

T.C.
Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Tekstil ve Moda Tasarımı Anasanat Dalı
Tekstil ve Moda Tasarımı Programı

**‘STİL İKONU’ OLGUSUNUN TEKSTİL MODASI
AÇISINDAN İNCELENMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Danışman: Prof. DİLEK ALPAN

Hazırlayan:20046063 YASEMİN AKYOL

İSTANBUL-2007

Yasemin AKYOL tarafından hazırlanan “Stil İkonu” Olgusunun Tekstil Modası Açısından İncelenmesi adlı bu çalışma jürimizce Yüksek Lisans Tezi Olarak Kabul Edilmiştir.

Kabul (Sınav) Tarihi : 17 / 10 / 2007

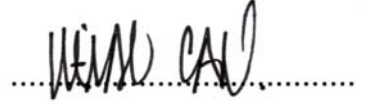
(Jüri Üyesinin Ünvanı , Adı , Soyadı ve Kurumu) :

İmzası :

Jüri Üyesi : Prof.Dilek ALPAN
(Danışman)



Jüri Üyesi : Prof.Kemal CAN



Jüri Üyesi : Prof.Bengi BUGAY
(MSGSÜ Sah.Dek.ve Kos. Blm.)



ÖNSÖZ

Geçmişten bu yana modanın oluşumunu etkileyen çeşitli faktörlerin olduğu bilinmektedir. Bu çalışma moda kavramının bugünkü anlamının oluşmasında büyük katkıları olan öncü insanlar ‘Stil İkonları’ üzerinedir.

Stil İkonları, giysilere olan tutkularıyla tarih boyunca modacıların en iyi dostları olmuşlardır. Cesaretleriyle topluma önderlik etmiş, modacıların giysilerini yorumlayarak giysi modasına ve giysilere anlam katmışlardır.

Bu tez, modanın doğuşundan beri var olan ikonlarının geçmişten günümüze modayı nasıl etkilediklerinin ayrıca stil ikonlarının öncülük ettiği moda akımlarının araştırmasıdır.

Çalışma süresi boyunca büyük bir sabırla beni yönlendiren ve tolerans gösteren danışman hocam Prof. Dilek Alpan 'a, Tekstil ve Moda Tasarımı bölümündeki bütün hocalarıma, bana hep destek olan aileme ve sevgili dostum Gülbike Berkkam 'a teşekkür ederim.

ÖZET

Günümüzün popüler bir olgusu olması ve resmen tanımlanmaması nedeniyle yeni olduğu sanılan 'stil ikonu' olgusu modanın doğuşundan bu yana süregelmektedir.

İnsanların değişme ve taklit etme arzusu olan modanın başlangıcı XIV yüzyıl olarak kabul edilmektedir. Konu hakkında ciddi araştırmaların yapılması XIX. yüzyılda başlamıştır. Sanayileşmeyle birlikte yaygınlaşmaya başlayan moda XX. yüzyılda büyük gelişme göstermiştir.

Stil ikonlarının toplumları etkileme gücü XX. yüzyılın başlarında sinema sektörü tarafından keşfedilmiş ve starlık sistemi yaratılmıştır. Tüm dünyada sinema ve moda iç içe geçmiş sektörlerdir. Starlık sistemi sinema sektörüyle birlikte modanın da büyümesine katkıda bulunmuştur. II. Dünya savaşı sonrasında sinema yerini televizyona bırakmıştır. Televizyonlar sayesinde popülerleşen müzik yıldızlarının yarattığı akımlar günümüzde de modayı etkilemektedirler.

Bu çalışmada stil ikonu olgusunun moda sektöründeki yerinin önemini görmekteyiz. Bu önem bazen moda öncüsü olmaları, bazen modayı geniş kitlelere yaymaları, bazen de markaların daha çok satış yapmalarını sağlamalarıdır. Çalışmada bu olgunun, kraliçelerden film yıldızlarına ve müzisyenlere kadar nasıl genişlediği ve insanların her dönem onları nasıl takip ve taklit ettiği örneklerle açıklanmıştır.

Bu konuda örnek olarak sunulan stil ikonları, bu olgunun ilk öncüleri olan sinema ve müzik yıldızları esas alınarak işlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Moda, Stil İkonu, sinema.

SUMMARY

Although "Style Icon" fact is assumed to be new since it is recently popular and officially recognized, it exists since the birth of fashion.

The beginning of fashion which is people's desire of imitation and change accepted to begin by the 14th century. Serious researches began to be made on 19th century. The fashion who began to expand with the industrialisation, developed on 20th century.

In the beginning of the 20th century cinema sector discovered the Style Icon's power of influencing publics and created the "Starring" system. In the world cinema and fashion become together. The starring system helped development of Fashion sector as well as it does to cinema sector. After the World War 2 the cinema was replaced by television. With the television the music stars who became popular began to influence fashion.

In this study, the importance of style icon fact in the fashion sector is researched. The reason of this importance, sometimes they are the pioneers of fashion, sometimes to expand fashion to the large masses and sometimes to make the brands sell more.

Tags : Fashion, Style icon, cinema

RESİMLER LİSTESİ

Resim 2.1 Kraliçe Marie Antoinette (1779-89).....	4
Resim 2.2 Josephine Bonaparte 1763-1814.....	6
Resim 3.1 Marlene Dietrich.	9
Resim 3.2. '1933 yılı Nicholl's tasarımı Dietrich tarzı	9
Resim 3.3 Kate Moss.....	10
Resim.3.4. Edie Sedgwick.....	12
Resim.3.5. John Galliano 2005/2006 Sonbahar/Kış koleksiyonundan örnekler.....	12
Resim.3.6. Kim Novak Vertigo filminde giydiği kostümüyle.....	13
Resim.3.7. Alexander Mc Queen 2005/2006 Sonbahar/Kış koleksiyonu	13
Resim 3.8 'Hermes Birkin' ve 'Kellybag'	14
Resim.3.9. 'It Happened One Night'	16
Resim 3.10. James Dean.....	17
Resim.3.11 Marilyn Monroe.....	18
Resim.3.12. "The Wild One" filminden bir sahne.....	21
Resim.3.13. "Annie Hall".....	22
Resim.3.14. 'American Gigolo' filmini DVD kapak resmi.....	23
Resim.3.15. Faye Dunaway, Warren Beatty "Bonnie and Clyde".....	24
Resim.3.16. Resim 3.16 Puma'nın 'Bonnie and Clyde' özel serisi.....	25
Resim.3.17 Audrey Hepburn, Breakfast at Tiffany's 1961.....	26
Resim 3.18 Jean Paul Gaultier İlkbahar/ Yaz '08.....	27
Resim.3.19. Sex Pistols.....	29
Resim 3.20 Grunge giyim stili.	30
Resim.3.21. Nirvana.....	31
Resim.3.22. Marc Jacobs 'un 2006 kış defilesinden Grunge	31
Resim.3.23. Pete Doherty.....	33
Resim.3.24 Dior Homme , Hedi Slimane'in 'Pete Doherty'den	33
Resim.3.25. Gotik tarzda giyinen gençler.....	34
Resim.3.26. Vivienne Westwood, 2005 ilkbahar/yaz reklamı.....	35
Resim.3.27. Christian Dior's Kış 06.07 Haute Couture Koleksiyonu.....	36
Resim.3.28. Marilyn Manson 1999 yılı konser görüntüsü.....	36
Resim.3.29. Madonna 1985.....	37

Resim.3.30.1990Ambition Gaultierin Madonna için tasarladığı korse.....	38
Resim 3.31 Gaultier 'in Madonna 'nın 2006 Confessions turnesi için.....	38
Resim.4.1. Scarlett Johansson & Stella McCartney. Mischa Barton &	40
Resim.4.2. Stil İkonu Victoria Beckham.....	41
Resim 4.3 Mischa Barton.	42
Resim 4.4 Paris Hilton.....	42
Resim.4.5. Versace elbisesiyle ünlenen Liz Hurley.....	43
Resim.4.6. J.Lo 2000 Grammy ödüllerinde.....	44
Resim.4.7. Lindsay Lohan L' Officiel.....	45
Resim.4.8. H&M by Karl Lagerfeld.....	48
Resim.4.9. “Madonna loves H & M” kampanya resmi.1.....	49
Resim.4.10. H&M “Madonna”.....	50
Resim.4.11. H&M “Love Kyle”.....	51
Resim .4.12. 'H&M loves Kylie' plaj giysileri koleksiyonu.....	52
Resim.4.13. Topshop, Vogue dergisine kapak olan Kate Moss.....	53
Resim.4.14. ‘Topshop love Katemoss’ koleksiyonunun açılışı.....	54
Resim.4.15. “Air Jordan III”	55
Resim .4.16. Sean "Diddy" Combs ve 2003/2004 Sonbahar kış defilesi.....	57
Resim 4.17.Louis Vuitton 2003 Sonbahar/Kış Koleksiyonu.....	58
Resim 4.18. “JLo by Sweetface” 2005 Sonbahar/ Kış defilesi.....	59
Resim 4.19. Resim .4.19. Gwen Stefani ve Harajuku kızları.....	60
Resim 4.20 L.A.M.B. 2008 Yaz koleksiyonundan örnekler.....	61
Resim 4.21. Markanın kurucuları; Bono, Ali Hewson ve Gregory Rogan.....	62
Resim 4.22 Edun Markasının 2006 Sonbahar/Kış	63
Resim 4.23 Bitten markasının kampanya fotoğrafı.....	64
Resim 4.24 Sarah Jessica Parker ‘ın dizideki görüntüsü ve koleksiyon.....	65

Sayfa No:

İÇİNDEKİLER.....	I
ÖNSÖZ.....	III
ÖZET.....	IV
SUMMARY	V
RESİMLER LİSTESİ	VI
1.BÖLÜM: GİRİŞ	
1.. 1Çalışmanın amacı.....	1
1.2. Çalışmanın kapsamı.....	1
1.3. Çalışmanın yöntemi.....	2
2.BÖLÜM	
GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE MODA.....	3
3.BÖLÜM	
STİL İKONU OLGUSU.....	8
3. 1. Giysi Modasını Etkileyen Bir Faktör Olarak Sinema ve Starlık Kavramı...15	
3. 1.1. Modayı Etkileyen Filmler.....	20
3. 2. Giysi Modasını Etkileyen Bir Faktör Olarak Müzik.....	28
4.BÖLÜM	
STİL İKONLARININ TEKSTİL MODASINDA KULLANIMI.....	39
4.1. Yıldızların Satış Gücü.....	39
4.2. Hazır Giyim Firmalarıyla Stil İkonlarının İşbirliğine Ait Örnekler.....	46
4.2.1. H&M ve Yıldız Tasarımcıları.....	47
4.2.2. Topshop- Kate Moss İşbirliği.....	53
4.2.3. Michael Jordan - Nike İşbirliği.....	55
4.3. Stil İkonlarının Giyim Markaları.....	56
4.3.1. Sean "Diddy" Combs'un Markası "Sean John".....	56

4.3.2. Jennifer Lopez'in Markası "JLO"	58
4.3.3. Gwen Stefani'nin Markası "L.A.M.B"	60
4.3.4. Bono 'nun Markası "Edun"	62
4.3.5. Sarah Jessica Parker 'ın Markası "Bitten"	64
SONUÇ.....	66
KAYNAKÇA.....	68

GİRİŞ

1.1.Çalışmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı çağımızın en popüler sözcüklerinden biri olan ‘stil ikonu’ olgusunun tekstil modası açısından incelenmesidir. Bu olgunun kökleri sinemanın doğuş yıllarına ve hatta modanın sadece sarayda soylular için olduğu yüz yıllara dayanmaktadır. Stil ikonu olgusu, birçok dönemde karşımıza çıksa da, sinemanın doğuşu ve yıldız sisteminin oluşumuyla olgunlaşmış ve günümüze kadar yayılarak devam etmiştir.

Stil ikonu olgusu araştırmasının temel hazırlık aşamasında; olgunun gelişmesinde etkili olan faktörler ve bunların sonuçları araştırılmış, çok geniş kapsamlı olan stil ikonu olgusu incelenmiş, sinema ve müzik yıldızları ağırlıklı olarak ele alınmış ve tekstil modası açısından incelenmiştir.

1.2.Çalışmanın Kapsamı

Çalışmanın kapsamında, stil ikonlarının tarihteki öncüleri moda tarihi içerisinde ele alınarak kısaca örneklendirilmiştir. Ayrıca stil ikonlarının modayı etkileyen filmlerinden bazıları seçilmiş ve öncülük ettikleri giysilerden örneklere yer verilmiştir. Müzik ve moda ilişkisinde ise müzik kökenli stil ikonlarından bazılarına yer verilmiştir. Bu yıldızların öncülük ettikleri müzik akımları ve tekstil modasına etkileri araştırılmıştır.

XX. yüzyılın kaçınılmaz reklâm sektörü ve dev tekstil markalarının stil ikonlarına bakış açısı ve sektörde nasıl bir yere sahip oldukları en uygun bulunan örneklerle açıklanmıştır. Bugün isimleri birer marka kadar etkili olan stil ikonlarının etkileyiciliklerinin nereden geldiğini ve bu etkinin modayı nasıl değiştirdiğini anlamak ancak moda kavramının açıklanmasıyla ve moda tarihine bakmakla mümkün olabilir. XX. yüzyıldan bu yana starlar moda sektörünün ayrılmaz birer parçasıdır. Bu sebeple starlık kavramı ve Hollywood starlık sistemi konuları

üzerinde de durulmuştur. XX ve XXI. yüzyılın stil ikonları kimlerdir diye düşündüğümüzde, modern insanın yeni tapınaklarına bakmamız yeterli olur. Bunlar, alışveriş merkezleri, sinemalar, eğlence mekânları, stadyumlardır. Sinema ve müzik yıldızları başta olmak üzere, tv yıldızları, sporcular ve başka sebeplerden ünlü olmuş insanlardan bazıları 'stil ikonları'na dönüşerek modayı etkilemişlerdir. Örneğin David Beckham, Jacqueline Kennedy ve Prenses Diana postmodern çağımızın stil ikonlarıdır. Bu unvan resmi olarak moda dergileri, ulusal gazeteler, moda dernekleri gibi kurumlar tarafından verilmektedir.

1.3.Çalışmanın Yöntemi

Bu tezin oluşturulmasında moda sosyolojisi, moda tarihi, müzik tarihi, sinema tarihi, medya ve reklamcılık kitaplarından, moda sektörünün öncü moda dergilerinin araştırmalarından ve stil ikonlarının biyografilerinden faydalanılmıştır. Bununla birlikte dördüncü bölümde yer alan giyim markalarıyla ilgili yorumlar, bu markaların resmi internet sitelerinde yer alan bilgilere dayanılarak hazırlanmıştır. Markaların kuruluş aşamaları, mottoları, ürünlerin tüm özellikleriyle ilgili detaylar ve hatta satış raporlarından tarama yapılarak tespiti ulaşılmıştır.

2. GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE MODA

Tüketimin en görünür biçimi olan giyim, her dönemde kimliğin ifadesi olmuştur. Toplumsal statünün ve cinsiyetin en belirgin göstergesidir. Bu yüzden sembolik sınırların kurulmasında ya da yıkılmasında çok etkilidir. Giysinin ve sonrasında giysi modasının anlamı çağlar boyunca değişmiştir. Birçok sosyolog moda tarihini incelemiş, modanın hiyerarşik sınıf yapısı ve bu yapının giyim alışkanlıkları üzerindeki etkilerinden bahsetmiştir. Davis 'e göre moda süreci, esinlenme, taklit ve kurumsallaşmadan oluşan karmaşık bir bileşim sayesinde ayakta kalmaktadır.

Tüketim kültürünün egemen olduğu günümüzde, medya -televizyon, gazete, dergi, radyo ve internet- sayesinde moda büyük bir hızla yaygınlaşabilmektedir. Medya, tüm dünyada toplumsal değişimi ve kültürel yapıyı değiştiren faktörlerin en önemlisidir.

