

**T.C.**

**HALIÇ ÜNİVERSİTESİ**

**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**FOTOĞRAF ve VİDEO ANASANAT DALI**

**MODA FOTOĞRAFINDA KURGU**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Hazırlayan**

**EMRAH NİHAT EREL**

**Tez Danışmanı**

**Prof.Dr. YUSUF MURAT ŞEN**

**Eylül 2010**

**İSTANBUL**

## ÖNSÖZ

Moda, “değişiklik gereksinimi veya süslenme özentisiyle toplum yaşamına giren geçici yenilik; belirli bir süre etkin olan toplumsal beğeni, bir şeye karşı gösterilen aşırı düşkünlük; geçici olarak yeniliğe ve toplumsal beğeniye uygun olan; giyim, ev, konuşma, sanat, dinlenme, eğlenme gibi kimi ekin öğelerinin biçiminde (çoğunlukla bu biçimin ayrıntılarında) sık sık ortaya çıkan kısa süreli ve toplum ya da küme içinde az çok onay görüp izlenen değişiklikler.”<sup>1</sup> olarak tanımlanmaktadır.

Tanımdan da anlaşılacağı üzere ve modanın anlam daralmasına uğradığı ve daha çok giyimle ilgili kullanıldığı düşünülürse modaya ilişkin, bir toplumda bir dönem için ön plana çıkan giyim tarzı demek çok da yanlış olmayacaktır. İnsanların geneli modayı “kendine yakışanı giyme” olarak adlandırırsa da insanlar her zaman bunun izleyicisi olmamış, özellikle üretici firmaların bu sezonun modası diye öne sürdüğünü kabul etmiş ve bunun izleyicisi olmuştur.

Modanın belirli bir süre etkin olması yani değişkenliği ve tekstilin reklam sektörüne yaptığı yatırım, modada sürekli bir arayışın olmasına neden olmuştur. Bu arayıştan doğan sancuları giderebilmek adına yapılan çalışmalar moda fotoğrafçılığının yaygınlaşması ve bir sektör haline dönüşmesi olarak karşılık bulmuştur.

Dünyada moda fotoğrafçılığının diri tutulabilmesi için değişik kurgular ortaya çıkmış ve her geçen gün de olumlu yönde değişim, gelişim göstermiştir. Türkiye’de ise bu durum Osmanlı döneminde, Cumhuriyet döneminde değişik şekillerde biçimlenmiştir. Ancak en büyük gelişim 1980 sonrasında görülmeye başlamıştır. Batıda büyük ilgi duyulan moda fotoğrafçılığının Türkiye’de hangi koşullarda geliştiği, 1980’e kadar neler yaşandığı, özellikle 1980’de yaşanan değişimlerden nasıl etkilendiği ve bu dönemde moda fotoğrafçılığında ortaya koyulan kurgunun nasıl olduğu çalışmamızın konusudur. Çünkü 1980 dönemiyle birlikte –her konuda olduğu gibi- giyim artık ihtiyaçtan çıkıp tüketim nesnesine dönüşmüştür. Bu nedenle moda konusunda sosyologlar da sürekli araştırmalar yapmışlardır.

Moda denilince aslında insanların genelinin aklına kadınlar gelir ancak modanın fotoğrafçılıkla birleştiği noktada hele bir de buna anlam eklenince biz de bu çalışmanın çok keyifli olacağı inancına sahip olduk. Çünkü yaşamdaki her nesnenin bir öyküsü, kurgusu olduğuna yönelik düşüncemizin, modada ve bunun fotoğraflarında kazandığı anlamı merak ettik ve çalışmaya değer bulduk. Bu nedenle bu çalışmamızda moda fotoğrafçılığının tarihçesinden, dünyadaki moda fotoğrafçılığında özellikle de Türkiye’deki moda fotoğrafçılığının gelişmesinden söz ederek bu alanda bizden sonra da çalışacaklara ve Türk moda fotoğrafçılığına katkıda bulunmak istedik.

Bu konuda fotoğrafçılığa ilgi duymamı sağlayan ve bu konuda emeklerini esirgemeyen hocalarım; Prof. Yusuf Murat ŞEN’ e, Prof. Güler ERTAN’ a, Yrd. Doç. Bülent ERUTKU’ ya, Yrd. Doç. Ozan BİLGİSEREN’ e, Ömer ARAKON’ a ve de bu konu ile alakalı bana her zaman destek olmuş, fotoğrafçı ağabeyim Yusuf EROĞLU’ na teşekkürü bir borç bilirim.

**Emrah Nihat EREL**

<sup>1</sup> www.tdkterim.gov.tr/bts/?kategori=verilst&kelime=moda&ayn=tam

## İÇİNDEKİLER

	<b>Sayfa No</b>
<b>ÖNSÖZ</b> .....	<b>II</b>
<b>ÖZET</b> .....	<b>IV</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>VI</b>
<b>1. MODA VE MODANIN TARİHÇESİ</b>	
1. 1. Moda .....	8
1. 2. Modanın Tarihçesi .....	9
1. 3. Türkiye’de Moda .....	12
<b>2. MODA FOTOĞRAFI VE MODA FOTOĞRAFÇILIĞI</b>	
2.1. Moda Fotoğrafı.....	19
2.2. Moda Fotoğrafının Tarihi .....	20
2.3. Dünyada Moda Fotoğrafçılığının Gelişimi .....	21
2.4. Türkiye’de Moda Fotoğrafçılığının Gelişimi.....	28
2.4.1. 1923–1980 Yılları Arasında Türkiye’de Moda Fotoğrafçılığı .....	29
2.4.2. 1980 Sonrası Türkiye’de Moda Fotoğrafçılığı.....	33
<b>3. MODA FOTOĞRAFÇILIĞINDA KURGU</b>	
3.1. Kurgu ve Fotoğraftaki Genel Kullanımı.....	37
3.2. 1980 Sonrası Türk Moda Fotoğrafçılığında İşlenen Kurgular	39
3.3. 1980 Sonrası Dünya Moda Fotoğrafçılığında İşlenen Kurgular	48
3.4. Türk Moda Fotoğrafçıları .....	72
Sedef Delen .....	72
Hasan Hüseyin .....	74
Lara Sayılğan .....	77
Nihat Odabaşı .....	80
Koray Birand .....	83
Tamer Yılmaz .....	86
Akif Hakan Çelebi .....	89
Bennu Gere de .....	91
<b>SONUÇ</b> .....	<b>95</b>
<b>KAYNAKÇA</b> .....	<b>98</b>
<b>ÖZGEÇMİŞ</b> .....	<b>101</b>

## GENEL BİLGİLER

Adı ve Soyadı : Emrah Nihat Erel  
Anasanat Dalı : Fotoğraf ve Video  
Programı : Fotoğraf ve Video  
Tez Danışmanı : Prof. Yusuf Murat Şen  
Tez Türü ve Tarihi : Yüksek Lisans – Eylül 2010

### Moda Fotoğrafında Kurgu

## ÖZET

İnsanoğlunun yaratılış olarak sosyal bir varlık olması, duygu ve düşüncelerini başkalarına anlatma gereksinimini beraberinde getirmiştir. Bu nedenle duygu ve düşüncelerini aktaracak araçları üretmiş, bunlardan yardım almıştır. Bu araçların başında bir yüzey üzerine –özellikle mağara duvarlarına- yaptığı çizimler yer almaktadır. Zaman içinde bu gereksinim bir sanat halini almış ve resim sanatı ortaya çıkmıştır. Ancak ressamların gerçeği daha iyi yansıtan resimler çizme çabaları ve bu yönde yaptıkları araştırmalar, dış görüntünün bir düzlem üzerine yansımaları sağlamış ve böylece fotoğraf, fotoğrafçılık ortaya çıkmıştır. Fotoğraf tarih sahnesine ilk olarak böyle adım atmış ancak günümüze baktığımızda doğa fotoğrafçılığı, sahne fotoğrafçılığı, kızılötesi fotoğrafçılığı, moda fotoğrafçılığı, savaş fotoğrafçılığı... gibi kollara ayrılmış ve gelişim göstermiştir. Bunların içinde reklam sektörünün bu denli gelişmesi ve insanların modaya olan ilgisi fotoğrafın özellikle moda için vazgeçilmez bir boyuta ulaşmasını sağlamıştır.

Moda günümüzde kadın olsun erkek olsun çocuk ya da yaşlı fark etmeksizin herkesi etkisi altına almıştır. İnsanların aksini iddia etmelerine rağmen çevrede görülen tek tipleşmiş kişilerin varlığı, aslında modadan ne kadar etkilenildiğinin kanıtıdır. Modanın güncel bir olay olması çok hızlı değişmesine neden olmakta ve bu hızlı değişimden ötürü özellikle kurgulamada değişik temalardan yararlanılmasını gerektirmektedir. Bu da yalnızca fotoğrafçının iyi olmasından ziyade iyi bir ekibin olmasına dayanmaktadır.

Sektörde öne çıkmış olan üretici firmalar da bunun bilincindedir ki satışlarını artırmak ve piyasadaki yerlerini koruyabilmek adına her dönem kataloglarında ilanlarında ya da mağazalarının vitrinlerinde birbirinden ilgi çekici fotoğraflar kullanmaya çalışmışlardır. Aslında moda fotoğrafçılığının temelini bu oluşturmamaktadır. Geçmişte fotoğrafçıların,

zengin ve aristokratların aileleri için yaptıkları albümlere, kişilerin şık giyimli fotoğraflarını çekmeleri sonucunda ortaya çıkmıştır. Ancak yukarıda da belirttiğimiz gibi sektörün kalabalıklığı ve rekabetten kaynaklanan ticarî kaygılar, moda fotoğrafçılığının da kendi içinde arayışlara yönelmesine neden olmuştur. Bu da beraberinde değişik kurgu ve kompozisyonların oluşturulmasını sağlamıştır. Bu nedenle bu konuda zaman zaman ölüm, şiddet, zaman zaman erotizm, kimi zamansa aşkın kurgulandığı ve vurgulandığı kompozisyonlarda fotoğraflar çekilmiş dönemin ülkeye yaşattıkları bunda belirleyici rol üstlenmiştir. Dünyada moda fotoğrafçılığı 1900'lü yıllardan bu yana rağbet görmüş Türkiye'de ise yeni yeni gelişmeye başlamıştır.

Türkiye'de İslamî inanıştan ötürü fotoğrafın günah olduğu düşüncesi ve araç gerece ulaşma konusunda yaşanan güçlük, geçmişte moda fotoğrafının gelişmesine çok fazla olanak sağlamamıştır.

1980 sonrası Türkiye'de ekonomik koşulların değişmesi, pek çok şeyi olumsuz yönde etkilerken tüketimi artırabilmek adına, reklam sektörlerinin gelişmesine olanak tanımıştır. Böylece Türkiye'de moda fotoğrafçılığı adına bir gelişme başlamış ve özellikle 1990'dan sonra da sektör yön verir konuma geçmiştir. Böylece kollara ayrılmaya başlamış ve kendi içinde tıpkı dünyada olduğu gibi ilgi çekici kompozisyonların, temaların ortaya çıkmasını sağlamıştır. Tamer Yılmaz, Hasan Hüseyin, Şenol Altun, Nihat Odabaşı, Koray Birant gibi isimler kendilerine göre biçem belirlemiş ve dönemlere göre farklı kurgularda fotoğraflar çekmişlerdir.

Ancak bu sanatsal yaratıcılık anlamında sorunlar yaşanmadığı anlamına gelmez. Moda fotoğrafçılığının 1980 dönemiyle birlikte Türkiye'de nasıl bir gelişim sürecine girdiğini aydınlatmak ve bu konuda fotoğrafçıların kurgularından söz etmek amacıyla bu çalışma ortaya çıkarılacaktır. Bu nedenle bundan sonra Türk moda fotoğrafçılığı ile ilgili yapılacak çalışmalara ışık tutmasını dileriz.

**Anahtar Kelimeler:** Moda Fotoğrafı, Kurgu

## GENERAL KNOWLEDGE

Name and Surname : Emrah Nihat Erel  
Field : Photography and Video  
Program : Photography and Video  
Supervisor : Prof. Yusuf Murat Şen  
Degree Awarded and Date : Master – September 2010

### Fiction in Fashion Photography

#### ABSTRACT

The thing which the human beings is a social existence bring in the necessity of feelings and opinions and take an help from this tools. The drawings which the human beings make in surface, especially the wall of cave, exist in the beginning of this tools. This necessity take part in an art in time and the picture art comes out. But the painters' efforts of drawing the pictures which reflects the reality very well and the researchers which the painters make in this provide the outer appearance to reflect the plane and so the photograph and the photography appear. In this way the photography take the first step in history stage , but in today the photography separates the parts like the natural photography , the scene photography , the infrared photography , the fashion photography , the war photography and develop. The advertisement sector grow up so much and the attention of human to the fashion provide the photograph , especially reach the ceaseless dimension.

The fashion effect all of the people who is the women, the men, the child and the old. Although the people claims the opposite, the being of only kind of person who is seen from the environment , in fact the evidence of how we are effected from the fashion. The fashion is a daily event and so this cause the quick changing in fashion and because of this quick changing, the fashion necessitate to benefit from the different thema especially in edition. And this is only based upon the perfect team.

The producer companies which are popular in the sector are also conscious that they try to use the interesting photographs to increase selling and protect their position in the market. In fact; this forms the basis of the fashion photography. The albums which the photographer mad efor the riches' family appear thanks to the photographs which the people take their fashionable photograph. But the commercial anxieties like the crowd in the sector and competition cause the seeking between the fashion photography. And this provide the existence of different watch stems and compositions. And so the the photographs which from time to time the death, the violence, the erotism and sometimes the love are emphasized are taken and the things

which are lived to the country have a determining part in this. The fashion photography have drawn attention since 1880 and it has begun to grow up in Turkey recently.

Due to the Islamic belief in Turkey , the opinion of blame of photograph and the difficulty of reaching the equipment prevent the developing of reaching the fashion photography in past.

While the economic conditions were effecting most things in a negative direction in 1980, it provide to grow up to the advertisement sector to increase the consumption . Thus ,a development begin in the name of the fashion photography and especially after 1990 , the sector began to diret. And so the sector began to seperate parts, and supplied to appear the interesting compositions and themas like all over the world. The people like Tamer Yılmaz , Hasan Hüseyin , Şenol Altun , Nihat Odabaşı Koray Birant determined their own theory and they took the different photos according to the terms. But nevertheless , the problems appeared in mean of artistic creativity.

In the aim of illuminating how a development in the fashion photography along with 1980 in Turkey and talking about the photographers' theory , this study is revealed. And sof rom now on we wishes it light the way for studies which are related to the Turks fashion photography.

**Key Words:** Fashion Photography, Fiction

# 1. MODA VE MODANIN TARİHÇESİ

## 1.1. Moda

Moda terimi kökeni “facio” olan Latince bir sözcüktür. Fransızcaya önceleri “fazon” Ortaçağda “façon”, İngilizceye ise “fashion” diye geçmiş olup dilimizde “yapmak”, “şekil vermek” anlamında kullanılmaktadır. Fransızca kullanımı olan moda (mode) sözcüğü ise güncel olan usul, yöntem veya davranış biçimi demektir.<sup>2</sup> Kimi kaynaklarda ise modanın istatistiksel bir terim olan “mod”dan geldiği düşüncesi mevcuttur. Bu, giyim kuşam dünyasına uyarlandığında ise bir giysi tasarımını hazırlarken yararlanılan aktüel alt yapıya verilen ad olarak karşımıza çıkmaktadır.<sup>3</sup> Random House Sözlüğünde giysi, tarz, yapı; “La Petit Robert” sözlüğünde ise “Belirli bir toplumda uygun görülen ortak zevkler, geçici yaşama, hissetme biçimleri olarak tanımlanmaktadır. Bunları bir noktada buluşturmaya çalışırsak modayı doğuran ana etkenin insanın yeni biçimler ortaya koyma tutkusunu olduğu ortaya çıkacaktır. Bir de modayı farklı açılardan şöyle değerlendirmek moda kavramının neden farklı farklı tanımlandığının sebeplerini gözler önüne serecektir. Moda;

“**Bireysel açıdan:** İnsanların birbirine benzeyerek farklılaştıkları bir oyundur. **Cinsellik açısından:** Görünüşün yenilenmesi yoluyla erotik çekicilik aracıdır. **Ekonomik açıdan:** Gereksiz şeylerin tüketimi, servetin gösteriş amacıyla tüketiminin düzenlenmesidir. **Hiyerarşik açıdan:** İnsanın kendi toplumsal konumunu belirleme, böylece de belirli bir toplumsal sınıfın üyesi olduğunu gösterme aracıdır, çünkü modayı izlemek pahalıdır. **Toplumsal açıdan:** bir toplumun evriminin yansımasıdır. Toplum dönüşüme uğradığında, moda da dönüme uğrar; toplum ne denli hızla değişirse moda da o denli hızla değişir”<sup>4</sup>

Moda toplumların, geleneklerin, olayların büyüleyici aynasıdır. Günümüzde hayatımızın ayrılmaz bir parçası olmakla birlikte büyük bir endüstriyel sektöre dönüşmüş bir kavramdır. Daha iyi ve güzeli arama duygusu, yıpranan, eskiyen giysinin yerine aynısını değil de farklısını edinme isteği de modanın bir anlamda karşılığıdır. İnsanoğlu, örtünmek değil de giyinmek istediği anda belki de bilinçsizce de olsa moda kavramını yaratmış oluyordu. Aslında moda da amaç, giysinin ille de yararlı ve gerekli olması değil farklı olmasıdır.

Moda kavramı disiplinlerarası oldukça geniş bir araştırmanın konusudur. Sanat, müzik, tiyatro, edebiyat, yemek, giyim, iç mimarlık, mimari, bahçe bakımı gibi konuları, daha doğrusu duyuları uyaran her şeyi içine alır.

<sup>2</sup> <http://nisanyansozluk.com/?k=MODA>

<sup>3</sup> Gürsoy Tahir, Giyim Kültürü ve Moda, Umar İletişim Hiz., İstanbul 2010, s. 14.

<sup>4</sup> Göksel Funda, Filizay Oğuz, Moda ve Moda Olgusu, Sümer Holding A. Ş., Bursa Araştırma Geliştirme ve Eğitim İşletmesi, SAGEM, Yayın No: 149, Bursa 1995, s. 1.



Moda günümüzde pek çok bilim dalının ilgisini çeker nitelik kazanmış, psikoloji, güzel sanatlar ve özellikle sosyoloji bu alanda sürekli çalışmalar yapmıştır. Kant'ın modayı bencillikle bağdaştırması, Bell'in

“19. yy ile birlikte oluşan yenedünya düzeninde erkekler ile kadınların rolleri de değişmiş geçen yüzyılda erkekler açısından zenginliği sergilemenin hiçbir iş yapmıyor olmakla denk tutulmasının yerini, varlıklı bir üreten sınıfın almasıyla erkeklerin kıyafetleri kısıtlanmıştır. Kadınlar ise birçok alandan soyutlanarak bir ölçüde çalışan erkeğin statü sembolü haline gelmiş modanın kodlarından da faydalanarak eşlerinin ya da babalarının zenginliğini gözler önüne sunmuşlardır.”<sup>5</sup>

sözleri sosyolojik bir araştırmadan doğan bir durumdur. Ancak biz hâlâ modayı daha çok giyinmeyle ilintili biçimde kullanmaktayız. Giyinme ise üşümek, güzel görünmek ve din gibi nedenlerden ötürü oluşmuştur.<sup>6</sup> Günümüzde her ne kadar giyinmeyle bağdaştırılsa da aslında ilk çıkışı giyimden önceye dayandırılmakta süs eşyalarını kullanma olarak görülmektedir.

## 1.2. Modanın Tarihçesi

Moda bir değişim süreci olduğu için bu süreci çok ayrıntılı ele alırsak bile gelişimini izleyebilmek adına tarihçesinden söz etmek gerektirmektedir. Çatalhöyük'ten çıkan kumaş parçaları, süs eşyaları giyinmenin temelini ilk çağlara dayandığını göstermektedir. Yerleşik yaşama geçilmeden önce hayvan derileriyle yerleşik yaşamdan sonra ise yün dokumacılığının gelişmesiyle yün ve ketenlerle giyinildiği yönünde belgeler bulunmaktadır.<sup>7</sup>

Ortaçağ öncesinde Mısırlılar sıcaktan korunmak için ince ve havadar kumaşları seçerken Sümerlerde genelde mantoya benzer elbiseler seçilmiş Antik Yunan'da ise kıyafetler dikilmek yerine vücuda kumaş sarılarak giyinme yoluna gidilmiştir. Antik Roma'da ise sandaletler ve tunikler tercih edilmiş Bizans da bunun izleyicisi olmuştur.<sup>8</sup>

Ortaçağ moda kavramı burjuvazi, feodalite, kilise gibi kavramlardan bağımsız düşünülemez. Sosyal sınıfların belirginleşmesinden ötürü kıyafetlerde de farklılıklar olmuştur. Asiller iyi kalite yün, keten ve ipeği seçerken giyinirken köylüler sert ketenleri ve kaba yünleri giymiştir. Böylece modayı belirleyen giyimde sınıflaşmalar ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu dönemde giysi bir süs eşyası durumuna gelmiştir. Bu dönemde saraylılar Monarkın çevresinde bir zarafet yarışına girmiştir burjuvazide sarayı taklit etmiştir.

<sup>5</sup> Davis Fred, Moda Kültür ve Kimlik, Çev. Özden Arıkan, YKY, İstanbul 1997, s. 40.

<sup>6</sup> Konuyla ilgili ayrıntılı bilgi için bkz. Türkoğlu Sabahattin, Tarih Boyunca Anadolu'da Giyim Kuşam, Atılım Basım Yay., İstanbul 2002, s.4.

<sup>7</sup> A.g.e. s. 7

<sup>8</sup> Dayı Handan, 1990 Sonrası Türk Moda Fotoğrafında Genel Eğilimler, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İzmir 2006, s. 11

Yeniçağda yapılan reform ve Rönesans modayı etkilemiştir. Bu dönemde artık terzilik denilen bir kavram ortaya çıkmıştır. Bu dönemde kolalı yakalar, kabarık etekler, kabarık kollar, yelpazeler, mendiller görülmektedir. Barok dönem başladığında ise abartılı kıyafetler ve süs eşyaları ön plana çıkmıştır. Fransız Devriminin gerçekleşmesi ile birlikte bu abartı bir kenara bırakılmış ve yerini daha rahat, daha sade kıyafetlere bırakmıştır. Giyimde klasizmin etkisi görülmeye başlar.<sup>9</sup>

Sanayi Devrimiyle birlikte artan tüketim gereksinimi giyinmeyi ihtiyaç olmaktan çıkarıp tüketim malzemesi şekline dönüştürmüştür. Ayrıca bu dönemle birlikte sosyal sınıfların arasındaki uçurum tekrar gözlemlenmektedir. Kimi kaynaklar bu durumu şöyle açıklamaktadır.

“Moda ve genel olarak moda şeklinde nitelenmesi gereken bazı tavır ve yaklaşımların, aslında Fransız İhtilali’nden sonra başladığı görülüyor. Fransız İhtilaline kadar asil sınıf ile çiftçi ve köylü arasında son derece açık ve kesin bir ayrım vardı. İhtilalden sonra asiller tamamen bertaraf olmadı ama köyden şehre gelen köylüler / çiftçiler (yani fakir tabaka) şehirde kendi kültürlerini oluşturdu. Ve böylece asilzadelerin sahip oldukları kültür mirasına ortak oldular. İşte bu noktada burjuvazi ortaya çıktı, bu da Sanayi Devrimi’ni yarattı. O andan itibaren de alt sınıfların, üst sınıflara özenip onları taklit etmesinden ve onlara ulaşmaya çalışmalarından kaynaklanan bir yaklaşım ortaya çıktı. Buna genel manada, ‘giyim kuşamda moda’ deniliyor.”<sup>10</sup>

Sosyolojiye modanın girmesinin ve sosyolojide moda ile ilintili çalışmaların yapılmasının temelini de bu düşünce oluşturmaktadır. Çünkü buradan da anlaşılacağı gibi moda, toplumun alt katmanlarındaki kimselerin üst katmanlardakilere ayak uydurabilmek adına oluşturdukları bir olgudur. Ayrıca giyim kuşamın belirlenmesinde gidilen yerin, ortamın ve durumun da belirleyiciliği olduğundan ötürü modayı sosyolojiden bağımsız düşünmek çok da mümkün değildir.

Fransız İhtilalinin moda üzerindeki bir başka etkisi de yüzyıllar boyu giysilerini kendi dikmiş olan tabakanın, işbölümünün artmasının sonucu olarak giysilerini terzilere diktirmeye başlaması dikkate değer bir durumdur. Bu durum “ısmarlama (haute couture)” anlayışının doğmasına neden olmuştur.

1900’lü yıllara geldiğimizde ise kentselleşmenin gerçekleşmesi ile kadınların görünür hale gelmesi modaya tam anlamıyla anlamını kazandırmıştır. Çünkü artık aksesuarlar, giyimler, süslenmeler, yalnızca giyinmenin dışına çıkmış güzellik unsuruna dönüşmüştür. Ancak 1. Dünya Savaşı ile beraber moda da etkilenmiş, giyim kuşam yalın ve askeri bir

<sup>9</sup> A.g.e. s. 15.

<sup>10</sup> Gürsoy Tahir, Giyim Kültürü ve Moda, Umar İletişim Hiz., İstanbul 2010, s. 14.

görünüm kazanmıştır. Bu dönemde erkek gibi giyinen kadınlar ortaya çıkmıştır. 2. Dünya Savaşı modayı oldukça etkilemiş pek çok modaevinin kapanmasına neden olmuştur. Ayrıca yaşanan yoksulluk kıyafetlerdeki gösterişin bırakılmasını zorunlu kılmış ve savaşın da etkisiyle daha basit ve askerî nitelik gösteren kıyafetler, tayyörler, jeanler giyilmeye başlanmıştır. Ev kadınları usta birer terzidir artık. Gizli yamalar, onarımlar, elde örülen kazaklar... Yokluk, yaratıcılığın yolunu açmıştır. Amerikan bezinden spor ceketler, şortlar yapılmakta, elde ne varsa değerlendirilmektedir. Şapka eskiye oranla şaşaaasını yitirmiştir. Giyimde farklı görünmenin ucuz ve kolay yolları aranmaya başlanmıştır. Karaborsadan ipek çorap alamayacak duruma gelen kadınlar, çıplak baldırlarına ipek çorabın dikişlerini taklit eden çizgiler çekerek o varmışçasına davranmışlardır. Bu durum 1940'ların ortalarına kadar sürmüştür. Savaşın bitimiyle de bir rahatlama yaşanmış özellikle Dior dönemiyle romantizm rüzgârları esmeye başlamıştır. 1950'lerde sinemanın gelişmesi moda artılar getirmiştir. Ayrıca 2. Dünya Savaşı'ndan etkilenmeyen Almanya olmuştur. Bundan dolayı Almanya ve Fransa'da moda dergilerinin satışı yasaklanır.<sup>11</sup>

1950'li, 60'lı yıllarda moda rüzgârları Amerika'dan esmiştir. Hollywood filmlerinin güçlü toplumsal etkisiyle “Amerikan Rüyasından” etkilenmemek mümkün değildir. 1950'li yılların kadını göğüslerini kaldıran, belini incelten, vücudunun silüetine hükmeden korselerden ayrılmaya pek niyetli gözükmemiştir. Ancak 1960'lara doğru, kendine konfor ve rahatlık getiren modalara hayır diyememiştir. Etek boylarında kısalma ve bedende belirli bir rahatlama yol açan çuval elbiseleri kabullenmiştir.

