

**19. Yüzyıldan Günümüze  
Moda ve Sanat Etkileşimi**

Şakir ÖZÜDOĞRU  
Yüksek lisans Tezi

Endüstriyel Sanatlar Anabilim Dalı  
Temmuz - 2012

## JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

**Şakir Özudoğru**'nun "**19. Yüzyıldan Günümüze Moda ve Sanat Etkileşimi**" başlıklı **Endüstriyel Sanatlar** Anabilim Dalındaki, Yüksek Lisans Tezi 20.06.2012 tarihinde, aşağıdaki jüri tarafından Anadolu Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca değerlendirilerek kabul edilmiştir.

	<b>Adı-Soyadı</b>	<b>İmza</b>
Üye (Tez Danışmanı) :	<b>Prof. Dr. B. Yelda UÇKAN</b>	.....
Üye :	<b>: Yrd. Doç. Dr. Hafize PEKTAŞ</b>	.....
Üye :	<b>: Öğr. Gör. Dr. Ece KANIŞKAN</b>	.....

**Anadolu Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun**  
..... tarih ve ..... sayılı kararıyla onaylanmıştır.

**Enstitü Müdürü**

## ÖZET

**Yükseklisans Tezi**

### **19. YÜZYILDAN GÜNÜMÜZE MODA VE SANAT ETKİLEŞİMİ**

**Şakir ÖZÜDOĞRU**

**Andolu Üniversitesi  
Fen Bilimleri Enstitüsü  
Endüstriyel Sanatlar Anabilim Dalı**

**Danışman: Prof. Dr. B. Yelda UÇKAN  
2012, 251 sayfa**

Modanın sanatla birçok bağlantısı vardır. Modern moda sisteminin ortaya çıktığı 19. yüzyıldan günümüze değin moda tasarımcıları kimi eleştirmenler tarafından sanatçı kategorisinde görülmüş, moda tasarımcılarının bir kısmı da kendini diğer zanaatçı ve terzilerden ayırarak sanat icra ettiğini iddia etmiştir. Bu çalışmada tarihsel bir okumayla moda ve sanat arasındaki etkileşim sorgulanmıştır. Kurumsal bir modern moda sisteminin ve modern sanat akımlarının ortaya çıktığı 19. yüzyıl ortalarından İkinci Dünya Savaşı'na kadar olan dönem moda ve sanatın modern dönemi olarak ele alınmıştır. Bu dönemdeki moda ve sanat etkileşimi doğrudan ve dolaylı etkileşimler olarak iki başlık altında incelenmiştir. Doğrudan etkileşimler başlığı altında moda ve kübizm, gerçeküstücülük, fütürizm ve konstrüktivizm gibi modern sanat akımları ile moda arasındaki etkileşim irdelenmiştir. Dolaylı etkileşimler başlığı altında moda tasarımcılarının kendilerini birer sanatçı olarak sunması olgusu tartışılmıştır.

İkinci Dünya Savaşı'ndan günümüze kadar olan dönem postmodern dönem olarak ele alınmıştır. Bu dönemde sanatta birçok yeni sanat pratiği ortaya çıkarken, moda alanında da tarzlar çeşitlenmiş ve avangard ve postmodern moda olguları ortaya çıkmıştır. Aynı zamanda postmodern dönemde yüksek kültür/popüler kültür, sanat nesnesi/tüketim nesnesi gibi ayrımlar yapmak zorlaşmıştır. Bu çalışmada postmodern dönemdeki moda ve sanat etkileşimi modanın sunumu, kentsel bağlamı ve tüketimi çerçevesinde ele alınmıştır. Bir promosyon ve tanıtım aracı olan defilenin performans sanatına dönüşme süreci örneklerle açıklanmıştır. Ardından sanatsallaştırma kavramı çerçevesinde Antwerp'in moda kenti olma süreci ve Belçika modasının yükselişi incelenmiştir. Son olarak büyük moda firmalarının mağazalarını birer sanat galerisi gibi inşa etmeleri ve uluslararası sanat projeleri yapmaları ya da bu projeleri destekleme olguları incelenmiştir.

Bu çalışmada “Moda sanat mıdır?” sorusu her zaman göz önünde tutulmuş ancak bu soruya cevap vermek yerine, iki alan da görsel kültür gibi daha geniş bir alanın parçası olarak değerlendirilmiş, bütün analiz ve değerlendirmeler bu bağlamda yapılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Moda, Sanat, Moda ve Sanat Etkileşimi

## **ABSTRACT**

**Master of Science Thesis**

### **INTERACTION between FASHION AND ART from the 19th CENTURY to TODAY**

**Anadolu University  
Graduate School of Sciences  
Industrial Arts Program**

**Supervisor: Prof. Dr. B. Yelda UÇKAN  
2012, 251 pages**

Fashion has many connections with art. From the 19th century, when the modern fashion system appeared, to today, fashion designers were classified as artists by some critics. By separating themselves from other craftsmen and tailors, a section of fashion designers claimed that they made art. In this study, the interaction between art and fashion is interrogated through a historical reading. The period from the middle of 19<sup>th</sup> century, when an institutional modern fashion system and modern art movements appeared, to World War II is considered as the modern period of fashion and art. The interaction between fashion and art in this period is investigated under the titles of direct and indirect interactions. Under the title of direct interactions, the interaction between fashion and cubism, surrealism, futurism and constructivism are examined. Under the title of indirect interactions, fashion designers' presentation of themselves as artists is discussed.

The period from Second World War II to today is considered as the postmodern period. In this period, new art practices such as performance art, installation, video-art appeared in art sphere. In fashion sphere, styles became varied and phenomenon of avant-garde and postmodern fashion emerged. At the same time, it became difficult to separate high culture from popular culture, and art object from commodities. In this study, interaction between fashion and art in postmodern period is discussed in the context of fashion presentation, the urban context of fashion, and consumption of fashion. The transforming process of fashion show from a toll of promotion and advertising to performance art is clarified by examples. Afterwards, how Antwerp's transformation into a fashion city and the rise of Belgium fashion are examined in the context of 'artification'. Lastly, phenomenon of big fashion firms' art galleries like retail stores, and their international art project organizations and support to these projects are investigated.

In this study, the question of "Is fashion art?" is always considered, but instead of giving an answer to this question, both of these two spheres are interpreted in a wider perspective, i.e. visual culture; and whole analyses and evaluations are made in this context.

**Keywords:** Fashion, Art, Interaction between Fashion and Art

## TEŞEKKÜR

Bu çalışma boyunca beni yönlendirip, konuyu daha önce düşünmediğim açılan ele almamı sağlayan danışmanım Prof. Dr. B. Yelda UÇKAN'a, değerli yorum ve katkılarından dolayı tez savunmamda bulunan jüri üyeleri Yard. Doç. Dr. Hafize PEKTAŞ ve Öğr. Gör. Dr. Ece KANIŞKAN'a, çalışmamın biçimsel düzenlemesinde benden yardımlarını esirgemeyen Doç. Dr. Mustafa E. ÜREYEN'e, tezim için bazı kaynaklara ulaşmamı sağlayan Araş. Gör. Engin KAPKIN'a, bölümlerinin zengin kütüphanelerinde bana huzurlu bir çalışma ortamı sağlayan 2010-2011 bahar dönemini Erasmus değişim öğrencisi olarak geçirdiğim Slovenya, Ljubljana Üniversitesi Moda ve Tekstil Tasarımı Bölüm Başkanı Prof. Marija JENKO'ya, bu çalışmanın ilk bulgularını Ljubljana Üniversitesi Moda Tasarımı Bölümü lisans öğrencilerine sunmamı sağlayarak ufkumu genişleten Prof. Almira SADAR'a, Victoria & Albert Müzesi'nin moda bölümü hakkındaki bilgilere ulaşmamı sağlayan Okt. Osman ŞİŞMAN'a ve bu bilgileri bana ileten V&A Müzesi moda bölümü sorumlusu Claire WILCOX'a, son taslak metinleri okuyarak eleştirel yorumlarımı benden esirgemeyen Öğr. Gör. Hakan DEMİR'e, çalışmamın farklı evrelerinde bana kolaylıklar sağlayan ve destek olan çalışma arkadaşlarım Yard. Doç. Dr. Esra VAROL, Araş. Gör. A. Seçil TEKİN AKBULUT ve Uzm. D. İrem ERDOĞAN'a, tezimin teslimi süresince gerekli belgeleri toparlamamda büyük emeği olan Hatice GEZER'e, her zaman yanımda olan ve benden desteğini hiçbir zaman esirgemeyen Zeynep AYGÜL'e ve farklı alanlarda çalışsak da tez süreci ortağı olduğumuz arkadaşım yüksek mühendis A. Emre CENGİZ'e bu çalışmaya sundukları katkılardan dolayı teşekkür ederim.

**Şakir ÖZÜDOĞRU**

**Temmuz 2012**

## İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	i
ABSTRACT.....	ii
TEŞEKKÜR .....	iii
İÇİNDEKİLER .....	iv
ŞEKİLLER DİZİNİ .....	vi
<b>1. GİRİŞ</b>	<b>1</b>
<b>2. 19. YÜZYILIN ÖZGÜN YAPISI: “ÇİFTE DEVRİM” DÖNEMİ</b>	<b>4</b>
2.1 Sanayi Devrimi.....	5
2.2 Fransız Devrimi.....	9
<b>3. MODA KAVRAMI VE MODERN MODA OLGUSU</b>	<b>12</b>
3.1 Moda Kavramı.....	12
3.2 19. Tekstil Teknolojisinde Ortaya Çıkan Gelişmeler.....	15
3.3 Modern Moda Sisteminin Ortaya Çıkışı .....	16
3.4 İlk Moda Tasarımcıları .....	21
<b>4. 19. YÜZYILDA SANAT</b>	<b>29</b>
4.1 Modern Sanat Kavramı .....	29
4.1.1 On Dokuzuncu Yüzyılda Kent Olgusu ve Paris .....	30
4.1.2 Sanatın Özerkleşmesi .....	35
4.1.3 Fotoğrafın İcadı ve Dönemin Diğer Teknolojik ve Düşünsel Gelişmeleri... ..	42
4.2 Modern Sanat Akımları .....	45
<b>5. 19. YÜZYIL VE SONRASINDA MODA VE SANAT ETKİLEŞİMİ</b>	<b>55</b>
5.1 Moda ve Sanat Arasındaki Doğrudan Etkileşimler .....	56
5.1.1 Moda ve Kübizm.....	56
5.1.2 Moda ve Gerçeküstüçülük .....	68
5.1.3 Moda ve Fütürizm.....	85

5.1.4 Moda ve Konstrüktivizm .....	92
5.2 Moda ve Sanat Arasındaki Dolaylı Etkileşimler .....	98
5.2.1 Bir Sanatçı Olarak Moda Tasarımcısı .....	98
5.2.2 Bir Sanat Nesnesi Olarak Moda Ürünleri .....	107
<b>6. İKİNCİ DÜNYA SAVAŞI SONRASINDA MODA VE SANAT</b>	<b>114</b>
6.1 Postmodernizm Kavramı .....	114
6.2 Postmodern Tüketim Toplumu ve Moda.....	121
6.2.1 Küresel Moda Pazarında Tasarımcıların Geliştirdiği Stratejiler...	130
6.2.2 Anti-Modalar ve Sokak Modası .....	141
6.3 Postmodernizm ve Sanat .....	148
6.3.1 Performans Sanatı .....	158
6.3.2 Enstalasyon Sanatı .....	160
<b>7. POSTMODERN DÖNEMDE MODA VE SANAT ETKİLEŞİMİ</b>	<b>166</b>
7.1 Bir Performans Sanatı Olarak Moda Defilesi.....	167
7.1.1 Aşırılığın Şovu: Alexander McQueen .....	168
7.1.2 Kavram Mimarisi: Hussein Chalayan.....	174
7.1.3 Provakasyon ve Karşı Moda: Miguel Adrover, Imitation of Christ, Susan Cianciolo ve Elena Bajo .....	180
7.2 Sanatsallaştırma Kavramı ve Belçika Modası .....	184
7.2.1 Belçika Modası'nın Yükselme Süreci .....	185
7.2.2 Bir Sanatsallaştırma Modeli: Antwerp Modası.....	192
7.2.3 Antwerp Modasının Yükselişinde Avangard Sanatın Rölü.....	195
7.3 Bir Sanat Biçimi Olarak Moda: Moda Sergileri ve Galeri Estetiği.....	201
7.3.1 Müzelerde Sergilenen Moda Ürünleri .....	202
7.3.2 Müzeden Modaya Taşınan Sanat .....	211
<b>8. SONUÇ ve ÖNERİLER</b>	<b>220</b>
<b>KAYNAKLAR</b>	<b>229</b>

## ŞEKİLLER DİZİNİ

3.1. Audrey Hepburn küçük siyah elbise içinde .....	26
4.1. Camille Pissarro - <i>Sabah Güneşli Bir Günde İtalyan Bulvarı</i> , 1897 .....	31
4.2. Edvard Munch, <i>Çılgılık</i> , 1893 .....	33
4.3. Jean Beraud – <i>Bulvarda</i> , 1895 .....	43
4.4. Edgar Degas – <i>Absent</i> , 1876 .....	43
4.5: Wassily Kandinsky – <i>Kompozisyon VII</i> , 1913 .....	47
4.6. Pablo Picasso – <i>Avignon’lu Kadınlar</i> , 1907 .....	49
4.7. Marcel Duchamp – <i>Şelale</i> , 1917 .....	51
5.1. E. Butterick tarafından yapılan bir etek ve gece elbisesi kalıbı, 1919 .....	59
5.2. Georges Braque – <i>L’Estaque Evleri</i> , 1908.....	60
5.3. Callot Soeurs – <i>Gece Elbisesi</i> , 1926 .....	62
5.4. Fernand Léger – <i>Femme en rouge et vert</i> , 1914 .....	63
5.5. Paul Poiret – <i>Gece Kıyafeti Tasarımı</i> , 1920.....	64
5.6. 1926 yılında tasarlanmış bir gündelik elbise.....	65
5.7. littleblackdress.com’da yer alan küçük siyah elbise çeşitlemeleri.....	66
5.8. 1922 yılında <i>Gazette du Bon Ton</i> ’da yer alan bir <i>Thayaht</i> çizimi.....	67
5.9. 1926 yılında <i>Benito</i> ’nun <i>Vogue</i> dergisi için yaptığı kapak .....	67
5.10. Giorgio de Chirico - <i>The Disquieting Muses</i> , 1916.....	69
5.11. Joseph Cornell – <i>İsimsiz</i> , 1931 .....	70
5.12. Man Ray – <i>Le Violon d’Ingres</i> , 1924 .....	70
5.13. Magritte – <i>Kırmızı Model</i> , 1935 .....	71
5.14. Pierre Cardin – <i>Erkek Ayakkabıları</i> , 1985.....	71
5.15. Vivienne Westwood - <i>Yüksek Topuklar</i> , 2000.....	72
5.16. Uluslararası Gerçeküstücülük Sergisi’nde S. Dali ve mankeni .....	73
5.17. Max Ernst – <i>Let There Be Fashion</i> , 1919.....	74
5.18. Hans Bellmer – <i>Pupiess</i> , 1934 .....	74
5.19. Elsa Schiaparelli – <i>İlmek Kazak</i> , 1927 .....	76
5.20. François Lesage – <i>El Kemer</i> , 1986 .....	76
5.21. Marc Jacobs - <i>El imgesini kullanan bir tasarım</i> 1986.....	77
5.22. Schiaparelli – <i>Ayakkabı Şapka Çizimleri</i> , 1937 .....	78
5.23. Kristen Woodward – <i>İbrikten Şapka</i> , 1986.....	78



5.24. Karl Lagerfeld – Korse Şapka, 1985.....	78
5.25. Elsa Schiaparelli – Jean Cocteau Nakışlı Ceket, 1937.....	79
5.26. Salvador Dali – Çekmeceler Şehri, 1936.....	80
5.27. Elsa Schiaparelli – Masa Ceket, 1936.....	80
5.28. Doline Dritsas – Renkli İpek Çekmece Elbise, 1984.....	81
5.29. Elsa Schiaparelli ve Salvador Dali – Yengeç Elbise, 1937.....	82
5.30. Charles James – Denizkızı Kabuğu Elbise, 1982.....	83
5.31. Elsa Schiaparelli ve Salvador Dali - Gözyaşı İllüzyonu, 1937.....	83
5.32. S. Dali'nin 1944 Nisan Vogue dergisi kapağı için yaptığı çizim.....	84
5.33. Giacomo Balla – Erkek Takım Elbisesi, 1923.....	86
5.34. Tullio Crali, Sentetik Ceket, 1932.....	87
5.35. Tullio Crali, sanatçının kendisi için tasarladığı ceket, 1932.....	88
5.36. Sonia Deleunay, Bir ceket tasarımı, 1923.....	89
5.37. Sonia Delaunay – Giysi Şiir çizimi, 1922.....	89
5.38. André Courrèges – Uzay Modası, 1968.....	90
5.39. Paco Rabanne – Metal Giysi Tasarımı, 1967.....	90
5.40. Hussein Chalayan – Led Elbise, Kış 2007.....	91
5.41. V. Tatlin'in kıyafet tasarımları, 1924.....	93
5.42. V. Stepanova'nın 1924'te tasarladığı spor giysi.....	94
5.43. 1920'lerde V. Stepanova ve L. Papova'nın desen örnekleri.....	95
5.44. N. Lamanova'nın 1925 yılında tasarladığı bir giysi.....	96
5.45. N. Lamanova'nın 1925 yılında tasarladığı bir spor giysisi.....	96
5.46. V. Stepanova – Tarelkin'in Ölümü için kostüm tasarımı, 1922.....	97
5.47. Charles Frederick Worth, genç bir iş adamı.....	100
5.48. Worth, Félix Nadar tarafından 1892'de çekilen fotoğrafı.....	101
5.49. Paul Poiret, 1909.....	102
5.50. J. Doucet'ye ait sanat koleksiyonundan kesit ve iç dekorasyonu.....	104
5.51. Paul Iribe'nin Paul Poiret için hazırladığı modaevi etiketi.....	105
5.52. George Lelape'nin Paul Poiret için yaptığı katalogdan bir çizim.....	105
5.54. Worth'un orijinal etiketi.....	109
5.55. Sahte bir Worth etiketi.....	109
5.56. Marcel Duchamp - Şişe Kurutucu, 1914.....	111
6.1. Comme des Garçons (R. Kawakubo) – Sonbahar 2009 Koleksiyonu.....	133

6.2. Issey Miyake – Pleats Please 2011 İlkbahar Yaz Koleksiyonu .....	134
6.3. Christian Dior – New Look, 1947.....	136
6.4. Yves Saint Laurent – Mondrian Dress, 1965 .....	137
6.5. The Wild One filminden bir sahne, 1953 (Yön.: Stanley Kramer).....	145
6.6. Z. Rhodes – Conceptual Chic, 1977.....	147
6.7. C. M. Mariani - Constellazione de Leone (Scuola di Roma), 1980.....	153
6.8. J. Chicago – The Dinner Party, 1974 .....	154
6.9. Robert Smithson – Sarmal Dalgakıran, 1970.....	155
6.10. Richard Long – Taş Çizgisi, 1977.....	156
6.11. James Luna, Kültürel Nesne, 1987 .....	157
6.12. Chirsto ve Jeanne-Claude, <i>Runnig Fence</i> , 1972-76.....	163
6.13. Chirsto ve Jeanne-Claude, <i>Umbrellas</i> , 1984-91 .....	165
7.1. Alexander McQueen - Highland Rape, 1995.....	169
7.2. Alexander McQueen – 1999 İlkbahar/Yaz Koleksiyonu .....	171
7.3. Alexander McQueen – Voss, 2001 .....	172
7.4. Alexander McQueen – It’s Only a Game, 2005.....	174
7.5. Hussein Chalayan – <i>Buried Collection/Gömülü Koleksiyon</i> , 1994 .....	176
7.6. Hussein Chalayan – <i>Between/Arada</i> , 1998 .....	177
7.7. Hussein Chalayan – <i>Afterwords</i> , 2000 .....	178
7.8. Hussein Chalayan – <i>Ambimorphous</i> , 2002 .....	179
7.9. Miguel Adrover – <i>Burberry Trençkotundan üretilmiş elbise</i> , 2000 .....	181
7.10. Imitation of Christ, 2001 Bahar Koleksiyonu .....	182
7.11. Red or Dead – <i>Beautiful Freaks/Güzel Yaratıklar</i> , 1998.....	183
7.12. <i>Vitrine '98</i> 'den bir görünüm. ....	188
7.13. ModeNatie binasından görünümler.....	188
7.14. Walter van Beirendonck - <i>Multilate?/Değişim?</i> , 2001 .....	190
7.15. Antwerp Moda Koalisyonu .....	194
7.16. V. Steele - The Corset: Fashioning the Body.....	206
7.17. V. Steele – Form Follows Fashion, 2004.....	207
7.18. Fashion: An Anthology - Cecil Beaton, 1971 .....	208
7.19. Fondazino Prada'dan bir görünüm.....	213
7.20. Prada'nın New York'taki alışveriş merkezinden bir görünüm .....	215

7.21. Prada'nın New York'taki alışveriş merkezinde cam kabinlerde sergilenen kıyafetler.....	216
7.22. Transformer'ın bir görüntüsü.....	218

# 1 GİRİŞ

Modanın sanatla birçok bağlantısı vardır. Modern moda sisteminin ortaya çıktığı 19. yüzyıldan günümüze değin moda tasarımcıları kimi eleştirilenler tarafından sanatçı kategorisinde görülmüş, moda tasarımcılarının bir kısmı da kendini diğer zanaatçı ve terzilerden ayırarak sanat icra ettiğini iddia etmiştir. Bu çalışmada moda ürünlerinin üretimine ve sunumuna farklı açılardan yaklaşılarak, moda tasarımı ve sanat arasındaki ilişkiler irdelenecektir.

Bu yaklaşımlardan ilki kurumsallaşmış bir moda sistemi içinde moda tasarımı ve sanat arasındaki ilişkidir. Birçok yazar tarafından modern moda olgusunun 19. yüzyılda modern toplumun bir uzantısı olarak ortaya çıktığı öne sürülmüştür. Sanayi Devrimi ve Fransız Devrimi, sosyal sınıflar arasındaki yıkılmaz sınırları genişletmiş, toplumdaki sosyal dolaşımı hızlandırmıştır. Artan üretimle birlikte insanların hayatına sirkülasyonu kesilmeyen bir tüketim olgusu girmiştir. Moda bu dönemde sezonsal değişimlerine başlamış, giyim-kuşam ürünlerindeki artış toplumun giyime yaklaşımını değiştirmiştir. Sözü edilen dönem aynı zamanda birçok teknolojik, sanatsal ve sosyal yeniliğin ortaya çıktığı ve bu yeniliklerin günümüzü dahi etkilediği çok önemli bir dönemdir.

Çalışmanın izleyen bölümünde bu yenilik ve değişimlere neden olan Sanayi Devrimi ve Fransız Devrimi ele alınacaktır. Üçüncü bölümde moda kavramı ele alınacak, modern moda olgusunu oluşturan etmenler tartışılacak ve ilk moda tasarımcıları olarak kabul edilen C. F. Worth, Paul Poiret ve Coco Chanel'in moda ve kıyafet üretimine getirdiği yenilikler ortaya koyulacaktır. Dördüncü bölümde, 19. yüzyıl sonu ve 20. yüzyıl başlarında sanatın geçirdiği yapısal dönüşüm tarihsel süreç okumasıyla irdelenecek, ilk modern sanat akımları kısaca tanıtılacaktır. Beşinci bölüm moda ve sanat etkileşiminin ele alındığı bölümdür. Bu bölümde, moda ve sanat arasındaki etkileşimler dolaylı ve dolaysız etkileşimler olmak üzere iki ana başlık altında toparlanarak, derin bir literatür okuması ve doküman incelemesi ile sunulacaktır. Olgusal olarak incelenecek bu etkileşimlerde, doğrudan etkileşimlerin alt başlıklarını moda ve kübizm, moda ve gerçeküstücülük, moda ve fütürizm ile moda ve konstruktivizm meydana getirecektir. Diğer bir alt başlık olan dolaylı etkileşimlerde ise, 'bir sanatçı olarak moda tasarımcısı' ve 'bir sanat nesnesi olarak moda tasarımı ürünleri' olmak

üzere iki olgu ekseninde tasarımcıların ve moda ürünlerinin sosyal dünyadaki dolaşımında sanat dünyasından ödünç aldıkları 'aura' tartışılacaktır.

Altıncı bölüm postmodernizm kavramı etrafında şekillenecek, modern dönem ve postmodern dönem arasındaki konjonktürel farklılıklara değinilecektir. Bu bölümde derinlemesine bir literatür taraması yapılacak, İkinci Dünya Savaşı sonrası moda ve sanat dünyalarında meydana gelen değişim ve dönüşümler örneklerle sunulacaktır. Yedinci bölümde, postmodern teorinin sunduğu eklektik okuma imkanı göz önünde bulundurularak, bu dönemde moda ve sanat etkileşimine ışık tutabilecek çeşitli olgusal çözümler yapılacaktır. İlk olarak, moda şovu diğer adıyla defilenin C. F. Worth'un keşfettiği ve kıyafetlerini sunmak için bir yöntem olarak kullandığı sade ve gösterişsiz yürüyüşlerden bir performans sanatı etkinliğine doğru geçirdiği yapısal dönüşüm ele alınacaktır. 1990'larda Londra Moda Haftası'na katılmaya başlayarak uluslararası moda dünyasının dikkatini üzerlerine çeken Antwerpli moda tasarımcılarının tanınma ve Antwerp'in bir moda kenti haline gelme süreci Fransız sosyal bilimci Roberta Shapiro'nun ortaya attığı 'sanatsallaştırma' kavramı etrafında tartışılacak, Fransa'da 1960 sonrası ortaya çıkan Sitüasionist Enternasyonel akımı ve Belçikalı moda tasarımcılarının bu akımın dinamiklerini Belçika modasının dünya çapında tanıtımı için nasıl kullandığı örneklenecektir. Ele alınacak diğer bir olgu, müze, bienal ve saygın sanat kurumlarında sergilenen tasarımcı kıyafetlerinin tasarım, ticaret, işlev, sanat arasındaki bağlantıların muğlaklığına işaret etmesidir. 1980'lerden beri müzelerin moda ürünlerini ve tasarımcı koleksiyonlarını sergilemesi olağan bir durumdur. Müzelere girmesinin ardından akademik ortamda saygın bir konum edinmiş, birçok akademik çalışmanın konusu olmaya başlamıştır. Bunun yanında büyük moda firmaları galeri estetiğinde düzenledikleri mağazalarında ticari ürünlerini satmaya başlamışlar, uluslararası sanat projeleri organize etmişlerdir. Bu bölüm bu iki olgunun ele alınıp karşılaştırılmasıyla sonlanacaktır.

Bütün bu olgusal okumaların ışığında, sonuç bölümünde düşünsel bir tartışma çerçevesinde çalışmada gelinen nokta göz önünde bulundurularak moda ve sanat ilişkisinin Türkiye'de son yıllarda yükselmekte olan moda ve sanat bağlamında önemine değinilecek ve Türkiye'deki moda etkinliklerinde sanat ve moda etkileşiminin daha etkin kullanılabilmesi yönünde öneriler sunulacaktır.

Çalışmanın türü, konusu ve verilere ulaşmada izlenen yöntem bakımından niteldir. Çalışmanın verileri basılı ortamlardaki ve internette yer alan dokümanların incelenmesi ve çözümlenmesi ile elde edilmiştir. Kapsamlı bir doküman incelemesi sonucunda, incelenen dokümanlar sınıflandırılarak, tarihsel süreç incelemesi içinde yukarıda belirtilen olgular çerçevesinde literatürle karşılaştırmalı okumalara tabi tutulmuş, moda ve sanat etkileşimini ortaya koyan olgular ele alınan dönemin bağlamı içerisinde örneklenerek sunulmuştur.

## 2 19. YÜZYILIN ÖZGÜN YAPISI: “ÇİFTE DEVRİM” DÖNEMİ

19. yüzyıl günümüz toplumlarının politik, ekonomik, toplumsal yapısının oluştuğu, bu alanlarda gündelik uygulamaları ve pratikleri tanımlamak için kullandığı sözcüklerin ortaya çıktığı zaman dilimidir. Tarihçi E. Hobsbawn, 1789 ve 1848 yılları arasındaki dönemi incelediği *Devrim Çağı* isimli eserinde bunu şöyle dile getirmektedir:

“Bu kitapta ele alınan altmış yıllık dönem içerisinde icat edilmiş veya çağdaş anlamlarını esas olarak bu dönem içerisinde kazanmış birkaç sözcüğe göz atalım. Bunlar, ‘endüstri’, ‘sanayici’, ‘fabrika’, ‘çalışan sınıf’, ‘kapitalizm’ ve ‘sosyalizm’ gibi sözcüklerdir. ‘Aristokrasi’ ve ‘demiryolu’nun yanı sıra ‘liberal’ ve ‘muhafazakar’ gibi siyasal terimler, ‘milliyet’, ‘bilim adamı’, ‘mühendis’, ‘proletarya’ ve (ekonomik) ‘bunalım’ gibi sözcükler de bunlar arasındadır. ‘Faydacılık’, ‘istatistik’, ‘toplumbilim’ ve daha pek çok çağdaş bilimin adı, ‘gazetecilik’ ve ‘ideoloji’ bu dönemde uydurulmuş ve uyarlanmış sözcükleridir.” (Hobsbawn, 2003a; s.9)

Hobsbawn’ın dile getirdiği bu büyük dönüşümün motoru onun da dâhil olduğu bir grup tarihinin “çifte devrim” olarak adlandırdığı 17. yüzyılın sonunda başlayan ve yapılanmasını 19. yüzyılın yarısında tamamlayan, etkilerini günümüze değin sürdüren dönemdir. Tarihçilerin bu dönemi “çifte devrim” dönemi olarak adlandırmasının nedeni Batı dünyasını ve Batı dünyasından, dünyanın diğer bölgelerine yayılarak insanların yaşamlarını radikal bir biçimde değişmesine neden olacak olan Sanayi Devrimi ve Fransız Devrimi’nin bu dönemde ortaya çıkan olgular olmasıdır. Bu iki devrimin sonuçları doğrudan Batı dünyasını ekonomik, coğrafi, siyasi ve toplumsal olarak yeniden şekillendirirken, bu dünya içindeki sağlık, eğitim, hukuk ve bu çalışmanın inceleme konusu olan moda ve sanat alanlarında da büyük değişim ve dönüşümlere neden olmuştur.

Giyim-kuşam üretimi bu iki devrimin meydana getirdiği ortamda, kapitalist sistemin yayılmasıyla bir terzilik ve zanaat ürünü olmaktan uzaklaşarak, ayakta kalabilmek ve pazarda kendine yer edinebilmek için çeşitli tanıtım ve yatırım stratejileri geliştirmeye çalışan bir zanaatkâr-müteşebbis işi haline gelmiştir. Benzer olarak sanat üretimi de aristokrat ailelerin ya da krallıkların himayelerinde çalışan sanatçıların eserlerinden, serbest piyasada kendini kanıtlamaya çalışan, akademilerden uzaklaşmış sanatçıların eserlerine doğru hareket etmiştir (Hobsbawn, 2003a).

İlerleyen bölümlerde sanat ve zanaat üretiminin çehresini tamamıyla değiştiren bu iki büyük devrimin nedenleri ve sonuçlarıyla ele alınacak; 19. yüzyıla özgünlüğünü kazandıran yanları tartışılacaktır.

## 2.1 Sanayi Devrimi

Sanayi Devrimi'nin ortaya çıkış tarihi olarak E. Hobsbawn, “modern dünyanın ilk fabrika sisteminin Lancashire’da kurulması ve 1789 Fransız Devrimi’nin” patlak vermesi arasında kalan tarihsel dönemi işaret etmektedir. Ancak Sanayi Devrimi'nin yansımaları 1840’larda görülmeye başlanmıştır (Hobsbawn, 2003a).

Sanayi Devrimi anlamını üretici güçlerdeki önüne geçilemez artışta, mal ve hizmet sirkülasyonunda, durmadan yenileri ortaya çıkan teknolojik gelişmelerde ve bunların sonucunda kapitalizmin yükselişinde bulmaktadır. S. Tanilli'nin *Uygarlık Tarihi* isimli eserinde belirttiği gibi, Sanayi Devrimi sadece sanayi ile ilgili olmayıp, tarımsal üretimdeki biçimsel değişimleri ve ulaşım araçlarındaki değişiklikleri de kapsamaktadır (Tanilli, 2006).

Tarihçiler Sanayi Devrimi'nin ilk ortaya çıktığı ülke olarak İngiltere’yi işaret etmektedir (Hobsbawn, 2003a; Tanilli 2006; McNeill, 2008). Bunun nedenleri arasında İngiltere’deki teknolojik gelişmeler, İngiltere’nin gelişen sanayisi için kaynaklarını sağlayabileceği ve pazar oluşturabileceği geniş topraklara yayılmış sömürgelerinin bulunması, İngiltere’de yaşayan ve tarımla uğraşan nüfusun tarım dışı bir üretimi ve üreticiyi kaldırabilecek özelliklere sahip olması sayılabilir. Aynı zamanda bir diğer etken de İngiltere’nin bir ada ülkesi olarak kara saldırılarına karşı korunaklı olmasıdır.

Teknik gelişmelerden kuşkusuz en önemli olanı 1781 yılında James Watt’ın buhar makinesini geliştirerek endüstriyel üretimde kullanılabilir hâle getirmesidir. Daha sonra buhar makinesi Sanayi Devrimi’nin simgesi olacaktır. Buhar makinesinin geliştirilmesiyle birlikte, başında bir operatörün bulunduğu makineler kendi kendine çeşitli işlemleri gerçekleştirebilir hale gelmişler ve üretim süresi elle yapılan üretimden çok daha kısa bir süreye inmiştir. Buhar gücünün geliştirilmesi sadece sanayi makinelerinde etkili olmamış, bu gücün ulaşım alanında kullanılmaya başlanması ile buharlı gemiler ve buharlı lokomotifler üretilmiştir. Ulaşımın gelişmesi Sanayi Devrimi’nin ilerlemesine



büyük bir katkı sağlamıştır. Böylece hammadde çok daha hızlı bir şekilde bir yerden bir yere taşınabilmiş, üretilen ürünler pazara çok daha hızlı sunulabilmiştir.

Sanayi Devrimi'nin tek tetikleyici teknik ögesi buhar makinesi değildir, aynı dönemde birçok buluş baş döndürücü bir hızla topluma tanıtılmıştır. Bunlardan bazıları fotoğraf makinesi, bisiklet, daktilo, telefon gibi günümüzde de kullanılan araçlardır. Bu araçların bulunmasının Sanayi Devrimi açısından en önemli yanı, her buluşun yeni bir endüstri kurulmasını zorunlu kılmasıdır. Örneğin elektrik ışığı bakır endüstrisini, otomobil tekerlek endüstrisini geliştirmiştir. Hammadde gereksiniminden doğan ve hammadde kaynağı ile üretim mekânı arasındaki bağlantıyı sağlayan demiryolu da bu endüstrilerden biri olarak kabul edilmektedir (Hobsbawn, 2003a).

Sömürgecilik, Sanayi Devrimi'nin bir diğer önemli nedenlerinden biri olarak gösterilmektedir (Tanilli, 2006). İngiltere bu dönemde, diğer ülkelere kıyasla en büyük sömürge topraklarına sahip olan ülkedir ve ona hem hammadde sağlayan, hem geniş bir pazar olan Hindistan bu sömürge toprakları içindedir. İngiltere'nin geniş sömürge topraklarına sahip olması aynı zamanda İngiltere'nin üretimini yaptığı ürünlerin bu geniş pazara yayılmasını kolaylaştırmıştır. E. Hobsbawn'ın belirttiği gibi, Hindistan endüstrisinin gelişimi İngiltere'nin girişimleriyle engellenmiş, Hindistan üretimden çok tüketime yönlendirilerek bir pazar haline getirilmiştir. Hobsbawn'ın verdiği örneğe göre bu ülke 1820'de 11 milyon yada pamuklu alırken, 1840'ta bu sayı 145 milyona çıkmıştır (Hobsbawn, 2003a).

Sanayi Devrimi'nin nedenleri olarak ortaya koyulan bu olguları aynı zamanda sonuçlar olarak ele almak da mümkündür. Bu dönemde birçok neden başka bir gelişmeyi tetiklemiş, yine birçok gelişme de Sanayi Devrimi'nin ivme kazanmasında etkili olmuştur. Örnek vermek gerekirse artan üretim hammaddeyi zorunlu kılmış ve üretim merkezlerine hammaddenin taşınabilmesi için ilk küçük çaplı demiryolu ağları kurulmuştur. Bu ağlar pazarla olan bağı da güçlendirmiş, başka şehirlerdeki insanların iletişimini kolaylaştırmış ve insan ve mal dolaşımını hızlandırmıştır. İnsan ve mal dolaşımının hızlanması ise ürünlere olan talebi arttırmıştır. Bu nedenle Sanayi Devrimi dönemi bağlamsal bir bütün olarak düşünülmelidir. Bir alandaki gelişmenin sonuçları olarak ele alınan olgular, başka

bir alanda diğer gelişmeleri tetiklemiş ve o alandaki gelişmelerin nedenleri olmuşlardır.

S. Tanilli *Uygarlık Tarihi* isimli eserinde sanayi devriminin özellikleri olarak üç madde sıralar. Tanilli'ye göre sanayi devriminin birinci özelliği zincirleme olarak birçok buluşa yol açmasıdır. Bu çalışmanın konusu olan moda ve sanat alanları da sanayi devriminin yol açtığı bu teknik buluş artışından oldukça etkilenmiştir. Burada tekstil sanayisinin bugünkü çehresini belirleyen bütün mekanik aletlerinin bu dönemde geliştirildiği not edilmelidir. Yüzyılın sonlarında ortaya çıkacak olan empresyonizm (izlenimcilik) akımının üstünde fotoğraf makinesinin keşfedilmesinin çok etkili olduğu söylenebilir (Tanilli, 2006).

Diğer önemli bir özellik ise el emeğinin yerini yavaş yavaş makinelerin alması ve fabrika olgusunun ortaya çıkmasıdır. Bu olgu beraberinde, tarımdan kopan ve müteşebbislerin işletmelerinde emeğini satarak geçimini sağlayan yeni bir sınıfı, işçi sınıfını tarih sahnesine çıkarmıştır. İşçi sınıfı ve kapitalistler arasında çeşitli ilişkiler gelişmiş, bu hareketler günümüz dünyasını belirleyen politik hareketlerin patlak vermesine zemin hazırlamıştır. Aynı zamanda makinelerin sanayide kullanılması seri üretim olgusunu ortaya çıkarmış, üretim yöntemlerinde, ürünlerde, üretim süreçlerinde standartlaşma kavramını beraberinde getirmiştir (Tanilli, 2006). McNeill'e göre, bu durum bir yandan, işçilerin de standartlaşması demektir (McNeill, 2008). Diğer bir özellik ise, sanayi devrimine kadar el emeği ile üretim yapan, ürünlerini kısıtlı bir çevreye yüksek fiyatlarla satabilen ve localarda örgütlenen zanaatkârlar, sanayi devrimi ile birlikte bir bocalama içine girmiş, zaman içinde birer tasarımcıya, müteşebbise, pazarlamacıya dönüşmüştür (Er, 2010).

Sanayi Devrimi'nin yol açtığı başka bir olgu, nüfusun kentlere toplanması ve kentlerin büyük birer üretim ve tüketim merkezi haline gelmesi olmuştur (Tanilli, 2006). Kentlerde toplanan nüfus hem sanayi için bir emek kaynağı, hem ürünlerin satılacağı bir pazar olma özelliği göstermiştir. Gündelik hayattaki gözle görülür en büyük değişim bu kentlerde meydana gelmiştir. E. Hobsbawn bu durumu şöyle dile getirmektedir:

“Büyük kent –diyelim yarım milyonu aşkın insanın yaşadığı oraya buraya dağılmış birkaç metropol dahil, bu dönemde nüfusu 200.000'i aşan yerleşme- içinde çok fazla fabrika barındırsa da

bir endüstri merkezi değil, yığınla insanı kendine çeken ve böylece daha da şişen ticaret, ulaşım, yönetim ve çeşitli hizmetlerin bulunduğu bir merkezdir.” (Hobsbawn, 2003b; s.230)

Kentlerin genişlemesi, sosyal ve ekonomik hayatta o güne değin yabancı olunan birçok olguyu doğurmuştur. Nüfusun kentlerde hızla artmaya başlamasının ardından, ürünlerin sergilenebileceği ve satılabileceği büyük alışveriş merkezleri, pasajlar boy göstermeye başlamıştır (Benjamin, 2009). Yine kentlerde güvenlik sorunları boy göstermeye başlamış ve 1840'ta kent polis teşkilatı kurulmuştur. Kent sakinlerinin gereksinimlerini karşılamak için, kanalizasyon, park, hastane, öksüz yurtları gibi modern kentin ana bileşenleri bu dönemde kendini göstermeye başlamıştır (Tanilli, 2006).

Sanayi Devriminin değinilmesi gereken diğer bir sonucu ise, devrimin hızla yayıldığı Batı ülkeleri ile sanayi devrimini yaşamayan ülkeler arasında bir gelişmişlik-azgelişmişlik ayrımı ortaya çıkarmasıdır. McNeill'in belirttiği gibi sanayi devriminin ivmelendiği, yüzyılın yarısından sonra sanayiye uygulanan teknik buluşlar devrime 'yeni boyutlar' kazandırmıştır (McNeill, 2008). Batılı ülkeler yüzyılın sonunda hem askeri hem ekonomik yönden çok güçlenmiş ve Sanayi Devrimini yaşamayan ülkeler bu ülkelerin hammadde üreticisi aynı zamanda da pazarı konumuna düşmüşlerdir.

Sanayi Devrimi'nin moda etkileri ise, ilk olarak tekstil ürünlerinin tekstil sektöründeki gelişmelerin ardından daha hızlı ve daha kolay üretilebilir hale gelmesi olmuştur. Böylece giyim alt sınıflar için ihtiyaç olmaktan çıkmış ve tüketim kültürü içinde sembolik anlamlar elde etmeye başlamıştır. Herkesin giyim ürünlerine herhangi bir yasal kısıtlama olmadan, düşük ücretler vererek ulaşabilmesi giyimin demokratikleşmesi sürecini hızlandırmıştır (Barbarosoğlu, 2002).

Ana hatları ile çizecek olursak, Sanayi Devrimi Batı'da ekonomiyi, üretim biçimlerini, toplum yapısını kısacası yaşayışı kökten değiştirmiştir. S. Tanilli'nin iddia ettiği gibi, devrimle birlikte 'neolitik çağda belirmiş olan bir yaşam biçiminden ayrılmış, olanakları ve sınırları hâlâ belli olmayan yeni bir yaşayış biçimine' geçilmiştir (Tanilli, 2006).

Sanayi devrimi İngiltere'den diğer Batı toplumlarına yayılırken, Fransa'da başka bir yönde, siyasal alanda bir devrim patlak vermiştir. 19. yüzyılın yapısını anlayabilmek için bu iki devrimi birlikte ele almak gerekir. William H.

McNeill'in dediği gibi, Batı'daki bu değişimin ekonomik, siyasal ve dűşünsel değişiklikleri karmaşık ve birbirinden ayrılamayacak biçimde iç içe geçmiştir (McNeill, 2008). Bir sonraki bölümde Batı dünyasının siyasal karakterini belirleyen Fransız Devrimi ana hatlarıyla ele alınacaktır.

## 2.2 Fransız Devrimi

1789'da ortaya çıkan Fransız Devrimi, 19. yüzyıl boyunca Avrupa'nın diğer bölgelerine yayılmış ve Batının siyasal, ekonomik, sosyal karakterini belirlemede son derece etkili olmuştur.

18. yüzyılda Fransa feodal yapısını korumakta olan bir ülkedir. Ülkenin siyasi, ekonomik, hukuk alanlarındaki gücü Kral'da toplanmıştır. Kraldan sonra en büyük ekonomik, siyasi ve sosyal güç derebeylerin elindedir. Böylece zenginlik toplumdaki küçük bir sınıfta toplanmış, saygın bütün meslekler aristokrasi tarafından ele geçirilmiştir. Ancak dış siyasetteki başarısızlıklardan dolayı ve girdiği savaşlarda yenilmesinin sonucunda Avrupa'nın en büyük ülkesi olmaya çalışan Fransa ekonomik ve siyasi anlamda iyice zayıflamıştır. Ortaya çıkan kimi iç gelişmelerle Fransa, Fransız Devrimi, diğer bir adıyla Burjuva Devrimine doğru itilmiştir (Uçarol, 2000).

Fransa, 18. yüzyılda monarşi ile yönetilmektedir. Kaybedilen savaşlar ve dış siyasetteki başarısızlıklar ülkeyi derin bir ekonomik bunalıma itmiştir. Halk fakirleşirken, krallık vergileri arttırmış; bu durum halkla yönetimin arasını açmıştır. Bunun yanında zenginleşen burjuva sınıfı kendini tarih sahnesinde belirgin kılmaya başlamış, yönetime karşı isyana hazır olan köylüler ve çalışan kesimle güçlerini birleştirmiştir. Burjuvazinin ekonomik yönden güçlenmesi ve serbest ticaret yapma istekleri Fransa'nın feodal yapısı ile çelişmektedir. Rönesans'tan beri ticaretle zenginleşen burjuvazi artık kendini siyasal olarak da var etmek, ayrıcalıklı sınıfların üstünlüğüne son vermek istemektedir (Uçarol, 2000).

Fransız Devrimi'nde dönemin Fransız düşünürlerin de çok büyük etkileri olmuştur. Devrim sonrası burjuva siyasetini bu düşünürler belirlemiş, görüşleriyle bir burjuva ahlâkı inşa etmişlerdir. Bu düşünürlerin en önemlilerinden Montesquieu [1689-1755] krallığın doğrudan karşısında yer almış; Rousseau [1712-1778] devletin bir sözleşme olduğunu ve insanların eşitliğini savunmuş;

Voltaire [1694-1778] zenginliğin büyük bir kısmını elinde bulunduran kiliseye savaş açmış, eserlerinde krallığın Tanrısal haklarla ilişkisi olmadığını savunarak onun meşruiyet zeminin yıkmaya çalışmıştır (Uçarol, 2000). Bu eserler sayesinde ileride burjuvazinin temel değerleri olacak ‘özgürlük’ ve ‘eşitlik’ ilkeleri yükselmiştir. Bu düşünürler, Rönesans’tan beri gelişmekte olan Aydınlanma Düşüncesi’nden etkilenmişler; dogmalardan uzak, her zaman aklı ön planda tutan hür bireyi ön plana çıkarmışlardır.

Fransız Devrimi’nin diğer bir nedeni de Amerika Birleşik Devletleri’nin bağımsızlığına kavuşmasıdır. Amerika’nın bağımsızlığı için İngiltere’ye karşı yürütülen savaşa katılan Fransızlar, 1776’da Amerikalılar tarafından yayınlanan “Bağımsızlık Bildirgesi”ndeki ilkeleri ülkelerine getirmişler ve monarşik düzenle çatışmışlardır (Uçarol, 2000).

McNeill’e göre, Fransız Devrimi iki şeyi başarmıştır. Bunlardan birincisi yönetimlerin Tanrı tarafından verilmediğini, insan yapısı olduklarını göstermesidir. Böylece monarşinin keskin sınırlarla belirlediği kast yapıları esnemiştir. Kişiler bundan sonra içinde doğdukları aileler ya da sınıflarla değil, kendi yetenekleri ve başarı ile sosyal hayatta varolabilmişlerdir. Fransız Devriminin diğer başarısı ise, Eski Rejime göre yönetimin, toplu askere alımlar, karneye bağlamalar, sivillerin askerleştirilmesi uygulamaları ile çok daha büyük bir güce sahip olabileceğini göstermesi olmuştur (McNeill, 2008).

Fransız Devrimi genel kanılar üstünde uzlaşmış bir insan topluluğunun öncülük ettiği bir harekettir. Bu grup burjuvazidir. Devrimin fikirlerini iktisatçılar ve filozoflar oluşturmuştur. Devrimle birlikte liberalizm fikri hızla diğer Avrupa ülkelerine yayılmıştır. Bunun yanında yüzyıllarca süren aristokrasinin iktidarı, burjuvazinin eline geçmiştir. E. Hobsbawn’a göre, devrimin en önemli kazanımı ‘meslek yaşamında yükselme olanağını yeteneğe, ya da enerjik, zeki, çok çalışan ve hırslı insanlara açmış olmasıdır’. Bunun birlikte toplumlar arasındaki sınırlar esnekleşmiş, dolaşım kolaylaşmıştır (Hobsbawn, 2003a).

Devrimin en önemli yanlarından biri “İnsanlık ve Yurttaşlık Hakları Bildirgesi”nin kabul edilmesidir. Bu bildirme ile birlikte her insanın doğuştan sahip olduğu bazı haklarının olduğu ve toplumun bu haklara saygı göstermekle yükümlü olduğu görüşüdür. Değnilmesi gereken devrimin diğer bir kazanımı ise ‘ulus, ulusçuluk, ulusal egemenlik, demokrasi, laiklik, adalet’ gibi kavramların

ortaya çıkması ve çeşitli düşünce akımları tarafından savunularak genişletilmesidir (Uçarol, 2000).

Fransız Devrimi ve Sanayi Devrimi 19. yüzyılın özgün yapısını karakterize ettiği gibi günümüzdeki birçok gelişmenin de kaynağıdır. Bu dönemde toplum yaşayışı radikal bir şekilde değişmiş, bu iki devrimle birlikte Avrupa'nın yapısı yeniden şekillenmiştir. Bu değişimler hızla diğer ülkelere yayılmış ve W. H. McNeill'in belirttiği gibi, 'Batı yaşayış biçiminin gücünü ve zenginliğini benzeri öteki uygarlıkların Batı'nın yayılmasına karşı direnme olanaklarını yok edecek kadar arttırmıştır' (McNeill, 2008; s.583).

Bu iki devrim Batı'da sanat ve giyim alanlarında da köklü dönüşümlere neden olmuştur. İleriki bölümlerde bu dönüşümlerin nedenleri, yapıları ve sonuçları ele alınacak; iki alan arasındaki doğrudan ve dolaylı etkileşimler ortaya koyulacaktır.

### 3 MODA KAVRAMI VE MODERN MODA OLGUSU

Gündelik konuşmalardan, akademik tartışmalara; boyalı basından yayın dünyasına moda kavramı çok sık karşılaşılan ve kullanıldığı yerlerde, kullanılış biçimine göre farklı anlamlar taşıyabilen bir kavramdır. Bu bölümde, bir kavram karmaşasını önlemek için akademik çalışmalarda moda kavramının nasıl tanımlandığı incelenecek ve çalışma boyunca kullanılacak moda kavramı tanıtılacaktır.

#### 3.1 Moda Kavramı

Moda sözcüğü, gündelik hayattan akademik tartışmalara birçok yerde karşımıza çıkmakta ve farklı anlamlarda kullanılmaktadır. Genel olarak moda, giyim-kuşama eş anlamlı olarak telaffuz edilse de, giyim kuşamdan daha geniş ve farklı bir anlama sahiptir. TDK, modayı üç farklı madde altında tanımlamıştır:

1. Değişiklik gereksinimi veya süslenme özentisiyle toplum yaşamına giren geçici yenilik.
2. Belirli bir süre etkin olan toplumsal beğeni, bir şeye karşı gösterilen aşırı düşkünlük:  
*"Moda sandığımız birçok şeylerin hayatın kendi bünyesinden geldiği anlaşılır."*  
A. H. Tanpınar.
3. *sıfat* Geçici olarak yeniliğe ve toplumsal beğeniye uygun olan:  
*"Moda şapka."* (TDK, 2011)

Bu tanımların üçü de içinde doğrudan giyim-kuşama yönelik bir çağrışım taşımaz. TDK'nın tanımlarının da gösterdiği gibi moda kavramı giyim-kuşamın ötesinde çevremizi kuşatan görsel kültür ürünleri ile ilgilidir. George B. Sproles'in, "modalar tanım olarak belirli bir zaman ve durum için tüketici tarafından uyarlanmış geçici döngüsel fenomenlerdir" sözü TDK'nın verdiği tanımlar için bir çerçeve sunmaktadır. Sproles, giyimi modanın klasik ürünü olarak belirler; ancak modanın tüketicilerin otomobilden evlerine, yemekten müziğe estetik seçimleriyle ilgili olduğunu belirtir (Sproles, 1981). Breward, modayı 'sosyal kimliğin, politik ideaların ve estetik zevkin anlatımı için önemli bir kanal' olarak tanımlamaktadır (Aktaran: Jackson, 2007). T. Jackson ise 'modern tüketim toplumlarında insanların yaşam tarzlarının çeşitli görünümlerinin

sosyal statüyü ve başarıyı yansıttığını' söylemektedir (Jackson, 2007). Bu bağlamda moda, cep telefonları, otomobiller, saatler gibi görünür olan bütün ürünler üzerinde etkilidir. Moda kuramı üzerine yazan ilk düşünürlerden olan G. Simmel, 'moda bütün görünüşleri ve *in abstracto* [soyut olarak] bütün içerikleri bünyesine alabilir: Her giyim, sanat, davranış ya da görünüş formu moda olabilir' demektedir. Simmel bu sözü ile modayı görsel kültürün bütün öğeleri üstünde etkili bir kavram olarak ortaya koymuştur (Simmel, 2003). C. W. King ve L. J. Ring moda için yukarıda verilen tanımları da kapsayan genelleştirici bir tanım önermektedir:

"Bir moda, herhangi bir zamanda görülebilir olan ve zamanla bir sosyal sistem ya da bireylerin bir araya geldiği gruplarda değişen, özel maddi ya da maddi olmayan bir fenomende, kültürel olarak desteklenmiş bir anlatım biçimidir." (King ve Ring, 1980)

Y. Kawamura *Fashion-ology* isimli eserinde giyim ve moda arasında bir ayrım yapmakta; modayı bir kavram, giyimi ise maddi bir ürün olarak ele almaktadır. Kawamura bu ayrımı şu şekilde dile getirmektedir:

"Moda giyim, elbise ve giyim-kuşam gibi modanın anlamdaşı olarak kullanılan diğer sözcüklerinden kendini ayıran bir kavramdır. Bu sözcükler, moda dokunulamaz bir nesneye işaret ederken, dokunulabilir nesnelere ilgilidirler. Giyimin özel bir parçasını moda olarak tanımlamaya çalışmak nafiledir çünkü moda maddi bir ürün değildir ancak içinde özsel bir içerik barındırmayan sembolik bir üründür." (Kawamura, 2005; s.2)

Bu noktada moda ve moda ile ilişkili sözcüklerin etimolojisine ve tarih içinde geçirdikleri değişimlere değinmek yararlı olacaktır. Moda sözcüğünün kökeni 'modus' sözcüğüne dayanmaktadır. Sözcüğün Latince kökeni, 'yapmak', 'etmek' anlamına gelen 'factio' ya da 'facio' sözcüğüdür (Barnard, 2002). 15. yüzyıl sonralarında 'moda/fashion' sözcüğü bugünkü anlamına yakın bir anlama kavuşarak, üst sınıflar arasındaki belirli giyim kodlarını karşılamaya başlamıştır (Kawamura, 2005). T. Polhemus ve L. Procter , 'moda' sözcüğünün 'giyim (clothing), bezeme (adornment)', 'tarz (style)' sözcükleri ile anlamdaş olarak kullanıldığını belirtmişlerdir (Polhemus ve Procter, 1978). I. Brenninkmeyer, 'moda (fashion)' sözcüğü ve bu sözcüğün anlamdaşı olduğunu belirttiği 'biçim (mode)', 'giyim (clothing)', 'giysi (dress)', 'kostüm (costume), 'alışkanlık (custom)' ve 'tarz (style)' sözcükleri arasında bir ayrım önermiştir. Yazara göre, 'biçim (mode)', 'moda' sözcüğünün eşanlamlısıdır. 'Giyim (clothing)' sözcüğü ise 'kumaş (cloth) sözcüğünden gelmektedir ve sarınmak ya da giyilmek için, pamuk,



tüy ya da yünden yapılmış dokuma ya da keçe anlamına gelmektedir. ‘Giysi (dress)’ sözcüğü de kadınlar tarafından giyilen elbiselere ya da giyimin görülen kısmına işaret etmektedir. ‘Kostüm (costume)’ sözcüğü, kişisel bir giysi biçimi ya da bir döneme, sınıfa ya da ulusa ait giysileri belirtmektedir (Kawamura, 2005).

M. Barnard, bu ilişkili sözcükler arasındaki farkları göstermek için çeşitli tanımlamaları yan yana getirmektedir:

“Bütün giyim eşyaları bir süslenme iken, bütün süslenme biçimleri moda uygun değildir. Bazı süs eşyaları son derece moda dışı olabilir ve bütün moda giysi iken, bazı nedenlerden dolayı, bazı giysiler moda olmayabilir. Ve ayrıca, bütün moda süsleme iken, modanın giyimden ibaret olmadığı da söylenebilir. Bazı modalar dövme ya da deriye kazıma ile ilgilidir. Benzer biçimde, bütün giysi parçaları belirli bir tarzdadır ancak tarz moda olacağı ya da moda olmayacağı için her tarz moda olmayacaktır. Bunun yanında, bütün giysi parçaları belirli bir moda ait olacakken, bütün modalar belirli bir tarzda olmayacaktır; bazı modaların, tarz karşıtı olduğu bilinmektedir. Son olarak, bütün modaların bir tarzı varken, modanın sadece giysi parçaları ile ilgili olmadığı söylenebilir, daha önce belirtildiği gibi, bazı modalar renk değişimlerini ve beden biçimlerini de içermektedir.” (Barnard, 2002; s.10-11)

Bu yazarların tanımlarından çıkan sonuç, modanın çok anlamlı olduğu ve tek bir anlama indirgenemeyeceğidir. Ancak bunun yanında modayı ifade etmek için genellikle giysileri ve giysilerle ilişkili parfüm, aksesuarlar gibi diğer elemanların kullanıldığıdır. Y. Kawamura, moda ve giyim arasında şöyle bir karşılaştırma yapmaktadır:

“Moda sembolik bir üretimken giyim maddi bir üretdir. Moda elle dokunulamaz, gözle görülemezken giyim elle dokunulabilir ve gözle görülebilir. Moda bir ilave iken giyim bir gerekliliktir. Moda bir sosyal konum işlevine sahipken giyim kullanılabılır bir işlevi vardır. Modanın kurumsal olarak inşa edilmiş ve kültürel olarak yayılmış olması gerekirken giyim kendini örten insanların bulunduğu bütün toplum ve kültürlerde vardır. Bir moda sistemi giyimi sembolik bir değeri olan ve kendini giyim aracılığıyla sunan moda dönüştürme işlevi görür.” (Kawamura, 2005; s.2)

D. Waquet ve M. Laporte’un da belirttiği gibi, moda öncelikle kendini giysilerde ortaya koymaktadır. Bunun nedeni, doğumundan ölümüne, gece ve gündüzde insanın kumaşa sarılı olarak yaşaması; ayrıca giysilerin insan bedeni ile sürekli temas halinde olan birer endüstriyel ürün olmalarıdır (Waquet ve Laporte, 2011). Moda giysilerden başlayarak, diğer tüketim ürünlerine ve giderek insanın maddi dünyasında yer eden diğer nesnelere doğru genişlemektedir.

Bu çalışmada, Y. Kawamura’nın modanın soyut bir olgu, giyimin ise bunun maddi ürünü olduğu iddiasından hareketle, moda imleyeni olan kumaşlar,

giysiler ve diğer giyim eşyaları aracılığıyla ele alınacak; ancak yeri geldiğinde insanların maddi dünyalarını kaplayan mobilyalar, cep telefonları, dekorasyon malzemeleri gibi tüketim ürünleri ve moda arasındaki ilişkilere değinilecektir.

### 3.2 19. Yüzyılda Tekstil Teknolojisinde Ortaya Çıkan Gelişmeler

19. yüzyıl birçok teknik gelişmenin birbirini izlediği, bu gelişmelerin birbirine eklenerek büyüdüğü bir teknik ilerleme dönemidir. Bu dönemde yeni tekstil makinelerinin icat edilmesi, var olanların geliştirilmesi modern moda olgusunun ortaya çıkmasında yadsınamayacak bir öneme sahiptir. Bunun yanında tekstille ilgili kalıp, antropometri gibi diğer buluşlar da oldukça önem taşımaktadır.

1794 yılında Eli Withney tarafından çır çır makinesi bulunmuştur. Çır çır makinesi pamuk elyafı üretimini hızlandırmış ve kalitesini arttırmıştır. 1801 yılında Fransa’da Joseph Marie Jacquard tarafından delikli kart sistemi ile çalışan ve desenli dokuma yapabilen otomatik tezgâh yapılmış ve 1810’lardan sonra yaygınlaşmıştır. Dokuma tezgâhı aynı zamanda sanayi devriminin simgelerinden biri haline gelmiştir (Kılıç, 2008). Çünkü bu tezgâhla birlikte dokuma kumaş üretiminde ivmelenen bir artış görülmüş, standardizasyon sağlanabilmiştir. 1828 yılında da Amerika’da, John Thorpe tarafından değişik sistemlerde eğirme yapabilen “Ring makinesi” keşfedilmiştir. Bununla birlikte iplik üretiminde de ivmelenen bir artış görülmüş, kalite yükselmiştir. Dikiş makinesi ise 1846 yılında Elias Howe tarafından bulunmuş, 1851 yılında Isaac Merit Singer tarafından geliştirilerek pratik hâle getirilmiştir. 1800’lerin sonlarında ise yapay ipek üretiminde gelişmeler görülmüştür.<sup>1</sup>

1863 yılında Ebenezer Butterick tarafından ince kâğıda çizilip kolayca çoğaltılabilen dereceli kalıplar keşfedilmiştir. Buttrick ailesi önce bu kalıpları evlerinde satmış, ardından işlerini büyüterek döneminin büyük kadın dergileri içinde yer alan *Ladies Quarterly of Broadway Fashions* ve *The Delinator*’ı yayımlamaya başlamışlardır. Bu dergiler günün modalarından gezi yazılarına,

---

<sup>1</sup> Kronolojik sıralamanın yapılmasında Prof. Dr. Emre Dölen’in *Tekstil Tarihi* isimli kitabından yararlanılmıştır.

çocuk bakımından pratik tavsiyelere birçok konuda kadınlara seslenmiştir. Dergilerin yanında dergideki modellerin kâğıt kalıpları verilmiş, böylece evinde dikiş makinesi bulunan kadınlar, dergilerden modayı takip edebilmişlerdir. Kâğıt kalıpların icat edilmesi ve kolayca ulaşılabilir hâle gelmesiyle birlikte dünyanın birçok yerinden bütün sınıflardan insanlar modayı takip edebilmeye başlamıştır (Butterick, 2011).

Tekstil teknolojisindeki gelişmelerin yanı sıra diğer bilimlerdeki bazı gelişmeler de tekstil teknolojisine katkılarda bulunmuştur. 19. yüzyıldaki savaşlar nedeniyle asker alımlarında üniforma üretimi için standart beden ölçüleri saptamaya yönelik yapılan çalışmalar antropometri bilimin gelişmesine neden olmuştur. Standart beden ölçülerinin saptanabilmesi hazır giyimin önünü açmış, standart beden biçimi ölçülerini geniş kullanıma açmıştır. Bunun yanında ordu için üniforma üretilmesi zorunluluğu talebi arttırmış ve üretimin sivil atölyelere kaymasını sağlamıştır (Green, 1994).

Kimya alanında anilin boyanın 1826 yılında O. Unverdorben tarafından keşfedilmesi de modayı etkilemiştir. Anilin keşfi ile birlikte kumaşlar kolayca çeşitli renklere boyanabilir hâle gelmiştir. Renk çeşitliliği dönemin usta terzileri için yeni olanaklar yaratmış, bu çeşitli renklerdeki kumaşlar üst sınıftan kadınların ilgisini çekmiştir (Gerçek, 2006).

### **3.3 Modern Moda Sisteminin Ortaya Çıkışı**

Moda olgusunun ne zaman ortaya çıktığına dair fikirler çeşitlidir. M. E. Roach-Higgins ve J. Eicher insanların gruplar halinde yaşamaya başlayıp ekonomik kaynaklarının arttığı dönemlerde fiziksel şartların dışında giysi seçimlerini yapabildiklerini söylerler (Roach-Higgins ve Eicher, 1973). İnsanlar yerleşik hayata geçip, insanlar arası işbölümü çeşitlenmeye başladıktan sonra giyim ve süslenmede farklılıklar ortaya çıkmaya başlamıştır. Ancak, bu değişiklikler çok uzun vadeleri kapsadığı ve ortaya çıkan farklılıklar sadece işbölümü ve toplumdaki statü farkları ile şekillendiği için moda olarak kabul edilmezler. R. Arnold geniş, uluslararası bir moda endüstrisinin Rönesans'tan itibaren gelişmekte olduğunu iddia eder (Arnold, 2009). Ona göre moda, ticaret ve finansdaki gelişmelerin, Hümanist düşünceden ödünç alınan bireysellik fikrinin ve sınıf yapılarının kaymasının bir ürünü olarak ortaya çıkmıştır. F. Davis de

modanın 13. yüzyıl sonları ve 14. yüzyıl başlarında ortaya çıktığını söylemektedir. F. Davis'e göre modanın ortaya çıkmasına neden olan şey, statü rekabeti ve gösteriş merakıdır. Yazar 13. yüzyıl sonları saray yaşamını şu şekilde betümlenmektedir:

“Yaklaşık olarak bu dönemde (13. yy sonları, 14 yy), Haçlı seferlerinin ardından Doğu'dan Avrupa'ya yayılan zengin kumaş ve mücevherler, kilisenin şiddetli bir sofulukla karşı koymasına rağmen giderek soylular arasında ve soylular ile yeni ortaya çıkan şehir burjuvazisi arasında, haset duygusuna dayalı bir statü rekabetinin simgesel araçları haline gelmişti. Zamanın modayı izleyen insanları, özellikle de bir törene katılmaları gerektiğinde, neredeyse kelimenin gerçek anlamında servetlerini sırtlarına giyip gelirdi. 14. yüzyıldaki kıyafet artık gerçek ya da yapmacık statü iddiasıyla öylesine yakından ilişkili hale gelmişti ki, bütün Avrupa'da kişisel harcamaları düzenleyen tutumluluk yasaları çıkartılarak avamın, aristokrasiye özgü kumaşları ve modelleri kullanması yasaklanmıştı. Bu yasalar pek etkili olmasa da –o sıralarda burjuva hanımlar birer prenses kadar şık giyinmekteydi artık-, 18. yüzyıl ortalarına kadar kağıt üstünde geçerliliklerini korudular. Toplum önünde giyilen kıyafetlerin kalitesine ve kesimine bakılmaksızın, bu tür kanunlara uyulması ya da uyulmaması, bireyler ile ailelerin toplumsal konumunun yerleşmesi açısından büyük önem taşımaktaydı.” (Davis, 1997; s.72-73)

İnsanlık tarihinin önceki dönemlerinde de giysi yasaklamalarıyla karşılaşmakta ve ütün bunlara karşın insanlar diğer insanlardan kendilerini farklılaştırmak için giysiler giymekteydiler. Ancak ticaretle zenginleşen şehir burjuvazisinden kişilerin kendilerini aristokrat sınıfa dâhil etme çabalarıyla 14. yüzyılda kişilerin giyimleriyle sosyal sınıflarını belli etme ve sınıf atlama uğraşı ayyuka çıkmıştır. Y. Kawamura'ya göre de modanın ortaya çıktığı dönem 14. yüzyıldır. Bunun nedenlerini ise, “tekstil ve giyim kuşam üretimi ile ilgili zanaatlardaki uzmanlaşma, feodalitenin zayıflaması, devlet ya da prenslikteki saray sisteminin gelişmesi ve ulusal çıkarların korunmasında gerekli olacak karmaşık ekonomik ve politik stratejileri gerektiren uluslararası ilişkiler” olarak sunar (Kawamura, 2005; s.50). Kawamura, bunu aynı zamanda Batılı giyimin başlangıcı olarak not eder. J. Entwistle'ye göre de Rönesans saray hayatının ortaya çıkmaya başlaması, ticaret yollarının genişlemesi, yeni bir sınıf yapısının doğması, şehir hayatının ortaya çıkması giyimde sürekli değişime neden olacak bir sistemin gelişmesinin nedenleridir (Entwistle, 2000). Bu dönemlerde soyluların kıyafetlerinde değişimler görülmüş, modanın dinamiğini oluşturan sürekli değişim gözlemlenmeye başlamıştır; ancak alt sınıflar bu değişime dâhil olamamışlardır. Bu nedenle bu dönemde bir saray modası hâkim olmuştur.

Saray yaşantısı beden kullanımına kısıtlamalar getirmiştir. Ortaçağ saray yaşantısından Rönesans saray yaşantısına geçişte beden oldukça önemli bir işleve sahip olmuştur. Bu yaşantı içinde beden, giyimin yanında jestler, mimikler, hal ve tavırlarla birlikte kişinin toplum içindeki yerini gösteren bir araca dönüşmüştür. Ortaçağ Avrupası'nda giyim gittikçe ulusallaşan bir görünüm de kazanmıştır. Rönesans'ın merkezi olması nedeniyle İtalya önemli bir etkiye sahip olmuş; Amerika'nın keşfinin ardından İspanya ekonomik ve politik olarak güçlenmiş ve bu giyime de yansımıştır; İngiltere önemli bir ticaret merkezi olması nedeniyle giyim üstünde güçlü bir etki bırakmıştır (Entwistle, 2000).

16. yüzyılda giyim kişisel bir anlatım aracı haline gelmeye başlamıştır. Greenbelt, bu konuda şunları yazmaktadır:

“16. yüzyılda manipüle edilebilir, ustalık isteyen bir şey olarak insan kimliğine biçim verme üstüne bir bilinç gelişmiştir. [...] Öyle görünüyor ki, ‘moda’ kendini biçimlendirmenin gösterilmesinin bir yolu olarak geniş bir yaygınlığa 16. yüzyılda ulaşmıştır.” (Greenbelt, 1980; s.2)

17. yüzyıl politik ve dini savaşların yüzyılı olmuştur. Bu yüzyılda giyim hâlâ toplum içindeki konumunu ve saray çevresinde yapılan seremoniler, gösteriler ve ritüellerle uluslararası üstünlüğü sergilemenin bir aracıdır. Ancak bu yüzyılda kadın ve erkek giyimi arasındaki farklar ortak giyim elemanlarının kullanılmasıyla azalmıştır. Her iki cins de dantel yakalar, kıvrıkcık uzun saçlar ve yüksek topuklar kullanmıştır. J. Entwistle'ye göre ‘bu gelişmeler kıyafet çizgisinin daha akıcı ve beden konturlarının daha belirgin olmasına yardım etmiştir’ (Entwistle, 2000; s.95). Bu yüzyılda ayrıca moda dergileri ortaya çıkmaya başlamış ve moda daha görünür ve arzulanır bir olmuştur (Arnold, 2009).

18. yüzyıl saray yaşantısının yanında bir kent yaşantısının da geliştiği, büyük kentlerin o döneme göre birer metropole dönüşmeye başladığı dönem olmuştur. Şehirlerde insanlar doğrudan krallığın dışında sosyal ağlar geliştirmişlerdir. Bahçelerde, kafeteryalarda ya da barlarda zamanlarını sohbet ederek, kitap okuyarak ya da birbirilerini izleyerek geçirebilmişlerdir. Bu dönemde bir tüketim devrimi ortaya çıkmıştır. ‘Keten tablolar, gümüş eşyalar, çanak çömlek, saatler ve mobilyalar ihtiyacın dışında’ birer gösteriş nesnesi olarak tüketilmiştir (Entwistle, 2000; s.97). Yine aynı dönemde ticaretle uğraşarak para kazanan ve krallığa bağlı olmayan bir sosyal sınıf olan burjuvazi zenginleşmiş, bunun sonucu olarak da sosyal arenada görünür olmuştur. C.

Campbell tüketim kültürünün yükselişini burjuvazinin sosyal arenada görünür olmasına bağlamakta ve modern tüketiciliğin ‘ana motivasyonun hayal gücünde keyif alınan zevkli dramaların gerçekte deneyimlenmesi’ olduğunu söylemektedir (Campbell, 1989). Ancak tüketimin artması ve burjuvazinin bir sosyal sınıf olarak mal varlıklarını tüketim nesnelere üstünden göstermesi sosyal hiyerarşilerin ortadan kalkmasını sağlamamıştır. Bunun için Sanayi Devrimi ve Fransız Devrimini beklemek gerekmektedir.

19. yüzyıl ve sonrası modernlik terimi ile karşılanmaktadır. Modernlik sanayileşme, kapitalizmin yükselişi, şehirleşme, bireysellik ve kitle kültürü gibi yeni kavram ve gelişmeleri akla getirmektedir. İngiltere’de ortaya çıkan Sanayi Devrimi ile birlikte sanayileşme, burjuvazi bireyciliği ve liberalizm gelişirken; Fransa’da patlak veren Fransız Devrimi ile burjuvazi aristokrasinin yüzyıllardır devam eden egemenliğini ele geçirmiştir. Bu yüzyıl gücü ve zenginliği toprağa ve akrabalık ilişkilerine bağlı olmayan; fabrikalar ve ticaretle geçinen burjuva sınıfının hızla yükselişine tanıklık etmiştir. Üretilen malların artması ve çeşitlenmesi, bunun yanında ucuzlaması 18. yüzyılda başlayan tüketim kültürünün de hızla yayılmasını sağlamıştır. Fransız Devrimi’nin bir diğer özelliği de sosyal dolaşıma izin vererek sınıflar arasındaki sınırları gevşetmesi olmuştur. Giyim eşyaları bütün sınıflar arasında hareket edebilir hale gelmiştir. Bu yüzyılda moda olgusu 1868’de, *La Chambre Syndicale de la Couture et de la Confection pour Dames et Fillettes* (Kadınlar ve Kızlar için Couture ve Konfeksiyon Sendikası)’in kurulmasıyla, modanın kurumsallaşmasının bir sonucu olarak sürekli yenilenen bir moda sistemine dönüşmüştür (Kawamura, 2005). Kültür araştırmacısı G. Lipovetsky, moda tarihini ikiye ayırmakta; bu ayrımı 14. yüzyıldan 1850’ye kadar ve 1850’den sonrası olarak yapmaktadır. Ona göre, moda 19. yüzyılın ortasından sonraki moda, modern olanın ve bürokratik toplumları karakteristik özelliklerinden biridir (Lipovetsky, 1994).

Y. Kawamura, ‘moda sistemi’ terimini açıklamak için *Fashion-ology* isimli eserinde çeşitli yazarlara başvurmuştur. E. Leopold’a göre ‘moda sistemi giyim üretim sürecinde yer alır.’ Moda iki kavramı bir araya getirir: bir kültürel fenomen olarak moda ve üretim teknolojisi ile imalat tarzları olarak moda (Leopold, 1993). Yazar, modanın bu iki yönünün de incelenmesi gerektiğini ve bunların arasındaki ilişkilerin ortaya konması gerektiğini söylemektedir. M. E. Roach-Higgins ve K.

E. Musa moda sisteminde yer alan basit sistemler ve karmaşık sistemleri birbirinden ayırırlar. Basit sistemler modern öncesi toplumlarda büyük bir üretim ve tüketim ağına bağlı olmadan, küçük topluluklarda varolurken, karmaşık sistemler Paris, New York ve Milano gibi moda kentlerinde bulunur ve tasarımcılar, tasarım asistanları, stilistler, üreticiler gibi birçok çalışanı içerirler (Roach-Higgins ve Musa, 1980). Sosyolog H. Blumer de moda sistemini kitle toplumlarında düzenli aralıklarla değişen ve sosyal alışkanlıkları belirleyen bir sistem olarak görür (Blumer, 1969). Y. Kawamura bu yazarların görüşlerinden kalkarak bir moda sisteminin gerekliliklerini ortaya koymuştur. Ona göre 'minimum gereklilik giysilerde değişiklikler öneren ya da tanıtan insanları içeren bir ağ ve en azından değişikliklerin bir kısmını uygulayan insanlar'dır. Aynı zamanda bu ağ içinde değişiklikleri önerenler ve uygulayanlar yüz yüze ya da kitle iletişimi aracılığıyla iletişim halinde olmalıdır (Kawamura, 2005).

T. Aage ve F. Bellusi'ye göre moda sistemi zanaat tabanlı lüks ürünler üreten *haute couture*<sup>2</sup> kurumu ile başlamıştır. İlk ünlü *haute couture* tasarımcısı 1858 yılında Paris'te kendi moda evini açan Charles Frederic Worth'tur. Yazarlara göre moda tasarımcısı sıfatını hak eden ilk moda tasarımcısı yine C. F. Worth'tur ve döneminin diğer ünlü Fransız tasarımcıları onu taklit etmiştir. Zamanla bu ürünlerin üreticileri dünyadaki moda eğilimlerini kontrol etmeye başlamışlardır (Aage ve Bellusi, 2008). Y. Kawamura'ya göre, ayrıca, C. F. Worth müşteri ve terzi arasındaki ilişkiyi ve giysi yapımının sosyal organizasyonunu değiştirmiştir. Bunun yanında C. F. Worth modanın, giysi üretmekten çok imaj üretmek olduğunu göstererek bugünkü moda kavramının temellerini atmıştır (Kawamura, 2005).

Yazarların görüşlerini toparlayacak olursak, modern bir moda sistemi, üretim alanında terzileri, moda tasarımcılarını, küçük ya da büyük ölçekli üretim yapan firmaları; tüketim alanında yeni ürünlere karşı bir talep oluşturan ve bu ürünleri özgürce tüketebilen tüketicileri gerektirmektedir. Bunun yanında modern moda sistemi üretim ve tüketim arasında bir dengeyi kuracak, aynı zamanda terzilerin ve moda tasarımcılarının moda sektörüne hangi şartlar altında

---

<sup>2</sup> Haute couture, kıyafetlerin müşterilere özel sipariş olarak çalışıldığı terzilik sistemidir. 19. yüzyılda Paris'te moda tasarımcılarının özgün üretimlerine dayanan özel bir sisteme dönüşmüştür. Bu sistem içinde terziler, tasarımlarının uluslararası arenada fikri mülkiyetlerini koruma hakkına sahip olmakta ve böylece terzilikten bir sanatçı konumuna geçmektedirler (Steele, 2005).

girecebileceğini organize edecek bir örgütün ve bunların tüketiciler arasında tanınırlığını sağlayacak bir medya ağının varlığına işaret etmektedir. Bu nedenle modern ve kurumsallaşmış bir moda sisteminin ortaya çıkışı, Fransız Devrimi ile sınıflar arasında sosyal dolaşımın kolaylaştığı, C. F. Worth'un kendi moda evini açarak tüketicileri için kendi kreasyonlarını üretmeye başladığı, bu alanda çalışmak isteyenlerin çalışma koşullarını belirlemek amacıyla *La Chambre Syndicale de la Couture et de la Confection pour Dames et Fillettes* (Kadınlar ve Kızlar için Couture ve Konfeksiyon Sendikası)'in kurulduğu ve Delineator, McCall's, The Ladies Home Journal gibi birçok yüksek tirajlı derginin yayımlanıp moda dergiciliğinin büyük bir yükselişe geçtiği 19. yüzyıl sonudur.

Modern moda olgusunun temellerini atan ve onu geliştiren, modern moda sistemi içinde tasarım olgusunun büyük bir hızla değer kazanmasına vesile olan üç önemli tasarımcı Charles Frederic Worth, Paul Poiret ve Coco Chanel'dir. Bundan sonraki bölümde kısaca bu moda tasarımcılarının biyografilerine değinilecek, sanat dünyasıyla kurdukları taktiksel ilişkileri araştırmak için zemin oluşturulacaktır.

