündemleri**, Türkçesi: Özge Çevik, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2003, s.237

¹⁶⁵ <http://theselvedgeyard.wordpress.com/2009/07/15/a-legacy-of-rebellion-triumph-motorcycles/>



Resim 109 "Rebel Without a Cause" (1955) James Dean¹⁶⁶

¹⁶⁶ <http://urbancouture.wordpress.com/2009/07/30/hollywood-muscle-rebels-without-a-cause/>



Resim 110 Jayne Masfield, Marilyn Monroe ve Sophia Loren



Resim 111 Marilyn Monroe jean pantolonuyla¹⁶⁷

¹⁶⁷ <http://lavieboston.com/2009/08/26/look-and-love-book-learnin/>

3.3.5.1 The Wild One

“The Wild One” Vahşî Hücüm 1953 yapımıdır ve başrolünde Marlon Brando oynamıştır. Filmde kırk kişilik Siyah Zorba adlı bir motosiklet çetesi, yasal olan bir motosiklet yarışına davet edilmeden katılır. Ancak yarışmadan dışarı atılırlar; bunun üzerine ödülü çalarlar. Motor çetesi kasabada dolaşp barlarda para harcarlar. Daha sonra çete Beetles kasabaya geldiğinde olaylar gelişir.

“The Wild One” filminin modaya farklı şekillerde etkileri olmuştur. Bu filmde motorcu çetesindeki kızlar, tıpkı erkekler gibi uniseks kot pantolon ve bot giymişler, yeni neslin yetişmekte olan genç kızlarını çok etkilemişlerdir. Ancak moda piyasasında büyük etkiler yaratmamış olsa da annelerinin onaylanmış giyim tarzı dışında bir alternatifle tanışmışlar, gelecek yılların giyim stillerine öncü bir giriş yapmışlardır.

Erkek modasına etkisine bakıldığında durum daha etkili bir hal almıştır. *1940'larda deri ceket yol savaşçısının, toplumun olumlu güçlerinin tümüne savaş açan erkeğin simgesi haline gelir. Martin ve Koda ceketin sembolik gücünü rengine, yani XX.yüzyılda erkekler tarafından kullanıldığında toplumsal militanlığın ve toplumsal normlara isyanın simgesi sayılan siyaha bağlarlar. İster siyasî, ister toplumsal ya da sanatsal olsun her tür isyankâr siyah giyer. Siyah deri ceket, estetik ya da politik olarak isyancı bir duruşu ifade etmek isteyenlerce kullanılmakla beraber blucin popülaritesine ulaşamamıştır.*¹⁶⁸

Bu filmde topluma verilen kodlar ve bunun etkisi öyle büyük olmuştur ki, bu giysi kombinasyonunu günümüzde hala isyanı ve bağımsızlığı ifade etmektedir. Siyah deri ceket, beyaz tişört ve jean pantolon birlikte olumsuz bir isyankârlık ve cesaret anlamı taşımaktadır. Fakat tek başlarına bu anlamı taşımazlar. Moda ne olursa olsun, sokaklarda bu giyim tarzının örnekleri görülür.

¹⁶⁸ Diana Crane , a.g.k, s.238.



Resim 112 50'lerde uniseks giyimli genç kızlar¹⁶⁹



Resim 113 "The Wild One" filminden bir sahne.¹⁷⁰

¹⁶⁹ Harriet Worsley, **Decades of Fashion**, Londra/singapore, Könemann, 2000 ,s.456

¹⁷⁰ http://drx.typepad.com/psychotherapyblog/images/2008/09/06/yvonne_doughty.jpg

3.3.5.2 Roman Holiday (1953)

“Roman Holiday” Roma Tatili romantik bir Audrey Hepburn ve Gregory Peck filmidir. Filmin kostüm tasarımcısı, birçok defa kostüm tasarımı dalında Oscar kazanan Edith Head’dır. Filmde Gregory Peck takımları tüvit kumaştan dikilmiş, pantolonlarda rahat bol kesimler kullanılmıştır.(Resim115) Renkler daha canlı tercih edilmiş, başarılı bir gazeteci imajı çizilmiştir. Audrey Hepburn giysilerinde ise bol etek içine sokulan bol bebe yaka beyaz gömlekler, kolları kıvrılarak kullanılmış boynuna ise küçük bir fular bağlanmıştır. Bu tarz, kadın modasını etkilemiştir(Resim116). Günümüzde tarzı halen kullanılmakta hatta internet sitelerinde bu tarzı yakalamak için neler giyilmesi gerektiği kolâjlarla anlatılmaktadır.(Resim117)



Resim 114 “Roman Holiday” 1953 Gregory Peck¹⁷¹

¹⁷¹ http://www.mensvogue.com/arts/slideshows/2008/02/style_films?slide=1#showNav



Resim 115“Roman Holiday” 1953 Audrey Hepburn ¹⁷²



Resim 116 XXI. yy.da internetten Roman Holiday tarzı için önerilen giysiler.¹⁷³

¹⁷² <http://www.arshiv.net/arshiv.asp?id=606>

¹⁷³ http://www.polyvore.com/audrey_hepburn_roman_holiday/set?id=10837476

3.3.5.3 Rear Window (1954)

“Rear Window” Arka Pencere, başrollerde James Stewart ve Grace Kelly’nin yer aldığı, 1954 yapımı bir Alfred Hitchcock filmidir. Hitchcock bu filmde de diğer filmlerinde olduğu gibi Hollywood’un önde gelen kostüm tasarımcılarından Edith Head ile çalışmıştır. Grace Kelly asil, zarif, moda düşkünü, zengin ve kusursuz özelliklere sahip bir kadını canlandırmaktadır. Edith Head ise bu kusursuz şık kadının tarzını başarısıyla yansıtan tasarımlarıyla modayı etkileyen bir film hale getirmiştir. Kelly’nin yeteneği ve zarafetiyle birleşen kostümler günümüzde bile modayı etkilemektedir.

Shipley & Halmos Markası 2008 kış koleksiyonunda ve Jason Wu 2008 yaz koleksiyonunda bu filmde etkilenecek şekilde günümüze adapte eden tasarımcılardandır.



Resim 117 “Rear Window” Grace Kelly ve Jason Wu 2008 yaz koleksiyonundan örnek¹⁷⁴

¹⁷⁴ <http://www.style.com/fashionshows/>



Resim 118 Shipley & Halmos 2008 kış koleksiyonundan örnek ve “Rear Window” Grace Kelly¹⁷⁵

3.3.5.4 North by Northwest (1959)



Resim 119” North by Northwest” filminden bir görüntü¹⁷⁶

¹⁷⁵ <http://www.style.com/fashionshows/>

Alfred Hitchcock'un yönetmeni olduğu, Cary Grant'in oynadığı bir macera filmidir. Film boyunca hikâyenin Amerika'nın kuzeyinden, kuzeybatısına doğru sıralanan şehirlerde geçen bir macera ve yolculuk hikâyesi olmasıdır. Erkek şıklığının tüm dünyada simgesi olan Grant bu film boyunca giyindiğı Saville Row tasarımı gri takım elbise klâsikler arasına girmiş zamansız bir erkek giysisi olmuştur. Erkek modasında rakipsiz bir etki sağlamış, zaman zamanda günümüze kadar tekrarlanarak kullanılmıştır.

3.3.6 1960-69 Yıllarında Moda ve Filmler

60'larda moda artık ideolojilerden etkilenir olmuş, bu ideolojiler hayatın her alanında etkili olmuştur. Özellikle batı ülkelerinde moda, etkilenmeye çok açık olan ve benliklerini keşfedip tüm dünyaya haykırmak isteyen gençlerin tüketici gücünü fark etmiştir. Masum ve zarif kadın imajı yerini özgür ve seksi görünüme bırakmıştır.

Moda, 60'larda bol bol renk ve özgür kesimleri keşfetmiştir. Dünyada da yayılan özgürlük dalgası, televizyonlarla evlere ulaşan diziler ve müzisyenlerle değişik yaş ve hayat tarzları evlere girmeye başlamış, buna sinema da eklenmiş, moda kendi içinde birçok değişik tarz oluşturmuştur. Gençlere ait moda artık kendini iyice toplumdan ayırmaya bu yıllarda başlamıştır. Mary Quant'in tasarladığı mini etek bu devrin özgürlük anlayışını özetleyen giysi olmuştur ve tüm dünyayı etkilemiştir. (R.121)Sıklıkla değişim göstermeyen erkek modası bile bu yıllarda özellikle gençler arasında oldukça büyük değişimler geçirmeye başlamıştır. Erkekler de rengârenk giyinmeye başlamışlar, çiçekli gömlekler, hippie kürkleri, bol kesimli giysiler erkek modasında yerini almıştır.

1960'larda Carnaby Street Londra'da 60'ların abartılı, gösterişli, "flamboyant" yani alev gibi parlak giyim furyası sırasında alışveriş mekânlarıyla çok popüler olmuş, modanın merkezi haline gelmiş bir caddeydi.(R.123) O dönem moda spor ayakkabılarla bu

¹⁷⁶ http://www.mensvogue.com/arts/slideshows/2008/02/style_films?slide=1#showNav

sokaklardan gelmişti ve ticarî moda dünyasını beklenmedik bir şekilde kasıp kavurmuştu. *Artık tepeden tırnağa bir giyinmeye tarz deniliyordu. Birbiri ardına tarzlar türüyordu. Dokumanın yerini uzay kumaşları, Türk, Hint, Rus ve Hippi tarzları türedi ve sonunda Andy Warhol "Her şey Güzeldir" doktrinine uygun biçimde tarzlar genel kardeşlik havasında biçimleşti.*¹⁷⁷

Film Endüstrisi televizyonun etkisiyle krize girmiştir. Özellikle gençler televizyonda izledikleri şarkıcıların etkisine kalmışlardır. Bir sinema yıldızının film çekmesi pahalı ve uzun bir süreçken, bir müzisyen kontrat imzalar imzalamaz kısa bir sürede televizyondan insanlara ulaşabilmiştir. Böylece Hollywood büyük bütçeli görkemli Ben-Hur, Lawrence of Arabia ve Cleopatra gibi filmler yapılmaya başlamış, "Cleopatra" zarara uğramış olsa da daha küçük bütçeli The Sound of Music ve Hitchcock filmi olan "Psycho", "The Bird" ve "Marnie" iyi gelir elde etmişlerdir. İngiliz sineması da büyük bütçeler harcamasa da "Alfie", "Saturday Night and Sunday Morning", "The Misfits", "James Bond" gibi filmlerle dünyayı etkilemiştir. (Resim125-126)

Müzik, sinema ve televizyon sayesinde 60'lar modada birçok stilin yer almaya başladığı yıllar olmuştur. Bu furyalardan biri 60'larda başlayan Rusya ve ABD arasındaki uzay yarışı ve Apollo 11'in aya gönderilme plânları sinemayı da etkilemiş, 1968'de "2001: A Space Odyssey", "Planet of the Apes", "Barbarella" gibi iyi gişe yapan birçok bilim kurgu filmin çekilmesine sebep olmuştur.(R.127) Televizyonda ise diziler insanları etkilemeye devam etmiş "Star Trek", "The Prisoner" 60'lı yıllar boyunca ilgiyle izlenmiş, uzay çağı modası oluşmasına sebep olmuştur. "the Avengers" dizisinde Mrs. Peel'in giyindiği cat suit, düz siyah boğazlı daracık kostümü kadınlar arasında döneminde çok moda olmuştur.(Resim128-129)

Moda oluşmuş, bir diğer akım pop art desenler ya da renkler saç kesimleri, televizyondan izledikleri müzik programlarından etkileniyor dansla vakit geçiriyorlardı. Bir kısım gençler ise The Wild One'nın 1960 versiyonları gibi takılıyorlardı. Başlangıçta

¹⁷⁷ Regine ,Peter W. Engelmeier, **Fashion in Film**, Munich, Prestel,1997,s.16

onlara teddy boy denmekteydi. Deri ceketleri, yağlandırılarak taranmış saçları vardı. Daha sonra bu sert ve vahşî gençlere rocker denildi. Bu sert ve vahşî görünümlü rocker motorculara karşılık, mod tarzı bulunmaktaydı.(R.131-132) Bu gençler kendine bakan iş sahibi scooterlara biniyorlar, daha temiz giyiniyorlardı. 60'ların son yıllarında ise 70 yıllarda etkisini sürdürecektir hippie akımının ilk adımları Woodstock Festivali'yle atılmaya başlanmıştı. Bu festivale katılan insanlar özgürlüklerine düşkün, toplumu ve kurallarını umursamayan, rahat ve salaş giyimli insanlardı.(Resim133)

60'ların çığgın genç moda akımları dışında yaşı daha ilerlemiş iyi işlerde çalışan eğitimli insanları ise Happening akımı op art ve pop art tarzları etki göstermiştir.(R.134-135) Bunlar dışında sinema yıldızı Audrey Hepburn'ün sade şık zarif ve tek renk giysileri tercih etmesi, ince ve ideal görünümü uzun yıllar kadınları etkilemiştir. Bunların yanında yataktan yeni kalkmış gibi görünen saçları, şuh tavırları, üzerine yapışan incecik giysileriyle Brigitte Bardot, yuvarlak hatları, sert duruşu, güçlü bakışlarıyla Sophia Loren seksi, vücut hatlarını özgürce sergileyen kadınlar olarak birer ikon olmuşlardır.(R136-137)



Resim 120 Mary Quant(sağda) ve mankenleri, 1968¹⁷⁸

¹⁷⁸ <http://minxboutique.wordpress.com/2009/04/13/the-mod-world-of-mary-quant/>



Resim 121 dönemin pork pies olarak adlandırılan moda şapkasıyla iki genç 1967¹⁷⁹



Resim 122 1967 Carnaby Street 1967¹⁸⁰

¹⁷⁹ www.gettyimages.com/.../Hulton-Archive

¹⁸⁰ <http://www.nickelinthemachine.com/wordpress/wp-content/uploads/carnaby-street-67.jpg>



Resim 123 1964 Sean Connery üçüncü James Bond filminde ¹⁸¹

¹⁸¹ <http://www.doctormacro1.info/Movie%20Star%20Pages/Connery,%20Sean-Annex.htm>



Resim 124 Alfie Filminden bir sahne¹⁸²



Resim 125 The Misfits¹⁸³

¹⁸² http://www.mensvogue.com/arts/slideshows/2008/02/style_films?slide=1#showNav

¹⁸³ http://www.mensvogue.com/arts/slideshows/2008/02/style_films?slide=1#showNav



Resim 126 1968 Babarella karakteriyle oyuncu Jane Fonda¹⁸⁴

¹⁸⁴ <http://www.imdb.com/title/tt0062711/mediaindex>



Resim 127 1966'da gösterimi başlanmış Star Trek dizisi ve oyuncularını¹⁸⁵



Resim 128 the Avengers dizisinden Mrs. Peel "cat suit" kostümü ile¹⁸⁶

¹⁸⁵ <http://redriverpak.files.wordpress.com/2009/05/star-trek-tv-p01.jpg>

¹⁸⁶ <http://www.moviecritic.com.au/images/diana-rigg-as-emma-peel-from-the-avengers1.jpg>



Resim 129 60'larda Pierre Cardin'in avangart tarzıyla uzay çağı modası yorumları¹⁸⁷

¹⁸⁷ <http://www.flickr.com/photos/27032340@N00/428068239/in/set-72157600011210474/>



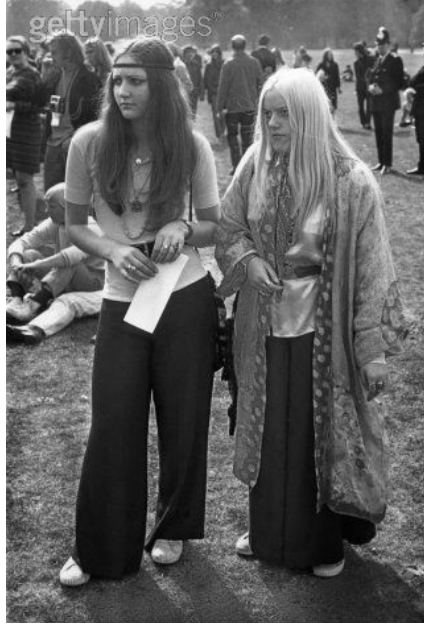
Resim 130 Londra'da ünlü motorcu Bill Shergold ve arkadaşları¹⁸⁸



Resim 131 1969 Scooterlarıyla "mod"lar.¹⁸⁹

¹⁸⁸ http://www.falconmotorcycles.com/images/stories/news/amaryllis_ian/ton_up_vicar.jpg

¹⁸⁹ <http://www2.louthtoday.co.uk/sites/nost/ssp-nost-12-03-08.jpg>



Resim 132 1969 Hyde Parkta bir açık hava konserinin dinleyicileri.¹⁹⁰



Resim 133 60'lar op-art elbise ve 60'lar Yves Saint-Laurent tasarımı pop art tarzı elbise¹⁹¹

¹⁹⁰ <http://www.gettyimages.com/detail/HV1609-001/Hulton-Archive>

¹⁹¹ <http://www.gettyimages.com/detail/HN2097-001/Hulton-Archive>



Resim 134 1960'lar Brigitte Bardot¹⁹²



Resim 135 Sophia Loren¹⁹³

¹⁹² <http://www.rp-online.de/public/bildershowinline/aktuelles/kultur/48466>

¹⁹³ <http://www.gossiprocks.com/forum/hot-women/sophia-loren-actress-page2-90234.html>

3.3.6.1 *Breakfast at Tiffany's (1961)*

1961 yapımı "Breakfast at Tiffany's" Tiffany'de Kahvaltı modayı etkileyen filmler arasında en tanınmış olanlarından biridir. Audrey Hepburn bu filmle efsaneleşmiştir. Filmin adında bile ünlü bir mücevher markası Tiffany & Co'nun adı kullanılmıştır.

Film Hepburn'ün en az kendisi kadar meşhur olmuş elbisesi üzerinde, sabahın erken bir saatinde poğaça yiyerek Tiffany vitrininde mücevherlere baktığı sahneyle başlar. Ayrıca bu "meşhur elbise" son yıllarda yapılan bir arttırmada 920.000 dolara satılmıştır.(Resim140)

Bu filmde Audrey Hepburn'ün filmde üzerinde görülen her ürün klâsik hale gelmiştir. Siyah elbise, trençkot ve Ray-Ban'ın 'wayfarer' modeli güneş gözlükleri gibi. Trençkot kadınlar arasında bu filmde sonra yaygınlık kazanmış ve popülaritesini günümüze kadar korumuştur.(Resim138-139)

Chanel'in yarattığı küçük siyah elbise, bu filmde Hepburn'un giyinmesiyle yas manasından çıkıp yeni bir anlam kazanmış, filmde en çok benimsenen parçalardan biri olmuş, şıklığın simgesi haline gelmiş bir mite dönüşmüştür.(Resim141) *Bu filmde Audrey Hepburn, 60ların dünyasının kadınına ait her türlü modayı içinde taşımaktadır.*¹⁹⁴

Audrey Hepburn 'ü, filmlerinde ve özel hayatında ünlü modacı Hubert de Givenchy giydirmiştir. İkisi arasındaki mesleki ve kişisel uyum, Givenchy'ye de Audrey Hepburn'ne de büyük bir başarılar getirmiştir. Audrey Hepburn, bu sayede yaşamı boyunca kendine has stilini istikrarlı bir şekilde koruyabilmiş XX.yy.dan günümüze en etkili stil ikonlarından biri olabilmıştır.

Audrey Hepburn başarılı imajını hayatı boyunca istikrarla sürdürmüştür. Stili sadece halk tarafından değil, günümüz yıldızları tarafından da örnek alınarak sürdürülmüştür.

