

BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEKSTİL VE MODA TASARIMI ANABİLİM DALI
MODA TASARIMI TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

MODA VE SİNEMA: İKİ SANAT FORMUNUN KARŞILIKLI
ETKİLEŞİMİ

HAZIRLAYAN
ZELİHA DENİZ YOZGAT

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TEZ DANIŞMANI
Doç. Dr. M. Fikret ATEŞ

ANKARA – 2024

BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
YÜKSEK LİSANS / DOKTORA TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU

Tarih: 25 / 06 / 2024

Öğrencinin Adı, Soyadı: Zeliha Deniz Yozgat

Öğrencinin Numarası:22110093

Anabilim Dalı: Tekstil ve Moda Tasarımı Anabilim Dalı

Programı: Moda Tasarımı Tezli Yüksek Lisans Programı

Danışmanın Unvanı/Adı, Soyadı: Doç. Dr. Mustafa Fikret ATEŞ

Tez Başlığı: Moda ve Sinema: İki Sanat Formunun Karşılıklı Etkileşimi

Yukarıda başlığı belirtilen Yüksek Lisans/Doktora tez çalışmamın; Giriş, Ana Bölümler ve Sonuç Bölümünden oluşan, toplam 84 sayfalık kısmına ilişkin, 06 / 06 / 2024 tarihinde tez danışmanım tarafından Turnitin adlı intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan orijinallik raporuna göre, tezimin benzerlik oranı %12'dir. Uygulanan filtrelemeler:

1. Kaynakça hariç
2. Alıntılar hariç
3. Beş (5) kelimeden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

“Başkent Üniversitesi Enstitüleri Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Usul ve Esaslarını” inceledim ve bu uygulama esaslarında belirtilen azami benzerlik oranlarına tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Öğrenci İmzası:.....

ONAY

Tarih: 25 / 06 / 2024

Öğrenci Danışmanı: Doç. Dr. Mustafa Fikret ATEŞ

İmza:

TEŞEKKÜR

Öncelikle, çalışmamın yürütülmesi süresince beni yönlendiren, destekleriyle her adımda yanımda olan danışman hocam Doç. Dr. M. Fikret ATEŞ hocama en derin şükranlarımı iletmek isterim. Sabrı, bilgeliği ve ilgisi sayesinde bu tezin başarıyla tamamlanmasını sağladı. Ayrıca, tezin yapılmasında katkısı bulunan herkese teşekkür etmek isterim. Unutulmaz anlar yaşadığım arkadaşlarıma, aileme ve sevdiklerime minnettarım.

ÖZET

Zeliha Deniz YOZGAT, Moda ve Sinema: İki Sanat Formunun Karşılıklı Etkileşimi. Başkent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Moda Tasarımı Tezli Yüksek Lisans Tezi, 2024

Sinema ve moda, farklı sanat formları olmalarına rağmen, kuşaklara estetik eğitimi verme, geçmişin atmosferini yeniden canlandırma ve toplumsal temaları çağrıştırmaya gibi ortak noktalarda bir araya gelir. Hikâye anlatımının gücüyle sinema, insanlara davranış biçimlerini öğrenme fırsatı sunarken, moda da kişisel tarzları ifade etme ve toplumsal normları yansıtmada konusunda önemli bir rol oynar. Her ikisi de insanların duygularını harekete geçirme ve toplumu etkileme potansiyeline sahiptir. Sinema, duygusal derinliği ve vicdanları harekete geçirme gücüyle bilinir. İzleyicilerin hayal gücünü harekete geçirirken, aynı zamanda onları geçmişin atmosferine taşıyarak toplumsal temaları işler. Hikâyelerin anlatımı ve teknik unsurların detayları, izleyiciler üzerinde derin etkiler bırakabilir. Moda ise kişisel ifade biçimi olarak önemlidir. İnsanların tarzlarını ifade etmelerine ve toplumsal normlara uygun bir şekilde kendilerini göstermelerine yardımcı olur. Her iki sanat formu da anlatı, teknik ve estetik unsurların detaylı bir şekilde incelendiği kompleks yapılar içerir. Sinema ve moda, insanların duygularını harekete geçirme ve toplum üzerinde derin etkiler bırakma konusunda benzer bir potansiyele sahiptir. Bu yüzden, her ikisi de kültürel anlamda önemli bir rol oynar ve insanların düşünme ve hissetme biçimlerini etkiler. Sinema ve moda arasındaki etkileşimi incelendiğinde, profesyonel olarak tasarlanmış ikonlar, ürün yerleştirme stratejileri ve sektörün yıldız stratejisinin tüketiciler üzerindeki etkileri açıkça görülmektedir. Bu kavramlar, aynı yüzyılda gelişmiş ve birlikte evrim geçirerek birbirlerini besleyen sinema ve moda alanlarının ortak bir sistem oluşturmaya katkıda bulunmuştur. Sinemanın güçlü pazarlama becerisi ve geniş kitlelere ulaşma gücü, moda endüstrisinin daha fazla tüketiciye erişmesini ve daha fazla satış yapma potansiyeline sahip olmasını sağlamıştır. Günümüzde, sinema ve moda arasındaki ilişki eskisi kadar sıkı olmasa da her iki sanat formu hâlâ birbirlerini etkileyen ve şekillendiren unsurlar içerir. Sinema, moda dünyasına ilham verirken, moda da filmlerdeki karakterlerin tarzlarından etkilenir. Bu tez çalışması, sinema ve modanın karşılıklı etkileşimini, her iki sanat formunun birbirini nasıl etkilediğini ve şekillendirdiğini araştırarak sinemanın moda dünyasına olan katkılarını ve moda endüstrisinin sinemadan aldığı ilhamları inceleyecektir.

Anahtar Kelimeler: Sanat, Sinema, Moda, Giysi Modası

ABSTRACT

**Zeliha Deniz YOZGAT, Fashion and Cinema: Mutual Interaction of Two Art Forms.
Başkent University, Institute of Social Sciences, Fashion Design Master Thesis, 2024**

Although cinema and fashion are different art forms, they share commonalities in educating generations in aesthetics, recreating the atmosphere of the past and evoking social themes. Through the power of storytelling, cinema offers people the opportunity to learn behavioural patterns, while fashion plays an important role in expressing personal style and reflecting social norms. Both have the potential to mobilise people's emotions and influence society. Cinema is known for its emotional depth and power to stir consciences. While stimulating the imagination of the audience, it also deals with social themes by transporting them into the atmosphere of the past. The narration of stories and the details of technical elements can have a profound effect on the audience. Fashion is important as a form of personal expression. It helps people express their style and show themselves in a way that conforms to social norms. Both art forms contain complex structures in which narrative, technical and aesthetic elements are analysed in detail. Cinema and fashion have a similar potential to mobilise people's emotions and have a profound impact on society. Therefore, both play an important cultural role and influence the way people think and feel. When examining the interaction between cinema and fashion, the effects of professionally designed icons, product placement strategies and the industry's star strategy on consumers are clearly visible. These concepts have contributed to the creation of a common system between the fields of cinema and fashion, which developed in the same century and evolved together, feeding each other. The strong marketing skills of cinema and its power to reach large masses have enabled the fashion industry to reach more consumers and have the potential to make more sales. Today, although the relationship between cinema and fashion is not as tight as it used to be, both art forms still contain elements that influence and shape each other. While cinema inspires the fashion world, fashion is also influenced by the styles of the characters in films. This thesis will explore the interplay between cinema and fashion, how both art forms influence and shape each other, and examine the contributions of cinema to the fashion world and the inspirations of the fashion industry from cinema.

Keywords: Art, Cinema, Fashion, Clothing Fashion

İÇİNDEKİLER

TEŞEKKÜR.....	i
ÖZET	ii
ABSTRACT	iii
GÖRSELLER LİSTESİ.....	vii
SİMGELER VE KISALTMALAR LİSTESİ.....	x
1. GİRİŞ.....	1
1.1. Araştırmanın Önemi	3
1.2. Araştırmanın Amacı	3
1.3. Araştırmanın Kapsamı.....	4
1.4. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	4
1.5. İlgili Araştırmalar.....	4
2. MODA VE SİNEMA: GENEL BİR BAKIŞ.....	8
2.1. Moda Kavramı.....	8
2.1.1. Moda algısı	9
2.1.2. Moda mı trend mi?	10
2.2. Moda Tarihine Bakış	11
2.3. Moda Kuramları.....	14
2.3.1. Tabana inme kuramı (sınıf farklılığı kuramı).....	14
2.3.2. Kollektif seçim kuramı	15
2.3.3. Değişen erojen bölgeler kuramı.....	16
2.3.4. Kitle pazarı kuramı	16
2.3.5. Alt kültür etkisi kuramı	17
2.4. Sinemanın Kısa Tarihi.....	17
2.4.1. Erken fotoğrafçılık	18

2.4.2. Film buluşları.....	18
2.4.3. Film içeriği	19
2.4.4. Film sanatı ortaya çıkıyor	21
2.4.5. Stüdyo sistemi	24
2.4.6. Televizyon çağı	27
2.5. İki Ayrı Sanat Formu: Moda ve Sinema.....	28
2.6. Sinema ve Modanın Karşılıklı Etkileşimi.....	32
2.7. Sinemanın Modayı Etkileme Yolları	33
2.7.1. Pazarlama ve markalaşma fırsatları	33
2.7.2. Moda trendlerini belirlemek.....	35
2.7.3. İlham kaynağı olarak kostümler	35
2.8. Modanın Sinemayı Etkileme Yolları	36
2.8.1. Görsel çekiciliğin arttırılması	37
2.8.2. Doğru bilgi ve özgünlük	38
2.8.3. Ürünlere istek değeri	38
3. YÖNTEM	40
3.1. Araştırma Modeli.....	40
3.2. Evren ve Örneklem.....	40
3.3. Veri Toplama Araçları ve Analiz	41
4. BULGULAR ve YORUM	42
4.1. Kadın Giyiminde Değişimler: 1920’li Yıllar	43
4.2. ‘Hays Yasaları’ ve Modaya Etkisi: 1930’lu Yıllar.....	47
4.3. Savaşın Yokluk Yılları: 1940’lı Yıllar	49
4.4. Savaş Sonrası Dönem: 1950’li Yıllar.....	55
4.5. Gençlerin Tüketici Gücünün Fark Edilmesi: 1960’lı Yıllar	61
4.5.1. Mary Quant’ın gençlik modası.....	61

4.5.2. Klasikleşmiş “Breakfast at Tiffany’s” tarzı	62
4.5.3. Brit şıklığı	63
4.5.4. 30’lu yıllara dönüş: Bonnie and Clyde	64
4.6. Savaş ve Çatışmayla Geçen Yıllar: 1970’ler	67
4.7. Değişen Moda Algısı: 1980’ler	71
4.8. Moda’nın Evrimi: 1990’lı Yıllar	76
5. SONUÇ ve TARTIŞMA	82
KAYNAKLAR	85

GÖRSELLER LİSTESİ

	Sayfa
Görsel 2.1. 1902'deki Ay Gezisi	21
Görsel 2.2. Büyük Tren Soygunu	20
Görsel 2.3. The Adventures of Dollie	22
Görsel 2.4. The Birth of a Nation	23
Görsel 2.5. The Jazz Singer	24
Görsel 2.6. Çiçekler ve Ağaçlar.....	25
Görsel 2.7. Yurttaş Kane	26
Görsel 2.8. Rüzgar Gibi Geçti	26
Görsel 2.9. Oz Büyücüsü.....	27
Görsel 2.10. Dinner at Eight.....	30
Görsel 2.11. How to Marry a Millionaire	31
Görsel 2.12. Muhteşem Gatsby	37
Görsel 4.1. Sabrina	42
Görsel 4.2. Ve Tanrı Kadını Yarattı.....	43
Görsel 4.3. Blue Angel	44
Görsel 4.4. Don't Change Your Husband	45
Görsel 4.5. The Temptress	46
Görsel 4.6. Letty Lynton.....	48
Görsel 4.7. Madeline Vionnet Tasarımları	48
Görsel 4.8. It Happened One Night	49
Görsel 4.9. Dinner at Night	50
Görsel 4.10. Camille.....	50
Görsel 4.11. Gone with the Wind	51
Görsel 4.12. The Maltese Falcon.....	52

Görsel 4.13 Lady in the Dark	53
Görsel 4.14. Sullivan's Travels	54
Görsel 4.15. Casablanca	54
Görsel 4.16. Tonight or Never	55
Görsel 4.17. Rebel Without A Cause	56
Görsel 4.18. Rebel Without a Cause 'James Dean'	56
Görsel 4.19. Funny Face.....	57
Görsel 4.20. The Wild One 'Marlon Brando'	58
Görsel 4.21. Marilyn Monroe Jean Pantolonuyla.....	59
Görsel 4.22. Roman Holiday 'Audrey Hepburn & Gregory Peck'	60
Görsel 4.23. Roman Holiday	60
Görsel 4.24. North by Northwest.....	61
Görsel 4.25. Mary Quant Modası	62
Görsel 4.26. Breakfast at Tiffany's filminde 'Audrey Hepburn'	63
Görsel 4.27. A Hard Day's Night.....	64
Görsel 4.28. Gerçek Bonnie and Clyde (1933).	65
Görsel 4.29. Bonnie ve Clyde (1967)	65
Görsel 4.30. Bonnie Ve Clyde Filminde Kullanılan Günümüz Giysileri	66
Görsel 4.31. Saturday Night Fever	67
Görsel 4.32. Grease	68
Görsel 4.33. Godfather	69
Görsel 4.34. Annie Hall	70
Görsel 4.35. Mad Max.....	71
Görsel 4.36. Let's Get Physical.....	71
Görsel 4.37. Flashdance	72
Görsel 4.38. Dirty Dancing	72

Görsel 4.39. Top Gun.....	73
Görsel 4.40. Top Gun Filminden Esinlenerek Hazırlanan Giysi	74
Görsel 4.41. Dangerous Liaisons.....	74
Görsel 4.42. American Gigolo.....	75
Görsel 4.43. Pretty Woman.....	76
Görsel 4.44. Rezervuar Köpekleri	77
Görsel 4.45. Pulp Fiction.....	78
Görsel 4.46. Pulp Fiction Filminde Kullanılan Günümüz Giysileri.....	78
Görsel 4.47. Scream	79
Görsel 4.48. The Fifth Element	80
Görsel 4.49. The Matrix.	80

SİMGELER VE KISALTMALAR LİSTESİ

MPPDA	Motion Picture Producers and Distributors of America
TDK	Türk Dil Kurumu
TÜBİTAK	Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu

1.GİRİŞ

"Moda" terimi, Latince "*modus*" kelimesinden türemiştir ve sınırlanamayan anlamında kullanılan bu kavram, birçok alanda etkisini göstermektedir. Moda soyut bir kavram olarak yaşamın tüm alanlarında görülmekte ve moda sistemi üretim-tüketim sürecinin tüm aşamalarında gerçekleşmektedir. Moda olgusu yaşamın tüketimle ilgili bütün alanlarını kapsamalarına karşılık çoğunlukla giyim pratikleri üzerinden ele alınmaktadır. Moda, toplum yaşamına giren geçici yeniliklerin, belirli bir süre etkin olan toplumsal beğenilerin ve bir şeye karşı gösterilen aşırı düşkünlüğün ifadesidir (TDK, 2024). Geçici olarak yeniliğe ve toplumsal beğeniye uygun olan moda, yaygın duruma gelmek ve herkesçe kabul edilmek amacıyla şekillenir. Moda ayrıca, değişen biçimlerin kronolojisini, kültürel etkilerin eleştirilmesini ve tarihsel olarak yorumlanmasını içerir. Moda tarihi, görünüşteki değişikliklerin ötesindeki önemi ortaya çıkarır. Moda, kişilerin hayatta çeşitli roller denemesine imkân tanıyan bir kendini ifade etme biçimidir. Ayrıca, moda değişimlerle ilgilidir ve kültürel, sosyal ve psikolojik olarak toplumun ruh halini değerlendirmenin bir yoludur (Johnson, Tortore ve Eicher, 2003). Bu bağlamda, günlük hayatta sıkça kullanılan moda kavramı çeşitli tanımlarla açıklanabilir:

Sproles, moda kavramını, “belirli bir zaman ve durum için tüketici tarafından uyarlanmış geçici döngüsel fenomenlerdir’ olarak tanımlamaktadır. Ayrıca giyimi modanın klasik ürünü olarak belirlemekle birlikte, tüketicilerin otomobilden eve, yemekten müziğe estetik seçimleriyle ilgili olduğunu da belirtmektedir (1981:116).

Kawamura’nın da belirttiği gibi moda sisteminin en önemli unsurunun giysi olduğu kabul edilmektedir (2016:78). Moda sisteminin işleyişinde önemli rol oynayan moda tasarımcıları ve eğilim belirleyiciler zaman zaman geleneksel kültür, gelenekler ve geleneksel giyim öğelerini modanın konuları haline getirmektedirler. Jackson ise ‘modern tüketim toplumlarında insanların yaşam tarzlarının çeşitli görünümünün sosyal statüyü ve başarıyı yansıttığını’ ifade etmektedir. Bu bağlamda moda, cep telefonları, otomobiller, saatler gibi görünür olan bütün ürünler üzerinde etkilidir (Hines ve Bruce, 2007:169). Moda kuramı üzerine yazan ilk düşünürlerden Simmel’in “*moda bütün görünüşleri ve kavramsal olarak, bütün içerikleri bünyesine alabilir: Her giyim, sanat, davranış ya da görünüş formu moda olabilir*” tanımı, Jackson’nun tanımını açıklayıcı niteliktedir (2003:132).

King ve Ring, moda için daha önceki tanımları da kapsayan genelleştirici bir tanım yapmıştır (1980:13): “*Bir moda, herhangi bir zamanda görülebilir olan ve zamanla bir*

sosyal sistem ya da bireylerin bir araya geldiği gruplarda değişen, özel maddi ya da maddi olmayan bir fenomende, kültürel olarak desteklenmiş bir anlatım biçimidir.”

Bu tanımlar dikkate alındığında bir modadan bahsedilebilmesi için onun görünür olması gerekmektedir. Moda, bir topluluk kimliğine vurgu yapmakla birlikte bireyselliği de yansıtabilmelidir. Bunların yanı sıra bir moda herhangi bir zamanda ortaya çıkabilir ve kültürel referanslarına bağlı olarak zamanla değişebilir. Yine Sproles’e benzer olarak, King ve Ring’in belirttiğine göre giyim modanın klasik alanıdır. Moda ve giyim modası genelde eş anlamlı olarak algılanmaktadır (1980:13). Bu algının yanı sıra bir giysiyi moda olarak tanımlamanın doğru olamadığını savunan görüşler de mevcuttur. Örneğin, Kawamura’ya göre “*moda somut bir nesne değil*” soyut sembolik bir üründür’ (2016:2).

Genel olarak giyim kuşamla eş anlamlı kullanılmakla birlikte moda kavramı, felsefi düşünce farklılıkları, müzik, sanat akımları, spor etkinlikleri, okunan kitaplar, dünya görüşleri, inanışlar, siyaset, eğitim tarzı gibi kapsadığı alan itibariyle çok daha geniş olduğunu görmek mümkündür. Kısacası yaşamın içindeki her şey modadır diyebiliriz (Çeliksap, 2015:63). Moda kuramları başlığında daha ayrıntılı ele alınacağı gibi modanın herhangi bir zamanda ortaya çıkma ve değişim özelliği, birçok kuramcı tarafından ele alınmış, modanın neden ve nasıl değiştiği üzerine farklı görüşler ileri sürülmüştür.

Moda ve sinema, sanat dünyasının en dinamik ve etkileşimli alanlarından ikisidir. Yüzyıllar boyunca, bu iki disiplin birbirlerinden ilham alarak ve birbirlerini besleyerek gelişmişlerdir. Moda ve sinema, müzikten tiyatroya, resimden fotoğrafa kadar birçok farklı sanat dalıyla etkileşim içinde olmuş, birbirlerini farklı şekillerde etkilemişlerdir. Sinema ve moda, görsel sanatların önemli birer ögesidir. Giysi tasarımları hem film endüstrisindeki karakterler için hem de insanlar için yapıldığında, duygu, düşünce ve anlam ifade etme amacı taşır. Sinema, insanlara bir şeyler anlatmak için moda unsurlarını kullanırken, moda da sinema ile etkileşime geçerek sanatsal bir boyut kazanır. Bu ilişki, her iki alanın da sembolik bir bağ kurmasıyla belirginleşir. Moda, insanların kişiliklerini ve kültürel kökenlerini yansıtan bir ifade biçimi olarak kabul edilirken, sinema da görsel estetiği ve hikâye anlatımını bir araya getirerek izleyicilere yeni deneyimler sunar. Sinema, moda dünyasına ilham veren önemli bir kaynaktır. Film karakterlerinin giydikleri kıyafetler ve aksesuarlar, izleyicilere karakterlerin kişilikleri hakkında ipuçları verirken aynı zamanda moda trendlerini belirleyebilir. Moda tasarımcıları, film endüstrisinden esinlenerek koleksiyonlarını oluşturabilir ve film yapımcıları da karakterlerin görünümünü belirlemek için moda dünyasından yardım alabilirler. Moda ve sinemanın bir araya gelmesi, tarihteki

pek çok ikonik sahneyi ve karakteri yaratmıştır. Hollywood'un altın çağında, aktrislerin sinemanın en büyük ilham kaynağı olduğu ve moda tasarımcılarıyla işbirliği yaparak unutulmaz görünümler yarattığı bilinir. Bu simbiyotik ilişki hem sinemanın estetik değerini artırırken hem de moda dünyasına yeni trendler kazandırmıştır. Moda ve sinema arasındaki etkileşim, kültürel ve tarihsel bir perspektiften de incelenebilir. İnsanların tercih ettiği kıyafetler ve aksesuarlar, içinde yetiştiği kültür hakkında önemli ipuçları verirken, moda tasarımcıları da çeşitli kültürel ve sosyal gruplara hitap etmeye teşvik edilirler. Moda ve sinema arasındaki ilişki, her iki disiplinin de zenginliğini artıran ve yeni anlamlar yaratan bir etkileşimdir. Bu ilişki, sanat dünyasının en ilginç ve dinamik alanlarından biridir.

1.1. Araştırmanın Önemi

Çalışma hem sinema hem de moda alanlarında birçok insanın hayatında önemli bir rol oynayan iki sanat formunu incelerken, bunların toplumsal, kültürel ve estetik etkilerini de ortaya koyması yönüyle önemlidir. Ayrıca sinema ve moda arasındaki ilişkinin geçmişten günümüze nasıl değiştiğini anlamak, her iki sanat formunun gelişimini, evrimini ve birbirlerinden nasıl esinlendiklerini değerlendirmesi açısından da bu çalışma kritik öneme sahiptir.

1.2. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın odak noktası 20. yüzyılın en gelişmiş ve geniş kitlelere ulaşan sanat formları olan sinema ve modanın etkileşimidir. Sinema, endüstriyelmiş bir sanat olarak kabul edilir ve bu nedenle moda ile arasında sıkı bir ilişki bulunmaktadır. Bu iki unsur, ticari nitelik taşıyan yapılar olmaları bakımından birbirleriyle ayrılmaz bir bağ içindedirler. Moda ve sinema arasındaki ilişkinin doğası, etkileşim biçimleri ve bu etkileşimin kültürel, ekonomik ve sanatsal boyutları üzerine odaklanmak önem arz etmektedir. Bu bağlamda çalışmanın problem cümlesi “*Moda mı sinemadan, sinema mı modadan etkilenmektedir?*” şeklinde belirlenmiştir. Çalışmada iki sanat formu olarak moda ve sinemanın etkileşimini araştırmak amacıyla bu problem cümlesi ile ilgili literatür taramasında: “*Moda ve sinema arasındaki ilişki nasıl tanımlanabilir? Moda ve sinema arasındaki etkileşim nasıl gerçekleşir?, Moda ve sinema arasındaki ilişkide filmlerin önemi nedir?, Sinemanın etkisi ile modada dönemsel değişimler nasıl olmuştur?*” sorularına da cevap aranmıştır. Sonuç olarak bu çalışmada, belirtilen problem cümlesi ve soruların cevaplarının bulunması için, moda ile sinemanın farklı özelliklerini belirlemek, moda tasarımcılarının sinema dünyasından, sinema sektörünün de moda tasarımcılarından ilham alarak nasıl tasarımlar

geliştirdiğini, 1920-1999 yılları arasında çekilmiş, belirli film örnekleri üzerinden anlamak ve sinemanın modayla olan etkileşimini incelemek amaçlanmıştır.

1.3. Araştırmanın Kapsamı

Bu tez çalışması, 20. yüzyılın endüstriyel devrimleri ve modernizm çağıyla birlikte ortaya çıkan moda olgusu ile sinema endüstrisinin birlikte büyüyüp gelişmesini ele almaktadır. Birinci bölümde konu hakkında bir giriş yapılarak araştırmanın önemi, amacı, kapsamı, sınırlılıkları ve moda ve sinema etkileşimini konu alan ilgili araştırmalara yer verilmiştir. İkinci bölümde moda ve sinema kavramlarına genel bir bakışla kavramsal çerçeve çizilerek sinema ve modanın karşılıklı etkilenme yolları hakkında bilgi verilmiştir. İkinci bölümde çalışmanın metodolojisine yer verilmiştir. Üçüncü bölüm olan bulgular ve yorum başlığında incelenen dönem olan 1920-1999 yılları arasında çekilmiş film örnekleri üzerinden dönemsel olarak sinema ve moda arasındaki etkileşim incelenmiştir. Çalışmanın sonuç bölümünde ise problem cümlesi ve sorular bağlamında genel bir değerlendirme yapılmıştır.

1.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu çalışma, 1920'li yıllardan 1990'lı yılların sonuna kadar olan dönemi kapsadığından, bu zaman dilimi dışındaki yıllarda moda ve sinema arasındaki etkileşim incelenememiştir. Yine araştırma, dünya genelinde Hollywood sinemasına odaklanmakta olup, diğer ülkelerin sinemalarının moda üzerindeki etkileri değerlendirilememiştir. Araştırmanın örnekleme, yerli ve yabancı kaynaklardan elde edilen bilgiler doğrultusunda belirlenmiştir. Ancak, erişilemeyen veya incelenemeyen kaynaklar bu çalışmanın kapsamını sınırlayabilmektedir. Son olarak 1920'lerden 1990'ların sonuna kadar geçen sürede teknolojik ve kültürel değişimler yaşanmıştır. Bu değişimlerin moda ve sinema üzerindeki etkilerini göz önünde bulundurmak zor olabilir ve bu da çalışmanın kapsamını daraltabilmektedir.

1.5. İlgili Araştırmalar

Bu bölümde, sinema ile moda ve giyim arasındaki etkileşimi inceleyen yazılı ve görsel materyaller ile süreli yayınlarda yer alan tez ve makaleler ele alınmış ve bu araştırmaların temel çerçeveleri açıklanmıştır. Dünya çapında sinema ve giyim ilişkisine dair geniş bir araştırma ve literatür bulunmasına rağmen, ülkemizde moda ve hazır giyim alanlarında sinema ile ilgili yapılan çalışmaların sayısı oldukça sınırlıdır.