### **3.4 İlk Moda Tasarımcıları**

Bir mit ya da bir deha olarak ele alındığında tasarımcı kendi kendine varolan, başarısını dehasına borçlu bir birey olarak görünür. Oysa modern moda sisteminde dehanın yanında üretim teknolojileri, dağıtım, pazarlama, hammadde kaynakları gibi teknik konular, bunların yanı sıra çağın estetik, sosyal ve kültürel algıları gibi görsel ve sosyolojik konular dikkate alınmalıdır. Aksi takdirde tasarımcı bir mitolojik kahraman, biyografisi ise sisle kaplı bir başarı öyküsü olmaya devam edecektir. Bu bölümde ele alınan, modern sisteminin ortaya çıkışından sonra kendini kabul ettiren ve etkileri günümüzde hâlâ devam eden üç tasarımcı, C. F. Worth, P. Poiret ve C. Chanel modern moda tarihi için birer dönüm noktası oluşturdukları gibi sanat dünyası ile kurdukları ilişkiler bakımından da çağdaşlarından ayrı bir yerde durmaktadırlar.

İlk moda tasarımcısı, modern moda sistemindeki en büyük yenilik olan *haute couture*'ün babası Charles Frederic Worth [1826-1895] olarak kabul edilmektedir (Troy, 2003; Cwathorne, 1998). Worth'tan öncesinde de müşterilerinin isteklerine göre kıyafetler üreten ya da müşterileri için çeşitli giyim



kombinasyonları öneren usta terziler mevcuttur. Bu terzilerden en bilineni birçok aristokrat müşterisinin yanında Fransa kraliçesi Marie-Antoinette'nin de terziliğini yapan Rose Bertin [1747-1813]'dir. R. Bertin'in döneminde giyim alışkanlıkları ve moda zevkleri saray ve çevresi tarafından belirlenen tamamen aristokratik bir yapıya sahiptir. R. Bertin ilk moda tasarımcılarının öncüsü olarak kabul edilmesine karşın kendi aristokrat çevresinin zevklerine bağlı kalmış, onların istekleri doğrultusunda ürünler üretmiştir. Fransız Devrimi'nin ardından aristokrasinin iktidarının burjuva sınıfının eline geçmesiyle moda tasarımcının rolü değişmiştir. R. Arnold'un iddia ettiği gibi, bundan sonra moda tasarımcısı sadece 'yeni modalar ortaya koyan yaratıcı özneler değil, yenilik ve ilgiye karşı artan talebi karşılayacak' kişiler olmalıdır (Arnold, 2009). Devrimin ardından zenginleşen ve bir grup olarak büyüyen burjuvalar geçmişin görünümünü taklit etmek yerine, tasarımcıdan kıyafetleri, evleri kısacası sosyal dünyaları için yeni görünüm icat etmesini beklemektedirler. Bu noktada R. Bertin ve onun gibi aristokrasi için çalışan diğer usta terziler yeni görünüm ortaya koymamış, varolan tarzları çeşitlendirmiş, tarihsel kostümlerde değişiklik yapmış ya da moda çizimlerindeki kıyafetleri taklit etmişlerdir.

Burjuvazinin yükselen taleplerini ve aristokrasinin beklentilerini aynı anda karşılayabilen, kumaşlarını, biçimlerini, kesimlerini kendi belirleyen ve burjuva kadınına kendi ortaya koyduğu tarzları öneren moda tasarımcısı Charles Frederic Worth olmuştur.

Charles Frederic Worth, 1825 yılında hukukla uğraşan bir ailenin oğlu olarak dünyaya gelmiştir. Babası işini ve kumarda bütün mal varlığını kaybettikten sonra, bir kumaş üreticisi olan Swan & Edgar's'ta çalışmaya başlamıştır. Worth, Paris'in tekstil sektörü için daha verimli bir yer olması nedeniyle 1845 yılında Paris'e taşınır. Daha önce çalıştığı kumaş üreticisi firmanın ticari ilişkileri sayesinde Paris'te, 11 yıl boyunca çalışacağı, Gagelin-Opigez isimli kumaş dükkânında işe başlar. Burada kumaşların sergilemek için basit kıyafetlerle müşterilere gösterimler düzenlenmektedir. Worth'un işe başlamasından bir süre sonra onun tasarladığı kıyafetler siparişler almaya başlar ve Gagelin şirketi, tasarımcılığını Worth'un yaptığı küçük bir giysi üretim departmanı açar. Worth böylece moda dünyasının merkezinde, aristokrat ve burjuva kadın müşterilerle çevrelenmiştir. 1855'te düzenlenen Exposition

Universelle'ye gönderilen bir kıyafetinin ödül alması ile uluslararası bir ün kazanır. Bu başarıların ardından Otto Bobergh isimli ortağıyla kendi moda evini açıp, içinde saray çevresini de bulunduğu geniş bir müşteriler ağına kıyafetler tasarlamaya başlamıştır.

Worth, giysi biçimlerinden, üretilen giysilerin tanıtımlarına döneminin moda dünyasına birçok yenilik getirmiştir. Biçimsel olarak sunduğu bir yenilik daha önce belde olan bel çizgisini, kalçaya taşımaktır. Bunun yanında üst beden ve eteği bir dikiş çizgisi ile biririnden ayırmayan elbiseler tasarlamıştır. Ayrıca, daha önceleri, uzun boyları nedeniyle yerlerde sürünen etekleri kısaltmıştır (Cawthorne, 1998). Kıyafetlerinin sunumunda getirdiği yeniliklerden en önemlisi ise, ileride birer performans sanatı gösterisine dönüşecek olan moda şovlarını düzenlemeye, tasarımlarını canlı modeller üstünde müşterilerine tanıtmaya başlamasıdır. Worth, modaevleri de müşterilerinin hayal dünyasına açılan birer kapı gibi tasarlanmıştır. Mağazalarından birinde pencereler karartılmış ve ortam şamdanlarla aydınlatılmıştır. Böylece kıyafeti deneyen bir müşteri kendini onu giyeceği ortamda hayal edebilmektedir (Milbank, 1985).

Worth, kıyafetlerini tasarlarken müzelerde uzun zamanlar geçirmiş, ressamın tablolarını incelemiş, onlardaki kıyafetlerden esinlenmiş ve bu kıyafetleri taklit etmiştir. Yanısıra, kıyafet yapmanın bir zanaat değil, sanat olduğunu iddia etmiş, kendisinin kumaşlarla müzelerde esinlendiği tabloları yaptığını söylemiştir (Crane, 2003)

D. Crane'in belirttiğine göre, "Worth'un konumu, ondan diğerlerinin yarattıkları tasarımları taklit etmesi beklenmediğinden bir kadın ya da erkek terzisinin konumundan üstündür" (Crane, 2003; s.179). Worth sezonluk giyim kavramını yaratmış ve kıyafetleri mankenlerin üstünde sergileme geleneğini başlatmıştır. Worth, endüstri devrimi ile ortaya çıkan zanaatçının artık sadece zanaatı ile uğraşmanın dışında iyi bir pazarlamacı, ekonomist, sanatçı ve stratejist olması gerekliliğini hakkıyla yerine getirmiştir. Ona atfedilen esas yenilik tasarımlarında değil, bütün dünyaya dağıtılabilen modelleri üretmeye getirdiği yaratıcı bakış açılarıdır (Troy, 2003). Worth tasarımlarını üreteceği kumaşları belirleyen, en küçük aksesuarlara karar veren ve tasarımlarını hayata geçiren, kumaşlardan tablolar yapan bir sanatçı konumundadır. Bununla kalmayarak tasarladığı kıyafetlerin sunulacağı ortamları, sunum biçimlerini de kendi

tasarlamakta ve uygulamaktadır. Böylece müşterisi için bütünlüklü bir imaj, ona giydireceği kıyafet içinde sosyal bir görünüm sunmakta, müşterisine sadece bir kıyafetten fazlasını, baştan ayağı oluşturulmuş bir görsel dünya vaat etmektedir.

Worth'un 1985'teki ölümünden sonra şirketin başına oğulları geçmiştir. Ancak C. F. Worth'un moda dünyasındaki ünü, onun şirketinde çalışmış ve gündelik kıyafetler tasarlamış bir tasarımcıya, Paul Poiret [1879-1944]'ye geçmiştir. Paul Poiret, gerek giyim alışkanlıklarına getirdiği yeniliklerle, gerek döneminin sanat dünyasına yakınlığı ile gerekse de tasarladığı kıyafetleri tanıtmada kullandığı ve sonradan bütün moda tasarımcılarının izleyeceği yolu belirlediği yöntemleriyle günümüzde dahi ilham kaynağı olmaya devam etmektedir.

P. Poiret, 8 Nisan 1879'da kıyafet tüccarı bir ailenin oğlu olarak dünyaya gelir. Erken yaşta şemsiye üreticisi bir firmada dağıtıcı olarak çalışmaya başlamıştır (Kellogg, Peterson vd., 2002). Worth'un şirketinde çalıştığı dönem, tasarladığı gündelik kıyafetler sayesinde ileride korseden kurtulmak için geliştireceği tarzı bulmasında oldukça besleyici olmuştur. Worth'un ardından uzun süre başka bir moda tasarımcısı olan J. Doucet [1853-1929]'nin yanında çalışmış ve Doucet'nin büyük bir sanat koleksiyoncusu olması nedeni ile döneminin sanatını, mimarisini, iç mimarisini tanımış; çağının ruhunu yakalayabilecek inceliğe erişmiştir.

Poiret, 1909'da Rus Bale'sinin Paris'teki gösteriminden çok etklenmiş, kıyafetlerinde oryantalist etkilere sıkça rastlanmaya başlanmıştır. Yüzünü Doğuya dönen Poiret, oryantalist eğilimlerin en başarılı yorumlayan tasarımcılardan biri olmuştur. Oryantallist dönemini takiben dünyanın her yerinden beslenen koleksiyonlar hazırlamaya başlamıştır. Poiret'nin etkilendikleri arasında kimonolar, Türk pantolonları, köle kostümleri, Arap kıyafetleri, Yunan geleneksel kostümleri sayılabilir. Doğu'nun biçimsel ve estetik unsurlarını tasarımlarına ustaca uygulamıştır. Ayrıca, dans gösterileri ve tiyatro oyunları için kostümler hazırlayarak birebir sahne sanatlarının içinde yer almıştır (Troy, 2003) .

P. Poiret, kıyafet tasarlamasının yanında, 'Les Parfums de Rosine' ismiyle bir parfüm üretmiştir. Bu parfümün üretimi, sunumu ve tanıtımı için tasarım ve sanat dünyasından cam üreticileri, tipograflar, paket tasarımcıları ve sanatçılarla anlaşmış, böylece parfümünü tamamen bir tasarım nesnesi olarak piyasaya

sürmüştür. Yanısıra, parfümün tanıtımı için döneminin ünlü tiyatro sanatçıları ile tanıtımlar organize etmiştir.

Poiret'nin moda dünyasına getirdiği bir diğer yenilik, moda çizerleri ile anlaşarak kıyafetlerinin, çağın fovizm, kübizm gibi akımlarının etkilerini taşıyan kataloglar hazırlatmasıdır. 1908 ve 1911 yıllarında Paul Iribe [1883-1935] ve Georges Lepape [1887-1971]'ye yaptırdığı katalogları müşterilerine onlar için özel hazırlanmış birer kitap şeklinde postalamıştır. Aynı zamanda verdiği partilere dönemin ünlü sanatçıları davet ederek, çevresinde bir sanatçı ortamı oluşturmuştur. Bu sanatçılar arasında Francis Picabia [1879-1953], Andre Dunoyer de Segonzac [1884-1974], Kees Van Dongen [1877-1968] gibi isimler vardır.

Poiret sadece kıyafet tasarlamakla kalmamış, 1914 yılında yetenekli ancak fakir kızlara eğitim veren "Martine" isimli bir okul açmıştır. Bundan bir yıl sonra halılar, kumaşlar, ışık donanımları, vazolar, duvar kâğıtları, mobilyalar ve çeşitli süsler satan bir mağaza açmış; bu mağazanın kollarını Londra'ya, Berlin'e ve Amerika'ya kadar taşımıştır. Böylece modanın en dar anlamı olan kıyafetlerden başlayıp, müşterilerinin bütün bir görsel evrenini çevreleyecek ve onlar için yaşam tarzları üretecek bir noktaya gelmiştir.

Poiret'nin tasarımları Uzak Doğu kıyafetlerinden esinlenen, yapıları çok karmaşık olmayan, bedene hareket kolaylığı sağlayan hatlarla pahalı kumaşlar ve bezemelerle hazırlanmış kıyafetlerdir. Kıyafet tasarımının yanı sıra Poiret günümüzde hâlâ kullanılan tanıtım yöntemlerini ustaca kullanmıştır. Bir şirkette asistan olarak başlayıp çağının gereksinimlerini hızla kavramış, kendi tasarımlarını bu yönde geliştirmiştir. En büyük yeniliklerinden biri kadınları korsenin kısıtlayıcı ve sağlığa zararlı yanlarından yeni bir giyinme biçimi önererek kurtarmak olmuştur. Bu nedenle moda dünyasında devrimci olarak bilinmektedir.

Kıyafet tasarımlarıyla getirdiği yenilikler dışında Poiret çevresine birçok sanatçı toplayarak kıyafetlerine sanat değeri katmış, usta sanatçılarla anlaşım kataloglar yaptırmıştır. Evinde sanatçıların, tasarımcıların ve sanat koleksiyoncularının katıldığı dev ve ihtişamlı partiler düzenlemiş, günümüzde halkla ilişkiler olarak bilinen pazarlama yöntemlerinin ilk adımlarını atmıştır. Worth'un başlattığı müşteriye bir kıyafetten çok bir arzuyu, müşterisine onun

isteyeceği bir hayali sunma geleneğini geliştirmiş, yaşamıyla, ilişkileriyle, dzenlediği ve katıldığı partilerle bunu desteklemiştir. Poiret'nin kendini ve tasarımlarını tanıtmak için kullandığı bütun yöntemler günümüzde hâlâ geçerliliğini korumaktadır.

1900'lerin başından Birinci Dünya Savaşı'na kadar olan dönem Paul Poiret'nin moda krallığı dönemi olarak adlandırılacaksa, Coco Chanel [1883-1971]'in, Poiret'nin tacını elinden alan kraliçe olduğu söylenebilir. Chanel, kendi döneminde değişen alışkanlıkları ve savaşın getirdiği kısıtlamaları çok iyi çözümlemiş, tasarımlarını bu kısıtlamaları göz önünde bulundurarak değişen kadının ihtiyaçlarına göre şekillendirmiştir. Aynı zamanda Chanel savaştan sonra Amerikan otomobil üreticisi Henry Ford [1863-1947]'un adıyla anılacak olan, endüstride seri üretiminden en yüksek düzeyde verim alınmasına yönelik uygulamayı diğer tasarımcılarından önce kavramış, *haute couture*'e hızla üretilebilecek ancak bunun yanında zengin müşterilerin beklentilerini de karşılayabilecek küçük siyah elbiseyi kazandırmıştır (şekil 3.1). Küçük siyah elbise, sanat dünyasında avangard sanatın hâkim olduğu, sanatçılarının doğanın temsilinden tuvalin yüzeyine döndüğu bir dönemde, süslemelerden ve hacimden arınarak kumaşın düz yüzeyine yönelmiştir.



**şekil 3.1:** Audrey Hepburn küçük siyah elbise içinde (Steele, 2005)

Gerçek ismi Gabrielle olan Coco Chanel, 1883 yılında bir seyyar satıcının kızı olarak dünyaya gelmiş, bir yetimhanede büyümüştür. Buradan ayrıldıktan sonra barlarda şarkı söylemeye başlamıştır. ‘Coco’ ismini bu dönemde söylediği ‘Qu’i qua vu Coco’ ve ‘Ko-Ko-Ri-Ko’ isimli iki şarkı nedeniyle almıştır (Milbank, 1985). Hasır şapkalar tasarlayarak moda dünyasına girmesinin ardından, 1910’da kendine ait ilk dükkânını açmıştır. Bir süre sonra da döneminin popüler dergilerinde ünlü aktristlerinin başında Chanel’in tasarladığı şapkalar görülmeye başlanmıştır.

Coco Chanel’in kariyerinin ilk yıllarında Birinci Dünya Savaşı’nın patlak vermesiyle giyim alışkanlıkları değişmeye başlamıştır. O güne kadar çalışması hoş karşılanmayan orta sınıf kadınları, eşlerinin savaşa gitmesi nedeniyle kendilerini çok daha aktif bir dünyanın içinde bulmuşlardır. Yansıra, kumaş ve aksesuar fiyatları gittikçe artmıştır. Dönemin önemli *haute couture* tasarımcıları kumaş sıkıntısı çekmekte, kimileri mağazalarını kapamakta, kimileri üretimlerini yarıya indirmektedir (Champsaur, 2004). Chanel, 1916 yılında o güne kadar *haute couture* tasarımcılarının ucuz görüntüsü ve alt sınıflara ait olması nedeniyle rağbet etmediği bir jarse kumaş stoku satın alarak, ilk *haute couture* koleksiyonunu aynı yılın sonbaharında sergilemiştir. Bu koleksiyonun tamamı sade, gösterişsiz jarse elbiselerden oluşmaktadır. Bu yılları takip eden yıllar Chanel’in hızla meşhur olduğu yıllardır. Bu dönemde tasarımlarını daha da sadeleştirmiş, geometrik kalıplar kullanmış; siyah, beyaz, bej ve kırmızı renklerin monokromatik kombinasyonlarını kullanarak modern bir görünüm yakalamıştır. Chanel, modern çağı önceden sezmiş, kıyafetlerinde, kumaş ve renk seçimlerinde bu çağın dinamizmini ortaya koymuştur. Aynı zamanda, döneminin etkili olan tasarım akımları Art Deco ve caz hareketinin görsel etkilerini kıyafetlerine taşımıştır. Diğer yandan, Chanel döneminin öncü sanatçıları ile dostluklar kurmuş, onların sanat eserleri için kostümler tasarlamış, içinden bazıları ile fırtınalı aşklar yaşamıştır. Kostüm tasarımlarını yaptığı önemli sanat çalışmaları arasında Fransız şair, yönetmen ve yazar Jean Cocteau [1889-1963]’nin *Antigone* [1922] isimli tiyatro oyunu, Rus besteci Igor Stravinsky [1882-1971]’nin *Le Train Bleu* [1924] isimli balesi sayılabilir. Bunların yanında iki önemli Hollywood yapımı, Jean

Renoir [1894-1979]'ın *Rules of the Game* [1939] ve Alain Resnais [1922-]'nün *Last Year at Marienbad* [1963] için de kostümler tasarlamıştır.

Chanel, Birinci Dünya Savaşı'nın yarattığı değişimi tam zamanında görmüş, çağının ruhunu yakalamayı başaramamış, bu ruhu tasarımlarına yansıtmıştır. Kadınlara kendi bağımsızlıklarını, hür iradelerini kullanabildikleri bir dünyada onlar için işlevselliğin yanında zarıflığı de sağlayan kıyafetler, tarzlar, alışkanlıklar daha doğrusu yeni bir yaşam biçimi sunmuştur. Tasarımlarının öznesi olarak kendini ortaya koymuştur. Worth ve Poiret döneminin kadınlarına bir fantezi önerirken, Chanel bu fanteziyi önce kendi üstünde denemiş, kıyafetlerinin ilk modeli kendi olmuş, müşterilerine kendi yaşamını sunarak onları etkilemiştir. Aynı tarzı değişik dönemlerde, küçük değişikliklerle yeniden uygulayıp, kendine ait olan 'modalar geçicidir, kalıcı olan tarzdır' sözünü kanıtlamıştır (Milbank, 1985; s.132).

Chanel, aynı zamanda Birinci Dünya Savaşı'ndan sonra hızla yükselen seri üretimin dinamiklerini kavramış, deyim yerindeyse kolay çoğaltılabilir ve üretilebilir kıyafet tasarımları ile Henry Ford'un moda dünyasındaki ikizi konuma gelmiştir. Onun bu buluşu olan 'küçük siyah elbise', Henry Ford'un bir devrim niteliğindeki otomobili 'Ford T'nin moda dünyasındaki karşılığıdır.

## 4 19. YÜZYILDA SANAT

19. yüzyılda ortaya çıkmış olan sosyal, teknolojik ve ekonomik gelişmeler diğer tüm alanlarda çeşitli dönümlere sebep oldukları gibi, sanat alanında da çok önemli etkiler bırakmış ve önemli dönüşümlere sebep olmuşlardır. Bu dönemde sanatın üretim tekniklerinden, dağıtım yöntemlerine; izleyicilerin sanat nesnesine yaklaşımından sanatçının kendi ürettiği eserler üstüne geliştirdiği fikirlerine; klasik sanat galerilerinden daha özgür ve halka açık sergileme yöntemlerine sanat alanındaki her şey bu dönüşümden nasibini almış, birçok yeni yaklaşım ortaya çıkmıştır. 19. yüzyıl sanat açısından daha önce hiç görülmemiş sayıda sanat akımının belirdiği ve sanatın nasıl olması gerektiği konusunda iddianın ortaya atıldığı, bu hareketli sanat dünyasının 20. yüzyılın başından günümüzde değin etkisini sürdüren ve birçok araştırmaya konu olan Dada, Sürrealizm, Fütürizm gibi avangard sanat akımlarının doğmasına kaynaklık eden bir yüzyıldır. Bu bölümde 19. yüzyılda sanat alanında ortaya çıkan gelişmeler incelenecek; bu gelişmeler sosyal, teknolojik ve ekonomik bir bağlama yerleştirilerek ortaya çıkmasına vesile oldukları sanat akımları örneklenecektir.

### 4.1 Modern Sanat Kavramı

N. Keser'in hazırladığı sanat sözlüğünün "Modern Sanat" maddesi modern sanatı şöyle tanımlamaktadır:

"Sanat tarihinde 'modern' terimi kabaca 1860'lı ve 1970'li yıllar arasına gönderme yapar ve bu dönemdeki tarzları, ideolojileri ve üretilen sanat eserlerini tanımlamak için kullanılır. Modern sanat, geçmişin gelenekleriyle bağlarını koparmış olan ve o ana kadar yapılmamış olanı yapan sanattır. Modern sanat, Rönesans'la başlayan ve 20. yüzyılda tamamen bitirilen geleneği deviren avangard sanatçı ve eleştirmenlerin önderlik ettiği devrimin başarısının bir sonucudur." (Keser, 2005; s.221)

N. Keser'in belirttiği gibi modern sanatın en önemli özelliklerinden biri geçmişe savaş açması, eski sanat üretim ve sergileme yöntemlerinden uzaklaşma çabası ve izleyicisine karşı her zaman yeni, çağa ait olanı verme gayretidir. Modern sanat önce verili burjuva toplumunun etik değerlerine karşı bir saldırı ile başlamış, ardından İzlenimcilerin Rönesans'tan beri devam eden perspektif kullanma geleneğini Batı resminde ortadan kaldırmasıyla Kübizm, Dadaizm ve



Sürrealizm gibi zaman zaman birbirinden beslenen, zaman zaman birbirine karşı konum alan sanat akımlarıyla zirvesine ulaşmıştır.

Modern ustaların yenilik arayışı izleyicileri şaşkırtmanın yanında modern olanın kendisini keşfetme, modern olanı arama uğraşdır. Ünlü Fransız şair Charles Baudelaire [1821-1867] modern olanı tanımlarken, moderninin geçip gidenin ruhu olduğunu söyler ve çağın sanatçısının her şeyin hızla değiştiği bu dönemde geçip gidenin içindeki sonsuzluğu yakalaması gerektiğini savunur. Fransız ressam Fernand Léger [1881-1955] de Baudelaire'i doğrularcasına resimsel ifadenin değişmesine modern hayatın sebep olduğunu belirtmektedir (Özerden ve Özer, 2006). Sanatçılar 19. yüzyılda meydana gelen ve gündelik hayatın kökten değişmesine neden olan olguları yakalayabilmek ve izleyenlere ifade edebilmek için yeni yöntemler geliştirmek zorunda kalmış, yeni bakış biçimleri denemişlerdir. C. Baudelaire'in sözünü tamamlamak istercesine, modern sanatın ilk ustalarından Fransız ressam Gustav Courbet [1819-1877], sanatçıların her şeyi kendi gözleriyle resmedebilmeleri için müzelerin bir süre için kapatılmasını önermiştir. J. Russell, 19. yüzyıldaki sanatçıların yenilikçi tutumlarını açıklarken konuya izleyici yönünden yaklaşmaktadır. Ona göre izleyicilere değişen dünyanın yeni algılama biçimlerini gösterebilecek yeni ustalara ihtiyaç duyulmuş, modern sanatın ilk ustaları böyle bir ihtiyacı karşılamışlardır (Russell, 1981).

İlerleyen bölümlerde gündelik hayattaki değişim ve dönüşümlere değinilecek, bu değişim ve dönüşümlerin sanatı nasıl etkilediği ele alınacak ve modern sanat kavramı gündelik hayatla ilişkili bir bağlam içine oturtulacaktır.

#### **4.1.1 19. Yüzyılda Kent Olgusu ve Paris**

E. Hobsbawn'a göre kent, sanayi devriminin dış simgesidir. 19. yüzyılda tarımsal üretimin zayıflamaya başlaması ile birlikte kent insanlar için bir cazibe merkezi haline gelmeye başlamıştır. Tarımsal üretimden kopan insanlara fabrikalarda sunduğu iş imkânlarının dışında kentler, birer ticaret, kültür, sanat ve sosyalleşme merkezi hâline gelmiştir (Hobsbawn, 2003b). Eğer E. Hobsbawn'ın iddia ettiği gibi, bu dönemin dış simgesi kent ise, dönemin kent kavramını karakterize eden en belirgin kavram hız olmuştur. Topraktan kopan insanların yaşamı belirgin bir biçimde hızlanmış, gün içinde yaşadıkları anların, duygu

durumlarının, karşılaştıkları olayların ve hiç tanımadıkları ancak yüz yüze gelmek zorunda kaldıkları insanların sayısı tahmin edemeyecekleri kadar artmıştır. Serhat Günaydın, bu dönemdeki ‘yaşamın hızlanması’ olgusuna dikkat çekmiş ve ‘teknolojinin hızla gelişmesi, moda ve alışkanlıkların dahi çabuk değişmesine neden olduğu gibi estetik beğeni değerlerinin de hızla değişmesine yol açmaktadır’ demiştir (Günaydın, 1997). Sözü edilen hız olgusu, ilk modern ustaların resimlerinde gözlemlenebilmektedir. İzlenimci ressam Camille Pissarro [1830-1903]’nun *Sabah Güneşli Bir Günde İtalyan Bulvarı* [1897] isimli eserinde bir bulvardan geçip giden insanlar gündelik telaşları içinde resmedilmiştir (Şekil 4.1). İnsanların bu resimde konturları kaybolmuş, anonimleşmişlerdir.



Şekil 4.1: Camille Pissarro - *Sabah Güneşli Bir Günde İtalyan Bulvarı*, 1897 (Gombrich, 2004)

Sanat tarihçisi Gombrich'e göre insanlar Pissarro'nun bu eserine bakarken şu soruları sormaktadır: “Ben bulvarda yürürken böyle mi görünüyorum? Bacaklarımı, gözlerimi ve burnumu kaybedip biçimsiz bir lekeye mi dönüşüyorum?” (Gombrich, 2004; s.522). S. Günaydın, yaşamın böylesine

hızlanmasının, sürekli yenilik peşinde koşmanın huzursuz bir yaşam sürmeye neden olduğunu dikkat çekmektedir (Günaydın, 1997). Cemaat sosyolojisi üstüne önemli çalışmalar yapan F. Tönnies, toprağa bağlı olan ve modern kent olgusunun ortaya çıkardığı iki tip cemaat belirlemiş, modern kentin cemaat duygusunu yok ettiğini, onun yerine cemiyeti koyduğu tespitini yapmıştır. *Gemeinschaft* olarak adlandırdığı modern kent öncesi cemaat ilişkileri yüz yüze, sözlü kurallara bağlı, ortak kullanılan bir toprak üstünde yaşayan insanların arasında gelişen ilişkilerdir. Tönnies, modern kentteki ilişkileri ise *Gesellschaft* olarak adlandırmaktadır. Ona göre bu ilişkiler yüz yüze olmayan, bürokratik süreçlerle işleyen, insanların birbirini tanımadığı, yazılı kurallarla yürüyen ve çok geniş sınırlarla çizilmiş toprak parçaları üstünde yaşayan insanlar arasında gelişen ilişkilerdir (Yelken, 1999). İnsanları birbirinden uzaklaştıran bu ikinci tip ilişkiler, onları huzursuz etmekte, diğer insanlara karşı bir yabancılaşma hissi duymalarına sebep olmakta ve Pissarro'nun resmettiği gibi onları bulvarda belirsiz birer silüette dönüştürmektedir. Bu bireylerin anonimleşmesi, toplum içinde görünürlük kazanabilmek için çaba harcarlarken bir yandan da toplum kurallarına uymak, toplumun kurallarını sadece rasyonel olarak değil, bireysel olarak da yaşamlarının bir parçası haline getirmeleri demektir. Sosyolojinin öncü düşünürlerinden E. Durkheim bu durumu 'anomi' kavramı ile açıklamaktadır. Ona göre, geleneksel kuralların önemini yitirmesi ile birlikte bireyin üstündeki katı kurallar ortadan kalkmış, ancak bu kez daha çok disiplin isteyen rasyonel toplumun kuralları gelmiştir (Durkheim, 1951). Bu durum, kitlelerin arasında kaybolup gitmekle kendini kitlelerin içinde belirgin kılmak isteyen birey için onulmaz bir huzursuzluk yaratmaktadır. Edvard Munch [1863-1944]'un ünlü eseri *Çılgılık* [1893]'ta sözü edilen bireyin bir karikatürünü çizmektedir (Şekil 4.2).



**Şekil 4.2:** Edvard Munch, Çılgılık, 1893 (Britt, 1999)

Modern kent olgusu hız kavramının yanında insanların yaşamına başka yenilikler de katmıştır. Bunların en önemlilerinden biri, geniş bulvarlar ve birçok insanın aynı anda alışveriş yaptığı, dinlendiği, kafeteryalarda birbirini incelediği, günümüzün alışveriş merkezlerinin ataları olan pasajlardır. Pasajlar ilk önce Paris'te ortaya çıkmıştır. Kültür tarihçisi Walter Benjamin yüzyılın kenti olarak Paris'i işaret ettiği *19. Yüzyılın Başkenti Paris* isimli makalesine bu dönemde Paris'te inşa edilen pasajları anlatarak başlamaktadır. Ona göre pasajların ortaya çıkmasının ilk koşulu tekstil ticaretindeki canlanmadır. Eskiden depo olarak kullanılan bu alanlar bu dönemde tüccarların mallarını sergiledikleri dükkânlar haline gelmiştir. Diğer koşul ise mimaride çelik konstrüksiyonların kullanılmaya başlanmasıdır. Çelik konstrüksiyonlar üstleri camla kaplı, güneş alabilen ve böylece gün boyunca aydınlık kalabilen geniş alanların yapılabilmesini sağlamıştır (Benjamin, 1993).

Pasaj kavramı, dönemin değişen Paris'inin simgelerinden biridir. Bu pasajlarda insanlar özgürce hareket edebilmekte, değişik tüccarların ürünlerini inceleyebilmekte ve en önemlisi de birbirilerinin kıyafetlerini, hâl ve davranışlarını inceleyebilmektedir. Böylelikle birbirini tanımayan insanlar, birbirinin seyirlik nesnesi olmaktadır.

Dönemin hızlanan gündelik hayatı ve insanların birbirini izleyebildiği pasajların görülmeye başlaması Baudelaire'in *flanéur* olarak adlandırdığı yeni bir entelektüel tipinin ortaya çıkmasına neden olmuştur.<sup>3</sup> *Flanéur*, değişen dünyayı anlamaya çalışan, yenilikleri takip eden, Paris'in okuma salonlarına ve sanat galerilerine aşına olduğu kadar varoşlarını, avam eğlencelerini, matinelerini de bilen döneminin esnek sınıf ilişkileri arasında ne burjuvanın içinde konumlanabilmiş ne de işçi sınıfına ait işsiz bir entelektüel sanatçı tipidir. Kendine sığınak olarak anonimleşmiş kitleleri seçmiş, onların arasında Paris'in bulvarlarını, pasajlarını, kafeteryalarını, kahvehanelerini dolaşmakta, kitlelerle birlikte sürüklenmektedir. *Flanéur* tipinin özellikleri, C. Baudelaire'in Monseur G. olarak isimlendirdiği ressamın çizimlerini konu alan *Modern Hayatın Ressamı* makalesinde bulunabilir:

“Nasıl ki kuş havada, balık suda yaşarsa, o da kalabalıklarda yaşar. Aşk, iş, gücü kalabalıklardır. Kusursuz *flâneur* için, tutkulu gösteriş için, ahalinin orta yerini, hareketin gel-git noktasını, gelip geçici ile sonsuzun arasını mesken tutmak müthiş bir keyiftir. Evden uzak kalmak ama her yerde evinde hissetmek; dünyanın merkezinde olmak, dünyayı gözlemek, ama dünyadan saklı kalmak – dilin tanımlamakta kifayetsiz kaldığı bu bağımsız, tutkulu, tarafsız zihinlerin en küçük zevklerinden birkaçı şöyle sıralanabilir. Gözlemci, her yerde kimliğini gizleyerek dolaşmanın tadını çıkaran bir prenstir. Nasıl ki cins-i latif tutkunu ailesini karşısına çıkan, çıkabilecek –ya da çıkamayacak- bütün güzel kadınlardan kurarsa; nasıl ki tablo tutkunu tuval üzerine boyanmış, düşlerden oluşan bir toplumda yaşarsa, hayat tutkununun ailesi de bütün dünyadır. Evrensel hayat aşığı, dipsiz bir elektrik sarmıcına girer gibi dalar kalabalığın içine. O, kalabalığın kendisi kadar büyük bir aynaya, bilinçle donatılmış bir kaleydoskop benzenebilir: Hayatın çeşitliliğini, tüm öğelerinin uçarı zarafetini yeniden üreten bir kaleydoskop. Kendi dışındakine bir türlü doymayan bir ben'dir o: Dışındakileri, daima istikrarsız, ele avuca sığmaz olan hayattan daha canlı imgelerle ifade eder, açıklayan bir ben.” (Baudelaire, 1995; s.9)

C. Baudelaire, bu makalesinde Monseur G. üstünden *flanéur*'ü tanımlasa da aslında kendini ve döneminin modern sanatçısını resmetmektedir. Onlar da aynı birer *flanéur* gibi Paris sokaklarını arşınlamışlar; garları, katedralleri, genelevleri, dans salonlarını, bulvarları ve pasajları yeni bir bakış ve yeni tekniklerle resmetmişlerdir. Aynı zamanda onlar için piyasa koşullarının belirsiz ve politik

---

<sup>3</sup> İletişim bilimcisi Ünsal Oskay *flanéur* sözcüğünün karşılığı olarak *düşündür-gezer* sözcüğünü önermiştir. Ancak bu öneri yaygın bir kullanıma sahip olmadığı için çalışmada sözcüğün Fransızca aslı kullanılmıştır.

zeminin kaygan olduğu bir dönemde her yeri, herkesi, her şeyi gözlemlemek bir alıcı arama, ticari dengeleri gözetleme ve keşfetme girişimidir. W. Benjamin, ‘*flanéur*’ün kimliğinde, aydının pazara çıktığını’ söylemekte ve şöyle devam etmektedir:

“Niyetinin pazarı görmek olduğunu söylese de, aslında niyeti kendine bir alıcı bulmaktır. Henüz koruyuculara sahip olduğu, ama pazarla da tanışmaya koyulduğu bu geçiş döneminde aydın, *bohème* olarak belirginleşir. Ekonomik konumunun belirsizliğine koşut olarak, politik işlevi de belirsizdir.” (Benjamin, 1993; s.99)

W. Benjamin’in altını çizdiği gibi bu dönem sanatçılar için bir geçiş dönemi olmuştur. Artık akademi kökenli sanatçıların yerini kendi stüdyolarında, kendi izleyicilerine açtıkları sergilerle tanınan yeni bir kuşak almaya başlamıştır. Sanat eğitimi akademiden ve sanatçıların hamilerinden kopmaya başlamasıyla birlikte sanat hızla özerkleşme yoluna girmiş ve serbest ekonomi içinde diğerk alım satım faaliyetleri gibi bir ticari faaliyet olmaya başlamıştır. Bir sonraki bölümde sanatçıların bu arayışı nasıl gerçekleştirdikleri ve bu arayışın sebep olduğu sanatın özerkleşmesi süreci ele alınacaktır.

#### **4.1.2 Sanatın Özerkleşmesi**

19. yüzyılın başlarında sanat dünyası hiyerarşiktir ve üç büyük sanat kurumu en prestijli kurumlar olarak kabul edilmekte, bunları oluşturan iki akademi ve bir sergi devletten önemli miktarda destek almaktadır. Bu akademiler, Académie des Beaux-Arts, Ecole des Beaux-Arts ve ‘Salon’ olarak bilinen, akademinin yönettiği, her yıl düzenlenen güzel sanatlar sergisidir. Akademinin sanat anlayışı eski aristokratik değerler etrafında inşa edilmiştir. Bunlar harmoni, açıklık, ‘güzel’ konseptler gibi merkez olarak antik Yunan ve Roma dönemini alan değerlerden oluşmaktadır. Akademi türlerine göre de resimleri sınıflandırmış, en değerli türleri ve değersiz türleri belirlemiştir. Akademinin değer sınıflandırmasını göre en başta tarihi resim gelmekte, onu portre resmi izlemekte, onların ardından sırasıyla manzara resmi ve natürmort gelmektedir. Bunların yanında, üretim koşulları olarak, çalışmanın tamamlandığında tamamen temiz olması zorunlu kılınmıştır. Akademinin anlayışına göre değerli bir çalışma aynı zamanda büyük bir tuvale çalışmalıdır. Getirdiği kısıtlamalarla, Akademi, Blake ve Frascina’nın belirttiği gibi, ‘sanatın ne olması gerektiğini, bir ressamı neyin

sanatçı yaptığını, sanatın toplumda nerede ve nasıl bir toplumda olacağını' belirlemektedir (Blake ve Frascina, 1993). Akademi kökenli ustalar, resimsel yenilikler yerine eskiye dönmüş, sanatsal araştırmalarını bu resimler üstüne yoğunlaştırmışlardır.

19. yüzyıldaki değişimlere bağlı olarak akademi kökenli sanat anlayışı bir değişim içine girmiş, bu yüzyılda yeni bir sanatçı tipi belirmiştir. Blake ve Frascina'nın aşağıdaki sözü bu dönemde gücü eline geçiren burjuvazinin ve gittikçe güçlenen kapitalist sistemin etkisini açığa vurmaktadır:

“19. yüzyıl kapitalisti üretimin yeni güçlerini etkileyici bir şekilde denetim altına aldı – daha geniş bir kaynaklar sahasından daha etraflıca bir biçimde yeni değerler üretmeye odaklanmış yeni maddi teknolojiler, yönetimin yeni teknolojileri ve sonuç olarak yeni bir tür bilgi ve yetenekler. Daha çok zenginlik ve daha çok insan kapitalizmin denetimi altına girdi ve kapitalist (sanayici, yatırımcı, girişimci, tüccar vb.) özellikle 1848'den ve İkinci Napolyon III İmparatorluğu'ndan sonra, politika ve insan ilişkilerinde baskın bir rol ele geçirdi.” (Blake ve Frascina, 1993; s.65-66)

19. yüzyılın kapitalisti yeni dünyayı keşfederken bir yandan da aristokraziye karşı bir savaş yürütmüş, aristokrasinin yarattığı eski değerlerin bir kısmını yok ederken, bir kısmını da kendi sınıflarına mal etmeye çalışmıştır. Sanat nesnesi de bu değerlerden biridir. 19. yüzyılın sanatçısı, W. Benjamin'in belirttiği gibi, ticari ürünler arasında kendi çalışmalarına bir yer aramaktadır. Bu yer, eski hamilik sisteminin dışında, kendi başına, stüdyosunda aristokrasinin uzağında çalışmalarını yürüteceği ekonomik kaynağı ve bu çalışmaları satacağı müşteriyi, sanat koleksiyoncusunu bulacağı bağımsız sergiler olacaktır. Değişen dünyayı kendi keşfettikleri yeni tekniklerle resmeden modern ustalar akademi tarafından reddedilmiş, çalışmaları dönemin eleştirmenleri tarafından acımasızca eleştirilmiştir. Onlar da bu tutum karşısında, kendi stüdyolarında ya da daha küçük özel stüdyolarda kendi özel sergilerini açma geleneğini başlatmışlardır. Sanatın akademinin baskıcı geleceğinden kurtularak herkese açık serbest galerilerde dolaşıma girmeye başlaması, sanatın kapitalizm içinde gündelik hayatı çevreleyen diğer tüketim nesnelere gibi kendi pazarını oluşturmaya da başladığına işaret etmektedir. Bundan böyle sanatçı, politika ve sosyal projelerden uzaklaşarak kendi iç dünyasına gömülecektir. E. Fischer kapitalizmin gelişine koşut olarak düşündüğü bu süreci *Sanatın Gerekliliği* isimli eserinde şu şekilde dile getirmektedir:

“Kral Midas dokunduğu her şeyi altına çevirmişti: kapitalizm de her şeyi ‘meta’ya çevirdi. Üretimde ve verimde o güne değin görülmemiş bir artışla, yeni düzeni, dünyanın ve insan yaşantısının her kesimine hızla yayarak eski dünyayı bir toz bulutuna döndürdü. Üretenle tüketen arasındaki her türlü doğrudan doğruya ilişkiyi ortadan kaldırdı ve bütün ürünleri alınmak ve satılmak üzere belirsiz bir pazara sürdü. Önceleri zanaatçı bir alıcının ısmarladığı işe göre çalışırdı. Kapitalist düzendeki meta üreticisi ise bugün bilinmeyen bir alıcı için çalışıyordu. Çıkardığı ürünleri bir yarışma seli yutuyor, belirsizliğe doğru sürüklüyordu. Meta üretimi her yere yayılıyor, iş bölümünün artması, işin parçalara bölünmesi, ekonomik güçlerin belirsizliği; bütün bunlar insanlar arasındaki dolaysız ilişkileri ortadan kaldırıyor, insanın toplumsal gerçeklere ve kendisine gittikçe artan bir yabancılaşma duymasını zorunlu kılıyordu. Böyle bir dünyada sanat bir meta, sanatçı da bir meta üreticisi olmuştu. Bir takım adsız yoğaltıcıların bileşimi olan ‘kamu’ dediğimiz ve nasıl işlediğini ya hiç, ya da çok güç anladığımız açık pazar kişisel destekten daha ağır basıyordu. Sanat ürünü yarışma yasalarına her gün biraz daha çok uymak zorunda kalıyordu.” (Fischer, 1985; s.50)

Sanatçılar bu ortamda akademiden bağımsız olarak kendi icat ettikleri mecraları sayesinde özgürleşmişler ancak bu kez de sanat piyasasındaki amansız rekabetle yüz yüze gelmişlerdir. Bu noktada ‘avangard sanat’ düşünceleri ortaya çıkmaktadır. N. Keser ‘avangard’ teriminin, “öncü, önde giden” olarak açıklanabileceğini söylemektedir. Terim, askeri bir metafordan gelmektedir ve ordunun öncü kolu demektir (Keser, 2005).

‘Avangard’ terimi, ilk kez sanatın öncü rolünü vurgulamak için ütöplast sosyalist Saint-Simon tarafından kullanılmış, onun taraftarları çevresinde popülerleşmiştir. Ütöplast sosyalistler modernist ilerleme miti çerçevesinde insanlığın sanatın kurduğu bir dünyada yaşayacağına inanmışlardır. Onlar için sanat sosyal projelerin başarılmasında hem ‘araç’ hem de ‘amaç’tır (Artun, 2009). Ancak bu düşüncelerin üzerinden çok zaman geçmeden 1848 hareketlerinin hedefine ulaşamaması ve Paris Komünü’nün çökmesi sonucu sanatçılarda büyük bir çöküntü baş göstermiştir. Artık sanat sosyal hayattan el etek çekecek ve kendi içinde hareket eden özerk bir hâl almaya başlayacaktır. A. Artun’ a göre bundan sonra sanatın sorusu ‘İyi, ‘doğru’, ‘güzel’ değildir; tersine metropolün bunaltıcı havası üstüne bir ‘karşı-estetik’ geliştirmiştir (Artun, 2009). Avangard terimi 1870’ten sonra, daha önceleri sol düşünceyle ilişkiliyken, sanatsal ve kültürel uğraşlarla ilgili olmaya başlamıştır (Blake ve Frascina, 1993).

Sanat tarihçisi H. H. Arnason’a göre modern sanatı başlatan eser Edouard Manet [1832-1883]’nin *Kır’da Öğle Yemeği* [1863] isimli tablosudur (Arnason,



1988). Bu tablo döneminin bütün sanatsal ahlâk anlayışına ters düşmüştür. Sanatın ahlaki değerlerle olan münakaşası bu tuval üzerinde sergilenmektedir. Tabloda iyi giyimli, üst sınıflardan olduğu anlaşılan iki delikanlının yanında tamamen çıplak olan bir kadın oturmakta ve doğrudan doğruya izleyiciye bakmaktadır. Tablo büyük tartışmaların doğmasına neden olmuştur. Döneminin birçok eleştirmeni eserin sanattan çok bir ahlaksızlık olduğunu söylemiştir. Ancak E. Manet, bu konudaki çalışmalarına devam etmiş, 1865'te Salon'da sergilenmek üzere *Olympia* [1865] isimli eserini yapmıştır. *Olympia*'da, çıplak bir kadın, ipek çarşaf lar üstünde uzanırken resmedilmiştir. Hizmetçisi ona kâğıtlar içinde bir buket çiçek uzatmaktadır. Bu tablo da birkaç yönden döneminin sanatçıları ve sanat eleştirmenleri tarafından çok sert eleştirilere maruz kalmıştır. Bunlardan ilki resmin konusudur. *Olympia* büyük İtalyan usta Titian'ın *Urbino Venüsü* [1538] isimli eserine gönderme yapmaktadır. Eserdeki kadın modelin duruşu ve mekân kopya edilmiştir. Titian'ın tablosunda Briony Fer'e göre, Venüs Aşk tanrıçasını ve baharın gelişini sembolize etmektedir (Fer, 1993). Buradaki çiçekler baharın klasik sembolüdür. Ancak Manet model olarak o dönemde Paris'te meşhur olan *Olympia* isimli bir fahişeyi kullanmıştır. Bir fahişenin tanınmış geleneksel bir resme gönderme yaparak resmedilmesi sanat eleştirmenlerini ahlaki açıdan sinirlendirmiş ve dönemin eleştirmenleri resmi tam bir başarısızlık olarak nitelmiştir. J. Russell'e göre *Olympia* doğrudan doğruya izleyiciye bakarak şöyle demektedir: "İşte buradayım. Bunun hakkında ne yapacaksınız?" (Russell, 1981; s.16).

E. Manet'nin *Olympia* eseri sadece ahlaki açıdan kötü olarak nitelenmemiş, teknik olarak da zayıf bulunmuştur. İlk bakışta resim kirliliği görünmektedir, çıplak kadın bedeni boyayı belli edecek şekilde boyanmış, belirli yerlerde gri tonlamalar bırakılmıştır. Ayrıca beden konturlarını belli edecek şekilde gri çizgilerle öne çıkarılmıştır. Bu teknik o dönemde gelişen yeni bir sanatsal duyarlılığa işaret etmektedir. *Olympia*'da konu kadar resmetme tekniğinin kendisi de vurgulanmıştır. C. Greenberg'e göre *Olympia*'yı modern resim kategorisine sokan şey, bu yaklaşımın ta kendisidir. Ona göre *Olympia*, boyama tekniği ve beden etrafına çizilen konturlarla perspektife dayalı Batı resim geleneğinden ayrılmaktadır. *Olympia*'da E. Manet tuvalin iki boyutlu yüzeyini seyirci için görünür kılmış, perspektifi sorgulamış ve resim ortamının kendisine yönelmiştir

(Greenberg, 1961). E. Manet sonrası tanınırlık kazanacak olan İzlenimcilik, Dışavurumculuk, Sürrealizm gibi akımlar konu seçiminden çok formlara yönelecektir. Bu dönemden sonra sanat temsillerden, hayattan kopmaya başlayarak kendi içinde bir form araştırmasına doğru ilerleyecektir (Artun, 2009).

Sanat kuramcısı P. Bürger, ‘sanattaki özerkleşmenin 18. yüzyılda, sanatın önce sarayın ve kilisenin himayesine, ardında da piyasaya ve kitle kültürüne direnmesiyle baş gösterdiğini savunur’ (Artun, 2009). Bürger, estetizmle, özellikle sanatçıların resmin kendi ortamını sorguladığı, sanat nesnesinin kendisine yöneldikleri ‘sanat için sanat’ görüşünün sanatın kendini temsil ettiği önermesinde bulunur. Avangard sanat ise bu sürecin kendisinin bir araştırmasıdır.

Bürger’e göre sanatın özerkliği burjuva toplumunu bir özelliğidir. Ancak bu özerklik iki çarpıtma üzerine kuruludur. Bunlardan birincisi ‘sanat için sanat’ anlayışının özerklik anlayışıdır. Bürger bu anlayışla sanatı tarihsel ve toplumsal gelişmenin bir ürünü olarak değerlendirmenin imkânsız olduğunu savunur. Bu anlayış çerçevesinde sanatın biçimi onun içeriği haline gelir ve bütün bir sanat tarihi boyunca form araştırmalarından başka başvurulabilecek bir dayanak kalmaz. Diğer bir çarpıtma ise, sanatın sanat yaratıcısının öznel fikri olduğudur. Bu da sanatçıyı içinde yaşadığı toplumdan soyutlamakta ve ona ilahi bir deha atfederek sanatı ‘yaratıcılık’ nosyonu ile sınırlamaktadır (Bürger, 2009). Oysa ‘yaratıcılık’ fikri sadece bir yapıttır. Ü. Nalbantoğlu’na göre ‘yaratıcılık kavrama sığınılarak açıklanan yaratı örnekleri bilinçli seçimler sonucunda ortaya çıkmayabilecekleri gibi, bilinç ve amaçlı durumlar söz konusu olduğunda bile ‘yaratıcılık’ kavramına sığınmadan açıklanabilirler. Ne soyut ne de olağandışı kavramlar ne de onların cisimleştiği yapıtlar, bireysel yaratı edimleriyle ortaya çıkmazlar’. Yine Nalbantoğlu ‘yaratıcılık’ kavramının batıya özgü ve insan-merkezci bir sayıtlı, bir yaşam biçimi olduğunu dile getirmektedir (Nalbantoğlu, 1993; s.21). Bu yaşama biçimi ise burjuva toplumuna aittir. Bürger ‘sanatın özerkliği, tıpkı kamusal alan gibi, gerçek bir tarihsel gelişimi aynı anda hem gözler önüne seren hem de perdeleyen, burjuva toplumuna ait bir kategoridir’ demektedir (Bürger, 2009). Bürger, sanatın özerkleşmesine yönelik ilk hareketlerin Rönesans’la, katı kilise kurallarının dışına çıkan sanatçının işinin bir yandan zanaata dayalı entelektüel bir çehre kazanmasıyla birlikte atıldığını vurgular ancak ona göre, özerkleşme mefhumu ‘burjuva toplumun yükselmesi ve ekonomik olarak güçlenmiş

burjuvazinin siyasal iktidarı ele geçirmesiyle' ortaya çıkmıştır (Bürger, 2009). Bunu açıklamak için Bürger tarihsel bir tipoloji tasarlar ve bu tipolojiyi sanata ait üç ögeye indirger. Bu ögeler amaç ya da işlev, üretim ve alımlamadır. Ögelere göre dönemsel olarak sanat anlayışlarını kategorileştirdiğinde Bürger şu sonuçlara ulaşır:

“A. Dinsel Sanat kült nesnesi işlevi görür. Toplumsal kurum olarak dinle tamamen iç içedir. Kolektif olarak üretilir ve üretim tarzı zanaattır. Alımlama tarzı da kolektif olarak kurumsallaşmıştır.

B. Saray Sanatı [...] yine kesin olarak belirlenmiş bir işleve sahiptir, temsil edicidir, hükümdarın şahsına tanıklık eder ve saray toplumunun kendi portrelerini sunar. Dinsel sanat nasıl insanların hayat pratiğinin parçasıysa, saray sanatı da saray toplumunun hayat pratiğinin parçasıdır. Yine de dinle bağlantılarını koparmak, sanatın özgürleşmesinin ilk adımıdır. Dinsel sanatla arasındaki fark, özellikle üretim alanında belirginleşir: Sanatçı birey olarak üretir ve faaliyetinin biricikliğine ilişkin bir bilinç geliştirir. Alımlama hala kolektiftir, ama kolektif edimin içeriği artık dinsel değil, sosyalleştiricidir.

C. Burjuvazinin soylu değerleri devralması ölçüsünde, burjuva sanatı temsil edici işleve sahip olur. Hakiki burjuva sanatı, burjuva sınıfının kendine dair kavrayışının nesnelleşmesidir. Sanatta dile getirilen kendine dair kavrayışın üretimi ve alımlanması artık hayatla ilgili değildir. [...] Artık sadece üretim değil, alımlama da bireysel bir edimdir. Burjuva hayat pratiğinden uzaklaşmış olan, yine de bu hayatı yorumlama iddiasında olan yaratımları içselleştirme tarzı, eser karşısında yalnız başına tefekküre dalmaz. [...] Burjuva toplumunda her zaman sanatın işlev tarzına damgasını vurmuş olan 'hayat pratiğinde uzaklık', artık bu sanatın içeriği olur.” (Bürger, 2009; s.101-102)

Tarihçi E. Hobsbawn, avangard sanatın ortaya çıkış koşulu için burjuva toplumunun şart olduğunu savunur, onun iddiası 'tarihsel açıdan avangardın büyük ölçüde bir söylenden ibaret olduğudur' ancak E. Hobsbawn bu söylenin ortaya çıkış tarihinin önemli olduğunu düşünür ve ekler:

“Burjuva toplumuyla çoğu zaman onu eleştirmekle birlikte düşünsel açıdan tutarlı bir sanat-kapitalist dünyanın fiziksel gerçekliklerini, ilerlemeyi, pozitivizm tarafından anlaşıldığı biçimiyle doğa bilimini kendine somutlayan bir sanat- yaratma çabasının çöküşüne damgasını vurmaktadır.” (Hobsbawn, 2003b; s.321)

P. Bürger ise Avrupa avangardını sanatın kazandığı bu statüye bir saldırı olarak yorumlar. Ancak P. Bürger basit anlamda sosyal içeriklere yönelmiş angaje sanattan bahsetmez, ona göre bu saldırı, daha önce de belirtildiği gibi doğrudan kuruma, sanatın işleyiş pratiğine yöneliktir. Bürger'in H. Marcuse'den esinlenerek çizdiği düşünsel çerçeve şöyledir: Hayatın hayhuyunda gözden kaçırılan ya da giderilemeyen ihtiyaçlar sanat tarafından içerilir. İnsan olduğunu duyumsama,

sevinç, mutluluk gibi ihtiyaçlar gündelik hayattan uzaklaşan sanatta kendine yer ederler. Böylece sanat alanı daha iyi bir düzen imgesi oluşturur. Ancak bu sadece bir yanılsamadır. Daha iyi bir düzenin başka bir alanda olduğu varsayımı gündelik hayatı olumlayıcı bir işlev görür. Bu duruma Bürger ‘sanatın burjuva toplumunda çifte karakteri’ der. Burjuva toplumunda sanatın kazandığı çifte karakter içinde bir özgürleşmeyi barındırır ancak bu kısır bir özgürlük vaadidir. Batı sanat tarihi İzlenimcilerden başlayarak giderek temsilden uzaklaşmış, resim sanatı kendi ortamını tuvali ve resim fikrini kendine konu etmeye başlamıştır. Soyutlamaya doğru bu gidiş burjuva toplumu içinde hamisinden uzaklaşan sanatçının, tam da Bürger ‘in belirttiği biçimiyle kendi bireyselliği ile yüz yüze geldiği, kendine bir çıkış aradığı yerdir. Soyut sanatın ilk kuramcılarında Woringer’e iki tane sanatsal içtepi belirlemiştir. Bunlar *soyutlama* ve *özdeşleyim*dir. Yazar, özdeşleyimin doğalcı sanatın, soyutlamanın ise soyut eğilimli sanatın dayandığı içtepi olduğunu iddia eder. M. Yılmaz bunu ‘özdeşleyim içtepi, doğayla kurulan mutlu bir ilişkiyle bağlantılıdır; natüralizm (doğalcılık) denen sanatsal yönelim de onun sonucudur’ diyerek ifade eder (Yılmaz, 2005). Soyutlama içtepi ise, insanın dünyada meydana gelen olaylar karşısında hissettiği iç huzursuzluğun göstergesidir. İnsan bu dünyada yalnızdır, ne yaparsa yapsın bu yalnızlığının üstesinden gelmeyi de başaramayacaktır. Acizliğinin farkına varan insan imgeleminde başka bir dünya kurar. Bu dünya tasarımının sanattaki yansıma ise soyut bir biçimdir.

Sanatın biçimi İzlenimcilerden başlayarak 20. yüzyıla doğru soyut bir hal almıştır. Sanatçının içinde yaşadığı şehirdeki değişimin etkisinin yanında, sanatçının içinde yaşadığı ekonomik sistemin ve bu sistemin sanatçının yaşamında ve fikirlerinde bıraktığı izlerin etkisi büyüktür. Kapitalist sistem yayıldıkça, sanatçı ürününü bu sistemin metallerinden birine dönüştürmek zorunda kalmış, gelenekle mücadele ederken akademinin düzenlediği sergilerden dışlanmış, resmettiği kişisel deneyimi için müşteri arayışına çıkmıştır. Sanatın özerkleşmesi beraberinde sanat pratiklerine ve sanatın yorumlanmasına karşı da yeni bakış açıları, yeni yöntemler ve yeni fikirler getirmiştir. Modern sanat tarihinde toplu olarak ilk özel sergi, İzlenimcilerden oluşan bir grup tarafından “Reddilenler” adıyla 1874’te bir fotoğraf atölyesinde açılmıştır (Gombirch, 2004). Bu serginin bir fotoğrafçının stüdyosunda açılması ayrı bir önem taşımaktadır; çünkü fotoğraf

sanatın temsilden uzaklaşarak giderek soyut içerikli bir arayışa dönüşmesinde etkili olmuştur. Bir sonraki bölümde fotoğrafla birlikte bu dönemde sanata etki eden diğer teknolojik ve düşünsel gelişmeler ele alınacaktır.

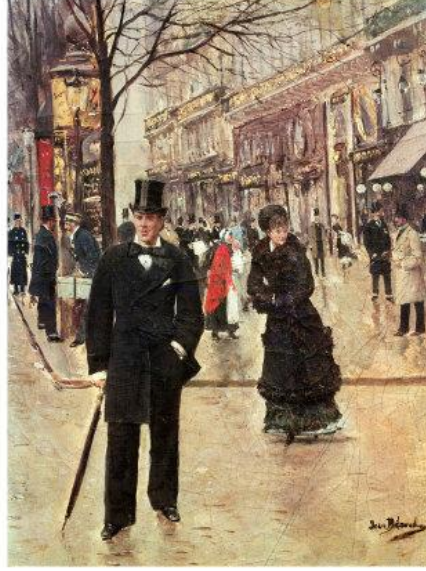
#### **4.1.3 Fotoğrafın İcadı ve Dönemin Diğer Teknolojik ve Düşünsel Gelişmeleri**

Birçok sanat tarihçisi fotoğrafın icat edilmesi ve gelişmesiyle, sanatın temsilden uzaklaşarak soyut bir arayışa yönelmesi arasında paralellikler kurarlar. Fotoğraf sanatçıların biçimlerini etkilediği gibi, portre fotoğrafının yerine geçmeye başlamasıyla sanatçılar için o güne değin oldukça önemli olan bir gelir kaynağının da önüne geçmiştir. Sanattaki soyuta yönelik sadece fotoğrafın icadı ile açıklanamasa da fotoğrafın bu gelişmedeki etkisi büyüktür.

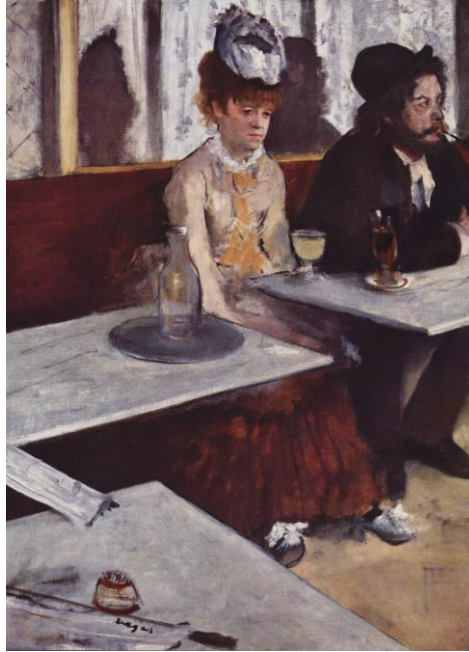
Fotoğrafın icadı ile İzlenimcilik akımının ortaya çıkması aynı döneme denk gelmektedir. Sanat tarihçisi Gombrich'e göre fotoğrafın icadından önce kendisine saygısı olan herkes en azından bir portresini yaptırmaktadır (Gombrich, 2004). Ancak fotoğrafın icadından sonra bu geleneği sadece bir ressam arkadaşına yardım etmek isteyenler sürdürmektedir. Sanatçılar da giderek fotoğrafın giremeyeceği alanlar keşfetmek zorunda kalmışlardır. R. Sarvas ve D. M. Frohlich'e göre, geç 18. yüzyılda ve erken 19. yüzyılda burjuvazinin yükselişi portreye olan talebi arttırmıştır. Birinin portresini yaptırmayı, yükselen orta sınıf içindeki yerini göstermektedir. Ancak 1839'da Louis Jacques Mandé Daguerre'in geliştirdiği fotoğraf tekniğini Fransız hükümetine satması ve böylece fotoğrafın hızla popülerleşmeye başlamasıyla isteyen herkes bir portre fotoğrafına sahip olabilmektedir. Portre resmine olan talep azaldıkça, ressamlar başka yollar denemeye başlamıştır (Sarvas ve Frohlich, 2011).

Fotoğrafın icadı sadece ekonomik açıdan sanatçıları etkilememiş, fotoğrafın vaat ettiği yeni çerçeveleme biçimleri, yeni görme biçimleri geliştirmelerini sağlamıştır. Kent ve manzara fotoğrafları dönemin sanatçıları etkilemiş, konunun merkeze alındığı, perspektife önem verilen geleneksel resmin çerçeveleme sisteminden uzaklaşmalarını sağlamıştır. Yine fotoğraf, resmetme yüzeyinin iki boyutluluğunu araştırmalarında sanatçılar üstünde etkili olmuştur (Clark, 1992). Jean Beraud [1849-1935]'un 1895 tarihli *Bulvarda* resmi sokakta rastgele çekilmiş bir fotoğraf izlenimi vermektedir (Şekil 4.3). Edgar Degas

[1834-1917]'nın 1876 tarihli *Absent* isimli resmi ise masaların yarısından kesilmesi ve karakterlerin resmin sağına yerleştirilmesiyle bir fotoğraf çerçevesine yerleştirilmiş gibi durmaktadır (Şekil 4.4).



Şekil 4.3: Jean Beraud – *Bulvarda*, 1895 (Feist, 1995)



Şekil 4.4: Edgar Degas – *Absent*, 1876 (Britt, 1999)

Son olarak bu dönemin sanatını ele alırken gözden kaçırmamız gereken diğer bir olgu ise dönemdeki diğer düşünsel ve sanatsal gelişmelerdir. 19. yüzyıl ve onu takip eden erken 20. yüzyıl birçok modern sosyal bilimin de temellerinin atıldığı zaman olmuştur. Auguste Comte [1798-1857], sosyolojiyi pozitif bir bilim olarak ele aldığı *Pozitif Felsefe Kursları* [1830-1842] isimli eserini bu dönemde yazmaya başlamıştır. Charles Darwin [1809-1882] insanoğlunun Tanrı'nın yarattığı canlılar değil, evrimsel bir süreç içinde diğer bir canlı türünden meydana geldiğini iddia ettiği *Türlerin Kökeni* [1859] isimli eserini yine bu tarihlerde tamamlamıştır. Alexis de Tocqueville [1805-1859] *Amerika'da Demokrasi* [1840] isimli eseri ile erken dönem sivil toplum örgütlenmesi üstüne kafa yormuştur. Ludwig Feuerbach [1804-1872] ise *Hıristiyanlığın Özü* [1841] isimli eserinde dinin korkuya dayandığını iddia etmiş ve hümanist-doğalcı bir yaklaşımla dini eleştirmiştir. Günümüzde hâlâ gücünü koruyan Karl Marx [1818-1883]'ın *Kapital* [1867-1894] isimli eseri ideoloji kavramını ortaya atmış, kapitalizmi bir ideolojik sistem olarak çözümleyerek yükselen bir diğer sınıf olan işçilerin ideolojik sistemini betimlemiştir. Friedrich Nietzsche [1844-1900] birkaç yıl sonra büyük yankılar uyandıracak olan "Tanrı öldü" savını ortaya attığı *Şen Bilim* [1882] isimli eserini yine bu dönemde kaleme almıştır. Richard von Krafft-Ebing [1840-1902] ilk modern cinsellik araştırması olarak kabul edilen, cinsellik psikolojisi üstüne eğilen kitabı *Psychopathia Sexualis*'i 1886'da yayımlamıştır. Diğer yandan, Sigmund Freud [1856-1939], 1885 ve 1886 yıllarında katılımcıları arasında döneminin sanatçılarından da bulunduğu psikanaliz ve histeri üstüne seminerlerine başlamıştır. Erken dönem antropoloji çalışmalarından, yerli kültürleri üstüne modern bir bakışla eğilen J.G Frazer [1854-1941]'in *Altın Dal* isimli eseri 1890'da yayımlanmıştır.

Edebiyatta da burjuva bireyini temel alan ve modern edebiyatın yapı taşı sayılan eserler bu dönemde ortaya çıkmıştır. Bunların en önemlileri olarak şiir alanında Arthur Rimbaud [1854-1891]'nin çok genç bir yaşta kaleme aldığı *Illuminations* [1874] ve Charles Baudelaire'in *Paris Sıkıntısı* [1869] isimli eserleri sayılabilir.

Bilim alanında ise sanatçıları hayrete düşüren gelişmeler meydana gelmiştir. 19. yüzyılın sonunda bütün canlıların aynı yapı taşından oluştuğunu kanıtlayan kromozom keşfedilmiş (Russell, 1981), 20. Yüzyılın başlarında ise görelilik

kuramı, atomun parçalanması, madde-enerji dönüşümü savları sanata doğrudan etki eden bilimsel gelişmeler olmuştur (Kandemir, 2007).

19. yüzyılda sanattaki hızlı gelişmeyi ve çeşitliliği anlamlandırmak için bütün bu gelişmeleri göz önünde bulundurmaya gerekmektedir. Buraya kadar ana hatları ile 19. yüzyılın sosyal, ekonomik, teknolojik ve bilimsel dönümleri ele alınmıştır, bundan sonraki bölümlerde sanatçıların bir araya gelerek yeni görme ve resmetme biçimleri keşfettiği, bunların yanında yeni pazarlama ve sergileme yöntemleri denedikleri modern sanat akımları ele alınacaktır.

## **4.2 Modern Sanat Akımları**

19. yüzyılın ikinci yarısında ve takip eden dönemde sanatçıların ortak fikirler etrafında toplandığı, benzer teknikleri kullandığı, eserlerini aynı sergilerde halka sundukları bazen eş zamanlı bazen art arda birçok sanat akımı ortaya çıkmıştır. Sanatçılar değişen gündelik hayat ve hızla gelişen teknoloji karşısında farklı duyarlıklar geliştirmiş, değişik yöntemler ve sergileme biçimleri keşfetmişlerdir. Bu akımlar sırasıyla Sembolizm, İzlenimcilik (Empresyonizm), Dışavurumculuk (Ekspresyonizm), Fovizm, Kübizm, Fütürizm, Dadaizm, Gerçeküstücülük, Konstrüktivizm olarak sayılabilir. Bunların yanında Tonalizm, Neo-İzlenimcilik, Die Brücke, Süprematizm gibi akımlar da ortaya çıkmıştır. Ayrıca Art Nouveau, Sanat ve Zanaat Hareketi, De Stijl, Bauhaus Okulu gibi çeşitli akım ve okulların ortaya attığı tasarım fikirleri etrafında şekillenen diğer sanat ve tasarım görüşleri de vardır.

Bu akımlardan, İzlenimcilik akımı modern sanatın ilk meyvelerini verdiği akım olarak kabul edilmektedir. İzlenimci ressam, o dönemin en önemli sergisi olan ve akademi tarafından katılacak ressamın seçildiği Salon sergilerinde çalışmalarının sergilenmemesine tepki olarak, bir araya gelerek dönemin ünlü fotoğrafçısı Felix Nadar [1820-1910]'ın atölyesinde bir sergi düzenlemişlerdir. Bu ressamlar arasında Claude Monet [1850-1926], Camille Pissaro, Pierre Auguste Renoir [1841-1919], Alfred Sisley [1839-1899], Edgar Degas, Edouard Manet ve Berthe Morisot [1841-1895] sayılabilir. İzlenimci ressam, dönemin sanat eleştirmenleri tarafından oldukça eleştirilmiştir. Bu eleştirilerin ortak yanları, o güne değin kabul edilmiş, gerçekçi ve kusursuz resmetme yöntemlerinin dışında resimler yapmaya başlamaları, akademinin belirlediği kuralları hiçe saymalarıdır.



İzlenimci ressam E. Manet İzlenimciliği savunurken “‘Kusursuz yapıtlara bakın,’ demiyor bugünün ressamı. ‘İçten yapıtlara bakın,’ diyor. Ressam yalnızca izlenimini resme geçirmekle yetinse bile, resimlere bir başkaldırma niteliği kazandıran, işte bu içtenliktir” demiştir (Fischer, 1985; s.72). Ernst Fischer, Manet’nin söz ettiği bu içtenliği şöyle yorumlamaktadır:

“Yalnızlığına kapanan birey, kendi içine dönerek dünyayı bir takım sinir uyarıcıları, duyuları, titreşen bir karışıklık, ‘benim’ yaşantım, ‘benim’ duyuşum olarak algılar. Resimde İzlenimcilik, felsefede Olguculuğun karşılığıdır. Olguculuk da dünyanın, bireyin duyguları dışında varolan nesnel bir gerçeklik değil de, yalnızca ‘benim’ yaşantım, ‘benim’ duyuşum olmasını öngörür. İzlenimciliğin başkaldırma ögesine başka bir öge kuşkucu, korkak, savaşçı olamayan bir bireycilik ögesi karşı çıkar. Yalnız izlenimleriyle ilgilenen, dünyayı değiştirme kaygısı olmayan, bir kan damlasını yalnızca bir renk lekesi, bir bayrağı yalnızca buğday tarlasında açmış bir gelincik sayan bir gözlemcinin tutumudur bu.” (Fischer, 1985; s.72)

Ayrıca Fischer’e göre İzlenimcilik, ‘dünyanın parçalandığını, insansızlaştığını gösteren bir çökme belirtisidir’ (Fischer, 1985; s.74). Daha önce de belirtildiği gibi İzlenimci ressamlar akademinin katı kurallarından uzaklaşarak yeni görme biçimleri, yeni teknikler ve yeni sunum biçimleri keşfetmişlerdir. Modern sanatın bu ilk örneklerinde önceki bölümlerde ele alınan bütün etkiler okunabilmektedir. Lanfogue, “İzlenimcilik” isimli makalesinde İzlenimciliğin teknik yanına eğilerek, bu resamlarda ortak olan üç ögeyi öne çıkarır. Bunlar, geleneksel resmin çizgi, perspektif ve stüdyo aydınlatmasına karşı geliştirilen İzlenimci yöntemlerdir. Form, çizgi yerine renklerin titreşim ve karşıtlığı ile oluşturulur; kuramsal perspektif renklerin doğal titreşim ve karşıtlığı ile yer değiştirmiştir. Mekân olarak ise stüdyo kentin bir köşesine, bir sokak, bulvar; bir kır ya da göl manzarasına ulaşmak için terk edilmiştir. Günün değişik saatleri, değişik izlenimler yakalamak için, deneyimlenmiştir (Lanfogue, 1998). İzlenimci resim temsili resim ile soyut resim arasında bir geçiş noktasında durmaktadır. İzlenimci ressamlar yaşadıkları dünyadan etkilenerek, kendi izlenimlerini kendi teknikleriyle ifade etmişlerdir. Bu nedenle modern sanatın kurucuları olarak ele alınmaktadırlar.

Modern sanat akımları içinde önemli bir yer sahip olan Dışavurumculuk akımı, İzlenimciliğin önemini kaybetmeye başladığı ve sanatçıların yeni görme ve resmetme yöntemleri arayışlarına çıktıkları 20. yüzyılın başlarında ortaya çıkmıştır. Dışavurumcuları, İzlenimcilerden ayrılan en önemli özellik İzlenimciler

doğada meydana gelen renk, ışık ve form değişimlerini araştırırken, Dışavurumcuların sanatçının duygularına ve ruhani bir gerçekliğe olan inanca yönelmesidir. Dışavurumcular ressamlar arasında Die Brücke grubunun ressamları Kees Van Dongen, Erich Heckel [1883-1970], Ernst Ludwig Kircher (1880-1938), Karl Schmidt-Rottluff [1884-1976]; Der Blaue Reiter grubunun ressamları Wassily Kandinsky [1866-1944], Franz Marc [1880-1916], George Grosz [1893-1959] sayılabilir. Kimi zaman Post-İzlenimci resamlardan Vincent van Gogh [1853-1890], Edvard Munch, Paul Gauguin [1848-1903] de Dışavurumcular arasında gösterilmektedir. Bunun nedeni bir terim olarak “Dışavurumculuk”un 1905’ten 1920’ye kadar olan dönemi kapsayan modern sanat için kullanılmasıdır (Elgar, 1994). Dışavurumcular sanat fikrini sanatçının duyguları ve düşünceleri etrafında şekillendirmiş, primatif kültürlerin sanatından devşirdikleri teknikleri uygulamışlardır. Dışavurumcuların sanat tarihine çok önemli katkılarından biri, ressam W. Kandinsky’nin doğanın herhangi bir biçimde tuval üstünde temsil edilmesinden vazgeçerek, tamamen soyut kompozisyonlara yönelmesi olmuştur (Yılmaz, 2005) (Şekil 4.5). Böylece sanat doğayı temsil etmekten, sanatçının tuval yüzeyinde duygu ve düşüncelerini organize ettiği bir alana dönüşmeye doğru yol almaya başlamıştır.



Şekil 4.5: Wassily Kandinsky – Kompozisyon VII, 1913 (Wikipedia, 2011a)

Dışavurumculuktan sonra gelen Kübizm akımı, avangard akımlar içinde geleneksel resimden ve resmetme tekniklerinden tamamen kopmayı başaran ilk akım olmuştur. İlk kübist ressamlar Pablo Picasso [1881-1973] ve Georges Braque [1882-1963], perspektif yanılısamısından tamamen uzaklaşmış, nesnelere farklı perspektiflerden aynı tuvale resmetmeye başlamış ve resim yüzeyinin d zliğini araştırmışlardır. Sanat görüşlerini, onlardan bir kuşak öncesinin ressamı Paul C zanne [1839-1906]'nın dünyanın geometrik Şekillerden oluştuğu önermesi üstüne kuran Kübist ressamlar, resimlerinde kareler, daireler ve dikdörtgenler kullanmışlardır (Antmen, 2008a). Aynı dönemde, giyimde de kıyafetlerin süssüz, endüstriyel bir biçimde kumaş yüzeyine müdahale edilmeden üretilmesi gerektiği tartışmaları hâkim olmuştur.

İlk kübist resmin P. Picasso'nun 1907 yılında yaptığı *Avignon'lu Kadınlar* isimli eser olduğu konusunda birçok sanat tarihinin fikri ortaktır (Bowness, 1972; Fry, 1978; Golding, 1981) (Şekil 4.6). *Avignon'lu Kadınlar*'ın en önemli özelliği Batı resminde Rönesans'tan beri devam eden iki merkezi karakteristiği açmasıdır. Bunlardan ilki klasik insan figürü biçiminin dışında, stilize edilmiş insan figürleri kullanımıdır. Picasso, insan figürü üstüne çalışırken İlberya heykellerinden, Afrika sanatından ve Fransız kolonilerinin yerleştiği bölgelerdeki yerlilerin sanatından etkilenmiştir. *Avignon'lu Kadınlar*'da insan bedenleri, anatomik oranlar yerine dörtgenler ve üçgenlere d n şt r lm ştir. Maske benzeri yüzlerde ise Afrika heykellerinin etkileri görülebilir (Fry, 1978). Bu resmin diğer önemli bir özelliği ise tek noktalı, yanılısama yaratan perspektiften uzaklaşmasıdır. Eserde yüzeyler, farklı açılardan görünen parçalar Şeklinde resmedilmiştir. Tek noktalı perspektif, tuvalin d zliğini araştırmak için terk edilmiş; tuval yüzeyin nesnenin tek noktadan görünmeyen diğer yüzeylerinin de kompozisyona dâhil edileceği, görüş açılarını çoğaltan bir d zliğe d n şt r lm ştir.



Şekil 4.6: Pablo Picasso – Avignon’lu Kadınlar, 1907 (Cox, 2000)

Resimlerinde gazete parçaları, yazı şablonları, kartpostallar gibi resim dışı öğeler kullanarak, kolaj ve asamblaj tekniklerinin ilk örneklerini verenler yine kübist ressamlar olmuştur. Kolaj resamlara renkten uzamsal düzenlemeye, eski yanılısamacı resmetme tekniklerinden tuval yüzeyinin olanaklarını keşfetmeye doğru giden gelenekten tamamen bağımsız bir özgürlük alanı sunmuştur (Fry, 1978).

Kübizm, Batı resim sanatındaki perspektife dayalı temsili parçalayarak, resme katılan gündelik malzemelerle gündelik olana ilgiliyi çekerek ve doğanın betimlemeci bir dil dışında nasıl ifade edilebileceği sorusuna getirdiği yanıtlarla Batı sanatında, A. Antmen’in deyişiyle, “görsel bir devrim” yaratmıştır (Antmen, 2008a).

1914 yılında Birinci Dünya Savaşı’nın patlak vermesi sanatçıların büyük bir güvensizlik duygusu yaşamalarına neden olmuş, modernizmin vaat ettiği refah umuduna karşı karamsarlık beslemelerine yol açmıştır. Bu dönemde merkezi Zürih olan ancak kısa bir sürede buradan Almanya, Fransa ve Amerika’ya yayılacak, içinde yer alan sanatçıların, sanat olgusunu yok etmeye yöneldikleri ve kayıtsız bir nihilizmle eserlerini ürettikleri DADA akımı kendini göstermiştir.