¹⁹⁴ Regine Engelmire & Peter W., 'Fashion in Film'. S,222



Resim 136 "Breakfast at Tiffany's" Audrey Hepburn ve trençkotu¹⁹⁵



Resim 137 Audrey Hepburn wayfarer gözlüklerle¹⁹⁶

¹⁹⁵ <http://theselvedgeyard.wordpress.com/2009/04/08/burberry-of-london-check-ered-past/>

¹⁹⁶ <http://v-style.typepad.com/>



Resim 138 Audrey Hepburn, Breakfast at Tiffany's 1961.¹⁹⁷

¹⁹⁷ <http://www.arts-wallpapers.com/>



Breakfast at Tiffany's

Resim 139 Klasikleşmiş "Breakfast at Tiffany's" Tarzı¹⁹⁸

¹⁹⁸ <http://little--clementine.blogspot.com/>

3.3.6.2 A Hard Day's Night (1964)

Popüler kültür üzerinde uzun kalıcı ve yaratıcı bir güç olmuştur Beatles. Onlar sadece müzik dünyasında devrim yaratıp, yeni bir pop akımı yaratmakla kalmamış, erkeklerin moda dünyasında büyük değişikliklere neden olmuşlardır. Brit grup olan Beatles'ın müzikleri kadar tarzlarının bir çağ açtığı film olmuştur. Brit boy şıklığı ve el yapımı takım elbiseler filmde bol bol göz doldurmuştur. Günümüzdeki yeni Brit gruplar da görünüş olarak 60'lardaki grubu kendilerine örnek almaktadırlar



Resim 140 "A Hard Day's Night" filminden görüntü 1964¹⁹⁹

Brit boy şıklığı şöyle tarif edilebilir; dar kesim siyah renk takım elbise, kısa paçalar, ince kravatlar, ya da fularlar, küçük ceket yakaları, fermuarlı yarım botlar, bob kesimli

¹⁹⁹<http://www.tvland.com/photogallery/60movies/index.jhtml?imgNum=11&pageNum=1&button=17>

saç modelleri. Böylece gündelik ve şık giyimi birleştiren bir stil oluşturmuşlardır. Jill Sander gibi tasarımcıların ve gündelik hayatta pek çok erkeğin uyguladığı bir tarz olmuştur.



Resim 141 Jill Sander Koleksiyonundan örnekler

3.3.6.3 Bonnie and Clyde (1967)

1967 yapımı “Bonnie and Clyde” filmi Faye Dunaway ve Warren Beatty’den sinemanın en popüler suçlu çiftini yaratmıştır. Film 1930’ların Amerika’sında geçmektedir. Faye Dunaway ve Warren Beatty’nin canlandığı karakterlerin giysileri altmışlı yılların modasına yenilikler getirmişlerdir. Filmle birlikte 30’lu yılların stilini yansıtan, çizgili gangster pantolon ve Faye Dunaway’ın beresi moda olmuştur. Filmin kostümlerini moda tasarımcısı Theodora Van Runkle yapmıştır. Bu ‘suçlu çift’ daha sonraları pek çok filmde kopyalanmıştır. Film konseptiyle başlı başına ilham kaynağı olmuştur. Moda dergileri her dönemde, ‘Bonnie and Clyde’ temasıyla yapılmış moda çekimleriyle doludur. Günümüzde hala bir giyim stili olarak internette örnekleri bulunmakta,her dönem giyilebilecek bir klasik haline gelmiştir.

Ünlü modacı Zac Posen 2008 koleksiyonunda Bonnie and Clyde ve bu filmdeki Faye Dunaway’ın canlandığı Bonnie karakterinin kostümlerinden esinlenerek hazırlamıştır. J.Mendel markası da Bonnie karakterinden esinlenen markalar arasındadır. 2006 kış koleksiyonu ondan yola çıkarak hazırlanmıştır.



Resim 142 " Bonnie and Clyde" Faye Dunaway ve Warren Beatty²⁰⁰

²⁰⁰ <http://bonnieclyde.wordpress.com/the-real-bonnie-clyde/>



Resim 143 1967" Bonnie and Clyde" Faye Dunaway ve Warren Beatty²⁰¹

²⁰¹<http://toosontotell.vox.com/library/photo/6a00f48cf06108000200fad6ae2ebd0005.html>



Resim 144 “ Bonnie and Clyde” giyim stiline günümüz varyasyonu.²⁰²

²⁰² <http://www.polyvore.com/palyvore/set?id=6896707>



Resim 145 Zac Posen 2008 koleksiyonu²⁰³



Resim 146 J. Mendel 2006 kış koleksiyonu²⁰⁴

²⁰³ <http://www.style.com/fashionshows>

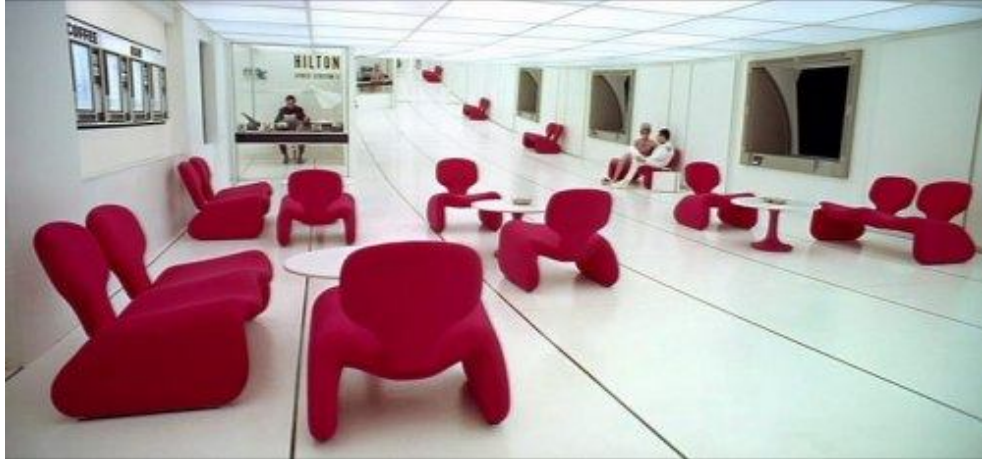
²⁰⁴ <http://www.style.com/fashionshows>

3.3.6.4 2001: A Space Odyssey (1968)

“2001 : A Space Odyssey” 2001: Bir Uzay Destanı yönetmen Stanley Kubrick’in 1968 yapımı ünlü bilim kurgu filmidir. Film sinema tarihinin klasikleri arasına girmiştir. Film insan evrimi, teknoloji, yapay zeka tematik unsurlarını işlemiştir. Film, kostüm ve dekor tasarımlarıyla minimalist, steril ve gerçekçi bir tarz oluşturmuştur. Karanlık iş kıyafetleri, dairesel geometrik yapılı, beyazıyla göz alan uzay gemisi dekoruyla, dönemin insanları için geleceği gösteren bir film olmuştur. Giysilerin tarzı, yakaları, renkleri altmışların ortasındaki Londra modasının bir göstergesi gibidir. Minimalist tarzıyla günümüze kadar etkisini zihinlere kazımıştır.



Resim 147 “2001 : A Space Odyssey” filminden bir kostüm²⁰⁵



Resim 148 “2001 : A Space Odyssey” filminden bir sahne²⁰⁶

²⁰⁵ http://www.mrbalihai.com/goof/2006/12/jet_set_hemen_meet_hal_9000.html

²⁰⁶ <http://almostnot.wordpress.com/2009/07/18/the-production-designer-and-the-egg/>



Resim 149 "2001 : A Space Odyssey" film çekiminden bir sahne²⁰⁷

²⁰⁷ <http://www.disassociated.com/2008/07/15/from-the-making-of-2001-a-space-odyssey/>

3.3.7 1970-79 Yıllarında Moda ve Filmler

Yetmişli yıllar çok sayıda savaş ve çatışmayla geçmiş yıllardır. Kıbrıs Savaşı, İrlanda uzlaşmaz grupların ayaklanması, doğu Pakistan'da iç savaş, altmışlardan beri süren Vietnam, Nijerya, Kamboçya'da devam eden savaşlardan birkaçı olmuştur. İşte bu çatışma ve savaşlar altmışlarda başlayan özgürlük düşüncesi ve hareketlerinin yetmişli yıllarda artık iyice yerleşmesine ve yayılmasına sebep olmuşlardır. Tüm kurallar yıkılmış, alışılmış olan her şey yeni stilin bir parçası haline gelmiştir. Çok kısa etekler, çok desenli rengârenk kumaşlar dünyanın her yerine yayılmıştır. Geniş kol ağzları, geniş sivri yakalar, bileğe doğru bollaşan kollar, süper mini etekler ve şortlar, geniş kravatlar vb. birçok şey olduğundan daha da abartılı hale gelmiştir. Şapkalar yine moda olmuş, otuzlu yıllardan beri ilk kez şapka ve bereler, bu kadar yaygınlaşmıştır. Aynı zamanda, 1970'ler kadının özgürleşmesinin de başlangıcı olmuştur. İş hayatında erkeklerle eşit söz hakkı için savaşan kadınlar muhafazakâr bir şekilde, gömlek, etek, ceket giyinerek hakları için kavgaya girişmişlerdir. *Yves Saint Laurent, Calvin Klein ve Ralph Lauren gibi tasarımcılar kreasyonlarıyla adeta bağımsızlıklarına kavuşmuşlardır. 70'lerin ortalarında unisex giyim kadınlar arasında tam anlamıyla benimsenmiştir.*²⁰⁸

Yetmişlerde gençlik, yeni oluşan parasal güçle tüketim ve modada toplumun güçlü bir kesimini oluşturduğunu anlamıştır. Artık tüm gençler istediği müziği dinleyip, istediği giysiyi giyinerek yeni akımlar yaratmışlardır. Hippiler, dazlaklar ve punklar. Bu akımlardan biri olan punk akımının yaratıcılarından biri de İngiltere'de yeni yıldızı parlayan modacı Vivienne Westwood'dur.(R.154) Westwood punk'ı moda mal eden kişi olmuştur. Punk akımı bir alt kültür hareketidir. Asi bir görüntü, deri ceketler, çengelli iğneler, garip geometrik şekilli makyajlar, renkli dik saçlarıyla oldukça marjinal bir görüntü yaratmışlardır. Baskılı t-shirtler de ilk bu dönemde ortaya çıkmıştır. Gençler bu dönemde müzik festivalleri yapmışlar, bu festivallerde yerlerde oturup çamurlarda

²⁰⁸ Linda Watson, **Modaya Yön Verenler**, Türkçesi: Güneş Ayas, Güncel Yayıncılık, İstanbul, Aralık 2007,

yürüyüp istedikleri gibi giyinip davranma, istedikleri müziği çok yüksek seste dinleyebilme özgürlüğünü elde etmişlerdir. Bu festivallerden biri olan Woodstock günümüzde hala popülerliğini sürdürmektedir. Gençler için özgürlük, cinsellik ve uyuşturucu için de geçerli hale gelmiş, Hippiler özgürlük hareketlerinde en uç noktalara ulaşmıştır.

Gençler arasında yaşam tarzlarının çoğalmasıyla birçok moda akımı daha oluşmuştur. Örgü tığ işinden yapılan şapkalar bereler, uzun kısa elbiseler, çantalar, kravatlar, mayolar 70'li yılların vazgeçilmezleri olmuştur. Bununla birlikte patchwork de renkli görünümüyle popüler olmuş hatta patchwork deseni kumaşlar moda olmuştur. İndian look akımı da bu renkli akımlardan biridir. Hint motifleri, oryantal tarzda bağlanan eşarplar, gümüş takılar, rahatlığın ön planda olduğu bir giyim tarzıdır. Ayrıca 70'ler disko döneminin de doğduğu yıllardır. Disko dönemi herkese bir gecelik şöhret vaat eden bir akımdır. Tıpkı Saturday Night Fever filminde olduğu gibi. Polyester parlak gömlekler elbiseler, üste tamamen oturan İspanyol paça pantolonlar, platform ayakkabılar, mini şortlar etekler bu dönemde sıkça kullanılmıştır. Disko akımının devamı olarak sayılabilecek glam rock akımı da David Bowie ile bu dönemde patlamıştır. Parlak ışıltılı giysiler, gösterişli giysiler ve makyajlar daha çok erkekleri etkilemiştir. Sinema dünyası da onun popülaritesinden faydalanmış, 1976'da "The Man Who Fell to Earth" filmiyle tarzın dünyaya yayılmasına etkili olmuştur.(R.152) Bu dönemde yerini sağlamlaştıran bir giysi de jean pantolonlar olmuştur. Tüm sosyal sınıfları birleştiren, giyinene felsefi, politik veya moda ifadesi kazandıran vazgeçilmez bir parçaya dönüşmüştür. Moda bu dönemde otoriteye karşı bir duruş halini almıştır.

Bu dönemde modada tarzlarıyla akım yaratan birçok film olmuştur. Liza Minnelli'nin Marlene Dietrich'in yolundan gittiği erkek şapkası ve yeleşle şov yaptığı Cabaret filminde erkeksi ama çekici görüntüsüyle bir imaj yaratmış, modada akıllara kazınmıştır.(R.153) Örneğin günümüzde John Galliano gibi ünlü tasarımcılar onun görüntüsünden esinlenmektedir. Grease filmi de seyircinin aklına yer etmiş kostümleriyle kadın ve erkek modasında kalıcı bir yere sahip olmuştur. Daracık kadın

pantolonları, yüksek siyah topuklu ayakkabılar ve filmin birçok kostümü modayı etkilemiş ve hala etkilemektedir.(r.156) The Godfather filmi ise sert mafya duruşu ve kostümleriyle, kadın ve erkek giysi modasında günümüze kadar yerini korumuştur.(R.155)



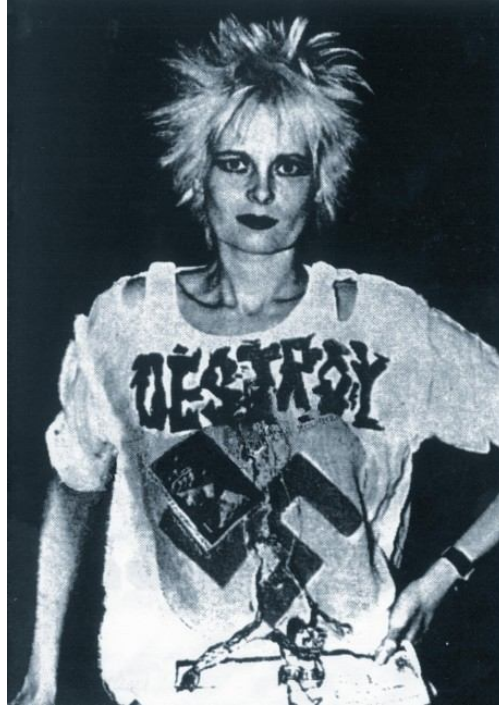
Resim 150 The Man Who Fell to Earth 1976 David Bowie²⁰⁹



Resim 151 John Galliano tasarımı ve Cabaret Liza Minnelli²¹⁰

²⁰⁹ <http://www.criterionforum.org/DVD-review/the-man-who-fell-to-earth-blu-ray/the-criterion-collection/500>

²¹⁰ <http://www.library.cornell.edu/olinuris/ref/thetr118jw.html>



Resim 152 Punk akımının öncülerinden Vivienne Westwood



Resim 153 The Godfather filminden bir sahne²¹¹

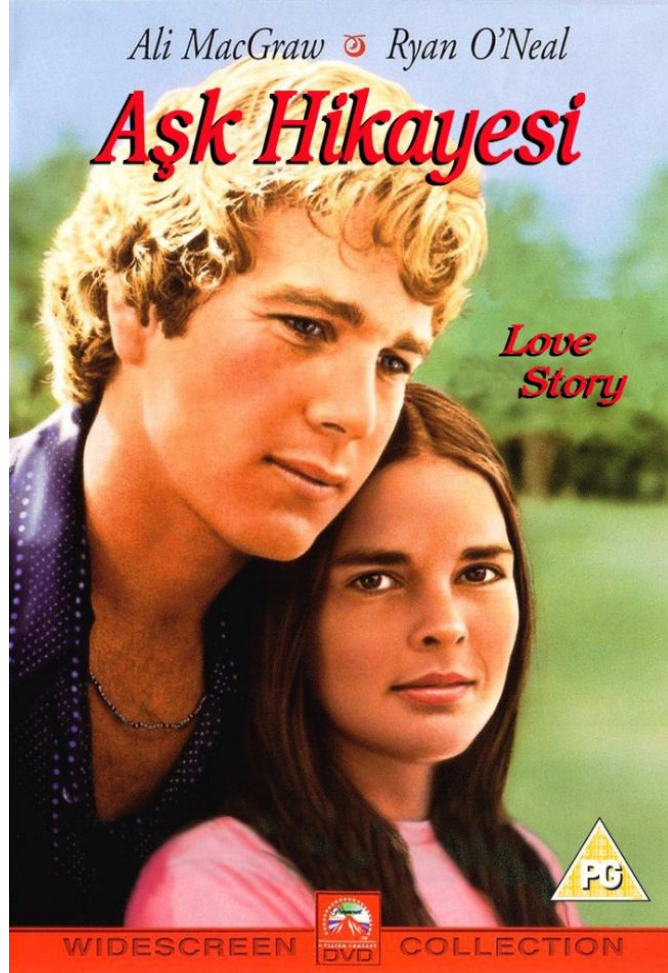
²¹¹ http://www.cinematicwallpaper.com/movie-pictures/The_Godfather



Resim 154 Grease filmi ve günümüze yansıyan giyim tarzı²¹²

²¹² http://4.bp.blogspot.com/_m638gScJzLQ/SbMHklxg3I/AAAAAAAAABel/qIW93G-tHww/s400/Slide2.JPG

3.3.7.1 Love Story(1970)



Resim 155 Love Story filmi DVD kapağı

Michael Kors 2006 kış sezonunda “Love Story”nin başrol oyuncusu Ali MacGraw’dan esinlenerek koleksiyonunda onun filmde giyindiği Harvard tarzı, hippie ve bohem birleşmiş tarzından esinlenmiş, yün bere ve şapkalarını aynen kullanmıştır.

MacGraw filminde dünyanın bir çok yerine ulaşmış film acıklı aşk hikayesi ve giyimi sayesinde milyonları etkilemiştir. Modacı Marc Jacobs “Ali MacGraw’un yeni görünümlü grunge şehirli tarzı benim tüm zamanlardaki favorilerim arasındadır” demiştir ve eklemiştir. “O sokak şıklığını lüks yerlere taşıyan ilk isimdir.”



Resim 156 Love Story Filminden bir sahne²¹³



Resim 157 Michael Kors 2006 kış sezonu defilesi²¹⁴

²¹³ <http://movies.yahoo.com/movie/1800091039/photo/559941>

²¹⁴ <http://www.style.com/fashionshows>

3.3.7.2 A Clockwork Orange (1972)



Resim 158 "A Clockwork Orange" filminden bir sahne²¹⁵



Resim 159 "A Clockwork Orange" filminden bir sahne²¹⁶

Punk rock akımı sosyal yaptırımlara karşı gelmesine rağmen, toplum bu filmin getirdiği tarzı benimsemiş ve klasikleştirmiştir. Stanley Kubrick futuristik yönetmenliği ve yazar Anthony Burgess sayesinde hikâye, erkek giyiminde yeni bir devrime yol açmıştır.

Asker botları, fötr şapka, göz makyajıyla dünyaya 60'larda çıkmış olan punk giyimi hakkında bilgi vermiştir. Film Jean Paul Gaultier gibi birçok tasarımcıyı etkilemiştir.

²¹⁵ <http://www.debonairmag.com/fashion-in-film-movies-that-impacted-the-fashion-world>

²¹⁶ <http://www.debonairmag.com/fashion-in-film-movies-that-impacted-the-fashion-world>

Costume National 2006 kış koleksiyonunda birçok tarzı ve yüzyılı karıştırmıştır. İpek gömlek giyinen bir motorcu, bir teddy boy ve geleceği gösteren otomatik portakal. Hepsi rastgele karıştırılmış çekici bir koleksiyon yaratmıştır. John Galliano da Costume National'la aynı dönemde tasarımları için filmde esinlenmiştir.



Resim 160 Costume National 2006 kış sezonu defilesi²¹⁷



Resim 161 John Galliano 2006 kış sezonu defilesi²¹⁸

²¹⁷ <http://www.style.com/fashionshows>

²¹⁸ <http://www.style.com/fashionshows>

3.3.7.3 THE GREAT GATSBY (1974)

Bonny and Clyde'da Faye Danaway ve Warren Beatty içki yasağı ve depresyon döneminin açılışını kapatmışlardır. 1974'te "The Great Gatsby" güzelliğe duyulan özlemi tatmin etmiştir. Beyaz villasının giyim odasında düzinelerce giysisi olan Mia Farrow, Robert Redford'a "hiç bu kadar güzel gömleği bir arada görmemişim" demiştir. Bu sahnede Mia da rengi transparan bir elbise giyinmiştir, Robert'sa pembe bir takım içindedir. Bal sarısı parkeler, çim yeşili golf sahası, limon sarısı Rolls Royce uyum içindedir. Film görsel olarak çok başarılıdır. Bu nostaljik film kısaca para ve paraya duyulan özlemi yansıtmıştır. 70'li yıllarda 20'ler modasının başlamasına neden olmuştur. Filmin kostüm tasarımını modacı Ralph Lauren yapmıştır.



resim 162 "The Great Gatsby " filminden sahneler²¹⁹

²¹⁹ <http://www.contactmusic.com/new/film.nsf/reviews/thegreatgatsby>

Günümüz markaları da bu filmde esinlenerek koleksiyonlar hazırlamışlardır. 2006 yaz koleksiyonunda L.A.M.B. filminin kokteyl kıyafetlerini daha modern tarzına adapte ederken, 2002 kışında Helmut Lang, filmin tarzındaki çekicilik romantizmi ve feminenliği beceriyle birleştirilerek koleksiyonuna yansıtmıştır.