Geçmişten bugüne giyim ve görünüm insanlar için hep önemli olmuş ve bugün olduğu gibi geçmişte de kimi şahsiyetler giyimleriyle kişiliklerin özdeşleştirmişlerdir. Giysinin ve sonrasında giysi modasının anlamı çağlar boyunca değişmiştir. *Antikçağ'da kıyafet bir anın beğenisinin değil, bir medeniyetin ifadesiydi. Batı'da, sonradan moda adı verilen olgunun kökenleri ilk terzi korporasyonlarının kurulduğu XIV. yüzyıla uzanır. Ama giysi ancak XVII. yüzyılda büyük bir ekonomik ve toplumsal önem¹ kazanmıştır.*

Moda esas olarak soylu sınıf arasında gelişmeye başlamıştır. Aristokrasinin müsrifliği, aşırılığı ve fanteziye olan eğilimi, şaşıla giysilerin ortaya çıkmasının başlıca nedenidir. Bunun tarihteki en iyi örneği de Kraliçe Marie Aantoinette 'tir. Kraliçelik, Marie Aantoinette için on beş havai yıl boyunca yalnızca şu anlamı taşımıştır; *Sarayın en şık, en koket, en iyi giyinen, en çok şımartılan, en çok eğlenen kadını olarak hayranlık toplamak. Zarafet konusunda bir otorite olmak doğallıktan*

¹ AXİS 2000 Ansiklopedik Sözlük 4.cilt sf.2333

*alabildiğine uzaklaşmış ve dünya benim diyen o sosyete dünyasının gündemi belirleyen seçkini olmak.*²



Resim 2.1 Kraliçe Marie Antoinette (1779-89)

Soylu kadınlar bütün bu dönem boyunca onun kıyafetlerini saçlarını taklit etmişlerdir. Antoinette 'in annesi Avusturya Kraliçesi Maria Theresia kızının moda ve hoppa yaşam tarzı sonucu şu mektubu yazmıştır: *Biliyorsun ki, ben daima insanın modayı ölçülü bir tarzda takip etmesi, fakat asla abartmaması gerektiğini savunmuşumdur...Kraliçe yol gösteren olduğu için, bütün dünya onun en küçük hatalarını bile benimsemek için uğraşacaktır...*³

² Stefan Zweig, *Marie Antoinette*, 2006, sayfa123

³ Stefan Zweig, *Marie Antoinette*, 2006, sayfa124

1700lerin sonlarında kraliçenin yaptığı bu tanım XIX. yüzyıl moda araştırmalarına yakın bir sonuçtur. 1876 yılında H. Spencer modayı farklı sosyal gruplar arasında incelemiştir. Vardığı sonuçlardan biri de modanın estetiğe duyulan saygı ve taklit etme güdüsü olduğudur. XIX. yüzyılda da bu saygı ve taklit etme dürtüsü yerini rekabetçi bir taklit anlayışına bırakmıştır.

Görünüşün bireyselleşmesini hızlandıran önemli bir etmen XIX. yüzyılda Fransız devrimi ve sanayileşme sonucu sosyal yapıda büyük değişikliklerin meydana gelmesidir. Şehirlerin ve Ticaretin gelişmesiyle moda sadece soylu kesime ait bir kavram olmaktan çıkmış, her kesimden insanı ilgilendiren bir konu olmaya başlamıştır. Moda bu dönemde üst sınıfın yaşam tarzının rahatlıkla taklit edilebildiği bir hal almıştır. Moda, yaygınlaştığı bu yıllarda ahlaka aykırı, giysi kalitesini bozan, toplumdaki sınıf farklılıkları arasındaki mesafeyi kapatan, insanları görünüş ve ruhen tek tip kopyalar haline getiren bir araç olmakla suçlanmıştır.

Üst sınıfı taklit eden ve giyim konusunda ona yaklaşabilen ilk kesim tüccar kesimi olmuştur. Bu kesim, zenginleştikçe aristokratların pahalı giyim tarzlarını taklit etmeye başlamıştır. Ancak sıradan halkın giyiminin değişimi uzun yıllar almıştır. Maddi imkânsızlığın yanı sıra halkın soylularinkine benzer giysiler giymesi XVII. yüzyıla kadar kanunlarla yasaklanmıştır. Toplumsal hiyerarşiye göre düzenlenmiş giysilerle ilgili bu yasalar, üst sınıflarının yeni zenginler tarafından taklit edildiklerinde buna karşı duydukları öfkeyi dile getirmektedir.

*IV. Henry döneminde Paris burjuvazisine mensup kadınlar ipekli giyinmeye başlamışlardır, bu duruma ne IV. Henry, ne de soylular razı olmuşlardır. Fakat hiç kimse sonradan görmelerin yükselme tutkusuna veya Batı'da en azından toplumsal mertebenin göstergesi olan elbiselerin giyilmesine, engel olunamamıştır.*⁴ Tarih boyunca Kraliçe Marie Aantoinette gibi normların dışında kalan insanların, farklı giyim stilleri sergiledikleri ve çevrelerindeki insanları da etkiledikleri bilinmektedir. Bu insanların cezalandırıldıkları da olmuştur.

⁴ Fernand Braudel, Maddi Uygarlık, 283.

Giysiler, onları en iyi taşıyan o insanlara mal edilmektedirler. Bu öncüler hem bireyselliklerini hem toplumsal kimliklerini ifade eden giysiler bulmaya çalışmışlardır. Kraliçe Victoria, gençliğinde Avrupa'nın stil öncülerinden biri olarak kabul edilmiştir. Victoria'nın, birçok farklı kumaştan aynı elbise modelini yaptırdığı bilinmektedir. Kalp kesimli dekolte yakalar ve kabarık kollar 'Kraliçe Victoria Stili' olarak tarihe geçmiştir.



Resim 2.2 Josephine Bonaparte 1763-1814

Marie Aantoinette 'den sonra Josephine Bonaparte 'ın giyim stili benimsenmiştir. Sade ve ölçülü bir stili olan Bonaparte, döneminin düşüncesini ve estetiğini yansıtarak çağını etkilemiştir. *Moda tarihçileri, Josephine Bonaparte 'ın çeşitli moda trendlerine öncülük yaptığını belirtmektedirler.*⁵

⁵ Elif Jülide Dereboy. *Kostüm Moda Tarihi*. S. 100

Marie Aantoinette yada Josephine Bonaparte olmasaydı bugün ne Leroy'u ne de Bertin'i tanıyor olurduk. Marie Aantoinette'in alt sınıftan gelen terzisi Mademoiselle Bertin, dönemin hiçbir ünlü sanatçısının ulaşamadığı bir mertebeye kadar yükselbilmiştir. Bu onur, kraliçenin huzuruna tek başına çıkabilmektir. Kraliçe görkemli ve şık giyindikçe asilzadeler de ondan geri kalmamak için kraliçenin terzisine koşmuşlardır. Kraliçeden tam destek gören tasarımcı küçük dükkanını, pek çok kadının çalıştığı bir modaevine dönüştürür. Bertin bu dönemde kraliçe için muhteşem bir stil yaratmıştır.

Josephine Bonaparte'ın terzisi Leroy'un Josephine için tasarladığı gül yapraklı elbise Leroy'u Fransız modasının en önemli insanı haline getirmiştir. Leroy kadın giysisinde derin dekolte, kabarık kollar, yüksek bel çizgisi gibi yeniliklerin yaratıcısıdır. Tasarımlarıyla modayı etkileyen bir konuma sahip olmuştur. Josephine sayesinde ünlenen Leroy, Avrupa'nın pek çok ülkesinden müşteriler edinmiştir.

İlerleyen yıllarda da modanın kavramsal anlamı pek değişmemiş, ikonları ve sınıflarıyla var olmuştur. Sadece öncüleri ve sınıfları kendi içinde değişiklik göstermiştir. Eski tarihlerin saraylı ve soylu moda ikonları yerlerini zamanla sinema ve müzik dünyasının yeni öncülerine bırakmışlardır.

1930'lardan 1960'lara kadar modaya uygun tarzların oluştuğu ve öncülük ettiği kesim hep aynı kesim olmuştur. Modadaki değişiklikler farklı toplumsal sınıfların üyelerine hızla yayılmıştır. Bu yayılma sürecinin olmasını sağlayan en önemli faktör, üst sınıfın oldukça göz önünde olan üyelerinden sinema yıldızlarının örnek alınması olmuştur. 1950'lerin sonlarında, televizyonlar beraberlerinde daha çok genç nesli hedef alan yeni bir müzik türü olan rock 'n roll' u getirmiştir. Bunun üzerine popüler müzik yıldızları ortaya çıkmıştır. Bu yıldızlar alt kültür, yetişkin ve gençlerin giydikleri giysileri karıştırıp dönüştürmüştür. Popüler müzik kodları oluşmuştur. Aslında moda sınıfların neyin nasıl giyileceğine ilişkin kodları belirlenmiştir. Bu kodlara uygunluk, bireyin hangi sınıfa mensup olduğunu yada olmak istediğini göstergesidir. 20y.y. modasına, sinema ,müzik ve stil ikonları etkileşimi başlıkları altında ileriki bölümde ayrıntılı olarak değinilmiştir.

3. STİL İKONU OLGUSU

Modern popüler kültür, yücelttiği insanlar için star, İdol, ikon, trendsetter, stil ikonu gibi sıfatlar kullanır. ‘Star’ kelimesi Türk dil kurumu sözlüğünde; ‘Büyük ün kazanmış sinema, sahne ya da ses sanatçısı, yıldız’ şeklinde tanımlanmaktadır. ‘Trendsetter’ kelimesi ise ‘*yönelim belirleyici, modanın yayılmasına öncülük eden*’⁶ anlamına gelmektedir.

Stil kelimesinin sözlükteki karşılığı biçim, üslup, tarzdır. Bir sanatçıya, sanat türüne, topluma, yöreye ya da döneme özgü ortak bir anlayışı yansıtan özellikler ve ilkeler bütünüdür. İçerikten çok biçimle ilgili bir kavramdır. Bu bağlamda Stil İkonu, öykünülen kişilik, örnek alınan, takip edilen kimse anlamına gelir. Fakat bu tanım stil İkonlarının giysi modası açısından önemini anlatmakta yetersiz kalır. Tarihe baktığımızda çeşitli nedenlerden ötürü ünlü olmuş pek çok insanın öne çıktığını görürüz. Bu ünlüler arasında özgün bir stile sahip olanlara çok az rastlanır. Onlar stil ikonlarıdır. Farklı alanlardan gelseler de moda üzerinde bir modacı kadar etkili oldukları görülür. Bu etkileri örneklerle anlatmak daha doğru olacaktır.

Bir stil ikonunu moda takipçisinden ayıran şey kişiliklerini korkusuzca yansıtan giyim özellikleridir. Onlar yaşadıkları çağın felsefesi, estetiği ve tarihini anlatan, eşsiz birer obje gibidirler. Bireyselliklerini ve toplumsal kimliklerini ifade eden giysiler kullanırlar. Bu giysiler dönemlerinin dışında geleceğin de bakış açısını değiştirirler. 1930 arın en etkili stil ikonu Marlene Dietrich bu tanıma iyi bir örnek teşkil eder. Kadınların pantolon giyinebilmelerinin öncüsüdür.

Alman kabare oyuncusu Marlene Dietrich; Jean-Louis, Travis Banton, Eddie Schmidt gibi ünlü film kostümü yaratıcılarıyla çalışmış, bunun yanında Balenciaga, Balmain, Chanel ve Christian Dior gibi zamanının en ünlü modacılarından giyinmiştir.

⁶ Tanses Gülsoy, *İngilizce Türkçe Reklam Terimler Sözlüğü*.

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



Resim 3.1 *Marlene Dietrich*. Resim 3.2. 1933 yılı *Nicholl's* tasarımı *Dietrich tarzı* takımıyla bir model.⁷

Erkek giysileri içinde bile kadınsılığını koruyarak bu giyimi yaygınlaştıran Dietrich, gerçek bir stil ikonudur. Hiçbir stil ikonu var olmayan bir giysiyi yaratmamıştır. Onları özel yapan giysileri ele alış biçimleri ve yorumlayışlarıdır. İkonlar, modanın üzerinde bir stil yaratabilenlerdir. Bu stil yaşadıkları günün modasını olduğu kadar geleceğin trendlerini de etkilerler.

Stil ikonlarının hayat tarzları ve giyim stilleri, yaşadıkları dönemin iyi ya da kötü değerlerini gösterir. Tıpkı Kate Moss örneğindeki gibi.

⁷ Herriet Worsley. *Decades of fashion*. S. 248, 249

Anoreksiya görüntüsünü yaygınlaştırmakla suçlanan ve uyuşturucu kullandığı herkesçe bilinen Kate Moss, çağımızın stil ikonu olarak adlandırılmaktadır. XXI. yüzyılda büyük bir hızla şişmanlayan batı toplumlarında zayıf olabilmek her ne şekilde olursa olsun takdir görmektedir. Hakkında yapılan eleştirilere rağmen yaşam tarzını değiştirmeyen Kate Moss, günümüz sokak modasını ve hazır girim firmalarını en fazla etkileyen ikondur.



Resim 3.3 Kate Moss

Kate Moss, stilistlerden yardım almadan, kendi özgün giyim stilini yarattığı ve giydiği her şeyi moda yaptığı için CFDA (Amerika Moda Tasarımcıları Konseyi) tarafından 2005 yılında 'stil ikonu' seçilmiştir. Kate Moss 'un bohem giyim stili, yüksek moda ürünleriyle, ikinci el giysilerin bir arada kullanıldığı eklektik bir stil olarak tanımlanabilir. Günümüz sokak modasında en geçerli kural halini almıştır.

'Skinny Jean' adı verilen, dar kot ve ugg botlar, Kate Moss 'un giymesinden sonra tüm dünyada moda olmuş ve tıpkı onun kombinlediği şekilde kullanılmıştır.

Stil ikonları modanın en büyük ilham kaynağıdır. Yaşadıkları dönemde yaşam tarzlarıyla, giysileri yorumlayışlarındaki özgünlükleri ve cesaretleriyle modacılar ve takipçilerine ilham verirler. Modacıların giysilerinin yaygınlaşmasını sağlarlar.

Ünlü modacılar bazen sadece bir ikondan ilham alarak koleksiyon yapmaktadırlar ve bir stil ikonu ölümünden sonra da ilham kaynağı olabilir. 2000li yıllarda yaşanan nostalji özlemi, eski film yıldızlarının, şarkıcılarının ve diğer stil ikonlarının tarzlarının neredeyse bire bir kopya edilerek yeniden piyasaya sürüldüğü bir dönem olmuştur.

Moda aslında bir döngüden ibarettir. Belli aralıklarla kendini tekrar eder. Dönem dönem yaşanan bu değişimleri anlatmanın en iyi yolu, o dönemin stil ikonlarından birini gündeme getirmektir.

Günümüzün tasarımcılarından John Galliano ve Alexander Mc Queen tasarımlarında sıklıkla tarihten ve tarihteki insanlardan ilham almaktadırlar. 2005/2006 sonbahar/kış koleksiyonlarında bu iki tasarımcı da yakın tarihte yaşamış iki farklı stil ikondan ilham alarak geçmiş dönemlerin giysilerini yeniden yorumlamıştır.

John Galliano 60'lı yılların stil ikonlarından olan Edie Sedgwick'den ilham almıştır. Andy Warhol'un filmlerinde oynadıktan sonra ünlü mankenliğe başlayan Edie, androjen görüntüsüyle 60lı yılların modasında etkili olmuştur. Kısa platin saçları, siyah mus çorabı, mini şortları ve büyük küpeleri Edie Sedgwick stiline en belirgin öğeleridir.

John Galliano 2005/2006 Sonbahar/Kış defilesinde Edie Sedgwick 'in giyim tarzını, makyajını ve saçını neredeyse birebir olarak yansıtmıştır.



Resim.3.4. Edie Sedgwick



Resim.3.5. John Galliano 2005/2006 Sonbahar/Kış koleksiyonundan örnekler



Resim.3.6.Kim Novak Vertigo filminde giydiği kostümüyle.



