

MODA TASARIMINDA MİTOLOJİK SEMBOLLER

Duygu ERKAN¹

¹Dr. Öğr.Üyesi, Sinop Üniversitesi, Gerze MYO, Moda Tasarımı Bölümü, dsenol7(at)gmail.com

Erkan, Duygu. “Moda Tasarımında Mitolojik Unsurlar” idil, 62 (2019 Ekim): s. 1375-1389. doi: 10.7816/idil-08-62-10

Öz

Bu çalışmada günümüz moda tasarımlarında mitolojik öğelerin sembolik yansımaları, bunların renk, desen ve silüet olarak uygulamaları ve bu öğelerin temsil ettiği anlamlar, giysi ve aksesuar görselleri ile ilişkilendirilerek incelenmiştir. Mitolojik görsel öğelerin, zenginliğinden, evrensel anlamlarından ve pek çok moda markası tarafından gerek logo ve gerekse tasarımlarda sıklıkla kullanılmasından dolayı bu araştırma, moda tasarımları üzerinde Yunan mitolojisinin sembolik etkileri ile sınırlandırılmıştır. Araştırmanın giriş bölümünde sembol, mitoloji ve moda tasarımı kavramları arasındaki ilişki değerlendirilmiş, mitolojinin toplumsal yapı üzerindeki etkileri ve sanat eserlerindeki semiyotik yansımaları ortaya konmuştur. Diğer bölümde ise modanın sembolik dilinin tarihsel süreçteki yeri ve önemli moda markalarının bu dili kullanımına dair örnekler ortaya konmuştur. Çalışmanın son bölümünde 20. yüzyılın başından itibaren moda tasarım koleksiyonlarında yer alan Yunan mitolojik öğeleri incelenmiş, bu öğelerin sembolik anlamları ile tasarım öğesi olarak giysi ve aksesuarlara yansımaları göz önüne serilmiştir.

Anahtar Kelimeler: moda, mitoloji, sembol, Antik Yunan, tasarım

MakaleBilgisi

Geliş: 14 Mayıs 2019

Düzeltilme: 5 Temmuz 2019

Kabul: 2 Ağustos 2019

Giriş

Genel anlamda bir şeyi tanıtan, temsil eden biçim ve soyut bir fikri ifade eden simge olarak tanımlanabilen semboller, tarih boyunca sanatın her dalında ele alınmış, toplumsal anlamda kültürleri ve sosyolojik yapıları anlamamızı sağlayan araçların başında gelmiştir. Semboller ister imge ya da imgeler dizisi, ister bir müzik tınısı, isterse sözcükler vasıtasıyla olsun; belirli bir duygu ya da düşünceyi sezinletmeyi veya kendi içimizden doğmuşçasına bir duygu uyandırmayı sağlar. Bazen gerçeği, bazen de ruhani hayattan korkulanı veya görünmeyeni anlatmak, bir gücü dayatmak, bir aile veya toplulukla özdeşleşmek gibi durumlar veya amaçların ifadesi için sembollerin kullanılmasının ardında pek çok motivasyon bulunabilir. Düşünsel ve toplumsal ilişkileri düzenlemek için nesnel olarak renklerin, giysi ve aksesuarların yanı sıra nesnel olmayan bir şekilde hikâye veya mitolojilerin sembolik bir iletişim dili olarak kullanıldığı da bilinmektedir (The British Museum 2018; Bayat, 2010: 59; Turani, 1993: 124). Sonuçta sembollerin hayatın içinde, her türlü kimliğin merkezinde, bir kimlik oluşturma isteğinin ürünü olduğunu söylemek mümkündür (Svendsen, 2006: 10). Bu anlamda araştırmaya konu olan mitolojilerin, sembolik gücünü; bulunduğu kültürün maddi boyutlarını metafor ve bazı özel işaretlerle ilişkilendirerek bir dil ortaya koymasına yani anlamlandırılmış göstergeler sistemi olarak pek çok nesneye soyut sembolik anlamlar kazandırmasına borçlu olduğu söylenebilir (Levi-Staruss, 2013: 15-18). Esasen mitoloji, toplumların dünyayı algılama biçimlerini ortaya koyan sosyal, kozmolojik ve dini işlevleri olan dünya görüşlerinin toplamıdır. Dolayısıyla mitolojiyi toplumların en önemli hazinelerinden biri olarak kabul etmek mümkündür. Bu nedenle toplumların ortak hayallerini, hedeflerini ve inançlarını temsil eden mitolojik öğelerin, sembolik özellikleri sayesinde ilkel toplumlardan günümüze değin resim, müzik, dans, heykel, edebiyat ve el sanatları gibi pek çok alanda yaratıcı estetiğe katkı sunduğu görülmüştür (Erkan, 2018: 12). Boticelli'nin 1485 yılında klasik mitolojik bir konu olan Venüs'ün Doğuşu'nu betimlediği ve aynı adlı tablosu Rönesans döneminin en önemli mitolojik konulu eserleri arasında yer alırken, 20. yüzyıla gelindiğinde sembolist ressamların mitolojiyi özellikle mitoslaşmış kadın figürleri olarak ele aldıkları görülmektedir (Gombrich, 2011: 99-115; Cassou, 2006: 50). Türk toplumlarında da Türk mitlerinin Orta Asya'dan Osmanlı İmparatorluğu'nun son dönemine kadar folklorik ürünler, güzel sanatlar ve masalların yanı sıra divan edebiyatında sıkça yer aldığı saptanmıştır (Paşayeva, 2015: 1079-1100; Yurteri, 2015: 1445-1470; Salman, 2011: 185).