1960'larda hippilik, 1970'lerde jeanler, toplumsal anlam taşımanın dışına çıkmış, herkesin tercih ettiği tarz olmuştur. Bu yıllar aslında 60'ları 80'lere taşımak dışında çok da bir şey ifade etmemektedir. Zaman zaman Hint modası, punk modası, rüküş modası görülmektedir. 1980'li yıllarla birlikte ilk ve tek amaç para kazanmak olduğu için kadınlar da bu anlamda her alanda yer almaya çalıştığından ötürü daha rahat kıyafetleri seçmeye her an spor yapıyormuşçasına giyinmeye başlamıştır. Ayrıca geniş vatkalı kıyafetler, mini, midi etekler, kalçayı saran giysiler görülmektedir. Fransa'nın “ısmarlama” anlayışı ikinci plana itilmiş; meyveden, poşetlerden kıyafetler tasarlanmış, bunlara yönelik defileler düzenlenmiş ve büyük reklam kampanyalarına imzalar atılmıştır. Hayvan hakları savunucduğundan ötürü kürk ikinci plana atılmış ama deri rağbet görmeye devam etmiştir. Günümüze geldiğimizde ise renkli, sevimli, spor kıyafetler, rahat elbiseler, tişörtler, bluzlar en dikkat çeken kıyafetler arasında yer almaktadır. Ancak bu durum modada tek tipleşmenin oluşmasına neden olmuş ve

<sup>11</sup> Dayı Handan, 1990 Sonrası Türk Moda Fotoğrafında Genel Eğilimler, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İzmir 2006, s. 32

kimi modacılar bundan duydukları rahatsızlığı farklı konseptler ortaya koyarak dile getirmeye çalışmışlardır.<sup>12</sup>

Yukarıda anlatmaya çalıştığımız değişim modanın siyasetten, ekonomiden, sanattan doğrudan etkilendiğini bize göstermektedir. Modanın özellikle dünya savaşlarından etkilendiği dikkati çekmektedir. Modayı toplumdan bağımsız düşünmenin olanaksız olduğuna bir kanıttır.

### 1.3. Türkiye’de Moda

Türkler göçebe bir yaşam sürdüklerinden ötürü karşılarına çıkan pek çok kültürden bir şeyler almış ve pek çok kültüre bir şeyler vermiştir. Bu nedenle Türk kültürü oldukça renkli bir görünüm arz etmektedir. Giyim kuşam da maddi kültür öğeleri içinde yer aldığından ötürü Türk kıyafetleri, oldukça zengindir. Bu anlamda, Türklerin giyim kuşam tarihini beş dönemde toplamak mümkündür.

1. İslamiyet’in kabulüne kadar olan dönem.
2. İslamiyet’ten sonra 19. yüzyıla kadar olan dönem
3. 19. yüzyıldan Cumhuriyet’in kabulüne kadar olan dönem
4. Cumhuriyet’ten 1960 yılına kadar devam eden dönem
5. 1960 yılından 1990 yılına kadar devam eden dönem.<sup>13</sup>

Ekonomik ve teknolojik gelişmelerin yaşanmasıyla meydana gelen kültür değişimi ve Türk insanının çağdaşlaşma sürecinde moda kavramının önemli bir etkisi mevcuttur. Türklerde Batı tarzı moda kavramının oluşması ve uygulaması Osmanlı İmparatorluğu’nun son dönemlerine denk gelmektedir. Batı tipi eşya ve kıyafetlerinin kullanılmasıyla batılılaşma fikri hakîm olmuştur. Ancak sadece Batı’dan getirilen malların tüketimiyle bu pek de mümkün olmamıştır.<sup>14</sup>

Tanzimat Döneminde, zengin zümre kendisini diğer halk tabakalarından ayırmak için batı tarzı moda ürünlerini tüketme yoluna gitmiştir. Bu dönemde Avrupa’dan ithal edilen malların tüketimi Batı tipi yaşam biçiminin temelleri olarak benimsenmiştir.<sup>15</sup>

---

<sup>12</sup> Konuyla ilgili ayrıntılı bilgi için bkz. Dayı Handan, 1990 Sonrası Türk Moda Fotoğrafında Genel Eğilimler, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İzmir 2006, s. 10; Üşenmez Sema, Toplum ve Moda Etkileşimleri, (Yayınlanmamış Doktora Tezi)MSÜ, SBE, İstanbul 1992, s.13; Dereboy Elif Jülide, Kostüm ve Moda Tarihi, Format Matbaacılık, İstanbul 2004.

<sup>13</sup> Barbarosoğlu Karabıyık Fatma, Modernleşme sürecinde Moda ve Zihniyet, İz Yayıncılık, İstanbul 2004, s.144

<sup>14</sup> Feroz Ahmad, Modern Türkiye’nin Oluşumu, Sarmal Yayın, İstanbul 1995, s: 38

<sup>15</sup> Berkes Niyazi, Türkiye’de Çağdaşlaşma, YKY, İstanbul 1975, s.288

Cumhuriyetin ilanı ve kılık kıyafet devrimiyle beraber Türk halkının giyim ve buna bağlı yaşam tarzında dünya modasına uygun çizgide değişiklikler meydana gelmiştir.<sup>16</sup> Ayrıca özellikle Cumhuriyet döneminde kadının statüsünün değişmesi, birey olma hakkını elde etmesi ve kamusal alanda da yer edinmeye başlamasıyla beraber Türk modasında batı tipi gelişme daha da hız kazanmıştır. Cumhuriyet'in başlamasıyla Batı ile kültürel uyumu sağlamanın en doğru yollarından biri de dünya modasını tüm ülke olarak takip etmek olarak kabul görmüştür. 1920 ve 1930'lu yıllarda Türkiye'deki moda takibi tam bir sanayi devrimi yaşanmadığından dolayı tamamen tüketime yöneliktir.<sup>17</sup> Ancak yine de bununla beraber 1920'li yılların sonlarına doğru Kız Sanat Enstitüleri oluşturulmuş ve hem kadınların çağdaştırılması sağlanmış hem de Batılı giyim tarzının yaygınlaşmasına çaba sarf edilmiştir. Enstitülerde okuyan bir kısım kız öğrencinin de Paris ve Londra gibi modanın merkezi konumunda olan şehirlerde burslu olarak okutulması sağlanmıştır. Yurt dışında okutulan bu genç kızlar daha sonra ülkede Batı tarzı kıyafetlerin dikilmesinde öncülük etmişlerdir.<sup>18</sup>

Türk toplumunda kılık kıyafet devrimine kadar, özellikle erkeklerin kullandığı fes, takke, kalpak, sarık, yemeni gibi aksesuarlar farklı dinsel kimlikleri yansıtmaktaydı. Milli birliğin öne çıkartılmasını sağlamak ve ulus-devlet kavramını halkın benimsemesini sağlamak adına 25 Aralık 1925 yılında Şapka Kanunu TBMM tarafından kabul edilmiş ve bu tarihten itibaren erkeklerin fes ve bu gibi dinsel ayrımları belirten kıyafetler giymesi yasaklanmıştır. 1960'lı yıllara kadar çağdaş bir toplumun bir sembolü olan şapka Batılılaşma yolunda da bir adım olarak görülmüştür.<sup>19</sup>

Meşrutiyet döneminden farklı olarak Cumhuriyet döneminde özellikle kadınlar üzerinde moda kavramı desteklenmiş adeta moda kavramı kurumsal hale getirilmiştir. Artık moda bir özentî halinden çıkmış çağdaşlaşma politikasının bir parçası haline almıştır. Kız çocuklarının törenlerde şort giyerek gösteriler yapması, resmî uniformalarla bayrak taşımaları, resmî balolarda hanımların batı modasına uygun gece elbiseleri giymesi medeniyet göstergesi olarak kabul görmekteydi.

---

<sup>16</sup> Gümüş Ü. B., Uluslar arası Pazarlar İçin Üretim Yapan Türk Hazır Giyim İşletmelerinde Moda Tasarımı Çalışmalarının Sektörel Olarak İncelenmesine İlişkin Bir Araştırma, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara 1995

<sup>17</sup> Şahin Yüksel, 1920- 1930 Yılları Arasından Türkiye'de Kadın Silüetinde Moda Anlayışı ve Değişimler, Dokuz Eylül Üniversitesi Tekstil Ana Sanat Dalı Ana Sanatta Yeterlilik Tezi, İzmir 2006

<sup>18</sup> Şener Yasemin, Türk Kadınının Moda Retrospektifi, Elle Dergisi, 2003 Ekim s. 119

<sup>19</sup> Aksu Şener, Atatürk Devrimi Sürecinde Kıyafet Devriminin Yeri, Atatürk'ün Cumhuriyet'in İlanından Sonraki Hedefleri Sempozyumu 4-6 Haziran 1998 İzmit, Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu, Atatürk Araştırma Merkezi, Ankara 1999, s.123

1929 Dünya Ekonomik Bunalımıyla beraber Türkiye de ekonomik açıdan ciddi bir darboğaza girmiştir. Ancak buna rağmen batı modasından yine de vazgeçilmemiştir. Genel anlamda yerli malı kullanmak özendirilmiş ve daha ucuza modanın nasıl takip edilebileceği basın yayın organları tarafından halka aktarılmıştır. Ekonomik güçlüklerle rağmen modadan uzak kalınmaması Türk halkına sürekli bir dayatma şeklinde vurgulanmıştır.<sup>20</sup>

1930'lu yıllarda ekonomik krize rağmen moda halen 1920'li yılların izini taşımaktaydı. Ekonomik kriz Türkiye'yi de etkilemiştir. “Yerli Malı Kullan” kampanyaları başlamış; Sümerbank 1933'de korunmaya alınmıştır. “Yerli Mallar Pazarı” kurularak halk bu pazarlardan alışveriş etmeye özendirilmiştir. Yine de bu dönemde moda oyunu tüm sosyal sınıflara yayılmıştır. Giyim ısmarlama-terzi türünden ziyade, ucuz bir çözüm olan hazır giyime kaymıştır. 1930'lar giyimde sadelik rüzgârı estirmiştir. Dönemin moda kadını olgun, ölçülü ve daha dişidir. Saçlar uzamaya bırakılmıştır. Uzun boylu görünmek önemlidir ve tüm terzilik hileleri kadını da erkeği de uzun boylu göstermek üzere seferber edilmiştir. Gary Cooper, Clark Gable, Cary Grant, Fred Astaire erkek giyiminde şıklık ve zarafet sembolüdür. Ancak 1940'lı yıllara gelindiğinde giyimde bir sadeleşme meydana gelmiştir. 1938'de bir zamanlar erkek serpuşu olan fes, kadın modasına girmiştir. Yıl 1940; Naylon çorap kadın giyiminin en önemli parçası oldu. 1945'li yıllarda kadınlar eşlerinin kıyafetlerinden kendilerine etekler ve tayyör yapmaya başlamışlardır.<sup>21</sup>

1946 tarihinde çok partili hayata geçilmesi ve Demokrat Partinin çalışma planının uygulamaya konmasıyla, özel girişime ve uluslararası yatırımlara ağırlık vermesiyle Türkiye'de kapitalizm hızla gelişme göstermiştir. Bu da Batı tipi modanın ve moda ürünlerinin daha da talep görmesini desteklemiştir. Ayrıca kırsal kesimden şehirlere göçün başlaması, tüketim kültürünün artmasına ve toplumun her kesiminin yeni tüketim ürünleriyle tanışmasına neden olmuştur.

1940'lı yılların sonu ve 1950'li yılların başında artık moda ve giyim israf olarak görülmemeye başlamış ve herkesin giyindiği gibi giyinilmesi konusuna vurgu yapılmıştır. Modayı takip etmek toplumsallaşmanın ve medenileşmenin bir ön şartı gibi algılanmıştır. Bu dönemde pilili etekler, ütü gerektirmeyen “yık ve giy” gömlekleri, gardıroplardaki çeşitliliği arttırdı.<sup>22</sup>

Dünyada başkaldırının, kadın, azınlık ve çevre hareketlerinin tohumlarının atıldığı 1960'lar, Türkiye'yi de etkisi altına almıştır. Ülke 1960 darbesiyle sonuçlanmış bir sürecin

<sup>20</sup> Tosun Nursel, Cumhuriyet Dönemi Kadın Kıyafetleri, Dokuz Eylül Üniversitesi, 1998, Lisans Tezi, s. 20

<sup>21</sup> A.g.e. s. 22

<sup>22</sup> A.g.e. s. 25

ardından, 1961 Anayasası'nın getirdiği görelî özgürlük ortamını yaşamaktadır. Kişisel zevklerin ön plana çıkarıldığı, “imaj devrinin” kapılarının açılmaya başladığı yıllar yaşanmaktadır. Tasarımda “ultra modernlik” gündeme gelmiştir. Işıltılı ıslak görünümlü PVC, kolay kullanımlı akrilik ve polyester kumaşlar, deri görünümlü plastik gibi malzemeler bu çağın havasını yansıtmaktadır. Yeni ve özgür bir görünüme ulaşmanın yolu açıktır: Kavisleri düzeltmek ve etekleri kısaltmak. Bunun yanında 1960’lı yıllarda Türkiye ekonomisinde sanayileşmede hızlı bir gelişme olduğunu görülmektedir. Bu değişimle beraber sosyal alanda da birçok değişim meydana gelmiştir. Özellikle kırsal kesimden kentlere göçün hızlanmasıyla toplumun her alanında karma bir kültür olan “arabesk” hâkim olmaya başlamıştır. Ayrıca sanayileşmenin etkisiyle hazır giyim sektörü gelişmiş ve toplumun tercihi hazır giyimden yana olmaya başlamıştır.<sup>23</sup>

Moda Türkiye’de 1970’li yıllarda toplum içinde normal olmayı ve kabul görmeyi simgelerken giyimde başkaldırı ve pervasız görünüm sergilenmiştir. 1970’li yıllarda eteklerin boyu kalça hizasına kadar çıkmıştır. Gözler bu kısalığa alışmış, yediden yetmişe, yakışanından yakışmayanına pek çok Türk kadını mini etek giymeye başlamıştır. Diz yüksekliğinde botlar, geniş kemerler, büyük omuz çantaları, bilek hizasında eldivenler, yapay mücevherler, incikler, boncuklar, hiçbir dönemde olmadığı kadar artmıştır. 1970’ler Türkiye’de siyasal ve kültürel hareketliliğin olanca hızıyla yaşandığı bir dönem olmuştur. Devrimci sol görüşlü öğrenciler arasında gocuk, parka; ülkücü sağ görüşlüler arasında aşağıya doğru sarkık Orta Asya bıyıkları moda olmuştur. Militancı dinci kesimi ise, uzun sakallar simgelemiştir. Bu dönemde toplumsal bir olgu olarak göze çarpan köyden kente göç, modayı derinden etkilemiştir. Varoşlarda pantolon üzerine giyilen güllü etekler ve onların üzerine giyilen İngilizce yazılı t-shirtler, yarım tesettür ya da yarım açılma, kentle etkileşimin giyime yansımasıdır. Anadolu eşrafına yönelik gazino ve pavyonlar, orta sınıfın ilgi gösterdiği tavernalar, gençlerin buluşma yeri publar, üst gelir grubunun gittiği özel kulüpler, diskolar, toplumdaki farklılaşmaların çoğalması ve kendine ait tiplerin doğmasına neden olmakta; ilgi-beğeni alanlarındaki ve türlerindeki artış, giyim tarzlarındaki çeşitliliği de beraberinde getirmektedir. Bu dönemin kadın giyimi, modern ve iyi kesimli, süssüz, bir anlamda klasik bir görünüme sahiptir. Uzun manşetli gömlekleri, kalça seviyesinde geniş kemerleri, baldırlarını sarmalayan çizmeleri, çok iri gözlükleri vardır. Ve kadın, her dönemde olduğundan daha sık ve daha çok biçim ve çeşitte pantolonlar, pantolon takımlar giymiştir.<sup>24</sup>

<sup>23</sup> Kaya Handan, 1990 Sonrası Türk Moda Fotoğrafında Genel Eğilimler Dokuz Eylül Üniv. Güzel Sanatlar Enst. Fotoğraf Anasanat Dalı Yüksek Lisans Tezi, İzmir 2006, s.63-64

<sup>24</sup> Barbarosoğlu Karabıyık Fatma, Modernleşme Sürecinde Moda ve Zihniyet, İz Yayıncılık, İstanbul 2004, s.170

Türkiye'de 1980'lerin kültürel iklimini tanımlayan ilk sözcük "**sözün bastırılması**"ysa, ikincisi mutlaka "**söz patlaması**" olmalı. Çünkü 80'lerin ortasında Türkiye'de, neredeyse bir baskı döneminden çıkıldığı yanılsamasını doğuracak yaygınlıkta bir söz, imge ve görüntü patlaması yaşandı. Türkiye'de şimdiye kadar yalnızca **ANAP**, iktisadı ve politikası, kültürel iklimi, birbirine temas etmeyecek, birbirine geçişi olmayacak biçimde ikiye ayırabildi. Bir yanda merkezî bir iktidarca bastırılan, yasaklanan, söz hakkı verilmeyen hayat alanları; öbür yanda 80'lere kadar benzeri görülmemiş bir iştahla yaşanan, çok daha merkezsiz, çok daha dağınık, çok daha kendiliğinden görünen bir söz patlaması. Bu patlama, birbirini etkileyen ama birbirine indirgenemeyecek birçok unsurun kesişmesiyle oluştu. Kültür daha önce görülmedik boyutlarda piyasaya tabi oldu, reklamcılık kısa sürede sınırsız sayıda imgeyi dolaşıma soktu ve yine aynı dönemde çok satan haber dergilerinin yayın hayatına girmesiyle yeni bir kamuoyu, yeni bir haber dili oluştu. Bütün bu gelişmelerin ortak özelliği, resmi kültürün dışında (hatta bazılarının kısmen ona tepki olarak) doğmuş olmaları, ama varlıklarını 1980'de devletin müdahalesiyle kurtarılmış bir piyasaya borçlu olmalarıydı. Hepsinin etkilerinin kesiştiği, iç içe geçtiği kısa bir zaman dilimi içinde, Türkiye'de cümle yapısından sözcüklerin yüklendiği simgesel değerlere, seyretme biçimlerinden fiil zamanlarına kadar, kültür denem bölgesinin çok çeşitli cephelerinde kendisini gösteren, kısmen kurgusal ve sentetik bir dilde ifadesini bulan bir değişim yaşandı.<sup>25</sup> Bununla beraber ekonomide liberal politikalar uygulanmaya başlamış ve çok uluslu şirketler oluşmaya başlamıştır. Türk ekonomisinin içe dönük yapısı artık tamamen kabuk değiştirmeye başlamıştır. Ekonomide uygulanan liberal politikaların bir diğer etkisi de Türkiye'deki sermayenin tekelleşmesi olmuştur. Bu tekelleşme özellikle tekstil sektörünün büyümesine hız kazandırmıştır.<sup>26</sup> Böylece tekstil sektörünün büyümesi hem moda sektörünün gelişmesini hem de buna bağlı olarak moda fotoğrafına ve fotoğrafçılığına olan talebi arttırmıştır.

12 Eylül 1980 darbesi, toplumu yeni bir sürece sokmuştur. Ekonomide liberalleşme politikaları, yabancı sermayenin Türk pazarına girmesi, modayı yakından etkilemiştir. Dünyanın ünlü giyim markaları büyük kentlerde peş peşe mağazalarını açmakta, bu markaları taşıyan kıyafetlerle dolaşmak bir statü sembolü sayılmaktadır. 1980'lerde shirt, sweat-shirt, tight gibi İngilizceden dilimize yerleşmiş pek çok giyim eşyası, saç bantları, lastik ayakkabılar, eşofmanlar moda olmuştur.

<sup>25</sup> Gürbilek Nurdan Sosyalizm Ansiklopedisi <http://eski.bianet.org/2005/09/09/66808.htm>.

<sup>26</sup> Kaya Handan, 1990 Sonrası Türk Moda Fotoğrafında Genel Eğilimler Dokuz Eylül Ün. Güzel Sanatlar Enst. Fotoğraf Anasanat Dalı Yüksek Lisans Tezi, İzmir 2006, s: 71



Kadınlar ise geleneksel olarak erkek egemenliğinde olan iş dünyasına el atmışlar, etek ya da pantolonla giydikleri abartılı vatkalarla kaldırılmış omuz ceketleri, kravatları ile genel moda resmine güçlü, profesyonel iş kadını imajına ait yeni kıyafetler sokmuşlardır. Moda artık elbiselerin stillerine bağlı olmaktan çıkmış, kumaş çeşitliliği modanın demode olma sürecini hızlandırıcı bir rol üstlenmiştir.

1980’li yıllarda punk, vintage, kitsch gibi akımların popüler olduğunu görmekteyiz. Ayrıca kendi modasını özgürce yaratan toplum bireyleri sayesinde kendi modanı kendin yarat tarzı ortaya çıkmıştır.

1990’lı yıllarda ise popülerlik kazanan akımlar; feminen, androjen, retro, bohem ve gotiktir. Feminen, dişiliğin daha ön planda tutulduğu, Fransız kadın dişiliğinden ve 1950’li yıllardan etkilenilerek ortaya çıkmış bir tarzdır. Androjen; kadınların dişiliğini kapatan daha maskülen çizgilerin olduğu adeta kadınların birer oğlan çocuğuna dönüştürüldüğü bir tarzdır ve belirli periyotlarla bu tarz yinelenmektedir. Retro ise geçmiş dönemlerin moda akımlarının yenilenmesi ve yorumlanmasıyla güzümüze taşınan bir tarzdır. Bohem tarz genel olarak ikinci el ürünlerden esinlenilerek ortaya çıkmıştır ve günü yaşayan, kendini günlük yaşamdan soyutlayarak yaşayan kişilerden ilham almıştır. Karanlık temasının işlendiği, koyu renklerin hâkim olduğu ve karanlığın özgürlük olarak simgelendiği tarz ise gotik olarak adlandırılmıştır. Sade ve vücudu kavrayan formlar, 90'lara damgasını vurmuştur. Dönemler ve giysiler yeniden sunulmakta, giyim parçaları kullanımdan kullanıma yer değiştirmekte, feminen diye kabul görmüş bir kumaştan yapılmış erkek ceket, lüks parlak malzemenin yapılmış bir spor ayakkabı, gece elbisesinin üstünde altı çizilerek kullanılan teknik bir detay... Artık hiçbir malzeme tek bir cinse özel değildir! <sup>27</sup>

1980–2000 dönemi imaj çağı olarak tarihe damgasını vurmuştur. Umut ve masumiyet çağıdır. Bir ülke, bir ulus ve bir devlet yaratılmaktadır. Giyim kuşamdan yazıya, müzikten dile, hukuktan sanata, konutlardan kentlere, her alanda Batılı bir toplum, Batılı bir ülke olunacaktır. Hem de alelacele... Alpullu'da, Uşak'ta, Turhal'da, Tokat ve Eskişehir'de, daha nice Anadolu kasabasında konser salonları, spor kulüpleri, hatta tenis kortları açılmaya başlamıştır. Dönemin hayali “Küçük Amerika” olmaktır. “Muasır Medeniyeti” yenedünya temsil etmektedir. Ancak giyim modasında Avrupa örnek alınmaktadır. Erkek modasında daha çok İngiliz giyim tarzı etkindi. Pantolon askıları yerini kemere bırakmıştı. Bereler, şortlar, pijamalar, yüzme ve güneşlenme mayoları adeta “modernliğin” simgesi olmuştu.

27

Türkiye Moda Tarihi ile ilgili ayrıntılı bilgi için bkz. <http://fashionupdate.blogcu.com/turkiye-moda-tarihi/1703945>

Türkiye'de kadın modasındaki değişim, erkek modasından da hızlı ve radikal oldu. Bukleler makaslara feda ediliyor, saçlar “a la garson” kestiriliyordu. Kadınların jartiyerli çorapları, kısa saçlarının üstüne taktığı cloche (çan) şapkaları vardı. Yanık ciltler, plajlar, sağlıklı bir görüntü ve spor yapmak çok modaydı.

2000’li yılların modasına baktığımızda ise her sezon farklı renklerin kullanıldığı ve farklı tarzların uygulandığını görmekteyiz. Günümüzde artık modacılar geçmiş moda tarzlarındaki ürünlerin kendilerine uygun olanlarını seçerek yeniden yorumlamaktadırlar. Ayrıca 19. yüzyılda tanımlanan “kitsç” kavramı günümüz modasında kullanılmaktadır. Uyumsuzluğun uyumu olarak tarif edebileceğimiz ve şıklık amacını gütmeyen bu tarz bir trend olarak karşımıza çıkmaktadır.

## **2. MODA FOTOĞRAFI VE MODA FOTOĞRAFÇILIĞI**

### **2.1. Moda Fotoğrafi**

1839 yılında Fransız Bilimler Akademisi'nde duyurulan fotoğraf, dünyada hızla yayılmaya başlamıştır. Fotoğraf ve moda aynı dönemlerde parlamalarından ötürü birbirlerine yakınlaşmışlar ve bu yakınlaşma sonucu birbirlerinin iletişim aracı durumuna gelmişlerdir. Çünkü ikisinin de ortak noktaları vardır; en önemli ortak noktaları ise her ikisinin de değişimi simgelemesi ve durağanlıktan ziyade, dinamik bir yapıya sahip olmalarıdır.

“Moda fotoğrafçılığı, giysi ve diğer moda öğelerinin gösterilmesiyle ilgilenen bir fotoğraf sanatı türüdür. Moda fotoğrafçılığı sanatı, reklamlar veya Vogue, Vanity Fair, Allure gibi moda dergilerine yön vermiştir. Zaman içinde giysiler ve modanın, egzotik mekânlar ve hikâyeler içinde değeri arttıkça, moda fotoğrafçılığı kendi estetiği içinde gelişmiştir.”<sup>28</sup>

Bu nedenle moda fotoğrafçılığı dediğimizde giyim markaları ve modeller gözümüzün önüne gelir. Moda fotoğrafları, bir markanın reklamını yapmaktan çok öte işlerdir. Dönemin ruhunu yansıtan, bireyleri, toplulukları ve toplumları etkileme gücü olan; dergi, gazete, billboard ve binaları kaplayan bu fotoğraflar, çok kalabalık bir kadroyu besleyen oldukça büyük bir sektörü ardında saklar zira “moda fotoğrafı”, makyözünden, saç tasarımcısına, modeline; stilistinden, ışıkçısına; set temizlikçisinden asistanlarına kadar oldukça kalabalık bir kadroyu barındıran kurgulardır.

Moda fotoğrafçılığı; genelde profesyonellerin ya da serbest fotoğrafçıların dergilere, moda evlerine ve reklam ajanslarına yaptıkları çalışmaların bütününe verilen isimdir. Son yıllarda reklam sektörünün gelişmesi ile birlikte bu alanda çalışmalara ağırlık verilmiş ve bu alanda isimler yetişme başlamıştır. Çünkü giyim kuşam sektöründe bir rekabet söz konusudur. Bu rekabet en iyi olmayı ve daha çok satış yapabilmeyi ve satılan ürünlerden de müşteri memnuniyetini sağlayıp kalıcı olabilmeyi beraberinde getirmektedir. Bu düşünce sonucunda moda fotoğrafçılığı gelişmiştir. Sanatın her dalında olduğu gibi moda fotoğrafçısının da özel yeteneği bu konuda baskın rol oynamaktadır. Yeteneği izleyen ise fotoğrafçının alanıyla ilgili aldığı eğitim ve elbette sahip olduğu malzemeleridir.

Moda fotoğrafçılığında, fotoğrafçı çekim yaptığı sürede en iyi yakalayabileceği kareyi bulmayı amaçlamaktadır. Moda fotoğraflarının sergilenme yeri, özellikle moda dergileridir. Bu nedenle kimi zaman fotoğrafçılar, dergilerin isteklerine göre çekim yaparlar.

Kimi dergiler, elbiselerin çok net biçimde yansımaları ve bu elbiseleri görenlerin dikebilme olanağına sahip olmalarını kimi dergiler ise bir gizli kalmasını isterler. Ayrıca verilmek istenilen duyguları da belirlemeye çalışabilirler. Örneğin, bazen giysilerin cinsel içerikli sergilenmesini bazen de masumiyeti simgelemesini isterler ve fotoğrafçı da çekimini

<sup>28</sup> [http://tr.wikipedia.org/wiki/Moda\\_foto%C4%9Fraf%C3%A7%C4%B1%C4%B1%C4%9F%C4%B1](http://tr.wikipedia.org/wiki/Moda_foto%C4%9Fraf%C3%A7%C4%B1%C4%B1%C4%9F%C4%B1)

yaparken bu istekleri ön planda tutmak durumunda kalmaktadır. Bu sebeptendir ki moda fotoğraflarına poz veren modellerin biraz da oyunculuk yeteneklerinin olması gerekmektedir. İstendiğinde seksi, kızgın, sıcak, sevimli, öfkeli, büyüleyici, çocuksu bakabilmeyi becerebilmelidir.

Moda fotoğraflarındaki kadın ve erkek modellerin de rolleri birbirinden farklıdır. Kadınlar bir dönem yalnızca bir “nesne” olarak kullanılırken sosyal hayttaki statüsünün değişmesiyle birlikte bu rol de değişikliğe uğramıştır. Günümüzde artık kadınların çeşitli işleri yaparken görüntülendiğine sıkça rastlanmaktadır. Artık kadın modeller zaman zaman polis, sekreter, doktor, öğretmen, asker, ev hanımlığı gibi işlerle karşımıza çıkabildiği gibi erkeksi rollerle de görüntülenebilmektedir. Maden işçisi, inşaat işçisi, demiryolları çalışanı gibi...