Resim 163 L.A.M.B. 2006 yaz koleksiyonundan ²²⁰



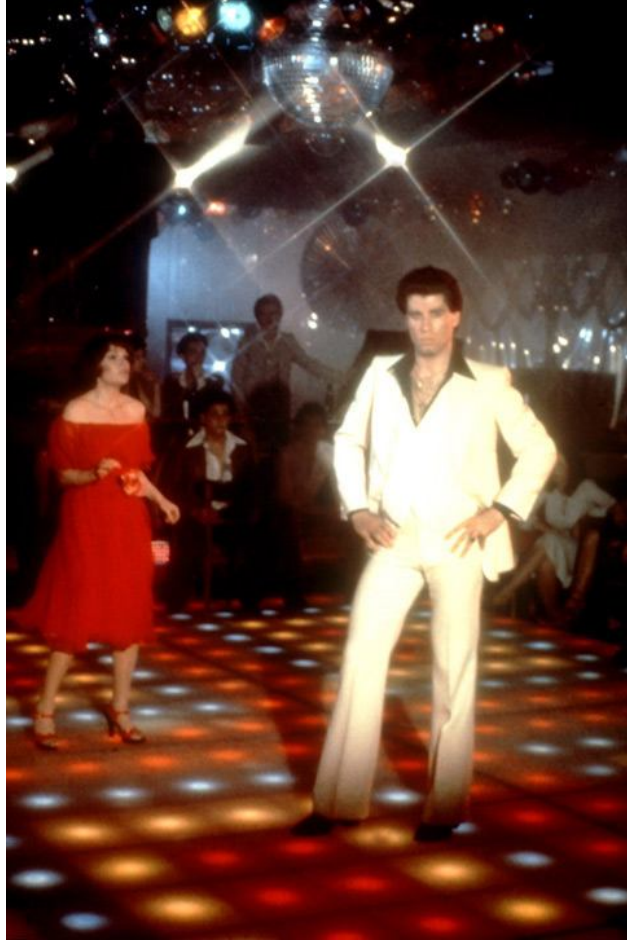
Resim 164 Helmut Lang 2002 kış koleksiyonundan ²²¹

²²⁰ <http://www.style.com/fashionshows>

²²¹ <http://www.style.com/fashionshows>

3.3.7.4 Saturday Night Fever (1977)

“Saturday Night Fever” Cumartesi Gecesi Ateşi John Travolta’nın disko pistinde beyaz takım elbisesinin ikonlaştığı filmidir. Filmde günlük hayatında sıradan bir hayat süren gencin, disko gecelerinde ise bir yıldız dönüştüğü konu edilmektedir. Seyirciden büyük ilgi görmüş bu filmde Travolta o gece için özel olarak aldığı jarse gömleğiyle pistte dans ederken dj jarse giysilere övgüler etmektedir. Film birçok ülkede erkek modasını etkilemiş büyük yaka jarse gömlekler, daracık erkek takımları bol paça pantolonlar, yakası açık gömlekten gözüken altın zincirler erkek modasında gittikçe yaygınlaşmıştır.



Resim 165 “Saturday Night Fever” John Travolta²²²

²²² <http://boxoffice.com/blogs/steve/2009/03/weekend-cinema-listomania-spec-40.php>

3.3.7.5 Annie Hall 1977



Resim 166 Annie Hall filminden bir sahne²²³

Woody Allen'in trend yaratan filmi Annie Hall'da (1977) Diane Keaton'ın Ralph Lauren imzalı erkek gömleğini giymesi, günlük yaşamda androjen görünümün yaygınlaşmasında ve kabul görmesinde bir adım olmuştur, büyük rol oynamıştır. Bu kıyafetler aynı zamanda büyük beden modasının oluşumuna da zemin olmuştur. Bu filmle beraber kadınların giysileri arasında erkek öğeleri barındırması korkusuzca uyarlanıp lanse edilmiştir ve yeni bir trend olmuştur. Bu tarzda erkek arkadaşının gardırobundan giyilmiş gibi görünen giysi parçalarının verdiği şıklık ön plandaydı. Bunlar bol gömlekler, geniş kesimli pantolonlar, kravat gibi parçalardı.

Film o dönemde insanları etkileyip androjen giyimi ön plana çıkarmış olsa da etkileri günümüzde de hala yer almaktadır. Günümüz modacıları bu tarzı sıklıkla kullanmışlardır.

²²³ <http://dailytarheelfashion.files.wordpress.com/2008/01/annie-hall.jpg>

Örneğin Sonia Rykiel 2000 kış koleksiyonunda 80'lerin Flash Dance ve 70'lerden Annie Hall'ü örnek alarak ilginç bir sentezle bir koleksiyon hazırlamıştır. Lacoste markası da 2007 kış koleksiyonunda Annie Hall'den özellikle ceketlerinden etkilenmiştir.



Resim 167 Sonia Rykiel 2000 kış ve Lacoste 2007 kış defilelerinden²²⁴

²²⁴ <http://www.style.com/fashionshows>



Resim 168 "Annie Hall" filminden bir sahne²²⁵

3.3.7.6 Mad Max (1979)

1953's The Wild One filminde *Marlon Brando'nun* üzerinde görülen deri ceket, Mad Max filminde daha hırpani bir şekilde karşımıza çıkmaktadır. Gelecekteki ütöpik bir zamanda geçen filmde, büyük felaket sonrası dünyada petrol ve su kolay bulunmamakta, insanlar tamamıyla kurak kalmış dünyada hayatta kalma savaşı vermektedirler. Filmde kötü karakterlerde punk bir tarz kullanılmıştır. Mel Gibson'ın canlandırdığı Mad Max karakteri deri pantolonu, eskimiş botları, hırpalanmış ve biraz da değiştirilmiş deri ceketıyla Western filmlerindeki kahramanlar gibi seyahat etmektedir. Mad Max'in devam filmleri de çekilmiş ve film seri olarak dönem modasını etkilemekle kalmamış, günümüz modacılarını da etkilemeye devam etmiştir.

Jean Paul Gaultier 2001 yaz koleksiyonunda filmdeki punk tarzdan ve Madmax'in motorcu görünümlü deri takımından esinlenmiştir. Dior 2001 yaz couture tasarımlarında

²²⁵ <http://www.flickwit.net/images/annie-hall12.jpg>

Donna Karan ise 2001 kış sezonunda filmin büyük felaket sonrası senaryosundan etkilenecek ilham almışlardır.



Resim 169 “Mad Max” Mel Gibson²²⁶

²²⁶ <http://www.beyonddollywood.com/mad-max-4-fury-road-is-back-on-without-mel-gibson/>



Resim 170 Jean Paul Gaultier 2001 yaz koleksiyonu²²⁷



Resim 171 Donna Karan 2001 kış ve Christian Dior 2001 yaz couture defilelerinden²²⁸

²²⁷ <http://www.style.com/fashionshows>

²²⁸ <http://www.style.com/fashionshows>

3.3.8 1980-89 Yıllarında Moda ve Filmler

Modada 80'li yıllar tekstil sektöründe çeşitliliğin meydana geldiği yıllardır. Kadınlar iş hayatına daha çok yere sahip olmuş, kendilerini kanıtlamak için daha özenli ve iyi giyinmeye başlamışlardır. Diğer dönemlerin aksine kadın modasında gösteriş hakim olmuştur. Statü sembolleri ve dikkat çeken kıyafetler ön plandadır. Vücut hatlarını ortaya seren likra kumaştan elbiseler, botlar, çok geniş vatkalar, gösterişli renkler, parlıtlı kumaşlar, aslan yelesi gibi kabarık saçlar döneme damgasını vurmuştur. Bunların dışında bol kesimli pantolonlar, bol ve vatkalı gömlekler kadınlara rahat bir giyim tarzı sağlamıştır. Bu rahatlık jean pantolonlara kadar yansımış, şalvar kesim jeanler de dahi kullanılmış, "jean line" akımına öncülük etmiştir. Bu tarz, erkeksi giyimi de yanında getirmiştir. Bu yıllarda güçlü kadın imajı vazgeçilmez bir faktör haline gelmiştir. Ayrıca bu dönemde modacılar tarihten çok beslenmişler. Rönesans'ın korseleri, yüksek bel hatları, neo klasik drapeler, 16.yy.dan kalma kabarık kollar, dar yelekler yeniden güne yorumlanmıştır.

Daha sonraki yıllarda "Kişisel olan politiktir" özlü sözüyle yeni bir film dalgası gelmiş ve insanları bilinçlendirici yeni bir tarz oluşmuştur. Evde spor yapma, fesinizim, yeni tarz annelik, kendi vücudunu ve çevrenin vücudunun farkında olma durumu gibi. Moda bu dönemde plastik ayakkabıları, eşofman, taytlar ve spor giysileri yönünde gelişmiştir. Erkekler de kadınlar da daha bakımlı, sağlıklı yaşayan, bilinçli insanlar olmaları için yönlendirilmişlerdir. 1982'de çevrilen Olivia-Newton John'un oynadığı "Let's Get Physical" filmiyle ve 1983 yapımı "Flashdance" filmiyle aerobik, dans, tayt, saç bantları, tozluklar spor giyim modası durdurulamaz biçimde yayılmıştır. (R.174-175) Gençlerin takip ettiği spor modalarından biri de fosforlu renklerin kullanıldığı tayt tişörtler, şeffaf plastikten yapılan parlak takılar ve spor ayakkabılardır.

80'li yıllarda televizyon da toplum hayatında büyük bir yer edinmiş, tv dizileri tüm dünyada büyük ilgi görmeye başlamıştır. "Miami Vice" dizisi erkek modasını büyük ölçüde etkilemiştir. Beyaz pantolon, kolları katlanmış ceketler, çorapsız giyilen

ayakkabılar, turkuaz eflatun, pembe gömlekler, pastel tonlu tişörtler moda olmuştur. Versace markası ceket tişört tasarımını bu şekilde topluma kabul ettirmiştir.(R.176)

Modayı etkileyen diğer dizilerde “Moonlighting” Mavi Ay ve “Dynasty” Hanedan dizileri olmuştur.(R.177-178) Dönemin disko kültürü sonucu ortaya çıkan saten kumaştan dökümlü elbiseler ve pul, payet işlemeli dekolteli vücudu saran giysilere bu diziler öncülük etmiştir. Mavi Ay’da; Cybill Shepherd’ın canlandığı Madelyn karakterinin giyindiği, romantik bir etki bırakan, saten ve ipek pastel renkli elbise ve etek ceket takımlar, Hanedan’da; güçlü kadın karakterlerin giyindiği parıltılı, gösterişli kesimli elbiseler döneme damgasını vurmuştur.

80’li yıllarda erkek modasını etkileyen bir filmde “Top Gun” olmuştur. Filmde bolca görünen armalı, deri, havacı montları ve ray-ban gözlükler sıkça kullanılmaya başlamıştır. (R.179) Tarihi filmlerin sahneye girmesi ile de danteller, yelekler, drapeler, fırfırlar, brokar ceketler yeniden görünmüştür. 1988’de kostüm dalında Oscar alan Dangerous Liaisons filminde Glenn Close ve John Malkovich gece giysileri ve göğüs dekolteli elbiseleri öne çıkarmışlardır.(Resim180)

80’lerin yıldızları erotik anlamda çok da çekici değillerdi. Roller artık mite’ler inşa etmiyordu. Diane Keaton, Merly Streep ya da Sigourney Weaver gibi yıldızların giyimleri artık filmleri dışında dikkat konusu olmaktan çıkmıştır. Herkesin bildiği gibi onlar da filmleri dışında herkes gibi giyinmiş, herkesin alışveriş ettiği yerlerden alışveriş etmişlerdir. İşte eski yıldızları şimdiki yıldızlardan ayıran, birer mite dönüştüren, hem filmlerinde hem de özel hayatlarında farklı giyimleri ve tarzlarıyla öncülük etmeleri olmuştur.

Döneme damgasını vuran diğer ünlüler Lady Diana, Madonna, Michael Jackson modada iz bırakan isimler olmuş.(R.181-182) Diziler gibi sadece dönemlerini değil, birçok dönemleri etkilemişlerdir. Lady Diana zarafeti, utangaç tavırları, alçak gönüllü giyim tarzıyla materyalist bir bakış açısının hakim olduğu bir zamanda farklılık yaratmış, evliliğiyle de bir idol olmuştur. Madonna ise marjinal giyim tarzı, seksapeli, değişik

parçaları birleştirerek oluşturduğu yarı punk tarzıyla genç kızları peşinden sürüklemiştir. Michael Jackson kırmızı deri ceketi, kısa paça pantolonu, siyah deri ayakkabıları ve ikisinin arasından gözüken beyaz çorabıyla, tek eline taktığı ışıltılı eldiveniyle dans ettiğinde gençleri büyülemiştir.



Resim 172 "Let's Get Physical" Olivia-Newton John²²⁹



Resim 173 "Flashdance" Jennifer Beals²³⁰

²²⁹ <http://www.liketotally80s.com/80s-costume-physical.html>

²³⁰ <http://www.liketotally80s.com/80s-costume-flashdance.html>



Resim 174 "Miami Vice" dizisi tanıtım fotoğrafı²³¹



Resim 175" Moonlighting" Dizisi²³²

²³¹ <http://onemoredaylife.blogspot.com>

²³² <http://www.davidandmaddie.com/>



Resim 176 "Dynasty" Dizisi²³³

²³³ http://www.theinsider.com/news/2306870_Dynasty_Homage_to_80s_Fashion



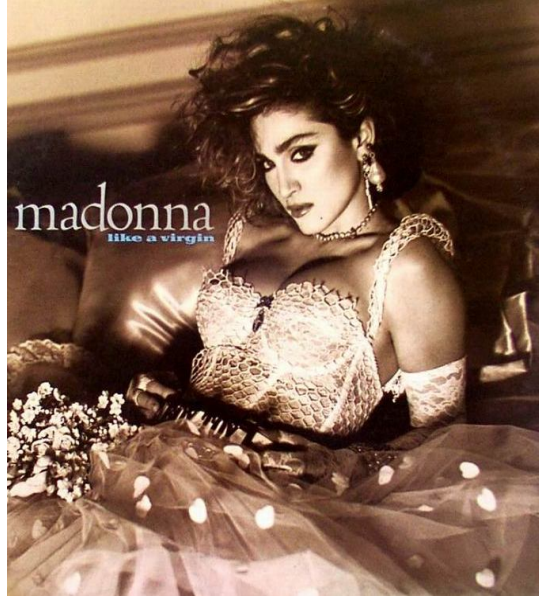
Resim 177 "Top Gun" Filminden sahneler²³⁴



Resim 178 " Dangerous Liaisons-"1988- Glenn Close²³⁵

²³⁴ <http://www.theinsider.com/>

²³⁵ <http://gatochy.blogspot.com>



Resim 179 Madonna'nın çıkış albümü Like a Virgin kapağı²³⁶



Resim 180 Michael Jackson Thriller klibi²³⁷

²³⁶ <http://www.amazon.com/Like-Virgin-Madonna/dp/B00005J6SZ>

²³⁷ http://www.ew.com/ew/gallery/0,,20213730_21,00.html

3.3.8.1 American Gigolo 1980



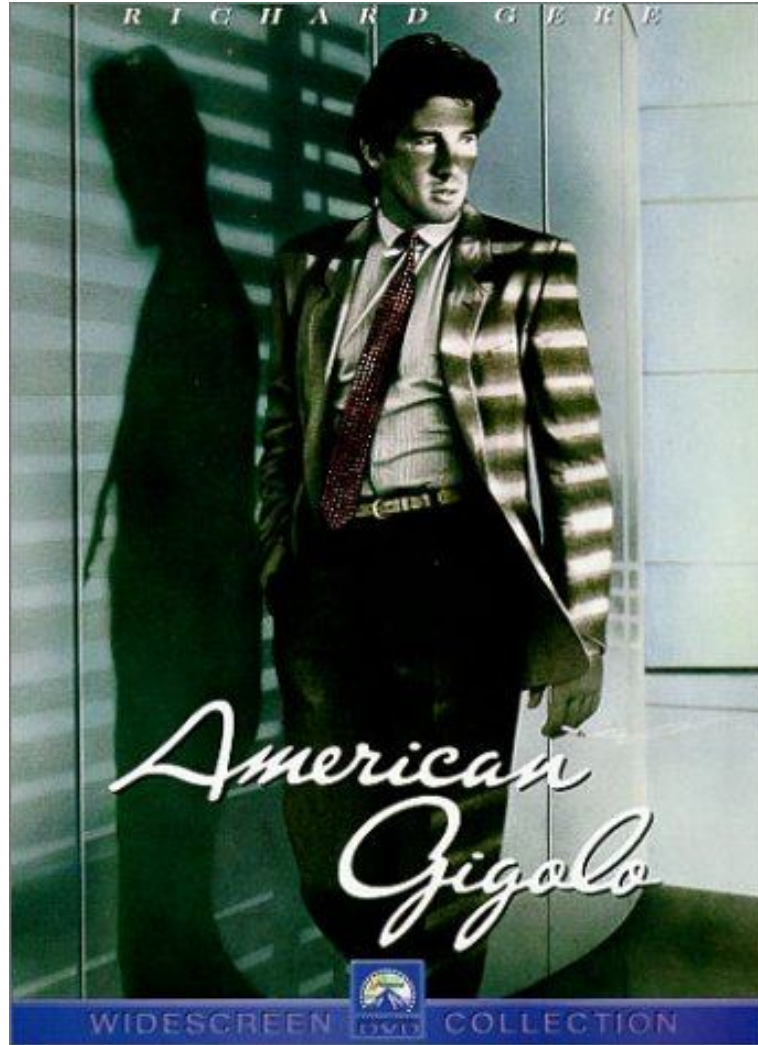
Resim 181 “Amerikan Gigolo” filmi Richard Gere²³⁸

1980 yapımı olan Amerikan Jigolo, seksenli yılların düşünce yapısını yansıtan, Amerikan kapitalizmine ve bireyciliğe keskin eleştiriler yapan bir filmidir. Richard Gere’in filmde canlandırdığı Julian Kaye karakteri, seksenli yıllara göre ideal bir yaşam sürmektedir. Lüks bir dairede oturur, çok iyi giyinir, bu standartları korumak için de jigololuk yapmaktadır. Filmin bir sahnesinde polis müfettişi ona nasıl bu kadar çok kadını baştan çıkardığını sorar. Julian, öncelikle çok iyi giyinmesini söyler, dik durmasını, egzersiz yapmasını çenesini gevşek tutmamasını söyler. Bunlar 1980’lerin en önemli özelliklerini oluşturmuştur. Daha sonraki bir sahnede ondan giyinmeyi öğrendiğini söyleyerek övünür. Armani, dönemi için devrim niteliği taşıyan rahat, özensiz görünümlü ama yine de şık giyim stilini bu film sayesinde geniş kitlelere tanıtmıştır. Richard Gere’i

²³⁸ <http://www.debonairmag.com/fashion-in-film-movies-that-impacted-the-fashion-world>

filmde o özensiz görünümü sağlamak için ceketleri kravatları, gömleklere dizmiş kombinlemeye çalışırken görmek mümkündür.

Giorgio Armani 1975 yılında Milano'daki modaevini açmış, modada tanıtımın önemini farkında olduğu için tasarımlarını moda basınının tanıtımı ile sınırlı bırakmayıp halka aktarması için Hollywood yıldızı Richard Gere ve "American Gigolo" filmi seçmiştir.



Resim 182 'American Gigolo' DVD kapak resmi

Gere'in bu filmde giysilerini giymesinin ardından Armani'nin satışları hızla arttı. O zamandan beri Hollywood ile sıkı bir ilişki içinde olan Armani, 300'ün üzerinde filmin kostümlerini hazırlamış ve film jeneriklerinde mutlaka adının geçmesini sağlamıştır.