Modanın sembolik anlamlara olan ihtiyacı, yaratıcılık dışında sosyo-kültürel ve pazarlama-satış işlevi nedeniyle her geçen gün tasarımcıları farklı ifade arayışlarına sürüklemektedir. Bu anlamda önemli bir iletişim aracı olarak görev yapan moda tasarımı, sembollerden de sıklıkla yararlanan bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Tasarımcılar sembollerin temsil ettiği anlamları tasarım öğeleriyle birleştirerek izleyici ve tüketicide istenilen duyguyu oluşturmaya yönelik ürünler ortaya koymaktadır. Mitoloji ise bu noktada moda tasarımcıları için gerek kutsal gerekse tinsel anlamları içermesi bakımından önemli ilham kaynaklarının başında yer alır. Böylece toplumlar üzerinde önemli bir etkisinin olduğu bilinen mitolojinin; sanat ve mimarinin yanı sıra moda ve tekstil tasarımcılarına da farklı bakış açıları kazandırarak özgün ürünler ortaya çıkmasını sağlayan sembollerini barındırdığı tespit edilmiştir. Neoklasizmden başlayarak günümüze değin pek çok klasikleşmiş giysi silüetlerinin yanı sıra aksesuar ve kumaşlarda Yunan mitolojik öğelerinin renk ve desen olarak uygulanması ile bu öğelerin sembolik anlamları sayesinde güç, zafer, aşk, güzellik ve inanç gibi evrensel duyguların kullanıcıya kolayca aktarılabilmesi görülmektedir. Bu şekilde mitolojik sembollerin toplumsal hafızada yer alan anlamlarının modanın sembolik dili ile bütünleşmesi sayesinde tasarımcıların ve markaların tüketiciler üzerinde güçlü duygular uyandırarak gerek marka bağlılığı gerekse satın alma davranışları üzerinde olumlu etkiler sağlayacağı öngörülmektedir (Jelinek, 2018: 294-307; Berthon vd., 2009: 45-66.)

Araştırmada estetik bir öğe olarak mitolojik sembollerin moda tasarımındaki kullanım alanları Yunan Mitolojisi çerçevesinde araştırılmış, ifade biçimi olarak ortaya çıkan anlamlar değerlendirilmiştir. Bu kapsamda 20. yüzyılın başından günümüze önemli moda tasarımcılarının koleksiyonları incelenmiştir. Çalışma sonucunda mitolojinin sembolik anlamlarının moda tasarımının iletişim gücüne katkı sağlayarak önemli bir ilham kaynağı olarak değerlendirilebileceği ve modanın farklı pek çok alanında uygulanabileceği ortaya konmuştur.

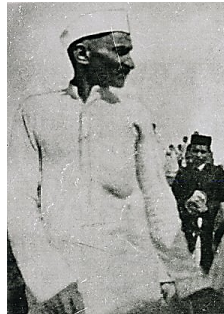
Moda Tasarımında İletişim ve Semboller

Moda özellikle Batı medeniyetlerinde Rönesanstan günümüze etkili bir fenomen olma özelliğini korumuş, sanat, kültür, sosyoloji, insan bedeni ve dil gibi pek çok alanla olan ilişkisi onu sadece bir tüketim aracı olmaktan öteye taşıyarak felsefi bir yapıya da sokmuştur. Buna ek olarak tarihsel süreçte modanın gelişimini, modernizmin “gelenekten kopuş”u ile kendisinin en önemli temsili olan “yenilik” olgularının sembolik olarak örtüşmesine borçlu olduğunu söyleyebiliriz. Bu şekilde moda, toplumlar ve bireylerin davranışları üzerindeki etkisini artırarak güçlenmiştir (Sevendsen, 2006: 9).

Giysiler, geleneksel toplumlar ve ritüeller dünyasında kostüm; modern dünyada ise estetik işlevi ile moda adını alan bir tür sosyo-kültürel dili oluşturur (Fashion and Worldliness: Language and Imagery of the Clothed Body). Bu nedenle modernite bağlamında modanın sözlü ve sözsüz işaretler dili olduğunu söylemek yanlış olmaz. Çünkü giysilerin örtünme dışında kimlik, sosyal yapı, inançların temsili gibi pek çok toplumsal işlevi bulunmaktadır (Barthes, 2013: 20-28; Roach-Higgins, 1992: 1-8, Calefeto, 1997: 69-90). Diğer taraftan giysileri bir moda olgusu haline dönüştüren ise zamanla eğilimlerin değişmesine bağlı olarak askeri, siyasi veya geleneksel pek çok alanda kıyafetlerin de değişiklik göstermesidir. Her iki tespit de modanın sembolik yapısına işaret etmektedir.

İnsanoğlunun giymi ve örtünmesi, bedenini süslemesi geleneksel ritüeller için sembolik bir görev üstlenirken statü belirleyici işlevi ile kendine özgü aynı zamanda ortak bir semiyotik dilin ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Modanın oluşmasında çoğunlukla giysiler yoluyla kullanılan bu simgeler dini, mitolojik ve kültürel öğelerden modaya transfer edilebilir. Bireylerin sosyo-kültürel yapılarına ait özellikler giysilerin, dolayısıyla modanın semiyotik diline eşlik ederek tüketicilerin tercihlerinde belirleyici bir rol oynadığı söylenebilir. Farklı kültürel yapıların gerek giysilerin renklerinde gerekse modellerinde, tüketicilerin sosyal normları ve duygusal etkilerini dikkate alarak tercihlerde bulunduklarını ortaya koymaktadır. Bunun en eski ve yaygın örneğini Renk sembolizminde görmekteyiz. Almanya ve Nijerya toplumlarında “kırmızı renk”, uğursuzluk duygusu uyandırırken Japonya’da bunun aksine mutluluk, başarı ve şansın simgesidir. Ancak belirtmek gerekir ki gün geçtikçe globalleşmenin etkisiyle kültürel transferler artmış ve modanın evrensel bir estetik yapıya kavuşmaya başladığı görülmüştür. Bunun sonucunda da farklı kültürlerden tüketicilerin giysi tercihleri arasındaki keskin sınırlar azalmıştır (Park, 2017: 46-58).

