

**T.C.
MİMAR SİNAN GÜZEL SANATLAR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEKSTİL VE MODA TASARIMI ANASANAT DALI
TEKSTİL VE MODA TASARIMI PROGRAMI**

TEKNOLOJİK KOŞULLARIN MODAYA OLAN ETKİLERİ
Yüksek Lisans Tezi

Hazırlayan: 20096197 Güne Dilek TURGUT

Danışman: Prof. Dilek ALPAN

İstanbul 2010

Güne Dilek TURGUT tarafından hazırlanan Teknolojik Koşulların Modaya Olan Etkileri adlı bu çalışma aşağıda adları yazılı jüri üyelerince Oybirliğiyle / Oyçokluğuyla Yüksek Lisans Tezi olarak Kabul Edilmiştir.

Kabul (Sınav) Tarihi : 28 / 01 / 2010

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

İmzası :

Jüri Üyesi : Prof.Dilek ALPAN (Danışman)

Jüri Üyesi : Prof.Kemal CAN

Jüri Üyesi : Yrd.Doç.Lerzan ÖZER
(MSGSÜ.Seramik ve Cam Tasarımı)

İÇİNDEKİLERSayfa No

ÖNSÖZ.....	II
ÖZET.....	IV
SUMMARY.....	V
RESİMLER LİSTESİ.....	VI
1. GİRİŞ.....	1
2. TEKSTİL ÜRETİMİNDEKİ TEKNOLOJİK KOŞULLARIN DEĞİŞİMİ VE GELİŞİMİ	
2.1 Endüstri Devrimi	2
2.2 Dünya Savaşları	11
3. TEKSTİL TÜKETİCİSİ AÇISINDAN KOŞULLARIN DEĞİŞİMİ VE GELİŞİMİ	
3.1 Hızlı Tüketim.....	19
3.2 Medya ve Reklâm.....	22
3.3 Moda Dergilerinin Oluşması.....	26
3.4 Ticari Fuarların Önemi.....	29
4. 1960'LARDAN GÜNÜMÜZE MODA VE TEKNOLOJİ İLİŞKİSİ	
4.1. 60'lı Yıllar.....	32
4.2. 70'li Yıllar.....	36
4.3. 80'li Yıllar.....	37
4.4. 90'lı Yıllar.....	40
4.5. 2000'li Yıllar.....	43
5. SONUÇ.....	60
6. KAYNAKLAR.....	62
7. ÖZGEÇMİŞ.....	66

ÖNSÖZ

Giyim insanın yaşamında önemli yeri olan kültürel bir oluşumdur. Dünyaya gözünü açar açmaz bir parça beze sarılan, yaşamı sona erdiğinde ise gene bir parça bez ile uğurlanan insanoğlu hayatını hep tekstil ve dolayısıyla moda ile iç içe yaşar. Giyim, toplumsal ya da dini statüyü belirleyen bir simgedir. Biçim, desen, renklerin bütünlüğü, dolayısı ile kumaşlar simgeleri oluşturmaktadır. Balzac "giysi simgelerinin en enerjik olanıdır" derken yanılmamıştır. Zaman içinde fonksiyonel zenginlik kazanan giysiler, toplumların tanımlanmalarında da önemli bir kültürel yapı oluşturmuşlardır. Özellikle Endüstri Devrimi sonrası tüketimin algılanışının değişmesiyle modern dünyada daha çok tüketmek anlam kazanmış, tüketim alışkanlığının yaygınlaşmasında medya tüm zamanlarda önemli bir rol oynamış ve oynamaya da devam etmektedir.

Yetişmenin güç olduğu bir trendler bütünü olan moda, duymaya çok alıştığımız bir kavramdır. İnsanlara neyi ne zaman giyeceğini söyleyen modacılar tanımadıkları insanların beğenilerine etki edebilme yeteneğine sahiplerdir. Moda tarih boyunca birçok olaydan etkilenerek değişime uğramıştır. Dönemlerin birbirinden ayrılmasında çizgiler ve kumaşlar belirleyici olmuştur. Kültürel, siyasal ve sosyal olaylar modanın gelişimini ve değişimini belirlemektedir. Kültürel farklılıklara rağmen moda farklı coğrafyalarda aynı benimsenmiştir. Çin'de üretilen ipek kumaşlar Batı'ya bağlanan İpek Yolu sayesinde yüzyıllarca zengin Avrupalı soyluları arasında moda olmuştur. Moda dünyasının merkezleri Paris, New York ve Londra modanın değişiminde her zaman önemli rol oynamışlardır. Endüstri Devrimi ile hız kazanan teknolojik gelişmeler ve sonucunda seri üretimin başlaması ve yaygınlaşması ile moda soyluların tekelinden çıkarak orta sınıflara kadar ulaşabilmiştir. Fakat üretimin artması beraberinde ham madde ve pazar sorununu da getirmiş ve neticesinde ortaya çıkan Dünya Savaşları hayatı rölantiye almıştır. Savaşların bitiminde yeniden hız kazanan dünya savaşlar boyunca her şeyi idareli kullanmaya alışmış, kumaşlarda bu kısıtlı kullanımdan payını almıştır. Biten her savaşın sonrasında olduğu gibi teknolojide ilerleme sağlanmış, yaşamın hızlı ritmine ayak uydurabilecek pratik kumaşlar üretilmeye başlanmıştır.

Tekstil alanında makineden iplik türüne, desenlendirme tekniklerinden bitim işlemlerine uzanan hızlı değişim çok uluslu şirketlerin gelişimi ile doğudaki tekstil

endüstrisinin gelişimini de güçlendirmiştir. Seri üretimin gelişmesiyle moda hızlı bir şekilde yayılmaya başlamış buna bağlı olarak da tüketim artmıştır. Batı'da sanayileşmenin sonucunda ortaya çıkan tüketim toplumuyla birlikte yeni bir toplum biçimi ortaya çıkmıştır. Seri üretimin hızla artması, üretilenlerin hızla tüketilmesini gerektirmiştir. Üreticiler ve hükümetler tüketimi arttırmak amacıyla çeşitli arayışlara girmişler ve bunun için kitle iletişim araçlarını kullanmışlardır. Gelişen teknoloji ile beraber medyanın etkin kullanımı sahip olduğu inandırma gücünü arttırmakta ve toplumları inanılmaz boyutlarda etkilemektedir. Uluslararası fuarlar sayesinde alıcı ve satıcının buluşması ve ürünlerin hemen her yere ulaşabilir olması modanın yayılmasındaki önemli etkenlerden birisidir.

Endüstri Devrimi ile hız kazanan tekstil sanayinde 1960'lı yıllardan sonra yaşanan gelişmeler neredeyse bir devrim niteliğindedir. 2000'li yıllara gelindiğinde ise tasarımlarda geçmiş yılların yansımalarını görmekteyiz.

Bu tezde, geçen yüzyılların sonucunda kendini zaman zaman tekrar eden moda yeni bir soluk getirecek olan teknolojinin getirdiği yenilikler incelenecektir.

Bu tezin yazımında yönlendirmeleri ile bana ışık tutan sayın hocam Prof. Dilek ALPAN'a, sevgilimi kızlarıma ve geçmişte desteğini esirgemeyen anneme sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Ocak 2010

Güne Dilek Turgut

ÖZET

Bu tezde teknolojik koşulların modaya olan etkilerini araştırırken Endüstri Devrimiyle hız kazanan tekstil sanayindeki gelişmeler ve bu gelişmelerin modaya nasıl yansıdığı hakkında iyi bir kaynak oluşturması amaçlanmıştır.

İkinci bölümde Endüstri Devrimi döneminde yapılan buluşlar açıklanmış, Endüstri Devriminin yol açtığı sorunlar neticesinde çıkan Dünya Savaşlarından bahsedilmiştir. Dünya Savaşları süresince modanın durumu ve savaşlar sürerken teknolojinin modaya yansımaları ele alınmıştır.

Çalışmanın üçüncü bölümünde, savaşların sonrasında modayı tetikleyen tüketim olgusu ele alınmış, moda ile birlikte medya ve reklâm, modanın ayrılmaz parçası olan moda dergileri ve yeniliklerle tüketicileri en kısa sürede buluşturan moda fuarları incelenmiştir.

Çalışmanın dördüncü bölümünde ise 1960'lardan günümüze moda ve teknoloji ilişkisi ele alınmıştır. Savaşlardan yorgun çıkan dünya ancak 1950'li yılların sonları ile 60'ların başlarında teknolojik alanda bulmuş olduğu yenilikleri modaya uygulamaya başlamıştır. Savaşmak için kullanılan teknoloji savaşların sona ermesi ile diğer alanlara kaymış böylece yenilikler moda alanına da yansımaya başlamıştır. 10 yıllık periyotlar halinde ünlü moda tasarımcılarının teknolojiyi tasarımlarında nasıl kullandıklarına dair örnekler verilmiştir. Akıllı tekstillerin ilk olarak askeri, uzay ve spor giysilerinde denendiği, sonrasında günlük giysilerde de kullanıldığı örneklerle açıklanmıştır. Tasarımcıların deneysel çalışmalarından örnekler verilerek deneysel tasarımların belki de bir gün hayatı kurtaracağı ve hayatı daha güzel yaşamamızı sağlayacağı düşünülmüştür. Gelişen teknoloji ile birlikte leke tutmayan, buruşmayan, renk değiştirebilen, soğuk ve sıcakta göre vücut ısısını dengeleyen akıllı tekstiller sayesinde ileri teknolojinin kullanılmasıyla hayatımızdaki konfor ve rahatlığın artacağı sonucuna varılmıştır.

Anahtar kelimeler: moda, teknoloji, Sanayi Devrimi, yenilik, akıllı tekstil

SUMMARY

In this thesis, researching the effects of technological conditions on fashion, increasing developments on textile industry by industry revolution and it was aimed to be a good source to explain the reflection of these developments on the fashion.

In the second section, the inventions during Industry Revolution period are explained, and mentioned about the World Wars took place because of the results of the problems caused by industry revolution. The situation of fashion during war and technology reflecting on fashion are explained.

In the third section of this study, consumption facts taking place after the wars that trigger fashion are discussed. Fashion exhibitions are searched which provide people to meet the innovations in fashion and fashion magazines that are inseparable part of fashion.

In the fourth part of the study, the relations between fashion and technology since 1960's are took place. The world became drawn because of the wars and however started to put in the practice of the innovations of technology on fashion, come out at the end of 1950's and in the beginning of 1960's. The technology used for wars was started to be used on various fields when the wars were ended; also innovations reflected on fashion. There are examples showing in 10 years periods, how famous fashion designers used the technology on their designs. There are examples explaining that the smart textiles were firstly tested on military, space and sporting clothes, then started to be used on daily clothes. There are examples on experimental studies of designers which probably save lifes in future, provide us to live better. It's resulted that the comfort in our lifes will increase by using developing technology and smart textile having the features not stain, not wrinkle, changing colours, sensitive to heat and body temperature.

Key words: Fashion, technology, Industrial Revolution, innovation, smart textile,

RESİMLER LİSTESİ

Resim 2.1.1. 1745'de Jacques De Vaucanson'un icadı tam otomatik dokuma mak.

Resim 2.1.2. İlk dikiş makinesi

Resim 2.2.1. Marlon Brando

Resim 3.1.1. Tüketime kodlandırılmış bir bebek!

Resim 3.1.2. Victor & Rolf'un modanın hızlı gidişatına dur mesajı içeren 2008 Sonbahar koleksiyonu

Resim 3.2.1. Televizyon nasıl aptallaştırır!

Resim 3.2.2. Bridgitte Bardo - Ve Tanrı Kadını Yarattı

Resim 3.3.1. Ekim-1929 tarihli Harper's Bazaar

Resim 3.4.1. Bread&Butter Design Fuarı

Resim 4.1.1. Paco Rabanne tasarımı bir giysi

Resim 4.1.2. Pierre Cardin tasarımı elbise 1967

Resim 4.1.3. Hippi kız

Resim 4.2.1. 1970'lerin mini etekleri

Resim 4.3.1. Rei Kawakubo tasarımı

Resim 4.3.2. Yohji Yamamoto tasarımı

Resim 4.4.1. Liz Hurley Versace tasarımı çengelli iğneli giysi 1994

Resim 4.5.1. Yun Ding tasarımı mayo

Resim 4.5.2. Örümcek İpeği

Resim 4.5.3. Yael Mer tasarımı giysi 'Canoe Dress'

Resim 4.5.4. Amanda Parkes tasarımı giysi

Resim 4.5.5. M-Dress

Resim 4.5.6. Erik De Nijs tasarımı klavyeli pantolon.

Resim 4.5.7. Huge Shirt

Resim 4.5.8. Kerri Wallace tasarımı rengi değişen t-shirt.

Resim 4.5.9. Hüseyin Çağlayan'ın 'Göç' adlı koleksiyonundan aynı zamanda sehpa olabilen etek tasarımı.

Resim 4.5.10. Hüseyin Çağlayan'ın 'Göç' adlı koleksiyonu

Resim 4.5.11. Junya Watanabe tasarımı giysi

Resim 4.5.12. Japon kuşanın yeni ismi Junya Watanebe tasarımı giysi

1.GİRİŞ

Giyim insanoğlunun nefes alma, yemek yeme ve uyumanın ardından bedeninde hissettiği temel fonksiyonlarından biridir. İnsanoğlunun soğuktan korunmak için post kullanmasının üzerinden geçen yıllar boyunca tekstil malzemeleri bizi her zaman birçok zararlı etkilerden korumuştur. Giyinerek sadece hava koşullarına karşı korunmanın modası geçince giyinmekle yakından ilgisi olan moda devreye girmiştir. Önceleri sadece sarayın ve soyluların tekelinde kalan moda, Endüstri Devrimi sonucunda seri üretimin artmasıyla orta sınıfa inmiş, yün ve ipek gibi doğal malzemelerden yapılan tekstil ürünleri zamanla sentetik elyafın bulunması ile giderek gelişmiş ve çeşitlilik kazanmıştır.

Tasarım ve moda eleştirmeni Alice Rawsthorn *‘dünyanın neresine giderseniz gidin aynı tarzdaki mağazalarda aynı şekilde satılan aynı kıyafetleri görmek son derece sıkıcı. Birinin bu klişeden çıkması ise muhteşem’*¹ derken tekstilin zaman zaman tıkanıp belirdiğini belirtmiştir. Tıkanma noktasında ise her alanda gelişen teknoloji tekstil alanında da devreye girmiştir. Teknolojik koşullar kumaş ve dolayısı ile moda üzerinde etkili olmuştur. Modanın toplum içindeki önemi küçümsenemeyecek kadar fazladır. Giysilerimiz neredeyse kimliğimiz olmuştur. Endüstri Devrimi ile birlikte hayatımıza giren hız kavramı her alanda pratik olmamızı gerektirmiştir. Endüstri Devrimi ile ivme kazanan tekstil sanayi Dünya Savaşlarıyla hızını kaybetmiş gibi görünse de savaşların sonrasında teknolojik alanda bulmuş olduğu yenilikleri moda uygulamaya başlamıştır. Önceleri askeri ve sportif giysilerde kullanılan akıllı tekstiller günlük giysilere taşınmış ve fonksiyonellik, rahatlık önem kazanmıştır. Şehir yaşamının her köşesinde hissedilen moda kavramı teknoloji ile buluşup disiplinler arası çalışmalarla yeni ürünler oluşturmaktadır. Gelecekte çelik elbiseler, alüminyum etekler, çinko ceketler kullanılacağı hayali henüz gerçekleşmese de ısıya dayanıklı, leke tutmayan, buruşmayan kumaşlara sahip olduğumuz gibi fonksiyonel, donanımlı, rahatlığı ve konforu ön planda tutan, hayatımızda etkin rol oynayan giysiler teknolojik olanakların moda olan etkileridir. Bilim adamlarının ve sanatçıların bir araya gelmesiyle –disiplinler arası çalışmalarla- yeni fikirler dolayısıyla yeni ürünler oluşmaktadır ve oluşmaya devam edecektir.

¹ OK! Dergisi, 26 Kasım 2008, s.46

2. TEKSTİL ÜRETİMİNDEKİ TEKNOLOJİK KOŞULLARIN DEĞİŞİMİ VE GELİŞİMİ

2.1 Endüstri Devrimi

Endüstri Devrimini on sekizinci yüzyılın ikinci yarısı ile on dokuzuncu yüzyılın ilk yılları arasında İngiltere’de tekstil, enerji, demir, çelik ve ulaştırma alanlarındaki seri buluşlar sonucunda makineleşmiş endüstrinin doğması olarak tanımlayabiliriz.

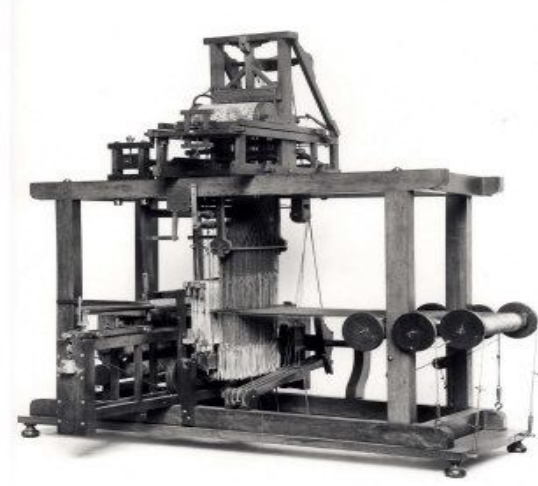
Son iki ya da üç yüz yıl içinde modern dünyanın oluşturulmasında birçok etken rol oynamış ama özellikle on sekizinci yüzyılda başlayan ve insanın var oluşu için tümüyle yeni bir biçim olarak Endüstri Uygarlığını doğuran çağ açıcı teknolojik dönüşümün yani Endüstri Devriminin temelinde teknolojiadaki değişiklikler yer almıştır.²

İngiltere’de Endüstri Devriminin başlangıç yıllarında en çarpıcı ilerlemenin yaşandığı alan pamuklu dokuma sanayidir. Üretimin büyüme hızını göz önüne alarak Endüstri Devrimine öncülük ettiğini söyleyebiliriz. Dolayısı ile makineleşme hareketinin ilk başladığı alan da Tekstil Sanayi’dir.

Dokuma Sanayinde yapılan ilk önemli keşif **Uçan Mekik**’tir. 1733 yılında İngiltere’de tezgâhlara tarak yapan dokuma ustası **John Kay** tarafından icat edilen mekik, kol uzunluğundan daha geniş kumaşların dokunmasını sağlamıştır. O zamana kadar, dokumacı mekiği atmak ve tutmak zorunda olduğu için kolunun erişebildiği genişlikte kumaş dokuyabiliyordu. Kay’ın icadıyla mekiğin elle atılması ortadan kalkmış, mekik boy iplikleri arasında kamaya benzer bir aletle bir yandan öbür yana gidip gelerek dokumada verimin artmasını sağlamıştır.

1745 yılında dünyanın ilk tam otomatik dokuma tezgâhı Jacques De Vaucanson tarafından icat edilmiştir. Su gücü ile çalışan bu tezgâh benimsenmemiş ve verimli kullanılamamıştır.

²James E. Mc CLELLAN III – Harold DORN **Dünya Tarihinde Bilim ve Teknoloji** s. 323



2.1.1. 1745'de Jacques De Vaucanson'un icat ettiği tam otomatik dokuma makinesi

1765 yılında marangoz **James Hargreaves** tarafından icat edilen iplik tezgâhı sayesinde önceleri *tek iplik bobini çevirmek için gerekli olan işgücü ile aynı anda daha çok sayıda iplik elde edilmesi*³ mümkün olmuştur.

Hargreaves'in **Jenny** adlı tezgâhı *tek kasnaklı iplik çıkırığı kullanan birisinin 16 veya daha fazla kasnağı ve bobini hareket ettirmesi esasına dayanmaktadır.*⁴ Hargreaves'in buluşunu Bolton'lu bir berber ve peruk yapımcısı olan **Richard Arkwright** 1767'de tamamlamıştır. Arkwright dokuma sanayinin çektiği iplik sıkıntısını öğrenerek, bir demirci ile Lancashire'lı saat ustası John Kay'ın da (Uçan mekiği icat eden John Kay ile isim benzerliği vardır) yardımı ile yaptığı **iplik bükme makinesi** ile sağlam çözgü iplikleri yapmayı başarmıştır.