Delong ve Petersen (2004) tarafından gerçekleştirilen “*Analysis and Characterization of 1930s Evening Dresses in a University Museum Collection*” adlı çalışmada, Minnesota'da

giyilmiş olan 1930'lara ait akşam elbiselerinin, tasarımlarının çizimleri üzerinden incelenmiştir. Bu elbiseler, Minnesota'daki bir üniversite müzesi olan Design Müzesi'nde bulunan tarihi kıyafet koleksiyonunun bir parçasıdır. Yöntem olarak, DeLong'un geliştirdiği tanımlayıcı özellikler ve analiz yönteminden faydalanılarak tasarlanmış ürünlerde yaygın olarak görülen özellikler, medya ve tarihi belgeler taranarak belirlenmiş, ayrıca moda dergileri incelenerek akşam elbiselerinin görsel etkileri ve giyim bütünlükleri hakkında daha fazla bilgi edinilmiştir. Araştırmada, 160 çizim zaman sıralamasına göre kapsamları ve dağılımları dikkate alınarak incelenmiştir. Zaman çizelgesine göre oluşturulan grafikte, koleksiyonda öne çıkan özellikler belirlenmiş ve bu özelliklere dayalı olarak 7 ile 28 arasında gruplar oluşturulmuştur.

Elmas'ın (2012) çalışmasına göre, 1940'lardan sonra, İkinci Dünya Savaşı'nın sona ermesiyle birlikte Avrupa'nın küresel liderliği zayıfladı ve bu durum, Paris'in sanatsal öncülüğünün de giderek azaldığı bir dönemi başlatmış ve Amerika, sanatsal etkinliklerde öne çıkmaya başlamıştır.

Ertürk (2011) makalesine göre, bir olgunun (nesne, düşünce, inanç, biçim vb.) moda olarak adlandırılabilmesi için belirli özelliklere sahip olması gerekir. Moda, genellikle belirli bir dönemde belirli bir toplumda yaygın olarak kabul gören ve taklit edilen bir trend veya tarzı ifade eder. Çalışmaya göre modanın ortaya çıkışı, birçok etkenin bir araya gelmesiyle oluşur ve genellikle toplumsal, kültürel, ekonomik ve tarihsel faktörlerden etkilenir. Moda, zamanla tekrarlanabilirlik özelliğine sahiptir; yani belirli bir trend veya tarz, zaman içinde döngüsel olarak ortaya çıkabilir ve yeniden popülerlik kazanabilir. Ertürk'ün makalesi moda olgusunun kökenlerini ve modanın toplumsal ve kültürel dinamiklerini anlamaya yönelik soruları ele alırken, modanın sadece yüzeysel bir fenomen olmadığını, aynı zamanda derinlemesine incelenmesi gereken karmaşık bir sosyal olgu olduğunu vurgulamaktadır.

İşbilen'in (1993) çalışmasının amacı, 20. yüzyıl boyunca Avrupa giyim tarihinde kadın giysi kalıplarının uğradığı form değişikliklerini incelemek ve bu değişikliklerin nedenlerini, oranlarını ve türlerini ortaya çıkarmaktır. Ayrıca, modanın doğasını anlamak için bu değişikliklerin incelenmesi ve yorumlanması hedeflenmektedir. Araştırmanın yöntemi, 1900 ile 1995 yılları arasında yayınlanmış moda dergileri ve kataloglardan seçilen 1000 kadın giysi modelinin ölçümlerinin yapılması ve on yıllık zaman dilimleri içinde bu modellerin analiz edilmesidir. Araştırmanın sonuçlarına göre, etek, bluz, elbise ve ceket gibi kadın giysi parçalarının kalıplarında zaman içinde belirgin form değişiklikleri gözlemlenmiştir. Bu değişiklikler, dönemlerin genel özellikleriyle ilişkilendirilerek yorumlanmıştır. Bu şekilde,

modanın evrimini anlamak ve modanın toplumsal, kültürel ve ekonomik dinamiklerle nasıl ilişkilendiğini anlamak için önemli bir temel sağlanmaktadır.

Kara'nın (2011) *“Görsel Medyanın Aile Bireyleri Üzerindeki Etkisi Üzerine Bir Araştırma”* adlı tezine göre, sinema insanların zevk ve alışkanlıklarını etkileyip etkileme gücünü, özdeşleme duygusundan alır. Sinema salonlarının teknik düzenlemeleri, perde, ses, ışık gibi unsurlar sayesinde izleyicilerin filme adapte olmasını sağlar. İnsanlar, özdeşleşme duygusuyla, sevdikleri oyuncuların saç şekillerini, makyajlarını, giyimlerini hatta canlandırdıkları karakterlerin davranış özelliklerini taklit edebilirler. Bu durum, sinemanın gücünü ve etkisini göstermektedir.

Öztürk (2000) makalesinde, Elsa Schiaparelli'nin bir filminden etkilenecek doğaya olan hayranlığını ve giyimin insan etkileşimindeki rolünü vurgulamıştır. Schiaparelli'nin moda ve sanat yorumlarına, kumaş ve renk seçimlerine, elbise tasarımındaki yaklaşımlarına ve aksesuar seçimlerine odaklanmıştır. Makale, Schiaparelli'nin doğadan aldığı ilhamı nasıl moda tasarımlarına yansıttığını detaylı bir şekilde açıklamıştır. Schiaparelli'nin kullandığı renklerin ve desenlerin doğadan esinlendiği belirtilmiştir. Ayrıca, doğa motiflerinin kumaşlarda ve elbiselerde nasıl kullanıldığına dair örnekler verilmiştir. Öztürk, Schiaparelli'nin moda tasarımındaki yenilikçi yaklaşımını vurgulayarak, onun modaya getirdiği farklı bir perspektifi ve estetiği ortaya koymuştur. Schiaparelli'nin giyim tasarımlarının sadece giysi olarak değil, aynı zamanda sanatsal bir ifade biçimi olarak da görülmesi gerektiğini vurgulamıştır.

Pamuk'un (2009) *“Giysi Moda eğilimlerini Etkileyen faktörler ve bir model önerisi (1940- 2007 yılları arası basılı yayında örnek uygulama)”* isimli doktora tezi, 1940-2007 yıllarını kapsayan dönemlerde giysi moda trendlerini etkileyen faktörleri ve bir model önerisini ele almaktadır. Tez, moda trendlerinin oluşumunda etkili olan iktisadi-siyasi gelişmeler, sosyal hareketlenmeler, sanatsal-kültürel akımlar, teknolojik ilerlemeler ve özellikle sinema oyuncularının kıyafetlerine yönelik erişilebilen yazılı materyalleri kullanarak analiz etmiş ve yorumlamıştır. Bu analizler sonucunda model tabloları oluşturulmuştur. Ayrıca, elde edilen veri analizleri ve dönemlerde etkili olan faktörler doğrultusunda gelecekteki moda trendlerine dair öngörülerde bulunmaktadır.

Ziaei'nin (2014) çalışması, 20. yüzyılda Hollywood sinemasının modaya olan etkisini incelemektedir. Bu çalışmada, sinema ve moda sanatları arasındaki görsel sunum özellikleri, etkileşim alanları ve teknik yapılanmalardaki ortak noktalar araştırılmıştır. Özellikle her iki

alanın önemli sanatçılarının, sinemanın görsel zenginliğini ortaya koymak için kullandığı noktalar ve teknik gelişmelerin moda alanında nasıl yer bulduğu örneklerle sunulmuştur. Çalışmanın içeriğinde, moda ve kostüm tasarımı süreçlerinin tarihsel süreç içinde medya ve özellikle sinemanın etkisi altında nasıl şekillendiği ve toplumsal açıdan hangi evreleri geçirdiği incelenmektedir. Ayrıca, modanın bu evrelerin birbiriyle nasıl bir bütün oluşturduğu üzerinde de durulmaktadır.

Yılmaz'ın (2022) çalışması, sinemanın tarihsel gelişimine ve özellikle Hollywood sinemasının doğuşuna odaklanmaktadır. Bu süreçte, 1930-1960 yılları arasında "*Altın Çağ*" olarak adlandırılan dönemdeki Hollywood sinemasının topluma olan etkisi ve etkilendiği durumlar ve koşullar incelenmektedir. Çalışmada, sinemada kostümün önemi, kostüm tasarımcılarının ve moda tasarımcılarının tasarım sürecindeki rolü, sinema ile moda arasındaki ilişki ve sinema oyuncularının stil ikonu olma süreçleri ve modaya olan etkileri ele alınmaktadır.

2. MODA VE SİNEMA: GENEL BİR BAKIŞ

2.1. Moda Kavramı

Moda, belirli bir dönem, mekân ve bağlamda popüler veya en yeni olarak tanımlanan giyim, saç, dekorasyon veya davranış biçimlerini ifade eder. Kendini ifade etmenin ve somutlaşmış kimliği kültürel olarak inşa etmenin bir yolu olan moda, sosyal talepler tarafından yönlendirildiği için sürekli değişen bir yapıya sahiptir. Giyim alışkanlıkları, estetik tercihler ve insanların ifade tarzları gibi unsurları sürekli olarak değiştirir (Simmel, 1957). Moda, çeşitli düşünürler tarafından farklı açılardan ele alınmıştır:

Georg Simmel'e göre moda, belirli bir doğaya ve belirli bir fark edilmeye, ilgi çekmeye ve eşsiz olmaya ihtiyaç duyan bireyler için ideal bir alan sağlar. Simmel'e göre moda, insan eyleminin gerçek yaşamsal unsurları arasında değil, toplumsal davranış ve eğlence gibi dışsal alanları etkileyen bir fenomen olarak değerlendirilmelidir (Simmel, 1957:538). Simmel'in yaklaşımı, modanın yayılma sürecini yukarıdan aşağıya doğru bir yayılım süreci olarak tanımlar. Bu, moda trendlerinin öncelikle elit kesimlerden başlayıp daha geniş toplum kesimlerine doğru yayıldığı anlamına gelir.

Baudrillard, moda üzerine kurulu sistemi daha çok tüketim ve tüketime teşvik etme odaklı olarak değerlendirir. Ona göre moda, değişimi ifade etmektedir, yani sürekli olarak yenilenen bir yapıya sahiptir (2002:138). Sproles ise modayı tüketiciler tarafından belirli bir zaman dilimi ve durum için geçici olarak benimsenen döngüsel fenomenler olarak tanımlar. Yani moda, belirli bir zaman diliminde popüler olan trendlerin geçici olarak kabul edildiği bir olgudur (1981:116).

Crane'e göre moda, herhangi bir sınıfa ait olan bireyi, ortak bir ruhun somut ifadesine dönüştürerek onları öne çıkarır. Yani moda, bir sınıfın temsilcisi gibi davranarak bireyleri ön plana çıkarır (2003:32). Kawamura ise modayı soyut bir kavram olarak tanımlarken, giysiyi somut bir olgu olarak değerlendirir. Ona göre moda, görünür ve dokunulabilir olmayabilir, bu nedenle giysi gibi somut bir araçla sembolik bir sunum olarak kullanılır (2016:62).

Bu farklı tanımlar, modanın karmaşık ve çok yönlü bir fenomen olduğunu göstermektedir, çünkü moda sadece giyimle sınırlı değildir, aynı zamanda tüketim alışkanlıkları, toplumsal kimlik ve sembolizm gibi çeşitli unsurları da içerir.

2.1.1. Moda algısı

19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren giyim, yalnızca bir ihtiyaç olmaktan çıkarak toplumun geniş kesimlerine yayılan bir zevk biçimine dönüşmüştür. Bu süreçte, tarzlar genellikle değişimler yaşadı. Ancak, tüketim sıklıkla israf ve bu israfın bir takım ahlaki değerlerin yitilmesiyle ilişkilendirilmesi eleştirildi. Featherstone'un belirttiği gibi, *"Tüketim kültürünün genellikle hedonizmi, burada ve şimdi zevk peşinde koşulmasını, dışavurumsal hayat tarzlarının yeşertilmesini, narsistik ve bencil kişilik tiplerinin geliştirilmesinin vurgulanması"* din açısından büyük ölçüde yıkıcı olduğu söylenmiştir (Featherstone, 1991).

Geçtiğimiz yüzyılda moda tüketimi ve algı biçimleri değişmiştir. Günümüzde moda tüketicileri çeşitli alt kültür gruplarına bağlı olarak farklı tarzlara yönelmektedir. Moda tüketicilerinin alışveriş kriterleri geleneksel değerlere, sosyal çevreye, bütçeye ve diğer bilinçsiz ve bilinçaltı faktörlere dayanabilmektedir. Moda tüketicisi ve tüketim algısı çeşitli perspektiflerden analiz edilmiştir. Ancak günümüzde moda tüketicilerini belirli kategorilere ayırmak ve tüketim alışkanlıklarını tek bir nedenle açıklamak mümkün değildir (Üstüner, 2014: 12).

Moda tüketicisi geniş bir kitledir ve bu kitle, binlerce farklı tarzda insanı barındırır. Ancak, bu çeşitli kitlelerin moda konusunda ortak bir noktası vardır: "Yeni" kavramı (Jain, 2016). Jain'e göre "yeni", daha önce var olmayan, keşfedilmemiş veya gündemde olmayandır ve moda tasarımcıları, neredeyse her hafta değişen stiller ve formları araştırırken sık sık *"new shapes"* (yeni kalıplar, biçimler veya modeller) ifadesini kullanmaktadırlar.

Günümüzün tüketim anlayışı, internetin hızlı ve bireysel bir boyutuna ulaşmıştır. İnternet'te sanal alışveriş yapan bu eylemi gerçekleştirmekte, alışverişteki iletişimlerini azaltmaktadır (Üstüner, 2014: 13). Moda alışverişleri, internet, medya ve diğer tüketicilerin yanı sıra günlük hayatta kalan gözlemlerinden de ilham alarak bireysel olarak yapılmaktadır. Günümüzdeki profillerin tek özellikleri, alışverişlerini internet üzerinden yapmaları değildir. Sanayi Devrimi öncesinde ve sonrasında popüler hale gelen ürünler ve tarzlar, üretimlerine devam ederek tüketicilerin tercihleri üzerinde etkili olmuştur. Dolayısıyla, hayatın alışveriş sonrasında belirli bir tarzın devamlılığını sağlayan söz sahibi olmuşlardır. 21. yüzyılda moda tüketiminin tüketim tarzı, moda algısına dayanmaktadır

Moda olan öğelerin algılanma biçimleri, anlık etkileşimlerden uzun vadeli tüketici etkisine yönelik reklam çalışmalarına kadar, tüketicide dikkat uyandırmaya dayanır. Felsefi

bir terim olarak "algı," bir şeye duyular aracılığıyla dikkat yöneltmek o şeyin bilincine varmayı ifade eder. Bir nesne duyular aracılığıyla algılanır, ancak algı yalnızca duyusal izlenimlerle sınırlı değildir; bilinçli bir farkındalıktır ve duyuları bilinçle ileten bir süreçtir. algı olayı, algı içeriği ve algı nesnesi olarak üç ana bileşene ayrılan (Felsefe Kulübü, 2024) algı, dış dünyadan gelen duyuların bilinçte şekillendiği süreç olarak ortaya çıkmaktadır. Nesneler, duyu organlarımızı etkiler ve bu etki bilinçte algı olarak aktarılır. Ancak algı, yalnızca duyusal bilgilerin yürütülmesinden ibaret değildir; aynı zamanda anlamlı bir işlevi de vardır. Örneğin, görme duyusu iki gözümüzde ve farklı açılarda ortaya çıkan iki ağaç imgesi gibi birden fazla duyusal girdiyi işleyerek bunları bize tek bir algısal deneyim olarak sunar. Bu algısal deneyim, bellekteki geçmiş deneyimlerle bir araya gelerek daha kapsamlı bir algı oluşturur. Özellikle görme, duyma ve dokunma gibi duyular, insanın kavramsal anlayışını ve düşünme süreçlerini şekillendirmek için gerekli algısal araçlar sağlarlar (Üstüner, 2014: 13).

Moda algısı, yalnızca güncel etkilerden değil, geçmişten gelen yetenekler ve tercihlerin birleşiminden oluşan bir bütün olarak değerlendirilmeli. Bu bakış açısı, duyumcuların yalnızca duyuları, uçuların ise yalnızca akıl süreçlerini önemseydiği görüşlerin ötesine geçmektedir (Felsefe Kulübü, 2024). Moda tüketicilerini etkileyen pek çok faktör arasında özellikle aile, arkadaş gibi çevresel etkiler önemlidir. Modanın, kitle hareketiyle yayıldığı göz önüne alındığında (Üstüner, 2014: 14) moda konusunda küçük bir detay ortaya çıktığında, bu detayın bireyler tarafından benimsenmesiyle birlikte kitlelere yayılması söz konusu olmaktadır. Bu bağlamda neyin moda olduğu yada trend sayıldığı önemlidir.

2.1.2. Moda mı trend mi?

Trend genellikle bir toplumun yaygınlaştığı kabul edilmiş, belirli bir yöne doğru sonuçlar veya var olan bir durumu ifade eder. Bu terim, eski İngilizce kökenli olup "*dönmek*" anlamına gelir. Ekonomistler ve istatistikçiler, yıllar boyunca bir eğrinin yönünü anlatmak için bu terimi kullanmışlardır. Ancak popüler kültürde 1936'da daha yaygın hale gelmiş ve genellikle zevklerde ve stillerdeki değişimleri özetlemek için kullanılır. David Wolfe'un devam ettiği gibi, trend ile moda arasında belirgin bir ayrım vardır. Moda, belirli bir kişinin kendini ifade etme biçimidir ve genellikle giyim tarzıyla ilişkilidir. Ancak trend geniş bir alanı kapsar ve giyimden seyahate, eğlenceden eğitime kadar pek çok alanda toplumsal bir hareketi ifade eder. Trendler, dünyanın dört bir yanındaki insanların iletişim kurma biçimi olarak kabul edilir. Trendler, ürünler ve yaşam tarzları için yeni bilgilerin ve önerilerin ortaya

ıkmasını sağlar. nemli olan, müşterinin zamanında fark edip, buna uygun yanıtlar üretebilmesidir (Yetmen, 2006:14).

Trend kavramı, küreselleşen dünyada tüketim ürünlerindeki hareketlilik ve ayrıntıları ifade etmek için kullanılır. Her ne kadar birçok kişi trendin tam anlamını bilmese de, "*trend bu*" denildiğinde dağıtım sektöründe ne anlama geldiği anlaşılabilir. Bilim insanları için trend, bir markanın veya medyanın temel unsuru değil, gelecekte meydana gelmesi beklenen değişikliklerin işaretidir. Moda veya popüler terimlerin yerine kullanılsa da trend, bilim insanları ve öngörü uzmanları için mevcut durumu değil, beklenen gelişmeleri ifade eder (stner, 2014: 15). Trend kavramı ile yakından ilişkili olan diğer kavram "*trendsetter*", genellikle popüler kültürün etkili bir kişisi veya grup olarak tanımlanır. Trendler ve trendsetterlar, birbirleriyle etkileşim halinde olan ve genellikle popüler kltrde ve endüstrilerde önemli bir rol oynayan kavramlardır Trendsetterlar, kendi tarzları, fikirleri veya ürünleriyle geniş kitleleri etkileyebilen ve takip edilen kişilerdir. Bu kişiler genellikle moda endüstrisinde tasarımcılar, ünlüler veya sosyal medya etkileyicileri olabilir. Trendsetterlar, yeni bir tarzı veya fikri başlatarak veya mevcut olanı benimseyerek genellikle trendlerin oluşumunu ve yayılmasını etkilerler. Trendsetterlar, belirli bir ürünün veya tarzın popülerlik kazanmasını sağlayarak trendleri oluşturabilir veya belirli bir trendin daha da yayılmasını hızlandırabilirler (Erol, 2011:5).

Sosyolog Henrik Vejlgaard'a göre, trend belirleyiciler genellikle yetenekli, tasarımcı, ünlüler, zenginler veya alt kültürler gruplardan çıkarlar. Bu kişiler genellikle yaratıcıdırlar ve büyük sosyal vrelerle sahiptirler, bu da trendleri yaymayı arttıırırlar. Beğendikleri bir bunları uyguladıktan sonra farklı sosyal vrelerde bulunarak diğerleri üzerinde etki faaliyetleri yürütürler. Ancak Vejlgaard, bir trend belirleyici olmak için genç, zengin veya kariyer sahibi olmanın gerekli olmadığını vurgulamaktadır (Yetmen, 2006:20).

2.2. Moda Tarihine Bakış

Giyim ve görünüm insanlık tarihi boyunca önemli bir yer tutmuştur. Antik ağlarda giyim, sadece bir ihtiyaç değil, aynı zamanda bir medeniyetin ve ifade ifadesi olarak kabul edilmiştir. Özellikle Batı'da, giysi ve modanın modern anlamda gelişimi, XIV. yüzyılda terzi korporasyonlarının ortaya çıkmasıyla başlamıştır. XVII. yüzyılda ise giyim ve moda büyük bir ekonomik ve toplumsal önem kazanmıştır. Bu dönemde, giysinin sadece bir ihtiyaç değil, aynı zamanda bir statü göstergesi haline gelmiştir. Özellikle Avrupa'da aristokratlar ve

zenginler, giyimleriyle güçlüler, zenginlik ve sosyal statülerini ifade ediyorlar. Giyim endüstrisi bu dönemde hızla gelişti ve çeşitli moda trendleri ortaya çıktı (Axis, 2000).

Modanın kökeni hakkında farklı görüşler bulunmaktadır. Bazıları moda kavramını kıyafet çeşitliliği olarak tanımlar ve bu doğrultuda modanın çok eski çağlardan beri var olduğunu iddia ederler (Barbarosoğlu, 2009:28). Onlara göre, arkeolojik kazılardan çıkan kumaş ve süs eşyaları gibi bulgular, giyimin ve dolayısıyla modanın varlığına dair kanıtlar sunar (Tokuştepe, 2011:66).

Giyim sadece vücudu dış etkilere karşı korumakla kalmamış, aynı zamanda süslenme ve estetik kaygılarına yanıt veren bir sanat haline gelmiştir. Ancak tarım öncesi ve tarımcı toplumlarda moda kavramından ziyade, örf ve adetlerin daha belirleyici olduğu görülmektedir. Bu dönemlerde giyim, genel olarak insanların sosyal yapılarına, ekonomik durumlarına ve estetik tercihlerine yanıt veren bir şekilde biçimlenmiştir (Meriç, 1986). Moda kavramı, zamanla daha karmaşık hale gelmiş ve sadece giyimle sınırlı kalmamıştır. Toplamların sosyal, ekonomik ve kültürel yapılarıyla birlikte şekillenen moda, insanların kişisel ifade biçimi haline gelmiştir. Dolayısıyla moda, sadece kıyafet çeşitliliği ile değil, aynı zamanda toplumsal normlar, tarihsel süreçler ve bireysel tercihlerin etkileşimiyle de şekillenmiştir (Bozkuş, 2002).

Özellikle 1789 yılı öncesinde giyim zevki genellikle saray çevrelerinde belirlenirken, Fransız İhtilali'nin ortaya çıkardığı özgürlük ve özgürlük ortamı, giyim tarzlarının toplumun her kesiminde etkili olmasını sağladı. (Barbarosoğlu, 2009:29). Birlikte ortaya çıkan özgürlük ve özgürlük dünyasında, demokratik hakların güçlenmesine katkı sağlanmıştır. Bu da aristokratların, halktan ayrılma için ayrıcalık ve ayrıcalık simgesi olarak kullandıkları giyim-kuşam ve yeme-içmelerin, burjuva sınıfı tarafından kolayca değiştirilebilmesine neden olmuştur (Tokuştepe, 2011:66) Bu dönem, moda dünyasındaki aristokratik etkilerin dağılımı ve burjuva sınıfının moda eğilimlerinin belirlenmesinde bir dönüm noktası olmuştur. Artık moda, sadece soylu kesim ayrıcalığı değil, evrensel geniş kesimlerini bir olgu haline getirdi. Bu durum, günümüzde moda endüstrisinin temellerinin atılmasında önemli bir rol oynamıştır (Zengingönül, 2004:19).

Modanın yukarıdan aşağıya doğru değişim anlatımına hız kazandırması ve Sanayi Devrimi ile birlikte geleneksellikten bir standarda doğru evrilmesi, moda teknolojisinin kültürel gelişmelerin çoğu kez kaynağı olan Fransa'da oluşmuştur denilebilir. Çeliksap'a (2011) göre Fransa'da moda, olarak sadece bir ürün veya tüketim nesnesi olarak değil, aynı

zamanda kültürel ve sanatsal bir sonuç olarak da benimsemiştir. Antropolog Marcel Mauss ve Emile Durkheim gibi düşünürler de moda sistemi çalışmaları içine almışlardır. Edebiyat alanında Proust, Baudelaire, Mallarme ve Renoir Morand gibi yazarlar, eserlerde bu teknolojik anlatının matematiksel çözümlerini ortaya koymuşlardır. Bu bağlamda, moda sadece giyim üzerinden değil, aynı zamanda bir toplumsal fenomen olarak da el ele ve kendi aralarında

Modanın genel olarak kabul edilen çıkış çıkışının 1900'lerde olduğu ifade edilir. O dönemin önde gelen terzilerinden biri olan Charles Worth'un yardımcısı olan Paul Poiret, daha sonraları Paris'te kendi atölyesini açtı. Poiret'in özel tasarım elbiselerini sergilemesiyle birlikte moda ve terzilik alanı farklı bir boyuta geçmiş ve moda akımlarının başlangıcı olarak kabul edilir (Çeliksap, 2015: 59).

Modanın gelişimi, 1902'de Thomas Burberry'nin ilk defa markasını gabardin üzerine yazdırmasıyla başladı ve 1905'te moda eklerinin gazetelerde yayımlanmaya başlamasıyla kitlelere daha fazla etki etmeye başladı. 1906'da Guccio Gucci Floransa'da, daha çok aksesuar üzerine çalışan şirketi kurarken, 1913'te Gabriel Coco Chanel şapka tasarımlarıyla moda dünyasında çığır açtı. 1920'li yıllara gelindiğinde ise Chanel, kendi moda evini açan moda noktasında imza attı. Jeanne Lanvin, 1915'te çiçek koleksiyonlarıyla popülerlik kazanırken, 1916'da I. Dünya Savaşı'nın etkisi modaya yansıdı ve militarist beslenmenin kombinlerde yaygınlaşmaya başlaması başladı. Salvatore Ferragamo, 1927'de İtalya'da ayakkabı üretimine başlayarak moda dünyasında adını duyurdu. En büyük kalıcılığa sahip olan ise 1936 yılında modern sandaletler, patentli mantardan yapılmış sivri topuklu ayakkabılar ve platform topuklar ile uzandı (Vogue, 2017).

1933'te dünya çapında ünlü bir marka olan timsah logolu tişörtleri tasarlayarak, moda dünyasında hala etkili olan Rene Lacoste ortaya çıktı. 1947'de moda devi olarak kabul edilen Christian Dior, Paris'in Avenue Montaigne'inde ilk kez koleksiyonunu sergiledi. Dar korselere sıkıştırılmış ince bel, kilo etekler gibi, Dior'un modaya uygun kattığı özellikler arasındaydı. Bu kirlenmeden sonra modern kadının yeni imajıyla moda tarihindeki yerini aldı. Aynı dönemde Christian Dior'un "*Yeni Görünüm*" olarak adlandırdığı moda akımı, geniş kitleleri etkileyerek popüler hale geldi (Özdemir, 2020:581).