*Pazarlama departmanı da film yıldızlarını sürekli olarak defilelerine davet etmiş; önemli olaylarda, özellikle de Oscar törenlerinde Armani giysileri giymelerine özen göstermiştir. 1990'ların uzunca bir bölümünde Oscar geceleri, bir anlamda Armani geceleri olmuştur.*²³⁹

3.3.8.2 Chariots of Fire (1981)

“Chariots of Fire” Ateş Arabaları'nın kostüm tasarımcısı “Out of Africa” ve “A Clockwork Orange” filmlerinin kostüm tasarımını yapan Milena Canonero'dur. Filmde 1924 Olimpiyatlarına hazırlanan İngiliz bir atletin öyküsü anlatılmaktadır. Beyaz tenis giysileri, Oxford süveterleri ve atletini, geleneksel zarif İngiliz bakışıyla moda dünyasına benimsetmiştir. Bloomingdale markası 1982 erkek giyim koleksiyonunda filmin tarzından etkilenmiş, başrol oyuncusu Nicholas Farrell model olarak kullanmıştır.



Resim 183 “Chariots of Fire” filminden bir sahne²⁴⁰

²³⁹ Mark Tugate, **Modada Marka Olmak**, Türkçesi: Günhan Günay, İstanbul, Rota Yayınları 2006 s.148

²⁴⁰ <http://kalitelifilim.blogcu.com/ates-arabalari-chariots-of-fire->



Resim 184 "Chariots of Fire" filminden bir sahne²⁴¹

²⁴¹ <http://kalitelifilim.blogcu.com/ates-arabalari-chariots-of-fire->

3.3.8.3 *Blade Runner* (1982)



Resim 185 “Blade Runner” filminde Harrison Ford²⁴²

“Blade Runner” Bıçak Sırtı gelecekte insanların nasıl yaşadığına, ne giyindiğine dair kehanetlerde bulunan hayali kahramanlardan oluşmuş gelmiş geçmiş en iyi bilim kurgu filmlerinden birisidir. 1982’de kostüm tasarımcısı Michael Kaplan’a alkış ve prestij

²⁴² <http://bladerunnerthemovie.warnerbros.com/>

kazandırmıştır. Dönemin modacılarını etkileyememiş ancak sahne ve karakterleriyle izleyicisinin aklına kazınmıştır. Bu özelliğinin meyvelerini de ancak günümüz tasarımcılarından almaya başlamıştır.



Resim 186 “Blade Runner” filminde başrol oyuncularının kostümleri²⁴³



Resim 187 “Blade Runner” filminden bir sahne²⁴⁴

²⁴³ <http://media.bladezone.com/contents/film/production/props/costumes/>

²⁴⁴ [http://www.moviemail-online.co.uk/film/52069/Blade-Runner-\(2007-Final-Cut\)-/](http://www.moviemail-online.co.uk/film/52069/Blade-Runner-(2007-Final-Cut)-/)



Resim 188 “Blade Runner” filmindeki Androidler ve kostümleri



Resim 189 Blade Runner filminde Punk Giyimli Android²⁴⁵

²⁴⁵ <http://www.hollywoodteenmovies.com/BladeRunner.html>

Filmde Harrison Ford'un canlandirdığı ödül avcısı Decker (R.187) başta olmak üzere, 50'lerden fırlamış gibi gözükten android karakter Rebeca(R.189) ve diğer androidler ve transparan kıyafetleri, çağımızın modacılarını oldukça fazla etkilemiştir.(R.190-191) Öncelikle kadın giyim tasarımında etkilenen markaları incelediğimizde, Rag & Bone, Jaeger London, Naum, Karl Lagerfeld, Basso & Brooke, Luca Luca, Versace, Roberto Cavalli, Jean Colonna Fendi örnek verilebilir. Jean Colonna 2000 kış koleksiyonunda film ilham kaynağı olmuş, kürkler, altın rengi motosiklet ceketleri, transparan ayakkabı ve giysiler kullanılmıştır.(R.192) Rag& Bone markasının tasarımcıları Neville ve ortağı Marcus 2008 kış koleksiyonlarında direkt olarak filmde ilham aldıklarını belirtmişlerdir.(R.192) Preens markası tasarımcıları Justin Thornton ve Thea Bregazzi filmdeki "android ve kim android?" düşüncesinden etkilenerek 2009 kış koleksiyonundaki giysilerde filmde ilham almışlardır.(R.193) Jaeger London markasının 2009 yaz koleksiyondaki retro bölümünün de filmde etkilendiği belirtilmiştir. Naum markasının 2006 kış koleksiyonunda, markanın yetenekli isimleri Khairzada ve Jentzsch'in sert tarzları "Blade Runner'in " dünyasıyla kesişmiş ve defileye ruhunu vermiştir. Ünlü modacı Karl Lagerfeld'de 2009 yaz koleksiyonunda retro ve bilimkurgusal tarzı birleştirirken, ilham kaynağı olarak blade runner'ı kullanmıştır.(R.194) 2009 yaz koleksiyonunda filmde etkilenen bir marka da Luca Luca olmuştur. Markanın patronu Raul Melgoza müşterilerini geleceğin kostümleriyle giydirebilmek için ilham kaynağı olarak filmin yolundan gitmiştir. Versace markası ise 2001 yaz koleksiyonunda 40'ların divalarıyla "Blade Runner'in" android duruşunu birleştirmiştir. Fendi ve Roberto Cavalli de 2003 kış koleksiyonlarında filmin etkisi altında kalan markalar olmuştur.(R.195) Fendi koleksiyonunda deriler ve kürklerle, "Blade Runner" tarzını orta çağ tarzıyla birleştirerek kullanmıştır. Roberto Cavalli ise "Blade Runner'ı" ilham alan en sürpriz marka olmuştur. Filmin atmosferi ve gösterişini bir arada kullanarak koleksiyonunu hazırlamıştır.

Filmin erkek giyim modasına da etkileri az olmamıştır. Z zegna 2008 yaz koleksiyonunda 50'lerin jazz stiline Blade Runner bilim kurgusu ve karakterleriyle yeni bir yol açmıştır.(R.196) Emporio Armani'de 2009 yaz koleksiyonunda geçmişin, bugünün ve

geleceğin yer aldığı bir replicant kültürü olan “Blade Runner”dan esinlenmiştir.(R.197) Givenchy 2008 yaz defilesinde ise toplum için ilham kaynağı olmuş filmde zarif bir tarzda esinlenmiş, Polo tişörtlerinde endüstriyel bir fermuar ve motosiklet ceketleriyle daha az yapmacık bir koleksiyon oluşturmuştur.



Resim 190 Jean Colonna 2000 kış koleksiyonunda ve Rag& Bone 2008 Kış koleksiyonu²⁴⁶



Resim 191 Preens 2009 Kış Koleksiyonu²⁴⁷

²⁴⁶ <http://www.style.com/fashionshows/>

²⁴⁷ <http://www.style.com/fashionshows/>



Resim 192 Karl Lagerfeld 2009 yaz koleksiyonu²⁴⁸



Resim 193 Fendi ve Roberto Cavalli 2003 kış koleksiyonları²⁴⁹

²⁴⁸ <http://www.style.com/fashionshows/>

²⁴⁹ <http://www.style.com/fashionshows/>



Resim 194 Z zegna 2008 yaz koleksiyonu²⁵⁰



Resim 195 Emporio Armani 2009 yaz koleksiyonu²⁵¹

²⁵⁰ <http://www.gq.com/fashion-shows/complete/S2008MEN-ZEGMEN>

²⁵¹ <http://www.vogue.co.uk/fashion/show.aspx>

3.3.8.4 *Desperately Seeking Susan* 1985

“Desperately Seeking Susan” Çaresizim Susan’ı Arıyorum 1985’te Madonna’nın ilk başrol oynadığı film olmuştur. Hollywood 1980’lerde modayı yoğun bir şekilde etkileyen Madonna’ya filmlerinde rol vermekte gecikmemiştir. Madonna’nın kendine özgü bir giyim stili vardır. Bu stil, siyah deri motosiklet ceketi, dantel eldivenler, mini etekler, tişört üzerine giydiği sutyen, büyük saç bantları ve dini motifler kolyeler gibi parçaların bir araya gelmelerinden oluşmaktadır. 80’li yıllarda New York’ta gelişmeye başlayan ‘Hip Hop’ ve ‘Pop’ müzik akımlarının giyim stillerini kendince yorumlayarak kendi stilini yaratmıştır.



Resim 196 *Desperately Seeking Susan* filminden bir sahne²⁵²

²⁵² <http://www.zimbio.com/>



Resim 197 Desperately Seeking Susan film afişi²⁵³

²⁵³ <http://www.behindthehype.com/tag/desperately-seeking-susan/>

3.3.9 1990-99 Yıllarında Moda ve Filmler

90'lı yıllar moda açısından yeniliklerle dolu bir dönem olamamıştır. Daha çok geçmiş stillere dönüşün hâkim olduğu bir dönem olarak özetlenebilir. Medya ve teknolojinin hızlı gelişimi, işsizlik ve Körfez Savaşı toplumu en fazla etkileyen ve dolayısıyla 90'ların modasının ana hatlarını belirleyen en önemli faktörlerdir.

Büyük hazır giyim markaları tanıtımlara ağırlık vererek pazar paylarını arttırmışlardır. Hollywood yıldızları, MTV gibi televizyon kanalları, Rock ve pop yıldızları moda akımlarının öncülüğünü yapmaya devam ederken moda dünyasına has yeni yıldızlar da ortaya çıkmıştır bu dönemde. Top modeller. Vogue dergisi 1990'nın ilk sayısında streç soluk kotları ve görünmez makyajlarıyla döneme damgasını vuracak beş top modele yer vererek 90'ların sadeleşmiş tarzını tanıtmıştır.(R.200) Moda markalarının koleksiyonlarını tanıtırken, birer yıldız haline gelen 'top model'ler bu dönemde moda ve medyada oldukça etkili olmuşlar, Hollywood yıldızlarının bir dönem yerini almışlardır. Aralarından bazıları Hollywood'da da başarıyı yakalayarak aranılan oyuncularından olmuşlardır. Efsanevi moda markaları tanıtımlarında Linda Evangelista, Naomi Campbell ve Helena Christensen gibi marka değeri taşıyan top modelleri kullanarak şöhretlerini arttırmış, özellikle gençleri etkilemeyi başarmışlardır. *Markalara ilginin artması taklitlerin yayılmasına sebep olmuştur. Bu durum karşısında markalar önlem olarak logolarını ön plana çıkarma yoluna gitmişlerdir. 90'lı yıllar büyük logo çılgınlığına sahne olmuş, marka monogramlı dizaynlar egemenliklerini ilan etmişlerdir.*²⁵⁴

Bu dönemde yaşanan geçmişe özlem, 60'lar, 70'ler ve 80'ler gibi pek çok stilin aynı anda moda olmasına olanak sağlamıştır. Bu yılların modasında stil ve giyim kuralları açısından eşine az rastlanır bir esneklik yaşanmıştır. Gece giysilerinin yanında spor kıyafetlerin de kullanılmaya başlanmasıyla spor giyim pazarı büyümüştür. Hazır giyimde salaş ama lüks bir stil benimsenmiş, fakat lüks özenle saklanmıştır. Dönemin modacıları

²⁵⁴ Elif Julide Dereboy, **Kostüm ve Moda Tarihi**, İstanbul, inkilap kitabevi, 2004, s.184

pahalı kumaşlar kullansalar da sade ve minimal bir kadın görüntüsü yaratmışlardır. Bu dönemde ince, uzun, seksi kadın silueti yüceltilmiştir.

Stillerdeki çeşitlilik renklerde de kendini göstermiş, her modacı kendi renk kartelâsını oluşturmuştur. Moda da daha çok geriye dönüşler yaşanmış, Rita Hayworth'un "GİLDA" filminde giydiği "sweat heart" elbisesi, Joan Crawford stili tuvaletler o döneme yıldızlarının ihtişamını taşımıştır.

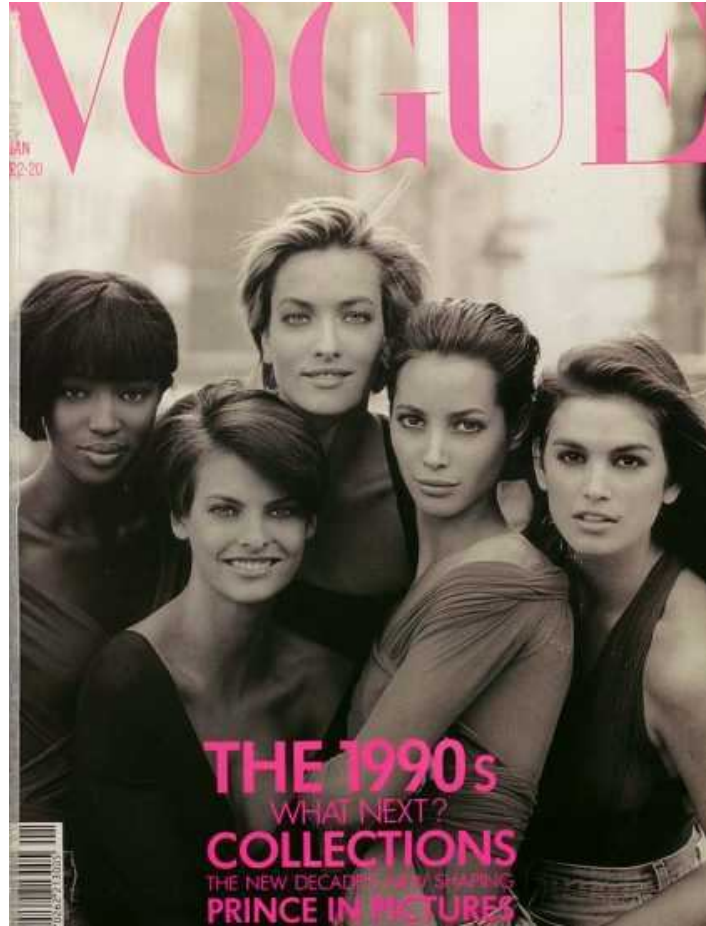
90'lı yıllarda günlük giyimde, bele oturan feminen tayyörler, safari tipi ceketler, ince çizgili kumaştan dikilmiş pantolon-cekete takımlar moda olmuştur. Likra kumaşların yaygınlaşmasıyla tasarımlar daha da sadeleşmiş, tasarımlardaki kuşaklar ve detaylar büyük ölçüde azaltılmış ve rahatlık ön plana çıkarılmıştır. Döneme etkisini vuran en önemli akımsa müzik dünyasından yayılan Grunge akımıdır. Bu akım Nirvana'nın solisti Kurt Cobain tarafından popüler olmuş bir akımdır.(R.201) Yırtık jean pantolonlar, bol oduncu gömlekleri, gömleklerin kalçaya bağlanması, eski hırkalar, parçalanmaya yüz tutmuş postallar ve depresif genç nesli temsil etmektedir.

Bu dönemin öne çıkan moda tasarımcılarına örnek olarak; Karl Lagerfeld, Giorgio Armani, Donna Karan, Alexander McQueen, Coralina Herrera, John Galliano, Ralph Lauren, Vera Wang, Michael Kors, Anna Sui, Dolce & Gabbana ve Jean Paul Gaultier gibi isimler sayılabilir.

Sinema ve televizyon dünyası modayı etkilemeye devam etmiştir. Bu yıllarda yayınlanan, The Beverly Hills 90210, Melrose Place, 1998'de yayınlanmaya başlayan Sex and the City gibi diziler dünyanın her yerindeki gençlere modada yol gösterici olmuşlardır. Özellikle Sex and the City modadaki çılgın giyim tarzı ve etkisini günümüze kadar sürdürmeye devam etmiştir .(R.202-203-204)

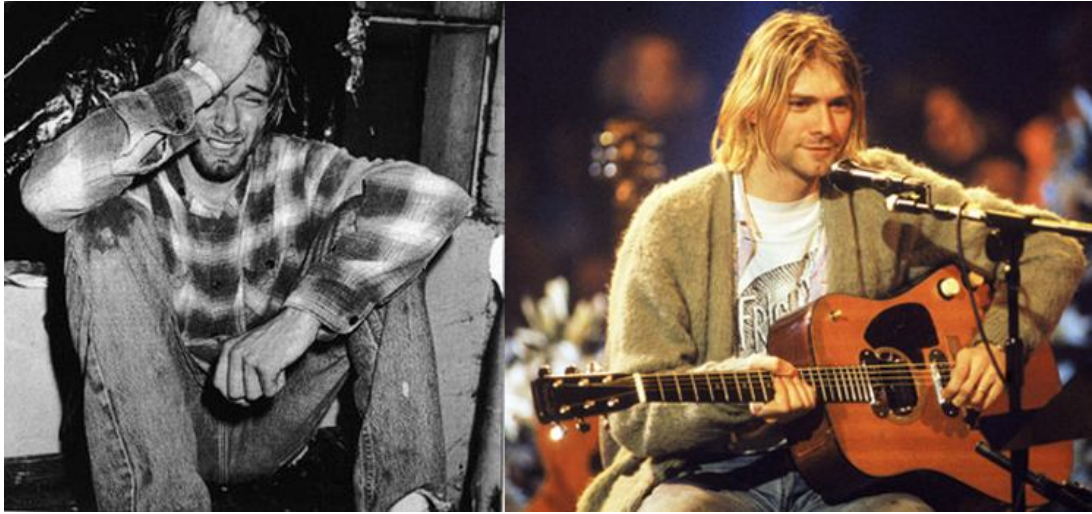
Filmlerde ise Hollywood'un sattığı hayallerle insanlar üzerindeki etkisini sürdürmüştür. "Pretty Woman" 1990, Özel Bir Kadın filmi, fahişeden, bir hanımefendiye dönüşen beyaz atlı prensine, hayallerine kavuşan bir kadının hikâyesini anlatmıştır.(R.205) Kadınların ruhuna giysiden, alışverişten, prensese dönüşmekten,

aşkına bulmaya kadar her türlü fantezisini sunan film dönem modasını etkilemiştir. “Basic Instinct” 1992, Temel İlgüdü güçlü, akıllı, tehlikeli ve seksi kadın karakteriyle, beyaz dar mini boğazlı elbisesiyle izleyicilerin kafasında yer etmiştir.(R.206) 90’lı yıllar güçlü, çekici, espirili, tek eşli kahramanlarıyla yeni güçlü bir erkek imajı yaratmıştır. Bruce Willis “Die Hard” serisinde jean pantolon ve kirli beyaz atletle bir dönem erkeklerin birçoğunun beyaz atletle kendilerine güvenli bir şekilde dolaşmalarına gömlek altından atletlerini göstererek giyinmelerine sebep olmuştur. (R.207) Mel Gibson’ın 1987’de başlayan “Lethal Weapon” Cehenem Silahı serisinin devamında, mavi kolları kıvrık gömleği aslan yelesi saç modeliyle dönemin sokak modasında etkili olmuştur. (R.208)



Resim 198 Vogue dergisi 1990 Ocak kapak fotoğrafı²⁵⁵

²⁵⁵ <http://www.coverbrowser.com/covers/vogue/3>



Resim 199 Kurt Cobain²⁵⁶



Resim 200 The Beverly Hills 90210²⁵⁷

²⁵⁶ http://www.papermag.com/blogs/2007/11/producer_alex_coletti_on_nirva.php

²⁵⁷ <http://www.daemonstv.com/2008/03/14/beverly-hills-90210-spinoff-the-cw/>



Resim 201 Melrose Place²⁵⁸



Resim 202 Sex and the City dizisinden bir sahne²⁵⁹

²⁵⁸ http://www.starpulse.com/Television/Melrose_Place/gallery/Melrose-Place-tv-10/

²⁵⁹ <http://www.hbo.com/city/>



Resim 203 Pretty woman filminden sahneler²⁶⁰

²⁶⁰ <http://www.deathtoglamour.com/cat/3-blogs/articles/421-julia-roberts-pretty-woman-is-prostitutes-story-the-new-fairy-tale-for-the-internet-age>



Resim 204 "Basic Instinct" filminden bir sahne²⁶¹



Re sim 205 "Die Hard" Bruce Wills ve " Lethal Weapon" setinde Mel Gibson²⁶²

²⁶¹ <http://www.vh1.com/photos/gallery/?fid=1571540&pid=2623650>

3.3.9.1 Singles (1992)

Grunge akımının müzik sayesinde ilk çıktığı zamanlarda “Singles” filmi kostüm tasarımlarıyla akımın öncülüğünü yapmıştır. Bohem punk, hippie rock , Vintage ve askeri tarzın birbirine girerek oluşturduğu karışım bir tarzdır. Filmin başrollerini Campbell Scott ve Bridget Fonda paylaşmış bir gençlik filmidir. Campbell Scott baş erkek karakter olmasına rağmen Matt Dillon ve Bridget Fonda tarzlarıyla akıllarda kalmıştır. Filmin müzikleri Pearl Jam, Mudhoney, Jimi Hendrix gibi müzisyenler bulunmaktadır. Film sinema dünyasında büyük ses getirmemişse de, genç neslin yaşantısı, sorunlarını işleyen film kostümleri ve yaşam tarzıyla dönem gençliğini etkilemiştir.