Dadaist sanatçılar sanat yapma yöntemi olarak rastlantısallık ve doğaçlamayı kullanmışlardır. Böylece akıl dışına yönelerek aklın yıkıcılığını yansıtmak istemişlerdir. T. Tzara'nın Dadaist bir şiir için önerdiği reçete, bir gazeteden rastgele seçilmiş bir makalenin sözcüklerini keserek bir şapkaya doldurmak ve sözcükleri tombala çekerek yan yana dizmektir (Tzara, 2004). Diğer Dadaist sanatçılar da yere rastgele attıkları kâğıt parçalarından kolajlar yapmış, sokaktan rastgele topladıkları nesnelere bir yere yığarak heykeller oluşturmuşlardır. Dadaistlerin sanat pratiğine karşı diğer bir saldırıları üretim sürecine ilişkin olmuştur. Sanatın özerkliği 'yaratıcı' bir sanatçının kendi çalışmasını zorunlu kılmaktadır. New Yorklu Dadaist sanatçı Marcel Duchamp'ın *hazır-nesne* kavramı ise bu özgün yaratıcılık nosyonuna saldırmaktadır. Duchamp rastgele seçtiği bir endüstriyel üretim nesnesinin, bir pisuarın üstüne R. Mutt imzasını atmış ve onu sergiye yollamıştır (Şekil 4.7). Artık sanat bir temsil ilişkisi olmaktan çıkmış, kendi kendini sorgulayan bir mekanizmaya dönüşmüştür. Duchamp savunmasında 'bu pisuarı Bay Mutt'ın elleriyle yapıp yapmadığının önemi yoktur. O bu nesneyi seçmiştir. Hayattan sıradan bir nesne almış, onu yeni bir bakış açısı ve başlık altında işlevinden soyutlayacak şekilde yerleştirmiştir –o nesne için yeni bir düşünce yaratmıştır' demiştir (Antmen, 2008a; s.128). Duchamp'ın bu sözüyle sanat bir yetenek ve beceri eyleminden düşünme eylemine dönüşür. Bürger'e göre, Duchamp bu hareketiyle bireysel yaratım kategorisini radikal şekilde olumsuzlamıştır. Ona göre, Duchamp'ın imzaladığı nesnelere form-içerik bütünlüğüne bakarak değil, seri üretim nesnesi, imza ve sanat kavramları arasındaki bağlantıyı göz önüne alarak sorgulamak gerekir. İleride de değinileceği üzere, sanata hazır nesne kavramının ortaya atıldığı bu dönemde, Amerika'da hazır giyim endüstrinin hızlı bir büyüme içinde olduğu ve Coco Chanel'in tasarımlarını endüstriyel üretime yatkın bir biçimde yaptığının altı çizilmelidir.



Şekil 4.7: Marcel Duchamp – Şelale, 1917 (Risatti, 2007)

Dada kısa bir süre yaşamasına karşın modern sanat için önemli kazanımlar sağlamış, sanat pratiğinin içinden sanatın nasıl sorgulanabileceğini göstermiştir. Dadaist sanatçılar sanat yapma pratikleri ile ilgilerini keserek tamamen sanat dışı bir alana yönelmiş, takipçileri olan sanatçılar için sanat yapma alanını genişletmişlerdir.

Dadaist sanatçılardan önemli bir kısmı Dada sonrası ortaya çıkacak olan Gerçeküstücülük (Sürrealizm) akımına dâhil olup, bu akım içinde çalışmalarına devam etmişlerdir. Sürrealist sözcüğü ilk kez Fransız şair ve yazar Guillaume Apollinaire [1880-1918] tarafından 1917 yılında kendi romanı *The Breasts of Tiresias*'i ve Diaghilev'in *Parade* isimli oyunu tarif etmek için kullanılmıştır. Birinci Dünya Savaşı'nı takip eden yıllarda bir grup Fransız sanatçı Dada'nın resmileştiğini ve akademikleştiğini düşünerek kendilerine başka ifade tarzları aramaya girmişlerdir. Bu sanatçılar öncülleri olan Arthur Rimbaud'nun şiirlerine, Comte de Lautréamont [1846-1870]'nun yazılarına, Alfred Jarry [1873-1907]'nin hikâyelerine ve tiyatro oyunlarına ve Apollinaire'in şiirlerine eğilerek orada otomatik yazının irrasyonel tarafını ve rastlantısallığı keşfetmişlerdir. İlk gerçeküstü grup, Andre Breton [1896-1966]'un önderliğinde toplanmış Fransız yazar, ressam ve şairlerden oluşmaktadır. Gerçeküstücülerin ana üyeleri

Guillaume Apollinaire, Andre Breton, Philippe Soupault [1897-1990], Man Ray [1890-1976], Dadaist bir deneyimden gelen Francis Picabia, Max Ernst [1891-1976], Paul Klee [1876-1940], René Magritte [1898-1967] ve Salvador Dali [1904-1989]'den oluşmaktadır. Andre Breton grubun lideri ve sözcüsü olarak görülmüş, gerçeküstücü manifestoları kaleme almıştır. Bu manifestolarda Breton gerçeküstücülüğü aklın dışında, irrasyonel olayları araştıran, etik ve estetik değerlerin dışında nedensellik ilkesinden kurtulmuş bir yazma ve düşünme edimi olarak tanımlamaktadır. Breton, Freud'un bilinçaltı kavramını ve rüya çözümlemelerini gerçeküstücülüğün temeline yerleştirmiş, gerçeküstücülüğün gerçeklikle rüya arasındaki karşıtlıkları çözümleyen bir noktada durduğunu iddia etmiştir (Arnason, 2003). Dada da yöntem olarak rastlantısallığı ve doğaçlamayı kullanmıştır ancak aralarındaki belirgin fark Dadaistlerin hiçbir mantık gütmeyen sadece geleneğe, dile, topluma karşı gelmek için bu yöntemleri kullanırken, gerçeküstücülerin bir dizi kural ve şema çerçevesinde etkinliklerini sürdürmesi ve sanat yapma sürecini bir araştırma süreci olarak ele almalarıdır (Ades, 1985).

Gerçeküstücüler, sadece resim ve heykel gibi alanlarla ilgilenmemişler, gündelik nesnelere, kıyafetlere çok geniş bir yelpazede ürünler vermişlerdir. Dadaistlerin keşfettiği hazır-nesne kavramı üstüne buluntu nesne kavramını geliştirmişlerdir. Bitpazarlarına, antikacılar, şehrin varoşlarındaki dükkânlara yaptıkları geziler sırasında onlara ilginç gelen nesnelere toplayarak, bunları kendi yaptıkları heykellere eklemişler ya da oldukları gibi sunmuşlardır. Ayrıca, insan bedeninin bir metaforu gibi gördükleri terzi mankenleri ile çeşitli uygulamalar yaparak sergiler açmışlardır. Ünlü moda tasarımcısı Elsa Schiaparelli [1890-1973] tasarımlarını gerçeküstücülüğün ilkelerine bağlı olarak yapmış, gerçeküstücü sanatçılarla birlikte kıyafetler ve gündelik kullanım nesnelere üretmiştir.

İkinci Dünya Savaşı'nın patlat vermesiyle Gerçeküstücü grup dağılmış, sanatçıların bir kısmı Amerika'ya gitmiş, savaş bitince Fransa'ya geri dönmüşlerdir; ancak İkinci Dünya Savaşı sonrası Gerçeküstücülük eski dinamiğini ve gücünü yitirmiştir. Buna rağmen Andre Breton'un 1966 yılında yaşamını yitirmesine kadar etkisi belirgin olarak sürmüştür. Günümüzde hâlâ Gerçeküstücülüğün etkileri görülmekte, birçok ülkede Gerçeküstücü gruplar çalışmalarına devam etmektedir. Türkiye'de Sürealist Eylem Türkiye (S.E.T)

adında bir grup bu uluslararası Gerçeküstücü hareketliliğin bir ayağını oluşturmaktadır.

Avangard akımların merkezi sadece Fransa olmamıştır. Fransa dışında gelişen en önemli akımlardan biri Fütürizm (Gelecekçilk) akımıdır. İtalya’da 1908 yılında, şair Filippo Marinetti [1876-1944] yayımladığı manifestoda çağdaşlarını eski sanat geleneklerini reddetmeye, bütün sanat kurumlarını yerle bir etmeye ve yeni dünyanın sanatı olarak dinamizme, makinenin gücüne, hıza kucak açmaya çağırmıştır (Marinetti 1992). Marinetti’nin çağrısına Giacomo Balla [1871-1958], Giulio Bragaglia [1890-1960], Gino Severini [1883-1966], Umberto Boccioni [1882-1916], Carlo Carra [1881-1966] karşılık vermiş, yeni güzelliğin arayışına çıkmışlardır. Fütürizm İtalya’nın sanat ve politika alanlarında hız kazanmasını, makineleşmeye, büyük sanayi tesislerine, fabrikalara, artan şehirleşmeye; bunların yanında şiddet ve savaş gibi modern dünyanın getirilerine ayak uydurulmasını kendine ilke edinmiştir. Akım, insanın dinamizminin ve aktifliğinin makinelerle birlikte doruklara ulaştığı ‘Makine Çağı’ny bir kutlama olarak ele almıştır. Bu öyle bir noktaya varmıştır ki, fütüristler insanın en aktif alan olduğunu söyledikleri savaşı desteklemişler ve İtalya’nın Birinci Dünya Savaşı’na katılmasını onaylamışlardır. Fütürizmin sanat anlayışı da insanlığı daha üst bir aşamaya taşıyacak olan makinelere yaratılacak bir estetiğin olabilirliği üstüne kuruludur (Başaran, 2007).

Fütüristler iddialarını yaymak için sadece resim ve edebiyatla sınırlı kalmamış, bütün sanat alanlarına dünyayı yeniden inşa etmek için saldırmışlardır. Müzik, heykel, giyim, mimari gibi alanlarda manifestolar yayımlamışlar; sokak gösterileri düzenlemişler, Fütürist gecelerde seyircilerin yuhalamalarına aldırış etmeden oyunlarını, şiirlerini, manifestolarını seslendirmişlerdir. Fütürist gecelerin bugünkü performans sanatının ataları olduğu iddia edilmektedir. Fütüristlerin amacı gündelik eşyalarından sanat eserlerine, müziğinden giyimine bütün dünyayı yeni bir biçimde yorumlamak olmuştur. Birinci Dünya Savaşı’nın patlak vermesiyle Fütürist hareketten bir kısım sanatçı savaşa katılmış, bunlardan bazıları geri dönmemiştir. Geri dönenler ise eski fütürist dinamizmi terk etmiş, stüdyolarına kapanmıştır. Böylece hareket Birinci Dünya Savaşı’nın ardından yavaş yavaş gücünü yitirmiştir.



Diğer bir avangard sanat akımı olan Konstrüktivizm, Rusya’da meydana gelen Komünist Devrimin kuruluş yıllarında ortaya çıkmıştır. Konstrüktivizm, ne bir soyut sanat ne de doğrudan sanat anlamına gelmektedir. Konstrüktivist sanatçılar, fütüristlere benzer olarak, kendilerini yeni dünyanın inşacıları olarak görmüşlerdir. Onların görüşüne göre sanatçılar seri üretimle, mimari ve mühendislikle, grafik ve fotoğrafla uyumlu içinde yeni sosyal dünyanın fiziki ve entelektüel gereksinimlerini karşılayacaklardır. Amaçları ‘politik sanat değil, sanatın sosyalleşmesidir’ (Scharf, 1985; s.161). Alexander Rodchenko [1891-1956], Varvara Stepanova [1894-1958] ve Lyubov Popova [1889-1924] gibi sanatçılar için ‘güzel sanatlar’ın büyüğü bozulmuştur, bunun yerini ‘inşa’ almıştır. Birinci Konstrüktivistler Çalışma Grubu’nun bir bildirisinde şu maddeler yer almaktadır:

- 1- Kahrolsun sanat, yaşasın teknik bilim.
- 2- Din bir yalandır, sanat bir yalandır.
- 3- İnsan düşüncesi ile sanat arasındaki son bağı da koparın.
- 4- Günümüzün kolektif sanatı inşacı hayattır. (Shiner, 2004; s.383)

Konstrüktivist sanatçılar sosyal dünyanın yeni görünümünü oluştururken tek bir alanla sınırlı kalmak yerine giysi tasarımından mimariye, tipografiden iç mekân tasarımına birçok alanda çalışmışlardır. Onlara göre sanat dalları arasındaki ayırım geçersizdir. Heykeltıraş Vladimir Tatlin [1885-1953] heykelin yanında giysiler tasarlamış, sinema ve tiyatrodaki görev almıştır. Rodchenko dergi illüstrasyonundan mobilya tasarımına değişik işlerle uğraşmış, El Lissitzky [1890-1941] iç mekân tasarımından dergi illüstrasyonuna farklı dallarda eserler vermiştir. Bu sanatçılar gerçekliği temsil etmeyi ya da yorumlamayı reddetmişlerdir. Kullandıkları malzemelere içkin olan yapıları açığa çıkarmaya çalışmışlar, yeni anlamlar ve yeni formlar meydana çıkaracağına inandıkları toplumsal açıdan yararlı nesnelere üretmişlerdir (Scharf, 1985).

Devrimin ilk yıllarında sanat okullarında Konstrüktivist ilkeler çerçevesinde Konstrüktivist sanatçılar tarafından dersler verilmiştir; ancak 1920’lerde yeni ekonomik plan ve sanata getirilen kısıtlamalar doğrultusunda birçok sanatçı Rusya’yı terk etmek zorunda kalmıştır. Konstrüktivizm bu sanatçıların da katılımıyla Hollanda’da ortaya çıkan De Stijl akımı üstünde etkili olmuştur. Aynı zamanda daha sonradan etkili bir sanat ve tasarım okulu olacak Bauhaus’un ilkeleri Konstrüktivist ilkeler etrafında inşa edilmiştir.

## 5 19. YÜZYIL VE SONRASINDA MODA VE SANAT ETKİLEŞİMİ

Moda ve sanat kimi zaman birbirini doğrudan etkilemiş, modern sanat akımları içindeki sanatçılar kıyafetleri ve kumaşları bir sanat ortamı olarak kullanmış; kimi zaman da moda tasarımcıları ve sanatçılar işbirliklerine girmiş, aynı çevrelerde bulunmuşlar ve birbirileri için işler yapmışlardır. Charles Frederic Worth hiçbir zaman sanat ortamlarında bulunmamasına karşın kıyafetlerini, sanatçıların sanat eserlerine yaptıkları gibi, etiketler koyarak imzalamıştır. Bunun yanında Sonia Delaunay [1885-1979], Elsa Schiaparelli gibi sanatçılar doğrudan sanat akımlarının içinde yer alarak, bu sanat akımlarının ilke ve dinamiklerine göre kıyafetlerini tasarlamışlardır. Bu yanıyla modern moda sisteminin ortaya çıktığı 19. yüzyılın ortaları ve postmodernizm olgusunun kendini göstermeye başladığı İkinci Dünya Savaşı sonrası döneme kadar olan tarihsel süreç içerisinde, moda ve sanat arasındaki etkileşim iki ana kategoride incelenebilir. Bu kategorilerden birincisi, tasarımcıların bu dönemde ortaya çıkan sanat akımları içinde, bu akımların ilkelerine bağlı kalarak tasarımlarını gerçekleştirdiği, bu akımların bir parçasıymış gibi hareket ettiği doğrudan etkileşimdir. Diğerisi ise, tasarımcı ve sanatçıların aynı ortamı paylaşarak, birbirine çeşitli tanıtım ve sunum destekleri verdiği, iki dünyanın birbirinin dinamiklerini kullandığı sosyal, ekonomik ve sanatsal verimlerin tasarımcı kimliğinin bir uzantısı olarak lanse edildiği dolaylı etkileşimlerdir.

Bunların yanında 1860'larda İngiltere'de ortaya çıkan Sanat ve Zanaat Hareketi ve 1900'lerin başında Avusturya'yada kurulan Viyana Sesesyonu giyimin modernleşmesinde önemli adımlar olmasının yanında doğrudan sanatçıların giyim hakkındaki fikirlerini ve önerilerini sundukları iki akım olmuştur. Sanat ve Zanaat Hareketi ve onu takip eden Estetik Hareket, giyimin tamamen estetik olmasını gerektiğini, bunun için de sadeleşmesinin, Antik Yunan ölçütlerinin giyimde uygulanmasının gerekli olduğunu savunmuştur. Onlar için en ideal giyim tamamen estetize edilmiş ve Antik Yunan ölçütlerinde hazırlanmış giyim eşyalarıdır. Viyana Sesesyonu'nda yer alan sanatçılar ise her türlü gündelik nesnenin estetik bir hal almasını, sanatlar arasındaki ayrımın ortadan kalkması gerektiğini ve sanatçının bütün hayatı estetikleştirilmesi gerektiğini iddia etmişlerdir. Antik giyimin sadeliğinden etkilenen Gustav Klimt [1862-1918] gibi

sanatçılar düz kesimli kıyafetler tasarlamışlar, bu kıyafetleri geometrik şekillerle süslemişlerdir. Ancak iki akım da çok kısıtlı bir entelektüel çevrede sınırlı kalmış, akımların sona ermesinin ardından yarattıkları etki azalmıştır. Çalışmanın kapsamı modern sanat akımları ile sınırlandırıldığından, bu çalışmada ayrıca ele alınmamışlardır.

Bu bölümde, doğrudan ve dolaylı etkileşimler derinlemesine bir tarihsel süreç incelemesi ve doküman analizi ile ayrı başlıklar altında ele alınacaktır.

## **5.1 Moda ve Sanat Arasındaki Doğrudan Etkileşimler**

Bir önceki bölümde incelenen modern sanat akımlarından dört tanesi, Kübizm, Gerçeküstücülük, Fütürizm ve Konstrüktivizm, moda ve kıyafet tasarımı ile doğrudan ilişki içinde olmuştur. Kübizm ve moda ilişkisi değişen dünya şartları ve üretim yöntemleri bağlamında şekillenmiştir. Kübist sanatçılar nasıl tuvalin düzlüğüne yönelmiş ve doğanın birebir temsilinden, doğadaki geometrik formların araştırılmasına meyil etmişlerse; bu dönemde ortaya çıkan kıyafet tasarımlarında da hacimli kıyafetlerden süssüz, kumaşın sadece bir yüzey olarak kullanıldığı, insanın bedenini geometrik parçalarla örtüldüğü tasarımlar ortaya çıkmaya başlamıştır. Gerçeküstücü sanatçılar prova mankenlerini ve kıyafetleri bir sanat ortamı olarak kullanmışlar; özellikle moda tasarımcısı Elsa Schiaparelli gerçeküstücülüğün ilkelerini birebir tasarımlarına uygulamıştır. Fütürizm ve Konstrüktivizm akımı içinde sanatçılar bir toplumu yeni baştan inşa etmeye çalışmışlar, bu nedenle yepyeni kıyafet önerileri getirmişlerdir. Bu sanat akımları ile moda arasındaki etkileşimleri daha görünür kılabilmek için, bu etkileşimlerin ayrı başlıklar altında ele alınması gerekmektedir.

### **5.1.1 Moda ve Kübizm**

Kübizm ve moda arasındaki etkileşimi açığa çıkarabilmek için dönemin ekonomik, sosyal ve teknolojik dönüşümlerine ışık tutmak gerekmektedir. Kübist ressamlar bu dönüşümlerin yansımalarını tuval üstünde ete kemiğe büründürmüşlerdir. Moda tasarımcıları ve kıyafet üreticileri bir başka alanda, insan bedenini saran hacimler çerçevesinde bu gelişme ve dönüşümlere yönelik yeni yaklaşımlar geliştirmiş, ortaya çıkan sorunlara çözümler aramışlardır. İki

alandanda da süregiden arayışlar benzer bir görsel yapı etrafında toplanmıştır. Bu dönüşümlerden en önemlisi Sanayi Devrimi başlığı altında ele alınan, sanayileşme ve seri ürünlerdeki standartlaşmadır. Modern moda sisteminin kurumsallaşmasında en önemli etkenlerden biri kişiye özel üretim yapan *haute couture* 'un ortaya çıkmasıdır; ancak *haute couture* 'un yanında gelişmekte olan bir başka giyim sektörü, hazır giyim, yüzyılın sonuna doğru görünür olmaya başlamıştır.

N. L. Green, modern moda sistemini hazır giyim sektörünün artan önemi etrafında ele aldığı çalışmasında, giyim üretiminin standartlaşmasını ve hazır giyim sanayinin gelişmesini moda için bir devrim olarak kabul etmektedir (Green, 1994). 19. yüzyılın ortalarında dikiş makinesinin M. Singer tarafından iyileştirilmesi giysi üretim sürecini hızlandırmış, ucuz kumaşlardan sade elbiseler üreten sivil atölyelerin sayısı artmıştır. Yine bu dönemde Fransa'nın girdiği savaşlarda, ordu için çok sayıda ve hızlı üniforma üretilmesi gerekliliği nedeniyle dönemin terzileri yeni yöntemler geliştirmişlerdir. Ancak bu gelişmeler moda eleştirmenleri tarafından bütün Batı dünyasında baskın olan Fransız tarzını yok edeceği için kınanmıştır. Böylece zanaatsal ve kişiye özel üretim yapan *haute couture* ve geniş bir kitle için endüstriyel üretim yapan hazır giyim arasında bir rekabetin çıkmasına neden olmuştur. Bunun yanında, 19. yüzyıl sonlarında kadınların gündelik hayata katılımı artmış, çeşitli hobi kulüplerinde kadınlar spor kıyafetleri ile görünmeye başlamışlardır. Yanısıra, otomobilin ve bisikletin gündelik hayata katılmasıyla bu araçların kullanımı için tasarlanmış, sadeleştirilmiş kıyafetler gerekmiştir (Watson, 2007). Bu dönemlerde tasarımcılar kıyafet üstünde yeni arayışlara yönelmişler, 1800'lerin sonunda değişmeye başlayan silüet önce korseden kurtulmuş, ardından bedenın çeşitli yerlerine yapılan abartılı vurgular azalmış, nihayet gündelik hayat içinde hareket kolaylığı sağlayan modern silüet ortaya çıkmıştır.

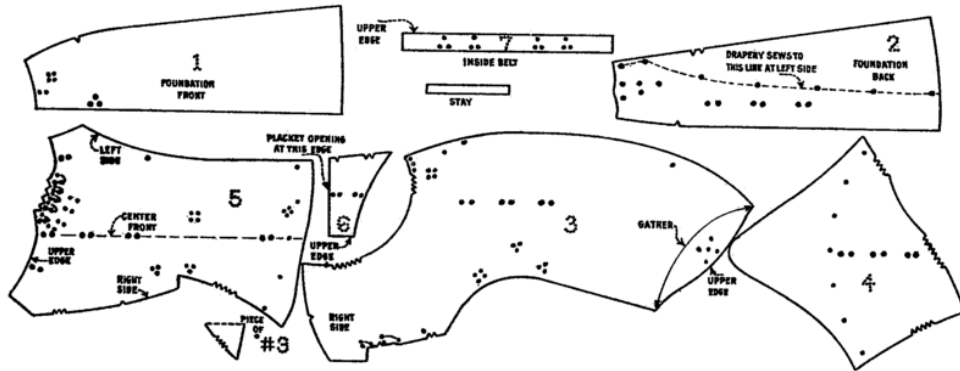
Birinci Dünya Savaşı'nın patlak vermesi hazır giyimi kuvvetlendiren bir etken olmuştur. Bunun nedenlerinden biri savaş nedeniyle kumaş tedarikinde sorunlar yaşanması sonucu pahalı kumaşların satın alınamamasıdır (Champsaur, 2004). Diğer bir neden ise, savaş nedeniyle erkeklerin cepheye gitmesiyle, o güne değin erkeklerin yaptığı işlerde kadınların çalışmaya başlamasıdır (Kadıoğlu, 2005). Kadınlar, bu işlerde çalışabilmek için hareket kolaylığı sağlayan

kıyafetlere ihtiyaç duymuşlar; kalın ve kalitesiz kumaşlardan yapılan üniformaları giymek zorunda kalmışlardır. Bu gelişmeler giysi konstrüksiyonunda önemli dönüşümlerin yaşanmasına neden olmuştur. Kıyafetlerde hacimli yapılardan arındırılarak kumaş yüzeyleri ile bedenın örtülmesine odaklanılmış, pahalı kumaşlardan ve yoğun süslemelerden uzaklaşmış, etek boyunun hareket kolaylığı açısından kısalması gerekmiş ve giyside işlevsellikten bahsedilir olmuştur. Renk konusunda ise savaşta ölenlerin için tutulan yas nedeniyle tekdüzeliğe gidilmiştir.

Hazır giyimın sadeleştirdiği giysi konstrüksiyonu ve kübist ressamların çalışmaları arasında paralellikler yakalamak mümkündür; ancak belirtmek gerekir ki, bu paralellikler ne ressamların hazır giyimden ne de hazır giyim üreticilerinin kübist ressamlardan doğrudan etkilenmesi sonucudur. Bunun ötesinde, aşağıda incelenecek olan bu paralellikleri ayırık iki alanın deneyimlenen ortak zamana ve bu zamanın ruhuna getirdikleri yorumlar, aşmaları gereken zorluklarda kesiştikleri çözüm yolları olarak ele almak gerekmektedir.

19. yüzyılın son çeyreğinde ortaya çıkan savaşlar nedeniyle doğan üniforma ihtiyacı standart beden ölçülerinin saptanarak antropometri biliminin gelişimine katkıda bulunmuştur. Antropometrinin sunduğu ölçüler, hazır giyimın kullandığı giysi kalıplarına temel oluşturmuştur. Bu kalıplarda beden geometrik düzenlemeler olarak ele alınmakta, giysi yapısı insan bedenine oturacak şekilde çeşitli geometrik düzenlemelerle oluşturulmaktadır (Şekil 5.1). Birinci Dünya Savaşı sırasında ve onu takip eden yıllarda büyük zorluklar yaşayan Fransız tekstil sektörünü tekrar canlandırarak modada Fransız üstünlüğünü devam ettirmek için Fransa'da çeşitli önlemler alınmıştır. Bu önlemlerden biri, hazır giyimi üretiminin artırılması, diğer ülkelere ihracatın desteklenmesidir. Hazır giyim üretiminin güçlendirilmesi adına Allilaire'ın getirdiği önerilerden bir tanesi, kübist bir ressamın ağzından çıkmış gibidir. Allilarie giyimın, üniforma, iş kıyafeti, spor kıyafeti gibi belirli biçimlerde üretilmesi gerektiğini savunmuştur. Bunun yanında cepler, manşetler, yakalar gibi giyim öğelerinin mekanik bir biçimde üretilip kıyafetlerle birleştirileceğini iddia etmiştir. Ona göre üretimin böyle mekanikleşirilmesi giyimde bir üniformalaşmaya neden olmayacak, Fransız tekstil üreticileri bu tip kıyafetlerde bireyselliği vurgulamanın bir yolunu bulacaklardır (Green, 1994).

Kübist ressamlar birebir temsilden uzaklaşarak, doğanın geometrik şekillerinden oluştuğu iddiasından yola çıkmış, tuvaleri üzerinde doğanın kareler, dikdörtgenler, üçgenler olarak resmedilmesi için çaba harcamışlardır. Kübist ressam G. Braque [1882–1963], 1908 yılında L'Estaque'ye yerleşerek P. Cézanne'nın doğanın geometrik şekillerden meydana geldiği iddiasından yola çıktığı bir dizi manzara resmi yapmıştır (Şekil 5.2). Braque bu manzara resimlerinde uzamsal araştırmalara girişmiştir. Ressamın eserlerinde formlar oldukça sadeleştirilmiş; kayalar, yeşil alanlar ve binalar üst üste yığılarak tuvalin sonuna kadar taşınmıştır. Gözün hareket edebileceği bir boşluk bırakılmamış, konturlar belirsizleştirilerek objeler arasında geçiş sağlanmıştır. Sonraki çalışmalarında da Braque uzamsal çalışmalarına devam etmiş ve seyirciyi resmin uzamsal kompozisyonuyla optik bir mücadeleye girmeye davet etmiştir. Allilaire'nın giysinin öğeleri ile kurduğu mekanize edilmiş ilişki, Braque'nın resimdeki geometrik araştırmaları ve ortaya koyduğu parça bütün ilişkisi ile örtüşmektedir. Kübist ressamlar doğadaki geometrik özün keşfine çıkarken, hazır giyim üreticileri de insan bedenini saran geometrik formları araştırmışlardır.



Şekil 5.1: E. Butterick tarafından yapılan bir etek ve gece elbisesi kalıbı, 1919 (Wikipedia, 2011)



Şekil 5.2: Georges Braque – L'Estaque Evleri, 1908 (Cox, 2000)

Moda ve kübist resimler arasındaki başka bir görsel benzerlik birbirine yakın dönemlerde iki alandaki çalışmalarda da renk kullanımının azalması, ressamların ve tasarımcıların farklı nedenlerle de olsa rengi ikinci plana atmalarındır. Kübizmin ortaya çıktığı 1907 yılından Birinci Dünya Savaşı'na kadar olan dönemi, analitik kübizm olarak adlandırılmaktadır. Bu dönemde, kübist ressamlar eserlerinde genellikle resmedilen nesnenin renginin dışında bir renkle ve sadece o rengi kullanarak resimler yapmışlar, nesnelere parçalamışlar ve açık koyu dengesini resmin plastik değerini vurgulamak için kullanmışlardır. A. Antmen, bu dönem resimlerde renklerin yeşil, gri ve kahve tonlarla sınırlı kalmasını, renklerin biçim ve espas arayışları için bilinçli bir şekilde geri plana aktarılmasıyla açıklamaktadır (Antmen, 2008a). Kübizmin analitik dönemini takip eden Birinci Dünya Savaşı yıllarında giyim de tek renkliliğe yönelmiştir. Gündelik hayatta aktif roller almaya başlayan kadınlar kıyafetlerinde siyah ya da

koyu tonlardaki renkleri tercih etmişlerdir. Üst sınıftan kadınlar ve savaş bölgesinin dışında yaşayanlar da tek renk kıyafetlere bürünmüşlerdir (Gerçek, 2006). Bu renk tercihinin bir nedeni savaşın yasını kıyafetlere yansıtmakken bir diğeri de o dönem önemli bir sıkıntı yaratan kumaş ve boya stoğunun azlığıdır (Champsaur, 2004).

Moda ve kübizm arasındaki diğeri bir paralellik ise resmin izleyicisi ve kıyafetin onu giyeni konumlandırma biçimleridir. Kübizm, tek bir izleyicinin bakış açısından resmetmeye dayalı olan geleneksel perspektifi yıkarak, bir nesnenin değişik bakış açılarından görünen yüzeylerini tek bir tuval üstüne aktarmıştır. Bu yaklaşım resmin alımlayıcısı için çoklu bir görüş imkânı sunmakta, ‘dördüncü bir boyut’ kavrayışı getirmektedir (Antmen, 2008a; s.46). Bu noktada, konunun resmedildiği perspektiflerin çoğalması, ressamın bakış açısının baskınlığını ortadan kaldırmaktadır. Aynı zamanda, A. Antmen’in sözünü ettiği ‘dördüncü boyut’ alımlayıcısı çoklu görünümünün karşısında bırakarak kendine has bir konum seçmesini olanaklı kılmaktadır. Hazır giyimde de üretilen giysiyi giyecek kişiler için aynı benzer bir olanak yaratmaktadır. C. Kidwell ve M. Christman’ın tanımlamasıyla, hazır giyim devrimi, bir giysiyi ‘biri için üretmek’ten, ‘herhangi biri için üretme’ye ve nihayetinde ‘herkes için üretmeye’ dönüştürmesidir (Green, 1994; s.727). Kübist resim, resmi ressamın bakış üstündeki iktidarından nesnelerin yüzeysel ilişkilerinin araştırıldığı bir konuma taşınmış ve sunduğu farklı açılardan bakış imkânı ile alımlayıcısı da bu ilişkileri keşfetmeye çağırmıştır. Hazır giyim de, giysiyi giyecek olan kişiyi anonimleştirilmiş; C. F. Worth’un ortaya koyduğu tasarımcının müşterinin imajını belirleme olgusunu ortadan kaldırarak, onu birçok ürün arasında seçim yapmaya itmiştir.

Moda ve kübizm arasındaki ilişki, hazır giyimle sınırlı değildir. Birinci Dünya Savaşı’ndan sonra ortaya çıkan kadın giyimdeki modernleşme, dönemin *haute couture* tasarımcılarını da etkilemiştir. Moda tarihçisi R. Martin, giyim modernleşmesi ile kübist ressamların tuvalin düz yüzeyini araştırmaları, üçgenler, silindireler ve kareler kullanmaları arasında yakın ilişkiler olduğunu iddia etmektedir. Ona göre 1900’lü yılların başında giyimde görülen sadeleşmenin sosyal nedenleri gündelik hayatın hızlanması, otomobilin yaygınlaşması ve kadının gündelik hayata aktif katılımı ise; bunun önemli görsel kaynaklarından



biri de kübist ressamın çalışmalarıdır. Martin bu çalışmaların tiyatrodan edebiyata görsel bir kübizm kültürü yarattığını, bu kültürün moda ile etkileşim içinde olduğunu iddia etmektedir (Martin, 1999).

*Cubism and Fashion* isimli eserinde R. Martin, dönemin *haute couture* tasarımcıları ve kübist ressamın eserleri arasındaki görsel örtüşmenin izini sürmektedir. Bu örneklerden bir tanesi kübist resmin manifestosu niteliğinde olan P. Picasso'nun *Avignon'lu Kadınlar* isimli eseri ve *haute couture* tasarımlar üreten moda evi Callot Soeurs'un 1926'da ürettiği bir gece elbisesi arasındaki karşılaştırmadır (Martin, 1999). *Avignon'lu Kadınlar*'da beden artık üç boyutlu değildir, parçalanmıştır; yanısıra seyircinin farklı bakış açılarından resmedilmiştir ve hareket halindedir. C. Soeurs'un gece kıyafeti de 1800'lu yılların sonlarında hâkim olan hacimli ve katmanlı siluetin aksine düzleşmiş, bedene oturtulmuştur. Süslemeler yüzeye uygulanmış, kıyafete fazladan bir hacim verilmemiştir (şekil 5.3). İki çalışmanın da bedeni ele alış biçimi birbirine benzemektedir.



**şekil 5.3:** Callot Soeurs – Gece Elbisesi, 1926 (Martin, 1999)

R. Martin tarafından ele alınan başka bir örnek de Kübist ressam Fernand L gar [1881-1955]'ın *Femme En Rouge Et Vert* [1914] isimli eseri ile P. Poiret'nin 1920 tarihli bir gece kıyafeti tasarımı arasındadır (Martin, 1999). F. L ger'in eserinde beden mavi ve kırmızı silindirlerden oluşmakta ve silindirler bedeni hareket halinde göstermektedir (Şekil 5.4). Paul Poiret'nin tasarımında da bedene silindirik bir görünüm verilmiş, kıyafet iki parçalı ve iki renkli olarak bedene oturtulmuştur (Şekil 5.5). Poiret'nin amacı kübist ressamların yolunu tersten izlemek olmuş, onun tasarımında iki boyutlu bir yüzey  c boyutlu bir hacme dönüştürülmüştür. Aynı zamanda Poiret'nin bu tasarımı bedene büyük bir hareket kolaylığı sağlamaktadır.



Şekil 5.4: Fernand L gar – Femme en rouge et vert, 1914 (Martin, 1999)



**Şekil 5.5:** Paul Poiret – Gece Kıyafeti Tasarımı, 1920 (Martin, 1999)

Kübist resim ve kolajlarda formlar belirsizdir; nesnelere birbiri ile ilişki halinde resmedilir. Bir müzik aletinin bir parçası, müzisyen ve masa ile birleşiktir. Benzer biçimde resme nesnelere bütün formları ile yerleştirilmez, nesnenin bir ya da birkaç yüzü diğer nesnelere ilişkili bir biçimde kompozisyona dâhil edilir. Kübist resimlerde izleyici bir hız duygusuna kapılır. Geometrik şekillerin düzenlenmesi ve formların ressam tarafından çözümlenmesine bir hız duygusu eşlik eder. R. Martin'in örneklediği, 1920'li yıllarda tasarlanan birkaç kıyafette de benzer dinamikleri gözlemlemek olasıdır. 1926 yılında tasarlanan bir günlük elbise sözü edilen kübist özelliklerin hepsini barındırmaktadır (Şekil 5.6). Bu elbisede bir gömlek görünümü, bir bluz görünümü ve etek birleştirilmiştir. Bir gömlek parçası gibi duran üst kısım asimettir. Eteğe oval boşluklar açılarak pililer ile doldurulmuştur. Elbiseyi baştanbaşa saran eşarpların elbisenin bir parçası olup olmadığı belli değildir. Kumaşın deseni kübist formlar olan kareler, daireler ve üçgenlerden oluşturulmuştur.



Şekil 5.6: 1926 yılında tasarlanmış bir gündelik elbise (Martin, 1999)

R. Martin'in sunduğu örneklerden yola çıkarak, moda ve kübizm arasındaki etkileşimin billurlaştığı tasarımın Coco Chanel 1926'da tanıttığı 'küçük siyah elbise' olduğu iddia edilebilir. Chanel'in bu tasarımı hazır giyim ve *haute couture*'un arasında durmaktadır. Giysi konstrüksiyonu mümkün olduğunca sadeleşmiş, gerektiğinde uzatılıp kısaltılabilen geometrik şekillerin düzenlemesine indirgenmiştir. Bedenin çevresini saran hacimden tamamen uzaklaşmış, giysi bedene oturan kumaşlara indirgenmiştir. Malzeme seçimi o günde değin sadece erkek iç çamaşırlarında ve spor kıyafetlerinde kullanılan, *haute couture* tasarımcılarının asla kullanmadığı, giyimde kolaylık sağlayan jarsedir. Kübist ressamlar da çalışmalarında resmetmede ve boyamadaki kusursuzluk yerine, resmi bir araştırma zemini olarak görerek, kendi ilkeleri çerçevesinde kuracakları kompozisyonlara önem vermişlerdir. Küçük siyah elbisedeki renk seçimi tek renk, siyahtır. Ayrıca bu elbise kolaylıkla hazır giyim üretim yöntemleri ile üretilebilecek biçimde tasarlanmıştır. Son olarak küçük

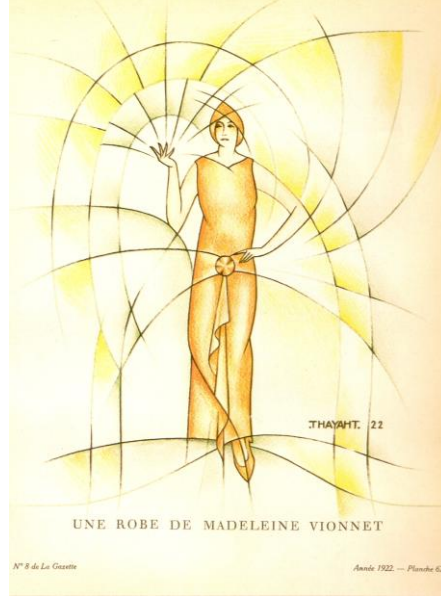
siyah elbise diğer aksesuarlarla kombine edilebilmekte; elbisenin kalıbı temel alınarak kollarında, yakasında ve etek boyunda sayısız değişiklik yapılabilmektedir (Şekil 5.7). Bu yanıyla bir giyim kolajı yapmak için temel oluşturmaktadır. Bütün bu özellikler göz önüne alındığında, Chanel'in küçük siyah elbisesini kübizmin ortaya çıkardığı kübist bir görsel kültürün içinde değerlendirmek olasıdır.



Şekil 5.7: littleblackdress.com'da yer alan küçük siyah elbise çeşitlemeleri (Little Black Dress Magazine, 2011)

Kübizm moda çizerleri arasında da etkili olmuştur. Moda resmi, işlevi gereği kıyafet modelini göstermeli, bir yerçekimi duygusu yaratmalı ve çoğunlukla kıyafetin kullanıldığı sosyal ortamı vurgulamalıdır. Kübizmden etkilenen moda illüstratörleri, moda resminin bu elemanlarıyla oynamışlardır. İlk olarak resmin çerçevesi parçalanmıştır, kimi çizimlerde yerçekimi duygusu ortadan kalkmış, kıyafetler ve manzalar geometrik şekillerle ifade edilmiştir. Bu çizimlerin en etkilipleri arasında takma adı Thayat olan, Ernesto Michelles'nin moda resimleri gösterilebilir (Martin, 1999) (Şekil 5.8). Kübizm etkilerini taşıyan çizimler yapan bir diğer moda çizeri de *Vogue* dergisine çizimler yapan Eduardo Garcia Benito [1806-1872]'dur. Benito, çizimlerinde geometrik şekillere ve sert hatlarla ifade ettiği figürlere yönelmiştir. Benito'nun ellerinde, *Vogue* kapaklarına yansıyan sade anlatımlarla ortaya koyulmuş ihtişam, hızla yol alan hazır giyim sektörünün prototipi gibidir. 1926'da hazırladığı bir kapakta *Vogue*'un simgesi

olan ‘V’ harfini metal bir gökkuşağı haline getirerek, figürlerini bu gökkuşağının altına konumlandırmıştır (Şekil 5.9).



Şekil 5.8: 1922 yılında Gazette du Bon Ton’da yer alan bir Thayaht çizimi (Martin, 1999)



Şekil 5.9: 1926 yılında Benito’nun Vogue dergisi için yaptığı kapak (Angeletti ve Olivia, 2006)

Günümüz tasarımcılarından Christian Francis Roth [1969-], Ronaldus Shamask [1945-], Rei Kawakubo [1942-] gibi tasarımcılar Kübizmin dinamiklerini kullanarak çeşitli kıyafetler tasarlamaya devam etmektedirler. Ancak Richard Martin'in belirttiği gibi Kübizm ve moda arasındaki ilişki görsel bir benzerlikten ötedir (Martin, 1999). Tasarımcılar ve Kübist sanatçılar farklı ortamlarda çalışarak benzer bir dünyayı ve bununla birlikte ortak bir görsel kültürü paylaşmışlardır. Kübist ressamlar tuvalin düzlüğünü keşfederken moda tasarımcıları geniş hacimli elbiselerden kumaşın düzlüğüne yönelen kıyafetler kullanmışlardır. Bunun yanında iki alanda da geometrik şekiller kullanılarak formların belirsizliği vurgulanmıştır. Bu nedenle moda ve Kübizm arasındaki etkileşim Kübist bir görsel kültürün ürünüdür.

### **5.1.2 Moda ve Gerçeküstücülük**

Moda ve Gerçeküstücülük güçlü bir etkileşim içindedir. Öyle ki, moda ve Gerçeküstücülük etkileşimi ne sadece kültürel ne sosyal ne de görsel bir etkileşimdir. Gerçeküstücü moda tasarımcısı Elsa Schiaparelli kariyeri boyunca Gerçeküstücülük akımının içinde yer almış, Gerçeküstücü sanatçılarla dostluklar kurmuş ve beraber işler yapmıştır. Coco Chanel de Gerçeküstücü sanatçılarla çalışmış, onların tiyatro ve filmleri için Gerçeküstücü yöntemlerle tasarımlar yapmıştır. Öte yandan Gerçeküstücü sanatçılar giyimi, dikiş makinesini ve prova mankenlerini kimi zaman kendi sanatsal çalışmaları için birer ortam olarak kullanmışlar, kimi zaman da bunlardan yola çıkarak sanat eserleri üretmişlerdir. Bu bölümde moda tasarımcılarının Gerçeküstücülük akımı içinde ya da Gerçeküstücülükten esinlenerek yaptıkları tasarımlar ve Gerçeküstücü sanatçıların giyim, prova mankenleri gibi moda unsurlarını kullanarak ürettikleri çalışmalar ele alınacaktır.

Gerçeküstücü sanatçılar Fransız şair Kont Lautréamont'nun 'bir dikiş makinesi ve bir şemsiyenin bir kesim tezgâhı üstünde bir araya gelme ihtimali' sözünü büyük bir coşkuyla karşılamışlar, gerçeküstücü metaforun merkezine bu rastlantısallığı ve belirsizliği yerleştirmişlerdir (Martin, 1989; s.11). Rüyalara, belirsiz çağrışımlara, çocuklukta kurulan hayallere, uyuklama halindeki yarı bilinçliğe yönelen Man Ray [1890-1976], Salvador Dali [1904-1989], Joseph Cornell [1903-1972] gibi Gerçeküstücü sanatçılar çalışmalarında dikiş makinesi,

prova mankenleri, kıyafetler ve insan bedenini sembolize eden nesnelere kullanmışlardır. Gerçeküstücüler ayrıca kadın bedenini ilhamın, olağanüstünün ve şiirselliğin kaynağı olarak görmüşlerdir (Conley, 1996). Birçok gerçeküstücü çalışmada soyut bir güzelliğin, bir ilham perisinin tasvirine rastlanmaktadır. Bu tasvire insan bedeninin benzeri olan nesnelere yola çıkarak ulaşıldığı dikkat çekmektedir. Gerçeküstücüler insan bedeninin benzeri olarak üç nesneye yönelmişlerdir, bunlar cansız manken, güzel sanatlarda kullanılan heykel ve insan anatomisidir. Gerçeküstücülerin öncülerinden olarak bilenen ressam Giorgio de Chirico [1888–1978] çalışmalarında canlı modeller yerine prova mankenlerine yönelmiştir. 1917 tarihli *The Disquieting Muses* isimli eserinde cansız mankenler resmetmiştir; ancak bunlar Helenistik ideallerin dışında ve etten değil tahtadan, metalden, kumaşlardan yapılmış gibidir (Şekil 5.10). Joseph Cornell'in 1931 tarihinde yaptığı ve *Harper's Bazaar*'da yayımlanan çizimi dikkat çekicidir (Şekil 5.11). Bu çizimde kadın sadece dikiş makinesini kullanan olarak değil, dikiş makinesi tarafından üretilen bir nesne olarak resmedilmiştir. Bir tarafta dikiş makinesinde kadın emeği sembolize edilirken, diğer tarafta bu makineden çıkan kıyafetin, yani genel olarak modanın kadını ürettiği vurgulanmaktadır.



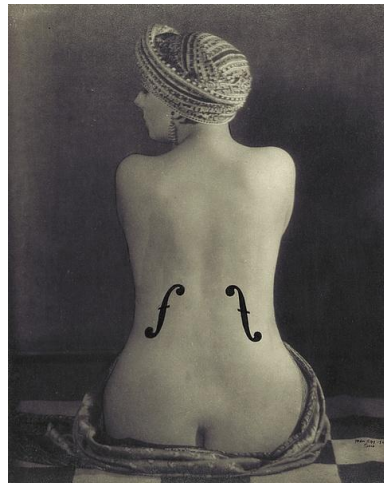
Şekil 5.10: Giorgio de Chirico - The Disquieting Muses, 1916 (Britt, 1999)



Man Ray'in 1924 tarihli *Le Violin d'Ingres* isimli fotoğrafında kadın bedeni bu kez müzik sembolleri ile birleştirilerek fiziksel güzellik vurgulanmıştır (Şekil 5.12) Yine Man Ray'in gerçeküstücü bir estetikle moda fotoğrafına yönelmesi önemlidir. Ray, bu fotoğraflarla *Harper's Bazaar*, *Vogue* gibi dönemin önde gelen moda dergilerine gerçeküstücü fotoğrafı taşımış; bu fotoğraflarda kadın bedenini sorunsallaştırmıştır. D. Tashjian, Man Ray'in fotoğraflarında modanın kadın bedenini bir cinsellik nesnesine dönüştürerek ona uyguladığı şiddeti sorunsallaştırdığını iddia etmekte ve Man Ray'in fotoğraflarının bedenini diğer parçalarını saklayarak pornografi ile erotik olan arasında bir yerde durduğunu belirtmektedir (Tashjian, 1995). J. Cornell'in çizimine benzer olarak, Ray'in çalışmalarında da kadın bedeni, moda dünyası tarafından yeniden üretilmekte, bu yeniden üretimin kadını nesneleştirdiğine dikkat çekilmektedir.

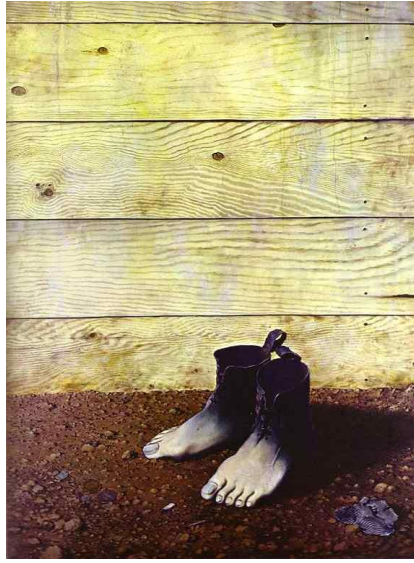


Şekil 5.11: : Joseph Cornell – İsimli, 1931 (Martin, 1989)



Şekil 5.12: Man Ray – Le Violon d'Ingres, 1924 (Martin, 1989)

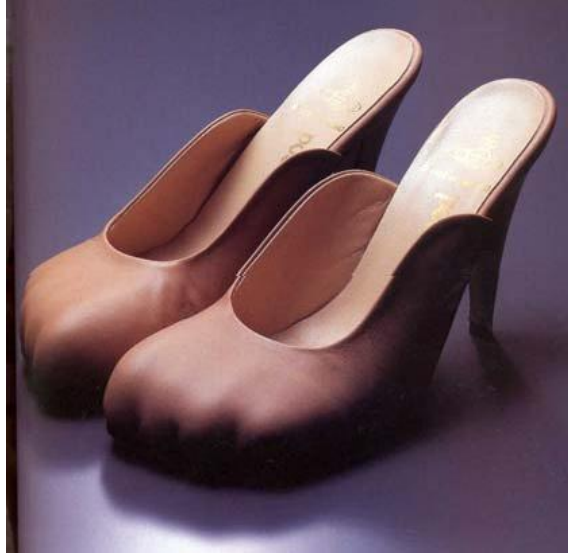
Gerçeküstücü sanatçıların yöntemlerinden biri de bedeni parçalara ayırmak ve beden parçalarında çeşitli mutasyonlar meydana getirmektedir. Gerçeküstüçüler bedenin parçalarını, özellikle elleri, dudakları, gözleri, sıkça kullanmışlar; beden parçalarının yerlerini ya da işlevlerini değiştirerek illüzyonlar yaratmışlardır. 1935 yılında yaptığı *Kırmızı Model* isimli eserinde Rene Magritte, ayak formuna bürünen bir ayakkabı resmetmiştir (Şekil 5.13). Resimde ayakkabının dokusu canlı bir ayak gibi sunulmuştur. Benzer bir metamorfoz 1985 yılında moda tasarımcısı Pierre Cardin ve 2000 yılında Vivienne Westwood tarafından yeniden yorumlanmıştır (Şekil 5.14-5.15).



**Şekil 5.13:** Magritte – Kırmızı Model, 1935 (Koda, 2001)



**Şekil 5.14:** Pierre Cardin – Erkek Ayakkabıları, 1985 (Martin, 1989)



**Şekil 5.15:** Vivienne Westwood - Yüksek Topuklar, 2000 (Parlak, 2006)

1938 yılındaki Uluslararası Gerçeküstücülük Sergisi'nde bir grup sanatçı sanat ortamı olarak kullandıkları mankenleri sergilemiştir (Şekil 5.16). Gerçeküstücü sanatçıların çalışmalarında cansız mankenler önemli bir yer tutar. Prova mankeninin Gerçeküstücü sanatçılardaki değerini anlamak için, Gerçeküstücülüğün sözcüsü A. Breton'un Gerçeküstücülük manifestolarında dile getirdiği 'tekinsiz' kavramına değinmek gerekmektedir. Sanat tarihçisi H. Foster'e göre S. Freud'tan ödünç alınan 'tekinsiz' kavramının esas kriterleri şunlardır:

“(1) Gerçekle hayali arasında ayırım yapamama, ki bu Breton'un her iki manifestosunda da tanımlanan haliyle gerçeküstücülüğün temel hedefidir; (2) canlıyı cansız birbirine karıştırma; ki bunun örnekleri, hepsi de gerçeküstücü repertuarın olmazsa olmaz imgeleri olan balmumundan figürler, bebekler, mankenler ve otomatlarda görülür; (3) göstergenin göndergeye el koyması ya da ruhsal gerçekliğin fiziki gerçekliğe el koyması ki gerçeküstü burada yine çoğu kez, bilhassa Breton ve Dalı tarafından sembolik olanın göndergesel olanı gölgede bırakması ya da bir öznenin bir gösterge ya da belirtiden büyünlenmesi olarak tecrübe edilir ve çoğunlukla tekinsizin yarattığı etkiyi yani kaygıyı yaratır.” (Foster, 2011; s.33)

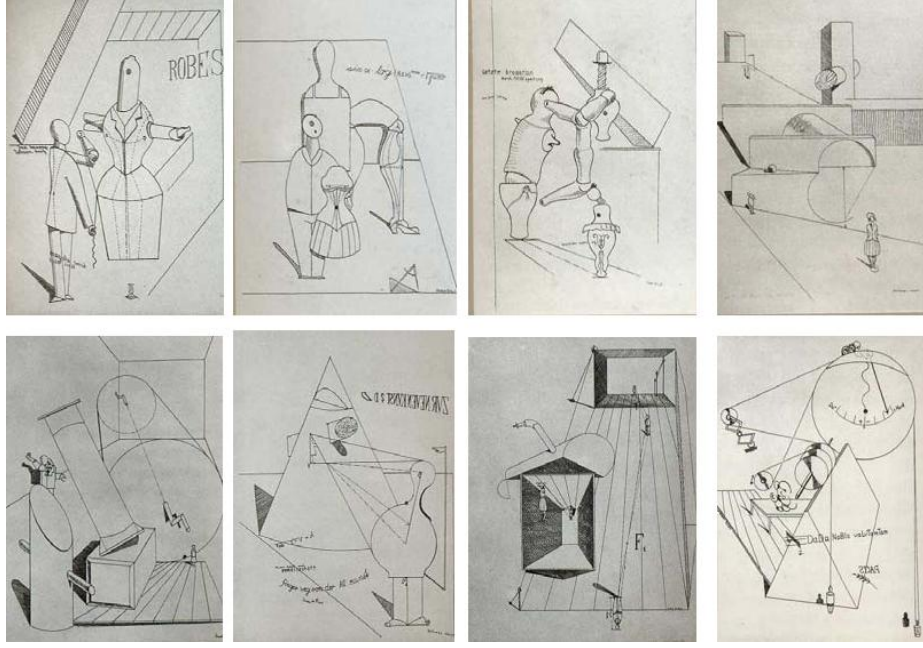
Foster'in işaret ettiği gibi, prova mankenleri Gerçeküstücüler için tekinsize açılan kapılardan biridir. Cansız manken, kadın bedenini kusursuz bir kopyasını sunmakta, böylece U. Lehmann'ın deyişiyle, prova mankeni 'her türlü sanatsal ve erotik manipülasyona olanak sağlamaktadır' (Lehmann, 1998; s.89). Max Ernst'ün 1919 'da yaptığı *Let There Be Fashion* isimli taşbaskıda, bir terzi ve onun mankeniyle olan ilişkisi konu edilmektedir (Şekil 5.17). Eserde terzinin

dünyasındaki bütün ölçümler terzi mankeni üstünden yapılmakta, cansız manken canlı dünyasının ölçü referansı haline gelmektedir. Parlak'a göre, bu manken figürü bir yandan kişiye özel olanı, diğer yandan standart olanı yansıtırken, bireyi ve insan türünü temsil eden çizgiler taşımaktadır (Parlak, 2006). Tekinsizin cansız mankenlerdeki en iyi örneğini Gerçeküstücü gruba 1930'larda dahil olan Alman Hans Bellmer'in 1934 ve 1935 yıllarında yaptığı bebeklerde rastlanmaktadır (Şekil 5.18). Tahta, metal, alçı gibi değişik malzemelerden yapılan bebekler metamorfoza uğramış kadın bedenleridir. Bu bebekler, H. Foster'a göre gerçeküstücülüğün tekinsizle olan bütün bağlarını yansıtmaktadır:

“Bu poupée'ler pek çok bakımdan buraya kadar tasvir edildiği şekliyle gerçeküstücülüğün hulasasını barındırır: Yani canlı ve cansız figürlerin tekinsiz şekilde birbirine karışması; iğdiş edici ve fetişistik formların müphem kavuşmaları; erotik ve travmatik sahnelerin zoraki tekrarları; sadizmle mazoşizmin, arzunun, ayrışmanın ve ölümün çetin çapraşıklıkları.” (Foster, 2011; s.129-130)



**Şekil 5.16:** Uluslararası Gerçeküstücülük Sergisi'nde S. Dali ve mankeni (Beck, 2007)



Şekil 5.17: Max Ernst – Let There Be Fashion, 1919 (Parlak, 2006)



Şekil 5.18: Hans Bellmer – Pupiess, 1934 (Beck, 2007)

Moda unsurlarını kendi çalışmaları için birer ortam olarak kullanan sanatçıların yanında bazı moda tasarımcıları tasarladıkları aksesuar ve kıyafetleri gereküstüü yöntemler kullanarak yapmışlardır. Bu tasarımcılardan en öne çıkanı gereküstüü sanatçılarla da işbirliğine giden ve gereküstüü grup içinde yer alan Elsa Schiaparelli'dir. Schiaparelli moda dünyasında tanınmaya başladığı ilk yıllardan son zamanlarına kadar gereküstüü yöntemler kullanmıştır. V. R. Pass, Schiaparelli'nin 1920'ler ve 1930'larda tasarladığı kazaklar ve Gereküstüü ressamın çalışmalarında gerçeklik ve gerçekdışı arasındaki belirsizliği, iç içe geçişi işaret etmek için kullandığı yöntemler arasındaki benzerliğe işaret etmektedir. (Pass, 2011). S. Dali, Y. Tanguy, M. Ernst gibi gereküstüü ressamlar göz yanılsamasını, izleyiciyi gerçekdışı dünyaya çekmek için bir yöntem olarak kullanmışlardır. Rüyaların, sanrıların ve fantastik unsurları tuvallerinde olabildiğince gerçekçi ve ayrıntılı resmetmişlerdir. Bu yöntem izleyiciyi sanatçının bilindışıyla baş başa bırakmakta, tekinsizi çağırılmaktadır. Schiaparelli de 1920 ve 1930'larda tasarladığı kazaklarda benzer bir yöntemi kıyafete uygulamıştır. 1927 yılında, Ermeni kadınların kullandığı özel bir örme yöntemi ile siyah beyaz kazaklar üretmiştir. Siyah olan bu kazakların boynunda beyaz bir eşarp var gibidir; ancak yakından bakıldığında beyaz bir eşarp gibi görünen parçanın kazağın ait olduğu anlaşılmaktadır (Şekil 5.19). 1930'lardaki koleksiyonlarında Schiaparelli bu yöntemi değişik biçimlerde kullanmıştır. Bu koleksiyonlarda kazaklara genellikle denizcilerin ve işçi sınıfından erkeklerin yaptığı dövmeleler daha önceki örme tekniğıyle işlenmiştir. Aynı yıllara ait bir başka koleksiyonda da bu kez insan iskeleti kazağın yüzeyine taşınmıştır. Schiaparelli'nin şok edici diğer bir tasarımı X-Ray kazaklar olarak adlandırılan, transparan ve sentetik bir kumaş kullanarak yaptığı, iç çamaşırları gösteren kazaklardır. Erkek ve kadın kimliklerini sorgulaması, kıyafeti örtme işlevinden arındırılması ve insan bedeninin kıyafetin dışına taşınması ile tasarımcı, gereküstüüülerin etrafında dolaştığı tekinsiz kavramını akla getirmektedir.

E. Schiaparelli'den sonra da göz yanılsaması moda tasarımcıları arasında tercih edilen bir yöntem olmuştur. Bunun en iyi örneklerinden bir tanesi 1986 yılında François Lesage tarafından tasarlanan el kemerdur. Bu öğede, kıyafeti giyen kişinin elleri kırmızı eldivenler içinde kemerin üstünde gibi görünmektedir; ancak yakından bakıldığında görünen ellerin bir göz yanılsaması yaratmak için

kullanıldığı anlaşılmaktadır (Şekil 5.20). Diğer bir örnekle de, yine 1986 yılında Marc Jacobs tarafından tasarlanan bir kıyafette karşılaşılmaktadır. Bu kıyafette de sahte eller beli kavramış gibi görünmektedir (Şekil 5.21).



Şekil 5.19: Elsa Schiaparelli – İlmek Kazak, 1927 (Anonim, 2011a)



Şekil 5.20: François Lesage – El Kemer, 1986 (Martin, 1989)



Şekil 5.21: Marc Jacobs - El imgesini kullanan bir tasarım 1986 (Martin, 19891)

Schiaparelli'nin tasarımlarında başvurduğu diğer bir gerçeküstücü yöntem yer değiştirmedir. Gerçeküstücü sanatçılar yer değiştirmeyi Gerçeküstücü nesne etrafında tanımlamışlardır. Gerçeküstücü nesne, herhangi bir yerde bulunmuş ya da herhangi bir yerden alınmış bir nesnedir; ancak işlevinden ve gündelik bağlamından koparılmış, işlevsiz hale getirilmiş, yeni anlamlarla donatılmıştır. Elsa Schiaparelli'nin 1937 yılında ürettiği ayakkabı şapkalar yer değiştirmenin öne çıktığı örneklerdir. Ayakkabı şapkalarda ayağa giyilen bir giyim eşyası başa taşınmış nesnenin anlamı ve bağlamı değiştirilmiştir (Şekil 5.22). Aynı zamanda Batı'da şapka uzun bir dönem boyunca sosyal statü sembolü olarak kabul edilmiştir. Ayakkabı şapkalar bu sosyal statü bağlamıyla da oynamış, sosyal statü için tanımsız bir alan yaratmışlardır. Schiaparelli'nin ayakkabı şapkaları güçlü bir esin kaynağı olmuştur. Kristen Woodward'ın 1986 yılında yaptığı ibrikten şapkası ve Karl Lagerfeld'in 1985 tarihli korse şapkası bu yöntemi kullanan diğer tasarımlardır (Şekil5.23-5.24).





**Şekil 5.22:** Schiaparelli – Ayakkabı Şapka Çizimleri, 1937 (Martin, 1989)



**Şekil 5.23:** Kristen Woodward – İbrikten Şapka, 1986 (Martin, 1989)

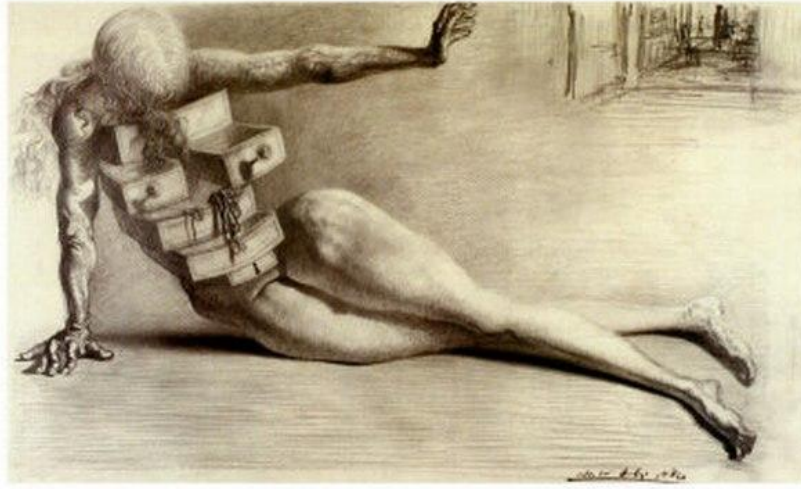


**Şekil 5.24:** Karl Lagerfeld – Korse Şapka, 1985 (Martin, 1989)

Elsa Schiaparelli, diğer Gerçeküstücü sanatçılarla da işbirliğine gitmiştir. Schiaparelli, 1937 yılında Jean Cocteau'nun bir çizimini yorumlayarak Jean Cocteau nakışlı ceketini üretmiştir (Şekil 5.25). Bu ceket, bel bölgesinde elle biten bir kemer bulunmaktadır. Schiaparelli burada daha önce de değinilen göz yanılması yöntemini kullanarak Cocteau'nun iki boyutlu çizimine hacim kazandırmıştır. Schiaparelli'nin sıkça birlikte çalıştığı, gerçeküstücü grubun en çok tanınan sanatçılarından olan Salvador Dali'dir. Schiaparelli ve Dali'nin ilk işbirliği 1931 yılında, Dali'nin çizdiği bir insan bedenine monte edilmiş çekmeceleri tasavvur eden resmi Schiaparelli'nin bir ceketle dönüştürmesi olmuştur (Şekil 5.26-5.27). Sözü edilen resim ve gerçeküstücülüğün yer değiştirme yönteminin iki alanda da iyi birer örneğidir. Doline Dritsas 1984 yılında tasarladığı *Renkli İpek Çekmece Elbise* isimli tasarımında aynı uygulamayı kullanmıştır (Şekil 5.28).



**Şekil 5.25:** Elsa Schiaparelli – Jean Cocteau Nakışlı Ceket, 1937 (Parlak, 2006)



Salvador Dalí  
1936 *La ciudad de los espejos*

Şekil 5.26: Salvador Dalí – Çekmeceler Şehri, 1936 (Anomim, 2011b)



Şekil 5.27: Elsa Schiaparelli – Masa Ceket, 1936 (Martin, 1989)



**Şekil 5.28:** Doline Dritsas – Renkli İpek Çekmece Elbise, 1984 (Martin, 1989)

Gerçeküstücüler sanatçıların esin kaynaklarından biri de deniz ve deniz canlıları olmuştur (Martin, 1989). Salvador Dali ve Elsa Schiaparelli'nin 1937 tarihli ortak tasarımı olan *Istakoz Elbise* bu esinin en iyi örneklerinden birisidir (Şekil 5.29). Istakoz, dışı kabuklu dolasıyla sert; içi ise yumuşak olduğu için tekinsizin deneyimlenmesine kapı açmaktadır. Dali, bu tekinsiz deneyimine dayanarak ıstakozu kullandığı değişik tasarımlar yapmıştır. Istakoz elbisede, bir ıstakoz motifi kadının vajinasının olduğu noktadan başlamakta, vurguyu bu bölgeye çekmektedir. O güne değin böyle bir canlının bir elbise üstünde hiç kullanılmaması bu duruma yabancı olanlar için bir şok etkisi yaratmasının yanında tekinsiz deneyimini güçlendirmektedir. Dali ve Schiaparelli'nin ardından Amerikalı tasarımcı Charles James, ıstakozu doğrudan bir elbise formuna dönüştürmüştür (Şekil 5.30). James'in kıyafetinde, ıstakoz formu elbisenin kendisine dönüşerek onu giyen kadını kırılğan ve yumuşak iç bölüm olarak sunmaktadır.

Salvador Dali ve Elsa Schiaparelli'nin ortak çalışması sonucu ortaya çıkan bir diğerk önemli Gerçeküstücü kıyafet 1937 tarihli *Gözyaşı İllüzyonu* isimli çalışmadır (Şekil 5.31). *Gözyaşı İllüzyonu*'nda yüksek sınıfların kullandığı lüks ipekli bir kumaşa genelde alt sınıfların giydiği pelerin biçimi verilmiş, kıyafetin yapıldığı kumaş parçalanmış, böylece kıyafet bir paçavra görünümüne büründürülmüştür. Kıyafetin yapıldığı kumaşa hayvan eti baskıları yapılmıştır. Pelerinin üstündeki yırtıklar gerçek kumaş yırtıklarından meydana gelmekteyken, iç kısımda yer alan elbiseki yırtıklar baskıyla oluşturulmuş göz yanılsamalarıdır. *Gözyaşı İllüzyonu*, Gerçeküstücü ressamların tablolarında yanılsama aracılığıyla yarattığı fantezi, düş, hayal ve gerçek ikilemini gündelik hayata içinde izleyiciye sunmuştur.



Şekil 5.29: Elsa Schiaparelli ve Salvador Dali – Istakoz Elbise, 1937 (Baxbaum, 2005)

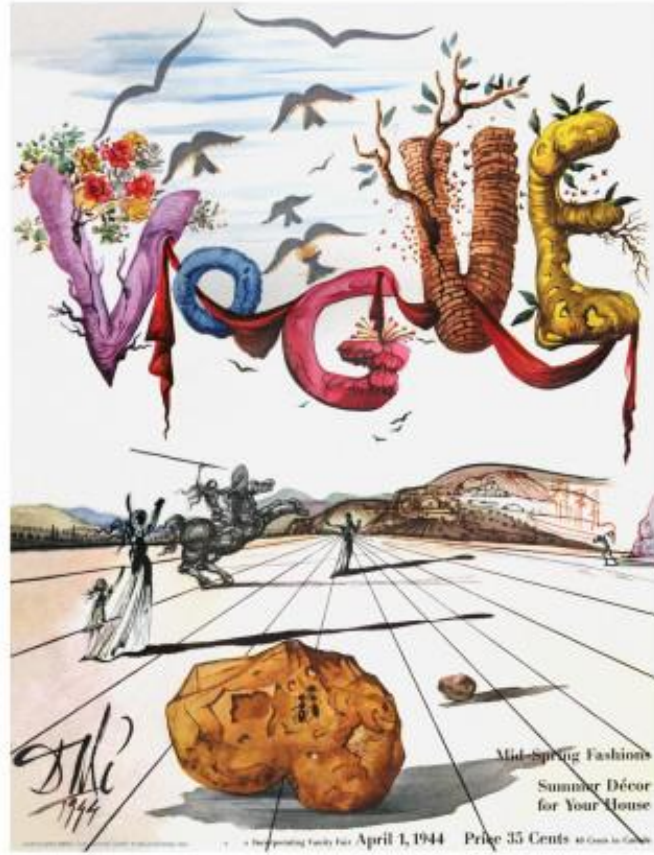


**Şekil 5.30:** Charles James – Denizkızı Kabuğu Elbise, 1982 (Baudot, 1999)



**Şekil 5.31:** Elsa Schiaparelli ve Salvador Dalí - Gözyaşı İllüzyonu, 1937 (Baxbaum, 2005)

Gerçeküstücülük sadece kıyafet tasarımında etkili olmamış, 1930’lu ve 1940’lı yıllarda popüler moda dergilerinde beliren fotoğraflar, çizimler ve grafikler üstünde de etkisini göstermiştir (Martin, 1989). Büyük moda dergileri Gerçeküstücü sanatçıların eserleriyle yakından ilgilenmiştir. Gerçeküstücülüğün metaforlar kullanarak bedeni metamorfozlarla uğratması, gerçek ve gerçek olmayan arasındaki ince çizgiyi sorgulaması, fantastik dünyalar yaratması gerçeküstücü moda fotoğraflarına ve çizimlerine tartışılmaz bir güç katmıştır. *Vogue*, *Harper’s Bazaar*, *Flair* gibi dergiler bu gücü keşfetmiş, gerçeküstücü sanatçıların çalışmalarını kapaklarına taşımışlardır. Man Ray, Salvador Dali, Leonor Fini gibi sanatçılar doğrudan moda dergileri ile çalışmışlardır (Şekil 5.32). Günümüz moda fotoğrafında ve moda çiziminde Gerçeküstücü etkilere rastlamak mümkündür.



**Şekil 5.32:** Salvador Dali'nin 1944 Nisan tarihli Vogue dergisi kapağı için yaptığı çizim (Conde Nast Store, 2011)

Gerçeküstücülük moda ile her zaman yakın bir ilişki içinde olmuş, Gerçeküstücü ilkeleri uygulamak için mankenler ve beden Gerçeküstücü sanatçılar arasında bir sanat ortamına dönüştürülmüştür. Elsa Schiaparelli sayesinde Gerçeküstücülük sadece bir ilham kaynağı olarak değil, bütün dinamikleri ile birlikte kıyafet tasarımına taşınmıştır. Schiaparelli, *Shocking Life* isimli otobiyografik eserinde kıyafet tasarımını bir sanat olarak gördüğünü, kıyafet tasarımının bir meslekten çok tutkuyla bağlanılacak bir sanat olduğunu iddia etmektedir (Martin, 1989; s.197). Gerçeküstücü yöntemler kıyafet, aksesuar ve moda sunumu için yeni yollar açmışlar, günümüzde hâlâ tazeliklerini koruyarak sanat ve moda arasındaki ince çizgide durmaktadırlar. Issey Miyake, Rei Kawakubo gibi Japon kökenli moda tasarımcılarının çalışmalarında, Karl Lagerfeld, Christian Lacroix gibi *haute couture* tasarımcılarının kıyafetlerinde Gerçeküstücü yöntemlere rastlanabilir.

### 5.1.3 Moda ve Fütürizm

Fütürist sanatçıların amacı dünyayı tamamen değiştirmektir. Bu amaç için sadece sanatla değil, mimari, müzik ve moda gibi görülen ve duyulan her şey üstüne çeşitli manifestolar yazmışlardır. Kıyafet de Fütürist sanatçıların ilgilendiği alanlardan biridir. Fütürist sanatçılar Umberto Boccioni, Carlo Carra, Luigi Russolo, Giacomo Balla ve Gino Severini, 1910'da Fütürist resim üstüne yazdıkları manifestoda modern giyimin kıvrımlarının ve çizgilerinin armonisinin Fütürist duyarlıktaki önemini vurgulamışlardır (Boccioni vd., 2001). Onların giyim anlayışında kıyafetler süslerden, gösterişten arındırılmış olmalı, sağlık ve rahatlık öğeleri göz önüne alınarak tasarlanmalıdır. Fütüristlere göre modern kıyafet hayatın dinamizmine ve hızına dikkat çekmeli, asimetrik kesimlerden ve dinamik kumaşlardan meydana gelmelidir (Braun, 1995).

Giacomo Balla fütürist modanın babası olarak bilinmektedir. Balla 1914 yılında yayımladığı manifestosunda erkek giyiminin sıkıcı, kasvetli öğelerinin hareketli ve renkli öğelerle değişmesini talep etmiştir (Balla, 2004). 1914 yılında tasarladığı ceketinde bu talebini hayata geçirmiştir. Asimetrik olan bu ceketin üstünde cep ve yaka yoktur; ceket geniş geometrik formlardan oluşmaktadır. 1923 yılında Balla tarafından hazırlanan başka bir tasarım, bir erkek takımı fütüristik modanın bütün ilkelerini içermektedir. Bu takımında asimetrik ve geometrik



şekillerden oluşmaktadır (Şekil 5.33). Balla, giysi tasarımında öne çıkan renkler ve asimetrik kesimlerle kıyafeti giyenin anatomisini parçalayarak, Fütürist resimdeki gibi dinamik bir etki yakalamıştır (Stern, 2004).



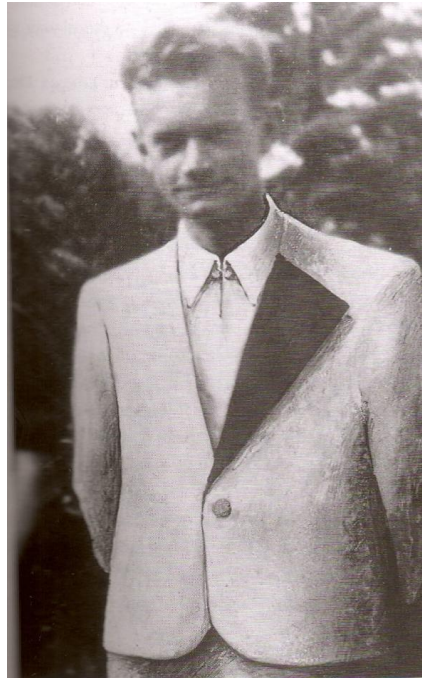
Şekil 5.33: Giacomo Balla – Erkek Takım Elbisesi, 1923 (Parlak, 2006)

Fütürist sanatçılar, kıyafet tasarımlarında alüminyum, cam, metal gibi alışılmışın dışında malzemeler kullanmışlardır. Bu materyaller arasında fosforlu malzemeler, çeşitli bedeni boyama teknikleri, geometrik formların kolajları da bulunmaktadır. Değişik materyallerin yanında, Fütüristlerce giyim için günümüz akıllı tekstillerine öncülük eden yeni fikirler de ortaya atılmıştır. Giyim üstüne yazdığı manifestoda Giacomo Balla dönüşen giysiyi tanıtmıştır. Teknolojinin yardımıyla bu giyside, giysiyi giyen kişi bir düğmeye basarak giysinin kollarını uzatabilecek ya da rengini değiştirebilecektir. Ayrıca giyside sonradan eklenebilecek ya da üstüne monte edilebilecek parçalar yer alacak, böylece giyen istediği gibi giysiyi düzenleyebilecektir (Balla, 2004). Balla'nın bu fikri, giysi tasarımına yeni bir bakış da getirmektedir. Giyenin ruh haline göre değiştirebildiği giysiler, tasarımcı ile onun tasarladığı giysileri giyenler arasında bir köprü

oluşturmaktadır. Bu yolla R. Stern'in deyişiyile, giysi tasarımcı ve onu giyen arasında bir "açık yapıt"a dönüşmektedir (Stern, 2004).

G. Balla'nın teknolojiyi tasarımlarına uyguladığı bir başka çalışması da ışık saçan kravattır. Bu kravata Balla bir seluloz kutu, bu kutunun da içine bir lamba ve pil yerleştirmiştir. Halk önündeki konuşmalarında lamba yanmakta ve kravat ışık saçmaya başlamaktadır (Stern, 2004).

Balla'nın tasarımlarından etkilenerak 1930'larda ikinci nesil Fütürist sanatçılardan biri olan Tullio Crali'nin ceket tasarımları fütüristik dinamizmin başka bir yönünü vurguladığı için önemlidir. Crali'nin 1932 yılında tasarladığı "Sentetik Ceket" isimli ceket, cepsiz ve yakasızdır (Şekil 5.34). Yaka yerine sadece sol klapa bırakılmış ve bu klapa vurguyu üstüne çekmek için siyaha boyanmıştır. Ceket parlak renklindedir ve yakasız, cepsiz olmasından dolayı kıvrımlarını öne çıkararak hatlara sahiptir. 1932 yılında bu kez kendi kullanımı için tasarladığı cekte Crali, yaka ve manşet kullanmamış, ceketini tek bir krom düğme ile kapatmıştır (Şekil 5.35). Crali'nin tasarımları insan bedeninin dinamik hatlarına yönelmekte, Balla'nın aksine renkler ve geometrik formlar yerine fütürizmin başka bir açıdan nasıl yorumlanabileceğine ışık tutmaktadır.



Şekil 5.34: Tullio Crali, Sentetik Ceket, 1932 (Stern, 2004)

Fütürizmin etkisinde kıyafet tasarımları yapan bir başka sanatçı da çalışmalarını Fransa'da sürdüren Sonia Delaunay'dır. Delaunay'a göre moda sanatsal bir anlatım biçimidir, onunla yapılan bir söyleşide 'modayla ilgilenmediğini, ışığı ve rengi kumaşlara uyguladığını' söylemiştir (English, 2007; s.45). Sonia Deleunay 1910'larda eşi ressam Robert Deleunay ile birlikte resimde renk çalışmalarına yoğunlaşmış, bu çalışmaların sonucunda çift simultaneizm akımını keşfetmiştir. S. Delaunay'ın giysi tasarımına yönelmesi bu akım için gerçekleştirdiği renk çalışmaları sonucunda olmuştur. Simultaneizm renk karşıtlıkları üstüne temellenmiş ve resmi aşarak mobilya, süs nesnelere, posterler gibi gündelik kullanım nesnelere yönelme eğiliminde olmuştur. Delaunay'ın tasarladığı kıyafetler kullandığı farklı dokulardaki kumaşlar, karşıt renkler ve önerdiği yeni kesimlerle insan bedenini hareket halinde gösteren bir dinamizmin peşinde olmuştur (Stern, 2004). Sanatçı tarafından 1923'te tasarlanan bir ceket bu özellikleri yansıtmaktadır (Şekil 5.36). Bu ceket kırmızı ve yeşil karşıtlığı vurgulanmış, farklı kumaşlar birbiri ile kombine edilmiş, manşetler ve yakalar ceketten çıkarılarak dinamik bir görünüm elde edilmiştir.



**Şekil 5.35:** Tullio Crali, sanatçının kendisi için tasarladığı ceket, 1932 (Stern, 2004)



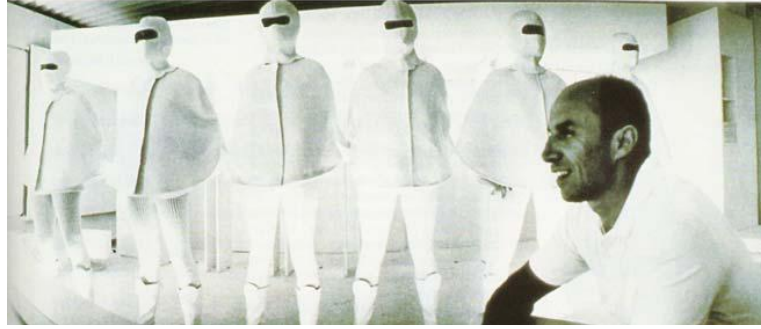
**Şekil 5.36:** Sonia Deleunay, Bir ceket tasarımı, 1923 (Stern, 2004)

S. Deleunay, 1922 yılında şiir ve resmin sınırlarını zorlayan şiir-elbiseleri üretmeye başlamıştır. Bu kıyafetlerde dönemin ünlü şairleri Tristan Tzara ve Paul Soupault'un şiirlerini kıyafetlere, metindeki harfleri dekoratif tipografik öğelere dönüştürerek yerleştirmiştir (Şekil 5.37). Elbiselerde beden hareket ettiği zaman metin ve renkler akıcı bir görünüm elde ederek iç içe geçmektedir. Delaunay'ın tasarımları Fütüristlerin yaptığı gibi, yükselen makine çağını ve bu çağın hızını selamlamaktadır.