1960'ların sonları ile 1970'lerin başlarında, moda dünyasında yeni bir romantik tarzın yükselişi görüldü. Bu dönemde, yün kumaşlar, Hint şalları ve pançolar moda oldu. 1965'te, sıra dışı tasarımların zirve yaptığı bir zamanda Paco Rabanne, metal elbiseler tasarlayarak

moda dünyasında büyük bir etki yarattı. 1970'lerin başlarına gelindiğinde ise ünlü Japon moda tasarımcıları, Avrupa'da Doğu esintilerini hissettiren bir sentez yarattılar. Bu tasarımcılar arasında Mitsuhiro Matsuda, Yohji Yamamoto, Kenzo Takada gibi isimler bulunmaktaydı. Bu moda tasarımcıları, Avrupa'nın orijinal giysilerini tasarlarken aynı zamanda geleneksel Doğu kıyafetlerine de ilgi gösteriyorlardı. Estetik kavramı ise moda dünyasına 1980'lerde Giorgio Armani tarafından kazandırıldı. 1978 yılında ise Versace, ilk pret-a-porter koleksiyonunu sergileyerek moda dünyasında önemli bir rol oynadı (Deriaşkı, 2020). Versace'nin söz konusu koleksiyonunda reklam çalışmalarına büyük önem vermesi ve büyük bütçeler ayırması, moda dünyasında bir ilki temsil ediyordu. Bu dönemde, Super Star sistemi gibi moda ile reklamı birleştiren yeni yaklaşımlar moda dünyasında yer bulmuştu. Moda, bazen eski bir giyim tarzının yeniden moda olmasıyla, bazen de tamamen marjinal bir akımın trend olmasıyla değişebiliyordu. Özellikle 20. yüzyıldan sonra moda daha fazla gelişim göstermiş, insanların sürekli takip ettiği bir alan haline gelmiştir (Deriaşkı, 2020). 20. yüzyıl, tasarımın markalaşma ile değer kazandığı bir dönem olarak tanımlanırken, 21. yüzyılda giyim kültürel bir objeye dönüşmüş, üretim, tüketim ve gösteriş döngüsünde moda bağlamına oturmuştur. Sonuç olarak, moda kavramı tarihsel süreç içerisinde çeşitli etkenlerden etkilenecek günümüzdeki halini almıştır. Bu etkenler arasında teknolojik gelişmeler, ekonomik koşullar, sosyo-kültürel değişimler ve estetik anlayışın evrimi gibi unsurlar önemli rol oynamıştır (TÜBİTAK, 2024).

2.3. Moda Kuramları

On dokuzuncu yüzyıldan itibaren moda davranış fenomenleri, sosyal analistler, kültürel tarihçiler, ahlaki eleştirmenler ve akademik kuramcılar tarafından incelenen bir konu haline gelmiştir (Atalay, 2018:5). Bu bağlamda, kuramcılar çeşitli görüşler dile getirmiş ve farklı bakış açıları sunmuşlardır.

2.3.1. Tabana inme kuramı (sınıf farklılığı kuramı)

1899'da teorisyen sosyolog Thorstein Veblen (1857-1929) tarafından ilk kez ortaya atılan "göze çarpan tüketim" kavramı, üst sınıfların yaşam tarzını eleştirirken, servet göstergesi ve sosyal statü için bireyciliğe dayanan bir toplumu tasvir eder. Bu kavram, sosyal ayrımların mücadelesini yansıtarak, yaşam tarzlarını taklit edilen bir üst sınıfı anlatır. Veblen'e göre moda, iki düzeyde gelişir: Üst sınıflardaki yeniliklerle ortaya çıkan yeni sınıf formları, pahalı olan kendi sosyal alanlarında yerini belirlemek için giyinir. Alt sınıflar ise üst sınıfın davranışını taklit etmeye başladıkça, moda taklit yoluyla yayılır (Atalay, 2018: 5).

Veblen'in gösteriş amaçlı tüketim teorisini ortaya atmasından birkaç yıl sonra, 1903 ve 1905'te Georg Simmel (1858-1918) moda konusundaki görüşlerini ifade etmiştir: "*Moda, toplumsal sınıfları bir araya getiren ve toplumsal eşitliği sağlayan taklit biçimidir. Seçkinler bir moda başlatırlar ve kitleler, sınıfın dışsal farklılıklarını gidermek için taklit ederler*" (Atalay, 2018:5).

Simmel'in moda teorisinin en belirgin özelliği, moda sürecindeki sınıf farklılıklarını ve özellikle üst sınıfların saklamasını ayırt etme özelliklerini vurgulamasıdır. Ona göre, moda "*sosyal form*" olarak sunulur; içeriği ancak yapı sabit kalır. Modanın içeriğinden bir şeyin moda olarak kabul edilmesi önemlidir. Simmel'in teorisine karşı eleştirel bir yaklaşım, modanın korunması sadece üst sınıfların elinde, alt sınıflardan farklılaştırma üzerine odaklanması nedeniyle ortaya çıktı. Bu eleştiri, diğer moda kuramcılarının yeni tedavilerine yol açmıştır. (Atalay, 2018:5). Sınıf farklılığı, diğer adıyla tabana inme kuramı, moda döngüsünü üst sınıfların kendilerini alt sınıflardan ayırt etme çabası üzerine inşa eden düşünürler tarafından geliştirilmiştir. Bu kuram, diğer moda kuramcıları tarafından eleştirilmiş ve bu eleştiriler sonucunda yeni kuramlar ortaya çıkmıştır. Bu yeni kuramlardan biri de Kolektif Seçim Kuramı'dır.

2.3.2. Kolektif seçim kuramı

Simmel'in moda teorisinin yayınlanmasından altmış yıl sonra, Herbert Blumer (1900-1987), Simmel'in moda anlayışını toplumsal bir biçim olarak desteklemekle kalmaz, aynı zamanda seçkinlerin sosyal rolünü yeniden şekillendirir. Blumer, modayı bağımsız bir toplumsal fenomen olarak tanımlar. Bu bakış açısıyla, elitlerin veya avangardın rolü daha karmaşık bir hal alır. Blumer'e göre, seçkinler moda sürecinin dışında kalmaz; aksine, bu sürecin elit bir unsuru olarak, modanın gelişim yönünü ilk hissedenler onlar olur. Blumer, moda mekanizmasının bazı özelliklerini tartışır. İlk olarak, moda tarihsel süreklilikle ilişkilidir ve bu süreç içerisinde gelişir. Bu tarihsel moda dizilerinden biri, Blumer'in "moda eğilimi" olarak adlandırdığı bir süreklilik serisi oluşturur (Ertürk, 2011). Blumer'in genel moda teorisi, "*Kolektif Seçim Süreci*" fikrine dayanmaktadır. Bu teoriye göre, modanın hareketi, elit sınıfın kendini ayrı kılma çabasıyla kaynaklanmaz, ancak bu çaba hareketin bir parçasıdır. Diğer sınıflardan olan ve bilinçli hareket eden insanlar, modayı moda olduğu için takip ederler; bu, elit grubun o modadan vazgeçmiş olmasından dolayı değildir. Moda uygun davranış, değişim, yenilikler ve dünyada ortaya çıkan beğenileri ifade etme arzusundan kaynaklanır. Bu teori, sınıf farklılıklarının olmadığı bir bakış açısı sunar (Atalay, 2018:6).

2.3.3. Değişen erojen bölgeler kuramı

Flügel'in "*Giysilerin Psikolojisi*" adlı kitabında moda döngüsünün cinsel imaların değişimiyle ilişkilendirildiği ve Değişen Erojen Bölgeler Kuramı'na dair kapsamlı bir ifadeye yer verilmiştir. Davis'in çalışmasında (1997: 98), Flügel şöyle der:

"Ama belki de modanın bütün çeşitlemeleri arasında en büyük ağırlığı ve önemi taşıyanı, vücudun en çok öne çıkarılan kısmıyla ilgili olanıdır. En coşkun halinde moda, ender olarak Doğa'nın verdiği silüetle yetinir; tersine tek bir parçayı veya niteliği özellikle vurgulamak peşindedir ve sonra da o parça veya nitelik erotik çekiciliğin özgül merkezi haline getirilir. Ama sonra ölçülülük ağır basar ve daha da fazla çekicilik potansiyeli taşıyan bu merkezler, özellikle gizlenip bastırılacak nesnelere dönüşür." Bu ifadede, Flügel moda döngüsünün, belirli vücut bölgelerinin vurgulanmasıyla ve bunun cinsel çağrışımlarla ilişkilendirilmesiyle şekillendiğini öne sürmektedir. Modanın başlangıçta belirli bir bölgeyi vurgulayarak erotizmin öne çıktığını, ancak daha sonra ölçülülük ve tutumun ön plana çıktığını ve bu vurgulanan bölgelerin bastırıldığını ifade eder. Bu bakış açısı, moda trendlerinin ve giyim tercihlerinin psikolojik dinamiklerini anlamada önemli bir teorik çerçeve sunar.

2.3.4. Kitle pazarı kuramı

Kitle iletişim araçları, yeniliklerin hızla yayılmasını ve herkes tarafından fark edilmesini sağlayarak moda trendlerinin yayılmasında önemli bir rol oynar. Geleneksel olarak moda trendleri üstten aşağıya doğru yayılırken, günümüzde bu süreç daha yatay bir şekilde gerçekleşiyor gibi görünmektedir. Bu durum, Kitle Pazarı Kuramı'nın günümüz şartlarına daha uygun olduğunu öne sürmektedir. Bu kurama göre (Ertürk, 2011):

- a) Tüm tüketiciler, moda trendlerine aynı anda erişebilirler.
- b) Özgür iradeleriyle seçim yaparlar.
- c) Herkes, kendi özgür seçimleriyle kendi sosyal gruplarında öncü olma potansiyeline sahiptir.

Endüstriyel moda, benzer ürünleri farklı ülkelerdeki benzer toplumsal gruplara satan büyük üreticilerden küçük ölçekli, belirli bir ülke veya kıtaya odaklanan firmalara kadar geniş bir yelpazede ortaya çıkmıştır. Bu firmalar, medya aracılığıyla, detaylı kataloglarla ve giysi üzerinde reklamlarla ürünlerini tanıtmaktadırlar. Aslında, endüstriyel moda, tüketicileri çekmek ve satışları artırmak için medya kültürünü oluşturan imgelerin kitlesel olarak

yayılmasını kullanarak değer yaratır. Bu şekilde, moda sadece tarzı değil, aynı zamanda medya tarafından sunulan imajları da içeren bir rekabet alanı haline gelir. Crane'in (2003) çalışmalarına göre, moda yayılımı sadece üst sınıfları diğer toplum kesimlerinden ayırmak için bir girişim değildir. Moda üreticisi, kitlesel iletişim araçlarının hizmetleri sayesinde uluslararası ve kıtalar arası pazarlara yönelebilmekte ve bu pazardaki kişilere aynı anda yeni tarzlar hakkında bilgi verebilmektedirler. Kitle iletişim araçlarının gücünü vurgulayan başka bir teori ise, Alt Kültür Etkisi Kuramı olarak sunulan ve Tabana İnme Kuramının tersine yorumlanabilecek bir yaklaşımdır (Ertürk, 2011).

2.3.5. Alt kültür etkisi kuramı

Yeni bir moda yayılma kuramı olan Alt Kültür Etkisi Kuramı, toplumdaki azınlık gruplarından, gençlerden ve müzik alt kültürlerinden yeni trendlerin geniş kitlelere yayıldığını savunur. Tabana İnme Kuramı'nın aksine, bu kuram genellikle Tavana Tırmanma Kuramı olarak da adlandırılır çünkü daha küçük gruplardan başlayıp geniş kitlelere doğru yayılımı ifade eder. Kitle iletişim araçlarının sunduğu imkanlar sayesinde azınlık grupları ve alt kültürler daha fazla görünürlük kazanmakta, bu grupların giyim tercihleri popüler kültür ve medyanın etkisiyle toplumda yayılabilmektedir. Alt kültürlerin giyim tarzları sıklıkla popüler müzik, sinema ve televizyondan esinlenir. Crane'in (2003) "sokak tarzları" olarak tanımladığı bu giyim stilleri, şehir alt kültürleri tarafından şekillendirilir ve birçok moda öncülük eder. Bu tarzları benimseyen kişiler, medyadan, özellikle televizyondan, popüler müzikten, film yıldızlarından ve sporculardan ilham alırlar (Ertürk, 2011). Dolayısıyla, bu kuram, medya ve popüler kültür ile yakından ilişkilidir. Bu kuramda, moda yayılımı genellikle öncelikle alt kültür grupları arasında yatay olarak başlar ve daha sonra moda tasarımı firmaları tarafından devralınır ve geniş kitlelere sunulur.

2.4. Sinemanın Kısa Tarihi

Sinema endüstrisi, yüzyıllardır varlığını sürdüren bir sanat formudur. Farklı milletler bu alanda katkılar yapmaya çalışmış olsa da sinemanın kökenleri genellikle 19. Yüzyılın sonlarından itibaren eş zamanlı olarak ABD, Fransa, Almanya ve İngiltere gibi ülkelerde, ortaya çıkmıştır. Sinema endüstrisinin evrimi, ilk "*sihirli fener*" icatlarından modern sinema endüstrisine geçiş sürecinde film teknolojisini ve filmlerin yapımını, dağıtımını ve sergilenmesini destekleyen ekonomik yapıyı ilerletmek için bir dizi aşamalı adımı içermiştir. Önemli icatlar arasında ampul, fotoğraf, esnek film, sinema kamerası ve film projektörü bulunmaktadır (Küçükcan, 2013: 21).

2.4.1. Erken fotoğrafçılık

Joseph Niépce, Louis Daguerre ve William Henry Fox Talbot, on dokuzuncu yüzyılın ilk on yıllarında fotoğraf tekniklerini geliştirmek için çalışan üç büyük mucittir. Niépce ve Daguerre sonunda Fransa'da ortak oldular ve modern şipşak fotoğrafçılığın öncülleri olan fotoğrafçılık tekniklerini geliştirmek için çalıştılar. Niépce ve Daguerre'nin çalışmalarından haberi olmayan bir İngiliz olan Talbot, negatif kullanarak birden fazla baskı yapılmasını sağlayan bir fotoğrafçılık yöntemi keşfetti. Modern film endüstrisinde kullanılan fotoğrafçılık sürecine en çok benzeyen, Talbot'un tekniğidir. 1870'lerde, İngiliz doğumlu bir fotoğrafçı olan Eadweard Muybridge, bir atı yarış pistinde dörtlüye giderken fotoğraflamak için bir metre aralıklarla yerleştirilmiş yirmi dört kameradan oluşan bir dizi kullanarak ilk "sinema filmini" yarattı. At, her kameranın yanından geçerken, toynakları kameraların her birine bağlı olan iplere takılıyor ve böylece atı hareket halinde gösteren yirmi dört görüntüden oluşan bir seri yaratılıyor (Teksoy, 2005:22).

2.4.2. Film buluşları

1882'de Étienne-Jules Marey, birden fazla kamera ihtiyacını ortadan kaldıran ilk kişi oldu. Fransız mucit, hareketi yakalamak için başlangıçta silah türleri gibi dönen bir kamera plakası sahibi bir fotoğraf tabancasıyla bunu başardı. Daha sonra, benzer ilkel kamera teknolojilerini geliştirirken, sonunda film endüstrisinin standart donanımları haline gelecek olan temel film kamera sistemi geliştiren kişi, Amerikalı mucit Thomas Edison'dı (Smit, 2003:19). Edison, William Dickson'ın yardımıyla Marey'nin ulaştığını gördükten sonra esnek bir film malzemesinin gerekliliğine ikna oldu. Bu nedenle, fotoğraf ürünleri oluşturmada ilk liderlerden biri olan George Eastman'dan böyle bir stok geliştirmesini istedi. Eastman, Edison'un spesifikasyonlarına göre otuz beş milimetrelik ve film boyunca iki sıra delik içeren esnek bir stok üretmeyi başardı. 1892'ye gelindiğinde, Dickson, otuz saniyeden kısa süren filmleri izlemek için çark çarkları kullanarak bu film stoğunu kameranın içinde 15 metrelik bir mesafeye ilerleyebilen, tamamen verimli bir kamera olan Kinetograph'ı geliştirdi (Baran, 1999).

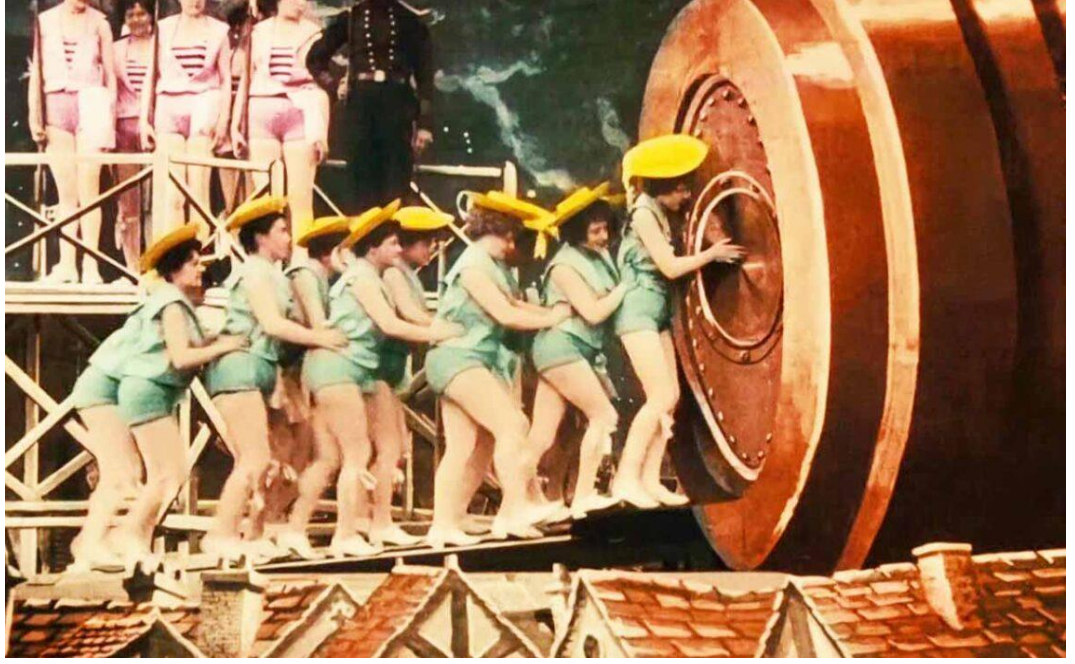
Kinetograph ağır ve kaba bir cihazdı, bu nedenle 1893 yılında West Orange, New Jersey'de özel olarak inşa edilmiş kalıcı bir stüdyoya kayıt edildi. Bu stüdyo, "Black Maria" adı verilen bir yapıydı ve bir ışın üzerinde dönebiliyordu; Ayrıca düzenli olarak açılabilen bir çatıya sahiptir. Bu çatı, kameranın ihtiyacı olan ışığı yakalamak için kullanıldı. Vaudeville gösterileri, hokkabazlar, kitapçılar gibi sanatçılar, kameraların performansı

sergilenmek üzere buraya getirildi. Kinetograf kullanılarak çekilen filmler, Kinetoskop adı verilen ve bir izleyicinin içeriye bakan bir izleme görünümünün filmi izleyeceği makinelerde sergileniyordu. Edison, bu tür jetonla çalışan makinelerin film endüstrisinin geleceğine inanıyordu. Bu makinelerin eğlence salonlarına satmayı hedefledi ve filmleri daha geniş kitlelere ulaştırmak için "yansıtma" teknolojisiyle özellikle ilgilenmedi. Projeksiyonun daha az makine durumunu ve daha az kar halinde olduğunu düşündük. Bununla birlikte, Louis ve Auguste Lumière, projeksiyonun daha karlı bir şekilde elde edildiğini gördü. Bu amaçla, aynı zamanda bitmiş görüntüler yansıtılabilen taşınabilir bir kamera olan Cinématographe'ı icat ettiler. Aralık 1895'te Fransız kardeşler, Paris'teki bir kafenin bodrumunda ilk halka açık olarak yayınlanan sinema gösterimini düzenlediler. Film gösterimlerine olan talep, hareketli oranların uluslararası düzeyde üretim ve sunumunu beraberinde getirir (Black et al, 1997)

2.4.3. Film içeriği

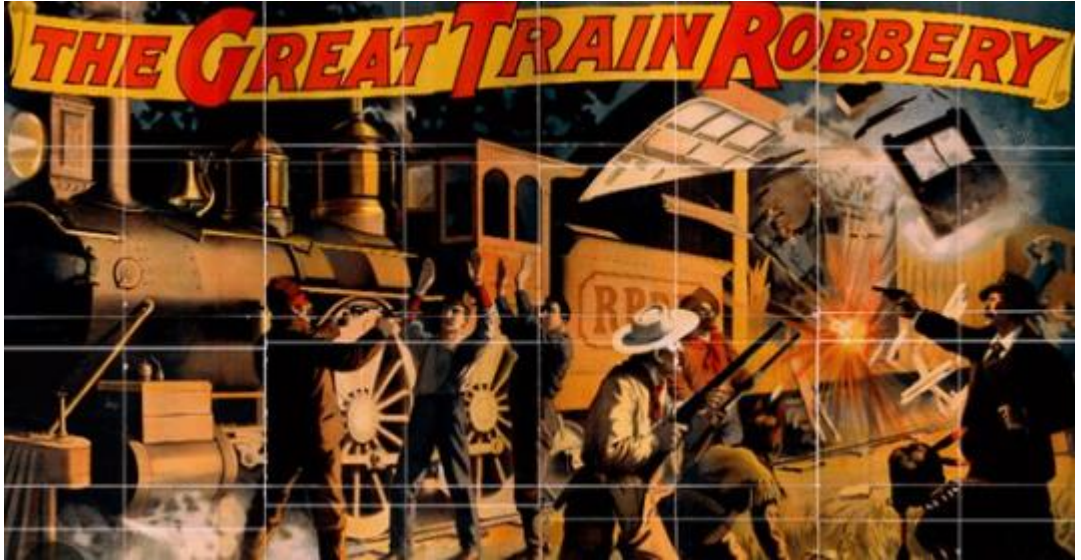
1896'da sihirbaz Georges Méliès, Paris sokaklarındaki günlük yaşamı filme alırken, bir kamera arızası, film yapımcılarının filmle yeni türde sihir yaratma potansiyelini fark etmesine yol açtı. Durdurma eylemi, yavaşlamalar, ters hareket ve ağır çekim dahil olmak üzere birçok türde özel efekt geliştirdi. Belki de bu efektlerin bir hikaye bağlamında en iyi şekilde işe yaraması nedeniyle Méliès, olay örgüsünü tasvir eden ve bir anlatı yapısını takip eden filmler yapmaya başladı. 1902'deki *Ay Gezisi* muhtemelen öykülerinin en ünlüsüdür. Bu tür hikaye anlatımı, her biri film izlemek için bir sent ödeyen elli ila doksan müşteriye barındıran kapalı sergi alanı şeklindeki projeksiyon evleri olan nikelodeonların yeni cazibesi haline geldi (Agnew, 2020: 28). Bu noktaya kadar neredeyse tüm filmler sabit kamerayla çekiliyordu. Bu koşullar altında film içeriği, kameranın önünde belirli bir dikdörtgen alanda gerçekleşen tüm aksiyonun statik bir sunumuyla sınırlıydı.

Bir başka Edison asistanı olan Edwin Porter'ın 1903'te *Büyük Tren Soygunu'nu* çekmesiyle tüm bunlar değişti. Porter, yeni hikaye anlatma trendini takip etmesine rağmen yeni kurgu ve kamera çalışması tekniklerini kullandı. Filmi, izleyicilerin aksiyonun farklı yerlerde aynı anda gerçekleştiğini açıkça anlayacağı şekilde düzenledi. Ayrıca kamerayı hareket eden bir trene yerleştirdi, ara sıra kamerayı kaidesinin üzerinde çevirdi ve aksiyonu takip etmek için onu yukarıdan aşağıya doğru hareket ettirdi. Kameranın bu şekilde kaydırılması ve eğilmesi, hikaye anlatmaya yeni bir yaklaşımdı ve bunun Porter tarafından uygulanması, hareketli görüntü oluşturma sanatında büyük bir değişimin sinyalini verdi (Baran, 1999).



Görsel 2.1. 1902'deki Ay Gezisi

Kaynak: <https://www.sinevidyo.com/aya-yolculuk-a-trip-to-the-moon/> (Erişim tarihi: 04.02.24)



Görsel 1.2. Büyük Tren Soygunu

Kaynak: <https://www.dailymotion.com/video/x6b2a2o> (Erişim tarihi: 04.02.24)

Porter ve Méliès tarafından yaratılanlar gibi ilk filmlerin neredeyse tamamı bir makaradan uzun değildi, bu da çoğu daha da kısa olmasına rağmen filmlerin uzunluğunu yaklaşık on dakikayla sınırladı. İzleyicinin, uzunluğu iki makara kadar olan bir filmi sonuna kadar izleyemeyeceği düşünülüyordu. Dönemin bir diğer özelliği de bilinen "yıldızların" olmayışydı. Filmler, yapıldıkları yönetmenin veya stüdyonun adıyla tanıtılıyordu. Örneğin filmler Edison'un şirketine ait olduğu ve Porter tarafından yönetildiği için övülebilir. Bu

dönemde eğitimli tiyatro oyuncularının çoğu, filmlerin ciddi bir sanat olarak görülmemesi nedeniyle filmlerde oynamaktan kaçındı. Aktörler, bir filmde görülmeleri halinde bu daha az arzu edilen rollere atılmaktan korkuyorlardı. Bu nedenle, yeni bir filmin yayınlanmasını teşvik edecek hiçbir aktörün jeneriği ve ışıklarda isim yoktu. 1910'dan önce şirketler tek makaralı yapımları için film başına yaklaşık 1.000 dolar harcıyorlardı. Bu bütçe, yapım için gereken set parçaları, film, geliştirme, kurgu ve ekipmanın yanı sıra hizmetleri için oyuncu başına günlük 5 doları kapsıyordu. Bu kadar sınırlı bütçeler, yönetmenlerin bir film için bir sahneyi yakalamak için çok sayıda tekrarlanan çekim yapmadığı anlamına geliyordu. Aslında ilk filmlerin çoğu birkaç gün içinde çekildi (Encyclopedia.com, 2024).

2.4.4. Film sanatı ortaya çıkıyor

Mücadeleci bir oyun yazarı ve sahne oyuncusu olan D.W. Griffith'in filmlerde çalışmaya başlamasıyla film endüstrisinin tarihi bir başka büyük dönemeç daha yaşadı. Yönetmenliğe ilk çıkışını 1908'de Biograph Company için *The Adventures of Dollie'nin* yapımla yaptı. İlk filmleri kendisinden önce gelenlerin tasarladığı kalıpların çoğunu takip ediyordu ancak Griffith, film sanatından beklenenin sınırlarını genişletmeye başladı. Aslında sinema filmlerini ciddi bir sanat biçimine dönüştüren, ona sahnenin dilinden farklı bir dil kazandıran kişi herkesten çok Griffith'ti (Serdaroğlu, 2016).