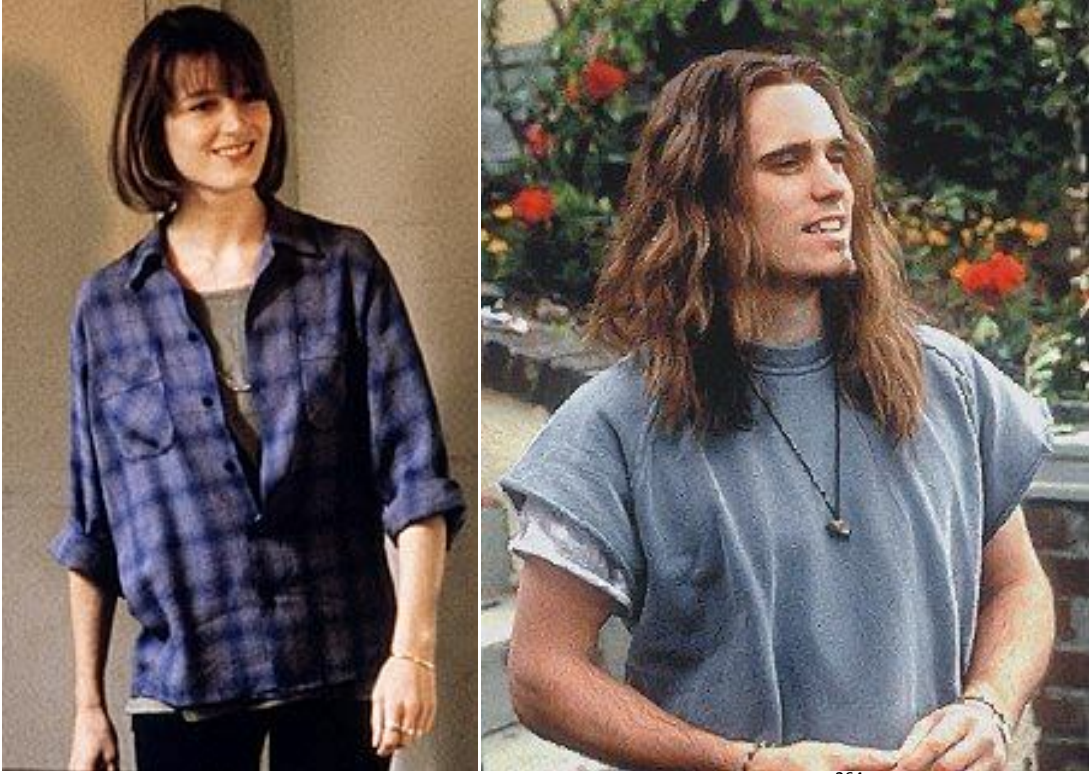


Resim 206 “Singles” filminden bir sahne²⁶³

²⁶² [http://www.sellyourtvconceptnow.com/media-](http://www.sellyourtvconceptnow.com/media-kit/Promotional_images_large/Jeanne%20Simon%20and%20Mel%20Gibson.jpg)

[kit/Promotional_images_large/Jeanne%20Simon%20and%20Mel%20Gibson.jpg](http://www.sellyourtvconceptnow.com/media-kit/Promotional_images_large/Jeanne%20Simon%20and%20Mel%20Gibson.jpg)

²⁶³ <http://talkingmoviezzz.blogspot.com/2008/04/what-ever-happened-to-bridget-fonda.html>



Resim 207 "Singles" Bridget Fonda ve Matt Dillon²⁶⁴

3.3.9.2 Pulp Fiction (1994)

Yönetmen Quentin Tarantino'nun başyapıtlarından biri olan "Pulp Fiction" Ucuz Roman sade bir şıklığı lanse etmektedir. Uğraşılmamış, doğal, modern ifadesi olan bir stildir. Bu filmin bu kadar etkili olabileceği hiç tahmin edilmemiştir. 90'lı yıllarda C.Klein ve Helmut Lengin ikonsal minimalizmle bağlantılı olarak modayı etkileyen filmlerden biri haline getirmiştir.

Samuel L.jackson'ın ince uzun gösteren takım elbisesi, Uma Thurman'ın kolalı beyaz gömleği ve kısa pantolonu ile 90'ların en karizma görüntüsünü oluşturmuştur. Birbiri ardına gelen trendleri takip etmeye meraklı dünyamızda zamansız bir çizgi sunarak başarılı olmuştur.

²⁶⁴ <http://talkingmoviezzz.blogspot.com/2008/04/what-ever-happened-to-bridget-fonda.html>



Resim 208 "Pulp Fiction" filminden bir sahne²⁶⁵



Resim 209 "Pulp Fiction" tanıtım resmi²⁶⁶

²⁶⁵ http://www.movieposter.com/q/Pulp+Fiction_posters.html

²⁶⁶ http://www.movieposter.com/q/Pulp+Fiction_posters.html

3.3.9.3 Trainspotting (1996)



"Who needs reasons, when you've got heroin?"

Resim 210 "Trainspotting" filminin afişi²⁶⁷

1996 yılının hit filmlerinden olan "Trainspotting" filminin hikayesi uyuşturucu bağımlısı gençlerin etrafında dönmektedir. Filmdeki karakterler klasik kahraman karakterler gibi iyi vatandaş, örnek insanlar değildir. Film izleyiciye bağımlı hayatını gösterir ve bağımlı tarzın stiliyle akıllarda yer etmiştir. Her erkek kadınların beğendiği erkeklerin idealize ettiği bir rock yıldızı olmak ister. İşte film uyuşturucu bağımlısı bir rock starın hayatı gibi bu giyim stilini lanse etmiştir. Başrolde oynayan oyuncu Ewan McGregor bir rock yıldızı olmanın nasıl bir görüntü ve his olduğunu seyirciye başarıyla anlatmıştır. Siyah deri bir mont, yırtık pis jeanlar, rahat tarzda süveterler ve sonuçta

²⁶⁷ <http://gawker.com/368829/trainspotting-prequel-in-the-works>

tamamen uğraşılmamış görüntülü bir karizma oluşturulmuştur. Modacı Hedi Slimane gibi birçok tasarımcı bu filmle lanse edilen karizmatik tarzı kullanmaktadır.



Resim 211 "Trainspotting" filminden bir sahne²⁶⁸



Resim 212 Modacı Hedi Slimane²⁶⁹

²⁶⁸ <http://www.leftfieldcinema.com/files/filmupload/trainspotting.jpg>

²⁶⁹ <http://www.wearethemarket.com/2007/09/magazine-news-gq-at-50.php>

3.3.9.4 The Matrix (1999)



Resim 213 "The Matrix" "tanitim posterini"²⁷⁰

²⁷⁰ <http://whatisthematrix.warnerbros.com/>

John Woo'nun yönetmenliğini yaptığı "The Matrix" "izlenme rekorları kırmış bir bilim kurgu filmi, izleyicinin beynine kazınan tarz yaratarak dönem modasını etkilemiştir. Uzun siyah trençkotlar, deri sigaret pantolonlar ve Warner Brothers'un özel olarak tasarlattığı ve satışa çıkardığı güneş gözlükleri filmin başlıca takip edilen kostümleri olmuştur. İnsanların 2000 yılına girmeyi merak ve sabırsızlıkla beklediği bu yıllarda gösterilen, bilimkurgu bir film olması ve alt metninde barındırdığı felsefesiyle geniş kitleleri etkilemiştir.

Film dünya çapında beklenen ilgiyi görmüş, The Matrix üçlemesi büyük ses getirmiştir. Keanu Reeves uzun paltolu baştan aşağı siyah kostümü, güneş gözlükleri, Laurence Fishburne'ün canlandığı Morpheus karakterinin deri trençkotu, Carrie-Anne Moss'un giyindiği vücudu saran siyah deri kostümü ve filmin başarılı atmosferi XXI. yy.da modacılar ilham kaynağı olmayı sürdürmüştür.



Resim 214 "The Matrix" Trinity karakteri ve kostümü²⁷¹

²⁷¹ <http://boxofjack.com/articles/2009/08/02/the-matrix-1999/>



Resim 215 “The Matrix” Filminde Morpheus karakteri ve kostümü²⁷²

²⁷²<http://weblogs.variety.com/thompsononhollywood/2008/02/httpwwwmensvogu.html>



Resim 216 “The Matrix” Neo karakteri ve kostümü²⁷³

“The Matrix” beyazperdede gözükmesiyle popüler kültürün bir parçası haline gelerek moda dünyasında da büyük bir etki oluşturdu. Örneğin Costume National markası filmde fırlamış gibi görünen büyük yakalı siyah paltoları, güçlü omuz kesimleri olan ceketleri, deri pantolonların parlaklığına sahip saten pantolonlarla 2008 kış

²⁷³ <http://www.fanpop.com/spots/the-matrix/images/4387929/title/neo>

koleksiyonunda The Matrix'ten etkilenmiştir. Balenciaga ise 2003 kış koleksiyonunda parlak, güçlü ve çekici tasarımlarıyla filmin kahramanını yeniden giydirir gibidir.



Resim 217 Costume National 2008 Kış Defilesinden²⁷⁴



Resim 218 Balenciaga 2003 Kış Defilesinden²⁷⁵

²⁷⁴ <http://www.style.com/fashionshows/complete/F2008RTW-CNATIONA>

²⁷⁵ <http://www.style.com/fashionshows/complete/F2003RTW-BALENCIA>

4. XXI. yy. da Sinemanın Modaya Etkisi

XXI. yy.da moda ve sinema hiç olmadığı kadar açık bir alışveriş içindedirler. Bu alışveriş daha çok dizi, film yıldızları ve markalar arasındadır. Filmlerde ürün ve marka yerleştirme daha profesyonel ve sıkça yapılmasına karşın, bu yüzyılda filmlerin etkisi yerini daha çok internetten ve dergilerden tüm dünyaya yayılan yıldız ve yıldızcıklara bırakmıştır. Geçmişten bugüne stil ikonlarının insanlar üzerindeki etkisi gittikçe artmıştır. Tek fark artık stil ikonu olmak için büyük bir yıldız olunmasına gerek olunmamasıdır ve geçmiş yıllara göre artık yeni bir gençlik dizisiyle meşhur olan oyuncuların bile profesyonel ekiplerle çalışıp lanse edilmesidir. Star olmak isteyen; oyuncular, müzisyenler, mankenler ya da sporcular vb. stil danışmanlarıyla çalışmaktadırlar. Bu meslek artık daha çok değerli, bilinen ve popüler bir meslek haline gelmiştir. Stil danışmanları, kendilerine uyacak stili yaratacak beceriye sahip olamayan kişilere giyim, stil oluşturmak ve bu stili korumalarına yardımcı olmak konusunda destek vermektedirler. Bu sadece yakışanı giymek anlamına gelmez; duruş, giysiyi taşıma, poz verme ve tabii ki giyilen kıyafetlerin insanlara verdiği mesajı profesyonelce hazırlayıp sunmaktır.

Stil danışmanları arasında son dönemde en çok adı duyulan, Hollywood'un genç yıldızlarını giydiren stilist Rachel Zoe'dur . Mary - Kate Olsen, Mischa Barton, Lindsay Lohan, Nicole Richie gibi günümüzün genç stil ikonlarının danışmanlığını Rachel Zoe yapmaktadır. Onunla çalışmadan önce abartılı ve rüküşçe giyinen Lindsay Lohan, Nicole Richie stil danışmanı ile çalışmaya başladıktan sonra 2006 yılında, Hollywood'da en çok resmi çekilen ve dergiler tarafından en çok moda çekimi yapılan yıldızlar olmuşlardır. Mesleklerinde ilerlemiş ve stil ikonu haline gelmişlerdir. (Resim222-223)

Bu, modanın yıldızlar üzerindeki etkisini gösteren bir örnektir ancak karşılıklı alışverişte yıldızlar da modanın en önemli gereksinimlerini karşılamaktadırlar. Kırmızı halı, markayı tanıtmak, tasarımcılık ve kendi markalarını oluşturmak gibi.



Resim 219 Nicole Richie'nin önceki ve yeni hali



Resim 220 Lindsay Lohan'nin önceki ve yeni hali

4.1 Kırmızı Halı “Red Carpet” ve Moda

Moda için ve yıldız olabilmek için bir önemli adım ise kırmızı halıdır. Yani önemli ödül töreni ve premierlerde giyilen şık kıyafetler. Tasarımcıların bir sonraki yıl moda olacağını öngördükleri giysileri, çeşitli ödül törenlerinde yıldızlara giydirdikleri ve gelen tepkilere göre hareket ettikleri bilinmektedir ve Academy ödülleri gibi dünya çapında önem arz eden törenlerde tasarımlarını milyonlara ulaştırmışlardır. Yıldız için önemli olan da bu törenlerde olabildiğince güzel, kusursuz ve ulaşılmaz gözükmesidir. Çağımızda artık oyuncular filmlerde kusursuz ve ulaşılmaz görünmez, filmin de gerçekliği için oldukça sıradan ve gerçek gözükmemektedirler. Filmlerde, dizilerde ulaşılabılır güzellikte insanlar olduklarını gösterirler. Ancak yıldız olabilmek için ulaşılmazlığa ihtiyaçları vardır ve bunu onlara Academy ödülleri gibi ödül törenleri sağlar ve o törenlerde ne kadar güzel, kusursuz, erişilmez gözükürlerse mesleğinde o kadar başarılı olurlar. Buna iyi bir örnek 1997 yılından 2009 yılına değin büyük ödül törenlerindeki giyim, duruş, saç ve makyajıyla ilerlemesi açıkça görünen Angelina Jolie’dir.(Resim224)

Moda için bu törenleri düşündüğümüzde prestij ve isim yapmak için büyük bir adımdır. Armani Oscar töreninde kırmızı halıda eski yıllardan beri erkek giyiminin vazgeçilmezi haline gelerek şıklığın ve prestijin sembolü olmuştur. Kırmızı halıda yürüyen her yıldız o gece onu kimin giydirdiğini açıklar; daha o akşam internet sitelerinde kimin hangi markayı giyindiği tüm dünyaya yayılmış olur. O gece en çok yıldız hangi marka giydirmiş, kaç yıldız onu tercih etmiş, bunlar birer prestij meselesidir. Hele de ödül alan bir oyuncuyu giydirmek. Markalar bu sayede büyüklüklerini kanıtlarlar. Günlük hayatta veya bir filmde insanın kendiyile özdeşleştirdiği yıldız o güzellik ve ulaşılmazlıkla görmesi markaya karşı da bir beğeni sempati yaratmaktadır. Örneğin son yıllarda adını kırmızı halıda giydirdiği yıldızlarla tanıtın ve birçok yıldız giydiren Marchesa seyircinin karşısına 2007 yılında 79.Academy ödülleri Jenifer Lopez’in üzerinde çıktı. Adını geniş kitlelere duyurmaya bu prestijle başlayan markanın kırmızı halıdaki prestiji gün geçtikçe artmakta(R.223). İki İngiliz modacı tarafından kurulan marka 30 milyon dolarlık cirouyla

İngiltere’de Best Business ödülünü de almıştır. Marchesa’nın Hollywood müşterileri Jennifer Lopez, Renee Zellweger, Eva Longoria, Mischa Barton, Jessica Alba, Anne Hathaway ve Sienna Miller gibi isimlerden oluşmakta.(Resim226)



Resim 221 2007 Jenifer Lopez Marchesa marka elbisesiyle²⁷⁶

²⁷⁶http://www.instyle.com/instyle/package/oscars/photos/0,,20254062_20257461_20575611,00.html



Resim 222 Angelina Jolie'nin 1997'den 2009'a kadar olan kırmızı halı imajları



Resim 223 Bir internet sitesinin Marchesa marka giysileri tanıtımı

4.2 Yıldızların Marka Tanıtma Gücü

XXI.yy.da artık tek bir rolle ya da geçici bir süreyle, doğru çalışan bir ekiple herkesin yıldız olabilmesi mümkündür. Günümüzün yıldızların geçmiştekinden bir diğer farkı ise daha ulaşılır olmalarıdır. Eskiden dergilerde küçük fotoğraflarda ya da sinema ekranı dışında görülmesi zor olan yıldızlar, XXI.yy.da medya ve internet sayesinde ulaşılabilir olmuşlardır. Paparazziler tarafından günün her saati fotoğrafları çekilir, hangi davette ne giyindikleri, makyajlarını nasıl yaptıkları internet sayesinde herkesin ulaşabileceği konuma gelmiştir. Dünyada da reklamcılık sektörü, reklamcı ve “Star Stratejisi”nin yaratıcısı Séguéla’nın teorisine uygun olarak yıldızları profesyonelce kullanmaya devam etmişlerdir. Çünkü işin içine yıldız girince satışlar artmakta, imaj düzeltilmekte, geniş kitlelere erişmek mümkün olmaktadır. Günümüzde yıldız imaj demek, imaj ise daha çok satış demek olmuştur. Bunun sebebi bulunduğumuz çağda yıldızlar gibi olabilmek ya da onlara ulaşabilmenin yolu eskisi gibi sinemadan değil alışverişten geçer hale gelmiş olmasıdır.

Yıldızlarla ilgili bilginin çokluğu ve geçmişte lüks olan pek çok şeyin ucuzlamasıyla yıldızlık daha ulaşılabilir olmuş, ulaşılabilirlik ikonlara olan düşkünlüğü daha da kamçulamış, eskinin hayranları izleyici olmanın ötesine geçip onlar gibi olabilecek imkânlarla kavuşmuştur. Yıldızların giydiklerinin benzerlerini alarak, isimlerini taşıyan parfümleri sürerek, günlük rutin alışkanlıklarını taklit ederek onlarla daha yakından ortaklıklar kurulmaya başlanmıştır. Tüm bu imkânlar, yıldızların daha fazla tüketilebilmesine ve pek çok sektörün kar sağlamasına olanak vermiştir.²⁷⁷

Büyük moda markaları, moda dergileri reklam ve moda çekimlerinde mankenler yerine yıldızları kullanmaya başlamışlardır. Amerikan Vogue dergisinin kreatif direktörü Grace Goddington, Time dergisinde yayınlanan bir röportajında şunları söylemektedir: ‘Artık kapaklarda modelleri görmüyoruz. Hep oyuncular yer alıyor çünkü satışı onlar

²⁷⁷ Yasemin Akyol, ‘Stil İkonu’ Olgusunun Tekstil Modası Açısından İncelenmesi , M.S.G.S.Ü. Tekstil Y.L. Tezi, İstanbul-2007,s.19

*sağlıyor. Ne alacağınızı genellikle oyuncular belirliyor...*²⁷⁸. Bunlara bir örnek olarak 2000 yılından beri oyuncu Kate Blanchett'in sadece Vogue dergisine kaç kez kapak olduğu örnek verilebilir.(Resim227) Ayrıca daha birçok oyuncu moda dergilerine kapak olmuş ve olmaktadır.(Resim228) Bu dergiler arasından örnek olarak moda sektöründeki yeri ve prestiji açısından Vogue dergisi örnek verilmiştir.

Yıldızların satış yeteneğine ihtiyaç duyan sadece moda dergileri olmamıştır. Ünlü modacıların defilelerinde eskiden olduğu gibi mankenler değil, defileye seyirci olarak katılan modacıların yıldız dostları medyanın ve halkın ilgisini çekmektedir. (Resim230) Her modacı yıldız oyuncularından arkadaş edinmekte ya da para karşılığı defilesine getirtmektedir. (Resim229) Medyayla ve medyatik kişilerle olan iyi ilişkileri bu tasarımcıların geniş kitleler tarafından tanınmasını ve tasarımlarının kabul görmesini sağlamaktadır. Bu sayede genç tasarımcılar tanınır, zaten tanınmış tasarımcı da markasını ayakta tutabilecek maddi kazancı sağlamış olur.

Tabii ki bu karşılıklı bir alışveriştir, yıldızlar da bu arkadaşlıktan faydalanmakta davet ve ödül törenlerinde en şık ve güzel olabilmek yolunda modacılarından yardım almaktadır.