Resim.3.7.Alexander Mc Queen 2005/2006 Sonbahar/Kış koleksiyonu.

Alexander Mc Queen 2005/2006 Sonbahar /Kış koleksiyonunda Alfred Hitchcock'un karanlık filmi Vertigo'nun yıldızı Kim Novak'tan esinlenmiştir. Kim Novak'ın bu filmde giydiği gri tayyörler, 1958 yılında çok popüler olmuştur. Hollywood'un yarattığı bir stil ikonu olarak Kim Novak, soğuk, mesafeli ve karanlık bir kişiliğin temsilcisi olarak akıllarda kalmıştır.

Mc Queen'in defilesiyle Kim Novak modayı bir kez daha etkilemiştir. Alexander Mc Queen 'Resim.3.7.' de görülen çantaya 'Novakbag' adını vermiştir. Bu çanta, Kim Novak'ın en popüler olduğu dönemin tarzını yansıtmaktadır. Novakbag, stil ikonlarından ilham alınan üretilen ilk çanta değildir. Hermes'in Grace Kelly'den esinlenerek tasarladığı 'Kellybag' ve Jane Birkin'le yaptığı bir sohbet üzerine ortaya çıkan 'Hermes Birkin' adlı çantalar, günümüzün statü sembolleri haline gelmiştir. 2 senelik bekleme listesi olan 6000 dolar değerindeki 'Hermes Birkin' hikayesi sayesinde pahalı bir çanta olmanın ötesinde bir moda efsanesi olmuştur.



Resim 3.8 'Hermes Birkin' ve 'Kellybag'

Stil ikonları toplumsal hafızamızda kayıtlıdır. Ayrıca on yıllık dönemlerden bahsedildiğinde kafaların karışması ihtimali kaçınılmazdır. Örneğin 60'lı yıllar hepimiz için başka bir şeyi ifade edebilir. Fakat Brigitte Bardot ya da Twiggy stili dediğimiz anda anlatılmak istenen netleşir. İki yıldız da aynı dönemde yaşamış birer stil ikonudur. Fakat temsil ettikleri taban tabana zıttır.

3. 1. Giysi Modasını Etkileyen Bir Faktör Olarak Sinema ve Starlık Kavramı

Modanın kuramsal çerçevesinden çıkıp diğer disiplinlerle etkileşimini araştırdığımızda karşımıza ilk olarak sinema çıkar. Sinema doğuşundan bu yana modayla karşılıklı bir etkileşim içerisindedir.

*Film izleyicileri, Hollywood yıldızlık sistemini icat etmedi, film yıldızlarını ve oynadıkları karakterleri taklit etmişlerdir*⁸. Bu yüzden öncelikle (Star Strategy) ‘yıldızlık sistemi’ nin anlatılmasında fayda vardır.

Hollywood öncesi Amerikan sinemasında film yapımcılarının, starlığın potansiyel sonuçları hakkında pek bir fikirleri yoktu. Önceleri filmlerde adları bile geçmeyen oyuncular kullanıyorlardı. Bu oyuncularla sürekli olarak çalışılmıyordu. Fakat zamanla izleyicinin bazı oyunculara daha fazla ilgi gösterdiği fark edildi ve bu oyunculara uzun vadeli anlaşmalar yapılmaya başlandı. Ve Hollywood, daha fazla kazanmak için film yıldızlarının her yönüyle pazarlanmasına karar verdi.

Görsel medyanın henüz gelişmemiş olduğu yıllarda seyirci sadece yazılı basından okuduğu birçoğu asparagasa dayalı haberlerle yönlendirilmiş, film oyuncuları, yapımcılar tarafından bilinçli olarak apayrı ve ulaşılamaz gösterilmiştir. İnsanüstü modellerin oluşturulmaya başlandığı bu dönemde Malene Dietrich, yeteneğiyle parlamıştır.

Herriet Worsley, *Decades of Fashion* adlı kitabında 1930’dan 1938’e kadar olan bu dönemi ‘The Glamour Years’ yani ‘Işıltılı Yıllar’ olarak adlandırmıştır. Bu dönem Hollywood Starlarının tüm dünyayı etkisine aldığı dönemdir. 1929’da Wall Street’in çöküşüyle işsizlik yaygınlaşmış ve insanlar bu buhranlı dönemde sinemanın büyüdü dünyasını bir kaçış olarak görmüşlerdir. Bu dönemde insanlar, hayranı oldukları yıldızlara mektuplar yazmaya başlamış, oyuncuları özel hayatları kamusal ilgi alanı haline gelmiştir. Bu sebepler yıldızlık sistemine giden yolu açmıştır.

⁸ Herbert J. Gans, *Popüler kültür ve yüksek kültür*, s. 95

Bu yıllar, yıldızların toplum üzerinde en etkili oldukları yıllardır. Giysi modasına ve endüstrisine bilinçli ve bilinçsiz pek çok etkileri olmuştur. Örneğin Clark Gable, 1934 yılında oynadığı komedi filmi 'It Happened One Night' (Bir gecede Oldu) filminde minicik bir hareketiyle iç çamaşırı firmalarını neredeyse iflasa sürüklemiştir.



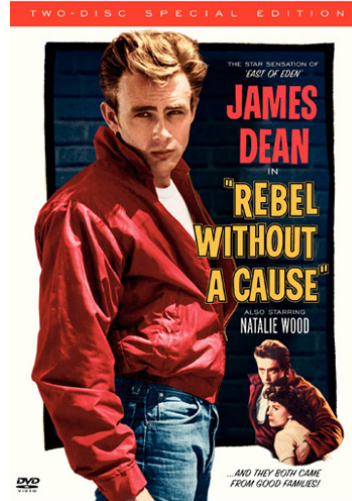
Resim.3.9. 'It Happened One Night'

Gable bu filmdeki bir sahnede, uyumak için hazırlanırken gömleğini çıkarır; fakat o döneme kadar hiçbir filmde görülmemiş şekilde –dönemin ahlakına aykırı olarak– gömleğinin içine atlet giymemiştir. Filmin bu sahnesi Amerika'da büyük tartışma yaratmış, fakat hemen ardından çoğunluk tarafından taklit edilmiştir. Bu süre zarfında Amerika'da iç çamaşırı satışları büyük oranda düşmüştür. Bu düşüş sinemadaki bir görüntünün tüketicilerin tutum ve satın alma davranışları üzerindeki etkisini gösteren ilk örnektir.

Bu yıllarda, Marlene Dietrich , Joan Crawford, Greta Gabro ve Jean Harlow gibi yıldızlar, idealize edilmiş tanrıçalar haline getirildiler. Hollywood film stüdyoları, filmlerde ve özel yaşamlarında yıldızları giydirmeleri için modacılarıyla anlaştılar. Paramount Pictures, Marlene Dietrich'i giydirmesi için Travis Banton'u, MGM Greta Gabro'yu giydirmesi için Gilbert Adrian 'ı görevlendirdi.

Tüm dünyada kadınlar , onlar gibi görünebilmek için mağazalara koştular. *Hollywood görüntüsü 30'ların modası olmuştu. Sokaklar filmlerdeki kurgu karakterlerin benzerleriyle dolmuştu. Bu devirde herkes elinden geldiğince şık görünmeye çalışıyordu. Ne yazık ki Hitler ve Mussolini 'nin Avrupa'da başlattığı kıyım bu ışıltılı döneminde sonunu getirdi. Hollywood hayaline geçici bir ara verildi. Kadınlar için kemerleri sıkma zamanı gelmişti...*⁹

Starlığın ortaya çıktığı bu dönemden, sona erdiği söylenen 60'lı yıllara kadar pek çok yıldız stil ikonu olarak kabul edilmektedir. Rudolph Valentino, Marlene Dietrich, Greta Garbo, Cary Grant, Clark Gable, Rita Hayworth, Kathrine Hepburn, Humphery Bogart, Elizabeth Taylor, Judy Garland, Audrey Hepburn, James Dean, Marilyn Monroe, Brigitte Bardot ve daha pek çok oyuncu bu sistemle yıldız olmuş, tüm dünyada modayı etkilemiştir. Bu isimlerin temsil ettikleri değerler giysileriyle özdeşleşmiştir. Örneğin Audrey Hepburn ölçülü ve şık giyim tarzıyla zarafetin, James Dean ise kırmızı ceketi ve kot pantolonuyla gençliğin sembolü olmuştur.



Resim 3.10. James Dean

Seyirci için 'kusursuz' görünen bu insanlar, özel yaşamlarında da filmlerindeki imajlarını yansıtmak zorunda bırakılmışlardır. Aslında izleyicilere yansıtıldığı gibi lüks ve ışıltılı bir yaşantıları olmayan bu yıldızlar, Hollywood 'un film yapımcılarına, yönetmenlerine ve basına büyük kazanç sağlamışlardır.

⁹ Herriet Worsley. Decades of fashion. S. 220

Uğruna kişiliklerinden ödün verdikleri yıldızlığın bedelini en ağır ödeyen yıldızlar, Marilyn Monroe ve Judy Garland'dır. Genç yaşta intihar eden bu iki yıldız, hayatlarının sırları ortaya çıktıktan sonra yıldızdan öte birer mite dönüşmüşlerdir.

Atilla Dorsay 100 yılın 150 oyuncusu kitabında Marilyn Monroe 'nun dramını şöyle özetlemiştir; *'Hollywood şöhrete hevesli bir genç kızdan bir sarışın bebek yarattı. Ona ün, şan, para ve starlık payesi verdi. Ama aynı zamanda bir ruh verdiğini unuttu ve o sarışın bebek , bir ruh, bir kimlik, bir kişilik sahibi olduğunu kanıtlamaya öylesine uğraştı ki...Hollywood o bebeği kırıp atmaktan başka çare bulamadı.'*¹⁰



Resim.3.11 Marilyn Monroe

Hollywood'un starlık sistemine karşı durabilmiş, kişiliğinden taviz vermeyen yıldızlar da vardır. Örneğin Kathrine Hepburn, Hollywood'un dayattığı kadınsı giyim stilini ve davranış biçimini reddederek çok başarılı olabilmiş bir oyuncudur. Kendine has erkeksi giyim stili ve tavırları çağını etkilemiş moda üzerinde etkili olmuştur.

¹⁰ Atilla Dorsay, 100 Yılın 100 Oyuncusu, s. 71

1950'li yıllarda televizyon sayesinde yıldızlar günlük halleriyle izlenebilir olmuş, bu durum onların gerçekte sadece birer oyuncu olduklarının görünmesini sağlamıştır. 50'lerin sonlarına doğru gerçekleşmeye başlayan silahlanma süreci ve sonrasında gelen savaşlar dikkatleri tekrardan gerçeklere çekmiş, böylelikle yaratılan gerçeküstü dünya önemini yitirmiştir. Bu gelişmelerden sonra sinema yıldızları yerlerini, müzisyenlere, sporculara, politikacılara, politikacı eşlerine, sosyetiklere bırakmıştır.

Geçmişten bu yana stil ikonlarının toplumda yarattığı hayranlık artarak devam etmektedir. Bu eğilim başta reklam ve moda olmak üzere tüm sektörler tarafından kullanılmaktadır. Fakat geçmişten farklı olarak, bugünün yıldızları daha ulaşılabilir hale getirilmektedirler. Medyanın gelişmesi ve internetin tüm dünyada yaygınlaşması tüm sektörleri farklılaştırmaktadır. Görsel medyanın gelişimine kadar insanlar, yıldızlara ulaşabilmek için sinemaya gitmek ya da bir magazin dergisi satın almak zorundaydı. Günümüzde ise internetteki paylaşım siteleri aracılığıyla filmler, albümler, magazin haberleri, yıldızların görüntüleri ve modalar ücretsiz olarak büyük bir hızla yayılmaktadır.

Günümüzde yıldızlara ulaşmanın yolu sinema salonlarından değil alışveriş merkezlerinden geçmektedir. Onlarla bağlantısı olan her şey çağımızın en büyük arzu nesnesi haline gelmiştir. Yıldızlarla ilgili bilginin çokluğu ve geçmişte lüks olan pek çok şeyin ucuzlamasıyla yıldızlık daha ulaşılabilir olmuş, ulaşılabilirlik ikonlara olan düşkünlüğü daha da kamçulamış, eskinin hayranları izleyici olmanın ötesine geçip onlar gibi olabilecek imkanlara kavuşmuştur. Yıldızların giydiklerinin benzerlerini alarak, isimlerini taşıyan parfümleri sürerek, günlük rutin alışkanlıklarını taklit ederek onlarla daha yakından ortaklıklar kurulmaya başlanmıştır. Tüm bu imkanlar, yıldızların daha fazla tüketilebilmesine ve pek çok sektörün kar sağlamasına olanak vermiştir.

Starlık sistemi reklam ve pazarlama alanının konusudur. Reklamcılar, bu konuda pek çok araştırma yapmışlardır. Filmlerin ve yıldızların toplumları nasıl etkiledikleri tespit ederek, ürün yerleştirme, söz etme gibi isimlerle anılan pek çok teknik

geliştirmişlerdir. Ürün yerleştirme, bir ürünün filmde rol alan aktör veya aktrist tarafından kullanılmasıyla gerçekleştirilirken, Söz etme yoluyla ürün yerleştirmede ise oyuncunun filmde geçen konuşmalarda bir markaya atıf yapılmasıyla gerçekleşmektedir. Giyim markaları bu yolla yapılan reklamın öncülerindedir. Örneğin Lee jean markası filmlere sponsor olarak ünlü yıldızların pantolonlarını giydirerek, bu ürünün gençler arasında yayılmasını sağlamıştır.

Her zaman beslenebilecek alanlar arayan tasarımcılar için filmler, içlerindeki sayısız karakter ve ilginç hikayelerle moda için başlı başına bir ilham kaynağıdır.

Bunun yanında İnsanlar, filmlerde görüp sevdikleri karakterlerle kendilerini özdeşleştirme ve onlar gibi giyinerek, onlar gibi olabilmek umudu taşımaktadırlar. Filmlerde görülen bazı giysiler öyle benimsenmiştir ki Chanel 'in tasarladığı, eskiden yas anlamı taşıyan, küçük siyah bir elbise Audrey Hepburn 'ün giymesiyle birlikte şıklığın simgesi haline gelmiştir.

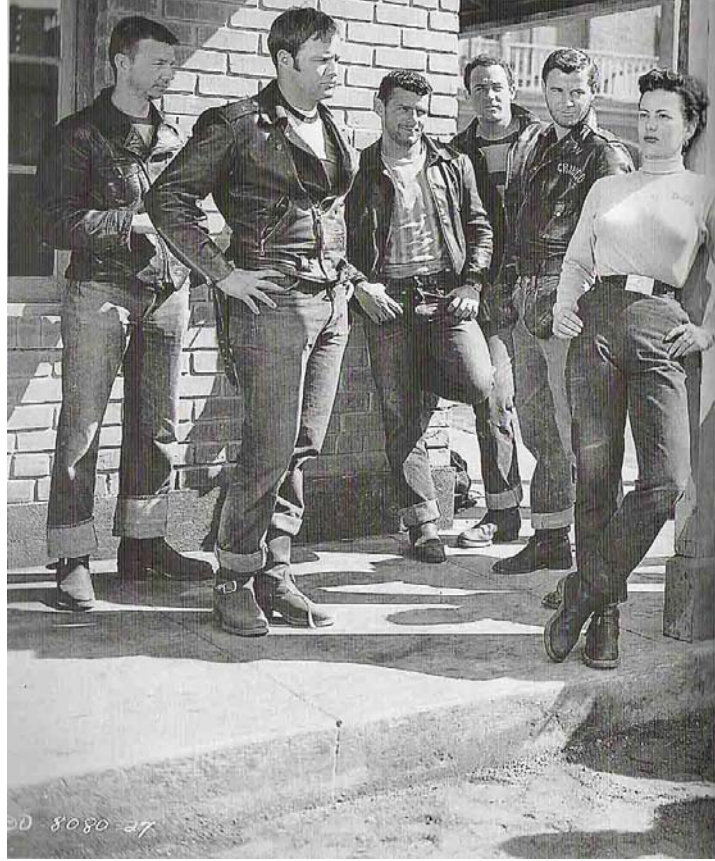
3. 1.1. Modayı Etkileyen Filmler

XX. yüzyılın başından günümüze kadar pek çok film modayı etkilemiştir. Humphrey Bogart, Casablanca Filmiyle trençkotu klasikleştirmiş, Brigitte Bardot, bikiniyi dünyaya tanıtmıştır. Bu giysiler günümüzde dahi bu isimlerle birlikte anılmaktadır. Bu filmlerden bazıları dönemin giyim modasını etkilemenin de ötesine geçerek giysilerin birer simge haline gelmesini sağlamıştır.