**Şekil 5.37:** Sonia Delaunay – Giysi Şiir çizimi, 1922 (Katsaros, 2010)

Fütürizm ortaya çıktığından beri moda tasarımcılarını etkilemektedir. Emilio Pucci 1960'lı yıllarda sade, geometrik şekillerden oluşan kıyafetler yaparak fütürizmin ideallerini kullanmıştır. Yine 1960'lı yıllarda uzay çalışmalarının artması, aya ayak basılması moda dünyasını bir gelecek arayışı içine itmiş, Andre Courreges uzay modasını yaratmıştır (Şekil 5.38). Bir başka tasarımcı Paco Rabanne plastik, alüminyum ve metal gibi malzemelerle bedeni saran kıyafetler tasarlamıştır (Şekil 5.39). Günümüz tasarımcıların Hussein Chalayan'ın da teknoloji ve giysi arasındaki ilişkileri sorguladığı tasarımları fütürizmin ideallerine uymaktadır (Şekil 5.40). Çağlayanın tasarımlarında beden ve onun çevresi ile ilişkileri üstüne geliştirilen işlevsel form arayışları dikkat çekmektedir.



Şekil 5.38: André Courr ges – Uzay Modası, 1968 (Parlak, 2006)



Şekil 5.39: Paco Rabanne – Metal Giysi Tasarımı, 1967 (Parlak, 2006)



**Şekil 5.40:** Hussein Chalayan – Led Elbise, Kış 2007 (Wikipedia, 2011c)

Fütüristler kıyafetlerini tanıtmak için de farklı bir yol geliştirmişler, onları giyip sokaklara çıkmışlar ve halkı provoke etmişlerdir. Marinetti, Balla ve Cangiullo fütürist giysiler giyip Roma Üniversitesi'nde bir gösteri yapmayı planlamış ancak gösteriyi Cangiullo tek başına yapmıştır. Kargaşanın ortasında, kırmızı, yeşil, beyaz ceket ve aynı renklerde gümüş yıldızlarla taçlandırılmış beresi ile kalabalığın üstüne atlamıştır (Braun, 1995).

Emily Braun'a göre Fütürist idealler etrafında şekillenen moda 'yeni sunup eskiyi reddetmiş, endüstri ve sanat arasındaki ilişkiyi bulanıklaştırmış' ve tarza sosyal ve estetik bir anlam yüklemiştir (Braun, 1995; s.34). Fütüristler yazdıkları manifestolarda hayatın hızına dikkat çekmiş, makine çağını kucaklayarak terziliğin yerine seri üretimi koymuşlardır. Bunun yanında Fütürist sanatçıların yaptıkları tasarımlar, kendi dönemlerinde her zaman uç örnekler olarak kalmış, bu tasarımları kendileri, yakın çevreleri ve birkaç izleyicileri dışında kimse kullanmamıştır. Bu göz önüne alındığında Fütüristlerin modayı, kendi dünya görüşlerini duyurmak ve halkı provoke etmek için bir araç olarak kullandıklarını söylemek doğru olacaktır. Fütürizmin giyim üstüne olan biçimsel önerileri ise ilerleyen yıllarda gerçekleşmiş ve Fütürizm tasarımcılar için etkilendikleri ya da içinde yer aldıkları bir akım olmaya devam etmiştir.

#### 5.1.4 Moda ve Konstrüktivizm

Konstrüktivist sanatçılar sadece kendi uzmanlaştıkları alanlarda değil, neredeyse hepsi sanatın bütün alanlarında ürünler vermişlerdir. Konstrüktivizm uzun bir Ekim Devrimi'nin resmi sanatı olarak bütün gündelik hayatı yeniden inşa etmek etrafında geliştirilmiştir. Konstrüktivist sanatçılar, bireysel üretim yapan ve eserlerini müzelerde ve galerilerde sergileyen sanatçılara savaşı açmışlardır. Onlara göre, sanatçının görevi yeni toplumun en küçük detayından en geniş organizasyonuna bütün inşa süreçlerinde birebir yer almaktır (Shiner, 2004). Ekim Devriminin yanında yer alan bu sanatçılar, gündelik kullanım nesnelere insan psikolojisi üzerinde önemli etkileri olduğuna inanmaktadırlar; bu nesnelere değiştirerek ya da yeniden üretmek kitlelerin düşüncelerini etkileyebileceklerini, yeni toplumun inşasını hızlandırabileceklerini savunmuşlardır (Stern, 2004). Gündelik hayatın yeni görünümünü oluşturmak arasında kuşkusuz kıyafet tasarımı büyük önem taşımaktadır. Vladimir Tatlin [1885-1953], Alexander Rodchenko [1891-1956], Varvara Stepanova [1894-1958], Luibov Popova [1889-1924] gibi sanatçılar tekstil ürünleri ve kıyafet tasarımı içinde doğrudan yer almışlar, devrimin ihtiyaçlarını karşılamak üzere giysiler tasarlamışlardır (Clark, 1998).

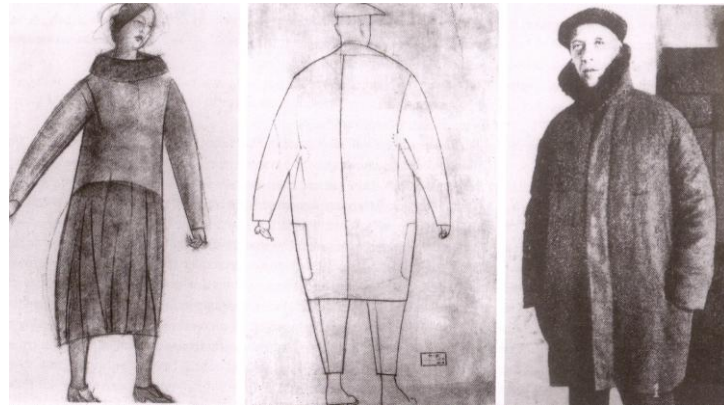
Ekim Devrimi sonrası dönemde Rusya'da tekstil endüstrisi çok kötü durumdadır. Üretim dağınık atölyelerde, çok eski teknolojilerle yapılmaktadır. Devrimin sanayileşme ilkeleri doğrultusunda 1920'li yıllarda tekstil endüstrisini düzenlemek ve yeni Rusya için kıyafetler tasarlamak için çeşitli komiteler oluşturulmuş, merkezler atanmış ve sanatçılar görevlendirilmiştir. Sovyet Rusya'da kıyafet bir ticari uğraş olmaktan öte, devrimin bir sembolü olarak karşılaşmış; sanatçılardan işçilerin gündelik hayatlarına uygun olacak biçimde süssüz, yalın ve burjuvazi değerlerinde arınmış kıyafetler tasarlamaları beklenmiştir (Gerçek, 2006).

Konstrüktivizmin kurucularından olan sanatçı V. Tatlin, devrimden sonra sanatçıları üretime katılmaya ve kullanışlı kıyafetler yapmaya çağırmıştır. V. Tatlin, kendi konstrüktivist görüşleri çerçevesinde kıyafeti giyenin sorunlarına pratik çözümler üreten tasarımlar yapmıştır. Bu tasarımlar, o güne değin görülmemiş biçimler önermiştir. Bu kıyafetlerindeki renkler sadece kırı gizlemeye

yöneliktir; kıyafetlerin biçimi ise bedenın bütün parçalarına özgür hareket imkânı tanıyacak şekilde düzenlenmiştir; cepler herhangi bir estetik ölçüt göz önünde bulundurulmadan kolların uzunluğu dikkate alınarak kıyafetin yüzeyine yerleştirilmiştir. Sadece kıyafeti giyenin pratik ihtiyaçlarını göz önünde bulundurarak tasarladığı kıyafetlerini V. Tatlin, “güzel” olarak değil, “sıcak ve hijyenik giysiler” olarak sunmuştur (Stern, 2004; s.49). Tatlin’in ortaya attığı bir başka yenilik de modüler kıyafetlerdir. Bu kıyafetlerde takıp çıkarılabilen parçalar sayesinde kıyafeti giyen kişiler yaptıkları işe göre kıyafetlerini değiştirebilmektedir. Aynı zamanda bir mont tasarımında takıp çıkarılabilen bir kürk ekleyerek, montun hem sonbaharda hem de kışın giyilebilmesi amaçlanmıştır (Şekil 5.41).

Konstrüktivist sanatçılar V. Stepanova ve L. Popova Ekim Devrimi’nin ardından, sanatçının üretimde doğrudan yer alması görüşünü savunmuş ve bir tekstil fabrikasında çalışmaya başlamışlardır. Onlara göre yeni kıyafet modayı takip edecek ya da yansıtacak bir kıyafet değil, işçiler için çalışırken işlevsel olacak, makine çağının dinamizmini yansıtacak ve burjuvazinin değerlerinden sıyrılmış olmalıdır. V. Stepanova, Ekim Devrimi’nin gündelik kıyafetini ele aldığı 1923 tarihli manifestosunda yeni kıyafeti şu şekilde tanımlamaktadır:

“Bugünün kıyafeti hareket halinde görülmelidir –bunun dışında kıyafet yoktur; nasıl makine ondan yapması beklenen iş dışında tasavvur edilemezse ... dikişlerin kendileri - kesimin başlıca ögesi olan – kıyafete biçim verir. Giysinin nasıl görüneceğini vurgularlar; bağlarını vb. nasıl bir makinede benzer şeyler görünebilirse...” (Stepanova, 2004; s.172)



**Şekil 5.41:** V. Tatlin’in kıyafet tasarımları, 1924 (Stern, 2004)



Ancak bu dönemde Rusya’da malzemeler kısıtlı ve kullanılan makineler oldukça eskidir. Sanatçılar bu kısıtlamalar içinde tasarımlarını gerçekleştirmişlerdir. V. Stepanova aynı manifestoda üç tip kıyafet belirlemiştir. Bunlar bir kalıp temel alınarak iş koşullarına göre değişebilecek olan üretim giysisi (prozodezhda), pilotlar, cerrahlar gibi özel işlerde çalışanların ihtiyaçlarına cevap verebilecek özel kumaşlardan üretilen özel giysi (spetsodezhda) ve sporculara hitap eden spor giysisidir (sportodezhda) (Stepanova, 2004). Sosyalistler aynı kıyafetleri giyen kitlelerin aynı toplumun üyesi olduklarını daha çok hissedeceklerini, böylece kitlelerde topluluğa ait olma hissinin uyanarak bireyciliğin önüne geçeceklerini düşünmüşlerdir (Stern, 2004). Stepanova’nın oraya attığı üretim giysisi fikri, giysiyi giyeni etrafındaki diğer insanlarla aynı görünüme büründürerek insanlar arasındaki farkı ortadan kaldırmakta ve ideolojik bir işlev görmektedir. Bunun yanında özel giysi, kimi özel ihtiyaçları olan meslekler için tasarlanmasının yanında kullanılan kumaşların kalitesi ve biçimiyle kişinin toplum içindeki önemine vurgu yaparak, bir sosyal statüde ortaya koymaktadır. Spor giysisi ise, Stepanova’ya göre, yeni toplumun dinamik yapısını vurgulamalı aynı zamanda işlevsel olmalıdır. O bu giysiyi üç unsurla açıklamıştır: “basitlik, pratiklik ve giyimdeki kolaylık” (Stepanova, 2004; s.173) (Şekil 5.42).



Şekil 5.42: V. Stepanova’nın 1924’te tasarladığı spor giysi (Adaskina, 1987)

V. Stepanova ve L. Popova, giysi tasarımıdaki yenilikçi fikirlerinin yanısıra desen tasarımı da burjuvaziye ait gördükleri çiçek baskılı desenleri ret ederek, bunların yerine dinamizmi vurgulayan üçgenler, kareler, dikdörtgenler gibi geometrik şekillerden oluşan tasarımlar yapmışlardır (Şekil 5.43). B. English'e göre, Stepanova'nın kullandığı iki renkli birbirini tekrar eden desenler 'sadece doğada bulunabilen organik biçimlerin evrensel ritminin etki ettiği bir biçimsel sanat değildir, aynı zamanda iyi yağlanmış makinelerin sistematik çalışmasının etkisini' de taşımaktadırlar (English, 2007; s.49-50). Ancak, dönemin kötü ekonomik koşulları nedeniyle, V. Stepanova ve L. Popova'nın tasarımları birer prototip olarak kalmıştır. Stern'in verdiği istatistiğe göre Stepanova'nın tasarladığı 120 adet baskıdan sadece 20 tanesi kitle üretimine girebilmiştir.



Şekil 5.43: 1920'lerde V. Stepanova ve L. Papova tarafından tasarlanan desen örnekleri  
(Adaskina, 1987)

V. Stepanova ve L. Papova'nın radikal önerilerinin yanında, Ekim Devriminden önce başarılı bir *haute couture* tasarımcısı ve Paul Poiret'nin arkadaşı olan Nadezhda Lamanova [1861-1941] da devrim sonrası dünya için kıyafetler tasarlamıştır. Lamanova bu tasarımlarında Rus folklorundan aldığı öğeleri stilize etmiş, Rus halkının kolektif bilincini işçiler için resmi kıyafetlere ve gece kıyafetlerine dönüştürmüştür. V. Stepanova ve L. Popova'nın kişilerin işlerine göre şekillenecek üretim giysisinin karşısına, giyenen silüetine ve bedenine göre düzenlenecek kişisel giysi fikrini yerleştirmiştir (Şekil 5.44-5.45)



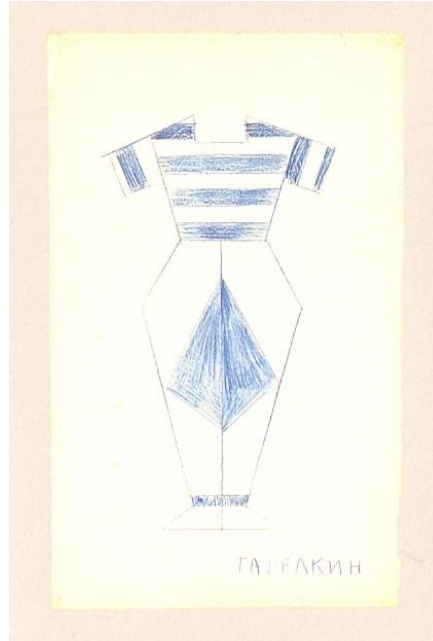
Şekil 5.44: N. Lamanova'nın 1925 yılında tasarladığı bir giysi (Stern, 2004)



Şekil 5.45: N. Lamanova'nın 1925 yılında tasarladığı bir spor giysisi (Stern, 2004)

Konstrüktivizmin ilkelerine bağlı kalarak giysi tasarımı yapan diğer bir sanatçı Aleksandra Exter [1882-1949]'dir. Exter de diğer konstrüktivistlerin giysilerin inşa edildiği fikrine katılmaktadır. Onun tasarladığı giysiler farklı yüzeylerin bir araya geldiği ve giysiyi meydana getirdiği Kübist çalışmaları andırmaktadır. Exter, sanatçı ile teknikerin bir araya gelerek oluşturduğu ve giyenin çalışma koşullarına uygun, aynı zamanda bireyselliğini de yansıtabileceği bir giysi fikrini savunmuştur (Stern, 2004).

Konstrüktivist sanatçılar tekstil endüstri için kıyafet ve desen tasarımının yanında devrimci tiyatro için sahne ve kostüm tasarımı da yapmışlardır. Ekim Devrimi'nin ardından Ulusal Tiyatroların müdürü olan Vsevolod Meyerhold [1874-1940], 'Biyomekanik' olarak adlandırılan yeni bir tiyatro biçimi geliştirmiştir. Bu tiyatrodaki mekanik çağın gereklerini karşılamak için beden mekanize olan bütün hareketleri denemiş, geleneksel tiyatronun aksine aktörlerin bedenleriyle 'zaman içinde gelişen bir sanat' ortaya koyulmuştur. Bu bağlamda sahne tasarımı da arkada iki boyutlu boyanmış manzara ve düz bir zeminden üç boyutlu, dinamik bir hareket alanına dönüşmüştür. V. Meyerhold ve V. Stepanova 1922'deki *Tarelkin'in Ölümü* isimli oyun için birlikte çalışmıştır (Şekil 5.46). Bu oyundaki kostümler beden parçalarını yansıtan küçük parçalara ayrılmıştır. L. Popova'nın aynı yıl *Bağışlayıcı Aldatılan* isimli oyun için tasarladığı kostümler de Konstrüktivist ilkeleri yansıtmaktadır. L. Popova, kostümleri aktörler için uniformalar, işçiler için prototip kıyafetler olarak tasarlamıştır. İşaretlerle aktörler birbirinden ayrılabilir (Clark, 1998). Tiyatro için yapılan bu kıyafetler, bir yandan da yeni kurulan dünyanın propogandasını yapmakta, sanatçılar için kıyafetlerin ilk deneme alanını oluşturmakta ve tiyatro oyunları sayesinde halka tanıtılmaktadır (Adaniska, 1987).



Şekil 5.46: V. Stepanova – Tarelkin'in Ölümü için kostüm tasarımı, 1922 (Clark, 1998)

Rus Konstruktivistleri ile aynı dönemde benzer görsel öğelere sahip kıyafetler Paul Poiret, Sonia Delaunay gibi tasarımcılar tarafından Paris’te de tasarlanmıştır, ancak bu kıyafetler sınırlı bir müşteri kitlesine özel üretim esasına dayanılarak üretilmiştir. Rus Konstruktivistleri tasarımlarını büyük işçi kitleleri için ve seri üretimin esaslarını temel alarak gerçekleştirmişler, sanatı kitle için üretim yapacakları bir alan olarak görmüşlerdir. Bu bağlamda tasarladıkları kıyafetler de yeni kurulacak sosyalist dünyanın kitlesel tüketim nesnelere; ancak kapitalist toplumlardaki her sezon değişen moda olgusunun karşısına, her daim aynı kalacak evrensel bir giysi fikrini yerleştirmişlerdir. Bonnie English’in deyişiyle ‘Rus avangardları komünist ideolojiye olan bağlılıklarını kıyafetleri ile vurgulamak isteyen sadece küçük bir azınlık üstünde etkili olabilen anti-moda ürünleri tasarlayarak giyimi devrimcileştirmek istemişlerdir’ (English, 2007; s.50). Ancak 1930 yıllarda diğer ülkelerle girilen ilişkiler sonucunda halkın talebi değişmiş, insanlar her zaman aynı kıyafetleri giymek yerine, yere, zamana ve ortama göre değişen; moda olgusunu takip eden bir anlayışa doğru kaymıştır.

## **5.2 Moda ve Sanat Arasındaki Dolaylı Etkileşimler**

Moda tasarımcıları doğrudan sanat akımlarının içinde olmadan ya da sanat akımlarının tekniklerini kullanmadan da sanat dünyası ile ilişkiler içinde olmuşlar ve sanatın sosyal arenadaki etki gücünü kullanmışlardır. Charles Frederick Worth kıyafetlerini etiketlemiş, Paul Poiret kıyafetlerine isimler vermiş, Coco Chanel kendine sanatçılar ve sinema yıldızları ile çevrili bir dünya kurmuştur. Bu bölümde moda tasarımcılarının sanat dünyası içindeki yeri ve işlevi tartışılacak, moda tasarımcıları ve sanat dünyasının etkileşiminin tasarımcıların çalışmaları ve biyografileri üstündeki etkileri araştırılacaktır.

### **5.2.1 Bir Sanatçı Olarak Moda Tasarımcısı**

Sanayi Devrimi’nin ardından moda ürünleri seri üretimin çemberine girmiştir. *Haute couture* tasarımcıları bir yandan özel müşterileri için kıyafetler üretirken, bu kıyafetlerin reproduksiyonlarını yaparak çoğaltmışlar ya da bu kıyafetler üstünde ufak değişikliklerle seri üretim ürünlerle zenginleşen yerel ve uluslararası pazarlarda yer almaya çalışmışlardır. Seri üretim zanaatkârı bir

girişimciye, sanatçıya, halkla ilişkiler uzmanına ve işletmeciye dönüştürmüştür. Moda tasarımcıları ürünlerini pazara sunarlarken çeşitli stratejiler geliştirmişler, dönüşen pazar ekonomisinde ayakta kalabilmek için isimlerini duyurmanın ve markalarının kimliğini korumanın yollarını aramışlardır. Bu stratejilerden en çok başvurulanı sanatın dinamiklerini kullanmak olmuştur. Paul Poiret ve erken dönem Fransız moda tasarımcıları yüksek kültür içinde yer alabilmek için döneminin avangard sanatını kollayan kişiler olmuşlar, dev koleksiyonlar oluşturmuşlar, sanatçıları desteklemişlerdir. Bunun yanında, kendilerinin de birer sanatçı olduklarını iddia etmişlerdir. İzlenen bu strateji, sadece zengin sınıflara kıyafetlerini pazarlayabilmek, onlar tarafından tanınan ve saygı gören kişiler olmak için değil, aynı zamanda popüler eğilimlerdeki potansiyelleri kaçırmamak için replikalarını yaptıkları kıyafetlerinin reklamını yapmaya dönüşmüştür. Bu moda tasarımcılarının elinde sanat olgusu yenilikçi imajlarını korumanın retorik araçları olarak işlev görmüştür. Bir yandan avangard sanatı küçümeyen aristokrat müşterilere özel dikim kıyafetler hazırlarlarken, diğer yandan gittikçe genişleyen orta sınıf pazarına açılmanın yollarını aramışlardır.

Moda tasarımcıları için zanaatkâr kimliğindense sanatçı kimliği kendi dönemlerinin çeşitli dinamiklerini yakalamak ve daha geniş bir çevrede yankı uyandırmak için daha cazip olmuştur. Modern moda sisteminin başlatıcısı olarak kabul edilen Charles Frederick Worth, işinde hem önerdiği estetik hem bu estetiği sunuş biçimiyle hem de ekonomik açıdan başarıyı yakalamıştır. Worth, kıraliyet ailesinden fahişelere, dönemin aktristlerinden orta sınıf kadınlara geniş bir müşteri yelpazesine hitap etmiştir. Diana Crane'e göre,

“Tasarımcılar tasarladıkları giysileri satın alma gücü ve isteği olan müşterileri çekmek için, işlerini bu gruplar için anlamlı ve anlaşılır kategoriler kullanarak çerçevelemeyi gerekli görmüşlerdir. Uygun çevreler, tasarımcıların müşterilerinin sosyal faaliyetlerine dahil olmasına yol açarak sosyal sermayesini ve giysi ve lisanslı ürün satışlarını arttırmıştır. Seçkin toplumsal çevrelerde kabul görme stratejilerinden biri sanat dünyasına destekleyici ya da koleksiyoncu olarak katkı sağlamaktır. Bu çevrelerde statü kazanmanın başka bir yolu da, tasarımlarının estetik değerini ön plana çıkarmak ve sanatçı ya da sanatçı-zanaatkâr statüsü iddia etmektir.” (Crane, 2003; s.197)

Tasarımcılar sanatın sosyal dinamiklerinden ve onlara sunduğu kültürel sermayeden faydalanmak için kendilerini sanatçı olarak lanse etmişlerdir. Worth, işinde başarılı olduktan sonra bir zanaatkâr değil, kadınları giydiren bir sanatçı

olduğunu iddia etmiş ve güzel sanatların standartlarını ve ilkelerini giysilerinde devam ettirdiğine inanmıştır (Crane, 2003). Doucet'nin yanında çalışan genç bir iş adamı iken çekilen bir fotoğrafı (Şekil 5.47) ile kendi işinde başarıyı yakaladığı 1892 yılından sonra sanatçıları ve döneminin ünlü kişilerini fotoğraflayan Félix Nadar tarafından çekilen bir fotoğrafının (Şekil 5.48) karşılaştırılması Worth'un işadamı kimliğinden sanatçı kimliğine nasıl geçtiğinin bir göstergesidir. Birinci fotoğrafta Worth takım elbiseleri içinde bir ofiste poz vermektedir. İkinci fotoğrafta ise kravat yerine bağladığı fuları, kadife beresi ve bol ceketiyle Nadar'ın stüdyosunda oto portresini yapan bir sanatçı gibi durmaktadır. A. Jones göre sanatçılar burjuvazinin gündelik iş kıyafetinden kendilerini farklılaştırmak için iki çeşit giyim kodu kullanmışlardır. Bunlardan biri süslü, aristokrasi giyimine özenen ve her zaman düzenli ve özenli olan *dandy* giyim kodları, ikincisi ise işçi ya da köle kıyafetinin giyim kodlarıdır. Worth'un iki fotoğrafı, sıradan bir burjuva iş adamından *dandy* giyim kodlarını kullanan bir sanatçıya geçişi göstermektedir (Jones, 1995).



Şekil 5.47: Charles Frederick Worth, genç bir iş adamı (Troy, 2003)



**Şekil 5.48:** Worth, Félix Nadar tarafından 1892’de çekilen fotoğrafı (Troy, 2003)

Worth’un ardından Paul Poiret de kişisel görünümü ile onu izleyenlere bir sanatçı profili sunmuştur (Şekil 5.49). 1911’de Almanya, Doğu Avrupa ve Rusya’ya düzenlediği bir turda, ekibi trenle yolculuk ederken kendisi eşiyile birlikte bej kostümler giyerek, bej bir üniforma giyen bir şoförün kullandığı bej bir Renault’da yolculuğunu tamamlamıştır. Poiret’nin halka kendini şaşaalı bir gösteri eşliğinde sanatçı olarak sunması basını da etkilemiş ve 1913’te Poiret hakkında *New York Times*’ta onu bir sanatçı olarak tanımlayan şöyle bir yorum yayımlanmıştır:

“Eğer bir terzi olarak ortaya çıkmasaydı, bir sanatçı ya da bir müzisyen ya da dekoratör ya da balad yazarı ya da aktör olabilirdi. Ve şaşırıncı gerçek ise şimdi bunların hepsi birden olması... Oh, bu çok yönlü sanatçı orijinal. Hepsi kendisine ait olan bir yörüngede bir kuyruklyıldız gibi seyahat ediyor.” (Troy, 2003; s.49)





**Şekil 5.49:** Paul Poiret, 1909 (Troy, 2003)

19. yüzyıl ve 20. yüzyıl başlarında moda tasarımcılarının kendilerini sanatçı ya da sanatı-zanaatkâr olarak sunmalarının nedenlerinden biri bu dönemde toplum tarafından sanatçılara atfedilen özel toplumsal kategoridir. Burjuva toplumun yükselmesiyle birlikte sanatçılar doğuştan bir kişisel deha ve yeteneğe sahip yaratıcı kişiler olarak görülmüşlerdir. Böylece sanatçılar toplumun geri kalanından ayrılmış, sıradan bir kişiden öte daha üst bir konuma yerleşmişlerdir. Toplum bu dönemde sanatçılardan hem yenilikler getirmelerini, hem bu yenilikleri açıklamalarını hem de günün şartları üstüne düşüncelerini istemiştir. Bu yanıyla sanatçılar toplumu etkileyen ve dönüştürebilen kişiler olarak görülmüşlerdir. Worth ve Poiret gibi kıyafet tasarımcıları da kendilerini birer terzi ya da zanaatkârdan çok, birer sanatçı olarak sunarak, sanatçının bu dönemde toplumdaki bu ayrıcalıklı yerinden pay almak istemişler, sanatçı statüsünü seri üretim tasarımlarını tanıtmak ve satmak için kullanmışlardır.

Dönemin tasarımcılarının kullandığı başka bir yöntem de sanat koleksiyoncusu ya da sanat destekçisi olmaktır. Jacques Doucet, döneminde olağanüstü bir sanat koleksiyonuna sahiptir; Paul Poiret sanatçılarla her zaman işbirliği içinde olmuş, döneminin sanatçıların eserlerini satın almış, onların sergileri için sponsor olmuştur. Bu iki tasarımcının aksine Worth, döneminin sanatçılarıyla yakın ilişkiler içine girmemiştir ancak villasının dekorasyonu,

burayı sıradan bir yaşam alanından bir düş vadisine dönüştürmüştür. Edomond de Goncourt, Worth'un villasına 1882'de gerçekleştirdiği ziyaretin ardından şunları yazmıştır:

“Duvarlarda her yerde, bütün dönemlerden ve ülkelerden levhalar var. Bay Worth bunlardan 25,000 tane olduğunu söylüyor ve her yerdeler, sandalyelerin arkasında bile kristal paraları bulunuyor. Bu bir çiçek dürbünün iç bezemesi ... gibi bir sürahi tıparları ve porselen parçaları çılgınlığı.” (Troy, 2003; s.28)

Worth'un villasını dekore ederken seçtiği bu zengin iç dekorasyonu, bir yandan onun çağının zevkine yakınlığını gösterse de, bu dekorasyonun asıl amacı kendisini bir sanatçı ve sanat hamisi olarak sunmasına olanak sağlayan bir sahne yaratmasıdır. Böyle bir sanat hamiliği yolu ile bilenen ve ihtişamlı bir sanat koleksiyonuna sahip olan diğer tasarımcı Jacques Doucet'dir (Şekil 5.50). Doucet, 21 yaşında Raphaelli'nin 1875'te yaptığı bir tabloyu satın alarak sanat koleksiyonculuğuna başlamıştır. Koleksiyonunda 18. yüzyıl sanatından Boucher, Fragonard, Hubert Robert, Saint-Aubin, Vigée-Lebrun ve Watteau gibi önemli ressamın tabloları bulunmaktadır. Doucet, 18. yüzyıl koleksiyonunu satışa çıkardığında bundan 13.75 milyon altın frank gibi çok yüksek bir para kazanmıştır. Jean-Philippe Worth'un iddia ettiğine göre, Doucet servetinin birçoğunu kıyafet yaparak değil, sanat koleksiyonu sayesinde kazanmıştır (Troy, 2003). Doucet, 18. yüzyıl koleksiyonunu elden çıkarmasının ardından, 1913 yılından sonra çağdaş ressamın eserlerini satın almaya başlamıştır. Bu ressamın arasında Braque, Deran, Laurencin, Mattiese, Picasso ve Dunoyer de Segonzac bulunmaktadır. İhtişamlı koleksiyonu ve çağdaş sanatçıları desteklemesiyle, Doucet kendisine sanat dünyasında bir yer edinmiştir. Doucet de Worth gibi sanat hamiliği yoluyla bir iş adamı ya da terzi kimliğinden çıkarak bir sanatçı kimliğine bürünmüştür.



**Şekil 5.50:** Jacques Doucet'ye ait sanat koleksiyonundan kesit ve iç dekorasyonu (Troy, 2003)

Sanatçıları destekleyen ve geniş bir sanat koleksiyonuna sahip olan diğer bir moda tasarımcısı Paul Poiret'dir. Poiret'nin koleksiyonunda Jean-Louis Boussingault [1883-1943], Constantin Brancusi [1876-1957], Robert Delaunay, André Derain [1880-1954], Kees van Dongen, Raoul Dufy [1877-1953], André Dunoyer de Segonzac, Roger de la Fresnaye [1885-1925], Paul Iribe, Marie Laurencin [1883-1956], Georges Lepape, Henri Matisse [1869-1954], Jean Metzinger [1883-1956], Amedeo Modigliani [1884-1920], Luc-Albert Moreau [1882-1948], Bernard Naudin [1876-1946], Francis Picabia ve Pablo Picasso gibi döneminin ünlü ve önemli ressamlarının eserleri bulunmaktadır. Poiret sadece sanat eserlerini alarak sanatçıları desteklemekle kalmamış, onlara sergiler düzenlemiş ve onlarla birlikte ortak işlere imza atmıştır. İllüstratör Bernard

Naudin'e kurumsal kimliği olarak tanımlanabilecek yazılı materyallerinin sorumluluğunu vermiştir. Onun ardından illüstratör Paul Iribe ile tanışmış, ona kıyafetlerinin kataloglarını ve modaevinin etiketini hazırlatmıştır (Şekil 5.51). Iribe ayrıca Poiret'nin modaevi için yirmi yıl boyunca kullanacağı etiketini tasarlamıştır (Şekil 5.52). Iribe'nin ardından grafik sanatçısı Raoul Dufy [1877-1953]'den modaevi için süslemeler hazırlamasını istemiştir. Poiret kendisi için çalışan sanatçıların eserlerini satın almıştır. Bu sanatçılar arasında de Monvel, Dufy, Iribe, Lepape ve Naudin bulunmaktadır. Yanı sıra, modaevinin iç dekorasyonu için tablolar yapan Jean-Louis Bossingault ve iyi genç ressam Luc-Albert Moreau ile André Dunoyer de Segonzac için üçünün bir arada işlerini sergilediği bir sergi organize etmiştir. Fakir öğrenciler için dekoratif sanatlar eğitimi veren, Martine isiminde bir okul da açmıştır. 1913'te gazetecilere, 'ben ticari değilim. Kadınlar bana seçkin bir ressama portrelerini yaptırmaya gider gibi bir elbise yaptırmak için geliyorlar. Ben bir sanatçuyum, terzi değil' demiştir (Troy, 2003).



**Şekil 5.51:** Paul Iribe'nin Paul Poiret için hazırladığı modaevi etiketi (Troy, 2003)



**Şekil 5.52:** George Lepape'nin Paul Poiret için yaptığı katalogdan bir çizim (Troy, 2003)

Bu dönemin moda tasarımcıları kendilerini sanatçı olarak sunup, sanat hamiliği rolüyle sanat dünyasında yer almamış, ayrıca etraflarına dönemlerinin ünlü sanatçılarından oluşan bir ilişkiler ağı kurarak, bu ilişkilerle sayesinde de sanat dünyasının içinde konumlanmışlardır. Poiret, mağazasında sosyetenin simalarının ve ünlü sanatçıların davetli olduğu büyük partiler vermiştir. Yaşamında sanatçılarla çevrili bir dünya kurmak için en çok zaman ve para harcayan tasarımcılarından biri de Coco Chanel'dir. Chanel'in kıyafetleri hazır giyime yakın, sade formlarda ve ucuz kumaşlardan üretildikleri için birer sanat nesnesi olarak tanımlanmaya yatkın değildir. Chanel de kıyafetlerinden çok sosyal ilişkilerine önem vermiş, ünlü oyun yazarlarının oyunlarına kostümler hazırlamış ve Paris'in merkezindeki evinde çok konuşulan davetler vermiştir (Crane, 2003). Tasarımcıların sanatçılarla kurdukları ilişkiler sayesinde sanat dünyasının içinde yer alma girişimleri Fransız sosyolog Pierre Bourdieu'nun *habitus* kavramı ile açıklanabilir. *Habitus*, bir sınıfın kendisini içerdiği gibi, sınıf içinde yer alan bireylerin eylemlerini, tercihlerini de şekillendiren ve onlarla şekillenen bir kavramdır. P. Bourdieu *habitus*'un bireylerin kendilerini çevreledikleri evler, mobilyalar, tablolar, kitaplar, arabalar, parfümler ve sigaralar gibi bütün eşyaların yanında, diğer grup ve bireylerden ayrımlarını belli ettikleri sportif faaliyetler, oyunlar, eğlencelerde gözlemlenebileceğini söyler ve 'habitus'un sentetik birliğinin, bütün pratiklerin belirgin ilkelerini birleştirmek' olduğunu ekler (Bourdieu, 1986). Joanne Entwistle'nin belirttiğine göre bütün sınıfsal gruplaşmaların kendi *habitus*ları vardır ve bunlar doğrudan ya da dolaylı yollardan edinilmiş bir eğitimle öğrenilir. Bütün insanlar dünyaya bir sınıfsal konumda gelmişlerdir, sınıf atladıklarında ya da başka bir sınıfa dâhil olmak için hareket ettiklerinde yeni sınıfın pratiklerine, etkinliklerine, zevklerine göre hareket etmeleri gerekmektedir (Entwistle, 2003). Zevk, *habitus*'un en önemli sunum yollarından biridir. P. Bourdieu *habitus* kavramını açıklarken bir marangozun dünya görüşünü örnek olarak vermektedir. Ona göre marangozun bütçesini, zamanını ve bedenini, dil kullanımını, elbise seçimini düzenlemesi, ürünlerini yarar ve dayanıklılığında kendini belli eden kusursuz bir zanaatkarlığı göstermektedir. Moda tasarımcıları içinde yer aldıkları sınıfsal konumları dolayısıyla üst sınıflara ait bir *habitus*'a ait olmuşlardır. Ancak, kendilerini sanatçı olarak lanse ederek, sanatçı duyarlıkları göstererek, sanatçılara ait zevkleri

benimseyerek, döneminin sanatçıları gibi hareket ederek ve en önemlisi kendilerine sanatçılardan oluşan bir çevre kurarak bir sanatçı *habitus*'u içine yerleşmeye çalışmışlardır. Bunun en iyi örneği yetimhanede büyüyen ve bir modaevinde çıraklık evresinden geçmeyen Coco Chanel'in sanatçıları desteklemek ve her şekilde onların çevresinde yer almak için harcadığı emek ve zamandır.

Moda tasarımcıları, bir terzi kimliğindense sanatçı kimliğini seçmeyi tercih etmişlerdir. Sanatçı kimliği, onlar için üst sınıflarla ilişki kurmayı kolaylaştırmanın yanında ürünlerine sanat değeri katmalarını sağlamış, ürünlerinin pazarda diğer ürünlerden ayrılmasını kolaylaştırmıştır. Dönemin tasarımcıları, sanatçı kimlikleri ile ticari ilişkilerini gölgelemiş, ticari etkinliklerini yaşamlarında ikincil bir alan olarak sunmuşlardır. Sanatçı kimliği, onlara toplum önünde saygınlık ve tanınırlık kazandırmış, iş adamı görüntüsünün yarattığı kasvetli havayı dağıtmalarına olanak sağlamıştır.

### **5.2.2 Bir Sanat Nesnesi Olarak Moda Ürünleri**

Moda tasarımcıları kendilerini topluma birer sanatçı olarak sunarlarken, tasarladıkları kıyafetleri de birer sanat nesnesi gibi sunmuşlardır. Worth kıyafetlerine etiketler ekleyerek, Poiret kıyafetlerini isimlendirerek bunu gerçekleştirmeyi denemiştir. *Haute couture*, kişiye özel üretim ile seri üretim arasında ince bir çizgide durmaktadır. Çünkü birçok kişiye özel olarak üretilmiş kıyafet sonradan ufak değişikliklerle bir koleksiyon parçası olarak birden fazla üretilmiştir. Moda tasarımcıları aristokrat ve burjuva müşterilerine özel üretimler gerçekleştirirken, 19. yüzyıl sonrasında İngiltere ve Amerika'nın etkisiyle gittikçe güçlenen seri üretilmiş kıyafet pazarında da kendilerine yer edinmeye çalışmışlardır.

Charles Frederic Worth, ürettiği kıyafetlere etiketler koyarak onları orijinal birer kopyaya, sanatçının elinden çıkan ya da sanatçının üretimine katkıda bulunduğu bir esere dönüştürmüştür. Worth'un modelleri Avrupa'da ve Amerika'da diğer modaevleri tarafından satın alınıp, seri olarak üretilmeye başlandıktan sonra modellerini etiketlemek Worth için bir gereklilik olmuştur. Markaların ürünlerinin üstüne marka isimlerini gösteren etiketler yerleştirmeye başlaması 19. yüzyılın sonlarında ve 20. yüzyılın başlarında gündeme gelmeye

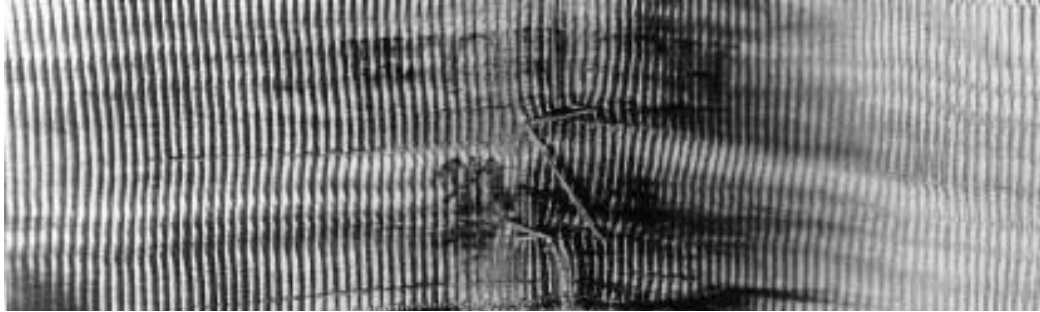
başlamıştır. A. Trachtenberg'e göre, bu sadece diğer ürünler arasında özellikle bir markanın ürünlerinin seçilebilmesi için değil, aynı zamanda üreticinin edimlerini yasanın koruması, yani bir çeşit entelektüel mülkiyet altında olduğunu işaret etmek içindir (Trachtenberg, 1982). Etiket doğrudan bir kopyaya gönderme yapsa da farklı yan anlamlara sahiptir. N. Troy bir modaevi etiketinin doğrudan doğruya ticari bir işlev görmesinin yanında, ikincil işlevi olarak bitmiş bir ürüne yaratıcı bir bireyin imzasını eklediğini iddia etmektedir (Troy, 2003). Pierre Bourdieu ve Yvette Delsaut'a göre etiketin ikili bir işlevi vardır. Bir sanatçı bir nesneye imzasını eklediğinde 'sihirli' bir etki yaratmakta ve 'bir nesneyi sanat nesnesine dönüştürmektedir'. Onlara göre 'Bir terzi de bir nesneye imzasını ekleyerek onu bir sanat nesnesine dönüştüren ressamdan farklı bir şey yapmamaktadır' (Bourdieu ve Delsaut, 1957; s.21). Daha önce de değinildiği gibi, 19. yüzyılda sanatçılara atfedilen deha bu kez moda tasarımcıları tarafından ürettikleri nesneye isimlerini ekleyerek kullanılmaya başlanmıştır.

Kültür tarihçisi Walter Benjamin, *Tekniğin Olanaklarıyla Yeniden Üretilbildiği Çağda Sanat Yapıtı* isimli makalesinde klasik sanat yapıtının 'aura' terimi ile karşıladığı özel bir atmosferi olduğundan bahseder. Sanat yapıtının 'aura'sı biricik ve tek oluşundan gelmektedir. Klasik sanat yapıtı belirli bir zamanda, belirli bir sanatçı tarafından üretilmiş olup, tek bir yerde bulunmaktadır. Bu açıdan bir benzeri yoktur. Benjamin, klasik sanat yapıtının bu özelliğini kült nesnesi olmasıyla açıklamaktadır. Ancak, Benjamin fotoğraf ve sinemanın ortaya çıkmasından sonra sanat yapıtının özel atmosferinin bozulduğunu, artık biricik ve tek olma özelliğini yitirdiğini iddia eder. Ona göre yeni toplumun sanat yapıtı tekniğin olanaklarıyla yeniden üretilen fotoğraf ve sinema gibi sanat yapıtlarıdır. Aynı zamanda yeniden üretilen sanat yapıtları modern toplumların kitleleşme eğilimine denk düşmekte, kitlelerden oluşan pazara sürülebilmektedir (Benjamin, 1993). *Haute couture* için de benzer bir süreç söz konusudur. Tasarımcı ilk başta özel bir müşteri için onun beden ölçütlerine uygun, sadece ona göre bir kıyafet tasarlamaktadır. Müşteriye özel olarak üretilmiş bu kıyafet biricik ve tektir; ancak moda tasarımcısı seri üretim ürünleri ile rekabete girmeye başladığı zaman özel üretilmiş kıyafetleri ufak değişikliklerle pazara sunmaktadır. Bu bağlamda Worth'un kıyafetlerini etiketlemesi birçok seri üretimle üretilmiş kopya ürünün bulunduğu pazarda kendi ürünlerini onlardan

ayırmasını, onlara Benjamin'in klasik sanat yapıtına atfettiği özel bir atmosfer, bir 'aura' kazandırmasını sağlamlamıştır. Worth'un etiketi tüketiciye şöyle seslenmektedir: "Ben buradaydım, bu kıyafeti ben düşündüm, bu kıyafete dokundum". Böylece kıyafetlerine eklediği etiketler sayesinde Worth, sanat dünyasından ödünç aldığı sanatçı kimliğiyle onlara birer sanat nesnesi değeri vermiştir. Pazardaki diğer ürünlerin yanında WORTH etiketiyle, artık onun kıyafetlerini diğerlerinden ayıran bir 'aura' bulunmaktadır. Worth'un etiketlerinin etkisini 1880'lerde onun etiketini kopyalayan birçok firmanın varlığından anlaşılabilir (Troy, 2003) (Şekil 5.54-Şekil 5.55).



Şekil 5.53: Worth'un orijinal etiketi (Troy, 2003)



Şekil 5.54: Sahte bir Worth etiketi (Troy, 2003)

Ürettiği moda ürünlerine sanat değeri yükleyen bir başka moda tasarımcısı da Paul Poiret'dir. Poiret bunu çeşitli yöntemler kullanarak yapmıştır. Bunlardan birincisi kıyafetlerine isimler vermektir. Terzilerin kıyafetlerin isimlendirmesi onun dönemine kadar alışıldık bir durum değildir. Poiret, kıyafetlerine 'Bizanslı', 'Uzak Doğu' gibi isimler vererek onları piyasadaki diğer giysilerden farklılaştırmış, tüketici tarafından her birine ait özel anlamlar üretilmesini sağlamıştır. Poiret'nin kıyafetlerini isimlendirmesi, Worth'un kıyafetlerini



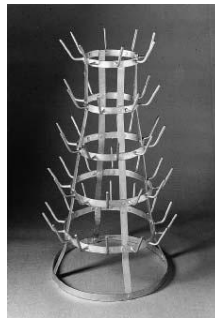
etiketlemesine benzetilebilir. Etiketlin kıyafetini üretenin sanatsal ayrıcalığını vurgulaması gibi, ürünün isimlendirilmesi de onun artık zanaata ait bir alandan kendi özel alanına geçmesine, daha önce de değinildiği gibi, bir 'aura'ya sahip olmasına neden olmuştur.

Poiret'nin sanatsal bir 'aura' yaratmak için kullandığı diğer bir yöntem de modaevinin iç dekorasyonundan tanıtım broşürlerine halkla ilişki kuracağı her alanda sanatçılarla birlikte çalışmasıdır. Poiret'nin modaevinin etiketini dönemin bilinen illüstratörlerinden Paul Iribe'ye tasarlamıştır, iç dekorasyonunu ise Raoul Dufy yapmıştır. Geniş kitlelere yayılan reklamlarda ürünlerini orijinalliğini, estetik değerini ve benzersizliğini vurgulamak için sanatçılarla çalışmıştır. Ellen Garvey'in belirttiği gibi bu reklamlar 'reklam olarak görünmemeleri için ustaca düzenlenmişlerdir' (Garvey, 1996; s.94). 1908 yılında Poiret, illüstratör Paul Iribe'ye özel kıyafetlerinden oluşan, sınırlı sayıda basılan ve özel müşterilere gönderilen bir katalog hazırlatmıştır. Her albüme kendi el yazısıyla müşterilerini kıyafetlerini incelemeye çağıran notlar eklemiştir. Katalogun dağıtılmasının ardından, katalogda yer alan çalışmalara Salon d'Automne'de sergilenmiştir. Bu hamle ile N. Troy'a göre katalog 'katıksız bir reklamdan çok bir sanat eseri' ortaya koymuştur (Troy, 2003; s.54). 1911 yılında bu kez illüstratör Paul Lepape'ye 1000 adet basılan ve orijinal çalışmaların Galerie Barbazanges'te sergilendiği başka bir katalog yaptırmıştır. Yine bu yıllarda Poiret verdiği partiler ve tanıtımları için sanatçılardan özel ilanlar ve davetiyeler yapmalarını istemiştir. Sanatçıların elinden çıkan bütün bu matbu tanıtım araçları Poiret'nin ürünlerini kuşatan aurayı taşımaktadır.

Poiret kıyafet üretiminin yanında kurduğu Rosine isimli parfümün tanımında da sanatçılarla işbirliği yapmıştır. Parfümün broşürlerinde tanınmış yazarlar metinler yazmışlardır. Yine broşürler için özel tasarlanmış parfüm şişeleri ve el yapımı kutular kullanmıştır. Yanısıra, Poiret Rosine parfümleri için döneminin önemli yazarların metinleri bulunan bir almanak hazırlatmıştır. Bu yazarlar arasında şair Guillaume Apollinaire, Max Jacob ve André Salmon gibi etkili sanatçılar bulunmaktadır. Almanakta, yazarların metinlerine Boussingualt, Iribe, Labourer, Naudin ve Dufy gibi illüstratör ve grafik sanatçıların çalışmaları eşlik etmektedir. Poiret, böylece parfümü bir metadan çok sanat nesnesine

dönüştürmüştür, bunun yanında parfüm reklamlarını da birer sanat nesnesi olarak sunmuştur.

N. J. Troy, Poiret'nin kitleler için üretilen kıyafetleri ile Dadaist sanatçı Marcel Duchamp tarafından icat edilen *readymade* kavramı arasında bir analogi kurmaktadır (Troy, 2003). Duchamp *readymade* kavramının açık bir tanımı hiçbir zaman yapmamıştır. Onun yerine bu tanımı Gerçeküstücülüğün kuramcısı olarak tanınan şair André Breton yapmıştır. Breton'a göre *readymade*, 'sanatçının seçimi ile sanat çalışması itibarı kazanan üretilmiş nesnelere'dir (Iversen, 2004; s.45). Duchamp'ın ilk *readymade* eseri "Şişe Kurutucusu" 1914 tarihini taşımaktadır. Bu Paris'teki stüdyosunda tozlanmaya bırakılmış, şişeleri üstündeki metal askılıklara geçirmek suretiyle kurutmaya yarayan metal bir alettir (Şekil 5.56). Bunu 1915'te bir kar küreği takip etmiş, ardından bir baca vantilatörünü *readymade* olarak hazırlamıştır. Duchamp'ın en bilinen *readymade* çalışması 1917'de R. Mutt imzası ile Bağımsız Sanatçılar Sergisi'ne sunduğu pisuardır. Pisuar ilk başta bir sanat eseri olmadığı gerekçesiyle jüri tarafından reddedilmiştir. Duchamp pisuarın bir sanat eseri olduğunu savunmuş, sonunda pisuar sergideki yerini almıştır. Sanat kuramcısı Peter Bürger'e göre Duchamp bu hareketi ile daha önce belirtilen sanatçının bireysel yaratım kategorisini radikal bir biçimde olumsuzlamıştır. Rastgele bir endüstri ürününün alıp imzalayarak onu ticari bir alandan sanat alanına taşımıştır. Bürger'e göre Duchamp'ın imzaladığı nesnelere sanatın genel değerlendirme kriterlerinden biri olan form-içerik bütünlüğüne bakarak sorgulamak imkânsızdır. Duchamp klasik sanat nesnesinin kriterlerini kullanmayı bırakarak seri üretim nesnesi, imza ve sanat kavramları arasındaki bağlantıya dikkat çekmiştir (Bürger, 2009).



Şekil 5.55: Marcel Duchamp - Şişe Kurutucu, 1914 (Troy, 2003)

Duchamp'ın hazır nesnelere, Amerika'ya gittiğinde burada karşılaştığı hızlı sanayileşmeye ve tüketim kültürüne birer cevap niteliğinde olmuştur. Sanat ve seri üretim, orijinal ve kopya, sanatçının imzası, sanattaki 'güzel' kavramlarını etrafında şekillenmişler ve sanatın hızla endüstrileşen bir çağda durumunu gözler önüne sermişlerdir. Paul Poiret de 1913'teki Amerika ziyaretinde Amerika'nın hızla endüstrileşen ve büyüyen hazır giyim sektöründen etkilenmiştir. Aynı zamanda birçok Amerikan firması tarafından etkitenin ve modellerinin taklit edildiğini görmüştür. Fransa'ya döndüğünde Amerika'da Fransız modaevlerinin ürünlerinin taklit edilmesine karşı girişimlerde bulunmuş ve dönemini önemli modaevlerinin üye olduğu, tasarımcıların telif haklarını savunan bir dernek kurmuştur. Derneğin ilkelerine göre Fransız tasarımcıların ürünlerini çoğaltmak isteyen firmalar, tasarımcılara kopya etmek istedikleri kıyafetler karşılığında telif ödemek zorunda kalmıştır. Ancak Birinci Dünya Savaşı'nın etkileriyle dernek başarılı olamamış ve birçok modaevi üyelikten çekinmiştir. Poiret, Amerikan pazarına girmek için başka bir yol kullanmıştır. 1916'nın Ekim ayında *Vogue* dergisinde 'sadece Amerikan kadınlarına' üretilen bir koleksiyonunu tanıtmıştır. Bu koleksiyonla Poiret, Amerikan kadınlarına 'yüksek fiyatlar ödemedi kendi PAUL POIRET koleksiyonlarına sahip olma şansı' tanıtmıştır (Troy, 2003; s.302). Bu yol Marcel Duchamp'ın herhangi bir seri üretim nesnesini alıp imzalayarak sanat kategorisine yükseltmesinin tersi olarak okunmaya açıktır. Duchamp'ın *readymadeleri* sanat nesnesinin biricikliği ve seri üretim nesnesinin kopyası arasındaki gerilimde durmaktadır. Duchamp, seri üretilmiş bir nesneyi alarak onu imzasıyla biricik kılmıştır. M. Nesbit, seri üretim nesnelere için şöyle yazmaktadır:

"Seri üretim gündelik bir gerçektir; bir değişim değerleri selinin ötesinde, güçlü, zaruri ve basittir. Kopyanın yeniden üretilmiş modeli belki üzerimize uygulanmaya zorlanmıştır, ancak onu hafife alamayız, bizim ilgimizi hak ediyor." (Nesbit, 1986; s.53)

Nesbit'in seri üretim nesnesine yönettiği bu dikkat, Poiret'nin yöntemini özetler gibidir. Poiret seri üretim için hazırladığı kıyafetleri sanatçı kimliğini kullanarak kendi imzasını ekleyerek, onlara bir 'aura' sağlamış, sanat nesnesi kategorisine yerleştirmiştir. Duchamp önceden üretilen bir nesneyi alıp biricik kılarak, Poiret seri olarak üretilen bir nesneyi sanatsal bir 'aura'ya bürümüştür.

Troy'un belirttiği gibi bu yeniden üretim nesnelere 'orijinalliğin modernist kurgularını ve sanatsal imtiyazları korumaktadır ancak seri üretimin modern gerçeklerini ve tüketici taleplerini de tanımaktadırlar' (Troy, 2003; s.303).

19. yüzyılın son yarısında ve 20. Yüzyılın başlarında moda tasarımcıları Sanayi Devrimi ile gelen yüzleşmek zorunda kaldıkları seri üretim keşmekeşi içinde yok olup gitmemek için sanatı kendilerine bir çıkar yol olarak görmüşlerdir. Bunun için sanatçıların bulunduğu ortamlarda bulunmuş, onlara ortak çalışmalar yürütmüş, sanat hamiliğine soyunmuşlardır. Bütün bunları yaparak kendilerini sanatçılardan oluşan bir ortamda sanatçı gibi lanse etmişlerdir. Ancak seri üretimin sağladığı bir üründen birçok insana satabilme imkânını da ellerinin tersiyle itmek istememişler, kıyafetlerinin firki mülkiyetini alarak ve onlara etiketler ekleyerek sanat nesnelere sahip olduğu aurayı kendi ürettikleri nesnelere de taşımışlardır.

## 6 İKİNCİ DÜNYA SAVAŞI SONRASINDA MODA VE SANAT

İkinci Dünya Savaşı'na kadar olan dönem tarihçiler tarafından modern dönem olarak isimlendirilmektedir. İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, teknolojik buluşlar, kitle iletişim araçlarının toplum içinde yaygınlaşması, bu döneme kadar görünmeyen altkültürlerin ve etnik azınlıkların toplum içinde görünmeye başlaması gibi olgular toplumun yapısını değiştirmiştir. Savaşın ardından 'soğuk savaş' dönemi başlamış ve dünyanın bir kısmı kapitalist sistemi benimserken, diğer kısmı sosyalist sistemi benimsemiş, dünya iki kutuplu bir yer haline gelmiştir. Bunların yanında toplum içinde hippiler, feministler, eşcinsel hareketi savunucuları, insan hakları hareketi savunucuları, savaş karşıtları, etnik azınlıklar hareketleri gibi karşı kültür grupları ortaya çıkmış ve güçlenmiştir. Dünyanın bu değişen yapısı sosyal bilimciler tarafından 'postmodern dönem' olarak adlandırılmaktadır. İlerleyen bölümlerde postmodernizm kavramı açıklanacak ve moda ve sanata yansımaları ele alınacaktır.

### 6.1 Postmodernizm Kavramı

Postmodernizm kavramını ele almaya başlamadan önce belirtilmesi gereken en önemli husus, bu kavram üzerine tam bir uzlaşmanın olmadığı ve postmodernizm üstüne çalışan yazar ve araştırmacıların kavrama farklı açılardan yaklaşarak, postmodernizm karşısında farklı konumlar aldıklarıdır (Best ve Kellner, 1991; Connor, 1989; Hart, 2004). "Postmodernizm" bir terim olarak çok geniş ve çeşitli akademik, sanatsal ve kültürel sahalarda kullanılmaktadır. M. Featherstone, terimin kullanıldığı alanları sıralarken müzikte Cage, Stockhausen, Briers, Holloway, Tredici, Laurie Anderson; sanatta Rauschenberg, Baselitz, Mach, Schnabel, Kiefer; kurmacada Vonnegut, Barth, Barthelme, Pynchon, Burroughs, Ballard; filmde Body Heat, The Wedding, Blue Velvet, Wetherby; tiyatrodan Artaud tiyatrosu; mimaride Jencks, Venturi, Bolin; edebiyat teorisi ve eleştirisinde Spanos, Hassan, Sontag, Fiedler; felsefede Lyotard, Derrida, Baudriallard, Vattimo, Rorty; antropolojide Clifford, Tyler, Marcus; sosyolojide Denzin ve coğrafyada Soja örneklerini vermektedir (Featherstone, 2005). Featherstone bu listenin genişletilebileceğini kimi isimlerin çıkarılıp kimi

isimlerin eklenebileceğini söyler. Bu alanların yanında moda alanından da Mary Quant, André Courrèges, Pierre Cardin, Yves Saint Laurent, Laura Ashley, Zandra Rhodes, Vivienne Westwood'un tasarımları postmodern tasarımlara örnek olarak verilebilir.

S. Best ve D. Kellner, postmodern teriminin kapsamlı arkelojisini sundukları eserlerinde, terimin ilk kez 1870 civarlarında, İngiliz bir ressam olan John Watkins Chapman [1832-1903] tarafından avangard'tan daha yeni olan bir resim anlayışını tanımlamak için kullanıldığını belirtmektedirler. Bunun ardından terim 1917'de Rudolf Pannwitz'in nihilizmi ve çağdaş Avrupa kültüründe değerlerin çöküşünü konu alan *Die Krisis der Europäischen Kultur* isimli kitabında kullanılmıştır. Bir terim olarak "postmodern"i bir dönemi tanımlamak için kullanan ilk kişi ise tarihçi Arnold Tonybee olmuştur. *A Study of History* isimli hacimli eserinin sekizinci ve dokuzuncu ciltlerinde Tonybee, 1875'te Batı toplumlarının yeni bir döneme 'post-modern' döneme girdiklerini iddia etmiştir. A. Tonybee'ye göre savaşlar, anarşi ve sosyal kargaşa karakterize edilen bu dönem, bir önceki modern dönemden köklü bir kopuşu getirmiştir (Best ve Kellner, 1991). Tonybee'den sonra birçok yazar postmodern terimini yeni bir çağı tanımlamak için kullanmıştır. B. Rosenberg, terimi 1950'lerden sonra Amerika'da ortaya çıkan kitle kültürünü tanımlamak için kullanırken (Rosenberg ve White, 1957), Drucker endüstri sonrası toplumunu ve ideolojinin bitimini vurgulamak için kullanmıştır (Best ve Kellner, 1991).

"Postmodern" kavramını anlamak için M. Featherstone, 'modern' ve 'postmodern' söylemler arasındaki farklara bakmanın faydalı olacağını iddia etmektedir. Modernlik Rönesansla birlikte ortaya çıkan Aydınlanma düşüncesinin bir sonucudur. Bu düşünceye göre bilimin ışığında dünya tamamen ölçülebilir, rasyonel olarak kavranabilir ve yönetilebilir bir yer olarak tasarlanmıştır. Featherstone'a göre 'modernlik geleneksel düzenle karşıtlık içerisinde'dir ve 'toplumsal dünyanın adım adım iktisadi ve yönetsel olarak rasyonelleşmesi ve farklılaşmasına işaret eder' (Featherstone, 2000; s.22). Modernizmin temel savları olan eşitlik, özgürlük, liberalizm, evrenselcilik iki dünya savaşı, toplama kampları, dünyanın kaynaklarının tükenmeye başlaması ve Hiroşima ve Nagazaki'ye atılan atom bombaları sonrası sorgulanmaya başlamıştır. Frankfurt Okulu düşünürleri Theodor W. Adorno ve Max Horkheimer *Aydınlanmanın*

*Diyalektiği* (2010) isimli eserlerinde aydınlanmanın bu ideallerini eleştirmişler ve modernizmin baskıcı ve totaliter yapısını ortaya koymuşlardır. Düşün alanındaki postmodernizm temel savları Aydınlanma düşüncesinin totaliter ve baskıcı yapısı üstüne gelişmeye başlamıştır. Bu savlar önce Fransız akademilerinde yapısalcılık ve post-yapısalcılık okullarında ortaya çıkmış buradan Amerika'ya taşınmıştır.

Fransa İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra, 1950'li yıllardan 1970'li yıllara kadar hızlı bir sanayileşme sürecine girmiş, bu süre içinde tarım toplumundan sanayi toplumuna, sanayi toplumundan sanayi sonrası bir topluma doğru bir geçiş yaşamıştır. Savaş sonrası Fransası'nda yeni sosyal teoriler bu geçişi incelemeye koyulmuşlardır. Roland Barthes, Guy Debord, Jean Baudrillard gibi düşünürler büyüyen kitle kültürünü ve tüketim toplumunu çalışmalarında eleştirel bir biçimde ele almışlardır. Best ve Kellner'in belirttiğine göre savaş sonrası Fransa'da entelektüel sahnede ağırlık Marksizm, Varoluşçuluk ve Fenomenoloji'nindir ancak 1960'larda dilbilimden ve Lacan'ın psikanaliz yorumlarından etkilenen yeni yaklaşımlar ortaya çıkmaya başlamıştır (Best ve Kellner, 1991). Ferdinand de Saussure'un ortaya attığı dilbilim kuramından etkilenen yapısalcılar toplumların yapısının ikili karşıtlıklara dayandığını ve sistematik bir biçimde bu ikili karşıtlıkların, sisteme içkin olan kuralların ya da kodların incelenmesiyle bu yapının ortaya çıkarılabileceğini iddia etmişlerdir. Saussure, dilin göstergelerden meydana geldiğini ve dili incelerken herhangi bir tarihi özelliğe ya da dilin evrimine bakmaya gerek olmadığını söylemiştir. Ona göre gösterge, gösteren ismini verdiği sessel ya da görsel bir bileşenden ve gösterilen ismini verdiği bir kavramdan oluşmaktadır (Rifat, 1996). Saussure'ün ortaya koyduğu dilbilimde genel olarak sözcüklerden ve onların oluşturduğu anlamlardan meydana gelen dizge dildir. Bu dizge, belirli kurallar çerçevesinde inşa edilmiştir. Saussure, bireyin dışında oluşmuş bu yapıyı "*la Langue*" [*Dil*] olarak adlandırır. Bireysel söylem edimi ise Saussure'de "*la Parole*" [*Söz*] olarak adlandırılır. Roland Barthes'in dediği gibi, "*Dil*, karşısında *söz*, dilyetisinin yalnızca bireysel kısmını (seslenmeyi, kuralların uygulanmasını ve göstergelerin olası birleşimlerini) kapsar" (Barthes, 2000; s.4). Saussure'ün ortaya attığı gösterge kavramının iki özelliği yapısalcılar için hayati bir öneme sahiptir. Bunlardan birincisi Saussure'ün göstergenin nedensizliği olarak isimlendirdiği, gösteren ve gösterilen arasında doğal bir ilişkinin bulunmayışıdır. Ona göre dilin aşkınsal hiçbir özelliği

yoktur; Saussure dilin toplumsal bir saymaca olduğunu iddia eder. Göstergeler, toplumsal uzlaşımın sonucu ortaya çıkmış saymacalardır ve kültürden kültüre farklılıklar gösterirler. İkinci, özellik ise göstergelerin içinde oldukları sistemde karşıtlıklar kurarak anlam kazanmasıdır. Bir gösterge diğer göstergelerden farklılaşarak anlam üretir (Best ve Kellner, 1991). Saussure'ün dil kuramından yola çıkan yapısalcılar mimarlık, moda, antropoloji, mutfak, fotoğraf, sinema gibi kültürün bütün alanlarına onun dilbilim yöntemini geliştirerek yaklaşmışlardır. Yapısalcılar, sosyal sistemlerdeki fenomenleri sosyal sistemlerin kurallarını ortaya çıkararak analiz etmişlerdir. Bu yanı sıra yapısalcılık modernite tarafından inşa edilen insan merkezli dünya görüşüne saldırmıştır. Hümanistik dünya görüşünün aksine, yapısalcılara göre özne toplumdaki gizli, bilinçdışı kurallara göre inşa edilmektedir. Yapısalcılıkla birlikte Decartes'ten beri Batı felsefesinde etkin olan dünyayı gözleyen ve düzenleyen özne, sosyal sistemler ve dil içinde inşa edilen edilgen özneye dönüşmüştür.

Postyapısalcılık, yapısalcılığın nesnellik iddiası ve gerçeği ortaya çıkarmaya çalışması karşısında gelişmiştir. Postyapısalcılara göre, yapısalcılık insan merkezli dünya görüşünü değiştirmek yerine, dünyayı açıklamak için değişmez mit anlatıları ve evrensel yapılar getirmiştir. Postyapısalcılar, değişik tarihsel dönemlerdeki dünya kavrayışlarını, kimlikleri, anlam üretimlerini ve bunlar arasındaki ilişkileri sorun edinerek çok boyutlu bir dünya anlayışı geliştirmişlerdir. Best ve Kellner'e göre, yapısalcılar 'kapalı sistemler içindeki karşıtlıklarla' ilgilenirken, postyapısalcılar 'gösterenin gösterge üstündeki öncüllüğüne önem vermişler ve böylece dilin üretkenliğine' ve 'anlamın değişkenliğine' işaret etmişlerdir (Best ve Kellner, 1991; s.20-21). Postyapısalcılara göre anlam sürekli değişen ve birbiri ile ilişkiler kuran bir ögedir. Fransız filozof Jacques Derrida'nın iddiasına göre anlam gösterenler arasında bir oyun sayesinde meydana gelmektedir ve gösterenler arasındaki karşıtlığa dayanmaktadır. Yapısalcılığın gösterge dizgeleri oluşturarak ortaya çıkarmaya çalıştığı öz bir saymacadan ibarettir. Gösterenler sürekli olarak kendi aralarındaki bir oyun içinde yer değiştirirler (Derrida, 1973). Postyapısalcılara göre dil birçok farklı gerçeklik deneyiminden meydana gelmektedir. Bu noktada dil gerçekliği yansıtmamakta, onu inşa etmekte ve bilgi dilin inşa ettiği gerçeklikten gelmektedir. Modernizmin nesnel ve kendini bilen özne tanımı,



postmodernistlerce dil içinde inşa edilen özneye dönüştürülmüştür. Roland Barthes, *Yazarın Ölümü* isimli yazısında bir metin oluşturulurken birçok farklı kaynaktan, kültürel öğeden ve sohbetten kaynaklandığını ancak bütün bu bileşimin okurda kesiştiğini söylemekte ve okur pahasına yazarı öldürmeyi teklif etmektedir. Bu metin, merkeze oturtulmuş “kutsal yazar tasvirini” parçalamakta, onun yerine metinler arasında dolaşan yüzer-gezer bir özneyi yerleştirmektedir (Barthes, 1977). Postyapısalcılık, postmodern teorinin metinsel, özdönüşümlü yanına işaret etmektedir. Postyapısalcıların dile yönelmesi ve dili hem temsil eden hem de inşa eden bir organizma olarak ele almaları kültürel çalışmalarda birçok yeni alanın filizlenmesini sağlamıştır.

Postyapısalcı düşünür, Michel Foucault çalışmalarında dil ve güç ilişkilerini araştırmıştır. Fransa’da 1960’larda patlak veren öğrenci ayaklanmaları düşünürleri kurumların geçerliliğini sorgulamaya itmiştir. Öğrenciler geçerli bilgiyi üreten kurumlar olarak üniversitelerin meşruiyetini sorgulamışlar ve üniversiteler tarafından üretilen bilginin kimin ya da kimlerin çıkarına hizmet ettiğini, hangi grupları ve azınlıkları baskı altında tuttuğunu ortaya koymuşlardır (Best ve Kellner, 1991). Foucault’nun çalışmaları bu noktada, tarih içinde çeşitli söylemlerin nasıl geliştirildiğini ve değiştiğini inceleyerek bilginin onu saran söylemlerden ve bu söylemleri üreten kurumlardan ayrılamayacağını ortaya koymuştur. Kurumların ürettiği bilgi, merkez bir özne tanımlayarak bu tanımın dışında kalanları ‘öteki’ olarak işaretlemiş ve gerektiğinde hapsedmiş, tımarhaneye kapatmış ya da toplumun dışında sürmüştür. M. Foucault, *Hapishanenin Doğuşu* isimli eserinde tarihi belgelere dayanarak, Antik Yunan’dan modern toplumlara cezalandırma ve kapatma pratiklerini incelemiş, suç tanımının çeşitli dönemlere göre nasıl değişiklik gösterdiğini ve bu tanımın hangi iktidarlarca kullanıldığını ortaya çıkarmıştır. Ona göre, Adorno ve Horkheimer’in iddia ettiği gibi modern dönemin öznesi baskı tarafından inşa edilmiştir; Aydınlanma düşüncesi totaliter bir düzen içinde çoğulluklar yerine tekillikleri getirmiştir (Best ve Kellner, 1991).

Postmodern dönemde bilgi ve bilginin meşruiyetini araştıran bir başka postyapısalcı düşünür de Jean-François Lyotard’tır. 1979’da yazdığı *Postmodern Durum* isimli eserinde, postmodern terimini ilk kez bir felsefi çatıya oturtmuştur. Bu eser iletişim teknolojilerini hızla geliştiği bir çağda bilginin konumunu inceleyen bir rapor olarak hazırlanmıştır. Lyotard’ın iddiasına göre iletişim

teknolojilerini geliştirdiği ve herkesin bilgiye ulaşabildiği bir çağda, bilgi kendisi için üretilmemektedir, ticari bir değer kazanmıştır ve diğer kurum ya da ülkelere üstünlük için üretilmektedir. Lyotard, anlatsal bilgiyi ve bilimsel bilgiyi birbirinden ayırmaktadır. Ona göre anlatsal bilgi, primatif toplumların gündelik yaşam bilgisini oluşturan destanlar, öyküler, mitlerdir. Bu bilginin herhangi bir meşrulaştırma ihtiyacı yoktur. Bilimsel bilgi ise bu bilgiden farklı olarak kendini meşrulaştırabilmek için çeşitli söz oyunlarına gereksinim duymaktadır. Bilimsel bilgi bu noktada çeşitli anlatılara döner. Steve Connor'a göre bu anlatılar politik ve felsefi kökenlidir. Politik anlatı, kökenlerini Aydınlanma ve Fransız Devrimi'nde bulmaktadır. Connor'un deyişiyle bilim Fransız Devrimi'nde merkezi bir rol işgal ederek, insanlığı baskı ve kölelikten özgürlüğe taşımıştır. Felsefi köken ise bilimin öznenin kendi kendini araştırmaya ve kendini bilmeye yönelmesi, kendi farkındalığını keşfetmesidir (Connor, 1989). Lyotard bunları meta-anlatılar olarak isimlendirir ve bilimsel bilginin kendini meşru kılabilmesi için meta-anlatılara başvurması gerektiğini söyler. Lyotard'a göre özgürlük, Marksizm, eşitlik, liberalizm gibi büyük anlatılar İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra geçerliliğini yitirmiştir. Lyotard, birbiri ile bağlantılı olan küçük anlatıları önermektedir. Ona göre hiçbir söylemin diğerine nazaran bir üstünlüğü yoktur. Bütün bilgiler eşit bir yerde durmaktadır. Böylece, Lyotard büyük anlatıların çöküşünü ilan ederek çoğulluğa, küçük gruplara, süreksizliğe ve bunlar arasındaki değiş tokuşa kapı açmış olmaktadır.

Postyapısalcılık, postmodernizmin felsefi zeminini oluşturmaktadır. Başka bir alanda, sanat alanında kavramın kullanımı modern sanattan kopuşa, yeni medyanın sanata dâhil edilmesine ve yeni sanatsal pratiklere işaret etmektedir. Postmodernizm kendini ilk önce kendini savaş sonrası Amerikan sanatında ve mimaride göstermiştir. Postmodern eğilimlerin sıklıkla görülmeye başladığı yıllar olan 1960'larda, modernist sanat Amerika'da bir ortodoksi haline gelmiştir. Büyüyen şehirlere inşa edilen iş merkezleri modern tarzda yapılmış, üniversitelerde modernist sanat eserlerini konu alan dersler baskın olmaya başlamış, büyük sanat kurumları ve galerileri modernist sanat eserlerini satın almak için yarışa girmişlerdir. Bu dönem kendini kanıtlamak isteyen sanatçılar için modernist eğilimler politik olarak bürokratik ilişkiler içinde kaybolan güç göstergeleri ve estetik olarak sıkıcı bir hâl almıştır. Bu dönemin sanatçıları, içinde

buldukları durum karşısında tavır olarak yüksek kültür ürünleri yerine popüler kültüre, reklamlara, müziğe, televizyona, sokak sanatına yönelmişleridir (Jencks, 1987). Dönemin sanatı, '60'ların altkültür ve karşı kültür hareketlerinden de etkilenmiştir. Bu hareketler politikadan, savaş karşıtlığına; kadın haklarından eşcinsel haklarına; siyahlar hareketinden hayvan haklarına ana akım modernist söylemleri parçalamıştır. Feminist hareket, '60 sonları ve '70'lerin başlarında hem politik alanda hem de sanat alanında kendini göstermeye başlamıştır. Kadın sanatçılar ve aktivistler çeşitli organizasyonlar düzenleyerek galerileri basmış, geçmişte yaşamış önemli sanatçılar hakkında monografiler yazmış, kendi sanat etkinliklerini düzenlemiş ve sanat dünyasında kadınların varlığını görünür kılmaya çalışmışlardır (Gouma-Peterson ve Mathews, 2008). Aynı biçimde, televizyonun evlere girmesi ve yaygınlaşmasıyla medyanın yaydığı söylemler etkin olmaya başlamış, toplum gündelik hayatta tüketim ürünlerinin estetikleşmesi ve onlara sunulan yeni yaşam tarzları ile karşılaşmıştır. 60'ların en önemli altkültür hareketlerinden biri de savaş karşıtlığı; aile, iş, eğitim gibi toplumun etik değerlerine karşı olmak üstüne kurulu olan Hippi hareketidir. Hippi hareketinin yarattığı etki, sanatlardan popüler medyaya bütün bir söylemler ağını etkilemiştir. Bu dönemin sanatçılarından müzisyen John Cage [1912-1992] kendi bestelerini üretmek yerine bir konser salonunda seyircilere rastgele ayarlanmış radyo istasyonlarının karmaşık seslerini dinletmiştir. Pop sanatı olarak bilinen sanatı icra eden Rauschenberg [1925-2008] ve Andy Warhol [1928-1987] gibi sanatçılar popüler kültürün ve reklam dünyasının ürünlerini doğrudan sanat eserlerinde kullanmıştır. Feminist sanatçı Miriam Schapiro [1923-] yüksek sanat alanından kovulan süslemeyi kendi keşfi olan 'famaj'larında kullanarak tekrar sanat alanına dâhil etmiştir (Antmen, 2008b). İlk postmodern itirazların yükseldiği alanlardan biri de mimaridir. Jencks ve Venturi gibi mimarlar, modern mimarinin baskılayıcı ve denetim altında tutucu olduğunu iddia ederek, tarihi ya da popüler öğeleri de içine alan, anıtsal ve dekoratif öğelere yer açan ve kullanıcı ile ilişki içinde üretilen mimari eserlere yönelmişlerdir (Connor, 1989). Edebiyat alanında ise William Burroughs [1914-1997] ve Donald Barthelme [1931-1989] gibi yazarlar çeşitli kolaj teknikleri kullanarak bütünsel anlatıları reddederek, onun yerine parçalanmış, birbirinden bağımsız birçok öznenin aynı anda konuştuğu, gündelik haberlere, gazetelere, popüler dergilere göndermeler içeren anlatılar

oluşturmuşlardır. Modada ise hippie altkültürü, punk altkültürü gibi karşı kültür hareketleri etrafında şekillenen karşı modalar ortaya çıkmış; *haute couture* tasarımcıları bu sokak modalarından esinlenerek kusursuz tasarımlar yerine bilerek yarım bırakılmış ya da deforme edilmiş kıyafetler üretmişlerdir. Soğuk Savaş'tan ve Aya ayak basılmasından etkilenen tasarımcılar, fütürizm akımının izinden giderek astronot kıyafetlerine benzer kıyafetler üretmişlerdir. Hippie akımının benimsediği (çiftcinsiyetli) unisex giyim tarzı yaygınlaşmış, kadın ve erkek giyimi arasındaki keskin ayrımlar ortadan kalkmıştır.

Bu bölümde postmodernizmi bir kavram olarak tanımlamanın güçlüğü ortaya koyulmuştur. Kimi yazarlar postmodernizmin Aydınlanma projesinin karşısında çoğulcu ve özgürlükçü yapısına dikkat çekerek postmodernizme kuçak açarken; Fredric Jameson (1984) postmodernizmin geç kapitalizmin bir süreci olduğunu iddia etmektedir. Bu yazarların yanında Jean Baudrillard (2009), kitle iletişim araçlarının hızla gelişmesi ve yaygınlaşmasıyla medyanın, insanların gerçekte olan ilişkisini ortadan kaldırdığına işaret etmekte ve artık gerçeğin yerine geçen bir simülasyon dünyasında, kültür dahil her şeyin metalaştığı, bitimsiz bir tüketim dünyasında yaşadığımızı iddia etmektedir. Bundan sonraki bölümde postmodernizm ve tüketim kültürü ilişkisi ekseninde modanın geçirdiği dönüşüme yakından bakılacaktır.

## **6.2 Postmodern Tüketim Toplumu ve Moda**

Tüketim toplumu kavramını anlayabilmek için, bu kavramın ortaya çıkışını ve modernizmle olan bağınyı aydınlatmak gereklidir. Birçok yazarın ortak görüşü tüketim kültürü kavramının Batı'daki modernleşmenin uzantısı olarak, Sanayi Devrimi sonrası ürünlerin seri bir biçimde üretilmeye ve gelişmiş bir kapitalist ekonomik sistemde hareket etmeye başlaması sonucu ortaya çıktığıdır (Sassatelli, 2007; Edwards, 2000; Kumar, 2005). Yazarlara göre 17. yüzyılın sonlarında krallığın zayıflaması, erken burjuvazinin ortaya çıkması ve şeker, kahve, tütün gibi ürünlerin değiş tokuşu ile erken tüketim toplumunun temelleri atılmıştır.

