

**VOGUE DERGİSİ KAPAKLARINDA SOSYAL, TEKNOLOJİK
VE SANATSAL DÖNÜŞÜM: İLLÜSTRASYON DÖNEMİ/
SOCIAL, TECHNOLOGICAL AND ARTISTIC TRANSFORMATION AT
VOGUE MAGAZINE COVERS: ILLUSTRATION PERIOD**

Şakir ÖZÜDOĞRU*

Özet

Toplumsal dönüşümler ortaya çıktıklarında doğrudan etkilenen alanlardan biri modadır. Moda, zamanına ait olmasıyla birlikte, o zamanı medya aracılığıyla etkilemekte aynı biçimde etkilenmektedir. Moda basının en köklü dergilerinden Vogue Dergisi'nin tarihine bakıldığında bu karşılıklı etkileşim açıkça görülebilmektedir. Bu çalışmada Vogue Dergisi'nin kapakları incelenmiş, yayımlandıkları dönemlerdeki teknolojik, sanatsal ve toplumsal gelişim ve dönüşümlerle olası bağlantıları araştırılmıştır. Bu amaçla, üç döneme ayrılabilen kapak tasarımlarından (İllüstrasyon, Fotoğraf, Süper Model) İllüstrasyon Dönemi'ne ait olan kapakları ortaya çıkaran toplumsal koşullar, sanatsal ve teknolojik gelişmeler detaylıca incelenmiştir.

Anahtar kelimeler: Vogue Dergisi, Moda Tasarımı, Moda Sosyolojisi, Moda İllüstrasyonu, Moda Dergiciliği.

Abstract

Social transformations directly affect fashion. Fashion, belonging to its time and affecting its period of time through media, is being affected in the same way. Taking a look at the history of the important fashion magazine Vogue, this mutual interaction can be seen clearly. In this study, Vogue covers are analyzed and possible connections between technological, artistic, social developments and transformations of the period of their publication are evaluated as topics of research. With this aim, cover designs, which can be categorized into three periods (Illustration, Photograph, Super Model) are taken into consideration by focusing on the social conditions, artistic and technological developments which created Illustration Period covers

Keywords: Vogue Magazine, Fashion Design, Fashion Sociology, Fashion Illustration, Fashion Magazine Publishing.

* Araş. Gör., Anadolu Üniversitesi, Endüstriyel Sanatlar Yüksekokulu, Moda Tasarımı Bölümü, Yunus Emre Kampüsü / Eskişehir, sakiro@anadolu.edu.tr

1.GİRİŞ¹

Sanayi devrimiyle karakterize edilebilecek olan 1800'lü yıllar toplumda büyük değişimlerin yaşandığı bir dönemdir. Aynı döneme denk gelen birçok teknolojik, sosyolojik ve sanatsal gelişme etkileri günümüzde de devam eden büyük değişimlere neden olmuştur. Mimaride çelik konstrüksiyonların kullanımı, şehirlerarası taşımacılık, fotoğrafın makinesinin icadı, matbaa makinesinin geliştirilmesi, dikiş makinesinin bulunması, dokuma tezgâhının seri üretime sokulması bu dönemin bazı önemli gelişmelerindendir. Aynı zaman diliminde Auguste Comte, *Pozitif Felsefe Kursları*'nı yazmaya başlar; Charles Darwin, *Türlerin Kökeni*'ni, Tocqueville *Amerika'da Demokrasi* isimli dört ciltlik eserini, Feuerbach *Hıristiyanlığın Özü*'nü yazar. Bir yandan da Marks değişen dünya üzerine tezlerini yürütmeye başlamıştır. Teknolojik ve siyasi alanlarda bu gelişmeler yaşanırken sanat dünyasında da etkilerini hâlen devam ettiren romantizm yerini yavaş yavaş İzlenimcilğe ardından da Dışavurumculuğa bırakacaktır².