Erkek modeller ise fotoğraflarda genelde bir şeyler yapan insanlar olarak görüntülenmektedir. Örneğin bir yeri işaret ederler, yönetirler, arabalarından inerler, arabalarına binerler, bir binaya girerler... gibi.<sup>29</sup>

## **2.2. Moda Fotoğrafının Tarihi**

Fotoğrafın 1839 yılında keşfinin hemen ardından moda ile ilişkisi artmış ve bu iki kavramın birliktelikleri sonucunda moda fotoğrafçılığı ortaya çıkmıştır. Moda fotoğrafçılığı, sosyal bir kavramdır. Yani moda fotoğrafçılığını toplumdan uzak düşünmenin mümkünatı yoktur. Toplumun yaşadığı her olgudan ve olaydan etkilenmiştir. Dünyada yaşanan teknolojik, bilimsel, sanatsal, sosyo-politik her durumdan kendi payına düşeni almıştır. Biz de bu çalışmamızda bu durumu öncelikle dünya çerçevesinden ele alacağız, ardından da Türk moda fotoğrafçılığını ve bunun dünya moda fotoğrafçılığından nasıl etkilendiğini, kronolojik olarak söz etmeye çalışacağız.

## **2.3. Dünyada Moda Fotoğrafçılığının Gelişimi**

Dünyada moda fotoğrafçılığının temeli ve tarihi başlangıcı portre fotoğrafçılığına dayanmaktadır. 1800'lü yılların ortasında her kesimin ilgi duyduğu ve talep ettiği portre

<sup>29</sup> Konuyla ilgili ayrıntılı bilgi için bkz. Greenhill Richard, Murray Margaret, Spence Jo, Fotoğraf Sanatı, Remzi Kitabevi, İstanbul 1998, s. 22.

fotoğraf çekimleri, o dönemde birçok fotoğraf stüdyosu açılmasını sağlamıştır. Fotoğraf stüdyolarının açılması ve ardından 1850’li yıllarda “Carte-de-visit” adı verilen vesikalık fotoğrafının geliştirilmesi ile de fotoğraf çektirmenin hem maliyeti düşmüş hem de talebi daha da arttırmıştır. Bu dönemde fotoğraf çekimlerinin sebeplerine bakacak olursak ilk olarak karşımıza, çeşitli elbiselerle çekilmiş fotoğrafların hediye olarak kullanılması çıkmaktadır. Bir diğeri ise mizansenler yaratılarak, kişilerin sevdikleri ünlülere benzer fotoğraf çektirme talepleridir. Bu fotoğraf çekimleri sayesinde hem fotoğraf çektirmek bir moda halini almış hem de bu fotoğraflar dönemin modasına yön vermiştir.<sup>30</sup> .

Ayrıca ilk ticari moda çalışmaları da bu tarihte başlamıştır. Paris’teki bu çalışmalar Paris’in magazin dergilerine görseller sağlamıştır. 1880’li yıllardaki Vogue dergisiyle beraber de moda fotoğrafçılığı yeni bir boyut kazanmıştır. Vogue’un ilk baş fotoğrafçısı Adolf De Meyer’dir. Piktoryalist<sup>31</sup> tarzı benimseyen De Meyer tüm fotoğraf çekimlerinde izleyiciyi ön planda tutmuş ve izleyiciye göre fotoğraf çekimleri gerçekleştirmiştir. Fotoğraflarında, merceğin önüne koyduğu ipeksi bir malzeme ile büyülü mizansenler yaratmış ve bu sayede de ününün artmasını sağlamıştır. 1913–1923 yılları arasında baş fotoğrafçı olarak çalışan De Meyer bu tarihten sonra yerini Edward Steichen’e bırakmıştır.<sup>32</sup>

Moda fotoğrafçılığında “modernizm”in öncüsü olan ve gerçekçilik üslubunu kullanan Edward Steichen fotoğrafta “new objectivity”<sup>33</sup> kavramını ortaya koymuştur. Sanatçı fotoğraflarında duyguya yer vermiş ve yaşamdan kesitleri aktarmaya çalışmıştır. En ünlü fotoğrafına baktığımızda, stüdyoda çekilmiş olmasına rağmen dış çekim havası veren kumsal serisidir.

1930’lu yıllarda “gerçekçilik”<sup>34</sup> (realizm) üslubunun kullanılmasını yaygınlaştıran ve deyim yerindeyse bir devrim yaratan bir diğer önemli sanatçı da Martin Munkacsi’dir. Munkacsi fotoğraf çekimini stüdyo dışına taşımış ve doğal ışığı kullanarak sportif kadın imajını vurgulayan fotoğraflar çekmiştir.

<sup>30</sup> Geniş Açık Dergisi, 1999, Güz, Sayı. 8, s. 32

<sup>31</sup> Piktoryalizm: 19. yy.’da ortaya çıkan resimsi fotoğraf akımıdır. İnsan, bu fotoğraflarda açıkça “firça izlerini” görebilir. Kelime karşıtı olarak da “resimsellik” diyebileceğimiz piktoryalizm, en geniş anlamıyla “resmin etkisi altındaki fotoğraf” veya “resme benzeyen fotoğraf” olarak tanımlanabilir. Tabii burada, o devrin resim (ve dolayısıyla sanat) anlayışına değinmek de farz oluyor: “Piktoryalistler, sade fotoğrafçılar tarafından, soft-focus çalışma, ressam taklidi olma ve fotoğrafın amaçlarını saptırma gerekçesiyle dışlanmışlardır.  
www.fotografya.gen.tr

<sup>32</sup> Şenol Işıl, Moda Fotoğrafı, Marmara Üniv. Güzel Sanatlar Enstitüsü Fotoğraf Anasanat Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2007, s. 6-7

<sup>33</sup> New Objectivity “Yeni Nesnellik” : 1.Dünya Savaş sonrası Almanya’da George Grosz ve Otto Dix tarafından başlatılan ve 1930-40'lara kadar devam eden bir dışavurumcu akımdır. Gerçekçi bir tarz ile iğneliyici ve sosyal eleştiri niteliği taşıyan bir akım olarak karakterize edilir. [http://tr.wikipedia.org/wiki/Yeni\\_Nesnellik](http://tr.wikipedia.org/wiki/Yeni_Nesnellik)

<sup>34</sup> Realizm (Gerçekçilik), bir estetik kavram olarak 19. yüzyıl ortalarında Fransa’da ortaya çıkmıştır. Nasıl ki romantizm klasizme bir başkaldırı niteliğinde ise gerçekçilik yani realizm, hem klasizme hem de romantizme bir başkaldırıdır. Amaç, sanatı klasik ve romantik akımların yapaylığından kurtarmak, çağdaş eserler üretmek ve konularını öncelikle yüksek sınıflar ve temalarla ilgili değil, toplumsal sınıflar ve temalar arasından seçmektir. [http://tr.wikipedia.org/wiki/Ger%C3%A7ek%C3%A7ilik\\_\(edebiyat\)](http://tr.wikipedia.org/wiki/Ger%C3%A7ek%C3%A7ilik_(edebiyat))

Munkacsi'den sonra moda fotoğraflarında daha çok atletik modeller kullanılarak dış mekân çekimlerine ağırlık verilmiştir.

Yine bu dönemi etkisi altına alan diğer bir akım ise “surrealizm<sup>35</sup>”dir. Surrealizmin ilk dikkat çeken özelliği olağanüstü bir düş kurma potansiyelinin olmasıdır. Surrealizmde düş kurma yoluyla gündelik her nesnenin gerçek anlamı aşarak yeni anlamlar yüklenebilmektedir.

Surrealizm akımının öncülerine göre sanat hiçbir zaman uyanık bir aklın ürünü olamaz. Bundan dolayı, surrealistler bilinç dışının derinliklerindeki yaratıcılığı ortaya çıkartabilmek için farklı akıl durumları aramışlardır. Bilinçaltındaki surrealist görüntüler fotoğrafla beraber olabildiğince gerçekliğe yakın ve ayrıntılı bir şekilde ifade edilme şansını yakalamıştır. Ayrıca, surrealizm her şeyin sanat ve sanat objesi, herkesin de sanatçı olabileceğini savunmaktadır.<sup>36</sup>

Moda fotoğrafçılığında bu akımın en önemli öncüleri olarak karşımıza Man Ray ve Maurice Tabard gibi isimler çıkmaktadır. Özellikle surrealizmin en önemli temsilcisi olan Man Ray çektiği moda fotoğraflarından ticari kazanç sağlayan ilk fotoğrafçıdır. Man Ray moda fotoğraflarında farklı karanlık oda teknikleri, üst üste çekim ve sandviç baskı teknikleri kullanarak farklı bakış açıları yakalamayı başarmıştır<sup>37</sup>.

Moda fotoğrafında Surrealizm akımından etkilenen dönemin pek çok fotoğraf sanatçısı farklı yöntemler kullanarak gerçeklik ve hayal ürünlerinin birleşimiyle fotoğraf çekimlerini gerçekleştirmişlerdir. Ancak 1939 yılında II. Dünya Savaşı'nın başlaması moda fotoğrafçılığını da temelden etkilemiştir. Savaşın yarattığı maddi sıkıntı, malzeme temininde yaşanan sıkıntılar ve güvenlik gibi konulardan dolayı stüdyo fotoğrafçılığı yok olma tehdidi ile karşı karşıya kalmıştır. Bu dönemin moda fotoğraflarına baktığımızda göze çarpan ilk tema savaşın karamsarlığı ve karanlığıdır.

Savaş döneminin yarattığı güvensiz ortam Avrupa ve Amerika'daki fotoğrafçılığı farklı biçimlerde etkilemiştir. Savaş, Amerika topraklarında yaşanmadığından dolayı stüdyo fotoğrafçılığı devam etmekte ve var olan karamsar ortamın tersine son derece gösterişli fotoğraf eserleri ortaya konmuştur. Avrupalı birçok moda fotoğrafçısı ise bu dönemde ya zorunlu olarak belgesel fotoğrafçılığına geçiş yapmışlar ya da Amerika'ya göç ederek Amerikan moda fotoğrafçılığının gelişimini en üst seviyeye taşımışlardır.<sup>38</sup>

<sup>35</sup> Gerçeküstücülük. Avrupa'da I. II. Dünya Savaşları arasında gelişmiştir. Temelini, akılcılığı yadsıyan ve karşı-sanat için çalışan ilk *dadaist*lerin eserlerinden alır. 192'te Surrealizm Manifestosu hazırlayan şair Andre Breton'a 'a göre gerçeküstücülük, bilinç ile bilinç dışını birleştiren bir yoldur. Gerçeküstücülük akımı, gerçek dışı anlamında değil aksine gerçeğin insandaki iz düşümü şeklinde bir yaklaşımdır. <http://tr.wikipedia.org/wiki/S%C3%BCrrealizm>

<sup>36</sup> Aydemir Caner, Fotoğraf Neyi Anlatır, Hayalbaz Kitaplığı, İstanbul 2007, s. 94-97

<sup>37</sup> Frizot Michel, A New History of Photography, Köneman 1994, s.545

<sup>38</sup> Sanders, Mark – Poynter, Phil – Derrick, Robin; “The Impossible Image: Fashion Photography in

Ayrıca savaş döneminin ekonomik zorluklarından ve malzemelere ulaşma zorluğundan dolayı moda fotoğrafçıları yerel kostümlerin stilize edildiği tasarımları karelerine taşımışlardır.

Savaş döneminin önemli isimlerinden olan Cecil Beaton tüm moda çekimlerini savaşın yıkımı üzerine kurgulamış ve o dönem içinde gerçekçi kurgulamalar yoluna gitmiştir. Ancak bununla beraber tüm sanatsal çalışmalarında da sürrealizm akımından etkilendiği gözlenmektedir.<sup>39</sup>

Savaş döneminin ardından tüm sektörlerde olduğu gibi moda fotoğrafçılığında da hem biçim hem de içerik olarak büyük değişiklikler meydana gelmiştir. Savaş sonrası dönemde reklamcılığın artık bir sektör olarak karşımıza çıktığını görmekteyiz. Reklamcılık sektörünün canlanmasıyla da görsel materyaller önem kazanmış ve fotoğrafın önemi bir kat daha artmıştır. Bunun yanı sıra fotoğrafçılık malzemelerinin artması, fotoğraf teknolojinde meydana gelen değişimler sayesinde fotoğrafçılar stüdyo ortamını tekrar benimsemeye başlamışlardır. Dönemin moda fotoğraflarında giysilerin eskiye nazaran işlevsel olduğu göze çarpmaktadır.

1950’li yıllara damgasını vuran ve halen bir otorite olarak kabul edilen önemli moda fotoğrafçılarından bir diğeri de Richard Avedon’dur. “Yeni Duyarlılık<sup>40</sup>” adı verilen akımın bir takipçisi olan Avedon’un fotoğraflarında göze çarpan en önemli unsurlar, modellerin çekici ve zarif pozlarının yanı sıra arka planda kurgulanan çarpıcı fonlardır. Fotoğraflarında kimi zaman bir opera binası kimi zamansa bir çiçekçi dükkânı olmuştur.

Avedon çektiği renkli, enerjik ve pozitif fotoğraflarıyla ve özellikle gülen, eğlenen kadın figürleriyle büyük başarılar imza atmış, büyük bir ün kazanmıştır.<sup>41</sup>

Richard Avedon fotoğrafçılık çalışmalarında sürekli değişimi aramış ve birçok yeniliğin de öncüsü olmuştur. Buna en iyi örneklerden biri de gerçeklik duygusunun ön planda olduğu birbirinin devamı niteliğinde çekilmiş fotoğraf serileridir. Ayrıca savaş sonrası bir dönem dış mekânları tercih eden sanatçı dış mekânda yakaladığı gerçeklik duygusunu stüdyoya taşımıştır. Bununla beraber model seçimine baktığımızda ise artık 1960’lı yıllarda ince ve zarif hatlara sahip olan kadınların ön plana çıktığını rahatlıkla görebilmekteyiz.

1950’li yılların şöhretli moda fotoğrafçılarından önemli bir isim de Irving Penn’dir. Şöhretini en çok, Vogue dergisi için çektiği fotoğraflarla kazanmıştır. Ressam olmak isterken

the Digital Age”, Phaidon Press Ltd., Londra, 2000.

<sup>39</sup> Demirci Banu, Moda Fotoğrafının Gelişimi ve Çağdaş Yaklaşımlar, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, MSÜ,SBE, İstanbul 2002, s. 24

<sup>40</sup> Yeni Duyarlılık (New Sensibility): Savaş döneminin yarattığı güç şartlar nedeniyle ilgisi dağılan okuyucuları kazanabilmek için moda dergilerince savaş öncesine oranla daha az seçkin ancak çok daha süslü moda görsellerinin üretilmesiyle başlamış bir akımdır.

<sup>41</sup> Steele Valerie, Fifty Years of Fashion New Look to Now, Yale University 1997, s. 44

bir moda dergisinde yalın fotoğraflarıyla ünlenen, gün ışığını seven ama tüm fotoğraflarını stüdyoda çeken, fotoğraf baskısı konusunda mükemmeliyetçi ama mutlaka dergilerde yayınlanmasını isteyen yani anlaşılması zor ve belki de bu sayede kendi efsanesini yaratmış sanatçılardan biridir. Ressam olmak için sanat eğitimi almış, Vogue dergisini çıkartan Conde Nast grubun efsanevi art direktörü Alexander Liberman'ın cesaretlendirmesiyle çektiği fotoğraflar 1942 yılından başlayarak derginin kapağında yer almaya başlamıştır. Sonraki elli yıl boyunca neredeyse 150 Vogue kapağı onun imzasını taşıyacaktır. Gri ya da beyaz fonun önünde çektiği fotoğrafları, detaylardan çok bir silueti andıran grafiğiyle yalın ve etkilidir. Modayla yetinmemiş, kalkıp Peru'ya, Benin, Fas ve Yeni Gine'ye gidip "Uzak Yerler" serilerini oluşturmuştur. 1948'de yılbaşını geçirmek üzere gittiği Cuzco'da (Peru) geçen yüzyıldan kalma bir fotoğraf stüdyosu bulmuştur. Stüdyonun sahibini köyüne tatile yollamıştır. Fotoğraf çekirmeye gelenler, köy fotoğrafçısı yerine çektiği fotoğraflar için üstüne para veren Irving Penn'le karşılaşmışlardır. Sonuç, Vogue okurları için gerçekten şaşırtıcıdır. Sonra bir stüdyo tutup, ünlü yazarları, sanatçıları, kirli bir halının üzerinde ya da dar bir açıyla birleşen iki duvarın arasında fotoğraflamıştır.<sup>42</sup>

1960'lı yıllara gelindiğinde dönemin sosyolojik, siyasal ve bireyin psikolojinde meydana gelen değişim moda fotoğraflarına da yansımıştır. 1950'li yılların aksine fotoğraflar daha isyankâr, vahşi ve erotik bir tema üzerine kurgulanmıştır. Özellikle kadınların özgürleşmesiyle beraber şık ve şatafatlı kıyafetlerin yerine salaş mini etekler, kot pantolonlar almaya başlamıştır.

1960'lı yıllarda Diana Arbus gibi sanatçılar bu dönemin farklılığını yaptıkları işlerle net bir şekilde ortaya koymuşlardır. Özellikle Arbus model olarak hayat kadınlarını, travestileri, cüceleri kullanmış ve bu farklılıkları izleyicinin gözleri önüne net bir şekilde sermiştir.

Yine David Bailey'nin de çalışmalarına baktığımızda dönemin özelliklerini bize net bir şekilde yansıtmaktadır. Fotoğraflarında kadını cinsel bir obje olarak gösteren Bailey modelin cinsel cazibesi üzerinde yoğunlaşmıştır. David Bailey'in de içinde bulunduğu "Berbat Üçlü" olarak bilinen, Terrence Donovan ve Brian Dufy ile kurdukları bu grup fotoğrafçılığın hiçbir kuralını tanımayarak çekimlerinde rahat, sınırsız ve kural tanımaz bir üslup kullanmışlardır.<sup>43</sup>

<sup>42</sup> Frizot Michel, A New History of Photography, Köneman 1994, s.551

<sup>43</sup> Jopling Paul, Fashion Spreads, Word and Image in Fashion Photography since, Oxford 1980, s. 22



Moda fotoğrafçılığında 1960'lı yıllarda başlayan cinsel içerikli gelişmeler, 1970'li yıllarda da etkisini göstermiştir. Ancak 970'li yıllardaki bu cinsellik daha çok yumuşak bir pornografi içermektedir. Bunun en güzel örneklerini sunan sanatçı olarak da karşımıza Helmut Newton'dur. 1920'de Berlin'de doğan Newton, ilk fotoğraf makinesini 12 yaşında almıştır. Newton, otobiyografisinde babasına 15 yaşındayken fotoğrafçı olmak istediğini söylemiş ancak "Evladım, sonun sokaklarda sürünmek olur. Kafan kızlar ve fotoğraflar dışında bir şeye çalışmıyor" yanıtını almıştır. Asıl adı Helmut Neustaedter olan sanatçı, 1936'da sosyete fotoğrafçısı Yva'nın yardımcısı olarak mesleğe başlamıştır. İki yıl sonra da Nazi Almanyasından Singapur'a kaçmış, daha sonra Avustralya'ya yerleşip küçük bir fotoğraf stüdyosu açmış ve soyadını Newton olarak değiştirmiştir. 1957'de Avrupa'ya dönene dek moda fotoğrafçılığı yapan Newton uzun yıllar Paris'te kaldıktan sonra 1980'de Monte Carlo'ya taşınmıştır.<sup>44</sup>

Newton çalışmalarında özellikle kadın çıplaklığına yer vermiş ve fotoğraflarını cinsel motiflerle süslemiştir. Kullandığı çıplaklık ve cinselliğin yanı sıra da iri, biçimli kadın vücutlarını eserlerinde kullanmıştır.

2004 yılında trafik kazasında yaşamını yitiren Newton'u en iyi tasvir edenlerden biri belki de Mary Ellen Mark olmuştur: "Newton bakmayı bırakmıyor, hiçbir zaman da yaşlanmayacak, çünkü o bitmez tükenmez bir enerji ve yaratıcılığa sahip. Bakışları tembelleşmiyor, onun fotoğrafçılık üzerine buluşları her zaman olay oluyor." demiştir.<sup>45</sup>

Renk körü olan Helmut Newton, "Sarı ile yeşil, yeşil ile maviyi seçmedeki zorluklar yüzünden çok kaliteli renkli fotoğraflar çekiyorum." demiştir. Newton, pek çok ünlüyle çalışmıştır. Bunlar arasında Nastassia Kinski, Paloma Picasso, Liz Taylor, Sophia Loren, Pierre Cardin, Naomi Campbell, Jean-Marie Le Pen, Claudia Schiffer ve Eva Herzigova bulunuyor.<sup>46</sup> Newton'a asıl şöhreti getiren kareler, bugün sarsıcı, özel görsel şaheserler olarak nitelenen, Vogue ve Elle gibi dünyaca ünlü kadın ve moda dergileri için çektikleri fotoğraflardır.

1970'li yıllarda moda fotoğrafçılığında genel olarak bir tema sıkıntısı yaşanmıştır. Bunun sebebi ise 1960'lı yıllarda zaten moda fotoğrafçıları sınırsız bir şekilde neredeyse her temayı işlemişlerdir. Bundan dolayı, 1970'lerde moda fotoğrafçıları 1960'lı yıllara göre daha realist çekimler gerçekleştirmişlerdir.

<sup>44</sup> Helmut Newton, <http://ilef.ankara.edu.tr/fotograf/yazi.php?yad=9422>

<sup>45</sup> Helmut Newton, <http://ilef.ankara.edu.tr/fotograf/yazi.php?yad=9422>

<sup>46</sup> Helmut Newton, <http://ilef.ankara.edu.tr/fotograf/yazi.php?yad=9422>

1980’li yıllara gelindiğinde “punk kültürü”nün bütün dünyada yaygınlaştığını görmekteyiz. Punk kültürünün etkisi tüm moda dünyasını etkilerken moda fotoğrafçılığını da etkilemiş ve özellikle sokak kültürü ve modası yaygınlaşırken bu dönemde genç fotoğrafçılara da fırsatlar tanınmıştır.

Dönemin moda fotoğrafçılarından Bruce Weber, fotoğraflarında özellikle erkekleri cinsel ve fetişist bir obje olarak kullanmıştır. Özellikle Calvin Klein için gerçekleştirdiği fotoğraf çekimleri bunun en güzel örneğini teşkil etmektedir.

Dönemin Amerika’lı fotoğrafçılarından Herb Ritts’in çalışmalarına baktığımızda ilk olarak Richard Gere ile gerçekleştirdiği fotoğraf çekimleri karşımıza çıkmaktadır. Ritts bu fotoğraflarla ünlenmiş ve eski Yunan heykelleri tarzında çektiği siyah beyaz fotoğraflarla da kendi tarzını yaratmıştır.<sup>47</sup>

1980’li yılların birçok moda fotoğrafçısı günümüze kadar çalışmalarını sürdürmektedirler. Özellikle dijital fotoğrafçılığın yaygınlaşmasıyla beraber 90’lı yıllarda moda fotoğrafçıların sayısında azımsanmayacak bir artış gözlenmiştir. Ayrıca fotoğrafta kullanılan abartılı üsluplar yerini daha minimalist bir tarza bırakmıştır.

1990’lı yıllarda sanatsal fotoğrafçılık ve ticari fotoğrafçılığın birbirinden etkilenmesi söz konusu olmuştur. Moda fotoğrafçılığı bu dönemde, sinema, televizyon, internet gibi birçok alandan beslenmeye başlamıştır. Moda fotoğrafları artık bir ürün satmaktan çok bir yaşam tarzı satmak için kullanılmaya başlanılmıştır.

Özellikle sinematik tekniklerin etkisinde kalarak moda fotoğraf çekimlerini Cedric Buchet ve Cindy Sherman gibi fotoğrafçılar gerçekleştirmişlerdir. Nan Goldion, Juergen Teller, Philip Lorca-di Corcia, Glen Luchford, Ellen vo Unwerth gibi fotoğrafçılar da sinematik imge ve stratejilerini fotoğraflarında kullanan diğer sanatçılar arasındadır.

Moda sektörünün tam kalbinde olan moda fotoğrafçıları da genellikle moda akımlarını izler ve fotoğraflarını ona göre yaratırlar ama kimi fotoğrafçılar da vardır ki, modayı ve zamanın algısını şekillendirebilirler. Modacılar, modeller, zamanın modasını etkileyen karakterler ve filmler, moda fotoğrafçıları etkilemiş, fotoğraflarında kullandıkları kurgularını biçimlendirmiştir. Işığı kullanım, stüdyo ya da dış mekân çekimi, modellerin duruşları, bakışları, seçilen kadrajlar dönemlere göre şekillenmiştir. Bazı fotoğrafçılar ise kendi stillerini yaratmış ve fotoğrafları, onların birer imzası haline gelmiştir. **Baron De Meyer** gibi ilk moda fotoğrafçıları, Pictorializm ile tiyatral yaklaşımı başarılı bir şekilde birleştirmişlerdir. De Meyer yeni ortaya çıkan sesli filmin ışıklandırma yöntemlerinden

<sup>47</sup> Herb Ritts, <http://www.herbritts.com/about/>

etkilenerak eserler vermiştir.<sup>48</sup> (Fot. 1, 2, 3) Meyer modelleri, kullandığı mekânları ve materyallerini özenle tek tek ışıklandırmıştır.



**Fot.1.** 1940'ların moda fotoğrafına örnek,

*Baron De Meyer*



**Fot.2.** *Baron de Meyer*



**Fot.3.** *Baron de Meyer*

## 2.4. Türkiye'de Moda Fotoğrafçılığının Gelişimi

<sup>48</sup> <http://vedatkonyali.wordpress.com/2010/04/26/fotograf-akimlari-romantiz>

28 Ekim 1839 tarihli Takvim-i Vekayi gazetesinde fotoğrafın bulunuşu halka bir haberle duyurulmuştur. III. Selim’le başlayan padişahların kendilerinin gravürlerini yaptırma olayı bu tarihten itibaren fotoğrafa dönüşmüş ve padişahlar albümlerini hazırlatma başlamıştır. İstanbul’da ticari amaçlı en eski fotoğraf çekimi Compa adında gezgin bir fotoğrafçıya aitken profesyonel anlamda etkinlik gösteren en önemli stüdyolardan biri de Naya kardeşlere aittir.<sup>49</sup>

Osmanlı İmparatorluğu’nun önemli profesyonel stüdyosu ise “Abdullah Biraderler”dir. Bu stüdyoda, padişahların, Osmanlı hanedan üyelerinin, dönemin ileri gelenlerinin, İstanbul’u ziyarete gelen kralların, kraliçelerin fotoğrafları çekilmiştir. Abdullah Biraderlerin kadınların başlarını açık biçimde fotoğraflamalarından ötürü başları derde girmiştir. Çünkü Müslüman toplumda bu kabul edilebilir bir durum değildir. Ayrıca Abdullah Biraderler, oryantalist giysiler içinde kadın kıyafetleriyle erkek modelleri fotoğraflamışlardır ki bu da batıdaki Haute Couture anlayışına benzeyen ilk moda fotoğrafları olarak kabul edilmektedir.<sup>50</sup>

Abdullah Biraderlerin dışında Kargopulo, Pascal Sebah gibi isimler de kadın figürleri içeren oryantalist fotoğraflar çekmişlerdir.

II. Abdülhamit dönemi olan 1876–1908 yılları arası ise padişahın fotoğrafa olan ilgisinden ötürü fotoğrafçılığın ülkemizde daha da yaygınlaşmasına olanak sağlamıştır. Ayrıca bu dönemde Abdülhamit’in fotoğrafı Milliyet gazetesinde yayınlanarak fotoğrafa uygulanan sansür ortadan kaldırılmıştır.<sup>51</sup>

1917 yılında da ilk kadın fotoğrafçı olan Naciye Hanım, fotoğraf alanına ilginç bir anekdot olarak kaydedilmiştir. Naciye Hanım başı açık kadın fotoğrafları çekmesinin yanı sıra Fransız subaylarının eşlerini de çarşaf içinde görüntülemiştir. Ayrıca Sultan Reşat’ın torunlarına da fotoğrafçılık dersleri vermesi de onun tanınmasına yardımcı olmuştur.<sup>52</sup>

Bunun yanı sıra 19. yüzyılın sonlarına doğru kadını eğitebilmek amacıyla kadın dergileri yayınlanmaya başlamıştır. Bu dergilerin bir kısmı resimlidir ve bunlarda moda ilanlarına rastlanmaktadır. (*Demet, İnci, Kadınlar Dünyası, Hanım...*) Dergilerde ortak olarak güzellik, moda, çocuk bakımı, elbise patronları yer almaktadır. Ancak tüm bunlar Osmanlı’da

<sup>49</sup> Konuyla ilgili ayrıntılı bilgi için bkz. Atasoy Nurhan, Kıyafetnameleri Doğuşu ve Fenerci Mehmed Kıyafetnamesi, Osmanlı Kıyafetleri Fenerci Mehmed Albümü, Koç Vakfı, İstanbul 1986.; Öztuncay Bahattin, Dersaadetin Fotoğrafçıları, 1. Cilt, Aygaz AŞ, Koç Kültür Sanat v Tanıtım Hizmetleri AŞ.