Modanın sembolik gücüne tarih boyunca rastlamak mümkündür. Kraliçe II. Elizabeth’in taç giyme töreni elbisesinin, sürekliliği temsil ettiği yıllarda (1952), Dior’un “newlook”u (1947) prenses çizgisi olarak adlandırılmakta ve değişimi temsil etmekteydi. Diğer yandan statü belirleyici olarak mavi önlük ve beyaz önlükte olduğu gibi mesleki çeşitlilik hakkında da giysilere bakarak karar vermek mümkündür. Giyim ve modanın gücün meşruiyetini sağlamadaki rolüne bir diğer örnek ise Napolyon Bonapart’ın, tahta geçtiğinde eski rejimin sembolü olan devlet kıyafetlerini yeniden ortaya çıkarmasıdır. Böylece Napolyon eski rejimin güç sembollerini yeni rejimin kabul edilmesini sağlamak amacıyla kullanmak istemiş olabilir (Barnard, 2002: 24-31). Hindistan’ın en önemli siyasi ve ruhani lideri Ghandi de Hindistan mitolojisiyle ilişkili giysi seçimleriyle milyonlarca cahil kişi üzerindeki etkisini artırarak önemli bir politik aktör haline gelmiştir. Kıyafet ve aksesuar seçimlerinin sadeliği ve halka yakınlığı sayesinde bütüncül olarak yaşam biçimi ile Ghandi, halka istediği mesajı vermiştir (Balaram, 1989: 68-85). Hatta Ghandi başlıkları, zaman içerisinde vatanseverlik, eşitlik ve fedakârlık gibi pek çok toplumsal değerlerin sembolü haline gelmiştir (Resim 1).



Resim 1. Ghandi Başlığı, 1920

https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Gandhi_cap.jpg

Modanın sembolik yapısı, giysi veya aksesuar tasarımları ile sınırlı kalmamaktadır. Moda markalarında sembollerin bilinçli bir şekilde kullanılmasının ise 19. yüzyıl sonu ve 20. yüzyıl başlarında sanayileşme ile seri üretim sorununun çözülmesi sayesinde başladığını söyleyebiliriz. O zamana kadar lüks markaların ürünlerinin, ustaların elinde şekillenmesi söz konusu iken; örneğin Gucci sadece frak ve Louis Vuitton bir bavul üreticisiyken, zamanla zanaatkâr dünya, yerini müşterilerine malzemenin ötesine geçen bir deneyimi sunmaya başlamıştır (Berthon, 2009: 45-66). Bunun bir yolu olarak markaların, müşterileri hayaller, masallar ve mitler dünyasına taşıyacak semboller kullanarak iletmek istediği duyguları sembolik yolla sağlamaya başladıkları görülmüştür. Bunun en belirgin örneklerini, logosu Yunan zafer tanrıçası olan Nike ve Medusa logosuna sahip Versace moda ve hazır giyim markalarında görmekteyiz (Resim 2).



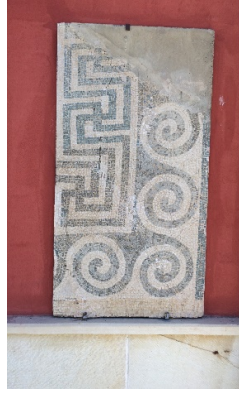
Resim 2. Nike ve Versace moda markalarına ait logolar.
<https://www.designhill.com/design-blog/popular-logo-symbols-and-their-shocking-mythological-stories/>

Dört lüks İtalyan markası olan Gucci, Salvatore Ferragamo, Louis Vuitton, ve Stefano Ricci'nin incelendiği ve mitolojik hikayeleştirme ile marka bağlılığı arasındaki ilişkinin araştırıldığı bir çalışmada, mitopoesiz (mitolojikleştirme) yoluyla tüketicide geçmiş kaynaklı ancak geleceğe dönük bir duygu uyandırılarak bir satın alma davranışı oluşturularak ekonomik değer elde edileceği saptanmıştır (Boccardi vd., 2016: 135-143).

Moda Tasarımında Yunan Mitolojik Öğeleri

Yunan mitolojisi insanlar ve tanrılar arasında yaşanan olayların efsaneleştirilmesi yoluyla Avrupa ve Batı Anadolu toplumları başta olmak üzere pek çok sosyal, dini ve kültürel olayların açıklanmasını sağlayan, bu etkisi ile yüzyıllar boyunca sanatın her dalında ele alınmış geniş bir konudur. Medeniyetler üzerinde bu denli güçlü bir etkiye sahip olan Yunan Mitolojisinin resim, heykel gibi görsel sanat dallarında betimlenmesi moda tasarımında önemli bir ilham kaynağı olarak yer almasına sebep olmuştur.