Arkwright icat ettiği iplik eğirme tezgâhında çok sayıda ipliği aynı zamanda eğirme, ayırma ve sarma işlemini gerçekleştirebilmek için makine tarafından çevrilen makaralar kullanmıştır. Hargreaves'in makinesi sadece yumuşak iplikleri eğirebilir ve sık sık arızalanırken Arkwright'in su gücü ile çalışan tezgâhı dayanıklı

³⁻⁴ Christopher FREEMAN – Luc SOETE **Yenilik İktisadı** s. 56

*yüksek kaliteli atkı ipliklerini daha hızlı biçimde üretebiliyordu. Bu makine, Crompton'un iplik makinesi "katır" onun yerini almaya başlayıncaya kadar iplik sanayine egemen olmuştur.*⁵

Arkwright'ın Jedediah Strutt ile gerçekleştirdiği ortaklık fabrikalarını kurmak için gerekli olan sermaye sorununu da ortadan kaldırmıştır. *Ortak fabrikaları 1769'da Nottingham'da üretime başlamıştır. Bunu 1771'de Derbyshire'de ki Cromford'da su gücü ile çalışan tesis izlemiştir.*⁶

Richard Arkwright'ın 1770'lerde ve 1780'lerde oluşturduğu ve yüzlerce işçinin çalıştığı tekstil makineleri dizisi modern anlamda ilk fabrikaların doğuşunu göstermektedir. Arkwright'ın Cromford'daki fabrikasında 1770'lerde 300 kişi çalışırken, 1816 yılında çalışan kişi sayısı 700'lere yükselmiştir. 1780'lere kadar Kay'ın uçan mekiği, Hargreaves'in çok katlı iplik büküm makinesi, Arkwright'ın water frame'i, İngiltere'yi tekstil endüstrisinde lider konumuna getirmiştir. Bu icatlar çok daha sağlam kumaşların dokunması anlamına geliyordu. Bu da daha kaliteli kumaşlar demekti. Büküm ve dokuma hızlanmasına rağmen tekstil endüstrisinde yine de problemler vardı. İplik niteliği değişkendi, büküm hızı ve dokuma kapasitesi yetersizdi.

1779'da **Samuel Crompton** aynı anda bin kadar ipliği eğiren "çıkırcık makinesi"ni yapmıştır. Jenny ve Water Frame özelliklerini birleştiren daha kaliteli ve hızlı iplik üreten su ile çalışan "katır" denen iplik tezgâhının icadı ile iplik üretim hızı artmıştır. **Crompton'** in yaptığı iplik eğirme makineleri, yün tarama ve taraklama işlemlerinin mekanikleştirilmesine katkıda bulunmuştur. Gelişmiş büküm makinesinin icadı atkı ve çözüğü için güçlü ve farklı türde ipliklerin üretilmesine olanak sağlamıştır. Samuel Crompton'un, Hargreaves ve Arkwright'tan farkı iplik üreticisi ve dokuma ustası olmasıdır. İcat ettiği makinenin teknik özellikleri öyle güçlü idi ki 1790'lara kadar kullanımı hızla yaygınlaşmıştır.

⁵⁻⁶ Christopher FREEMAN – Luc SOETE **Yenilik İktisadı** s.56,57

Crompton'un katırı, ipliklerin bükülmesi ile çekilmesini birbirinden ayırabilmekte, böylece hem ince hem de kalın ipliklerin eğrilmesine olanak sağlamaktadır. Makara hızlarının ayarlanması için gerçekleştirdiği özgün düzen, ipliğin Arkwright'ın sistemindekinden daha az gerilerek, kopmamasını sağlıyordu. Crompton'u mucitliğe sevk eden neden, kullanmak zorunda kaldığı ipliklerin kalitesi konusundaki bıkkınlığıdır.⁷

O dönemde girişimcilerle mucitlerin ortaklığı finansal sorunları çözüyordu. İngiltere'de yeni ve yenilikçi firmaların yükselmelerini sağlayan en önemli örgütlenme tekniklerinden biri girişimci-mucit işbirliğidir. Bu ortak girişim İngiltere'yi diğer Avrupa ülkelerinden ayırmaktadır.

Bir diğer önemli keşfi de 1743 yılında Nottinghamshire doğan **Dr. Edmund Cartwright** yapmıştır. Cartwright 1785 yılında hızlı dokuyan otomatik bir tezgâh yapmıştır. Önce hayvan gücü ile çalışan, sonra buharla çalışmaya başlayan bu tezgâh yüksek verimle çalışıyor ve iplik kopunca kendi kendine duruyordu. Cartwright'ın dokuma makinesi tekstilde seri üretime geçilmesinin ilk adımlarını atmış ve tekstil pazarında rekabeti daha da ön plana çıkarmıştır. Bu tasarımının patentini alan ve sonra bu tasarımını geliştiren Cartwright dokuma makinesi sayılabilecek bir sistem imal etmiştir.

Tezgâhın mekanik hale getirilmesinden sonra ortaya yeni bir sorun çıkmıştır. Bu iplik kopuşu veya arıza anında tezgâhın durdurulması ve masuranın bitmesi halinde mekiği değiştirmek için çalışmanın kesilmesi gereği idi. 1796 yılında Robert Miller, kısa atkı atıldığında tezgâhı durduran bir mekanizma yapmıştır. Daha sonra atkı kopuşu ya da mekiğin boş bitmesi durumunda tezgâhı durduran mekanizmalar yapılmış 1822'de İngiliz mühendis R. Robert, o ana kadar olan tüm gelişmeleri bir araya getirerek bir dokuma makinesi yapmıştır.

Boşalan masuraların değiştirilmesi sorunu, J.H. Northop tarafından "otomatik bobin değiştirme" sisteminin 1894'de tamamlanmasıyla çözülmüştür.

⁷ Christopher FREEMAN – Luc SOETE **Yenilik İktisadi** s.58

Bu keşif dokumacılık tarihinin önemli icatları arasındadır. Kancalarla atkının atılabileceği düşünülerek ilk patent 1898'de alınmıştır. Kancalarla atkının atılabileceği düşüncesi ile 1925'de Gabler sistemi, 1930'da ise Dewas sistemi geliştirilmiştir. Hava jeti ile atkının atılabileceği ilk kez 1914 yılında düşünülmüş, gerçekleşmesi ve ticari önem kazanması 1980'lerde olmuştur. 1980'li yıllardan sonra elektronik ve bilgisayar sistemlerinin hızlı bir şekilde gelişmesinin ardından dokuma makinelerinde üretim hızlarında sürekli artış görülmektedir.

İcat edilen makineler sayesinde dokumacılık evlerden, fabrikalara taşınmıştır. Buhar makinesi gücü ile çalışan dokuma tezgâhlarının ortaya çıkmasıyla kumaş üretimi makineleşerek iplik üretimine yetişmiş, bazı fabrikalar iplik üretimi ile dokuma üretimini bir arada yürütmeye başlamıştır.

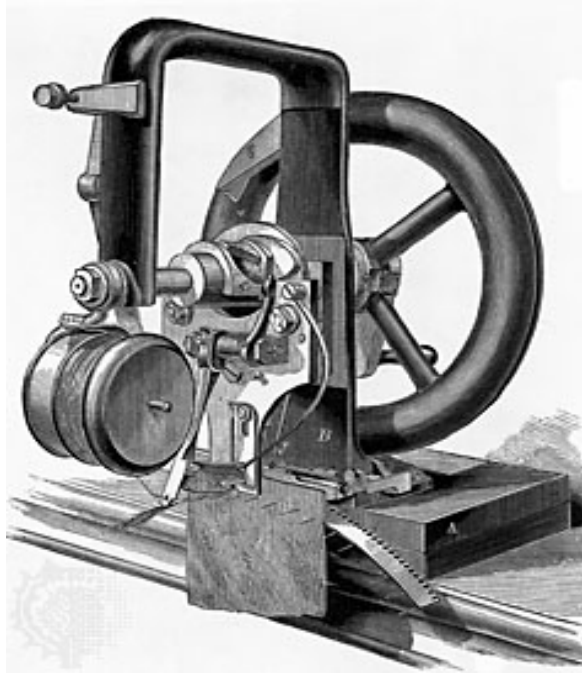
İngiltere'de atkı atma sisteminin geliştirilmesi ve tezgâhın mekanize edilmesi çalışmaları devam ederken, Fransa'da desen faktörünün ön plana çıktığı görülmektedir. Fransız dokumacı ve mucitleri ağızlık açma sistemleri üzerinde çalışmışlardır. 1725'de Basile Bouchon "kaldırılması gereken çözümleri seçmek için " delikli karton yardımıyla çalışan ilk otomatik ağızlık açma cihazını bulmuş ve daha sonra Falcon 1728'de delikli karton zincirini kullanmıştır.

1783 de Watt'ın bulduğu buhar makinesi gücü ile çalışan dokuma makineleri ile 1820'lere kadar yüksek hızda hatasız kumaş üretimi yapılmıştır. John Harrison'ın tamamen otomatik dokuma tezgâhını icat etmesi ile kumaşlarda üretim hızla artmıştır. Fakat figürlü ve karmaşık desenli kumaşlar bu tezgâhlarda üretilemiyordu. Karmaşık desenleri dokuyabilecek, baskılı kumaşlar kadar çok renkli yüzeyler oluşturabilecek dokuma makinesi ilk defa Joseph Marie Jacquard tarafından Fransa'da yapılmıştır. 1801 yılında Paris Sanayi sergisine bu dokuma tezgâhı ile katılan Jacquard'ın icadı ile çiçekli brokarlar, desenli kadifeler, tarihi stiller, etnik desenler, ne kadar karmaşık olursa olsun dokunabilir hale gelmiştir.

Çin ve Japonya'da var olan baskı teknikleri Avrupa'ya yayılmış, 1783 de Thomas Bell tarafından rulo baskı makinesi icat edilmiş, yeni makine ile plakalı baskı tekniğindeki gibi monochrom-tek renkli baskılar yapılabilmiştir. Farklı renkler el baskı tekniği ve el boyama ile takviye edilmiş, çok renkli baskılar ise 1830 da baskı mürekkeplerinin bulunması ile gerçekleştirilebilmiştir.

1792 yılında ABD'nin Georgia eyaletinde yaşayan Eli Whitney, pamuğu çığitlerinden ayıran ilk çırçır makinesini yapmıştır. Bu önemli keşifle günde yarım kilo pamuk temizleyebilen insanlar, ortalama 25 kilo temizlemeye başlamışlardır.

1830 yılında Fransız terzi Barthelemy Thimmonier'in dikiş makinesini keşfetmesinden sonra 1846 yılında Amerikalı Elias Howe mekik sistemini bulmuş ve bu yönde dikiş makinesinin temelini atmıştır⁸ Bu buluşla hazır giyim Amerika'da hız kazanmış, Howe'un dikiş makinesi bütün beklentileri karşılamıştır. Amerikalı erkekler on dokuzuncu yüzyılda tercihlerini hazır giyimden (pret-a-porter) yana kullanırken, İngiliz erkekleri haute couture giyimi tercih etmişlerdir. George Brummell'in önderliğinde başlayan "Dandyism" akımıyla erkekler feminen görünümlü fırfırlı dantellerden, ipek çorap ve köşeli şapkalardan kurtulmuş, beyaz keten gömlekler ve jabolar ile dar kesimli, ciddi görünümlü kıyafetlerle farklı bir gardıroba sahip olmuşlardır.



2.1.2. İlk dikiş makinesi

⁸ A. Tahir Gürsoy **Dünden Bugüne Giyim Kültürü ve Moda** s.172

Isaac Merrit Singer'in yaptığı bazı değişikliklerle, dikiş makinesi mükemmel hale getirilmiş, Singer, 1851 yılından beri dünyanın en popüler dikiş makinesi olmuştur. İnsanlar evlerinde kendilerine yeni kıyafetler dikmeye başlamış, bu gelişmeler moda alanındaki iş hacmini genişleterek "tasarımcı" figürünün genişlemesine yardımcı olmuştur. Teknik ilerlemeler ve seri üretim olanakları modanın ilerlemesini etkileyerek orta sınıflara kadar ulaşabilmiştir. Dikiş makineleri 1900'lü yıllara doğru yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır.

1890'lı yıllarda New York mahkemelerine şişman kadınların girişi yasaklanmıştır. Kilo problemi olan kadınlar sorunu korse ile halletmeye çalışmışlardır. Bu yıllarda Mary Phelps-Jacobs mahkemeye gitmek için hazırlandığı sırada korsesinin giysisinin altından görüldüğünü fark ederek göğüslerini iki ipek mendille bir araya toplamış bu mendilleri de bir kurdele yardımıyla birbirine bağlayarak ilk sutyeni oluşturmuştur. Mary Phelps-Jacobs 1914 yılında Caresse Crosby marka adıyla Amerikan Patent Endüstrisine başvurarak patent almıştır.

Moda bu dönemlerde toplumda bir statü sembolü olarak kullanılmıştır. Charles Frederick Worth, ilk "ünlü moda tasarımcısı" unvanını almıştır (1858) Daha önceleri moda, kadınların terzilerine kıyafet diktirdikleri isimsiz ve imzasız bir kavramken Worth'un pahalı tasarımları, günümüzde de olduğu gibi, ekonomik gücü yetmeyenler tarafından taklit edilmiştir. Fransa'nın Lyon şehrinden aldığı ipek kumaşları kullanan Worth, bu şehirde Bucol ve Sfate Et Combiar gibi ipek fabrikalarının kurulmasını sağlamıştır. Müşterilerine küçük defileler sunan, giysileri tahta bebeklerin üzerinde müşterilerine görmeleri için gönderen Worth tasarımcı unvanını hak eden bir kişiliktir.

Sentetik elyaf Fransız mucit kont Chardonnet tarafından 1884 yılında üretilmiş fakat kırılğan ve zayıf olduğundan ötürü ve elyafı işleyecek nitelikte makine bulunmadığından başarısız olmuştur. *1890'larda Fransa ve Almanya'da yeniden üretime başlanmıştır. Daha sonraki dönemlerde viskos rayon ve selüloz asetat başlangıçtaki nitroselüloz rayonundan daha başarılı olmuştur. Viskos prosesi, İngiliz kimyager C.G. Cross tarafından 1892 yılında icat edilmiştir.* ⁹

⁹Christopher FREEMAN – Luc SOETE **Yenilik İktisadı** s.127

Sentetik elyaf uzun ömürlü, sağlam ve zararlılara karşı dayanıklı olduğundan doğal elyafı ikinci plana itmiştir. Ayrıca doğal elyafıla beraber de kullanılabilmesi tekstil sanayinde ki mevcut imkânları daha da genişletmiştir. Fakat olumlu özelliklerinin yanı sıra atık ve çevre kirliliği gibi sorunlara da neden olmaktadır.

Pamuklu sanayi Birinci Dünya Savaşına kadar büyümeye devam etmiş 1890 ile 1913 arasında iki radikal yenilik “tamburlu modern iplik tezgâhı ve otomatik dokuma tezgâhı” İngiltere’nin uzun bir geçmişe sahip dünya piyasalarındaki liderliğini tehdit etmeye başlamıştır. ¹⁰

Makineleşmenin sonucunda ürünlerde tasarım kaygısı ortaya çıkmış, üretimin hızlanması desen tasarımını ikinci plana itmiştir. Sanayi Devrimini takip eden dönemde bu sorun üzerinde önemle durulmuştur. Makine üretimi desen tasarımını zayıflatınca, estetik değeri düşük ürünler ortaya çıkmış, bu da iç ve dış pazarda satışların düşmesine sebep olmuştur. İngiltere’nin ihracatı zayıf desen tasarımı nedeniyle düşmüştür. Bu yüzden tekstil tasarım ve fabrikasyon standartlarının geliştirilmesi için çalışmalara başlanmıştır, 1835, 1840 ve 1849 da hükümet tarafından düşen tasarım standartlarını geliştirmek için enstitüler kurulmuştur. Estetik ve teknik arasında gereken bağlantıyı doğru sağlayacak sanatçılar yetiştirebilmek için tasarım okulları açılmıştır.

Bu olayı ilk fark eden 1880’lerde Arts&Crafts hareketinin öncüsü olan William Morris olmuştur. Teknik gelişim ve çok miktarda tekstil üretimini red ederek, kurduğu şirketle sanatsal niteliği yüksek olan tekstiller üretmeye başlamıştır. Bu ürünler daha çok iç mekâna yönelik duvar kâğıtları, baskılı ve dokuma mobilya kumaşlarıdır. Morris’in bu karşı çıkış girişimi ile başlattığı çalışmalar desen özellikleri ile döneme damgasını vurmuştur. On dokuzuncu yüzyılda makineleşme Arts&Crafts hareketine rağmen gelişimine devam etmiştir.

Paris’in uluslararası tasarım ve endüstriyel yeniliklerde ilk sıraya oturmasıyla yeni bir yüzyıl ve 1900’ler başlamıştır. “Art Nouveau” Fransa’da doğmuş, böylece bu ülke yeni ve modernin kapılarını tüm dünyaya sunmuştur.

¹⁰ Christopher FREEMAN – Luc SOETE **Yenilik İktisadı**, s. 60

1892 yılında kurulan ve yirminci yüzyılın en önemli moda dergisi olan Vogue 1900 yılından sonra moda fotoğrafları yayınlanmaya başlamış, 1901 yılında ise dönemin ünlü fotoğrafçıları ve illüstratörleri bir araya gelerek iki ayda bir yayınlanan "Femina " adlı dergiyi çıkarmışlardır.

Moda dünyasında ise 1905 yılında Paul Poiret kendi modaevini kurarak kadınların korseden kurtulmasına yardım etmiştir. Poiret tarafından tasarlanan korse kullanılmadan giyilebilen elbiseye " Lola Montes " adı verilmiştir. Poiret ilk parfümü 'Parfums de Rosine' adıyla sunarak modacıların adına parfüm yaratmasına da önderlik yapmıştır. Oryantalizme olan ilgisiyle Doğu'ya özgü kumaşları ve desenleri tasarımlarında kullanarak egzotik bir duygu yakalamaya çalışan Poiret ayrıca kadınların çorap ve sutyen kullanmaya başlamalarında da önemli bir rol oynamıştır.

O dönemde insanlar hayattan keyif almak için kendilerine zaman ayırıyor ve daha iyi bir hayat yaşamak için para harcamaktan çekinmiyordu. Ancak 1914 yılında Avrupa'da başlayan Birinci Dünya Savaşı ile bir devir tamamen bitmiş ve İkinci Dünya Savaşı'na kadar yaşanacak olan yeni bir devir başlamıştır.

Endüstri devriminin bir sonucu olarak yaşamın teknik, ekonomik, politik ve toplumsal temelleri son iki yüz yıl içinde hemen her yerde dönüşüme uğramıştır. Etkileri dünya çapında sürmektedir. Sonuçlar çok geniş bir nüfus için tarihte görülmemiş ölçüde sağlıklı, rahat ve hayret verici çeşitlilikte teknolojik oyuncaklarla dolu bir yaşam anlamına gelmiş ama çoğunun yararlandığı bu materyal ilerlemenin maliyeti ağır olmuştur ¹¹

Avrupa ve Amerika devrimin sonucunda dünyada büyük güç kazanmışlardır. On dokuzuncu yüzyılda yeni bir emperyalist düşünceyle yeni sömürgeler oluşturma dönemi başlamış, Endüstri Devrimi hammadde ve pazar aramaya sevk ettiği Avrupalı devletleri, gelecekte karşı karşıya getirerek, I. ve II. Dünya Savaşlarının çıkmasına sebep olmuştur.

¹¹James E. McCLELLAN III – Harold DORN **Dünya Tarihinde Bilim ve Teknoloji** s.323, 400

2.2. Dünya Savaşları

*Güçlü Almanya'ya karşı İngiltere'de, Fransa'da ve Rusya'da oluşan muhalefet ile çalışkan Alman sanayici ve tüccarlarının, ürettikleri malları satacak yer ve fabrikalarına yeni hammadde kaynakları araması Almanya'da ki fikir cereyanlarının, çoğalan Alman nüfusu için yeni bir hayat arayışına yönelmesi Birinci Dünya Savaşının çıkışının başlıca sebeplerindendir.*¹²

Birinci Dünya Savaşı, çöken imparatorlukların, kahramanların, sessiz filmlerin dönemidir. Savaş diğer sektörlerde olduğu gibi moda endüstrisini de etkilemiş sanatla uğraşan pek çok kişi moda tasarımcıları, yazarlar, şairler ya askere alınmışlar ya da gönüllü olarak orduya katılmışlardır. Arkada kalanlar ise savaşın olduğu yokluk ve acı dolu ortamda sanatlarını sürdürüp var olmaya çalışmışlardır.

Birinci Dünya Savaşı'nda, o günlere dek kendi halinde bir ülke olan Japonya, Avrupalılar tarafından keşfedilmiş ve Japonizm olarak adlandırılan akım tüm dünyayı etkilemiştir. Japonizm akımı, Ruhlman, Adam gibi o devrin ünlü mobilya tasarımcılarını da etkileyerek art deco tarzının doğmasına neden olmuş ve bu tarz bir yaşam felsefesi olarak tarihe geçmiştir.