*1950 'lerde Hollywood yapımı bir grup film ergen kimliğine daha sonra milyonlarca gencin taklit etmeye çalışacağı yeni bir anlayış getiir: İşçi sınıfı isyan miti. Bu filmlerde aktörler blucin ,siyah deri ceket ve tişörtten oluşan bir kostüm giyerler. işçi sınıfı gençliğinin hüsrannın çok etkili bir biçimde ifade eden bu filmler izleyicinin kendini filmdeki karakterlerle özdeşleştirmesini ve karşıtlıklarını ifadesi olarak onların giyim tarzlarını benimsemesine yol açmıştır.*¹¹

¹¹ Diana Crane, *Moda ve gündemleri*, s.237

Bu giysi kombinasyonunu günümüzde hala isyanı ve bağımsızlığı ifade etmektedir. Moda ne olursa olsun, sokaklarda bu giyim tarzının örnekleri görülür. Olumsuz bir isyankarlık anlamı taşıyan ‘siyah deri ceket’ e karşın blucin ve tişört yalnız başına bu anlamı taşımamaktadır ve tüm dünyada yaygın olarak kullanılır.



Resim.3.12. “The Wild One” filminden bir sahne.

1940'larda ceket yol savaşçısının, toplumun olumlu güçlerinin tümüne savaş açan erkeğin simgesi haline gelir. Martin ve Koda ceketin sembolik gücünü rengine, yani XX.yüzyılda erkekler tarafından kullanıldığında toplumsal militanlığın ve toplumsal normlara isyanın simgesi sayılan siyaha bağlarlar. İster siyasi, ister toplumsal yada sanatsal olsun her tür isyankar siyah giyer. Siyah deri ceket, estetik yada politik olarak isyancı bir duruşu ifade etmek isteyenlerce kullanılmakla beraber blucin popüleritesine ulaşamamıştır.¹²

¹² Diana Crane, *Moda ve gündemleri*, s.238.

Marlon Brando ve James Dean 1950 'lerin en önemli gençlik idolüdür. James Dean, oynadığı üç filmle şöhrete kavuşmuş, genç yaşta ölmesiyle Hollywood efsanelerinden biri haline gelmiştir. Giyimi ve saç stiliyle hala taklit edilen gelmiş geçmiş en etkili gençlik idolüdür.

1953 yapımı “The Wild One” filminin moda farklı şekillerde etkileri olmuştur. Bu filmde motorcu çetesindeki kızlar, tıpkı erkekler gibi uniseks kot pantolon ve bot giymişlerdir. Bu giyim stili o dönemin moda piyasasında büyük bir etki yaratmamış fakat yeni neslin yetişmekte olan genç kızlarını çok etkilemiştir. Bu film, annelerinin giyim tarzının dışında bir alternatifle karşılaşan bu genç kızların ileriki yıllardaki giyim stillerinde etkili olmuştur.

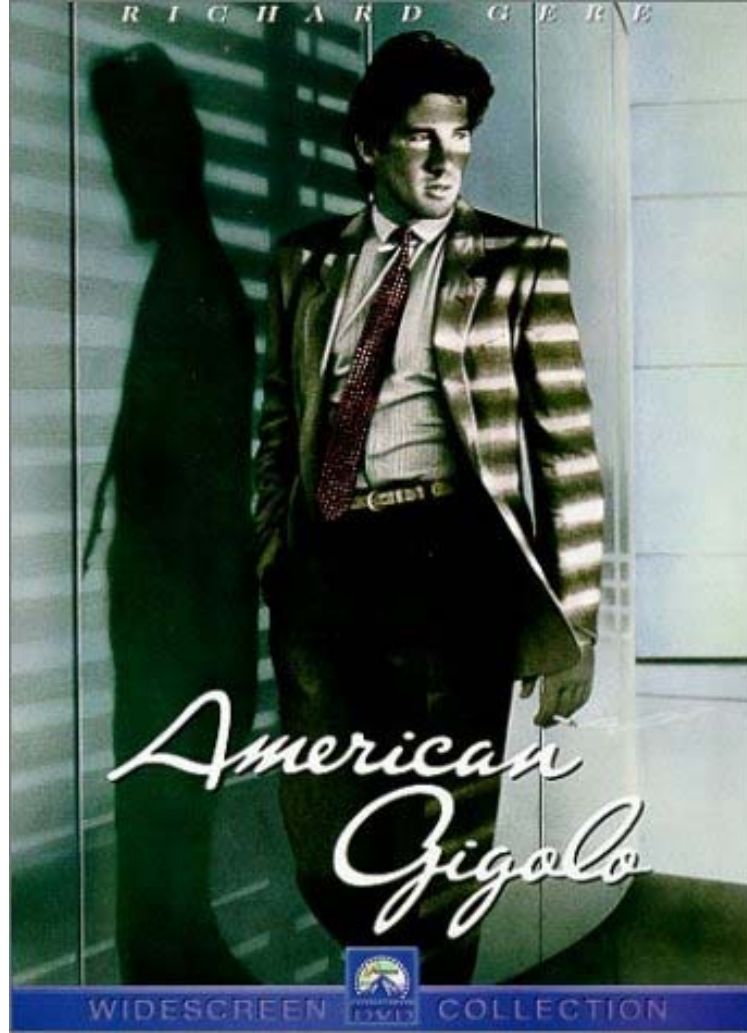


Resim.3.13. Annie Hall

1970'ler renkli, geniş kravatlar ile uzun, sivri yakalı gömleklerin altın çağıydı. Aynı zamanda, kadının özgürleşmesinin de başlangıcıydı. İş hayatında erkeklerle eşit söz hakkı için savaşıyan kadınlar, gömlek etek, ceket üçlüsünden oluşan muhafazakâr bir zırh kuşanarak kavgaya giriştiler. Yves Saint Laurent, Calvin Klein ve Ralph Lauren gibi yaratıcı tasarımcıların kreasyonlarıyla adeta bağımsızlıklarına kavuştular. 70'lerin ortalarında unisex giyim tam anlamıyla benimsendi.

Woody Allen'ın trend yaratan filmi Annie Hall 'da (1977) Diane Keaton'ın Ralph Lauren imzalı erkek gömleğini giymesi, günlük yaşamda unisex giyimin yaygınlaşmasında büyük rol oynamıştır. Bu kıyafetler aynı zamanda büyük beden modasının oluşumuna da zemin olmuştur.

1975 yılında Milano'daki modaevini açan Giorgio Armani, modada tanıtımın öneminin farkında olan tasarımcıların başında gelir. Tasarımların moda basını ile sınırlı kalmaktan çıkıp halka aktarılmasında ona Hollywood yıldızı Richard Gere ve 1980 yapımı 'American Gigolo' adlı film yardımcı olmuştur.



Resim .3.14. 'American Gigolo' filmini DVD kapak resmi

Amerikan Jigolo filmi, seksenli yıllara, amerikan kapitalizmine ve bireyciliğe keskin bir eleştiri içerir. Richard Gere 'in filmde canlandığı karakter, seksenli yıllara göre ideal bir yaşam sürebilmek için yani Lüks bir dairede oturup, 'Armani takımları' giyebilmek için jigololuk yapmaktadır. Armani, dönemi için devrim niteliği taşıyan rahat, özensiz görünümlü ama yine de şık giyim stilini bu film sayesinde geniş kitlelere tanıtabilmiştir.

Gere'in bu filmde giysilerini giymesinin ardından Armani'nin satışları hızla arttı. O zamandan beri Hollywood ile sıkı bir ilişki içinde olan Armani, 300'ün üzerinde filmin kostümlerini hazırlamış ve film jeneriklerinde mutlaka adının geçmesini sağlamıştır. Pazarlama departmanı da film yıldızlarını sürekli olarak defilelerine davet etmiş; önemli olaylarda, özellikle de Oscar törenlerinde Armani giysileri giymelerine özen göstermiştir. 1990'ların uzunca bir bölümünde Oscar geceleri, bir anlamda Armani geceleri olmuştur.¹³



Resim.3.15.Faye Dunaway, Warren Beatty 'Bonnie and Clyde'

1967 yapımı "Bonnie and Clyde" filmi sinemanın en sevilen suçlu çiftini yaratmıştır. Bu 'suçlu çift' daha sonraları pek çok filmde kopyalanmıştır. Faye

¹³ Mark Tungate, Modada Marka Olmak, s.148

Dunaway ve Warren Beatty'nin canlandığı bu kurgu karakterlerin giysileri 60 lı yılların modasına yenilikler eklemiştir. Filmin öyküsü 1930'ların Amerika'sında geçmektedir. Filmle birlikte 30'lu yılların stilini yansıtan, çizgili gangster pantolon ve Faye Dunaway'in beresi 60'ların modasında tekrar yayılmıştır. Filmin kostümlerini moda tasarımcısı Theodora Van Runkle yapmıştır.

Bunu dışında film bir konsept olarak başlı başına ilham kaynağıdır. Moda dergileri her dönemde, 'Bonnie and Clyde' temasıyla yapılmış moda çekimleriyle doludur.



Resim 3.16 Puma'nın 'Bonnie and Clyde' özel serisi.

'Bonnie and Clyde' popüler kültürün en sevilen hikayelerindedir. Filmin modayı etkilemesine günümüzden bir örnek olarak Puma markasının bu konseptte yarattığı özel seri ayakkabılar gösterilebilir. Ayakkabının detaylarına kült filmin gangster imgeleri yerleştirilmiş, böylece klasik puma modeline bir hikaye ve stil kazandırılmıştır.

Modayı etkileyen filmler arasında en tanınmış olanlarından biri de Audrey Hepburn'ün efsaneleştiği 1961 yapımı *Breakfast at Tiffany's* (tiffany'de kahvaltı) filmidir. Bu filmde Audrey Hepburn'ün üzerinde görülen her şey klasik hale gelmiştir. Siyah elbise, trençkot ve Ray-Ban'ın 'wayfarer' modeli güneş gözlükleri gibi. *Bu filmde Audrey Hepburn, 60ların dünyasının kadınına ait her türlü modayı içinde taşımaktadır.*¹⁴



Resim 3.17 Audrey Hepburn, *Breakfast at Tiffany's* 1961.

¹⁴ Regine Engelmire & Peter W., 'Fashion in Film'. S,222

İlk olarak Chanel'in moda haline getirdiği -eskiden yas anlamı taşıyan- 'küçük siyah elbise de', Audrey Hepburn 'ün giymesiyle birlikte bir mite dönüşmüştür.

Audrey Hepburn 'ü, filmlerinde ve özel hayatında en çok ünlü Hubert de Givenchy giydirmiştir. Givenchy ve Hepburn arasındaki uyum, her iki tarafa da büyük bir başarı sağlamıştır. Bu sadık anlaşma sayesinde Audrey Hepburn, yaşamı boyunca kendine has stilini devam ettirebilmiş böylelikle gelmiş geçmiş en etkili stil ikonu haline gelmiştir. İtalyan ayakkabı tasarımcı Salvatore Ferragamo da Audrey Hepburn sayesinde tanınmıştır. Ferragamo 'nun Hepburn için 1954'te tasarladığı babet ayakkabıları tüm dünyada moda olmuş, günümüzde de hiçbir değişiklik göstermeden giilmeye devam edilmektedir. Siyah sade bir üst, sigaret pantolon ve siyah babetten oluşan minimal giysi kombinasyonu, Audrey Hepburn 'ün en çok taklit edilen giysileridir.



Resim 3.18 Jean Paul Gaultier İlkbahar/ Yaz '08

Yakın dönemde modayı etkileyen filmlerden biri de Karayip Korsanları filmidir. İlki 2003 yılında gösterime giren üçleme pek çok modacıyı etkilemiş, korsan temasıyla birlikte sempati kazanarak yaygınlaşan 'kurukafa deseni' her türlü tekstil ürününde kullanılmıştır.

3. 2. Giysi Modasını Etkileyen Bir Faktör Olarak Müzik

Popüler müzik sayesinde şöhret olan stil ikonları felsefelerini en abartılı giysilerle ifade ederek, çağlarının modasını farklı şekillerde etkilerler.

Moda tarihçileri yirminci yüzyılın en önemli nirengi noktalarından birinin, moda akımlarının müzikle paralel ortaya çıkması olduğunu söylemektedirler.

Popüler müziğin yaygınlaştırdığı giyim stilleri televizyon aracılığıyla kısa sürede tüm dünyaya yayılır. *Moda tasarımcıları rock ve sanat imgelerine yeniden odaklanarak ve bu imgelerde rötuşlar yaparak bu imgeleri satılacağına kesin gözüyle bakılan ürünlere dönüştürürler.*¹⁵

Punk Akımı ve Sex Pistols; İlk Punk toplulukları, işçi sınıfına mensup olmayı vurguluyordu. Paul Piccone bu akımı; “*boş midelerden boş ruhlara geçiş hareketi*”¹⁶ olarak tanımlayarak olabilecek en güzel şekilde özetlemiştir.

Punklar içinde buldukları durumu protesto etmek için ellerindeki her malzeme ile bedenleri de dahil, kendilerini bir ‘toplumsal atık’ olarak sunmuşlardır. Köle kıyafetleri, zincirler, deriler, dayatılan cinsiyetçi modaya karşı androjenilik, parçalanmış giysiler, rengarenk ve dikleştirilmiş rahatsız edici saç biçimleri ve punk sembollerinden bedene iliştirilmiş çengelli iğne giyim stillerinin ana öğeleridir.

Amacı geleneksel kalıplar içinde yaşayan topluma karşı algıyı bozmak olan Punk aslında ‘anti moda’dır. Fakat o dönem için devrim niteliği taşıyan bu tavrın yarattığı tarz, ironik olarak sonsuza kadar kullanılabilir bir moda ürünü haline gelmiştir.

¹⁵ Diana Crane, *Moda ve Gündemleri* s. 241

¹⁶ Dick Hebdige, *Alt kültür/Tarzın Anlamı* . s. 108.

Punk giyim stiline bu kadar etkileyici olmasının nedeni bu tarz müzik grupların kuruluşları sürecinde modacıların yer almasıdır. Bu düşüncenin en tanınmış ve moda açısından en etkili ismi Sex Pistols 'dır.

Modacı Vivienne Westwood 'un ortağı Malcolm Mc Laren 'la birlikte açtıkları dükkan, Sex Pistols efsanesinin doğduğu yerdir. Bu sebeple punk estetiğinin yaratıcısı olarak kabul edilen modacı Vivienne Westwood, giysilerin fikirleri sözlerden daha iyi anlatabildiğini söylemiştir. Ona göre giysi, bir kitap, bir poster ya da broşür kadar yıkıcı bir silah olabilir.



Resim.3.19.Sex Pistols

O dönemde, Punk müzikle ve ideolojisiyle ilgilenmeyen gençler bile eğlenmek için dışarı çıktıklarında, birer punk gibi giyinmişlerdir. Poseur, punk kültürüne ait olmayan ama öyleymiş gibi gözükmeye çalışan, kısacası o dönemin en yeni giysi modasına uymaya çalışan kişilere o dönemde 'Cumartesi punkı' dendiğinden bahseder.