Moda tasarımında Yunan mitolojisine ait pek çok karakteristik öğeye rastlamak mümkündür. Tanrı ve yarı tanrılar ve ölümsüzlüğü temsil eden dar bantlı örgü veya nakışlı kenarlıklarla süslenmiş bol dökümlü elbiseler en önemli antik Yunan mitolojik öğeleridir. Antik Yunan eserlerinde dekoratif süslemelerin ve zengin desenlere sahip giysilerin ele alınmasına rağmen sanatta yaygın olarak doğrusal bir bordür olan Yunan anahtarının kullanıldığı tespit edilmiştir. Yunan anahtarı ve soyut dalga biçimleri, geometrik tekrarlar ve palmet duvar veya tavan süsleri klasik giysiler üzerinde işlenen ve antik duyguları uyandırmayı sağlayan en önemli öğelerdir (Resim 3). Bununla birlikte tekrar eden bozulmuş çizgiler ise klasik bağ sağlamaya yönelik olarak tasarımlarda yer alır. Karmaşık savaş sahnelerinin yanı sıra hayvanları, kuşları ve balıkları betimleyen daha karmaşık bordürlere sanat eserlerinde rastlanmasına rağmen bu tür desenler günümüz sanatçı veya tasarımcıları tarafından nadiren ele alınmaktadır. Olimpos tanrılarına ise moda tasarımlarında fazlaca rastlanmaz (Koda 2003b). Onun yerine daha çok dekoratif öğelerin kullanıldığı görülmektedir. Işığın ve sanatın tanrısı Apollon'un Daphne'ye olan aşkı defneyaprağı ile; zekâ, sanat ve barışın temsilcisi Athena ise zeytin yaprağı ile betimlenirken; aşk ve güzellik tanrıçası Afrodit gül; Dionysos (Bacchus) da sarmaşık veya asma dekoratif unsurlarıyla temsil edilmiştir (Resim 4 ve 5).



Resim 3. Sinop bölgesi zemin mozaiklerinden bir örnek, dalga ve Yunan anahtarı dekoratif bordür motifleri, Sinop Arkeoloji Müzesi, Sinop



Resim 5. Michelangelo Merisi da Caravaggio, Bacchus, 1596, tuval üzerine yağlı boya, 95x85 cm. Uffizi Galerisi, Floransa. <https://www.wga.hu/index1.html>



Resim 4. Nicolas Poussin, Parnassus isimli eserinden detay, 1630, tuval üzerine yağlı boya, 145x197 cm, Prado Müzesi. <https://www.museodelprado.es/en/the-collection/art-work/parnassus/e8abab9b-b7d5-4756-bcda-48799c4f8321>

Çağdaş moda tasarımcılarının Yunan mitlerindeki tanrı kavramını ifade eden güçlülük ve duyarlılık gibi öğeleri biçim, renk, desen, form aracılığıyla tasarımlarına yansıtarak, karakteristiği sürekli değişim olan modada bu klasik dekoratif motifleri ele alarak bir güzellik idealine ulaşmayı hedeflediklerini düşünebiliriz. Günümüzde Christian Dior, Valentino, Alexander McQueen ve Gianni Versace, tasarımlarında Yunan tanrıçalarından Hera'yı tavus kuşu tüyü ile, Afrodit'i dalga köpüğü ve deniz kabuğu ile ve Athena'yı da kalkan ile sembolize etmişlerdir.

Alexander McQueen ve Karl Lagerfeld, koleksiyonlarında Klasik ve Hellenistik dönemlere ait figürlerde görülen heykelsi yapıyı klasikleşmenin bir göstergesi olarak kullanmışlardır. Tasarımcılar kumaşlardaki bu etkiyi artırmak için drapeleri tercih etmişlerdir. Antik dönem sanat eserleri incelendiğinde kullanılan tekstil malzemelerinin çok ince ve hassas olduğu görülmektedir. Bu nedenle moda tasarımcıları tarafından organzeler, tül ve şifonlar veya çok ince pamukluların, Helenistik etkiyi sağlamak üzere kullanıldığını söyleyebiliriz. Yunan heykel ve mimarisinin günümüze solmuş ve aşınmış eserlerinin ulaşmasından dolayı klasikleştirme etkisinin daha çok, oluşan bir yanılığdan ötürü monokrom, solgun ve beyaz kumaşlarla sağlanabileceği varsayımı halen geçerliliğini korumaktadır. Bu nedenle tasarımcıların koleksiyonlarında tercihen pastel tonlarda, açık renkli ve düşük kromalı kumaşları kullandıkları görülmektedir.

Alexander McQueen'in tavus kuşu tüyünü kullanması silüetlere ve kumaş yapısına göre hem güçlü bir etki yaratırken hem de romantizmi ve güzelliği temsil etmektedir. Nitekim Yunan tanrıçası Hera'nın da bu özellikleriyle mitolojide nar, akrep, inek ve zambağın yanında en fazla tavus kuşu ile simgeleştirildiği bilinmektedir (Resim 6).



Resim 6. Alexander McQueen'in antik Yunan panteonundan esinlenerek hazırladığı 2008 ilkbahar/yaz hazır giyim koleksiyonundan örnekler
<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2008-ready-to-wear/alexander-mcqueen>

Chanel 2018 resort koleksiyonunda saç aksesuarı olarak Antik Yunan çelenklerinin kullanılması, yine antik Yunan mitolojisinde simgelediği zafer ve güç anlamına uygun olarak klasik ve sade tasarımlara daha görkemli bir görünüm sağlamaktadır (Resim 7).