Art deco, geleneksel Japon motiflerinin ve Japon ailelerinin mühürlerinden esinlenerek, Avrupa'nın o günlere dek alışık olmadığı, barok tarzına kıyasla çok daha sade bir akım olarak tüm sanat dallarını etkilemiştir. Dekorasyon ve mimaride olduğu kadar "yatsukanawa" ve "seigaha" motifleri modada da kullanılmıştır. Japoncadaki sözlük anlamı "okyanus dalgası" olan seigaha, Art deco akımında "balıksırtı" olarak adlandırılmıştır.

Haute Couture'nin babası sayılan Paul Poiret ve Gabrielle Chanel, 1920'li yıllarda Japonizm akımını moda uygulamışlardır. Kısa kesilmiş saçlar, 'çarliston' olarak da adlandırılan püsküllü bol işlemeli elbiseler ve rahat dans edebilmek için yaratılan kısa topuklu ayakkabılar, Paris'ten çıkarak tüm dünyayı etkisi altına almıştır. Savaşa tepki olarak eğlence sektöründe büyük bir canlanma yaşanmıştır.

¹² Mahmut Boğuşlu **Birinci Cihan Harbi** s.15, 18

Bu sıkıntılı dönemde 1919'da kurulan Bauhaus Sanat Okulu yaratıcı gücü destekleyen bir tasarım laboratuvarı şeklinde çalışmıştır. Endüstri ile iletişim kurulmuş, geliştirilen tasarımlar ve dokuma örnekleri sanayide büyük ilgi görmüştür. Arts& Crafts'ın başlattığı Bauhaus'un sanat ve endüstriyi birleştirme şeklinde devam eden sanat hareketi günümüze kadar gelişerek devam etmiş, sanat akımlarından etkilenecek tekstil tasarımcıları estetik açıdan güçlü desenler üretmişlerdir. Bu çalışmalar, ürünlerin daha geniş boyutta alıcı kitlesine ulaşmasını sağlamış ve moda kavramı gittikçe genişleyerek desenleri bir süre sonra moda endüstrisi yönlendirmeye başlamıştır.

Mimari, dekorasyon ve diğer sanat dallarına paralel olarak, bugünkü anlamda moda olgusunun yeşerdiği Paris'te, yüzyılın ilk önemli moda akımı gerçekleşmiş, kadın korseden kurtularak rahatlamıştır. Korselerde çok fazla metal kullanıldığından bu durum savaş yıllarında maliyetleri yukarı çekmiş bu yüzden korsenin yerini sütyen almıştır. Savaş sonrası kadın ve erkek ayırımı iyice azalmış, kadınlar fabrikalarda çalışmaya başlayınca pratik giysilere ihtiyaç duyulmuştur.

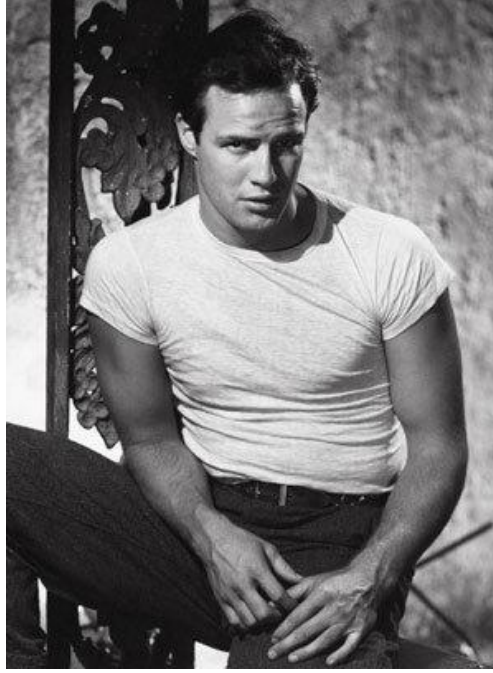
Tasarım ve tasarımcının önemi gerçek anlamda I. Dünya Savaşından sonra fark edilmiştir. İhracat potansiyelinin artışının kaliteli tasarımdan geçtiği anlaşılınca, tekstil endüstrisinde Avrupa'da ulusal düzeyde çalışmalar başlamış, İtalya iç mekân ürünlerini, Fransa geleneksel ve modern tasarımlarının karışımını üretmiştir. Almanlar mobilya kumaşlarında yenilikçi desenler için çalışırken, İngilizler tekstil tasarımını çeşitli organizasyonlarla destekleyerek, Endüstriyel Sanatlar ve Tasarımcılar Topluluğu'nu, Endüstriyel Tasarımcılar Konsülünü kurmuşlardır. Bu çalışmalar Avrupa sınırlarının dışına taşmış ve Amerika Birleşik Devletleri'nde 1946'da Modern Sanatlar Müzesi bünyesinde tekstil tasarımı alanında halk eğitimleri başlamıştır. 1940'lardan 1960'lara kadar olan dönemde açılan tasarım sergileri, 1947'den 1964'e kadar olan dönemde de Endüstriyel Sanatçılar ve Tasarımcılar Topluluğu tarafından yayınlanan yayınlar baskılı ve dokumalı tekstillerin üretiminde tasarımcılar ve sanatçılar arasında iletişimi sağlamıştır.

Birinci Dünya Savaşı sırasında siperdeki askerler için tasarlanan yağmurluklar, günümüzün trençkot modasına zemin hazırlamıştır. (Trench-coat) Sonraki yıllarda birçok markanın tutkusu olan trençkot, her dönemin detayı olarak hep karşımıza çıkacaktır. Özellikle ara mevsimlerin yardımına koşan ve serin havalar da giymek

için tasarlanan trençkot, renk önceliğini kreme vermiş, Burberry' in meşhur trençkotlarını Catherine Deneuve, Audrey Hepburn gibi artık birer klasik olmuş yıldızlar, filmlerde de üzerlerinde taşıyarak modanın öncüsü olmuşlardır. Sadece kadınların değil, erkeklerin de gardıroplarına konuk olan trençkotlar, zaman zaman süslenmiş, kemerlerine tokalar konulmuş, düğmeleri büyümüş, kırmızıdan beyaza, yeşilden turuncuya birçok renge bürünmüş ve askerler için tasarlanılmasının üzerinden yüzyıl geçmiş ve moda sektöründe yerini almıştır.

İlk kez ortaçağ savaşçıları tarafından, zırhlı elbiselerinin içine, vücutlarını metal sürtünmeden korumak amacıyla giyilen pamuklu giysinin Amerika macerası Birinci Dünya Savaşı sırasında, Amerikalı birliklerin, bu rahat ve hafif pamuklu giysiyi Avrupalı askerlerin üzerinde görmesiyle başlamıştır. T-shirt o zamanlar Avrupalı askerlerce iç giysi olarak sıcak ve nemli hava koşulları karşısında giyiliyordu. Bu pamuklu giysi Amerikalıların giydikleri yün içlikle karşılaştırıldığında daha serin ve daha konforlu idi. Bu özelliğiyle tüm Amerikan askerlerince kabul edilmiş ve biçiminden gelen " t " harfi şekline esinlenilerek t-shirt olarak tanımlanmıştır. İkinci Dünya Savaşı sırasında Amerikan askerlerinin hem kara hem de deniz birliklerince giyilerek iyice popüler olan t-shirt, Amerika'yı etkisi altına almıştır.

T-shirt temelde iç çamaşırı olarak yerleşmekle birlikte fazla zaman geçmeden büyük bir çıkış yapmıştır. John Wayne, Marlon Brando ve James Dean TV ekranlarında bu giysiyi giyerek tüm Amerikan halkını şaşırtmışlardır. 1951 yılında Marlon Brando 'a streetcar named desire' adlı filmde giydiği ve vücudu gösteren t-shirtüyle izleyenleri hayretler içinde bırakmıştır. 1955 yılında t-shirtün üzerinde bir şey olmadan giyilmesi kabul edilmeye başlanır. 'Asi gençlik' filminde James Dean tarafından giyilen t-shirt o dönemin asi gençliğinin sembolü olarak değer kazanmıştır. 1960'larda t-shirtler boyanmaya ve üzerlerine baskılar yapılmaya başlayınca her zamankiden daha büyük bir ticari başarı sağlamıştır. Her türlü uygulamaya izin vermesi sebebiyle t-shirt moda sektörüne girerek yerleşmiştir.



2.2.1. Marlon Brando

20'inci yüzyılın başlangıcında ilk sırada Coco Chanel, ikinci olarak Christian Dior kadın modasını temelden dönüştüren isimler olmuşlardır. Kadınları korseden, uzun eteklerden kurtaran ve özgürlük kazandıran tasarımcılardır.

Birinci Dünya savaşı bittiğinde savaşla geçen zor ve ağır şartlar toplumları derinden etkilemiş ve sarsmıştır. Kapitalizm ile birlikte zenginler çoğalmış, kent kavramı gelişmiş, çalışma saatlerin azaltılması yüzünden "boş zaman" denen kavram gündelik hayata girmiştir.

Biten her savaşın sonrasında olduğu gibi teknolojiye ilerleme sağlanmış, yeni teknikler sayesinde dokumada yaşamın hızlı ritmine ayak uydurabilecek pratik kumaşlar üretilmiştir. Yeni keşfedilen kumaşlardan flanel ve liflerden suni ipek giyime yumuşaklığı ve dökümlülüğü getirmiştir. Pantolon askıları yeniden moda olmayı bekleyerek tarihe gömülmüş, ille de kravat kullanmanın gerekmediği, kemer ve fermuarın hayata girdiği, golf pantolonların, şort, bere, pijama, güneşlenme ve yüzme mayolarının adeta modernliğin simgesi sayıldığı bir dönem başlamıştı. Geometrik formların ve kesimlerin kullanılmasıyla kadına hareket özgürlüğü kazandırılmış. Erkek giyiminde ise gün içerisinde değişik giysiler giyebilmek için

bahane arayan 'Edward' stili çağın hızına ayak uyduramayınca yerini rahat, sıradan, şekilcilikten kaçan genç tasarımlara bırakmıştı.

İlk moda haftası, 1943 yılında New York'ta düzenlenmiştir. Amaç, Avrupa'ya seyahatin savaş nedeniyle güç olduğu o günlerde dikkatleri biraz olsun, modanın merkezi Fransa'dan Amerika'ya çekebilmektir. İşe yaramış, o ana kadar sayfalarını Fransız modacıların ürünleriyle dolduran *Vogue* gibi dergiler, Amerikan modasına da yer vermeye başlamışlardı. *New York'un Yedinci Caddesindeki üreticiler sentetik kumaşlar, daha hızlı üretim teknikleri ve hafif, birbiri ile değiştirilebilen giysiler ile denemeler yapmaya başlamışlardı.*¹³ Bu gelişmelerle 40'lı yıllarda New York hazır giyim doğduğu yer olmuştur.

*İngiliz ve Alman hükümetleri savaşın yarattığı kıtlık ve yokluk sonucunda en az kumaş, malzeme ve çalışma gücü gerektirecek sade ve gösterişsiz giysilerin arayışına girmiş, modacılar göreve çağrılarak bir dizi kadın ve erkek giysi prototipi tasarlanmasını istemişti. Bu çalışmanın sonucu ortaya çıkan giysiler dönemin moda silüetini oluşturuyordu. Ekonomik güçlükler giyimdeki abartılı, gereksiz, sıra dışı tüm detayları bir tarafa iterek, moda sade ve askeri bir çehre getirmiş, ağırbaşlı ve ciddi bir görünüme büründürmüştü.*¹⁴

Ekonomik gelişimden zenginliğe, yoksulluktan tüketici toplumuna kadar olan değişim tekstil alanında birçok köklü değişimlerin devam etmesine neden olmuştur. Yokluklar yaratıcılık için esin kaynağı gibidirler. Halklar biten savaşların sonunda eskileri elden geçirip yeniden kullanmak üzere kampanyalarla motive edilmektedir. Bu dönemde tekstilin içine düştüğü bunalımdan en çok ipek çoraplar nasibini almış, sürekli kaçıp yırtılması ve pahalı oluşu ile hem aile bütçesine hem de ülke ekonomisine verdikleri zarardan dolayı kamuoyunun sürekli tartıştığı konulardan biri olmuştur. Kadınlar karaborsadan ipek çorap alamadıkları zamanlar çıplak bacaklarının arkasına çorap varmış gibi, ipek çorabın dikiş izini çiziyorlardı. Veya yazlık yerlerde başlayan çorap giymeme modasına uyuyorlar ya da ayak bileklerinin üzerine kıvırdıkları şoset çoraplarla yetiniyorlardı. Her geçen gün daha da gözde olan pantolonları giymek de geçici çözümlerden biriydi. Fakat tüm bu

¹³ Mark Tungate, **Modada Marka Olmak**, s.27

¹⁴ Tarih Vakfı Yayınları **75 Yılda Değişen Yaşam Değişen İnsan Cumhuriyet Modaları** Ed. Oya Baydar s.56

geçici çözümler savaştan kısa bir süre önce keşfedilen ve 1939'da piyasaya sürülen "nylon"un yayılışı ile son bulmuştur. Çünkü nylonun sayesinde ucuz ve ipek çoraba göre son derece dayanıklı olan nylon çorap gündelik hayata girmişti. Savaşla birlikte ekonomik şartların ağırlaşmasıyla yapay elyaf üretimi artmış, viskos ve rayon (suni ipek) gibi dokumalar tekstil piyasasında ki yerini almıştı. *Selülozik bazlı kumaşların denemeleri yapılıyor ama sıcak tutamadıkları ve yıkanınca çekip buruştukları için ilgi görmüyordu. Bu yıllarda kanvas kumaş yıkanabilme ve dayanıklı olma özellikleriyle elbise, etek, ceket ve pantolon modasına girmiştir.*¹⁵ Kumaş desenleri ise biçideki kaybı azaltmak adına küçük ve tekrarlı motiflerden oluşuyordu. Savaş süresince büyük bir kumaş sıkıntısı yaşanmış ve giyim kuşam karneye bağlanmıştı.

İngiliz General Bernard Law Montgomery'nin giydiği "mont" dediğimiz kısa ceket savaş sırasında üniformalardan sonra halk arasında çok tutulmuştur. Yeni dokumaların keşfedilmesi, seri üretimin gelişimi, tüketimin özendirilmesi ile savaş boyunca askeri üniformaların etkisiyle ciddi bir görünüme bürünmüş olan erkek kıyafetleri renklenmiş ve ciddi havasından sıyrılmıştır. Yazlıklarda giyilen giysilerin şehirde de giymeye başlanması bu dönemin önemli değişimlerindedir.

Savaşın sona ermesiyle Paris, birkaç sene boyunca sallanan tahtını geri almakta gecikmemiş, ancak bu kez kendi kıtasında iki rakibi daha ortaya çıkmıştır: Londra ve Milano, çok geçmeden New York'taki etkinliğin bir benzerini organize ederek kendi moda haftalarını başlatmışlardır.

İkinci Dünya Savaşından sonra kısıtlamaların kalkması ile tekstil alanında gelişmeler ve teknikler yeniden araştırılmış, savaş sonrası kısıtlamaları ve ordunun ihtiyaçları liflerin ve kumaşların birçok uyarlamalarına neden olmuştur. 1940'lardan bu yana lif türü doğallardan suni ve sentetiklerin icadı ile biçim değiştirmiştir. Sanayi Devrimi ile bulunan tekstil makineleri geliştirilerek günün ihtiyaçlarına cevap verebilecek hale getirilmiş, ev tekstili ürünlerine yönelik en önemli teknik yenilikler bitim işlemlerine yönelik gerçekleştirilmiştir. Yanmazlık, buruşmazlık, leke tutmazlık gibi sayısı her geçen gün artan bitim işlemleri ürünlerin fonksiyonelliğini arttırdığı

¹⁵ Tarih Vakfı Yayınları **75 Yılda Değişen Yaşam Değişen İnsan Cumhuriyet Modaları** Ed. Oya Baydar s.57

gibi, estetik kaygılarla yapılan teknik yenilikler kumaşları çok daha göz alıcı hale getirmiştir.

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra Chanel ve Dior'un başlattıklarını sürdüren bir diğer isim ise Yves Saint Laurent olmuştur. Savaşın yaralarının sarılmasının ardından Avrupa'da hayatın hemen hemen her alanında başlayan daha fazla özgürlük arayışlarını moda sahnesine taşıyan Yves Saint Laurent özellikle kadının modern toplumdaki değişen rollerini yansıttığı "kendine güvenen kadın" tasarımlarıyla "Moda" kavramının çehresini değiştirmiştir.

Yves Saint Laurent'in kloş etekler ve ceketlerden oluşan ilk koleksiyonu sansasyon yaratmış ve 50'lerin modasını belirlemiştir. Toplum içinde kadının kendine giderek daha fazla güvenen rolünü yansıtan Laurent'in tasarımları asil ve seksiydi. Yves Saint Laurent, hazır giyimi popülerleştirmiş, süveterleri, safari ceketleri ve pantolon- ceket takımlarıyla, kadınların giyim tarzını baştanbaşa değiştirmiştir. 1959'da verdiği bir röportajda, kadınları moda aracılığıyla özgürleştirmeye çalıştığını ifade etmiştir. İkinci Dünya Savaşı'nın ardından yaşanan özgürleşme hareketi içerisinde kadınlara tasarımlarıyla eşlik etmiştir.

Yves Saint Laurent'in de sonuna yetiştiği bir kuşak, İkinci Dünya Savaşı'nın ardından adeta Avrupalı toplumların moda algılarıyla oynamış. 1950'li yıllarda kafalarda katılmış anlayışlar alt üst olmuş. 50'li yıllarda kadınların pantolon giymesi bir çeşit devrim sayılmış, pantolon, smokin giyen kadınlar lokantalardan, restoranlardan ya da kulüplerden atılmışlardır. Yves Saint Laurent'in o zamanlar tasarladığı smokin, pantolon, saydam kumaşlardan elbiseler devrim niteliğindeki yenilikler olmuştur.

Tekstil alanında makineden iplik türüne, desenlendirme tekniklerinden bitim işlemlerine uzanan neredeyse takip edilemez hale gelen hızlı değişim tasarım alanına da yansiyarak çok uluslu şirketlerin gelişimi ile doğudaki tekstil endüstrisinin gelişimi de güçlenmiştir.

1960'larda ekonominin gelişimi ve genç nüfusun artması giysilik ve ev tekstili ürünlerinin tasarımında köklü değişimlere neden olmuştur. Bu dönemde desenlerde çağdaş sanat da çok etkili olmuş, Op-Art desenler, şablon baskı desenler,

fotografik teknikler, Andy Warhol gibi sanatçıların etkileri ile kendini göstermiştir. 1960'ların sonlarında tasarımcılarda nostalji hissi uyanmış ve Art Nouve, Art Deco ve Victorian Dönemine odaklanılmıştır. Desenlerin boyutu büyümüş ve parlaklaşmış, stilize edilmiş çiçekler sıklıkla kullanılmıştır.

Feminist hareketin palazlandığı 1960'lı yıllarda Yves Saint Laurent sutyensiz giyilebilen bir bluz piyasaya sürdü. Kadınların kendilerini erkeklerden ayıran bir ilave çamaşır olduğunu düşündükleri sutyenleri atmak için iyi bir fırsat yakaladıklarına inanan feministler "sutyenlerinizi yakın" hareketi başlattılar. Ancak sutyen denilen nesne kadınların vazgeçilmez bir öğeleriydi artık. Hareket tutmamıştı.

Ceket ve paltolarda kullanılan kumaşlar yeni dokumalarla hafiflemiş eskiden var olan kalite eşittir ağırlık inancının değişmesine sebep olmuştur. *Sentetiğin, petro kimyasal elyaflar ile kullanımından doğan perlon ve naylonun, poli akrilik orlon ve dralonun, polyester bazlı terilen gibi yeni kumaşların büyük etkisi olmuştur. 60 kuşağının çok sert, rahatsız, yeterince hava almadığı için sağlıksız bulacağı bu garip isimli kumaşlar, alıcılara sihirli formüller içeren bileşimler olarak sunulmakta, reklâmlar kadının ütü esaretinden kurtulduğunu müjdelemekteydi.*¹⁶

Seri üretimin gelişmesiyle moda son derece hızlı şekilde yayılmaya başlamış buna bağlı olarak da tüketim artmıştı. Giyimde çeşit geçmiş dönemlere göre fazlaşmış, neredeyse "at gitsin" modasını başlatacak kadar ucuz hazır giyim dönemi başlamıştı. Artık sadece tüketmek moda olacaktı.