<sup>50</sup> Özendes Engin, Abdullah Biraderler, YKY, İstanbul 2006, s. 84

<sup>51</sup> Launay Marie, Osman Hamdi Bey, 1873 Yılında Türkiye’de Halk Giysileri: Elbise-i Osmaniye. Les Costumes Populaires De La Turquie And 1873, Çev. Erol Üyepazarcı, Sabancı Üniversitesi Yay., Halı, Kilim ve Dokuma Sanatları, Fotoğrafçılık, Kataloklar ve Albümler, İstanbul 1999, s. 7

<sup>52</sup> A.g.e., s. 92.

batılı anlamda bir moda hareketinin ve moda fotoğrafçılığının geliştiğini gösterebilecek işaretler değildir.

#### **2.4.1. 1923–1980 Yılları Arasında Türkiye’de Moda Fotoğrafçılığı**

1923 yılında Cumhuriyet’in ilanı ile birlikte ülkede eğitimde, kültürde, siyasette, hukukta pek çok alanda gerçekleşen köklü değişimler giyim kuşamda da kendini göstermiştir. Bu dönemle birlikte kamusal alanda görülmeye başlayan kadın kendini şık kıyafetlerle sergilemeyi ve bundan keyif almayı, bu görüntüye alışmayı öğrenmiş bunu da ölümsüzleştirmek adına stüdyolarda gruplar halinde şık elbiselerle fotoğraflar çektirmişlerdir. Güzellik yarışmaları düzenlenmeye başlanmıştır. Feriha Tevfik ilk Türkiye güzeli seçilirken 1932 yılında Keriman Halis önce Türkiye güzeli ardından da Dünya güzeli seçilmiştir. Fotoğrafa olan bakışın değiştiği 11. 06. 1932’de çıkarılan kanunla da gözler önüne serilmektedir. Önceleri fotoğrafçılık mesleğini yalnızca Müslüman olmayanlar yapabiliyorken bu kanunla birlikte Türk vatandaşı olmayanların bu mesleği yapması yasaklanmıştır.<sup>53</sup>

Bu dönemde açılan fotoğraf stüdyolarında ticari amaçla fotoğraf çekimi yapıldığı gibi sanatsal anlamda da çekimler sıkça yapılmıştır. Fotoğrafın bu denli önem kazanması onun eğlencenin malzemesi haline gelmesine de neden olmuştur. Özellikle eğlence hayatının sınırlı biçimde içine girmiş olan kadın için, stüdyoya gidip fotoğraf çektirmek, fotoğrafa poz vermek de bir eğlence halini almıştır. Böylece fotoğrafçılık gittikçe önem kazanıyor gibi görünse de ülke bunu çok da özümseyememiştir. Örneğin, Yıldız Moran’ın fotoğrafçılık eğitimi için ABD’ye gitmesi hoş karşılanmamış, bu konuyla ilgili dalga geçilmiştir.<sup>54</sup>

Cumhuriyet Döneminde basın sektörü de ivme kazanmış ve ajanslar kurulmuştur. Bu dönemde dergilerin sayısı da arttırılmıştır. Şevket Rado’nun çıkardığı “Resimli Hayat” dergisi dönemin önemli dergilerindendir. Hemen ardından 1956 yılında çıkarılan “Hayat” mecmuası da dergiler arasında hatırı sayılır değere sahiptir. Dergilerin ortak özelliği, kadın, moda, tiyatro, sinemadır. “Hayat” dergisinde Ara Güler, Ozan Sağdıç, İnal Tengizman, Necdet İşler gibi fotoğrafçıların fotoğraf röportajlarına yer verilmiştir.

Dergi incelendiğinde derginin dönemlere göre profilini değiştirdiği dikkati çekmektedir. Önceleri kapağında yalnızca Avrupalı sanatçıların fotoğrafları yer alırken 70’li yıllardan itibaren Türk sanatçıların fotoğraflarına da yer vermeye başlanmıştır. Özellikle bu dönemde sınıf farklılıklarının ortaya çıkması, orta sınıfın burjuvaziyi izleme isteği bu dergilerin her sınıf için etkin olmasına neden olmuş ve özendirme ortama çıkmaya

<sup>53</sup> Ak Seyit Ali, Erken Cumhuriyet Dönemi Türk Fotoğrafı, Remzi Kitabevi, İstanbul 2001, s. 99.

<sup>54</sup> Onur Nur, Moda Bulaşıcıdır, Epsilon Yay., İstanbul 2004, s. 294.

başlamıştır. Böylece sınıflar arasındaki farklılıklar dergicilik anlayışında da kendini gösterir bir hal almıştır.

Bu döneme damgasını vuran isimlerden biri de “Yarım Ay”, “Yelpaze” “Hayat” “Ses” dergilerinde fotoğraflarıyla ve yazılarıyla yer alan Suavi Sonar’dır.



**Albüm 1.** *Hayat Mecmuası*

Sonar’ın yukarıdaki fotoğrafından da anlaşılacağı üzere fotoğrafları oldukça Batılı bir görünüm arz etmektedir 1956 yılından itibaren de artist fotoğrafları kapakları süslemeye başlamıştır. (bkz. Albüm 1)

1970’li yıllarla birlikte fotoğraflara kurgu dâhil olmuştur. Çekilen fotoğraflarda bu yıllardan itibaren bir öykü oluşturulmaya çalışılmıştır. (bkz Albüm 2) Aşağıdaki birinci

fotoğrafta İncecik ve Kaçamak başlığı altında bir aile fotoğraflanmaya çalışılmış ancak çocuğun kenarda durması ve kadınla erkeğin birbirine bakması bir kaçamak yapma isteğini vurgulamak istemektedir. Ateşle Barut adlı fotoğrafta ise kadın ve erkek dans etmekte erkek kadının belinden büküp yatırmakta ve erkeğin bakışları kadının açıkta kalan gerdanına yönelmektedir bu da bize bir nebze de olsa şehvet duygusunu vermeyi amaçlamaktadır. Fotoğraflardaki slogan fotoğrafları destekler niteliktedir. Bu fotoğraflar, Hayat Mecmuasının 1978 yılındaki sayılarından alınmıştır.



## **Albüm 2.** *Beymen'in reklam fotoğrafları,*

1970'li yıllarda gerek resimli dergilerin gerekse foto romanların varlığı ve sayısının artması, ayrıca toplumun her sınıfına hitap etmeye başlaması, bu yılların tüketime yaptığı çağrının çok net bir biçimde göstergesidir. Tüketime yönelik bu artış reklam sektörünün gelişmeye başlamasına, hazır giyim anlayışının yaşantımıza yerleşmesine neden olmuştur. Böylece moda fotoğrafçılığı yavaş yavaş önem kazanmaya başlar. Ayrıca bu dönemde gece kulüplerinin, gazinoların popülerlik kazanması da fotoğrafçılığın önem kazanmasına neden olmuştur. Şarkıcılar her sezonda stüdyolara gitmişler ve değişik kıyafetlerle fotoğrafçıya poz vermişlerdir. Bu fotoğraflar, yalnızca çalıştıkları iş yerlerinin girişlerinde yer almamış ayrıca gazete ve dergilerde de bunlara yer verilmiştir. Bu dönem şarkıcılarının fotoğraflarını çeken isimler arasında en önemlisi Erol Atar'dır. Erol Atar pek çok ünlünün portre fotoğrafını çekmiş bunlar içinde en önemli isim olarak da Zeki Müren yer almıştır. Erol Atar kendisini portre fotoğrafçısı olarak tanımladığı halde, onu adının kullanılmasını isteyen pek çok kişi ona gelmiş ve yüksek meblağlar ödeyerek dilediği tarzda fotoğrafını çekirtmiştir. Atar ise bu durumu o dönemde Türkiye'de fotoğrafçılığın kendi içinde ayrışmadığına bağlamıştır.<sup>55</sup>

Sonuç olarak moda fotoğrafçılığı 1923'ten itibaren önceki yıllara göre daha da yaygınlaşmıştır. Bu dönemde Türkler ve Türkiye bunu sektör haline dönüştürmeyi

<sup>55</sup> Kaya Handan, 1990 Sonrası Türk Moda Fotoğrafında Genel Eğilimler Dokuz Eylül Üniv. Güzel Sanatlar Enst. Fotoğraf Anasanat Dalı Yüksek Lisans Tezi, İzmir 2006, s: 126, (Erol Atar ile röportajdan.)

başarabilmiştir. Özellikle tüketimin artmasıyla moda fotoğrafçılığına olan ilgi de artmıştır. Ancak tüm bunlar yine de moda fotoğrafçılığının olması gerektiği yerde bulunduğu işaret değildir. 70'li yıllarda Atar'ın da vurgulamaya çalıştığı gibi henüz fotoğrafçılıkta kategoriler oluşmamıştır. Oysa Batıda fotoğrafçılık, kendi içinde kategorilere ayrılmıştır. Erol Atar, romantik çekiciliğin, barok havanın temsilcilerindendir. Bu nedenle Atar, 70'li yıllarda ve 80'li yılların başında bir tarz oluşturmuştur.

#### **2.4.2. 1980 sonrası Türkiye'de Moda Fotoğrafçılığı**

1980'de yaşanan askeri darbe ülkeyi, ekonomide, hukukta, siyasette etkilediği gibi sanatta da darbenin yansımaları ağır biçimde hissedilmiştir. 1980 ihtilalinin ülkeyi ve sanatı nasıl etkilemiş olduğunu Birsal Matara şu cümleleriyle ortaya koymuştur.

“Türkiye toplumu periyodik olarak baskıcı askeri yönetimin uygulamaları sonucunda edilgen, durgun bir kitle toplumu haline gelmeye başlamıştır. Bir yandan baskıcı siyasal-hukuksal düzen kadar, gelişmemiş bir toplumsal yapı da doğrudan sanatta yansımaları bulmuştur. Sürekli baskı ve korku altında tutulan yaratıcılık ve ussallık söner, zihnin en üst düzeylerindeki yaratıcılık düzeneklerini korku ve kaygı köreltir. Usavurmak yeteneğinin bitikliği ve yitikliği de zihnin bütünlüğünü bozar. O zaman zihnin ussallığı içgüdüsellikğe dönüşür. Böylece yaratıcılık tutkusunun yerine kapanma içgüdüğü yerleşir.”<sup>56</sup>

Yukarıdaki cümleler 1980 darbesinin önce insan sonra da sanat üzerindeki olumsuz etkisini gün ışığına çıkarmaktadır. Fotoğrafın ve fotoğrafçılığın, konumuz gereği moda fotoğrafı ve moda fotoğrafçılığının, sanat olup olmadığı konusundaki tartışmalar devam etse de bize göre fotoğraf bir sanat ürünüdür ve yaratıcı düşüncenin önemini yitirdiği, bireyciliğin ön plana çıktığı bir düzenden de elbette olumsuz yönde etkilenmiştir. Ancak 1980'li yıllarda yaşanan ekonomik durumlar buna ters orantılı olarak fotoğrafa daha önceki dönemlere

---

<sup>56</sup> Matara Birsal, 80'den Günümüze Türk Fotoğraf Sanatına Genel Bir Bakış, “Fotoğraf Neyi Anlatır”, Hayalbaz Yay., İstanbul 2007, s. 195.



oranla iyi yönde etkide bulunmuştur. Serbest piyasa ekonomisinde kısmen yaşanan hareketlilik fotoğraf malzemelerinin temini adına da bir piyasanın oluşmasını sağlamıştır.

“Ne 70’li yıllarda niteliğin arka plana atıldığı sadece görüntünün, belirli bir görüşün ortaya çıkarıldığı dönem ne de 80’lerde yaşanan aşırı bireysel çıkış, Türk fotoğrafı için çok büyük önem teşkil etmiyordu. Ama 80’li yılların biraz daha önemi var, en azından 80’li yıllarda hem ülkemize gelen fotografik malzemenin dolayısıyla hem de batının daha sıkı biçimde takip edilmesiyle fotoğrafta çok önemli bir teknik kalite artışı oldu. Ve bu teknik kalite bugünkü fotoğrafın da belirleyicisi oldu.”<sup>57</sup>

Ayrıca 1980’li yıllarda alınan ekonomik kararlar, düzeni değiştirmiş ve tekstil ile reklam sektörü de bundan etkilenmiştir. Bu durum fotoğrafın özellikle moda fotoğrafının yaygınlaşmasında önemli rol üstlenmiştir. Çünkü bu dönemde çok uluslu şirketlerin de Türkiye’deki pazara girmesi pazarı genişletmiş, bu da rekabeti artırmıştır. Bu durum reklam sektörünün gelişmesine yol açmıştır. Önce reklam sektörü beraberinde moda sektörü bundan payına düşeni almıştır. Yabancı yatırımcılar Türkiye’deki ajanslara ortak olmuşlardır. Böylece reklamcılık sektörü kişisel girişim olmaktan çıkmış ve çağdaş, yaratıcı ve farklı bir havaya bürünmüştür. Böylece önceleri tek başına çalışan moda fotoğrafçısı 1980’li yılların sonlarına doğru ajanslarla işbirliği içine girmeye başlamıştır. 80’li yıllarda çekilen fotoğraflarda şatafat, renklilik dikkati çekmektedir.

24 Ocak kararları ile tekstil ve reklam sektöründe söz sahibi olan yabancı şirketlerin varlığı dergicilik anlayışına da yansımıştır. Bu kararlarla birlikte ulusal dergilerin yerini uluslararası dergiler almıştır. Böylece moda daha yaygın şekle bürünmüş doğal olarak moda fotoğrafçılığı da ivme kazanmıştır. Bu nedenle aslında 80’lerin başında bir moda fotoğrafçılığından söz etmek mümkün değildir. Türk moda fotoğrafçılarından Nurhan Atar Amerika’da Art Center Collage of Design’ da okuduktan sonra 80’lerde Türkiye’ye dönüp moda fotoğrafçılığı yapmak isteyip anlaşamadığını düşünerek fotoğrafı bırakmıştır.<sup>58</sup> O yıllarda böyle bir sektör yoktur. Bu nedenle bu sektörün gelişmeye başlaması 24 Ocak kararları ile başlamıştır. Türkiye’nin ilk renkli magazin dergisi 1977’de Vog adı ile yayın hayatına başlayan sonraları Vizon adını alan dergidir. Bu dergi moda fotoğrafçılığının gelişimine katkıda bulunmuştur. Derginin eski sayılarında Kamil Şükun, Namık Kemal Atilla, Tunç Tüfekçi, Vedat Öztürk, Onur Başkan gibi isimler fotoğrafçı olarak yer almaktadır.

1990–1992 yılları arasında yine Vizon dergisinden izleyebildiğimiz kadarıyla Sıtkı Kösemen, Adil Gültekin, Mehmet Mutaf, Ani Arevyan, Nazif Topçuoğlu, Ayten Alpün gibi isimler fotoğrafçı olarak yer almaktadır. (bkz. Albüm 3.) Bu dönem fotoğraflarında genelde

<sup>57</sup> Akoğul Merih, Türk Fotoğrafında Eleştiri, Siemens, Türkiye’de Fotoğraf Sanatı, 17. 04. 1995, s. 31.

<sup>58</sup> Sibel Arna ile Moda Gündemi 12.05.2007 Milliyet Gazetesi

mekân olarak dışarıyı kullanılmakta stüdyo çekimlerine çok az rastlanmaktadır. Bunlarda amaç kıyafeti en iyi biçimde ortaya koymaktır.



*S. Kösemen*

*A. Gültekin*

*M. Mutaf*



*A. Arevyan*

*N. Topçuoğlu*

*A. Alpün*

**Albüm 3.**

Moda fotoğrafçılığının gelişmesinde dergilerin rolü büyüktür ve bu dönem olarak 1990'lardan sonraya dayanmaktadır. Tamer Yılmaz'ın şu cümleleri de buna ışık tutar niteliktedir.

“...Moda fotoğrafının gelişmesinde yeni dergilerin çok büyük katkısı oldu. Çünkü bunların dışında çekeceğin fotoğrafları gösterebileceğiniz tek yer firmalardı. İyi firmaların işlerini dışarıdan getirilen moda fotoğrafçıları çekiyordu. Sonradan

sonraya, yaklaşık iki sene sonra daha uygun fiyatlara aynı görüntüyü alabileceklerini anladılar ve yurtiçine dönmeye başladılar. O yüzden 1990'dansonra moda kavramı ve moda fotoğrafından bahsedebiliriz.”<sup>59</sup>

1994–95'ten sonra ise yavaş yavaş ama Batıdaki ve Amerika'daki yapılanları takip ederek Türkiye'de de moda fotoğrafçılığı bir sektör olarak var olmaya başlamıştır. Artık reklam fotoğrafçılığı olarak anılması bırakılmış ve gerçek anlamda moda fotoğrafçılığı sektörü oluşmaya başlamıştır.

Moda çok ciddi bir endüstri fakat fotoğrafçılık bağlamında Türkiye'de pek anılmamaktadır. 90'larda işe koyulmuş ve 2010 yılında artık yurtdışında da tanınmaya başlamış moda fotoğrafçılarımız vardır. 2007 'de 11 moda fotoğrafçısı bir araya gelerek bir sergi oluştururlar. Türkiye'de açılan fotoğraf sergilerinin neredeyse hepsinin sosyal içerikli olduğunu, bir moda fotoğrafı kitabının bile olmadığını, moda fotoğrafı endüstrisinin büyük boyutlu bir endüstri olduğunu ama hak ettiği değeri almadığını bildirerek, Anjelique'te gösterişli bir sergi açarlar.

Nisan ayında Dilek Hanif defilesi ile başlayan A la mode'07 davetlerinin ikincisi olan serginin ismi "Focussed On Fashion". Her fotoğrafçının iki fotoğrafı ile yer aldığı gecede fotoğraflar, birbirinden farklı sergileme teknikleriyle mekânın farklı alanlarına yerleştirilmiştir. Dev boyutlarda hazırlanmış görseller çeşitli ışık oyunları ile aydınlatılmıştır. İşleri sergilenen 10 moda fotoğrafçısı Ayten Alpün, Hasan Hüseyin, Koray Birand, Koray Erkaya, Murat Sargın, Nihat Odabaşı, Sedef Delen, Şenol Altun, Nurhan Artar ve Tamer Yılmaz ve Serdar Önal'dır.<sup>60</sup>

İstanbul Kültür Sanat Vakfı'nın 2004 yılında Doğu ile Batı arasındaki anlayış, diyalog ve etkileşim platformunun güçlenmesi adına başlattığı yurtdışı projelerinin 2008'deki duraklarından biri Viyana olmuştur. 4 Kasım 2008–1 Şubat 2009 tarihleri arasında Viyana'da gerçekleştirilen “Bir Bakışta Türkiye, Yaşam Kültüründen Kesitler” festivali için, temelini genç ve aslında epeyce eleştirel bir kuşağın gündelik yaşamından alan, bu yüzden de toplumsal değişimler ve dönüşümler konusunu işlemek zorunda olan bir kültürden yola çıkmıştır. Barış Aktınmaz, Ayten Alpün, Sedef Delen ve Emre Ünal'ın katıldığı “Biçimler & Manzaralar” başlığını taşıyan Türkiye'de moda fotoğrafçılığı sergisi de düzenlenmiştir.<sup>61</sup>

Dünyada 1900'lü yıllarda şekillenmeye başlayan moda fotoğrafçılığının Türkiye'de anlam kazanması neredeyse bir yüzyıl sonra olmuştur. Türkiye'de önceleri moda

<sup>59</sup> Dayı Handan, 1990 Sonrası Türk Moda Fotoğrafında Genel Eğilimler, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İzmir 2006, s. 228.

<sup>60</sup> <http://hursariv.hurriyet.com.tr/goster/Haberler.aspx?id=2142&tarih=2007-05-12>

<sup>61</sup> <http://www.iksv.org/detay.asp?id=257>

fotoğrafçılığı kavramı yerine reklam fotoğrafçılığı kavramı kullanılmaktadır. Bu nedenle moda fotoğrafçılığının asıl anlam kazandığı zamanın 1990'lı yıllar olduğunu vurgulamak yanlış olmayacaktır. Geçmiş bu kadar yakın zamana dayalı olan kavramın henüz sıkıntılar yaşıyor olması şaşılacak bir durum değildir. Türkiye'de moda fotoğrafçılığının halen bir üslup, bir kurgu sıkıntısı vardır.

### **3. MODA FOTOĞRAFÇILIĞINDA KURGU**

#### **3.1. Kurgu ve Fotoğraftaki Genel Kullanımı**

“Gücsüz, yetersiz, iyi tarif edilmemiş, fakir bir kavram, sonuçta fakir bir fotoğraf çıkartır. Demek ki güçlü bir fotoğrafın ana ve temel malzemesi ‘kavram’dır.” der Misha Gordin. Tanımdan da anlaşılacağı üzere her fotoğrafın bir kavramı olmalıdır. Kavram dediğimiz ise kurgunun, etrafında dolaştığı olgudur. Bu nedenle bir kurguya dayanmayan fotoğraf çok da nitelikli bir fotoğraf kabul edilmemektedir. Kurgu fotoğrafçılığı bu nedenle bir tekniğe dayanmaktadır. Söz konusu tekniğin temelini ise özel makyajlar, yüksek photoshop kullanımı, farklı ışık teknikleri, gölge oyunları, değişik tonlamalar oluşturabileceği gibi yalnızca fotoğrafta verilmeye çalışılan öykü de oluşturabilmektedir. Bu öykü yerine kimi zaman bir duygu, bir düşünce, bir ideoloji de yer alabilir.

Tekstil sektörünün ülkemizdeki gelişimi ve moda verilecek önem moda fotoğrafçılığında da arayışların olmasına neden olmuş ve çekilen fotoğraflar birer an yansıması olmaktan ziyade söz konusu olan kıyafete göre masumiyeti, erotizmi, aşkı, şiddeti, melankolik bir ruh halini, arayışı, kayboluşu... gibi pek çok farklı duyguyu, durumu vermeye çalışmıştır. Bu duyguyu verirken kıyafetin biçimi, giyilebileceği yerler, seslendiği kitle belirleyici rol oynamaktadır.

Moda fotoğrafçılığında kurguya başvurulmasının nedenlerinden biri de fotoğrafın dile gereksinim duymadan anlatım yapma özelliğini burada da ortaya koymak ve çekilen fotoğraftaki öyküyü yazısız anlatmaya çalışmaktır. Çünkü kurgu, bir düzenlemedir. Moda fotoğrafı başlı başına bir kurgudur. Doğası gereği tüketim kültürüne hizmet eder ve giyim markaları, moda fotoğrafçısı için birer müşteridir. Müşteri fotoğrafçıya nasıl bir şey istediğini anlatır ve bir senaryo üzerinde hemfikir olunur. Tüm bir set, önceden düşünülp yazılmış bir senaryoyu gerçekleştirmek için uğraşır. Çalışma bazen bir stüdyoda Irwing Penn'in yaptığı gibi, bir sonsuz fon önünde çekilir; bazen David La'Chapell gibi, büyük prodüksiyonlarla ihtişamlı setler kurulur; bazen sokağa çıkılır daha doğal, hayatın içinden pozlar kurgulanır. Kurguda her şey idealize edilir. Işık, model, tanıtımı yapılan giysi, saç ve makyaj, her şey mükemmelliğe hizmet eder. Fotoğraf makinesinin önünde, bir süreliğine bambaşka bir dünya yaşatılır.

Türk Dil Kurumuna baktığımızda, felsefe alanındaki kurgu için, “Uygulamaya geçmeyen, yalnız bilmek ve açıklamak amacını güden düşünce, kuramsal araştırma, spekülasyon.” açıklamasını görürüz.<sup>62</sup> Bu açıklama moda fotoğrafı için de uygun görünmektedir. Moda Fotoğrafının felsefesinde uygulamaya geçmeyecek olan, yalnızca sette, kameranın önünde olan bir dünya vardır. Bu, bir çeşit yaşam spekülasyonudur. Yine Türk Dil Kurumunun TV ve Sinema için yapılan açıklamasında kurgu için, “gerçek olmayan olay ve kahramanlardan oluşan eser” tanımı yapılmaktadır.<sup>63</sup> Bu gerçek olmayan kahramanlar, sıradan insanları etkilemekte ve “onlar gibi olamamak” bir mutsuzluk kaynağına dönüşebilmektedir. Moda Fotoğrafının, mükemmel olmak gibi bir acımasızlığı vardır. Bu mükemmellik, sıradan insanlar üzerinde bir baskı oluşturmaktadır. Gazete haberlerinde, yaşlı adamın karısını, mankenler kadar güzel olmadığı gerekçesiyle dövdüğü haberini okumak da bu bağlamda çok can sıkıcı bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Yöntembilim Terimleri Sözlüğünde, Olgusal karşılığı olmamakla birlikte usalır bir durumun imgesel tasarımı olarak açıklanır.<sup>64</sup>

Moda, işlevsellikten ziyade estetiğe hizmet eder. Fotoğraf da bu estetiği, elinde olan her araçla destekler. Kurgu, moda fotoğrafının güzele ve mükemmele ulaşması için elinde olan en güçlü silahtır. Kurgu üslupla iç içedir. Çünkü fotoğrafının üslubu ne ise fotoğrafta hazırladığı kurgu da bu üsluba hizmet eder. Ayrıca kurguyu dönemde yaşanan olaylardan bağımsız düşünmek mümkün değildir. Bu nedenle aslında iyi kurgulanmış bir fotoğraf dönemin kültürüne de ışık tutar. Çünkü o fotoğrafa bakarak toplumun içinde bulunduğu

<sup>62</sup> Türk Dil Kurumu Büyük Türkçe Sözlük, <http://www.tdkterim.gov.tr>

<sup>63</sup> Türk Dil Kurumu Büyük Türkçe Sözlük, <http://www.tdkterim.gov.tr>

<sup>64</sup> Türk Dil Kurumu Büyük Türkçe Sözlük, BSTS / Yöntembilim Terimleri Sözlüğü 1981

durumun analizi yapılabilir. Örneğin Bennu Gerede fotoğraflarında ezik, mutsuz, ikinci plana atılmış kadını model olarak almış ve bunu vermeyi amaçlamıştır. Bu da bize fotoğrafın ortaya konduğu toplumda kadının arka planda yer aldığı göstergesidir.

Kurgunun ne demek olduğuna yönelik yapılan tanımlardan da anlaşılacağı üzere fotoğraflarda yaşatılan ve ortaya koyulmaya çalışılan bir dünya ve bu dünyanın bir öyküsü vardır. Ve bu öyküler okunma, yorumlanma özelliğine sahiptir. Terry Barrett fotoğrafları yorumlayabilmenin, değerlendirebilmenin ölçütlerini oldukça net biçimde ifade etmiştir. Gadamer, “Yorumlamak, kendi kendilerine konuşamayan göstergeleri seslendirmektir.”<sup>65</sup> derken Barrett, “Yorumlamak bir fotoğrafın betimlenmiş tüm niteliklerini hesaba katmak ve bu nitelikler arasında anlamlı ilişkiler kurmaktır.”<sup>66</sup> der. Bu da bizi her fotoğrafın bir kurgusunun olduğuna ve bu kurgunun yorumlanabileceğine, değerlendirilebileceğine ikna eder. Biz 80 sonrasında Türkiye’de moda fotoğrafçılığındaki kurguları anlayabilmek için bu dönem fotoğraflarından seçtiklerimizi yorumlamaya, okumaya çalışacağız. Bu yorumlama sonucunda fotoğraflar hakkında bir şey yazabileceğimize inanmaktayız. Yazacaklarımız o dönem işlenen kurguları ortaya koyacaktır. Barrett’e göre fotoğraflar hakkında yazabilmek için dört temel soruya yanıt almalıyız. Sorulardan birincisi Burada ne var? Ne hakkında? Bu iyi mi? Bu sanat mı?<sup>67</sup> Biz de fotoğraf yorumlarımızda, fotoğrafın anlatmak istediğini, elimizden geldiği ölçüde bu sorulara yanıt arayarak ortaya koymaya çalıştık.