Sassatelli, tüketim toplumunun ekonomideki radikal değişimin toplumda cereyan eden kültürel karşılığı olduğunu söylemektedir (Sassatelli, 2007). N. McKendrick'e göre tüketim toplumu 18. yüzyılın ortalarında İngiltere'de güçlenmeye başlayan burjuvazinin toplum içinde kendini gösterme isteği ve bu

isteğe bağı ürün talepleri sonucunda gelişmiştir. McKendrick bunun için porselen tasarımcısı ve imalatçısı Josiah Wedgwood [1730-1795]'un girişimini örnek vermektedir. Wedgwood, porselenlerini endüstriyel üretimin yardımıyla üretmemiştir, ancak soylu ailelerin sponsorluğunu almış ve ürettiklerini yüksek fiyatlarla yeni zengin olmaya ve zenginliğini göstermek isteyen burjuvaziye satmıştır (McKendrick, 1982). Bu yolla, Sassatelli'nin ifade ettiği gibi 'modern bir satış ve tanıtım tekniği' kullanmaya başlamıştır (Sassatelli, 2007; s.16). C. Campbell'e göre 'modernizmin ana karakteristiği özgün bir tip hazcıyla birlikte yenilik arayışıdır'. Campbell, modern tüketicinin bir 'hazcı' olduğunu söylemekte, bu tüketicinin etrafını bir gündüz düşünde yaşar gibi tüketim nesnelereyle doldurduğunu, nesnelere haz almamaya başladığında ise yeni tüketim nesnelere yöneldiğini iddia etmektedir (Campbell, 1987). Bu bağlamda tüketim nesnelere, maddi bir değiş-tokuş değerinin yanında kültürel anlamlar almakta, tüketiciler tarafından simgesel değerlerle donatılmaktadır.

Tüketim her yerde görülen bir olgudur ancak tüketim kültürü Batı modernizmi ile ilişkilendirilmektedir. Don Slater'in belirttiği gibi tüketim kültürü modern Batı'nın gündelik hayatında merkezi bir konum işgal etmektedir ve 'genellikle Batı modernizmini tanımlayan seçim, bireycilik ve pazar ilişkileri ile ilgilidir' (Slater, 1997; s.8). Ona göre, tüketim toplumu 19. yüzyılın başlarında, özellikle 1920'li yıllarda zirveye ulaşmıştır (Slater, 1997). Tüketim kültürünün bu dönemi standartlaşmış ürünlerin bir kitle tüketimine sunulduğu Fordizm ile karakterize edilmiştir. Amerikalı otomobil üreticisi Henry Ford üretim ve pazarlama yöntemlerini değiştirerek Batı kapitalizminde önemli bir ivmelenmeye neden olmuştur. Ford, iş yerinde Taylor'un geliştirdiği modeli örnek almıştır. Bu modele göre işçilerin yapacakları işler ve bu işlerin süresi önceden detaylı bir şekilde hesaplanmalı; herhangi bir kayıp zamana yer verilmemelidir. Ford fabrikasında her bir iş için ayrı montaj hatları inşa ettirmiş ve bu hatlarda çalışacak işçiler yetiştirmiştir. Böylece sadece bir işte uzmanlaşan işçiler ürünleri daha hızlı ve hatasız yapabilecek duruma gelmiştir. Yine işçiler için kurduğu fabrika kentte onların gündelik hayatlarını denetlemiştir. Buna karşın tercih edilmesinin nedeni işçilerine yüksek ücret vermesi olmuştur. Erken dönem kapitalizmde işçiler kendi ürettikleri ürünleri satın alabilecek kadar para kazanamamış, sadece ev ve yiyecek ihtiyaçlarını karşılayabilmişlerdir. Ford

işçilerine yüksek ücretler ödeyerek ürettiği ürünleri ilk önce onlara satarak üretim ve talep arasında bir denge kurmayı, aynı zamanda işçilerinin hayatını denetlemeyi başarmıştır (Slater, 1997).

Tüketim kültürünün fordizm ile karakterize edilen modernist dönemi sosyologlar tarafından ‘sanayi kapitalizmi’ olarak adlandırılmaktadır. Bu modelde işbölümü keskin hatlarla çizilmiş, işçiler montaj hattı üstünde tek bir işte uzmanlaşmış vasıfsız işçilerdir. Ürünler ise standart bir şekilde çok yüksek miktarlarda üretilmiş ve büyük kalabalıkların oluşturduğu kitlelere sunulmuştur.

Kabaca İkinci Dünya Savaşı sonrasında günümüze kadar olan postmodern dönemde üretim, dağıtım ve tüketim ilişkileri değişmiştir. Postmodern dönemde kitleleri homojen bütünlükler olarak, üretim yerlerini ise merkezi dev tesisler olarak tanımlamak imkânsızlaşmıştır. David Lyon’un belirttiğine göre postmodern dönem iki ana kaynak tarafından karakterize edilmektedir. Bunlardan birincisi yüksek teknolojilerin endüstriyel üretimde ve iletişim teknolojilerinde kullanılmaya başlanması; ikincisi ise küreselleşme ve teknolojinin sağladığı esnek üretim imkânları sayesinde firmaların üretimden çok tüketime yönelmesidir (Lyon 2000). Bu yeni dönem kimi yazarlar tarafından “Bilgi Çağı” (Castells, 1996), kimi yazarlar tarafından “Postmodern Dönem” (Jameson, 1984; Harvey, 1989), kimi yazarlar tarafından “Sanayi Sonrası Dönem” (Touraine, 2007; Bell, 1980) olarak tanımlanmaktadır.

Daniel Bell, eski ürün bazlı üretimin, gelişen iletişim ve bilgi teknolojileri sayesinde bilgi bazlı hizmet üretimi ile yer değiştirdiğini iddia etmektedir (Bell, 1980). 1960'lara kadar dünya nüfusunun %40'ı endüstriyel üretimde yer alırken, 1960'lardan itibaren hizmet sektöründe çalışan nüfus hızla artmış ve bu oran %3'e düşmüştür. Gelişen iletişim teknolojilerinin bir başka özelliği de bütün dünyayı birbirine bağlayan küresel bir ağa dönüştürmeleridir. Bu ağ içinde her hangi bir yerde meydana gelen herhangi bir olay dünyanın başka bir yerinde aynı anda bilinebilmekte, saniyeler içinde milyonlarca dolar dünyanın herhangi bir yerine transfer edilebilmekte, insanlar birbirilerinin kültürlerini tanıyabilmekte ve firmalar müşteri taleplerini çok kolay ve hızlı bir şekilde denetleyebilmektedir. Yüksek teknoloji makinalar sayesinde firmalar dünyanın herhangi bir yerindeki talebe çok kısa zamanda, küçük miktarlarda üretim yaparak cevap verebilmektedir. Bunun en iyi örneklerinden birini, bir giyim üreticisi olan

Benetton firması sunmaktadır. Benetton'un ulusal ve uluslararası 2500 tane satış mağazasında biribiri ile bağlantılı bir ürün takip sistemi bulunmaktadır. Sistem herhangi bir yerde satılan ürünlerin tipinin, renginin, bedeninin veri tabanını oluşturmakta ve bu bilgileri Benetton'un merkezine ve anlaşmalı firmalara ulaştırmaktadır. Yanı sıra Benetton küçük, yerel firmalarla da işbirliği yaparak, dünyanın neresinde hangi ürün gerekiyorsa hızla talebe yanıt verebilmektedir. Bunun sayesinde her zaman müşteri talebini ve modayı yakından takip edebilmekte, esnek yapısı içinde herhangi bir değişikliğe on gün içinde cevap verebilmektedir (Kumar, 2005).

D. Slater, postmodernizm iddiasının post-fordist üretim ve tüketim biçimleri ile ilgili olduğunu söylemekte ve post-fordizmi ortaya çıkaran dört sosyal gelişme tanımlamaktadır (Slater, 2005). Post-fordizmin en önemli özelliği artık maddi ürünlerin değil göstergelerin tüketiliyor olmasıdır. Gündelik tüketim nesnelerini yerini postmodern dünyada hizmet sektörü almıştır. Hizmet sektörü ürünlerini Disneyland eğlencelerinden, çeşitli uzmanlıklar vaat eden kurslara; tatil paketlerinden sağlık hizmetlerine kadar genişletmek mümkündür. İkinci olarak postmodern dünya gündelik hayatın estetikleştiği, ürünün kullanım değerinin yerini gösterge değerini aldığı böylece kullanım değerinin ortadan kalktığı bir dünyadır. Firmalar artık Ford'un arabalarında yaptığı gibi işlevselliği ön plana çıkaran ürünler değil, kullanıcıya tasarım, paketlenme ve reklamsal imgelemler aracılığıyla çeşitli deneyimler vaat etmektedir. Üçüncü olarak, ürünlerin kullanım ve değişim değerlerini gösterge değerleri ile yer değiştirmesi sonucu, tüketiciler ürünler yerine, bu ürünlerin reklamların yarattığı çeşitli temsillerini satın almaktadırlar. Yıldız tasarımcı imgesi burada devreye girmektedir. Belirli bir yaşam tarzı ile ilişkilendirilen tasarımcıların ya da markaların ürünleri, tüketicileri bu yaşam tarzına bağlamakta; ürünün birincil özellikleri ortadan kalkmakta, tüketiciler aslında bu yaşam tarzını satın almaktadırlar. Son olarak, tüketimin imajlar dünyasına dönmesi ve üretim ve tüketimin birbirinden ayrılmasıyla, tüketim üretimi görünmez kılmıştır. Küreselleşme sayesinde bir ürünün bileşenleri ayrı coğrafyalarda üretilip, bambaşka bir coğrafyada satılabilmektedir. Bu da emeğe dayalı üretim yerine bilgi ve iletişime dayalı pazarlama ve yönetim stratejilerini geçirmektedir. Ancak burada unutulmaması gereken husus, bilgi ve tasarım bazlı hizmet veren firmaların ana ürünlerini hâlâ fordist yöntemlerle

üretim yapan üçüncü dünya ülkeleri ve Uzak Doğu'da ürettirdikleri ve bu ürünleri Batı'ya sattıklarıdır. Bu da postmodernizm içinde tartışılan küreselleşmenin açmazlarından biridir (Kumar, 2005).

Üretimin yerini tüketimin almasının ve üretimin gözden giderek ırak alanlara çekilmesinin kültürel karşılığı ürünlerin ekonomik değerlerinin simgesel değerleri ile yer değiştirmesi olmuştur. Postmodern tüketim kültürünün eleştirmenlerden Fransız düşünür Jean Baudrillard'a göre bundan böyle insanlar, eskiden olduğu gibi diğer insanlarla değil, nesnelere kuşatılmıştır. Ürün, hizmet ya da bilgi, herhangi bir kategorideki tüketim nesnelere insanları gerçekliği algılayamayacakları bir semboller ve göstergeler dünyasına çekmektedir. Bu noktada Baudrillard gerçeğin, gerçeğin yerini tutan benzerleri ile yer değiştirdiği, reklamlar ve medya aracılığıyla inşa edilen bir simülasyon dünyasında yaşadığımızı iddia etmekte ve artık insan öznesinin yerine anlamları nesnelere ürettiği nesne temelli bir dünyada yaşamaya başladığımızı söylemektedir (Edwards, 2000).

Postmodernizmi, kapitalizmin geç evresi olarak tanımlayan Fredric Jameson'a göre de postmodern tüketim kültürü derinliksiz bir kültür yaratmaktadır. Nesnelere simgelerle donatarak nesnelere değişim değerleri yerine onları kültüre katmakta, böylece gündelik hayattaki kullanım nesnelere birer kültür nesnesi haline gelmektedir. Böylece yüksek kültür ve alçak kültür arasındaki fark ortadan kaybolmaktadır. Ona göre postmodern tüketim kültürü, sanat eserleri, klasik müzik gibi yüksek kültür ürünleri ile pop kültür ürünleri arasındaki sınırı ortadan kaldırmakta ve hepsini aynı konuma yerleştirmektedir (Jameson, 1984).

Postmodern tüketim kültürü gündelik hayatın her yanını kaplamaktadır. Gündelik hayatı estetikleştirerek tüketimden kaçış alanı bırakmamıştır. Bunun yanında fordizmin homojenleştirdiği özneler, postmodernizmin çoğulculuk söylemi içinde parçalara bölünmüş, çeşitli yaşam tarzları ortaya çıkmış ya da medya tarafından icat edilmiştir. Yanı sıra, endüstri sonrası kapitalizmde üretimin karakteri değişmiş, merkezi, büyük oranlarda ve büyük kitlelere üretim yapan firmalar, yerini nispeten daha küçük, esnek üretime dayalı merkezi olmayan bir yapılanmaya bırakmaya başlamıştır. Bu firmalar kendi küçük müşteri gruplarını oluşturarak, onların yaşam tarzlarına hitap etmekte ya da onları şekillendirmektedir. Denebilir ki, postmodern tüketim kültüründe tüketim



nesneleri birer kültürel nesne haline gelerek öznelerin gündelik hayatını kuşatmaktadır.

Postmodernizm ve postmodernizmi karakterize eden post-fordizm ve küreselleşme moda ve moda ürünlerinin üretimi, dağıtım ve tüketilmesi üzerinde etkili olmuştur. Savaş öncesi dönemde modanın merkezi Paris iken, savaş sonrası dönemde Paris'i sembolik değerini korumuş ancak New York, Tokyo, Londra, Milano gibi dünyanın büyük kentleri de birer moda merkezi haline gelmişlerdir. Ayrıca, moda ürünleri üretimi endüstri sonrası kapitalizmin dinamiklerine uygun olarak merkezi özelliğini yitirmeye başlamıştır. Büyük firmalar ya da holdingler tasarım ve yönetim bölümlerini kendi ülkelerinde kurarlarken, üretimlerini Uzak Doğu ya da üçüncü dünya ülkelerine kaydırmışlardır. Bu dönemde tasarımcı kimliği de değişimlere uğramış, tasarımcı artık tanımadığı kitlelere hitap etmeye ve yıldızlaşmaya başlamıştır. Moda ve moda ürünlerinin üretim, dağıtım ve tüketiminde ortaya çıkan bu değişiklikler firmaların yapısına, moda ürünlerinin kendisine ve kurumsallaşmış bir sektör olarak ele alındığında moda sistemine doğrudan etki etmiştir.

İletişim teknolojilerindeki önüne geçilemez gelişmelerle birlikte dünya artık eskiden olduğu gibi kalın sınırlarla çizilmiş ve bir yerden bir yere ulaşmanın büyük engelleri aşarak gerçekleştiği bir yer olmaktan çıkmıştır. İnternet dünyadaki bütün bilgisayarları birbirine bağladığı gibi, her dakika hepsinin birden yakalanmasının imkânsız olduğu bir bilgi akışı sunmaktadır. Ayrıca dünyanın her yerinden bilgiye ulaşmanın kolaylaşması kültürel değiş tokuşları hızlandırmıştır. Bilgi toplumu olarak tanımlanan bu toplumun diğer bir yüzü de yerel pazarların büyük bir ağ sayesinde birbirine bağlanması ve bütün dünyanın tek bir pazar haline gelmesidir. Bilgi toplumu hızlı bilgi akışı, reklamları, haber alma kolaylığı, kullandığı çeşitli manüplasyon yöntemleri ile sadece pazarda değil, kültürel ve sosyal etkinliklerimizi biçimlendirerek gündelik hayatımız üzerinde de etkili olmaktadır. Küreselleşme olgusu genellikle İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra yükselen bilgi toplumu ile paralellik gösterse de, toplumların İpek Yolu gibi ticaret yollarını kullanarak birbiri ile iletişime geçmesi ve birbirinin ürünlerini kullanması nedeniyle eski çağlara kadar geri götürülebilir. Ancak bilgi toplumu bu yavaş hareketi tahmin edilemeyecek derecede hızlandırmıştır. İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra kitle iletişim araçları herkesin kullanımına açılmış, ilk

televizyonlar ailelerin evlerine girmiştir. 1960'lar itibariyle, insanlar dünyada olup biten gelişmeleri kitle iletişim araçlarından takip etmeye başlamış, aynı zamanda kitle iletişim araçlarında yer alan reklamların ve firmaların büyük çaplı tanıtım kampanyalarının etkisi altında kalmaya başlamışlardır. Yine bu yıllarda başta televizyon olmak üzere kitle iletişim araçları aracılığıyla popüler kültür imgeleri daha önce görülmemiş bir bollukta saçılmaya başlanmıştır. Hollywood sineması çeşitli asi gençlik figürleri yaratmış, daha sonra ortaya çıkacak olan rock ve metal grupları bu figürleri kullanarak izleyenlerini belirli bir yaşam tarzına adapte etmiştir.

Diana Crane savaş sonrası dönemde moda endüstrisinde önem kazanan iki etkenin altını çizmektedir. Bunlardan birincisi, 'kültür kurumlarının mülkiyetlerinin, ana faaliyet konusu diğer firmaların alımı ve satımı olan holdinglere geçmesi'dir. İkincisi ise, pazarın küreselleşmesi sonucu bu pazarı denetleyen büyük holdinglerin bir oligapol piyasası oluşturmasıdır. Aynı zamanda bu durum küçük firmaların aleyhine işlemiş, büyük holdinglerce denetlenen pazara girmek için büyük yatırımlar yapamamışlardır (Crane, 2003; s.185). Crane Fransa'daki *haute couture* ve lüks hazır giyimi çözümlenerek bu durumu örneklemektedir. Bu çözümlenmede savaş öncesi *haute couture* firmalarının ortadan kalktığı ve tek tip bir firmalaşmanın onların yerini aldığı iddia edilmektedir. Buna ilk örnek Christian Dior ve ortaklarının kurduğu firmadır. Bu firmada ortaklardan biri mali destek sağlamış, diğeri işletmeci olmuş; Christian Dior ise idarecilik yapmıştır. Ayrıca, Dior başka bir yenilik olarak ürün lisansını geliştirmiştir. Ürün lisansı süs eşyalarından, ev tekstil ürünlerine birçok kategorideki ürüne ödenen telifdir. 1959'da Pierre Cardin kitle üretimi yapan hazır giyim için bir lisans anlaşması imzalayarak bundan büyük kâr elde etmiştir. Zamanla Cardin ismini lisans anlaşmalarıyla giyim eşyalarından, mobilyalara, halılara, arabalara kadar uzanan çok geniş bir ürün yelpazesine yaymıştır (English, 2007). *Haute couture*de yaşanan bir diğeri değişim ise tasarımcıların artık yüz yüze görüşmedikleri bir müşteriler ağına hitap ediyor olmalarıdır. Bu durum tasarımcının artık ürünleri gibi kendisini de bir marka olma zorunluluğunu getirmiştir. 19. yüzyılın sonlarında ve 20. yüzyılın başlarında Poiret, Chanel, Worth gibi tasarımcılar *couture* tasarımlarını tanıdıkları ve içinde yer aldıkları bir müşteri profili için üretmiş ve onların seçimlerini, arzularını, isteklerini birebir takip

edebilmişlerdir. Ancak postmodern dönemde pazarın genişlemesi ve tasarımcıların kitle iletişim araçlarında yer almaya başlamasıyla bu gelenek, tasarımcının kendini ürünlerini ilk tanıtan ve yaşam tarzını bu ürünler etrafında kuran bir ilk ürün haline getirmiştir.

Firma yapılanmasındaki ve pazardaki değişimler moda tasarımcısı tipine de yansımış, tasarımcılar kendilerini bu şartlara göre konumlandırmak zorunda kalmışlardır. D. Crane 1980'lerde couture tasarımcılarını iki grup altında toplamaktadır. Bunlardan birincisi büyük holdinglerde uzun yıllardır çalışan ve sadece çağa uymak için koleksiyonlarında küçük değişiklikler yapan yaşlı tasarımcılardır. İkinci grup tasarımcılar ise yeniliği, tasarımlarında sanatsal ifade yöntemlerini ve müşteriyi şaşırtmayı deneyen daha genç tasarımcılardır. Bu tasarımcılar couture'a yaşlı tasarımcıların emekli olması ya da ölmesi sonucu 'fikirlerini özgünlüğü ya da giysilerinin eğlence değeri nedeniyle' kabul edilmiştir (Crane, 2003; s.189). İngiliz modatasarımcısı Alexaner McQueen'in alışıldık moda estetiğinin dışında kimi zaman tiyatral, kimi zaman deneysel biçimlere bürünen kıyafetleri moda dünyasından büyük ilgi görmüş; tasarımcı, Givenchy'nin baş tasarımcısı olmuştur. Benzer biçimde John Galliano iç çamaşırları kıyafetlerin dışına giydirdiği, cinsiyet kodlarını ironik olarak el alıp eleştirdiği tasarımlarıyla dikkat çekmiştir.

Diana Crane tarafından İkinci Dünya Savaşı sonrası moda endüstrisindeki değişimi örneklemek için çözümlenen diğer bir alan da Fransız lüks hazır giyim sektörüdür. Crane bu sektörde, *créateur* olarak isimlendirdiği, piyasaya 1960'larda giriş yapan, özgün ve küçük miktarlarda ürün üreten firmalara değinmektedir. Bu firmalar 1960'larda ve 1970'lerde tek bir tasarımcı ya da birkaç tasarımcının birleşmesi ve küçük sermayeler ortaya koyması ile kurulmuş ancak 1980'lerde küresel pazardaki rekabetin artmasıyla ya sponsor arayışına girmek zorunda kalmış, ya büyük firmalarla lisans anlaşmaları imzalamış ya da kepenklerini kapatmıştır. Bu firmalar kazanç sağlamak için çoğunlukla büyük firmalara koleksiyonlar hazırlamakta ve sanatsal tatminleri için kendi işlerini sürdürmektedir (Crane, 2003). Crane'nin araştırmasına göre 1980'ler ve 1990'larda büyük firmalar ve küçük firmaların her ikisi içinde pazarda ayakta kalmak daha zorlaşmıştır. Moda şovları artık ürünlerin gösterildiği, moda basınına ve halka tanıtıldığı pazarlama faaliyetleri olmaktan çıkmış, izleyenlerin ilgisini

çekecek büyük gösterilere dönüşmüştür. Bunun yanında küreselleşmenin etkisiyle diğer ülkelerden gelen tasarımcılar Paris'e akın etmiş, buradaki defilelerde kendi koleksiyonlarını sergilemeye başlamış, moda endüstrisi ve tüketiciler tarafından kabul edilirlilik kazanmışlardır.

Postmodern durumun ve küreselleşmenin etkisi sadece ürünlerini küresel pazarda satmak isteyen firmalar üstünde görülmemiştir. Benetton örneğinde olduğu gibi bazı firmalar iletişim teknolojilerini ve yüksek teknoloji üretim araçlarını etkin bir veri tabanı ve üretim mekanizmasına dönüştürerek küreselleşmeni getirilerinden yararlanırken, 1970'ler ve 1980'lerde faaliyet göstermeye başlayan yeni tip tasarımcılar bir çeşit yerelliğe yönelmişlerdir. K. Kumar, bu yönelimi Üçünü İtalya örneği ile açıklamaktadır. Üçüncü İtalya endüstri sonrası kapitalizmin esnek çalışma koşullarına ve yeteneğe bağlı işçiliğe dayanan yapısında şekillenmiştir. Bu küçük fabrika ve atölyelerde on kişiden az insan çalışmakta ve birbirileri ile işbirliği içinde üretimlerini sürdürmektedirler. İstenilen miktarlarda kaliteli üretim yapabilen yüksek teknoloji cihazları kullanmakta, birçok işi yapabilen eğitilmiş kişilerle çalışmaktadırlar. Bu tip küçük işletmelerde çalışanlar ve yöneticiler arasındaki fark ortadan kalkmaktadır. Mühendisler, tasarımcılar ve girişimciler işbirliği içindedirler. Bunun yanında müşteri ilişkileri de Fordist üretimin aksine birebir gelişmekte, müşteriler birinci elden firma yetkilisine ulaşarak sorunların çözümünde katkıda bulunabilmektedir (Kumar, 2005).

Çeşitli üretim, dağıtım ve yatırım biçimlerini etkilemesinin yanında iletişim teknolojilerindeki gelişim ve internetin artık dünyanın her yanından ulaşılabilen çok ucuz bir çevrimiçi ağ haline gelmesi moda ürünlerinin tanıtımı alanında da yeni olanaklar sunmuştur. 1998'de moda tasarımcısı Helmut Lang, fiziki bir alanda defile düzenlemek yerine içinde defile kayıtlarının bulunduğu CD-ROM'ları moda editörlerine göndererek fiziki alanı ortadan kaldırmıştır. Başka bir moda tasarımcısı, Issey Miyake 2001 yılında *Pleats Please* koleksiyonunu kendi internet sitesinden tanıtarak ilk moda internet sitesi ödülleri birine layık görülmüştür. İnternet tasarımcılara ürünlerini tanıtmak için çok iyi bir avantaj sunarken, kimi firmalar da internet üstünden ulusal ve uluslararası ölçekte satış yapmaktadır.

İkinci Dünya Savaşı'nın ardından, özellikle 1950'lerin sonları ve 1960'lı yıllarda moda endüstrisi büyük değişim içine girmiştir. Bütün dünyayı etkisi altına almaya başlayan 'postmodern durum' ve küreselleşme söylemleri moda endüstrisinde de değişim ve dönüşümlere neden olmuştur. D. Crane'nin çözümlenmeleriyle örneklendiği gibi *haute couture* ve lüks hazır giyim firmaları bu dönemleri takip eden dönemlerde küresel pazarda yer bulabilmek için büyük çaba sarf etmiştir. Küreselleşme ve endüstri sonrası kapitalizmin yapı taşları olan esnek işgücü, kalifiye çalışma ve küçük işyerleri olguları tekstil üretimin de yeni tip firmaların doğmasına neden olmuş, yeni bir üretim tarzı ortaya koymuştur. İletişim teknolojilerindeki hızlı gelişimler de tasarımcıları ve firmaları yeni arayışlara yöneltmiş, bu tasarımcı ve firmalarca internet ortamı bir tanıtım ve satış alanına dönüştürülmüştür. Savaş sonrası dönemde küresel pazarda ve medyada baş göstermeye başlayan yıldız tasarımcılar arasında kendine yer edinmek isteyen tasarımcılar kimi stratejiler geliştirmek zorunda kalmışlardır.

### **6.2.1 Küresel Moda Pazarında Tasarımcıların Geliştirdiği Stratejiler**

Moda tasarımcıları İkinci Dünya Savaşı sonrası dönemde ayakta kalabilmek için çeşitli stratejiler geliştirmek zorunda kalmışlardır. D. Crane, bu stratejileri iki grupta toplamaktadır. Birinci grupta, daha önce de değinildiği gibi, bir sanatçı konumu talep eden 'sanat-zanaatkârlar' bulunmaktadır. Diğer grup ise modaya avangard ve postmodern yaklaşımlardır.

D. Crane'e göre, 'sanatçı-zanaatkârlar işlerini çerçevelerken, süreklilik, tahmin edilebilirlik ve zarafet' gibi öğleri öncelerler. Bu yaklaşım genellikle lüks giysi tasarımcıları ve *haute couture* tasarımcıları tarafından kullanılmaktadır (Crane, 2003). Eskiden meşhur olan tarzlar, çeşitli parçalarıyla geri dönerler. G. B. Sproles, moda eğilimlerini uzun süreli eğilimler ve kısa süreli eğilimler olarak ikiye ayırmaktadır. Sproles, kalıcı bir eğilimin değişikliğinin bir çağda ya da bir yüzyılda bir kez ortaya çıktığını söyler ve bu iddiayı tarihsel devamlılık kavramı ile açıklar. Tarihsel devamlılık, yeni tarzların varolan tarzlar üzerinde ufak tefek değişiklikler yapılarak ortaya çıkarılması durumu olarak tanımlanabilir. Sproles bunu etek uzunluğu örneği ile açıklar. Ona göre diz hizasından yere kadar olacak olan bir etek boyu değişimi devrimci bir değişim olacaktır ancak tarihsel devamlılık ilkesi uyarınca tüketiciler tarafından kabul edilmeyecektir, ayrıca böyle

radikal bir değişim moda girişimcileri için çok fazla risk taşımaktadır. Uzun süreli moda eğilimlerini anlamak, kalıcı tarzlar yaratabilmek ve moda pazarındaki riskleri azaltmak açısından firmalar için birincil derecede önemlidir (Sproles, 1981). Chanel'in klasik suiti tarihsel devamlılığa bir örnektir. D. Crane de bu modele uygun olarak üretim yapan iki sanatçı-zanaatkârı örnek gösterir. Ona göre, Balenciaga ve Dior'un 1950'lerdeki işlerine bakıldığında bu evrimsel model göze çarpar. Balenciaga 'üç çeyrek uzunluktaki elbise kolu'nu bulmuş ve bunun sayısız uyarlamasını denemiştir. C. Dior da H, A, Y ve S serileri gibi alfabeden aldığı ve omuz genişliği, etek kabarıklığı ve elbise hacmi gibi bileşenleri değiştirterek uyguladığı bir dizi tasarım yapmıştır. Crane'in belirttiğine göre, 'bu gelenekle yetişen Givenchy, bu geleneğin temel ilkelerine hâlâ bağlıdır' (Crane, 2003; s.201). Sanatçı-zanaatkârlar üretimlerini genellikle üst ve orta-üst sınıfların oluşturduğu kendilerine yıllarca bağlı kalan bir müşteri grubu için yapmaktadırlar. Bu nedenle radikal değişiklikler yapmak yerine marka imajlarını koruyacakları ve tarzlarını devam ettirebilecekleri zanaatkârlığı ön plana çıkaran işler yapmak onlar için deneyselliği ya da eğlence unsurunu öne çıkaran kavramsal çalışmalardan daha önemlidir.

İkinci bir tür pazar stratejisi ise modaya avangard ve postmodern yaklaşımlardır. Bu yaklaşımların ortaya çıkmasının nedenleri toplumun eskiye oranlara daha çoğulcu ve alt gruplara ayrılmış bir yapıya bürünmesine ve iletişim teknolojilerindeki gelişme sonucu bilgilenen moda izleyicinin dikkatini çekmek için eski yöntemlerden başka yöntemlere başvurulması gerekliliğidir. D. Crane, avangard modayı şöyle tanımlamaktadır:

"Giyim bağlamında 'avangard' terimi çoğunlukla belirli giyim eşyalarına bağlanan alışılmış anlamların değişmesini (bir faaliyetle ilişkili kostüm çeşidinin diğer bir faaliyet için, çok daha farklı bir amaçla kullanımı gibi) ya da diğer eşya çeşitleriyle ilişkili anlamların bu eşyaları resmi giysi olarak kullanmaya uygun biçimde yeniden tanımlamak için değiştirilmesini (reçel kavanozu kapaklarını kolye, tuvalet sifonlarının zincirlerinin kemer olarak kullanılması gibi) içerir." (Crane, 2003; s.154-159)

Avangard moda bağlamı içinde giysiler üreten tasarımcılar çoğunlukla onlardan beklenen talebi kesintiye uğratarak moda sisteminin kendisine dönmüş ve tasarımları ile bu sistemi sorgulamışlardır. Örneğin birçok avangard giysi işlevsel değildir. Bu giysilerin işlevselliği aşırı süsleme, estetiğe aşırı yönelim ve abartılarla ortadan kaldırılmıştır. Bunun yanında tekstil teknolojilerini gelişmesi

ile avangard giysi tasarımcıları tekstile ait olmayan metaller, cam, endüstri atıkları gibi malzemeleri giysi yapımında kullanabilmeye başlamışlardır.

1980'ler ve 1990'larda Paris'te koleksiyonlarını sergilemeye başlayan Japon kökenli Issey Miyake, Yohji Yamamoto ve Comme des Garçons firmasının kurucusu Rei Kawakubo tasarımlarında avangard stratejileri kullanan tasarımcılardandır. Japon geleneklerinden, tekstil teknolojilerindeki yeni gelişmelerden ve güncel görsel sanatlardan yararlanan bu tasarımcılar Batı moda sisteminin dışına çıkan, güncel moda eğilimlerine uymayan kendi tarz ve yaklaşımlarını geliştirdikleri tasarımlarla tanınmışlardır.

Japon tasarımcıların estetik yaklaşımı kimi moda yazarlarınca 'sefalet estetiği' olarak tanımlanmaktadır (English, 2007; s.117). Modern Batı moda sistemi ortaya çıktığı 18. yüzyıl ortalarından 1960'lara kadar üst sınıflara hitap eden *haute couture* ile anılmıştır. *Haute couture*, mükemmelliği, kusursuzluğu, kullanılan kumaşların kalitesini ve tasarımcının hatasız işçiliğini öne çıkarmaktadır. Ayrıca, Modern moda sistemi ortaya çıktığı zamandan beri sınıflar, cinsiyetler ve ırklar arasındaki ayrıma dayandırılmaktadır (Vinken, 2005). İkinci Dünya Savaşı sonrası Japonya'sında yetişen Japon tasarımcılar yetiştikleri dönemin görüntülerini ve hissiyatını taşımaktadırlar. 1980'lerin başlarında Kawakubo'nun Paris'te düzenlediği defilesinde mankenler siyah kıyafetler içinde, kafaları tıraş edilmiş biçimde ya da kirli ve dağınık saçlarla ve soluk yüzlerle podyuma çıktıklarında Kawakubo moda medyası tarafından 'paçavra toplayıcısı' olarak isimlendirilmiş ve medya tarafından bu defile politik bir gösteri olarak karşılanmıştır (English, 2007; s.121). Moda basınının Rei Kawakubo'nun tasarımlarını böyle sert bir şekilde ele almasının nedeni, bu tasarımların *haute couture* geleneğine tamamen zıt olan yapısıdır. Kawakubo tasarımlarında *haute couture*'ün mükemmel işçiliğini ve kusursuz bitmiş ürünlerinin karşısına yarım bırakılmış izlemine veren, her tarafı deliklerle dolu kıyafetler koymuştur. Tasarımlarında, çoğunlukla hüznü sembolize eden siyahı kullanmaktadır. Kawakubo'nun *haute couture*'ün karşısına koyduğu diğer bir unsur da asimetridir, üç kollu ceketler, neresinden giyileceği belli olmayan kazaklar, bir tarafı diğerinden uzun ceketlerdir (Şekil 6.1).



**Şekil 6.1:** Comme des Garçons (Rei Kawakubo) – Sonbahar 2009 Koleksiyonu (Stylehog, 2011)

Sözü edilen üç Japon tasarımcı da tasarımlarına esin kaynağı bulmak için eski Japon geleneklerine dönmüşler ve Japon giyiminin bir yapıtaşı olan kimonodan yola çıkarak çeşitli tasarımlar üretmişlerdir. Modern moda sistemi beden hatlarını ön plana çıkararak, sınıflar arası ayrımın yanında cinsiyet ayrımını da vurgulamaktadır. Kimono ise bunun tersine beden hatlarını yok etmekte, kıyafeti giyenin cinsiyetini belirsizleştirmektedir. Kawakubo modern modanın bu yönüne dikkat çekerek, modanın kadın bedenini vurgulamak yerine insanların oldukları gibi görünmelerine izin vermesi gerektiğini iddia etmektedir (English, 2007). Issey Miyake ise tasarımlarının esini en baştan kimonodan almış, Japonya’da hâlâ geleneksel yollarla üretim yapılan bölgelerden kumaşlar toplamış ve bunlarla biz dizi kimonu çeşitlemesi üretmiştir (Hiramitsu, 2005).

Japon geleneklerini yeniden yorumlamanın yanında Japon tasarımcılar yeni tekstil teknolojilerini de kullanmaktan kaçınmamışlardır. Issey Miyake’nin 1993’te başlayan *Pleats Please* isimli projesi bunun örneklerinden biridir (Şekil 6.2). Bu projede rengârenk desenli sentetik kumaşlar, pililer yapılarak bir çeşit yüksek ısılı sonlandırma işleminden geçirilmekte ve pililerin her ortamda sabit kalması sağlanmaktadır. Miyake’nin bozulmayan pilili kumaşlarla ürettiği kıyafetler, bunları giyenler hareket ettiklerinde bir renk şölenine dönüşmektedir. Aynı zamanda bu kumaşların desenlerine yeni desenler eklenerek ya da renkleri çeşitlendirilerek güncel moda eğilimlerini takip etmek tasarımcı için kolaylaşmaktadır. Miyake’nin bir başka projesi de 1999 yılında başlayan *A Piece*



*of Cloth (A-POC)* projesidir. Bu projede özel bir yöntemle hazırlanan örme kumaşlar, uzun bir parça hâlinde müşteriye sunulmakta ve müşteri bu parçadan istediği biçimde ve uzunlukta etekler ya da kollar kesebilmektedir (English, 2007). A-POC projesi, seri üretim ve el yapımı yöntemleri birleştirmekte, modern moda sisteminin tasarımcı merkezli yapısını tehdit etmekte böylece moda sistemine meydan okumaktadır.



**Şekil 6.2:** Issey Miyake – Pleats Please 2011 İlkbahar Yaz Koleksiyonu (Miyake, 2011)

Y. Kawamura, Japon moda tasarımcılarının Batı moda sistemine getirdiği yenilikten bahsederken onlardan önceki bütün moda tanımlarını yıktıklarını söylemektedir. Japon tasarımcılar modern moda sistemi içine ona karşı geliştirdikleri stratejiler sayesinde girmişler ve bu sisteme yeni birer soluk olmuşlardır. Onların tasarımları *haute couture*'ün sınıf, cinsiyet ve ırk merkezli yapısını sorgulamış, moda sisteminin karşında durmuştur (Kawamura, 2004).

Japon tasarımcıların ardından Belçikalı bir grup tasarımcı da benzer avangard stratejiler uygulayarak moda sektörüne girmiştir. Martin Margiela [1957-]'nın ikinci el kıyafet parçalarından yeni kıyafetler yapması bu örneklerden biridir. Margiela'nın projesi doğrudan moda sistemini hedef almakta, eski ve unutulmuş kıyafetleri birleştirerek yeni görünüm ortaya koyup moda döngüsüne ket vurmaktadır. Diğer bir örnek de Helmut Lang [1956-]'ın birbirinden tamamen ayrı malzemeleri kullanarak ürettiği kıyafetlerdir. Bu kıyafetlerde Lang lastik ve dantel gibi malzemeleri bir araya getirerek iddiasız kıyafetlerde moda sisteminin karşısına dikilmiştir (Crane, 2003).

Türkiye'de ise Ümit Ünal avangard tasarımları ile dikkat çeken tasarımcılardandır. Tasarımcı, 2009 yılında Dünya'da bir Yer adlı koleksiyonunda teknolojiden ve modern dünyadan uzak yaşayan bir Amiş topluluğunun giyimlerinden esinlenerek kıyafetler tasarlamıştır. Toplumdan tamamen uzak yaşayan bu topluluk mümkün olan en sade biçimde bir yaşam sürmekte ve yine en sade biçimde giyinmektedir. Ünal'ın tasarımlarında da Amişlerin yaşam biçiminin sadeliğinin yanında üniforma benzeri kıyafetler büyük yer tutmuştur. Küçük detaylarla ele alınan üniforma görünümlü tulumlar, denim pantolonlar triko ve gömleklerden oluşan koleksiyonda gri rengin ağırlıklıdır. Tasarımcı, bu tercihiyle münzevi bir hayata işaret etmiş, takipçilerini modern hayatın hayhuyundan uzaklaşmaya davet etmiştir.

Avangard stratejilerin yanında moda tasarımcıları küreselleşen pazara girmek ve bu pazarda tanınırlıklarını arttırmak için postmodern stratejiler de uygulamışlardır. D. Crane modada kullanılan postmodern stratejileri şöyle tanımlamaktadır:

“Avangard karşı tavır olarak estetik gelenekleri yıkmaya çalışırken postmodernizm geleneksel ve geleneksel olmayan arasındaki gidip gelmeleri, belirsiz etkiler yaratmış ya da bir parodiye dönüşmüştür. Postmodernist çalışmaların sabit anlamları yoktur ya da birden çok anlamı vardır. Güvenilir yorumlar ne beklenir ne de olasıdır. Modernist sanatçı-zanaatkarın belirli bir tarzın gelişimine ve bir grup tutarlı ve bütünlük estetik öge olarak kavranan tarza değil, birçok öncel metinden alınan ayrıntıların tutarlı bir varlık oluşturup oluşturmadıklarına bakmaksızın bir araya getirilmeleri olan kolaja karşı ilgisi olmuştur.” (Crane, 2003; s.206)

İkinci Dünya Savaşı'nın sona ermesinin ardından 1947 yılında kendi modaevini açan Christian Dior, postmodern stratejileri uygulayan ilk tasarımcılardan biridir. İkinci Dünya Savaşı'nda erkekler cephede olduğu için

kadınlar erkeklerin çalıştığı işlerde çalışmak zorunda kalmış, gerektiğinde cephe arkasında görev almıştır. Gündelik hayatlarında etkin roller almaya başlayan kadınların giyimleri bu yönde değişmiş, işlevsel ve sade bir görünüme bürünmüştür. Bunun yanında savaşın da etkisiyle giyim askeri tarzlardan etkilenmiştir. Dior'un hamlesi savaşın hemen ardından kadınlara, Fransız *haute couture*'ünün ihtişamlı, dekoratif ve süslü görünümünü sunmak olmuştur. 'New Look' olarak isimlendirilen bu görünüm, giyim parçalarını 19. yüzyıl sonlarındaki Viktoryen giyimden ödünç almış ve buna uygun olarak etek boyları uzamış, omuzlar yuvarlaklaştırılmış, bel incelmış, kalçalar genişletilmiştir (Şekil 6.3). Uzun savaş yıllarının ardından *haute couture*'ün eski ihtişamlı görünümüne geri dönmekle Dior, insanlara zengin ve mutlu bir gelecek vaat etmiştir.



Şekil 6.3: Christian Dior – New Look, 1947 (Kamitsis, 1994)

Postmodernist stratejileri tasarımlarında kullanan bir başka moda tasarımcısı da kendi modaevini 1962'de açan Yves Saint Laurent [1936-]'tir. Laurent'in bütün koleksiyonlarında farklı dönemlerden, farklı tasarımcılardan, müzikten edebiyata, popüler kültür ürünlerinden ayrıntılara rastlamak mümkündür. Örneğin tasarımcı, 1964'te sunduğu koleksiyonlarında kıyafetlerinin üstüne 1920'lerin modern sanatına göndermeler yapan ya da bu eserlerin doğrudan kıyafete uygulandığı tasarımlar yapmıştır. Bunu takip eden yıllarda kıyafetlerinde çeşitli akımlara göndermeler yapmış ya da ressamların tablolarını yeniden yorumlamıştır (Şekil 6.4). 1960'lar ve 1970'lerin başlarındaki koleksiyonlarında modanın

ciddiyeti üstüne yoğunlaşan esprili kıyafetler üreterek, moda dünyasına ‘çingene görünümü’, ‘beatnik görünümü’ ve ‘denizci görünüm’ gibi tarzları sunmuştur. Laurent sokak kültüründen ve modaevini açtığı dönemde giderek güçlenen karşı kültür hareketlerinden de etkilenmiş 1978 İlkbahar/Yaz koleksiyonunda kısa pantolonlu, hasır bir şapka ile giyilen bir erkek takımı sunmuştur. Laurent’ın tasarımları postmodernizmin eklektik anlayışı ile uyum içerisindedir. Tasarımcı dönemleri birbiri ile birleştirmiş, sokak kültüründen ve popüler kültürden aldığı öğeleri *haute couture* tasarımlarına uygulayarak postmodern bir strateji geliştirmiştir.



Şekil 6.4: Yves Saint Laurent – Mondrian Dress, 1965 (Johnson, 2008)

Beçikalı tasarımcı Martin Margiela’nın tasarımlarında postmodernizmin yansımaları doğrudan okunabilmektedir. Margiela’nın bir dizi tasarımı, postmodernizmin felsefe alanındaki yansıması olarak kabul edilen postyapısalcılığın giysi yapımına transfer edilmiş hali gibidir. Margiela avangard ve postmodern stratejileri aynı anda kullanmakta, moda sistemine doğrudan saldırmaktadır. Medyada sıkça görünen ve tasarımlarından çok kendi adından söz ettiren yıldız tasarımcı olgusunun karşısına medyaya röportaj vermeyerek ve kıyafetlerinde tasarımcı etiketinin olması gereken yere boş siyah bir etiket yapıştırarak kendini ve adını moda sisteminden uzak tutmaktadır. Yanı sıra,

defilelerini Paris'in en yoksul bölgelerinde, metro istasyonlarında, terk edilmiş parklarda yapmakta ve sıradan insanları manken olarak kullanmaktadır (Vinken, 2005).

Margiela tasarımlarında daha önce adı anılan, Fransız düşünür Jacques Derrida'nın 'yapıbozum' olarak Türkçeye çevrilen 'déconstruction' stratejisini kullanmaktadır. Derrida'ya göre yapıbozum ne olduğundan çok, ne olmadığı ile açıklanabilir. Yapıbozum ne bir çözümleme, ne bir eleştiri ne de kaba anlamıyla bir yöntem değildir (Derrida, 1999; s.185). Güneş, yapıçözümü kavramı bütün karmaşıklığına ve tanımsızlığına rağmen, yapıbozum işlemini yapıbozumu 'öncelikle yapıyı yani meydana getirileni, olanı ve bütünü kavradıktan sonra, bölüp parçalayıp yine bir araya getirerek ve sadece olanı vermek' olarak özetlemektedir (Güneş, 2004; s.12). Yapıbozum moda uygulandığında giysi yapımından, moda sistemine ve moda döngülerine; kısacası üretimden tüketime bütün yapıyı açığa çıkaracak ve yeniden yorumlayacak demektir. Modada yapıbozum moda sisteminin özeleştirisine dönüşmektedir. A. Gill'in ortaya koyduğu gibi, modayı yapıbozuma uğratan tasarımcılar, "süslü kavramlarla taşınan cazibeleri, göz kamaştırıcılığı, illüzyonu, fantaziyi, yeteneği, seçkinliği, lüksü" ortaya çıkaran kavramları ve bu kavramlarla modanın yapısını oluşturan "biçimi, malzemeyi, yapıyı, imali, kalıp, dikiş ve bitirimi" masaya yatırmakta, aralarındaki ilişkileri açığa vurmaktadırlar (Gill, 2007; s.491). M. Margiela'nın tasarımları bu açıklamaların izinde incelenebilir. Margiela astardan kıyafetler yapmış, kıyafetlerin içini dışına çevirerek sergilemiştir. Eski ceketleri yeniden düzenleyerek iç dikişlerini, fermuarlarını ve kumaş fazlalıklarını dışarıdan görünecek şekilde tasarımları sonlandırmıştır. *Haute couture*'ün kusursuzluğu tam da bütün fazlalıkları kıyafetin içinde saklamasında yatmaktadır. Margiela kıyafetleri ters yüz ederek, terzinin çalışmasına, kıyafetin yapım sürecine ve malzemenin kendisine dikkat çekmiş, *haute couture*'ün imalat sürecini yapıbozuma uğratmıştır. Diğer yandan terzinin çalışma süreci cansız manken üzerinde başlamakta, kıyafet parçaları yavaş yavaş bu manken üstünde bir araya gelerek, canlı bir model üstünde kusursuzluğuna kavuşmaktadır. Canlı model ideal moda müşterisi olarak düşünüldüğünde, Margiela'nın işleri bunun tam tersi sürece işaret etmektedir. Defilelerinde yarım kalmış, ters yüz edilmiş, fermuarları kıyafetin üstüne dikilmiş modeller sergileyerek ve bunları mağazalarında satarak

canlı modeli ve müşteriye, kıyafetin yapım sürecini üstünde taşıyan bir prova mankenine dönüştürmektedir (Vinken, 2005). Tıpkı Derrida'nın yapıbozumu açıklarken vurguladığı gibi, Margiela da moda içindeki doğrudan üretim sürecine ve kıyafetin kendisine vurguyu çekerek, kıyafeti yapılmış halinden yapıyor olan bir nesneye, kendi kendisini açık eden bir yapım sürecine dönüştürmüştür. Margiela'nın tasarımlarının bir diğer özelliği ise ikinci el dükkânlarından ve bitpazarlarından topladığı diğer kıyafetlerden üretiliyor olmalarıdır. Onun tasarımlarında bitpazarından alınan bir eşarp bir eteğe, kullanılmış çoraplar bir süvete, eski ceketler parçalanarak yeni ceketlere dönüştürülmektedir. Bu tasarımlarıyla Margiela eskiyi yeniyeye dönüştürerek modanın 'yenilik' sorgulamaktadır. Bir anda artık değersiz olan ve kullanıcısı tarafından çöpe atılan kıyafetler, onun elinden çıktıktan sonra tasarım nesnelere dönüşmekte ve yüksek moda pazarında yerini almaktadır. Bu noktada Margiela'nın yeniliği, kıyafete bir yenilik getirmesinden çok modanın 'yenilik' söyleminin dinamiğine vurgu yapmasıdır. Margiela, tasarımlarıyla üretim sürecinden, tüketim sürecine; takındığı medyadan uzak tavırla ve defilelerindeki karşı duruşla dikkati modanın kendi söylemi üstüne çekmektedir. A. Gill'in belirttiği gibi, 'yapıbozum düşüncesini kıyafet yapım sürecinde gerçekleştirmekte', tasarımcı kimliğiyle bunu desteklemektedir (Gill, 2007; s.503).

Moda tasarımcıları İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra değişen ekonomik, sosyal, kültürel ve toplumsal koşullar karşısında kendilerine yeni stratejiler geliştirmek zorunda kalmışlardır. Moda sisteminin kendisine karşı geliştirilen bu stratejiler önceleri küçük grupları içinde dâhil ediyor olsa da 1980'ler ve özellikle 1990'larda ana akım modayı belirlemeye, podyumlarda ve mağazalarda avangard ve postmodern kıyafetlere rastlanmaya başlamıştır. Verilen örnekler ışığında modada avangard ve postmodern stratejilerin çeşitli özellikleri açığa çıkarılabilir. İlk olarak, avangard ve postmodern stratejiler yönlerini moda sistemini kendisine çevirmiş bu stratejileri kullanan tasarımcılar moda sistemini analiz etmiş ya da eleştirmişlerdir. Japon moda tasarımcıları modanın her sezon yenilenen görünümünün karşısına kalıcı, giyeniyle uyum içinde olan kıyafetler koymuşlardır. Martin Margiela, ikinci el kıyafetlerden yeni kıyafetler üretmiş, eskimiş, unutulmuş kıyafetleri moda döngüsüne çağırıştır. Avangard ve postmodern stratejilerin diğer özelliği *haute couture*'un kusursuz işçiliğine

saldırmasıdır. Rei Kawakubo, üstünde yırtıklar, delikler olan kıyafetler yapmış, Margiela kıyafetlerini yarım bırakarak sergilemiştir. Diğer bir özellik de bu tasarımların politik, sosyal ve iletişimsel anlamlar taşımalarıdır. Kimonodan yola çıkan Japon moda tasarımcıları Batı moda sisteminin cinsiyete dayalı yapısı karşısına giyenin cinsiyetini saklayan tasarımlar koymuşlardır. Yanı sıra, Laurent ve Helmut Lang çift cinsiyetliliği çağrıştıran kıyafetler tasarlamışlardır. Margiela, ikinci el kıyafet projesi ile kapitalizmin ekonomisini karşısına bir değiş-tokuş ekonomisi modeli koymuştur. Son olarak bu stratejileri kullanarak üretilen kıyafetler, bu kıyafetlerin izleyenlerini şok ederek moda sistemini sorgulamaya çağırmaktadır. Kawakubo'nun ilk defilesinin moda basınında büyük yankı uyandırması ve kendisinin bir paçavra toplayıcısı olarak nitelenmesi gibi, avangard ve postmodern stratejiler genel estetik algısıyla zıtlaşarak izleyenleri onları anlamaya ve çözümlenmeye davet etmektedir.

Türkiye'de geleneksel kıyafetleri modernize etmek konusunda akla ilk gelen isimlerden biri Cemil İpekçi'dir. Postmodern modanın başarılı örneklerini sunan tasarımcı 1984'te düzenlediği ilk defilesinden bu güne değin Selçuklular, Osmanlı, Kütahya çinileri, Doğu toplumları gibi geleneksel kökenlerden beslenerek koleksiyonlarını hazırlamaktadır. Kıyafetlerinde zarafeti Doğu sanatının renk ve biçimlerinden esinlenerek günümüze taşımakta; oya, yazma, dantel, başörtüsü gibi geleneksel giyim unsurlarını bütün koleksiyonlarında kullanmaktadır.

Türkiye'nin uluslararası moda pazarında yer alabilmesi için yeni ve etkili stratejiler geliştirmesi gerekmektedir. Türkiye'de tekstil sanayi kalkınma planları ve devlet politikaları ile 1923 yılında canlandırılmıştır. Bu tarihten 1962 yılına kadar ülkede önemli bir üretim kapasitesi elde edilmiş, fason üretim yapan tekstil atölyeleri ve fabrikalar hızla çoğalmıştır. 1980'li yıllar ise Türkiye'de tekstil sektörü için dışa açılma yılları olmuştur. 1980'lere damgasını vuran liberal ekonomi politikaları ve bu tarihten sonra artan ülkeler arasında malların dolaşım kolaylığı tekstilin sektörünün dış pazarlara açılmasını gerekli kılmıştır. 1990'larda imzalanan Gümrük Birliği Anlaşması ile de Türkiye kendini tamamen uluslararası pazarın içinde bulmuştur. Yukarıda belirtildiği gibi uluslararası pazarda tutunmak için çeşitli stratejilerin geliştirilmesi gerekmektedir. Tekstil ve hazır giyimin üretim bazında gelişmesine karşın yaratıcı bir ekonomi olarak moda ile Türkiye

çok geç tanışmıştır. Uluslararası pazarda ayakta kalmak için fason üretimin yanında markalaşma ve marka imajının sürdürülmesi büyük önem taşımaktadır. 2000’li yıllar moda için bilinçlenmenin ve girişimlerin yılları olmuştur. 2006 yılında Moda Tasarımcıları Derneği kurulmuştur, 2009’dan itibaren de Moda Haftası düzenlenmeye başlamıştır. Bunların yanında ülkede uluslararası tekstil, hazır giyim, moda ve tasarım fuarları düzenlenmeye başlanmıştır. Türkiyeli tasarımcılar Paris’te ve Londra’da düzenlenen moda haftalarına katılmaya başlamıştır. Yine 2000’li yıllarda moda tasarımı eğitimi veren kurumların sayısı artmıştır. Ancak uluslararası pazarda söz sahibi olabilmek ve uzun bir yüzyıl boyunca pazara hâkim olmayı başarmış firmalarla rekabet edebilmek için yukarıda ele alınan stratejilerin Türkiye’de moda tasarımı alanında ele alınıp, ülkeye özgü unsurlarla yorumlanması elzemdir. Türkiye’de köklü bir moda geleneği olmadığı için bu tip stratejiler ya tekstil sektörünün ilgisini çekmemekte ya da firmalar risk almadan kaçınılmaktadırlar. Ümit Ünal, Hatice Gökçe, Arzu Kaprol gibi yeni nesil tasarımcıların bireysel çabaları ile sürdürülmeye çalışılan bu tip girişimlerin desteklenmesi gerekmektedir.

### **6.2.2 Anti-Modalar ve Sokak Modası**

İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra ortaya çıkan dünyadaki değişim sadece moda sektörünü değil, moda tüketicisini de etkilemiştir. Sosyologların tüketim ekonomisine geçiş olarak nitelediği bu değişimde tüketiciler çeşitlenmiş, tek tarz üretimin ve tüketimin yerini özgün koşullar içinde özgün tüketicileri hedef alan üretim tarzları almıştır. Moda’nın simgesel merkezi Paris olarak kalmış ancak Milano, Londra, New York gibi moda başkentleri hızla artmıştır. Buna paralel olarak, tüketiciler onlara sunulan ana akım modanın dışına çıkmışlar, savaş karşıtları ve hippilerle yükselen altkültürler giyime karşı kendi özgün yaklaşımlarını geliştirmişlerdir.

Altkültür gruplarının geliştirdikleri özgün tarzlar genellikle modanın dışında yer aldıkları için ‘anti-modalar’ olarak tanımlanmaktadır. F. Davis, anti-modaların ortaya çıkma sebeplerini demokratik toplumlarda bireye kendini ifade etmesi için alan tanınmasına bağlamaktadır. Otoriter toplumlarda farklı dünya görüşleri, ideolojiler ve inançlar kendilerine ifade olanağı bulunamazken, görece özgür



toplumlarda bireyler farklılıklarını ortaya koyabilmekte, bunu da kültürel ürünler ekseninde görünür kılabilmektedirler (Davis, 1997).

F. Davis, anti-modaları altı başlık altında toplamıştır. Bunlar, 'faydacı başkaldırı', 'sağlık ve doğallık yanlısı akım', 'feminist protesto', muhafazakâr kuşkuculuk', 'azınlık grubu kimliğinin ifadesi' ve 'karşı kültürün saldırısıdır'. 'Faydacı başkaldırı' yaklaşımında modanın her sene yenilenmesiyle israfa yol açtığı vurgulanmakta, eski ve dayanıklı kıyafetler övülmektedir. Bunlara en çarpıcı örnek olarak 1920'lerde Rus konstrüktivistlerinin yaptığı birkaç değiştirilebilir parçadan oluşan ve dayanıklı kumaşlardan üretilen tasarımlar örnek gösterilebilir. Diğer bir anti-moda tavrı olan 'sağlığa ve doğallığa uyum' moda kıyafetlerin sağlığa zararlı yanlarına dikkat çekmekte ve sağlıklı ve zinde bir yaşam iddiasını öne çıkarmaktadır. Bu yaklaşıma göre her şeyin doğasına dönülmeli, zinde bir yaşam için spor, jogging ve egzersiz yapılmalı, moda sağlığa zararlı ürünlerden arındırılmalıdır. 'Feminist başkaldırı' ise, kadın ve erkek giyiminin kesin hatlarla ayrılmaya başladığı, burjuva toplumun yükseldiği 19. yüzyıla dayanmaktadır. Bu dönemde özel hayat ve kamusal hayatın birbirinden ayrılmasıyla birlikte, özel hayat yani ev, kadına; kamusal hayat yani iş hayatı erkeğe ait görülmüştür. Erkek kıyafeti giderek sadeleşirken, gösterişliliği, cazibeyi kısaca modaaya ait olan kavramların taşıyıcısı kadın kıyafeti olmuştur. Feminist başkaldırı taraftarları bunun ataerkil bir düzene işaret ettiğini iddia etmekte ve modanın bu ataerkil düzeni sürdürdüğünü savunmaktadır. Bu tavır içinden bir grup feminist, kadınların erkek giyim kodlarını taklit etmesinde ısrar ederken, diğer bir grup feminist kadınlık özelliklerini öne çıkararak yeni bir moda sistemi icat etmeyi savunmaktadır. Son dönemlerde çifcinsiyetli giyimin yaygınlığı göz önüne alındığında feminist protestonun bir oranda başarılı olduğu söylenebilir. 'Muhafazakâr Kuşkucular' tanımlanması en zor grubu oluşturmaktadırlar. Bu grup, moda söyleminin içinde yer almakta ancak moda basınının anlık olarak ortaya koyduğu değişimlere ve bu değişimlerin propagandasına kuşku ile yaklaşmaktadırlar. Modayı takip ederler ancak, kendi kimliklerini ani moda değişimleri içinde ifade edemeyeceklerini düşünürler. Temkinli bir moda izleyicisi grubu oluşturmaktadırlar. 'Azınlık grubu kimliğini ifadesi' başlığı altında ifade edilmek istenen ise, İkinci Dünya Savaşı sonrasında görünürlük kazanan eşcinseller, siyahlar ya da etnik gruplar gibi çeşitli azınlık gruplarının

kendilerini toplumun geri kalanından ayırt etmesidir. 1980’lerde Müslümanların dini kıyafetleriyle ve Hindistanlıların etnik kıyafetleri ile sokaklarda öncekine oranla dini ve etnik kökeni vurgulayacak tarzda görünürlük kazanması bu tavra örnek gösterilebilir. ‘Karşı kültürün saldırısı’, moda sistemine en şiddetli eleştiriyi getirmektedir. Karşı kültür grupları toplum içindeki hâkim kültürel değerlerden uzaklaşıp kendilerini farklılaştırarak bu değerlerle dalga geçmekte, kimi zaman bu değerlerin parodisini yapmakta, konformizmi ve tüketim kültürünü reddetmektedir. Bu tavrın içine 1960’ların hippileri, 1970’lerin punkları, 1980 ve 1990’ların grunge kültürü mensupları gibi sadece moda söylemle değil, hâkim değer ve görüşlerle de doğrudan çatışma içinde olan gençlik karşıt kültürleri girmektedir. Şu belirtilmelidir ki, sözü edilen karşı kültür gruplarının giyim kodları da en hızlı şekilde ana akım moda uyarlanan anti-modayı oluşturmaktadır (Davis, 1997).

Görünürlüğü ve moda sistemine getirdiği farklı bakış açısı nedeniyle karşıt kültür modalarını daha geniş ele almak gerekmektedir. T. Polhemus, karşıt kültür gruplarının giyim alışkanlıklarını ele aldığı kitabı *Street Style*’da punklardan hipsterlere kırk farklı grubun giyim kodlarını tarihsel süreçleri içinde ele almaktadır. Buradaki çeşitlilik daha önce değinilen postmodern durumdaki çoğulculuğa ve bireyciliğe yönelimi açığa çıkartmaktadır. Polhemus, sözünü ettiği grupları ‘sokak kabileleri’ olarak adlandırmakta ve sokak kabilelerini iki işlevi olduğunu belirtmektedir. Birinci işlev, kişiyi toplumun geri kalanından ayırarak otantikliğine vurgu yaparken, diğer işlev ise kişiye grup kimliği sunmasıdır (Polhemus, 1997). Burada, Georg Simmel’in dikkat çektiği, modanın ikili yapısı öne çıkmaktadır. Moda üstüne yazan ilk sosyologlardan olan Simmel, yeni bir modayı ilk uygulayanların ait oldukları gruptan farklılaşarak bir lider konumunda yeni modayı grubuna benimsettiğini ancak aynı zamanda modanın aynı modayı benimseyenlerce bir gruba aidiyet duygusu yarattığının altını çizmektedir (Simmel, 2003). Ancak, Simmel’in bahsettiği moda sezonsal değişimlere açıkken, sokak kabilelerinin giyim kodları sabit kalmaktadır. Karşıt kültürler giyimleriyle hâkim kültürün değerlerini sorgulamakta, reddetmekte ve yeni değerler ortaya koymaktadırlar. Polhemus’un belirttiği gibi, modalar geçicidir ancak tarz kalıcıdır (Polhemus, 1997).

Karşıt kültür giyiminin ana akım moda ile ilişkisindeki diğer bir fark da modanın yayılım biçimidir. 1960'lardan başlayarak günümüze kadar gelen süreçte moda yayılımı değişiklik göstermiştir. Thorstein Veblen ve Georg Simmel'e göre yeni modalar önce üst sınıflar arasında yaygınlaşmakta, yeni moda alt sınıflar tarafından taklit edilmeye başlandığında üst sınıflar kendilerini alt sınıflardan farklılaştırmak için yeni modaları benimsemektedir. Moda yayılımının üst sınıflardan alt sınıflara yayıldığını savlayan bu kuramı 'Yukardan Aşağı Yayılım' kuramı olarak adlandırılmaktadır. İkinci Dünya Savaşı'nın ardından popüler kültürün kitle iletişim araçlarının yayılması sayesinde etkisini arttırması ve Hollywood sinemasının gençlik üstündeki etkisiyle modanın yukarıdan aşağıya yayılımı yanında tam tersi bir moda yayılımı gözlenmeye başlamıştır. T. Polhemus, modanın klasik karakteristikleri olarak üç öğeyi öne çıkarmaktadır. Bunlar, yenilik, tek olma ve yüksek sınıflardan kitle pazarına yayılmadır. Polhemus'un belirlemesiyle postmodern dönemde bu karakteristikler değişiklik göstermiştir. İlk olarak 'çevresel, ekonomik ve sosyal gerçeklikler' gündelik hayata damgasını vurmaya başlamış, insanlar bir sezonda yeniliği yitip giden kıyafetler, mobilyalar ve iç mimari öğeleri yerine dayanıklı ve yeniden üretilebilir ürünlere yönelmişlerdir (Polhemus, 1997). İkinci olarak moda merkezleri ve tasarımcılarının çeşitliği arttıkça, tasarımların çeşitliliği de artmış, bir merkezden dünyaya yayılan bir modadan bahsedilemez olmuştur. Son olarak yukardan aşağıya inme modeli bir yandan devam ederken, yeni bir model 'aşağıdan yukarı tırmanma' modeli görünür olmuştur. T. Polhemus'a göre bu modelde, önce pop müzik kliplerinde gördükleri tarzları taklit eden gençler sokakta büyük bir çeşitlilikte farklı tarzlar sergilemekte, moda tasarımcıları esinlerini ve tasarımlarının çeşitli öğelerini bu çeşitlilikten alarak podyuma taşımaktadırlar. T. Polhemus bu modeli İkinci Dünya Savaşı sırasında tasarlanan 'Perfecto' ceketi ile örneklemektedir. Ceket Scott Brothers firması tarafından üretilmiş ve *The Wild One* [1953] filminde Marlon Brando tarafından giyildikten sonra asi gençliğin sembolü haline gelmiştir (Şekil 6.5). 1970'ler ve 1980'lerde ise gündelik hayatın bir parçası haline gelerek normalleşmiştir. 1980'lerde Katherine Hamnett, Pam Hogg, Jean-Paul Gaultier gibi ünlü moda tasarımcılarının defilelerinde değişik versiyonları boy göstermeye başlamıştır (Polhemus, 1997).



Şekil 6.5: The Wild One filminden bir sahne, 1953 (Yön.: Stanley Kramer)

Aşağıdan yukarı tırmanma modelinin en çok bilinen diğer iki örneği de 1960'larda Amerika'da ortaya çıkan hippî modası ve 1970'lerde Londra'da gençler arasında yaygınlık gösteren punk modasıdır. Hippî hareketi 1960'larda San Francisco'da belirmiş ve buradan dünyaya yayılmıştır. Hippîler toplumun hâkim değerlerine, çalışma ahlakına, tüketim kültürüne ve konformizme karşı çıkmışlar, komünler oluşturarak barışı ve kardeşliği savunan bir karşı kültür geliştirmişlerdir. Hippîler giyimlerinde el yapımı kıyafetler, kendilerinin yaptıkları tahta takılar ve elişî süslemeler kullanmışlar, doğaya dönüşü savunmuşlardır. Ayrıca, erkek ve kadınlar aynı pantolonları, kaftanları, pelerinleri giymesi ve aynı takıları takmasıyla çift cinsiyetli bir giyim anlayışının yanında olmuşlardır. 1970'lerde ve 1980'lerde hippîlerin sembolü olan elyapımı süslemeler, marihuana yaprakları, saç bantları ve kalp şeklindeki boncuklar birçok tasarımcının koleksiyonlarında görünmeye başlamıştır. Günümüzde de tasarımcılar hippî hareketinden etkiler taşıyan kıyafetler yapmaya devam etmektedir.

Sokaktan podyumlara taşınan bir başka karşı kültür giyimi çeşidi de punk modasıdır. Punk 1970'lerin sonlarında Londra'da ortaya çıkmış ve gençler arasında hızla yayılmıştır. 1975'te İngiltere'de işsizlik oranı İkinci Dünya Savaşı'ndan beri en yüksek orana ulaşmıştır. Özellikle, Londra'nın kenar mahallerinde yaşayan işçi sınıfı gençleri kendileri için hiçbir gelecek görememişler ve topluma, devlete ve bütün kurumlara isyan ederek yakın tarihin

en sert ve nihilistik karşı kültür hareketini ortaya çıkarmışlardır. Punklar popüler müziğin karşısına hiçbir estetik anlayışa uymayan kendi müziklerini ve ana akım modanın karşısına yine hiçbir estetik anlayışa uymayan kendi giyimlerini koymuşlardır. Punk giyimi tamamen şok etkisi ve topluma rahatsızlık vermek üstüne kurulmuştur. Çöplerden ve bitpazarlarından topladıkları kıyafetleri kendileri boyamış, parçalamış, zincirler, plastikler gibi malzemeler ekleyerek dekore etmişler ve modanın tamamen zıttı bir giyim kodu oluşturmuşlardır. Aksesuar olarak bedenlerini değişik yerlerine alışılmadık dövmele, piercingler yapmışlar, kulaklarına çengelli iğneler takmışlardır. Topluma karşı duruşlarını öne çıkarmak için uç altkültürlerin giyimlerinden yararlanmışlar, fetişistik nesnelere kıyafetlerine eklemiştir. Kıyafetleri genelde kirli, paramparça ve çengelli iğnelerle birbirine tutturulan kumaş parçalarından meydana gelmiştir (English, 2007).

Punk giyimi ortaya çıktığından beri modayı etkilemiştir. Punk modasının ilk uygulayıcıları Zandra Rhodes ve Vivienne Westwood olmuştur. Westwood sadece sokaktan esinlenmekle kalmamış, punk karşı kültürünün içinde yer alarak, doğrudan ana kaynağından beslenmiştir. Ortağı Malcolm McLaren'le Londra'da SEX isimli bir mağaza açmışlar ve burada fetişistik giyimden plastik aksesuarlara punklar için giyim eşyaları satmışlardır. McLaren, Sex Pistols isimli geniş bir çevrede bilinen punk müzik grubunun menajerliğini yapmış, böylece medyada popülerlik kazanmışlardır. Westwood'un bu dönem tasarladığı kıyafetler tamamen ana akım modanın karşısında yer almış, cinsiyet kodları ile oynamış, kadınlara toplumca kabul edilen güzellik kavramının dışında alternatifler sunmuştur. Westwood moda yaklaşımını "modada olmamın tek sebebi 'uyum' sözcüğünü yok etmektir. Bu öğeyi içeren hiçbir şey ilgimi çekmez" diyerek açıklamaktadır (English, 2007).

Vivienne Westwood'un tam karşıtı olarak Zandra Rhodes punk tarzını ana akım moda uyarlamıştır. 1977 tarihli *Conceptual Chic* isimli koleksiyonunda zincirler, kıyafet üstünde delikler, birbirinden farklı kumaşlar kullanarak punk öğelerinden yararlanmış ancak bu öğeleri punk kültüründen ayırmıştır. Bu koleksiyondaki düzenlemeler belirli bir estetik anlayış gözetilerek ince ayrıntılarına kadar düşünülmüş, görsel bir bütünlük oluşturulmuş ve pahalı taşlarla süslenmiştir (English, 2007). Günümüzde punk karşı kültürü hâlâ gençleri ve

esinin sokaktan alan moda tasarımcılarını etkilemeye devam etmektedir; ancak ana akım modanın punk kültürünü içine almasıyla bir punk stereotipi oluşturulmuş ve punk kültürü tüketim kültürü içine dahil edilmiştir (Polhemus, 1997).



**Şekil 6.6:** Zandra Rhodes – Conceptual Chic koleksiyonun yer alan bir gece elbisesi, 1977 (V&A Museum, 2011)

İkinci Dünya Savaşı'nın ardından etkileri hızla artan anti-modalar, ana akım modanın karşında yer alarak, giyimin çeşitlenmesine öncülük etmişlerdir. Postmodern durumun sunduğu çoğulculuk anti-moda hareketlerinin ve anti-moda hareketleri içinde yaratılan giyim kodlarının çeşitliliğine bakıldığında rahatça görülebilir. Ancak anti-moda hiçbir zaman modayı tamamen ortadan kaldıracak bir güçte ivme kazanmamış, aksine 1970'ler ve 1980'lerde giderek ana akım moda güce güç sağlamaya başlamıştır. Fred Davis'in birkaç cümlede özetlediği gibi,

“Anti-moda, o kadar uzun zamandan bu yana modanın yoldaşdır ki, Batılı kıyafette artık anti-moda tavrının kesin bir şekilde, kendi kuramsal aygıtının bir parçası haline geldiği rahatlıkla söylenebilir.” (Davis, 1997; s.183)

Toparlamak gerekirse, postmodern dönemde moda hızlı bir değişim geçirmiştir. Değişen sosyal, kültürel, ekonomik şartlara moda tasarımcıları kendilerini adapte etmek ve bu şartlarda ayakta kalmak için çeşitli stratejiler geliştirmek zorunda kalmışlardır. 1960’lardan sonra çeşitlenen toplumsal yapıya karşılık tüketicilerin yaşam tarzları da çeşitlenmiş, takip edilmesi ve sınıflandırılması çok güç bir çeşitlilik moda dünyasında boy göstermeye başlamıştır. Buna karşılık moda tasarımcıları da bu çeşitliliğe cevap vermek ve pazarda ayak kalmak için yenilikçi arayışlara girmiştir.

### 6.3 Postmodernizm ve Sanat

Postmodernizm, daha önce de işaret edildiği gibi, İkinci Dünya Savaşı’nın ardından yeni fikir ve oluşumların, yeni politik ve ekonomik yaklaşımların, bunların yanında sanatsal ve kültürel gelişimlerin nitelenmesinde kullanılmıştır. Sanat alanında postmodernizmin ilk yansımaları 1970’lerin ortasında mimari ve şehir planlamacılığı üstüne yapılan tartışmalarda ortaya çıkmıştır. Bu tarihten sonra postmodernizm müzik, sinema, resim, tiyatro, edebiyat gibi diğer sanat dallarına yayılmıştır.

C. Reed’e göre mimaride postmodern dönem Charles Jencks’in 1977’de yayımlanan ve modernist mimari uygulamalarını eleştiren *The Language of Post-Modern Architecture* isimli eserinden sonra başlamıştır. Jencks, bu eserinde mimariyi insanları barınma ihtiyacına cevap veren tamamen işlevsel yapılara indirgeyen, Le Corbusier [1887-1965], Walter Gropius [1883-1969] ve Ludwig Mies van der Rohe [1886-1969] gibi mimarların ortaya koyduğu Uluslararası Biçem’e saldırmıştır. Uluslararası Biçem, metal, beton ve cam gibi yeni materyalleri kullanarak, bütün gereksiz süslemelerden arındırılmış, tamamen akılcılaştırılmış yapıların insanların estetik doyumunu için yeterli olduğunu savunan mimari görüştür (Whelae, 1995). Sanayi Devriminin sonuçlarından biri olarak ele alınan standartizasyon ve makine estetiğinin mimariye ve şehir planlamacılığına yansımaları olarak değerlendirilebilecek olan bu tarz, 1930’larda Avrupa’dan diğer kıtalara yayılmıştır. Birinci Dünya Savaşı’nda birçok kentin zarar görmesiyle,

Uluslararası Biçem'i temel alan birçok yapı inşa edilmiş ve metropoller bu tarza göre planlanmıştır. Postmodern mimarlar, uluslararası hale gelen modern mimarının insanları tektipleştirdiğini, insanlar üstünde baskı kurduğunu iddia ederek, gündelik yaşam alanının belirleyeni hâline gelen bu tarza karşı çıkmışlardır. Mimaride postmodernizmi savunanlar, yapıların içinde bulunduğu yerel alanlara saygı göstermesi, çevresindeki materyal ve tarzlarla diyalog içinde bulunması ve içinde yaşayanların istek ve ihtiyaçlarını önemsemesi gerektiğini iddia etmişlerdir (Whelae, 1995). C. Jencks, mimarının yeni yapı malzemeleri ve tekniklerini kullanırken geleneksel, klasik ya da yerel mimarların çalışmalarını da dikkate alması gerektiğini iddia etmektedir (Jencks, 1987a). Postmodern mimari örnekleri arasında Michael Graves [1934-]'in Plocek ya da Keystone Evi, Frank Gehry [1929-]'nin 1979'da kendisi için tasarladığı evi ve Philip Johnson [1906-2005] tarafından tasarlanan AT&T binası verilebilir. Bu yapıların üçünün de ortak özellikleri oluklu mukavvadan dev metal yüzeylere, camdan suntaya kullanılan malzeme çeşitliliği, yapıların farklı bölümlerinin farklı tarihsel dönemlere ait mimari öğeler barındırması, kimi zaman birbirine karşıt birçok simgeyi bir araya getirmeleridir.

Görsel sanatlarda, özellikle resimde modern ve postmodern olan arasındaki ayrım mimari kadar açık değildir. S. Connor'a göre bunun nedeni bir sanat eserinde postmodernizmin varlığının sadece çizgi, renk, hacim gibi resim öğelerine bakarak anlaşılmasının imkânsız olmasıdır. Ona göre, sanatta postmodernizm “teori ile pratik”, “sanat nesnesi ile bunların tanımı arasındaki” bir yerde tanımlanmaktadır (Connor, 2005; s.124). C. Reed postmodern sanatın doğuşu için 1960'ların soyut olmayan sanatını işaret etmektedir ancak M. Duchamp'ın hazır nesnelere, Robert Rauschenberg [1925-2008]'in sanat tarihinin önemli yapıtlarını birleştirdiği kendi çalışmalarına ve Kavramsal Sanata anaakım soyutlamacı modernizmin karşısında yer alan sanat akımlarını ve sanatçıları postmodern sanatın bir parçası saymaktadır (Reed, 1994). Sanatta modernizmin en önemli savunucusu C. Greenberg'e göre modern sanat resmin iki boyutlu yüzeyine dönmesi, bu yüzeyi yani sanat aracının ve yönteminin kendisini araştırmaya yönelmesiyle zirveye ulaşmıştır. Greenberg, sanatların ancak kendi ortamlarını araştırarak ve kendi malzeme ve yöntemlerine dönerek diğer sanat dallarından ayrılabilceğini, kendi özgül kimliklerini böyle bulabileceklerini



iddia etmişir (Greenberg, 2011). Postmodernistler temel savlarını, Greenberg'in bu iddiasına karşı geliştirmişlerdir. Postmodern sanat, sanat dalının kendisine dönüşü değil, Greenberg'in iddiasının tam tersine, sanat dalları arasındaki ilişkilere, sanat tarihine göndermelere, sanat pisayası ve sanat nesnesi arasındaki ilişkiselliğe yoğunlaşmıştır. S. Connor göre sanattaki postmodern teorilerin iki ana dalı vardır. Bunlardan birincisi, C. Jencks'in ve takipçilerinin savunduğu, modernizmin çöktüğünü kabul eden ve bu çöküşün sunduğu olanakları araştıran "muhafakar-çoğulcu" çizgi, diğeri ise *October* isimli önemli sanat dergisinin yazarlarının savunduğu modernizmi sorgulayan ancak avangard ve modern pratiklerin eleştirel ve muhalif özelliklerini de kendine katan "eleştirel-çoğulcu" çizgidir (Connor, 2005; s.132-133).

C. Jencks ve takipçileri resmin kendi sınırlarını ve ortamını araştırmasını redderek üslupların aynı eserde çoğalabileceğini söylerler. Onlara göre figüratif öğeler, epikler, simgesel anlatımlar resmin yüzeyine geri dönmelidir. C. Jenks, William Wilkins [1938-]'in *Manzaralı Figürler* isimli eserini tartışırken, savunduğu postmodern tarzı da özetlemektedir. Ona göre bu tabloda Seurat tarzı noktacılık ve Manet tarzı izlenimcilik birleşmiştir. Tabloda iki giyinik erkek ve çıplak bir kadın bulunmaktadır. Bu kompozisyon E. Manet'nin sanat dünyasının tepkisini üstüne çeken *Kırda Öğle Yemeği* isimli eserine gönderme yapmaktadır. Jencks, bu resmi için, "Burada gerçekliğin her düzeyi şimdinin akla yatkın bir temsilidir, ama aynı zamanda daha önceki bir resim ya da mit dünyasına anırtmada bulunur," demektedir (Jencks, 1987b; s.133). Resimlerini geçmişe göndermelere oluşturan bir başka ressam da Alan Feltus [1943-]'tur. A. Feltus, çalışmalarında canlı modeller yerine Yunan ve Roma heykellerinin fotoğraflarını ve İtalyan ustaların resimlerini kullanmakta, bunları birbirine eklemektedir.