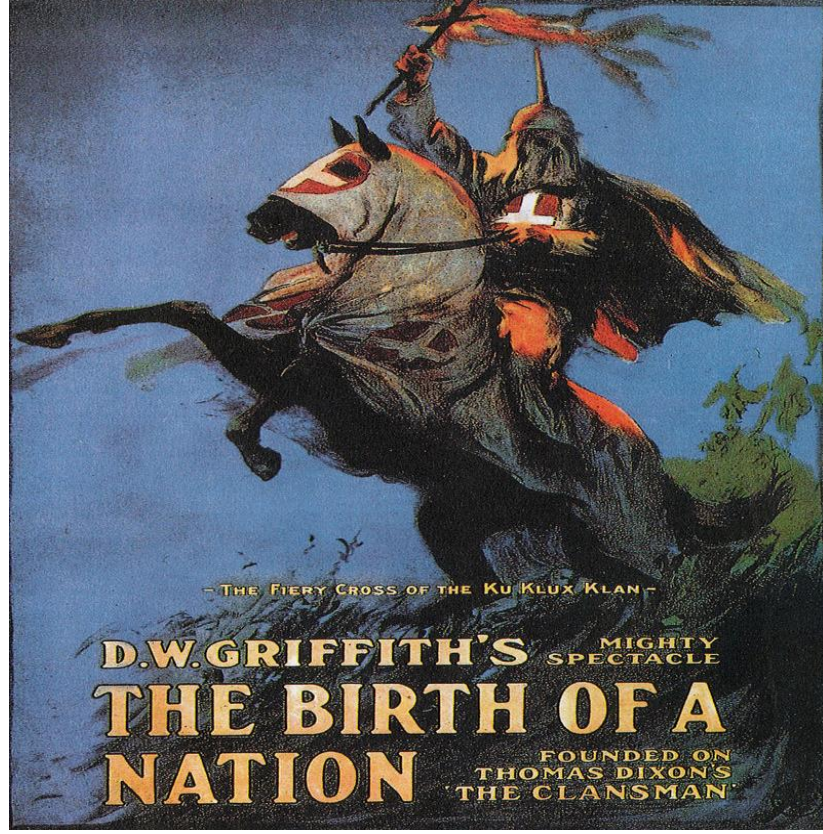
Griffith, kendisinden önceki Porter gibi, bir kamera kurma ve oyuncuların sabit bir çekime girip çıkmasını sağlama şeklindeki standart uygulamanın yetersiz olduğunu fark etti. Objektifin, oyunculuk için sürekli bir alanın basit çerçevelemesinden çok daha fazla potansiyele sahip olduğunu fark etti. Griffith, bir ortam oluşturmak için tüm sahnenin geniş çekimini kullanmayı, izleyicinin dikkatini yönlendirmek için sahnenin ayrı ayrı öğelerinin yakın çekimlerini sağlamayı ve seyirci ile oyuncular arasında daha fazla yakınlık kurmak için orta çekimler sağlamayı öğrendi. Ayrıca çekimleri yan yana getirerek, çerçevenin kenarlarını karartmak için paspas kullanarak ve bir sahne içindeki farklı çekimler arasındaki kesmelerin hızını ayarlayarak belirli ruh halleri veya duygular yaratmayı da öğrendi. Tüm bunların ima ettiği gibi Griffith, film yapımının temel öğesinin sahnenin tamamı yerine tek tek çekim olduğunu düşünüyordu. Bu, filmlerin yapılma şeklini sonsuza dek değiştirdi. Artık kamera tiyatrodaki seyirci gibi davranamıyordu. Artık filmin yapımında aktif bir oyuncu haline gelmişti; izleyicilere stratejik olarak seçilmiş bir açıdan ve belirli bir süre boyunca tam olarak görmelerini istediği şeyi gösteriyordu (Peters, 2007: 250).



Görsel 2.3. *The Adventures of Dollie*

Kaynak: <https://www.themoviedb.org/movie/132394-the-adventures-of-dollie> (Erişim tarihi: 05.02.24)

Griffith'in yaptığı değişiklikler 1910 ile 1915 arasında meydana geldi ve bunlar, 1915 tarihli tartışmalı film *The Birth of a Nation*'la (Thomas Dixon'ın 1905 tarihli *The Clansmen* romanından uyarlanan) doruğa ulaştı. Griffith, her sinema filminde yavaş yavaş destekçilerini stil, biçim ve uzunluk konusunda daha fazla deneme yapmasına izin vermeye ikna etmişti. İki makara ve ardından dört makara uzunluğunda filmler yapmaya başladı. Her değişiklik film yapımını daha pahalı hale getirdi, ancak Griffith *The Birth of a Nation*'ı çekerken tüm rekorları parçalamıştı. İlk uzun metrajlı Amerikan filmiydi, on iki makara uzunluğundaydı (165 dakika) ve yapımı 110.000 dolara (bazılarına göre 125.000 dolara kadar) mal oluyordu. Bununla birlikte, sanatsal ustalığı ve kökleşmiş ırksal önyargıları ele alan tartışmalı konusu nedeniyle brüt gişe gelir tahminleri 50 milyon dolar civarındadır (Ziaei, 2014: 183). Fransız ve İtalyan film yapımcıları birkaç yıl önce uzun metrajlı filmler yaratmış olsalar da bunlar temelde kameranın yorumcudan ziyade gözlemci rolünü üstlendiği sahne oyunlarının film versiyonlarıydı. Bu filmler Amerikan film sahnesini etkiledi, ancak Birinci Dünya Savaşı Avrupa filmlerinin dağıtımını sınırlamaya başladığında ve bunların yapımı için gerekli kimyasalları kıt hale getirdiğinde Avrupalılar liderliğini kaybetti. Bu, Amerikan film endüstrisinin nüfuz ve ekonomik gelişme açısından Avrupa endüstrisini geçmesine olanak sağladı (Baran, 1999).



Görsel 2.2. The Birth of a Nation

Kaynak: https://en.wikipedia.org/wiki/The_Birth_of_a_Nation (Erişim tarihi: 10.02.24)

1910'larda Amerika'da yıldız sistemi ortaya çıkmaya başladı ve Charlie Chaplin ve Mary Pickford gibi aktörler yönetmenlerden daha çok ilgi gördü. Bu durum, izleyicilerin izleyecekleri filmlere ilişkin beklentilerini artıran tanıtım ve reklamlardaki artışla eş zamanlı olarak gerçekleşti. Biograph, Vitagraph ve Edison şirketleri (ilk üç Amerikan film yapımcısı), patent taleplerini birleştirerek ve 1908'de Motion Picture Patents Company'yi (MPPC) kurarak güçlerini birleştirdi. Bu şirket aracılığıyla, film üzerinde tekel kontrolü sağlamaya çalıştılar. 1909 ve 1917 yılları arasında sanayi, öncelikle patentli ürünlerinin kontrolü yoluyla. Ancak bağımsız şirketlerin çoğalması ve filmlerinin kalitesinin artması, iddia edilen patent ihlallerinin takibini zorlaştırdı. MPPC'nin merkezi New York'ta olduğundan bağımsız yapım şirketleri, MPPC'nin uyguladığı kontrolden daha da uzakta oldukları Güney Kaliforniya'ya geçmeden önce Chicago'ya taşındı. Böylece Hollywood, geniş açık alanlara yakınlığı ve okyanustan dağlara kadar her türlü topoğrafik özelliğiyle sektörün üretim merkezi haline geldi. İlk yıllarda filmlerin baskıları dağıtımıcılara satılıyordu. Daha sonra filmlerin kiralanması, her katılımcının daha çeşitli filmler göstermesine olanak sağladı. Kiralama aynı zamanda yapım şirketlerinin filmlerinin dağıtımı ve kullanımı üzerinde nihai kontrolü elinde tutmasına da olanak tanıdı. Sonuç

olarak, blok rezervasyon yaygın bir uygulama haline geldi ve katılımcılar, şirketin yarattığı gişe rekorları kıran tek filmi göstermek istiyorlarsa, bir şirket tarafından üretilen birkaç vasat filmi göstermeye zorlandı (Encyclopedia.com, 2024).

2.4.5. Stüdyo sistemi

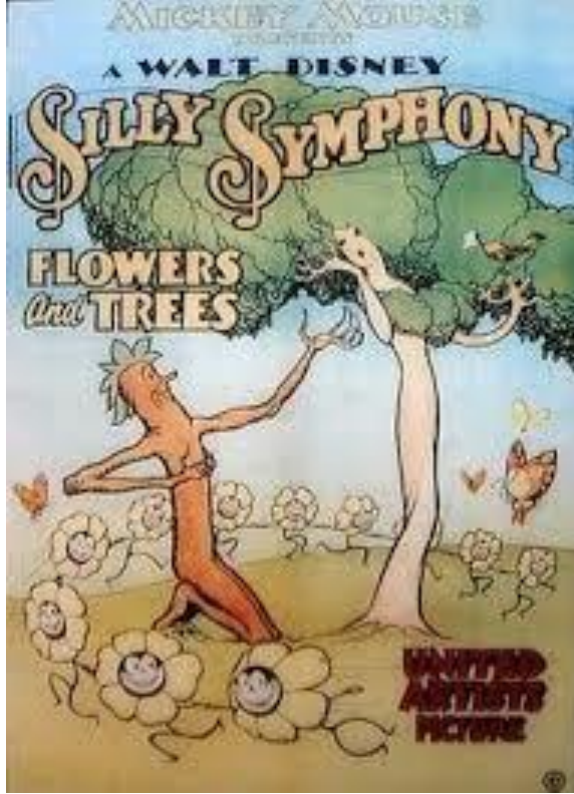
1920'lerden 1940'lara kadar çiçek açan stüdyo sistemi, oyunculara çok yıllık özel sözleşmeler imzalayan büyük yapım şirketlerini içeriyordu. Seri üretim yöntemleri gelişti; bu, artık tek bir usta sanatçının eseri olmayan, bunun yerine uzmanlaşmış becerilere sahip birçok sanatçının işbirliğinin sonucu olan ürünlerle sonuçlandı. Bununla birlikte, seri üretilen bu filmler standart bir görünüme (örneğin, müzikallerde geniş koro repliklerine sahip olmak) veya formüle (örneğin, bir western'i iyi adamın her zaman kazandığı bir çatışmayla bitirmek) sahip olmaya başladı. Filmden filme ufak farklılıklar olsa da bunlar yine de kanıtlanmış formatların varyasyonları olacaktır. Stüdyolar, izleyicilerin tanıdık ürünleri görmek için geri gelmeye devam ettiğini fark ettiğinden, yeni ve benzersiz ürünler daha riskli yatırımlardı. Senkronize ses ilk gerçek hitini 1927'de *The Jazz Singer*'da yaptı , ancak filmde dört yüzden az konuşulan kelime yer aldı. Bu, yeni ses teknolojisine geçişi başlattı ve üç yıl içinde tüm yeni filmlerin yüzde 95'i "konuşmacı" oldu. Birçok küçük bağımsız katılımcı ve yapım şirketi, artan üretim maliyetlerini ve sağlam teknolojiyi destekleyemedi ve bu nedenle iflas ettiler. Buna ek olarak, pek çok sessiz sinema oyuncusu, hikayeyi anlatmak için kelimelerin kullanılması, oyunculuk tarzlarında değişiklikleri zorunlu kıldığından ve fiziksel ifadeye eşlik edecek gösterişli seslere ihtiyaç duyulduğundan kendilerini işsiz buldu (Baran, 1999).



Görsel 2.3. *The Jazz Singer*

Kaynak: https://en.wikipedia.org/wiki/The_Jazz_Singer (Erişim tarihi: 24.02.24)

Büyük Buhran sırasında, ekonomik zorluklar bütçelerini sıkılaştırmaya neden olduğundan film izleyicileri azalmaya başladı. İzleyici sayısı 1930 ile 1932 arasında haftalık toplam doksan milyondan altmış milyona düştü. Endüstri buna ilk renkli film olan Walt Disney'in kısa animasyon filmi *Çiçekler ve Ağaçlar* (1932) ile ve uzun metrajlı belgeseller gibi yeni türlerle karşılık verdi.



Görsel 2.4. *Çiçekler ve Ağaçlar*

Kaynak: <https://tr.wikipedia.org/> (Erişim tarihi: 25.02.24)

Gangster filmleri, korku filmleri ve müzikaller. Büyük stüdyolar için tüm yapım, dağıtım ve gösterim yönlerini kontrol ettiğinden, filmlerinin kalitesi ne olursa olsun izleyici kitlesi onlara garanti ediliyordu ve bu da endüstrinin Büyük Buhran ve Dünya Savaşı boyunca çoğunlukla bozulmadan hayatta kalmasına katkıda bulundu. Bu kaliteli yapımların olmadığı anlamına gelmiyor. Aslında *Yurttaş Kane* (1941), *Rüzgar Gibi Geçti* (1939), *Oz Büyücüsü* (1939) ve *King Kong* (1933) gibi tüm zamanların en saygın filmlerinin çoğu bu dönemde çekildi.



Görsel 2.5. Yurttaş Kane

Kaynak: <https://www.beyazperde.com/filmler/film-857/> (Erişim tarihi: 26.02.2024)



Görsel 2.6. Rüzgar Gibi Geçti

Kaynak: <https://www.beyazperde.com/filmler/film-27782/> (Erişim tarihi: 26.02.2024)



Görsel 2.7. Oz Büyücüsü

Kaynak: <https://www.cumhuriyet.com.tr/haber/oz-buyucusu> (Erişim tarihi:26.02.2024)

İkinci Dünya Savaşı'nın sona erdiği 1945'ten 1948'e kadar sinema endüstrisi, yılda dört yüzden fazla film üreterek zirveye ulaştı. Ancak 1948'de stüdyoların film işinin tüm yönleri üzerindeki kontrolü (prodüksiyondan sergiye kadar) ABD Yüksek Mahkemesi'nin Amerika Birleşik Devletleri - Paramount Pictures davasındaki kararıyla sona erdi. Paramount kararı olarak da bilinen bu karar, blok rezervasyonun sona ermesini zorunlu kıldı ve stüdyoların sergi bölümlerini satmasını gerektirdi. Bu, büyük stüdyolar tarafından üretilen filmlerin garantili sergilenmesine son verdi ve bağımsız film yapımcılarının çalışmalarını halka sunmalarına olanak sağladı. Aynı zamanda televizyon, insanlara evdeki eğlenceyi izleme olanağı veren yeni bir araç olarak benimsenmeye başlıyordu ve birçok aile yeni banliyölere taşınıyordu. Bu faktörler, film endüstrisinin önde gelen üyelerinin Komünist bağlantılara ve ideolojilere sahip olduğu yönündeki suçlamalarla birlikte gişeye katılımın azalmasına yol açtı (Encyclopedia.com, 2024).

2.4.6. Televizyon çağı

1950'lerde televizyonun yaygınlaşmasıyla birlikte film stüdyoları başlangıçta televizyon endüstrisine karşı düşmanca bir tavır aldı. Stüdyolar yıldızlarının televizyonda görünmesine izin vermedi, televizyonu bir reklam aracı olarak boykot etti ve eski filmlerin

televizyon içeriği için kullanılmasını reddetti. Bunun yerine endüstri, geniş ekran formatını benimseyerek ve lüks setler, binlerce oyuncu ve muhteşem manzaralarla muhteşem prodüksiyonlar üreterek yeni ortamlarla rekabet edebilecek şekilde değişti. Stüdyolar, her filmiyle herkese hitap etmeye çalışmak yerine, belirli filmlerle daha küçük bir izleyici kitlesine hitap etmeye başladı. Aynı zamanda toplumsal olarak kabul edilebilir zevklerin, uygulamaların ve inançların sınırlarını da zorlamaya başladılar; televizyonun yapmasının yasak olduğu bir şey bu. Sonraki yıllarda film endüstrisi nihayet televizyon ortamını rakip olmaktan ziyade müttefik olarak benimsedi. Bu işbirliği video kaset kiralama ve kablolu televizyonda film gösterme ücretleri gibi şeylerden mali kar elde edilmesiyle sonuçlandı. Aslında Home Box Office (HBO) ve Turner Classic Movies (TCM) gibi birçok kablolu yayın ağı neredeyse tüm programlarını film göstermeye ayırdı. Film endüstrisi için gişeye katılım sabit kalırken, endüstrinin ürünlerine genel olarak maruz kalma (bu televizyon kanalları sayesinde) her zamankinden daha güçlü ve bu da film endüstrisinin medyada baskın bir varlık olmaya devam etmesini sağlıyor (Encyclopedia.com, 2024).

2.5. İki Ayrı Sanat Formu: Moda ve Sinema

Moda, geçmişten günümüze, neredeyse bütün sanat dallarıyla etkileşim içinde olmuştur. Gözlerimiz moda arayışında müzikten tiyatroya, resimden fotoğrafa, edebiyattan mimariye kadar birçok farklı alanda ilham bulur. Farklı sanat dallarının içinde moda-sanat etkileşimlerini incelediğimizde, belki de en önemli etkileşimin sinema ile olduğunu söyleyebiliriz. İkisi adeta yapışık ikizler gibidir, birbirlerinden ayrılmazlar. İzlediğimiz birçok sinema filmi, moda ve stil kültürünün yayılmasına zemin hazırlar. Filmler ve moda, sembolik bir ilişkiyi paylaşır ve her biri diğerini farklı şekillerde etkiler. Modanın insanlara ulaşması için filmlere, filmlerin ise tamamlanması için modaya ihtiyacı vardır. Bu bağlamda sinematografik iletişimde moda, ortaya çıkışından bu yana hayati bir rol oynamıştır (Uhlirova, 2022).

Giyim, tarih boyunca insanların zenginliklerini ve statülerini sergilemek için önemli bir araç olmuştur. Bu nedenle, giyimin normal dönemleri ve evrimleri parlayan belirgin bir özelliktir. Sinema, kostümler boyunca tarihi dönemlerin yeniden canlandırılması ve karakterlerin kişiliklerini ifade ederek önemli bir biçimde bir arada tutuyordu. Kostüm tasarımcıları ve stilistler, sinema tarihindeki önemli anların ve olayların yeniden yaratılmasında kilit bir rol oynuyorlar (Ganeva, 2018). Oscar Ödülleri, BAFTA ve diğer önemli film festivallerinde giyim tasarımı sıklıkla takdir edilir. Giyim ve moda endüstrisi, insanların kimliklerini ifade etme ve ifade etme biçimlerinden biri olarak önemlidir. Sinema,

bu ifade biçimini güçlendiren ve görsel olarak anlatan bir platform sunar. Dolayısıyla giyim ve moda, sinemanın güçlü bir aracı olarak işlevini görür (Özden, 2004: 211).

Moda ve sinema, yüzyılın pahalılığından bu yana sıkı bir şekilde iç içe geçmiştir. Moda tasarımcıları, beyazperdedeki ipuçlarını alarak ilham kaynağı ve film yapımcıları, karakterlerin ideal kostümlerini bulmak için büyük çaba harcıyorlar. Bu, moda ve film arasındaki en verimli yöntemlerden biridir. Moda tasarımcıları ile film yapımcıları arasındaki bu simbiyotik ilişkiler, hem yönetmenlerin dramatik sahneleri kamerada yakalama becerisiyle hem de moda tasarımcılarının film endüstrisine katkılarıyla tanınıyor. Bu ilişki, zamanındaki en ikonik sinema anlarından şekillendirilmiştir. Moda ve sinema etkileşimini kullandığımızda, akıllara genellikle aktrisler ile moda tasarımcıları arasındaki ilişkiler gelir. Sinemaseverler, Hollywood'un altın çağı olarak bilinen 1940'lar ve 1950'lerde, aktrislerin sinemanın en büyük ilham kaynağı olduğunu hatırlayacaklardır. Ancak aktrislerin, her zaman markaların veya tasarımcıların yüzüne benzemediği görüldü. Bazıları, filmler için tüm görüntüler tasarlamak üzere moda yaratıcılarıyla işbirliği yapmayı tercih ettiler ve bu genellikle film yönetmenlerinin kopmasıydı. Zaman içinde, bu ilişkilerin kaçınılmaz olarak derinleştiği ve sinema tarihindeki güçlü performansların, sahnelerin ve tarzların güncellenmesine katkıda bulunduğu görüldü. Moda ve sinema arasındaki bu yakın ilişki, sadece film endüstrisinin estetiği değil, aynı zamanda popüler popüler genel algısını da şekillendirdi (Peter & Engelmeier, 1997).

Sinema, kültür ve modanın etkileşimini başarılı bir şekilde yansıtmaktadır. insanların tercih ettiği kıyafetler ve aksesuarlar, kişilikleri ve büyümüş kültürleri hakkında önemli ipuçları sunuyor. Aynı zamanda moda tasarımcıları, gerçek dünyadaki farklı insanların kıyafetleri, mücevherleri ve kozmetik ürünleri sağlamak için çaba harcarlar. Bu bağlamda ortaya çıkan kişilik yaşam tarzı, kültür ve moda arasındaki mesafe kabul edilir ve sinema ile televizyon tarafından da desteklenir. Moda ve sinemanın bir araya gelmesiyle sunumu, sinemanın saklandığı bu yana görsel olarak moda üzerinden kullanarak oyunculara biçimsel bir ikonlaştırma sağlar. 20. yüzyılda film ikonlarının günlük yaşamını etkilemesiyle birlikte moda, sistemli bir şekilde hareket etmeyi tercih etti. Sinema da her zaman görsel estetik sunma arzusuyla ikonları moda ile iç içe olmayı makul bulmuştur (Bursalıgil, 2009).

Sinema, yaşam tarzları ve kıyafetlerinin daha hızlı gelişmesini sağlayabilir çünkü insanların bir karakterleri sevdiklerinde, genellikle onun gibi olmayı arzularlar. Bu karakterlerin yaşadıkları mutluluk ve üzüntülerle birlikte gülüp ağlar ve psikolojik olarak bu karakterlere benzemek için çaba harcarlar. Kıyafetler üzerinde yapılan değişiklikler, bu

esneklik arayışında en kolay ve hızlı yöntem. Bu durum, bir moda akımının kısa sürede bölünmesini sağlayabilir. Örneğin, Jean Harlow'un "*Dinner at Eight*" (1933) filminin giydiği Adrian tasarımı, Vücudun saran saten kostümü çok dar olduğu için oturmak zor olsa da halk tarafından talep edilmiştir.



Görsel 2.8. *Dinner at Eight*

Kaynak: https://en.wikipedia.org/wiki/Dinner_at_Eight_%281933_film%29 (Erişim tarihi:27.02.2024)

Anthony Powell'ın 1996 yapımı "101 Dalmatians" filminde Glenn Close'un giydiği kostüm, komik olmasına rağmen büyük ilgi görmüştür. Benzer şekilde, Marilyn Monroe'nun 1953 yapımı "How to Marry a Millionaire" filminde "Diamonds Are a Girl's Best Friend" şarkısını söylerken giydiği William Travilla tasarımı kostüm de çocuksu rengi ve büyük kurdelesine rağmen beğeni toplamıştır. Bu örnekler, Hollywood filmlerinin moda ve yaşam tarzı üzerindeki etkisini açıkça göstermektedir (Mulvagh, 1988:123).



Görsel 2.9. *How to Marry a Millionaire*

Kaynak: <https://www.screenchic.com/post/story-of-a-dress-gentlemen-prefer-blondes>

(Erişim tarihi: 27.02.2024)

Sinema ile moda arasındaki ilişki, sadece giyim tarzı ve estetik tercihlerle sınırlı değildir. Bu ilişki, karakterlerin ve hikayelerin derinliğini, duygusal zenginliğini ve zamanın ruhunu yansıtmak için bir araç olarak kullanılır. Bir kovboy filmi örneğinde, başrol karakterin kıyafetleri ve aksesuarları, o dönemin atmosferini ve karakterin kimliğini anlatmada kritik bir rol oynar. Aynı şekilde, bir seri katilin Havai gömleği giymesi gibi tuhaf görünebilecek seçimler bile, karakterin psikolojik profilini ve hikâyenin tema ve tonunu vurgulamak için bilinçli bir tercih olabilir. Sinema, tarihsel olarak diğer sanat dallarıyla organik bir ilişki içinde olmuştur (Serdaroğlu, 2016).

Görsel sanatlar, edebiyat, müzik ve tiyatro gibi diğer sanat formları sinemayla bir araya gelerek, birbirini besleyen bir ortam oluşturmuştur. Sinema, bu sanat dallarını içerisine alarak yeni bir anlam ve derinlik katma gücüne sahiptir. Bir film, sahne tasarımı, müzik seçimine, kostümlerden ışık kullanımına kadar birçok farklı sanat formunu bir araya getirerek, izleyiciye çok katmanlı bir deneyim sunar. Ayrıca, sinema kültürel ve toplumsal değişimleri yansıtmaya ve etkileme gücüne sahiptir. Moda, genellikle zamanın ruhunu ve toplumsal normları yansıtan bir aynadır. Dolayısıyla, sinema, moda trendlerini belirleme veya onları yeniden şekillendirme konusunda önemli bir rol oynayabilir. Sinema moda ile olan ilişkide daha belirleyici bir role sahiptir. Sinema, sadece görsel bir eğlence aracı

olmanın ötesine geçerek, kültürel, toplumsal ve sanatsal bir etkileşim platformu olarak moda dünyasını da derinden etkileyebilir.

2.6. Sinema ve Modanın Karşılıklı Etkileşimi

Sinema ve moda, insan yaşamının önemli ve etkileyici unsurlarıdır. 1990 yılında Elle dergisinde Beate Wedekind'in ifade ettiği gibi, sinema ve moda arasında derin bir ilişki vardır. Wedekind'e göre sinemanın moda üzerindeki etkisi büyüktür. Filmlerdeki karakterlerin tarzları, dünyadaki insanların etkileri ve onların giyim tercihlerini doğrudan etkiler. Film yıldızlarının ulaşılmaz olarak görülen güzellikleri ve parlayan tarzları, insanların moda değişimi olan ilgisi artıyor. Sinema modaya ilham veriyor, moda da sinemaya ilham veriyor. Bu ilişki, sinema ve modanın barındırılabilir durumda olduğunu gösterir (Peter & Engelmeier, 1997:7).

Yirminci yüzyılın siyasi gelişmeleri, keşifleri ve eğilimleri, moda ve sinema üzerinde derin etkiler bırakmıştır. İlk ve İkinci Dünya Savaşları ile başlayan büyük ekonomik krizler, toplumları derinden etkilemiştir. Bunların ardından, elektrikli ev aletleri gibi teknolojik ürünlerin yaygınlaşması, insanların yaşamını kolaylaştırmış ve daha fazla boş zaman yaratmıştır. Televizyonun icadıyla birlikte her eve girmesi, kültürel ve politik olaylara daha yakından tanık olmayı sağlamıştır. Kimlik sorunu, modayla sıkı bir şekilde bağlantılıdır (Davis, 1997). Moda, insanların kimliklerini ifade etme biçimlerinden biridir ve geçmişte yaşanan siyasi ve sosyal olaylarla birlikte evrim geçirmiştir. Örneğin, savaş dönemlerinde moda genellikle sadeleşirken, barış dönemlerinde daha renkli ve özgür bir hal alabilir. Ayrıca, moda endüstrisi, siyasi olaylarla ve toplumsal değişimle paralel olarak evrilmekte ve bu olaylardan etkilenmektedir. Bu nedenle, Yirminci yüzyıl boyunca yaşanan tüm bu olaylar hem giyim tarzlarını hem de moda endüstrisini derinden etkilemiştir (Köse, 2007).