### **3.2. 1980 Sonrası Türk Moda Fotoğrafçılığında İşlenen Kurgular**

1980’li yıllarda Türkiye’de moda fotoğrafçılığına çok önem verilmediği konusundan daha önce söz etmiştik. Bu dönemde ve sonrasında ortaya çıkan isimlerden bir kısmının batılı fotoğrafçılara öykündüğü bir kısmının da öykünmeden çok bire bir taklide başvurduğu dikkati çekmektedir. Bu fotoğrafçılar çalışmalarında bir üslup kaygısı içine girmemiş bu nedenle de kurgu arayışında bulunmamışlardır. (bkz. Albüm 4)

<sup>65</sup> Gadamer Hans George, Kaus Davi, Giancarlo Politi, ed., Art and Philosophy (Milan, İtalya: Flash Art Boks, 1991), s. 20.

<sup>66</sup> Barrett Terry, Fotoğrafi Eleştirmek, İmgeleri Anlamaya Giriş, Çev, Yeşim Harcanoğlu, Hayalbaz Kitap, İstanbul 2009, s. 67.

<sup>67</sup> Barrett Terry, Fotoğrafi Eleştirmek, İmgeleri Anlamaya Giriş, Çev, Yeşim Harcanoğlu, Hayalbaz Kitap, İstanbul 2009, s. 229



#### Albüm 4.

Ancak 1990'larla birlikte pek çok moda fotoğrafçısı yetişmeye başlamış ve isimlerini yalnızca ulusal çapta değil uluslar arası platformda da duyurmuşlardır. Bu fotoğrafçıların bir kısmı Profesyonel Tanıtım Fotoğrafçıları Derneğine üye iken büyük bir kısmı da serbest

olarak çalışmaktadır. Bu dönemde Sedef Delen, 20 yıla yakın bir süredir çalışan Ayten Alpün, 1999'dan beri Nihat Odabaşı, yine 90'larda Türkiye'ye gelerek çalışmaya başlayan Hasan Hüseyin, 1993'ten beri çalışan Koray Erkaya, 33 yıllık fotoğraf hayatının 19 yılını moda fotoğrafına adanmış 1999'da vizon Show'un en iyi moda fotoğrafçısı seçilen Tamer Yılmaz, Türkiye'de moda fotoğrafının çizgisini genişleten, özgünlüğü yakalamaya çalışan Türk fotoğrafçılardır. Bu isimler, fotoğraflarını çekerken kendilerine özgün bir biçim ortaya koymuşlardır. 1980 sonrasında Türkiye'de moda fotoğrafçılığında işlenen kurguları değerlendirebilmek için bu isimlerin fotoğrafları üzerinde durmak çok daha yerinde olacaktır diye düşünmekteyiz.



Ayten Alpün

**Fot. 4**



Sedef Delen

**Fot. 5**

2006 Mayıs ayında "*Seks, Pornografi ve Sansür*" adlı "2'debir" dergisiyle çalışan moda fotoğrafçıların çalışmalarından oluşan bir sergi açılmıştır. Moda fotoğrafçıların seksin sınırlarında dolaştığı iddiasıyla açılan sergide tüm sanatçılar bu sınırları kendi olanaklarına göre oldukça cesur bir şekilde esnetmişlerdir. Bu sanatçılar arasında Emre Doğru, Barış Aktınmaz, Bennu Gerede, Sedef Delen, Görkem Önal, Mine Kasapoğlu, Şenol Altun, Ayten Alpün, Volga Yıldız, Serkan Şedele, Melisa Önel, Timuçin Coşkun ve Uygur Yılmaz gibi isimler yer almıştır. Bu fotoğrafçıların her biri fotoğraflarında kendi adına bir güzellik vaadi bulunduğunu düşünmektedir. Tabii kendi düşüncelerinin fotoğrafa bakanlarla aynı olmak zorunda olmadığı konusunda da hemfikirdirler. Çünkü onlara göre bu fotoğraflara herkes kendi bildiği yerden bakar, ister böler, toplar, parçalara ayırır, isterse fantezilerine uydurur...<sup>68</sup>

<sup>68</sup> <http://arsiv.sabah.com.tr/2006/05/12/cm/yas116-20060428-103.html>





**Fot. 6.**

**Fot. 7.**

Birbirini izleyen tarihlerle açılan moda fotoğrafıyla ilgili bu sergiler, Türk moda tarihi açısından çok önemlidir çünkü fotoğrafçılar yalnızca işlerini yapıp para kazanmakla yetinmeyip sanatsal duyarlılık içinde olduklarını söylemek istemişlerdir.

*Focused on Fashion* sergisi, Türkiye’de var olan bir sektörün, kendini modanın dışındakilere de tanıtmaya isteğidir. Moda fotoğrafını dergilerde billboardlarda, bina cephelerinde görürüz ama işlerin bir sergi salonuna taşınması ve sergilenme şekilleri (oldukça büyük boyutlarda) en azından sergilenen fotoğrafları başka bir boyuta taşımıştır. Bu, Türk moda fotoğrafında, konu üzerinden değil, daha geniş anlamıyla moda fotoğrafı üzerinden yapılan sanatsal bir kurgudur. Var olmanın kurgusu, ne şekilde ve nerede var olacağını kurgusudur ve moda fotoğrafının gücünü artırır.

*Seks, Pornografi ve Sansür*, moda fotoğrafının üzerine kurulduğu şekli, inkârdan ziyade (inkâr diyorum çünkü bu topraklarda 80'lerden beri alıştırılmaya çalışılan baskı düzeni, pornografik olanın ifşasına karşı önyargılı ve dinin de etkisiyle sakıncalı bakar.

Çünkü seks, erotizm libidodur, libido, insanın en büyük yaşam enerjisidir. Bir yanılla özgürlüktür. İşte erotik, pornografik ve seksi olanın sakıncalı olma sebebi de budur. Her an kontrolden çıkmaya meyillidir ve toplum, iktidarın çok uzun yıllardır sürdürdüğü bir gelenek olarak baskı altına alınarak özgürlüğünden neredeyse gönüllü olarak feragat etme yoluna sokulmuştur. Bu sebeplerle pornografik veya erotik olan, bir bakıma daha fazla özgürlük alanı içinde olandır. Fakat bu konunun da özgürlüğü, kendi içinde tartışılabilir zira özgürlük kavramını tartışmak gerekir.) bahsi geçen serginin amacı, genel olarak moda fotoğrafının ve moda fotoğrafında pornografik ve erotik olanın üzerine düşünmek, fikir üretmek olarak yorumlanabilir.

*Bir Bakışta Türkiye, Yaşam Kültüründen Kesitler* festivalinde sergilenmiş moda fotoğrafları ise sosyal-kültürel içerikli büyük bir projeye moda fotoğrafının da dâhil olması, Türkiye'de moda fotoğrafının sınırlı bir alanda tüketilmediğinin göstergesidir.

Moda fotoğrafçısı Bennu Gerede'den de bir sergi çalışmasına değinmek gerek zira bu çalışmada da bir modacının tasarımları ve moda fotoğrafçıları yer almaktadır. İngiliz yazar Charles Kingsley'in 1863 yılında yazdığı *Water Babies* (Su Bebekleri) adlı kitap, bir fotoğraf sergisine esin kaynağı olmuştur. Fotoğrafçı Bennu Gerede, bazı çocukları tek başına, bazılarını anneleriyle suda fotoğraflamıştır. Fotoğrafların illüstrasyonlarını oyuncu Cemal Hünel'in kardeşi Kerem Sami Hünel yapmış ve ortaya 15 fotoğraflık, masal gibi bir sergi çıkmıştır. Gerede ile küçük oğlu Kai'nin fotoğraflarını ise Koray Erkaya çekmiştir.<sup>69</sup>

Bu tip sanatla, kültürel olayları bulaşmasının, moda fotoğrafının kalitesini artırdığı, hem moda fotoğrafının, hem fotoğrafa bakmanın biçimini değiştirdiği, evrilttiği kesin. Fakat kadın bedeninin aşırı idealleştirilmiş hali, pornografi ile birlikte, moda fotoğrafının üzerine oturduğu en geçerli kurgu. Şunu biliyoruz ki "Seks satar" ve moda fotoğrafı sergilenmek için değil, satılmak için çekilir. Koray Birand, çektiği fotoğrafların altı ay, en fazla bir yıllık bir ömrü olduğunu, çekilen fotoğrafların tüketilmek için çekildiklerini söylerken moda fotoğraflarının başlıca amacının satılmak olduğunu vurgulamaya çalışmıştır.<sup>70</sup>

Peki, fotoğrafçının cinsiyetinin yapılan işe etkisi var mı diye düşünürsek, Sedef Delen, kadın olmanın en önemli dezavantajını şöyle anlatmaktadır: "Kadın fotomodeller çekimler

<sup>69</sup> <http://hurarsiv.hurriyet.com.tr/goster/haber.aspx?id=12048913&tarikh=2009-07-12>

<sup>70</sup> <http://www.bakdergisi.com/roportajlar/3/koray-birand>

esnasında erkeklerle ve dolayısıyla kamerayla flört ediyor. Ortaya daha iyi bir sonuç çıkıyor. Benim çekimlerimde bu olamıyor." Sedef Delen'in altını çizdiği bu gerçek, kurguyu da etkileyen bir unsurdur.



**Fot. 8.** *Sedef Delen*



**Fot. 9.** *Koray Birand*

Kurgudaki mekân seçimleri gerek stüdyo, gerekse dış mekân olabiliyor ama Türk moda fotoğrafçıları, Koray Birand'ın söylediği gibi, kısıtlı bütçe yüzünden çok büyük prodüksiyonlar gerçekleştiremedikleri için daha çok stüdyo çalışmalarına yönelmektedirler. Stüdyonun bir artı yönü de kontrolün kolay olması, çekimlerin hızlı bir şekilde yapılabilmesidir. Çok fazla iş yetiştirmek zorunda olan fotoğrafçılar, stüdyolarında, neredeyse tek bir beyaz fon önünde yaratıcı, başarılı fotoğraflar üretebilmektedirler. (Albüm 5.)





### Albüm 5. Stüdyo fotoğraflarına örnekler

Dış mekân çekimlerinde ise tarihi mekânlar, dokusu, şehir insanları için otantik ve farklı olan Doğu kentleri ya da kalabalık, yoğun Batı şehirleri, orman, park ve bahçeler, lunapark, duvarları grafitili ara sokaklar kullanılırken modeller genelde şuh bakışlı, cesurca kameraya, yani aslında izleyicinin gözünün içine bakan pozlar içindedirler. (Albüm 6.)





### **Albüm 6. Dış mekan çekimli fotoğraflara örnekler**

Işık kullanımı moda fotoğrafında mükemmel gerçeklikte olmalı çünkü fotoğrafı çekilen kıyafetler, gerçek renklerinde görünmeli. Buna rağmen kimi fotoğrafçılar, gerçek renkleri bozarak daha farklı hisler yaratmayı da sevmektedirler. Sedef Delen' in bir serisi buna örnek olarak gösterilebilir. (Fot. 10, 11)



**Fot. 10.** *Sedef Delen*



**Fot.11.** *Sedef Delen*

Fotoğraf, dış mekânda, deniz kıyısındaki kayalık bir alanda çekilmiş. Taş doku gerçek rengindeyken, modele kırmızı filtre uygulanmış. Çekim sırasında modelin üzerine yansıtılan kırmızı reflektörle yapılmış bu etki, pop art' a bir gönderme gibi. Andy Warhol'un Marlyn Monroe çalışmasını hatırlatıyor. İkinci fotoğrafta, elbisenin gerçek sarısını bir parça görüyoruz ve deneysel bir kurgunun içindeki gerçek olanı zihnimiz tamamlıyor.

Bazen fantastik kurgulara da rastlanmaktadır. Modellerle açık olarak, ilişki içinde görünen astrolojik burç ilüstrasyonları, Kerem Hünel'in elinden çıkmış. Fakat Koray Erkaya'nın fotoğrafları gerek modelin herhangi bir yerde otururcasına verdiği pozlar, gerek tanıtılan kıyafetler sebebiyle kesinlikle erotik değildir. (Fot. 12, 13, 14, 15)



**Fot. 12** *Kerem Hünel*



**Fot. 13** *Kerem Hünel*



**Fot. 14** *Kerem Hünel*



**Fot. 15** *Kerem Hünel*

Bazı gerçek üstü masalsi dışilere çağrışım yapan diğer işlerini de fantastik kurguya örnek olarak gösterebiliriz. Aşağıda 16 numaralı fotoğrafta denizden yükselmiş kanatlı bir denizkızı var, 17 numaralı fotoğrafta ise elinde tuttuğu kırmızı elmayla Havva'ya gönderme yaptığı fotoğrafı görülüyor. Ancak bu işlerin teknik ve estetik açıdan çok başarılı olduklarını kesinlikle söyleyemeyiz.



**Fot. 16** *Kerem Hünel*



**Fot. 17** *Kerem Hünel*

Türk Moda Fotoğrafında kullanılan kurgular, dünya modasıyla paralellik göstermektedir. Genelde dünya modasında yaygın estetik ne ise burada da aynı estetik beğeni mevcuttur. Bu biraz da Türk moda fotoğrafçılarının kimisinin yurtdışında eğitim alıp orada biraz çalıştıktan sonra Türkiye'ye dönmeleri yüzünden, kimisinin yurtdışında yaşayıp daha çok oradan beslenmesinden kaynaklanıyor olabilir.

Türk Moda Fotoğrafının bizde uyandırdığı genel kanı, geleneksel Türk Moda Fotoğrafı'nın olmadığı yönündedir. Çok zengin bir görsel hazineye ve farklı bir algılayışa sahip olan Anadolu coğrafyasını, fotoğrafçılarımızın iyi değerlendiremediklerini düşünmekteyiz. Bu konuda Lara Sayılğan, bir röportajında, bir ülkenin moda sektörü ile ilgili dikkate değer sözler söylemiştir. Türk moda endüstrisini dünyada nerede görüyorsunuz, bu konuda bir yorum yapabilir misiniz? diye soran gazeteciye:

“Tekstil ürününün kalitesi olarak bence çok kaliteli şeyler üretiyoruz. Buradaki çekimlerde çalışmak üzere mankenler geliyor, saç makyaj yapan insanlar, stilistler geliyor. Demek ki bu endüstride para var ki bu insanlar buraya geliyor. Ama yurtdışında markalaşabilen çok az firmamız var. Biz zaten kendi içinde o kadar çok problemi olan bir ülkeyiz ki ve o kadar kalabalığımız ki...” cevabını veriyor. Daha sonra, “ne tür problemler” diye devam ediyor gazeteci. “Bu işler biraz da parayla olan işler. İnsanlar önce geçimlerini sağlamalı ki ondan sonra giyim kuşamına özen gösterebilir. Moda bizde biraz lüks oluyor. Önce refah düzeyimizin yükselmesi ve bazı problemlerin düzeltilmesiyle bir yerlere gelebiliriz. Bu ülke başka problemlerini halledecek ondan sonra moda gelecek. Keşke başka sanat ya da spor dallarında ismimizi duyurabilsek, sonra başka öncelikler gelse. Çünkü moda çok riskli. Bugün var yarın yok. Bugün yuvarlak burunlar moda, yarın sivri burun moda olacak ama bir spor dalında rekor kırarsanız, satranç şampiyonu olursanız ya da bir sanat dalını çok iyi sergileyebiliyorsak biz çok uzun yıllar tanınırız, bizden sonraki nesiller de bizi tanır. O zaman tabii modacılarımız da tanınır. Bence bizim dalımızı çok ilgilendiriyor bütün bunlar. Çünkü bu bir kültürdür. Bir ülkeye baktığımız zaman tarımından, giydiğine kadar her şeyiyle bütünleşiyorsunuz. Moda da öyle. Bir kıyafet beğeniyorsunuz bu onlara has diyorsunuz. Mesela eskimo tarz montlar o kültürü anımsatır. Ama bu aşamaya kadar kat etmemiz gereken o kadar çok yol var ki...”<sup>71</sup> diyerek aslında Türk moda fotoğrafçılığının daha yolun çok başında olduğunu ve kurgulanmasında da kendi kültürümüzü çok fazla yansıtacak öğelere yer verilmediğini vurgulamaktadır.

### **3.3. 1980 Sonrası Dünya Moda Fotoğrafçılığında İşlenen Kurgular**

Moda fotoğrafçılığı kendine ait dili olan bir iletişim aracı olmasının yanında “güzellik” kavramıyla direkt olarak ilişkilidir. Moda Fotoğrafı, var olduğu her dönemin sosyal-kültürel olaylarından etkilenmiştir ve işlenen kurgular da buna göre şekillenmiştir. 1980 sonrası moda fotoğrafında işlenen kurguları bilmek ve aynı zamanda anlayabilmek için, 80'lere

<sup>71</sup> <http://www.kariyer.net/kariyerRehberi/kariyerRehberiDetay.kariyer?arn=&sid=arn=&pri=81&kn=112>



gelmeden, en azından 2. Dünya savaşından sonraki moda eğilimlerine göz atmak gerekir çünkü yaşanan her dönem bir önceki dönemin devamı ve bir sonraki dönemin de altyapısıdır.

1940'larda, savaştan yeni çıktığı için her sektörde bir durgunluk yaşanmıştır. Elbiseler sadeleşmiş, Harper's Bazaar dönemin kadını "güvercin kadın" olarak tanımlamıştır. Kadınlar iyice sıkılmış belleri, çıkık göğüsleri ve kabarık etekleriyle bir güvercini hatırlatmaktadır. Dior, "New Look" adını verdiği koleksiyonunu sergilemiştir. 1949'da ilk defa "pret-a porte" tanımı kullanılmıştır. Bu "hazır giyim" demektir. 1950'lerde sinema modayı etkilemiştir. Marilyn Monroe (Fot.18, 19), Sophia Loren (Fot.20), Brigitte Bardot (Fot.21), Audrey Hepburn (Fot.22), Liz Taylor (Fot.23) gibi aktrislerin giydikleri taklit edilmeye başlanmıştır. Levi Straus tarafından yaratılan "Jean"ler özgür, asi, erkeksi ve protest bir imaj yaratmıştır. James Dean' in (Fot.24) "Rebel Without a Cause" filminden oldukça etkilenen orta sınıf gençleri Jean'i ideolojik bir gösterge olarak kullanmıştır.<sup>72</sup>



**Fot.18.** Marlyn Monroe. Fotoğrafçı: *Philippe Halsman* **Fot.19.** Marlyn Monroe

<sup>72</sup> Dayı Handan, 1990 Sonrası Türk Moda Fotoğrafında Genel Eğilimler, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İzmir 2006, s.90.



**Fot. 20.** *Sophia Loren*



**Fot.21.** *Brigitte Bardot*



**Fot.22.** *Audrey Hepburn*



**Fot.23.** *Liz Taylor*



**Fot.24.** *James Dean*

1960'larda diğer yıllardan farklı olarak genç kuşak ilk defa tüm alanlarda ve modada öncü bir konumda yer almıştır. Sinema yine modayı etkilemiştir. 1967'de çekilen Bonnie and Clyde filminde Faye Dunaway'ın şapkası ve trençkotu (Fot.25) ; Funny Face filminde Hubert Civenchy tarafından giydirilen Audrey Hepburn'ün giysi tasarımları (Fot.26) etkisini uzun süre korumuştur. 1966 yılında yönetmen Michelangelo Antonioni'nin Blow-up isimli filmi hem moda hayatını hem de moda fotoğrafçılığı kavramını irdelemektedir. Filmdeki aktör David Hemmings moda fotoğrafçısı David Bailey model alınarak işlenmiştir. 60'lı yıllarda televizyonun icadıyla birlikte modanın yaygınlaşması da hızlanmış ve daha evrensel bir boyut kazanmıştır. Gençlerin de moda ile olan taleplerinin artmasıyla birlikte yeni bir sektör oluşmuştur. Bu, giyim endüstriyel olarak seri bir şekilde daha ucuza mal edilmesini

sağlayan üretim şeklidir. Üretimi destekleyen defileler aracılığıyla üretilen giysiler alıcıya tanıtılmaktadır. Değişen giyim anlayışına bağlı olarak elbiseleri sunan mankenler de değişime uğramıştır. Bu dönemde, çok zayıf ve hastalıklı görüntüsü veren Twiggy adlı manken moda dünyasında uzun bir süre popüler olmuştur. (Fot.27)



**Fot.25.** *Bony and Clyde*



**Fot.26.** *Audrey Hepburn Funny Face filminde*



**Fot.27.** *Twiggy*

1968 'de doruğa çıkan Hippilik anlayışını benimseyen gençler savaş ve emperyalizm karşıtı kaygısız bir yaşam biçimi sürdürmüşlerdir. Birçok maddi değeri, modayı ve modanın dayatmalarını da reddetmişlerdir. Karşı kültür oluşturan bu grubun rahat ve özgür kıyafetleri bir anda popüler modanın simgesi durumuna gelmiş ve 70'lerin sonuna kadar sürmüştür. (Fot.28) Bu dönemde Happening akımı, Op Art ve Fütürizm anlayışı modayı etkileyen akımlardır. Yves Saint Laurent'ın 1965 yılı koleksiyonunda Mondrian'ın resimlerine benzer materyalleri, geometrik formları sıklıkla kullandığı görülür. (Fot. 29) Yine Pop Art'tan etkilenen Yves Saint Laurent tasarımlarında Andy Warhol ve Roy Lichtenstein'in tablolarından izler görülmektedir.



**Fot.28.** 70'lerin Hippi modası



**Fot.29.** Yves Saint Lourenth 1965 Koleksiyonundan

70'li yıllarda belirgin bir moda eğilimi görülmemekle birlikte 60'lı yılların eğilimlerinin 80'li yıllara taşındığı bilinmektedir. 80'lere gelindiğinde Sovyetler Birliği'nin dağılmasıyla, komünizm popülerliğini yitirmeye başlar. 80'lerin felsefesi, Amerikan felsefesinin daha çok benimsenir oluşu ile başlar ki, bu da yeni bir yaşam tarzının habercisidir aslında.

70'lerde, bireyci ancak, barış ve huzura önem veren Hippiler, yerini, bireyci ancak, başarı ve parayı önemseyen "yuppie"lere bırakır. Gelişen teknolojiyle birlikte, insanların istekleri ve değerleri hızla değişime uğramaktadır. Sosyo politik mücadeleler bitmiştir artık. İnsanlar artık daha fazlasını istemektedir. Daha çok güç, daha çok para, daha çok başarı, daha çok itibar vs. Dolayısıyla bu modada da "daha" anlamına gelir. Daha geniş omuzlar, daha

kabarık saçlar, daha çok aksesuar ve tabii ki , daha iyi görünmek!... Bu döneme gelene kadar 80'lere gelindiğinde kadın ve erkek arasındaki fark azalır ve kadınlar da takım elbise giymeye başlar. Ne de olsa, "güçlü görünmek", başarı için önemlidir.

1975'te John Molloy "Women Dress For Success" (Başarı İçin Kadın Giyimi) adlı kitabında iş dünyası için güçlü görünümün önemli olduğu fikrini savunmuştur, bu fikir Amerika'da büyük ilgi uyandırmış ve sırasıyla İngiltere'ye oradan da Avrupa'ya yayılmıştır.

Bunun en sıkı savunucuları, "yuppie"ler olmuştur. Kelime, aslında reklam endüstrisi tarafından hırslı, çok çalışkan, sert oynayan, kariyer sahibi, belirli bir insan tipinin özünü yakalamak için icat edilmiştir. (Young Upwardly Mobile Professional Person)

Hareketli yaşam tarzları, uzun saatler mesaiden sonra kendilerine kalan kısıtlı boş zamanda, pahalı parfümlerden kaliteli şampanyalara kadar gereksiz harcanan para demektir ki bilinçli israf da bu tavrın bir parçasıydı. Genelde geniş omuzlu ceketler ve daha avantajlı bir yaşam tarzı imajı vermek için abartılı gece kıyafetlerini tercih edilmekte fazla sayıda aksesuar bir arada kullanılmaktaydı.

Kadınlar, artık modada ağırbaşlı görünümü tercih etmeye başlamıştır. Ağırbaşlı görünüm; ciddiye alınmak ve bu da "güç" demektir aslında. Güçlü bir görüntü için, geniş omuzlar gerekmektedir. Tıpkı erkeklerde olduğu gibi... Güzel vücuda sahip olmak tüm alanlarda başarının simgesi olarak görülmüştür. Prince'in 'You've Got The Look' şarkısındaki gibi herkes saplantılı bir biçimde nasıl görüldüğüyle ilgilenmektedir. Herkes kusursuz olmalıdır, ya Superman ya da Superwoman! Bunlar 70'lerin Hippi ve Punklarının ardından çok farklı görüntülerdir. "Başarı" herkes için en önemli hedeftir ve dış görünüş birçok kişiye göre başarıya götüren en önemli anahtardır.

1980'lerin başında Yeni Romantizm Londra gece kulüplerinde Punk akımından sonra yenilik arayışlarıyla ortaya çıkmış ve bir bakıma üretilmiş bir yaşam biçimidir. Müzik gruplarının önde gelenleri, kendilerine daha çok dikkat çekmek için yeni fikirler aramaya başlamış, bu süreç içinde sahnede tiyatral ve abartılı şovlar ön plana çıkmıştır. Dolayısıyla kostüm de önemlidir.

Punk hayata karşı sayıp söverken Yeni Romantikler hayattan zevk almayı savunmuş, gösterişli kıyafetler giymişlerdir. Kendilerine görünüm için Hollywood'un 50'lerdeki şaşaaasını örnek almışlar, gösterişli firfırlar ve zevki okşayan cafcıflı kumaşları, tarihî çağlarla

birleştirmişlerdir. Punk'ın aksine, giyimde eskitmeler, daha çekici ve lüks bir görünüme hizmet ediyordu.<sup>73</sup>

80'lerde ayrobik en popüler spor olarak görülmüş, kıyafet modasına da yön vermiştir. Her an spor yapıyormuş gibi görülen kadınlar, açık renk tişörtleri, saç bantları, pamuk örme giysileri, tozlukları ve spor ayakkabılarıyla zaman zaman spora tezat görüntüler de oluşturabilmektedir. Madonna, 80'li yılların ikonu haline gelmişti.(Fot. 30) Gösterilerinde dişiliğini ve erotizmini gösteren seksi ve fetiş elementlerle zenginleştirilmiş kostümleriyle doğallığın ve kadınlığın da önemini vurgulamaktadır. Moda tasarımcısı Paul Gaultier'in Madonna için yaptığı tasarımlarının da pop starın ünlenmesinde oldukça etkili olduğu düşünülmektedir. Jean Gaultier cinsiyeti, adeta bir moda oyununa dönüştürmüştür. Onun işlerinde Haute Couture ile kombine edilmiş sokak kültürü rahatlıkla görülür. Moda trendleri 1980'li yıllarda televizyon dizilerinden takip edilebilmekteydi. Yaygın olarak kullanılmaya başlanan iletişim araçları nedeniyle yalnızca kadınlar değil erkeklerin de modayla daha yakından ilgilendikleri anlaşılmaktadır. Miami Vice dizisinin beyaz ceket ve koyu renk tişörtlü, kot pantolonlu aktörü Don Johnson model olarak benimsenmiştir



**Fot.30.** *Madonna*

<sup>73</sup> <http://www.tekstiltasarim.com/Sayfa.php?sel=18>



1980'lerde moda çok daha uluslararası bir düzeye gelmiştir. Bu yıllarda Fransız modasında "İsmarlama" eski önemini ve anlamını yitirmiştir. Var olan iş hacmi bilhassa kadın giyimini pret-a porter'a doğru genişletmiş ve daha fazla reklama ihtiyaç duyulmuştur. Yapılan büyük reklam kampanyalarını büyük defileler izlemiştir. Bu gerçekte elbise sunumunu da aşan büyük şovlardan oluşmaktadır. Bu şovlardaki inanılmaz tasarımların yanında büyük bir hayal gücünü de görmek mümkündür.

Moda, bu noktadan sonra artık tek bir trend olarak görülmemektedir. Moda dünyası bugün de çok farklı eğilimlerle karakterize edilebilmektedir. Çoğu zaman birbirine ters düşebilecek tarzları da bünyesinde barındıran günümüz modası ağırlıklı olarak tüketicinin beğenisiyle şekillenmektedir.