Bütün bu gelişmelerin gündelik hayata etki etmemesi olanaksızdır. Sanayi Devrimi ile birlikte kentlere doğru yoğun bir göç başlamış, yaşamını devam ettirebilmek için emeğini satan yeni bir sınıf tarih sahnesindeki yerini almıştır. Aynı zamanda, 'ne asil ne de köylü olan', geçimini ticaretle sağlayan başka bir sınıf, burjuvazi bu döneme damgasını vurmuştur³. Dönemin diğer önemli bir yeniliği insanların içinde rahatça gezebileceği, çelik konstrüksiyonlarla ayakta duran ve üstü camla kapalı büyük mağazaların, pasajların ortaya çıkmasıdır. Kültür tarihçisi Walter Benjamin, Paris Pasajlarının çoğunun 1820'lerden sonra ortaya çıktığını söyler. Pasajların ortaya çıkma nedeni olarak da tekstil ticaretinin canlanmasını gösterir. "Pasajlar bir lüks eşya ticareti merkezidir," der ve ekler, "Düzenlenişlerinde sanat tüccarın hizmetine girmektedir"⁴.

Pasaj kavramı, dönemin değişen gündelik hayatını çok iyi ifade etmektedir. Bu pasajlarda insanlar özgürce gezebiliyor, vitrinlerde sıralanmış ürünlere bakıyor ve en önemlisi de birbirini inceliyordu. Böylelikle artık insanlar birbirini hiç tanımadıkları hâlde birbirinin seyirlik nesnesi hâline geliyordu. Sanayi Devrimi ile birlikte 'boş zaman' kavramı da ortaya çıkmıştı. Kentlere göçler hızlanmış, bunun yanında devlet tarafından şehirlerde güvenlik artırılmıştı. Bu nedenlerle pasajlar ve vitrinler birer boş zamanı değerlendirme mekânı olarak değer kazanıyordu. Günümüz büyük pasajlarının atası olarak bilinen ilk "Bon Marche" 1852'de bir tekstil mağazası olarak açılmıştı⁵. Onu yeni mağazalar takip etti. Eskiden zenginlere ait olan lüks ürünlerin kullanımı böylece yaygınlaşıyordu. Sanayi devrimi ile artan üretim yanında tüketimi de getiriyordu. Çok çeşitli ürünler arasında seçim yapmaya çalışan insanlar daha önce hiç görmedikleri bir fantezi dünyasında bir boş zaman faaliyeti olarak bu dev yapıları geziyor, birbirini inceliyor ve onlara sunulan ürünleri tüketiyordu.

- 1 Bu makale, 29-30 Nisan 2009 tarihleri arasında Gazi Üniversitesi, İletişim Fakültesi'nde yapılan 5. İletişim Öğrencileri Kongresi'nde bildiri olarak sunulmuş, yayımlanmadığı için genişletilerek yeniden yayına hazırlanmıştır.
2. Zaman çizelgesi için bkz. L. Kılıç, *Fotoğraf ve Sinemanın Toplumsal Tarihi*, Dost Kitabevi Yayınları, Ankara, 2008, s. 300-306.
3. I. Kılıç, *a.g.e.*, s. 20
4. Walter Benjamin (Çev. Ahmet Cemal), *Pasajlar*, Yapı Kredi Kültür Yayınları, İstanbul: 2009, s.87-88.
5. Gül Okten, *Moda Alanında Faaliyet Gösteren Mağaza Zincirlerinde Ticari İmaj ve İç Mekan İlişkisinin İrdelemesi*, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, İç Mimarlık Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2004, s.25.