"Eleştirel-çoğuncu" kanatta yer alan R. Krauss, H. Foster, D. Crimp gibi yazarlar ise, sanattaki iktidar ilişkilerine ve bu ilişkilerin çözümlenmesine odaklanmaktadır. S.Connor'un belirttiğine göre *October* dergisi yazarları, postmodern sanat ve teorinin ele alması gereken sorun olarak iktidarın kurumlarda ve katı geleneklerde cisimleşmesini göstermektedirler. Bu yazarlar, "sanat yapıtının biçim ve üslup bakımından bütünlüğü talebine ve birey sanatçı kültüne karşı çıkarlar". C. Jencks'in savunduğu "muhafazakâr-çoğulcu" postmodern sanattan onları ayıran en önemli nokta, C. Jenks sanat eserinin piyasada

dolaşımına ve avangardın ticarileşmesine göz yumarken, “eleştirel-çoğulcu” postmodern sanat anlayışının, “avangardın güç kaybederek kurumların ve piyasanın eline düşmesini basitçe kabullenmek yerine avangardı ve modernist sanatı eleştiriye tabi tutarak, muhalif sanat pratiğinin biçim ve modellerini” kuvvetlendirmeye uğraşmasıdır (Connor, 2005; s.136-137). A. Antmen, “eleştirel-çoğulcu” kanadın sanatsal pratiği olarak 1980’lerde ortaya çıkan Yeni Kavramsalcılığı örnek göstermektedir. Ona göre,

“Yeni Kavramsalcılık, sanatsal nesneden çok toplumsal anlama odaklanan, cinsiyet ayrımcılığından ırk ayrımcılığına, medya eleştirisinden sanat kurumlarının eleştirisine uzanan, özünde belli güç ilişkilerinin şekillendirdiği toplumsal kodları irdeleyen sanatçıların pratikleriyle şekillenmiştir. Toplumsal zeminde yaygınlık kazanmış stereotiplerin, klişelerin, alışkanlıkların, değer yargılarının gizlendiği alt anlamları adeta ‘okumaya’ yönelen postmodern sanatçılar, toplumsal düzeni belirleyen göstergeler sistemiyle oynamayı, onları sahiplenerek, kendine mal ederek dönüştürmeyi, bildik imgelerden yeni anlamlar yaratarak bir sorgulama sürecinin kapılarını aralamayı amaçlamışlardır.” (Antmen, 2008a; s.277)

1970’lerin sonunda fotoğraflarını sergilemeye başlayan Cindy Sherman [1954-]’in çalışmaları A. Antmen’in betimlediği sanat anlayışını örneklemektedir. C. Sherman, 1970’lerin sonunda Amerika Birleşik Devletleri’nin New York kentinde bulunan Artists Space’te, *İsimsiz Film Kareleri (Untitled Film Stills)* isimli bir dizi küçük, 8”x10”cm boyutlarında fotoğraf sergileyerek sanat eleştirmenleri arasında bir krizin doğmasına neden olmuştur. Bu fotoğraflar C. Sherman’ın kendisini model olarak kullandığı, 1950’lerin Amerikasına göndermeler yapan, Hollywood B sınıfı filmlerini, Yeni Dalga’yı, Yeni Gerçekçiliği taklit eden hiçbir zaman çekilmemiş filmlerin karelerinden oluşmaktadır. Sherman’ın fotoğrafları medyada kadının temsiline odaklanmakta, aynı kadının tekrar tekrar farklı kimlik ve sosyal ortamlarda inşa edilmesiyle bu temsilin nasıl oluşturulduğuna dikkat çekmektedir. Aynı zamanda sanatçı popüler sanat mecralarına yaptığı göndermelerle, kendi ürettiği sanat nesnelere yüksek kültürün dışında, popüler kültürle ikiye içinde bir konuma yerleştirmektedir.

Medyada oluşturulan kadın temsiline yönelik feminist çalışmalar yapan diğer bir sanatçı Barbara Kruger [1945-]’dir. Kruger, çeşitli medyadan topladığı kadın posterleriyle, medyadan topladığı sözleri birleştirerek erkek egemen dünyada oluşturulan kadın temsiline dikkat çekmiş, kadınların arzularını meydana getiren söylemleri incelemiştir. Kruger’in çalışmalarında görsel ve metinsel öğeler iç içe

geçmekte, heterojen bir yapı oluşmaktadır. Benzer bir yöntemi Merry Kelly [1941-] de 1973-1979 yılları arasında hazırladığı *Doğum Sonrası Belgesi* isimli çalışmasında kullanmıştır. 135 parçadan oluşan bu çalışma, sanatçının oğluyla ilişkisini diyagramlar, yazılar, beden izleri kullanarak açığa vurur. D. Hopkins'e göre Kelly çalışmasını üretirken Fransız psikanalist Jacques Lacan'ın Freud yorumundan etkilenmiş ve bu teori yoluyla cinsiyetin dil tarafından oluşumunu sorgulamıştır. D. Hopkins, çalışmasıyla Kelly'nin 'toplumsal cinsiyetin dilsel kökenini zekice araştırdığını' söylemektedir (Hopkins, 2000; s.185).

Çalışmalarını fotoğraf alanında yürüten diğer bir sanatçı Sherrie Levine [1947-] ise bir dizi erkek fotoğrafçının daha önce sergilenmiş fotoğraflarını çekerek bunları yeniden üretilip sergilemiştir. Levine bu fotoğraflara kendi imzası dışında hiçbir yeni öge katmamıştır. Bu yaklaşımıyla modern sanatın etrafında kurulduğu 'özgünlük' ve 'orjinallik' mitini sorunsallaştıran sanatçının fotoğrafları sanat eleştirisi alanında büyük bir krizin doğmasına yol açmıştır.

Postmodernizm üstüne yazılan literatürde önemli bir yere sahip olan A. Husseyn postmodern sanatta kimlik kavramının hayati bir öneme sahip olduğunu iddia etmektedir. Husseyn'e göre postmodernizmde dört kimlik olgusu göz önüne serilmektedir. Bunlar, emperyalizme bir yanıt olarak ulusal kimlikler; cinsel kimlikler, çevreci kimlikler ve Batılı olmayan toplumların etnik kimlikleridir (Husseyn, 1994). Kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması, internet gibi teknolojilerin bilginin paylaşımında ve iletilmesinde sunduğu hız sayesinde değişik kültürler seslerini duyurabilmekte, dünyanın her yerinden haber alınabilmektedir. Bu gelişmeler, ünlü medya kuramcısı M. McLuhan'ın iddiasına göre dünyayı bir köy haline getirmiştir (McLuhan, 2001). Bu küresel köyde, bazı postmodernist sanatçılar yerelliğe vurgu yaparak, kendi sanatçı kimliklerini yerellikleri etrafında inşa etmektedirler. Bu sanatçılar, modernizmin bütünlendirici evrensellik iddiası yerine kozmopolit yapıları öne çıkarmaktadırlar. İtalyan sanatçı Carlo Maria Mariani [1955-], 1980 yılında yaptığı ve döneminin çağdaş sanatçıları ve galeri sahiplerini temsil eden, anlatım yöntemi olarak 18. yüzyılın alegorik destansı tarzını kullandığı *Constellazione de Leone (Scuola di Roma)* isimli eserinde İtalyan geleneğine ve ulusal tarzına geri dönmektedir (Şekil 6.7). Ancak S. Connor'un belirttiği gibi bu dönüş hiçbir zaman tam anlamıyla bir geri dönüş, bu tarzı ve geleneği birebir taklit eden bir yaklaşım değildir (Connor,

2005). Carlo Maria Mariani ayrıca İtalyan olduğunu bütün sanat ortamlarında vurgulamakta, gerek yaptığı resimlerde gerek basın açıklamalarında İtalyan kimliğini kullanmaktadır. Bu da ulusal kimliğe yapılan vurguyu işaret etmektedir. Ancak, Mariani ve Sandro Chia gibi İtalyanlığına vurgu yapan sanatçılar uluslararası bir sanat pazarında hareket etmekte, zamanlarının bir kısmını İtalya'da bir kısmını Amerika Birleşik Devletleri'nde geçirmektedirler. S. Connor'un ifadesiyle, bu durum onların İtalyanlığını tırnak işareti arasına almasına neden olmaktadır (Connor, 2005).



**Şekil 6.7:** Carlo Maria Mariani - Constellazione de Leone (Scuola di Roma), 1980  
(Aşlışen, 2006)

İkinci Dünya Savaşı sonrasındaki dönem Amerika Birleşik Devletleri başta olmak üzere bütün dünya da kültürel hareketlerin ortaya çıktığı bir dönemdir. İkinci Dünya Savaşı'nın hemen ardından, savaştaki kötü uygulamaları ve soykırımı protesto etmek için İnsan Hakları Hareketi ortaya çıkmış, 1960'larda Vietnam Savaşı'na karşı savaş karşıtları ve hippiler devletin keyfi uygulamalarına başkaldırmıştır. 1970'lerde kadın hareketi ve cinsel özgürlük hareketleri toplumda görünür olmuştur. Bu hareketlerin sanattaki yansımaları, sanatçıları sanat dünyası içindeki ilişkileri sorgulamaya ve mevcut sanat dünyasının erkek egemen, baskıcı yapısı karşısında hiyerarşik olmayan, özgürleştirici yapılar kurmaya itmiştir. 1970'lerde yükselen kadın hareketinin etkisiyle feminist sanatçılar ve sanat eleştirmenleri tarihteki kadın sanatçıları araştırmaya yönelmişler, onların ortaya koyduğu eserlerin niteliklerini, değerlerini incelemişlerdir. Bu dönemde

kadınların sanat dünyasındaki varlığı görünmeye başlamış; kadın sanatçılar tarafından haklarını savunmak için sivil oluşumlar kurulmuştur. Kadınlar tarafından modern sanatlar müzesini basmak gibi çeşitli radikal eylemler gerçekleştirilmiş, kadın sanatçıların çalışmalarını sergilemek için galeriler açılmıştır (Gouma-Peterson ve Mathews, 2008). Bu dönem feminist kadın sanatçılar ve eleştirmenler ‘birinci kuşak’ olarak adlandırılmaktadır. Birinci kuşak feminist sanatçılar birbirinden değişik yöntemler kullanarak ‘kadınlığın ayırıcı yönlerini’ ortaya çıkarmaya çalışmışlar, çalışmalarını bir kadın kimliği etrafında inşa etmişlerdir (Antmen, 2008b; s.2). Birinci kuşak feminist sanatçılarından Judy Chicago [1939-]’nın yardımcılarıyla birlikte 1974 yılında yaptığı devasa *Yemek Ziyafeti/The Dinner Party* isimli çalışması bu dönemin en tartışmalı yapıtlarından biridir (Şekil 6.8). Yapıt, masaların üçgen şeklinde bir araya getirilmesinden oluşmaktadır. Her bir masa uzun araştırmalar sonucunda ince el işçiliği gerektiren nakış, Çin resimleri gibi bezemelerle Chicago tarafından tasarlanmıştır. Masalar tarih ve sanatta önemli roller oynamış kadınları simgelemektedir ve masaların üzerinde kadının cinsel kimliğini yansıtan vajina biçiminde tabaklar bulunmaktadır. C. Freeland’e göre, Chicago bu çalışmasıyla ‘kadının edilgenliğini ve elde edilebilirliğini değil, gücünü ve başarılarını ortaya koyan metinlerle kadının görsel temsillerini birleştirerek bedensel deneyimini yüceltme yoluna gitmiştir’ (Freeland, 2008; s.136).



Şekil 6.8: J. Chicago – The Dinner Party, 1974 (Taylor, 2005)

İkinci Dünya Savaşı sonrası dönem, feminist ve eşcinsel hareketin yanında dünyanın yüzleşmek zorunda kaldığı ekolojik sorunlara gösterilen ilgilinin arttığı bir dönemdir. Bu dönemde sanatçıların çevreye gösterdiği duyarlık artmış, ekolojik sorunlara değinen, bu sorunlara yönelik çözümler arayan ya da ekolojik bir bilinç yaratmaya çalışan çalışmalar yapmışlardır. Aynı dönemde, aktivist sanatçılar modern heykel kavramını sorgulamışlardır. Modern heykel, Greenberg'in modern resim için ortaya attığı iddiaya benzer olarak, çevresi ile ilişkisinden ayrılmalı, figürasyondan uzaklaşmalı ve yapıldığı malzemeyi araştırmalıdır. Modern heykelin, müzelerin ve galerilerin bir parçası haline gelerek, sanat piyasasında dolaşıma giren bir metaya dönüşmesine karşı çıkan ve buna alternatifler arayan sanatçılar müze ve galerilerden sokaklara, dağlara, çöllere açılmışlardır. Sözü edilen sanatın en bilinen örneklerinden biri Arazi Sanatının kurucusu olarak kabul edilen Robert Smithson [1938-1973]'un 1970 yılında, taş, toprak ve tuz kristalleri kullanarak, Amerika Birleşik Devletleri'nde, Utah eyaletinde bulunan Büyük Tuz Gölü'nde yaptığı *Sarmal Dalgakıran*'dır (Şekil 6.9). Bu yapıtla sanatçı, yaşam-ölüm ikilimine göndermede bulunmuş ve yapıt doğal nedenlerden dolayı sulara gömülmüş, 2000'li yıllarda yeniden su yüzüne çıkmıştır (Antmen, 2008a).

Çalışmalarını müze ve galeri atmosferi dışında yürüten diğer bir sanatçı, gezilerinde doğaya yaptığı küçük müdahalelerin, ayak izlerinin fotoğraflarını ya da bu müdahalelerden getirdiği küçük parçaları sergileyen Richard Long [1945-] 'tur (Şekil 6.10). R. Long çalışmalarında insan ve doğa ilişkisini iz kavramı üstünden sorunsallaştırarak, “haritanın temsil ettiği şeye karşılık gelmesinin ya da onu mülk edinmesini olanaksızlığını sergiler” (Connor, 2005; s.143).



Şekil 6.9: Robert Smithson – Sarmal Dalgakıran, 1970 (Rosenthal, 2003)

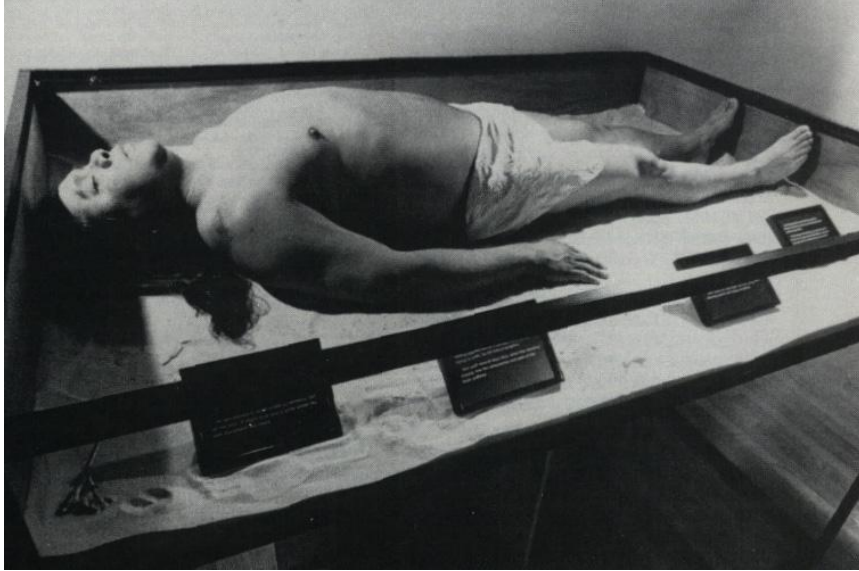


Şekil 6.10: Richard Long – Taş Çizgisi, 1977 (Long, 2011)

Husseyin'in dikkat çektiği kimlik olgusu etrafında şekillenen başka bir yönelim, 1980'lerde Batı sanat dünyası içinde temsil olanağı bulamayan kesimlerin bu dünyaya girme çabalarıdır. Modernist Batı sanat dünyasını karakterize eden Batılı, beyaz, heteroseksüel erkekler olmuştur (Reed, 1994). Feminist ve eşcinsel hareket modernist paradigmanın bu örtük temelini yapıbozuma uğratarak sorgulamıştır. 1980'lerde görünürlük kazanan “çok-kültürlülük” tartışmaları, A. Antmen'in sözleriyle “Batı kültürünün bazılarını her seferinde nasıl ‘öteki’leştirdiğini gözler önüne sermiştir (Antmen, 2008a; s.295). 1980'lerde ve 1990'larda Avrupa ve Amerika'da o güne değin birer zanaat nesnesi olarak ele alınan Batı dışı sanat dünyasının nesnelere birer sanat eseri olarak sergilendiği ve tanıtıldığı sergiler düzenlenmiştir. 1984'te Modern Sanat Müzesi'nde düzenlenen *İlkelcilik* ve *Çağdaş Sanat Sergisi* bu girişimlerden biridir. Sergide primitif kültürlerin sanat nesnelere Picasso, Modigliani, Brancusi ve Giacometti gibi Avrupalı sanatçılar üstündeki etkilerini gösterme işlevi görmüştür. Böyle bir yaklaşım, Avrupa sömürgeciliğinin ve toplayıcılığının sergilemesi olarak algılanmış, Avrupa benciliğinin bir göstergesi olması, bakımından eleştirmenler tarafından sert bir biçimde eleştirilmiştir (Freeland 2008). Çağdaş Batı sanatı ve Batı dışı sanatı bir araya getiren başka bir sergi de 1989 yılında Pompidou Sanat Merkezi'nde açılan *Toprağın Büyücülere* isimli sergidir. Bu sergide, bütün sanatçılar ve sanat eserleri aynı saygı çerçevesinde

yerleştirilmiştir. Ancak, *Toprağın Büyücüleri* de “öteki” kültürleri yine egzotik birer numune gibi sunduğu için eleştirilerin hedefi olmuştur (Antmen, 2008a; s.296).

1980’lerde Batı kültürünün ötekileştirdiği kültürleri keşfetmeye yönelik kurumların yanında birçok sanatçı da etnik kökenlerini ve bu kökenler yüzünden uğradıkları ayrımcılığı vurgulayan çalışmalara yönelmiştir. Bu sanatçıların en tanınmışlarından biri olan yarı-Kızılderili yarı-Meksikalı James Luna [1950-], 1987’de San Diego’daki bir uygarlık tarihi müzesinin Kızılderililer’e ayrılmış bir bölümünde bir hafta boyunca kendini sergileyerek, ABD’nin Kızılderililere uyguladığı baskıyı, aynı zamanda Kızılderili kültürünün nesnelendirilerek turistikleştirilmesini gözler önüne sermiştir (Antmen, 2008a) (Şekil 6.11).



Şekil 6.11: James Luna, Kültürel Nesne, 1987 (Anonim, 2011d)

Görsel sanatlarda postmodernizm Amerika Birleşik Devletleri’nde, Jasper Johns [1930-] ve Robert Rauschenberg gibi öncü sanatçıların çalışmalarında 1950’lerden gözlemlenmeye başlanmış, gerek malzeme, gerek yöntem, gerek içerik gerekse sanata yaklaşım konularında çok geniş bir teori ve uygulama alanına yayılmıştır. Resmin sorgulanması, galeri mekanının sorgulanması, sanat piyasasının sorgulanması sanatçıları sanat kavramını sorgulamaya itmiş, bunun sonucu olarak yeni denemeler yapılmış, yöntemler ve kavrayışlar geliştirilmiştir.



Bu dönemin en önemli özelliklerinden biri de, yüksek kültür ve popüler kültür arasındaki keskin ayrımın zayıflaması gibi sanat alanları arasındaki keskin ayrımların da zayıflması, sanayt alanlarının birbirine içine giren eklektik bir hal almasıdır. Postmodern dönemde moda ve sanat arasındaki etkileşiminin olgusal bir çözümlene çerçevesinde inceleneceği bir sonraki bölüme kaynaklık etmesi açısından postmodern dönemde ortaya çıkan yeni sanat biçimlerinden olan enstalasyon sanatı ve performans sanatı görsel sanatlardaki sınırları belirsizleştirmeleri ve sanat disiplinleri arasındaki ayrımları ortadan kaldırmaları açısından postmodern sanatın örnekleri olarak ele alınacaktır.

### **6.3.1 Performans Sanatı**

Performans Sanatı, 1970'li yıllarda sanat camiası tarafından bir sanat türü olarak kabul edilmiştir; ancak, performansın kökleri Fütüristlere, Dadaistlere ve Rus Konstrüktivistlerine kadar geri götürülebilir (Goldberg, 1996). İlk fütürist manifestonun yazarı Filippo Tommaso Marinetti sanatçıları Fütürizm çatısı altında toplanmaya çağırırken sokaklara çıkmaya, tiyatrolara dalmaya ve seyirciyi pasif konumundan alıp onu sınırlendirerek sanatçının etkinliklerine cevap vermeye teşvik etmeye çağırıştır (Antmen, 2008a). Fütüristler bu tip etkinliklerde buldukları Fütürist geceler düzenlemiş, bu gecelerde seyircilere hakaretler etmiştir, başı sonu belli olmayan doğaçlama tiyatro oyunları sergilemişlerdir. Fütüristlere benzer olarak Dadaistler de bir araya geldikleri Zürih'teki mekânları Cabare Voltaire'de anlamsız şiirlerden oluşan okumalar yapmışlar, seyircileri provake edici etkinlikler sahnelemişlerdir. Bu etkinlikler 20. yüzyılın ikinci yarısında ayrı bir tür olarak ortaya çıkacak olan Performans Sanatı'na öncülük etmiştir.

Performans Sanatı, 1960'ların karşı kültür hareketlerinden etkilenmiş, sanatçıların müze ve galeri mekânı dışında, geleneksel sanat malzemelerinden uzaklaştıkları ve kendi bedenlerini bir sanat malzemesi haline getirdikleri bir arayıştan doğmuştur. Goldberg'in belirttiğine göre, bu dönemde sanatçılar kendi sanat yapma ve sanatlarının sunulma biçimlerini kıyasıya eleştirmişler, kullandıkları yeni yöntemleri popülerleştirmenin alternatif yollarını aramışlardır (Goldberg, 1996). Bedeni kullanması bakımından Performans Sanatı tiyatroyla benzerlik göstermesine karşın, tiyatrodaki aktör belirli bir rolü canlandırırken,

performans sanatçısının bedeni ‘yapıtın konusu, anlamı, görünüşü ve deneyimine’ dönüşmektedir (Antmen, 2008a; s.222).

1950’lerin sonunda Allen Kaprow [1927-2006] geleneksel tuval resmini terk ederek seyirciyi sanat yapma etkinliğinin içine çeken, performans sanatının ilk denemelerini oluşturan “oluşum” adını verdiği sanatsal bir türün öncülüğünü yapmıştır. Kaprow, 1959 yılında Reuben galerisinde *6 Bölümde 18 Oluşum* ismini verdiği ilk oluşum etkinliğini gerçekleştirmiştir. Bu etkinliğe, yakın arkadaşlarını davet ederek, saydam paravanlarla üçe bölünen galeri mekânında, altı bölümlük bir programa katılmalarını istemiştir. Bölümlerim sonunda seyirciler Kaprow’un proramına uygun olarak sanatın yapma aşamasına dâhil olmuş, en sonda elde edilen eser seyircinin de aktif olarak katıldığı kolektif bir üretime dönüşmüştür (Yılmaz, 2006). Kaprow bu etkinlikte seyircilere şöyle seslenmiştir:

“Şimdi, seyircinin sorumluluğunu arttırmanın zamanıdır... sizler de artık oluşumların bir parçası olacaksınız; onları eşanlı olarak deneyimleyeceksiniz.” (Golberg, 2006; s.128)

Kaprow’un *Oluşumlar (Happenings)* adını verdiği seyirciyle etkileşim içinde olan çalışmalarının ardından, Fluxus akımı performans sanatını sanat üretiminin merkezine yerleştirmiştir. Bu akımına mensup sanatçılar sanat gündelik hayatla birleştirmeye çalışmış, devinim halinde bir sanatın dünyayı değiştirebileceğine inanmışlardır. Burjuva toplumuna ve sanatına karşı olan Fluxus sanatçıları alınıp satılan ve sanatçısının üretiminden sonra bir metaya dönüşen sanat nesnesini ortadan kaldırmak istemişlerdir. Bu nedenle performans, yani sanatçının kendi bedenini kullanarak gerçekleştirdiği anlık ya da belirli bir sürece ait sanat üretimleri Fluxus sanatçıları için biçilmiş kaftan olmuştur. Bu performansların örnekleri arasında Nam June Paik [1932-2006]’in 1969 yılında çello sanatçısı Charlotte Moorman [1933-1991] ile birlikte yaptığı ve onun çello çalarken taktığı iki küçük televizyon ekranından meydana gelen bir sutyen olan *Yaşayan Bir Heykel İçin Tv Sutyeni* isimli çalışması; etkili Fluxus sanatçılarından Joseph Beuys [1921-1986]’un seyirciler önünde ölü bir tavşana sanat hakkında dersler verdiği *Ölü Bir Tavşana Resimler Nasıl Anlatılır* [1965] isimli performansı; Yoko Onu [1933]’nun izleyicilerinin üstündeki kıyafetleri kesmesini istediği *Kesme Biçme İş* (1964) isimli etkileşimli performansı örnek olarak gösterilebilir. Bütün bu sanat çalışmalarının ortak yanı, müzik, edebiyat, resim, tiyatro gibi sanat disiplinlerini bir arada kullanmaları ve sanat üretimi bittikten

sonra ortada alınıp satılacak bir nesne bırakmayarak vurgunun sanatçının bedeni aracılığıyla anlık bir paylaşımına çekilmiş olmasıdır.

1970’li yıllarda feminist sanatçılar performans sanatına sıkça başvurmuşlardır. Fluxus sanatçıları olduğu gibi, feminist sanatçılar için de performans sanatı kendilerini ifade etmenin etkili bir yolunu sunmuştur. Beden bu performanslarda inşa edilen kültürel bir yapı olarak sunulmuş; bireysel ya da toplumsal olarak kurgulanan beden sorgulanmış, yapıbozuma uğratılmıştır (Antmen, 2008a). Feminist sanatçılar için bir ikon olan Carolee Schneemann [1939-], 1975 yılında *Interior Scroll* isimli bir performans gerçekleştirmiştir. Bu performansta sanatçı, çırılçıplak soyunarak bir masaya çıkıp bir model gibi pozisyon almış ve vajinasından çıkardığı feminist bir metni okumaya başlamıştır. Schneemann’ın kadın yaratıcılığını ve sanattaki erkek egemen yapıyı kadın bedenine doğrudan bir gönderme ile sorguladığı bu performansı daha sonraki feminist performans sanatçıları için bir dönüm noktası olmuştur.

1960’lardan günümüze sanat dünyası içinde kabul edilen performans sanatı sanatçıların sıkça başvurdukları ve diğer sanat disiplinleri ile birleştirdikleri bir sanat biçimi olmuştur. Türkiye’de 1980’lerden sonra bir sanat biçimi olarak sanatçılar arasında popülerleşen performans sanatı Nezaket Ekinci [1970-], Yeşim Özsoy [1972-], Burçak Konukman [1984-], Ümit Ilgın Yiğit [1978-] gibi güncel sanatçılar tarafından uygulanmaktadır.

### **6.3.2 Enstalasyon Sanatı**

Enstalasyon kavramı, mimariden Performans Sanatına birçok sanat disiplinini altında toplayan bir çatı kavramdır. Kavram olarak enstalasyon, nesnelerin belirli bir mekana ya da uzama yerleştirilmesi, bu uzamdaki konumlarının ve uzamla ve birbirileri ile olan ilişkilerinin belirlenmesidir. Daha önce de belirtildiği gibi sanatçılar 1960’larda galeriyi, sanat nesnesini, sanatın dolaşım ağını sorgulamaya başlamışlar, sanatın sınırlarını genişletmenin yollarını aramışlardır. 1960’larda başlayan bu çalışmalar, sanatçıları sanat eserlerinin sanat galerilerinin dışında kamusal alanda da sergilenebileceği, yerleştirildikleri uzamla ilişki kurabilecekleri fikrine getirmiştir (de Oliveira vd., 1996). Bu tarihten itibaren birçok sanatçı galeri içinde ya da dışında çeşitli nesnelere sergilendikleri mekânla ve bu mekânı deneyimleyen seyircilerle ilişkiler kuracak biçimde sanat

eserleri üretmeye başlamıştır. Enstalasyon sanatı, 1980’lerde popülerleşerek sanat dünyası tarafından kabul edilmiştir.

N. de Oliveira’ya göre 1960’larda “montaj” ve “çevre” terimleri, sanatçıların çeşitli malzemeleri bir araya getirmelerini ifade etmek için kullanılmıştır; ancak bu resimlerin bir galeriden nasıl sergileneceğini belirlemekten farksızdır (de Oliviera vd., 1996). İlk örneklerini Fütürizm, Dadaizm, Konstrüktivizmden alan Enstalasyon Sanatı kendine özgü biçimini 1960’lardan sonra kazanmıştır. M. Duchamp, bir galerinin içine seri üretim nesnelere yerleştirerek sanatçının düşünsel sürecine dikkat çekmiştir. Fütüristler heykelle getirdikleri yeni yaklaşımla heykelin tek bir malzemedan yapılmasını protesto etmişler ve asamblaje yaklaşan örnekler vermişlerdir. Rus Konstrüktivist sanatçı Vladimir Tatlin ise değişen toplumun dinamizmine dikkat çeken yapıtlar üretmiştir. Sanatçının 1919-1920 yıllarında planlarını yaptığı ancak hiçbir zaman inşa edilemeyen *Üçüncü Enternasyonal için bir Anıt* projesinde 400 metre yükseliğindeki cam, metal gibi değişik malzemelerden meydana gelen dev heykelin içine derslikler, radyo istasyonları ve yansıtım merkezleri yerleştirilmiştir. St. Petersburg’a inşa edilmesi planlanan bu dev yapıtın, Bolşevik devriminin estetik bir ifadesi olması beklendiği gibi, seyirci ve sanat eseri arasındaki edilgen ilişkiyi etkileşimli bir yapıya dönüştüreceği de düşünülmüştür. Enstalasyon Sanatı’nı önceleyen önemli örneklerden diğeri bir tanesi Dadaist sanatçı Kurt Schwitters [1887-1948]’in 1923’te inşa etmeye başladığı, 1943’te yok edilen, bu güne sadece fotoğraflarının ve üstüne yazılanların kaldığı *Merzbau* eseridir. *Merzbau*, sanatçının kendine inşa ettiği bir yaşama alanıdır. Bu alana sanatçı çıktığı kent gezilerinden topladığı onu etkileyen nesnelere, arkadaşlarının ona verdiği hediyeleri, kendi ürettiği biomorfik formlardaki alçı ve tahta malzemeleri yerleştirerek, mekânı bir mağbede dönüştürmüştür. K. Schwitters yapıtı hakkında şöyle yazmaktadır:

“Büyük bir kent nasıl büyüyorsa Merzbau da öyle büyür, örneğin yeni bir bina yapıldığında, İmar Bürosu kentin genel görünümünü bozup bozmayacağını denetler. Bana gelince, ben KdeE’ye [Erotik Sefalet Katedrali] yakışır diye düşündüğüm bir şeyle karşılaştığımda onu alırım, eve götürürüm, oraya yapıştırıp üstünü boyarım ama bütünü ritmini hiçbir zaman göz ardı etmem. Derken gün gelir bakarım elimde bir ceset var – artık etkisi geçmiş bir sanat akımının kutsal kalıntılarını saklamışım duygusuna kapılırım. O zaman onları kendi haline bırakırım ama önce üstlerini bütün olarak ya da kısmen başka şeylerle kaplarım ve bunu, artık bir önemlerinin

kalmadığını özellikle gösterecek şekilde kaplarını. Yapı büyüdükçe vadiler, çukurlar, mağaralar ortaya çıkmaya, genel yapı içinde kendiliğinden şekillenmeye başlar. İç içe geçmiş yüzeyler her bir yana kıvrılan, yukarı doğru uzanan yeni biçimler yaratırlar. Kıvrılmış, bükülmüş bu şekillerin üzerindeki geometrik yapı, kendi içinde geometrik bir düzen oluşturur.” (O’Doherty, 2010; s.62)

Schwitters’in de işaret ettiği gibi, süreç içinde kimi nesnelere öne çıkararak, kimi nesnelere üstünü örten bu yapı sanatçının düşüncelerinin, etkilenmelerinin ve sanatsal yaklaşımlarının bir arkeolojik kalıntısına dönüşmektedir. *Merzbau*, yaşayan bir yapı olduğu kadar anıları, kalıntıları, geçmişin donuk anlarını ve ilişkiler saklayan, izleyiciyi edilgen konumdan çıkıp onu kazmaya davet eden, sanatçının atölyesinden onun düşünce labiretinlerine sürükleyen bir özelliği vardır.

Enstalasyon Sanatının gelişmesinde 1960’lı yıllarda ortaya çıkan Minimalist Sanat da etkili olmuştur. Minimalist Sanatın başlıca temsilcileri Frank Stella [1936-], Donald Judd [1928-1994], Dan Flavin [1933-1996], Carl Andre [1935-], Sol LeWitt [1928-2007], Richard Serra [1939-] ve Robert Morris [1931-] geleneksel heykel ve resmi terk ederek çalışmalarında tuğla, sunta, kontrplak, alüminyum, çelik, fiberglas gibi endüstriyel malzemeleri kullanmışlar; eserlerini endüstriyel yöntemlerle üretmişlerdir. M. Duchamp’ın hazır-nesne kavramından hareketle, bireysel yaratı mitine savaş açan bu sanatçılar, yaptıklarını birbirinin benzeri olarak atölyelerde ve fabrikalarda ürettirmiş; sergileme mekânındaki geometrik düzenlemeyle öne çıkarmışlardır. Donald Judd, yapıtlarının ne resim ne heykel olduğunu iddia ederek, bunları ‘spesifik nesne’ olarak isimlendirmiştir (Antmen, 2008a). Spesifik nesne kavramı, eserlerin heykelle yakın olmasını işaret etmekle birlikte, sanat olmayan diğer nesnelere yakınlığını da vurgulamaktadır (de Oliveira vd., 1996). Minimalist Sanatın, Enstalasyon Sanatı için önemli yanı, izleyici ile sanat yapıtı arasındaki ilişkiyi değiştirmiş olmasıdır. Kompozisyonu reddeden Minimalist Sanatçılar, dizi, ilerleme ve süreç kavramları çerçevesinde yapıtlarını mekâna yerleştirmiş, böylece izleyiciyi etkin bir katılımcıya dönüştürerek mekân içindeki yerleştirmeleri üstüne fikir yürütmesini beklemişlerdir. Daha önce de değinilen Yeryüzü sanatı ise sanatın galerilerin dışına, sokaklara ve kırsal alanlara yayılmasında etkili olmuştur. Minimalistlerin endüstriyel malzemeleri sanatlarının ana malzemesi haline getirmeleri gibi, Yeryüzü Sanatı sanatçıları da fırtına, peyzaj, yeryüzü şekillerinin oluşumları gibi doğal olayları sanatlarının malzemesi kılmışlardır. Robert Smithson, geliştirdiği

‘yer olamayan’ kavramı ile doğada gerçekleştirdiği çalışmalarını video kayıtları, fotoğraflar ve çalışmalarını hayata geçirirken tuttuğu notlar aracılığıyla galeriye taşımıştır. Sanatçıya göre ‘yer’ sanatsal çalışmanın gerçekleştirildiği gerçek doğa parçasına işaret ederken, ‘yer olmayan’ bütün süreci kapsayan kayıtların taşındığı galeri mekânıdır. ‘Yer olamayan’ R. Smithson’a galeri mekânında nesnelerin nasıl sanat eserleri haline geldiğini gösterme ve sanatçı-galeri-sanat dünyası arasındaki ilişkileri deşifre etme imkânı vermiştir (Ayöncan Atalar, 2006).

1970’li yıllardan günümüze Enstalasyon sanatının popülerliği hızla artmıştır. Christo ve Jeanne-Claude, Enstalasyon Sanatı’nın popülerleşme sürecinde naylonlarla kapladıkları adalar ve dev binalarla önemli bir rol oynamıştır. Sanatçılar 1970’lerden beri büyük çaplı alan yerleştirmeleri ile gündelik hayatta sık sık karşılaştığımız yerlere dikkat çekmekte, şehir planlamacıları, bürokratlar, emniyet güçleri ile bir arada çalışarak çalışmalarını gerçekleştirdikleri yere müdahale etmektedirler. Sanatçılar 1976 yılında Amerika Birleşik Devletleri’ndeki Kaliforniya Eyaleti’nde tepeleri ve yolları aşan 5,5 metre yükseliğinde ve 39,4 kilometre uzunluğunda bir çit yerleştirmesi yapmışlardır (Şekil 6.12). Bu proje için, hiçbir sponsorluk kabul edilmemiş, projenin hayata geçirilmesi için gerekli yatırım proje için hazırlanan çizimlerin ve tutulan notların satılmasıyla elde edilmiştir.



**Şekil 6.12:** Chirsto ve Jeanne-Claude, *Runnig Fence*, 1972-76 (Christo ve Jeanne-Claude, 2012)

Sanatçılar politik göndermeleri olan geniş alan yerleştirmelerinden birinde 3,100 tane şemsiye kullanarak Amerika kıtasını ve Asya kıtasını birbirine bağlamışlardır. 6 metre yüksekliğinde ve 9 metre çapındaki şemsiyeler Amerika Birleşik Devletleri'ndeki Kaliforniya Eyaleti'ne ve Japonya'da bulunan İbaraki bölgesine yerleştirilmiştir (Şekil 6.13). İki ülkedeki coğrafi farklılıklar nedeniyle farklı biçimlerde yerleştirilmek zorunda kalınan şemsiyeler kültürel farklılığa dikkat çektiği gibi, bir ülkede başlayıp diğer bir ülkede devam etmeleri ile yapay sınırlara ve bir aradalığa da işaret etmiştir. Bu çalışmada da sanatçılar hiçbir sponsorluk kabul etmemiş, projenin gelirini eskizlerini ve notlarını satarak elde etmişlerdir.

1980'ler ve sonrasında kitle iletişim araçlarının sanata sıkça kullanılan bir malzeme haline gelmesi enstalasyon sanatını da etkilemiştir. Bu tarihten itibaren sanatçılar televizyon, ses, video, internet gibi çoklu ortamları kullanarak enstalasyonlar yapmışlardır. Amerikalı sanatçı, Gary Hill [1951-] 1992'de gerçekleştirdiği video enstalasyonunda galeri mekânına oturan hayalet seyirciler yerleştirilmiştir. G. Hill'in hayalet seyircileri izleyiciler odaya girdiklerinde ayağa kalkmakta ve onunla etkileşime geçmektedir. Türkiyeli sanatçı Genco Gülen 1995 yılında *Narteks* isimli projesinde tarihsel bir mite geri dönerek, Ayasofya'nın dev kubbesini taşıdığına inanılan meleklerin bulunduğu yerlere video enstalasyonları yerleştirmiştir. Ayasofya ve Arkeoloji Müzesi bir ışık sistemi ile birbirine bağlanmış, Arkeoloji Müzesi'nin koridoruna vitrin mankenleri yerleştirilerek, bu mankenlerin karınlarına da müzeyi gezenleri gösteren mini televizyonlar koymuştur (Süzen, 2010). Ancak proje serginin açılmasından önce yapılan protesto gösterileri nedeniyle sergilenememiştir. Yakın tarihte Türkiye'de gerçekleştirilen bir başka enstalasyon örneği de 2011 yılında YIKIM'11 sergisinde Tayfun Serttaş tarafından gerçekleştirilmiştir. Sanatçı internete bağlı bir bilgisayarda eski bir sosyal iletişim platformu olan mIRC'ı açarak, gay sohbet kanalına girmiş ve görüntüyü projeksiyon yardımı ile duvara yansıtmıştır. İzleyicilere klavye yardımı ile eşzamanlı olarak sohbet platformunu kullanabilme imkânı tanınarak, toplumsal cinsiyet, özel-kamusal alan, sosyal medya kavramları tartışmaya açılmıştır.



**Şekil 6.13:** Christo ve Jeanne-Claude, *Umbrellas*, 1984-91 (Christo ve Jeanne-Claude, 2012)

Enstalasyon Sanatı köklerini ilk avangard hareketlerden almış, 1960'lı yıllarda eleştirel ve muhalif bir sanat pratiği olarak ortaya çıkmıştır ancak 1980'lerden sonra sanat çevresi, müzeler ve galeriler tarafından kabul edilen, alınıp satılabilen bir sanat biçimine dönüşmüştür. Bununla beraber sanata getirdiği açılımlarla, yeni teknolojileri ve ortamları hemen sahiplenebilmesiyle Enstalasyon Sanatı sanatçılara birçok olanak sunmaya devam etmektedir.



## 7 POSTMODERN DÖNEMDE MODA VE SANAT ETKİLEŞİMİ

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra sanatın mecrası genişlemiş, gündelik kullanım eşyaları, popüler imajlar, zanaat işleri gibi çok geniş bir yelpazedeki ürünler sanat eseri olarak sunulmuştur. Bunun yanında Performans Sanatı, Enstalasyon Sanatı, Video Sanatı gibi yeni türler ortaya çıkmış, bu türler ilk başlarda sanatın kurumsallaşmasına ve metalaşmasına birer başkaldırı olarak doğmalar da zamanla sanat dünyası tarafından kabul edilmiş, koleksiyonerler ve müzeler tarafından alınıp satılmaya başlanmıştır. Bu dönem sanatı popüler kültürden ayırmanın giderek güçleştiği, gündelik olanla sanata dönüşen olay, nesne ve süreçlerin sınırlarının belirsizleştiği, kimi zamansa ortadan kalktığı bir dönem olmuştur. Modada da İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra, özellikle 1960'lı yıllarda benzer bir çeşitlilik görülmüştür. 1960'lı yıllardan sonra kimi zaman küresel piyasada tanınmak için, kimi zaman giysi formlarını kullanarak çalışmalarını sanatsal bir aurayla donatmak için, kimi zaman da reklam amaçlı olarak moda tasarımcıları avangard, deneysel ve postmodern arayışlara yönelmişlerdir. Bunun sonucunda moda ve sanatın yolları kesişmiş, deyim yerindeyse kimi moda tasarımcılarının elinde moda sanata dönüşmüştür. Modaya ait unsurları birer sanat ortamı olarak kullanan sanatçıların olduğunu söylemek de mümkündür. Bu bölümde ilk önce modanın sunum şekli olan moda defilesinin, performans sanatıyla kesiştiği örnekler ele alınacak; moda tasarımcılarının elinde bir tasarımcıya ya da firmaya ait kıyafetlerin tanıtılması için yapılan defilelerin ve sunumların nasıl alışıldık defile formunun dışına çıkan, performans sanatı denebilecek gösterilere dönüştüğü ortaya koyulacaktır. Ardından 1990'larda adını duyuran, moda dünyasında merakla izlenen ve söz sahibi olan Belçika Modası örneğiyle sanat ve modanın işbirliği okura sunulacaktır. Son olarak moda ürünlerinin belirli kavramsal çerçeveler içinde sunulduğu ve sanat eserleri ile yan yana durdukları müzeler ve moda sergileri ele alınacak, bu sergi ve müzeler büyük moda firmalarının gerçekleştirdiği sanat projeleri ve bir galeri estetiği ile inşa ettirdikleri mağazaları ile karşılaştırılacaktır.

## 7.1 Bir Performans Sanatı Olarak Moda Defilesi

Defile, basına ve alıcılara tasarımcıların ya da markaların yeni sezon için ürettikleri ürünlerin tanıtıldığı pazarlama olayı olarak tanımlanmaktadır. Tasarımcılar ve markalar, piyasadaki görünürlüklerini arttırmak, izleyici için görsel bir imaj oluşturmak, yeni ürünlerinin promosyonunu yapmak ve izleyicileri eğlendirerek akıllarında kalmak için defileler düzenlemektedirler (Green-Withrow, 2008). Tasarladığı kıyafetleri canlı mankenlere giydirerek müşterilerine sunan ilk tasarımcı Charles Frederic Worth olmuştur. Ondan önce usta terziler prova mankeleri üstünde çalışarak, kıyafetlerini tanıtmışlardır. 1911 yılından sonra Amerika Birleşik Devletleri'nde tasarımcıların koleksiyonlarının tanıtımları için canlı modeller kullanması gelenekselleşmiştir (Kawamura, 2005).

C. F. Worth ve P. Poiret'nin düzenlediği defileler tiyatral bir atmosferde geçmesine karşın, kıyafetin ön planda olduğu ve mankenlerin ifadesiz olarak kıyafetleri taşıdığı olaylar olmuştur. Bu defilelerde mankenler sadece birer askı görevi görmüştür. 1970'lerden sonra defilelerde tiyatral unsurlar giderek artmış, defile artık kıyafetlerden çok markanın ya da tasarımcının adını basına taşıyacak, onun mesajını ya da görsel imajını izleyiciye aktaracağı gösterilere dönüşmüştür (Crane, 2003). Bu gösterilerde ışıktan dekora, makyajdan saç biçimine ve en küçük aksesuara her şey bir bütün içinde tasarlanmakta, kıyafetler gösterinin nesnesine dönüşmektedir. Böyle gösterilerde izleyicilerden koleksiyonun arkasındaki kavramın anlaşılması, markanın ya da tasarımcının imajını kavraması, kimi zaman gösteriye dâhil olması beklenmektedir. Böylelikle defileler kıyafet tanıtımlarının ötesinde, yarı tiyatro yarı ritüel bir hale bürünerek estetik performanslara dönüşmüştür. Alexander McQueen, Hussein Chalayan, Jean Paul Gautier, Rei Kawakubo gibi avangard tasarımcıların defilelerini performans sanatından ayırmak gitgide zorlaşmaktadır. Bir kısım moda tasarımcısı gösterilerinde seyirci için hazırlanmış tiyatral yanı ağır basan şatafatlı şovlar sunarken, bir kısım moda tasarımcısı, sahne yerleştirmesi ve sunumda daha sade bir yaklaşım tercih ederek tasarımlarının ardında yatan kavramlara dikkat çekmektedir, başka bir grup ise seyirciyi provake ederek sosyal konularda harekete geçirmeye çalışmaktadır. Değişik yaklaşımları örneklemesi için sonraki bölümlerde tiyatral şovları ile bazen seyirciyi büyüleyen bazen de dehşete düşüren

İngiliz moda tasarımcısı Alexander McQueen'in; ortaya koyduğu tasarımlar kadar bu tasarımların arkasında yatan felsefesiyle de dikkat çeken Kıbrıslı tasarımcı Hussein Chalayan'ın ve moda dünyasına getirdikleri eleştirel yaklaşımlarla tanınan tasarımcılar Miguel Adover, Imitation of Christ, Susan Cianciolo ve Elena Bajo'nun moda gösterileri ayrı başlıklar altında ele alınacaktır.

### 7.1.1 Aşırılığın Şovu: Alexander McQueen

Alexander McQueen [1969-2010], 1969 yılında İngiltere'de doğmuş, lise eğitiminden sonra teksitl endüstrisi içinde çeşitli işlerde çalışmış ve 1994 yılında birçok ünlü tasarımcının eğitim verdiği, İngiltere'nin en presijli okulu Saint Martins Sanat ve Tasarım Okulu'na yükseklians öğrencisi olarak kabul edilmiştir. Okuldaki bitirme defilesi ve onun ardından gerek tasarladığı kıyafetler gerek yaptığı defileler gerekse de koleksiyonlarına seçtiği temalarla dikkatleri üzerinde toplamıştır. Defileleri büyüleyici tiyatral birer gösteri olan tasarımcı, performans sanatı, enstalasyon sanatı ve defile arasındaki sınırdaki hareket etmektedir. Defileyi, kıyafetlerini tanıtmaktansa, koleksiyonun arkasında yatan kavramlar, hayalleri, korku ve kabusları ifade etmek için kullanmaktadır. Bu gösteriler seyircilerde ilk başta bir şok etkisi yaratmaktadır. Kendi de rahatlamış bir seyirci yerine izlediği şovdan 'nefret eden, kusmak isteyen' bir izleyiciyi tercih ettiğini belirten tasarımcı (Frankel, 1997; s.8), dört kez Yılın İngiliz Tasarımcısı ve bir kez Amerikan Moda Meclisi Yılın Tasarımcısı ödülüne layık görülmüştür.

McQueen'in Saint Martins'ten mezun olduktan sonra ilk sansasyon yaratan defilesi, 1995 Sonbahar/Kış koleksiyonu *Dağlık Alanda Tecavüz/Highland Rape*'tir. Bu koleksiyonda tasarımcı hem kıyafetleriyle, hem dikkat çektiği kavram ile hem de defilenin sunuş biçimiyle bütün dikkatleri üstüne çekmiştir. Defilenin temasını 18. yüzyılda İngilizlerin İskoçya'yı işgal etmesi olarak belirlenmiş ve hazırladığı sunumla tasarımcı bunu eleştirmiştir. Koleksiyonda ekose kumaştan yapılmış askeri ceketler ve yırtık özel dikilmiş ceketler, kıyafetler, etekler bulunmaktadır (Şekil 7.1). Yine bu defilede ismi onunla anılacak olan, kalçanın yarısına kadar düşük belli ve sıkı etekler ve pantolanlardan oluşan 'bumster' tarzını tanıtmıştır. Defilenin sunumunda yerlere İskoçya'nın dağlık bölgelerini sergilemesi için süpürge otları ve eğreltiotları yerleştirilmiştir. Mankenlere ise hırpalanmış bir götüntü verilmiş, defile sırasında kan

tükürmüşlerdir. Defileyi izleyen basın tarafından çok eleştirilse de McQueen bu koleksiyonu ile dünyanın ilgisini çekmeye başarmıştır (Svendsen, 2008). Aynı zamanda kıyafetleri arka planda bırakacak bir ortam kurmuş, sunumunu tiyatral bir zeminde gerçekleştirmiştir.

McQueen, Fransız firması Givenchy için 1996-2001 yılları arasında beş sene baş tasarımcı olarak çalışmıştır. Burada geçirdiği süreç Fransız moda dünyasını tanıması sağlamış, ancak kendi yaratıcılığını ortaya koymasını engellemiştir. Tasarımcı, burada geçirdiği zaman için şöyle demektedir:

“Benim için sadece paraydı. Yapabileceğim hiçbir şey yoktu. İşleyebilecek tek yol eğer olsaydı, modaevinin bütün konseptini değiştirmeme, ona yeni bir kimlik vermeme izin vermeleri olurdu ve onlar bunu yapmamı hiçbir zaman istemediler.” (Knox, 2010; s.10)



**Şekil 7.1:** Alexander McQueen - Highland Rape, 1995 (The Metropolitan Museum of Art, 2012)

Ancak Givenchy'de tasarımcı yenilikçi tarz ve sunum arayışlarına devam etmiştir. 1999 Sonbahar/Kış koleksiyonunda, McQueen canlı mankenleri ortadan kaldırarak, daha önce değinilen kıyafetleri cansız mankenler üstünde sunma geleneğine bir gönderme yapmış; podyuma özel hareket edebilir ve dönebilir mekanizmalar yerleştirerek kıyafetleri prova mankenleri üstünde, özel ışık efektleri kullanarak sunmuştur (Duggan, 2001). Kendi firmasına ait 1999 İlkbahar/Yaz koleksiyonunda ise kıyafeti ve kadın bedenini bir tuvale dönüştürmüştür. Podyumun ortasına kendi eksenini etrafında dönebilen yuvarlak bir zemin yerleştirerek, pamuku kumaştan yaptığı bir kıyafeti mankenin iki tarafından rasgele sarı ve siyah boyalar sıkan robot tabancalar yardımıyla boyamıştır (Kristin, 2010; s.15) (Şekil 7.2). Amerikan Soyut Dışavurumcularını çağrıştıran bu uygulama ticari yanı göz ardı edilirse başlı başına bir performans olarak ele alınabilir. Kıyafetin deseni orada, o anda seyircilerin karşısında meydana gelmekte ve bu olay mankenin yani bir kadının bedeni üstünde gerçekleşmektedir.

McQueen'in Givenchy gibi büyük ve geleneksel bir *haute couture* firmasında geliştirdiği bu yöntemler ileriye yönelik bir hazırlık niteliğindedir. 1999 Sonbahar/Kış koleksiyonunda yeniden yabancı olmadığı bir konuya, bedene yönelmiştir. Defileler genellikle genç, zayıf ve güzel kadınların kıyafetleri tanıttığı, böylelikle izleyenlerin algısını tektipleştiren olumsuz bir yön taşımaktadırlar. Birçok feminist eleştirmen modayı bu nedenle eleştirmiş, kadınları asla ulaşamayacakları bir güzelliği aramaya ittikleri için mahkûm etmiştir. McQueen'in koleksiyonu modanın sunduğu tektipleştirilmiş güzellik imgesini altüst etmektedir. Bu koleksiyonun teması fiziksel engeldir ve başrolü doğuştan kaval kemikleri olmayan, bir yaşında bacakları dizlerinin altın kesilen Aimee Mullins almıştır. McQueen, A. Mullins için bir çift protez bacak tasarlamış, Mullins bu protez bacakları kullanarak defilede yer almıştır. N. Khan'ın belirttiği gibi, McQueen'in burada yaptığı bir moda defilesinin ötesine geçerek, modanın güzellik kavramını bedeni, özellikle engelli bedeni merkez alarak sorunsallaştırmıştır. Mullins için tasarlanan protez bacaklar, sadece bir çift protez değil, onun bedeninin estetik birer uzvu haline gelmiştir (Khan, 2000). McQueen'in defilesi, performans sanatçısı Carolee Schneemann'ın performanslarında ortaya koyduğu kendi bedeni ve bu bedeni meydana getiren

kültürel söylem ağlarını deşifre etme stratejisi gibi, Mullins'in bedeni aracılığıyla modadaki beden-güzellik ikilemini deşifre etmiş, onu genişletmiştir.



Şekil 7.2: Alexander McQueen – 1999 İlkbahar/Yaz Koleksiyonu (Kristen, 2010)

McQueen'in 2000 yılından kendi hayatına son verdiği 2010 yılına kadar yaptığı defileler gitgide kıyafet tanıtımından uzaklaşmış, tiyatral bir şova dönüşmüştür. Tasarımcı moda sisteminden, çevre sorunlarına, toplumsal cinsiyet ve cinsel kimlik sorunlarından apokaliptik gelecek distopyalarına bir dizi olguyu performansları aracılığıyla sorunsallaştırmıştır. 2001'in ilkbahar yazında gerçekleştirdiği *Voss* isimli şovunda alışıldık defile biçiminden tamamen koparak, enstalasyon, performans, tiyatro sanatlarının hepsini kapsayan melez bir yapı almıştır (Şekil 7.3). Tasarımcı, *Voss*'u kendi sözleri ile şöyle açıklamaktadır:

“2001 İlkbahar/Yaz Asylum koleksiyonu için seyirci bir saat kadar aynalarla çevrili bir kübün etrafına oturtularak kendisine bakmak zorunda bırakıldı. Sonunda içinden aydınlandığında, kübün bir akıl hastanesi hücresi olduğu ortaya çıktı. Hastane başlıkları takan ve sıradışı midye kabuğu eteklerden büyüleyici sedef renkli kokteyl elbiselerine her şeyi giyen kaçık kızlar, yararsız biçimde guguk kuşu yuvası üzerinden uçaya çalışırken sürüklendi ve yürüdü. Minyatür şatolu bir elbise ve omuzluk gibi duran bir fare; yapbozdan yapılmış bir üst ve modelin kafasına asılan içi doldurulmuş, Hitchcock'a saldırmaya hazır kartallar gibi gotik, tiyatral bölümler vardı. Ama bütün bu çılgınlığın ortasında, ürküntü verecek biçimde seçkin – ve giyilebilir – kadın takımların, volanlı parti elbiselerinin bolluğu ve bir ya da iki tane topuklu ayakkabı vardı. İnsanı böyle zirveye taşıyan bir sunum nasıl bitirilir? Herkes, her şeyin bittiğini düşündüğünde, psikiyatrik koğuş yolunda yüzü maske ile kaplı, bir tüp aracılığıyla nefes alan, etrafı çırpınan kelebeklerle dolu çıplak Michelle Olley'i ortaya çıkaran başka bir küp açıldı ve büyüleyici tablo: Leigh Bowery ve Lucien Freud aracılığıyla Francis Bacon. Tek kelimeyle, yüce.” (Aktaran: Lindgren, 2011)



Şekil 7.3: Alexander McQueen – Voss, 2001 (Lindgren, 2011)

*Voss*, onun için hazırlanan mekân, mankenlerin sergilediği rol performansları, ortaya kurulan dev küp ve bu küpün üstünde izleyicilere döndürdüğü aynalarla kıyafetleri tanıtan bir defile değil, moda dünyasına eleştirel bakış atan tiyatral bir performanstır. Zaten şov başlamadan önce izleyiciler aynalarla karşı karşıya gelmiş, kendi görüntülerinin, birbirlerinin ve mekânın yansımalarını aynalarda izlemek zorunda bırakılmış; bu tefekkür sürecinde moda, modanın etrafında cereyan ettiği dünyayı gözden geçirmek, bu dünyadaki kendi yerlerini düşünmek zorunda kalmışlardır. Orada bir defile izlemek için bulunanlar, moda basınından kişiler, editörler, gazeteciler, tasarımcılar aynalardan yansıyan görüntülerinde birer metafora, moda dünyasının metaforuna dönüştürülmüştür. Şovun devamında aynalarla kaplı oda içinde mankenler yürümeye başlamıştır; ancak bu kez de mankenler onları izleyenleri görememekte sadece aynaların yansısında kendilerini izleyebilmektedirler. Sonuçta defilede tanıtılan kıyafetleri giyecek olanlar, izlenmek için onları giyeceklerdir. Böylece moda dünyasına yapılan vurgunun bir kez daha altı çizilmiştir. Şovun sonunda ise başka bir küp açılmış, bu küpün içinde fetiş yazarı Michelle Olley'in çıplak

bedeninin bir tüpe bağlandığı görülmüştür. Oda mankenlerle ve etraftaki nesnelere bir akıl hastanesi odasına dönüşmüştür. McQueen, delilik, şişmanlık, fetiş, içgüdüler gibi Batı'nın ötekileştirerek normal olanın dışına ittiği kavramları sahneye, moda dünyasının ortasına taşımıştır (Lindgren, 2011).

McQueen'in *Voss*'u anlatırken, 'yüce' kavramına gönderme yapması boşuna değildir. Fransız filozof I. Kant, Yüce kavramını estetik bir kategori olarak iki biçimde ele almıştır. Bunlardan birincisi, yıldızlarla dolu bir gökyüzüne kafamızı kaldırdığımızda hissetimiz sonsuzluk ve yalnızlık duygusudur. Bir diğeri ise tehlike anında doğa karşısında savunmasızlığımızı hissettiğimiz andır. Korku, ürküntü duyuları bireyi aşarak bir sonsuzluğa çaresizliğe neden olur. Ancak akli sayesinde kişi bu çaresizlik duygusunun üstesinden gelerek kendini güçlü hisseder ve haz duyar (Tunalı, 2010). Yücenin yarattığı bu gerilim *Voss*'ta ustaca kullanılmıştır. Bilinçaltının gizemli, korkunç kalıntıları McQueen tarafından sahneye taşınmıştır. Aynı zamanda sanat eserleri fiziksel hiçbir amaç gütmeyen insanı yüce karşısında duyulan bu hisse götürmektedir. Kant'a göre sanat eseri özgün bir güzellik ortaya koymalıdır; bu bir manzaranın taklidi değil, eserin kendisini hareket geçirdiği bir güzellik fikridir. Doğada çirkin olduğu düşünülen şeyler, sanat olarak ortaya koyulduklarında bir güzellik fikri oluşturabilirler (Eco, 2006). *Voss*, bu süreci adım adım izleyerek, güzel olan'ın sunulmasının beklendiği bir yer olan defileye moda dünyasının dışladığı şişmanlığı, sağlık sisteminin ötekileştirdiği akıl hastalığını ve Batılı aklın hep ötesine ittiği içgüdüleri taşımıştır; aynı zamanda olup biteni aynalarla kaplı bir küp etrafında sergileyerek sahneyi izleyiciye çevirmiştir. Bu yapıyla ele alındığında *Voss*'un sahnesinin moda basınına sunulan bir deneysel tiyatro sahnesinden hiçbir farkı yoktur.

McQueen, kariyerini başından beri sıradışı tasarımlarının yanında gerçekleştirdiği sıradışı defilelerle de ilgi çekmiştir. *Voss*'tan sonra, 2005 yılı ilkbahar/yaz koleksiyonunun sunumu *It's Only a Game/Sadece Bir Oyun*'da mankenleri bir satranç tahtası üstüne yerleştirmiştir (Şekil 7.4). Tahta üstüne Latin Amerikalı, Japon, Beyaz Amerikalı gibi etnik kimlikleriyle yerleştirilen mankenler iş ve sosyal dünyada etnik kimlikler dolayısıyla insanların karşılaştıkları güçlükleri ve birbiri ile olan savaşlarının metaforuna dönüşmüştür. Tasarımcının bütün bu şovlarını moda ve sanatın sınırında duran tiyatral



performanslar olarak değerlendirmek olanaklıdır. Ancak burada sorulması gereken soru modanın mı, sanatın mı yoksa her ikisinin de mi vurgulandığıdır. Her ne kadar moda dünyasının dışında yer alıyor gibi görünse de ve o dünyaya eleştirel bir yandan yaklaşıyor olsa da sözü edilen performanslar bir modaevinin tanıtımı için gerçekleştirmekte, modaevinin marka imajını güçlendirmektedir. G. G. Duggan'ın belirttiği gibi, moda şovlarını onların tiyatral benzerlerinden ayıran tek bir şey vardır, o da bir pazarlama hilesi olarak işlev görmeleridir (Duggan, 2001). Deneysel tiyatro, performans ve enstalasyon sanatı ve ticari dünya arasında duran ve daha önce değinilen 1970'lerdeki punk giyim örneğinde olduğu gibi bütün eleştirel yanıyla birlikte moda dünyasının ticari ilişkileri içine gömülmeye müsait olan bu şovlar her zaman moda dünyasının ticari yapısına sanat dünyasına olduğundan bir adım daha yakındır.



Şekil 7.4: Alexander McQueen – It's Only a Game, 2005 (Lindgren, 2011)

### 7.1.2 Kavram Mimarisi: Hussein Chalayan

Bir kısım tasarımcı koleksiyonlarını tamamladığında gerçekleştirecekleri şovun gösterişinden ve basın üstünde yaratacağı etkiden çok defile ve sunumlarında koleksiyonun arkasında yatan felsefeyi öne çıkarmayı tercih etmektedir. Bu tasarımcılar için önemli olan koleksiyona dâhil ettikleri tasarımların performans ve enstalasyon aracılığıyla kafalarındaki kavramları izleyicilere aktarabilme gücüdür. Duggan'a göre tiyatral şovları tercih eden tasarımcılar müzik, ışık ve sahne donanımıyla kolayca sahneye uyarlanabilen temaları işlerken, koleksiyonlarının arkasındaki fikri öne çıkarmak isteyen

tasarımcıların defileleri soyut kavramlar etrafında şekillenmektedir. (Duggan, 2001). Bu tasarımcılardan biri olan Hussein Chalayan 1970 yılında Kıbrıs'ta doğmuş, 1978 yılında ailesiyle birlikte İngiltere'ye göç etmiş ve 1993 yılında Saint Martins Sanat ve Tasarım Okulu'ndan mezun olmuştur. Beden ve çevre üstüne geliştirdiği fikirler etrafında tasarladığı kıyafetler, defile ve sergilerle uluslararası tasarım ve sanat camiasının ilgisini üstüne çekmiştir. Tasarımcı, iki kez Yılın İngiliz Tasarımcısı ödülüne layık görülmüş, Amerikan firması TSE'de tasarımcı ve Alman spor giyim üreticisi Puma'da baş tasarımcı olarak görev yapmıştır.

Chalayan'ın koleksiyonlarında ve performanslarında geçmişine yaptığı göndermeler, göç kavramı, yersiz-yurtsuzluk temaları büyük bir yer tutmaktadır. Ancak Chalayan bu kavramları nostaljik ya da romantik bir yaklaşımla ele almamakta, geçmiş-şimdi ve gelecek ekseninde soyut ve felsefi fikirler getirmektedir. N. Olsen-Rule'ye göre Chalayan için kıyafet "bir beden heykeli biçimidir" (Olsen-Rule, 2006; s.4). Koleksiyonlarında yer değiştirme, bölünmüş kimlikler, boşluk, etnisite, din temalarını işleyen tasarımcı beden ve çevre ilişkisinde geliştirdiği işlevsel form arayışları ve teknolojiyi etkin kullanımıyla da öne çıkmaktadır. Chalayan mimari, sanat ve moda arasındaki sınırları zorlamakta, tek bir alanda eserler üretmek yerine modadan güncel sanata, video sanatından ticari ürünlere geniş bir yelpazede çalışmaktadır (Van Twist, 2005). Ayrıca Chalayan, bu yelpazeyi endüstriyel tasarımcılar, müzisyenler, grafik tasarımcılar, mücevher tasarımcıları, desen tasarımcıları gibi değişik disiplinlerden gelen profesyonellerle yaptığı iş ortaklıklarıyla genişletmektedir (Evans, 2005).

G. G. Duggan, Hussein Chalayan'ın şovlarında ritüelin önemli bir yeri olduğunu iddia etmektedir (Duggan, 2001). Chalayan, 1994'te gerçekleştirdiği St. Martins'ten mezuniyet şovu olan *Buried Collection/Gömülü Koleksiyon* isimli defilesinde toprağa gömdüğü kumaşlardan yaptığı kıyafetleri sunmuştur. Şov sırasında bir metinle kumaşların bozulma süreçleri ele alınmıştır (Şekil 7.5). Bu defilede ne moda eğilimleri, ne kıyafetlerin giyilebilirliği ne de moda dünyasının beklentileri göz önüne alınmış, Chalayan'ın seyirciye sorgulatmak istediği çürüme, devinim, bozulma gibi kavramlar kıyafetler aracılığıyla sunulmuştur. N. Khan'ın işaret ettiği gibi Chalayan'ın defileleri bir görsel kültür teorisini temel almakta ve kavramları tasarımlara dönüştüren bir sahne görevi görmektedir

(Khan, 2005). Bu yaklaşım tasarımcıyı Joseph Beuys gibi kavramsal sanatçıların fikirlerine yaklaştırmaktadır. Kavramsal sanatçılar, tekil bir sanat nesnesini terk ederek bunun yerine fotoğrafları, fotokopileri, video çekimlerini, haritaları, bitmemiş projelerin taslaklarını, yaptıkları eskizleri koymuşlardır. Sanatın yüceltilecek herhangi bir sanat nesnesinden arındırılması ve kavramlara dayanması gerektiğini savunan kavramsal sanat içine kimi eleştirmenlerce performans sanatı, enstalasyon sanatı, video sanatı gibi sanat türleri de dâhil edilmektedir (Antmen, 2008a). Hussein Chalayan'ın *Gömülü Koleksiyonu* sanat dünyasından alınmış bu görüşü moda dünyasına taşımıştır. Ticari moda için kıyafetler tasarlamak yerine tasarımcı kıyafetlerin üretim sürecine, bu sürecin arkasında yatan fikirlere odaklanmış, kavramsal bir moda ortaya koymuştur.



**Şekil 7.5:** Hussein Chalayan – *Buried Collection/Gömülü Koleksiyon*, 1994 (Chalayan, 2012)

Hussein Chalayan'ın neredeyse bütün koleksiyonlarında ve bu koleksiyonların sunumunda bir yolculuk teması göze çarpmaktadır. Kıbrıs'ta doğup buradaki siyasi durum nedeniyle İngiltere'ye göç eden tasarımcı göç, hareket, yer değiştirme, yer-yersizlik, aidiyet-aidiyetsizlik temalarını kimi zaman kişisel tarihine, kimi zaman moda tarihine, kimi zaman da dünya tarihine göndermelerle ele almıştır. 1998 İlkbahar/Yaz koleksiyonu *Between/Arada*'da

farklı coğrafyaların kültürel kodları işlenmiştir (Şekil 7.6). Defilenin ön hazırlıklarında bir kumsalda modeller uçgenler meydana getirecek şekilde çıplak olarak konumlandırılmış, böylece birinin her defasında diğerlerinin önünde olması sağlanmıştır. Defile sırasında art arda önce sadece yüzü kapalı bir model, yüzünde bir örtü olan bir model çıkartılmış, örtü dizlere inene kadar bu devam etmiştir. Chalayan Batı ve Doğu kültürlerinin iffetliliğe ve örtünmeye yüklediği kültürel anlamlara çıplaklığa vurgu yaparak dikkat çekmiştir. Defilelerde seksapeli öne çıkarmak için kullanılan çıplaklık onun defilesinde bir yanıyla düşünsel bir yanıyla politik bir sorgulamaya dönüşmüştür. T. Polhemus'un söylediği gibi Chalayan izleyiciyi iffetin bir yerden başka bir yere, bir zamandan başka bir zamana birçok değişik biçimi olan kültürel bir inşa olduğunu görmeye davet etmiştir (Polhemus, 2005). Defile sırasında bazı mankenlerin yüzlerini yumurta biçimli kapsüllerle örterek bireyselliği ortadan kaldırarak tasarımlara odaklanılmasını sağlamış; bazı mankenlerin yüzlerine kare biçiminde aynalar yerleştirerek seyirciyi de şova dâhil etmiştir.



Şekil 7.6: Hussein Chalayan – *Between/Arada*, 1998 (Van Twist, 2005)

1999 yılı İlkbahar/Yaz Koleksiyonunu sergilediği *Geotropics/Jeotropik* isimli defilesi için ülkelerin doğal ve coğrafi sınırlarını sorgulayan Chalayan, İpek Yolu'nun uzandığı coğrafyada yer alan ülkelerin geleneksel kostümlerinin art arda birbirine dönüştüğü bir animasyon hazırlamıştır. Koleksiyonun parçaları çok katlı eteklerden, bir omuzda başlayıp öteki omuzda kaybolan yakalardan oluşan

üstlerden, iç içe geçen örgü tuniklerden meydana gelmektedir. Bu defilesinde bireyin çevresel sınırlarla ilişkisini beden ve kıyafet aracılığıyla görselleştiren tasarımcı, defilenin sonunda bir modelin tanıttığı, giyenle birlikte onunla giden anıtsal bir sandalye tasarlamıştır (Van Twist, 2005). Tasarımcının kişisel tarihinin bir sembolü hâline gelen sandalye, aynı zamanda bir yerden bir yere taşınabilecek kişisel bir çevre sunarak kişinin bedeniyle ilişkili modüler bir çevre fikrini ortaya koymuştur. Benzer bir temanın etrafında inşa ettiği 2000 Sonbahar/Kış Koleksiyonu *Afterwords*'te ise birer iç mimari unsuru olan oturma grubu ve sehpa kişinin üstüne giyebileceği kıyafetlere dönüştürülmüştür (Şekil 7.7). Chalayan bu koleksiyonu hazırlarken savaştan etkilendiğini belirtmiş ve şöyle demiştir:

“İnsanların evlerinin saldırıya uğradığı ve beş ya da on dakikada evlerini boşaltmazsalar öldürülecekleri söylendiği savaş zamanları hakkındaydı. Evini boşaltma fikri etrafında gelişti. Yani fikir dehşet verici bir durumu almak ve onu neredeyse güzel bir şekilde temsil ederek tersini çevirmektir.” (Khan, 2000; s.122)



**Şekil 7.7:** Hussein Chalayan – *Afterwords*, 2000 (Chalayan, 2012)

*Afterwords*, mimar, endüstriyel tasarımcı, moda tasarımcısı ve sanatçı arasındaki sınırları ortadan kaldırmaktadır. Chalayan, moda tasarımcısını bir mobilya tasarımcısına dönüştürmüş, güncel moda eğilimlerinin tamamen dışında yer alan, bir enstalasyon olarak sınıflandırılabilir tasarımlarını Londra’da bulunan Salder’s Wells tiyatrosunda canlı müzik eşliğinde bir sahnede sunmuştur.

Hussein Chalayan, yolculuk temasını sadece kişisel anlatılar çerçevesinde işlememiş, aynı temayı Doğu ve Batı kültürlerinin benzer ve zıt yönlerini

sorguladığı tarihsel perspektiflere de taşımıştır. 2002 yılı için hazırladığı *Ambimorphous* isimli koleksiyonda Batı modasının bir simgesi hâline gelen “küçük siyah elbise”yi adım adım Doğu’nun geleneksel motifleriyle donatmış ve defilenin sonunda “küçük siyah elbise”nin yeni bir yorumuna ulaşmıştır (Şekil 7.8). Batı modasında Doğu’ya yönelim modern moda olgusunun ortaya çıktığı 19. yüzyıldan günümüze değin sıkça karşılaşılan bir durumdur. Ancak Batılı moda tasarımcıları Doğu’yu görsel bir kaynak olarak ele almış, kıyafetlerini Doğu’nun gösterişinden ilham alarak tasarlamışlar, Doğu onlar için bir dekor işlevi görmüştür. Chalayan koleksiyonunun sunumunda oryantalizm olgusuna farklı bir bakış getirmiştir. Onun koleksiyonunda “küçük siyah elbise”den başlayan kıyafetlerin çıkış sırasına göre tam ortasına Batı formlarının dışında kalan, tamamen geleneksel formlarda yapılmış bir Türk kostümü yerleştirilmiştir. T. Polhemus’a göre Chalayan böylece “biri başka birine üstün olduğunu iddia edemez, etmemelidir” demektedir (Polhemus, 2005).



Şekil 7.8: Hussein Chalayan – *Ambimorphous*, 2002 (Van Twist, 2005)

N. Khan’ın belirttiği gibi Hussein Chalayan defilelerinde, seyircinin bir defileden beklediğinden çok farklı şovlar sunmuştur (Khan, 2005). Güncel moda eğilimlerinin dışında tasarımlar yapan Chalayan, defilelerini tiyatro ve gösteri merkezlerinde sunmuş, sanat dünyasının içinde doğrudan yer almıştır. Bunun yanında defilelerinde canlı müzik performanslarına yer vermiştir. Ünlü modellerle çalışmak yerine, koleksiyonlarının ardında yatan felsefeyi görselleştirebileceği

modelleri tercih etmiş, kimi defilelerinde modellerinin yüzünü kapatmıştır. Tasarımcının koleksiyonları çeşitli müze ve galerilerde de sergilenmiş, sanat dünyasının içinde yer almıştır. Tasarımlarında insan-çevre-teknoloji ilişkisini kıyafetler aracılığıyla sorgulayan tasarımcının çalışmaları disiplinlerarası bir yerde durmakta ve sunduğu şovlarda ortaya koyduğu sorular genç tasarımcılar tarafından yeni çözümler beklemektedir.

### **7.1.3 Provakasyon ve Karşı Moda: Miguel Adrover, Imitation of Christ, Susan Cianciolo ve Elena Bajo**

Bir grup moda tasarımcısı koleksiyonlarında ve defilelerinde sosyal mesajlar içeren tasarımlara yönelmiştir. Bu tasarımcıların defileleri 1970’lerde etkili olan performans sanatı etkinliklerine benzerlikler göstermektedir. G. G. Duggan Miguel Adrover, Susan Cianciolo, Elena Bajo ve Matt Damhave-Tara Subkoff ikilisinden oluşan Imitation of Christ ekibi gibi tasarımcıları bu gruba dahil etmekte ve onları “durum tasarımcıları” olarak isimlendirmektedir. Durum tasarımcıları kürk kullanımı, tüketim dünyası, genel olarak moda dünyası karşısında eleştirel konumlar almakta, çalışmalarını sorgulayıcı bir biçimde yürütmektedirler (Duggan, 2001).

Sanat fefecisi Arthur C. Danto’ya göre 1970’lerdeki sanatı modern sanattan en önemli özelliklerden biri sanatçıların sanatın sınırlarını zorlamak ya da sanat tarihini genişletmek yerine, sanatlarını kişisel ya da siyasi bir ereğin hizmetine sunmak için çabalamalarıdır (Danto, 2010). Durum tasarımcıları da tasarımlarını gösterişli şovlarda, yapay ses ve ışık efektlerinden kaçınarak, özel bir seyirci kitlesine sunmuşlardır.

İspanyon tasarımcı Miguel Adrover, daha önce değinilen fotoğraf sanatçısı Sherry Levine’nin özgün çalışmalarını kopyalama yöntemini moda uygulamaktadır. Tasarımcı, diğer markaların ya da tasarımcıların ürettiği ürünleri alarak kendi tasarımlarında bunları farklı biçimleri kullanmakta, böylece marka ya da tasarımcı ismi etrafında oluşan mitik anlatıyı bulanıklaştırmaktadır. 2000 yılı Sonbahar/Kış koleksiyonunda Burberry’ye ait bir trençkotu tersyüz ederek modeline giydirmiş, Burberry trençkotundan bir M. Adrover giysisi yaratmıştır (Şekil 7.9). Başka bir tasarımında da Luis Vuitton’a ait bir çantayı üstünde logo bulunan kısımdan keserek bir üst giyim eşyasının parçası hâline getirmiştir

(Duggan, 2001). Tasarımcı, moda dünyasında sıradan gündelik giyim eşyalarının ya da aksesuarlarının markanın etkisini üstlerine aldıktan sonra büyüleyici nesnelere kendine has yöntemiyle sorgulamakta, tüketim kültürünün karşısında yer almaktadır.



**Şekil 7.9:** Miguel Adrover – *Burberry Trençkotundan üretilmiş elbise*, 2000 (Adrover, 2012)

G. G. Duggan'ın durum tasarımcısı olarak isimlendirdiği, Matt Damhove ve Tara Subkoff'tan oluşan Imitation of Christ'in çalışmaları slogan sanatçısı J. Holzer'in çalışmalarına benzemektedir. J. Holzer beylik lafların yanıp söndüğü led tabelaları New York'un işlek cadde ve meydanlarına yönlendirerek bu laflar içindeki retoriğe ironik bir yolla yaklaşmıştır. Imitation of Christ de moda dünyasına yönelttikleri sloganları atık malzemelerden ve ikinci el kıyafetleri kullanarak ürettikleri tasarımlarında kullanarak, tüketiciyi moda aracılığıyla



yaratılan büyüleyici tüketim çılgınlığı konusunda uyarılmaktadır. Tasarımcıların kullandığı sloganlardan birkaçı şunlardır: “Hiçbir marka kutsal değildir”, “Yanlış idoller tapmayın”, “Tekrar ölümcüldür”. Tasarımcıların defileleri de ikinci el kıyafetlerden dönüştürdükleri kıyafetler kadar ilginçtir. 2001 Bahar koleksiyonu için mekân olarak bir cenaze kaldırma odası seçilmiş, buraya altmış özel davetli çağrılmıştır. Davetliler geldiklerinde yas tutan siyahlar içindeki mankenlerle karşılaşmışlardır. Defilelerde görünmeye alışık olunan pozlar yerine, modeller üzgün yüzlerle ağır ağır hareket etmiş, defile bir cenaze gömme provası gibi gerçekleşmiştir (Duggan, 2001) (Şekil 7.10).



**Şekil 7.10:** Imitation of Christ, 2001 Bahar Koleksiyonu (Anonim, 2012a)

Susan Cianciolo, Red or Dead ve Emilia Bajo gibi tasarımcılar ise özellikler defilelerinde moda dünyasının stereotipleşen yapısına saldırmış, avangard şovlar düzenlemişlerdir. Kendisi de aynı zamanda bir sanatçı olan ve sanat dünyasıyla moda dünyası arasında gidip gelen tasarımcı Susan Cianciolo daha önce ele alınan diğer tasarımcılar gibi atık malzemeleri, ikinci el kıyafetleri çıkış noktası olarak kullanmaktadır. Kendini kıyafetler tasarlayan bir kavramsal sanatçı ya da sanat yapan bir tasarımcı olarak tanımlayan S. Cianciolo (Eceize,

2010) bir defilesinde kıyafetlerini uyuyan modellerin üstünde sergilemiştir. Sergilenen kıyafetlerin bazı parçaları tasarımcı tarafından yerleştirilmemiş, kıyafeti satın alacak kişinin kıyafeti tamamlaması beklenmiştir. G. G. Duggan'ın deyişiyle, S. Cianciolo anaakım modayı reddeden avangard altkültür için bir 'kendin yap' modası keşfetmiştir (Duggan, 2001). Wayne Andrew Hemingway ve eşi Gerardine Hemingway tarafından kurulan Red or Dead ise defilelerinde modanın güzellik mitine saldırmıştır (Şekil 7.11). Şovlarında obezler, albinolar ya da cücler gibi deforma ya da standart dışı bedenlere sahip modelleri kullanan tasarımcılar moda dünyasınca yayılan anoreksik kusursuz beden imajına saldırmaktadırlar. Diğer bir tasarımcı Elena Bajo, 1950 ve 1960'ların seyirciyi gösteriye dâhil etmeye çalışan Oluşumlarına benzer defileler, daha doğrusu, performanslar düzenlemektedir. Ancak onun performanlarında sayıklamalardan, çılgınlar gibi hareket eden modellere seyirciyi rahatsızlık verici birçok unsur içiçe geçmiştir. Bazen doğrudan seyirciyeye yönelmekte ve “Bu seni rahatsız ediyor mu?” diye sormaktadır (Duggan, 2001; s.267).