1917'de New Jersey'de doğan **Penn**, tasarım okumuştur. 1937 yılında, mezun olmasına henüz 1 yıl varken Penn'in çizimleri Harper's Bazaar'da yayınlanmıştır. Daha sonra fotoğraf kariyerine başlamıştır ve Vogue Dergisi'nde çalışmaya başlamıştır. Önceleri kapak illistürasyonları yapan Penn, daha sonra kapak fotoğrafı çekmiştir. Bu, derginin Ocak 1943 sayısıdır.<sup>74</sup> Penn, hayli stilize ve zorlayıcı moda fotoğrafı stilini geliştirmiştir. Savaş sonrası dönemin şık ve göz kamaştırıcı kadın kavramını yansıttığı fotoğraflarıyla tanınmaya başlamıştır. 1958 yılında Popular Photography dergisinin yaptığı oylamada "Dünyanın En İyi 10 Fotoğrafçısından Biri" seçilmiştir.

Netlik, kompozisyon, objelerin ve insanların dikkatli düzenlenmesi, biçim ve ışığın kullanımı Penn'in işlerini tanımlar. Penn, still life fotoğraflar da çekmiştir ve objeleri olağandışı bir şekilde düzenlemiştir ve muhteşem detaylar ve netlik fotoğraflarında göze çarpmaktadır. 2002 yılında Metropolitan Museum of Art'da 53 fotoğraftan oluşan kişisel bir sergi açmıştır. 2005 yılında Penn'in çalışmaları Washington DC'deki National Gallery of Art'da "Irving Penn: Platinum Prints" başlığıyla sergilenmiştir.<sup>75</sup>

---

<sup>74</sup> [www.latimes.com](http://www.latimes.com)

<sup>75</sup> 1980 sonrası dünya moda fotoğrafçılığında işlenen kurgularla ilgili ayrıntılı bilgi için bkz. Dayı Handan, 1990 Sonrası Türk Moda Fotoğrafında Genel Eğilimler, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İzmir 2006, s.90-100; Şenol Işıl, Moda Fotoğrafı, Marmara Ün. Güzel Sanatlar Enstitüsü Fotoğraf Anasanat Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2007, s. 26-28.

1980'den sonra modada var olmaya başlayan gösteriş, renk ve erotizm, Penn'in fotoğraflarına da yansımıştır. Kadınlar artık hanım hanımcık, kibar ve seviyeli değil, daha dışavurumcu, saldırgan ve fazlasıyla erotik olmuştur.

Erotizm moda fotoğrafında vazgeçilmez bir unsur olmakla birlikte, 90'larda Kate Moss'un ünlenmesiyle 60'ların Twiggy manken modası geri döner. Sıfır beden modeller, artık romantik bakışlarını bırakıp daha donuk, sert bir mizaca bürünmüşlerdir. Radikal Gazetesi'nin 18.10.2009 tarihli Cem Erciyes'in yazısı, Irving Penn hakkındadır.

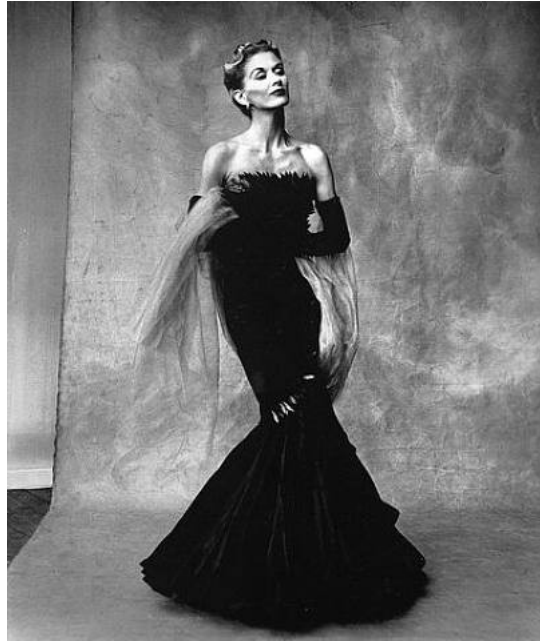
Irving Penn, Ünlü Picasso, Colette, Stravinsky, Truman Capote, Jean Cocteau fotoğraflarını çekmiştir. Farklı konuların peşinde koşmuş, 60'lara geldiğinde ilk hippiler, sonra motosiklet çeteleri ama hepsi onun stüdyosunda gri fonun önünde poz vermişlerdir. Güzel mankenlerden sigara izmaritlerine fotoğrafını çektiği her şey gerçek bağlamından kopup, sadece kendini anlatan yeni bir görüntüye dönüşmüştür. "Modern fotoğrafçı, kitlelerle iletişim kurmalıdır bu nedenle gazete ve dergilerle çalışmalıdır" der ama basıldıktan sonra dergilere bakmamayı adet edinmiştir. Çünkü fotoğraflarının hali içini acıtmaktadır. Onu mutlu eden, üzerinde uzun uzun çalıştığı kendi baskılarıdır. Dünyayı dolaşıp pratik makinelerle hayatın içindeki anları yakalamaya çalışan 'foto jurnalizm'in altın çağında o konularını stüdyoya sürüklemiştir. "İnsanları doğal halleriyle fotoğrafladığımda genelde hayal kırıklığı yaratan sonuçlar aldım. Ben onları stüdyoma almayı, baş başa kalıp soğuk doğal ışığın altında kendi fantezilerime uygun biçimde görüntülemeyi seçtim," diye anlatmıştır. Uzak coğrafyalarda bile derme çatma da olsa kendi stüdyosunu kurmuş fotoğraflarını orada çekmiştir. Anı yakalamanın değil, kendi kurgusunun peşindedir. Fotoğrafını çektiği kişiyi, çevresinden soyutlayarak anlamlı kılmayı başarmıştır. İzleyici tüm dikkatini fotoğraftaki kişinin üzerindeki detaylara, fotoğraftaki bakışlara odaklamış, bu arada fotoğrafı çekilen kişi kendi gerçekliğinin dışında yeni, bambaşka, alışılmadık bir halin öznesi olmuştur. Bu nedenle Irving Penn'i günümüzün portre fotoğrafçılığının öncüsü, hatta çağdaş fotoğrafın ilham verenlerinden biri saymak gerekmektedir.<sup>76</sup> (Fot. 31, 32, 33, 34, 35, 36)

76

<http://www.radikal.com.tr/Radikal.aspx?aType=RadikalYazarYazisi&ArticleID=959765&Yazar=CEMERCİYES&Date=06.08.2010&CategoryID=113>



**Fot.31.** *Irving Penn*



**Fot.32.** *Irving Penn*



**Fot.33.** *Irving Penn*



**Fot.34.** *Irving Penn*



**Fot.35.** *Irving Penn*



**Fot.36.** *Irving Penn*

1980 sonrası dünya moda fotoğrafçılığında öne çıkmış isimlerden biri de Mert Alaş&Marcus Piggot'tur.

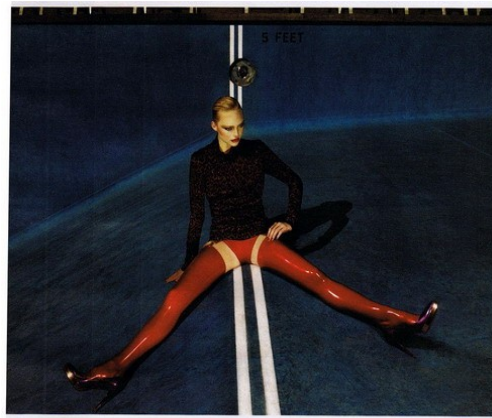


**Fot. 37** *Mert Alaş&Marcus Piggot*

Mert Alaş&Marcus Piggot ikilisinin çektiği bu 37 numaralı fotoğrafta model naylon örtülmüş bir yatakta kuş tüyü pembe bir parçanın üstünde donuk bakışlarla uzanmış. Korsesini göğüslerinden aşağı indiriyor mu yoksa yukarı mı çekiyor belli değil ama fotoğrafa bakan, modelin önünde ayakta duruyormuş gibi hissediyor. Sanki birazdan cinayet işleyecekmışsiniz gibi. Naylon örtü bunu hissettiriyor. File çoraplar yine kadınlığın simgesi olarak kullanılmış.



**Fot. 38.** *Mert Alaş&Marcus Piggot*



**Fot. 39.** *Mert Alaş&Marcus Piggot*

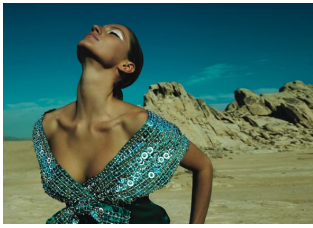
Bu iki fotoğraf, bir seriden alınmıştır. Geçiş, sınırlandırılmış alan, yasaklar üzerine yapılmış bir çalışmanın parçaları olan bu fotoğraflarda karanlık, gergin bir atmosfer hâkimdir. Renk unsuru çarpıcı bir şekilde kullanılmış. Yaratıcılık sınırlarını zorlayan, düşündüren ve abzürd'e kayan fotoğraflar üretilmiştir. Model siyah göz makyajı ve sıkı sıkı toplanmış saçlarıyla çok sert bir ifadeye ama plastik görünümü veren kırmızı çorap, bu görünümüyle hem gerçekdışı görünüyor hem de alabildiğine feminen. Topuklu ayakkabılar da dişiliği vurgulamaktadır. Aslında müzisyen olan Mert Alaş, Ankara Devlet Konservatuvarı'nda çello ve piyano eğitimi almıştır. Sonra İngilizce'sini geliştirmek için Londra'ya gitmiş ve bu kentte bir gece gittiği bir barda yanına gelip "Ateşin var mı?" diye soran genç adam bütün hayatını ve kariyer planlarını değiştirmiştir.<sup>77</sup>

Galler kökenli Piggot ile Mert Alaş 1994 yılından bu yana birlikte çalışmaktadır ve hiç ayrılmamışlardır. Aralarında 2006 Pirelli takviminin de bulunduğu birçok işe imza attılar. Elizabeth Hurley, Madonna, Victoria ve David Beckham, Kate Moss, Penelope Cruz, Scarlett Johansson gibi birçok ünlü onların objektifine poz vermiştir.<sup>78</sup> Gisele Bündchen ile Kiss The Sky adlı bir çalışma yapmışlardır. Güzellik, kadınsılık, gökyüzü, uçuşan kumaşlar, özgürlüğe gönderme yapmaktadır. 1980'lerden sonra bu tarz konsept çalışmalara çok rastlanır. Madonna ile yaptıkları çekimler de "görüşme" konulu bir başka konsept çalışmadır. "Madonna in Interview"

---

<sup>77</sup> <http://www.3ayak.org/etiket/moda-foto%C4%9Fraflar%C4%B1>

<sup>78</sup> <http://www.hurriyetport.com>; <http://www.3ayak.org/etiket/moda-foto%C4%9Fraflar%C4%B1>



**Albüm 7.** *Mert Alaş&Marcus Piggot*



### **Albüm 8. Mert Alaş&Marcus Piggot**

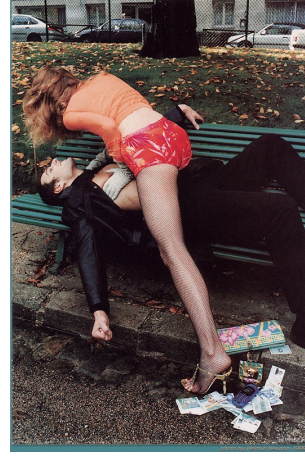
Bilindiği gibi Madonna, 80'lerde başlayan şöhretini katlayarak sürdürmüş ve her dönemin önde gelen pop ikonu olmayı başarmıştır. O, her zaman erkeksi göndermeleri olan kaslı vücudunu erotizmle harmanlamayı başarmıştır. Albüm 8'deki fotoğraflarında da bu açıkça sergilenmiştir. Din, ahlak gibi toplumun birlikteliğini sürdürmesi için kutsanan değerlere açıkça meydan okunur.

Kadını bu şekilde güçlü, çıplak ve asi tanımlayan bir başka fotoğrafçı Helmut Newton'dır. "Fotoğrafın şövalyesi" olarak anılan Helmut Newton, kadın fotoğrafları ve moda çekimleriyle tanınmıştır. Fotoğraflarında gücü ve 'soğuk' bir seksapeli konu edinen Newton'un ismi 'Büyük Çıplaklar' adlı fotoğraf serisiyle markalaşmıştır.<sup>79</sup>



<sup>79</sup> <http://ilef.ankara.edu.tr/fotograf/yazi.php?yad=9422>





### **Albüm 9. Helmut Newton**

Newton'ın objektifi, özellikle çıplak kadınlara odaklanmıştır. (bkz. Albüm 9.) Bu kadın fotoğrafları alışık olduğumuz türden bir çıplaklığın ya da erotizmin ötesinde tehlike, fetişizm ve cinsel motifler içermektedir. Newton, otobiyografisinde, kadınlara olan düşkünlüğünün çocukluk yıllarına dayandığını anlatmaktadır. İlk 'çıplak kadını' ise ne zaman sokağa çıkacak olsalar aynanın karşısında yarı çıplak hazırlanmasını seyrettiği bakıcısıdır. Fotoğrafçı bunu hayatını değiştiren an olarak tanımlamıştır.

Fotoğrafları 60'lı yıllarda moda dergilerinde yayınlanan Newton, çalışmalarında her zaman iri, biçimli vücutlu kadınları tercih etmiştir. Bu fotoğraflar her zaman yansıttıkları ironi, açık erotizm ve kaba tavırları yüzünden tartışılmış ve zaman zaman feministlerden tepki görmüştür. Özellikle feminizmin alevlendiği 1970'li yıllarda, feministler Newton'un eserlerinin kadını aşağıladığını, metalaştırdığını savunmuşlardır. Aradan geçen yıllar Newton'un tarzını törpüleyememiş, hatta zaman zaman daha saldırgan fotoğraflar üretmesine neden olmuştur. 1998'de bir çorap reklamı için çektiği ve Times Meydanı'nda dev bir panoda bir süre sergilenen bir fotoğrafı, fazlasıyla açık saçık olduğu gerekçesiyle otobüslerin üzerinde kullanılması yasaklanmıştır. Bu fotoğrafta üzerinde sadece külotlu çorap olan bir kadın yer almaktadır.



**Fot. 40 Helmut Newton**

Newton'u aynı zamanda çağdaşı olan **Richard Avedon** ile de karşılaştırmamız mümkündür. Moda fotoğrafçılığı ekseninde ve çağlarını temsil biçimlerindeki benzerliğin aksine çalışma gerçekleştikleri uzamdaki farklılık göze çarpmaktadır. Avedon çalışmalarını mekânın soyutlanmasını içeren beyaz fon üzerinde gerçekleştirirken, Newton tarz olarak Avedon'a benzeyen fotoğraflarını alternatif uzamlar içinde sunmuştur. Ama her ikisindeki ortak nokta mekânın biçimsel gücünün fotoğrafın genelinde göze çarpmasıdır.<sup>80</sup>

Avedon 20. yüzyılın ikinci yarısının en önemli moda fotoğrafçılarından biridir. Kendine özgü stüdyo fotoğrafçılığı, onu çağdaşlarından ayıran üslup farklılığı içerir. Etkin bir biçimde fotoğraf ürettiği 1950 ve 1970 yılları arası, başta ülkesi ABD'de olmak üzere, sosyal yaşam ve sanat yaklaşımlarında kökten değişimlerin yaşandığı dönemler olarak göze çarpmaktadır. Özellikle 60'lı yılların sonunda ortaya çıkan egemen sınıf, ırk, cinsiyet temsillerine karşı çıkan politik hareketler bu dönemin temel dinamiği olmuştur.

Avedon 1923 yılında Manhattan, New York'ta doğmuştur. 1920'li yıllarda ABD'nin Chicago'nun ardından en hızlı büyüyen kenti olan New York'ta geçen çocukluk yıllarında Avedon, şehrin kozmopolit yapısı içerisinde farklı kültürlerle tanışma imkânı bulmuştur. Yahudi bir aileden gelen Avedon'un çocukluğu, 1929 Büyük buhranında babasının konfeksiyon atölyesini kapatması yüzünden yoksulluk içinde geçmiştir. Ailenin New York'un doğu yakasında yer alan, dar gelirlilerin yaşadığı konutlara taşınması ve Avedonların ünlü besteci Sergei Rachmaninoff'la komşu olmaları bu dönemde gerçekleşir. Avedon, Rachmaninof ile komşu olmalarının, hayatında bir dönüm noktası oluşturduğunu, sanatla tanışmasını sağladığını söylemektedir. Rachmaninoff'la birlikte, ablası da Avedon'un sanat ve fotoğraf alanındaki motivasyonunun önemli ayrıntılarından birisi olmuştur. Ablasına duyduğu yoğun sevginin yanı sıra, onun güzelliğine olan düşkünlüğü, Avedon'un deyişiyle kafasında kadın güzelliği hakkında bir idealinin oluşmasına öncülük etmiştir. Avedon yine ablasının etkisi ile moda ile ilgilenmeye başlamıştır. 1930'lu yılların sonuna doğru ablasının model olarak kullandığı çok sayıda fotoğraf üretmiştir. Askerden dönüşünün ardından, New York'ta Sosyal Araştırmalar Okulu tasarım laboratuvarında akıl hocası Alexey Brodovitch'ten fotoğraf eğitimi almıştır.<sup>81</sup> 1946 yılında da Alexey Brodovitch'in editörlüğünü yaptığı "Harper's Bazaar" dergisinde kadrolu fotoğrafı olarak çalışmaya başlamıştır. Avedon, 1984 yılına dek Harper's Bazaar ve 1990 tarihine kadar da Vogue dergileri için çalışmayı sürdürmüştür.

Avedon'un hem moda hem de portre fotoğrafçısı olarak içeriksel ve biçimsel yaklaşımları önceki dönem moda-portre fotoğrafçılarından ve çağdaşlarından ayrılır. Avedon

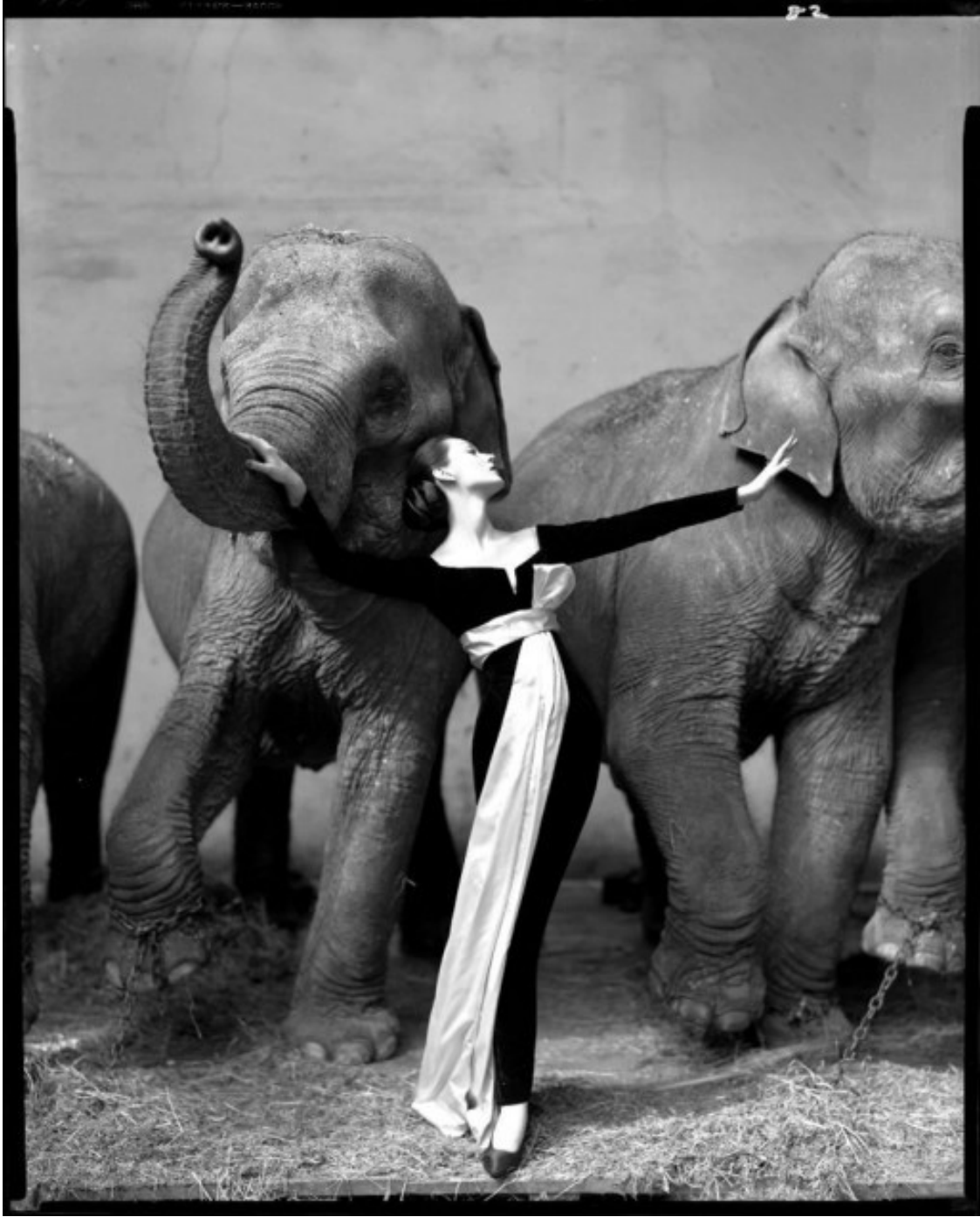
<sup>80</sup> <http://ilef.ankara.edu.tr/fotograf/yazi.php?yad=2208>

<sup>81</sup> © 2003 Fotograf Atölyesi <http://ilef.ankara.edu.tr/fotograf/yazi.php?yad=2208>

genellikle portrelerini stüdyoda beyaz fon önünde üretmektedir. Avedon bu tercihini şöyle açıklar: "Benim fotoğraf tercihim bir dizi "Hayır"a dayalıdır. Kusursuz bir ışığa hayır, kolay anlaşılabilir kompozisyonlara hayır, poza ya da hikâyeye hayır. Bütün bu hayırlar beni evete yönlendiriyor. Beyaz bir fona sahibim. İnsana sahibim ve aramızda olan şeyle ilgileniyorum." Avedon beyaz fon kullanarak, kendine göre kişileri mekânın karmaşıklığından soyutlayarak, sadece kendi görüntüleri, giyimleri (bazen çıplaklıklarıyla), takıları ile görüntülüyor. Avedon, diğer taraftan, 1950'lerin Beat kuşağı ile başlayan değişim yüzlerine de ayna tutmaktadır. Andy Warhol gibi ressamların, Alan Ginsberg gibi şairlerin, yazarların ve hatta Henry Kissinger gibi (onun görüşlerine muhalif olsa bile) isimlerin fotoğraflarını çekmiştir.<sup>82</sup>

---

<sup>82</sup> © 2003 Fotograf Atölyesi & ilef.net <http://ilef.ankara.edu.tr/fotograf/yazi.php?yad=2208>



**Fot. 41** *Avedon*

Avedon'un moda fotoğrafına damgasını vurmuş ve çok tartışılmış fotoğrafı (Fot. 41), 1955 yılında çektiği "Dovima ve Filler" e değinmeden geçmek olmaz. Bu fotoğraf Paris'te d'Hiver Sirkinde çekilmiştir.<sup>83</sup>

<sup>83</sup> [www.iconicphotos.com](http://www.iconicphotos.com)

Önemli uluslararası başarılarla imza atan ünlü Fransız fotoğrafçı Patrick Demarchelier, 1943 yılında Fransa'nın kuzeybatısındaki Le Havre kentinde doğmuştur. 1975 yılına kadar New York'ta yaşayan Demarchelier, Glamour, Mademoiselle, Vogue, GQ, Rolling Stone gibi dergilerde çalışmıştır. 1992'den 2004 yılına kadar Harper's Bazaar'ın önde gelen fotoğrafçısı olmuştur. “Şeytan Marka Giyer” (The Devil Wears Prada) filminde kendisine yapılan referanslar nedeniyle dikkat çeken, Prenses Diana tarafından çok sevilen ve İngiliz “Kraliyet Ailesi”ni ölümsüzleştiren ilk yabancı fotoğrafçı unvanına sahip olan Patrick Demarchelier, 2005 ve 2008 Pirelli takviminin de fotoğraflarını çekmiştir.<sup>84</sup>

2008 Mayıs'ının İngiliz Vogue'u için çektiği Sheltering Sky adlı seri, edebiyata göndermede bulunduğu bir çalışmadır. Poul Bowles'in, Türkçeye “Çölde Çay” olarak çevrilen romanından uyarlanan aynı adlı filmi de Bertolucci çekmiştir. Demarchelier'in bu çalışması, hikâyesi Fas'ta geçen romanı, sinema dünyasından sonra moda dünyasının da tanınmasını sağlamıştır. Fotoğraflarda model, Fas'ın günlük yaşamı içinde masalsi veya sinemasal bir görünüme sahiptir. Aynı zamanda her şeyiyle o topraklara yabancı, biraz hüzünlü ve oradaki varlığıyla bir arayış içindedir. Fotoğrafçının, romanın duygusunu çok iyi yansıtmaktadır. (bkz. Albüm 10)



<sup>84</sup> 2008 Pirelli Takviminin Sahne Arkası, [http://www.pirelli.com.tr/tr\\_TR/browser/attachments/pdf/Radial62.pdf](http://www.pirelli.com.tr/tr_TR/browser/attachments/pdf/Radial62.pdf)



### Albüm 10. Patrick Demarchelier

1980'lerden sonra moda fotoğrafçıları, fon önünde çok titiz, başarılı, kusursuz kadınlar fotoğraflamaktan başka, sanatın bazı dallarına atıflarda bulunarak, işler üretmeye başlamıştır. Belki de moda fotoğrafı, sanata göndermelerde bulunarak, kendisini de sanata yaklaştırma çabasıdadır.

Demarchelier'in bir başka serisi ile son dönemdeki moda çekimlerinde kullanılan bir konudan bahsetmek gerekmektedir: Setin kendisini çekim alanı olarak kullanmak... Model, sinema ya da fotoğraf stüdyosu içinde, ekipmanlarla birlikte fotoğraflanarak, estetik görsellik yaratmada kullanılan malzemeler estetik unsurun kendisi olmaya başlamışlardır. Işıklandırma ekipmanları, paraflaşlar, yansıtıcılar, giyinme odası, kostümler, Oscar töreni olduğunu bildiğimiz bir organizasyonun set arkası, bu seride kullanılmış olan mekânlar ve kullanılan malzemelerdir. (bkz. Albüm 11)

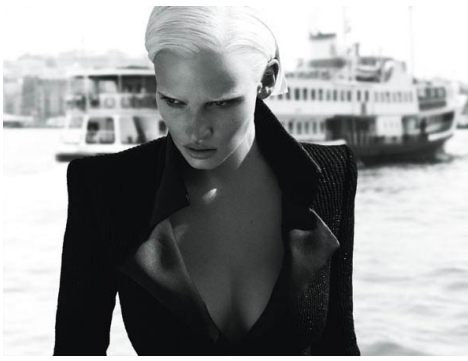


### **Albüm 11. Patrick Demarchelier**

Çok yaygın olarak gerçekleştirilen büyük prodüksiyonlar da başka ülkelere gidip oranın farklı atmosferini kullanarak yapılan çekimlerdir. Örneğin Mert Alaş & Marcus Piggot ikilisinin İstanbul'da çektikleri fotoğraflar, dünyaca ünlü W Magazin'de yayınlanmıştır. Usta fotoğrafçılar, İstanbul'un büyüleyici atmosferini başarılı bir şekilde yansıtmışlardır.<sup>85</sup> (bkz. Albüm 12)

85

<http://www.haber34.com/wmagazinede-istanbul-fotografлари-4466-haberi.html>



## **Albüm 12. Mert Alaş & Marcus Piggot**

Dünya üzerinde yüzlerce moda fotoğrafçısı var ve her gün belki de sayısız moda fotoğrafı üretilmekte. Genel olarak bu fotoğraflar sektörü temsil eden, tüketimi destekleyen işlerdir. Kıyafetler, ayakkabı, çanta ve her türlü aksesuar ve dergiler, daha fazla satılsın diye çekilen moda fotoğrafları, çok az fotoğrafçının objektifinden sanatsal bir heyecan yaratmaktadır. Burada adı anılan moda fotoğrafçıları, her zaman dönemlerinde etkili olmuşlar ve moda fotoğrafına yön vermişlerdir. 1980'lere kadar olan dönemde işlenen konular ve yaratılan kurgular ile 80'den sonra yapılan işler, belirgin bir fark taşımıştır. Feminizmin tırmanışıyla kadınlar özgürleşmiş, feminenlikleri daha vurgulanır olmuş, pornografiye varan çıplaklıkları, fotoğrafın satış garantisi haline gelmiştir. Dönemin yaşam hızının çok yüksek olması, insanları daha mekanik hale getirmiştir. Hızla geçen hayat, büyük şirketler, çok kazanç, hızlı, becerikli ve gittikçe daha donanımlı olmak zorunda olan çalışanlar, kariyer hırsları, başarı saplantıları günlük yaşamda insanları çok daha otomatik hale getirmiştir. Bu, insanların daha az tahammüllü ve daha az gülümser yapmıştır. Bu da moda fotoğrafına daha donuk yüzler olarak yansımıştır. Kurgular, gerginleşmiştir. Narinlik, kırılganlık... artık romantik dönemin kurgularıdır. Post modern çağda güçlü, zaman zaman karanlık, sanat yapıtlarından etkilenen, yaratıcı, tüm zamanlara göndermeler yapabilecek eklektik yapıda kurgular hâkimdir.