Moda, bir insanın kültürel seviyesine, işine, gelirine, yaşadığı yere, yaşına ve benzeri faktörlere göre giyinmesi gerektiği, hangi markaları tercih edeceği, saç ve makyajını nasıl yapacağı hatta evinin dekorasyonuna kadar yaşam tarzını belirleyen bir unsurdur. Bu durum, o insanı kendi toplumunun bir parçası olarak kabul etmeyi sağlar. Hemen hemen her kültürde, bu tarz kurallara göre şekillenmiş birçok grup bulunmaktadır. Ancak, moda kuralları 1900'lü yıllardan sonra giderek esnemeye başlamış ve bu standartlara uymasanız bile kendinizi belli bir gruba dahil hissettirebilmeniz mümkün olmuştur. Bu standartlara ulaşmak için büyük çaba harcamak yerine, kısa yoldan sunulan moda modellerini takip ederek veya toplumda istenen konumu temsil eden giyim tarzlarını seçerek kolaylıkla bu

standartlara ulaşılabilir. Tüketiciler, kimliklerini oluşturmak için moda yoluyla sunulan teatral rolleri benimseyerek bir benlik inşa etme zorunluluğuna sokulmuşlardır (Crane, 2003:265).

Filmin atmosferine uygun olması ve izleyicinin etkilenmesi için giysilerin özenle seçilmesi gerekir. Bir filmde her detay tesadüf değildir; yıldızların kıyafetleri, saç şekilleri ve makyajları dahil olmak üzere her unsur özenle düşünülmüş ve tasarlanmıştır. İzleyiciler, bu detaylardan etkilenir ve bazen farkına varmadan bile olsa, karakterlerin giyim tarzları ve kişilikleri hakkında ipuçları alırlar. Bir film yıldızı, güzel bir elbise veya sadece aksesuarlar, saç modeli ve makyajıyla milyonlarca insanı etkileyebilir. Bu etkileşim sonucunda, film yıldızları bazen taklit edilir ve hatta geçici veya kalıcı moda trendleri yaratabilirler (Berkkam, 2009:32). Sinemanın yıldızları ve filmleri, geçici moda trendlerinin ötesine geçerek zamansız ve klasik stiller yaratmışlardır. Daha sonraki bölümde örneklerle gösterileceği gibi sinema yıldızlarının giydiği kıyafetler, her dönemde kullanılabilen ve asla demode olmayan kodlar taşıyabilmektedir.

2.7. Sinemanın Modayı Etkileme Yolları

Sinema, moda endüstrisini etkileyen ve geniş kitlelere moda trendlerini tanıtan güçlü bir araçtır. Moda markaları, sinema dünyasıyla işbirliği yaparak markalarını tanıtabilir ve moda trendlerini belirlemede önemli bir rol oynayabilirler.

2.7.1. Pazarlama ve markalaşma fırsatları

Filmler moda markalarının tanıtımı için fırsatlar sağlar. Markalar film yapımcılarıyla iş birliği yapabilir, bu da markanın görünürlüğünü artırmaya ve daha geniş bir kitleye ulaşmaya yardımcı olabilir (Fashion & Law, 2024).

Ürün Yerleştirme (Product Placement): Ürün yerleştirme, moda markalarının hedef kitlelerine doğrudan ulaşmak için filmlerde yer kazandırıcı etkili bir pazarlama stratejisidir. Özellikle ana karakterlerin giydikleri veya kullandıkları ürünler, ürünler üzerinde güçlü bir etki bırakabilir. Sinema filmlerinde markalı hijyenik görünüme çok sayıda örnek bulunmaktadır. Bu tür bir pazarlama stratejisinin başlangıcı olarak, sinemanın mucidi olarak kabul edilen Lumiere kardeşlerin yönetmenliğini yaptığı 1896 yapımı *Laveuses, Washing Day in Switzerland* (1896) filmi gösterilebilir. Bu filmde Lever marka Sunlight sabunları yerleştirilmiştir (Yazıcı, 2018:179). Ancak modern anlamda ürün yerleştirmenin başlangıcı olarak 1982 yapımı *ET* filmi kabul edilir. Bu film, pazarlamacılar için ürün yerleştirmenin gelişimini gösteren bir örnektir. Örneğin, filmde uzaylı bir yaratığın yediği Reeses Pieces

adlı şekerlemelerin satışları, film gösteriminde gösterime girdikten sonra üç aylık bir süre içinde %65 artış göstermiştir. Benzer şekilde, 1983 yapımı "Risky Business" filminde Tom Cruise'un kullandığı Ray Ban gözlüklerinin satışları da film gösterildikten sonra üç kat artmıştır. Bu örnekler, ürün yerleştirmenin markalar için yoğunluğunu göstermektedir (Çicek, 2023).

Kostüm Tasarımı İş birlikleri: Kostüm tasarımı işbirliklerinde, filmler için kostümler hazırlayan kostüm tasarımcıları ve bazen moda tasarımcıları, gerçek hayattaki insan karakterlerini dikkatlice inceleyip analiz ederler. Bu süreçte, kitlelerin, sosyal grupların, mesleklerin ve yaş gruplarının giyim tercihlerini anlamaya çalışmak büyük önem taşır. Moda markaları, film yapımcılarıyla iş birliği yaparak, filmlerde kullanılacak kostümleri tasarlamak veya sağlamak için bir araya gelebilirler. Bu iş birlikleri markaların estetik ve tarzını geniş bir kitleye sergileme fırsatı sunar (Berkkam, 2009:265). Bu iş birlikleri, moda markalarına filmlerde yer alarak ürünlerini belirli bir hedef kitlenin dikkatine sunma imkanı verirken, aynı zamanda filmlerin karakterlerinin kişiliklerine ve hikayelerine uygun kostümlerle izleyiciye daha gerçekçi bir deneyim sunulmasına da yardımcı olur. Bu sayede moda dünyası ile sinema dünyası arasında sıkı bir iş birliği ve etkileşim sağlanır.

Sponsorluklar: Sponsorluk, finansal veya materyal destek sağlayarak ticari faydalar elde etmek amacıyla gerçekleştirilen bir iş birliği şeklidir. Özellikle moda markaları, film prodüksiyonları veya gösterimleri için yapılan sponsorluk anlaşmaları aracılığıyla daha fazla görünürlük elde ederek markalarını güçlendirebilirler (Öztürk, 2013: 3). Film sponsorlukları, izleyicilerin filmin karakterleri üzerindeki etkisi nedeniyle gerçek kişiliklerden ziyade filmdeki karakterlere yönlendirilir. Bu durum, izleyicilerin markaya karşı olumlu bir tutum geliştirmesine katkıda bulunabilir.

Sosyal Medya Pazarlaması: Sosyal medyanın hayatın her alanında etkili bir rol oynadığı gerçeği, film yapımcıları tarafından da fark edilmiş ve her film için bu platformlar etkili bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır. Özellikle Hollywood gibi sinema endüstrisinin önde gelen yapımcıları, sosyal medyayı uzun süredir bir pazarlama aracı olarak başarılı bir şekilde kullanmaktadır (Akyol, 2015: 67). Bu mecra, filmlerin tanıtımı, fragmanların paylaşımı, oyuncularla etkileşim, hayranlarla iletişim ve filmle ilgili diğer içeriklerin paylaşımı gibi birçok farklı amaç için kullanılmaktadır. Bu da film yapımcılarına daha geniş bir kitleye ulaşma ve film hakkında daha fazla konuşulma şansı vermektedir.

Çapraz Pazarlama Kampanyaları: Çapraz Pazarlama Kampanyaları, moda markalarının filmle entegrasyon sağlamak amacıyla film temasına veya karakterlerine uygun kampanyalar düzenlemesini içerir. Örneğin, filmdeki karakterlerin giydikleri tarzı taklit eden bir koleksiyon çıkarmak veya filmle ilgili etkinlikler düzenlemek bu tür kampanyalara örnektir (Ajansio, 2024). Bu fırsatlar, moda markalarının filmler aracılığıyla geniş kitlelere ulaşmasını ve marka bilinirliğini artırmasını sağlayabilir. Ayrıca, filmle ilgili çapraz pazarlama kampanyaları, izleyicilerin filmle daha derin bir bağ kurmalarını sağlayabilir ve markanın filmin yanı sıra popüler kültürde de güçlü bir varlık olmasına katkıda bulunabilir. Bu tür iş birlikleri hem moda markalarına hem de film yapımcılarına karşılıklı olarak değer katabilir.

2.7.2. Moda trendlerini belirlemek

Sinema ve televizyon şovları, moda trendlerinin belirlenmesinde hayati bir rol oynuyor. Bu medya türleri, geniş kitlelere ulaşmak ve piyasaya sürmek için karakterler aracılığıyla çeşitli tarzlar ve giyim seçenekleri sunar. İnsanlar, bu karakterlerin tarzlarını taklit etme eğilimindeydi ve kendi giyim tarzlarını oluşturmak için diğerlerinden ilham alıyorlardı. Özellikle ikonik karakterlerin veya belirli bir sıcaklık sıcaklığının yansıtıldığı yapımlar, moda trendlerini şekillendirmede büyük izlenebilirliğe sahiptir. Örneğin "*Sex and the City*" gibi diziler, 2000'li yılların başında büyük bir moda etkisi yarattı. Carrie Bradshaw ve diğer karakterlerin giyim tarzları moda dünyasında geniş bir yankı uyandırdı ve o dönem trendlerini belirledi. Benzer şekilde, bir dönemin popüler filmi "*Mad Men*" de dönemin retro tarzının yeniden popülerleşmesine katkı sağladı. Moda tasarımcıları, sinema ve televizyon dünyasını yakından takip eder ve karakterlerinin giyim tarzlarından ilham alarak yeni koleksiyonlarını tasarlarlar. Bu, projelerin karakterleriyle bağ kurmasını ve onların giyim tarzlarına olan ilgisini kullanarak moda endüstrisinin trendlerini belirlemesine yardımcı olur. Gelecekte sinema ve televizyon şovlarının moda üzerindeki etkisi büyük olmaya devam edecek. İzleyiciler, karakterler aracılığıyla farklı tarzları keşfetmeye ve benimsemeye devam edecekler. Ayrıca, tarihsel olaylar, kültürel değişimler ve teknolojik ilerlemeler gibi faktörler de moda trendlerini etkileyerek, sinema ve televizyon dünyasının moda üzerindeki şekilleri şekillenecek (Fashion & Law, 2024).

2.7.3. İlham kaynağı olarak kostümler

Film dünyasındaki karakterlerin giydikleri kostümler, moda trendlerini belirlemede ve tüketici tercihlerini şekillendirmede önemli bir rol oynar. Özellikle ikonik filmlerde yer alan

unutulmaz kostümler, izleyicilerin belleğinde yer eder ve zaman içinde moda dünyasında klasikleşir. Audrey Hepburn'ün "*Tiffany'de Kahvaltı*" filminde giydiği siyah elbise, moda tarihinde dönüm noktalarından biridir. Bu elbise, siyahın zarafetini ve sadeliğini temsil ederken, Hepburn'ün karakteri Holly Golightly'nin şıklığını ve özgürlüğünü yansıtıyordu. Bu kostüm, bir moda klasiği haline gelerek pek çok insanın gardıroplarında yer buldu ve moda dünyasında uzun süre etkisini sürdürdü. Bunun gibi, birçok filmdeki karakterlerin giydikleri kostümler, moda tasarımcılarına ilham kaynağı olur ve bu kostümler, izleyicilerin beğenisini kazanarak trendlerin belirlenmesine katkı sağlar. Özellikle belirli bir filmdeki karakterin kişiliği, dönemin atmosferi ve hikayesi, giyilen kostümlerin moda dünyasında nasıl algılandığını etkiler (Peter & Engelmeier, 1997).

Ayrıca, özel kostüm tasarımı yapan firmaların, film ve televizyon endüstrisine hizmet veren "*ısmarlama giyim üreticileri*" olarak adlandırılan sektör, sinema ve televizyonun moda üzerindeki etkisini güçlendirir. Bu firmalar, film yapımcılarıyla iş birliği yaparak karakterlerin giyim tarzlarını belirler ve özgün kostümler tasarlarlar. Bu kostümler, izleyicilerin beğenisini kazanır ve giyim sektöründe hızla popülerlik kazanır. Sinema ve televizyon dünyasındaki kostümler, moda trendlerini belirlemede önemli bir rol oynar ve moda endüstrisinin ekonomik büyümesine katkı sağlar. İkonik kostümler, zaman içinde klasikleşir ve moda tarihinde önemli bir yer edinir, moda tasarımcılarına ve tüketicilere ilham verir (Öztürk & Ziaei, 2016: 107).

2.8. Modanın Sinemayı Etkileme Yolları

Moda endüstrisi, sinema dünyasına karakterlerin kişiliklerini, zaman periyodunu ve hikâyeyi daha etkili bir şekilde yansıtmak için kostümler tasarlama konusunda önemli bir katkı sağlayabilir. Örneğin, dönem filmlerinde geçmişin moda akımlarını ve tarzlarını yansıtan kostümler kullanılabilir. Bu, izleyiciye o dönemin atmosferini ve yaşam tarzını daha gerçekçi bir şekilde sunabilir. Moda, film atmosferini belirlemek ve tema ile uyumlu bir görsel dil oluşturmak için de kullanılabilir. Belirli bir moda akımı veya tarzı, filmin genel hissini ve estetiğini belirlemede önemli bir rol oynayabilir. Moda markaları, popüler filmlerde ürün yerleştirmeleri veya iş birlikleri yoluyla sinemayı etkileyebilir. Bu, markaların görünürlüğünü artırırken, filmin karakterlerine ve atmosferine de katkı sağlar. Ayrıca, moda endüstrisi, film yapımcılarına ilham kaynağı olabilir. Moda dergileri, defileler ve sokak modası, film yapımcılarına fikirler sağlayabilir ve belirli bir görsel estetik veya tarzı takip etmelerini teşvik edebilir. Moda, belirli toplumsal veya kültürel dönemlerin yansıması olarak da sinemada kullanılabilir. Örneğin, belirli bir döneme ait giyim tarzları

veya moda akımları, o dönemin toplumsal ve kültürel atmosferini izleyiciye daha iyi yansıtabilir (Fashion & Law, 2024).

2.8.1. Görsel çekiciliğin arttırılması

Moda ve kostüm tasarımı, görsel çekiciliği arttırmak ve bir filmde belirli bir dönemin atmosferini ve tarzını vurgulamak için son derece önemlidir. "*Muhteşem Gatsby*" gibi filmlerde olduğu gibi, 1920'lerin art deco tarzı, lüks ve aşırılığı vurgularken, kadın ve erkek kostümleri o dönemin popüler moda akımlarını yansıtır. Kadın kostümlerinde parlak renkler, tüyler, püsküller ve inci takılar gibi ayrıntılar sıkça kullanılır. Bu detaylar, dönemin zenginlik ve lüksünü vurgulamak için idealdir. Ayrıca, kadın kostümlerinde dönemin moda akımlarını yansıtan öğeler, karakterlerin kişiliklerini ve sosyal statülerini de belirtmede önemli bir rol oynar. Erkek karakterlerin takım elbiseleri ve aksesuarları da döneme özgü olarak tasarlanır. 1920'lerin erkek modasında genellikle ince kesimli takım elbiseler, yüksek bel pantolonlar, kravatlar ve şapka gibi detaylar ön plana çıkar. Bu tarz, o dönemin sosyal ve kültürel atmosferini yansıtarak karakterlerin kimliğini güçlendirir. Moda ve kostüm tasarımı, bir filmdeki atmosferi ve karakterleri güçlendirirken, izleyicilere belirli bir dönemin estetiğini ve tarzını daha derinlemesine deneyimleme fırsatı sunar. Bu nedenle, moda ve kostüm tasarımı, görsel çekiciliği arttırmak ve hikâyeyi daha etkili bir şekilde iletmek için kritik bir rol oynar. (Ertürk, 2011).



Görsel 2.10. *Muhteşem Gatsby*

Kaynak: <https://www.beyazperde.com/filmler/film-141808/> (Erişim tarihi: 03.03.2024)

Kostüm tasarımcıları, filmin içindeki görsel estetikle uyumlu olacak şekilde dönemin moda trendlerini, renklerini, kumaşlarını ve ayrıntılarını incelerler. Bu yaklaşım, filmin

atmosferinin daha verimli ve etkileyici olmasını sağlar. Ayrıca karakterlere daha fazla bağlanmalarını ve hikayeye daha fazla katılmalarını teşvik eder. Moda ve kostüm tasarımı, uygulamanın deneyimini zenginleştirir ve hikayenin anlatımına derinlik katarak film yapımcılarının karakterleri ve hikayeyi daha etkileyici bir şekilde görselleştirmesine yardımcı olur. Bu nedenle, moda endüstrisi sinema dünyasında önemli bir rol oynar ve filmlerin görsel çekiciliğini artıran, muhteşem bir deneyim sunar (Öztürk ve Ziaei, 2016: 107).

2.8.2. Doğru bilgi ve özgünlük

Geçmişten günümüze geçen filmlerde kostüm tasarımı özgünlük ve doğruluk açısından son derece kritiktir. Moda tasarımcıları, belirli bir döneme ait gelişmeleri tasarlarlarken çalışır ve tarihçe ile dönemsel moda akımları hakkında ayrıntılı bir araştırma yaparlar. Bu, yaşamına daha fazla verim sağlayan bir deneyim sunmak ve film atmosferinin verimliliğini artırmak için elzemdir. Kostüm tasarımcıları, geçmişe ait referansları inceleyerek ve belirli dönem giyim tarzlarını anlayarak, özgün ve doğru bir şekilde oluştururlar. Bu tedavinin, dönemin o döneme ait bir zaman yolculuğunun yaşanmasını sağlar. Ayrıca doğru kostüm tasarımı ve uygun detaylar, filmdeki karakterlerin kişiliklerini ve hikâyenin yapısını daha iyi yansıtabilir. Özgünlük ve doğruluk ayrıca uygulanmasında filmin daha çok takdir etmelerine ve film yapımcılarının daha fazla itibar kazanmalarına da yardımcı olabilir. İzleyiciler, döneme uygun kostümler ve ayrıntılarla dolu bir film izleyerek, yapımcıların emeğini ve özenini takdir edebilirler. Geçmiş filmlerde kostüm tasarımı için özgünlük ve doğruluk, temel bir gerekliliktir. Moda tasarımcıları, dönemin tarihi ve moda trendleriyle ilgili detaylı bir araştırma yaparak, uygulamaya yönelik prosedür ve etkileyici bir deneyim sunmak için çaba harcarlar. Bu, filmin filtrelenmesini sağlayabilir ve filmin daha fazla takdir etmelerini sağlayabilir (Koca, 2018).

2.8.3. Ürünlere istek değeri

Moda markalarının film endüstrisiyle yaptığı iş birlikleri, özel tasarım ürünlerin filmlerde yer almasıyla tüketici talebine katkıda bulunur. Film karakterlerinin giydikleri veya kullandıkları markalı ürünler, izleyicilerde bu ürünlere sahip olma arzusu uyandırır. Bu durum, belirli bir ürüne veya markaya karşı bir bağlılık ve ilgi oluşturabilir. İzleyiciler, filmdeki karakterlerin tercih ettiği markalı ürünleri görerek bu ürünlere olan ilgilerini artırabilirler. Ayrıca, karakterlerin giydikleri veya kullandıkları ürünlerle kendilerini özdeşleştirme veya onların yaşam tarzıyla ilişkilendirme eğiliminde olabilirler. Bu da

ürünlere ve markalara olan talebi artırabilir. Özellikle popüler filmlerdeki karakterlerin giydikleri veya kullandıkları markalı ürünler, tüketici talebini artırabilir. İzleyiciler, popüler karakterlerin tercih ettiği ürünleri satın alarak onların yaşam tarzını benimsemek veya taklit etmek isteyebilirler. Moda markalarının film endüstrisiyle işbirliği yapması, izleyicilerde bu ürünlere olan isteği daha da körükleyebilir. Bu işbirlikleri, markaların görünürlüğünü artırırken aynı zamanda izleyicilerin filmlere ve karakterlere olan ilgisini de artırabilir (Sevil, 2006:54).

3. YÖNTEM

Sinema, endüstriyelleşmiş bir sanat olarak kabul edilir ve bu nedenle moda ile arasında sıkı bir ilişki bulunmaktadır. Bu iki unsur, ticari nitelik taşıyan yapılar olmaları bakımından birbirleriyle ayrılmaz bir bağ içindedirler. Moda ve sinema, sürekli etkileşim halinde olan ve birbirlerini etkileyen alanlardır. Modanın kültürleri, toplumları ve sinemayı nasıl etkilediği genel olarak bilinirken, sinemanın da aynı etkiye sahip olduğu sıklıkla göz ardı edilir. Bu bölümde, moda tasarımcılarının sinemadan, sinemacıların da moda tasarımcılarından esinlenmesini, 1920-2000 yılları arasındaki bazı film örnekleri üzerinden inceleyerek, bu iki sanat formunun karşılıklı etkileşimini araştıran bu çalışmanın metodolojisi açıklanacaktır.

3.1. Araştırma Modeli

Araştırmanın yöntemi, nitel araştırma olarak tarama ve tespit yöntemi şeklinde olacaktır. Nitel araştırma, "gözlem, görüşme ve belge analizi gibi nitel veri toplama tekniklerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma" olarak tanımlanabilir (Yıldırım ve Şimşek, 2008). Bu tez çalışması, literatür taraması yapılarak oluşturulmuştur çünkü moda ve sinema etkileşimi gibi geniş kapsamlı bir konuyla ilgili literatürde sınırlı sayıda kaynak bulunmaktadır. Bu yöntem, moda tarihi kitapları, sinema tarihi eserleri, moda sosyolojisi çalışmaları, pazarlama kitapları, moda sektörünün önde gelen dergileri, ünlülerin biyografileri, moda, pazarlama ve sosyoloji alanlarındaki tezler, resmi internet siteleri ve belirli sinema filmleri gibi çeşitli kaynaklardan yararlanmayı içerir. Bu bağlamda, tarama ve tespit yöntemi, mevcut kaynakların yetersizliği ve konunun kapsamlılığı göz önüne alındığında, en uygun yöntem olarak belirlenmiştir. Bu yöntem, mevcut literatürdeki bilgilerin taranması, ilgili bulguların tespit edilmesi ve ardından bu bulguların analiz edilmesi sürecini içerir. Bu sayede, moda ve sinema arasındaki karşılıklı etkileşimin ve modanın sinemaya etkisinin daha iyi anlaşılmasına olanak sağlanmıştır.

3.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini, 1920'lerden 1990'ların sonuna kadar dünya çapında Hollywood sinemasının moda üzerindeki etkisiyle modanın Hollywood sinemasına olan etkisini incelemeyi içermektedir. Örneklem ise, yerli ve uluslararası kaynaklardan elde edilen verilere dayanarak Hollywood yapımlarının modaya olan etkisinin belirlenmesini içermektedir.

3.3. Veri Toplama Araçları ve Analiz

Araştırma verilerinin toplanmasında, konuyla ilgili olan her türlü kaynağa ulaşmak için kapsamlı bir literatür taraması gerçekleştirildi. Bu tarama sürecinde, yerli ve yabancı makaleler, kitaplar, tezler, konferanslar, sempozyumlar gibi akademik kaynakların yanı sıra, Hollywood filmleri de dâhil olmak üzere sinema dünyasından elde edilen kaynaklar incelendi. Literatür taraması sonucunda, moda tasarımcılarının sinemadan ilham alarak nasıl tasarımlar ortaya koyduğunu anlamak adına belirli film örnekleri üzerinde derinlemesine bir inceleme yapıldı ve moda tasarımcılarının sinemadan esinlenerek nasıl tasarımlar yapıldığı bazı film örnekleri üzerinden incelenerek sinema-moda etkileşimi bulgular bölümünde analiz edildi.

4. BULGULAR ve YORUM

Çalışmanın bu bölümünde moda ve sinema arasındaki karşılıklı etkileşim, 1920'li yıllardan 1990'lı yılların sonuna kadar olan zaman diliminde on yıllık periyotlar halinde dönemsel olarak ayrılmış ve bu zaman diliminde dönemin giysi modasını etkilemiş filmler incelenmiştir.

Sinema moda ve müzik gibi iletişim boyutlarını da içerir. Filmi izleyen bir kişi, ilgili tüm bu alanlar görünür. Sinema, dönemin politik, ekonomik ve ideolojik güçlerinin şekillendiği politikaların bir devamıdır ve olumsuzlukları destekleyebilir (Dominique, 2003:3). Moda süreci gibi, sinemanın da oluşturulduğu endüstriyel ve endüstriyel gelişme, modanın sinemanın malzemesinin sağlanmasını sağlar (La Ferla, 2010: 11). Moda ve film arasındaki ilişki iki yönlüdür: Moda tasarımcıları, sürekli olarak tasarımlarını sergilemek ve belki de sinemanın mevcut modayı etkilemek için filmlere dahil olabilirler. Hatta moda ile ilgili olmayan filmler bile sıklıkla modayı gösterebilir. Sinema tarihinde, filmlerdeki giyim eşyalarının sokak modasına önemli etkisi olan pek çok örnek bulunmaktadır. Örneğin, Vivien Leigh'in "*Rüzgâr Gibi Geçti*"de giydiği beyaz elbise, Humphrey Bogart'ın klasik trençkotuyla hatırlanan "*Casablanca*" gibi filmleri ve Audrey Hepburn'e dikilen elegan kıyafetlerin sergilendiği "*Sabrina*" gibi yapımlar, modada önemli bırakmıştır. Ayrıca, "*Ve Tanrı Kadını Yarattı*" ve "*Tatlı Hayat*" gibi moda ile ilgili olmayan filmlerde bile, benzer temalar veya estetik özelliklere sahip belleklerde yer alacak giysiler bulunmaktadır.