Resim 7. Karl Lagerfeld tarafından Chanel için hazırlanan 2018 resort koleksiyonu
<https://www.vogue.com/fashion-shows/resort-2018/chanel>

Dolce&Gabbana 2014 İlkbahar yaz hazır giyim koleksiyonunda Antik Yunan tapınak görsellerini ipek ve keten kumaşlara dijital baskı yoluyla uygulamış ve iyon mimarisi formlarını desenlerinde kullanmıştır. Klasik duruşa uygun olarak genellikle natürel renkler tercih edilmiştir. Baskılı giysilerin sade, bedene oturmayan, rahat formu; klasikleşmeye bir gönderme yapıldığını düşündürmektedir (Resim 8).



Resim 8. Dolce&Gabbana 2014 ilkbahar/yaz hazır giyim koleksiyonu
<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2014-ready-to-wear/dolce-gabbana>

Versace markası, 2013 erkek giyim koleksiyonunu “boksör” konsepti ile sunmuş ve antik Yunan gladyatörlerinden esinlenmiştir. Bu şekilde güçlü figürler ortaya çıkmıştır. Özellikle koleksiyondaki kemer ve kolye aksesuarları Antik Yunan mitolojik öğeleri ile gücün ve savaşın ne şekilde sembolize edildiğini göz önüne sermektedir. Bu koleksiyonda görüldüğü üzere tasarımcılar tarafından karışık mitolojik görseller yerine bordür desenleri ve dalga biçimleri tercih edilmiştir. Kullanılan kumaşlardaki bordür desenleri (Yunan anahtarı: greekkey) ve mitolojik bazı semboller izleyicide savaş ve güç duygularını uyandırmaktadır (Resim 9).

Antik Yunandan günümüze Moda tasarımcılarını en çok etkileyen stiller arasında, altındaki beden formunun konturlarını ortaya çıkaran, hareketli kıvrımlarla vücuda yapışmış gibi görünen drapeli kumaşlar olmuştur. Yunan sanatının klasik ve hellenistik dönem giysilerinde tekrar eden hareketli drapelere şematik bir formda üst üste gelerek, yivli kenarların katlamalı şekilde ritmik bir kalıp düzenine göre oluşturulduğunu görmekteyiz. Kumaşların bu hem düzenli hem de düzensiz kıvrımlı dokuları, moda tasarımında da kendini ifade yolu buldu (Resim 10). Mariano Fortuny, Madeleine Vionnet, Madame Grès, Mary McFadden ve Norma Kamali gibi farklı tasarımcılar, çeşitli teknikler kullanarak Antik Yunan sanatında gözlediğimiz giysilerin stillerini zaman zaman koleksiyonlarında kullandılar (Met Museum, 2019).



Resim 9. Versace'nin, gladyatörlerden esinlenerek hazırladığı 2013 ilkbahar/yaz erkek hazır giyim koleksiyonu
<https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2013-menswear/versace>



Resim 10. Genç bir kadın ve hizmetkârın mermer mezar taşı, M.Ö. 400-390

<https://www.metmuseum.org/art/collection/search/253505>

Moda tasarımında, giysilerde antik etkinin, drapenin yanı sıra bel hizasının üzerinden göğüs altına yerleştirilen kemer (kuşak) ile sağlandığı (Resim 11), özellikle neoklasik dönemde bu görünümün çok daha belirgin hale geldiğini ve bu formuyla yaygın olarak kullanıldığını söyleyebiliriz (Koda 2003b).



Resim 11. Rolinda Sharples, 1817, All Things Georgian isimli eser detayı, Bristol Müzesi ve Sanat Galerisi, İngiltere. <https://georgianera.wordpress.com/tag/jane-austen/>

Antik Yunan mitolojik öğelerinin günümüze değin her dönem kullanılması; dönemin “chiton”, “peplos” ve “harmani” kıyafetlerinin küçük değişikliklerle uyarlanabilmesinden kaynaklanmaktadır. Antik Yunan dönemi incelendiğinde genellikle hacimli ve dökümlü duruşun bağlama ve düğüm tekniklerinin kullanımıyla sağlandığı görülmüştür. Örneğin peplos bir elbisede bir kuşağın belden çevrilerek etek ucunu yükseltmesi sağlanmış, böylece bir kolpos görünüm sağlanarak dekoratif bir bel elde edilmiştir (resim 12). Sanatçılar ve tasarımcılar çift kuşak kullanarak bu şekilde giysilerde eski klasik hissini uyandırmaktadırlar (Koda 2003b).



Resim 12. Peplos elbise giyen kadın ve çocuk heykeli, M.Ö. 320 civarı, Metropolitan Müzesi.
<https://www.metmuseum.org/toah/works-of-art/44.11.2,,3/>

Donna Karan rüzgârdan esinlendiği 2010 ilkbahar yaz hazır giyim koleksiyonunda, drapeleri ipekli kumaşlarla bütünleştirdiği soluk nötr renkleri tercih etmiştir. Beden üzerindeki asimetrik kesimler ise elbiselere hareket kazandırırken adeta Yunan mitolojik tanrıçalarını andırmakta ve bu sebeple izleyicide zarafet ve güzellik duygularını uyandırmaktadır (Resim 13). Benzer şekilde Zuhair Murad'a ait 2019 couture koleksiyonunda dramatik öğelere yer verilmiştir. Deniz altından esinlenerek hazırlanan tasarımlarda istiridye grisi ile gümüş ve sedef renkleri şifon kumaşlarda tercih edilmiş; göğüs altından kemer kullanımı Yunan mitolojisine ve Helenistik döneme bir gönderme yaparak tasarımlara klasik bir görünüm kazandırmıştır (Resim 14).