2. MODA VE MODA YAYINCILIĞI

Tekstil ürünlerinin pasajlarda büyük bir çeşitlilik içinde boy göstermesi, bunun yanında insanların artan boş zamanlarını pasajlar gibi kamusal alanlarda geçirmeye başlamaları ve tüketim olgusu önüne geçilemez bir şekilde etki alanını giderek genişleten moda kavramını akla getirir. İlk pasajların tekstil ticaretinin canlanmasıyla ortaya çıkması bir rastlantı değildir. Diana Crane'nin belirttiğine göre, 19. yy'ın sonuna doğru giysiler giderek ucuzlar ve böylece alt sınıflar için daha kolay erişilir hâle gelirler⁶. Tekstil ticaretinin böylesine canlanması ve giyim eşyalarının herkes tarafından erişilebilir bir hâle gelmesi giysilerde sürekli değişen bir stil arayışının ortaya çıkmasını önceler. Günümüzdeki anlamıyla moda olgusu bu değişim açlığı ile temellenmiştir. İlk moda tasarımcısı olarak bilenen Charles Frederic Worth, 1857'de Paris'te kendi moda evini açar ve her sezon kendi tasarımlarından oluşan bir kreasyon tanıtma geleneğini başlatır.

İnsanların böylesine ilgisini çeken bir olguyu takip edebilmek için o dönemde ellerindeki olanaklar sınırlıdır: Ya bıkıp usanmadan pasajları arşınlayacaklar ve olup bitenleri kendileri takip edecekler ya da o dönemde sayıları hızla artan moda içerikli dergilerin birer okuru hâline geleceklerdir. Moda dergileri, sadece giyim hakkında değil; güzellik, gezi, edebiyat, müzik vb. gibi daha birçok konuda içinde yazıları barındıran, döneminin yaşamını okurlarına aktaran yayınlar olarak ortaya çıkmıştır. 19. yüzyılın sonlarına doğru birçok dergi yayın hayatına başlamıştır. Bunlardan *Vogue* ve *Harper's Bazar* günümüze değin kalmayı başarabilmiş yayınlardır. Sözü edilen dergilerden birkaçını örnekleyecek olursak⁷;

Delinator: 1873'te Ebenezer Butterick'in elbise kalıplarını örnekleyen bir reklam katalogu olarak yayınlanmıştır. İleriki yıllarda gezi yazıları, çiçek düzenlemeleri, güzellik, edebî kurgu konularını da kapsamaya başlamıştır. 1910'da fiyatı 15 cent'tir ve 750,000 satmaktadır.

McCall's: 1873'te İskoç terzi James McCall'ın kalıplarını dağıtan bir katalog olarak çıkmıştır. Zamanla moda, kurgu, hobi ve ev servisi konulu bir dergiye dönüşmüştür. 20. yüzyılda en çok okunan kadın dergilerinden biri hâline gelmiştir. 4,650,000 okura ulaşmıştır.

Ladies' Home Journal: *Tribune and Farmer*'ın eki olarak 1883'te yayın hayatına başlamıştır. Başlangıçtaki formülü "Kızlarla Konuşma" gibi başlıklı sütunlarla kadın kadına konuşma ve Mark Twain, Rudyard Kipling ve Humphry Ward gibi ünlü yazarlardan aşk öyküleri yayınlamaktır. 1900'de 800,000, 1903'te 1,000,000, 1910'da 1,305,000 ve 1919'da 2,000,000 okura ulaşmıştır.

3. VOGUE DERGİSİ'NİN İLK YILLARI

Vogue Dergisi 17 Aralık 1892'de, New York sosyetesinin bilindik isimlerinden Arthur Baldwin Turnure tarafından haftalık bir gazete olarak yayınlanmaya başlar. Turnure'in yayını kendi sınıfının hobilerini ve yaşam biçimini tanıtacaktır. Bu gazete New York sosyetesinin evlerinin içini, partilerini, Avrupa gezilerinden getirdiklerini göstermek için oldukça uygundur. Angeletti ve Olivia'nın *In Vogue* isimli eserlerinde belirttikleri gibi, *Vogue* 'sıçramalar ve