### 3.4. Türk Moda Fotoğrafçıları

#### Sedef Delen

1969 İstanbul doğumlu olan Sedef Delen Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil Bölümü mezunudur. 1992’de fotoğraf asistanlığına başlamıştır. 94’ten beri moda fotoğrafı çekmektedir. 2006 yılında Fabrika’da serbest fotoğrafçı olarak çalışmaya başlamıştır. Hugo Boss ve Burberry’nin kampanya yüzleri ile çalışmıştır. Kadın olmanın en önemli dezavantajını şöyle anlatır: "Kadın fotomodeller çekimler esnasında erkeklerle ve dolayısıyla kamerayla flört ediyor. Ortaya daha iyi bir sonuç çıkıyor. Benim çekimlerimde bu olamıyor."<sup>86</sup>

Sedef Delen’in fotoğraflarına bakacak olursak;



**Fot. 42** Sedef Delen

Bu fotoğrafı (Fot. 42) bizim dünyamıza düşmüş iki masalsi karakterin hikâyesi gibi. Yalnızca sokakta yürüyorlar, bu Dünyada bir yürüyüşe çıkmışlar sanki. Onları bu kadar masalsi yapan şey, kıyafetlerden çok giyilen kıyafetlerin renkleridir. Günlük hayatta hiç kimse şapkadan ayakkabıya kadar kırmızı giyinmez ve tavşankulakları ile gezmez. Bir maskeli balo veya partide de olmadıkları için, günlük hayatın içindeki masal kahramanları gibiler. Moda fotoğrafının hem kadını hem erkeği; hem mekânı hem ışığı estetik hale getirmesi, onları bir parça, bazen ise tamamen gerçeklikten koparır.

<sup>86</sup> <http://hurarsiv.hurriyet.com.tr/goster/ShowNew.aspx?id=6501676>



Fot. 43 *Sedef Delen*



Fot. 44. *Sedef Delen*

Fotoğrafçılar genellikle markalar veya dergiler için konsept çalışmalar yaparlar. Bu da tek bir fotoğraf değil, birbirini tamamlayan ve aynı zamanda tek tek kareler olarak da anlamlı olan belirlenmiş bir konu, bir fikir üzerine çalışmak demektir. Sedef Delen'in bu fotoğraflarında (Fot. 43, 44) çok kullanılan bir yaz konsepti karşımıza çıkmakta ama çok alışılmadık bir sunumdur. Düzenleme çalışmasından da örnek vermek gerektiği düşüncesindeyiz. Çekim, bir villanın bahçesinde gerçekleştirilmiş. Her şey zenginlik, şıklık, ölçülülük ve klasik olmak üzerine kurgulanmış. Elbiseler tasarım olarak çok şık, zarif. Burada sıkça rastladığımız erotizm değil, aristokrat bir yaşam vurgulanıyor. Modelin saçları, kullandığı kalın çerçeveli dikdörtgen gözlük, yanında poz verdiği otomobil, her şey tam bir ölçülülüğe ve klasik olana vurgu yapıyor. Klasiğe vurgu yapan bir konsept, iyi kurgulanmadığında çok sıkıcı olabilir düşüncesiyle Sedef Delen, klasiğin tekdüzelikliğini, fotoğraf düzenlemeleriyle hareketlendirmeyi başarmış. Fotoğrafları, dikdörtgen bir alan içine farklı düzenlemelerle yerleştirmiş. Bu yerleştirmelerin arasına, sokak tabelaları, heykeller, ışıklandırma elemanları gibi mekândan görüntüler de koymuş ve ortaya çok şık, izlemesi çok keyifli klasik fotoğraflar çıkmıştır.

### **Hasan Hüseyin**

8 Şubat 1962'de Kıbrıs'ta doğmuştur. O, 10 yaşındayken ailesi Londra'ya yerleşir. Bu nedenle eğitimini İngiltere'de devam etmek zorunda kalmıştır. Çocukluğundan beri resim ve fotoğrafla ilgilenen fotoğrafçı, 18 yaşında fotoğraf ve sinema öğrenimi görmeye başlamıştır. Üç yıl çeşitli fotoğrafçılara asistanlık yaptıktan sonra 90'ların başında Türkiye'ye yerleşmiş ve moda-reklam fotoğrafçılığı yapmış ve Türkiye'nin ilk fotoğraf prodüksiyon şirketini kurmuştur. Hasan Hüseyin'in fotoğrafları teknik anlamda oldukça kalitelidir. Ve fotoğrafçının fotoğraflarına diğer sanat dallarına olan ilgisinin yansıdığı dikkati çekmektedir.<sup>87</sup>

Hasan Hüseyin, çocukluğundan beri Rönesans resmine duyduğu ilgiyi fotoğraflarına yansıtmıştır. Aşağıda örnek olarak aldığımız ilk fotoğraf (Fot. 45), Caravaccio'nun Kuşkucu Thomas adlı tablosundan esinlenmiştir. Tabloda havariler İsa'nın yaralı göğsüne merakla bakmakta ve Havarilerden Thomas, elini uzatıp parmağını yaradan içeri sokmaktadır. İncil'de

---

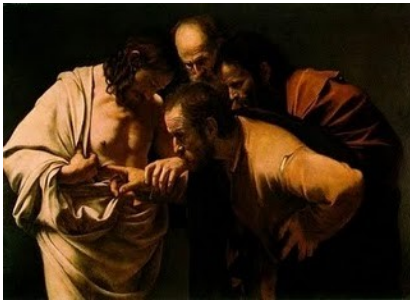
<sup>87</sup> Trendus Röportajı: Hasan Hüseyin, [http://www.trendus.com/haberler/47/magazin/kategorisi/1897/trendus\\_roportaji\\_hasan\\_huseyin\\_.htm](http://www.trendus.com/haberler/47/magazin/kategorisi/1897/trendus_roportaji_hasan_huseyin_.htm); Dayı Handan, 1990 **Sonrası Türk Moda Fotoğrafında Genel Eğilimler**, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İzmir 2006, s. 143

“Yaklaştır, elini koy böğrüme. Kuşkucu olma, inançlı ol” demektedir. Caravaccio resminde, havarileri hiç estetize etmeden oldukları gibi, alın kırışıklarından kir pas içindeki kıyafetlerine dek resmederek çok fazla tepki almıştır. Hasan Hüseyin dini atmosferi olan bir mekân kullanmış. Fotoğrafta iç mekân Barok düzenlemeler şeklinde ortaya konmuştur. Masada yatan erkek model İsa’yı, çevresindeki kadın modeller Havarileri canlandırmıştır. Buradaki yedi kadın, tuvalet giymiştir. Dikkatimiz ise masanın başında duran şık giysili kadının üzerinde toplanmaktadır. Kullanılan ışık, Caravaccio’nun sert ışığıyla aynı etkidedir.

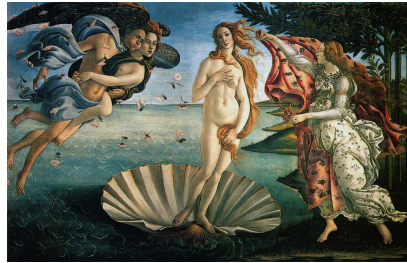


**Fot. 45.** *Hasan Hüseyin*

İkinci fotoğrafta (Fot. 46) Hasan Hüseyin’in, Botticelli’nin Venüs’ün Doğuşu adlı tablosuna gönderme yapmış gibidir. Modelin duruşu, saçları, ten rengi, sanki heykelmiş gibi hissettirmektedir. Heykel ya da mitolojik bir karakter. Modellerdeki bu heykeli çağrıştıran durum bize Antonia Canova’nın heykellerini anımsatmaktadır. Tabloda, Venüs’ün çıplak bedenini örtmeye gelen rüzgâr, elinde büyük bir kumaşla uçarak gelmektedir. Hasan Hüseyin’in fotoğrafında modelin giydiği kürklü ceket, Venüs’ü örter gibi. Kadın görsel bir nesneye dönüşmüştür.<sup>88</sup> (Fot. 48)



**Fot.46**



**Fot. 47**

<sup>88</sup> Berger John, Görme Biçimleri, Metis Yayınları, İstanbul 1986, s. 47.

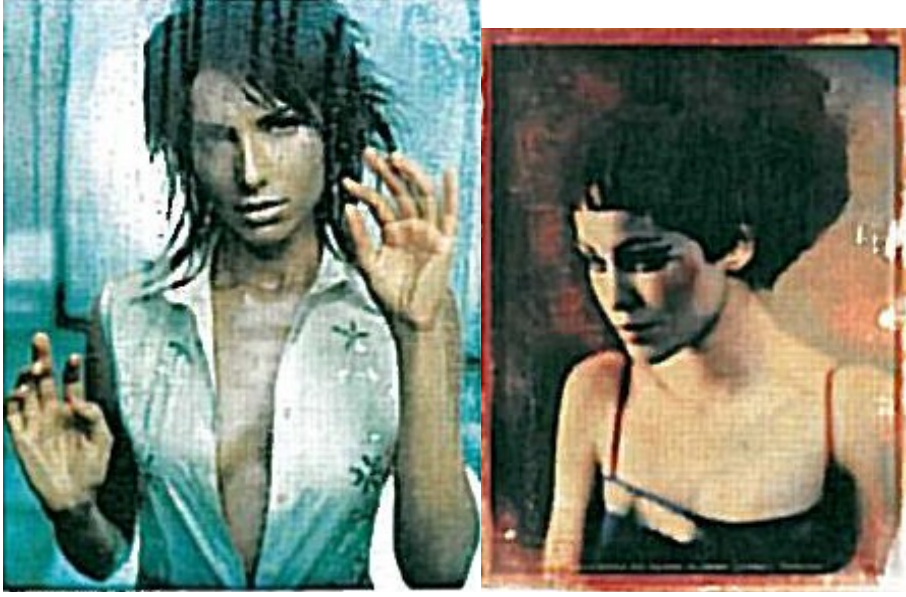


Fot. 48 Hasan Hüseyin

Hasan Hüseyin'in fotoğraflarında genelde melankolik bir durum söz konusudur. Bu durumun nedeni istenilen bir şeyin yitilmesi sonucunda oluşan kederdir. Melankoli genellikle acılı bir çökkünlük, dış dünyaya ilgisizlik ve dış dünyadan uzaklaşma, işe yaramazlık düşüncesi şeklinde ortaya çıkmaktadır.<sup>89</sup> Albüm 13, Hasan Hüseyin'in melankolik durumunu yansıtan fotoğraflarından oluşmaktadır. Burada kadınların hiçbiri gülmemekte, bakışlarında da bir donukluk bulunmaktadır. Bunların içinde melankoliyi verebilmek adına sepya ya da siyah beyaz tonları kullanılan fotoğraflar da yer almaktadır.



<sup>89</sup> Teber Serol, Melankoli, Say Yay., İstanbul 2004, s. 223.



**Albüm 13. *Hasan Hüseyin***

**Lara Sayılğan**

İstanbul doğumludur. Amerika, Brezilya ve Londra'da yaşamıştır. Mimar Sinan Üniversitesinde Opera okuduktan sonra yönünü değiştirmeye karar vererek London Collage of Printing'de okumuş, portre ve moda fotoğrafı üzerine eğilmiştir. İstanbul'a dönerek bir

süre asistanlık yapmış ve sonrasında fotoğrafçı olarak 2005'te kendi stüdyosu Stüdyo Plus'ı kurmuştur. 2009'da ilk kişisel sergisi olan "Fresh&Flesh"'i açmıştır.<sup>90</sup>

Lara Sayılğan da çok farklı kurgularla yaratıcılığını hep üst seviyede tutmayı başaran moda fotoğrafçılarından birisidir. Aşağıdaki fotoğraflarda dekor gazete sayfalarıyla kurulmuştur. Modelin hareketi dinamik olmasına rağmen fotoğraflarda bir sükûnet hâkimdir. Kıyafetlerin pastelliği de buna katkıda bulunmaktadır. Arada bazı fotoğraflarda kullanılan "kırmızı" (çorap, ayakkabı ya da ruj), konuya küçük studium noktaları koymuştur. (Fot. 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55) Bu bir seridir.



**Fot. 49.** Lara Sayılğan



**Fot. 50** Lara Sayılğan



**Fot. 51**Lara Sayılğan



**Fot. 52** Lara Sayılğan

<sup>90</sup> Lara Sayılğan'ın Portfolyosu, <http://www.trendus.com/haberler/55/magazin/kategorisi/2181/lara-sayilgan%E2%80%99in-portfolyosu.htm>; Moda Fotoğrafçısı Lara Sayılğan, <http://www.kariyer.net/kariyerrehberi/kariyerRehberiDetay.kariyer?kn=112>



**Fot. 53.**Lara Sayılğan



**Fot. 54.** Lara Sayılğan **Fot. 55.**



Lara Sayılğan'ın bir diğer serisi “temizlikçi kadın” konuludur. Sert bir ışık, parlaklığı yüksek kareler, modelin temizlik yapar gibi yaptığı mizansenler, makyaj ve kıyafetlerle birlikte bir fanteziye hizmet eder niteliktedir.

Renklerin bu denli parlaklığı, birinci fotoğrafta, Andy Warhol'un oto portresi olması, bizi pop art'a yönlendirmektedir. (Fot. 56, 57, 58, 59, 60, 61)



**Fot. 56**





**Fot. 57.** *Lara Sayılğan*



**Fot. 58.** *Lara Sayılğan*



**Fot. 59.** *Lara Sayılğan*



**Fot. 60.** *Lara Sayılğan*



**Fot. 61.** *Lara Sayılğan*

### **Nihat Odabaşı**

Nihat Odabaşı 1968 de Urfa'da doğmuştur. Kadıköy Anadolu Lisesi'ni ve İÜ İşletme Fakültesi İngilizce bölümünü bitirmiş, sonra çeşitli reklâm ajanslarında çalışmış ve metin

yazarlığı yapmıştır. Fotoğraf kariyerine 1999'da İstanbul'da başlamıştır. 2005'te Procter&Gamble tarafından Yılın En İyi Fotoğrafçısı ödülünü almıştır.<sup>91</sup>

Nihat Odabaşı'nın fotoğraflarında çekim sonrasında uygulanan photoshop müdahalesi ile fotoğraflar idealize edilmektedir. Bu özelliğinden ötürü önceleri tepki almış ancak bu konuya ilişkin yaptığı açıklamalar kayda değer nitelik taşımaktadır. Odabaşı, fotoğrafı iyi kılan şeyin photoshop olmadığını, delici bakışlar olduğunu vurgulamış ve bunu da bilgisayar ortamında verebilmenin mümkün olmadığını dile getirmiştir.

Odabaşı kendi fotoğrafların ajite ve saldırgan olduğunu belirtmekte ve erotizm sembolün iyi kullandığını belirtmektedir. Fotoğrafçının modelleri fotoğrafının ana malzemesidir ve kusursuzdur.<sup>92</sup> Bu nedenle moda ve estetik Odabaşı'nın fotoğraflarında iç içe yer almaktır. Bu tutum aslında David Chapelle'nin çalışmalarını çağrıştırmaktadır. Fotoğraflarındaki film karesi estetiğini fotoğrafçı şu cümleleri ile dile getirmektedir: "...Ben senelerce sinemaya gittim.

O sinemalarda korktum, ağladım, güldüm, âşık oldum. Ben o filmlerin parçası olan insanlar sayesinde bir katile acımayı öğrendim. Şimdi insanlara aynı duyguları ben yaşatmak istiyorum."<sup>93</sup> Odabaşı'nın günümüzde bu denli tanınıyor olması yaptığı işlerin günümüz popüler kültürüne uygun düşmesindedir.

---

<sup>91</sup>Dayı Handan, 1990 Sonrası Türk Moda Fotoğrafında Genel Eğilimler, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İzmir 2006, s. 152.

<sup>92</sup> Arman Ayşe, Tükürmekte Alkışlamakta Serbest, 25.03.2001, <http://hurarsiv.hurriyet.com.tr/goster/ShowNew.aspx?id=-233959>

<sup>93</sup> Arman Ayşe, Tükürmekte Alkışlamakta Serbest, 25.03.2001, <http://hurarsiv.hurriyet.com.tr/goster/ShowNew.aspx?id=-233959>



**Fot. 62.** *Nihat Odabaşı*

Boşlukta asılı duran bu, gerçek olmakla plastik olmak arasında kalmış kadın fotoğrafının (Fot.62) yaratıcısı Nihat Odabaşı'dır. Mükemmel güzellikteki model, çıplaklığıyla gerçekten sadece bir ayakkabıyı tanıtmaktadır. Nihat Odabaşı, modellerin cildine gerçek bir ten duygusundan koparacak kadar photoshop uygulaması yapmasıyla tanınmaktadır. Bu fotoğrafta modelin duruşu, bir oyuncak bebeğin bir yerden düşüşünü andırmaktadır.



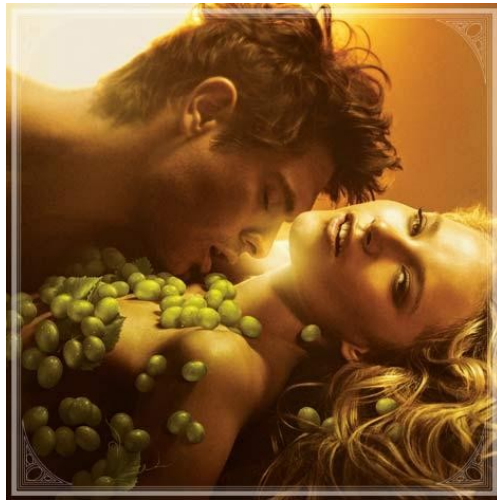
**Fot. 63.** *Nihat Odabaşı*

Bu fotoğrafta (Fot. 63) yine bir ayakkabı tanıtımı fotoğrafı görüyoruz. Rengin kullanımı ve modelin duruşu sebebiyle kıvrılmış bedeni izlerken, göz ayakkabıda takılmaktadır. Fon rengiyle ayakkabının renginin aynı olması, bakışı, fondaki başka bir yere yönlentmemektedir. Sade ve başarılı bir kare olarak değerlendirilebilir.

Altteki fotoğraf (Fot. 64, 65), Nihat Odabaşı'nın Efe Yaş Üzüm Rakısı için çektiği kampanyanın fotoğraflarından birisidir. "İlk aşk gibi taze" konseptli fotoğraf, nostaljik bir görünüm için sepya tonunda. Yeşil üzüm taneleri, gerçekdışı bir şekilde kadının üzerinde duruyorlar ama moda fotoğrafı masalsi kurguları her zaman taşıyabilmiştir.



**Fot. 64.** *Nihat Odabaşı*



**Fot. 65.** *Nihat Odabaşı*

Nihat Odabaşı aşağıdaki fotoğrafında (Fot. 66) Doğu'nun otantizmini kullanmıştır. Moda fotoğrafında, kadın modele göre daha azdır erkek modeller. Boynunda poşusu, giydiği şalvarıyla ve kasketiyle Doğu ile Batı'yı harmanlamış erkek model, bir Caminin önünde poz vermiş. Cami imajı, fotoğraf işleme programlarıyla çekimden sonra yerleştirilmiş gibi görünüyor.



**Fot. 66.** *Nihat Odabaşı*

### **Koray Birand**

1993 senesinde TED Ankara Koleji'ni bitirdikten sonra Bilkent Üniversitesi Güzel Sanatlar, Tasarım ve Mimarlık Fakültesine girmiştir. Mezun olduktan sonra Cyramaxx Films adında Post Prodüksiyon firmasını kurmuştur. Bu süre zarfında çeşitli TV Reklam ve Jenerik çalışmaları bulunmaktadır. 1999 senesinde TRT Genç Sinemacılar için iki adet kısa film çekerek yönetmenliğe adım atmıştır. 2000 senesinde Cyramaxx Films ve Proje'nin birleşmesi ile Proje Films'in başına geçmiştir. 2002 senesinde ilk görüntü yönetmenliği olan T.C Kültür Bakanlığı Türkiye Tanıtım filmini çekmiştir. 2003 senesinde fotoğraf çekmeye başlamış; Moda ve Dans fotoğrafçılığı konularına yönelmiştir.<sup>94</sup>

<sup>94</sup> Koray Birand, <http://www.modaturkiye.com/fashion/newsread.php?id=46>; Koray Birand röportajı, <http://www.bakdergisi.com/interviews/3/koray-birand>

Halen Proje Films'in kurucu ortağı olarak çalışmalarına devam etmekte ve aynı zamanda Fabrika'da Tamer Yılmaz ile birlikte çalışmaktadır. Birand'ın fotoğraflarına genel anlamda bakıldığında grafik tasarımcısından getirdiği izleri fotoğraflarında görmek mümkündür. Birand' da Odabaşı gibi fotoğraflarının üzerinde photoshop uygulamaları yapmakta böylece fotoğrafı gerçeklikten uzaklaştırmaktadır.

Koray Birand'ın "Last Night" isimli çalışmasında, kurgu olarak "parti" konusu işlenmiştir. Fotoğraflarda, partidekilerin fotoğrafları magazinciler tarafından çekilmiş gibi görünmektedir. Yüzlerde patlayan flaşlar ve modellerin pozları, bunu hissetmemizi sağlamaktadır. Modellerin verdiği pozlar ve çekimde kullanılan boş alkol şişesi, shot bardağı, sigara gibi malzemeler, dün geceki partiden kalan hatıra fotoğraflar ya da gazetelere yansıyan fotoğraflar(mış) gibidir. (bkz. Fot. 67, 68, 69) Ayrıca fotoğrafları düzenleme tekniği olarak Sedef Delen'in yukarıda anlatılan klasik kurgusunda olduğu gibi bir karenin içinde düzenlenmiş iki, üç farklı kadrada ve siyah-beyaz fotoğraflar da kullanılmıştır. Sedef Delen'in "klasik olanı hareketlendirme çabası"ndan farklı olarak, Koray Birand, konusuyla, çekim tekniği, kullanılan ışık, modellerin duruşlarıyla zaten hareketli olan konusunu böyle bir sergileme yöntemiyle daha da hareketlendirmiş ve ortaya keyifle izlenen fotoğraflar çıkmıştır.



**Fot. 67.** Koray Birand



Fot. 68. Koray Birand



Fot. 69. Koray Birand



Albüm 14. Koray Birand

Birand kimi fotoğraflarında Albüm 14'te görüldüğü gibi mekân olarak kayalardan, gölden, yapraklardan, sarmaşıklardan yararlanmışır. Bu görüntüler de bizde farklı bir dünya izlenimini uyandırır. Bu nedenle bu fotoğraflardaki modeller de canlı gibi durmamaktadır. Birand'ın mekân ve insan ilişkisini sorgulamamıza neden olan bu kurgusu bizi ilerici bir yaklaşıma götürür.

### **Tamer Yılmaz**

Tamer Yılmaz 1958 yılında Gönen'de doğmuştur. Mimar Sinan Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Fotoğraf bölümünü bitirdikten sonra reklam sektöründe çalışmaya başlamıştır ve zamanla aranan bir fotoğrafçı olmuştur. Ahmet Dedeman ve Ferit Aşıklar'ın yanında asistanlık yapmıştır. 1998'de Fabrika adlı reklam fotoğraf ve prodüksiyon şirketinde çalışmaya başlamıştır. Yılmaz, Türkiye'de eğitim alarak bu işe başlayan ilk fotoğrafçılardan biridir. Fotoğrafçı, fotoğraflarında teknik kalite standardını yükseltmiştir. Fotoğraflarında batının çok fazla etkisinde kalmış kendisi de bu durumu, ekonomiye bağlamıştır. Yılmaz, moda fotoğrafını sanatsal bir yaklaşımdan çok zanaatsal bir yaklaşımla ele almıştır.<sup>95</sup>

Aşağıda örnek olarak seçilmiş olan serisi, Cam tabutun içinde yüzyıl uyuyan Pamuk Prenses masalını hatırlatmaktadır. Gece, ormanda yapılan çekimde cam bir dikdörtgen prizma kullanılmış. Tabutu anımsatan şey de budur. Masaldaki Şatoyu saran sarmaşıkları anımsatan sarmaşıklarda fotoğraflarda yer almaktadır. Birinci fotoğrafta model imge olarak çoğaltılmakta, fotoğrafçı bize deneysel bir tecrübe yaşatmaktadır. (Fot. 70)



**Fot. 70. Tamer Yılmaz**

<sup>95</sup> Dayı Handan, 1990 Sonrası Türk Moda Fotoğrafında Genel Eğilimler, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İzmir 2006, s. 141; Türkiye'de Moda Fotoğrafçılığı Var Diyorlar, <http://arama.hurriyet.com.tr/arsivnews.aspx?id=6501676>.