**Şekil 7.11:** Red or Dead – *Beautiful Freaks/Güzel Yaratıklar*, 1998 (Red or Dead, 2012)

Moda, altı aylık bir döngünü içinde sürekli bir yeniliğin peşinden gitmektedir. Performanslarında moda sistemine karşı geliştirdikleri strateji ve sunum yöntemleriyle durum tasarımcılarının çalışmaları ortaya koyulduklarından birkaç sezon sonra büyük moda firmaları tarafından tekrar edilmekte, bu kez bir satış stratejisi olarak işlev görmektedir. Peşinde oldukları yeniliği genç öncü moda tasarımcılarının fikirlerinden devşiren anaakım moda firmaları karşı moda unsurlarını da modaya dâhil etmektedir. Ancak burada altı çizilmesi gereken bu tasarımcıların moda dışında sanat, sinema ve müzik dünyası ile kurdukları bağlantılar sayesinde modanın sınırlarını genişlettiği; kıyafetlerini ve defilelerini kimi zaman fikirlerini seyirciye aktaracak birer ortama, kimi zaman da onları provoke ederek politik bir konum almaya zorlayacak aktif uyaranlara dönüştürdükleri böylece tasarımlarını modanın tüketim dünyasının dışına taşıyarak kavramsal ve sanatsal bir *aurayla* donattıklarıdır.

## **7.2 Sanatsallaştırma Kavramı ve Belçika Modası**

Belçika'nın Antwerp kentinden bir grup moda tasarımcısının 1990'larda Londra Moda Haftası'na katılmaya başlamasıyla, Belçika'nın uluslararası moda ortamında adı duyulmuş, bu kent de Londra, Milano, Paris gibi bir moda kenti olarak anılmaya başlanmıştır. Antwerpli genç tasarımcıların dünya çapında tanınması devlet kurumlarının, sanat ve tasarım okullarının ve özel kültür organizasyonlarının ilişki içinde olduğu bir ağ çerçevesinde gerçekleşmiştir. Kurumların yanında müzeler, alışveriş merkezleri, butikler gibi kentin kamusal alanları da bu süreçte etkin olarak kullanılmıştır. Antwerp'in bir moda kenti olarak yükselişinde sanatın, özellikle avangard sanatın önemli bir rolü vardır. Bu bölümde Fransız sosyal kuramcısı R. Shapiro'nun "sanatsallaştırma" kavramı ele alınacak ve bu kavramın Antwerp modasının uluslararası moda dünyasında yükselişi olgusunda nasıl kullanıldığı incelenecektir.

"Sanatsallaştırma" kavramı, R. Shapiro tarafından "sanat olmayan" bir şeyin "sanat"a dönüştürülmesi süreci olarak tanımlanmıştır, böylece bu süreç dâhil olan nesne, eylem ya da olgunun kültürel değeri artmakta, daha önce kültürel bir biçim olarak algılanmamasına karşın, sürecin sonucunda kültürel bir biçim kazanmaktadır. D. Crane sanatsallaştırma kavramının çeşitli etkinlikler

sonucunda sözü edilen kültürel biçimin görünürlüğüne arttırdığını söylemektedir.

Bu etkinlikler şöyledir:

- 1- Etkinliğe katılan aktörelere tiplerini, özellikle, eğitim seviyelerini, sosyal statülerini, sanatsal bilgi ve ilgilerini, kültürel bilgi düzeylerini ve halkla kurdukları ilişkilerdeki özgürlüklerini değiştirmek,
- 2- Kültürel üretimlerin karakteristiklerini değiştirerek sanatla kurdukları bağları arttırmak,
- 3- Okullar, müzeler, galeriler, kuruluşlar ve ticari organizasyonlar gibi organlar ve bu organların içinde kültürel etkinliğin değerini arttıracak programlar yaratmak,
- 4- Kültürel organizasyonlarda ve devlet organlarında kültürel biçimin algısını değiştirmek, özellikle, etkinliği müzelerin ve galerilerin korunması altında olmaya ve bursların finansal desteğine ve diğer devlet organlarının ve kurumlarının burslarını almaya layık olan bir kültürel miras biçimi olarak sınıflandırmak. (Crane, 2008; s.9)

1983 yılında Belçika’da yapılan tekstil ve giyim endüstrisinin kalkınmasına yönelik planın uygulamaya koyulmasından günümüze değin Antwerp’te gerçekleştirilen kimi etkinlikler ve yeni kurulan ya da yeniden yapılandırılan kurumlar bu kavram çerçevesinde ele alınabilir. Belçika giyim ve tekstil endüstrisi için ulusal bir kalkınma planı olarak başlatılan bu süreç, 1993 yılında Antwerp’in Avrupa Kültür Kenti seçilmesi kapsamında gerçekleştirilen etkinlikler sayesinde Belçika modasını uluslararası bir tanınırlığa yükseltmiş, yanısıra Antwerp kentini tanımlayan karakteristik özellikler arasına modayı da yerleştirmiştir.

### **7.2.1 Belçika Modası’nın Yükselme Süreci**

1970-1980 yılları arasında Belçika’da tekstil endüstrisi bir kriz yaşamış, yaşanan kriz sonucu Belçika hükümeti bu krize çözüm olarak daha yaratıcı ve yenilikçi üretimlerin yapılmasına olanak tanıyan bir tekstil planı yürürlüğe koymuştur. Bu plana göre tekstil üretimini yenilikçi ve moda eğilimi belirleyici bir çizgiye taşıyacak olan Belçika Tekstil ve Konfeksiyon Enstitüsü kurulmuş, bunun yanında *Fashion, This is Belgian/Moda, Belçikalı’dır* isimli bir kampanya başlatılmış, bu kampanya çerçevesinde aynı isimli bir dergi yayımlanmıştır. Ayrıca, genç ve yetenekli tasarımcıları keşfetmek için *Golden Spindle/Altın İğ* isminde bir yarışma düzenlenmiştir. 1980 ve 1981 yılında, seçkin tavrı ve titiz işçilik anlayışıyla bilinen The Antwerp Royal Academy of Fine Arts/Antwerp

Kraliyet Güzel Sanatlar Akademisi'nden mezun olan altı tasarımcı bu yarışmada başarı göstererek 1986 yılında Londra Moda Haftası'nda defile düzenleme hakkı elde etmiştir. Ann Demeulemeester, Dirk Bikkembergs, Dirk van Saene, Dries van Noten, Marina Yee ve Walter van Beirendonck'tan oluşan bu ekip daha sonra *Antwerp Six/Antwerp Altılısı* olarak adlandırılacaktır (Klaver, 2010). Böylece tekstil planı sayesinde genç tasarımcılar, devlet kurumları ve medya Belçika modasının ulusal ve uluslararası tanınırlığı için seferber edilmiştir. Tekstil planı sayesinde tekstil üretimi modernize edilmiş, yeni teknoloji ve tanıtım olanakları firmaların ve tasarımcıların kullanımına açılmıştır; yanısıra *Moda Belçikalı'dır* kampanyası tekstil ürünlerine, onları sıradan giyim eşyalarından ayıran ulusal ve kültürel bir kimlik kazandırmıştır. Ayrıca, kampanyanın yayın organı olan ve kampanyayla aynı isimdeki dergi üç noktada işlev görmüştür. Birincisi, dergi Belçikalılar için bir başvuru kaynağı olmuş, hedef kitleye ulaşmak ve onu belirlemek kolaylaşmıştır. İkinci olarak Belçika Tekstil ve Moda Enstitüsü kamusal alanda tanınırlık kazanmıştır. Son olarak ise, pazarın takip edilebileceği bir alan oluşturulmuştur (Gimeno Martinez, 2007).

Gimeno Martinez'e göre bir süre sonra *Moda Belçikalı'dır* kampanyası gelenekselleşmiş, yenilikçi moda tasarımcıları için yetersiz hâle gelmiştir. 1988 yılında avangard moda tasarımcıları Belçika Avangard Modası (BAM) isimli bir yayın çıkararak, bu yayın etrafında toplanmaya başlamıştır. Bu dergi moda ve tiyatro, çağdaş sanat, avangard müzik gibi diğer disiplinleri bir araya getiren bir platform işlevi görmüştür (Gimeno Martinez, 2007).

Antwerp'in bir moda kenti hâline gelmesindeki en önemli gelişme, kentin 1993 yılında Avrupa Kültür Başkenti seçilmesi olmuştur. Antwerp '93'ün amacı, kenti yaratıcı ve yenilikçi çağdaş sanat ve moda etrafında şekillenen bir kültür turizmi merkezi haline getirmek olarak belirlenmiştir. Bu amaçla gerçekleştirilen etkinlikler çerçevesinde moda önemli bir rol oynamış, diğer yüksek kültür ürünleri ile bir arada sunulmuş, kültürel bir arenada izleyiciyle buluşmuştur (Klaver, 2010). 1993 Antwerp Kültür Başkenti etkinlikleri kapsamında düzenlenen Fashion '93/Moda '93 etkinlikleri, Antwerp limanının yakınında yer alan Saint-Felix ambarında bir dizi enstelasyon ve performans ile gerçekleştirilmiştir. *Moda '93* etkinliklerinin koordinatörü ve aynı zamanda Antwerp Kraliyet Akademisi Moda Tasarımı Bölümü'nde öğretim elemanı olan

Linda Loppa'ya göre bu etkinliklerde sadece kıyafetler değil, moda tasarımcılarının diğer yaratıcı disiplinlerle işbirliği içinde ürettikleri eserler sergilenmiş ve sergilenen koleksiyonların ticari ya da zanatsal değerinin ötesinde, bu koleksiyonların arkasında yatan fikirler vurgulanmıştır (Gimeno Martinez, 2007). *Antwerp '93* etkinlikleriyle modanın minimal tiyatro, performans, enstalasyon gibi çağdaş sanat etkinlikleri ile birleştirilmesi, onu tüketim alanından çıkarak kültürel alana yerleştirmiştir. *BAM*'la başlayan projenin böylece güçlenerek devam etmesi sağlanmıştır.

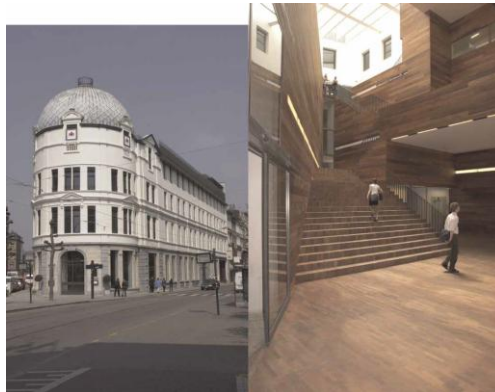
*Antwerp '93*'ün ardından Antwerp'in bir kültür ve sanat kenti olarak uluslararası ilgiyi üstüne çekmesi, kent aktörlerini harekete geçirmiş, 1997 yılında Antwerp'in kültürel etkinliklerini organize etmek ve tanıtmak için *Antwerpen Open* isiminde bir organizasyon kurulmuştur (Anonim, 2012b). Aynı yıl Antwerp'in bir moda kenti olarak tanıtılabilmesi ve bunun için gereken etkinliklerin entelektüel arkaalanının sağlanabilmesi için Flaman Moda Enstitüsü kurulmuştur. Flaman Moda Enstitüsü ve *Antwerpen Open* ismindeki iki organizasyon modayı Atwerp'te yaşayan halkın ve tursitlerin gündelik hayatına dâhil edebilecek bir dizi etkinlik düzenlemeye başlamıştır. Buradaki amaç, kamusal alanlara çeşitli biçimlerde müdahalelerde bulunarak, modayı sadece ticari bir unsur olmaktan çıkararak kentin kimliğine dâhil etmek, Antwerp'in modayla birlikte anılmasını sağlamak olmuştur. Bu tarihten sonra, Antwerp'in avangard moda tasarımcıları, çağdaş sanat mekanları ve kent aktörleri ortak çalışmalar yaparak kamusal alana doğrudan müdahale eden ve içinde performans sanatı ve enstalasyon sanatını da bulunduran çeşitli etkinlikler düzenlemiştir. 1998 yılında *Vitrine '98* etkinliğinde tasarımcılardan kentin çeşitli bölgelerinde enstalasyonlar yapmaları istenmiştir (Şekil 7.12). Kentin alışveriş hattındaki mağazaların vitrinlerinde ünlü tasarımcıların yaptığı enstalasyonlar müze ve ticari işletme ayrımını bulanıklaştırmıştır. Flaman Moda Enstitüsü üyesi Gerdi Esch *Vitrine* etkinliği ile, sanat ve moda arasındaki bağlantının altını çizmek ve kentin dolaşım güzergahına müdahale ederek, genellikle boş zaman uğraşı olarak nitelendirilen modayı entelektüel bir zemine çekmek istediklerini belirtmişir (Gimeno Martinez, 2007). *Vitrine*'i takip eden yıllarda kentin müze, meydan, alışveriş merkezi gibi değişik mekânlarında sanatçıların ve moda tasarımcılarının bir araya geldiği çeşitli etkinlikler düzenlenmiş, kentin değişik bölgelerinde enstalasyonlar

yapılmaya devam edilmiş, kıyafetlerin sanat nesneleri olarak yer aldığı sergiler düzenlenmiştir.

2000'lerin başında kent aktörlerinin bir araya gelerek gerçekleştirdikleri iki proje, Antwerp'in bir moda kenti olarak uluslararası bir üne kavuşmasında ve bu ünü devam ettirmesinde hayati öneme sahiptir. Bu projelerde ilki, Antwerp Ticaret Odası, Antwerp Belediyesi, Antwerp Turizm Departmanı ve Flaman Moda Enstitüsü'nün bir araya gelerek 2002 yılında açılışını yaptıkları *ModeNatie* isimli binadır. *ModeNatie*, Antwerp Kraliyet Üniversitesi Moda Tasarımı Bölümü'nü, Flaman Moda Enstitüsü'nü ve bir moda müzesini (MoMu) kapsayan kompleks bir binadır (Şekil 7.13). Klaver'e göre, *ModeNatie*'nin amacı eğitimi, araştırmayı ve arşivlemeyi temsil etmek, yanısıra güncel koleksiyonları sergileyerek eğitim ve gerçeklik arasında bir köprü kurmaktır (Klaver, 2010).



Şekil 7.12: *Vitrine '98*'den bir görünüm (Gimeno Martinez, 2007).



Şekil 7.13: ModeNatie binasından görünümler (Gimeno Martinez, 2007)

Diğer bir proje ise, modanın ticari yanına en az dikkat çekecek şekilde kültürel bir organizasyon olarak tasarlanan *Mode2001* etkinlikleridir. Mode2001’de moda haftaları ya da bireysel tasarımcı tanıtımları gibi basına yapılan gösterilere yer verilmemiş, Antwerp modasının aşağıdaki özelliklerine dikkat çekilmek istenmiştir:

- Antwerp ve Flamanler için modanın kendi kendini temsil edeceği turistik bir koz elde etmek
- Antwerp ve Flamanlerin yenilikçi, yaratıcı bir şehir/bölge olarak uluslararası temsilini güçlendirmek
- Modanın kültürel yanını açığa çıkarmak. Modayla bir kimlik, Mode2001 ile Antwerp’in kültürel kimliğini sunmak. (Verbergt, 2008; s.6)

*Mode2001*, Antwerp’te modanın ticari bir uğraştan ziyade kentin kültürel kimliğinin ve sanatsal dışa vurumunun ayrılmaz bir parçası olduğunu göstermek için oldukça etkili olmuştur. Projenin kuratörlüğünü yapma görevi, Antwerp modasının uluslararası bir üne kavuşmasında ilk adımları atan Antwerp Altılısı’ndan bir tasarımcıya, Walter van Beirendonck’a verilmiştir. Proje kapsamında, dört ana etkinlik düzenlenmiştir. Antwerp Altılısı’nın başka bir üyesi Dirk Van Saene’nin kuratörlüğünde gerçekleştirilen *2 Woman / 2 Kadın* isimli sergide, modada yenilikçi ve avangard yaklaşımıyla bilinen iki kadının, Coco Chanel ve Rei Kawakubo’nun tasarımlarında kadınlık kavramının izi sürülmüştür. *Mode2001* kapsamında gerçekleştirilen diğer bir çalışma olan *Emotions/Duygular*’da, 100 tanınmış sanatçı, fotoğrafçı ve tasarımcıya, üretimlerini yaparken duygularının nasıl bir rol oynadığı, nerelerden, nasıl ilham aldıkları sorulmuş, bu konuşmalar video ile kaydedilmiş ve şehrin polis istasyonunda sunulmuştur. *Multilate?/Değişim?* isimli çalışmada ise tarihsel bir okuma ile insanoğlunun korseden dövmeyle bedenini değiştirmek için kullandığı yöntemler sergilenmiş ve bu yöntemlerin etnik, etik ve estetik yanları sorgulanmıştır (Şekil 7.14). Dördüncü çalışma olan *Radicals/Radikaller*’de, sergileme mekânı olarak bir kamusal alan kullanılmış, Scheldt nehrinin



kıyısındaki reklam panolarına dünyaca ünlü moda tasarımcılarının ürettiği moda ile ilgili görseller asılmıştır<sup>4</sup>.



**Şekil 7.14:** Walter van Beirendonck'un kuratörlüğünü yaptığı *Multilate?/Değişim?* sergisinden bir görünüm, 2001 (Anonim, 2012c)

*Mode2001* kapsamında yapılan etkinlikler Antwerp modasının kültürel kimliğine vurgu yapmış, kentin uluslararası arenada yenilikçi ve yaratıcı olarak bilinen imajını güçlendirmiştir. Aynı zamanda bir boş zaman etkinliği olarak değerlendirilen giyim ve aksesuar alışverişi, modanın kültürel bir alana taşınmasıyla entelektüel bir olgu hâline getirilmiştir.

Antwerp'in bir moda kenti olarak karakterize edilmesinde *Vitrine '98* etkinliğinde ilki düzenlenen ve bundan sonra gelenekselleşen *Antwerp Fashion Walk/Antwerp Moda Yürüyüşleri* de önemli bir yer tutmaktadır. *Vitrine '98*'in tanıtım kitapçığına kentteki sanat merkezleri, alışveriş noktaları ve eğlence mekânları işaretlenmiş, turistler buralara yönlendirilmiştir. *Vitrine '98*'in ardından, Antwerp Turizm Ofisi bugün de hâlâ düzenlenen, kentin sanat

---

<sup>4</sup> *Mode2001* kapsamında gerçekleştirilen sergilemeler ile ilgili bilgilere 2002'den beri hizmet veren ve birçok uluslararası enstitünün üyesi olduğu <http://www.contemporaryfashion.net> sitesinden 25.02.2012 tarihinde ulaşılmıştır.

müzelerini, mimari yapıları ve moda merkezlerini birleştiren turlar düzenlenmeye başlamıştır. Örneğin bir rota Güzel Sanatlar Müzesi'nden başlamakta, Antwerp Altılısı'ndan biri olan Ann Demeulemeester'in butik dükkânında devam etmekte, oradan Fotoğraf Müzesi'ne ve Güncel Sanatlar Müzesi'ne geçmekte; Belçikalı ünlü mimar Bob van Reeth'in mimari eserlerini dolaşarak genç Belçikalı tasarımcıların mağazalarına ulaşmaktadır (Gimeno Martinez, 2007). Moda Yürüyüşleri, şehrin sanat ve ticari mekânlarını bir rota üstünde birleştirerek ticari ürünleri ve sanat ürünlerini ayıran çizgiyi esneklemiştir. Müzelerle aynı rotalarla gezildiklerinde Belçikalı avangard tasarımcıların butik mağazaları da birer müze ya da sanat merkezi gibi algılanmaya açık hale gelmektedir. Ayrıca, Antwerp Turizm Ofisi'nin hazırladığı kılavuzun sonunda bu tasarımcıların mağazalarının adreslerine ve biyografilerine de yer verilmiş, sıradan tüketim ürünlerinin satıldığı yerlerle onların tasarımlarının sergilendiği ve satıldığı dükkânlar birbirinden ayrılmıştır. Böylece moda kentin ekonomik, sanatsal, kültürel, sosyal ve kamusal kimliğinin ayrılmaz bir parçası kılınmıştır.

Bunların yanında Belçikalı avangard tasarımcılardan bazıları mağazalarında ticari moda ile sanatsal yaklaşımlarını bir arada sergileyebilecekleri mekânlar yaratmışlardır. Örneğin Antwerp Altılısı'ndan biri olan Dries van Noten, 1989 yılında kendi *Modepaleis* isimli mağazasını tarihi bir katedral binasını dönüştürerek kurmuştur. Burada tarihi doku, sanat ve moda birbiri ile buluşmakta, yoğun bir turistik ilgi çekmektedir. Walter van Beirendonck, 1998'de *Modepaleis*'in yanına "Walter" isimli kendi mağazasını açmış, bu mağazanın vitrinini sanatçı Narcisse Tordoier'in yürüttüğü *Window/Vitrin* isimli bir sanat galerisine dönüştürmüştür. 1999 yılında Ann Demeulemeester, ünlü mimar Paul Robbrecht'in tasarımını yaptığı mağazasını Güzel Sanatlar Müzesi'nin yanına açmış, alışveriş, sanat ve deneysel mimariyi birbirine bağlamıştır (Gimeno Martinez, 2007).

Antwerp'in kent aktörlerinin ve tasarımcılarının bir araya gelmesi sonucu yukarıda ortaya koyulduğu gibi 1970-1980'lerde çöken tekstil endüstrisi, hazırlanan tekstil planı ile kalkındırılmıştır. Sözü edilen süreç tekstil üretimini ve tüketimini sadece ekonomik alana ait bir unsur olarak değil, kentin kültürel kimliğini bir parçası olarak yeniden inşa etmiş, uluslararası bir üne kavuşturmuştur. Bu yanıyla Belçika, özellikle Antwerp modasının yükselişi, R.

Schapiro'nun ortaya koyduğu “sanatsallaştırma” kavramının eksiksiz bir örneğini oluşturmuştur. “Sanatsallaştırma” kavramı içinde kent aktörlerinin nasıl roller aldığı, sanat ve tüketim merkezleri arasındaki ayrımın bulanıklaştırılarak, modanın nasıl kentin kültürel kimliğinin bir parçası hâline geldiğinin daha yakından ele alınması bu kavramın moda sektöründeki bir modelinin oluşturulması açısından önemlidir. Bir sonraki bölümde sanallaştırma kavramının Antwerp modasının yükselişindeki rolü tartışılacak, ardından sanat alanına ait olduğu kabul edilen avangard modanın bu yükselişte nasıl stratejik bir unsura dönüştürüldüğü incelenecektir.

### **7.2.2 Bir Sanatsallaştırma Modeli: Antwerp Modası**

Modanın Antwerp'in kültürel kimliğinin ayrılmaz bir parçası haline gelmesi sanatsallaştırma kavramının bir modelini oluşturmaktadır. Kent aktörlerini, tekstil sektörünün, bağımsız tasarımcıların ve organizasyonların bu süreçte üstlendikleri ödevler ve aldıkları roller sayesinde Antwerp uluslararası ölçekte tanınan bir avangard moda merkezi hâline gelmiştir. Yukarıda değinilen D. Crane'in sanatsallaştırma kavramı için sıraladığı dört karakteristik özelliği bu süreç içinde gözlemek mümkündür. Bu özelliklerdem birincisi olan, etkinliğe katılan aktörlerin entelektüel bilgi ve sosyal konumlarını değiştirip güçlendirme işlevini Antwerp Kraliyet Akademisi'ne bağlı Moda Tasarımı Bölümü ve Flaman Moda Enstitüsü üstlenmiştir.

Moda Tasarımı Bölümü, Antwerp'in bir moda merkezi hâline getirilme sürecinde, bu sürece katılacak tasarımcıları yetiştirerek ve belirleyerek oluşturulan işbirliğinin merkezinde durmaktadır. Antwerp Altısı'nın Londra Moda Haftası'nda gösterdikleri başarının ardından kuruma karşı uluslararası bir ilgi doğmuştur. Yenilikçi, özgürlükçü ve yüksek beceri gerektiren tasarım eğitimiyle ünlü moda tasarımı programına her yıl aşağı yukarı dünyanın her yerinden dört yüz aday başvurmakta; ancak, altmış beş adaya eğitim görme hakkı tanınmakta, bu altmış beş öğrenciden de on beşi mezun olabilmektedir. Oldukça seçkin bir anlayışla öğrenci yetiştiren kurumda Antwerp modasının kurucu isimleri dersler vermekte, dünyaca tanınmış moda tasarımcılar seminerler düzenlemektedir. Programdan mezun olan öğrencilerin kıyafetlerinin sunulduğu mezuniyet defilesine dünyanın her yerinden içinde alıcıların, moda basınının, moda

ajanslarının ve moda tasarımcılarının da olduğu altı bin kadar konuk katılmaktadır (Klaver, 2010).

Flaman Moda Enstitüsü ise, reel sektör ve tasarımcılar arasındaki bağı kuvvetlendirmek, akademiden mezun olan tasarımcılara yeni iş olanakları yaratmak, burs ve kredi sağlamak, Antwerp modasını tanıtmak amacıyla 1997 yılında Linda Loppa'nın girişimleri ile kurulmuştur. Enstitünün girişimleri sadece bunlarla sınırlı kalmamış, tasarımcılarla, sektör ve devlet kurumları arasındaki bağları kurmak yanında modanın bir kültürel miras olarak kentin kimliğinin bir parçası hâline getirilmesi için organizasyonlar düzenlemiş, yeni merkezler ve bunlara bağlı iş kolları oluşturmuştur (Klaver, 2010). Kurum, tasarımcılara ya da tasarımcı adaylarına eğitimler vermekte, çeşitli organizasyonlar düzenleyerek onların görünürlüklerini arttırmakta, *ModeNatie*'nin kurulmasında ve işletilmesinde söz sahibi olarak doğrudan bir kültürel esere hayat vermekte, sağladığı çeşitli burslarla ve programlarla modanın sürekli kentin kültürel gündeminde kalmasını sağlamaktadır. Bu bağlamda, Flaman Moda Enstitüsü Antwerp modasının sanatsallaştırılmasında merkezi konumda bulunmaktadır.

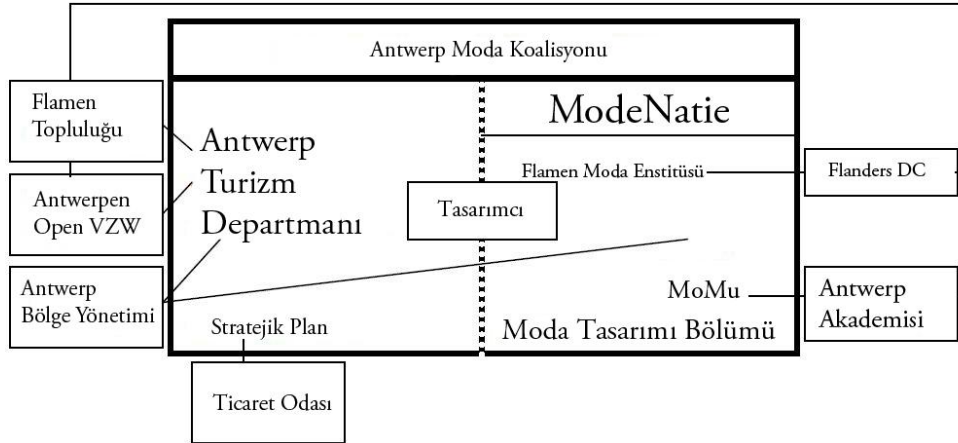
*ModeNatie*'nin kurulması kentte üretilen modanın sanatsallaştırılması sürecinde önemli bir adım olmuştur. İçinde eğitim veren bir kurum olan Moda Tasarımı Bölümü'nü, kültürel ve ekonomik ilişkilerle ilgilenen Flaman Moda Enstitüsü'nü, çağdaş ve tarihi eserlere aynı anda yer veren bir moda müzesinin ve moda tasarımı hakkında bütün kaynaklara ulaşılabilecek bir kitabevini bulunduran bina, Antwerp modasının sembolik kanıtı olmuştur.

Antwerp'in bir moda kenti hâline gelmesi sürecinde sadece doğrudan moda tasarımı alanıyla ilgili aktörler yer almamıştır, bunların yanında onlara lojistik, maddi destek ve tanıtım olanakları sağlayan diğer kurumlar da bu sürece katkı sunmuştur. Belediye Meclisine bağlı bir devlet organı olan Antwerp Turizm Ofisi, Flaman Moda Enstitüsü ile birlikte çalışarak uluslararası etkinliklerin koordinasyonunda ve tanıtılmasında önemli roller üstlenmiştir. Yanısıra Moda Yürüyüşlerini düzenleyerek kentin kültürel, ticari, sanatsal noktalarını birbirine bağlamıştır. Turizm Ofisi'nin yanında diğer iki kamusal organ ise Antwerp Federasyonu ve Antwerp Topluluğudur. 1993'de Flaman bölgesinin özerkliğini elde etmesiyle birlikte, bölgede siyasi otorite bu iki kurumun eline geçmiştir. Antwerp'in bir moda kenti olarak tanınması sürecinde pazarlama kampanyaları

düzenleyerek, organizasyon ve etkinliklere katkıda bulunarak etkin rol oynamışlardır (Klaver, 2010).

Antwerp’te moda olgusunun sanatsallaştırılma sürecinde etkin rol alan kent aktörlerinin yanında, bu aktörlerin ortaklaşa düzenledikleri etkinliklerin de vurgulanması gerekmektedir. Antwerp ’93’le başlayan ve günümüze değin devam eden bu etkinlikler kentte ikamet eden yurttaşların, yabancı turistlerin, ulusal ve uluslararası moda sektörünün gözünde kentin imajını değiştirmiş, kentin imajını oluşturan mimari, sanat ve kültür, elmaslar, su, restoranlar ve alışverişe modanın da eklenmesini sağlamıştır (Gimeno Martinez, 2007).

M. Klaver’in hazırladığı aşağıdaki şema, Antwerp modasının yükselişinde görev alan kent aktörlerini ve bu aktörlerin işlevlerini özetleyerek görselleştirmektedir (Şekil 7.15):



Şekil 7.15: Antwerp Moda Koalisyonu (Klaver, 2010)

Şemadan da anlaşılacağı gibi Antwerp modasının yükselmesi sürecinde eğitim kurumlarından yönetim mercilerine; tekstil üretimini de içine alan moda sektöründen, imaj ve tanıtımdan sorumlu olan organizasyonlarına kente yer alan kamusal ve özel kurum ve kuruluşlar aynı çatı altında toplanmıştır. Bu etkin katılımın sonucunda kent uluslararası moda dünyasında avangard moda ile tanımlanmaya başlamıştır. Ancak bu süreç sadece kent aktörlerinin yoğun katılımı ve tanıtım kampanyaları ile işlememiş, *Antwerp '93'ten Moda Yürüyüşleri'*ne sanatsallaştırma olgusunun bir özelliği olan “kültürel ürünlerin karakteristiğini

değiştirerek sanatla kurduğu bağları arttırmak” için, tasarımcılar ve küratörler tarafından avangard sanat akımlarının kimi yöntemleri uygulanmıştır (Crane, 2008; s.9). Bu nedenle, bir sonraki bölümde Antwerp’in bir moda kenti olarak tanınmasında tasarımcıların avangard sanat akımları ile kurdukları ilişkiler ele alınacaktır.

### **7.2.3 Antwerp Modasının Yükselişinde Avangard Sanatın Rölü**

Antwerp modasının yükselme süreci, Antwerp Altılısı olarak bilinen grubun Londra Moda Haftası’na katılması ve burada basın ilgisini çekmeleri ile uluslararası gündeme taşınmıştır. Bu süreçte kent aktörlerinin arasındaki koalisyonun yanında tasarımcıların kendilerini yüksek moda ve ticari modadan ayırdığı, tasarımlarını ana akım moda dışında konumlandıklarını sağlayan ve avangard sanat akımlarıyla benzerlik taşıyan yöntemler dikkat çekmektedir.

Antwerpli avangard tasarımcılar, kendilerini diğer tekstil üreticilerinden ayırmak için tarihsel avangardlar olarak isimlendirilen DADA, Gerçeküstüçülük, Fütürizm gibi akımlar ve İkinci Dünya Savaşı sonrası ortaya çıkan, neo-avangard olarak adlandırılan Fluxus, Sitüasyonist Enternasyonel gibi akımların, kendilerini dönemlerinin sanat dünyasından ayırmak için kullandığı yöntemlere benzer yöntemler kullanmışlardır. Walter Van Beirendonck, Ann Demeulemeester, Dries van Noten, Dirk Saene, Dirk Bikkembergs ve Marina Yee’den oluşan Antwerp Altılısı’nın bütün üyeleri Antwerp Kraliyet Güzel Sanatlar Akademisi, Moda Tasarımı Bölümü’nden mezundur. 1986 yılında katıldıkları Londra Moda Haftası’nda koleksiyonları bir arada sunmuşlar, 1980’ler ve 1990’lar boyunca bireysel etkinliklerin yanında birlikte defileler, sergiler ve performanslar sergilemeye devam etmişlerdir. Bu yaklaşım avangardlar olarak bilenen sanat akımlarını doğuran grupların başvurduğu kolektif üretim yöntemini aklı getirmektedir. F. Arapoğlu ve Ö. Kıranlar’ın işaret ettiği gibi, avangard gruplar kendilerini diğer sanat anlayışlarından ayırmak ve kendilerine pazarda yer açabilmek için “kolektif estetik” kavramını kullanmışlardır (Arapoğlu ve Kıranlar, 2009). Bu kavramlar sanatçıların belirli prensipler etrafında uzlaşarak, üretimlerini bu prensiplere bağlı bir biçimde kolektif olarak yaptıkları ima edilmektedir. Antwerp Altılısı, sözü edilen avangard yöntemi kullanmış, moda

dünyasının yarattığı bireysel tasarımcı mitine kolektif estetik kavramı ile karşı durmuştur.

Antwerpli avangard tasarımcıların, avangard sanat kolektifleriyle kullandıkları benzer diğer bir yöntem de kendilerini diğer tasarımcılardan ayırmak için bir yayın organı etrafında toplanmalarıdır. Tekstil Planı'nın uygulamaya koyulduğu 1983 yılında başlatılan “Moda, Belçikalı'dır” kampanyası Belçika'daki geleneksel üretimden deneysel çalışmalara bütün tekstil sektörünü kapsarken, avangard tasarımcılar kendilerine bu kampanyada ve kampanya kapsamında yayımlanan aynı isimli dergide yer bulamadıklarını iddia ederek *Belçika Avangard Modası (BAM)* isimli bir dergi çıkartarak, bu dergiyi disiplinlerarası bir avangard sanat platformuna dönüştürmüşlerdir. Tarihsel avangardlardan Dadaistler onları tanıttıkları *DADA*, Gerçeküstüçüler *Gerçeksütücü Devrim*; neo-avangard kolektiflerden Sitüasyonist Enternasyonel grubu grubun ismini taşıyan bir dergi etrafında toplanmıştır. A. C. Danto, tarihsel avangardların dönemini “Manifestolar Çağı” olarak tanımlamakta ve bu çağda sanat akımlarının kendilerini manifestolar aracılığıyla diğer sanat biçimlerinden ayırdığını, sanatçıların manifestolar aracılığıyla sanat ve sanat olmayı kesin çizgilerle ortaya koyduğunu belirtmektedir (Danto, 2010). Modern sanatın en önemli özelliklerinden biri sanat ortamının kendine yönelmesi ise, bu yönelimin biçiminin tesis edildiği alan manifestolar olmuştur. Manifesto geleneği neo-avangard gruplarda da devam etmiş, neo-avangard akımlar da kendi programlarını manifestolar aracılığıyla deklare etmiştir. *BAM* dergisi Antwerpli avangard moda tasarımcıların etrafında toplandığı bir yayın organı olmasının yanında onları moda sektöründe yer alan diğer tasarımcılardan ayıran toplu bir manifesto işlevi de görmüştür. *BAM* sayesinde avangard moda tasarımcıları, onları diğer moda tasarımcılarından nelerin ayırdığını, moda ile kendi yaklaşımlarını dile getirme fırsatı bulmuşlardır. *BAM* aynı zamanda bu moda tasarımcılarının kolektif üretimini güçlendirmesine ve moda ile diğer sanat dalları arasında ilişkiler kurmasını da sağlamıştır.

F. Arapoğlu ve Ö. Kıranlar, sanatçıların kolektif üretime yönelme nedenlerini iki başlık altında toplamaktadırlar. Bu nedenlerden ilki, ekonomik, siyasi, sosyal kimi nedenlerden dolayı başka bir ülkeye ya da aynı ülke içinde başka bir yere göç etmek zorunda kalan sanatçıların dayanışma duygusudur.

Diğeri ise, sanat piyasası içinde görünür olabilmek için güçlerini birleştirmeleridir (Arapoğlu ve Kıranlar, 2009). Antwerpli moda tasarımcıları olgusunda bu iki neden de gözlemlenebilmektedir. 1993 yılında Belçika yasal olarak federal bir yapıya bürünmüş, bunun sonucunda Flaman bölgesi ekonomik, kurumsal, politik, sosyal ve kültürel bir özerklik elde etmiştir. Antwerpli moda tasarımcıları da bu özerklikliğin yanında yer alarak, Belçikalı kimliğine değil, Flaman kimliklerine vurgu yapmışlardır. Moda onlar için özerk kimliklerinin vurgulanabileceği kültürel bir alan hâline gelmiştir. Yanısıra, Belçika hükümetinin doğrudan finansal desteğini çekmesi, Flamanların dayanışma içinde olmasını sağlamış, uluslararası moda pazarında tanınabilmek için kolektif bir eylem planına ihtiyaç duymuşlardır. Zorunluluktan doğan böylesi bir yapı, Antwerpli moda tasarımcılarının avangard stratejileri kullanmasına ön ayak olmuştur.

Antwerpli moda tasarımcılarının sıklıkla kamusal alandaki hareket biçimleri ve sanatsal yöntemlerine başvurdukları grup neo-avangard Sitüasyonist Enternasyonel'dir. Sitüasyonist Enternasyonel [SE] 1957 yılında Guy Deboard'ın öncülüğünde bir grup sanatçı, yönetmen ve düşünür tarafından Fransa'da kurulmuş, 1960'lar Fransası'nda ortaya çıkan sosyal hareketlerine kılavuzluk etmiş ve postmodern felsefenin birçok düşünürünü etkilemiş bir neo-avangard harekettir. SE, uluslararası dört sanat grubunun birleşmesinden oluşmuştur. Bu gruplar, Fransa'da 1952 ve 1957 yılları arasında etkili olan Letterist Enternasyonel, Bauhaus'un işlevselci ve endüstriyel temelli yaklaşımını eleştiren Uluslararası İmajinist Bauhaus, İskandinav kökenli COBRA grubu ve Londra Psiko-Coğrafya Topluluğu'dur. SE'nin tezlerine göre toplum, tüketim kültürü içinde pasifleştirilmiş, standartlaştırılmıştır. Hayal gücü elinden alınan insanlar, onlara reklamlarla, dergilerle ve televizyonlar aracılığıyla sunulan imajların oluşturduğu bir gösteri toplumu içinde yaşamaktadırlar. Bu noktada, sanatın işlevi kültür ötesi bir konum elde ederek gösteri toplumunun yapaylığını topluma göstermek ve kolektif yaratıcılığın örgütlenebildiği durumlar inşa etmektir (Barnard 2004). Bu amaçla grup birçok strateji geliştirmiş ve etkinik gerçekleştirmiştir. SE'nin 1962 yılından sonra sanat üretiminden çok politikaya ağırlık vermesiyle birçok sanatçı gruptan ayrılmış ya da grubun sözcüsü konumuna gelen Guy Debord tarafından gruptan ihraç edilmiştir. 1968 yılında Fransa'da patlak veren ayaklanmalarda da epey etkili olan SE, 1972 yılında



üyeleri arasındaki politik ayrılıkların ayyuka çıkmasıyla dağılmıştır. Tarihsel avangardlar gibi, SE de gündelik hayatla sanat arasındaki ayrımı ortadan kaldırmayı, gündelik hayatı yaratıcı kolektif etkinliğin merkezi hâline getirmeyi hedefleyen kavramlar geliştirmiştir. Sanat tarihçilerine göre SE'nin dağılmasıyla birlikte, son avangard hareket olarak tarih sahnesindeki yerini almıştır (Jappe, 2004).

SE'nin dağılmasının ardından geliştirdikleri kimi kavramlar çeşitli yayıncılar, reklamcılar ve ticari işletmeler tarafından devralınmıştır. Antwerpli avangard moda tasarımcılarının *BAM* çevresinde toplandıktan sonra gerçekleştirdikleri etkinliklerde de Sitüasyonist kavramların izlerine rastlanmaktadır. Özellikle Guy Debord'un Birinci Sitüasyonist Enternasyonel Sempozyumu'nda tanıttığı dört ana kavram, Antwerpli moda tasarımcılarının kenti bir moda merkezi hâline getirmekte izledikleri yolda kullandıkları stratejileri karakterize etmektedir. Bu kavramlardan ilki, Sitüasyonistlerin üstünde ısrarla durdukları "üniter şehircilik" kavramıdır. G. Debord, üniter kentçiliği şöyle açıklamaktadır. G. Debord üniter şehircilik kavramıyla şehir dokusunun içine gömülen bütün şehir parçalarının boş zamanın yaratıcı devinimleriyle oyunlaştırılmasını, kolektif bir üretimle sanatçı ve izleyici arasında hiçbir fark kalmaksızın özgürce bir araya gelinebilecek alanlara dönüştürülmesini ifade etmektedir (Debord, 2011). Dev reklam panoları, gri bloklardan oluşan yaşam alanları, sanayi bölgeleri ve varoşlarıyla kent gösterinin uzamı olmakta, biçimlendirilmiş ve yönlendirici şebekeler ile insanları pasifize etmektedir. A. Barnard üniter şehirciliğin örnekleri olarak karnaval ve festivalleri göstermektedir. Oyuncul havaları, neşeli atmosferi, toplu katılıma açık atmosferi ile festivaller şehrin bir oyun alana dönüştürebildiği kısa süreli etkinliklerdir (Barnard, 2004). *Antwerp '93*'le başlayan etkinlikler, Antwerp'te moda ekseninde gerçekleştiren olaylar olmaya başlamış ve büyüyerek festivallere dönüşmüştür. J. G. Martinez'in işaret ettiği gibi bu etkinliklerle moda Antwerp'in gündelik hayatının bir parçası hâline getirilmiştir (Gimeno Martinez, 2007). 2000 yılında kent konseyinin isteğiyle Walter van Beirendonck toplum içinde çalışan belediye görevlileri için kıyafetler tasarlamış, kamu görevlilerinin resmi görünümünü değiştirerek oyuncul bir durum yaratmıştır. Vitrine projesinde ise, şehrin değişik mekânları sergileme mekânları olarak kullanılmış, kent sakinleri boş zaman etkinliklerini

gerçekleştirirken şoka uğratılmış ve bazı yerleştirmelerde çeşitli araç gereçler sunularak onlardan da bu oyuna dâhil olmaları istenmiştir. Büyük bir festival organizasyon olan *Mode2001* etkinlikleri sırasında da kentin çeşitli kamusal alanlarına yerleştirmeler yapılmış, ani performanslar gerçekleştirilmiş ve liman, terk edilmiş ambarlar gibi kentin bir kesimini hiç kullanmadığı yerlerinde defileler ve gösteriler düzenlenmiştir. Bütün bu etkinlikleri üniter şehircilik kavramı çerçevesinde düşünmek mümkündür; ancak tek bir farkla ki, üniter şehircilik SE tarafından politik amaçlar için kullanılırken, Antwerp’te gündelik hayatın modayla buluşturulması işlevini görmüştür.

SE’nin ortaya attığı ana kavramlardan biri de *dérive/sürüklenme* kavramıdır. Sürüklenme kavramıyla anlatılan kent için gezintiye çıkma etkinliğidir; ancak bu gezinti alışılmış rotaların, gündelik alışkanlıkların dışında kentin daha fark edilmeyen bölgelerini keşfetmeye, kentin bu bölgelerinde yeni etkiler yakalamaya ve bu bölgelerin duygusal verimlerini değiştirmeye yöneliktir (Debord, 2011). Eski haritaların, gezginlerin notlarından, kent tarihinde cazibe merkezi hâline gelmiş ancak zamanla unutulmuş yerlerin yeniden keşfinden yola çıkan SE, sürüklenme ile kentin modern dokusuna ve bu dokunun dayattığı boş zaman değerlendirme etkinliklerine alternatifler oluşturacak yaratıcı boş zaman etkinlikleri sunmayı hedeflemiştir. Sürüklenmenin bağlantılı olduğu ve SE’nin sıkça başvurduğu diğer bir kavram da psikocoğrafyadır. Psikocoğrafya, bir kentin insan psikoloji üstünde oluşturduğu etki olarak tanımlanabilir. SE, bu kavramı farklılaştırarak kullanmış, kentin çeşitli bölgelerinde ve bu bölgelerin birbiri ile bağlanmasında ortaya çıkacak rotalarda yaratıcı ve oyuncu etkilerin yattığını ileri sürmüştür (Bassett, 2004). Antwerp *Moda Yürüyüşleri*, sürüklenme ve psikocoğrafya kavramları etrafında inşa edilmiştir. Daha önce de değinildiği gibi rotalarında butikleri, güncel sanat müzesini, ünlü mimarlarca tasarlanan restoranları bulunan bu yürüyüşler kentin turistler tarafından hem fiziki hem de psikolojik olarak deneyimlenmesini etkilemektedir. *Moda Yürüyüşleri*’nin rotaları yeme-içme kültürü, giyim ve yüksek sanat olgularını birbirileri ile bağlayarak ve her seferinde değişik bir rota önererek sürüklenme kavramının içerdiği şans faktörünü devreye sokmaktadır. Herhangi bir rotayı izleyen bir turist neyle karşılaşacağını bilmemekte, art arda gördüğü mimari yapıları, tüketim mekânlarını, sanat eserleri ve kurumlarını birbiri ile ilişkilendirmektedir. Böyle

bir ilişkilendirme, turistin kent hakkındaki izlenimini de değiştirmekte, deyim yerindeyse kent dokusu bir psikocoğrafı bir kültürel alan hâline gelmektedir. Gimeno Martinez'in belirttiği gibi, moda sadece kent dokusunun bir parçası olmaktan çıkmakta, kent için tarihi ve sanatsal bir belirleyene dönüşmektedir (Gimeno Martinez, 2007).

Se'nin ana kavramlarından bir tanesi de *dtournement/saptırma* kavramıdır. G. Debord kavramı, daha önce varolan sanatsal üretimlerin ve öğelerin yeniden kullanılması ancak bu kez anlamından farklı olarak başka bir bağlamda değerlendirilmesi olarak açıklamaktadır. Ona göre saptırmanın iki yolu vardır. Birincisi alınan öğenin anlamından giderek uzaklaşması hatta hiçbir bağlantısının kalaması, diğeri ise öğeye yeni bir bağlam içinde oturarak onu kapsayan başka bir anlamın tgtlenmesidir (Debord, 2011). Saptırma kavramı aslında bütün avangard tasarımlar üreten tasarımcıların çalışmalarında rastanabilen bir kavramdır. Daha önce ele alınan tasarımcılardan Issey Miyake'nin geleneksel bir Japon giysisi olan kimonodan yola çıkarak ürettiği tasarımlar, Vivienne Westwood'un geçmişin korsanlarının kıyafetlerini modernize etmesi gibi çalışmalar saptırma kavramına örnek olarak verilebilir. Antwerpli moda tasarımcıları da benzer uygulamalar yapmışlardır. Martin Margiela bitpazarından topladığı ikinci el kıyafetleri farklı kombinlerle kendi butiğinde satmıştır. Bu yaklaşım Situasyonist ressam Asger Jorn [1914-1973]'un yine bitpazarından topladığı amatör resamlara ait resimlerin üstüne kendi müdahalelerini yaparak oluşturduğu resimleri satmasına benzemektedir. Saptırma kavramı sadece nesnelere ilgili olarak değil, kavram bazında da Antwerpli kimi moda tasarımcıları tarafından uygulanmıştır. Ann Demeulemeester 1992 İlkbahar-Yaz koleksiyonunda büyük beden pantolonların kemer yerine bir sicimle tutturulduğu tasarımlarını sunmuştur. Tasarımcı, genellikle evsizlerin kullandığı kıyafetleri yüksek moda dünyasına dâhil ederek giyimin bu öğelerini gündelik yaşamda karşılaşılan alışıldık görünümünden saptırarak avangard moda ya dâhil etmiştir.

Üniter şehircilik, saptırma, psikocoğrafya ve saptırma kavramları SE'nin sıkça gündeme getirdiği kurulmuş durum kavramı etrafında bir araya gelmektedir. Kurulmuş durum, G. Debord'un tanımlamasıyla "olaylardan oluşan bir oyunun ve birleştirici bir iklimin ortaklaşa örgütlenmesiyle, bilinçli ve somut olarak kurulmuş bir hayat anı" anlamına gelmektedir (Debord, 2004; s.278). Aslında,

Antwerp'te Tekstil Planı'nın uygulamaya koyulmasından günümüze değin geçen süreçte modanın çerçevesini oluşturduğu bir durum yaratılmaya çalışılmaktadır. Flaman Moda Enstitüsü'nün kurulması ve *Mode2001* projesi ile kentin sokaklarına yayılan bu durumlar, *ModeNatie* etrafında örgütlenecek Antwerp'i oyuncu bir moda merkezi hâline getirmiştir.

Belçika modası, özelinde Antwerp modası, sanatsallaştırma kavramı için bir model oluşturmaktadır. Antwerp'in nüfus ve yüzölçümü bakımından ele alındığında küçük olması hem kurumlar arası ilişkileri kolaylaştırmış, hem üniter olarak kent dokusuna müdahale edilmesini olanaklı kılmış hem de sadece ekonomik kazançla yönelik projelerin dışında avangard tasarımcıların yetişmesine ve avangard yöntemler kullanılmasına olanak sağlamıştır. Antwerp'in bir moda kenti hâline gelme süreci dünyanın diğer kentleri için hala bir model sunması açısından önemini ve canlılığını korumaktadır.

### **7.3 Bir Sanat Biçimi Olarak Moda: Moda Sergileri ve Galeri Estetiği**

Modanın sanatla olan ilişkisi, moda ürünlerinin defileler aracılığıyla sunulması ve yaratıcı dinamiklerin moda ile buluşması yanında sergilenmesi ile ilgili olagelmıştır. Özellikle 1980'lerde moda, kültürel çalışmalar alanının yükselmesi ve buna bağlı olarak genişlemesiyle diğer popüler kültür unsurları ile birlikte akademik çalışmaların konusu olmaya başlamıştır. Bu tarihlerde moda tarihinden moda sosyolojisine moda hakkında yapılan araştırmaların sayısı hızla artmış ve yazılan kitaplar çeşitlenmiştir. Aynı zamanda 1980'lerde Rei Kawakubo, Issey Miyake, Martin Margiela gibi moda tasarımcıları ticari modanın dışında yer alan, birer sanat nesnesi olarak konumlandıkları 'kavramsal giysiler' üretmeye başlamışlardır. Sözü edilen giysiler, L. Svendsen'in deyişiyle, günün modasıyla yakından uzaktan ilgisi olmayan; modern sanatın kendi malzemesine dönerek, eserin üretildiği yöntem ve eserin maddeliğini vurgulaması gibi modern sanatın eğilimlerini paylaşmaktadırlar (Svendsen, 2008). Günün modası derken, Svendsen o döneme ait moda eğilimlerinden ve sıkça gözlemlenen giyinme alışkanlıklarından bahsetmektedir; ancak gerçekten de bu kıyafetler ne giyilebilirdir, ne de enstalasyon sanatı ve heykelle aralarındaki sınır saptanabilir. Buna ek olarak, bu moda tasarımcıları giysilerini butiklerde, büyük mağazalarda ve alışveriş merkezlerinde sergilemek yerine çağdaş sanat eserlerinin sergilendiği

galeriler, müzeler gibi yüksek kültüre ait ticari ilişkilerin ikinci planda tutulduğu mekânlarda sergilemeyi tercih etmişlerdir. *Artforum*, *Flash Art* gibi çağdaş sanatın öncü dergileri moda tasarımcılarının yaptığı ‘kavramsal giysiler’e, bu giysileri ticari bağlamlarından kopararak birer sanat eseri olarak yer vermeye başlamışlardır.

Bunların yanında 1980’li yılların son yarısında ve özellikle 1990’lı yıllarda dünyaca tanınan müzeler moda ya yer vermeye başlamış, küratörlerin şekillendirdiği çeşitli kavramlar ekseninde modanın ele alındığı kalıcı ve geçici moda sergileri düzenlemeye başlamışlardır. Bu müzelerden bazıları Solomon R. Guggenheim Müzesi, İmparatorluk Savaş Müzesi, Los Angeles Çağdaş Sanatlar Müzesi, Metropolitan Müzesi Kostüm Enstitüsü, Moda Müzesi, Victoria & Albert Müzesi gibi saygın kurumlardır. Saygın müzelerde modanın kendine yer etmeye başlaması ile birlikte perakendeciler, butikler ve alışveriş merkezlerinin yanında müzeler de moda için önemli bir sergilenme ve tanıtım alanı olmuştur (Steele, 2008).

Moda tasarımcılarının giysilerini müze ve galerilerde sergilemesinin yanında bazı firmalar ürünlerini teşhir ettikleri mekânları da müze estetiğine göre inşa etmeye başlamıştır. Bir önceki bölümde ele alınan örneklerde görüldüğü gibi moda tasarımcıları butiklerinin bir kısmını çağdaş sanat nesnelere sergilemeye ayırmış ya da butiklerini bir sanatçının atölyesine dönüştürmüştür. Prada’nın New York’taki, New York Epicenter isimli alışveriş merkezi bu konuda son dönem için eşsiz bir örnek sunmaktadır. Bu alışveriş merkezinde Prada’nın ticari amaçla ürettiği giysiler bir modern sanat müzesindeki gibi konumlandırılmış, alışveriş merkezine galeriler ve performans alanları inşa edilerek, gezilen mekânın bir alışveriş merkezi mi yoksa devasa bir müze mi olduğu sorusu havada bırakılmıştır.

Bu bölümde moda ürünlerinin müzelerde ve galerilerde sergilenmeye başlanması ve butik ve alışveriş merkezlerinin çağdaş bir müze estetiği çerçevesinde inşa edilmesi olguları moda ve sanat etkileşimi bağlamında ele alınacak, karşılaştırmalı örnekler sunulacaktır.

### **7.3.1 Müzelerde Sergilenen Moda Ürünleri**

Tarihte birçok kurum ve kişi kıyafetler toplamış, kıyafet koleksiyonları oluşturmuş ve bu koleksiyonlar gerek akademik araştırmaların bir konusu, gerek

moda tasarımcılarının ilham kaynağı, gerekse de halkın bilinçlendirilmesi için birer kaynak olmuştur. Amerika’da bulunan Boston Güzel Sanatlar Müzesi 1870 yılında moda ait olarak ilk dokuma halı örneğini, 1877 yılında günün moda kıyafeti örneğini koleksiyonuna katmıştır. İngiltere’de bulunan Victoria & Albert Müzesi [V&A] 1852 yılındaki kuruluşundan itibaren kıyafetlerle ilgili görsel kayıtlar tutmuştur. Müzeler ayrıca, tarihi kostümlerin ve Batı dışındaki ülkelerin kıyafet örneklerinin yer aldığı kurumlar olagelmıştır. Ancak, bu dönemlerde kıyafetler müzelerde dekoratif sanatların bir uzantısı olarak sergilenmektedir. V. Steele’nin belirttiğine göre bunun nedeni modanın o dönem için müze yetkilileri tarafından, müzeye girmek için değersiz ve geçici olarak değerlendirilmesidir (Steele, 2008). Bu dönemlerdeki sergiler genellikle giyim tarihinin belirli bir dönemine odaklanan sergiler ya da kostüm sergileri olmuştur. 1900 yılında Paris’te düzenlenen Uluslararası Sergi’de kronolojik bir düzenleme gözetilerek Gallik kadın kostümlerinden o güne değin gelen kostümlerin ve bu kostümlerle ilgili otuz adet tablonun yer aldığı bir sergi düzenlenmiştir. Sergide eski dönemlere ait kostümlerin replükasyonlarına ve dönemin moda tasarımcılarının kıyafetlerine yer verilmiştir.

M. R. Melchior sözü edilen dönemi moda müzelerinin başlangıcı olarak işaret etmekte ve bu dönemin moda müzeciliğinin ilk evresi olduğunu söylemektedir. Moda müzeciliğinin ilk evresi İkinci Dünya Savaşı’nın sonuna kadar sürmüştür. Bu evre müzelerin kıyafet koleksiyonları çoğunlukla tarih içinde kostümlerin nasıl kullanıldığına, aristokratların ve tanınmış kişilerin gardiroplarına, kıyafet koleksiyonu yapan kişilerin özel zevklerine odaklanmıştır. Bu bakımdan müzeler, modanın sergilendiği alanlar olmaktan çok, kıyafetlerin malzeme, dikim yöntemleri, tarz ve estetik değerleri açısından sergilendiği yerler olmuştur (Melchoir, 2011).

Moda müzelerinin ikinci dönemini 1960’larda ve 1970’lerde modanın gelişen iletişim teknolojileri sayesinde daha çok önem kazanması sonucu kurulmaya başlanan moda müzeleri oluşturmaktadır. 1967’de Fashion Institute of Technology’nin biri moda tarihine birisi de moda alanındaki güncel gelişmelere odaklanan iki parçalı bir moda müzesi kurulmuştur. Yine bu dönemde Victoria & Albert Müzesi moda üzerine odaklanmaya başlamış ve 1971 yılında moda fotoğrafçısı Cecil Beaton [1904-1980]’un küratörlüğünde *Fashion, an anthology*

isimli bir sergi düzenlemiştir. 1972 ve 1989 yılları arasında New York'ta bulunan Kostüm Enstitüsü'nde, saygın moda dergisi *Vogue*'un editörü Diana Vreeland'ın öncülüğünde değişik temalarda sayısız moda sergisi düzenlenmiştir. Bu sergiler moda tarihine ya da tek bir kıyafete yönelik olmayıp, döneminin moda tasarımcılarının ürünlerine, avangard modaya, günün tarzlarına ve popüler kültür ürünlerine ev sahipliği yapmıştır. Vreeland'ın öncülüğünde gerçekleşen bu sergiler epey popüler olmuş ve geniş bir izleyici kitlesini müzeye çekmeyi başarmıştır (Melchoir, 2011).

Moda müzelerinin üçüncü dönemi ise 1990'lardan bu güne değin olan süreç oluşturmaktadır. Bu dönemde, yaşayan moda tasarımcılarının retrospektifleri düzenlenmeye başlanmış, daha önceki dönemlerdeki kıyafetlere, moda nesnelere ve kostümlere olan ilgi moda kavramının kendisine doğru kaymıştır. 1992 yılında Richard Martin ve Harold Koda küratörlüğünde Fashion Institute of Technology'de İtalyan moda tasarımcısı Gianni Versace'nin birçok çalışmasına yer veren bir sergi düzenlenmiştir. 1997 yılında bu kez Versace'nin öldürülmesi üstüne, onun anısına aynı yerde bir retrospektif düzenlenmiş, gerek moda basınından, gerek moda akademisyenlerinden gerekse de halktan büyük ilgi görmüştür (Steele, 2008). Benzer olarak 1997 yılında Metropolitan Museum of Art, Christian Dior modaevinin tasarımcısı Jean-Franco Ferré'nin Dior için tasarladığı kıyafetlerinin yer aldığı bir sergi düzenlemiştir. 2000 yılında, Solomon R. Guggenheim Müzesi tartışmalı bir sergiye ev sahipliği yapmış ve Giorgio Armani'nin son dönem koleksiyonlarının yer aldığı bir sergi düzenlemiştir; bunun karşılığında da Armani'den bir buçuk milyon dolarlık bir bağış almıştır (Steele, 2008).

Moda müzelerinin üçüncü dönemi finansal anlaşmalar, küratörlüklerin nasıl yapıldığı, müzelerin popüler kültürle iç içe geçmeye başlamasının doğuracağı sorunlar gibi birçok soruyu da beraberinde getirmiştir. Ancak bunun yanında halkın tasarımcıların kıyafetlerini bir arada görebilmesini sağlamakla birlikte, modanın eskiden düşünüldüğü gibi geçici ve feminen bir unsur olmaktan çıkarak, akademik çalışmaların konusu haline getirilmesini sağlamıştır.

G. Riello moda ve kostüm çalışmalarında tarihsel olarak üç ayrı yaklaşım olduğunu iddia etmektedir. Riello'nun ayırdığı bu üç tarihsel yöntem müzelerde sergilenen kıyafetlerin ve moda müzelerinin de akademik dönüşümüne ışık

tutmaktadır. Birinci yaklaşım 19. yüzyılın ortalarından İkinci Dünya Savaşı'nın sonunda kadar olan dönemi kapsamaktadır. Bu yaklaşıma göre moda çalışmalarının konusu kıyafetin kendisi, yani maddi varlığıdır. Bu tip çalışmalar, formaların evrimine, renk tercihlerine, malzeme kullanımına önem vermekte ve nesnenin kendisini merkez olarak döneminin sosyal, ekonomik ve kültürel çerçevesini çizmektedirler (Riello, 2011). Kostüm ve kıyafetelerin müzelerde yer almaya başladığı, moda müzelerinin ilk döneminde de sergiler kostüm tarihine, dönemin form, renk ve malzemelerine odaklanmıştır. Nesne temelli olan bu yaklaşımla, moda müzelerinin bu ilk dönemi birbirini karşılıklı olarak desteklemiş, ancak kıyafetler müzelerin dekoratif sanatlar bölümlerinde sergilenerek birer zanaat eseri olarak konumlandırılmıştır.

Moda çalışmalarında kullanılan ikinci yaklaşım ise sosyoloji, antropoloji, sinema, tarih, etnografi gibi birçok alandan beslenen ve nesneden değil, sosyal kuramlardan yola çıkarak modayı ele alan tündengelimli yaklaşımdır. Bu yaklaşımda kuram başat unsurunu oluşturmakta, belirli bir kuram ya da kuramlar çerçevesinde modanın nasıl değiştiği, insanların moda ürünlerini nasıl ve hangi amaçlarla kullandığı masaya yatırılmaktadır (Riello, 2011). Moda müzelerinin ikinci döneminde de kıyafete yapılan vurgu yerini belirli kavramlar çerçevesinde düzenlenen kıyafet sergilerine ve dönemin tasarımcılarının modayı ve gündelik hayatı nasıl yorumladığına dair sergilere bırakmıştır.

G. Riello'nun önerdiği ve 1990'lardan sonra etkili olduğunu söylediği üçüncü yöntem ise "modanın maddi kültürüne" işaret etmektedir. Burada maddi kültürle kast edilen nesnenin kendisi değil, sosyal yaşamda herhangi bir nesnenin nasıl kullanıldığı, neleri sembolize ettiği, nasıl üretim ve dağıtım aşamalarından geçtiği gibi birçok unsuru bir arada barındıran bütünlüklü bir okumadır. G. Riello bunu bikini örneği ile açıklamaktadır. Ona göre bikini sadece kadınların güneşlenirken giydiği bir kumaş parçası değildir, 20. yüzyılın ikinci yarısındaki sosyal pratikleri anlamak konusunda kilit öneme sahip bir nesnedir. Bu pratikler, belirli bir yaşam biçiminden, kadın hareketlerine, Bridget Bardot'dan Pamela Anderson'a kadar popüler ikonaları da içine alan geniş bir alanı kapsamaktadır (Riello, 2011). G. Riello'nun önerdiği bu yaklaşım 1990'lardan bu yana gelişmekte olan moda müzeciliğine ve saygın müzelerde yer alan moda sergilerine de işaret etmektedir. Sözü edilen müze ya da sergilerde moda ürünleri, moda



kavramının soyut yanını da kapsayacak biçimde bir araya getirilmekte, kıyafetler genellikle kronolojik bir sıra takip etmeden eklektik olarak yerleştirilmekte, moda ürünlerinin belirli nesnelere olmasının yanında ardında yatan kavramlar ön plana çıkarılmaktadır. Sözelimi, 2000 yılında Fashion Institute of Technology’de V. Steele küratörlüğünde düzenlenen *The Corset: Fashioning the Body* isimli sergide, 16. yüzyıldan günümüze değin korseinin nasıl kullanıldığı posterler, çizimler, kitaplar ve karikatürler eşliğinde ele alınmıştır. Ancak sergi kronolojik bir düzenleme yerine korse kavramı etrafında şekillenen söylemlerin ve beden modifikasyonunun neleri kapsadığına ve 20. yüzyılın moda tasarımcılarının korseyi tasarımlarında nasıl kullandığına odaklanmıştır. Sergi kıyafetlerin sergilenmesinden çok, korse kavramı etrafında şekillenmiş büyük bir enstalasyon olarak kavranmaya açıktır (Şekil 7.16).



**Şekil 7.16:** V. Steele’nin küratörlüğünü yaptığı *The Corset: Fashioning the Body* sergisinden bir görünüm (Menkes, 2012)

V. Steele’nin Fashion Institute of Technology’de küratörlüğünü yaptığı bir başka sergi de 2004 yılında düzenlenen *Form Follow Fashion* isimli sergidir. Sergide, 1900’lerin başından 2000’li yıllara kadar Charles James, Mme Gress, Cristobal Balenciaga, Rei Kawakubo, Martin Margiela gibi değişik tarzlarda tasarımlar yapan haute couture tasarımcısının toplam 90 tane kıyafetine yer

verilmiştir. İsmi ünlü mimar L. Sullivan'ın 'biçim işlevi takip eder' deyişinden alan sergide kronolojik bir düzenleme yerine eklektik yerleştirmeler tercih edilmiştir. E. Paulocelli'ye göre *Form Follows Fashion*, moda ve tasarım tarihinde biçimin öneminin vurgulamasının yanında, düzenlenme biçimiyle sanat olarak moda olgusunu ve bu olgunun mimarlık ve endüstriyel tasarımla derin ilişkilerini sorunsallaştırmakta, ayrıca yeni bir mekân algısı ve gelecek için yeni öneriler sunmaktadır (Paulocelli, 2007). Serginin birinci bölümünde moda tarihinin değişik dönemlerine ait kıyafetler kronolojik bir sıra gözetilmeden biçimi kullanma tarzlarına göre düzenlenmiştir. Böylece V. Steele kıyafet tasarımında biçime odaklanarak, kıyafetler aracılığıyla tematik bir yerleştirme gerçekleştirmiştir. İkinci bölümde ise kıyafetler hiçbir manken kullanılmadan heykelvari formlar olarak kendi ayakları üstünde yerleştirilmiştir. Bu yerleştirme, kıyafetleri birer giyim eşyası olmaktan çıkararak soyut biçimler olarak ele alınmasını sağlamıştır (Şekil 7.17).



**Şekil 7.17:** V. Steele – Form Follows Fashion, 2004 (Paulocelli, 2007)

Güncel moda ve tematik moda sergilerine yer veren diğer bir müze de Londra'da bulunan Victoria & Albert Museum (V&A)'dur. V&A kurulduğu yıl olan 1852 yılından bu yana koleksiyonlarında tarihi ve dönemseller kıyafetlere yer vermiştir. A. de la Haye'ye göre V&A'te dönüm noktası yaratan sergi 1971 yılında moda fotoğrafçısı C. Beaton'ın küratörlüğünde düzenlenen *Fashion: An*

*Anthology* isimli sergidir (Şekil 7.18). Bu sergide, Cecil Beaton kendi zamanının haute couture tasarımcıları tarafından elitist bir tarzda tasarlanmış kıyafetleri toplamış ve o güne ait bir moda panoraması ortaya koymuştur. Sergi 90.000 ziyaretçi gibi çok büyük ziyaretçi kitlesi tarafından izlenmiştir (de la Haye, 2006).



**Şekil 7.18: Fashion: An Anthology - Cecil Beaton, 1971 (de la Haye, 2006)**

1990 sonrası, müzede A. de la Haye küratörlüğünde biri antropolojik biri kronolojik olmak üzere iki önemli sergi düzenlenmiştir. 1994 yılında düzenlenen *Streetstyle* sergisinde 20. Yüzyılın ikinci yarısında ortaya çıkan altkültürlerin kıyafetlerine ve yaşam tarzlarına odaklanılmıştır. 1997 yılında düzenlenen *Cutting Edge: Fifty Years of British Fashion 1947-1997* isimli sergide ise sosyal bağlamlarından üretim ve tüketimine İngiliz modasının son elli yılı ele alınmıştır.

Bu iki sergi de modayı sadece kıyafet olarak değil, sosyal bağlamı içinde ele alması ve kıyafetleri tarihsel nesnelere olarak görmek yerine tüketimsel bağlantılarını da ele alması açısından 1990 sonrası ortaya çıkan moda ya yeni akademik yaklaşımların bir uzantısıdır.

1990 sonrasında V&A Museum'da organize edilen *Fashion in Motion* programı modanın reklam dünyası, gündelik hayat, üretim ve tüketim ilişkileri ile değerlendirilmesi ve görselleştirilmesine yönelik önemli bir adım olmuştur. Programın amacı canlı defilelerle durağan müze sergileme arasında bir köprü kurmak olarak belirlenmiş, program dâhilinde Philip Treacy, Alexander McQueen, Deborah Milner, Matthew Williamson, Arkadius, Christian Lacroix, Anna Sui ve Vivienne Westwood gibi günümüz moda tasarımcılarının kıyafetleri küratöryel düzenlenmelerle sergilenmiştir (Anderson, 2000). Bu program dâhilinde güncel modayı bir müze nesnesine dönüştürmenin yanında, kıyafetler sergilemeler esnasında canlı mankenlere giydirilerek de sunulmakta, insanlar lüks moda tasarımcılarının tasarladığı kıyafetlerin bedende nasıl durduğunu görme şansı yakalamaktadır.

V&A'da 2000'lerin başında başlatılan bir başka proje de sokak tarzlarını belgelemek ve sunmak için Claire Willcox tarafından organize edilen fotoğraf sergileridir. 10 fotoğrafçı Londra, Argyll, Brüksel, Swindon, Norfolk, Köln ve Manchester'da insanların gündelik hayatta giydikleri kıyafetleri fotoğraflamak için davet edilmiştir. Fotoğrafçıların arkadaşları, aileleri ve sokakta karşılaştıkları hiç tanımadıkları insanlar onlara poz vermiş, bu fotoğraflar V&A Museum'a giden yeraltı treni hattında poster halinde sergilenmiştir (Anderson, 2000). Bu proje bir yandan gündelik hayatta insanların neler giydiğini belgelerken, bir yandan güncel moda çalışmaları için veri oluşturmuş böylece sanat, belgesel fotoğraf ve müze nesnesi arasındaki sınırı birbirine yaklaştırmıştır.

Fashion Institute of Technology ve V&A Museum'da düzenlenen moda sergileri, her iki kuruma da kronolojik bir sıralamada olmayıp eklektik biçimlerde, tematik enstalasyonlar olarak gerçekleştirilmiştir. Bu sergilerin amaçlarından bir tanesi müzeye olan ilgiyi artırarak müzelerin devletten yardım almadan kendi başlarına ayakta kalabilen kurumlara dönüşmesidir (Anderson, 2000). Moda, popüleritesi sayesinde birçok insanı müzelere çekmektedir. V&A'nın moda bölümü sorumlusu C. Willcox'tan alınan bilgilere göre 2010 yılının Nisan ve

Ekim ayları arasında açık kalan *Grace Kelly: Style Icon* isimli serginin hedefi 75.000 ziyaretçi iken 211.200 kişi sergiyi ziyaret etmiştir. Popüler moda tasarımcılarına yer vererek müzeler insanlar için yaşayarak öğrenmenin mekânlarına da dönüşmektedir. Daha önce belirtildiği gibi disiplinlerarası ve çok diliplinli çalışmalar arttıkça moda, kıyafet temelli moda araştırmalarından kültürel çalışmaların alanına doğru kaymıştır. Modaya yönelik bu akademik ilgi koleksiyonları ve koleksiyonların sergilenme biçimini de değiştirmiş, kronolojik ve antropolojik sergileme biçimleri yerini enstalasyon ve performans sanatlarının karışımından oluşan melez bir sergileme biçimine bırakmıştır.

Bütün bunların yanında, tasarımlarının müzelerde küratoryal bir çalışma eşliğinde sergilenmesi moda tasarımcılarını ait göründükleri ticari dünyadan çıkararak onları yüksek sanatın dünyasına yaklaştırmaktadır. L. Svendsen'e göre moda evlerinin saygın sanat kurumlarında yer almaya çalışmasının nedeni saygın sanat kurumlarının büyük simgesel değer taşımaları ve moda evlerinin de buralarda kendine yer edinerek bu değerden bir parça almak istemesidir. Ona göre bir nesneye simgesel değer yüklemenin bir yolu, simgesel değer yüklenmek istenen nesnenin, ondan daha büyük simgesel değeri olan başka bir nesnenin yanına koyulması ve simgesel değer bulaşmasını sağlamaktır (Svendsen, 2008). M. Taylor da bu görüşü destekler biçimde, büyük moda evlerinin müzelerde ve sergilerde yer almasını ya da buradaki etkinliklere sponsor olarak katılmasını modanın ticari yönünü gizleyen ve saygınlığını arttırmaya yarayan bir hamle olarak işaret etmektedir (Taylor, 2005). Gerçekten de moda, ortaya çıktığı tarihten bu yana sanat dünyası içinde yer almak için direnmiştir; ancak, postmodern döneme kadar sadece moda tasarımcıları ve sanatçıların işbirliklerinden söz edilebilmektedir. Ancak postmodern dönemde moda ürünlerinin sanat nesnesi mi yoksa ticari ürünler mi oldukları sorusuna yönelik verilen cevaplar artmış aynı zamanda bu soru eski önemini yitirmiştir. Modanın tam da Y. Kawamura'nın işaret ettiği gibi maddi yanından sıyrılarak kavramsal olarak (Kawamura, 2005), müzelerde kendine yer edinmeye başlaması moda tasarımcılarının birer sanatçı olarak kabul edilmeleri hayalini gerçekleştirmelerinde önemli bir basamak olmuştur.

### 7.3.2 Müzeden Modaya Taşınan Sanat

Müzelerde açılan moda sergilerinin yanında, moda ve sanat arasındaki sınırı muğlaklaştıran diğer bir olgu da moda mağazalarında ve alışveriş merkezlerinde boy göstermeye başlayan çağdaş sanat sergileridir. Modanın motoru olduğu ve akla tüketim olgusunu getiren mağazalar ve alışveriş merkezleri son dönemde tanınmış mimarların ve iç mimarların düzenlemeleri ile enstalasyon sanatının, performans sanatının, tiyatral ve müzikal etkinliklerin ve video sanatının sıkça karşılaştığı mekanlar haline gelmiştir. Yanısıra, büyük markalar mağazalarının mimarisini birer sanat galerisi biçiminde tasarlatırarak ya da doğrudan sanat dünyasına hatırı sayılır katkılarda bulunarak kendi kurumsal kimliklerine kültürel bir katman eklemektedirler. M. Taylor'un da belirttiği gibi bu durum modayı ticari bağlamından çıkararak ticaretle sanat arasında kalan, tanımlanması oldukça güç bir bağlamna taşımaktadır (Taylor, 2005).

Aslında sanat eserlerinin mağaza vitrinlerine taşınması yeni bir olgu değildir. 1923 yılında, New York'ta kadın giyim eşyaları satan Bonwitt Teller & Co. firmasının reklam ve tanıtım sorumlusu Estelle Hamburger şirketin Manhattan'daki mağazasını bir ticarethaneden moda ve sanatın bulunduğu bir merkez haline getirmek için çeşitli girişimlerde bulunmuştur. E. Hamburger, Brooklyn Müzesi ile irtibata geçerek mağazanın vitrinlerini "sanat tarihi ve dekoratif tasarımın aynı tarzda hayat bulduğu" mekânlara dönüştürmüştür. Mağazanın vitrinleri müzedeki kompartımanlar gibi düzenlenmiş ve her bir vitrine açıklayıcı kartlar yerleştirilmiştir; ancak her ne kadar müze görüntüsü verilmiş olsa da E. Hamburger böylece dönemin modasına ait ürünlerin pazarlaması için bir yöntem geliştirmiştir (Clifford, 2003).

Aynı yıllarda New York'taki Lord & Taylor isimli mağazalar zincirinin Moda ve Dekorasyon Bürosu sorumlusu olan Dorothy Taylor, mağaza sergilemelerinde moda ürünlerinin yanında modern sanat eserlerine yer vermiştir. D. Taylor mağazayı dokuz odaya bölerek, bu odalarda bir yanda o günün moda eşyalarını sergilerken onların yanında dönemin Fransız modernistleri Juan Gris, Pablo Picasso, Raoul Dufy ve Georges Braque gibi ressamların eserlerini de sergilemiştir. Ancak, E. Hamburger de D. Taylor da kendi yaptıkları açıklamalarda mağazaları müze ve galerilere benzer kültürel mekânlara

dönüştürmek istediklerini belirtse de kendilerini ve kendileri ile birlikte markalarını yüksek kültür ve tüketim kültürü arasında bir yere konumlandırarak, modanın ticari yönünün sanat sayesinde üstünü örtmüşlerdir (Clifford, 2003).

Günümüzde sanatı butiklere ve alışveriş merkezlerine taşıma eğilimi artmış; büyük firmalar sanat hamiliğine soyunmanın yanında kendi ürünlerini sattıkları ve teşhir ettikleri mekânları da müze estetiğine uygun biçimlerde ünlü mimarlara tasarlattırarak moda ürünlerini birer sanat nesnesi gibi sunmaktadırlar. Yanısıra, uluslararası moda firmaları çeşitli sanat projelerine destek olarak ya da bu projeleri destekleyerek isimlerinin sanatla birlikte anılmasını sağlamaktadırlar. C. Dell'ara'nın belirttiği gibi, 1990'lardan sonra tüketim üstüne yapılan çalışmalar, tüketicilerin ticari ürünlere sembolik anlamlar yüklediklerini ve kimliklerini bu ürünler aracılığıyla inşa ettiklerini ortaya koymuştur (Dell'ara, 2010). Firmalar sanata yaptıkları yatırımlar aracılığıyla tüketicilerinin hayal gücüne, kültürel donanımlarına ve onları kuşatan dünyaya seslenerek, onlar için kişisel mitler yaratmaktadır.

İtalyan lüks giyim firması Prada 1990'lı yıllardan beri sanatla iç içe geçen projeleri ile tanınmaktadır. Prada, hem sanatı desteklemekte, hem sanatçılarla işbirliği yaparak ortak projeler geliştirmekte hem de ürünlerinin satışını gerçekleştirdiği mekânlarda yaptığı düzenlemelerde müze estetiğinden yararlanarak tüketime yönelik hazır giyim ürünlerini adeta birer sanat nesnesi gibi sunmaktadır. Firma, 1993 yılında genç sanatçıları desteklemek amacı ile Milano'da kendi ofislerinin bulunduğu bölgeye Fondazione Prada isminde bir kültür merkezi kurmuş ve bu merkezin yöneticiliğine Guggenheim Müzesi yöneticisi Germano Celant'ı getirmiştir. Fondazione Prada, kurulduğu tarihten itibaren dünya çapında tanınan birçok çağdaş sanatçının sergisine ev sahipliği yapmış, uluslararası film festivallerinin gösterimlerini gerçekleştirmiş ve Vita-Salute San Raffaele Üniversitesi ile işbirliği içine girerek sanat, felsefe, tarih alanlarında yetkin akademisyenlerin ve araştırmacıların katıldığı sempozyumlar düzenlemiştir. Bu yanı sıra Fondazione Prada modanın, sanatın, mimarinin, felsefenin, tasarımın ve tüketimin bir araya geldiği, bunlar arasındaki geçişlerin ortadan kalktığı bir mekân olarak inşa edilmiştir (Şekil 7.19).