6. Diana Crane (Çev. Özge Çelik), *Moda ve Gündemleri*, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2003, s. 15.

7. N. Angeletti - A. Olivia, *In Vogue*, New York: Rizolli, 2006, s. 16-17.

sınırlamaların büyüttüğü bir sınıf olan New York aristokrasisi tarafından, New York aristokrasi için, New York aristokrasisi hakkında' yayınlar yapan bir gazete olarak yayın dünyasına girmiştir⁸. *Vogue*'un yayın hayatına başladığı yıllarda oldukça güçlü ve varlıklı aileler New York sosyetesinde tanınmak ve kendilerine orada bir yer açmak için mücadele etmektedir⁹. Derginin ilk kapağı sosyeteden genç bir kadın imajını yansıtır. Kapağında derginin ismiyle birlikte "A Debutante"¹⁰ ifadesi yer alır. Bu ifade *Vogue*'un ilk ortaya çıktığındaki durumunu karakterize etmektedir. David'in tek bir cümlede özetlediği gibi "Vogue, genç bir kadın biçiminde bedenlenir"¹¹.

Vogue'un bu ilk döneminin kapaklarında üst sınıf kadınları boş zaman etkinlikleri içinde resmedilmiştir. Avlanırken, ata binerken ya da kır gezisinde günün modasına uygun kıyafetleri içinde kendi sınıflarının bütün özelliklerini taşımaktadırlar. 1893'te Max F. Klepper tarafından yapılan bir kapakta üst sınıftan bir kadın iki bacağını bir yanına atarak ata binmektedir. Crane'in belirttiğine göre 'binicilik, üst sınıftan kadınların meşgul oldukları ilk boş zaman faaliyetlerindedir'¹². Bu kapaklar kadınların kamusal alanda görünür olmaya başladığını göstermektedir. 1895 tarihli bir *Vogue* kapağında bir erkek golf oynarken resmedilmiştir. Bu dönem sosyal kulüplerin artış gösterdiği, sınıfların içinde buldukları sosyal ortamlarla yaşam tarzlarını ortaya koyduğu bir dönemdir. Bir yıl sonra, 1896 tarihli bir *Vogue* kapağında bu kez, bir kadın, Bayan H. P. Phipps, Golf Kulübünde, elinde golf sopasıyla resmedilmiştir.

1870'ten 1914'e kadar olan *Vogue*'un bu ilk dönemleri, Amerika'nın "Altın Çağı" olarak bilinir. Bu süreçte kapitalizmin yükselişinin yanında marklaşmaya ve pazarlamaya verilen önem artar. Moda pazarı ise Fransız şıklığı tarafından ele geçirilmiştir¹³. Bu nedenle ilk dönem kapakları Amerika'da görülen Fransız etkisinin, Amerika'nın şıklığı ve zarıflığı Fransa'dan örneklediğinin ve *Vogue* dergisi aracılığıyla kıtaya taşınmasının örneklerini oluşturur.

4- CONDE NAST DÖNEMİ

1906 yılında Arthur Turnure ölür ve *Vogue*'u Condé Nast satın alır. Nast'ın *Vogue*'un başına gelmesi henüz sosyeteye hitap eden bir gazete için büyük değişimlerin başladığı zamandır. On yıl içinde yayının tirajı 14,000'den 150,000'e yükselir; reklam gelirleri ise \$76,111'dan \$2,000,000 olur¹⁴. Nast, gelişiyile birlikte, *Vogue*'da çok etkili değişiklikler yapar. Dergi haftalık yerine iki haftalık olarak çıkmaya başlar; fiyatı 10 sentten 15 sente yükselir ancak abonelik \$4'da sabit kalır, kapaklara daha çok renk eklenir, reklama daha fazla sayfa ayrılır, moda ve toplum hakkında daha çok makale yayınlanmaya başlanır¹⁵.

Bunların yanında Nast, *Vogue*'un grafik sunumlarını da yeniden düzenler. Kapaklarda yayınlanan siyah beyaz çizimleri değiştirir, çok seyrek olsa da fotoğraflar yayınlamaya başlar.