Grunge akımı ve Kurt Cobain; 90'ların başında popülerlik kazanan grunge akımı, Amerika'da 'Generation X' kültürüyle ilişkilendirilmiştir. Bu müzik genelde, öfke, can sıkıntısı, korku ve endişe gibi ergenlikte yaygın olan konuları işlemiş, bazen de sosyal haksızlığa karşı duyulan rahatsızlığı dile getirilmiştir. Punk estetiğinden etkilenen bu gruplarının hırpani görüntüleri, 80'lerdeki glam metal topluluklarının şatafatlı görünümünün tamamıyla zıttıdır. Grunge grupları genelde kareli gömlek, ikinci el hırpani bir kazak, eskimiş blucin, bot ve Converse spor ayakkabı gibi mümkün olduğu kadar ucuza satın alınabilecek günlük kıyafetleri tercih etmişlerdir.

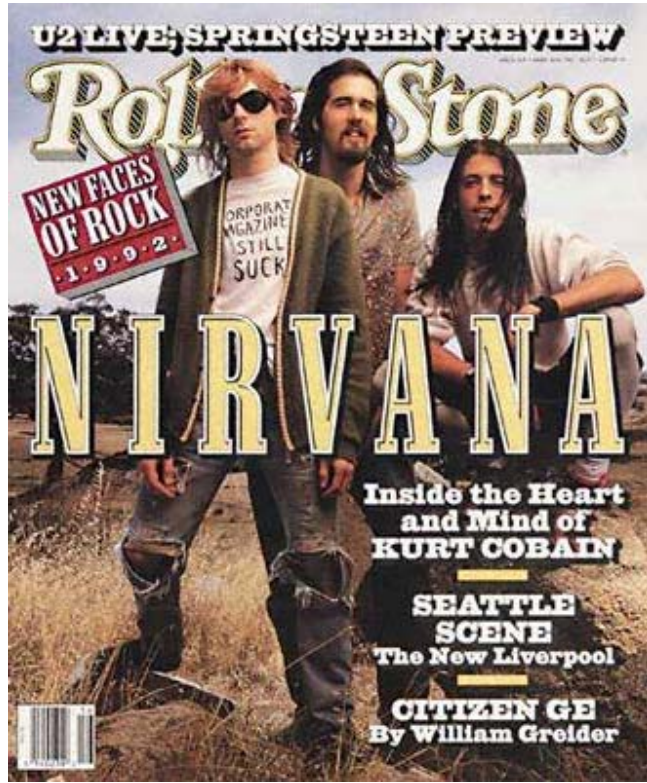


Resim 3.20 Grunge giyim stili.

Grunge'ın stil ikonu Kurt Cobain, bu giyim tarzının yaygınlaşmasında en etkili isim olmuştur. 90'ların başında moda endüstrisinin grunge modasını daha geniş kitlelere taşımasıyla birlikte, grunge çevresinde popüler olduğu kabul edilen kıyafetlere talep artmıştır.

Tüm dünyadaki pek çok genç, popüler kültürün normlarına basit bir şekilde karşı duran bu akımı benimsemiş, geleneksel rock and roll 'un gösterişi bu dönemde ortada kalkmıştır. Giyimle ilgili bu yepyeni anlayış, moda endüstrinin grunge modasını öne çıkarmasına olanak vermiştir.

Bir müzik akımı olarak grunge, 90'ların ortalarında Kurt Cobain 'in ölümüyle birlikte yavaş yavaş yok olsa da giysi modasını etkilemeye devam etmektedir. Bugün, bu salaş giyim tarzı 'yeni grunge' olarak tekrar moda haline gelmiştir.



Resim.3.21Nirvana



Resim.3.22.Marc Jacobs 'un 2006 kış defilesinden Grunge tarzı yansıtan giysi rnekleri

Rock Müzik Akımları ve Pete Doherty; Rock müzik, toplumun ve özellikle gençlerin; düzene karşı duyduğu tepkinin yansıması olarak ortaya çıkmış, gelişimi boyunca düzenin dayattığı yaşam tarzını reddetmiştir. Modadan bağımsız olarak kendi giyim tarzını oluşturmuştur. Bu giyim tarzı farklılığın çabası olarak değil, tek tip ve tüketici insan oluşturma çabasına karşı duyulan tepki sonucu ortaya çıkmıştır. Rock yıldızları, isyankar duruşlarıyla her zaman modayı etkilemişlerdir. Bununla birlikte, moda ve rock yıldızları arasındaki etkileşim karşılıklıdır.

... bazı erkek giyim tasarımcıları ergen müzik dinleyicilerinin giyimlerinden fikir alırlar, ergenler aslında rock müzisyenlerine öykünmektedir ve rock müzisyenleri de önde gelen tasarımcıları sahne arkasında izleyen sadık hayranlardır.¹⁷

Christian Dior 'un erkek giyim tasarımcısı Hedi Slimane, rock n roll 'un favori tasarımcısı olmuştur. David Bowie ve Bryan Ferry gibi efsane rock yıldızlarını giydirmiştir.

Hedi Slimane Dior Homme 2005 yaz koleksiyonunu günümüzün popüler rock müzisyeni Pete Doherty 'den esinlenerek oluşturmuştur. Bu koleksiyonun tamamı, ünlü rok yıldızına benzeyen mankenler tarafından sunulmuştur. Koleksiyon tek renkli dar takım elbiseleri , kolsuz üstler, daracık pantolonlar, kirpi şapkalar gibi Doherty 'nin stilinin en belirgin giysilerinden oluşmaktadır.

Pete Doherty bir müzisyen olarak İngiltere dışında başarılı olmasa da, modacıların ve basının gösterdiği ilgi sayesinde tüm dünyada etkili olan bir yıldız olarak gösterilebilir. Günümüzde özellikle sokak modasını etkileyen ikonlardan biridir. *Hedi Slimanen 'in şovundan beri rock yıldızı Pete Doherty, İngiltere 'nin ve Avrupa 'nın belli başlı yerlerinde popüler kültürün saplantısı haline gelmiştir.¹⁸*

¹⁷ Diana Crane, Moda ve Gündemleri, s.252.

¹⁸ <http://men.style.com/fashion/collections/S2006MEN/review>



Resim.3.23.Pete Doherty.



Resim.3.24.Dior Homme , Hedi Slimane'in 'Pete Doherty 'den esinlenerek oluşturduğu 2005 yaz koleksiyonu.

Gotik Müzik Akımı ve Marilyn Manson; Yirminci yüzyılda karamsarlığın ve içselliğin sembolü haline gelen gotik tarz, sadece edebiyatla kalmamış, müziğe -gotik rock ve endüstriyel gotik müzik gibi- sinemaya, ve en sonunda da moda yansımıştır. Başrol oyuncusunun filmin çekimleri sırasında ölmesinin de etkisiyle efsane haline gelen 90'lı yılların kült filmi The Crow, atmosferiyle, hikayesiyle, kostümleriyle ve müzikleriyle bu akımın en net ifadelerinden biridir.

Bu müzik, heavy metal ile punk arasında bir yerdedir. İçinde ortaçağ barok döneme ait tınılar taşır. Giyim tarzı da aynen bu şekilde özetlenebilir. Estetik kaygısı ve belirgin kurallarıyla punk giyimden ayrılır.



Resim.3.25.Gotik tarzda giyinen gençler.

Gotik tarzın günümüzdeki en güçlü temsilcisi Marilyn Manson 'dır. İsmi, stil ikonu Marilyn Monroe ile seri katil Charles Manson 'ın bir bileşimidir ve bilinçli olarak seçilmiştir. Marilyn Manson şok edici görüntüsü, şarkı sözleri ve müziğiyle her türlü otoriteye meydan okuyan günümüzün en marjinal müzisyenidir.

Manson ve grubu tıpkı 70'lerin ilahlarından David Bowie gibi sahnede çeşitli kadın kıyafetleri ya da tuhaf kostümler giymişler renkli makyajlar yapmışlardır. "The

Bright Young Things" adlı şarkısında "We set fashion, not follow" "Modaya uymayız, onu biz belirleriz" diyen Manson, 2005 yılında Vivienne Westwood markasının modeli olmuştur.



Resim.3.26.Vivienne Westwood, 2005 ilkbahar/yaz reklamı.

Punk ve rock müzisyenlerince defalarca kez tekrarlanan sıra dışılıklar, postmodern çağımızda artık bayağılaşmış, mağaza vitrinlerinde birer fantezi haline getirilmiştir. Günümüzün en sıra dışı ikonu 'toplum düşmanı" Marilyn Manson bile yüksek moda için bir tema haline gelmiştir. Christian Dior 'un 2006/2007 sonbahar-kış Haute Couture koleksiyonunda Marilyn Manson 'ın stiline etkileri net olarak görülmektedir.



Resim.3.27.Christian Dior's Kış 06.07 Haute Couture Koleksyonu.



Resim.3.28.Marilyn Manson 1999 yılı konser görüntüsü.

Madonna; 2006 yılında tüm zamanların en başarılı kadın müzisyeni unvanıyla Guinness rekorlar kitabına giren Madonna, XX. yüzyılın en etkili stil ikonlarından. Yirmibeş yıllık müzik kariyeri boyunca her albümünde imajını yenilemiş, bu imajların her biriyle modayı yeniden etkilemiştir. ‘Vogue’ adlı şarkısında ilham aldığı tüm stil ikonlarının isimlerini sayan Madonna, starlık sinemanın yarattığı stil ikonlarının çoğunu açıkça taklit etmiştir. Jean-Luc Godart Madonna için; ‘*En mükemmel kopya ve çoğunlukla orjinallerin den daha iyi bir kopya*’¹⁹ demiştir.



Resim.3.29.Madonna 1985

Madonna ‘nın modayı en yoğun şekilde etkilediği dönem 80’li yıllardır. Bu dönemde New York’ta gelişmeye başlayan ‘Hip Hop’ ve ‘Pop’ müzik akımlarının giyim stillerini yorumlayarak kendine özgü bir giyim stili yaratmıştır. Bu stil, siyah deri motosiklet ceketi, dantel eldivenler, mini etekler, tişört üzerine giydiği sutyen, büyük saç bantları ve dini motifler kolyeler gibi parçaların bir araya gelmelerinden oluşmaktadır.

¹⁹ Regine & Peter W, *Fashion in Film* s. 17

80'li yıllarda söylediği 'Like a virgin' adlı şarkıyla tüm dünyada tanınan Madonna 'nın giyim stili tüm dünyada her statüdeki kadın tarafından takip edilmiştir.



Resim.3.30. 1990 Ambition turnesi için Gaultier 'in tasarladığı korse.



Resim 3.31 Gaultier 'in Madonna 'nın 2006 Confessions turnesi için tasarladığı kostümler.

Madonna sonraki yıllarda modacı Jean Paul Gaultier 'le tanışmış, ondan şovları için kostüm tasarlamasını istemiştir. 1990 yılında yapılan bu anlaşma halen devam etmektedir. Jean Paul Gaultier 'nin tasarladığı korse Madonna 'nın en etkili simgesi haline gelmiş, modacının da tüm dünyada tanınmasını sağlamıştır.

4. STİL İKONLARININ TEKSTİL MODASINDA KULLANIMI

XXI. yüzyıla gelindiğinde moda yeniden starların egemenliği altına girmiştir. Yıldızların büyük çoğunluğu belirli markalar için limitli koleksiyonlar hazırlamaktadırlar. Bunun yanında daha riskli bir adım atarak kendi giyim markalarını kuran yıldızların sayıları giderek artmaktadır.

Bu yeni trend, moda piyasasını hareketlendirecek kadar başarılı olmuştur. Dışarıdan bakıldığında, birkaç senelik kuruluşların bu başarısı şaşırtıcı görünebilir, ancak konu incelendiğinde bu isimlerin arkalarında büyük hazır giyim firmalarının, pazarlama ve tasarım ekiplerinin olduğu görülmektedir.

4.1.Yıldızların Satış Gücü

Günümüzde modanın her alanında bir yıldız rastlanabilir. Bir defilede izleyici olarak ön sırada yer alan yıldız, tasarımcı için büyük bir destektir. Medyanın bu defileye ilgi göstermesini sağlar.

Son yıllarda ünlü olmayı başarabilen genç modacıların çoğunun yıldızlarla arkadaş oldukları görülmektedir. Medyayla ve medyatik kişilerle olan iyi ilişkileri bu tasarımcıların geniş kitleler tarafından tanınmasını ve tasarımlarının kabul görmesini sağlamaktadır. Bu sayede tasarımcı markasını ayakta tutabilecek maddi kazancı sağlamış olur.

Yıldızlarla dostluğu olmayan modacıların, defilelerine çağırdıkları yıldızlara gelmeleri karşılığında para ödedikleri bir gerçektir.

Moda dergilerinin kapaklarında özellikle son birkaç yıldır, modellerin yerine yıldızlar yer almaktadır. Amerikan Vogue dergisinin kreatif direktörü Grace Goddington, Time dergisinde yayınlanan bir röportajında şunları söylemektedir: *'Artık kapaklarda modelleri görmüyoruz. Hep oyuncular yer alıyor çünkü satışı*

*onlar sağlıyor. Ne alacağımızı genellikle oyuncular belirliyor...*²⁰ Mark Tungate, Modada Marka Olmak, s.151.



Resim.4.1. Scarlett Johansson & Stella McCartney. Mischa Barton & Zac Posen

Stil ikonları, ünlü moda dergilerinde ve internet sitelerinde yeni giysilerin nasıl giyilecekleri konusunda yol gösterici olarak kullanılmaktadırlar. Bu sitelerde, stil ikonları ve stil ikonu olma yolunda ilerleyen yıldızların çeşitli davetlerde çekilmiş fotoğrafları tıklanıldığında, profesyonelce hazırlanmış kolajlar yer almaktadır.

Bu kolajlarda stil ikonlarının giydiği pahalı giysiler ve bu giysilerin daha ucuz olan benzerleri bir arada yer almaktadır. İkonun kopyalanması için bu giysilerin, nasıl kombinlenip, nereden satın alınacağı üzerine yol gösterilmektedir. (Bakınız Resim.4.2.)

²⁰ Mark Tungate, Modada Marka Olmak, s.151.

▼ Celebrity Style: Victoria Beckham

Mon, 09/10/2007 - 11:00am by **FabSugar**

Victoria Beckham arrived at LAX from the UK looking extra bright yesterday. She matched her Pucci mini dress perfectly with her pink ostrich Birkin and purple sandals. Although I don't normally advocate a matchy matchy look, it's nice to see Posh looking so cheerful. Now it would be nice if she had cracked a smile to complete the look.



CS: Victoria Beckham

1 of 1



[Emilio Pucci Piume shift dress](#), on sale for \$592 (originally \$845)



[Charles David Teal Purple Suede Platform Dress Sandals](#), on sale for \$180 (originally \$219)



[Temperley London Studded evening bag](#), \$705

[Make One](#) | [See More »](#)

FAB SUGAR

Bauer-Griffin

Resim.4.2. Stil İkonu Victoria Bekham.

The Style Notes: Your guide to the latest in fashion and celebrity style! - Microsoft Internet Explorer

Dosya Düzen Görünüm Sık Kullanılanlar Araçlar Yardım






Adres http://www1.thestylenotes.com/celebritystylesecrets.htm

Emmys 2007
 Costume Institute Gala
 Oscars 2007
 Golden Globes 2007
 Interact
 Links

Mischa Barton

Mischa is the epitome of California-girl style. Her outfits are always chic and refreshing, whether she is walking her dog in Malibu or hitting the red carpet in New York.

Get the look: Only 20 years old, Mischa's style reflects her youthful age. For events, she favors above-the-knee dresses that accentuate her figure. For daytime, flowing dresses, flats, and sunglasses are all staples.

Dita Pusher sunglasses, \$250, shopintuition.com

Hummingbird Blouse, \$68, anthropologie.com

Steve Madden "Entise" flats, \$80, stevemadden.com

Buy the Items:
 1. Blouse

Resim 4.3 Mischa Barton.