Yıldızların satış ve tanıtım gücünün farkında olan bu dev moda şirketleri de reklam kampanyalarında onları kullanmaktadırlar. Bunlara birkaç örnek vermek gerekirse; 2003 yılına kadar reklam kampanyalarında yalnızca model kullanmış olan Louis Vuitton reklam kampanyalarında ilk olarak Jennifer Lopez'le çalışmış, ardından Scarlett Johansson, Madonna, Sean Connery ve Uma Thurman gibi yıldızlarla çalışılmıştır. (Resim231-232) Louis Vuitton'un bu kampanyasını yöneten reklam ajansının yöneticisi Corinne Perez, markanın imajını modernize etmek için Jennifer Lopez 'i seçtiklerini söylemiştir.

Reklamcı Corinne Perez Jennifer Lopez'in, bir sosyal başarı ve zenginlik simgesi olmasının yanı sıra tutku ve cinselliği çağrıştıran bir ikon olduğunu belirtmiştir. Lopez,

²⁷⁸ Mark Tungate, **Modada Marka Olmak**,Türkçesi:Günhan Günay,İstanbul, Rota Yayınları2006 s.151

*günümüzde yuvarlak hatlı tüm kadınların stil idolüdür. Bu açıdan medya tarafından da örnek alınacak bir isim olarak gösterilmektedir.*²⁷⁹

Reklam kampanyalarında oyuncularını kullanan markalara örnek olarak Versace, Miu miu ve Iceberg örnek verilebilir. Versace; Demi Moore, Halle Berry ve Madonna'yı ; Donna Karan Cate Blanchett;(Resim233-234) Miu miu ise 2004 kış sezonu için Maggie Gyllenhaal'u, 2007 ilkbahar sezonunda Lindsay Lohan'i, 2008 kış sezonu için Kirsten Dunst'ı;(Resim236) Iceberg ise Mischa Barton kullanmıştır.(Resim237)

Hollywood'un stil ikonu yıldızları ayrıca, ünlü moda dergilerinde ve internet sitelerinde tasarımcıların yeni giysilerinin nasıl giyilmesi gerektiği konusunda yol gösterici olarak kullanılmaktadırlar. Yıldızların moda sektöründe kullanımı daha derinlerde ve farkına varılmadan etkiledikleri internet ortamında gerçekleşmektedir. Tüm dünyanın bir bedel ödemedi yıldızların en günlük, ya da mahrem bilgilerini alabildikleri bir ortamdır. Bu sitelerde, stil ikonlarının ve stil ikonu olma yolunda ilerleyen yıldızların çeşitli davetlerde çekilmiş fotoğrafları, günlük hayatta kullandıkları giysilerin marka ve fiyatları belirtilmektedir. Bu sitelerde insanlara iyi giyinmenin ipuçları verilirken, bir giysi ya da aksesuarın nasıl kullanılması ve kombin edilmesi gerektiğinin eğitimini, hazırlanmış kolajlar yoluyla insanlara öğretmektedirler. Bu kolajlarda yıldızın giyindiği pahalı giysiler ya da ucuz olan benzerleri kullanılmaktadır; marka, fiyat ve nereden elde edileceği gibi bilgiler yer verilmektedir.(Resim238)

XXI.yy. yıldızlarının popülaritesi gün geçtikçe artmakta ve özellikle genç nesil tarafından internet yoluyla takip edilmektedirler. İnternetin bilgi ağı sayesinde yıldızların her hareketleri, giysileri, özel yaşamları tüm dünyayla paylaşılmakta, gençler arasında müthiş bir popülarliğe kavuşmaktadırlar. Bu nedenle internetin doğru bilgi potansiyeli tartışılır olsa da yıldızların ve tüketim kültürünün üzerindeki güçlü etkisi gittikçe artmaktadır.

²⁷⁹ Yasemin Akyol, 'Stil İkonu' Olgusunun Tekstil Modası Açısından İncelenmesi , M.S.G.S.Ü. Tekstil Y.L. Tezi, İstanbul-2007,s.



Resim 224 Cate Blanchett ve kapak olduğu Vogue dergileri²⁸⁰

²⁸⁰ <http://www.coverbrowser.com/covers/vogue>



Resim 225 Vogue dergisine kapak olmuş Hollywood starlarından bir kısmı²⁸¹

²⁸¹ <http://www.coverbrowser.com/covers/vogue>



Resim 226 Oyuncu Scarlett Johansson, modacı Stella Mc Cartney²⁸² ve Oyuncu Liv Tyler ,modacı Valentino²⁸³



Resim 227 Oyuncu Scarlett Johansson Louis Vuitton S/K 2007-2008 Defilesinde İzleyici Olarak Bulunurken.

²⁸² <http://weddingobsession.files.wordpress.com/2008/05/scarlett-johansson-and-stel.jpg>

²⁸³ http://www.peoplestylewatch.com/people/stylewatch/gallery/0,,20223981_2,00.html#20505133



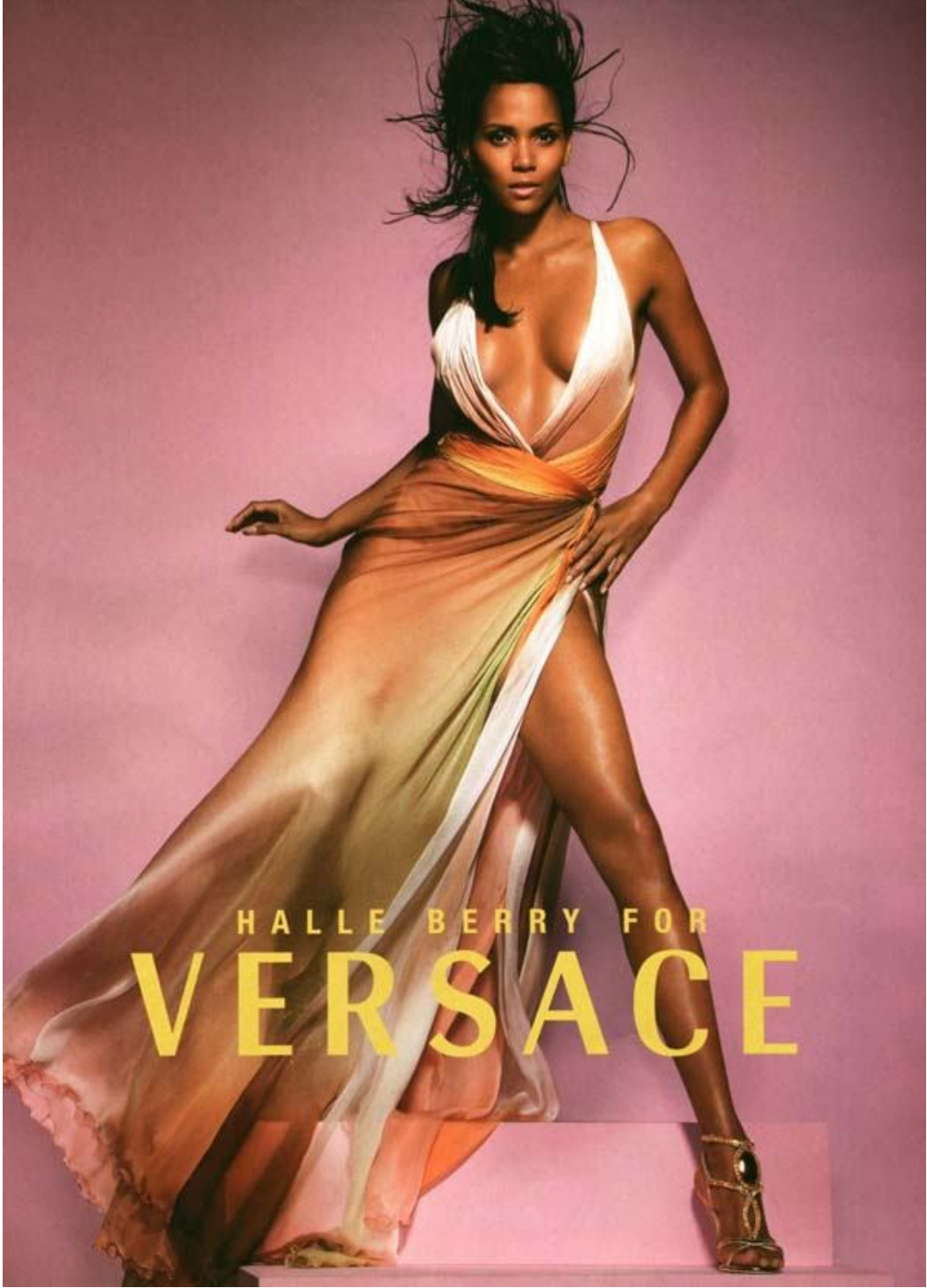
Resim 228 Louis Vuitton Jennifer Lopez reklam kampanyası fotoğraflarından²⁸⁴



Resim 229 Louis Vuitton Sean Connery reklam kampanyası fotoğraflarından²⁸⁵

²⁸⁴ <http://www.nuacco.com/2008/12/14/madonna-the-new-face-of-louis-vuitton/>

²⁸⁵ <http://www.dailymail.co.uk/femail/article-1077256/Louis-Vuitton-bags-Bond-Sean-Connery-latest-legend-brand.html>



Resim 230 Versace Halle Berry reklam kampanyası fotoğraflarından²⁸⁶

²⁸⁶ <http://kaniladies.blogspot.com/2009/02/celebrity-ad-campaigns.html>



Resim 231 Versace Demi Moore reklam kampanyası fotoğraflarından²⁸⁷



Resim 232 Donna Karan Cate Blanchett reklam kampanyası fotoğraflarından²⁸⁸

²⁸⁷ <http://content.foto.mail.ru/mail/dowash/369/i-523.jpg>

²⁸⁸ http://1.bp.blogspot.com/_vyCf6z7uw8E/SIz_1T6IXNI/AAAAAAAAMJg/ANVnHXxdgRc/s400/cateblanchettedonnakaren.JPG



MIU MIU

Resim 233 Miu Miu Kirsten Dunst reklam kampanyası fotoğraflarından²⁸⁹



Landon/08

ICEBERG
by HENRIET RICHOLLS

Resim 234 Iceberg Mischa Barton reklam kampanyası fotoğraflarından²⁹⁰

²⁸⁹ http://www.catwalkqueen.tv/2008/03/miu_miu_to_open.html

²⁹⁰ <http://www.verycool.it/2008/02/04/mischa-barton-testimonial-per-iceberg/>



Resim 235 Bir internet sitesinin oyuncu Jessica Alba'nın giysilerini tanıtımı²⁹¹

²⁹¹ www.fashionrail.com/tag/alba/

4.3 Yıldızların Marka Yaratma Gücü

Günümüzde bir ürünün satılabilmesi için, öncelikle ünlü birinin üzerinde görülmesi gerekmektedir. Bunun farkında olan markalar daha akıllıca bir reklam stratejisiyle bünyelerinde stil ikonu yıldızları çalıştırmaya başlamışlardır hem tasarımcı hem de markanın yüzü olarak. Tıpkı Mango ve Penelope Cruz örneğindeki gibi. Giyim firması Mango 2007 yılında, Penelope Cruz ve kendi gibi oyuncu ve dansçı olan kardeşi Monica'ya `Penelope and Monica Cruz` adı altında 25 parçalık bir koleksiyon hazırlatmıştır. Koleksiyon sınırlı sayıda üretilmiş ve feminen, vintage bir tarz benimsenmiştir.(R.239) Daha önce Alman top model Claudia Scheffer, Milla Jovovich, Osman Yousefzada gibi ünlü isimlerinde limited edition olarak tasarımlarına yer vermiştir. Ancak *Mango, bugüne kadarki en büyük yükselişini Cruz kardeşlerle yaptığı anlaşmayla yaşadı. Daha önceki yıllarda sadece `sokak modası' denilen trende yön veren dünyaca ünlü marka, son zamanlarda birçok ünlü ismin de gözdesi oldu.*²⁹² Mango, satışlarının artmasıyla bu stratejiye devam etmiştir. 2009 kış sezonunda Hoollywood'un genç ve ilgi çeken yıldızı Scarlett Johansson'la çalışmaya başlamış, yeni koleksiyonunu halka onun yüzüyle tanıtmıştır.(Resim240)

Büyük spor giyim markası Reebok da 2006'da Scarlett Johansson ile anlaşarak Scarlett "Hearts" Rbk koleksiyonunu hazırlatmıştır. (R.241) 80'li yıllarda çocukluğu geçen aktris dönemin atletik tarzını yansıtan, sevdiği renk ve kumaşlarla kendi stilini yansıtan bir koleksiyon hazırlandı. Koleksiyonun logosunu Johansson bizzat kendisi tasarlamıştır. Reebok Lifestyle Tasarım Başkan Yardımcısı Amy Schaeffer, 'Bu koleksiyonu tasarlarken, Scarlett'ın otantik ve 80'li yılların izlerini taşıyan stilini düşündük. Her parçanın onun taşıdığı dişiliği yansıtması için çaba harcadık. Tıpkı Scarlett gibi koleksiyonumuz da geçmiş ve günümüzün benzersiz uyumunu yansıtıyor.' demişti. Koleksiyonu 2007 yılında satışa sunulmuştur.

²⁹² 2008-08-16 Takvim <http://www.takvim.com.tr>

Moda dünyasındaki karlı satış gücünü keşfeden bazı yıldızlar da büyük şirketlerle anlaşarak kendi markalarını kurmuştur. Jennifer Lopez'in markası 'J.LO', Sarah Jessica Parker'in markası 'Bitten', Jennifer Lopez'in izinden giden oyuncu ve şarkıcı Beyonce'un "House of Dereon" markası gibi.

Jennifer Lopez markasını 2001 yılında kurmuş, Tommy Hilffiger firmasından Andy Hilffiger'la ortaklık anlaşması yaparak 'Sweetface Fashion Company' çatısı altında 'J.LO' markası yaratılmıştır. Lopez tasarımcılık yapan birçok yıldız gibi ekibinin başında yer almaktadır. Yani markası bizzat imajı olduğundan tasarımcılara yön vermektedir. İlk defilesinde de Bronx'taki yaşam tarzı, müzik kariyeri ve bugünkü 'kırmızı-halı' yaşam stili olmak üzere üç gruba ayırarak kendi hayat hikâyesinden esinlenmiştir. Lopez latin görünüşü ve yuvarlak hatlarını saklamak yerine her zaman vurgulamış, yuvarlak hatlı kadınların idolü halini almış ve medya tarafından örnek gösterilmiştir. JLO markasını da bu tema üzerine oturtmuştur.(Resim242-243)

Jennifer Lopez gibi oyuncu ve şarkıcı olan Beyonce Knowles'da JLO gibi yuvarlak hatlara hitap eden kadınsı aynı misyona sahip House of Dereon'ı kurmuştur. Knowles'ın ortağı sahne kostümlerini de tasarlayan annesi olmuştur. Marka bünyesinde gece giysilerinden, denim'e, çanta ve ayakkabıdan, çocuk giyimine herşeyi bulundurmaktadır. Markanın tanıtım çekimlerinde de tasarımda olduğu gibi annesi ve kendisi bulunmaktadır. Beyonce 2009 Oscar töreninde de kendi tasarımlarından biri olan elbiseyi giyinmiştir.(Resim244-245)

Hollywood yıldızları arasından kendi markasını kuran bir diğer isimse Sarah Jessica Parker'dır. Sarah Jessica Parker "Sex and the City" dizisinde giyindiği giysiler ve tarzıyla bir moda ikonu haline gelmiş ve Hollywood yıldızları arasına girmiştir. Daha önce GAP markasının tanıtım yüzü olmuş, ardından Parker New Yorklu Steve ve Barry firmasıyla anlaşarak "Bitten" markasını oluşturmuştur. Onu bir 'stil ikonu'na dönüştüren "Sex and the City" dizisindeki kıyafetleriyle akım yaratan Sarah Jessica Parker, moda takıntısı olan, süslü, lüks markalara düşkün bir karakteri canlandırmış; karakter, kadınlar

tarafından çok sevilmiş ve örnek alınmıştır. Ancak Sarah Jessica Parker "Bitten" adını verdiği, markasında tam tersi bir tarz belirlemiştir. Markanın sloganı "Moda, lüks değildir, bir haktır" olmuştur. Kendi koleksiyonunu hazırlayan Parker'ın gündelik kıyafetlerden oluşan koleksiyonunda kıyafet, ayakkabı, aksesuarlara yer verilmiş, 20 dolar ve altında satışa sunulacak şekilde hesaplı üretilmiştir.(Resim246-257)



Resim 236 Oyuncu Penelope Cruz Mango kataloğu ²⁹³

²⁹³ 2008-08-16 Takvim <http://www.takvim.com.tr>



Resim 237 Oyuncu Scarlett Johansson Mango katalogu fotoğraflarından²⁹⁴

²⁹⁴ 2009 sonbahar/kış mango katalogu



Resim 238 Scarlett Johansson 'Scarlett Hearts Rbk' reklam fotoğraflarından²⁹⁵

²⁹⁵ <http://hypebeast.com/2007/03/reebok-scarlett-hearts-collection/>



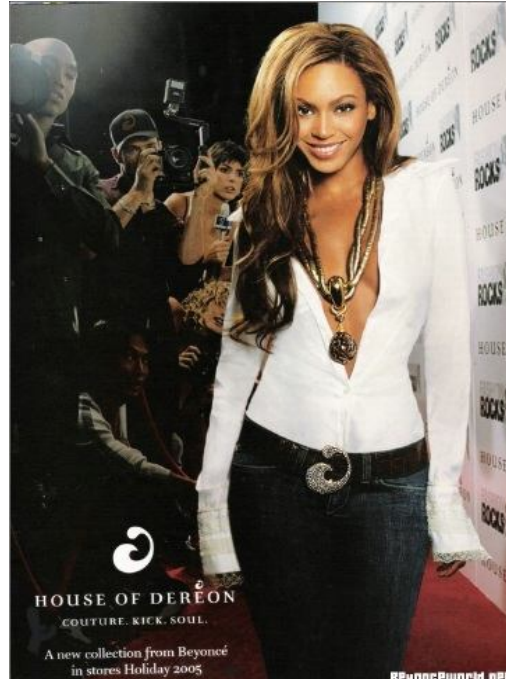
Resim 239 Jennifer Lopez kendi tasarımı giysiyle²⁹⁶



Resim 240 Jennifer Lopez'in Sweetface defilesinden²⁹⁷

²⁹⁶ <http://thisislavie.com/womens/jennifer-lopez-shuts-down-sweetfaceclothing>

²⁹⁷ http://www.style.com/fashionshows/complete/slideshow/F2005RTW-JLOPEZ?event=show1301&designer=design_house567&trend=&iphoto=13



Resim 241 Beyonce Knowles House of Dereon reklam fotoğrafı²⁹⁸



Resim 242 Beyonce Knowles kendi tasarımıyla²⁹⁹

²⁹⁸ <http://www.chicdesignerdesigns.com/>

²⁹⁹ <http://movies.about.com/od/originalcelebrityphotos/ig/2009-Oscars-Photos/oscars2009pic14.htm>



Resim 243 Sex and The City filmi ve Sarah Jessica Parker³⁰⁰



Resim 244 Bitten markasının reklam afişlerinde Sarah Jessica Parker³⁰¹

³⁰⁰ <http://www.collider.com/entertainment/news/article.asp/aid/7708/tcid/1>

³⁰¹ http://amanda11762.blogspot.com/2008_12_01_archive.html

Sonuç

Sinema tarihinin en önemli filmlerinde görülen tarzlar, çoğunlukla moda dünyasında etkili olmuştur. Bu kaçınılmaz bir sonuçtur. Büyük bütçelerle, iyi oyuncularla, güzel ve çekici yıldızlarla, profesyonel ekiplerle çekilen filmlerin, başarılı konsepti, etkileyici atmosferi özellikle modayı ve sinemayı yakından takip eden gençler üzerinde etki sahibi olmuştur.

Bir sinema filmi ya da yıldızı yoktan tasarımlar yaparak modayı etkilemiş değildir. Bu profesyonel insanlar; yaşadığı zamanın nabzını tutan, döneminin ruhunu taşıyıp başarıyla yansıtılabildiklerinden ötürü birer yol gösterici olmuşlardır.

Sinemanın geniş kitlelere ulaşabilme ve etkileme gücü inanılmazdır. Bir film, yıldızı ya da kostümü nesiller boyu zihinlere kazınmış, yıllar yılı insanların hatırlayacağı, günlük hayatta sokaklarda gördüklerinde, filmle, yıldızla ya da karakterle bağdaştırabileceği kodlanmış tarzlar sunmuştur. Tabii ki bunların hiçbiri tesadüf eseri değildir. Filmlerin kostümlerini hazırlayan kostüm tasarımcıları ve bazen modacılar, gerçek hayatta insan karakterlerini iyi inceleyip analiz etmiş, kitlelerin, sosyal grupların, mesleklerin, yaş gruplarının nasıl giyindiğini nelere ilgi duyduğunu özümsemiştir. Moda ürünleri de, filmlerde belirlenmiş hedef kitleye sunulduklarından, sinema moda için hazır bir hedef kitle sunmaktadır.