**Fot. 71.** *Tamer Yılmaz*



**Fot. 72.** *Tamer Yılmaz*



**Fot. 73.** *Tamer Yılmaz*



**Fot. 74.** *Tamer Yılmaz*



**Fot. 75.** *Tamer Yılmaz*

Tamer Yılmaz'ın bir başka serisi, Oryantalist bir yaklaşım sergilemektedir. Hamamda yapılmış çekimler, Sultan için kaçırılıp saraya cariye olarak getirilmiş bir genç kadını anlatmaktadır. Çalışma, genç kadının hamamda yıkanıp temizlenmesi ve süslenip Sultan'a sunulmasını fotoğraflarla anlatmaktadır. Zenci Harem Ağaları, yardımcı kadınlar, yer sofraları ve Osmanlı Sarayına ait her düzenleme, iyi bir tarih araştırması yapıldığını kanıtlamaktadır. (bkz. Fot. 72, 73, 74, 75, 76, 77)



**Fot. 76.** Tamer Yılmaz



**Fot. 77.** Tamer Yılmaz

### **Akif Hakan Çelebi**

Türkiye' de moda fotoğrafına çok başka anlamlar yükleyen, renklerin arasından alışılmadık duygular çıkarmayı başaran bir fotoğrafçı da Akif Hakan Çelebi'dir. Asyalı modellerle çalışmayı sevmektedir. Birlikte çalıştığı kostüm tasarımcıları, saç ve makyaj stilistleri de fotoğraflarını çok ilginç kılmaktadır. Akif Hakan Çelebi'nin fotoğraflarında da genel olarak rastlanan erotizme rastlanır bazen ama O'nun modelleri amorf duruşlarıyla bu dünyaya düşmüş taş bebeklerdir sanki ve bazen korkunç boyutlarda bir yalnızlık hissi uyandırır izleyicide. Sinemadan da beslenen ve Çin sinemasından etkilendiğini söyleyen fotoğrafçı, moda fotoğrafına sanatı katmayı başaran nadir fotoğrafçılardandır. Marketing okuduktan sonra Televizyon ve Film Yapımcılığı okumuş, mezun olduktan sonra çeşitli televizyon kanallarında çalışmaya başlamıştır. Bu nedenle görsel sanatlarla hep iç içe olmuş bir sanatçıdır. Bu birikimi, onun fotoğraflarındaki sinemasal anlatımın sebebi olabilir.<sup>96</sup>

Moda Fotoğrafçıları, moda ve reklam endüstrisine hizmet ederler. Çektikleri fotoğraflar tüketilmek içindir. Bir sonraki sezona, yine bakılıp unutulacak fotoğraflar çekerler fakat bu da işlerinin kolay olduğu anlamına gelmez çünkü bu kadar devinimi olan bir işte, yaratıcılığın devamlılığını sağlamak gerçekten zordur. Moda Fotoğrafçıları, yaptıkları işin

<sup>96</sup> <http://www.fotokritik.com/search/?q=ertu%F0rul+yal%E7%FDn#>

sanat olup olmadığını sorgulamazlar ama o fotoğrafları izleyenler için bazı fotoğraflar, moda fotoğrafından daha fazlasıdır. (Albüm 15)





### **Albüm 15. Akif Hakan Çelebi**

#### **Bennu Gerede**

1971 yılında İstanbul'da doğan Bennu Gerede öncelikle İngiltere'de oyunculuk eğitimi almış daha sonraları fotoğrafa yönelmiştir. Dünyanın çeşitli yerlerinde pek çok sergi açmış, birkaç filmde de rol almış ve en iyi kadın oyuncu ödülünü kazanmıştır. 2005 yılında kadının ataerkil düzen karşısında ikinci planda kalışını gözler önüne seren ilk kişisel sergisi Teslimiyet'i açmıştır. Burada kadının farklı dönemlerinde geçirdiği evreleri modanın ortaya koyduğu üslupla değerlendirmiştir. Kadını anne, şehir hayatında kadın, cinsellik gibi açılardan ele almıştır. Beyefendiler çalışmasında alanında ünlü 24 erkeği fotoğraflamış, Küçük Yüzücüler'de ünlülerin ünlü çocuklarını suda çekmiştir. Gerede'nin fotoğraflarında metaforik semboller yer almaktadır.<sup>97</sup> Aşağıdaki fotoğrafta (Fot. 78) bir kadın oyuncak bebeği göğsüne bastırmakta sanki emziriyormuş gibi bir hava yaratmaktadır. Burada bir bebek özlemi çekilmektedir. Bu da bize bu kadının artık bebek sahibi olamayacağı izlenimini uyandırır. Bu nedenle Gerede kendisinin de kadın olmasından ötürü annelik duygusuna önem vermiş ve

<sup>97</sup><http://www.acartr.com/whoarewe/photographers/bennugerede/tabid/256/Default.aspx>;

<http://www.bennugerede.com/> ; Dayı Handan, 1990 Sonrası Türk Moda Fotoğrafında Genel Eğilimler, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İzmir 2006, s. 156.

fotoğraflarında sıkça bunu kullanmıştır. Bir röportajında “Ağırlıklı olarak kadın ve kadına dair fotoğraflar çekiyorsunuz. Neden?” sorusuna “Kadınım ve söyleyecek sözlerim var.” biçiminde yanıt vermiştir. Yine kendisine tarzının ne olduğu yönünde yöneltilen soruya ise “iç dünyamda depresiflik var ve bu fotoğraflarıma yansıyor.” şeklinde yanıt vererek fotoğraflarındaki hüznün nedenini ortaya koymuştur.<sup>98</sup>



**Fot. 78.** *Bennu Gerede*



**Fot. 79.** *Bennu Gerede*

<sup>98</sup> <http://www.indeksiletisim.com/images/pdf/Bennu%20Gerede.pdf>

Fotoğrafta (Fot. 79) eski yeni çatışması gözlemlenmektedir. Eski devire ait Müslüman gelenekleri yüzün örtülmesinde karşımıza çıkarken; aslında modern ve şehirli olan kadın erotizmle bütünleştirilerek verilmiştir. Kadının ellerini açması yine bir Müslüman geleneğin sembolüdür. Bu durum dua etme seremonisini canlandırmıştır. Gerede, fotoğraflarında, tüketici toplumun bir kurbanı haline gelen kadının ataerkil düzen karşısında ikinci planda kalışını gözler önüne sermiştir.



**Fot. 80.** *Bennu Gerede*

Gerede bu fotoğrafta da (Fot. 80) kadının toplumdaki yerini vurgulamaya çalışmaktadır. Geleneksel öğelerden yararlanılarak bir kurgu oluşturulmuştur. Geçmişte ve halen kırsal bölgelerde karşımıza çıkan kadının zorla evlendirilmesi ve ata bindirilerek evlendiği eve götürülmesi anlatılmaya çalışılmakta ancak burada kadının mutsuzluğu vurgulanmaktadır. Mutsuzluğunu ya da isteksizliğini bize veren ise boynunun büküklüğü ve gözlerine taktığı banttır. Mekânın yeşillikler içinde olması bize köyü anımsatmaktadır. Fotoğrafta kullanılan erkek modelin kıyafetleri de bunu desteklemektedir.

Bennu Gerede yakın zamanda bir hamile kıyafetleri markası için aile içi şiddete karşı mücadeleye destek olabilmek adına beş ünlü erkeğin (Yılmaz Erdoğan, Keremcem, Hakan Yılmaz, Cemal Hünel ve Yetkin Dikinciler) hamile kılığında fotoğraflarını çekmiştir. (Fot. 81)

Bu fotoğraflarda ünlüler Encinta by Muna'nın projeye özel ürettiği ve üzerlerinde sevgi mesajı taşıyan illüstrasyonlu tişörtler giymişlerdir. Gerede burada erkek modellerde kadın olgusunu ortaya koymaya çalışarak kadın olmanın zorluğunu anlatmaya çalışmıştır. Bu kez sembol olarak hamilelik kullanılmıştır. Gerçeküstü bir durumdur. Ancak durumun acımasızlığı bu şekilde çok net biçimde gözler önüne serilmiştir. Fotoğraflarda aile içi şiddet ele alınmaya çalışıldığı için modellerin yüzü mutsuzdur. Fotoğrafçı bu fotoğrafı sayesinde bizi hayal dünyasına hüzünlü bir biçimde dâhil eder.



**Fot. 81.** *Bennu Gerede*

## SONUÇ

Moda fotoğrafı dünyada 1900'lü yıllarda gelişim göstermişken Türkiye'de bu gelişim 1990'lı yıllara rastlamıştır. 1990'lı yıllardan önce Türkiye'de moda fotoğrafı reklam fotoğrafı ile birlikte anılmakta 1990'dan sonra ayrı bir sektör halini almaktadır. Bu nedenle moda fotoğrafının Türkiye ile ilişkisi çok da geçmişe dayanmamaktadır. Bu durum moda fotoğrafıyla ilgili sıkıntıların bugün bile yaşanmasına neden olmaktadır. Bu alanla ilgilenmiş kimi fotoğrafçılar özgün çalışmalar yaparken kimileri hatta büyük bir çoğunluğu batılı fotoğrafçılara öykünmüş bir kısmı da bire bir taklit etmiştir.

Moda fotoğrafçılığının özellikle 1990'dan sonra yaygınlaşmasının nedenleri arasında tüm dünyayı saran tüketim çılgınlığının Türkiye'yi de etkisi altına alması ve 24 Ocak kararları yer almaktadır. 24 Ocak kararları ile birlikte yabancı şirketler ülkedeki birçok sektörde büyük yatırımlarda bulunmuştur. Yapılan yatırımlar ağırlıklı olarak da tekstil sektöründedir. Pazarın gelişmesi rekabeti arttırmış bu da firmaları yeni arayışlara itmiş, bu arayışlar karşılığını reklamda bulmuştur. Bu da moda fotoğrafçılığının geçmişte olduğu gibi yalnızca sanatsal amaçla ortaya konmasını engellemiş, işin içine daha çok ticaret mantığını sokmuştur.

Moda fotoğrafçılığının bir sanat kabul edilip edilemeyeceği bugün bile tartışma konusudur ancak şu da vardır ki moda fotoğrafçıları, fotoğraflarını ortaya koyarken realizm, romantizm, sürrealizm gibi akımlardan etkilenmişlerdir. Her dönem kendi içinde değişik konuların gündeme alınmasına sebep olduğundan ötürü moda fotoğrafçılığı da bundan kendi payına düşeni almıştır. Her dönem kılık kıyafet anlayışında değişikliklerin olması, kadının yerinin statüsünün değişmesi, kadının fiziksel görüntüsüne yönelik beklentilerin değişiklik göstermesi fotoğraflarda kullanılan modellerin ve fotoğraflarda ele alınacak kurguların belirlenmesinde etken olmuştur.

Moda fotoğrafçılığında amaç kılık, kıyafeti ön plana çıkarmak olduğu için bunu yapabilmek adına fotoğrafçılar değişik yollara başvurmuşlardır. Çünkü kusursuz görünmek günümüz kadınları için bir tutkuya dönüşmüştür. Bunu gören reklamcılar da ürünlerin tanıtımında bu kusursuzluğu kullanmaktadır. Örneğin söz konusu ürün bir iç çamaşırı ise, tanıtım fotoğrafında kullanılan modelin göğüsleri, kalçaları oldukça biçimli ve kusursuzdur. Bunu yakalayabilmek adına firmalar da bu işe yüksek bütçeler ayırmaya başlamıştır. Modelin kusursuzluğu fotoğrafın başarılı olması için yeterli değildir. Bir de bu fotoğrafın bir duygusunun, bir düşüncesinin olması gerekmektedir. Fotoğrafla verilmeye çalışılan bu



duyguya, düşünceye bunun zaman ve mekânla süslenerek sunumuna kurgu denmektedir. Bu kurgu sayesinde kıyafet bir ruh kazanmakta, fotoğraflar dile gelmekte, söz kullanmadan birtakım duygu ve düşünceler aktarılmaktadır.

Moda ürünlerinin başlıca reklam aracı hiç tartışmasız moda fotoğraflarıdır. Pazarda ön plana çıkmış kimi markalar rekabet ortamından sıyrılıp varlığını koruyabilmek adına reklam fotoğraflarıyla da diğerlerinden ayrılmış ve kendine göre bir üslup belirlemiştir. Örneğin Benetton, ırkçılık karşıtı mesajlar vermekte ve reklam fotoğrafları da bu yönde kurgulanmaktadır. Yine Diesel son reklam kampanyasında küresel ısınmayı esas almış, fotoğrafçıları çektikleri fotoğraflarda bunu kurgulamıştır.

Moda fotoğrafçıları bu nedenle fotoğraflarını çekerken iki biçimde üslup belirleyebilirler. Ya Benetton ve Diesel'in yaptığı gibi çalışılan firmanın isteği doğrultusunda ya da kendilerine özgü belirledikleri üslup doğrultusunda. Türkiye'de de durum bundan farklı değildir. Ve kendi üslubunu belirlemiş fotoğrafçılar vardır. Onların belirlemiş oldukları üsluba fotoğraflarında ortaya koymaya çalıştıkları kurgu hizmet eder. Örneğin kadına yönelik şiddete hayır konulu bir reklam kampanyasında kadın, şiddet gören, dışlanmış, ikinci planda kalmış, mutsuz kadın olarak ya da kadına şiddet uygulayan erkeğin bir kadın olabileceği ve aynılarını onun yaşayabileceği duygusunu ortaya koyarak verilmeye çalışılmıştır. (bkz. Bennu Gerede)

Fotoğraflarını kurgusal açıdan değerlendirmeye çalıştığımız sekiz fotoğrafçının öğrenim hayatına baktığımızda ise bunlardan yalnızca birinin Türkiye'de fotoğrafçılık eğitimi aldığı dikkati çekmektedir: Tamer Yılmaz. Bunu şu şekilde açıklamak mümkündür. Birincisi Türkiye'de moda fotoğrafçılığına henüz önem verilmeye başlandığının bu nedenle de bu alanda uzmanlaşmış kişilerin, önceleri moda fotoğrafçılığını iş olarak görmemelerinin etkisi olabilir. Bunun da temelinde şu yatmaktadır. Türkiye'de 1990'lara kadar moda tasarımcısının olmaması beraberinde moda fotoğrafçılığının da gelişmemesine neden olmuştur. Ayrıca Türkiye'nin içinde bulunduğu ekonomik çıkmazların da bunda rolü bulunmaktadır. Bu nedenle bu alanda eğitim alan çok az isim bulunmaktadır. Tamer Yılmaz gibi.

Tamer Yılmaz'ın aldığı eğitimin yansıması şu biçimde değerlendirilebilir. O, bu alanda çalışanlara model teşkil etmektedir. Yılmaz'ın fotoğrafları, diğer fotoğrafçılara oranla teknik kalitenin biraz daha yükseldiği fotoğraflardır. Teknik kalitenin yükseldiği fotoğraflarda da fotoğrafın üslubu ve içeriği zaman zaman gölgede kalmıştır.

1990'lara kadar çok fazla kıymet görmeyen moda fotoğrafçılığı günümüze gelindiğinde her şeyin görsellikle ölçülmeye başlaması sonucu önem kazanmaya başlamıştır. Bu kez de bir üslup, bir kurgu sorunu ile karşı karşıya kalınmıştır. Kimi fotoğrafçılar,

fotoğraflarındaki kurguyu photoshopla desteklerken (Nihat Odabaşı, Koray Birand gibi) kimileri de fotoğraflarında bir objeyle ya da objenin rengiyle bu desteği yakalamıştır. (Lara Sayılğan, Sedef Delen gibi) Ancak yine de Türk moda fotoğrafçılarında bir üslup sorunu yaşanmakta ve gerek bu sorundan ötürü gerekse olanaksızlıklardan ötürü kurguya yönelik sıkıntıların yaşanması devam etmektedir.

## KAYNAKÇA

- Adam M, Art Nouveau, **Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi**, Yapı Endüstri Merkezi Yayınları, Ak Seyit Ali, **Erken Cumhuriyet Dönemi Türk Fotoğrafı**, Remzi Kitabevi, İstanbul 2001.
- Akay Ali, **Post Modern Görüntü**, Bağlam Yay., İstanbul 1997.
- Akoğul Merih, **Türk Fotoğrafında Eleştiri**, Siemens, “Türkiye’de Fotoğraf Sanatı”, 17. 04. 1995
- Aksu Şener, **Atatürk Devrimi Sürecinde Kıyafet Devriminin Yeri**, Atatürk’ün Cumhuriyet’in İlanından Sonraki Hedefleri Sempozyumu 4-6 Haziran 1998 İzmit, Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu, Atatürk Araştırma Merkezi, Ankara 1999.
- Antmen Ahu, **Çağdaş Sanatta Fotoğraf Kullanımı ve Türkiye’de Fotoğraf Temelli Sanat Üzerine Düşünceler**, “Fotoğraf Neyi Anlatır”, Hayalbaz Yay., İstanbul 2007.
- Arkun Nezahat, **Psikolog Gözüyle Moda**, XVIII. Vizon Show International Moda Konuşmaları 7 Ekim 1986 Broşür.
- Atasoy Nurhan, **Kıyafetnameleri Doğuşu ve Fenerci Mehmed Kıyafetnamesi**, Osmanlı Kıyafetleri Fenerci Mehmed Albümü, Koç Vakfı, İstanbul 1986.
- Aydemir Caner (der.), **Fotoğraf Neyi Anlatır**, Hayalbaz Kitap, İstanbul 2007.
- Barbarosoğlu Karabıyık Fatma, **Modernleşme sürecinde Moda ve Zihniyet**, İz Yayıncılık, İstanbul 2004.
- Barrett Terry, **Fotoğrafı Eleştirmek, İmgeleri Anlamaya Giriş**, Çev. Yeşim Harcanoğlu, Hayalbaz Kitap, İstanbul 2009.
- Batur Enis, **Modernizmin Serüveni**, YKY, İstanbul 2002.
- Batur Enis, **Gelenek ve Gelecek Arasında Moda**, Gergedan Dergisi, Mart 1987.
- Başak Selmin, **1978 Fotoğraf Sanatı ve Toplum**” Türkiye’de Fotoğraf Sanatının İşlevi. Ankara: Türkiye Yazıları Dergisi.
- Baudelaire C., **Modern Hayatın Ressamı**, Çev. Ali Berktaş, İletişim Yay., İstanbul 2003.
- Bazin Andre, **Fotoğraf Görüntüsünün Varlık Bilimi**, Çev. Nijat Özön, “Fotoğraf Neyi Anlatır”, Hayalbaz Kitap, İstanbul 2007.
- Benjamin Walter, **Fotoğrafın Kısa Tarihi**, Çev., Ali Cengizkan, YGS Yay., İstanbul 2002.
- Berger John, **Görme Biçimleri**, Çev. Yurdanur Salman, Metis Yay., İstanbul 1986.
- Berkes Niyazi, **Türkiye’de Çağdaşlaşma**, YKY, İstanbul 1975.
- Crane Diana, **Moda Gündemleri**, Çev. Özge Çelik, Ayrıntı Yay., İstanbul 2003.
- Çoksayar Didem, **Bir Tasarım Öyküsü**, Elle 10, 2002.
- Davis Fred, **Moda Kültür ve Kimlik**, Çev. Özden Arıkan, YKY, İstanbul 1997.
- Dayı Handan, **1990 Sonrası Türk Moda Fotoğrafında Genel Eğilimler**, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İzmir 2006.
- Demirci Banu, **Moda Fotoğrafının Gelişimi ve Çağdaş Yaklaşımlar**, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), MSÜ, SBE, İstanbul 2002.

- Dereboy Elif Jülide, **Kostüm ve Moda Tarihi**, Format Matbaacılık, İstanbul 2004.
- Derman İhsan, **Fotoğraf ve Gerçeklik**, Hayalbaz Kitap, İstanbul 2009.
- Ecer Sedef, **Modayı Sarsan Tasarımcı**, Sabah Gazetesi Cumartesi Eki, 04.08.2004.
- Feroz Ahmad, **Modern Türkiye'nin Oluşumu**, Sarmal Yayın, İstanbul 1995.
- Flusser Vilem, **Bir Fotoğraf Felsefesine Doğru**, Hayalbaz Kitap, İstanbul 2009.
- Frizot Michel, **A New History of Photography**, Köneman 1994.
- John Fiske, **Popüler Kültürü Anlamak**, Çev. Süleyman İmran, Bilim ve Sanat Yay., Ankara.
- Jopling Paul, **Fashion Spreads**, Word and Image in Fashion Photography since, Oxford 1980.
- Göçmen Banu, **Hayata Vizörden Bakanlar**, Cosmopolitan, 08, 2005.
- Göksel Funda, Filizay Oğuz, **Moda ve Moda Olgusu**, Sümer Holding A. Ş., Bursa Araştırma Geliştirme ve Eğitim İşletmesi, SAGEM, Yayın No: 149, Bursa 1995, s. 1.
- Greenhill Richard, Murray Margaret, Spence Jo, **Fotoğraf Sanatı**, Remzi Kitabevi, İstanbul 1998.
- Gümüş Ü. B., **Uluslararası Pazarlar İçin Üretim Yapan Türk Hazır Giyim İşletmelerinde Moda Tasarımı Çalışmalarının Sektörel Olarak İncelenmesine İlişkin Bir Araştırma**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara 1995.
- Gürsoy Tahir, **Giyim Kültürü ve Moda**, Umar İletişim Hiz., İstanbul 2010, s. 14.
- Hakko Cem, **Moda Olgusu**, Vakko Yayınları, İstanbul.
- Koşu Reşat Ekrem, **Türk Giyim Kuşam ve Süslenme Sözlüğü**, Sümerbank Kültür Yay., Ankara 1967.
- Krauss Rosalind, **Fotoğrafı Yeniden Keşfetmek**, Çev. Kemal Atakay, "Fotoğraf Neyi Anlatır", Hayalbaz Yay., İstanbul 2007.
- Kun Zeynep, **90'lar ve Moda Fotoğrafı**, 05, 2004.
- Kurktan Amiran, **Genel Sosyoloji**, Filiz Kitabevi, İstanbul 1986.
- Launay Marie, Osman Hamdi Bey, **1873 Yılında Türkiye'de Halk Giysileri: Elbise-i Osmaniye. Les Costumes Populaires De La Turquie And 1873**, Çev. Erol Üyepazarcı, Sabancı Üniversitesi Yay., Halı, Kilim ve Dokuma Sanatları, Fotoğrafçılık, Kataloklar ve Albümler, İstanbul 1999.
- Matara Birsal, **1980 Sonrası Türk Fotoğraf Sanatının Estetik Sorunları**, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), İzmir 1998.
- Matara Birsal, **80'den Günümüze Türk Fotoğraf Sanatına Genel Bir Bakış**, "Fotoğraf Neyi Anlatır", Hayalbaz Yay., İstanbul 2007.
- Onur Nur, **Moda Bulaşıcıdır**, Epsilon Yay., İstanbul 2004.
- Öngören Hande, **Bukalemun Kumaşlar Zamanı**, Elle, 10 2002.
- Öngören Hande, **Şehirli Kadının Fetişi**, Elle, 10 2003.
- Özdemir Beyhan, **Çağdaş Sanat Akımları ve Fotoğraf**, "Fotoğraf Neyi Anlatır", Hayalbaz Kitap, İstanbul 2007.
- Özendes Engin, **Abdullah Biraderler**, YKY, İstanbul 2006.

- Öztuncay Bahattin, **Dersaadetin Fotoğrafçıları**, 1. Cilt, Aygaz AŞ, Koç Kültür Sanat v Tanıtım Hizmetleri AŞ.
- Sanders, Mark – Poynter, Phil – Derrick, Robin, “**The Impossible Image: Fashion Photography in the Digital Age**”, Phaidon Press Ltd., Londra, 2000.
- Semiha Nihal, **Moda Nedir?**, Kadınlar Dünyası, 17 Nisan 1913.
- Sevin Nurettin, **On üç Asırlık Türk Kıyafet Tarihine Bir Bakış**, Kültür Bakanlığı Yay., Ankara 1990.
- Sontag Susan, **Fotoğraf Üzerine**, Çev, Reha Akçakaya, Altıkırkbeş Yay., İstanbul 1993.
- Steele Valerie, **Fifty Years of Fashion New Look to Now**, Yale Üniversitesi 1997.
- Şahin Yüksel, **1920- 1930 Yılları Arasından Türkiye’de Kadın Silüetinde Moda Anlayışı ve Değişimler**, Dokuz Eylül Üniversitesi Tekstil Ana Sanat Dalı Ana Sanatta Yeterlilik Tezi, İzmir 2006
- Şener Yasemin, **Moda Savaşın Neresinde**, Elle 05 2003.
- Şener Yasemin, **Türk Kadınının Moda Retrospektifi**, Elle Dergisi, 2003 Ekim
- Şenol Işıl, **Moda Fotoğrafı**, Marmara Üniv. Güzel Sanatlar Enstitüsü Fotoğraf Anasanat Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2007.
- Topçuoğlu Nazif, **İyi Fotoğraf Nasıl Oluyor Yani?**, YKY, İstanbul 1992.
- Tosun Nursel, **Cumhuriyet Dönemi Kadın Kıyafetleri**, Dokuz Eylül Üniversitesi, 1998, Lisans Tezi.
- Turani Adnan, **Dünya Sanat Tarihi**, Remzi Kitabevi, İstanbul 2000.
- Türk Dil Kurumu, Büyük Türkçe Sözlük, BSTS, **Yöntembilim Terimleri Sözlüğü 1981**.
- Türkoğlu Sabahattin, **Tarih Boyunca Anadolu’da Giyim Kuşam**, Atılım Basım Yay., İstanbul 2002.
- Üşenmez Sema, **Toplum ve Moda Etkileşimleri**, (Yayınlanmamış Doktora Tezi)MSÜ, SBE, İstanbul 1992.
- Yavuzlar Berrin, **Moda mı? Pornografi mi?**, Marie Claire, 06 2002.

## İnternet Siteleri

**Türkiye'de moda fotoğrafçılığı var diyorlar,** Sibel Arna İle Moda Gündemi

<http://hurarsiv.hurriyet.com.tr/goster/haber.aspx?id=6501676&tarikh=2007-05-12>

**MEGEP, Grafik ve Fotoğraf, Pinhole Kamera,**

[http://cygm.meb.gov.tr/modulerprogramlar/kursprogramlari/grafik/moduller/pinhole\\_igne\\_deligi\\_kamera.pdf](http://cygm.meb.gov.tr/modulerprogramlar/kursprogramlari/grafik/moduller/pinhole_igne_deligi_kamera.pdf)

**MEGEP, Grafik ve Fotoğraf, Moda Fotoğrafı,**

[http://megep.meb.gov.tr/mte\\_program\\_modul/modul\\_pdf/213GIM062.pdf](http://megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/modul_pdf/213GIM062.pdf)

**Birand Koray, Bir Tasarım Alanı: Moda Fotoğrafçılığı**

<http://yayinlar.blogspot.com/2008/01/bir-tasarim-alani-moda-fotograf.html>

**Cellek Tülay, Temel Tasarım Perspektif,**

[www.fotografya.gen.tr/issue-13/ttasarim/t\\_cellek.html](http://www.fotografya.gen.tr/issue-13/ttasarim/t_cellek.html)

[http://www.fotografya.gen.tr/issue-13/ttasarim/t\\_cellek.html](http://www.fotografya.gen.tr/issue-13/ttasarim/t_cellek.html)

**Gürbilek Nurdan, Sosyalizm Ansiklopedisi** <http://eski.bianet.org/2005/09/09/66808.htm>

**Kırbaş İsmail, Fotoğrafta Kompozisyon,** [www.kirbas.com/index.php?id=79](http://www.kirbas.com/index.php?id=79)

**Türkiye'de Moda Tarihi,** <http://fashionupdate.blogcu.com/turkiye-moda-tarihi/1703945>

**Piktoryalizm,** [www.fotografya.gen.tr](http://www.fotografya.gen.tr)

**Helmut Newton,** <http://ilef.ankara.edu.tr/fotograf/yazi.php?yad=9422>

**Herb Ritts,** <http://www.herbritts.com/about/>

**Cellek Tülay, Temel Tasarım Perspektif,**

[www.fotografya.gen.tr/issue-13/ttasarim/t\\_cellek.html](http://www.fotografya.gen.tr/issue-13/ttasarim/t_cellek.html)

[http://www.fotografya.gen.tr/issue-13/ttasarim/t\\_cellek.html](http://www.fotografya.gen.tr/issue-13/ttasarim/t_cellek.html)

**Biçimler&Manzaralar,** <http://www.iksv.org/detay.asp?id=257>

**Türk Dil Kurumu, Büyük Türkçe Sözlük,** <http://www.tdkterim.gov.tr>

**Seks, Pornografi, Sansür,** <http://arsiv.sabah.com.tr/2006/05/12/cm/yas116-20060428-103.html>

**Su Bebekleri,** <http://hurarsiv.hurriyet.com.tr/goster/haber.aspx?id=12048913&tarikh=2009-07-12>

**Koray Birand'la röportaj,** <http://www.bakdergisi.com/roportajlar/3/koray-birand>

**Lara Sayılğan'la röportaj,**

<http://www.kariyer.net/kariyerRehberi/kariyerRehberiDetay.kariyer?arn=&sid=arn=&pri=81&kn=112>

**80'lerde Moda,** <http://www.tekstiltasarim.com/Sayfa.php?sel=18>

**Baron De Meyer,** <http://vedatkonyali.wordpress.com/2010/04/26/fotograf-akimlari-romantizm>

[http://www.radikal.com.tr/Radikal.aspx?](http://www.radikal.com.tr/Radikal.aspx?aType=RadikalYazarYazisi&ArticleID=959765&Yazar=CEM)

[aType=RadikalYazarYazisi&ArticleID=959765&Yazar=CEM](http://www.radikal.com.tr/Radikal.aspx?aType=RadikalYazarYazisi&ArticleID=959765&Yazar=CEM)

[ERCİYES&Date=06.08.2010&CategoryID=113](http://www.radikal.com.tr/Radikal.aspx?ERCİYES&Date=06.08.2010&CategoryID=113)

<http://www.3ayak.org/etiket/moda-foto%C4%9Fraflar%C4%B1>

## ÖZGEÇMİŞ

5 Aralık 1983 senesinde İstanbul'da doğdu. İlk, orta ve lise öğrenimini tamamladıktan sonra, 2002 senesinde üniversite sınavlarına giren Emrah Nihat EREL; Beykent Üniversitesi'nde 1 yıl İngilizce hazırlık eğitimi aldıktan sonra tekrar üniversite sınavlarına girerek Haliç Üniversitesi Amerikan Kültürü ve Edebiyatı bölümünü kazanmıştır. 2000 yılından beri içinde beslediği fotoğraf sevgisi onu üniversitede de yalnız bırakmamış, Haliç Üniversitesi Fotoğrafçılık Klubü'nde etkin olarak yer almış ve üniversiteden 2008 yılında mezun olduktan sonra bu alandaki yeteneğini kariyere dönüştürme isteği ile, Haliç Üniversitesi Fotoğraf ve Video Tezli Yüksek Lisans programına başvurmuş ve de mülakatta başarılı olarak bu bölümde okumaya hak kazanmıştır. Burada okuduğu süre boyunca katıldığı fotoğraf yarışmalarında dereceler almış, çeşitli yerel yayınlara çıkmış ve de yüksek lisans eğitimini 1.lik ile bitirmiştir. "Tezinin konusu Moda Fotoğrafında Kurgu" üzerinedir.