¹⁶ Tarih Vakfı Yayınları **75 Yılda Değişen Yaşam Değişen İnsan Cumhuriyet Modaları** Ed. Oya Baydar s.64

3. TEKSTİL TÜKETİCİSİ AÇISINDAN KOŞULLARIN DEĞİŞİMİ VE GELİŞİMİ

3.1. Hızlı Tüketim

Tüketim toplumu Batı'da sanayileşmenin sonucunda ortaya çıkan toplumlara anlatmak için kullanılan bir terimdir. On dokuzuncu yüzyılın ikinci yarısından itibaren teknolojinin gelişimi ile geniş halk kitleleri endüstri merkezlerine toplanmış ve yeni bir toplum biçiminin ortaya çıkmasına ön ayak olmuştur. Teknolojinin gelişmesi, yeni üretim biçimlerinin geliştirilmesi ile kitlesel üretimin büyümesi tüketimi körüklemiştir.

Önce 20. yüzyılın başlarında ABD'den Batı Avrupa'ya yayılan daha sonra sosyalist ülkeleri etkisi altına alarak çağa damgasını vuran tüketim zihniyeti, toplumların zayıf yönlerinden faydalanarak bireyleri tüketim tuzağına çekmek üzerine kurulmuştur. Etkileri günümüze dek gelen Amerikan yaşam tarzı bu tarihlerde başlamıştır. Kitlesel üretim ve tüketim basın ve reklâm sayesinde beslenerek Amerikan halkı tüketim toplumu olmaya özendirilmiş, üretim artışıdaki hız tüketim artış hızından yavaş olduğu için ABD ve Batı Avrupa önce kendi toplumlarını tüketim toplumuna çevirmişler sonra da özellikle 3. dünya ülkelerini onların ekonomik kaynaklarını elde edebilmek adına tüketim toplumuna dönüştürmüşlerdir. Amerika Hollywood ve film yıldızları aracılığı ile tüketim toplumunun en kuvvetli adımlarını tüm dünyaya büyümlü modaları sunarak atmıştır. 1950'li yıllarda Barbie bebekler sayesinde geleceğin tüketicileri için daha küçük yaşlarında tüketime yönelik moda bilinci aşılanmaya başlanmıştır. Uluslararası pazarların büyümesi, lüks eşya ve lüks tekstil ürünlerindeki artış, feodal toplumun yerini şehirli sınıfların almaya başlaması ile tüketim ateşlenmiştir.

Seri üretimin hızla artması ile üretilenlerin bir an önce tüketilmesini sağlamak amacıyla üreticiler ve hükümetler çeşitli arayışlara girerek kitle iletişim araçlarını kullanmışlardır. Yazılı ve görsel basının yanı sıra günümüzde internette tüketim toplumunu yönlendirmede kullanılan başlıca kaynaklardandır.

Tüketici öyle bir noktaya getirilmiştir ki kişi neye ihtiyacı olduğunu düşünmeden ihtiyaçlarının medya tarafından belirlenmesine ve sunulan alternatiflere ancak evet-hayır diyebilecek kadar şuursuzlaştırılmasına izin vermiştir. Tüketime yönelik talep öylesine artmıştır ki insan içinde yaşadığı doğayı yok edeceğini bile bile tüketime

yönelmiştir. Tüketimi özendiren güçler toplumun zaafalarını tetikleyerek tüketimi vazgeçilmez hale getirmişlerdir. Sıradan düşüncelerin bile propaganda ve reklâm ile önem kazandığı bu dönemde kişi kendine ait hayatı yaşamayıp başkaları tarafından kurgulanmış bir hayatın oyunculuğunu yaptığının farkına bile varmadan yaşamaktadır. Çünkü tüketimi doğal ihtiyaçların temini olarak değil de ilerleme, mutluluk ve sınıf atlama olarak algılamaktadır. Globalleşme ile uluslararası markaların tüm dünyaya yayılması, mantar gibi türeyen yeni alışveriş merkezlerinin en gelenekçi toplumların bile tüketim alışkanlıklarını değiştirebildiği günümüzde insani ilişkiler yok denecek kadar azalmış ve yüzeyselleşmiştir. Kişi tüketerek her şeye sahip olarak, kendini toplumsal olarak diğer kişilerden ayırdığına inanır. Tüketerek tüketim toplumu ile bütünleştiğini anlayamaz bile. Çünkü tüketmek kişinin özgür iradesiyle gerçekleşmez. Bir şey satın almayı reddettiği zaman değil de ürünü satın aldığı zaman bireyselliğini kanıtlayacağına inandırılmıştır.

Kapitalizm tüketimi körükleyip, kişilerin arzularını yönlendirirken teknolojiden yararlanır. Ama bu teknolojiyi bütünüyle reddetmemizi gerektirmez; çünkü makinelerden, hayatımızın her sürecinde yararlanmak durumundayız.

Tüketim toplumunun kökeninde narsisizm kültürünün yattığını söyleyebiliriz. Çağımızda insanlar bencil ve içine kapanık yaşamaktadırlar. Herkesin sadece kendini mutlu etmeye çalıştığı dünyamızda kişilerin zararsız meşguliyetler bulması, kendini toplumsal ve siyasi olaylardan uzak tutması sözde sağlıklı, huzurlu ve güvenli bir dünya içindir. Medyanın ve reklâmların kışkırttığı bu fanteziler sayesinde sıradan insanlar kendilerini popüler şöhretlerle özdeşleştirmiştir. Reklâmlar tüketimi tam gaz kışkırtmaktadır.

Tüketim toplumunda muhteşem pazarlama teknikleri sayesinde aslında hiç de ihtiyaç duymadığımız ürünler sanki onlar olmadan yaşayamayacakmışız gibi bizlere lanse edilmektedir. Zorunlu ihtiyaçlarımız arasında olan bir ürün ya da hizmetin zaten reklâma ihtiyacı yoktur. Toplumlara dayatılan markadır. Kişide marka sayesinde güven uyandırmaya çalışarak, daha pahalı olanı, yararlı olsa da zararlı olma ihtimali de bulunan ürünü satmaya çalışmaktadır. Toplumun aslında var olmayan ihtiyaçları için bağımlılık yaratılıyor ki sistemli olarak tüketim devam edebilsin. Toplumda kişiler karşılıklı olarak kendilerine ait ipuçları verirler. Bunu dış görünüşleriyle, davranışları ile gerçekleştirirler. Çünkü insanlar toplumda kabul

görmek isterler. Toplumsallaşma insanın içindeki kabul görme dürtüsünü hep tetiklemektedir. Çünkü insanlar için önemli olan başkalarının onların hakkında ne düşündüğüdür. Kabul görme dürtüsünde başlangıç giyimdir. İnsanı gösteren giysisidir. Giysi kadına ve erkeğe satılan kişisel bir nesnedir ve tüketimin en çok uygulandığı alandır. Geçmiş dönemlerde tutumlu olmak bir erdem sayılırken günümüzde reklâm ve tüketim ikilisi sayesinde maalesef tüketmek erdemlilik sayılmaktadır. Tüketimin artması insanın mutluluğu için gerçek anlamda doğru bir ölçü olabilir mi? Olamaz, ama sahip olmanın insana verdiği hazzın sonucunda kişiler tüketim toplumu olarak böylesine yanlış kodlanıp kurban edilmektedir. Hâlbuki ihtiyacının nerede bittiğini, fazlalıklarının nerede başladığını kestirebilen insanın arzu ve heveslerinden daha anlamlı amaçları vardır. Ama tüketmezsek çark yavaşlayacağı için başımızı sürekli değişen ve yenilenen ihtiyaçlarla döndürmektedirler.



3.1.1. Tüketime kodlandırılmış bir bebek!

20. yüzyılın başlarında moda on yılda bir değişirken, 2000'li yıllarda mevsimlik hatta mevsimlerin içinde bile değişmektedir. Victor & Rolf modanın hızlı gidişatına dur mesajı içeren 2008 Sonbahar koleksiyonlarında giysilerin üzerindeki kocaman "hayır" yazılarıyla bu hızlı gidişata dur demek istemişlerdir.



3.1.2. Victor & Rolf'un modanın hızlı gidişatına dur mesajı içeren 2008 Sonbahar koleksiyonu

Ünlü moda tasarımcılarının dahi rahatsız olduğu hızlı tüketimin sonucunda her şey öyle hızla tükeniyor ki, Oscar Wilde'ın bir sözünü hatırlıyoruz ister istemez: "Günümüzde insanlar her şeyin fiyatını biliyor, fakat hiçbir şeyin değerini bilmiyorlar."

3.2. Medya ve Reklâm

Medya'nın sözlük anlamı; "*mesaj taşıyan aracı ortam, iletişim kurma araç ve ortamları, kitle haberleşme ortamları ve vasıtalar*" dır .¹⁷

Etimolojik anlamıyla "aracilar" demektir. Yazılı, görsel veya sesli dağıtımı ve iletişimi sağlayan, mesajların toplum içine yayılmasını sağlayan yöntemlerin tamamıdır. Bu yöntemler önce yazı ve kitap, sonrasında gazete, dergi, radyo, televizyon ve günümüzde ise son derece kolay ulaşılır olması, sınırsız avantajlarıyla hayatımızda başköşeye oturttuğumuz internettir.

¹⁷ TDK, s. 1524

Yazılı basın dönemi Gutenberg tarafından 1438 yılında matbaanın icadı ile başlamıştır. 1473 yılında ilk kitap Lyon'da yayınlanmış ve basılı haberler ilk kitabın yayınlanmasından sonra ortaya çıkmıştır. Fransa'da yayınlanan "occasionnel" ler ara sıra yayınlanan süresiz gazetelerdir ve 8 ila 16 sayfalık küçük boyutlu fasiküllerden oluşmuştur.

"Occasionnel"ler İtalya'da "bozuk para" anlamına gelen gazzetta'dan türetilmiş bir sözcük olan "gazette" adını almışlardır. Bu kâğıtları satın almak için kullanılan madeni para anlam kayması ile nesnenin kendisine adını vermiştir. ¹⁸

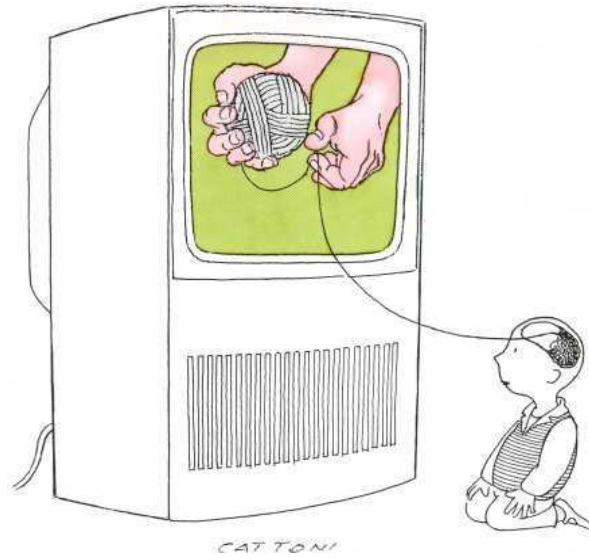
Fransızca "Reclame" sözünden dilimize geçen reklâm günümüzde dünyadaki en kapsamlı iletişim aracı haline gelmiştir. İngiltere'de British Museum'da sergilenen Mısır'da bulunmuş MÖ 3000 'li yıllarda papirüse yazılmış sahibinden kaçmış bir kölenin bulunması için yapılan duyuru ilk reklâm örneklerinden sayılmaktadır. Gazetelerde reklâmın kullanılması fikrini ise İngiliz basını başlatmıştır.

Herhangi bir ürün veya hizmeti tanıtarak kişilerin etkilenmeleri ve satın almaya teşvik edilir hale gelmeleri olarak tanımlanan reklâmlar hazırlanırken satılması istenen ürün veya hizmetin nitelikleri belirlenir ve kimlerin ihtiyaç duyacağı konusunda ön araştırma yapılır. Etkileyici tasarımlarla kişilere bu ürün veya hizmeti sunan reklâm için hazırlanan çalışmaların gazete, dergi ilanları, afiş, TV reklâm filmi vb gibi yollarla hedef kitleye ulaşması sağlanır.

Verilen hizmetler bu aşamada çok masumane görünse de medya hayatımızı sınırsız boyutlarda etkilemektedir. Bizi ne kadar yönlendirdikleri, tercihlerimizde ne kadar bağımsız olduğumuz ve gerçekte ne kadar özgür olduğumuz kocaman birer soru işaretidir. Hayatımızda dokunulmayan ve değiştirilmeye çalışılmayan hiçbir değerimiz kalmamış gibidir. Seçimlerimizi yaparken özgürce davrandığımız düşünülse de durum hiç de böyle değildir. Bu düzende neyi sevip neyi seçmemiz gerektiği önceden tasarlanmıştır. Medyanın görsellik üzerine kurgulanması ile toplumların güdülmesi kolaylaşmaktadır. Medyanın önlenemez etkisi toplumlar açısından bir tehlike arz etmektedir ve medya yeni "life style" ler üreterek toplumları böyle yaşamaya özendirerek tehlikeyi hep var etmektedir. Medya algılamamızı

¹⁸ Jean-Noel Jeanneney, Başlangıcından Günümüze Medya Tarihi, s.25

değiştirerek bizi kişiliğimizin dışında bir kişiye dönüştürebilir. Özellikle televizyon yapay gerçeklikler üretmede tüm duylulara hitap ettiği için çok başarılıdır. Toplumların medyanın uyuşturucu etkisinden kurtulabilmesi için eleştirel zekâlarını kullanmaları ve geliştirmeleri gerekmektedir.



3.2.1. Televizyon nasıl aptallaştırır!

Sinemadaki bir görüntünün tüketicilerin satın alma tutumlarındaki etkisinin ne denli kuvvetli olduğuna dair bir örnek; 1934 yılında Clark Gable'ın 'It Happened One Night' (Bir Gecede Oldu) filmidir. Gömleğinin içine atlet giymeyen Gable iç çamaşırını satış oranlarını bir anda düşürmüştür.

Audrey Hepburn zamanının moda ikonu olarak 'Roma Tatili' ve 'Komik Yüz' filmlerinde giydiği siyah kapri pantolonu, babetleri, boğazlı kazağı ve eşarbiyle ölümsüzleşen giyim tarzını tüm dünyaya yaymıştır.

Teenager kelimesini ilk defa 1950'li yıllarda Amerikalı reklâmcı J. Walter Thompson ergen gençleri ifade ettiği tüketici grubunu tanımlamak için kullanmıştır. Teenagerler büyüklerinin giyim tarzını reddederek özellikle film yıldızlarının etkisinde kalıp kendilerine uygun farklı giyim seçenekleri yaratmışlar, böylece savaşın bitimiyle başlayan Amerikan rüyası ve tüketim için bulunmaz bir müşteri kitlesi oluşmuştur. Özellikle Marlon Brando'nun 'The Wild One', James Dean'in

'Rebel Without A Cause' ve Marilyn Monroe'nun 'Bus Stop' filmlerinde giydikleri jean pantolonlar Amerikan gençliğinin simgesi haline gelmiştir. Jean pantolon Marilyn Monroe ve Brigitte Bardot'tan sonra kadınlar tarafından benimsenip giyilmeye başlanmıştır.

Kostümleriyle moda yaratan filmlerden biri de 1956 tarihli 'And God Created Woman' (Ve Tanrı Kadını Yarattı) filmidir. Brigitte Bardot bu filmde giydiği bikini ile o dönemin tutucu Avrupa'sına iki parçalı mayoyu tüm güzelliğiyle sunmuş ve kabul ettirmiştir.

Greta Garbo, Marlene Dietrich, Katherine Hepburn pantolon ve ceketlerle boy gösterince bu giysiler kadınların gardırobuna bir daha çıkmamak üzere yerleşmişlerdir.



3.2.2. Brigitte Bardo - Ve Tanrı Kadını Yarattı

1977 yılında Diane Keaton, 'Annie Hall' filminde üstünden dökülen bol pantolonları, geniş kenarlı şapkaları ve yelekleriyle moda yeni bir tarz sunmuştur. 1980 tarihli Amerikan Gigolo filminde Armani gardırobuna bürünen Richard Gere Armani etiketli takım elbise satışlarının patlamasına yol açmıştır. 1986 yılında Tom Cruise bir pilotu canlandırdığı 'Maverick' filminde her yanı armalarla kaplı bir mont giyerek gençler arasında bir akım başlamasına sebep olmuş ve moda dünyasında Maverick montlarının satış grafiği bir anda yükselmiştir.

2007 yılında Sarah Jessica Parker Stere and Barry firması ile anlaşılıp "Bitten" adını alan markayı kurmuş ve kampanya fotoğrafında "Moda Lüks Değildir" sloganını kullanarak "ulaşılabilir moda" düşüncesini vurgulamıştır. Tüketim ve moda kol kola gelişen bir olgudur. Reklâm medyanın ekonomik boyutudur ve kişinin bilinçaltına nasıl tüketeyeceğini ustaca yerleştirir. Reklâmın satmaya çalışıldığı ürün değil, günün koşullarına uygun olan sistemdir.

Gelişen teknolojiyle beraber medyanın daha etkin kullanımı, sahip olduğu inandırma gücünü arttırmakta ve toplumları inanılmaz boyutta etkileyebilmektedir. Bu sayede reklâmların hedef kitleleri her gün alışveriş merkezlerini turlayan, hep bir sonraki alışverişte mutluluğu arayan ve çevresindeki insanları da buna inandırmaya çalışan moda kurbanları olarak karşımıza çıkmaktadırlar.

Reklâmların dünyayı kurtaracağını savunan Sequela İletişimsizlik nasıl savaşı başlatırsa, iletişiminde barışı sağlayacağını belirtmektedir. Fakat reklamdan korkan, reklam kuşağı başlarken zapping yapan tüketici reklamdan bıktığını reklamcılara haykırmaktadır, çünkü tüketim toplumu artık tükenmiştir.

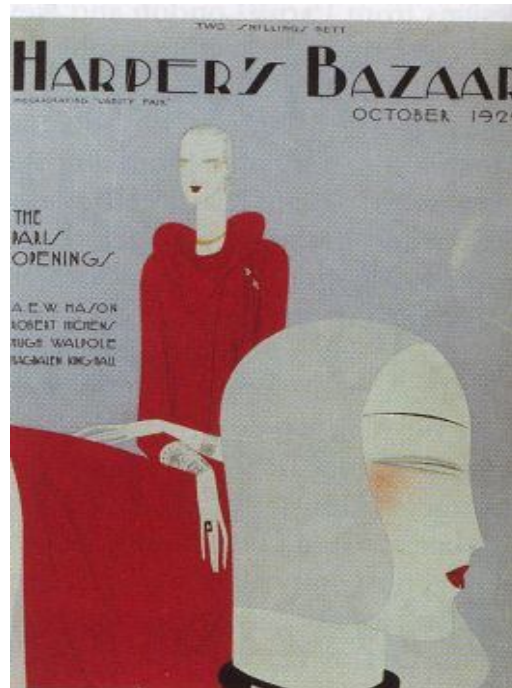
3.3. Moda Dergilerinin Oluşması

En eski dergi *Erbauliche Monaths-Unterredungen*'dir ve Hamburg'da yayınlanmıştır. (Örnek Aylık Düşünceler 1663–1668) En eski kadın dergisi ise 28 Şubat 1693 yılında Londra'da yayınlanan *Ladies' Mercury* adlı dergidir. Giyim, aşk, evlilik, aile içi sorunlar gibi konuların işlendiği dergi önceleri ayda bir, daha sonraları iki haftada bir olarak yayınlanmıştır. 1785 yılında Paris'te yayınlanan '*Le Cabinet des Modes*' dergisi ise moda alanındaki ilk kadın dergisidir. Dergi '*okurların modayı izlemek ve öğrenmek için komisyonculara avuç dolusu para kaptırmalarını önlemek ve kendilerini bu konuda eğitmek*'¹⁹ gibi bir misyon edinmiştir. 1770 yılının Ağustos ayında *The Lady's*, 1793 yılında *The Gallery of Fashion*, 1867'de *Harpers Bazar*, 1929'dan sonra adı *Harper's Bazaar* olarak devam etmiş, 1885'de *The Lady Magazine* ve 1892 yılında *Vogue* gibi köklü ve nitelikli yayınlar ön plana çıkmıştır. 19. yüzyılda kadın ve çocuk gibi belirli bir okuyucu kesimine ulaşan dergilerde resimlere daha çok yer verilmeye başlanmış, fiyatların düşmesiyle artan satışlar sonucunda reklâmların dergilerde daha fazla yayınlanmasına yol açmıştır. Giyim,

¹⁹ Nur Akdağ-T.Erdem, *Dünyayı Değiştiren Buluşlar*, s.101

mutfak ve ev işleri gibi konularda bilgiler verilmiş, bu dergiler moda alanında önderlik yapmaya başlamışlardır.