Resim 13. Donna Karan 2010 ilkbahar/yaz hazır giyim koleksiyonu <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2010-ready-to-wear/donna-karan>



Resim 14. Zuhair Murad 2019 bahar couture koleksiyonu <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2019-couture/zuhair-murad>

Alberta Ferreti, 2008 İlkbahar/yaz hazır giyim koleksiyonunda kolpos görünümlü elbise formlarıyla gençlik ve rahatlık temalarını ön plana çıkarırken renk paletinde pastel-natürel renkleri seçerek yumuşak ve romantik görünümü de vurgulamıştır. Şifon kumaşları tercih eden tasarımcı, koleksiyonunun Greko-Romen tarzda tanrıça drapeleri, toga tunikleri ve mini gladyatör etekleri kullanmıştır (Resim



Resim 15. Alberta Ferretti 2008 ilkbahar/yaz hazır giyim koleksiyonu <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2008-ready-to-wear/alberta-ferretti>

Pierpaolo Piccioli, Valentino için hazırladığı 2017 Bahar Couture koleksiyonunda antik Roma karakteristik giysilerinden toga silüetleri öncelikli olarak dikkat çekmektedir. Yunan mitolojisinin önemli öğelerinden esinlenen tasarımcı, meditasyonu ve huzuru simgeleyen Pasithea'dan esinlendiğini belirtmektedir. Bir başka tasarımda Antik Yunan mitolojisinin önemli figürlerinden yetenekli anlamına gelen, her biri kendisine özel bir hediye veren tanrılar tarafından yaratılan ilk kadın olan Pandora'dan esinlendiğini belirten Piccioli, günümüzde efsane ve yıkımı anlatmak için kullanılan bu metaforu tasarımlarında kullanmıştır. Elbise detayında tamamı el işlemesi olan çiçek ve kristallerin arasında Pandora imgesi dikkat çekmektedir (Resim 16). Mitolojik kimliğin özel bir sembolü de tanrıçalarda gösterilen tek omuzu açıkta bırakan ve göğüsleri saran elbise silüetleridir. Bu asimetrik görünüm Helen stili ile birleştirilerek günümüz moda tasarım koleksiyonlarında sıklıkla kendine yer bulmaktadır. Ancak bu etki 1900'lü yılların başından itibaren, rahatlayan modada art Nouveau etkileriyle Antik Yunan, Bizans ve Rönesanstan türetilen giysi kalıplarının kullanılmaya başlamasıyla, modaya tamamen yerleşmiştir.



Resim 16. Valentino 2017 Bahar Couture koleksiyonundan iki tasarım <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2017-couture/valentino>

İki dünya savaşı arasındaki kısa süreli barış döneminde tasarımcılar Antik Yunan ve Roma'nın klasik etkilerine dönerek savaş zamanında ihmal edilen güzellik, saflık ve insan bedeninin değerini takdir eden anlayışın tekrar yükselmesiyle, klasik antikite hızla benimsenerek, modaya yansımaları gerçekleşmiştir.

Fransız moda tasarımcısı Madeleine Vionnet (1876-1975) 1930'ların kadın giyim silüetlerini klasik Yunan heykellerinin drapeleri ve mükemmel vücut formlarından oluşturmuştur. Tasarımcının verev kesimi, az süsleme ve kombinezonsuz sade ve rahat elbiseleri hem gece hem gündüz konsepti için dramatik bir etki sağlamıştır. Tasarımcı, ipek krep kumaşlar kullanarak bu etkiyi artırmıştır. 1920'lerin başında Yunan peploslarını andıran drapeler, omuzlardan dökülen asimetrik etek ucu ve degajeler, antik Roma'daki "pelerin (chlamys)" ve "chiton"u hatırlatmaktaydı (Hennesy, 2012: 278). Vionnet, tasarımında akışkan kumaşı tunik içerisine döndürerek yerleştirme fikrinden yola çıkarak iki parçalı giysinin tek parçalı şekilde görünmesini sağlamıştır. Vionnet'in tasarladığı bu elbise asimetrik tek omzu açık, klasik Yunan çizgilerini yansıtmakla kalmamış, sembolik anlamda mitolojik bir tanrıça görünümü sağlamıştır (Resim 17).



Resim 17. Madeleine Vionnet, 1936, ipek gece elbisesi (önvearkagörünüm), Metropolitan Sanat Müzesi.
<https://www.metmuseum.org/art/collection/search/84819>

1930'lu yıllardan II. Dünya Savaşı'nın sonuna kadarki süreçte moda tasarımında yaşanan klasik dönemin önemli giysi tasarımcılarından Alix Grès, antik Yunan formlarından ilham aldığı gece elbisesinde, vücuda akışkan bir görünüm sağlayan drapeleri kullanarak tasarımlarında minimalist, heykelsi bir görünüm ortaya çıkartmıştır. Bu silüeti ise ipek jarse kumaş kullanarak sağlamıştır (Resim 18).