Paris Hilton - Look for Less - Celebrities - In Style - Microsoft Internet Explorer

Dosya Düzen Görünüm Sık Kullanılanlar Araçlar Yardım


Adres http://www.instyle.com/instyle/celebrities/lookforless/0,23460,1606449,00.html

InStyle SEARCH

PARTIES CELEBRITIES TRENDS SHOPPING VIDEO

look for less

Paris Hilton
 Dress like a star without breaking the bank.



PARIS HILTON stepped out in style wearing a classic khaki trench over a chic navy dress. Smart accessories like tan pumps and a newsboy cap finish the look. Re-create Paris' outfit with these budget-friendly finds.


- Leather cap, Goorin Bros, \$40. [Get Details](#)
- Double-breasted trenchcoat, Wet Seal, \$49.50. [Get Details](#)
- Herringbone knit dress, GoJane, \$36. [Get Details](#)

MORE LOOK FOR LESS

- Rachel Bilson
- Angelina Jolie
- Victoria Beckham
- Jessica Alba
- Ivanka Trump
- Mary Kate Olsen
- Kelly Ripa
- Rachel Bilson
- Cameron Diaz
- Fergie
- [See All](#)

EDDF
 EXPICIFER QUINCECEGIC FORMULA

Experience NEW Mesojection™ Healthy Cell Serum



http://www.instyle.com/instyle/products/details/0,,1606465,00.html

Resim 4.4 Paris Hilton

Grammy, MTV, Emmy, Altın Küre, Oscar gibi ödül törenleri, Hollywood ve moda endüstrisi için çok önemlidir. Özellikle 1929 yılından beri düzenlenen Oscar Ödül töreni, günümüzde dünyanın en görkemli moda şovlarından birine dönüşmüştür. Bu törenlerde Hollywood yıldızlarının oyunculukları kadar giysileri de tartışılmaktadır. Yıldızları büyük bir ödül töreni için giydirmek ünlü tasarımcılar için büyük bir fırsattır. Törenlerde giyilen giysiler haftalarca konuşulur, en şık ve en rüküş ünlüler seçilir, bu sayede pek çok oyuncu, şarkıcı ve modacı şöhrete kavuşmuştur. Versace ve Armani gibi markalar Oscar ödül törenleriyle efsaneleşmiştir. Versace çeşitli ödül törenlerinde her zaman iddialı tasarımlarıyla dikkat çekmiş, j.lo ve Lis Hurley gibi çağımızın yıldızlarının dünyaca tanınmalarında büyük rol oynamıştır.



Resim .4.5. Versace elbisesiyle ünlünen Liz Hurley

Modacılar için filmler ve yıldızlar ne kadar önemliyse, oyuncular için de moda o kadar önemlidir. Bir çok yıldızın popülerliği şık bir giysiyle başlamıştır. Örneğin film yıldızı Liz Hurley 'nin 'Dört Nikah Bir Cenaze' adlı filmin galasında giydiği Versace elbise tüm dünyada tanınmasını ve Hollywood 'da rol alabilmesini

sağlamıştır. Bu giysi derin dekoltesiyle ve çengelli iğneleriyle modern Versace 'yi temsil etmesi açısından marka için de son derece önemlidir. Bir Versace elbisenin şöhret yaratma gücü marka için her zaman en büyük reklam olmuştur.



Resim.4.6. J.Lo, 2000 yılı Grammy ödül Töreninde.

Moda dünyası, yeni trendlerini bu tarz etkinliklerde belirler. Günümüzde bir ürünün satılabilmesi için, öncelikle ünlü birinin üzerinde görülmesi gerekmektedir. Büyük tasarımcıların bir sonraki yıl moda olacağını öngördükleri giysileri, çeşitli ödül törenlerinde yıldızlara giydirdikleri ve gelen tepkilere göre hareket ettikleri bilinmektedir.

Günümüz sinemasında gerçekçiliğin öne çıkarıldığı filmler hakimdir. Bu filmlerde oynayan yeni nesil oyuncular, top modeller gibi kusursuz görümlü değildirler. Yeni nesil ulaşılabilir güzellikteki yıldızları, ödül törenlerinde kusursuz güzellikte göstermek, kitlelere bizim tasarımlarımızı giyerseniz siz de böyle görünebilirsiniz demenin bir başka yoludur.

Günümüzde yıldız olmak isteyen herkes; oyuncular, müzisyenler, mankenler ya da sporcular vb. stil danışmanlarıyla çalışmaktadırlar. Stil danışmanlığı günümüzün yükselen mesleklerinden biri haline gelmiştir. Amerika başta olmak üzere tüm dünyada yayılan bu iş kolu ülkemizde de görülmeye başlanmıştır.



Resim.4.7. Lindsay Lohan L' Officiel

Stil danışmanları, kişilere giyim stil oluşturmak ve bu stili korumalarına yardımcı olmak konusunda destek vermektedirler. Bu danışmanlar, kendilerine uyan stili yaratacak beceriye ya da zamana sahip olmayan kişiler için çalışmaktadırlar. Stil danışmanları arasında son dönemde en başarılı olan isim ,Hollywood'un genç yıldızlarını giydiren Rachel Zoe adındaki bir stilisttir. Mary- kate Olsen, Mischa Barton, Lindsay Lohan, Nicole Richie gibi günümüzün genç stil ikonlarının hepsi Rachel Zoe 'nun danışmanlığını yaptığı yıldızlardır.

Ünlü stil danışmanıya çalışmaya başladıktan sonra bu yıldızlar mesleklerinde ilerlemiş ve birer stil ikonu haline gelmişlerdir. Örneğin Lindsay Lohan ile Nicole Richie 2006 yılında ,Hollywood’da en çok resmi çekilen ve dergiler tarafından en çok moda çekimi yapılan yıldızlar olmuşlardır.

Günümüzde pek çok hazır giyim markası belirli mağazalarında stil danışmanlığı hizmeti vermeye başlamıştır. Örneğin Topshop , Beyoğlu ve Nişantaşı mağazalarında, Debenhams ise Cevahir alışveriş merkezindeki mağazasında ücretsiz stil danışmanlığı veren firmalardır. Topshop firması bu hizmetini üzerinde; ‘Kendinizi özel hissetmek mi istiyorsunuz? Üstelik ücretsiz...’ sloganı yer alan broşürler ile açıkça anlatmaktadır. Bu broşürlerde müşterilere; stil danışmanının seçtiği giysileri özel deneme kabinlerinde deneyerek, kasa sırası beklemeden giysi satın alabilme gibi, ‘orta halli’ lüksler vadedilmektedir.

Orta gelir düzeyindeki gençlere hitap eden bir marka olan Topshop, stil danışmanlığı hizmetiyle yeni bir beklentiye cevap vermektedir. Artık pek çok insan, yıldızların sahip olduğu ayrıcalıklara sahip olmak ve yıldızlar gibi görünmek istemektedir.

4.2. Hazır Giyim Firmalarıyla Stil İkonlarının İşbirliğine Ait Örnekler

Trendleri takip ederek, gençler için ucuz moda ürünler sunan hazır giyim markaları son yıllarda tasarımcı olarak stil ikonlarıyla çalışmaktadırlar. Aslında bu ortaklıklardaki tasarımcı sıfatı bir aldatmaca içermektedir. Büyük hazır giyim markalarının büyük tasarım departmanları vardır. Giysi tasarımı bir ekip işidir. Ancak Fred Davis ’in ‘Moda, Kültür ve Kimlik’ adlı kitabında söylediği gibi; tanınmış tasarımcılarda koleksiyonlarını çok sayıda asistanın iş birliğiyle hazırladıkları halde tasarımları basında, stüdyosunda tek başına bir kişinin yarattığı tasarımlar gibi sunulmaktadır.

4.2.1. H&M ve Yıldız Tasarımcıları

Son yıllarda moda dünyasında ortaya çıkan en yeni felsefelerden biri olan ‘modanın erişilebilir hale getirilmesi’ konusuyla ilgili çalışmalara H&M firması önderlik etmektedir. Marka bu alandaki çalışmalarına günümüzün en ünlü modacılarıyla anlaşarak başlamış, sonrasında Madonna ve Kylie Minogue gibi stil ikonlarıyla devam etmiştir.

Yıldız modacılarla ve stil ikonlarıyla yaptığı limitli koleksiyon anlaşmaları sayesinde H&M son yılların en çok konuşulan giyim markası olmuştur. Firmanın web sitesinde yayınlanan yıllık raporlara göz atıldığında 2004 yılından bu yana maddi açıdan da her geçen yıl artan başarılı bir grafik görülmektedir. 2004 yılsonu raporunda; ‘*Halkla ilişkiler çalışmalarının markayı güçlendirdiğini ve onu daha açık hale getirdiği*’²¹ belirtilmiştir. Raporda ayrıca, bunun sağlanabilmesi için değişik aktiviteler düzenledikleri ve şimdiye kadar düzenledikleri en büyük halkla ilişkiler çalışmasının da Karl Lagerfeld 'e özel bir koleksiyon hazırlamak olduğunu dile getirilmiştir.

Bu yeni pazarlama taktiği; Sezonluk, moda kıyafetler üreten firmalar ile Hollywood yıldızlarını giydiren -pahalı ürünleri ile dünya modasını belirleyen-modacıların bir araya getirilmesidir.H&M’in stratejisi işe, günümüz giysi tasarımında en üst noktadaki isim olan Lagerfeld ’le başlaması sayesinde büyük ses getirdi. Lagerfeld ’in hazırladığı bu limitli koleksiyonun sunumu için H&M mağazalarında özel bölümler hazırlandı ve ‘tek seferlik koleksiyon’ konsepti oluşturuldu.

H&M bu yeniliği duyurabilmek için büyük bir reklam kampanyası başlattı. Eylül 2004’te ‘H&M Designed by Karl Lagerfeld’ koleksiyonu, ‘Affordable Fashion’ yani ‘ulaşılabilir moda’ sloganıyla, büyük moda merkezlerinde tanıtılmaya başlandı.

²¹ <http://www.hm.com/us> (SR report)

Defile duyuruları, internet bültenleri ve çeşitli web/haber portallarında yer aldı. Bu tanıtımlarda en çok öne çıkarılan nokta ise, fiyatlardı. Koleksiyonun parçaları, 30 ile 100 euro arasında fiyatlarla satılacaktı. Ürünler, açıklanan tarihte, tüm büyük moda şehirlerinde satışa sunuldu ve iki saat içinde tükenerek satış rekoru kırdı.



Resim.4.8. H&M by. Karl Lagerfeld

Karl Lagerfeld ve H&M işbirliğinin bu kadar başarılı olmasının ardından tek seferlik koleksiyonlar devam etti. Kampanya, günümüzün en başarılı genç moda tasarımcılardan olan Stella McCartney ve Viktor&Rolf ile devam etmiş, bu koleksiyonlar da büyük bir hızla tükenmiştir. Viktor&Rolf 'un koleksiyonunda yer alan bazı parçaların ebay.com 'da açık artırmayla yüksek fiyatlara satılması, bu kampanyaya gösterilen ilginin büyüklüğünün en büyük kanıtı olmuştur.

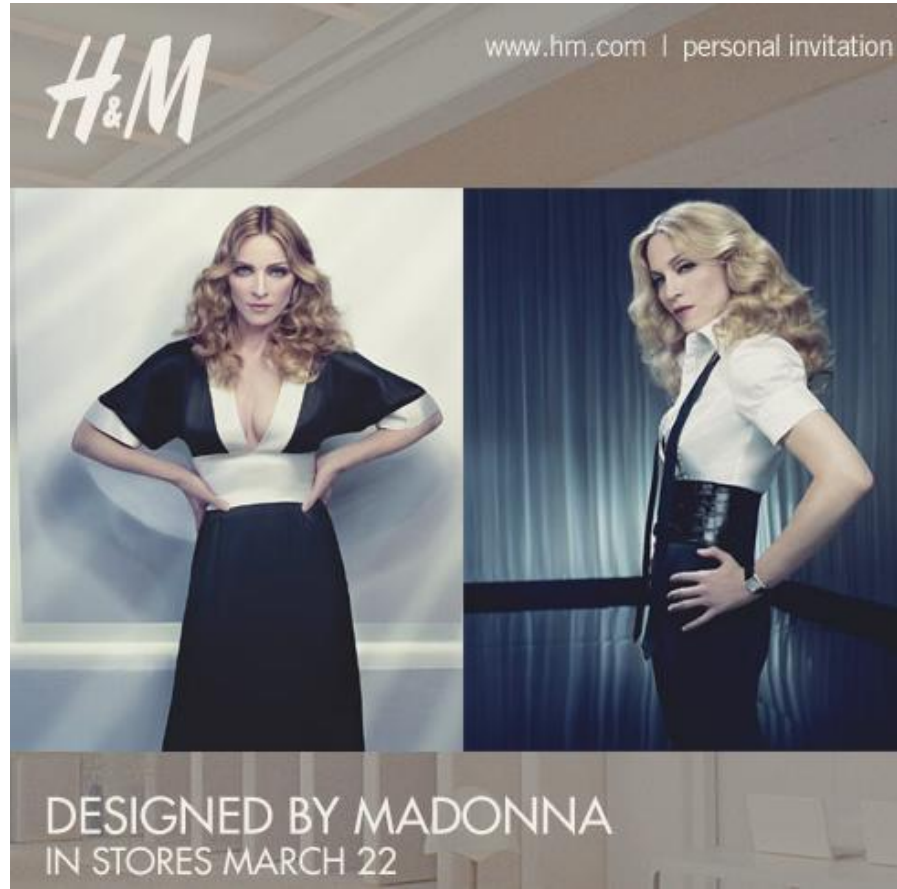
Markanın tek seferlik koleksiyonlar için anlaştığı dördüncü isim stil ikonu olan Madonna olmuştur. Giydiği kıyafetlerle modanın akışını defalarca değiştirmiş stil ikonu Madonna ile H&M 'in ilk anlaşması bir konser sponsorluğudur.



Resim.4.9. “Madonna loves H & M” kampanya resmi 1. (Madonna H&M’in onun için hazırladığı beyaz eşofmanı tanıtıyor.)

H&M Madonna İşbirliği; ilk olarak 2006 yılında yapıldı. ‘Confessions On A Dance Floor’ adlı albümünün dünya turnesinde Madonna ve ekibindeki dansçılar, turne boyunca H&M koleksiyonundan kendi seçtikleri kıyafetleri giydiler. Bu anlaşma kapsamında Madonna ’ya özel bir de beyaz eşofman tasarlandı. Bu eşofman aynı zamanda H&M mağazalarında da satışa sunuldu. H&M ‘Confessions’ turnesinin geçtiği şehirlerde kampanyanın tanıtımına ağırlık verdi. Bu şehirlerde devasa boyutta afişler yayınladı.

H&M, 2007 yılında Madonna ile yeniden anlaştı. ‘M By Madonna’ adını taşıyan koleksiyon Madonna ’nın tasarımları olarak lanse edildi. Kimono stili elbise, düz klasik ceket, diz altı pantolon, dar kalem etek, trençkot, deri ceket gibi pek çok üründen oluşan koleksiyon, H&M ’in diğer tasarımcı işbirliklerinden farklı olarak tüm dünyada her H&M mağazasında satışa sunuldu.