Vogue dergisi Arthur Baldwin Turnure tarafından kurulmuştur. Derginin ilk editörü sosyetenin renkli kişiliği Josephine Redding olmuştur. Önceleri sadece sosyetedeki bayanlara ve baylara hitap edecek moda odaklı olmayan haftalık bir dergi olması amaçlanmıştır.



3.3.1. Ekim–1929 tarihli Harper's Bazaar

1909 yılında Conde Nast'ın yönetiminde dergi, reklâm gelirlerini arttırmış ve kadın moda dergisi imajına bürünmüştür. En iyi illüstratör ve fotoğrafçılarla çalışılıp özgün kapaklar yapılmıştır. Böylece Vogue yirminci yüzyılın her on yılının sanat hareketlerini yansıtır olmuştur. Günümüzde Vogue dergisinin 1,3 milyonluk bir sirkülasyonu vardır ve 1892 yılından beri kadınların idolu gibidir. Her yazılanı tartışmasız uygulanan, kutsal bir kitap gibi moda üstündeki en büyük güç kaynağı olmayı günümüzde de sürdürebilen bir dergidir.

1897 yılında Baum vitrin düzenlemesi ile ilgili "The Shop Window" adlı dergiyi yayınlamıştır. Bir ürünü vitrinde görmek "*bakan kişide sergilenen mallara sahip olmaya yönelik bir arzu ve tamah uyandıracaktı*"²⁰ derken tüketim toplumunu yönlendirmeyi başaran ilk insanlardan olmuştur belki de.

1901 yılında dönemin ünlü fotoğrafçı ve illüstratörleri bir araya gelerek iki ayda bir yayınlanan "Femina" adlı dergiyi çıkarmışlardır. 1937 yılında Marie-Claire moda ve güzellik haberleri ile Jean Prouvost tarafından haftalık dergi olarak yayın hayatına başlamış, fakat 1942 ile 1954 yılları arasında dağıtımı durdurulmuştur. Bu yıllardan sonra yayın hayatına aylık olarak devam etmiştir. Dergide modanın yanı sıra dünya kadınlarının karşılaştığı güncel sorunlara da yer verilmiştir. Kadınların ihtiyaçları, sorunları ve mücadeleleri hakkında okuyucularını her zaman bilgilendiren derginin teması "güzel bir yüzden daha fazlası"dır. 1946 yılında Richard Avedon Harper's Bazaar için moda fotoğrafları çekmeye başlamıştır. Elle kadın odaklı moda, güzellik, sağlık ve eğlence ile ilgili makaleler yayınlayan 1946 Fransa doğumlu bir dergidir.

20. yüzyılda okuyucu kitlesinin artması ve teknoloji alanındaki yeniliklerle yüksek tirajlara ulaşan dergiler artan maliyetler yüzünden reklâmlara daha fazla yer vermeye başlamışlardır. Derginin ulaştığı kitleye belirli malların daha kolay tanıtılabilmesi reklâmcıların da dergilere olan ilgisini arttırmıştır. Fakat günümüzde internetin yaygınlaşması ile habere anında ulaşmak mümkün olmuş buna bağlı olarak dergi satışlarında azalma olmuş, reklâm pazarlarını kaybetmekten korkan dergiler yeni arayışlara girmişlerdir. Tüketici dergiyi her çevirişinde sayfanın birinde reklâm görmekten bıktığı ve doyurucu haberler bulamadığı için dergiye sadece bakar olmuş sonucunda okuyucu yavaş yavaş dergilerden kopmuştur.

Gerçek insanların sokakta olduğunun farkına varmaya başlayan dergiler kusursuz güzellerden ve kusursuz vücutlardan biraz da olsa vazgeçmeye başlamış ve sokaktaki insanları model olarak kullanmaya başlamışlardır. Bu sayede satış grafiklerinde bir yükseliş yakalamaya çalışmışlardır. Moda dergileri alışveriş tutkunları ve marka meraklıları için vazgeçilmez gibi gözükse de dijital dergiler yazılı dergiciliği olumsuz yönde etkilemektedir. İnternette kolayca ulaşılabilen haberler

²⁰ Theodore Zeldin, İnsanlığın Mahrem Tarihi, s.288

sayesinde bütün bilgiler bir tıkla elimizin altındayken ayda bir yayınlanan dergileri beklemek okuyucuya son derece sıkıcı gelmeye başlamıştır.

Moda dergilerinin yanı sıra sektördeki gelişme ve yenilikleri anlatan, firmaların güncel haberlerini bildiren, fuar ve sempozyum gibi faaliyetleri duyuran, elyaf-iplik, dokuma, boya, baskı, terbiye konularında ayrıntılı teknik bilgiler veren tekstil dergileri de vardır. Tekstil ve Teknik, Tekstil ve Konfeksiyon, Tekstil Teknoloji bu tarz bilgi ağırlıklı dergilerdendir.

3.4. Ticari Fuarların Önemi

Avrupa'da bulunan fuarlar yüzyıllar öncesine dayanır. İlk defa ticari yolların kesiştikleri yerlerde, yöresel pazarlar olarak ortaya çıkmışlardır. MÖ. 3. yüzyılda yapılan mal takaslarını en eski fuarlar olarak nitelendirebiliriz. Eski Yunan ve Roma'da kurulan agoraları da dönemin ticaret merkezleri olarak adlandırabiliriz. Tarihte bilinen ilk fuar Kral Dagobert'in 629 yılında Fransa'da açtığı Fiore de Saint Denis'tir. Günümüz fuar anlayışına göre ise ilk uluslararası fuar 1851 yılında İngiltere'de açılmış ve bu fuar için Crystal Palace inşa edilmiştir. 6 milyon kişinin ziyaret ettiği bu fuara 23 ülke katılmıştır. Daha sonra sırasıyla 1853 yılında New York'ta, 1855'de Paris'te, 1862'de Londra'da, 1863 yılında İstanbul'da uluslararası fuarlar açılmıştır. 1853 yılında açılan New York fuarını ziyaret eden kişi sayısı 4 milyondur.

Ticari fuarlar tek çatı altında toplanarak herkesin bir araya geldiği, binlerce firmanın ürünlerini sergiledikleri bir vitrin gibidir. Önceden belirlenmiş bir takvime bağlı olarak, düzenli aralıklarla gerçekleştirilen, teknolojik gelişmelerin, yeni ürünlerin tanıtımı, pazar bulması ve satın alınabilmesi için gerçekleştirilen organizasyonlardır. Uluslararası ticareti geliştirdiği gibi bilgi ve haberleşmeyi de sağlamaktadır. Alıcı ve satıcıyı buluşturarak pazar fonksiyonunu da üstlenen fuarlar da istenilen verimin alınabilmesi için öncesinde fuarla ilgili ön araştırma yapılması gerekmektedir. Fuarlar global gelişmeleri ve trendleri takip edebilmek için uygun zemin hazırlamaktadır. Ürünü keşfetmek, özelliklerini görmek, bizzat yaşamak için doğru adrestir. İlerleyen teknoloji hakkında bilgi sahibi olacağımız birer eğitim alanı gibidir. Fuarlara gereken önemin verilmesiyle yeni tasarımları

tanıma ve pazarlama şansı artar. Ürün veya hizmet veren firmalar varlıklarını sürdürebilmek için satış yapmak ve kar etmek zorundadırlar. Ticari fuarlar katılımcı firmalar için yeni ilişkiler kurarak satış yapmak ve sonraki aşamalarda rehberlik edecek bilgileri toplamak için önemli bir fırsattır. Dünya devletlerinin birbirlerini tanıması, aralarındaki ekonomik ve kültürel ilişkilerin canlandırılması ve üst seviyelere çıkartılması açısından çok önemlidir.

Günümüzde yurtiçi ve yurtdışı pazarlara ulaşmak için fuarlar büyük önem taşımaktadır. Fuar organizasyonları kitle iletişim aracı vazifesi görmekte ve hedef kitleye firma ve ürün hakkında bilgi verip en kapsamlı şekliyle tanıtmaktadır.

Fuarlar farklı ülkelerden ve kültürlerden insanları bir araya getirerek iletişimin canlanmasına ve kültür paylaşımlarına yardımcı olmaktadır. Başka şehir ve ülkelerden gelen katılımcı ve ziyaretçiler sayesinde birkaç günü kapsayan ticari bir canlanma sağlanmakta böylece ekonomiye de katkısı olmaktadır. O bölgedeki birçok işletmenin fuarla paralel olarak gelirinin artması söz konusudur. Fuarın düzenlendiği dönemlerde bölge halkı da birçok aktivitelerden yararlanma olanağı bulmaktadır.

Bir ürün ne kadar iyi ve kaliteli olursa olsun doğru bir şekilde tanıtılmazsa faaliyette bulunduğu sektörde başarı sağlayamaz ve iyi bir satış grafiği yakalayamaz. Firmaların rekabet ortamında öne çıkabilmeleri, pazarlama yöntemlerini uygulayabilmeleri, güçlü bir sinerji yaratabilmeleri fuarlara katılımları ile gerçekleşecektir.

Dünyada her yıl yaklaşık 195 adet tekstil fuarı alıcıları ve satıcıları bir araya getirmektedir. Bu fuarların bazıları köklü ve önemli fuarlardır. Paris Premiere Vision; moda-kumaş, Milano Intertext; moda-kumaş, Frankfurt Heimtextil; ev tekstili, Paris Texworld; moda-kumaş alanlarında faaliyet gösteren köklü fuarlardan sadece birkaçıdır. Tekstil fuarları genel olarak şu ana başlıklar altında toplanır. Tekstil ve Hazır Giyim, İplik Kumaş ve Tekstil Makineleri, Tekstil Kimyasalları, Teknik Tekstil Fuarı, Savunma Sanayi Teknik Tekstil, İplik Fuarı, İç Çamaşırı, Tekstil Örgü Makineleri, Hazır Giyim ve Moda Fuarı, Hazır Giyim ve Denim, Ev Tekstili Fuarı, Hazır Giyim Çocuk giyim.



3.4.1. Bread&Butter Design Fuarı

İlk defa Berlin’de düzenlenen Bread&Butter Marka fuarı önemli fuarlardan biridir. Sergilenen ürünler yaratıcı, tasarım odaklı, özgün, güncel ve kabul edilmiş markalardan oluşmaktadır. Bu fuara 2003 yılında bir Türk markası olan Mavi Jeans’ de kabul edilmiştir.

Fuarlarda gerçekleştirilen defileler ile tasarımcılar kreasyonlarını çok daha geniş kitlelere sunabilmektedir. Defileler moda tasarımcılarının çizgilerini pek çok kişiye tanıtma fırsatı sağlamaktadır. Moda fuarları bu anlamda markaların dünyaya tanıtılmasında önemli bir misyona sahiptir. Moda sektörünün ticaret hacminin artırılması, yeni iş bağlantılarının kurulması bu fuarlar sayesinde gerçekleşmektedir. Fuarlarda düzenlenen defilelerde ünlü modacıların yeni koleksiyonları moda severler ve alıcılarla buluşmaktadır. Son yıllarda çeşitli yarışmalarda derece alan genç tasarımcılara fuarlarda stant verilmesi de gençlerin desteklenmesi ve yüreklendirilmeleri için önemli bir fırsattır.

Uluslararası giyim fuarlarında açılan Tasarımcı Stüdyoları sayesinde özellikle genç tasarımcılar orijinal çalışmalarını sergileme fırsatı bulmaktadırlar. 2008 yılında Çin’de düzenlenen uluslararası fuara 98 ülkeden 32.000 den fazla ticari alıcı katılmıştır. Bu kadar yüksek katılımcı sayısının olduğu bir fuarda genç tasarımcılarında ürünlerini sergileyebilmesi isimlerini duyurabilmeleri açısından çok önemlidir. Bu tür istatistikler sayesinde fuarların ticari öneminin ne kadar büyük olduğu ve yeniliklerin ne kadar kolay duyurulabileceği daha iyi anlaşılmaktadır.

4. 1960'LARDAN GÜNÜMÜZE MODA VE TEKNOLOJİ İLİŞKİSİ

Tekstilin tarihi binlerce yıl öncesine dayanmaktadır çünkü giyim insanın önemli temel ihtiyaçlarından biridir. İnsanoğlu incir yaprağı ve postlardan sonra korunma amaçlı giyinmeye başlamış sonrasında da moda bir statü olarak tarihteki yerini almıştır. Endüstri Devrimi ile hız kazanan tekstil sanayinde 1960'lı yıllardan sonra yaşanan gelişmeler ise neredeyse bir devrim niteliğindedir. Sentetik liflerin icadı ile tekstilde bir patlama yaşanmıştır. Bu gelişmelerin birçoğu askeri alanda, uzay giysilerinde ve spor alanlarında yapılan araştırmaların sonucunda ortaya çıkmıştır. Savaşlardan yorgun çıkan dünya ancak 1950'li yılların sonları ile 60'ların başlarında teknolojik alanda bulmuş olduğu yenilikleri moda uygulamaya başlamıştır. Savaşmak için kullanılan teknoloji savaşların sona ermesi ile diğer alanlara kaymış böylece yenilikler moda alanına da yansımaya başlamıştır. Özellikle son yıllarda tekstil endüstrisi emeğin daha ucuz olduğu Asya ülkelerine kayınca ABD ve Avrupa sektörü yeniden canlandırmak için yüksek teknolojiye sahip tekstil ürünlerinin geliştirilmesine ve bu ürünlerin gündelik hayata geçirilmesine önem vermiştir.

4.1. 60'lı Yıllar

Sürekli iniş çıkışlar yaşayan dünya ekonomisi durgunluğun ancak 1964 yılında sona ermesiyle rahat bir nefes almış ve yaşam tarzlarında değişimler yaşanmaya başlamıştır. 60'ların en belirgin detayları; sınıf farklarının ortadan kalkması, terziliğin yavaş yavaş demode olması, ikinci el kıyafetlerin talep görmesi, kâğıt, plastik disk, deri ve PVC gibi çok çeşitli malzemelerin elbise yapımında kullanılmasının denenmesi olmuştur.

Teknolojik alanda yapılan ve modayı direk olarak etkileyen önemli bir buluş 1958 yılında icat edilen INVISTA'nın ticari markası LYCRA®'dir. *Lycra uzun zaman sadece çamaşırlarda test edilmiştir. Yağ, losyon ve deterjanın zarar vermediği, iyi boyanabilme özelliği ile lycra iç çamaşırının imajını değiştirmiştir.*²¹ Lycra kullanılarak yapılan ilk plaj giysileri 1960'lı yılların sonunda üretilmiştir. Bu giysiler kuruyken 100 gram ıslakken 175 gram ağırlığındaydı. 1930'lu yıllarda örgüden yapılmış bir mayonun ıslakken ağırlığı ise yaklaşık 3,5 kilo kadardı. Lycranın en

²¹ Kate Mulsey-Melissa Richards, Decades of Beauty 1890s 1990s, s.142

önemli özelliği çok çabuk kuruması ve vücuda oturmasından dolayı vücudu güzel göstermesidir. 1972 yılında Münih Olimpiyatlarında yüzücülerin giydiği naylon ve lycra ile üretilen ve "ikinci deri" diye adlandırılan mayolar büyük beğeni toplamıştır.

Lycra elastan elyaf ve diğer yüksek kaliteli esneyen elyafın pamuk, yün, deri, kaşmir gibi liflerle birleştirilmesinden oluşmaktadır. Vücuda uyum ve hareket özgürlüğü kazandırmasından dolayı giysilerde sıklıkla tercih edilmektedir. Bu yüzden lycra elyafı, iç giyimden plaj giysilerine, jeandem özel dikim giysilere, spor giyimden çoraba kadar geniş bir giyim yelpazesinde karşımıza çıkmaktadır.

60'lı yıllarda *Paco Rabanne* ve *Pierre Cardin* moda ile teknoloji arasında arabuluculuk rolünü üstlenmişlerdir.²² Farklı materyallerden ürettikleri giysilerle dönemlerinin fütüristik tasarımcıları olarak adlandırılmışlardır. Rabanne'nin tasarladığı kâğıt elbiseler 1967 yılında Paris'te La Gaminerie'de satışa sunulmuştur.



4.1.1. Paco Rabanne tasarımı bir giysi

²² Edi. Gerda Buxbaum, *Icons of Fashion the 20 th Century*, s. 94

Pierre Cardin 1963 yılında tüm dünyayı tayt ile tanıştıran Cosmocerbs koleksiyonunu sunmuştur. Geometrik şekilleri ve motifleri seven Cardin kadın formunu görmezden gelerek deneysel giysiler tasarlamıştır. *Daha kolay temizlenmesi amacıyla vinil, dacron ve PVC gibi materyaller kullanarak tasarladığı giysiler ilgi ve merakla karşılanmıştır.*²³



4.1.2. Pierre Cardin tasarımı elbise 1967

Sentetik elyafın bulunmasıyla tekstil sektöründe bir yenilik başlamışsa da 1960'lı yıllarda ABD'de belirmeye başlayan ve 1970'li yıllara damgasını vuran "hippi"ler içinde buldukları toplumsal düzeni ve otoriteyi reddettikleri gibi sentetik kumaşları da reddetmişlerdir. Kendini ifade etme çabasına giren gençler yerleşik değerlere baş kaldırmaya başlamış, çevre ve insanlığı ilgilendiren problemlerle uğraşmışlardır! Felsefe olarak aşkı, barışı ve doğayı benimsemişler, sanayi toplumuna ve savaşa karşı çıkmışlardır. Onlara göre dünya sadece üzerinde yaşayan canlılara aittir. Giysilerinde dünyanın çeşitli kültürlerinin özelliklerini taşıyan doğal kumaşlardan üretilmiş kıyafetleri kullanmışlardır.

²³ Edi. Gerda Buxbaum, Icons of Fashion the 20 th Century, s. 94



4.1.3. Hippi kız

Türlü takılarla zenginleştirdikleri uzun otantik giysileriyle doğunun mistik havasını ve felsefesini kıyafetlerine yansıtmışlardır. Pamuklu, kadife, yünlü gibi doğal dokumalar onların felsefesine çok uymuş, resimli ve yazılı tişörtler, bluejeanler bu dönemde çok kullanılmıştır. Ütülü pantolonlar, kravatlar unutulmuş, ceketlerin ve gömleklerin düğmeleri iliklenmeden giymeye başlanmıştır. Gençlerin gittikçe daha rahat etmesi, giysi üreticilerinin tasarımlarını gençlere özgü tasarlamalarını sağlamıştır. Piyasa yeni biçimler karşısında bocalamış, birbirini tamamlayan bir gardıroba sahip olmak istememe düşüncesi ekonomik krizle iyice bunalmış olan tekstil üreticilerini zor bir duruma düşürmüştür. Fakat hippie gençliği moda dünyasına aslında yepyeni bir kültür sunmuştur. Sektör kendine hemen bir çıkış yolu bulmuş ironik, mesafeli, zevksiz bir stil oluşturan genç nesile büyük bir özenle tasarladığı ihmalkâr görünümlü, defo izlenimli koleksiyonlar sunmuştur. Hippi akımı birçok ülke genci için felsefelerinden ziyade sadece giyim tarzı olarak ilham vermiştir. Londra'da bu dönemde Carnaby caddesinde ilk kez ikinci el kıyafetler satılmaya başlanmıştır. Bir zamanlar yoksulluk olarak nitelendirilen ikinci el bu dönemde şık ve eklektik sıfatlarını kazanmıştır.

4.2. 70'li Yıllar

1970'li yılların başlarında sinema ve televizyon neredeyse toplumun her kesiminin yaşam düzeyini belirleyecek şekilde etkisi altına almıştır. Bu yıllarda işsizlik, enflasyon ve 1973 yılı petrol krizi pek çok sektör gibi tekstil sanayini de etkilemiştir. Yaşanan petrol kriziyle birlikte doğal materyallerin önemi artsa da bu yıllarda doğal kumaşlar yerine sentetik kumaşlar tercih edilmeye devam etmiştir. Pamuklu ve yünlü gibi sağlıklı doğal kumaşlar yerini jarse gibi sentetik kumaşlara bırakmıştır. Moda ile ilgisi olmayan, yırtıkların ve fermuarların bolca kullanıldığı pantolonların, çengelli iğnelerin, rengârenk dik saçların bileşimiyle ortaya çıkan ve pasaklı bir imaj sergileyen Punk 70'li yılların şokudur.

Erkeklerin daha kadınsı, kadınlarınsa daha erkeksi giyinmesi bu yıllar için bir devrim olarak algılanmıştır. Kadınlar ne kadar erkeksi giyinseler de mini etek tüm dünyayı kasıp kavurmuştur. Çin'de soysuz giysi, İspanya'da asi işi, İran'da komünist marifeti olarak adlandırılrsa da moda sahnesine adım attığı her dönemde Rusya'da mini etek tavsiye edilmiştir!