Resim 18. Alix Grès, 1937, gece elbisesi, Metropolitan Sanat Müzesi.
<https://www.metmuseum.org/art/collection/search/155859>

Sonuç

ve

Değerlendirme

Modanın iletişim gücü sayesinde eski uygarlıklardan günümüze kadın elbiselerinin sadece zevkler çerçevesinde değil; aynı zamanda politik, ekonomik ve teknolojik değişimlere de bağlı olarak şekillendiğini görmekteyiz. Bu kapsamda 1920'lerin erkeksi ve rahat giyim tarzı 40'larda yerini vücuda oturan kıyafetlere bırakmış, 60'lardaki mini etekler ve pop-art yansımaları, 80'lere gelindiğinde güçlü omuzlara ve unisex bir tarza dönüşmüştür. Modanın doğasında yer alan bu hızlı değişimin yanında klasik moda da varlığını sürdürmeye devam etmiştir. Klasik modada ise antik Yunan mitolojik öğelerinin çok önemli bir paya sahip olduğunu belirtmek gerekir. Toga silüetleri ve peplos vechiton giysileri günümüze kadar pek çok farklı kumaş ve renklerde, farklı desenlerle moda koleksiyonlarında tekrar tekrar hayat bulmuştur. Elbiselerin bu kendine özgü drapeleri, binlerce yıl öncesine ait mitolojik dekoratif öğeleri günümüzde geçerliliğini koruyan zarafet, güzellik, eğlence, güç gibi olguları sembolize ederek izleyiciye bu duyguları rahatça aktarabilmektedir. Mitolojinin bu anlam gücünü ilham kaynağı olarak kullanan moda tasarımcıları özellikle giysi tasarımlarında üç şekilde mitolojik öğeleri değerlendirmişlerdir. İlk olarak koleksiyon geliştirme sürecinde renk belirlerken Yunan heykellerini referans alarak soft ve pastel renkleri tercih etmişler; böylece klasik duyguyu ön plana çıkarmışlardır. Bir başka değerlendirme alanı kumaşlarda işleme veya baskı yolu ile Yunan anahtarı veya dalga motiflerinin kumaş yüzeyine uygulanması olmuştur. Ayrıca doğrudan antik Yunan ve Roma eserlerinin baskı deseni olarak kullanıldığı koleksiyonlar da mevcuttur. Kumaşa gerçekleştirilen bu uygulamalar koleksiyona sadelik sağlamanın yanı sıra sonsuzluğa uzanan zafer ve güç duygularını hissettirmektedir. Mitolojik öğelerin üçüncü uygulama alanı giysi silüetlerinde karşımıza çıkmaktadır. Rahat formlarda, dökümlü kumaşlar kullanılarak peplos ve chiton stili elbiselerin varyasyonlarına günümüz moda koleksiyonlarında sıkça rastlamaktayız. Diğer yandan drapelerle zenginleştirilmiş asimetrik tek omuz saten veya şifon kumaştan elbiseler 1900'lü yılların başından itibaren zarafetin simgesi olarak moda tasarım dünyasının en popüler tarzı olarak yerini korumaktadır. Giysi tasarımlarının dışında taç ve kemer gibi pek çok aksesuarda, Yunan mitolojik öğelerinden Yunan anahtarı, defne yaprağı gibi aşkı ve gücü temsil eden öğelerin kullanıldığı görülmektedir. Moda tasarımında ilham ve estetik kaygılar kadar önemli olan bir diğer konu da tüketiciye tasarımlar yoluyla istenilen duyguların aktarılabilmesidir. Mitoloji, kültürel hafızada yer alan bu duyguları uyandıran önemli kaynakların başında gelmektedir. Mitolojik semboller ister antik Yunan, ister Türk toplumları veya pek çok farklı kültüre ait olsun günümüzde halen geçerliliğini koruyan pek çok değeri temsil etmekte; böylece ortak bir dilin kullanılmasına sebep olmaktadır. Bu özelliği ile mitolojik öğeleri, n modanın iletişim gücünü artırarak yaratıcı ürünler ortaya çıkmasına katkı sağlaması ve tasarımcıları besleyen önemli bir kaynak olarak süregelmesi öngörülmektedir.

Kaynaklar

- Balaram, S., "Product Symbolism of Gandhi and Its Connection with Indian Mythology", *Design Issues*, 5-2 (1998): 68-85.
- Barnard, M., "Fashion as Communication", ABD: Taylor and Francis Group, İkinci baskı, 2002.
- Barthes, R., "The Language of Fashion", London: Bloomsbury Publishing, 2013. ISBN: PB: 978-1-47250-542-2
- Bayat, F., "Mitolojiye Giriş", İstanbul: Ötüken Neşriyat A.Ş., 2010 ISSN: 978-606-155-404-4
- Berthon, P., Pitt, L., Parent, M., ve Berthon J-P., "Aesthetics and Ephemerality: Observing and Preserving The Luxury Brand", *California Management Review* 52-1 (2009): 45-66.
- Boccardi, A., Ciappei, C., Zollo, L ve Laudano, M., C., The Role of Heritage and Authenticity in the Value Creation of Fashion Brand, *International Business Research*, 9-7 (2016): 135-142.
- Calefato, P., "Fashion and Worldliness: Language and Imagery of the Clothed Body", *Fashion Theory*, 1-1 (1997): 69-90.
- Cassou, J., "Sembolizm Sanat Ansiklopedisi", Çev. Özdemir İnce ve İlhan Usmanbaş İstanbul: Remzi Kitabevi, 2006.
- Erkan, A., "Resim Sanatında Judith ve Holofernes", Ankara: Karınca Ajans, 2018.
- Gombrich, E., H., "Sanatın Öyküsü", Çev. Erol Erduran ve Ömer Erduran. İstanbul: Remzi Kitabevi, 2011.
- Hennesy, K. *Fashion The Ultimate Book of Costume and Design*. Londra: Dorling Kindersley Publishing, 2012
- Jelinek, J., S., "Art as Strategic Branding Tool for Luxury Fashion Brands, *Journal of Product & Brand Management*", 27-3 (2018): 294-307.
- Levi-Staruss, C., "Mit ve Anlam", Çev: Gökhan Yavuz Demir. İstanbul: Anatolia lit, 2013

Park, J., "A Study on Colour Associations and Clothing Colour Choices in Korea", International Journal of Fashion Design, Technology and Education, 10-1 (2017):46-58.