8. N. Angeletti - A. Olivia, *a. g. e.*, s. 2.

9. N. Angeletti - A. Olivia, *a. g. e.*, s. 7.

10. Debutante: Sosyeteye ilk kez takdim edilen genç kız.

11. N. Angeletti - A. Olivia, *a. g. e.*, s. 23.

12. Diana Crane, *a. g. e.*, s. 1554-155.

13. A. M. David, "Vogue's New World: American Fashionability and the Politics of Style", *Fashion Theory*, 2006, s.14..

14. A. M. David, *a. g. e.*, s. 26.

15. N. Angeletti - A. Olivia, *a. g. e.*, s. 14.

Gazete bayilerindeki ilgiyi arttırmak için kapaklara bütünü renkli reproduksiyonlar yaptırır¹⁶.

1913 yılında büyük gazete patronu William Randolph Hearst *Harper's Bazar*'ı satın alır ve *Vogue*'la rakip hâline gelirler. İki dergi arasındaki yarış 'sayfa düzeninde, kapak illüstrasyonunda, fotoğraf kullanımında ve gazetecilikte kullanılan grafik düzenlemelerinde birçok artistik yenilik' sağlar¹⁷. *Vogue* bu savaşı kazanmak için çeşitli kapak stratejileri geliştirir. Angeletti ve Olivia'ya göre, ilk olarak kendini tarafsız bir zarıflığın sunumu olarak ortaya koyar. Bunun için kapaklarında zarıflığın simgesi olan tavus kuşunu kullanır¹⁸.

İkinci olarak, derginin görüldüğü anda tanınmasını sağlamak için 'V' harfi sembolleştirilir. Bir büyük 'V' harfi üstüne son moda kıyafetiyle 'Vogue kızı' yerleştirilir¹⁹. David'e göre 'Vogue Kızı'nı marka imajı olarak seçerken Nast'ın amacı üst sınıf okuyucularının fantezilerine seslenmektir. David bunu şöyle açıklar²⁰:

"Onun dünya dışı fildişi cildi, kar beyazı peruğu, ince beli, cinsel istek uyandıran göğsü ve özenle hazırlanmış elbisesi imkânsız bir kadınlık figürüne aittir. O, hayat bulmuş bir Watteau çoban kızıdır, buna karşın hareketleri bir oyuncak bebeğin sertliğine sahiptir. Reverans yapmak için bir adım ileri atar ve eteğini kaldırır".

Bunun yanında kapakta son moda tasarımların yer alması yetmez, aynı zamanda bu tasarımları giyen kadın çizimi, *Vogue* okur. Böylece *Vogue* gündelik bir nesne olarak üst sınıf yaşantısının ve zarıflığın ayrılmaz bir parçası olarak sunulur²¹.

Son olarak, *Vogue*'un kendini avantgard sanatın içinde göstermesi gerekir. Böylece *Vogue* sadece son moda haberlerini, yeni tasarımları giyen kadınların görünümünü içermekle kalmaz, onları yeni anlatım yollarıyla okuyucularına sunar.

5. İKİ İLLÜSTRATÖR HELEN DRYDEN VE GEORGE PLANK

Burada yirmilere kadar olan dönemde *Vogue*'a damgasını vurmuş iki Amerikan illüstratörü anmak gerekir. Bunlardan ilki 1923'e kadar *Vogue*'da kalan Helen Dryden'dir. Diğeri ise 1927'ye kadar *Vogue*'un bazı kapaklarını yapan George Plank'tir. İkisinin anlatım tarzları farklı olsa da David'in 'Vogue kızı' için söylediği gibi, çizimleri üst sınıfın fantezi ve rüyalarına seslenir. Plank, doğrudan bir hayal dünyasında bazen Samanyolu'nda yüzen figürler kullanır, dünyaya döndüğünde ise figürleri lüks içinde kaybolmuştur²². Dryden, onun yanında daha gerçekçidir, elbette o da üst sınıfların dünyasını resmeder. Onun figürleri genelde boş zaman etkinliklerinde dış mekânlarda görünür. Bu yöntem aynı zamanda son modaların gündelik hayat içinde nasıl kullanılacağına da resmedilmesidir²³.