Resim.4.10. H&M ‘M by Madonna’

H&M’in tasarım bölümü başkanı Margareta van den Bosch bu işbirliği için şunları söylemiştir: *“Madonna, moda ve trendler konusunda etkileyici bir hisse sahip. Sıradışı bir şekilde stil bilincine sahip ve koleksiyondaki her tasarımla en küçük detayına kadar ilgilendi. Koleksiyonun Madonna ’nın çizgisini yansıttığına dair hiç şüphe yok...”*²²

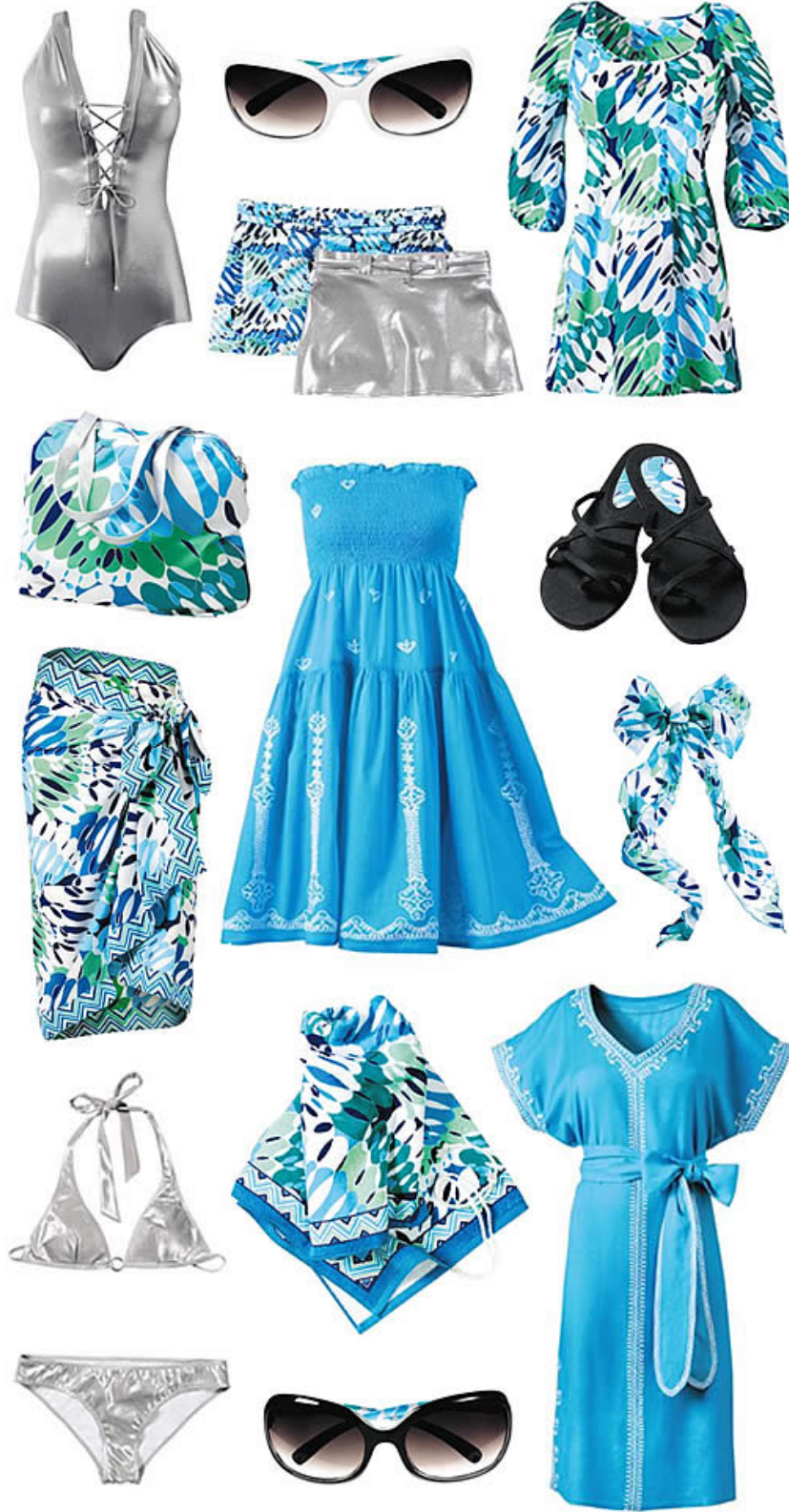
²² www.hm.com/it/press/fashionpressrelease

Kamuoyunda koleksiyonun başarısı konusunda pek çok farklı haber yayınlanmışsa da, gerçek sonuç ancak H&M 'in kasım ayı sonunda yayınlayacağı 2006/2007 yıllık raporlarında ortaya çıkacaktır.



Resim.4.11. H&M “Love Kyle”

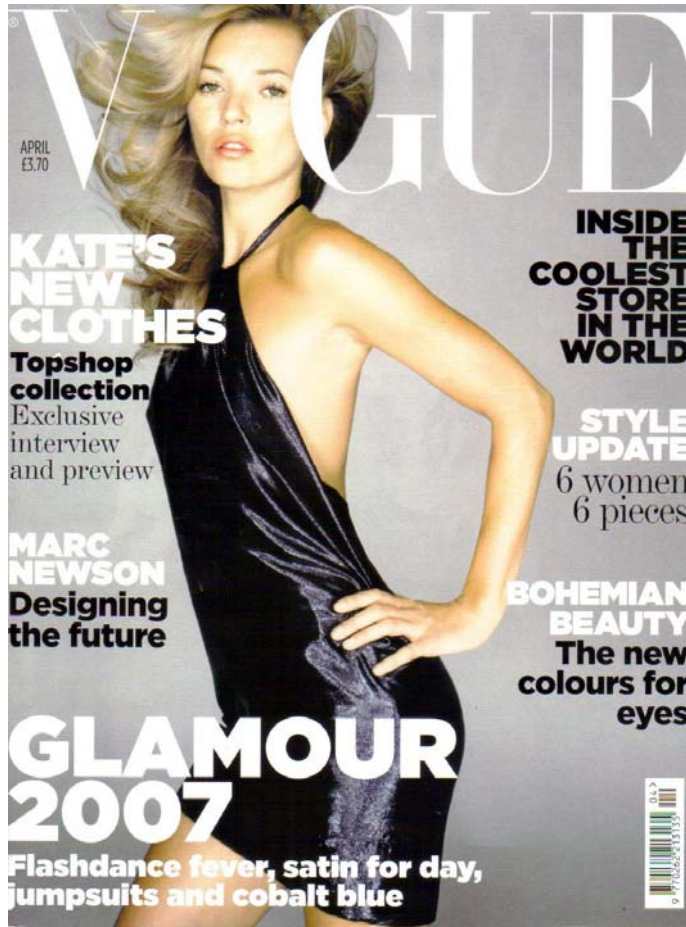
Kylie Minogue H&M koleksiyonu: Madonna 'nın ardından Kylie Minogue da H&M için kendi tarzını yansıtan bir plaj giysileri koleksiyonu hazırlamıştır. Şarkıcının 2007'de tasarladığı bu koleksiyon, ağırlıklı olarak metalik plaj giysilerinden oluşmaktadır. 1960'ların tarzında pek çok mayo, bikini, güneş gözlüğü ve pareodan oluşan koleksiyon için belirlenen fiyat aralığı, 20-30 dolar arasındadır.



Resim .4.12. 'H&M loves Kylie' plaj giysileri koleksiyonu.

4.2.2. Topshop- Kate Moss İşbirliği

Topshop, sokak modasını en iyi yansıtan firma olarak anılmaktadır. Markanın sokak modasının yaygınlaşmasında önemli yeri olan Kate Moss 'la yaptığı anlaşma doğal olarak büyük bir başarı göstermiştir. Topshop ile yılda dört koleksiyon için iki yıllığına anlaşan Kate Moss, projede genel olarak giysi dolabındaki vintage kıyafetlerinden ve günlük hayatında giydiği parçalardan esinlendiğini söylemiştir.



Resim.4.13. Topshop için hazırladığı koleksiyonla Vogue dergisine kapak olan Kate Moss.

Bu işbirliği 'Kate 'in gardrobu' sloganıyla tanıtılmış ve tıpkı H&M örneğinde görüldüğü gibi yoğun bir reklam kampanyasıyla tüm dünyaya duyurulmuştur. Koleksiyonun hazırlık ve tasarım aşamalarıyla ilgili videolar yayınlanmış, bu dönemde koleksiyondan örnekler Vogue dergisinin nisan sayısında tanıtılmıştır.

Kate Moss 'un, Topshop için hazırladığı koleksiyon, zaten onun sayesinde moda olan minik yelekler, dar kot pantolonları, çiçekli elbiseler, parlak mini elbiseler, büyük çerçeveli gözlükler gibi 80 parçadan oluşmuştur. Kate Moss, Topshop 'un web sitesinde; tüm tasarım süreci boyunca yaratıcılığını sergilemesi için özgür bırakıldığını belirtmiştir.



Resim.4.14. 'Topshop love Katemoss' koleksiyonunun açılışı.

Basında çıkan haberlere göre, 1 Mayıs'ta İngiltere'de satışına başlanan koleksiyon için insanlar bir gece önceden mağaza önünde kuyruklar oluşturuldu. İzdiham yaşanmaması için, bekleyenler mağazaya küçük gruplar halinde alındı, 20 dakikalık süre içinde en fazla sekiz parça denemelerine ve beş parça ürüne alınmalarına izin verildi. 20 Mayıs'ta Paris ve New York'ta, 1 Haziran'da da ülkemizde satışa çıkan koleksiyon satışa çıktığı an tükendi.

Bağdat caddesindeki Topshop mağazası satış görevlileri, mağazaya akın eden müşterilerin büyük çoğunluğunun her zamanki topshop müşteri profilini yansıttığını söylemişlerdir. Bu müşterilerin sadece 'Kate Moss' imzalı olduğu için birçok giysiyi üzerlerine denemeden aldıklarını belirtmişlerdir. Mağazanın 1 Haziran'da satışa sunduğu tüm Kate Moss koleksiyonu, o gün içerisinde tükenmiştir.

4.2.3. Michael Jordan - Nike İşbirliği

Gelmiş geçmiş en iyi basketbol oyuncusu olarak kabul edilen Michael Jordan özellikle 80'li yıllarda gençliği etkilemiş bir ikondur. Michael Jordan - Nike İşbirliğinde Jordan, tasarımcı olarak lanse edilmemiştir. Michael Jordan 'ın sıra dışı yeteneği ve sportmen kişiliği, tüm dünyada sevilmesini ve örnek alınmasını sağlamıştır. Jordan adı adeta bir markaya dönüşmüş, Nike firması da bu isme talip olmuştur.



Resim.4.15. Air Jordan III

'Nike Air' adıyla anılan bu ortaklık sonucunda 1984'den beri çeşitli aralıklarla toplam yirmi bir farklı model ayakkabı üretilmiştir. İçlerinde en başarılı olan 1988 yılında, Tinker Hatfield tarafından tasarlanan 'Air Jordan III' adlı modeldir. Tasarımcı bu model için Nike 'ın değişmez marka amblemi olan 'kanatlar' yerine Michael Jordan 'ı simgeleyen 'zıplayan adam' logosunu tasarlamıştır. Böyle bir hamle köklü bir marka için oldukça risklidir ama sonuç başarılı olmuştur. Michael Jordan 'ın basketbol kariyerinin zirvesinde olduğu dönemde çıkan bu yepyeni ayakkabı çok beğenilmiş ve amblem sonraları da kullanılmaya devam etmiştir..

Michael Jordan, yeteneği sayesinde efsaneleşmiş bir ikondur. Basketbolu bırakalı uzun yıllar olsa da 'Air Jordan' popülaritesini hiç kaybetmemiştir. Günümüzde amatör ve profesyonel basketbolcular bu markayı giymeye devam etmektedirler.

4.3. Stil İkonlarının Giyim Markaları

Günümüz yıldızları, ürünlerini pazarlamak için ideal konumda bulunmaktadır. Adı geçen tüm starlar, markalarını kurdukları andan itibaren günlük yaşamlarında ve katıldıkları davetlerde sadece kendi giyim markasına ait tasarımları giyerek magazin basınına reklam aracı olarak kullanılmaktadırlar. Kendi giyim markasını kuran yıldızların çoğunluğunu müzik dünyasının yıldızları oluşturmaktadır. Bu yıldızlar, diğerlerinden daha avantajlıdırlar çünkü klipleriyle ve sahne şovlarıyla medyada en çok yer alan kişilerdir. Tüm bu yıldızlar güçlü bir tanıtım ağına ve işleyen bir tüketim pazarına sahiptirler ve kariyerleri daha fazla talep yaratacak şekilde yönetilmektedir.

Giyim Markası kurmak günümüz starları arasında bir moda haline gelmiştir. Bu konuda örnek gösterilebilecek pek çok marka vardır: Justin Timberlake 'in ortağı olduğu William Rast, Victoria Beckham 'ın markası DVB, Milla Jovovich 'in kadın giyim markası Jovovich & Hawk, Gwen Stefani 'nin markası L.A.M.B, Jennifer Lopez 'in markası Sweetface, Sean John. Mr. Combs , Bono 'nun markası Edun ve Sarah Jessica Parker 'ın markası Bitten gibi. Bu markaların çoğu henüz yorumlanamayacak kadar yenidir. Bu yüzden aralarından beş örnek seçilmiş, konu bu markalar aracılığıyla anlatılmaya çalışılmıştır.

L.A.M.B, Sweetface, Sean John, Edun ve Bitten, konuyu açıklığa kavuşturmak açısından en iyi örneklerdir.

4.3.1. Sean Diddy Combs 'un Markası 'Sean John'

Kendi adıyla bir giyim markası kuran ilk yıldız 'Diddy' lakaplı hiphop şarkıcısı ve prodüktörü Sean Combs 'dur. Hip hop, 70'li yılların sonlarında ABD'de New York'un Bronx, Brooklyn ve Harlem türü gettolarında ortaya çıkan bir gençlik alt kültürüdür. Gelir, eğitim ve kültür seviyelerin düşük olduğu bu bölgelerde, sisteme karşı tepki olarak doğmuştur. Amerikan kültürü'ne has bu akım, Sean Combs gibi stil ikonları sayesinde günümüzde dünyanın her yerine yayılmıştır.

Sean Combs, 1998'de kurduğu giyim markası için, hayatı boyunca hayalini kurduğu en büyük dūşü olduğunu söylemektedir. Markasını tanıtırken moda sevgisinin üzerinde durmakta ve –tıpkı büyük markalar gibi- asıl amacının kendi tarzını yansıtan bir hayat tarzı sunabilmek olduğunu söylemektedir.



Resim 4.16. Sean ‘Diddy’ Combs ve 2003/2004 sonbahar/kış defilesinden bir fotoğraf.

Sean John, kurulduğu andan itibaren ticari başarı kazanmış ve moda camiasından büyük destek almıştır. 2004 yılında ‘Amerika Moda Tasarımcıları Konseyi’ (CFDA) ‘Sean John’ markasını, erkek giyimi alanında yılın en iyi tasarımcısı seçmiştir. Aynı dalda aday olan Marc Jacobs ve Helmut Lang gibi markaları geçerek aldığı bu ödöl, Sean John’ un moda dünyasındaki yerini sağlamlaştırmıştır.

4.3.2. Jennifer Lopez'in Markası 'J.LO'

Jennifer Lopez'in markası Sweetface, 2001 senesinde kurulmuştur. Lopez, Tommy Hilfiger firmasından Andy Hilfiger 'la ortaklık anlaşması yapmış ve böylelikle 'Sweetface Fashion Company' çatısı altında 'J.LO' markası yaratılmıştır.

Jennifer Lopez, Andy Hilfiger 'la birlikte tasarım ekibinin başında yer almaktadır. Kendi markasını yaratmak istemesinin nedenini "*moda ikonlarına ve onların toplum üzerinde yarattığı etkiye duyduğu hayranlık*"²³ olarak açıklamaktadır.



Resim.4.17.Louis Vuitton 2003 Sonbahar/Kış Koleksiyonunun tanıtım fotoğrafı

Jennifer Lopez, markasını kurmadan önce Louis Vuitton markası için modellik yapmıştır. 2003 yılına kadar yalnızca modellerin kullanıldığı Louis Vuitton reklam kampanyalarında önce ünlü top modeller, sonrada Jennifer Lopez, Scarlett Johansson ve Uma Thurman gibi yıldızlarla çalışılmıştır. Louis Vuitton 'un bu kampanyasını yöneten reklam ajansının yöneticisi Corinne Perez, markanın imajını modernize etmek için Jennifer Lopez 'i seçtiklerini söylemiştir.