Roach-Higgins, M., E ve Eicher, J., B., "Dress and Identity", Clothing and Textiles Research Journal 10 (199): 1-8.

Salman, F., "Türk Kumaş Sanatı", Erzurum: Atatürk Üniversitesi, 2011.

Svendsen, L., "Fashion, A Philosophy", Londra: Reaktion Books, 2006.

Turani, A., "Sanat Terimleri Sözlüğü", İstanbul: Remzi Kitabevi, 1993.

Elektronik Kaynaklar

Koda, H. 2003a. Classical Art and Modern Dress, Erişim Tarihi 02.06.2019

https://www.metmuseum.org/toah/hd/god2/hd_god2.htm

Koda, H. 2003b. Contemporary Deconstructions of Classical Dress Erişim Tarihi: 02.06.2019

http://www.metmuseum.org/toah/hd/god4/hd_god4.htm

Met Museum 2019. Erişim Tarihi 02.06.2019

<https://www.metmuseum.org/search-results#!/search?q=dress%20antique>

Paşayeva, V., "Azerbaycan Halı ve Tekstillerinde Ejder Motifi", Atatürk Kültür Dil Tarih Yüksek Kurumu, (2015):1079-1100. Erişim tarihi 02.06.2019

<http://www.ayk.gov.tr/wp-content/uploads/2015/01/PA%C5%9EAYEVA-Valide-AZERBAYCAN-HALI-VE-TEKST%C4%B0LLER%C4%B0NDE-EJDER-MOT%C4%B0F%C4%B0.pdf>

The British Museum. Erişim Tarihi: 05.06.2019

https://www.britishmuseum.org/PDF/Art_Guide_04Symbols_KS2to4.pdf

Yurteri, S. ve Ölmez F., N., "Türk Dokumalarında Ağaç Motifi", Atatürk Kültür Dil Tarih Yüksek Kurumu, (2015):1441-1470. Erişim tarihi 02.06.2019

<http://www.ayk.gov.tr/wp-content/uploads/2015/01/YURTER%C4%B0-Sultan-%C3%96LMEZ-Filiz-Nurhan-T%C3%9CRK-DOKUMALARINDA-A%C4%9EA%C3%87-MOT%C4%B0F%C4%B0.pdf>

Resim 1. https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Gandhi_cap.jpg Erişim Tarihi: 03.06.2019

Resim 2. <https://www.designhill.com/design-blog/popular-logo-symbols-and-their-shocking-mythological-stories/> Erişim Tarihi: 03.06.2019

Resim 4. <https://www.museodelprado.es/en/the-collection/art-work/parnassus/e8abab9b-b7d5-4756-bcda-48799c4f8321> Erişim Tarihi: 03.09.2019

Resim 5. <https://www.wga.hu/index1.html> Erişim Tarihi: 03.06.2019

Resim 6. <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2008-ready-to-wear/alexander-mcqueen> Erişim Tarihi: 03.06.2019

Resim 7. <https://www.vogue.com/fashion-shows/resort-2018/chanel> Erişim Tarihi: 03.06.2019

Resim 8. <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2014-ready-to-wear/dolce-gabbana> Erişim Tarihi: 03.06.2019

Resim 9. <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2013-menswear/versace> Erişim Tarihi: 03.06.2019

Resim 10. <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/253505> Erişim Tarihi: 03.06.2019

Resim 11. <https://georgianera.wordpress.com/tag/jane-austen/> Erişim Tarihi: 03.06.2019

Resim 12. <https://www.metmuseum.org/toah/works-of-art/44.11.2.3/> Erişim Tarihi: 03.06.2019

Resim 13. <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2010-ready-to-wear/donna-karan> Erişim Tarihi: 03.06.2019

Resim 14. <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2019-couture/zuhair-murad>Erişim

Tarihi: 03.06.2019

Resim 15. <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2008-ready-to-wear/alberta-ferretti>

Erişim Tarihi: 03.06.2019

Resim 16. <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2017-couture/valentino>

Erişim Tarihi: 03.06.2019

Resim 17. <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/84819>Erişim Tarihi: 03.06.2019

Resim 18. <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/155859>Erişim Tarihi: 03.06.2019

MYTHOLOGICAL SYMBOLS IN FASHION DESIGN

Duygu ERKAN

Abstract

In this study, the symbolic reflections of mythological elements in today's fashion designs, their applications as colors, patterns and silhouettes and the meanings they represent are examined by associating them with clothing and accessory visuals. This research is limited to the symbolic effects of Greek mythology on fashion designs due to the richness of mythological visual elements, their universal meanings, and the frequent use by many fashion brands in both logo and designs. In the introduction part of the study, the relationship between the concepts of symbol, mythology and fashion design was evaluated and the effects of mythology on social structure and the semiotics in art were revealed. In the second part of the study, the importance of the symbolic language of fashion in the history and how use the major fashion brands this symbolic language was presented. In the final part of the study, the Greek mythological elements used in the fashion design collections were examined since the beginning of the 20th century, and their symbolic meanings and their reflections on clothes and accessories as design elements were presented.

Keywords: fashion, mythology, symbol, Ancient Greek, design