16. A. M. David, *a.g.e.*, s. 26.

17. N. Angeletti - A.Olivia, *a.g.e.*, s. 26.

18. N. Angeletti - A.Olivia, *a.g.e.*, s. 28; Uluslararası Telif Yasaları nedeniyle kapak görselleri doğrudan internet adresleri olarak verilmiştir, dipnotlar yazı içinde belirtilen kapağa ait görselin bulunabileceği internet adresleridir: http://www.enjoyart.net/library/beauty_fashion/vintagevoguemagazinecovers/large/Enj-Vogue-1208-Paris-Openings.jpg

19. http://www.americanartarchives.com/fxl_121jan15_vogue.jpg

20. A. M. David, *a.g.e.*, s. 28.

21. <http://pics.livejournal.com/soralunii/pic/0022k805>

22. <http://pics.livejournal.com/soralunii/pic/0022p3p7>

23. http://cdni.condenast.co.uk/624x822/s_v/Voguecover_Nov20_XL.jpg

Birinci Dünya Savaşı, kadınların gündelik hayat içindeki rollerinin değiştiği, kadın hareketi açısından oldukça önemli yıllardır. Bu yıllarda bundan önce hiç yaşanmayan bir şekilde kadın nüfusunun birçoğu kendini erkeklerin bıraktığı boşluğu doldurmak üzere iş hayatının içinde bulur. Yaptıkları işler, o güne kadar erkeklerin yaptığı ve 'erkek işleri' olarak bilinen işlerdir. Kadınlar için önemli bir sosyal dönüşüm gerçekleşir. *Vogue* ise bu dönüşümü tamamen dışarıdan izler, kendi sınıfına yönelik yayıncılık anlayışından ödün vermez. Kapaklarda kadınlar görünmeyen taburlara el sallarken resmedilir. Bu kapaklar ya coşkuyla görünmeyen taburları selamlayan ya da hüznle onları uğurlayan kadınların belirlediği kapaklardır. Savaşa dair kullanılan simgeler çok uzaktan, belli belirsiz görünen savaş uçakları, yarısı belli olan bayraklar ve el sallayan kadınlardır. Sözü edilen kapaklar, savaşın üst sınıf yaşantısına neredeyse hiç etki etmediği izlenimi uyandırır. Böylece üst sınıf yaşantısının, fantezi ve rüyaları kapaklarda kendini göstermeye devam eder²⁴.

Plank'in resimlediği, savaşın başladığı 1914 yılının Kasım ayına ait bir *Vogue* kapağında şık giyimiyle bir kadın, kadınlar için lüks giyim eşyaları satan bir mağazanın vitrinine baskarken gösterilmiştir. Bütün dünyadaki dengelerin değiştiği bir savaşın ilk aylarında ortaya çıkan ve tüketimi yücelten bu kapak, kadınların bir anda değişen gündelik hayatlarını göz önüne alırsak, ironiktir²⁵.

5. 1920'LER VE ART DECO ETKİSİ

Birinci Dünya Savaşı, *Vogue* kapaklarına karamsar bir hava yerleşmesine neden olmasa da modada ciddi değişimlerin baş göstermesine neden olmuştur. Modadaki Fransız üstünlüğü savaşın ardından, Fransa'nın ekonomik alanda gerilemesi ve hammadde sıkıntısı çekmesi ile Amerika'nın eline geçmeye başlamıştır. Buradaki değişim 'modanın kralı' olarak bilinen Fransız tasarımcı Paul Poiret'nin pahalı, süslü oryantalist tasarımlarından, '19. Yüzyıl modasının katledici meleği' olarak bilinen Coco Chanel'e geçişte billurlaşır. Artık 'S' biçimli moda silueti değişmiştir. Gündelik hayatta kadınlar daha işlevsel kıyafetler tercih etmeye başlamışlardır. Bu kıyafetlerin rahatlığını keşfeden kadınlar bir daha bunlardan vazgeçmek istemezler.