4.2.1. 1970'lerin mini etekleri

70'li yıllarda Avrupalılar oryantalizme merak sarınca doğu esintileriyle beraber uçuşan şifon kumaşlar her yanı sarmıştır. Lycralı kumaşlar sayesinde bedeni sımsıkı saran streç giysiler, disco kavramıyla bütünleşen parlak kıyafetler 70'li yıllardan akılda kalan izlerdir.

4.3. 80'li Yıllar

1980'li yıllar rüküş ve çirkin yıllardır ama gene de moda damgasını vurmuştur. O yıllarda herkes nasıl görüldüğü ve nasıl daha iyi görüneceği ile ilgileniyordu. Başarıya götüren yolun giyimden geçtiğine inanılıyordu. Tabii bu inanışta Amerikan dizilerinin payını da unutmamak gerekir! 70'li yılların hippilerinden ve punklarından sonra her şey çok farklılaşmıştı. Büyük vatkalara, mini etekler, bileği dapdar plili pantolonlar başarıya götüreceği yolun parke taşlarıydı! Jüt kumaşların ortaya çıkışıyla kadınlar çuvallara sarınmış, kadınlar ve erkekler arasında giyimdeki farklılıklar yok olmaya başlamış, kadınlar da tam anlamıyla takım elbise giymeye başlamışlardır.

80'li yıllarda dokuma tekniklerindeki gelişmeler sayesinde yün ile lycra ve pamuk ile polyester ipliklerinin birlikte dokunabilmeleri mümkün olmuştur. *Doğal ipliklerle sentetik ipliklerin birleştirilmesi kumaşların boyanmasını kolaylaştırdı. Pamuklu ile polyester ve lycra ile yününün birlikte dokunması sayesinde daha rahat boyanan kumaşlarla kıyafetler renklendi.*²⁴

Su geçirmeyen kumaşlar 80'li yıllarda teknolojinin yeni bir buluşudur. Isı geçirmeme özelliğine sahip kayak kıyafetleri de spor giyim sektöründe çok tutulan yeniliklerdendir. Bu kumaşlardan üretilen montlar, yelekler gündelik giyimde ve spor giysilerde hemen benimsenmiştir. İlk gerçek anlamda nefes alabilen su geçirmez kumaş 1978 yılında Gore firması tarafından üretilmiş piyasaya 80'li yılların başında sunulmuştur. Gore-Tex kumaşları, Gore-Tex membranının dayanıklı teknik kumaşların üzerine kaplanmasıyla üretilmektedir. Gore-Tex kumaşlar her santimetrekaresinde 1,4 milyar adet gözenek içeren ince bir kumaş türüdür. Bu delikler öyle ufaktır ki sıvı durumda ki su zerreciği geçemez ama buhar molekülü geçebilir. Gözeneklerin her biri bir su damlacığından 20.000 kat daha küçük ama aynı zamanda bir su buharı molekülünden 700 kat daha büyüktür.

Gore-Tex ile naylon veya polyester gibi sentetik kumaşlar üzerine lamine edilerek su ve rüzgâr geçirmeyen, bunun yanı sıra nefes alabilen giysiler üretilir. Gore-tex kumaşlar karı, suyu ve rüzgârı dışarıda tutarken içeride biriken su buharını dışarı atarak daha kuru ve daha sıcak bir ortam yaratırlar. Suyu karşı

²⁴ Şaziye Karlıklı-Defne Tozan, Cumhuriyet Kıyafetleri, s.256

dayanıklı olan kumaşlar karlı ve ıslak ortamlarda belli bir yere kadar kişiyi koruyabilirler, kumaşın nefes alma özelliği kısıtlı olduğundan zorlu şartlara fazla dayanamazlar. Bir kumaşın tamamen su geçirmez özelliğine sahip olması için en zor koşullar altında bile su geçirmemesi ve nefes almaya devam etmesi gerekmektedir. Gore-Tex kumaşlar 65 PSI su basıncına kadar dayanabilirler. 85 kiloluk bir kişi oturduğunda pantolonda yaklaşık 3 PSI basınç oluşur, diz çöktüğünde ise diz bölgesindeki basınç değeri yaklaşık 16 PSI değerine yükselir. Gore-Tex malzemenin sahip olduğu basınç değeri en zorlu şartlarda bile kişiyi kuru tutmaya yetecektir.

Giysinin dış katmanı yeterince nefes alamazsa giysi ıslanır çünkü oluşan su buharı dış ortama atılamazsa içerde oluşan terden dolayı giysi içeriden ıslanacaktır. Islak koşullarda su geçirmezlik özelliğinin yanı sıra nefes alabilen bir giysi olması da gerekmektedir. Gore-Tex kumaşlar ise teri kumaşın üzerinden dış ortama rahatlıkla atabilir. Kumaşlardaki tüm dikişler Gore-Seam bant ile suya karşı yalıtılır. Bütün bu zorlu testlerden sonra giysi Gore-Tex'in su geçirmezdir etiketini alır.

Özellikle doğa sporları, askeri giyim ve askeri malzeme yapımında kullanılan Gore-Tex kumaş şehir hayatında kullanılan mont, eldiven, bot, ayakkabı gibi giysilerde de kullanılmaktadır. Spor yaparak sağlıklı ve zinde olmak 80'li yılların modasıydı. Aerobik çılgınlığı dünyayı sarmış bunun için üretilen fosforlu taytlar, bodyler, tozluklar gündelik yaşamda bile kullanılır olmuştur. Gündelik kıyafetlerde polyester kumaşlar daha az kullanılmaya başlanmış, tekrar doğal kumaşlara dönüş yaşanmıştır.

80'li yılların başında üç Japon tasarımcı Issey Miyake, Yohji Yamamoto ve Rei Kawakubo Paris'te ilk koleksiyonlarını sundular. Koleksiyonlarının kesimleri ve kumaşları çok farklıydı ve renkleri siyahtı. Batının alışılmış dikim tekniklerinin tersine Japon tasarımcılarının kat kat dikim tekniği gündeme gelmiş, avantgarde oluşlarıyla ve asimetrik tasarımlarıyla çok konuşulmuşlardır. Siyah giyim onların sayesinde gündelik hayatta kabul görmüştür. Sade, geometrik formları tercih etmişlerdir. Kesimlerin bollaşmasıyla vücut özgürlük kazanmıştır. *Miyake tasarımlarında teknolojiden faydalanarak kâğıt, pamuk, dönüştürülmüş ipek, sentetik elyaflar ve plastik kullanarak yeni ve sürpriz materyaller denemiştir.*²⁵

²⁵ Edi. Gerda Buxbaum, Icons of Fashion the 20th Century, s. 144

Kawakubo özel bir teknikle hazırladığı delikli örme koleksiyonuyla kadınların çektiği sıkıntıları anlatan markasının adını “Commes Des Garçons” (Tıpkı Erkekler Gibi) koymuştur. Tasarımlarını farklı ve yeni materyaller kullanarak gerçekleştirmiştir. Rei Kawakubo dünyanın anlaşılması en zor olan tasarımcılarından biri olarak nitelendirilmektedir. Hâlbuki Kawakubo'nun felsefesi son derece açık giysilerin güzel, renkli ve seksi olmadan da var olabileceğini kanıtlamayı istemektedir.



4.3.1. Rei Kawakubo tasarımı

Yohji Yamamoto mutlu insanlar istediğini belirterek, aynı havayı soluduğumuz iki ayrı dünya olduğunu söylemiştir. Tasarımcı şapkanın çatıya, elbisenin eve öykündüğü tasarımında kadınlara yardım edebilir miyim diye sorgulamaktadır. Yamamoto'nun *tasarımlarındaki öncü, şaşırtıcı ve deneysel avantgarde anlayışı* ²⁶ teknoloji ile bağdaşmaktadır. Deneysel tasarımlarını gerçekleştirirken ekolojik ve farklı kumaşlar ve farklı materyaller ile çalışmaktadır.

²⁶ Linda Watson, Modaya Yön Verenler, s.390



4.3.2. Yohji Yamamoto tasarımı

80'li yılların bir diğer moda devi de Giorgio Armani idi. Armani sonsuz sade bir şıklık sergiliyordu. "Non colour" denen griler, siyahlar ve kahverengiler en sevdiği renklerdi. "Greige" diye adlandırdığı gri ve bej karışımı renk ise favori rengiydi. Tasarımlarını zeki ve özgür ruhlu kadınlar için hayata geçiren Armani insanlara Armani giydikleri zaman asla hata yapmayacaklarını düşündürtecek kadar güven vermişti. Gaultier insanları şaşırtan seksi tasarımlarıyla adından söz ettiriyordu. 80'ler rüküş ve çirkin olarak hatırlanan yıllardı.

4.4. 90'lı Yıllar

1990'larda globalleşmenin ayak sesleriyle birlikte internet kullanımının artması, mesafelerin ortadan kalkması, bir anlamda modada da küreselleşmenin başlamasını sağlamıştır. Amerika'da çıkan 'grunge' müziği ile yeni bir akım başlamış, grunge temalı giyim 90'larda yırtık jeanler, oduncu gömlekleri ve postallar ile salaş giyim tarzının simgesi olmuştur. Marc Jacobs ilk grunge koleksiyonunu Perry Ellis markası için 1993 yılında hazırlamıştır. 'Umurumda değil' tavrını sergileyen grunge dünyayı etkisi altına almıştır.

İkinci el giysilere talebin gitgide arttığı 90'lı yılları herkesin her şeyi giydiği dönem olarak adlandırabiliriz. 90'lar çiçekli ve fırfırlı eteklerin, yüksek bel jeanlerin, daracık tshirtlerin ve kazak elbiselerin moda olduğu yıllardır. Viskoz ve krep

ipliklerden üretilen hemen hemen hiç kırışmayan esnek ve yumuşak kumaşlar kullanılmış, çevre ve doğa bilincinin artmasıyla bu yıllarda 'ekolojik moda' akımı önem kazanmıştır. Bu yeni akımın öncülüğünü Amerika yapmıştır. Ekolojik tekstil işlem görmemiş, yetiştirilirken böcek ilacı kullanılmamış ve zararlı boya renklerle boyanmamış kumaşların üretimidir. Eskiden bilinen doğal materyaller, keten, kenevir, yün, pamuk iken bambu, soya lifi, ahimsa ipeği gibi yeni doğal ürünlerde piyasaya girmiştir. Kumaşların üretim sürecinde üzerinde kalan kimyasal artıklar daima bir tartışma konusu olsada yinede eco-trend ve doğal lifler uzun soluklu olup önemi tam olarak kavranamamıştır. Ya da işlem görmemiş ürünlerin maliyeti daha pahalı olduğu için kolayca yayılıp benimsenmemiştir.

90'ların başlıca kumaşları keten, ipek, kaşmir, lycra ve özellikle dış giyim ile spor giyimde kullanılan polar kumaşlar ile sympatex membranıdır. 90'larda piyasaya sunulan sympatex membran esnek, su geçirmez, nefes alabilen dokusu ile dış giyimde sıklıkla tercih edilmiştir. Sympatex'in Gora-Tex'den farkı gözeneklerinin olmamasıdır. Polyesterden üretilen Sympatex membran yırtılmadan önce 3 kata kadar esneme özelliğine sahiptir. Lycra, pantolonlarda, jeanlerde ve yünlü kumaşlarda kullanılmıştır. Klasik polar kumaşı olarak kabul edilen Spun Polar Fleece spor giysilerin vazgeçilmez kumaşı olarak 90'larda piyasaya girmiştir. Tüylenemeyen (non-pilling) yüzey, çabuk alev almama, en ve boydan çekmezlik, soğuk geçirmezlik, çabuk kuruma ve hava geçirgenliği özellikleriyle spor giyimde ve gündelik kullanımda hemen benimsenmiştir.

90'lar Armani, Gucci, Versace gibi markaların gözde olduğu belli bir kesim için etiketin önem kazandığı yıllardı. Liz Hurley'in Versace imzalı 11 Mayıs 1994'de bir partide giydiği çengelli iğnelerle dolu kıyafeti çok konuşulmuştu. Versace teknolojiye yararlanarak *deri ve ipek, jüt ve altın, metal örgü ve değerli taşlar gibi birbirleriyle düşünülmemeyen kombinasyonları tasarımlarında gerçekleştirmiştir.*²⁷ 90'lı yıllarda moda kısa bir süre baş aşağı bir düşüş yaşamıştır. *Teri Agins The End of Fashion'da bunun nedeninin, kadınların kariyerlerini daha çok önemsedikleri için moda ile ilgilerini yitirmeleri*²⁸ olarak nitelendirmiştir. 'Rahat Cuma' kavramının diğer günlere de yayıldığı 90'larda giysilerin rahat ve işlevsel olması önem kazanmıştır.

²⁷ Edi. Gerda Buxbaum, Icons of Fashion the 20 th Century, s. 143

²⁸ Mark Tungate, Modada Marka Olmak, s.32



4.4.1. Versace tasarımı çengelli iğneli giysi 1994

Miyake "Pililer Lütfen (Pleats Please)" koleksiyonunda kullandığı teknikle ileriye dönük tasarımlarının sinyallerini 1993 yılında göstermiştir. Termoplastik polyester jarse kullanılarak oluşturulan kalıcı pililer kıvrılıp katlandığında dar alanlara sığabilmekte ve buruşmamaktadır. Miyake'nin pilili tasarımlarında giysi dikildikten sonra makinede pili verilmekte ve endüstriyel fırında şekillendirilmektedir.



4.4.2. Miyake tasarımı Pleats Please

4.5. 2000'li Yıllar

2000'li yıllara geldiğimizde uzay çağını andıran kıyafetler giyeceğimiz düşünülürken 11 Eylül sonrası birdenbire geçmişe özlem duyulmuştur. Geçmiş dönemlerin romantik giysileri uzay çağı giysileri hayallerimizi silip süpürmüştür. Hâlbuki Paco Rabanne'nin 1967 tarihli Hayat dergisinde şöyle dediğini okuyoruz; *"Kumaş çağı sona eriyor. Dünya dönüyor, zaman ilerliyor. Gelecekte çelik elbiseler, alüminyum etekler, çinko ceketler kullanılacak"*²⁹ Döneminin fütüristik tasarımcısı Rabanne'nin neredeyse 2010 yılına yaklaştığımız bu günlerde henüz haklı çıkmadığını görmekteyiz. Kumaş çağı sona ermediği gibi 2000'li yıllar kendi modasını dahi oluşturamamış yıllar olarak devam etmektedir. Geçen yılların aksine moda değişmiyor da sanki önceki senelerin ufak tefek değişiklikleriyle önümüze gelmektedir. 2000'li yıllar ortaya çıkan bunca stilin üzerine yeni bir akım oluşturamamıştır.

Oysaki geçtiğimiz yüzyıl giyim konusunda baş döndürücü bir hızın yaşandığı yüzyıldır. İçinde bulunduğumuz çağ teknoloji çağı, dolayısı ile teknolojinin moda tasarımıyla bütünleşmesi doğaldır. Gelişen teknoloji ile beraber su geçirmeyen, leke tutmayan, buruşmayan, kumaşların ötesinde tasarımlarda pek de çarpıcı bir değişiklik görülmemektedir. Kumaşların kalitesi ve özellikleri arttıkça teri atan tshirtler, kir tutmayan bluzlar, buruşmayan gömlekler hayatımıza girmiştir ama moda dergilerinde 2000'li yılları anlatan cümleler hep şu tarzdadır; 'Bu sezon modada 60'ların rüzgârları esiyor', 'vitrinlerde 70'lerin ışıltısı hissediliyor', cümleleri 2000'li yılların kendine özgü bir akım geliştiremediğini vurgulamaktadır. Tasarımlarda her şey denenmiş ve uygulanmıştır. Rifat Özbek modacıların en yaratıcısı benim için John Galliano'dur, ama o bile kendini tekrar ediyor derken, Yazbükey markasının yaratıcıları Emel ve Yaz modanın adeta sıkışmış durumda olduğunu ve yapılacak her şeyin yapıldığını belirtmektedirler.

Teknoloji günümüzde kendini sürekli tekrar eden moda da farklılık ve yenilik yaratmak için en önemli unsurdur. Kullanılan teknolojiyle üretilen akıllı kumaşlar sayesinde modanın geleceği biçimlenip yönlenmektedir. Isı, ışık, basınç, kimyasal gibi dış etkenlerle renk değiştirebilen kumaşlar, soğuk ve sığağa göre vücut ısısını

²⁹ Hayat Dergisi, 30 Kasım 1967, s.12

ayarlayan, kan şekerini kontrol edebilen, çocuğun terlemesi ve üşmesi gibi bilgileri ileten, sıvı döküldüğünde sıvıyı emmeyip dışarı veren, giysimizin güneşten aldığı enerji ile MP3 çalarımızı çalıştıran ve telefonumuzu şarj edebilen akıllı kumaşlar sınırlı üretilip belirli alanlarda kullanılsalar da zaman içerisinde toplumun büyük bir kesimine hitap edecektir. Örneğin Rhodia firmasının geliştirdiği *lif vücudun ısısını düzenleyerek kas yorgunluğunun sebebi olan laktik asit birikmesini % 35 oranında azaltmaktadır*.³⁰ Eman a adı verilen kumaş 2010 başında piyasaya çıkıp satışa sunulacaktır.

Teknolojide çığır açacak olan nanoteknoloji sayesinde tekstil ve hazır giyim sektörlerinde içinde bulunduğumuz yüzyılda büyük yenilikler olacağını sinyalleri şimdiden görülmektedir. Nanoteknoloji kumaşlara buruşmazlık, su geçirmezlik, leke tutmazlık, antimikrobiyalık, anti statiklik, UV koruyuculuk, yanmazlık veya güç tutuşurluk ve daha iyi boyanabilirlik gibi özellikler kazandırmıştır.

“Nano” kelime anlamıyla metrenin milyarda biri demektir. Gözümüzde canlandıramayacağımız kadar küçük yapıtaşları olan atomların nanoteknoloji sayesinde istediğimiz gibi düzenlenebilmesi sonucu hafif, dayanıklı, doğaya zarar vermeyen ürünlerin üretilmesi mümkün olmaktadır. Nano teknoloji maddelerin moleküler yapılarında değişiklik yaratan ve maddelerin yeniden düzenlenmesini sağlayan bir süreçtir.

Time dergisi tarafından “2002'nin en iyi buluşları” arasında Nano-*Tex* firması tarafından üretilen leke tutmayan pantolon kumaşı gösterilmiştir.

“Nano-pel ve nano-care” kumaşın dayanıklılığını arttırıp sudan ve lekeden koruyarak, kumaşa buruşmazlık özelliği kazandırmaktadır. “Nano-dry” rutubeti emerek kumaşın kuru kalmasını sağlamakta, “Nano-fresh” ise vücuttaki kokuyu emerek kişiye rahatlık sağlamaktadır. “Nano-touch” sentetik ürünlerin pamuksu bir görünüm almasını sağlamakta ve yumuşaklık kazandırmaktadır.

Nano teknoloji Levi's Dockers markası ile ilk kez erkek giyiminde kullanılmış, talep görmesiyle kadın giyiminde de kullanılmaya başlanmıştır. Kumaşın dayanıklılığının artması, sudan ve lekeden etkilenmemesi ve buruşmazlık

³⁰ CNBC-e BUSINESS Dergisi, Aralık 2009, s.32

özelliğinin olması ilgi görmesine neden olmuştur. Marks & Spencer, Next, GAP, Zara, Lee, Levi's, Nike ve H&M gibi firmalar bu teknolojiyi kullanmaktadır.

Kumaşa pek çok değer katan nano teknoloji ürünlerin daha pahalıya satılmasını sağlamakta, müşteri aynı gibi görünen iki ürün arasında kendisine daha çok avantaj sunan nano teknoloji uygulanmış ürünü alarak daha fazla ödemeyi göze almaktadır.

Günümüzde ozon tabakasının delinmesi ile insanlık için son derece yararlı olan güneş ışığı zararlı olmaya başlamıştır. UV ışınlarının dozu arttıkça maalesef yarar yerine çeşitli hastalıklara neden olmaktadır. Güneş yanığı, alerji, cilt kanseri, cildin erken yaşlanması vb. gibi. UV ışınlarının dozu ozon tabakasının zarar görmesi ile daha da artmıştır. Bu zararlı ışıklardan ancak UV koruyuculuğu yüksek kıyafetler giyerek korunabiliriz. UV koruyuculuğu kumaşın gördüğü terbiye işlemlerine ve lif, örgü, sıklık, gözeneklilik gibi yapısal parametrelere göre değişmektedir. Koyu renk pamuk kumaş sadece içerdiği boya sebebi ile 50 veya daha üstü SPF (güneş koruma faktörü) değerine çıkabilir. Yazın önerilen açık renkli kumaşların istenen SPF değerlerine ulaşması için liflere uygulanan UV absorblayıcı maddelere ihtiyaç vardır. UV koruyucu bitim işlemi için birçok uygun madde geliştirilmiştir.