**Şekil 7.19:** Fondazino Prada'dan bir görünüm (Scarinci, 2008)

Fondazino Prada'nın yanında, 1990'lı yıllarda Prada kendi mağazaları için de çeşitli düzelemeler yapmak istemiş; mağazalarını geleneksel mağaza biçiminden çıkarıp modanın tüketimi için yeni arayışlar ve yaklaşımlar geliştirmeye soyunmuştur. Yeni merkezlerin kurulacağı yerler olarak dünya modasının kalbinin attığı kentler olan New York, Los Angeles, San Francisco ve Tokyo belirlenmiştir. Amerika'daki binaların mimari tasarımları için avangard mimar Rem Koolhaas'ın OMA firması, Japonya'daki binaların tasarımları için de Herzog & de Meuron firması görevlendirilmiştir (Lobo vd., 2003: 21). Bu noktada Prada'nın avangard mimarlarla çalışmayı tercih etmesi önemlidir. N. Ryan'ın dediği gibi mimari, firmaların kültürel kimliği ve kültürel donanımını göstermek açısından birincil derecede önemlidir. R. Koolhaas, avangard mimari tasarımları ile tanınan ve mimaride mekânsal yeni arayışlar peşinde olan son dönemin en popüler mimarlarından biridir. Aynı zamanda, 2000 yılında saygın bir mimarlık ödülü olan Pritzker Mimarlık Ödülü'nü almıştır. Herzog & de Meuron firması da aynı ödülü 2001 yılında almış, birçok müze ve sanat mekânının mimari projesini hazırlamıştır. Prada'nın bu iki firma ile anlaşması, alışveriş merkezlerini birer



ticaret mekânı olmaktan çıkararak yeni mimari arayışların sürdürüldüğü ve mekânsal düzenlemeye mimari çözümler getiren saygın binalara dönüştürmüştür. N. Ryan'a göre, firmaların aldığı ödülün aurası bu mekânlar aracılığıyla tüketicilere hissettirilmekte ve alışveriş deneyimi sanatsal bir duyarlıkla örülmektedir (Ryan, 2007).

Prada'nın alışveriş merkezlerinin mimari tasarımlarını yapmak için anlaştığı mimarların yanında, bu merkezlerin içmimarisi de alışveriş merkezi ve müze arasındaki sınırları belirsiz hâle getirmektedir. A. Warhol, 1980'li yıllarda bu gelişmeleri sezen bir öngörüyle bütün mağazaların müze, bütün müzelerin de mağaza olacağını söylemiştir (Postas, 1994). R. Koolhaas, Prada için New York'ta tasarladığı Prada, New York Epicenter'ı anlatırken, Warhol'un bu tahminine benzer bir yorumda bulunmakta ve şöyle demektedir:

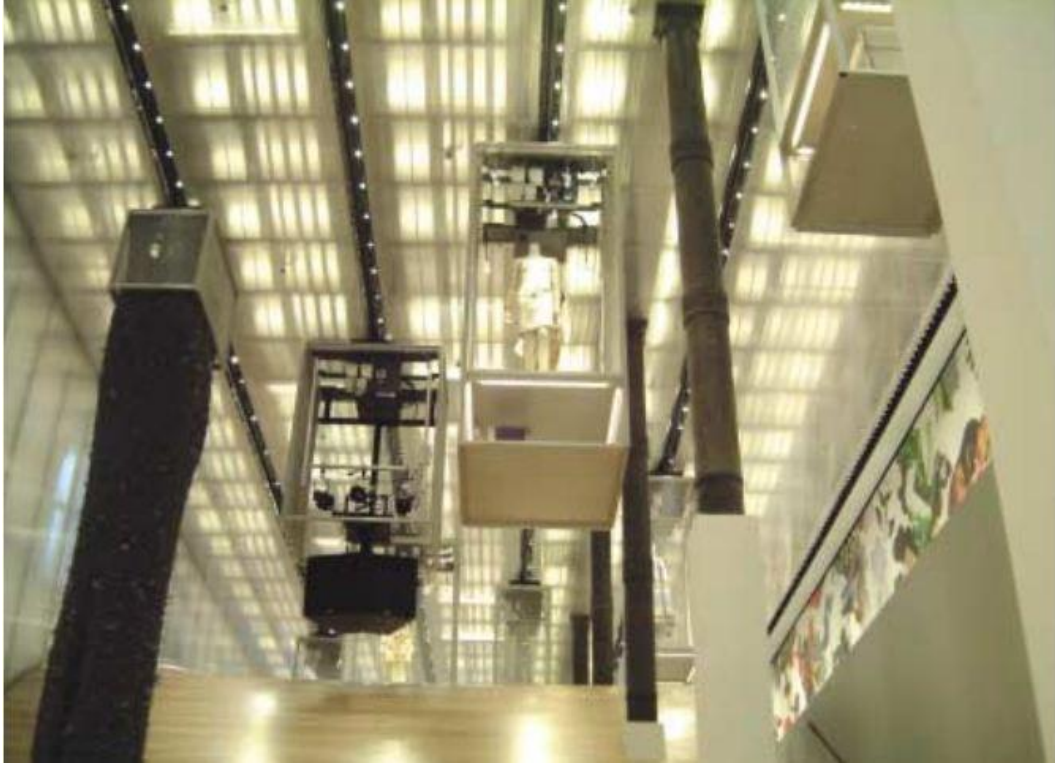
“Müzeler, kütüphaneler, havalanları, hastaneler ve okullar alışveriş merkezlerinden ayrırt edilemez bir hal aldıkça, hayatta kalmak için perakendeciliğe adapte olmaları müzeye gidenleri, araştırmacıları, gezginleri, hastaları ve öğrencileri tüketicilere dönüştürdü. Sonuç, çeşitliliğin parlaklığını yitirerek yok olması. [...] Ya eşitlik tersine dönerse, tüketiciler artık tüketici olarak değil de araştırmacı, öğrenci, hasta, müze ziyaretçisi olarak tanınırlarsa?” (Koolhaas, 2001)

R. Koolhaas yazısının devamında, New York Epicenter'ın tasarımında bu soruların cevaplarını aradığını belirtmektedir. P. Anderson'un belirttiği gibi Prada'nın alışveriş merkezlerinde yaratıcı ve kültürel amaçlarla ticari amaçlar yenilikçi ve deneysel yollarla bir araya getirilmiştir (Anderson vd., 2010). New York Epicenter hâlihazırda birçok sanat galerisinin, sanatçı atölyesinin ve tanınmış butiklerin bulunduğu SoHo bölgesine kurulmuştur. Binanın mimarisi giriş katından zemin kata doğru uzanan bir dalga biçimindedir. Bu düzenleme sayesinde müşterilerin ürünlerin arasında dolaşması için geniş bir alan sağlanmıştır. Dalga şeklinde zemin kata uzanan merdivenler mekânın açık olduğu zamanlarda ayakkabıların sergilenmesi için kullanılırken, diğer zamanlarda ayakkabıların buradan kaldırılıp oturma birimlerinin yerleştirilmesiyle bir performans alanına dönüştürülmektedir (Şekil 7.20).



**Şekil 7.20:** Prada'nın New York'taki alışveriş merkezinden bir görünüm (Lobo vd., 2003: 21)

Bina aynı zamanda ileri teknoloji ile donatılmıştır. Deneme kabinleri mekânın içinde yerleştirilmiş şeffaf camlardan oluşmaktadır. Müşteri bir ürünü denemek istediği zaman kabinin içine girip bir düğme ile camı karartabilmektedir. Kabinlerin içinde yer alan aynalarda bir dizi kamera ve plazma ekran bulunmakta, müşteriler denedikleri ürünlerin üstlerinde nasıl durduğunu fotoğraflayarak görebilmektedirler. Bunun yanında Prada isteyen müşterilerin fotoğraflarını arşivleyerek ileriki alışverişleri için müşteriye özel bir katalog yaratmakta; böylece dev bir alışveriş deneyimi arşivi oluşturmaktadır. Bu uygulamanın etkileşimli sanat uygulamaları ile benzerliği ilk bakışta göze çarpmaktadır. Binada göze çarpan diğer ilginç bir unsur da tavanlardan cam kafesler içinde sarkıtılan kıyafet sergileme üniteleridir. Çeşitli ışık düzenlemeleri ve sesli-görüntülü imajlar aracılığıyla sunulan kıyafetler askılara asılmış ürünlerden ziyade birer enstalasyonun parçalarıdır (Şekil 7.21). Raflar, askılıklar gibi tüm sergileme üniteleri portatif olarak tasarlanmış olup kolayca hareket ettirilebilmekte ve mekânın içinde değişik zamanlarda değişik düzenlemeler yapılabilmektedir.



**Şekil 7.21:** Prada'nın New York'taki alışveriş merkezinde cam kabinlerde sergilenen kıyafetler  
(Lobo vd., 2003)

Binanın tasarımı tamamen minimal bir tarzda yapılmış olup, her türlü fazlalıktan arındırılarak hacimsel ilişkiler üstüne kurulmuştur. İç düzenlemede ürünler mümkün olduğunca birbirinden ayrı ve az sayıda tutulmaktadır. Bu da yukarıda ele alınan unsurlarla birlikte mekânı bir ticarethaneden çok müze ve galeri estetiğine yaklaştırmaktadır. B. O'Doherty'e göre sanat yapıtlarının sergilendiği galeri mekânı sanatı önceler; bir şeyi sanat olarak görmek için izleyici önce mekânı ardından sanat yapıtını görmektedir. Ona göre "ideal galeri mekânı,"

"sanat yapıtının 'sanat' olarak algılanışına engel olan oluşturan her türlü öğeyi dışlayan mekândır. Yapıt, yapıt olarak değerlendirilmesi sürecinde kendi dışındaki herhangi bir şeye dikkat çekecek her türlü etkenden soyutlanmıştır. Galeri mekânı bu yönüyle, belli değerler üstüne inşa edilen, bir takım geleneklerin sürdürüldüğü başka kapalı sistemlere benzer. Biraz kilise kutsiyeti, biraz mahkeme salonu resmiyeti, biraz deney laboratuvarı gizemiyle şık bir tasarım buluştuğunda, benzersiz bir estetik mekân ortaya çıkar." (O'Doherty, 2010; s.30)

Galeri mekânının birincil işlevi sanat nesnesini gündelik hayattan kopararak ona başka bir bağlamda hayat vermektir. New York Epicenter'da minimalist çizgilerin mekâna hâkim olmasından, tavandan sallanan kıyafet enstalasyonlarına,

tüketim nesnelерinin düzenlenmesinden tüketici ile interaktif bir ilişki içine giren deneme kabinlerine her şey tüketim deneyimini sanatsal bir aura ile bütünleştirmek için tasarlanmış gibidir. Ancak, B. O'Doherty'nin belirttiği gibi sanat yapıtlarını galerinin dışına taşımak onlara yine gündelik kullanım eşyaları statüsüne indirgeme tehlikesi taşır (O'Doherty, 2010). Bir müşteri New York Epicenter'dan herhangi bir ürün olarak çıktığında, bu ürün bir tüketim nesnesine dönüşecektir. Mekânsal düzenlemesi içinde ise onu kuşatan galeri estetiği sayesinde sanatla tüketim arasında tanımlanması oldukça güç bir alanda durmaktadır.

Sanatla tüketim arasındaki muğlak alanı korumak için firmalar kendi kurumsal kimliklerini sanatsal göstergelerle donatmaktadır. Prada'nın Rem Koolhaas'la yürüttüğü diğer bir proje, 2009 yılında Kuzey Kore'nin başkenti Seul'de gerçekleştirilen altı aylık bir enstalasyon projesi olan *Transformer*'dir. Bu proje için Koolhaas içinde sanat, film, moda ve performans etkinliklerinin gerçekleşeceği dört yüzlü geometrik bir pavyon tasarlamıştır. Bu dev pavyon hareket edebilmekte ve herbir yüz yere geldiğinde başka bir etkinliğin zeminini meydana getirmektedir. Pavyonun her yüzeyinde farklı bir geometrik şekil bulunmakta, bu farklı şekiller içeride yer alan etkinliği simgelemektedir (Şekil 7.22). Beşgen yüzey zemini oluşturduğunda mekânda Prada'nın yöneticisi Miuccia Prada'nın 1988'den bu yana topladığı eteklerden meydana gelen kavramsal bir sergi gerçekleştirilmiştir. Bu seri Kore'li bir grup moda tasarımı öğrencisinin katılımıyla çeşitlendirilmiştir. Dikdörtgen yüzey zemine geldiğinde *Waist Down*'un iç alanı bir sinema salonuna dönüştürülmüş; burada Meksikalı yönetmen A. G. Inarritu'nun organize ettiği değişik tarihli, değişik ülkelerden ve değişik tarzlarda tamamen eklektik bir programa sahip *Flesh, Mind and Spirit* isimli bir sinema festivali gerçekleştirilmiştir. Zemin artı şeklinde olduğunda mekânda İsveçli sanatçı Nathalie Djurberg'in 2008 yılında Fondazione Prada için hazırladığı video sanatı örneklerinden oluşan *Turn into Me* isimli sergisi yer almıştır. Son olarak zemin yuvarlak olduğunda mekânda Seul'ün önde gelen üniversitelerinde sanat eğitimi alan öğrenciler çeşitli sergiler düzenlemiştir. Bu etkinlik, bir sempozyumla açılmış, performans sanatçısı Pecha Kucha'nın performansı ile devam etmiş ve grafik tasarımından modaya, mimariden

multimedyaaya değişik alanlarda eğitim gören öğrencilerin mekâna doğrudan müdahale ettiği sergilerle son bulmuştur.



Şekil 7.22: Transformer'ın bir görüntüsü (Prada, 2009)

*Transformers* projesi, mimariden moda, sanattan sinemaya bütün sanat ve tasarım alanlarını içinde barındırmaya çalışan bir geçici kamusal alan yaratma girişimi olarak okunmaya açıktır. Bu projenin içinde tek eksik olan şey modanın ticari yanı, dolayısıyla tüketim gibi görünmektedir; ancak unutmamak gerekir ki Prada gibi dev bir moda şirketinin dünyanın hızla gelişen kentlerinden biri olan Seul'de gerçekleştirdiği bu enstalasyon dönüp dolaşıp Prada'nın marka imajını korumaya ve tüketici ile kurduğu ilişkiye dönüşmektedir. P. Tan'ın belirttiği gibi Prada'nın bütün sanat ve tasarım alanlarını kendi bünyesinde toplayarak oluşturduğu sembolik değer, "kentsel kimliğin ve metropol yaşamının pazarlamasında" etkin bir işlev kazanarak "bir kentin tüketim objesi" haline gelmektedir (Tan, 2009). Nasıl ki, New York'taki alışveriş merkezinde tüketimle ilgili unsurların ortadan kaldırılarak bir tüketim mekânı galeri estetiği ile kaplanıp alışveriş deneyimi bir performans ve galeri ziyareti biçimine dönüştürülmekeyse, *Transformer*'da da alışverişle ilgili unsurlar ortadan kaldırılarak Prada firması'nın

kuşattığı ticaretin dışında yer alan çok geniş bir kültürel değerler ağı imajı çizilmiştir.

Ele alınan örneklerde görüldüğü üzere, 1990'lardan bu yana gerek sanatın modanın tüketim mekânlarına, gerekse de moda firmalarının sanatı kendi hamiliğine alma çabalarına rastlanmaktadır. Örnek olgu olarak sunulan Prada ve onun sanat dünyasıyla kurduğu ilişkide Prada'nın kendi ticari mekânını nasıl bir galeri estetiği ile donattığı gösterilmiştir. Yine, firmanın ticari kimliğini tamamen dışarıda bırakarak kendine sanatsal bir aura yarattığı ele alınmıştır. İki örnekte de alışveriş deneyimi, birinde alışveriş etkinliğini gerçekleştirirken diğerinde bir markanın müşterisi olarak, kültürel bir etkinliğe dolayısıyla salt tüketimin dışına taşınmıştır. Müzelerde yer alan moda sergilerinde moda ürünlerinin tüketim bağlamından kopartılarak kavramsal ve eleştirel bir bağlamda ele alınması gibi, moda ürünlerinin tüketildiği mekân ve bu mekânları kuran firmaların kurumsal kimlikleri aracılığıyla bu kez tüketiciler sanatsal bir faaliyet içine çekilmişçesine büyülenmektedirler. Bu yaklaşımlar aracılığıyla uzlaşmaz gibi görünen tüketim ve sanat olguları moda ekseninde yeni uygulamalara ve arayışlara kapı açmaktadır.

## 8 SONUÇ ve ÖNERİLER

Moda ve sanat her zaman etkileşim içinde olmuştur. Bu etkileşim kimi zaman moda tasarımcılarının kendilerini sanatçı olarak tanımlamasıyla, kimi zaman tasarımlarında dönemlerinin sanat akımlarından ve sanat eserlerinden ilham almalarıyla, kimi zaman doğrudan sanat akımlarının içinde yer alarak tasarımlarını bu akımın ilkelerine bağlı kalarak yapmalarıyla değişik şekillerde ortaya çıkmıştır. Bu çalışmada, moda ve sanat arasındaki etkileşimin değişik biçimleri incelenirken “Moda sanat mıdır?” gibi felsefi bir sorunun varlığı göz önünde bulundurulmuş; ancak doğrudan bu soruya cevap aramak yerine iki alan da görsel kültür gibi daha geniş bir alanın elemanları olarak ele alınmıştır. Türkiye’de konu hakkında yapılan araştırmalar oldukça kısıtlı olmasının yanında çeviri kaynak sıkıntısı da çekilmektedir. Yapılan araştırmalar sonucunda konuyu bütünlüklü olarak ele alarak, kapsamlı bir okuma sunan bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışma alandaki bu eksikliği doldurmak için atılmış bir ön adımdır. Bundan sonra yapılacak olan çalışmalara esas teşkil edeceği düşünülmüştür.

Konu daha önce bütünlüklü olarak ele alınmadığından kronolojik bir okumayla moda ve sanat etkileşimi çeşitli olgular çerçevesinde sunulmuştur. Birçok yazar modanın başlangıcı olarak 13. yüzyılın sonu ve 14. yüzyılı işaret etmelerine karşın modern bir moda sisteminin kurulması için Sanayi Devrimi ve Fransız Devrimi’nin ortaya çıkması gerekmiştir. Modern moda sistemi, modanın üretimden tüketime, tanıtımdan örgütlenmeye geçmişin zanaata dayalı yapılanmasını tamamen değiştiren bir olguya işaret etmektedir. Bu olgu, 19. yüzyılın ortalarında kendini gösteren üretim ayağında moda tasarımcılarının, küçük çaplı firmaların ve terzilerin, tüketim ayağında Fransız Devrimi ile sınıflar arası geçişlerin sağlandığı ve herkesin tüketime katılabildiği esnek bir ekonomik sistemin, tanıtım ayağında moda dergilerinin ve moda tasarımcılarının kıyafetlerinin tanıtıldığı ileride defilerinin atası olarak anılacak olan partilerin ve örgütlenme ağında sektöre kimlerin hangi koşullarda girebileceğini ve çalışma koşullarını belirleyen bir sendikanın bulunduğu bir ağdır. Sözü edilen dönem, sanat için de yeni gelişmelerin yaşandığı bir dönemdir. Bu dönemde nüfusun büyük kentlerde birikmeye başlaması, tüketimin artması, gündelik hayatın

hızlanması gibi olgular sanatçıları yeni görme ve ifade biçimleri aramaya sevk etmiştir. İlk modern sanat akımı olarak kabul edilen İzlenimcilik bu dönem ortaya çıkmış, onu Dışavurumculuk, Dadaizm, Gerçeküstücülük, Fütürizm, Konstrüktivizm gibi birçok sanat akımı izlemiştir.

Modern moda sisteminin ve modern sanatın ortaya çıktığı 19. yüzyılın ortasından İkinci Dünya Savaşı'na kadar olan dönemde moda ve sanat etkileşimi iki başlık altında ele alınabilir. Bazı moda tasarımcıları doğrudan sanat akımlarından etkilenecek kıyafetler ürettikleri gibi, bazı moda tasarımcıları bu akımların içinde yer almış, tasarımlarını bu akımların ilkelerine göre yapmışlardır. Bunun yanında doğrudan bir ilişkisi olmamakla birlikte dönemin görsel kültürü tarafından şekillenen sanat ve moda anlayışları arasında kimi örtüşmeler gözlemlenmiştir. Bu tip etkileşimler için moda sanat arasındaki doğrudan etkileşimler ifadesi kullanılmıştır.

Moda ve kübizm benzer bir görsel kültür içinde benzer arayışlarda bulunmuştur. Moda tasarımcıları ve kübist sanatçılar farklı ortamlarda çalışarak benzer bir dünyayı ve bununla birlikte ortak bir görsel kültürü paylaşmışlardır. Kübist sanatçılar dünyanın geometrik şekillerden meydana geldiğini iddia ederek, tuval üstünde bu geometrik şekiller arasındaki ilişkileri çözümlenmeye çalışmışlardır. Aynı dönemde gelişen hazır giyim uygulamalarıyla bedeni çeşitli parçalara bölerek herkes için uygulanabilecek hazır kalıplar üretmeye çalışılmıştır. Bu uygulamalarda kıyafetin üç boyutlu yapısı iki boyutlu bir düzlem üstünde yeniden üretilmiştir. Moda ve kübizm arasındaki diğer örtüşme modada kıyafetin ve resimde tuvalin iki boyutluluğuna yapılan vurgudur. Kübist ressamlar hacim, perspektif, derinlik gibi kompozisyon öğelerinden uzak durmuşlar, bütün çalışmalarını iki boyutlu bir yüzey üstünde gerçekleştirdiklerini vurgulamışlardır. Benzer olarak moda tasarımcılarının kıyafetlerinde de bu dönemde geniş hacimli kıyafetlerden düz yüzeylerden meydana gelen kıyafetlere geçildiği görülmüştür. Chanel, iki düz yüzeyden ve sadece siyah renkli jarseden meydana gelen “küçük siyah elbise”yi tanıtmıştır. Kübistler resim malzemelerinin dışında kalan gazete, dergi, harf şablonları gibi öğeleri ilk kez tuvale taşıyarak kolajın ilk uygulayıcıları olurlarken, moda tasarımcıları kolajlar biçiminde bir araya gelmiş kıyafetler üretmiştir. Yanı sıra Chanel'in küçük siyah elbisesi diğer giyim öğeleriyle kolayca kombine edilebilmesiyle adeta bir kolaj zemini meydana getirmektedir. Moda ve



kübizm etkileşimini dönemin görsel kültürünü paylaşan ve bu görsel kültürde yeni arayışların peşinde olan insanların ortaklaştığı kimi çözümler olarak değerlendirmek olanaklıdır.

Moda ve Gerçeküstücülük etkileşimi iki yönlü olarak gelişmiş, bazı gerçeküstücü sanatçılar çakışmalarında moda ürünlerini ve cansız mankenleri birer sanat ortamı olarak kullanmışlar; bazı moda tasarımcıları da tasarımlarını gerçeküstücü yöntemlerle yapmışlardır. Bu tasarımcılardan Elsa Schiaparelli doğrudan akımın içinde yer almış, birçok tasarımını gerçeküstücü ilkeler etrafında oluşturmuştur. Gerçeküstücü tasarımlarda metaforlar, biçim değişimleri, beden parçalarının abartılması ve yer değiştirilmesi önemli yer tutmaktadır. Gerçeküstücülükten etkilenen tasarımlar arasında deniz ve deniz canlılarından yola çıkılarak oluşturulmuş tasarımlar da öne çıkmaktadır. Tasarımcılara sunduğu olanaklar, yeniliğe ve deneye yatkın olması nedeniyle Gerçeküstücülük moda tasarımcıları tarafından sıkça başvurulan bir sanat akımı olmuştur. Elsa Schiaparelli sayesinde Gerçeküstücülük modada sadece bir ilham kaynağı değil, bütün dinamikleri ile moda tasarımına yansıyan bir akıma dönüşmüştür. gerçeküstücü yöntemler kıyafet, aksesuar ve moda sunumu için yeni yollar açmışlar, günümüzde hâlâ tazeliklerini koruyarak sanat ve moda arasındaki ince çizgide durmaktadırlar. Issey Miyake, Rei Kawakubo gibi Japon kökenli moda tasarımcılarının çalışmalarında, Karl Lagerfeld, Christian Lacroix gibi *haute couture* tasarımcılarının kıyafetlerinde Gerçeküstücü yöntemlere rastlanabilir.

Moda ve fütürizm etkileşimi yeni bir dünya kurmak isteyen, makine estetiğine ve hıza tapan bir grup sanatçı arasında cereyan etmiştir. Fütüristler modayı dünya görüşlerini ifade etmenin araçlarından biri olarak görmüşlerdir. Erkek takım elbisesinin sıkıcılığından kurtulmak isteyerek, asimetrik olarak tasarlanmış kıyafetlerde türlü renkler kullanmışlar, o güne değin hiç alışılmış olmayan kıyafet önerileri getirmişlerdir. Son dönemde teknolojinin gelişmesiyle sıkça gündeme gelmeye başlayan akıllı tekstil ürünlerinin ilk prototiplerini de fütüristler üretmiştir. Günümüz tasarımcılarından Paco Rabanne, Hussein Chalayan, Francesca Rosella gibi tasarımcıların çalışmalarında fütüristik ilkelerin kullanımına rastlamak mümkündür.

Konstrüktivizm de Fütürizme benzer olarak yeni bir dünyanın inşa edilmesi gerektiğini iddia etmiş ve yeni dünyanın inşasında sanatçıların birer

teknisyen gibi görev almasının önemini vurgulamıştır. Konstrüktivist sanatçılar grafikten mimarlığa, tekstilden dergi tasarımına çok geniş bir yelpazede ürünler vermiştir. Moda anlayışları, kişileri sürekli bir tüketimin içine çeken sezonluk moda anlayışının karşısına işlevselliği öne çıkan kıyafetler koymak olmuştur. Ancak, bu kıyafetler sadece küçük bir azınlık arasında popülerlik kazanmış, Sovyetler Birliği'nin diğer ülkelerle ilişkiler kurmaya başlamasının ardından, halk sezonluk moda geri dönmüştür.

Moda tasarımcıları sanat akımlarının içinde yer alarak ya da döneminin görsel kültür ürünlerinden etkilenerek ürettikleri tasarımlar yanında, kendilerine birer sanatçı kimliği edinerek ve sanat dünyasıyla sıkı ilişkiler içinde girerek sanatın sosyal arenadaki etki gücünü kullanmışlardır. C. F. Worth, kıyafetlerini etiketleyerek, Paul Poiret sanatçılarla işbirliği yaparak, Coco Chanel ise sanatçılardan oluşan bir çevre edinerek sanat dünyası içinde yer almıştır. Bu tasarımcılar aynı zamanda birer koleksiyoner ve sanat destekçisidir. Moda tasarımcılarının bu biçimlerde sanat dünyası ile ilişki içine girmesi onları birer sanatçı habitusu içine yerleştirmiş, sanatın sunduğu kültürel sermaye sayesinde diğer zanaatkârlardan ayrılmalarını sağlamıştır. Böylece, dönemin tasarımcıları sanatçı kimlikleri ile ticari ilişkilerini gölgelemiş, ticari ilişkileri yaşamlarının ikinci planındaymış gibi bir izlenim bırakmışlardır.

Sanatçı kimliği, moda tasarımcılarına toplum önünde fazladan bir saygınlık kisvesi verdiği gibi onların ürettiği ürünlerin de diğer ticari ürünlerden ayrılmasını sağlamıştır. Moda tasarımcıları için ürünlerini diğer tüketim nesnelere ayırmanın bir yolu onlara birer sanat eseri aurası kazandırmak olmuştur. Bunun için ürünlerini az sayıda üretmişler, ürünlerine etiketler eklemişler, tasarımlarının fikri mülkiyeti için mücadeleler vermişler ve yaptıkları kıyafetlerin hep kendi isimleriyle anılmasını sağlamışlardır. Moda ürünlerine birer sanat nesnesi aurası kazandırmak, moda tasarımcıları için 19. yüzyılın seri üretilmiş ürünler keşmekeşi içinde kendi tasarımlarını ayrıcalıklı bir konuma taşıırken, seri üretimin olanaklarını kullanmalarını aynı zamanda da üst sınıflardan oluşan pazardan kopmamalarını sağlamıştır.

Bu çalışmada 19. yüzyılın ortalarından İkinci Dünya Savaşı'nın sonuna kadar olan dönem sanatın ve modanın modern dönemi olarak ele alınmıştır. Bu dönemde iki alan arasındaki ilişki ve etkileşimlerin çokluğuna karşın kültür

tarihçileri tarafından bu iki alanın birbirinden fazlasıyla ayrı olduğu işaret edilmiştir. Fütüristler ve Konstrüktivistler moda ve sanatı endüstriyel üretimin olanakları ile aynı potada eritmeye çalışmış, makinelerin yüceltiildiği bir dünya kurma girişiminde bulunmuşlar ancak başarısız olmuşlardır. Dönemin kültür eleştirmenleri tarafından moda geçici, kadınsı, fevri ve değersiz olarak nitelenirken, sanat bir yüksek kültür kurumu olarak yüceltilmiştir. Moda tasarımcılarının kendilerini sanatçı olarak tanımlayıp, sanatçıların safında yer alma çabaları ve tasarımlarını birer sanat nesnesi gibi sunmaları bu yüksek kültürden pay almak için olmuştur.

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra dünya daha değişik bir dönemin içine girmiştir. Bu dönemden günümüze kadar olan dönem bu çalışmada postmodern dönem olarak ele alınmıştır. Bu dönemde özgürlük, sosyalizm, liberalizm gibi dünyayı kuran büyük anlatılar sorgulanırken sanat ve moda da büyük değişimler meydana gelmiştir. Sanat galerilerden sokağa taşınmış, popüler kültür ürünleri ve sanat nesneleri arasındaki ayırım belirsizleşmiştir. Sanat alanında performans, enstalasyon, video-art, dijital sanat gibi birçok yeni sanat pratiği ortaya çıkarken, modada da çift cinsiyetli giyim, anti-modalar, sokak modaları gibi yeni akımlar ve tarzla ortaya çıkmıştır. Bu dönem aynı zamanda yeni moda tasarımcılarının küreselleşen pazarda tutunma çabalarına sahne olmuş, avangart ve postmodern moda kavramları ortaya atılmıştır. Avangart moda tasarımcılar için bir inovasyon aracı olmasının yanında moda sisteminin analizini ve eleştirisini de içermektedir. Japon moda tasarımcıları, sezonluk kıyafetler yerine kalıcı kıyafetler üretmişler, moda döngüsünü sorgulamışlardır. Yanı sıra kıyafetleri geleneksel Japon kıyafetlerinden esinlenmiş ve Batı moda sisteminin dışında yer almıştır. Avangard modanın diğer önemli bir özelliği *haute couture*'ün kusursuz işçiliğine yarım bırakılmış ya da bilerek hatalı yapılmış kıyafetlerle saldırmasıdır. Avangard moda, aynı zamanda politik, kültürel ve sosyal mesajların taşıyıcısı olarak tüketim kültürüne eleştirel mesajlar taşımıştır. Bütün bunlar kıyafetler aracılığıyla izleyeni ya da giyeni şok ederek moda sistemini sorgulamaya çağırmaktadır. Postmodern moda ise eski tarzlarla yeni tarzları bir araya getirmiş, farklı dönemlere ait unsurları tek bir kıyafette toplamıştır. Postmodern dönemde kalıcı tarzlardan, sadakatli bir müşteri kitlesinden ve tahmin edilebilir moda eğilimlerinden bahsetmek zorlaşmıştır. Avangard ve postmodern moda sayesinde kavramsal

giysiler ortaya çıkmış, bu giysilerin sanat nesnesi mi kıyafet mi olduğu, yüksek kültür içinde mi yoksa ticari alanda mı değerlendirilmesi gerektiği eleştirilenleri meşgul eden sorular olmuştur.

Sanat ve moda alanlarında ortaya çıkan bu gelişmeler modanın üretimini, sunumunu, tüketilmesini ve tanıtılmasını da etkilemiştir. Eskiden kıyafetleri müşterilere sunmak için promosyon amaçlı yapılan defileler görkemli şovlara ve birer performans sanatı etkinliğine dönüşmüştür. Moda tasarımcıları kıyafetlerini tanıttıkları defilelerinde tiyatral şovlardan izleyeni şaşırtan ve iğrendiren performanslara değişik yöntemler denemeye başlamışlardır. İngiliz moda tasarımcısı Alexander McQueen'in defilelerini tiyatro ve modayı birleştiren performanslar olarak değerlendirmek olasıdır. Kıbrıs asıllı tasarımcı Hussein Chalayan da defilelerinde kıyafetlerin arkasında yatan kavramları öne çıkarmaktadır. Onun defileleri insan-çevre-teknoloji kavramlarını sorgulayan disiplinlerarası bir yerde durmaktadır. Miguel Adrover, *Imitation of Christ*, Susan Cianciolo ve Elena Bajo gibi bir grup tasarımcı, doğrudan moda dünyasını sorgulayan ve hayvan hakları savunusundan tüketim kültürü eleştirisine uzanan provakatif defileler düzenlemektedir. Bütün bu tasarımcılar moda dışında sanat, sinema ve müzik dünyası ile ilişkiler içinde olup modanın sınırlarını genişletmektedir. Bu tasarımcıların defileleri kimi zaman fikirlerini seyirciye aktaracakları birer ortama, kimi zaman onları provake ederek politik bir konum almaya zorlayan aktif uyaranlara dönüşmekte böylece tasarımlarını modanın tüketim dünyasından uzaklaştırarak kavramsal ve sanatsal bir aurayla donatmaktadır. Ancak, burada belirtmek gerekir ki, bu şovlar içinde buldukları ticari ortamdan soyutlandıklarında sanat olarak ele alınmaya müsait olmasına karşın her zaman moda dünyasının ticari yapısına sanat dünyasına olduklarından bir adım daha yakındırlar.

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonraki dönemde dünyadaki moda kentlerinde de bir artış gözlemlenmiştir. Bu döneme kadar haute couture'un merkezi Paris, hazır giyim merkezi New York'ken, İkinci Dünya Savaşı'nı takip eden yıllarda Londra, Milano, Barselona, Tokyo gibi dünya metropollerinde de moda haftaları düzenlenmeye başlamış, bu kentlerde yapılan etkinlikler uluslararası moda dünyasının ilgisini çekmiştir. 1990'larda bu kentlere Belçika'nın Antwerp kenti de eklenmiştir; ancak Antwerp'in moda kenti olma süreci diğer kentlerden farklı

olarak sanatı ve avangart modayı merkezine yerleştirmiştir. Kentin bir moda kentine dönüşme sürecinde sanatsallaştırma kavramı çok büyük role sahiptir. Antwerp modasının yükselme sürecinde eğitim kurumlarından yönetim mercilerine; tekstil üreticilerinden moda basınına; kentin imaj ve tanıtımından sorumlu olan resmi kurumlardan ticari amaç gütmeyen kültür organizasyonlarına kente yer alan kamusal ve özel kurum ve kuruluşlar aynı hedef çerçevesinde bir araya gelmiştir. Antwerp'i diğer moda kentlerinden ayıran en büyük özellik avangart moda ile tanınmaya başlaması ve avangart sanat dinamiklerinin de bu süreçte ustaca kullanılması olmuştur. Modern avangartlar olarak tanımlanan Dadaistlerden son avangartlar olarak anılan Sitüasyonist Enternasyonel'in yöntemlerine kentin dönüşüm sürecine avangart sanat pratiklerinin verimleri büyük katkı sağlamıştır. Antwerp'in nüfus ve yüzölçümü bakımından küçük bir kent olması hem kurumlar arası ilişkileri kolaylaştırmış, hem bütün kent dokusuna müdahale edilmesini olanaklı kılmış hem de ticari ilişkilerin ikinci plana atıldığı projelerin gerçekleştirilmesinde ve avangart yöntemler kullanılmasında etkili olmuştur. Türkiye'de moda tasarımı eğitimi verilen ve tekstil endüstrisinin de bulunduğu kentler için Antwerp bir model olarak önemlidir. Metropollerde kurumlar ve kişiler arası ilişkilerin kurulması ve takibinin zorluğu göz önüne alındığında Eskişehir ve Isparta gibi Türkiye'nin nüfus bakımından görece daha küçük kentlerinde benzer uygulamalar gerçekleştirilebilir. Bu bakımdan Antwerp modasının yükselme süreci yakından izlenmeyi hak etmektedir.

Postmodern dönemde modanın sergilenme biçimleri de değişmiştir. Bu döneme değin kültür eleştirmenleri tarafından geçici, fevri ve değersiz olarak değerlendirilen moda, disiplinlerarası ve çokdisiplinli yaklaşımların giderek önem kazanması ile müzelere gitmeye başlamış, saygın akademik çalışmaların konusu olmuştur. Moda popülerliği sayesinde müzelerin ziyaretçi sayısı arttırmış, bunun yanında moda ürünleri yüksek kültür içinde yer alan sanat nesnelileriyle yan yana sergilenerek onların statüsüne erişmişlerdir. Bu alandaki çalışmalarda modanın müzelere ve galerilere girmesi modanın ticari yönünü gizleyen ve saygınlığını arttırmaya yarayan bir hamle olarak değerlendirilmiştir. Moda 19. yüzyılda da yüksek sanat alanına girmeye çalışmıştır; ancak bu dönemde sadece sanatçılar ve moda tasarımcılarının işbirliklerinden söz edilebilmektedir. Postmodern dönemde ise moda ürünlerinin sanat nesnesi olarak değerlendirilip değerlendirilemeyeceği

sorusuna verilen cevaplar artmış ve çeşitlenmiş, bunun yanında bu soru eski önemini yitirmiştir. Son dönem gelişmeler ışığında moda ve sanatı ayrı alanlar olarak ele almak yerine iki alanı da kapsayan görsel kültür içinde değerlendirmek gerekmektedir. Çünkü postmodern dönem popüler kültür/yüksek kültür, sanat nesnesi/tüketim nesnesi gibi ikili ayrımları ortadan kaldırmış, onu yerine izleyicinin nesneye karşı tutumunu yerleştirmiştir. Uluslararası arenada yer edinmek için bu dinamikleri doğru kavramak ve çözümlmek büyük önem taşımaktadır. Ancak şunun da altının çizilmesi gerekir ki, modanın müze ve galerilerde kendine yer edinmeye başlaması moda tasarımcılarının birer sanatçı olarak kabul edilmeleri hayalini gerçekleştirmelerinde büyük bir adım olmuştur.

Son yıllarda gözlemlenen bir başka olgu da büyük moda firmalarının alışveriş merkezlerini galeri estetiğinde ünlü mimarlara tasarlatmaları ve uluslararası sanat projelerine büyük fonlar ayırmalarıdır. Moda firmaları kurdukları büyük mağazalarda bir yandan ürünlerini satarken, bu mekanlar gerektiğinde performans, enstalasyon, video sanatı gibi sanat pratikleri için uygun yerler haline gelebilmektedir. Bu mağazaların iç düzenlemeleri de ürünlerin birbirinden ayrık yerleştirilmesi, cam fanuslar içinde sergilenen kıyafetler, duvarlara yerleştirilmiş videolar gibi unsurlarla bir galeriyi andırmaktadır. Bu mekânlar modayı ticaretle sanat arasında bir alana taşıyarak tanımlaması güç bir bağlama yerleştirmektedir. Moda firmaları bir yandan da maddi kazanç beklemezsizin sanat projelerine destek olmakta ya da kendileri sanat projeleri gerçekleştirmektedir. Böylece firma imajlarına kültürel bir unsur da ekleyen bu firmalar, bir yanda da alışveriş deneyimini bir sanat pratiğine dönüştürmektedirler. Bir galeri gibi tasarlanmış bir mekânda alışveriş eden müşteriler onları kuşatan tüketim nesnelere bir sanat nesnesiymiş gibi büyülenmekte, saygın sanat projelerine destek veren firmaların ürünlerini tükettiklerinde kendilerini de bu projenin bir parçası gibi hissetmektedirler. Modanın müze ve galerilere taşınması, moda firmalarının mağazalarını birer galeri gibi tasarlatmaları ve avangart sanatı da kapsayan büyük projelerine imza atmaları sanat ve tüketim gibi iki uzlaşmaz olguyu moda bağlamında birleştirerek yeni araştırma alanları yaratmakta, araştırmacılara yeni sorular sordurmakta, geleceğin tasarımcıları ve firmaları için yeni kapılar açmaktadırlar.

Bu bulgular ışığında Türkiye'ye dönecek olursak, Türkiye'nin fason üretimden çıkıp uluslararası pazarda güçlü bir moda imajı sergilemesi için bu olguların iyi analiz edilmesi gerekmektedir. Alandaki Türkçe kaynakların çok kısıtlı olması yapılan araştırmaların niteliğini olumsuz yönde etkilediği gibi, bu çalışmaları kısırlaştırmaktadır. Batı modasına ait bu verilerin iyi analiz edilebilmesi için güncel kaynakların Türkçeye kazandırılması gerekmektedir. Yanı sıra günümüzde yaratıcı ekonomilerin artan değerleri göz önünde bulundurularak kentlerin yaratıcı ekonomi envanterleri çıkarılmalı, olası ulusal ve uluslararası işbirlikleri için altyapı sağlanmalıdır. Yapılan araştırmaların kolay ulaşılabilir olması açısından hem bilimsel hem sanatsal verilerin toplandığı bir veri bankası kurulması zorunludur. Yine araştırmalara kaynaklık edebilecek, geçmişten günümüze Türkiye'de giyimin, tekstilin ve moda tasarımının seyrini gözler önüne serebilecek bir moda müzesinin varlığı ulusal ve uluslararası alanda ilgi çekecektir. Türkiye'deki moda tasarımcılarının desteklenerek saygınlığı kanıtlanmış moda etkinliklerinde yer almasının uluslararası tanınırlık açısından olumlu etkileri olacaktır. Önemli sorunlardan bir tanesi de moda eğitimi veren kurumlarda yapılan defile, sergi, çalıştay gibi etkinliklerin kısıtlı bir izleyici kitlesi ile sınırlı kalmasıdır. Bu etkinliklere gösterilen ilgiyi attıracak çeşitli yöntemler geliştirilmeli, etkinlikler kentin kolay ulaşılabilir ve göz önündeki alanlarına taşınmalı, ulusal basının bu etkinliklerle ilgilenmesi sağlanmalıdır. Modanın sanatla olan bağına araştıran ve güçlendiren sanat tarihi, estetik, sosyoloji, antropoloji, psikoloji gibi diğer alanlarla ilişkisi göz ardı edilmemelidir. Son olarak, eğitim ve sektör arasında kurulacak ilişkilerde sektöre sanatın moda için önemi vurgulanmalıdır.

## KAYNAKLAR

- Aage, T. ve Belussi, F. (2008), "From Fashion to Design: Creative Networks in Industrial Districts", *Industry and Innovation*, **15**(5), 475-491.
- Adaskina, N. (1987), "Constructivist Fabrics and Dress Design", *The Journal of Decorative and Propaganda Arts*, **5**, 144-159.
- Ades, D. (1985), "Dada and Surrealism", *Concepts of Modern Art* içinde, (Ed.: Stangos, N.), Thames and Hudson, Londra, İngiltere, 110-135.
- Adorno, T. W. ve Horkheimer, M. (2010), *Aydınlanmanın Diyalektiği*, (Çev.: Ülner, N. ve Karadoğan, E. Ö.), Kabalcı Yayınevi, İstanbul.
- Adrover, M. (2012), Miguel Adrover'in Kişisel Web Sitesi, <http://www.migueladrover.com>, erişim: 09.02.2012.
- Anderson, F. (2000), "Museum as Fashion Media", *Fashion Cultures, Theories, Explorations, Analysis* içinde, (Haz.: Bruzzi, S. ve Church Gibson, P.), Routledge, Londra, 371-389.
- Anderson, S., Noobs, K., Wigley, S. M. Ve Larsen, E. (2010), "Collaborative Space: An Exploration of the Form and the Function of Fashion Designer and Architect Partnership", *SCAN, Journal of Media Arts Culture*, **7**(2), 1-8.
- Anonim. (2011a), <http://www.skiffvintageknittingpatterns.co.uk>, erişim: 28.11.2011.
- Anonim. (2011b), <http://www.artst.org>, erişim: 01.04.2011.
- Anonim. (2011c), <http://hubpages.com/hub/biker-leather-jacket>, erişim: 08.06.2011.



- Anonim. (2011d), <http://sarrajeanne.blogspot.com/2010/11/james-luna.html>, erişim: 26.12.2011.
- Anonim. (2012a), <http://www.style.com/fashionshows/review/S2001RTW-IMTATION/>, erişim: 09.02.2012.
- Anonim. (2012b), <http://www.antwerpenopen.be>, erişim 20.02.2012.
- Anonim. (2012c), <http://www.contemporaryfashion.net>, erişim: 25.02.2012.
- Antmen, A. (2008a), *20. Yüzyılda Batı Sanatında Akımlar*, Sel Yayıncılık, İstanbul.
- Antmen, A. (2008b), “Önsöz”, *Sanat/Cinsiyet* içinde, (Haz.: Antmen, A.), İletişim Yayınları, İstanbul, 7.-13.
- Arapoğlu, F. ve Kıranlar, Ö. (2009), “20. Yüzyıl Avangard ve Neo-Avangard Sanat Akımlarında Görülen ‘Kolektif Estetik’ Durumun Analizi”, *İmece 2009, Uluslararası Katılımlı Güzel Sanatlar ve Tasarım Sempozyumu Bildirileri Kitabı* içinde, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 13-19.
- Arnason, H. H. (2003), *History of Modern Art*, Prentice Hall, Inc., New Jersey, A.B.D.
- Arnold, R. (2009), *Fashion, A Very Short Introduction*, Oxford University Press, Oxford, İngiltere.
- Artun, A. (2009), “Kuramda Avangardlar ve Bürger’in Avangard Kuramı”, (Ed.: Artun, A.), *Avangard Kuramı* içinde, İletişim Yayınları, İstanbul, 9-32.

- Aslışen, M. (2006), *Postmodern Süreçte Kitsch Olgusu*, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Resim Anasanat Dalı, İzmir.
- Ayözcan Atalar, B. (2006), *Sanatta 'Mekan'ın Deneyimlenmesi: Yerleştirme (Enstalasyon) Çalışmaları*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Balla, G. (2004), "The Antineutral Dress", *Against Fashion* içinde, (Haz.: Stern, R.), The MIT Press, Londra, İngiltere.
- Barnard, A. (2004), "The Legacy of the Situationist International: The Production of Situations of Creative Resistance", *Capital & Class*, **84**, 103-124.
- Bassett, K. (2004), "Walking as an Aesthetic Practice and a Critical Tool: Some Psychogeographic Experiments", *Journal of Geography in Higher Education*, **23**(3), 397-410.
- Başaran, B. (2007), *Fütürizm'den Siber Punk'a: Yirminci Yüzyıl Sanatında Teknolojinin Değişen Yansıması*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Anabilim Dalı Bilişim Dalı, İstanbul.
- Baudrillard, J. (2009), *Gösterge Ekonomi Politikası Hakkında Bir Eleştiri*, (Çev.: Bilginer, A. ve Adanır, O.), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Barbarosoğlu, F. K. (2002), *Moda ve Zihniyet*, İz Yayıncılık, İstanbul.
- Barnard, M. (2002), *Fashion as Communication*, Routledge, New York, A.B.D.
- Barthes, R. (1977), *Image, Text, Music*, Hill and Wang, New York, A.B.D.

- Barthes, R. (2009), *Göstergebilimsel Serüven*, (Çev.: Rifat, M. ve Rifat, S.), Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Baudelaire, C. (2003), *Modern Hayatın Ressamı*, (Çev.: Berktaş, A.), İletişim Yayınları, İstanbul.
- Baudelaire, C. (1995), *The Painter of Modern Life and Other Essays*, (Çev: Mayne, J.), Phaidon Press, Londra, İngiltere.
- Baudot, F. (1996), *Chanel*, Thames and Hudson, Paris, Fransa.
- Baudot, F. (1997), *Poiret*, Thames and Hudson, Paris, Fransa.
- Baudot, F. (1999), *A Century of Fashion*, Thames and Hudson, Londra, İngiltere.
- Baxbaum, G. (1999), *Icons of Fashion: The 20th Century*, Prestel, Londra, İngiltere.
- Beck, N. (2007), Discussing the 'Uncanny' from Sigmund Freud's Essay "Uncanny" in Relation to Surrealism, GRIN Verlag, Elektronik Makale, erişim: <http://www.grin.com/en/e-book/39643/discussing-the-uncanny-from-sigmund-freud-s-essay-uncanny-in-relation>, erişim: 31.02.2011.
- Best, S. ve Kellner, D. (1991), *Postmodern Theory, Critical Interrogations*, Macmillan Education LTD, Londra, İngiltere.
- Buxbaum, G. (2005), *Icons of Fashion, The 20th Century*, Prestel Verlag, New York, A.B.D.
- Bell, D. (1980), "The Social Framework of the Information Society", *The Information Technology Revolution* içinde, (Ed.: Forester, T.), MIT Press, Cambridge, İngiltere.

- Benjamin, W. (1993), *Pasajlar*, (Çev.: Cemal, A.), Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Blake N. ve Frascina, F. (1993), “Modern Practices of Art and Modernity”, *Modernity and Modernism, French Painting in the Nineteenth Century* içinde, Yale University Press, Londra, İngiltere, 50-140.
- Blumer, H. (1969a), “Fashion: From Class Differentiation to Collective Selection,” *The Sociological Quarterly*, **10**(3), 275–91.
- Boccioni, U., Carra, C., Russolo, L., Balla, G., ve Severini, G. (2001), “Futurist Painting: Technical Manifesto of 1910”, *Futurist Manifestoes* içinde, (Ed.: Apollonio, U.), MFA Publications, Boston, A.B.D.
- Bourdieu, P. ve Delsaut, Y. (1975), “Le Couturier et sa griffe: contribution à une théorie de la magie”, *Actes de la recherche en sciences sociales*, **1**, 21.
- Bourdieu, P. (1986), *Distinction*, (Çev.: Nice, R.), Routledge, London, İngiltere.
- Bourdieu, P. (1993), *The Field of Cultural Production*, Columbia University Press, New York, A.B.D.
- Bowness, A. (1972), *Modern European Art*, Thames and Hudson, Londra, İngiltere.
- Braun, E. (1995), “Three Manifestoes”, *Art Journal*, **54**(1), 34-41.
- Brenninkmeyer, I. (1963), *The Sociology of Fashion*, Westdeutscher Verlag, Köln-Opladen, Almanya.
- Breward, C. (1994), *The Culture of Fashion*, Manchester University Press, Manchester, İngiltere.
- Breward, C. (2003), *Fashion*, Oxford University Press, Oxford, İngiltere.

- Butterick, M. (2011), butterick.mccall.com, erişim: 26.01.2011.
- Calinescu, M. (1987), *Five Faces of Modernity*, Duke University Press, Durham, A.B.D.
- Campbell, C. (1989), *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*, Basil Blackwell, Oxford, İngiltere.
- Castells, M. (1996), *The Rise of the Network Society*, Blackwell Publishing, New York, A.B.D.
- Cawthorne, N. (1998), “The House of Worth – Fathers of Couture”, *Key Moments in Fashion* içinde, (Ed.: Husain, H.), Hamlyn, Londra, İngiltere, 8-17.
- Champsaur, F. B. (2004), “French Fashion during the First World War”, *Business and Economic History*, **2**, 1-15.
- Chalayan, H. (2012), Hussein Chalayan’ın Kişisel Web Sitesi, <http://www.husseinchalayan.com>, erişim: 05.02.2012.
- Christo ve Jeanne-Claude. (2012), Christo & Jeanne Claude Resmi Web Sitesi, <http://www.christojeanneclaude.net>, erişim: 29.01.2012.
- Clark, J. (1998), “Kinetic Beauty: the Theatre of the 1920s”, *Addressing the Century, 100 Years of Art and Fashion* içinde, Hayward Gallery Publishing, Londra, İngiltere, 79-87.
- Clark, T. J., (1992), “The Painting of Modern Life”, *Art in Modern Culture, An Anthology of Critical Texts*, (Ed.: Frascina, F. Ve Harris, J.), Phaidon Press, Londra, İngiltere, 40-51.

- Clifford, M. (2003), "Working with Fashion: The Role of Art, Taste and Consumerism in Women's Professional Culture, 1920-1940", *American Studies*, **44**(1-2), 59.84.
- Conde Nast Store. (2011), <http://www.condenaststore.com>, erişim: 28.11.2011.
- Coleman, E. A. (1989), "The Opulent Era: Fashions of Worth, Doucet and Pingat", *Sergi Katalogu* içinde, Brooklyn Müzesi, New York, A.B.D.
- Conley, K. (1996), *Automatic Woman, The Representation of Woman in Surrealism*, Univerity of Nebraska Press, Nebraska, A.B.D.
- Conner, S. (1989), *Postmodern Culture*, Basil Blackwell, Oxford, İngiltere.
- Connor, S. (2005), *Postmodernist Kültür*, (Çev.: Şahiner, D.) Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Cox, N. (2000), *Cubism*, Phaidon, Londra, İngiltere.
- Crane, D. (2003), *Moda ve Gündemleri*, (Çev: Çelik, Ö.), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Crane, D. (2008), "Fashion and Art: unravelling a complex relationship", *Fashion and Art Conference Bildirileri*, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano, İtalya.
- Danto, A. C. (2010), *Sanatın Sonundan Sonra*, (Çev.: Demirsü, Z.), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Davis, F. (1997), *Moda, Kültür ve Kimlik*, (Çev: Arıkan, Ö.), Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

- Debord, G. (2004), “Situasyonist Tanımlar”, (Çev.: Gürbilek, N.), *art-ist*, **1**, 278-279.
- Debord, G. (2011), “Situasyonist Enternasyonel’den Yazılar”, *Sanat ve Kuram* içinde, (Haz.: Harrison, C. ve Wood, P.), (Çev.: Gürses, S.), Küre Yayınları, İstanbul, 743-750.
- de la Haye, A. (2006), “Vogue & the V&A Vitrine”, *Fashion Theory*, **10**(1/2), 127-152.
- Delbourg-Delphis, M. (1981), *Le Chic et le Look: Historie de la Mode Feminine et des Moeurs de 1850 a nos Jours*, Hachette, Paris, Fransa.
- Dell’ara, C. (2010), “Art for Business: Creating Competitive Advantage through Cultural Projects”, *Industry and Innovation*, **17**(1), 71-89.
- Britt, D. (1999), *Modern Art*, Thames & Hudson, Londra, İngiltere.
- Derrida, J. (1973), *Speech and Phenomena, and Other Essays on Husserl’s Theory of Signs*, Northwestern University Press, Evanston, A.B.D.
- Derrida, J. (1999), “Japon Bir Dosta Mektup”, (Çev.: Atıcı, M. ve Omay, M.) *Toplumbilim Dergisi*, **10**, 185.
- De Oliveira, N., Oxley, N. ve Petry, M. (1996), *Installation Art*, Thames and Hudson, Londra, İngiltere.
- De Vries, J. (1975), “Peasant demand patterns and economic development: Friesland, 1550-1750”, *European Peasants and their Markets: Essays in Agrarian Economic History* içinde. (Ed.: Parker, W. N. ve Jones, E. L.), Princeton, Princeton University Press, A.B.D.

- Dölen, E. (1992), *Tekstil Tarihi*, Marmara Üniversitesi Teknik Eğitim Fakültesi Yayınları, İstanbul.
- Drucker, P. F. (1957), *Landmarks of Tomorrow*, Harper & Row, New York, A.B.D.
- Duggan, G. G. (2001), “The Greatest Show on Earth: A Look at Contemporary Fashion Shows and Their Relations to Performance Art”, *Fashion Theory*, 5(3), 243-270.
- Durkheim, E. (1951), *Suicide*, (Çev.: Spaulding, J.A. ve Simpson, G.), Free Press, Illinois, A.B.D.
- Eceiza, L. (2010), *Atlas of Fashion Designers*, Rockport Publishers, Beverly, A.B.D.
- Eco, U. (2006), *Güzelliğin Tarihi*, (Çev.: Uysal, A., Uysal, A. Yılmazcan, B., Arslan, D., Akbaş, E. N., Kağan, K. Ve Çelik, Ö.), Doğan Kitap, İstanbul.
- Edwards, T. (2000), *Contradictions of Consumption*, Open University Press, Philadelphia, A.B.D.
- Elgar, D. (1994), *Expressionism*, Taschen, Köln, Almanya.
- Elias, N. (1978), *The History of Manners: The Civilizing Process*, Pantheon, New York, A.B.D.
- Entwistle, J. (2003), *The Fashioned Body*, Polity Press, Cambridge, İngiltere.
- Er, A. (2010), “Tasarım Ekonomi Politğine Giriş: Türkiye’de Endüstriyel Tasarımın Tarihsel Dinamiklerini Anlamak,” *Uluslararası İstanbul Tasarım Sempozyumu*, Kadir Has Üniversitesi, İstanbul.



- Evans, C. (2005), “No Man’s Land”, *Hussein Chalayan* içinde, (Ed.: Van Twist, K.), Nai Publishers, Groninger, Hollanda, 8-15.
- Featherstone, M. (2005), *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*, (Çev.: Küçük, M.) Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Feist, P. H. (1995), *French Impressionism*, Benedikt Taschen, Köln, Almanya.
- Fer, B. (1993), “Introduction”, *Modernity and Modernism, French Painting in the Nineteenth Century* içinde, Yale University Press, London, İngiltere, 3-49.
- Fiedler, L. (1971), *The Collected Essays of Leslie Fiedler*, Stein and Day, New York, A.B.D.
- Fischer, E. (1985), *Sanatın Gerekliliği*, (Çev.: Çapan, C.), Kuzey Yayınları, Ankara.
- Foster, H. (2011), *Zoraki Güzellik*, (Çev.: Kaptan, Ş.), Ayrıntı Yayınevi, İstanbul.
- Foucault, M. (2000), *Hapishanenin Doğuşu*, (Çev.: Kılıçbay, M. A.), İmge Kitabevi, Ankara.
- Frankel, S. (1997), “The Real McQueen”, *Independent Magazine*, Eylül, 6-15.
- Freeland, C. (2008), *Sanat Kuramı*, (Çev.: Demir, F.), Dost Kitapevi, Ankara.
- Fry, E. F. (1978), *Cubism*, Thames and Hudson, Londra, İngiltere.
- Garvey, E. G. (1996), *The Adman in the Polar: Magazines and the Gendering of Consumer Culture*, Oxford University Press, New York, A.B.D.
- Gerçek, M. (2006), *Fransız Devrimi’nden İtibaren, Sanayi Devrimi, I. ve II. Dünya Savaşları ve Sovyet Devrimi’nin Avrupa Kadın Giyimi Üzerindeki*

*Etkileri*, Yüksek Lisans Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Gill, A. (2007), “Deconstruction Fashion, the Making of Unfinished, Decomposing and Re-assembled Clothes”, *Fashion Theory* içinde, (Ed.: Barnard, M.), Routledge, New York, A.B.D.

Goldberg, R. L. (1988), *Performance Art, From Futurism to the Present*, Harry N. Abrams, Inc., New York, A. B. D.

Golding, J. (1985), “Cubism”, *Concepts of Modern Art* içinde, (Ed.: Stangos, N.), Thames and Hudson, Londra, İngiltere.

Gombirch, E. H. (2004), *Sanatın Öyküsü*, (Çev.: Erduran, E. ve Erduran, Ö.), Remzi Kitabevi, İstanbul.

Gottdiener, M. (2005), *Postmodern Göstergeler*, (Çev.: Cengiz, E., Gür, H., Nur, A.), İmge Kitabevi, Ankara.

Gouma-Peterson, T. Ve Mathews, P. (2008), “Sanat Tarihinin Feminist Eleştirisi”, *Sanat Cinsiyet* içinde, (Ed.: Antmen, A.), İletişim Yayınları, İstanbul, 13-75.

Green, N. L. (1994), “Art and Industry: The Language of Modernization in the Production of Fashion”, *French Historical Studies*, **18**(3), 722-748.

Greenblatt, S. (1980), *Rensissance Self-Fashioning: A Visual Survey of Costume from Ancient Times*, University of Chicago Press, Chicago, A.B.D.

Greenberg, C. (1961), “Abstract, Reprsentational and So Forth”, *Art and Culture: Critical Essays* içinde, Beacon Press, Boston, A.B.D., 133-138.

- Greenberg, C. (1986), "Avant-Garde and Kitsch", *The Collected Essays and Criticism, Volume I: Perceptions and Judgements, 1939-1944* içinde, (Ed.: O'Brian, J.), University of Chicago Press, Chicago, A.B.D.
- Greenberg, C. (2011), "Daha Yeni Bir Laokoon'a Doğru", *Sanat ve Kuram 1900-2000* içinde, (Haz: Harrison, C. ve Wood, P.), (Çev.: Gürses, S.), Küre Yayınları, İstanbul, 601-607.
- Green-Withrow, B. (2008), *How Does Your Fashion Show, Show?*, PSFI Association, Canton, A.B.D.
- Güneş, C. D. (2004), "Jacques Derrida'da Yapıbozum ve İz İlişkisi Üzerine", *Felsefe Dünyası*, **40**, 136-147.
- Hart, K. (2004), *A Beginner's Guide, Postmodernism*, Oneworld Publications, Oxford, İngiltere.
- Harvey, D. (1989), *The Conditions of Postmodernity*, Blackwell Publishing, Oxford, İngiltere.
- Harvey, D. (1997), *Postmoderlinğin Durumu*, (Çev.: Savran, S.), Metis Yayınları, İstanbul.
- Hassan, I. (1987), *The Postmodern Turn: Essays in Postmodern Theory and Culture*, Columbus, A.B.D.
- Hiramitsu, C. (2005), "Japanese Tradition in Issey Miyake", *Design Discourse*, **1**(1), 35-43.
- Hobsbawn, E. (2003a), *Devrim Çağı, 1789-1848*, (Çev: Şener, B. S.), Dost Kitabevi, Ankara.

- Hobsbawn, E. (2003b), *Sermaye Çağı, 1848-1875*, (Çev.: Şener, B. S.), Dost Kitabevi, Ankara.
- Husseyin, A. (1994), "Postmodernin Haritasını Yapmak", (Çev.: Küçük, M.), *Modernite versus Postmodernite* içinde, (Haz.: Küçük, M.), Vadi Yayınları, Ankara, 127-130.
- Iversen, M. (2004), "Readymade, Found Object, Photograph", *Art Journal*, **63**(2), 44-57.
- Jackson, T. (2007), "The process of trend development leading to a fashion season," *Fashion marketing* (Ed: Hines, T., Bruce, M.) içinde, Burlington, Elsevier Ltd, 168-187.
- Jameson, F. (1984), "Postmodernism, or the Cultural Logic of Late Capitalism", *New Left Review*, 146, 53-93.
- Jameson, F. (2005), *Kültürel Dönemeç*, (Çev.: İnal, K.), Dost Kitabevi, Ankara.
- Jappe, A. (2004), "Situasyonistler Son Avangard Mıydı?", (Çev.: Gürses, S.), *artist*, **1**(1), 30-39.
- Jencks, C. (1987a), *What is Postmodernism?*, St. Martin's Press, Londra, İngiltere.
- Jencks, C. (1987b), *The Post-Avant-Garde: Painting in the Eighties*, Academy Editions, Londra, İngiltere.
- Johnson, A. (2008), "£300m: Fashion king's art collection in sale of century", <http://www.independent.co.uk/life-style/fashion/news/163300m-fashion-kings-art-collection-in-sale-of-century-866479.html>, erişim: 03.06.2011.

- Jones, A. (1995), "Clothes Make the Man: The Male Artist as a Performative Function", *Oxford Art Journal*, **18**(2), 18-32.
- Kadıoğlu, S. (2005), *20. Yüzyıl ve Kadın, Batı Ülkelerinde Kadın Hareketi*, Gri Yayınevi, İstanbul.
- Kandemir, B. (2007), *20. Yüzyıl Resminde Müziğin Etkisi ve Bu Etkilenmenin, Klee ve Kandinsky Odaklı Biçimsel İncelemesi*, Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sanat Anabilim Dalı, Eskişehir.
- Katsaros, L. A. (2010), Armherst College Web Sayfası, <https://www.amherst.edu>, erişim. 04.04.2011.
- Kawamura, Y. (2004), *The Japanese Revolution in Paris Fashion*, Berg, New York, A.B.D.
- Kawamura, Y. (2005), *Fashion-ology*, Berg, New York, A.B.D.
- Kellogg, A. T., Peterson, A. T., Bay, S. ve Swindell, N., *An Encyclopedia of Nineteenth –and Twentieth-Century Fashion Designers and Retailers Who Transformed Dress*, Greenwood Press, Londra, İngiltere.
- Khan, N. (2000), "Catwalk Politics", *Fashion Cultures, Theories, Explorations and Analysis*, (Ed.: Bruzzi, S. ve Church Gibson, P.), Rutledge, Londra, İngiltere.
- Kılıç, L. (2008), *Fotoğraf ve Sinemanın Toplumsal Tarihi*, Dost Kitabevi Yayınları, Ankara.
- King, C. W. ve Ring, L. J. (1980), "The dynamics of style and taste adoption and diffusion: contributions and fashion theory," *Advance in Consumer Research*, **7**(1), 13-16.

- Klaver, M. (2010), "Fashion Cities and the Urban Regime Theory", Yüksek Lisans Tezi, Tilburg University, Faculty of Social and Behavioural Sciences, Master Leisure Studies, Tilburg, Hollanda.
- Koda, H. (2001), *Extreme Beauty*, Metropolitan Museum of Art, New York, A.B.D.
- Koolhaas, R. (2001), "Prada Epicenter in New York", <http://oma.eu/projects/2001/prada-new-york>, erişim: 06.05.2012.
- Kristin, K. (2010), *Genius of a Generation*, A&C Black Publishers, Londra, İngiltere.
- Kumar, K. (2005), *From Post-Industrial to Post-Modern Society*, Blackwell Publishing, Oxford, İngiltere.
- Lanforgue, J. (1998), "Impressionism", *Art in Theory: 1815-1900, An Anthology of Changing Ideas* içinde, (Ed.: Harrison, C., Wood, P. ve Gaiger, J.), Wiley-Blackwell, A.B.D.
- Lehmann, U. (1998), "Stripping Her Bare: the Mannequin in Surrealism", *Addressing the Century, 100 Years of Art & Fashion* içinde, Hayward Gallery Publishing, Londra, İngiltere.
- Leopold, E. (1993), "The Manufacture of the Fashion System," *Chic Thrills: A Fashion Reader* (Ed: Ash, j., Wilson, E.) içinde, University of California Press, Berkeley, A.B.D.
- Long, R. (2011), Richard Long'un Kişisel Web Sitesi, [www.richardlong.org](http://www.richardlong.org), erişim: 24.12.2011).

- Lindgren, M. (2011), *The Perception of Fashion: Alexander McQueen: A Case Study of the Subjective Perceptual Experience Offive Alexander McQueen Fashion Shows*, Yüksekisans Tezi, Stocholm Üniversitesi, İnsanbilimleri Anabilim Dalı, Moda Çalışmaları Merkezi, Stockholm, İsviçre.
- Lipovetsky, G. (1994), *The Empire of Fashion: Dressing Modern Democracy*, (Çev.: Porter, C.), Priceton University Press, New Jersey, A.B.D.
- Little Black Dress Magazine. (2011), <http://littleblackdressmagazine.com/current/>, erişim: 05.11.2011.
- Lobo, H., Giammalvo, G. ve Quinn, R. (2003), “Prada Epicenter, Newyork”, *The Arup Journal*, **1**, 21-24.
- Lyon, D. (2000), “Post-modernity”, *Understanding Contemprory Society* içinde, (Ed.: Browning, G., Halcli, A. ve Webster, F.), Sage Publications, Londra, İngiltere, 221-237.
- Lytard, J. F. (2000), *Postmodern Durum*, (Çev.: Çiğdem, A.), Vadi Yayınları, Ankara.
- Lyton, N. (2004), *Modern Sanatın Öyküsü*, (Çev.: Çapan, C. ve Öziş, S.), Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Lyton, N. (1985), “Futurism”, *Concepts of Modern Art içinde*, (Ed.: Stangos, N.), Thames and Hudson, Londra, İngiltere, 97-105.
- Marinetti, F. T. (1992), “Foundation and Manifesto of Futurism”, *Art in Theory, 1900- 1990, An Anthology of Changing Ideas* içinde, (Ed.: Harrison, C. ve Wood, P.), Blackwell, Oxford, İngiltere, 145-149.
- Martin, R. (1989), *Fashion and Surrealism*, Thames and Hudson, Londra, İngiltere.

- Martin, R. (1999), *Cubism and Fashion*, The Metropolitan Museum of Art, New York, A.B.D.
- Martinez, J. G. (2007), "Selling Avant-garde: How Antwerp Became a Fashion Capital (1990-2002)", *Urban Studies*, **44**(12), 2449-2464.
- McKendrick, N., Brewer, J. ve Plump, J. M. (1982), *The Birth of a Consumer Society: The Commercialization of Eighteen-Century England*, Indiana University Press, Bloomington, İngiltere.
- McNeill, W. H. (2008), *Dünya Tarihi*, (Çev: Şenel, A.), İmge Kitabevi, Ankara.
- Melchoir, M. R. (2011), "Fashion Museology: Identifying and Contesting Fashion in Museums", *Fashion: Exploring Critical Issues Conference Proceedings*, Manfield College, Oxford, İngiltere.
- Menkes, S. (2012), "The Freud of Fashion", The New York Times, [http://www.nytimes.com/2012/02/11/fashion/11iht-rsteele18.html?\\_r=1](http://www.nytimes.com/2012/02/11/fashion/11iht-rsteele18.html?_r=1), erişim: 01.05.2012)
- Metropolitan Museum of Art, the. (2012), Metropolitan Müzesi Resmi Web Sitesi, <http://blog.metmuseum.org/alexandermcqueen/tag/highland-rape/>, erişim: 04.02.2012.
- Milbank, C. R. (1985), *Couture*, Steward, Tabori & Chang, Inc., New York, A.B.D.
- Miyake, I. (2011), [www.isseymiyake.com](http://www.isseymiyake.com), erişim: 01.06.2011.
- Nesbit, M. (1986), "Ready-Made Originals: The Duchamp Model", *October*, 37, 53-64.



- O'Doherty, B. (2010), *Beyaz K p n İçinde, Galeri Mek nının İdeolojisi*, (ev.: Antmen, A.), Sel Yayıncılık, İstanbul.
- Olsen-Rule, N. (2006), "When All that is Solid Melts into Fashion", *Two Papers on Fashion Theory*, Copenhagen Working Papers on Design, Kopenhag, Danimarka, 2-9.
-  zerden, L. K. ve  zer, F. (2006), "Soyut Sanatın Habercileri", *İstanbul Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1), 40-46. ,
- Parlak, S. D. (2006), *Giyim Modasında Gerçeküstücü Yaklaşımlar*, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Tekstil Ana Sanat Dalı, İzmir.
- Pass, V. R. (2011), *Strange Glamour: Fashion and Surrealism in the Years between World Wars*, Doktora Tezi, Rochester Üniversitesi, Görsel ve Kültürel alışmalar Programı, Sanat ve Sanat Tarihi Bölümü, Rochester, New York, A.B.D.
- Paulicelli, E. (2007), "Exhibition Review: *Form Follows Fashion*", *Fashion Theory*, 11(1), 109-114.
- Polhemus, T. Ve Procter, L. (1978), *Fashion and Anti-Fashion: An Antropology of Clothing and Adornment*, Thames and Hudson, Londra, İngiltere.
- Polhemus, T. (1997), *Streetstyle from Sidewalk to Catwalk*, Thames and Hudson, Londra, İngiltere.
- Polhemus, T. (2005), "The Postmodern Designer", *Hussein Chalayan*, (Ed.: Van Twist, K.), Nai Publishers, Groninger, Hollanda.
- Portas, M. (1999), *Windows: The Art of Detail Display*, Thames & Hudson, Londra, İngiltere.

- Ramazan, Y. (1999), *Cemaatin Dönüşümü (Geç Modern Dönemde Cemaat Sosyolojisi)*, Vadi Yayınları, Ankara.
- Red or Dead. (2012), Red or Dead Kurumsal Web Sitesi, <http://www.redordead.com/our-story>, erişim: 09.02.2012.
- Reed, C. (1994), "Postmodernism and the Art of Identity", *Concepts of Modern Art* içinde, (Haz.: Stangos, N.), Thames and Hundson, Londra, İngiltere, 271-293.
- Riello, G. (2011), "The Object of Fashion: Methodological Approaches to the History of Fashion", *Journal of Aesthetics & Culture*, **3**, <http://www.aestheticsandculture.net/index.php/jac/article/view/8865/12789>, Erişim: 01 May. 2012.
- Rifat, M. (1996), *Göstergebilimcinin Kitabı*, Düzlem Yayınları, İstanbul.
- Risatti, H. (2007), *A Theory of Craft, Function and Aethetic Expression*, The University of North Carolina Press, Chapel Hill, A.B.D.
- Roach-Higgins, M. E ve Eicher, J. (1973), *The Visible Self: Perspectives on Dress*, Prentice-Hall, New Jersey, A.B.D.
- Roach-Higgins, M. E. ve Musa, K. E. (1980), *New Perspectives on the History of Western Dress*, NutriGuides, New York, A.B.D.
- Rosenberg, B. ve White, D. (1957), *Mass Culture*, The Free Press, Glencoe, A.B.D.
- Rosenthal, M. (2003), *Understanding Installation Art*, Prestel, New York, A.B.D.
- Russell, J. (1981), *The Meanings of Modern Art*, Thames and Hudson, Londra, İngiltere.

- Ryan, N. (2007), "Prada and the Art of Patronage", *Fashion Theory*, **11**(1), 7-24.
- Sassatelli, R. (2007), *Comsumer Culture*, Sage Publications, London, İngiltere.
- Sarvas R. ve Frohlich, D. M. (2011), *From Snapshots to Social Media – The Changing Picture of Domestic Photography*, Springer, Londra, İngiltere.
- Scarinci, I. (2008), "The Prada Foundation Gets a New Venue", *Arcadja*: <http://www.arcadja.com/artmagazine/en/2008/05/27/the-prada-foundation-gets-a-new-venue/>, erişim: 05.05.2012.
- Shiner, L. (2004), *Sanatın İcadı*, (Çev.: Türkmen, İ.), Ayrıntı Yayınevi, İstanbul.
- Simmel, G. (2003), "Moda felsefesi" (Çev: Bora, T.), *Modern Kültürde Çatışma* içinde, İletişim Yayınları, İstanbul, 103-134.
- Sproles, G. B. (1981), "Analyzing Fashion Life Cycles: Principles and Perspectives," *The Journal of Marketing*, **45**(4), 116-124.
- Steele, V. (2005), *Encyclopedia of Clothing and Fashion*, Thomson Gale, New York, A.B.D.
- Steele, V. (2008), "Museum Quality: The Rise of the Fashion Exhibition", *Fashion Theory*, **12**(1), 7-30.
- Stepanova, V. (2004[1923]), "Present Day Dress – Production Clothing", *Against Fashion Clothing as Art, 1850-1930* içinde, (Haz.: Stern, R.), The MIT Press, Londra, İngiltere, 172-173.
- Stylehog. (2011), <http://www.stylehog.com/wonderland-of-wearability-at-comme-des-garcons-fall-2009/>, erişim: 29.05.2011.

- Süzen, H. N. (2010), “Sanatta Disiplinlerarası Bir Yaklaşım: Enstalasyon Sanatı ve Genco Gülen Örnekleme”, *Gazi Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, **6**, 147-162.
- Svendsen, L. (2008), “Moda ve Sanat”, *Sanat Dünyamız*, 107, 87-109.
- Şan, M. K. ve Hira, İ. (2004), “Modernlik ve Postmodernlik Bağlamında Tüketim Toplumu Kuramları”, *Bilgi Dergisi*, **8**, 1-23.
- Tan, P. (2010), “Prada Transformer Gerçekten Dönüşüyor Mu?”, *Yeni Mimar*, **77**, <http://yenimimar.com/index.php?action=displayArticle&ID=934>, erişim: 10.05.2012.
- Tanilli, S. (2006), *Uygarlık Tarihi*, Alkım Kitabevi, İstanbul.
- Tashjian, D. (1995), *A Boatload of Madman: Surrealism and the American Avant-Garde, 1920-1950*, Thamen and Hudson, New York, A.B.D.
- Taylor, B. (2005), *Contemporary Art, Art Since 1970*, Pearson Education, Inc., Londra, İngiltere.
- Taylor, M. (2005), Culture Transation: Fashion’s Cultural Dialogue between Commerce and Art”, *Fashion Theory*, **4**, 445-460.
- TDK. (2011), Türk Dil Kurumu Resmi Web Sitesi, erişim: 14.01.2011.
- Tönnies, F. (1988), *Community & Society*, (Çev.: Loomis, C. P.), Transaction Books, Oxford, İngiltere.
- Trachtenberg, A. (1982), *The Incorporation of America: Culture and Society in the Gilded Age*, Hill & Wang, New York, A.B.D.

Troy, N. J. (2003), *Couture Culture*, The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, A.B.D.

Tunalı, İ. (2010), *Estetik*, Remzi Kitabevi, İstanbul.

Tzara, T. (2004), *Dada Manifestoları*, (Çev.: Gökteke, E.), Norgunk Yayınları, İstanbul.

Uçarol, R. (2000), *Siyasi Tarih 1789-1999*, Filiz Kitabevi, İstanbul.

Van Twist, K. (2005), "Foreward", *Hussein Chalayan* içinde, (Ed.: Van Twist, K.), Nai Publishers, Groningen, Hollanda.

Veblen, T. (2005), *Aylak Sınıfın Teorisi*, (Çev.: Atay, C. ve Gültekin, Z.), Babil Yayıncılık, Ankara.

Verbergt, B. (2001), *The Making of Mode2001 Landed-Geland*, Merz, Antwerpen Open VZW, Antwerp, Belçika.

Vinken, B. (2005), *Fashion Zeitgeist*, (Çev.: Hewson, M.), Berg, New York, A.B.D.

V&A Museum. (2011), <http://collections.vam.ac.uk>, erişim: 08.06.2011.

Waquet, D. ve Laporte, M. (2011), *Moda*, Dost Kitabevi, Ankara.

Wikipedia. (2011a), [en.wikipedia.org/wiki/File:Kandinsky\\_WWI.jpg](http://en.wikipedia.org/wiki/File:Kandinsky_WWI.jpg), erişim: 24.03.2011.

Wikipedia. (2001b), [en.wikipedia.org/wiki/File:\\_Butterick\\_from\\_US1313496.gif](http://en.wikipedia.org/wiki/File:_Butterick_from_US1313496.gif), erişim: 02.11.2011.

Wikipedia. (2011c),

[http://en.wikipedia.org/wiki/File:LED\\_dress\\_by\\_Chalayan.jpg](http://en.wikipedia.org/wiki/File:LED_dress_by_Chalayan.jpg), erişim:  
04.04.2011.

Wilson, E. (1985), *Adorned in Dreams: Fashion and Modernity*, Virago, Londra, İngiltere.

Worringer, W. (1985), *Soyutlama ve Özdeşleyim*, (Çev.: Tunalı, İ.), Remzi Kitabevi, İstanbul.

Yamaner, G. (2007), *Postmodernizm ve Sanat*, Algı Yayınları, Ankara.

Yılmaz, M. (2006), *Modernizmden Postmodernizme Sanat*, Ütopya Yayınevi, Ankara.