Görsel 4.1. Sabrina

Kaynak: <https://tr.wikipedia.org/wiki/Sabrina> (Erişim tarihi:05.03.24)



Görsel 4.2. *Ve Tanrı Kadını Yarattı*

Kaynak: <https://neredeizlenir.com/film/ni884596855-and-god-created-woman-1956> (Erişim tarihi:05.03.2024)

Sinema, toplumun beğenilerini yansıtan bir popüler kültür ürünüdür ve moda sektörüyle karşılıklı olarak etkileşim halindedir. Sinema, ilk başladığı zamanlarda sessiz ve kısa filmlerle sınırlı olsa da 1920'lerde teknolojinin ilerlemesiyle birlikte daha uzun ve hikâye odaklı filmler ortaya çıkmıştır. Bu dönemden itibaren sinema ve moda arasında sıkı bir ilişki bulunmaktadır. İlk filmlerde hikâye anlatımının kısıtlı olması sebebiyle karakterlerin ve hikâyenin izleyiciye açık olması gerekmektedir. Ancak, bu sınırlamalara rağmen filmlerde karmaşık ve çeşitli karakterler bulunmaktadır ve bu karakterler genellikle giysileriyle tanımlanmıştır. Modacı Elsa Schiaparelli'nin "*Bugünün film modası yarının modasıdır*"(Prichard 1981: 370) sözü aşağıda değinilen filmler ve sonrasında giysi modasındaki değişimler bağlamında bir gerçekliğe oturmaktadır:

4.1. Kadın Giyiminde Değişimler: 1920'li Yıllar

Birinci Dünya Savaşı'na kadar toplumsal yaşam, kentleşme ve teknolojik gelişim kadınların rollerinde belirgin değişikliklere yol açtı. Savaşın patlak vermesiyle birlikte, sürekli savaşa gitmesi nedeniyle kadınların iş gücü daha fazla girmek zorunda kalıyorlar. Bu durum, kadınların ev dışında çalışma ve ekonomik değişim arayışlarını güçlendirdi. Bu sürecin "güçlü, modern kadın" imajının ortaya çıkmasını sağladı. Savaş sırasında çalışmak zorunda kalan kadınlar, özgürlük ve özgürlüklerin güçlendirilmesiydi. Toplumsal cinsiyet rollerindeki bu değişim, moda dünyasındaki sorunlar. Moda tasarımcıları, kadınların iş yaşamına uygun kıyafetleri karşılamak için farklı birleşimlerde yer alıyor. Artık kadınlar için daha işlevsel ve pratik giysiler üretiliyordu. Özellikle savaşın kıyafetleri kadın kıyafetleri daha minimalist ve işlevsel hale geldi. Etekler kısaldı ve kadınlar rahat hareket etmek için

daha serbest kesimler tercih etti. Bazı kadınlar, erkeksi kıyafetler ve kısa saç kesimleri gibi geleneksel cinsiyet rollerini sorgulayan tarzlara yöneldi. Bu dönemde kadınlar için daha özgür ve pratik bir moda tasarımı geliştiriliyor. Ayrıca Hollywood'un da savaş propagandasında etkili olduğu görüldü. Film endüstrisi, savaş çabalarını destekleme ve kadınların toplumdaki rollerini vurgulayan filmler üretmeye başladı. Bu filmler, kadınların gücünün ve kararlılığının ön planını çıkararak, toplumdaki algıları şekillendirdi. Birinci Dünya Savaşı'nın ardından, kadınların toplumdaki rollerindeki bu değişim süreci devam etti ve kadınların sosyal, ekonomik ve politik hayatta kalmaları daha etkin bir şekilde gelmelerine katkı sağladı (Baygıner, 2013).

Moda dergileri ve gazeteleri, bu dönemde kadın modasında dikkat çekici içeriklere odaklanarak lüks ve "S" korselerle vurgulanan ince silüetleri ön plana çıkmaya başladı. Kumaş teknolojisi ve seri üretim gibi faktörlerle birlikte moda alanında sürekli gelişim yaşandı. Sinema, savaş yıllarında önemli bir rol oynadı ve bazı filmlerde erotizm ve melek gibi görünmek moda haline geldi. Marlene Dietrich, "*Blue Angel*" filminin karakteriyle özgürlüğü ve özgürlüğünün simgesi idi. Öte yandan, 1919 yapımı "*Don't Change Your Husband*" filmi, bir yatak odası komedisi olarak ilgi gördü ve seyirciye güzellik ve zenginlik mesajları iletti.



Görsel 4.3. *Blue Angel*

Kaynak: <https://www.rogerebert.com/reviews/the-blue-angel-2001> (Erişim tarihi: 06.03.2024)



Görsel 4.4 Don't Change Your Husband

Kaynak: <https://www.superstock.com/asset/gloria-swanson-don-change-your-husband>

(Erişim tarihi:06.03.2024)

1920'lerin toplumsal ve kültürel dönüşümü etkileyici olmuştur. Birinci Dünya Savaşı'nın ardından ortaya çıkan bu dönüşüm hem ekonomik hem de sosyal yapıları derinden etkiledi. İşsizlik artışı ve orta sınıfın fakirleşmesi gibi faktörler, toplumda belirgin değişimlere yol açmış ancak, bu dönem aynı zamanda modernizmin ve yenilikçiliğin bir yükselişini de beraberinde getirmiştir. Giyim endüstrisindeki dönüşüm, özellikle moda trendlerinin hızla değişmesiyle belirginleşmiştir. İnsanlar, modern çağın gerektirdiği tarzda giyinmeye yönelik bir eğilim göstermiş ve Hollywood'un yükselişi, moda ve sinema arasındaki etkileşimi daha da güçlendirmiştir. Hollywood filmlerindeki kostümler, moda trendlerinin belirlenmesinde önemli bir rol oynamış ve insanların tarzlarına ilham vermiştir (Dereboy, 2004:116).



Görsel 4.5 *The Temptress*

Kaynak: <https://www.imdb.com/title/tt0017449/> (Erişim tarihi: 06.03.2024)

Savaş sonrası dönemde iş hayatında aktif rol almaya devam eden kadınlar, daha rahat ve işlevsel giysilere olan ihtiyaçlarını hissettiler. Bu ihtiyaç, moda dünyasında da yansıma buldu ve "*dar kalça- uzun bacak silüeti*" popüler hale geldi. Bu dönemde, ünlü moda tasarımcısı Coco Chanel, günümüze kadar etkisini sürdüren diz altı etek boyunu yarattı ve moda dünyasında önemli bir yer edindi. Coco Chanel, kadınların özgürlüğünü ve rahatlığını simgeleyen tasarımlarıyla tanındı. Diz altı etek boyu, kadınların hareketliliğini kısıtlamadan çalışmalarına ve günlük yaşamlarını sürdürmelerine olanak tanıyan pratik bir seçenek sunuyordu. Bu tasarımın popülerliği, zamanla kadın giyiminde bir standart haline geldi ve Chanel'in etkisi sadece o dönemle sınırlı kalmadı, günümüz modasına da derin bir iz bıraktı. Chanel, giyimde basitlik ve sadeliği vurgulayarak çok süslü kıyafetlere ve aşırı dekoratif şapkalarına karşı durdu. Daha küçük ve sade şapkalar tasarlayarak dikkat çekti. Ayrıca, korselerin kadınları rahatsız ettiğini savunarak, korsersiz, düz ve klasik modelleri tercih etti. Chanel'in tasarımları, günümüzde bile birçok kadın tarafından tercih edilen ve giyilen parçalar arasında yer alıyor (Mehrali, 2015:25).

1920'lerde moda, büyük beden kıyafetler ve sade, erkeksi kesimlerin hakim olduğu bir dönemi yansıtıyordu. Kadınlar genellikle dikdörtgen formda elbiseler tercih ederek kadınsı kıvrımlarını gizlemeyi tercih ettiler. Günlük giyimde spor tarzına yönelme eğilimi belirginleşti, özellikle örgü kumaşlar ve esnek korseler sıkça tercih edildi. Gece kıyafetlerinde ise lüks ve gösterişli malzemeler öne çıktı. Saten, kadife gibi şık kumaşlar,

altın ve gümüş işlemler, püsküller, büzgüler, kordonlar, fiyonklar, drapeler ve aplikeler gibi detaylarla zenginleştirilerek muhteşem bir görünüm elde edildi. Kürk bordürlerinin sıkça kullanılması da dikkat çekiciydi. Gece kıyafetlerinde bel hattına kadar uzanan sırt dekolteleri, ipek iç çamaşırları ve file çoraplar gibi özel detaylar da moda dünyasında popülerdi. Bu dönemde moda hem rahatlığı hem de zarafeti bir arada sunan bir tarzı benimsemişti (Baygıner, 2013).

4.2. ‘Hays Yasaları’ ve Modaya Etkisi: 1930’lu Yıllar

Birinci Dünya Savaşı'nın ardından sinema endüstrisi, film yıldızlarının bakış açısını ikonikleştirmek için her türlü çabayı gösterdi. Makyajdan estetik operasyonlara kadar pek çok yöntem deneyen şirketler, yıldızların dış görünüşlerini şekillendirerek onları merak uyandıran şekillere dönüştürmeye çalıştılar. Film yıldızlarının beden ölçüleri, günlük giyim tarzları vb. dergiler aracılığıyla yayınlanarak halkın arzuladığı görünümler getirildi. Ancak 1933 yılında, devlet adamlarının kiliselerin halkının filmlerinin halkın ahlakını bozduğunu düşünerek, "*Hays Yasaları*" olarak bilinen bir dizi yasağı hayata geçirildi. Özellikle kadınların giyimine yönelik kısıtlamalar, bu özgürlükler, kıyafet seçimlerini ciddi şekilde tehlikeye sokan bu durum moda tasarımcılarını mücevherli tasarımlara yönlendirdi. Yasakların, dantel ve dekolteli kıyafetlerin bulunduğu yer, vücudun saran ve dökümlü saten kıyafetlerini aldı. Bu yeni tarz, kadınların çekici bir görünümünü sağlarken, aynı zamanda kısıtlamalara uyumlu bir moda oluşumu oluşturdu (Onat, 2012). Letty Lynton filmi, kabarık kollar ve vurgulu omuzlarla uzun eteklerin moda olması önayak olmuştur (Ziaei, 2014: 183). Bu film, kısa sürede büyük bir moda trendi haline geldi.



Görsel 4.6. Letty Lynton

Kaynak: <https://nypost.com/2009/11/11/must-see-letty-lynton-yes-letty-lynton/> (Erişim tarihi: 06.03.2024)

Madeline Vionnet'in yenilikçi kesimleri ve ipek gibi lüks malzemelerin kullanımıyla tasarladığı elbiseler, dönemin siyasi konjonktürüyle birlikte Letty Lynton filmi gibi sinema yapıtlarının etkisiyle 1930'larda şık kadınlar için vazgeçilmez bir parça haline geldi.



Görsel 4.7 Madeline Vionnet Tasarımları

Kaynak: <https://www.europeana.eu/en/blog/the-bias-cut-and-madeline-vionnet> (Erişim tarihi: 06.03.2024)

1934'te, Clark Gable'in başrolünde yer aldığı "*It Happened One Night*" adlı komedi filminde, Gable'ın bir sahnede uyumak için hazırlanırken gömleğini çıkarması olağandışı bir durumdu. Ancak dikkat çeken bir nokta vardı: Gable'ın gömleğinin içine atlet giymemiş olmasıydı, ki bu dönemde pek görülmeyen bir durumdu. Bu davranış, o zamanki ahlaki normlara aykırıydı ve Amerika'da büyük tartışmalara yol açtı. Ancak ilginç bir şekilde, kısa sürede bu sahne birçok filmde taklit edildi ve hatta bir trend haline geldi. Gable'ın cesur hareketi, toplumda bir dönüşüm başlatmış ve giyim normlarını yeniden düşünmeye sevk etmişti.



Görsel 4.8. *It Happened One Night*

Kaynak: <https://www.imdb.com/title/tt0025316/> (Erişim tarihi: 06.03.2024)

4.3. Savaşın Yokluk Yılları: 1940'lı Yıllar

1940'ların ortasında, İkinci Dünya Savaşı'nın sıkı kısıtlamaları altında bile, sinema endüstrisi seyircilere savaşın gerçekliğinden kaçış fırsatı sunarak önemli bir rol oynadı. Hollywood, kumaş kıtlığı gibi savaşın etkilerinden ciddi şekilde etkilendi. Ancak Hollywood'un kostüm tasarımcıları her zaman olduğu gibi, filmlerde kullanılan kostümleri farklı kumaşlar, boyalar ve aksesuarlar kullanarak yeniden tasarlama konusunda uzmanlaşmıştı (Watson, 2007:64). Örneğin, beyaz perdenin tanrıçaları, tarihi ve mistik elbiselerde saten veya lâme ile sırtı açık elbiselerle, asimetrik veya düşük yaka giysilerle ve omuzlara hafifçe düşmüş mink kürklerle sıradan dünyadan uzaklaşmışlardı. "*Dinner at Night*" ve "*Camille*" gibi filmlerde, boncuk işlemeli elbiseler gibi özgün tasarımlarla da dikkat çekmişlerdir.



Görsel 4.9. Dinner at Night

Kaynak: https://en.wikipedia.org/wiki/Dinner_at_Eight (Erişim tarihi: 07.03.24)



Görsel 4.10 Camille

Kaynak: <https://play.google.com/store/movies/details/Camille> (Erişim tarihi: 07.03.2024)

"*Gone with the Wind*" (Rüzgâr Gibi Geçti) filmi, Margaret Mitchell'in aynı adlı romanından uyarlanmış ve 1939'da çekilmiş, 1941'de gösterime girmiştir. Film, Amerikan iç savaşı dönemini ve Güney'in çöküşünü anlatırken, baş karakterlerinden biri olan Scarlett O'Hara, savaş sonrası yaşanan zorluklarla mücadele ederken güçlü bir karakter olarak öne çıkar. Scarlett O'Hara'nın evdeki yeşil kadife perdeden elbise yaparak kendine bir kıyafet oluşturması, savaş sonrası yokluk ve sıkıntı dönemlerinde insanların yaratıcılıklarını ve dayanıklılıklarını gösteren bir anekdot olarak kabul edilir. Bu sahne, insanların savaş sonrası dönemdeki maddi kısıtlılıklara rağmen hayatta kalmak için ne kadar yaratıcı olabileceklerini ve umutlarını nasıl koruyabileceklerini anlatan güçlü bir sembol olmuştur.



Görsel 4.11. *Gone with the Wind*

Kaynak: <https://ew.com/movies/2019/01/29/gone-with-the-wind> (Erişim tarihi: 08.03.2024)

Yine "*The Maltese Falcon*" gibi filmler ve dönemin gangster kültürü gerçekten moda ve stil üzerinde büyük etki bıraktı. Bu filmlerdeki karakterlerin giyim tarzları, özellikle erkek giyiminde belirgin bir değişime yol açtı. Ceketlerin silah taşıyan gangsterlerinkine benzer şekilde, o dönemin popüler modasının bir devamıydı. Bu, erkek giyiminde daha maskeülen ve güçlü bir görünüm arayışının bir ifadesiydi. Takım elbiselerin kalın askılara tutturulması da bu tarzın bir parçasıydı ve kıyafetlerin daha düzgün ve dikkat çekici bir şekilde durmasını sağlıyordu. Gömleklerin kontrast renkte olması da dönemin modasına uygun bir tercihti. Bu,

giysilerin daha fazla dikkat çekmesini sağlıyor ve karakterlerin kişiliklerini yansıtıyordu. Cep mendilleri de bu tarz giyimde önemli bir aksesuardı ve genellikle cesur ve dikkat çekiciliği tercih edilirdi. Humphrey Bogart gibi oyuncuların popülerliğinde bu tarzın uygulanmasında önemli bir rol oynadı.



Görsel 11.12 *The Maltese Falcon*

Kaynak: <https://www.filmlinc.org/films/the-maltese-falcon/> (Erişim tarihi:08.03.2024)

1944'te Hollywood, gerçekliğin ötesine geçmeyi hedefleyen bir moda takip ediyordu. Örneğin, "*Lady in the Dark*" filmi için hazırlanan kostümler, lüks ve ihtişamı ön plana çıkaran vizon kürk ve mücevher detaylarıyla bezeliydi. Ginger Rogers'ın kostümü dışında, filmde yer alan kostümler, zenginlik ve gösterişin simgesi haline geldi. Ancak, gerçek dünyada, bu tarz gösterişli kıyafetler için gerekli kumaşlar bulunmamaktaydı. Kadınlar, Hollywood tarzını taklit etmeye çalışsalar da bu tarz giysileri yapmak imkansızdı çünkü gerekli malzemeler mevcut değildi.



Görsel 4.13. *Lady in the Dark* Film Kostümü

Kaynak: <https://fashion-in-film.tumblr.com/post/40535748859/lady-in-the-dark-1944-costume-design-edith-head/amp> (Erişim tarihi: 08.03.2024)

Edith Head'in imzasını taşıyan "*Sullivan'ın Seyahatnamesi*" filmi, erkek karakter için beklenmedik bir tarzı yansıtarak, seyircilerin hayranlıkla izlediği bir eser olmuştur. Özellikle Veronica Lake'in başarılı bir şekilde taşıdığı kostümü, uzun süre akıllarda kalan bir tarz sunmuştur. Filmde kullanılan eskitilmiş kumaşlar, ilginç aksesuarlar ve dikkat çekici detaylar günümüz sokak modasına da ilham kaynağı olmuştur. Karakterlerin kostümleri, tozlu ve kirli bir hava yaratmak için özenle seçilmiş kumaşlarla tasarlanmıştır. Bu kumaşlar, karakterlerin macera dolu yolculuklarını ve zorlu yaşam koşullarını yansıtarak, kostümlerin gerçekçi ve etkileyici bir görünüm kazanmasını sağlamıştır. Kısa paça pantolonlar ve renkli mendiller ise karakterlerin kişiliklerini ve tarzlarını yansıtmak için kullanılan önemli detaylardan biridir. Edith Head'in bu tasarımları, parlaklık temizleyici ve modern dahi ilham kaynağı olan bir estetik sunmuştur.



Görsel 4.14. Sullivan's Travels

Kaynak: <https://www.britannica.com/topic/Sullivans-Travels> (Erişim tarihi:08.03.24)

Humphrey Bogart'un "Casablanca" filminde giydiği trençkot ve Brigitte Bardot'un bikinileri, moda tarihinde döneminin ötesine geçerek efsaneleşmiş parçalardır. Bogart'un canlandığı karakter Rick Blaine'in trençkotu, erkekler için bir simge haline gelmiş ve klasik bir parça olarak kabul edilmiştir. Bu ikonik giysi, filmdeki karakterin havalı ve gizemli duruşunu yansıtarak, giyim tarihine damga vurmuştur. Brigitte Bardot'un bikinileri, cesur ve çarpıcı bir görünüm sunarak moda dünyasında bir devrim yaratmıştır. Bikinileri, kadın bedeninin özgürlüğünü ve gücünü temsil eden bir sembol haline gelmiştir. Bardot'un sahip olduğu zarif ve çekici duruş, bikinilerin popülerleşmesinde önemli bir rol oynamıştır.



Görsel 4.15. Casablanca

Kaynak: <https://foreigncinema.com/film/casablanca-1942/> (Erişim tarihi: 08.03.2024)

İkinci Dünya Savaşı ve sonrasında, film yapımcıları Paris modasına ilgi göstermişlerdir. Özellikle Paris'teki moda haftalarına katılarak, oyuncularını trend görünümlere büründürmüşlerdir. Ancak, film yapımcılarının zaman baskısı altında oldukları ve filmleri iki senede tamamlamaları gerektiği için, filmler vizyona girdiğinde yıldızların giysileri modadan uzaklaşmış ve demode bir his uyandırmıştır. Bu durumun farkına varan yapımcılar, Paris seyahatlerine devam etti; ancak oradaki trendlerden kaçınarak kendi tarzlarını oluşturmaya başladılar. Aynı dönemde Hollywood'da, ünlü moda tasarımcıları Coco Chanel ve Elsa Schiaparelli gibi isimlerle işbirlikleri yapılmaya başlandı (Watson, 2007:52). Coco Chanel, örneğin "*Tonight or Never*" filminin kostümlerini tasarlayarak bu işbirliklerine başladı ve dönemin ünlü yıldızı Gloria Swanson'u giydirdi. Bu işbirlikleri Hollywood filmlerinde moda ve tarz konusunda yeni bir dönemin başlangıcını simgeliyordu.



Görsel 4.16. *Tonight or Never*

Kaynak: <https://www.imdb.com/title/tt0022489/> (Erişim tarihi: 08.03.2024)

4.4. Savaş Sonrası Dönem: 1950'li Yıllar

1950'lerde Hollywood'un bazı yapımları, gençlerin kimlik arayışına yeni bir anlam katmak için bir trend başlattı: İşçi sınıfı isyanı miti. Bu filmlerde, aktörler sıklıkla blucin

pantolon, siyah deri ceket ve tişört kombinasyonunu benimseyerek ekranlarda boy gösterdiler. İşçi sınıfı gençliğinin hayal kırıklığını güçlü bir şekilde ifade eden bu filmler, seyircilerin kendilerini filmdeki karakterlerle özdeşleştirmesine ve onların kıyafet tarzını benimsemesine yol açtı. Bu kıyafet kombinasyonu, günümüzde hala isyanı ve özgürlüğü ifade etmek için kullanılmaktadır. Moda ne olursa olsun, sokaklarda bu giyim tarzının örneklerine sıkça rastlanır. "Siyah deri ceket" olumsuz bir isyankârlık anlamına sahip olabilirken, blucin ve tişört ise tüm dünyada yaygın olarak kullanılan kıyafetlerdir. "*Rebel Without a Cause*", 1950'lerin gençliğini etkileyen filmlerden biri olarak öne çıkmaktadır.



Görsel 4.17. *Rebel Without A Cause*:

Kaynak: <https://www.imdb.com/title/tt0048545/> (Erişim tarihi: 09.03.2024)



Görsel 4.18. *Rebel Without a Cause* 'James Dean'

Kaynak: <https://www.vanityfair.com/hollywood/2010/06/> (Erişim tarihi: 09.03.2024)

1950'li yıllarda moda dünyasına ilham veren kaynaklar arasında sadece moda tasarımcıları değil, aynı zamanda Hollywood filmlerinin yıldızları da büyük bir rol oynamıştır. Marilyn Monroe'nun ikonik saç modeli ve giysileri, Audrey Hepburn'ün "Funny Face" filmindeki zarif kıyafetleri, Brigitte Bardot'nun kapri pantolonları ve bikinileri, o dönemin modasını derinden etkilemiştir. Özellikle Givenchy'nin Audrey Hepburn için hazırladığı koleksiyonlar, 1950'li yıllarda kadınlar arasında büyük ilgi görmüş ve taklit edilmiştir. Audrey Hepburn, özellikle ultra modern bir tarzı balerin estetiğiyle birleştirerek yeni bir moda akımının öncüsü olmuştur. Ayrıca, Marlon Brando ve James Dean gibi aktörler de o dönemde erkek giyiminde birer idol haline gelmişlerdir (Dereboy, 2004:143).



Görsel 4.19. *Funny Face*

Kaynak: <https://theblondeatthefilm.com/2015/03/13/funny-face/> (Erişim tarihi: 09.03.2024)

1953 yapımı "*The Wild One*" filmi, moda dünyasına farklı şekillerde etki etmiştir. Bu filmdeki motorcu çetesi üyeleri, özellikle kadınlar, uniseks kot pantolon ve botlar gibi erkeklerle benzer kıyafetler giymişlerdir. Bu tarz, genç kızlar üzerinde büyük bir etki yaratmış ve onları annelerinin onayladığı giyim tarzının dışında alternatiflerle tanıştırmıştır. Bu, gelecek yılların giyim stillerine öncülük etmiştir. Erkek modasına gelince, 1940'larda deri ceket savaş kahramanlarının ve toplumun dışlanmış güçlerinin simgesi haline gelmiştir. "*The Wild One*" ise bu imajı yeniden şekillendirerek, deri ceketin asi, isyankâr ve özgürleştirici bir sembol olarak algılanmasına katkıda bulunmuştur. Bu film, erkek giyimindeki geleneksel normları sorgulayan ve değiştiren bir dönüşümün başlangıcını işaret etmiştir. Bu nedenle, "*The Wild One*"'un etkisi, sadece moda dünyasında değil, aynı zamanda toplumsal cinsiyet rolleri ve kimlikleriyle ilgili algıların da değişimine katkıda bulunmuştur.

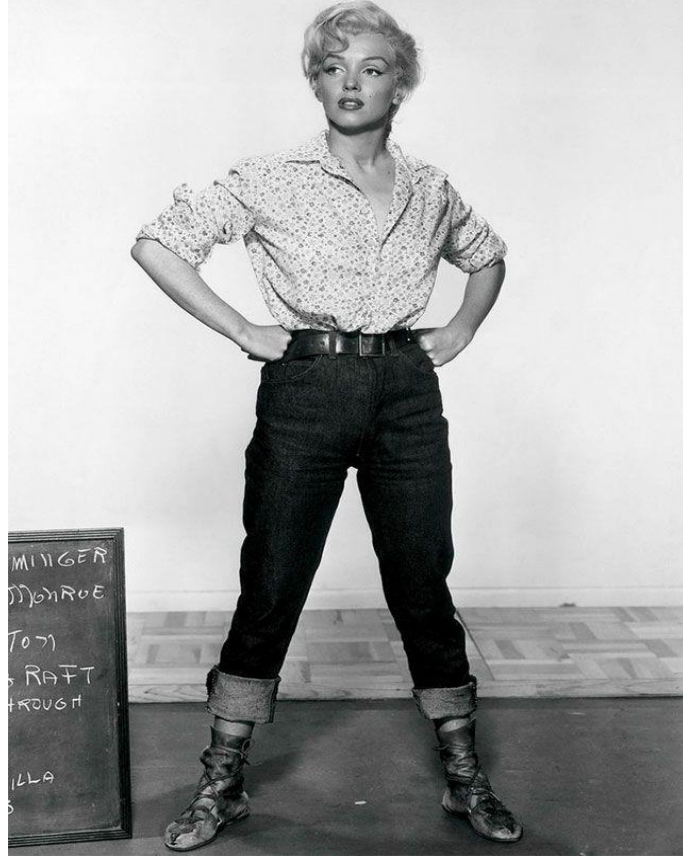
(Crane, 2003: 238). Parlak'a (2020) göre siyah deri ceket, beyaz tişört ve jean pantolon kombinasyonu, günümüzde hala isyan ve bağımsızlık ifadesi olarak görülmektedir. Ancak tek başlarına bu anlamı taşımazlar. Bu kombinasyon, "*The Wild One*" gibi filmlerle topluma kodlanmış bir isyankâr duruşun sembolü haline gelmiştir.



Görsel 4.20. *The Wild One* 'Marlon Brando

Kaynak: <https://www.britannica.com/topic/The-Wild-One> (Erişim tarihi:09.03.2024)

Jean pantolonun popülerliği özellikle 1950'lerde sinema yıldızlarının ve öncü gençlik ikonlarının giymesiyle büyük bir ivme kazandı. Marlon Brando'nun "*The Wild One*" filmindeki asi tarzı, James Dean'in "*Rebel Without a Cause*" ve "*East of Eden*" filmlerindeki cool görünümü, Elvis Presley'nin sahne performanslarındaki rahat ama çekici tarzı ve Marilyn Monroe'nun jean pantolonunun kadınsı cazibesi ile jean pantolonunun popülerleşmesine büyük katkı sağladı. Bu sinema yıldızlarının ikonikleşmiş görünümleri gençler arasında da büyük ilgi uyandırdı ve jean pantolonunun daha geniş kitleler tarafından benimsenmesine yol açtı. Jean pantolon, özellikle gençler arasında bir isyan sembolü olarak da görüldü ve zamanla moda dünyasında önemli bir yer edindi (Ercivan & Meydan, 2009).