Pazarlama uzmanları, ürün yerleştirme yöntemiyle bir filmi izleyen kişinin bilincine eninde sonunda ürün ya da markayı yerleştirmenin mümkün olduğuna inanmışlardır. Bunun yanı sıra global ölçekli izlenme oranlarıyla ürün yerleştirmenin yer aldığı filmlerin geniş bir erişim gücüne sahip olduğu gözlenmektedir. Tüm bu öğeler birleştiğinde ise markalar güçlenebilmekte, sahip olduğu ürün tanıtılmakta, markanın sahip olduğu imaj düzeltilebilmekte, nasıl ve ne şartlarda giyinilebileceği hatta bazen özellikleri gösterilmekte, böylece bu ürünlerden kar sağlanabilmektedir. Bu taktiğin etkili olma sebebi, televizyon dizileri ve filmlerin gerçeğe benzemek durumunda olduklarından ve seyirci tarafından gerçek karakterler olarak algılanan oyuncuların izleyiciye güvenilirlik

vermesindedir. Moda tüketicileri kendilerinin ve gerçek yaşamdaki ürünlerin rollerini burada görmektedirler. Bu roller, filmdeki karakterlerin tarzlarıyla statülerini, konumlarını, kişiliklerini, başarılarını ve daha birçok özelliklerini yansıtacak şekilde belirli kodlarla tüketiciye sunulmaktadır. Ürünün doğru yerde doğru oyuncuyla ilişkilendirilmesi stratejik bir çalışmadır. Böylece tüketici kendi hayatından bir parçayla ürünü, oyuncuyu özdeşleştirebilmektedir. Bununla birlikte, filmdeki ürün yerleştirme uygulamaları sayesinde, ürün ya da marka bir karakter veya yıldızla ilişkilendirilmektedir. Üstü kapalı olarak yapılan bu ilişkilendirmede bazen belirli ürün, belirli yıldızlarla ilişkilendirilerek izleyici konumundaki tüketicinin zihnine kazınarak desteklenmiştir.

Moda dünyası için, sinemanın bir reklam mecrası olarak sahip olduğu bazı üstünlükler vazgeçilmezdir. Sinemada film izleyen izleyicinin buradaki reklam mesajından kaçma şansı bulunmamaktadır. Böylece gişe hâsılatı yüksek olan filmlerde kullanılan ürünler ve markalar yüksek kazanç sağlamaktadır.

Modern tüketiciler hayatlarının kolaylaşmasıyla bedensel çalışma ve yorgunluktan değil kafaca çok meşguldür. Tüketim artık biyolojik gereksinimlerin giderilmesi için değil, her zamankinden çok zihinde halledilmesi gereken bir beyin meselesi olmaya başlamıştır. İhtiyaçlar artık statü, başarı, farklılık göstergesi ürünlere yönelmiştir. Bu da kaçınılmaz olarak rol model olarak kullanılan, başlı başına bir ürün olarak pazarlanan yıldızların neden kitleleri etkilediğini açıklamaktadır. Daha öncede belirtildiği gibi moda ve tüketim daha çok genç neslin ilgi alanına girmektedir. Kafası karışık, kimlik arayışında olan bu genç nesil için takip edebileceği, kendisiyle özdeşleştirebileceği, ulaşılmaz, güzel, çekici, başarılı, şık, farklı hayat tarzı olan yıldızlara yönelmektedir. Starın giyindiğini giyinir, saçını, makyajını onun gibi yapar hatta bazen onun gibi durur ve onun gibi bakar. İşte bu, yıldızı her yönüyle bir satış makinesi haline getirmektedir. Bu etkileşimin farkında olan moda sektörü ise yıldızları giydirerek, reklam kampanyalarında kullanarak hatta bazen özel koleksiyonlar hazırlatarak kullanmaktadırlar. Modacılar için filmler ve yıldızlar ne kadar önemliyse, oyuncular için de moda o kadar önemlidir. Birçok oyuncunun popülerliği şık bir giysiyle artar hale gelmiştir.

Hollywood'un ilk yıldızları için ise durum daha farklıdır. Bu yıldızlar insanlık tarihinin gördüğü en popüler, etkili ve tanınmış güzel insanlarıdır. Beyazperdenin dev etkisiyle ünleri, tarzları ve güzellikleri tüm dünyaya ulaşmış, dünyanın her yerinde takip edilir hale gelmişlerdir. Stilleri, tanıtımları profesyonel insanlar tarafından hazırlanmış, arkalarında dev şirketlerin bulunduğu pazarlama harikalarına dönüşmüşlerdir. Günümüzün yıldızları halen onlara olan benzerlikleri ya da veliahtları olarak lanse edilerek tanıtılmaya başlanmaktadır. Çağımızın hiçbir yıldızı onlar kadar geniş kitlelerce takip ve taklit edilmemişlerdir. Tarzları ise yıllar sonra bile tüketiciler tarafından kullanılmakta, ölümünden yıllar sonra bile ürün pazarlamakta kullanılmaktadırlar. Bu da onları modanın ayrılmaz bir parçası haline getirmektedir.

Sinema ve moda birbirlerinden sonuna kadar faydalanan iki sektördür. Karşılıklı olarak her şey daha fazla satmak içindir. Her şeyin stratejik olarak planlandığı, profesyonel ekiplerin çalıştığı bir sistem kurmuşlardır. Hiçbir şeyin tesadüfi olarak gerçekleşmediği bu sistemde amaç daha çok insana rüya satmak, daha çok tüketici kitle oluşturmak ve daha çok kazanmaktır. Rüya sarayları olarak anılan sinemanın tüketici yaratma ve etkileme gücü düşünüldüğünde moda ya olan etkileri küçümsenemez boyuttur. Sinema sektörü, modanın en güçlü silahıdır.

Kaynakça

Kitaplar

- DORSAY Atilla, **100 Yılın 100 Oyuncusu**, İstanbul, Remzi Kitabevi, 2006.
- Dereboy Elif Julide, **Kostüm ve Moda Tarihi**, İstanbul, inkilap kiyabevi, 2004.
- Gönen Metin, **Hollywood sineması**, İstanbul, ,es yayınları, mart 2007
- Odabaşı,Y., Oyman M. **Pazarlama İletişimi Yönetimi**,İstanbul, Mediacat Kitapları, 2006.
- Engelmeier, Peter W., Regine, **Fashion in Film**, Münih, Prestel, 1997.
- Fox Patty, **Star Style:Hollywood Legend as Fashion Icons**, California, Angel city Press, 1995.
- Landes N. Deborah, **Dressed A Century of Hollywood Desing**, New York, Collins Cesign, 2007
- Worsley Harriet, **Decades of Fashion**, Londra/singapore, Könnemann, 2000.
- Chaney D., **Yaşam Tarzları** , Türkçesi:İrem Kutluk, Ankara ,Dost Kitabevi ,1999 .
- Crane Diana, **Moda ve Gündemleri**, Türkçesi: Özge Çevik, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2003.
- DAVIS Fred, **Moda, Kültür ve Kimlik** , İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 1997.
- Herbert Gans J., **Popüler Kültür ve Yüksek Kültür**, Türkçesi: Emine O. İncirlioğlu, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2005.
- Smit Geoffrey N., **Dünya Sinema Tarihi**, Türkçesi: Ahmet Fethi, İstanbul, Kabalcı Yayınevi, 2003.
- SEQUELA JACQUES , **Yarın Çok Star Olacak**, Türkçesi: Mine Haksal, İstanbul, AFA yayıncılık, 1990.

• SEQUELA JACQUES, **Hollywood Daha Beyaz Yıkar**, Türkçesi: Mine Aksal , İstanbul, AFA yayıncılık,1990.

• Tungate Mark, **Modada Marka Olmak**, Türkçesi: Günhan Günay, İstanbul , Rota Yayınları, 2006.

• Watson Linda, **Modaya Yön Verenler**, Türkçesi: Güneş Ayas , İstanbul, Güncel Yayıncılık, Aralık 2007.

• YAPP NICK , **1900'LAR GETTY IMAGES**, Türkçesi: Zeynep Sirer,Almanya, LitaratürYayıncılık ,2005.

• YAPP NICK , **1910'LAR GETTY IMAGES**, Türkçesi: Zeynep Sirer, Almanya, Litaratür Yayıncılık ,2005.

• YAPP NICK, **1920'LER GETTY IMAGES**, Türkçesi:Zeynep Sirer,Almanya, LitaratürYayıncılık ,2005.

• YAPP NICK, **1930'LAR GETTY IMAGES**, Türkçesi:Zeynep Sirer,Almanya, LitaratürYayıncılık ,2005.

• YAPP NICK, **1940'LAR GETTY IMAGES**, Türkçesi:Zeynep Sirer,Almanya, LitaratürYayıncılık ,2005.

• YAPP NICK **1950'LER GETTY IMAGES**, Türkçesi:Zeynep Sirer,Almanya, LitaratürYayıncılık ,2005.

• YAPP NICK, **1960'LAR GETTY IMAGES**, Türkçesi:Zeynep Sirer,Almanya, LitaratürYayıncılık ,2005.

• YAPP NICK, **1970'LER GETTY IMAGES**, Türkçesi:Zeynep Sirer,Almanya, LitaratürYayıncılık ,2005.

• YAPP NICK, **1980'LER GETTY IMAGES**, Türkçesi:Zeynep Sirer,Almanya, LitaratürYayıncılık ,2005.

• YAPP NICK, **1990'LAR GETTY IMAGES**, Türkçesi:Zeynep Sirer,Almanya, LitaratürYayıncılık ,2005.

Tezler

• Akyol Yasemin, **'Stil İkonu' Olgusunun Tekstil Modası Açısından İncelenmesi** , M.S.G.S.Ü. Tekstil Y.L. Tezi, İstanbul-2007.

• Üşenmez M.Sema, **"Toplum ve Moda Etkileşimi"**, MSGSÜ, İstanbul Sosyal B. Ens., Doktora Tezi, Haziran 1992.

• ÖZTÜRK GÜLAY RUKİYE, **"MARKA FARKINDALIĞI YARATMADA ÜRÜN YERLEŞTİRMENİN ETKİSİ"**, İstanbul, Marmara Üniv. Sosyal Bil.Enst., Y. Lisans tezi, 2007.

• Vollmers , S. M., **"The Impact on Children of Brand And Product Placements In Films."** Yayımlanmamış Doktora Tezi, Marketing. U.S.A: The Florida State University, 1995.

Makale

• Ertaş A. ,**"Ürün Yerleştirme İçin Yeni Bir Rol"**, sayı:98, İstanbul, Mediacat Dergisi, Mart 2003.

• **"brunch"**, sayı 17, s.11, Akşam gazetesi, İstanbul, 6 ağustos 2006.

İnternet

• <http://www.tdk.gov.tr/>

• <http://www.twolia.com/>

- <http://www.style.com/>
- http://www.aggregat456.com/2008_05_01_archive.html
- <http://tr.wikipedia.org/>
- <http://film.asu.edu/graduate>
- <http://www.garboforever.com/Film-Pic-25.htm>
- <http://www.britannica.com/>
- <http://covertress.blogspot.com/2008/10/morocco.html>
- <http://bla2222.files.wordpress.com/>
- <http://theselvedgeyard.wordpress.com/>
- www.premiere.com/
- <http://www.photographersdirect.com/>
- www.shardasekaran.com
- <http://theimagecooperative.blogspot.com/>
- www.ctie.monash.edu.au/.../rpav_radioplane4.html
- <http://kingdomofstyle.typepad.co.uk/>

- www.whitewallimages.com/imagegalleries/people...
- www.marilynmonroe.ca
- <http://collectibles.about.com/>
- <http://ellensplace.net/mimages.html>
- www.idave.com/
- <http://celebrity-pics.movieeye.com>
- <http://verdoux.wordpress.com/2008/03/04/doris-day/>
- <http://hookedonhouses.net/>
- www.kent.ac.uk/amst/baas.html
- www.altfg.com
- <http://www.corbisimages.com/Enlargement/>
- <http://www.dvdtalk.com/>
- <http://www.fancast.com/movies/>
- <http://blog.chickdowntown.com/>
- <http://www.shoeblog.com/>

- <http://www.modculture.co.uk>
- www.polyvore.com
- <http://bridechic.blogspot.com/>
- www.doctormacro1.info/
- <http://www.philamuseum.org/>
- <http://hubpages.com/hub/Fashion-Designers-of-the-Twentieth-Century>
- <http://www.answers.com/>
- <http://thisdistractedglobe.com/>
- <http://movies.yahoo.com/>
- <http://www.puretrend.com/>
- <http://filmfanatic.org/>
- <http://www.classicmoviefavorites.com/demille/>
- <http://misobsesiones.com/hollywood-flashback-hq/fotografia/>
- <http://www.dvdbeaver.com/>
- <http://www.stanford.edu/>

- <http://trendymen.ru/>
- <http://www.independent.co.uk/>
- <http://www.independent.co.uk/>
- <http://thesartorialist.blogspot.com>
- <http://theselvedgeyard.wordpress.com/>
- <http://urbancouture.wordpress.com/>
- <http://www.mensvogue.com/>
- <http://www.arshiv.net/arshiv.asp?id=606>
- <http://www.imdb.com/>
- <http://www.moviecritic.com.au/>
- <http://www.flickr.com/photos/>
- <http://v-style.typepad.com/>
- <http://www.arts-wallpapers.com/>
- <http://www.tvland.com/>
- <http://www.cinematicwallpaper.com/>

- <http://www.contactmusic.com/>
- <http://www.starpulse.com/>
- <http://boxoffice.com/>
- <http://www.beyondhollywood.com/>
- <http://www.liketotally80s.com/>
- <http://www.davidandmaddie.com/>
- <http://gatochy.blogspot.com>
- <http://www.theinsider.com/>
- <http://www.johnminihan.com/>
- <http://www.amazon.com/>
- <http://www.ew.com/>
- <http://kalitelifilim.blogcu.com/>
- <http://bladerunnerthemovie.warnerbros.com/>
- <http://media.bladezone.com/>
- <http://www.moviemail-online.co.uk/>

- <http://www.hollywoodteenmovies.com/BladeRunner.html>
- <http://www.vogue.co.uk/fashion/show.aspx>
- <http://www.papermag.com/>
- <http://www.daemonstv.com/>
- <http://www.hbo.com/city/>
- <http://www.deathtoglamour.com>
- <http://www.vh1.com/>
- <http://www.celebrific.com/>
- <http://talkingmoviezzz.blogspot.com/>
- <http://www.movieposter.com/>
- <http://whatisthematrix.warnerbros.com/>
- <http://www.fanpop.com/s>
- <http://www.instyle.com>
- <http://www.peoplestylewatch.com>
- [http://www.dailymail.co.uk,](http://www.dailymail.co.uk)

- <http://content.foto.mail.ru>
- <http://community.livejournal.com>
- <http://www.catwalkqueen.tv/>
- www.fashiongrail.com
- <http://www.chicdesignerdesigns.com/>
- <http://www.collider.com>
- <http://nohway.wordpress.com/>

Resim Listesi

RESİM 1 "MINORITY REPORT" İÇERİSİNDE KULLANILAN GAP REKLAMI.....	23
RESİM 2 MEN İN BLACK II FİLMİNDE REKLAMI YAPILAN BAZI ÜRÜNLER	24
RESİM 3 BRAM STOKER'S DRACULA 1931 LOBİ KARTI	29
RESİM 4 EDİE SEDGWICK	38
RESİM 5 JOHN GALLİANO 2005/2006 SONBAHAR/KIŞ KOLEKSİYONUNDAN ÖRNEKLER	38
RESİM 6 KİM NOVAK VERTİGO FİLMİNDE GİYDİĞİ KOSTÜMÜYLE.	39
RESİM 7 ALEXANDER MCQUEEN 2005 KIŞ KOLEKSİYONU.....	39
RESİM 8 GRACE KELLY VE 'KELLYBAG'	40
RESİM 9 HEPBURN'ÜN BREAKFAST AT TIFFANY'S'DEKİ PEMBE GİYSİSİ.....	40
RESİM 10 NATALİE PORTMAN VE AUDREY HEPBURN	41
RESİM 11 NATALİE PORTMAN 2006 BAZZAR DERGİSİ BREAKFAST AT TIFFANY'DEKİ KIYAFETLE	42
RESİM 12 KATİE HOLMES VE AUDREY HEPBURN.....	43
RESİM 13 MARİLYN MONROE VE SCARLETT JOHANSSON	44
RESİM 14 JENNİFER LOPEZ VE ELİZABETH TAYLOR.....	45
RESİM 15 MİCHELLE WILLİAMS VE MİA FARROW.....	45
RESİM 16 SOPHİA LOREN VE PENELOPE CRUZE.....	46
RESİM 17 GRACE KELLY VE GWYNETH PALTROW.....	47
RESİM 18 DONT CHANGE YOUR HUSBAND DVD KAPAĞI	49
RESİM 19 GLORİA SWANSON VE GÜLLERLE SÜSLEDİĞİ ÜNLÜ ELBİSESİ	50
RESİM 20 GLORİA SWANSON KAPÜŞONLU ELBİSE, BROŞ VE ELDİVENİYLE	50
RESİM 21 TONIGHT OR NEVER' DA SWANSON.....	51
RESİM 22 "SUNSET BOULEVARD" FİLM AFİŞİ	52
RESİM 23 GRETA GARBO "THE PAINTED VEIL" 1934	54
RESİM 24 ".A WOMAN OF AFFAIRS" (1929) GRETA GARBO	55
RESİM 25 "TWO-FACED WOMAN" 1941 GRETA GARBO	55
RESİM 26 "BLUE ANGEL" FİLMİNDE MARLENE DİETRİCH	59
RESİM 27 "MOROCCO" 1930 MARLENE DİETRİCH	60
RESİM 28 "BLONDE VENUS" 1932 MARLENE DİETRİCH	61
RESİM 29 1933 YILI NICHOLL'S TASARIMI DİETRİCH TARZI TAKIMIYLA BİR MODEL.	62
RESİM 30 DİETRİCH İKİ RENKLİ AYAKKABILARIYLA.....	63
RESİM 31 1936 "THE DEVIL IS A WOMAN	64
RESİM 32 1944 MARLENE DİETRİCH "KİSMET" FİLMİNDE.	65
RESİM 33 MADONNA VE MARLENE DİETRİCH KOSTÜMLERİYLE.....	66
RESİM 34 CHRISTIAN DIOR 2008 YAZ KOLEKSİYONUNDAN İKİ ÖRNEK.....	67
RESİM 35 MARLENE DİETRİCH VE DIOR 2002 KIŞ COUTURE DEFILESİNDEN GÖRÜNTÜLER	68
RESİM 36 MARLENE DİETRİCH VE DIOR 2002 KIŞ COUTURE DEFILESİNDEN GÖRÜNTÜLERİ	69
RESİM 37 KATHARİNE HEPBURN	73
RESİM 38 KATHERİNE HEPBURN FULARINI TUTURMAK İÇİN KULLANDIĞI BROŞUYLA	74
RESİM 39 KATHERİNE HEPBURN ŞAPKALARIYLA	75
RESİM 40 "A BILL OF DIVORCEMENT" (1932) FİLMİNDEN BİR SAHNE	76
RESİM 41 KATHERİNE HEPBURN 1938.....	76
RESİM 42 1950 "ALL ABOUT EVE" ANNE BAXTER, BETTE DAVIS, MARİLYN MONROE, GEORGE SANDERS	82
RESİM 43 1954 MONROE KORE SAVAŞINA GİDEN ASKERLERİN ÖNÜNDE AÇIK ARTIRMADA SATILAN ELBİSESİYLE SAHNEDE .	82
RESİM 44 1969 "SOMEL LIKE İT HOT" GALASINDA	83
RESİM 45 1955 STRAPLEZ VE DARACIK GECE ELBİSESİYLE MARİLYN MONROE.....	83
RESİM 46 PHOTOPLAY DERGİSİNİN ÖDÜL TÖRENİNDE, TRAVİLLA İMZALI GENTELMEN PREFER BLONDES FİLMİNDEN KOSTÜMÜYLE MONROE	84
RESİM 47 TRAVİLLA'NIN "GENTELMEN PREFER BLONDES" FİLMİNDE MONROE İÇİN YAPTIĞI KOSTÜM SİKEÇİ	84