²³ <http://www.shopjlo.com/shop.php>

Reklamcı Corinne Perez Jennifer Lopez 'in, bir sosyal başarı ve zenginlik simgesi olmasının yanı sıra tutku ve cinselliği çağrıştıran bir ikon olduğunu belirtmiştir. Jennifer Lopez, ünlü olduğu günden bu yana Latin görüntüsünü vurgulanmaktadır. Geçmişte Sophia Loren 'in temsil ettiği kimliğin modernize olmuş hali gibidir. Lopez, günümüzde yuvarlak hatlı tüm kadınların stil idolüdür. Bu açıdan medya tarafından da örnek alınacak bir isim olarak gösterilmektedir.



Resim .4.18. 'JLo by Sweetface' 2005 Sonbahar/ Kış defilesinden görüntüler.

Bu kimlik, 'JLO' markasına başarıyla yansıtılmıştır. Onu meşhur eden MTV kültürü ve onun zıttı lüks gibi kavramlar başarıyla bir araya getirilmiştir. JLo by Sweetface' adlı ilk koleksiyon da bu özelliğin vurgulandığı bir kurguyla tasarlanmış ve sergilenmiştir.

Jennifer Lopez, ilk defilesinde konsept olarak kendi hayatı hikayesini seçmiştir. Koleksiyon, yıldızın doğduğu ve büyüdüğü Bronx 'taki yaşam tarzı, müzik kariyeri ve bugünkü 'kırmızı-halı' yaşam stili olmak üzere üç başlıkta sunulmuştur.

4.3.3. Gwen Stefani'nin Markası "L.A.M.B"

Gwen Stefani markası L.A.M.B 'i 2005 yılında kurmuştur. Logolu eşofmanlardan, şık ceketlere, parfümden, ayakkabıya kadar pek ürünün yer aldığı markada aksesuarlar ve günlük giyim eşyaları "harajuku lovers" adı altında ayrı bir marka olarak satılmaktadır. Gwen Stefani, koleksiyonlarını genç modacı Zaldy Goco başta olmak üzere pek çok tasarımcıyla birlikte hazırlamaktadır. Birlikte çalıştığı tasarımcılar arasında Andrea Lieberman gibi, pek çok yıldız danışmanlık yapan ünlü modacılar da bulunmaktadır.



Resim .4.19. Gwen Stefani ve Harajuku kızları

Gwen Stefani bir koleksiyon oluştururken filmler ve Japon sokak modasından esinlendiğini belirtmektedir. Özellikle Japon sokak modasından çok etkilenen yıldızın sahne şovlarında, kliplerinde ve giysi tasarımlarında bu etki açıkça görülebilir.

Markasının kurduğu 2005 yılına geldiğinde, artık imajı ve müzik tarzı oturmuş özgün stilini yaratmıştır. Gwen Stefani, 2005 yılından bu yana giyim stilini

korumakta, konserlerinde, kliplerinde ve hatta katıldığı törenlerde bile dört Japon dansçısıyla görülmekte, bu şekilde imajını güçlendirmektedir.

Gwen Stefani, saç ve makyajıyla 1930'ların film yıldızlarına benzemektedir. Giyim stili günümüzde popüler olan pek çok gençlik moda akımının bir karışımıdır. Harajuku, punk, grunge gibi sokak giyim stilleriyle, Haute Couture giysileri karıştırmaktadır. Sokak modasına olan ilginin arttığı günümüzde, imajı ve markası çok popüler olmuştur.



Resim. 4.20. L.A.M.B. 2008 Yaz koleksiyonundan örnekler

L.A.M.B. ürünleri Amerikanın neredeyse tüm eyaletlerinde 1006 farklı satış noktasında satılmaktadır. Markanın kendine ait mağazası bulunmamaktadır. Ürünlere Amerika dışındaki diğer ülkelerden e-satış siteleri aracılığıyla ulaşmak mümkündür. L.A.M.B. ürünlerinden bazıları ülkemizde V2K mağazalarında satılmaktadır. Takvim gazetesindeki haberde L.A.M.B. markasının; *fiyatı 800 ile 1400 TL arasında değişen çantaların adeta yok sattığı* ²⁴ yazılmıştır.

²⁴ AYLİN LÖLE, *Takvim Gazetesi, ekonomi bölümü 15.3.2007*

4.3.4. Bono 'nun Markası "Edun"

Bono, rock yıldızı olmasının yanı sıra çağımızın politik figürlerindedir. Yıllardır üçüncü dünya ülkelerindeki yoksulluğa karşı mücadele vermekte ve pek çok sosyal kampanyada aktif olarak yer almaktadır. Bono 'nun karısı Ali Hewson ve Rogan şirketinin sahibi tasarımcı Gregory Rogan 'la birlikte kurduğu marka Edun da aynı politik bilinci taşımaktadır.



Resim 4.21. Markanın kurucuları; Bono, Ali Hewson ve Gregory Rogan

Edun ismi, İngilizce 'çıplak' anlamına gelen 'nude' kelimesinin tersten okunmuş halidir ve 'doğaya dönüşü' ifade etmektedir. Markanın tüm giysileri, Afrika ve Latin Amerika 'daki atölyelerde üretilmektedir. Bu atölyelerde çalışan işçilerin çalışma koşulları ve ücretleri adil şekilde düzenlenmiştir. Edun 'un ürettiği tüm giysilerde *'kıyafetlerimizi üreten insanların hikayelerini önemsiyoruz'* ²⁵ ifadesi yer almaktadır. Organik pamuktan üretilen giysiler, hiçbir kimyasal işlemden geçmeden üretilmektedir. Ürünlerin fiyat aralığı 36 ile 400 dolar arası olarak açıklanmıştır ve elde edilen gelir üçüncü dünya ülkelerinin gelişimine kaynak olduğu belirtilmiştir. Özetle markanın amaçları, kar etmek değil, gelişmekte olan ülkelerde istihdam yaratmak, insanları bilinçli tüketiciliğe yönlendirmek olarak açıklanmaktadır.

²⁵ <http://www.edunonline.com/>

Aslında işçi sömürüsüne karşı ahlakçı yaklaşım ya da organik pamuk ve doğal boyaların kullanımı giysi modası açısından çok da yeni fikirler değildir. Günümüzde bu konularda hassas davranan pek çok firma vardır. Noir, İlluminati II ve American Apparel gibi markalar örnek olarak gösterilebilir. Fakat bu markaların ürünleri, yüksek fiyatları ve pek çok başka sebepten ötürü sınırlı bir kitleye ulaşabilmektedir.



Resim 4.22. Edun Markasının 2006 Sonbahar/Kış Koleksiyonundan örnekler.

“Edun” koleksiyonları günün modasına uyan sıradan tasarımlardan oluşmaktadır. Görüntü ya da fiyat olarak günün giyim modasına bir alternatif olabilecek özgünlükte değildir ancak savunduğu değerler açısından kıymetlidir ve Bono ’nun basınla ilişkileri sayesinde pek çok insanı bu konuda etkileyebilecek güce sahiptir.

4.3.5. Sarah Jessica Parker 'ın Markası 'Bitten'

Sarah Jessica Parker , 'Sex and the City' adlı dizide giydiği kıyafetleri başarıyla taşıyarak günümüzün stil ikonlarından biri olmuştur. Yıldız, dizide oynadıktan sonra birçok moda dergisine kapak olmuş, ünlü giyim markalarının reklâmlarında yer almıştır.

2007 yılında 'Steve and Barry' adındaki Amerikan hazır giyim firmasıyla anlaşarak 'Bitten' adını verdiği markasını kurmuştur. Ağırlıklı olarak spor giyim parçalarından oluşan markanın ilk koleksiyonu, Steve and Barry mağazalarında satılmaktadır.



Resim 4.23. Bitten markasının kampanya fotoğrafı

Bitten markasının kampanya fotoğrafında Sarah Jessica Parker 'ın tişörtünde markanın sloganı olan 'Moda, Lüks Değildir' yazmaktadır. Bu sloganla günümüzün en popüler moda felsefesi 'ulaşılabilir moda' düşüncesini vurgulamaktadır. Ürünlerden hiçbiri 20 doların üzerinde fiyatlandırılmamıştır. Koleksiyon gündelik

spor kıyafetlerden oluşmaktadır. Kampanya, ürün ve fiyatlar günümüz moda anlayışına uygun olsa da ne yazık ki Sarah Jessica Parker 'ın imajıyla hiçbir şekilde örtüşmemektedir.

Onu bir 'stil ikonu'na dönüştüren dizide Sarah Jessica Parker, moda takıntısı olan, lüks markalara düşkün bir karakteri canlandırmıştır, bu karakter bazen rüküşlük derecesinde süslü olabilse de kadınlar tarafından çok sevilmiş ve örnek alınmıştır. Sarah Jessica Parker 'ın dizi dışında da bu imajı devam ettirmesi nedeniyle pek çok insan onu bu karakterle aynı kişiymiş gibi algılamaktadır. Bu açıdan bakıldığında Bitten markasında yer alan giysiler, Sarah Jessica Parker 'ın giyeceği türde gözükmemektedir.



Resim 4.24. Sarah Jessica Parker 'ın dizideki görüntüsü ve hazır giyim koleksiyonundan bir örnek

Stil ikonlarının her hareketini takip eden dünya basını, ünlülerin markalarına karşı büyük bir alaka göstermektedir ve tüm bu markalar dünyanın her yerinde konuşulan güncel konular haline gelmiştir .

SONUÇ

Yakın dönemde meydana gelen toplumsal gelişmeler birçok farklı şekilde yorumlanabilir. Çünkü XXI. Yüzyılda her şey çok hızlı değişmektedir. Günümüz aydınlarının ortak kanısı görselliğin öneminin giderek arttığı ve insanların zamana uymak konusunda zorlandıkları yönündedir. İnsanlar her konuda daha iyiye ve daha fazlasına sahip olmaya zorlanmakta, moda ya da uymanın dışında kendi modasını yaratabilecek yetkinlikte olabileceklerine inandırılmaktadırlar.

Artık moda hiçbir dönemde olmadığı kadar ucuz ve kolay elde edilebilir hale getirilmiştir. Bu durumda moda ya da uygunluktan çok stil ön plana çıkmaktadır. Geçmişte meziyet olarak görülen şık, zarif ya da temiz görünmek sıradanlıkla eş tutulmakta, çirkin bile olsa özgünlük yüceltilmektedir.

Özgünlüğün daha önemli görülmeğe başlaması, demokratikleşme adımı olarak gösterilse de bu eksik bir bakış açısı olur. Çünkü aslında hiçbir modada seçim yoktur. Özgün olmak modanın yeni dayatmasıdır. Kimlik bunalımlarının üst sınırlarda yaşandığı bir dönemde insanlar yaratma cesareti göstermekten çok, taklide yönelmektedirler. Tüm bu gelişmeler, tekstil modasında yeni alanların gelişmesine ve stil konusu üzerinde daha fazla çalışma yapılması sonuçlarını doğurmaktadır.

Özgün bir stil yatabilmek beceri, moda sezgisi, zaman ve birikim gerektirmektedir. Bu durumda stil ikonları eskisinden daha değerli hale gelmişlerdir. Dünya üzerinde değişim ne yönde olursa olsun, o fikrin açık bir görüntüsü olarak bir “stil ikonu” öne çıkacaktır.

Yaşam tarzı, görüntüsü, şarkıları, filmleri ve söyledikleri; adını taşıyan giyim markasıyla örtüşen tüm yıldızların ürünleri başarılı olmaktadır. Basında çıkan haberler, yorumlar ve bazı firmaların açıkladığı satış raporları bunu göstermektedir. Sonuçta marka olmanın ilk şartı tutarlı olmaktır.

Stil ikonlarıyla yaptıkları anlaşmalar H&M, Topshop ve tüm diğer firmalara ticari olarak büyük kazançlar sağlamıştır. Fakat firmaların asıl kazancı bu yıldızlar sayesinde- onların hayranları başta olmak üzere- tüm dünya gençlerinin dikkatini çekmiş olmalarıdır. Stil İkonlarıyla birlikte anılmak -büyük ücretler karşılığında da olsa- onlara prestij kazandırmıştır. Bu anlaşmalar aynı zamanda, geleceğe yapılan yatırımlardır.

Yeni kurulan birer marka olmaları açısından bakıldığında, bugüne kadar görülmemiş bir hızla yükselmektedirler. Basın, moda haftalarına katılan Jennifer Lopez by Sweetface ve Sean John. Mr. Combs defilelerini, diğer tüm markalardan daha fazla tanıtmıştır. Tek bir koleksiyonla, Calvin Klein veya Ralph Lauren gibi köklü Amerikan firmalarıyla eş tutulan bu markalar, onlara isimlerini veren yıldızlar güncelliklerini koruduğu sürece ayakta kalacaklardır.

KAYNAKÇA

BRAUDEL Fernand (2004), Maddi Uygarlık / Gündelik Hayatın Yapıları, İMGE Kitabevi Yayınları, İstanbul.

DEREBOY Elif Jülide (2004), 'Kostüm Moda Tarihi' Özel Güzel Sanatlar Stilistik Ltd. Şti., Ankara

DOĞAN KİTAP (2000), AXİS 2000 Ansiklopedik Sözlük 4.cilt.

CRANE, Diana (2003), 'Moda ve Gündemleri' Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

ÇABUKLU, Yaşar (2004), 'Toplumsalın Sınırlarında Beden', Kanat Kitap, İstanbul.

DORSAY, Atilla (2006), 100 Yılın 100 Oyuncusu, Remzi Kitabevi, İstanbul.

DAVIS, Fred (1997), 'Moda, Kültür ve Kimlik' Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

ENGELMEIER Regine & Peter W. (1990), 'Fashion in Film', Munich.

GANS, J. Herbert (2005) 'Popüler Kültür ve Yüksek Kültür', Kredi Yayınları, İstanbul.

HEBDİGE, Dick (2004), 'Altkültür-Tarzın Anlamı', Babil Yayınları, İstanbul.

JONES, Terry & MAİR Avril (2005), 'Fashion Now', Taschen, Köln.

ODABAŞI, Yavuz (1999), Tüketim Kültürü /Yetinen Toplumun Tüketen Topluma Dönüşümü, Sistem Yayıncılık. İstanbul.

PASTOUREAU, Michel (1997), 'Şeytan Kumaşı', İletişim Yayıncılık, İstanbul.

SEGEUELA, Jacques (1991), 'Hollywood Daha Beyaz Yıkar', AFA Yayıncılık, İstanbul.

SEGEUELA, Jacques (1990), 'Yarın Çok Star Olacak', AFA Yayıncılık, İstanbul.

SEGEUELA, Jacques (1994), 'Anneme Reklamcı Olduğumu Söylemeyin...' AFA Yayıncılık, İstanbul.

TANSES Gülsoy (1999), İngilizce Türkçe Reklam Terimler Sözlüğü, Adam Yayınları, İstanbul.

TUNGATE, Mark (2006), 'Modada Marka Olmak', Rota Yayınları, İstanbul.

WORSLEY, Harriet (2000), 'Decades Of Fashion', Könemann, London.

ZWEIG Stefan (2006), 'Marie Antoinette', CAN Yayınları, İstanbul.

LÖLE Aylin, (15.3.2007), 'Pahalı ise koy sepete' Takvim Gazetesi ekonomi bölümü.

ONLINE KAYNAKLAR

<http://www.hm.com/us> (SR report)

<http://www.katemosstopshop.com/>

<http://l-a-m-b.com/>

<http://www.shopjlo.com/shop.php>

www.seanjohn.com/

www.dvbstyle.com/

<http://www.edunonline.com/>

www.bittensjp.com

zaldynyc.com

<http://www.shopstarstyle.com/servlet/StoreFront>

<http://www.vogue.co.uk/>

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

<http://nymag.com/fashion/>

<http://www.vanityfair.com/>

<http://www.modaturkiye.com/>

<http://www.he1-looks.com/>

<http://trends.shareyourlook.com/stylish>

<http://fabsugar.com/tags/Celebrity+Style>