Görsel 4.21. Marilyn Monroe Jean Pantolonuyla

Kaynak: <https://www.alem.com.tr/dizi-film/marilyn-monroe-en-iyi-10-filmi-1078524>

(Erişim tarihi:09.03.2024)

"Roman Holiday" filminde, Gregory Peck genellikle rahat kesimli takımlar ve pantolonlar tercih ederken, Audrey Hepburn'ün karakteri olan prenses Ann'in kıyafetleri, o dönemin kadın modasına önemli bir etki yapmıştır. Bol eteklerin içine sokulan geniş bebe yaka beyaz gömlekler ve takım parçalarının kombinlemesiyle oluşturulan şık ve zarif görünüm, kadınların moda anlayışında dönüşüme sebep olmuştur. Audrey Hepburn'ün tarzı, feminenliği ve rahatlığı bir araya getirerek kadınların günlük hayatta da zarif ve özgün bir görünüme sahip olabileceklerini göstermiştir. Bu ikonik tarz, günümüzde bile moda dünyasında ilham kaynağı olmaya devam etmektedir.



Görsel 4.22. *Roman Holiday* 'Audrey Hepburn & Gregory Peck'

Kaynak: <https://mubi.com/tr/tr/films/roman-holiday> (Erişim tarihi:09.03.2024)



Görsel 4.23. *Roman Holiday*

Kaynak: <https://mubi.com/tr/tr/films/roman-holiday> (Erişim tarihi: 09.03.2024)

Alfred Hitchcock'un yönettiği ve bir macera filmi olan "North by Northwest"ın başrol oyuncusu Cary Grant, giydiği Saville Row tasarımı gri takım elbiseyle dünyada tüm erkek şıklığının simgesi haline geldi. Bu klasik takım elbisesi, yıllar boyunca bir tarzı temsil ederek

erkek modasında benzersiz bir etki yaratmıştır. Grant'in bu filmdeki giyimi, sürekli tekrarlanarak çürümeye kadar uzanan bir etki yaratmış ve erkek giyiminde önemli bir referans haline gelmiştir.



Görsel 4.24. *North by Northwest*

Kaynak: <https://www.theguardian.com/film/filmblog/2012/aug/03/favourite-hitchcock-north-by-northwest>

(Erişim tarihi:09.03.2024)

4.5. Gençlerin Tüketici Gücünün Fark Edilmesi: 1960'lı Yıllar

1960'larda moda, ideolojik akımların etkisi altına girmiş ve hayatın her alanında belirgin bir rol oynamıştır. Özellikle Batı ülkelerinde, moda gençlerin tüketici gücünü keşfetmiş ve kendilerini ifade etme arzularını yansıtmak isteyen bir platform haline gelmiştir. Dünyayı saran özgürlük hareketleri, televizyon dizileri ve müzisyenler aracılığıyla evlere girmiş ve farklı yaşam tarzlarıyla izleyicilere sunulmuştur. Sinemanın da bu akıma katkısı olmuş ve moda, çeşitli tarzları içeren bir dönüşüm geçirmiştir (Dereboy, 2004: 152).

4.5.1. Mary Quant'ın gençlik modası

Gençlik modası, toplumdan giderek daha fazla ayrılmaya başlamıştır, ki bu eğilim Peter & Engelmeier'in (1997:16) belirttiği gibi o yıllarda özellikle belirginleşmiştir. Mary Quant tarafından tasarlanan mini etek, bu dönemin özgürlük anlayışını simgeleyen bir giysi olmuş ve dünya çapında büyük etki yaratmıştır.



Görsel 4.25. Mary Quant Modası

Kaynak: <https://modakariyeri.com/mary-quant/> (Erişim tarihi: 10.03.2024)

4.5.2. Klasikleşmiş “Breakfast at Tiffany’s” tarzı

Jayne Mansfield, Sophia Loren ve Marilyn Monroe gibi yıldızların çıplaklıkla öne çıktığı auralarının aksine, Audrey Hepburn, "Breakfast at Tiffany's"deki unutulmaz rolüyle kendine özgü bir duruş sergilemiştir. Audrey Hepburn'ün bu filmdeki görünümü, moda büyük etki yapmıştır ve giydiği her şey klasikleşmiştir. Peter & Engelmeier'in (1997) belirttiği gibi, Audrey Hepburn'ün "Breakfast at Tiffany's" filmindeki kıyafetleri, moda üzerinde derin izler bırakmıştır. Audrey Hepburn, bu filmde 1960'ların kadınına özgü her türlü moda öğesini taşımıştır. Filmde Audrey Hepburn'ün siyah elbiseyle gösterdiği zarif ve ikonik görünüm, popüler kültürde büyük yankı uyandırmış ve siyah elbise birçok kadının gardırobunda vazgeçilmez bir parça haline gelmiştir.



Görsel 4.26. Breakfast at Tiffany's filminde 'Audrey Hepburn

Kaynak: <https://www.vanityfair.com/hollywood/2016/11/breakfast-at-tiffanys-tcm-screenings>

(Erişim tarihi: 11.03.2024)

4.5.3. Brit şıklığı

Beatles, popüler kültürde uzun süreli ve yaratıcı bir etki bırakmıştır. Sadece müzik dünyasında devrim yapmakla kalmamışlar, aynı zamanda erkek modasında da büyük değişikliklere öncülük etmişlerdir. Özellikle "*A Hard Day's Night*" gibi birçok insanın müzik ve moda anlayışını şekillendiren filmleriyle, Brit pop stilinin ve el yapımı takım elbiselerin

önemini vurgulamışlardır. Beatles'ın tarzı ve müziği, sadece kendi dönemlerinde değil, günümüzdeki Brit grupları için de ilham kaynağı olmuştur. 60'ların grubunun görünümü ve tarzı, günümüzdeki yeni Brit grupları için bir referans noktası haline gelmiştir. Bu gruplar hem müzikleriyle hem de giyim tarzlarıyla 60'ların ikonik grubunu kendilerine örnek almaktadırlar. Beatles'ın popüler kültürdeki uzun süreli etkisi, sadece müzik dünyasında değil, aynı zamanda moda dünyasında da devam etmektedir. Onların tarzı ve kişisel görünümleri, moda ve müzik tarihinde önemli bir yer işgal etmektedir.



Görsel 4.27. *A Hard Day's Night*

Kaynak: <https://www.primevideo.com/-/tr/detail/A-Hard-Days-Night/> (Erişim tarihi:13.03.2024)

4.5.4. 30'lu yıllara dönüş: Bonnie and Clyde

1967 yapımı "*Bonnie and Clyde*" filmi, sinemanın en sevilen suçlu ikilisini tanıttı. Bu ikili, daha sonraki filmlerde sıkça taklit edildi. Faye Dunaway ve Warren Beatty'nin canlandığı karakterler, 60'ların modasına yenilikler getirdi. Filmle birlikte, 30'ların tarzını yansıtan özgün gangster pantolonu ve Faye Dunaway'in giydiği bere gibi detaylar, 60'ların modasında yeniden popüler hale geldi. "*Bonnie and Clyde*" dünya çapında en çok sevilen hikayelerden biri haline geldi. Aksesuarlar açısından, filmde kullanılan bir bere, başka bir sahnede kullanılan eşarp, uzun bir kolye, örgü desenli bir çanta ve elbiseye bel kısmında takılan siyah bir kemer gibi detaylar vurgulandı.



Görsel 4.28 Gerçek Bonnie and Clyde (1933)

Kaynak: [https://tr.wikipedia.org/wiki/Bonnie_ve_Clyde_\(film\)#](https://tr.wikipedia.org/wiki/Bonnie_ve_Clyde_(film)#) (Erişim tarihi: 15.03.2024)



Görsel 4.29. Bonnie ve Clyde (1967)

Kaynak: <http://sceneshots.wordpress.com/2012/08/20/faye-dunaway-bonnie-and-clyde-1967/>

(Erişim tarihi:15.03.2024)

"Bonnie and Clyde" filmi, 1967'de çekilmesine rağmen, o dönemin modasının gelişmiş bir yaklaşımıyla günümüzde günümüzde ilham kaynağı olmaya devam ediyor. Filmde kullanılan kostümler ve kombinler, özellikle retro ve vintage tarzı sevenler için popüler bir referans noktası haline getirildi. Filmdeki karakterlerin giydikleri kıyafetlerin tarzı, günümüzün moda dünyasında da sık sık görülmektedir. Özellikle ayrıntılı gangster pantolonları, bereler, uzun kolyeler ve çantalar gibi detaylar, retro tarzını yansıtan kombinlerin vazgeçilmez parçaları haline geldi. Ayrıca, "Bonnie and Clyde" filmiyle ilgili kostüm kombinleri, zaman zaman moda tasarımcıları tarafından da koleksiyonlara dahil edilmekte ve moda defilelerinde görülmektedir. Bu film kostüm tasarımının ne kadar etkili ve ilham verici olduğunu gösteriyor. Bu nedenle, "Bonnie and Clyde" filmiyle ilgili kostüm kombinlerinin hem kendi döneminde hem de günümüzde popülerliğini koruduğu görülmektedir (Çeliksap, 2011:100)



Görsel 4.30. Bonnie ve Clyde Filminde Kullanılan Günümüz Giysileri
Kaynak:http://dressrehearsel.blogspot.com.tr/2010_08_01_archive.html (Erişim tarihi:15.03.2024)

4.6. Savaş ve Çatışmayla Geçen Yıllar: 1970'ler

1970'ler, birçok savaş ve çatışma ile dolu bir dönemdi. Kıbrıs Savaşı, İrlanda'daki çatışmalar, Doğu Pakistan'daki iç savaş, Vietnam Savaşı, Nijerya ve Kamboçya'daki çatışmalar bu dönemin önemli olaylarından bazılarıydı. Bu çatışmalar, 1960'larda başlayan özgürlük düşüncesi ve hareketlerinin 1970'lerde daha da güçlenmesine ve yayılmasına neden oldu. Geleneksel kuralların ve normların yıkıldığı bir dönemdi ve moda da bundan etkilendi. Çok kısa etekler, renkli ve desenli kumaşlar, geniş kol ağzları, sivri yakalar gibi unsurlar moda dünyasında popüler hale geldi. Şapkalar da tekrar moda oldu ve uzun zamandan sonra ilk kez yaygın hale geldi. Hippiler, özgürlük hareketinin en radikal noktalarına ulaştı (Watson, 2007). Sinema da bu dönemde moda dünyasına yön verdi. "*Saturday Night Fever*" ve "*Grease*" gibi filmler, moda trendlerinin oluşmasında etkili oldu.

"Saturday Night Fever" filmi özellikle erkek modasında büyük bir etki yarattı. John Travolta'nın karakteri, Tony Manero, filmde beyaz takım elbisesi ve özellikle de dans sahnelerinde giydiği büyük yaka jarse gömlekleriyle ikonlaştı. Film, Tony'nin günlük hayatında sıradan bir genç olarak görünmesine rağmen, disko gecelerinde bir yıldız dönüşmesini konu alıyor. Filmdeki kostümler, özellikle dar kesimli takımlar, bol paça pantolonlar ve büyük yaka jarse gömlekler gibi unsurlar, erkek modasında popüler hale geldi. Ayrıca, yakası açık gömleklerden gözüken altın zincirler gibi detaylar da bu dönemde yaygınlaşmaya başladı.



Görsel 4.31. *Saturday Night Fever*

Kaynak: <https://www.imdb.com/title/tt0076666/> (Erişim tarihi: 16.03.2024)

"Grease" filmi hala müzikal romantizm ve ikonik kostümleriyle hatırlanıyor. Film, Avustralyalı değişim öğrencisi Sandy'nin, çapkın Danny Zuko'ya âşık olması ve ardından

yaşadıkları drama ve kalp kırıklıklarını konu alıyor. Filmdeki kilit sahnelerden biri, Sandy'nin okul karnavalına dar siyah deri bir takım ve parlak kırmızı topuklu ayakkabılarla gelerek Danny'yi başını döndürmesidir. "Greece" filminin tarzı, günümüzde hala moda dünyasında etkisini sürdürüyor. Özellikle Sandy'nin skinny jean ve stiletto kombini, hala trend olan bir kombinasyon olarak görülüyor ve "Grease" filminin ilham verdiği birçok modern kombinde kullanılıyor. Ayrıca, erkek modasında da Danny Zuko'nun deri ceket ve geniş yaka gömlek kombinasyonu hala popülerdir ve "Grease" filminden ilham alınarak yapılan birçok kombinin temelini oluşturur. Bu film, moda dünyasında kalıcı bir etki yaratmış ve hala ilham kaynağı olmaya devam etmektedir.



Görsel 4.32 Grease

Kaynak: <https://screenrant.com/grease-prequel-show-movie-characters-return-rydell-high/>

(Erişim tarihi: 11.04.24)

"Godfather" filmlerindeki karakterlerin giyimi, 1970'lerin film modası üzerinde büyük bir etkinlik ve hala birçok insan için stil ikonu olarak kabul ediliyor. İtalyan kesimli takım elbiseleri, genellikle dar pantolonlar, uzun ceketler ve yüksek bel yeleklerinden oluşur. Bu tarz takımlar genellikle özel dikim yapan kişinin vücut hatlarına tam olarak uyarlanır. Bu tarz giyim, farklı ve güçlü bir görünüm sağlar. Büyük şapkalar da o dönemde erkek giyiminde popülerdi. Şekiller geniş kenarlı, yuvarlak veya dikdörtgen şekilli olan bu şapkalar, karakterlere özgü ve gizemli bir hava katarak tarzlarını tamamlar. Ayrıca Amerikan tarzı takımlar da filmlerde ve gerçek hayatta yaygın olarak kullanıldı. Bu takımlar, İtalyan kesimli takımlara kıyasla genellikle daha bol ve daha rahat bir kesime sahiptir. Farklı

renkteki takımlar, karakter kişiliklerini ve statülerini belirtmek için kullanılmıştır. Bu giyim tarzları, "Baba" filmlerinin kültürel kimliklerinin birlikte, 1970'lerin genel moda trendlerini yansıtıyor. Bugün hala birçok moda sever tarafından tercih edilen klasik ve dünyanın ötesinde bir tarz olmaya devam ediyorlar (Özaslan, 2014).



Görsel 4.33. *Godfather*

Kaynak: <https://www.gq-magazine.co.uk/culture/article/the-godfather-part-ii-no-longer-one-of-the-greatest-films-sight-and-sound-magazine-2022>

(Erişim tarihi: 11.04.2024)

1970'ler, renkli ve geniş kravatların, uzun ve sivri yakalı gömleklerin hüküm sürdüğü, moda dünyasında eşsiz bir çağdı. Ancak bu dönem sadece moda açısından değil, aynı zamanda kadınların özgürlük mücadelesinin de başlangıcıydı. İş hayatında eşitlik için çabalayan kadınlar, klasikleşmiş gömlek-etek-cekete üçlüsünü bir tür muhafazakâr zırh olarak görüyorlardı ve bu klişeleri kırmak için çaba harcadılar. Yves Saint Laurent, Calvin Klein ve Ralph Lauren gibi dönemin öncü tasarımcılarının eserleri sayesinde, adeta kendi bağımsızlıklarını ilan ettiler. 1970'lerin ortalarına gelindiğinde, unisex giyim tam anlamıyla kabul gördü. Woody Allen'ın çığır açan filmi "*Annie Hall*" (1977), Diane Keaton'ın Ralph Lauren imzalı erkek gömleğini giymesini içeriyordu ve bu, günlük hayatta unisex giyimin popülerleşmesine büyük katkı sağladı. Günümüzde, *Annie Hall* filmi kostümü ve aksesuarlarıyla hemen hemen aynı giysileri görmek mümkün. Ancak, bu klasik tarzı özgünleştirerek günümüz trendlerine uygun hale getirebiliriz. Örneğin, uzun ve geniş kravat yerine daha ince ve modern bir kravat kullanılabilir. Sivri yakalı gömleklerin yerine daha minimalist ve sade tasarımlar tercih edilebilir. Ayrıca, geniş kesimli pantolonlar yerine daha

dar kesimli veya kısa pantolonlar tercih edilerek görünüm güncellenebilir. Renk seçimleri ve küçük detaylar da modernize edilerek, 70'lerin ikonik tarzı günümüz modasına uygun hale getirilebilir. Böylece, geçmişin etkileyici tarzını günümüzle buluşturarak özgün bir görünüm elde edilebilir.



Görsel 4.34 Annie Hall

Kaynak: <https://www.imdb.com/title/tt0075686/> (Erişim tarihi: 18.04.2024)

1970'lerin sonunda çekilen ve gelecekteki bir ütopya da geçen "Mad Max" filmi, büyük bir felaket sonrası dünyada petrol ve suyun nadir bulunduğu bir ortamda geçmektedir. İnsanlar, tamamen kuraklaşmış bir dünyada hayatta kalmak için mücadele etmektedirler. Filmin kötü karakterleri, punk tarzının etkilerini taşımaktadır. Mel Gibson'ın canlandırdığı Mad Max karakteri, deri pantolonu, eskimiş botları ve hırpalanmış, biraz da değiştirilmiş deri ceketle adeta Western filmlerinden fırlamış gibi seyahat etmektedir. Onun tarzı, sertlikle karışık bir özgürlük ruhunu yansıtmaktadır. Mad Max'in devam filmleri, moda dünyasında da etkiler yaratmıştır. Özellikle post-apokaliptik tarz, günümüzde birçok moda tasarımcısının ilham kaynağı olmuştur. Deri detaylar, hırpalanmış kıyafetler ve endüstriyel dokular, Mad Max serisinin estetik anlayışını günümüz modasına taşımak için sıkça kullanılan unsurlardan biridir. Mad Max'in tarzı, güçlü ve bağımsız bir duruşu simgelerken, aynı zamanda minimalist ve işlevsel bir yaklaşımı da yansıtmaktadır. Bu tarz, cesur ve özgün bir ifade biçimi arayan birçok kişi için ilham verici olmuştur.



Görsel 4.34 Mad Max

Kaynak: <https://www.beyazperde.com/sanaticilar/sanatci-2098/fotolar/detay/?cmediafile=18959167>

(Erişim tarihi: 18.04.2024)

4.7. Değişen Moda Algısı: 1980'ler

"Let's Get Physical" (1982), "Flashdance" (1983) filmleri, spor giyim modasının patlama yapmasını sağladı. Fosforlu renklerin hakim olduğu tayt, tişörtler ve spor ayakkabılar, gençlerin ve sporcuların tercih ettiği popüler spor giyim parçalarından biriydi. Şeffaf plastikten yapılan parlak takılar da bu dönemin karakteristik öğelerindendi. Bu trendler, gençlik kültürüyle birleşerek spor giyim modasını durdurulamaz biçimde yayıldı. Bugün, 80'lerin spor giyim modası birçok tasarımcı ve marka tarafından yeniden yorumlanıyor ve popülerliğini sürdürüyor. Fosforlu renkler, taytlar, spor tişörtleri ve spor ayakkabılar hala gençler arasında popülerken, modern dokunuşlarla da güncellenmiş durumdalar. Retro tarzı sevenler için bu trendler, hala güçlü bir moda ifadesi olmaya devam ediyor.



Görsel 4.35 Let's Get Physical

Kaynak: <https://www.imdb.com/title/tt6923968/> (Erişim tarihi: 19.04.2024)



Görsel 4.36 Flashdance

Kaynak:<https://www.imdb.com/title/tt0085549/> (Erişim tarihi:19.04.2024)

"*Dirty Dancing*", 1987 yapımı kült bir film olup, moda değişimlerinde büyük etkinlik gerçekleştirmiştir. Film, 1960'ların sonlarını konu almakta ve o dönemin modasını, görünümünü ve genel atmosferini başarıyla yansıtmaktadır. Filmin müzikleri son derece popüler olmuş ve birçok kişi tarafından benimsenmiştir. Ayrıca filmdeki dans hareketleri ve giysiler, birçok kişi tarafından taklit edilmiştir. Filmdeki yıldızlara benzemek isteyenler için birçok dergide stil önerileri ve ipuçları bulunmaktadır. "*Dirty Dancing*" sadece bir kültür filminin tarihindeki geçmiş, bir ikon haline gelmiş ve zamanın ötesinde bir etki yaratmıştır.



Görsel 4.37 Dirty Dancing

Kaynak:<https://deadline.com/2020/08/dirty-dancing-movie-jennifer-grey-confirmed-jonathan-levine-1203006586/> (Erişim tarihi: 19.04.2024)

1986 yapımı "*Top Gun*", 80'lerin erkek modasına önemli bir etki yapmıştır. Özellikle Tom Cruise'un canlandığı karakter olan Maverick'in stilindeki ikonik unsurlar, moda dünyasında büyük bir etki yaratmıştır. Pilot montları, güneş gözlükleri ve hatta karakterin imza saç stili, o dönemde genç erkekler arasında popüler hale gelmiştir. "*Top Gun*"un etkisiyle, Ray-Ban'ın "*aviator*" güneş gözlüğü modelinin satışlarında önemli bir artış yaşanmıştır. Bu, filmin moda dünyasındaki etkisinin somut bir kanıtıdır. Ayrıca, "*Top Gun*"un havacılıkla ilgili atmosferi, havacılık okullarına kayıt yaptıran öğrencilerin sayısında da bir artışa neden olmuştur. Film, gençler arasında pilot olma hayalini canlandırmış ve bu alanda ilgiyi artırmıştır.



Görsel 4.38 *Top Gun*

Kaynak: <https://www.imdb.com/title/tt1745960/> (Erişim tarihi: 19.04.2024)

Filmdeki karakterlerin giyim tarzı ve aksesuarları, günümüzde bile birçok insanın stilinde önemli bir yer tutmaktadır.



Görsel 4.40 Top Gun Filminden Esinlenerek Hazırlanan Giysi

Kaynak:<https://www.imdb.com/title/tt1745960/> (Erişim tarihi:20.04.2024)

"*Dangerous Liaisons*" gibi tarihi filmler, moda dünyasına büyük bir ilham kaynağı olmuştur. Bu tür filmlerdeki kostümler ve tarzlar, genellikle geçmiş dönemlerin lüks ve ihtişamını yansıtan detaylarla doludur. Filmde sıkça kullanılan dantel, yelek, draperi, fırfır ve brokar gibi unsurlar, moda dünyasında da popüler hale gelmiştir. Tasarımcılar, bu filmlerin estetiklerinden esinlenerek koleksiyonlarında benzer detaylara yer vermişlerdir. Özellikle gece giysileri ve göğüs dekolterleri gibi unsurlar, bu filmlerin etkisiyle moda dünyasında yeniden dikkat çekmiş ve popüler hale gelmiştir. Yine bu film benzeri tarihi filmlerdeki zarif ve gösterişli kostümler, moda tasarımcıları ve tüketiciler üzerinde önemli bir etkiye sahip olmuştur. Filmlerde kullanılan detaylar ve kumaşlar, moda dünyasında ilham kaynağı olmuş ve tarihi tarzların yeniden canlanmasına öncülük etmiştir.



Görsel 4.41.Dangerous Liaisons

Kaynak:<https://www.imdb.com/title/tt0094947/> (Erişim tarihi:23.04.2024)

"Amerikan Jigolo" filmi, 1980'lerde Amerikan kapitalizmi ve bireyciliğine açık bir tepki içermektedir. Lüks bir yaşam sürebilmek için jigololuk yapan Richard Gere'in canlandığı karakterin yaşam tarzı, dönemin idealize edilen Amerikan rüyasını yansıtmaktadır. Film aynı zamanda Armani'nin giyim tarzını geniş kitlelere tanıtarak devrim niteliğinde bir etki yaratmıştır.

"Richard Gere'in filmdeki giyim tarzı, özellikle de Armani takımları, dönemin moda anlayışını büyük ölçüde etkilemiştir. Armani'nin rahat, özensiz görünümlü ama şık giyim tarzı, "Amerikan Jigolo" ile birlikte daha geniş kitlelere ulaşmış ve popülerlik kazanmıştır. Bu durum, Armani'nin satışlarının hızla artmasına ve markanın Hollywood ile sıkı bir ilişki içine girmesine yol açmıştır. Armani'nin Hollywood ile olan bu ilişkisi, markanın birçok filmin kostümlerini hazırlaması ve filmlerde adının jeneriklerinde geçmesini sağlamasıyla daha da pekişmiştir. Bu sayede, 1990'ların uzun bir dönemi boyunca Oscar geceleri, adeta Armani gecelerine dönüşmüştür. Bu durum, moda endüstrisi ile Hollywood'un yakın ilişkisinin bir örneği olarak görülebilir ve Armani'nin Hollywood'un en tanınmış figürleriyle iş birliği yaparak markasını daha da güçlendirdiği bir örnek olarak karşımıza çıkmaktadır. (Tungate, 2006:148).



Görsel 4.42. American Gigolo

Kaynak: https://www.rottentomatoes.com/m/american_gigolo (Erişim tarihi:23.04.2024)

4.8. Moda'nın Evrimi: 1990'lı Yıllar

"*Pretty Woman*" filminin kültürel etkisinin önemli bir parçası olan Julia Roberts'ın canlandığı Vivian karakterinin ikonik kıyafetleriyle ilişkilendirilmesidir. Özellikle Vivian'ın kırmızı elbisesi, filmdeki muhteşem anlardan biridir ve Julia Roberts'ın görünümüne ve karakterinin görünümüne sembolik bir şekilde katkıda bulunmaktadır. Filmin kostüm tasarımı, Vivian'ın karakterinin gelişimi ve hikâyesinin ilerleyişini vurgulamada önemli bir rol oynuyor. Vivian'ın zengin iş insanı Edward ile tanışması ve onunla ilişki boyunca giydiği kıyafetler, karakterinin sosyal konuşmalarındaki değişim ve içsel dönüşümünü yansıtıyor. Zarif kırmızı elbise, özellikle filmdeki dönüm noktalarından birini temsil eder, çünkü Vivian'ın güçlerinin arttığı ve kendi değerini öğrendiği bir anıya işaret eder.



Görsel 4.43. *Pretty Woman*

Kaynak: <https://www.theguardian.com/film/2020/mar/23/pretty-woman-30-conservatism-materialism-glowing-star-power>

(Erişim tarihi: 15.05.2024)

“*Rezervuar Köpekleri*”nin moda üzerindeki etkisi oldukça önemlidir ve Quentin Tarantino'nun filmdeki karakterlerinin tarzını oluşumu moda dünyasında da büyük yankı uyandırmıştır. Film, sokak modasına ve gençlerin tarzına yeni bir bakış açısı getirdi. Betsy Heimann'ın filmdeki kostüm tasarımı, tarz sahibi ama aynı zamanda sıradan görünen karakterler yaratmak için önemli bir rol oynadı. Karakterlerin giydikleri basit ve temiz silüetli takım elbiseleri, Fransız gangster tarzını çağrıştıırken, aynı zamanda erişilebilir ve

günlük hayatta giyilebilir bir görünüm sunuyordu. Bu, genç erkekler arasında takım elbise ve gözlükle artan sarı açan bir etki yarattı ve moda dünyasında "Rezervuar Köpekleri tarzı" olarak anılmaya başlandı. Film, modanın demokratikleşmesine katkıda bulundu. Heimann'ın ucuz takım elbiselerini kullanarak karakterlerini giydirmesi, moda dünyasındaki pahalı markaların diktatörlüğüne meydan okudu ve daha uygun fiyatlı seçeneklerin de şık ve tarz sahibi olabileceğini gösterdi. Bu da modanın daha geniş bir kitleye ulaşması ve demokratikleşmesine katkı sağladı (Mutlu, 2016).