RESİM 48 J.F. K. 'NİN 45. DOĞUM GÜNÜNDE MARİLYN MONROE VE ELBİSESİ	85
RESİM 49 1955" THE SEVEN YEAR INCH" FİLMİ KOSTÜM PROVASI	86
RESİM 50 JEAN PANTOLONUYLA MARİLYN MONROE	87
RESİM 51 MARİLYN MONROE BORNOZUYLA	87
RESİM 52 PLASTİK TOPUKLU VE KURDELE BAĞCIKLI AYAKKABILARIYLA MARİLYN MONROE	88
RESİM 53 SCARLETT JOHANSSON VE CHRISTİNA AGÜİLERA	89
RESİM 54 CHRISTİAN DİOR 2002 KIŞ COUTURE DEFİLESİ VE THE SEVEN YEAR INCH FİLMİNDE MARİLYN MONROE	89
RESİM 55 ALEXANDER MCQUEEN 2005 KIŞ DEFİLESİ VE FİMLERDEKİ KOSTÜMLERİYLE MARİLYN MONROE	90
RESİM 56 DORİS DAY	93
RESİM 57 DORİS DAY	94
RESİM 58 "PILLOW TALK" 1959 FİLMİNDEN BİR SAHNE	95
RESİM 59 "LOVE ME OR LIVE ME" 1955	96
RESİM 60 "LOVE ME OR LIVE ME" SETİNDE DORİS DAY	97
RESİM 61 "ROMANCE ON THE HIGH SEAS" FİLMİNDE DORİS DAY	98
RESİM 62 CAPRİCE	98
RESİM 63 1953 AUDREY HEPBURN "ROMAN HOLIDAY" FİLMİNDE	103
RESİM 64 1954 SABRİNA, AUDREY GİVENCHY KOSTÜMLERİYLE.	104
RESİM 65 "SABRİNA" FİLMİNDEN ÜNLÜ KAYIK YAKA ELBİSESİ	104
RESİM 66 "FUNNY FACE" 1957	105
RESİM 67 JACQUELINE KENNEDY VE AUDREY HEPBURN	106
RESİM 68 AUDREY HEPBURN VE SALVATORE FERRAGAMO	107
RESİM 69 AUDREY HEPBURN VE HUBERT DE GİVENCHY	107
RESİM 70 TWO FOR THE ROAD FİLMİNDEN BİR SAHNE	108
RESİM 71 TWO FOR THE ROAD FİLMİNDEN BİR SAHNE	108
RESİM 72 11.1.1964 VOGUE MODA ÇEKİMİ	109
RESİM 73 İNTERNETTE YAYINLANAN HEPBURN TARZI GİYİM KOLAJLARINA BİR ÖRNEK	110
RESİM 74 GİLBERT ADRİAN VE GRETA GARBO	115
RESİM 75 1931 "MATA HARİ" GRETA GARBO	116
RESİM 76 1932 "LETTY LYNTON" JOAN CRAWFORD	117
RESİM 77 1932 "SHANGHAI EXPRESS" MARLENE DİETRİCH	118
RESİM 78 1949 "THE BARKLEYS OF BROADWAY" GİNGER ROGERS	119
RESİM 79 1956 GRACE KELLY VE GELİNLİĞİ	120
RESİM 80 1956 "HIGH SOCIETY" VE KELLY'NİN KOSTÜMÜ	121
RESİM 81 1958 "CAT ON A HOT TIN ROOF" VE ELİZABETH TAYLOR	122
RESİM 82 1950'DE "ALL ABOUT EVE" BETTE DAVIS	122
RESİM 83 1954'TE "REAR WINDOW" DA Kİ KOSTÜMÜYLE GRACE KELLY	123
RESİM 84 1963 "THE BIRDS" TİPPİ HEDREN	123
RESİM 85 CASABLANCA (1942) HUMPHREY BOGART	124
RESİM 86 BRİGİTTE BARDOT	124
RESİM 87 "BLUE ANGEL" FİLMİNDE MARLENE DİETRİCH	127
RESİM 88 "DON'T CHANGE YOUR HUSBAND" GLORİA SWANSON	128
RESİM 89 GLORİA SWANSON	131
RESİM 90 "THE TEMPTRESS" 1926	132
RESİM 91 JOAN CRAWFORD	135
RESİM 92 GLORİA SWANSON "TONIGHT OR NEVER" 1931	136
RESİM 93 CAMİLLE 1936 GRETA GARBO	137
RESİM 94 IT HAPPENED ONE NİGHT	138
RESİM 95 CHRISTİAN DİOR 'UN 1947'DE TASARLADIĞI "NEW LOOK" TAKIMI	142
RESİM 96 "GONE WITH THE WİND" 1941 VİVİEN LEİGH VE YEŞİL KADİFE PERDEDEN YAPTIĞI ELBİSESİ	142
RESİM 97 1941" THE MALTESE FALCON" VE SOLDA HUMPHREY BOGART	143
RESİM 98 "GİLDA" 1946 RİTA HAYWORTH	143

RESİM 99 KATHARINE HEPBURN "WOMAN OF THE YEAR" (1942)	144
RESİM 100 KASIM 1941 PICTUE POST GAZETESİNDEN (SOL) ANNE SCOTT-JAMES	144
RESİM 101 "SULLIVAN'S TRAVELS" FİLMİNDEN BİR SAHNE	145
RESİM 102 "SULLIVAN'S TRAVELS" FİLMİNDEN BİR SAHNE	146
RESİM 103 "SULLIVAN'S TRAVELS" FİLMİNDEN BİR SAHNE VE GÜNÜMÜZ SOKAK MODASINA YANSIMASI	146
RESİM 104 RAG & BONE 2007 KIŞ DEFILESİ VE "SULLIVAN'S TRAVELS" FİLMİNDEN BİR KOSTÜM	147
RESİM 105 "CASABLANCA" FİLMİNDEN BİR SAHNE	148
RESİM 106 I. DÜNYA SAVAŞI'NDA BURBERRY TRENÇKOT GİYİNMİŞ BİR İNGİLİZ ASKERİ	148
RESİM 107 "CASABLANCA" FİLMİNDEN BİR SAHNE	149
RESİM 108 MARLON BRANDO 1953 "THE WILD ONE"	152
RESİM 109 "REBEL WITHOUT A CAUSE" (1955) JAMES DEAN	153
RESİM 110 JAYNE MASFIELD, MARILYN MONROE VE SOPHIA LOREN	154
RESİM 111 MARILYN MONROE JEAN PANTOLONUYLA	154
RESİM 112 50'LERDE UNİSEKS GİYİMLİ GENÇ KIZLAR	156
RESİM 113 "THE WILD ONE" FİLMİNDEN BİR SAHNE	156
RESİM 114 "ROMAN HOLIDAY" 1953 GREGORY PECK	157
RESİM 115 "ROMAN HOLIDAY" 1953 AUDREY HEPBURN	158
RESİM 116 XXI. YY.DA İNTERNETTEN ROMAN HOLIDAY TARZI İÇİN ÖNERİLEN GİYSİLER	158
RESİM 117 "REAR WINDOW" GREACE KELLY VE JASON WU 2008 YAZ KOLEKSİYONUNDAN ÖRNEK	159
RESİM 118 SHIPLEY & HALMOS 2008 KIŞ KOLEKSİYONUNDAN ÖRNEK VE "REAR WINDOW" GREACE KELLY	160
RESİM 119 "NORTH BY NORTHWEST" FİLMİNDEN BİR GÖRÜNTÜ	160
RESİM 120 MARY QUANT(SAĞDA) VE MANKENLERİ, 1968	163
RESİM 121 DÖNEMİN PORK PIES OLARAK ADLANDIRILAN MODA ŞAPKASIYLA İKİ GENÇ 1967	164
RESİM 122 1967 CARNABY STREET 1967	164
RESİM 123 1964 SEAN CONNERY ÜÇÜNCÜ JAMES BOND FİLMİNDE	165
RESİM 124 ALFIE FİLMİNDEN BİR SAHNE	166
RESİM 125 THE MISFITS	166
RESİM 126 1968 BABARELLA KARAKTERİYLE OYUNCU JANE FONDA	167
RESİM 127 1966'DA GÖSTERİMİ BAŞLANMIŞ STAR TREK DİZİSİ VE OYUNCULARI	168
RESİM 128 THE AVENGERS DİZİSİNDEN MRS. PEEL "CAT SUIT" KOSTÜMÜ İLE	168
RESİM 129 60'LARDA PIERRE CARDIN'IN AVANGART TARZIYLA UZAY ÇAĞI MODASI YORUMLARI	169
RESİM 130 LONDRA'DA ÜNLÜ MOTORCU BILL SHERGOLD VE ARKADAŞLARI	170
RESİM 131 1969 SCOOTERLARIYLA "MOD" LAR	170
RESİM 132 1969 HYDE PARKTA BİR AÇIK HAVA KONSERİNİN DİNLEYİCİLERİ	171
RESİM 133 60'LAR OP-ART ELBİSE VE 60'LAR YVES SAINT-LAURENT TASARIMI POP ART TARZI ELBİSE	171
RESİM 135 1960'LAR BRIGITTE BARDOT	172
RESİM 136 SOPHIA LOREN	172
RESİM 137 "BREAKFAST AT TIFFANY'S" AUDREY HEPBURN VE TRENÇKOTU	174
RESİM 138 AUDREY HEPBURN WAYFARER GÖZLÜKLERLE	174
RESİM 139 AUDREY HEPBURN, BREAKFAST AT TIFFANY'S 1961	175
RESİM 140 KLASİKLEŞMİŞ "BREAKFAST AT TIFFANY'S" TARZI	176
RESİM 141 "A HARD DAY'S NIGHT" FİLMİNDEN GÖRÜNTÜ 1964	177
RESİM 142 JILL SENDER KOLEKSİYONUNDAN ÖRNEKLER	178
RESİM 143 "BONNIE AND CLYDE" FAYE DUNAWAY VE WARREN BEATTY	179
RESİM 144 1967 "BONNIE AND CLYDE" FAYE DUNAWAY VE WARREN BEATTY	180
RESİM 145 "BONNIE AND CLYDE" GİYİM STİLİNİN GÜNÜMÜZ VARYASYONU	181
RESİM 146 ZAC POSEN 2008 KOLEKSİYONU	182
RESİM 147 J. MENDEL 2006 KIŞ KOLEKSİYONU	182
RESİM 148 "2001 : A SPACE ODYSSEY" FİLMİNDEN BİR KOSTÜM	183
RESİM 149 "2001 : A SPACE ODYSSEY" FİLMİNDEN BİR SAHNE	183
RESİM 150 "2001 : A SPACE ODYSSEY" FİLM ÇEKİMİNDEN BİR SAHNE	184

RESİM 151 THE MAN WHO FELL TO EARTH 1976 DAVID BOWIE	187
RESİM 152 JOHN GALLIANO TASARIMI VE CABARET LIZA MINNELLI	187
RESİM 153 PUNK AKIMININ ÖNCÜLERİNDEN VIVIENNE WESTWOOD	188
RESİM 154 THE GODFATHER FİLMİNDEN BİR SAHNE	188
RESİM 155 GREASE FİLMİ VE GÜNÜMÜZE YANSIYAN GİYİM TARZI	189
RESİM 156 LOVE STORY FİLMİ DVD KAPAĞI	190
RESİM 157 LOVE STORY FİLMİNDEN BİR SAHNE	191
RESİM 158 MICHAEL KORS 2006 KIŞ SEZONU DEFİLESİ	191
RESİM 159 "A CLOCKWORK ORANGE" FİLMİNDEN BİR SAHNE	192
RESİM 160 "A CLOCKWORK ORANGE" FİLMİNDEN BİR SAHNE	192
RESİM 161 COSTUME NATIONAL 2006 KIŞ SEZONU DEFİLESİ	193
RESİM 162 JOHN GALLIANO 2006 KIŞ SEZONU DEFİLESİ	193
RESİM 163 "THE GREAT GATSBY" FİLMİNDEN SAHNELER	194
RESİM 164 L.A.M.B. 2006 YAZ KOLEKSİYONUNDAN	195
RESİM 165 HELMUT LANG 2002 KIŞ KOLEKSİYONUNDAN	195
RESİM 166 "SATURDAY NIGHT FEVER" JOHN TRAVOLTA	196
RESİM 167 ANNIE HALL FİLMİNDEN BİR SAHNE	197
RESİM 168 SONIA RYKIEL 2000 KIŞ VE LACOSTE 2007 KIŞ DEFİLELERİNDEN	198
RESİM 169 "ANNIE HALL" FİLMİNDEN BİR SAHNE	199
RESİM 170 "MAD MAX" MEL GIBSON	200
RESİM 171 JEAN PAUL GAULTIER 2001 YAZ KOLEKSİYONU	201
RESİM 172 DONNA KARAN 2001 KIŞ VE CHRISTIAN DIOR 2001 YAZ COUTURE DEFİLELERİNDEN	201
RESİM 173 "LET'S GET PHYSICAL" OLIVIA-NEWTON JOHN	204
RESİM 174 "FLASHDANCE" JENNIFER BEALS	204
RESİM 175 "MIAMI VICE" DİZİSİ TANITIM FOTOĞRAFI	205
RESİM 176 "MOONLIGHTING" DİZİSİ	205
RESİM 177 "DYNASTY" DİZİSİ	206
RESİM 178 "TOP GUN" FİLMİNDEN SAHNELER	207
RESİM 179 " DANGEROUS LIAISONS-"1988- GLENN CLOSE	207
RESİM 180 MADONNA'NIN ÇIKIŞ ALBÜMÜ LIKE A VIRGIN KAPAĞI	208
RESİM 181 MICHAEL JACKSON THRİLLER KLİBİ	208
RESİM 182 "AMERİKAN GİGOLO" FİLMİ RICHARD GERE	209
RESİM 183 'AMERİKAN GİGOLO' DVD KAPAK RESMİ	210
RESİM 184 "CHARIOTS OF FIRE" FİLMİNDEN BİR SAHNE	211
RESİM 185 "CHARIOTS OF FIRE" FİLMİNDEN BİR SAHNE	212
RESİM 186 "BLADE RUNNER" FİLMİNDE HARRISON FORD	213
RESİM 187 "BLADE RUNNER" FİLMİNDE BAŞROL OYUNCULARININ KOSTÜMLERİ	214
RESİM 188 "BLADE RUNNER" FİLMİNDEN BİR SAHNE	214
RESİM 189 "BLADE RUNNER" FİLMİNDEKİ ANDROİDLER VE KOSTÜMLERİ	215
RESİM 190 BLADE RUNNER FİLMİNDE PUNK GİYİMLİ ANDROİD	215
RESİM 191 JEAN COLONNA 2000 KIŞ KOLEKSİYONUNDA VE RAG& BONE 2008 KIŞ KOLEKSİYONU	217
RESİM 192 PREENS 2009 KIŞ KOLEKSİYONU	217
RESİM 193 KARL LAGERFELD 2009 YAZ KOLEKSİYONU	218
RESİM 194 FENDİ VE ROBERTO CAVALLİ 2003 KIŞ KOLEKSİYONLARI	218
RESİM 195 Z ZEGNA 2008 YAZ KOLEKSİYONU	219
RESİM 196 EMPORIO ARMANİ 2009 YAZ KOLEKSİYONU	219
RESİM 197 DESPERATELY SEEKİNG SUSAN FİLMİNDEN BİR SAHNE	220
RESİM 198 DESPERATELY SEEKİNG SUSAN FİLM AFİŞİ	221
RESİM 199 VOGUE DERGİSİ 1990 OCAK KAPAK FOTOĞRAFI	224
RESİM 200 KURT COBAIN	225
RESİM 201 THE BEVERLY HILLS 90210	225

RESİM 202 MELROSE PLACE.....	226
RESİM 203 SEX AND THE CITY DİZİSİNDEN BİR SAHNE	226
RESİM 204 PRETTY WOMAN FİLMİNDEN SAHNELER	227
RESİM 205 "BASIC INSTINCT" FİLMİNDEN BİR SAHNE	228
RESİM 206 "DIE HARD" BRUCE WILLS VE " LETHAL WEAPON" SETİNDE MEL GIBSON.....	228
RESİM 208 "SINGLES" FİLMİNDEN BİR SAHNE.....	229
RESİM 209 "SINGLES" BRIDGET FONDA VE MATT DILLON	230
RESİM 210 "PULP FICTION" FİLMİNDEN BİR SAHNE	231
RESİM 211 "P"ULP FICTION" TANITIM RESMİ	231
RESİM 212 "TRAINSPOTTING" FİLMİNİN AFIŞI	232
RESİM 213 "TRAINSPOTTING" FİLMİNDEN BİR SAHNE.....	233
RESİM 214 MODACI HEDİ SLİMANE	233
RESİM 215 "THE MATRIX" TANITIM POSTERİ	234
RESİM 216 "THE MATRIX" TRINITY KARAKTERİ VE KOSTÜMÜ	235
RESİM 217 "THE MATRIX" FİLMİNDE MORPHEUS KARAKTERİ VE KOSTÜMÜ.....	236
RESİM 218 "THE MATRIX" NEO KARAKTERİ VE KOSTÜMÜ	237
RESİM 219 COSTUME NATIONAL 2008 KIŞ DEFILESİNDEN.....	238
RESİM 220 BALENCIAGA 2003 KIŞ DEFILESİNDEN.....	238
RESİM 221 NICOLE RICHIE'NİN ÖNCEKİ VE YENİ HALİ.....	240
RESİM 222 LINDSAY LOHAN'NİN ÖNCEKİ VE YENİ HALİ	240
RESİM 223 2007 JENİFER LOPEZ MARCHESA MARKA ELBİSESİYLE	242
RESİM 224 ANGELİNA JOLİE'NİN 1997'DEN 2009'A KADAR OLAN KIRMIZI HALI İMAJLARI	243
RESİM 225 BİR İNTERNET SİTESİNİN MARCHESA MARKA GİYİLERİNİ TANITIMI	244
RESİM 226 CATE BLANCHETT VE KAPAK OLDUĞU VOGUE DERGİLERİ	248
RESİM 227 VOGUE DERGİSİNE KAPAK OLMUŞ HOLLYWOOD STARLARINDAN BİR KISMI.....	249
RESİM 228 OYUNCU SCARLETT JOHANSSON, MODACI STELLA MC CARTNEY VE OYUNCU LIV TYLER ,MODACI VALENTİNO	250
RESİM 229 OYUNCU SCARLETT JOHANSSON LOUIS VUITTON S/K 2007-2008 DEFILESİNDE İZLEYİCİ OLARAK BULUNURKEN.	250
RESİM 230 LOUIS VUITTON JENNİFER LOPEZ REKLAM KAMPANYASI FOTOĞRAFLARINDAN	251
RESİM 231 LOUIS VUITTON SEAN CONNERY REKLAM KAMPANYASI FOTOĞRAFLARINDAN	251
RESİM 232 VERSACE HALLE BERRY REKLAM KAMPANYASI FOTOĞRAFLARINDAN	252
RESİM 233 VERSACE DEMİ MOORE REKLAM KAMPANYASI FOTOĞRAFLARINDAN	253
RESİM 234 DONNA KARAN CATE BLANCHETT REKLAM KAMPANYASI FOTOĞRAFLARINDAN.....	253
RESİM 235 Miu Miu KIRSTEN DUNST REKLAM KAMPANYASI FOTOĞRAFLARINDAN	254
RESİM 236 İCEBERG MİSCHA BARTON REKLAM KAMPANYASI FOTOĞRAFLARINDAN	254
RESİM 237 BİR İNTERNET SİTESİNİN OYUNCU JESSİCA ALBA'NİN GİYİLERİNİ TANITIMI.....	255
RESİM 238 OYUNCU PENELOPE CRUZ MANGO KATALOĞU	258
RESİM 239 OYUNCU SCARLETT JOHANSSON MANGO KATALOĞU FOTOĞRAFLARINDAN	259
RESİM 240 SCARLETT JOHANSSON 'SCARLETT HEARTS RBK' REKLAM FOTOĞRAFLARINDAN	260
RESİM 241 JENNİFER LOPEZ KENDİ TASARIMI GİYİSİYLE	261
RESİM 242 JENNİFER LOPEZ'İN SWEETFACE DEFILESİNDEN	261
RESİM 243 BEYONCE KNOWLES HOUSE OF DEREON REKLAM FOTOĞRAFI.....	262
RESİM 244 BEYONCE KNOWLES KENDİ TASARIMIYLA	262
RESİM 245 SEX AND THE CITY FİLMİ VE SARAH JESSİCA PARKER.....	263
RESİM 246 BITTEN MARKASININ REKLAM AFIŞLERİNDE SARAH JESSİCA PARKER	263