UV ışınına karşı en etkili korumayı sağlayan lif yündür, ipek, keten ve pamuk lifleri yün lifini takip eder. Ham pamuk kumaşlar pektin, doğal pigmentler ve balmumu içerdiğinden UV ışınlarını absorbe ederek yüksek seviyede koruma sağlar. UV soğurma özelliği çok yüksek olan bir başka kumaş da boyanmış polyesterdir. Son yıllarda özellikle bebek ve çocuk giysilerinde, güneş ışığından daha fazla etkilenmeleri sebebi ile UV koruyuculuğu yüksek kumaşlardan üretilen giysiler tercih edilmektedir. Firmalar Mayo ve bikini koleksiyonlarının bir kısmını UV ipliği kullanılarak üretmektedirler.



4.5.1. Yun Ding tasarımı mayo

Yun Ding'in tasarladığı mayo fotokromik mürekkep ve UV ipliği kullanılarak üretilmiştir. Mayo güneşe, suya, sıcaklığa göre renk değiştirme özelliğine sahiptir.

“ LYCRA® spaFX™ ” modayı teknoloji ile buluşturan bir kumaştır. Mikro-kapsül teknolojisi kullanılarak üretilmektedir. Kumaşta bulunan geri toplama özelliği sayesinde E vitamini, deniz yosunu, Aloe Vera bulunan mikro kapsüllerin çatlayarak derinin yüzeyine etki etmesi sağlanır. Bu özellikler 35 yıkamaya kadar dayanmaktadır. Aloe Veralı kumaş bütün gün süren tazelik hissinin yanı sıra güzel kokular da yaymaktadır. 2005 yılında geliştirilen “ siyah Xtra Life LYCRA® ” gevşeme ve sarkma gibi sorunlara son vererek mayoların daha uzun süre dayanmasını sağlamaktadır. Rengini yıkama ve ısı uygulamalarına karşı korumaktadır. Yapılan testler sonucunda Xtra Life LYCRA® içeren kumaşlar esneme ve renk anlamında klorlu suda 180 saate kadar son derece iyi performans göstermiştir.

2008 İsviçre Teknoloji Ödülünü Schoeller Technologies ve Clariant International Ltd. firmalarının birlikte geliştirdikleri, tıpkı ozon tabakası gibi kızıl ötesi ışınları uzaya geri yansıtan ve UV ışınlarını emerek vücudu güneşin olumsuz etkilerine karşı koruyabilen bir kalkan vazifesi gören Coldblack Terbiye'ye verilmiştir. Davis kupasında yan hakem koleksiyonu için Coldblack Terbiye kullanılmıştır. Coldblack renk ve doku gözetmeksizin kullanıldığı her tekstil ürününde UPF 30+ koruma sağlamaktadır.

Yaşam standartlarının yükselmesi ile birlikte tüketicilerin farklı ihtiyaçlarının baş göstermesi, beklentilerin değişimi ve tüketicinin bilinçlenmesi, tekstil ve hazır

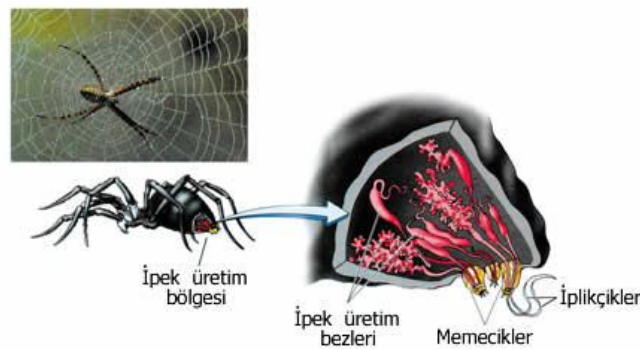
giyim sektörünü yeni hammadde ve üretim yolları bulmaya teşvik etmiştir. Son gelişmelerden biri de mobilya, dekorasyon ve aksesuar ürünlerinde kullanılan bambu bitkisinin tekstil ürünlerinde de kullanılmaya başlanmış olmasıdır. Bambu, tropikal bölgelerde yetişen, 3–4 yıl gibi kısa bir zamanda olgunlaşan bir bitkidir. Tekstilde kullanılan bambu lifi ise Asya kökenlidir ve Moso bamboo olarak adlandırılır. Bambu lifi doğal anti bakteriyel özelliği, nem tutma kapasitesi, yumuşaklığı, parlaklığı, UV ışınlarını kırma gibi özellikleri sayesinde tekstilde geniş bir kullanım alanı bulmuştur. Bambu lifi vücutta oluşan teri anında emmesi, serinlik hissi vermesi, anti bakteriyel olma özelliklerinden dolayı bayan ve erkek iç giyim ürünleri ile çoraplarda tercih edilmektedir. UV ışınlarını kırma özelliği sayesinde de yazlık giysilerde kullanılmaktadır. Anti bakteriyel oluşundan dolayı özellikle hastane giysileri, bandaj, maske gibi sağlığa uygun ürünlerde sıklıkla tercih edilmektedir. Bambu lifinden elde edilecek ürünlerde kimyasal antimikrobik madde ilavesi yapılmadığı için ciltte alerjik oluşumlar görülmemektedir.

Isırgan otu ise son yıllarda özellikle ilaç ve kozmetik sanayinde çok kullanılan bir bitkidir. Dayanıklı olduğu için Viking'lerin yelkenlerinin kumaşında kullanıldığı bilinen bu bitki İkinci Dünya Savaşında Alman askerlerinin kıyafetlerinde de kullanılmıştır. Pamuktan daha düşüktür maliyetlidir ve tarlaya bir kere ekildikten sonra 10 yıl ürün alınabilir. Bu bitkiden elde edilen kumaşlar kimyasal yollarla elde edilen kumaşlardan daha sağlıklıdır. İnsan vücudundaki nemi kısa sürede çekebilir, nefes alma özelliği ile vücudu terletmez. Kolay temizlenebilir ve daha az buruşur. Görünümü ipeksidir ve darbelere karşı son derece dayanıklıdır.

Askeri alanda kullanılmak üzere geliştirilen bir teknik de örümcek ipeğinden elde edilen ipliklerdir. Örümceklerin salgıladığı ipek bilinen tüm doğal ve yapay liflerden daha güçlüdür. Örümcek ipeği son derece dayanıklı ve esnektir. Bilim adamları örümceğin salgıladığı ipeği elde etmenin ipekböceğinden ipek elde edilmesi kadar kolay olacağını düşünmüşler fakat yapılan araştırmalar sonucunda direkt olarak alınamayacağını anlamışlardır. Böylece “yapay örümcek ipeği” üretme fikri doğmuştur. Danimarka'daki Aarhus Üniversitesi'nden evrimci zoolog Fritz Vollrath bu yöntem üzerinde çalışarak önemli bir yol kat etmiştir.

Örümceklerin ipeklerini asitleyerek sertleştirdikleri keşfedilmiştir. İpek önce sıvı proteinlerden oluşuyor. Bu sıvıyı kanalın içindeki hücreler çekiyor. Hidrojen tomları başka bir kanalda pompalanan suyu alıyorlar ve asit havuzu oluşturuyorlar. İpek proteinleri asit ile bir araya gelerek bir köprü oluşturuyor ve sonuçta son derece kuvvetli ipek oluşumu gerçekleşiyor. "Keratin" maddesi örümcek ipliklerinin hammaddesidir. Keratinin esnek hidrojen bağlarla bağlanmış amino asitlerden oluşması, ipeğe esnek olma özelliği kazandırır. Bu özellik Amerika'nın ünlü bilim dergilerinden Science News'de şöyle anlatılmıştır: İnsan ölçülerine göre, balık ağı boyutlarındaki bir örümcek ağı, bir yolcu uçağını yakalayabilir. Bu madde aynı zamanda saçlarda, tüylerde ve hayvan boynuzlarında da bulunmaktadır.

Bu iplikler kurşungeçirmez yelek yapımında kullanılan ve bir tür plastik olan Kevlar'dan daha sağlam ve daha elastiktir. Üstelik örümcek ipeği işlenip defalarca kullanılabilir. Çapı bir milimetrenin binde birinden daha küçük olan, çelikten beş kat daha sağlam ve kauçuktan daha esnek olan – kendi uzunluğunun dört katı kadar esneyebilen - bu maddeyi elde etmek için bilim adamları önce örümcek çiftliği kurup, ipliklerini almışlardır. 2,5 santimetrelik her bir örümcekte günde 320 metre yaklaşık 3–5 gram iplik elde edilmiş ve bu iplikler ABD ordusuna kurşungeçirmez yelek yapımında kullanılmıştır. Örümcek ipeği dünyanın çevresi boyunca dolanacak olsa ağırlığı sadece 320 gram gelir. Bu örnekten de anlaşılacağı gibi son derece hafiftir.



4.5.2. Örümcek İpeği

Örümcek ipeğinin kimyasal yapısı çözümlenip bire bir uygulandığında, esneyebilen emniyet kemeri, sağlam dikiş iplikleri, iz bırakmayan ameliyat iplikleri, kurşun geçirmeyen kumaşlar, son derece hafif paraşütler gibi çok sayıda faydalı ürün

üretilebilecektir. Üretimde hiçbir zararlı ve zehirli madde de kullanılmamış olacaktır. Bilim adamları örümceğin iç işlemlerini kopyalayabilir, protein katlanmasını başarabilir ve örgü maddesinin gen dizilimini bulurlarsa ipleri endüstriyel olarak üretmeleri mümkün olabilecektir. Ayrıca örümcek ipeğinin bir de şekil hafızası olduğunu bulmuşlardır. İplik burulma kuvvetini yok etmekte ve başlangıçtaki halini almaktadır. Olivier Emile başkanlığındaki ekip Rennes Üniversitesi'nde bu fikri kanıtlamıştır.

Japonya Shinshu Üniversitesi'nden Prof. Masao Nakagaki, ipek böceği yumurtalarına örümcek geni naklederek güçlü bir ağ geliştirmiştir. Bu ağ ile yapılan kadın çorabı, çelik yelek gibi ürünler denenmeye başlamıştır. İlk kadın çorabının 2010 yılında piyasaya çıkması beklenmektedir. Aynı çaptaki bir çelik telden 5 kat daha güçlü olan ürün tenis raketlerinde ve ameliyatlarda dikiş ipliği olarak da kullanılabilir.

Günümüzde mühendislik bilimindeki ilerlemelerin tekstil malzemelerine uygulanması sonucu teknik tekstil, akıllı tekstil gibi pek çok yeni ürün tekstil literatürüne girmiş bulunmaktadır. Tekstil ürünleri spor malzemeler, uçak, otomobil, bina ve yol yapımı gibi alanlarda da kullanılır olmuştur.

Kurşun geçirmeyen yelekler, kimyasal ve biyolojik maddelere karşı koruyan giysiler derken hayal olarak niteleyebileceğimiz pek çok yenilik bulunmuş ve hayata geçirilmiştir. Çünkü savaşlarda tüm askeri araçları kullanan insandır ve insanın hayatta kalması en önemli unsurdur. Askeri üniformanın içinde kişinin fiziksel durumunun takip edilmesi, iletişim teçhizatının olması, askerin yerini bildirecek bir düzeneğin bulunması, kamuflaj yapabilmesi, her türlü kimyasal, biyolojik maddelere, radyasyona ve ateşli silahlara karşı korunabilmesi ve tüm bu özellikleri barındırırken hafif ve hareket imkanını kısıtlamayacak şekilde olması gerekmektedir. Askeri alandaki bu yenilikler yavaş yavaş toplumun diğer kesimleri içinde kullanılabilir duruma gelmeye başlamıştır. İnsanın hayatta kalmasının önemini vurgulayan tasarımcı Yael Mer'in Londra'da Kraliyet Sanat Akademisi'nde açılan sergide sunduğu tasarım hayat kurtarıcı özelliği ile son derece dikkat çekmektedir. Önce şık bir eteklik görünümünde olan giysi acil durumlarda şişerek hayat kurtarma işlevi kazanmaktadır.



4.5.3. Yael Mer tasarımı giysi 'Canoe Dress'

Aşırı soğuk ve yakıcı sıcak arasındaki ısı değişiminin etkilerinden korunan ve değişen çevre şartlarına adapte olabilen giysiler ilk olarak uzay elbiseleri olarak karşımıza çıkmıştır. Bu teknoloji günümüzde aktif spor giysilerinde kullanılmaktadır. Corpe Nove isimli İtalyan firması ısıdaki alçalıp yükselmelere göre kolu uzayan ve kısalan bir giysi geliştirmiştir. Giysiye entegre olan elektronik parçalar sayesinde giyen kişinin kalp atışı, nefes alışığı, nabız ölçümü gibi hayati fonksiyonlarının takip edilebildiği hayat elbisesi (life shirt) bir akıllı tekstil ürünüdür.

Du Pont, Massachusetts Institute of Technology (MIT) ile birlikte farklı iplik kesitleriyle yapılmış, dış etkenlerin durumuna göre genişleyip daralan, ısıtan veya soğutan kıyafetler üzerinde çalışmaktadır.

Amanda Parkes tasarımı bu giyside giyenin hareketlerine göre enerji üreten bir donanım yer almaktadır.



4.5.4. Amanda Parkes tasarımı giysi

Philips'in, Levi's ile beraber ürettiği ilk giyilebilir elektronik ceket MP3 çalar ve cep telefonundan oluşmaktadır. Cekete yerleştirilmiş kulaklık ve mikrofondan oluşan giysinin satış bedeli 1000\$ dır. Çok da başarılı sayılmayan bu ceketin ardından Philips elektroniğin kumaşla içi içe geçeceği daha yüksek teknolojik giysiler üzerinde çalışmaktadır. Ses ve görüntü iletebilen teknoloji ile donatılmış giysiler gibi. Giysilere entegre olabilen bilgisayarlar, sensörler mümkün olduğunca küçültülmektedir.



4.5.5. M-Dress

*Normal bir sim kart ile çalışan M-Dress elbise İngiliz Cute Circuit tarafından üretilmiştir.*³¹ Elbise çalışıyor ve aramayı cevaplamak için el başa götürülüyor. Telefon cebinizde veya çantanızda olmaksızın elbisenin üzerindeki SIM kart yeterli oluyor.

³¹ Sabine Seymour, Fashionable Technology, s.38

Erik De Nijs tasarımı klavyeli pantolonun ise klavyesi kablosuz şarj edilerek kullanılıyor.



4.5.6. Erik De Nijs tasarımı klavyeli pantolon.



4.5.7. Huge Shirt

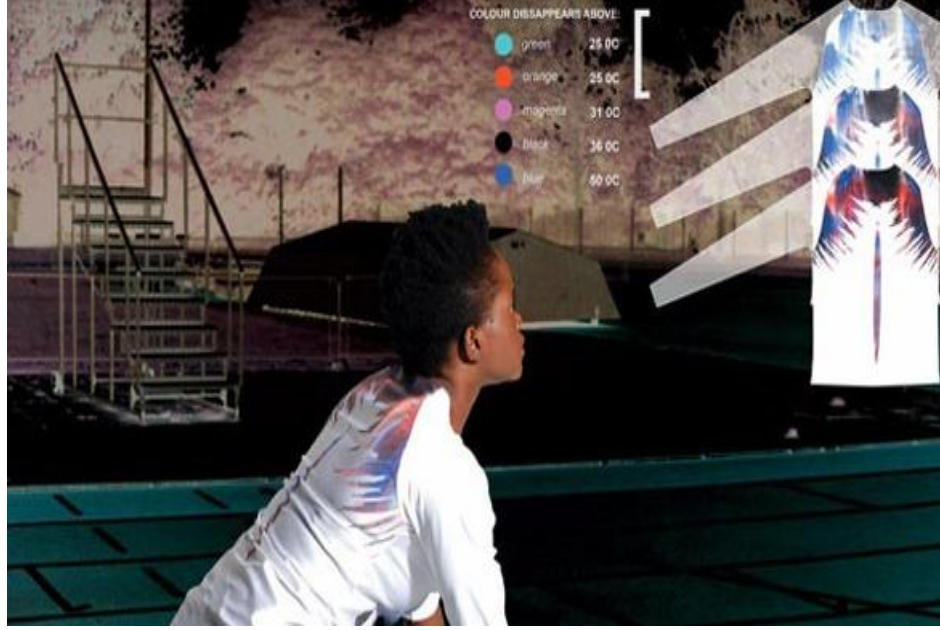
Huge Shirt kablosuz iletişim teknolojisi ile çalışan diğer bir giysidir. *Cep telefonundan giyen kişiye "sanal kucaklama " gelince vücut ısısını yükselterek çalışmaya başlamakta, basınç uygulanarak giyen kişide sarılma hissi uyandırmaktadır.*³² Kucaklayan kişinin kalp atışlarını hissetmek ise işin diğer bir ilginç yönüdür ve ürün yıkanabilme özelliğine sahiptir. Elektronik endüstrisi ve modanın işbirliği ile yaratılan fonksiyonel giysiler on yıl içinde çoğalıp gündelik hayatın içinde var olacağı benziyor.

³² Sabine Seymour, Fashionable Technology, s.40

Spor alanında kullanılmak üzere geliştirilen bir buluş da sürtünme direncinin azaltılmasıdır. Çünkü sürtünme direncinin en aza inmesi yüzücüler için çok önemlidir. Köpek balıkları üzerinde yapılan incelemelerde balığın derisinin şeritlerden oluştuğu anlaşılmıştır. *Şeritler, dikey su girdapları veya su spiralleri oluşturarak suyu balığın vücuduna daha çok yapıştırır ve suyun yüzmeye karşı direncini azaltır.*³³ Bu etki “Ribblet etkisi” olarak adlandırılır. NASA’da Langley Araştırma Merkezi’nde bu konu ile ilgili araştırmalar yapılmakta ve bu etki mayolar üzerinde uygulanmaktadır. Bu mayolar yeni lifler ve yeni dokuma teknikleri ile üretilmekte, yüzücünün vücudunu sımsıkı sararak suya en az direnç göstermesi sağlanmaktadır. Diğer mayolara oranla sürtünme direnci % 8 azalmaktadır. Sadece sporcuların değil gündelik hayatta yüzmeye karşı ilgisi olan herkesin kullanabileceği ürünlerdir.

ABD’de MIT laboratuvarlarında isteğe göre renk değiştirebilen elbise, çanta ve ayakkabılar üretmeyi planlayan araştırmalar yapılmaktadır. Bu teknoloji için kullanılan elektronik cihazla, özel bir silikon malzemeye elektron yüklenerek giysilerin istenen renge dönüşmesi sağlanır. İletken liflerin özel bir boyar madde ile boyanması sonucu elde edilen kumaşa elektrik sinyali verilmekte böylece giysinin rengi değişmektedir. Giysi veya aksesuar bu işlemle kısa zamanda renk değiştirebilir. Pille çalışan bu cihaza, cihazın üstünde bulunan klavyeden istenen rengin kod numarası girilerek işlem gerçekleştirilir. Fakat bu teknoloji şimdilik çok pahalıdır, mesela renk değiştiren bir erkek ceketinin değeri yaklaşık 10.000 \$ a mal olmaktadır. Öncelikle askeri giysilerin kamuflajında kullanılan bu özellik polislerin kullanım alanına göre de uyarlanmaktadır.

³³ Bilim ve Teknik, No.395, s.77



4.5.8. Kerri Wallace tasarımı rengi değişen t-shirt. Wallace tasarımı olan spor giysiler yüksek ısı veren ışınları seçen boyalardan yapılmış böylece giysilerin rengi vücut ısısına göre değişmektedir.

Yenilik ve Teknoloji fonu ile desteklenen bir araştırma sonucunda Hong Kong Polytechnic Üniversitesi'nde kendini temizleyebilen bir kumaş geliştirilmiştir. "Nanotechnology Centre for Functional and Intelligent Textiles and Apparel" (İşlevsel ve Akıllı Tekstil Malzemeler ve Nanoteknoloji Merkezi) isimli merkez 2 milyon\$'lık bütçe ile kurulmuştur. Bu araştırmada nanoteknoloji kullanılmıştır. Kumaş Lotus Nano yüzey dokuma teknolojisi ve nano fotokataliz teknolojisi kullanılarak üretilmiştir. Doğada bulunan lotus çiçeğinin yapraklarının kendi kendini temizleyebilmesinden yola çıkan bilim adamları lotus çiçeğinin biyotaklidi ve nano titanyum dioksit kaplama tekniğini birleştirerek bu kumaşı üretmişlerdir. Üretilen kumaş kir, koku, leke ve bakteriyi parçalayarak kumaşı korumaktadır. Nanoteknoloji boya ve yardımcı kimyasalların verimli ve az kullanılmasını sağlayarak maliyetlerin düşmesini sağlamakta ve kimyasalların çevreye verdiği zararı da en aza indirmektedir. Kendini temizleyebilen kumaş daha az sıklıkta yıkanacağı için çevre deterjan ve temizlik kimyasalları tarafından da daha az kirlenmiş olacaktır ve belki de bu kumaşlar sayesinde çamaşır makinesi tarihe karışacaktır. Kumaş UV

ışınlarına karşı da yüksek koruma sağlamakta geçirmiş olduğu işlemler sonucunda kumaşın yumuşak dokusu ve nefes alma özelliği kaybolmamaktadır.