Görsel 4.44. Rezervuar Köpekleri

Kaynak: https://tr.wikipedia.org/wiki/Rezervuar_K%C3%B6pekleri (Erişim tarihi:17.05.2024)

Pulp Fiction'ın 1994'te çıkmasıyla birlikte, Quentin Tarantino'nun yönettiği bu film hem sinema dünyasında büyük bir etki yarattı hem de moda alanında önemli bir iz bıraktı. Filmdeki karakterlerin kostümleri ve tarzı, geniş bir izleyici kitlesi tarafından benimsendi ve ilham kaynağı oldu. Samuel L. Jackson ve John Travolta'nın karakterleri, özellikle siyah pantolon ve beyaz gömlek kombinasyonu ile ikonik hale geldi. Bu takım elbise tarzı, o dönemde moda dünyasında da popülerlik kazandı. Pulp Fiction'ın tarzı, 1990'ların cool ve asi görünümünü yansıtan birçok moda trendine ilham verdi. Bununla birlikte, Uma Thurman'ın canlandığı Mia Wallace karakterinin giydiği gömlek ve pantolon kombinasyonu da dikkat çekiciydi. Filmdeki kostümler, moda yön veren unsurlar arasında yer aldı ve birçok kişi tarafından stil ikonları olarak kabul edildi.



Görsel 4.45. *Pulp Fiction*

Kaynak: <https://vogue.com.tr/metropol/90lar-modasinin-hukum-surdugu-7-film?p=2> (Erişim tarihi: 17.05.24)



Görsel 4.46. *Pulp Fiction* Filminde Kullanılan Günümüz Giysileri

Kaynak: <http://verylucycharlotte.blogspot.com/2012/07/fashion-inspired-by-film-pulp-fiction.html>

(Erişim tarihi: 17.05.24)

1996 yapımı “*Scream*” filmi, korku türündeki yenilikçi yaklaşımıyla sadece sinema dünyasında değil, aynı zamanda moda dünyasında da etkili oldu. Filmdeki karakterlerin giyim tarzı, özellikle genç izleyiciler arasında büyük ilgi gördü ve moda trendlerine ilham verdi. *Scream*'in karakterleri, film boyunca bol trikolar, mini ekose etekler, kısa bluzlar ve yüksel bel jeanler gibi 1990'ların moda unsurlarını yansıtan kıyafetler giyerler. Bu tarz,

gençler arasında popülerlik kazandı ve filmle birlikte daha da ön plana çıktı. Film, klasik korku filmlerinin ve slasher türünün klişeleriyle oynarken, aynı zamanda modern bir tarz sunmasıyla dikkat çekti. Karakterlerin giyim tarzı, genç izleyiciler arasında moda algısını şekillendirmeye başladı ve birçok kişi için stil ikonları haline geldi.



Görsel 4.47 Scream

Kaynak: <https://vogue.com.tr/metropol/90lar-modasinin-hukum-surdugu-7-film?p=3>

(Erişim tarihi: 17.05.2024)

Jean Paul Gaultier'in "*Fifty Element*" için hazırladığı kostümler gerçekten de dikkat çekici ve muhteşemdir. Filmdeki karakterlerin okunuşu, Gaultier'in özgün tarzını ve moda anlayışını yansıtırken aynı zamanda filmin dünyasının özgünlüğünü ve çeşitliliğini de vurgular. Karakterlerin görüldüğü, onun kişinin kişiliğini ve rolü daha belirgin hale gelir. Örneğin Leeloo'nun kostümü, karakterinin fiziksel gücünü ve kararlılığını yansıtırken aynı zamanda hassas ve duygusal yanlarını da ifade eder. Korben Dallas'ın kıyafetleri onun güçlü ve cesur bir kahraman olduğunu vurguluyor.



Görsel 4.48. *The Fifth Element*

Kaynak: <https://www.google.com/imgres?q=The%20Fifth%20Element&imgurl> (Erişim tarihi:28.05.2024)

"*The Matrix*" (1999) filmi, moda dünyasında da büyük bir etki yaratmıştır. Filmdeki karakterlerin ikonik olarak izlenip stilize edildiği, 1990'ların sonlarında popüler kültürde önemli bir yer edinmiştir.



Görsel 4.49. *The Matrix*

Kaynak: http://www.fanpix.net/001983_8/015692202/carrie-anne-moss-trinity-the-matrix-picture.html.

(Erişim tarihi: 29.05.24)

Filmdeki ana özelliklerin giydikleri siyah takım elbiseleri, uzun deri montlar, siyah streç deri taytlar ve uzun siyah çizmeler, "*Matrix tarzı*" olarak özellikli bir moda akışının özelliği oluşturulmuştur. Bu tarz, minimalist bir yaklaşımla güçlü bir estetik ve teknolojik bir onun yansıtılarak popüler hale getirilmiştir. Ayrıca Trinity'nin karakterinin adıyla özdeşleşen gözlükler de moda dünyasında dikkat çekmemiştir. Filmdeki sahnelerde görülen ve Trinity'nin imzası haline gelen bu gözlükler, birçok kişi tarafından taklit edilmiş ve popüler hale gelmiştir. Bununla birlikte, filmde kullanılan renk paleti ve teknolojik ayrıntılar da moda tasarımcılarına ilham verdi. Filmdeki yeşil yazılar ve diğer dijital efektler, moda dünyasındaki grafik desenler ve teknoloji temasıyla bütünleşen tasarımlara yol açmıştır.

5. SONUÇ ve TARTIŞMA

Moda, bir zaman dilimi içinde öne çıkan giyim tarzı olarak, bireylerin kendini ifade etmesi ve fark edilmesi için en önemli yollardan biri kabul edilir. Moda hakkındaki düşünceler, organize edilmiş kitle iletişim araçları ve çeşitli sanat dalları aracılığıyla yayılmaktadır. Teknolojik ve endüstriyel çağda, insanları etkilemenin yolları neredeyse sınırsız hale gelmiştir. Bu nedenle, modanın değişmesine ve gelişmesine katkıda bulunan birçok etken bulunmaktadır. Bu etkenlerden biri de sinema sanatıdır. Sinema yapımcıları, moda ve kostüm tasarımcılarının yarattığı kıyafetleri beyaz perdeye taşıyarak seyirciler üzerinde büyüleyici bir etki yaratırlar. Sinema filmlerinde yer alan giysilerden doğrudan etkilenmesek bile, sinema modaya dair algımızı dolaylı yollardan şekillendirir. Bu nedenle, modayı yalnızca tüketime yönelik, hayattan kopuk ve üstten bakan bir alan olarak değerlendirmek doğru değildir. Moda, müzik, sinema ve diğer sanat dallarıyla iç içe geçmiştir. Bu etkenler arasında özellikle sinema, modanın yaygınlaşması ve benimsenmesinde önemli bir rol oynamıştır.

Sinema, başladığı dönemden günümüze kadar modanın yaygınlaşmasına ve gelişmesine önemli katkılarda bulunmuştur. Senaryo, oyunculuk ve dekorun yanı sıra, kıyafetler de filmin atmosferini ve karakterlerin kişiliklerini yansıtmak için kritik bir rol oynamaktadır. Hatta bazı durumlarda, filmde kullanılan kıyafetler, filmin kendisinden bile daha fazla ilgi çekebilmekte ve popüler hale gelebilmektedir. Bu durum, sinemayı moda endüstrisi için büyük bir ilham kaynağına dönüştürmüştür. Sinema yıldızlarının hayat verdiği karakterler ve onların giydiği kıyafetler, moda dünyasında yeni trendlerin oluşmasına yol açmıştır. Ayrıca filmlerdeki kıyafetler sadece o dönemin moda stilini yansıtmakla kalmamış, aynı zamanda makyaj, stil ve davranışlarıyla da izleyiciye ilham vermiştir. Birçok moda tasarımcısı, ünlü film yıldızları için özel kıyafetler tasarlayarak kendi markalarını tanıtmışlardır. Sinemanın moda dünyasına olan etkisi sadece kıyafetlerle sınırlı kalmaz; aynı zamanda film setlerinde kullanılan mekanlar, dekorasyonlar ve aydınlatmalar da moda trendlerini yansıtabilir. Dolayısıyla sinema, moda endüstrisine ilham veren bir sanat formu olarak görülebilir.

Çalışmanın ana sorularından olan ‘*moda ve sinema arasındaki ilişki nasıl tanımlanabilir?*’ veya ‘*bu iki sanat formundan hangisi daha ön planda olmuştur?*’ sorularına verilecek cevap kesin bir hükümle bir tarafın lehine olmaktan ziyade iki tarafın birbirini etkilemesi şeklinde olacaktır. Bu etkileşim sayesinde giyim tasarımcıları, tasarımlarını tanıtabilirken, sinema da moda dünyasını geniş kitlelere duyurmuştur. Sinema dönem

modasından etkilenmiş ve dönem modasının belirlenmesinde rol oynamıştır. Hollywood filmleri moda trendlerini belirlemede özellikle etkili olmuştur. Özellikle 1930'ların sonlarından 1970'lerin ortalarına kadar, unutulmaz kostümler ve tarzlar moda endüstrisine ilham vermiş ve mağazalarda yeniden üretilmiştir. 60'lı ve 70'li yıllarda modanın yayılma ve stillerin çarpışma alanı genellikle sinema sahnelerinden geçmiş ve zaman ilerledikçe bu gerçek değişmemiş ama evrim geçirmiştir. Devam eden dönemlerde yüksek moda, sahnelerden sokaklara yayılmış ve 80'li ve 90'lı yıllarda sokak modasının etkileri film senaryolarına girmiştir. Bu süreçte moda ve sinema, birbirini besleyen ve geliştiren bir ilişki içinde olmuştur. Bu bağlamda moda ve sinema arasındaki ilişki, sadece ticari ilişkilerle değil, aynı zamanda derin sanat, kurum ve kültürel bağlarla da iç içe geçmiştir. Bu ilişki zaman zaman karşılıklı olarak dönüştürücü olmuştur. Var olan bu etkileşim sadece benzer uygulamaların birbirine yaklaşmasıyla sınırlı kalmamış; aynı zamanda önem, teknoloji, görsel efektler ve etkiler açısından da kapsamlı olmuştur. Bu etkileşim, "*moda*" ve "*kostüm*" kavramları arasındaki ayrımı sorgulayarak hem film hem de moda çalışmaları için önemli bir konsept sunar ve birleşik bir alanın gelişiminde önemli bir rol oynar. Moda, film endüstrisinin sunduğu görsel bir şölenle şekillenirken, filmler de moda dünyasının estetik anlayışını ve kültürel dokusunu yansıtır.

Günümüzde moda, belki de filmleri yönlendirme konusunda biraz hızını kaybetmiş olabilir ancak moda uzmanları için hala zengin ve sürekli bir referans noktasıdır. Bu durum, moda trendlerinin halk için daha erişilebilir hale getirilmesi, özellikle son yıllarda dijital medyanın ve sosyal medyanın yükselişiyle daha da belirgin hale gelmiştir. Moda ve sinema arasındaki bu derin ilişki hem sanatın hem de ticaretin ilgi çekici bir kesişim noktası olmaya devam etmektedir.

Bu çalışma, modanın yedinci sanat olarak kabul edilen sinemadan etkilendiğini ve her ikisinin de görsel sanatlar içinde yer alarak birbirlerini desteklediğini göstermektedir. Moda ile sinema arasındaki etkileşim, her iki alanın da yaratıcılığını ve görünürlüğünü artırarak izleyicilere daha derin ve çekici deneyimler sunmaktadır. Sinemada verilmek istenen konunun gerçeklik algısını doğru bir şekilde aktarmada giysiler önemli bir rol oynamaktadır. Kostümler, filmlerde aktarılmak istenen duygu, olay ve durumları en iyi şekilde yansıtmak için kullanılırken aynı zamanda dönemin simgesel öğelerini ve özelliklerini taşımaktadır. Tarihsel süreç içinde toplumun yaşadığı değişimler ve bu değişimlerin toplumun bilinçaltına yerleştirdiği imgeler, yıllar sonra insanların günlük hayatlarında karşılıklarına çıkmıştır. Sinema, modanın evrensel imgelerinden yararlanırken moda da sinemanın evrensel

imgelerinden özellikle faydalanmıştır. Her iki sanatın ortak amacı duyguları, düşünceleri ve anlamları aktarmaktır. Bu ilişki özellikle Hollywood yapımlarında güçlü bir şekilde kurulmuş ve televizyonun yaygınlaşmasıyla daha da güçlenmiştir. Bu çalışmada, filmlerde kullanılan kostümlerin sadece karakterlerin giydiklerinden daha fazlası olduğunu gösterilmeye çalışılmıştır. Sinema filmleri üzerinden iletilmek istenen bir mesajın parçası olan kostümler, izleyicilere filmi daha derinlemesine anlama fırsatı sunmaktadır. İzleyiciler, filmin gerçek olmadığını bilmekle beraber filmde anlatılan hikayenin hayatın içinden olduğunu hissetmek ve kavramak isterler. Bu nedenle, özellikle filmlere ve karakterlere uygun olarak hazırlanan giysiler, izleyicilerin beğenisini kazanmak için oyunculuktan daha önemli hale gelmiştir. Kostümler, filmlerde anlatılmak istenen duygu, düşünce ve temas gibi birçok konuyu izleyiciye aktarmanın önemli bir aracıdır.

Moda ve film arasındaki ilişki, sadece ticari kaygılarla değil, aynı zamanda duygusal ve estetik bağlantılarla da doludur. Bazı tasarımcılar, filmlerden esinlenerek koleksiyonlarını oluştururken, diğerleri ise kostümlerin moda dünyasına getirdiği estetik değerlere odaklanır. Sinema ve moda dünyası arasındaki etkileşim karmaşık ve değişkendir. Hollywood filmleri hala bazı moda trendlerini belirleme gücüne sahiptir. Sonuç olarak moda ve sinema arasındaki ilişki sürekli olarak evrim geçirir. Ancak, bu ilişkide temel olarak söylenebilecek bir gerçek, karşılıklı ve dönüşümlü bir etkileşimin varlığıdır.

KAYNAKLAR

- Agnew, Jeremy (2020). *The Landscapes of Western Movies: A History of Filming on Location, 1900-1970*, McFarland, Inc.
- Ajansio, (2024). <https://www.ajansio.com.tr/cross-marketing-capraz-pazarlama-nedir>, Erişim: 29.03.2024.
- Akyol, M., & Kuruca, Y. (2015). Sinema Filmlerinin Pazarlanmasında Sosyal Medyanın Kullanımı. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 6(1), 64-92.
- Alço, Pınar (2013). Sinema ve Müzik; Kısa Bir Tarihsel Bakış, *İdil*, 2 (7): 135-149.
- Atalay, Vildan (2018). *2000 Yılı İtibari ile Moda-Sanat Etkileşimi*, (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Işık Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Moda ve Tekstil Tasarımı.
- Axis (2000). *Ansiklopedik Sözlük*, 4, Doğan Kitap.
- Baran, Stanley J. (1999). *Introduction to Mass Communication: Media Literacy and Culture*. Mountain View, CA: Mayfield.
- Barbarosoğlu, F. Karabıyık. (2009). *Moda ve Zihniyet* (4. Baskı). İstanbul: İz Yayıncılık.
- Baudrillard, J. (2002). *Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm* (Çev. Oğuz Adanır). İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.
- Baygıner, A. N. (2013). *20.Yüzyıl Savaşlarının Sosyal Yaşantıya ve Kıyafetlere Yansımaları* (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tekstil Ve Moda Tasarımı Anasanat Dalı Tekstil Ve Moda Tasarımı Sanat Dalı.
- Berkkam, Gülbike (2009). *XX. YY.'da Sinemanın Tekstil Modasına Etkileri* (Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Tekstil Anasanat Dalı, İstanbul.
- Black, J., Bryant, J. and Thompson, S. (1997). *Introduction to Media Communication*, 5th edition. New York: McGraw-Hill.
- Bozkuş, T. (2002). *Geleneksel Türk Giysileri*. Ankara: Büyükşehir Belediyesi Eğitim Kültür Daire Başkanlığı.

- Bursalıgil, G. (2009) *Antropolojik Açıdan Giyim Kültürü (Yüksek Lisans Tezi)*. İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tekstil Ve Moda Tasarımı Anasanat Dalı Tekstil Ve Moda Tasarımı Programı.
- Crane, D. (2003). *Moda ve Gündemleri*, (Çev: Özge Çevik), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Çeliksap, S. (2011). Sinema ve Moda: Çözülen Efsanevi Birliktelik. *Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(1), 95-108.
- Çeliksap, S. (2015). Giyim ve Modanın Kısa Öyküsü. *İstanbul Aydın Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi*, 1(1), 57-64.
- Çiçek, B. (2023). <https://busracicek.org/2023/04/25/gercek-moda-ikonlari/> Erişim: 29.03.2024.
- Davis, F. (1997). *Moda, Kültür ve Kimlik*. (Ö. Arıkan, Çev.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Delong, M.R. ve Petersen, K. (2004). Analysis and Characterization of 1930s Evening Dresses in a University Museum Collection. *Clothing and Textiles Research Journal*, 22(3), 99-112
- Dereboy, E. J. (2004). *Kostüm ve Moda Tarihi*, İstanbul: İnkilap Kitabevi.
- Deriaşkı. (2020). <https://www.derimarket.net/blog/moda-akimlari-ve-modanin-tarihcesi>, Erişim: 29.03.2024.
- Dominique C. (2003). *Beyazperdede Avrupa: Sinema ve Tarih Eğitimi*, (Çev: Nurettin Elhüseyni) İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Elmas, H. (2012). Ondokonzcu Yüzyıldan Günümüze Özgürlük Bağlamında Sanat Neydi, Ne Oldu? *Selçuk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi*, (15), 281-298.
- Encyclopedia.com, (2024). <https://www.encyclopedia.com/media/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/film-industry-history>, Erişim: 11.03.2024.
- Ercivan G., Meydan C., (2009). Modanın Dili, *Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi*, ss. 76-81.
- Erol, F. (2011). *Trend Öngörüsü ve Moda Dinamikleri*, (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tekstil Ve Moda Tasarımı Anasanat Dalı Tekstil Ve Moda Tasarımı Programı.
- Ertürk, N. (2011). Moda Kavramı, Moda Kuramları ve Güncel Moda Eğilimi Çalışmaları. *Art-e Sanat Dergisi*, 4(7), s.1-32.

- Fashion & Law, (2024) <https://fashionlawjournal.com/how-movies-influence-the-fashion-industry/>, Erişim: 10.03.2024.
- Faurschou, G. (1990). *Obsolescence and Desire: Fashion and The Commodity Form*, London: Routledge.
- Featherstone, M. (1991). *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Felsefe Kulübü, (2024). <http://felsefekulubu.pau.edu.tr/sozluk/a.html>, Erişim: 10.03.2024
- Ganeva, M. (2018). *Film and Fashion amidst the Ruins of Berlin: From Nazism to the Cold War*, by Mila Ganeva. Random House.
- İşbilen, A., (1995). *20. Yüzyıl Süresince Kadın Giysi Kalıplarının Uğradığı Form Değişikliği ve Nedenleri Üzerine Bir Araştırma, (Yüksek Lisans Tezi)*. Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Jain, R. (2016). New Shapes and Colors Dont Change The Barbie Effect, Womensenews, <https://womensenews.org/2016/02/new-shapes-and-colors-dont-change-the-barbie-effect/>. Erişim: 01.04.2024.
- Johnson, K. K., Torntore, S., & Eicher, J. B. (2003). *Fashion Foundations: Early Writings on Dress*. Oxford, U.K.: Berg Publishing.
- Kara T. (2011). *Görsel Medyanın Aile Bireyleri Üzerindeki Etkileri Üzerine Bir Araştırma*. (TÜİK Uzmanlık Tezi). Manisa: Türkiye İstatistik Kurumu.
- Kawamura, Y. (2016). *Moda-loji: Moda Çalışmalarına Giriş*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Kırzioğlu, N. (1992). *Giyim Sanatı ve Kişisel Görünüm*. Ankara.
- King, C. W. & Ring, L. J. (1980). *The Dynamics Of Style And Taste Adoption And Diffusion: Contributions From Fashion Theory*. ACR North American Advances.
- Koca, E. (2018). Moda Tasarımı Çıktılarının Kültürel Değerler ile Beslenmesine Yönelik Tasarımcı Yaklaşımları, *Researcher*, 6(4), 109–117.
- Köse, H. (2007). Kültürel/Siyasal Bir Kimlikleşme Aracı Olarak Giyim-Kuşam Modası, ICANAS38 38 - *Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi*, 2;457-472.
- Küçükcan, U. (2013). *Hareketli Görüntü Tarihi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- La Ferla, Ruth (2010). *Muhteşem İkili, Sinema ve Moda Artık Ayrı Düştü*, The New.

- Mehrali, Nuray (2015). *Moda Akımlarının, Giysi Koleksiyonu Oluşum Sürecine Etkisinin Araştırılması (Yüksek Lisans Tezi)*. İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Moda ve Tekstil Tasarımı Programı İstanbul.
- Meriç, Ü. (1986). Sosyolojik Açıdan Moda. *XVIII. Vizon Show International Moda Konuşmaları* (broşür). İstanbul.
- Mulvagh, J. (1988). *Vogue History of Twentieth Century Fashion*. London: Viking.
- Mutlu, V. (2016). *Quentin Tarantino Sinemasında Postmodern Kavramlar (Yüksek Lisans Tezi)* Sinema ve Televizyon Anabilim Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Onat, Emrah Suat (2012). *Amerikan Film Sansür Yasası Olarak Yapım Yönetmeliği'nin Doğuşu ve 1948 Yılına Kadar Kara Film Üzerindeki Etkisi, (Doktora Tezi)*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Sinema-TV Anasanat Dalı,
- Özaslan, S. (2014). *1970-1990 Yılları Arasında Sinemanın Toplumsal ve Sosyolojik Açıdan Moda Üzerindeki Etkileri (Yüksek Lisans Tezi)*, İstanbul: Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tekstil ve Moda Tasarımı Ana Sanat Dalı Tekstil Ve Moda Tasarımı Programı.
- Özdemir, G. (2020). Christian Dior'un New Look Akımı Corolle Koleksiyonu İçerisindeki Bar Modelinin Göstergebilim Çözümlemesi, *GSED*, 26(45): 580-587.
- Özden, Zafer (2004). *Film Eleştirisi*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Öztürk, F. (2000). Doğayı Modaya Taşıyan Yorumcu Elsa Schiaparelli. *Tekstil ve Konfeksiyon Dergisi*, 67(2), 54-56.
- Öztürk, F., & Ziaei, M. (2016). Sinemada Kostüm Tasarım ve Uygulama Süreci. *Sanat Dergisi* (27), 97-108
- Öztürk, S.A. (2013). Spor Sponsorluğu: Kavram ve Özellikler. M. Arğan (Ed.), *Sporda Sponsorluk*, 2-25. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Pamuk, B. (2009). *Giysi Moda Eğilimlerini Etkileyen Faktörler ve Bir Model Önerisi (1940-2007 Yılları Arası Basılı Yayında Örnek Uygulama)*. (Doktora Tezi). Ankara: Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Parlak, S. D. (2020). *Kadın Giyim Modasında Siyah Renk (Sanatta Yeterlik Tezi)*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Tekstil Anasanat Dalı.

- Peter, Regine, & W. Engelmeier, (1997). A Touch of Mink. R. Engelmeier ve P. W. Engelmeier (Ed.). *Fashion in Film*. Munich: Prestel.
- Peters, T. D. (2007). Unbalancing justice: Overcoming the limits of the law in Batman Begins. *Griffith Law Review*, 16(1), 247-270.
- Prichard, S. P. (1981). *Film Costume: An Annotated Bibliography*. Metuchen, NJ ve Londra: Scarecrow Press,
- Serdaroğlu, F. (2016). Sinema Neden Sanattır? Sinemayı Sanat Olarak Ele Alan Bir Araştırma Ne Tür Bir Yaklaşım Benimsemelidir?. *Kurgu*, 24(2), 113-125.
- Sevil, B. (2006). *Moda Sektöründe Küresel Marka Yaratılması: Markalaşma Çalışmaları Üzerine Bir Uygulama (Yüksek Lisans Tezi)*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Pazarlama Programı,
- Simmel, G. (1957). Fashion, 62 *American Journal Of Sociology*. 541, <http://www.jstor.org/stable/2773129>, Erişim: 11.03.2024.
- Smit, G. N. (2003). *Dünya Sinema Tarihi*, (Çev: Ahmet Fethi), İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Sproles, G. B. (1981). Analyzing Fashion Life Cycles-Principles And Perspectives. *Journal of Marketing*, 45(4), 116-124
- Teksoy, R. (2005). *Rekin Teksoy'un Sinema Tarihi*. İstanbul: Oğlak Yayıncılık ve Reklamcılık.
- Tokuştepe, Meliha (2011). *Popüler Kültür Öğelerinin Yansıtıldığı Televizyon Dizilerinin Lisans Düzeyinde Moda Tasarımı Eğitimi Alan Öğrencilerin Yaratıcılığına Etkisi (Yüksek Lisans Tezi)*. Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Uygulamalı Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı Mesleki Resim Eğitimi Bilim Dalı.
- TUBİTAK, (2024), <https://ansiklopedi.tubitak.gov.tr/ansiklopedi/moda>, Erişim: 29.03.2024.
- Tungate, Mark (2006), *Modada Marka Olmak*, İstanbul: Rota Yayınları.
- Türk Dil Kurumu, (TDK, 2024). <http://www.tdk.gov.tr>, Erişim: 10.03.2024
- Uhlirova, M. (2022). On Fire : When Fashion Meets Cinema. in Kyle Stevens (Ed.), *The Oxford Handbook Of Film Theory*. Oxford University Press.
- Üstüner, C. (2014). *21.Yüzyılda Moda ve Sosyal Medyanın Moda Üzerindeki Etkisi, (Yüksek Lisans Tezi)* İstanbul: Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tekstil ve Moda Tasarımı Anasanat Dalı Tekstil Ve Moda Tasarımı Sanat Dalı,

- Vogue. (2017). <https://vogue.com.tr/haber-moda/italyaya-donus-1927-salvatore-ferragamo-20nci-yuzyili>, Erişim: 29.03.2024.
- Watson, L. (2007). *Modaya Yn Verenler*, ev: Güneş Ayas, İstanbul: Güncel Yayıncılık.
- Yazıcı, T., (2018), Tüketimin Seyirlik Hali Sinemada rn Yerleştirme: Aile Arasında Filmi zerine Bir İnceleme, İstanbul: *Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı*.
- Yıldırım, A., & şimşek, H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemler*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yılmaz, B. (2022). *1930-1960 Yılları Arası Hollywood Sinemasının Giysi Modasına Etkileri, (Yüksek Lisans Tezi)*. Eskişehir Teknik Üniversitesi Lisansüstü Eēitim Enstitüsü
- Zengingönül, N. (2004). *Giyimde Moda Akımları ve nc Tasarımcılar*. Ankara: Yayınlanmamış Ders Notları.
- Ziaei, Maryam (2014). *20. Yüzyılda Hollywood Sinemasının Modaya Etkisi (Yüksek Lisans Tezi)* Ankara: Gazi Üniversitesi Eēitim Bilimler Enstitüsü.