Akıllı tekstiller gelecekte tekstil ve hazır giyim sektörünün önemli bir bölümünü oluşturacaktır. Akıllı tekstil ürünleri etki değişikliklerini algılayabilecek ve buna tepki verecek şekilde üretilmektedirler. Ürün etkiyi algılayıp tepki veriyorsa "aktif akıllı tekstil ürünü" adını almaktadır. Örneğin bir kumaş kolormatik özellikteki boyarmaddeyle boyanmışsa, ışığa göre kumaşın rengi koyulaşıp açılıyorsa bu ürüne "aktif akıllı tekstil ürünü" diyebiliriz.

Boydak Grubu şirketlerinden İstikbal "Biocare" adı verilen özel bir kumaş geliştirmiştir. Bu kumaş cihazlardan yayılan manyetik dalgaları emme ve yayılmasını önleme özelliğine sahiptir. Günümüzde cep telefonları, mikrodalga fırınlar, radyolar, televizyonlar, trafolar gibi pek çok cihaz zararlı elektromanyetik dalgalar yaymaktadır. Zararlı non-iyonize dalgalar stres, uyku bozukluğu gibi pek çok hastalığa neden olmaktadır. Firma 12,5 milyon dolarlık Ar-Ge yatırımı yapmış Biocare için 1milyon TL bütçe ayırmıştır. Kumaş nano teknoloji ürünü ipliklerle özel bir örgü sistemi kullanılarak üretilmiştir. TÜBİTAK'ta yapılan incelemelerde elektromanyetik dalgaların % 98,5 oranında engellendiği tespit edilmiştir. Ayrıca Alman Hohenstein Enstitüsü tarafından yapılan testlerde üzerine bırakılmış bakterileri % 99.95 oranında yok etmiştir. Bu ürün ilk olarak yatak ve ev tekstili ürünlerinde kullanılmıştır. Fakat sonraki aşamalarda tıbbi görüntüleme cihazlarının olumsuz etkilerinden korunma amaçlı üretilecek giysilerde, koruyucu giysi olarak, sağlık çalışanları, hamileler ve bebek giysilerinde, savunma sanayinde, haberleşme sistemlerinin elektromanyetik etkilerinin azaltılması gibi pek çok alanda kullanılabileceği öngörülmüştür. Esquad firmasında aynı şekilde *kapüşonu ve kalbe yakın noktaları elektromanyetik dalgaları engelleyici* bir sweat-shirt'ü piyasaya sürmüştür. *Ürün 2010 yılından itibaren geniş kitlelere sunulacaktır.*³⁴

Geçmiş dönemlerin modalarını 2000'li yılların tasarımlarında teknolojik akımlara uyarlanırken görmekteyiz. Bu yüzyılda akıllı kumaşlara uygulanmış farklı dokulu kumaşlardan tasarlanmış fonksiyonel giysiler insanlığa hizmet edecektir. Modanın daha çok fonksiyonelliğe önem vermesinin nedeni bu yüzyılın insanın

³⁴ CNBC-e BUSINESS Dergisi, Aralık 2009, s.32

rahatına düşkün olduğu için kullanışlı giysileri tercih etmek istemesidir. Kesimlerde net hatlar ön plana çıkarken, soğuk renkler, gümüşler ve mavilere gözümüz alışmıştır. Bu detaylar futuristik akımın özelliklerini yansıtırken, diğer bir trend de doğaya dönüşü yansıtmaktadır. Örumcek ipeği, bambu, ısırgan otu derken biyomimetik çağına giriyoruz. Artık doğaya dönmenin zamanı gelmiştir. Teknolojiyi kullanarak önce sorunları var eden insanoğlu sonra doğayı örnek alarak sorunları ortadan kaldırmaya veya en aza indirmeye çalışmaktadır. Doğaya dönüş trendinde doğayı anımsatan kahve, krem, yeşil tonları göze çarparken, siyah ve beyaz vazgeçilmeyen renkler olmaya devam etmekte ve rahat kesimli modeller tercih edilmektedir. Kumaşlar organik, doğal lifli kumaşlardır. Doğaya dönüş yapan modacıların başında Stella McCartney, Oscar de la Renta ve Versace gelmekte ve bu modacılar ekolojik kumaşları kullanarak tasarım yapmaktadırlar.

Doğaya dönüş akımıyla beraber Vintage giyim de bitpazarına nur yağdı dercesine önem kazanmıştır. Yirmi birinci yüzyılın başında sanki geleceğe yönelmekle doğaya dönüşün arasında sıkışıp kalmış gibi görünürken en doğrusu iki akımı da aynı potada eritip sentezleyebilmektir. Moda içinde bulunduğumuz yüzyılda sanat, teknoloji ve entelektüel faktörlerin kaynaşmasıyla yepyeni bir kavram oluşturacaktır.

Moda tasarımcıları alışveriş ve pazarlama kaygısı duymadan sadece problemlere cevap arayan deneysel tasarımlar da yapmaktadırlar. Bu tasarımları yaparken kimi zaman teknolojiden de faydalanmaktadırlar. İnsanları silkinip düşünmeye zorlayan, geçmişi ve geleceği sorgulayan, mesaj veren hatta insanları rahatsız eden ve çoğu kimsenin anlayamadığı tasarımlardır. Çünkü tasarımcı rahatsızlıkları içinde hisseden kişidir. Tam anlamıyla yaratıcı olabilen tasarımcılar bu rahatsızlıklarını deneysel anlatımlarıyla dile getirirler. Kimi zaman da modern dünyanın risklerine karşı olası bir felaketi –sel, deprem vs.– önleyebilmek için koruma amaçlı düşünülen ya da fonksiyonellik kazandırılan giysiler olarak da karşımıza çıkabilirler. Belki de gelecek yıllarda kullanımımıza sunulacak olan bu giysiler gerçekten de şu aşamada sadece deneysel çalışmalardır.

Deneysel tasarımlarıyla dünyada kendilerinden en çok söz ettiren modacıların başında Hüseyin Çağlayan, Yohji Yamamoto, Rei Kawakubo, Junya Watanabe

gelmektedir. Çağlayan günümüzün sosyal, politik ve ekonomik oluşumlarından etkilenerek felsefi bir boyutla tasarımlarını hayata geçirerek giysileriyle heykele, mobilyaya hatta mimariye göndermeler yapmaktadır. Tasarımlarında akıllı tekstil ürünlerini ve ekolojik kumaşları tercih etmektedir.



4.5.9. Hüseyin Çağlayan'ın 'Göç' adlı koleksiyonundan aynı zamanda sehpa olabilen etek tasarımı.



4.5.10. Hüseyin Çağlayan'ın 'Göç' adlı koleksiyonunda koltuk kılıflarını çıkartarak üzerlerine giyen modeller bu koleksiyonu 2000 yılının Şubat ayında Londra Moda Haftasında sunmuşlardır.



4.5.11. Junya Watanabe tasarımı giysi



4.5.12.Japon kuşanın yeni ismi Junya Watanebe en karmaşık yorumları yapan modacı sıfatını taşımaktadır.

5. SONUÇ

Endüstri Devrimi ile hız kazanan tekstil sektöründe özellikle askeri alanda, uzay giysilerinde ve spor alanlarında yapılan araştırmaların sonucunda bulunan yeniliklerin gündelik hayata girip benimsenmesiyle neredeyse bir devrim yaşanmıştır. Savaşlardan yorgun çıkan dünya ancak 1950'li yılların sonlarına doğru teknolojik alanda bulmuş olduğu yenilikleri moda uygulamaya başlamıştır. 60'lı yıllardan sonra yeni sentetik liflerin elde edilmesi, liflerin yapısını değiştirmeye kadar giden süreçte -akıllı tekstillerin önemli bir kısmı prototip aşamasında olsalarda-fonksiyonellikleriyle hayatımıza girmişlerdir.

2000'li yıllara geldiğimizde ise uzay çağını andıran giysiler giyeceğimiz hayal edilirken bu beklentiler gerçekleşmemiştir. Dokuma tekniklerinin gelişmesi ile kumaşlar hafiflemiş, nano teknoloji ile mikro boyutlarda üretim yapılmış ve liflerin yapısını değiştirmek mümkün olmuştur. Nano teknoloji sayesinde su geçirmeyen, leke tutmayan, buruşmayan kumaşlar hayatımıza girmiştir. Isı, ışık, basınç, kimyasal gibi etkenlerle renk değiştirebilen kumaşlar, soğuk ve sıcaklığa göre vücut ısısını ayarlayan, kan şekerini kontrol edebilen, güneş enerjisi ile telefonumuzu şarj edebilen giysiler sınırlı üretilip belirli alanlarda kullanılsalar da zaman içerisinde toplumun büyük bir kesimine hitap edecektir. Bambu, ısırgan otu, örümcek ipeği gibi doğal ürünlerin kullanımı bu yüzyılın başında ki doğaya dönüş trendidir.

21.yüzyılda teknoloji sürekli kendini tekrar eden moda karşın hazır giyim endüstrisini önemli ölçüde etkileyecektir. Tüketiciler gelecekte giyimden ziyade gezi, eğlence ve yemek için para harcayacaklarından daha kaliteli giysileri satın alacak, farklı alanlarda kullanabilecekleri daha fonksiyonel giysileri tercih edecek ve uzun vadeli giyebilecekleri ürünleri seçeceklerdir. Akıllı kumaşlara uygulanmış farklı dokulu kumaşlardan tasarlanmış fonksiyonel giysiler insanlığa hizmet edecektir. Modanın daha çok fonksiyonelliğe önem vermesinin nedeni bu yüzyılın insanın rahatına düşkün olduğu için kullanışlı giysileri tercih etmek istemesidir.

Gelecekte giysilerimiz bize vücut fonksiyonlarımız hakkında bilgi verecek, tedavi edebilecek, kaybolduğumuzda bulunmamızı sağlayacak, zararlı ışıklardan koruyacak, tehlike anında uyaracak, yani sıcak ve soğuktan korumasının ve yakışmasının yanı sıra çok daha önemli işlevleri olacaktır. Geç tutuşurluğu

sayesinde yanmaktan kurtaracak, hemen şişebilen bir etek ile boğulmayı önleyecek başka bir deyişle giysiler hayatımızda edilgen değil etkin olacaklardır.

Pantolonumuz veya eteğimizin üzerinden kolaylıkla ulaşabileceğimiz klavyemizle bir tık uzaklığındaki bilgilere hemen erişebileceğimiz giysilerimiz hayatı kolaylaştıracaktır. Telefon, bilgisayar, müzik sistemi gibi teknolojik donanımlarımıza giysimizin herhangi bir bölümünden ulaşarak ofisimizi her an yanımızda taşıyabileceğimiz günler çok uzakta değildir. Giyilebilir elektroniklerle donanmış akıllı giysilerimiz belkide insanoğlunu bir gün uzayda yaşama hayaline yaklaştıracaktır. Giysilerimize entegre edilen makineler, vücudumuza oturan esnek tekstiller geleceğe yönelik düşlerin çok da uzak olmadığını habercisi gibidirler.

Giysilerimizi 3 boyutlu simülasyonlarda deneyip alarak alışverişte son noktaya ulaşacağımız mağazalar yakın bir gelecekte büyük alışveriş merkezlerinde yerlerini alacaktır. Şu anda sadece Prada'nın uyguladığı etkileşimli RFID (Radio Frequency Identification –Radyo Frekanslı Tanımlama) akıllı etiketler birçok satış noktasına ulaşacaktır. Akıllı etiketler personele stok takibinde kolaylık sağladığı gibi müşteriyi renk, kesim ve kumaş hakkında da bilgilendirmektedir.

Fonksiyonel, donanımlı, rahatlığı ve konforu ön planda tutan, hayatımızda etkin rol oynayan giysiler teknolojik olanakların modaya olan etkileridir. Günümüz insanı için moda rahatlık ve pratiklidir. Sıcaklığa göre kolu uzayıp kısalan bluzlar, vücut sıcaklığını tutup vücudu tekrar ısıtan giysiler, isteğe göre renk değiştirebilen kıyafetler, leke tutmayan, geç tutuşan, UV korumalı giysiler hayatımıza girip benimsenecektir. Endüstri Devriminden bu yana hayatın her köşesinde hissedilen hız giysilerimize de yansımıştır. Hayata yetişebilmek adına giysilerimiz pratik, rahat ve fonksiyonel olmalıdır.

6. KAYNAKLAR

Akdağ Nur- Erdem T., (2009), **Dünyayı Değiştiren Buluşlar**, Yeşil Elma Yayıncılık, İstanbul

Aksiyon Dergisi, (02.12.2000),M. Yaşar Durukan, sayı 313

Aksoy Atilla,(2007), **Yeni Reklâmcılık**, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul

Ana Britannica, (1990), Ana Yayıncılık, İstanbul

Ana Britannica, (1996), Ana Yayıncılık, İstanbul

Aytaç Gürsel, (2002), **Edebiyat ve Medya**, T.C. Kültür Bakanlığı- Kültür Eserleri, Ankara

Baker Patricia, (1993), **Fashions of a Decade the 1940's**, Londra

Baki Gülizar, (12 Ocak 2008), **'2000'li Yıllar Kendi Modasını Oluşturamadı'** , Zaman Online

Baudrillard Jean, (1997), **Tüketim Toplumu**, Çev. Ferda Keskin, Ayrıntı Yayınları, İstanbul

Baydar Oya Ed, (1999),**75 Yılda Değişen Yaşam Değişen İnsan Cumhuriyet Modaları**, Tarih Vakfı Yayınları, İstanbul

Bayıksel Şeyma Öncel, (Mart 2003), **"Kumaşlar Akıllanıyor"**, Kapital Dergisi

Bilim ve Teknik, (Ekim 2000), **"Köpekbalığı derisi-mayolar ve suyun direnci"** TÜBİTAK Yayınları, No.395

Bilim ve Teknik, (Ağustos 2005) **"Türkiye'de Nanoteknoloji"**, özel ek, TÜBİTAK Yayınları

Boğuşlu Mahmut, (1997), **Birinci Cihan Harbi**, Kastaş Yayınevi, İstanbul

Buxbaum Gerda (2000), **Icons of Fashion 20th Century**. Prestel, New York

CNBC-e Business Dergisi, Aralık 2009

Cresswell Lesley, (2002), **Textiles at the Cutting Edge**, Forbes Publications, London

Dereboy Elif Jülide, (2004), **Kostüm ve Moda Tarihi**, Özel Güzel Sanatlar Stilizlik Ltd. Şti. Ankara

Elif Seyrekbasan, (26 Kasım 2008), OK! Dergisi

Erdumlu Nazan, (2008), sayı 3, “**Bambu Lifi ve Özellikleri**”, Tekstil Teknolojileri Elektronik Dergisi, sayfa 45–50 sayı 260

Freeman Chris-Soete Luc,(2003), **Yenilik İktisadı**, Çev. Ergun Türkcan, Tübitak Yayınları, Ankara

Gürdilek Raşit, Yıldız Serpil, Yılmaz Elif, (Mayıs 2009), “**Nanodünyaya Bir Bakış**”, NTV Bilim, sayı 3, sayfa 34–48

Gürsoy Tahir A. (2004), **Dünden Bugüne Giyim Kültürü ve Moda**, 1000 adet, Mithat Selection, İstanbul

Hayat dergisi,(3 Ağustos 1967), sayı 32

Hayat dergisi, (30 Kasım 1967), sayı 49

Karlıklı Şaziye, Defne Tozan, (1998), **Cumhuriyet Kıyafetleri**, Camev Yayıncılık, İstanbul

Kilgus Roland Ed. (2008), **Clothing Technology From Fibre to Fashion**, Vertag Europa, İngiltere

Kutlay Mustafa, (26 Aralık 2000), ‘**Üzerinizdeyken İsteğe Göre Rengi Değişen Elbise Geliyor**, Hürriyet Gazetesi

Mc Clellan III James – Dorn Harold, (2006) **Dünya Tarihinde Bilim ve Teknoloji**, Çev. Haydar Yalçın, Arkadaş Yayınevi, Ankara

Mulsey Kate-Richards Melisa,(1998), **Decades of Beauty 1890s 1990s**, Octopus Publishing, New York

Newman Cathy, (Ocak 2003), “**Düş Dokuyanlar**”, National Geographic

Özdemir Sadi, (1998), **Medya Emperyalizmi ve Küreselleşme**, Timaş Yayınları, İstanbul

Renouvin Pierre, (2004), **Birinci Dünya Savaşı ve Türkiye 1914–1918**, Çev. Örgen Uğurlu, Örgün Yayınevi, İstanbul

Rutherford Paul, (2000),**Yeni İkonalar-Televizyonda Reklâm Sanatı**, Çev. Mustafa K.Gerçeker, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul

Sequela Jacques,(1989), **Anneme Reklamcı Olduğumu Söylemeyin O Beni Bir Genelevde Piyaniist Sanıyor!**, Çev. Ragıp Duran, AFA Yayınları, İstanbul

Seymour Sabine,(2009), **Fashionable Technology**, SpringerWienNewYork, Austria

Tanınmış Selcen, (14 Ocak 2001), **“Modada Teknoloji Akımı”** Hürriyet Gazetesi, Pazar eki

Tarih Vakfı Yayınları, (1999) **75 Yılda Değişen Yaşam Değişen İnsan Cumhuriyet Modaları**, Ed. Oya Baydar, İstanbul

Taylor Ajp, (1976), **Birinci Dünya Savaşı Nasıl Başladı**, Çev. Ayka Sunkar, Milliyet Yayınları, İstanbul

Toscani Oliviera, (1996), **Reklâm Bize Sırttan Bir Leştir**, Çev. Nihal Önal, Milliyet Yayınları, İstanbul

Tungate Mark,(2006),**Modada Marka Olmak**. Çev. Günhan Günay, Marka Yayınları, İstanbul

Türk Dil Kurumu(1998), **Türkçe Sözlük**, Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara

Watson Linda, (Aralık 2007), **Modaya Yön Verenler**, Çev. Güneş Ayas, Güncel Yayıncılık, İstanbul

Yapp Nick,(2005), **Gettyimages 1990’lar**, Çev. Zeynep Sirer, Literatür Yayıncılık, Almanya

Zeldin Theodore, (2000), **İnsanlığın Mahrem Tarihi**, Çev. Elif Özsayar, Ayrıntı Yayınları, İstanbul

ONLINE SİTELER

www.allposters.com

www.arsiv.ntvmsnbc.com

www.bellezapura.com

www.bilgi-tasarimsertifika.com

www.breadandbutter.com

www.caralem.com/forum

www.faculty.washington.edu/yagerp/silkprojecthome

www.fashi10.com

www.fuarcity.com/tr

www.guncel.net/ea/14249

www.headforthreads.com/credit-crunch-couture

www.img.blogcu.com

www.independent.co.uk/life-style/fashion

www.lycra.com

www.modaturkiye.com/fashion/newsread

www.newkon.net/tag/howe

www.nytimes.com/1987

www.ogun.com.tr/index

www.sensationalcolor.com

www.siyyah.blogcu.com

www.tersninja.com

www.tekstilisveren.org

www.tekstilgundem.com

www.thecoolhunter.net

www.yourdailyzs.blogspot.com

www.zamazing.org

7. ÖZGEÇMİŞ

23 Nisan 1968 yılında İstanbul'da doğdu. 1985 yılında Heybeliada Hüseyin Rahmi Gürpınar Lisesi'nden mezun oldu. 1990 yılında Mimar Sinan Üniversitesi Tekstil Ana Sanat Dalını kazandı. Öğrencilik hayatında çeşitli tekstil firmalarında çalıştı. 1994 yılında Tekstil bölümünden birincilikle mezun oldu. Aynı yıl Yüksek Lisans eğitimi ile beraber Abbate firmasında tasarımcı olarak iş hayatına başladı. Daha sonra yapmış olduğu avize, takı ve örgü tasarımları çeşitli firmalarda satışa sunuldu. Gerçekleştirdiği iç mekân tasarımları çeşitli dekorasyon dergilerinde yayımlandı. Halen çeşitli yaş gruplarındaki öğrencilere resim, dikiş ve örgü dersleri vermektedir.