Moda dünyasındaki bu özgürleşim dalgası moda illüstrasyonlarını da etkiler. Yeni teknikler kullanan, fovizmden, dışavurumculuktan ve kübizmden etkilenen yeni sanatçılar ortaya çıkmaya başlar²⁶. Kapak illüstrasyonları daha dinamik bir hâl alır; hareket hâlindeki figürler tercih edilir. Kapaklardaki durağan görüntüler yerini hıza bırakmıştır. *Vogue* için 1916 ve 1939 yılları arasında toplam 144 kapak yapan Georges Lepape de bu yeni çizim tekniklerini kullanan sanatçılardan biridir. Lepape ilk kez 1916 yılında *Vogue* kapağında görünür. Moda sektörü Fransa'dan Amerika'ya doğru kaymaktadır; ancak bu kez sunum teknikleri Fransa'nın eline geçer. Lepape'nin *Vogue* kapağında görünmesi Angeletti ve Olivia'ya ya göre '*Vogue*'un kapak sanatında ilk doğrudan Fransız etkisidir' ve bu tarz 20'li yıllar boyunca *Vogue* kapaklarında görülecektir²⁷.

24. http://cdni.condenast.co.uk/624x822/s_v/VoguecoverOct18_L_XL.jpg

25. <http://condenaststore.files.wordpress.com/2009/11/george-wolfe-plank-november-1-1914.jpg>

26. N. Angeletti - A.Olivia, *a.g.e.*, s. 44.

27. N. Angeletti-A.Olivia, *a.g.e.*, s.46; http://cdni.condenast.co.uk/624x822/s_v/Voguecover_Oct24_XL.jpg

Lepape ile birlikte 'Vogue kızı' da görünümünü değiştirir. Artık 1920'lerin modasına doğru, modernleşmiştir. David, bunu derginin gittikçe uluslararası bir hâl almasıyla ve uyguladığı kültür emperyalizmiyle açıklar²⁸. 1920'lerde pahalı kadın giyimleri New York'ta tasarlanmaya ve üretilmeye başlanır. Hazır giyim sektöründeki bu büyüme üst sınıflara ait kadınların giyim alışkanlıklarını yavaş yavaş değiştirir. David'den alıntılırsak; "Hazır giyim ürünlerinin rahatlığını sahiplenen bu yeni nesil için Paris'in terzi evlerine yapılan ayinsel geziler artık bir zorunluluk değildi. Basitleştirilmiş, kolayca üretilebilir tarzlar ve rahat spor giyim 1920'lerde birçok genç bayan tarafından tercih edildi ve yirminci yüzyılda Amerikan modasının simgesi haline geldi"²⁹.

Lepape'nin çizimlerdeki devinim de bu değişimi göstermektedir. Artık durağan figürler yerine, Lepape kapaklara hareket halinde olan, rüzgârlı havalarda saçları savrulan figürler yerleştirir. Gösterişli kıyafetlerden çok figürleri hazır giyim basit formlarında giydirir³⁰.

Aynı etkiler bir başka *Vogue* çizeri Eduardo Garcia Benito'da da görülür. Benito, *Vogue* için 144 kapak yapar. Lepape de Benito da Art Deco ekolünden gelmektedir. *Vogue* kapaklarında Art Deco etkisi 20'li yıllar boyunca devam eder. Meisler, Art Deco'nun I. Dünya Savaşı'ndan önce Paris'te ortaya çıktığını söyler. 1920'lerde ve 30'larda bütün dünyaya yayılmış, mimari ve dekoratif sanatlarda etkili olmuştur. Süslemecilikten uzak duran Art Deco sanatçıları makineleşmeyi yüceltmişlerdir. Değerli kumaşları ve taşları, plastik ve krom gibi modern malzemeleri kullanırlar. Tasarımları geometrik öğelerin kompozisyonlarına dayanır. Parlak renkler, geometrik düzenlemelerle hızı vurgularlar³¹. Hashimoto, basit şekillerin ve makinelerin aerodinamik tasarımlarının Art Deco'yu karakterize ettiğini söyler ve Chrysler binası ile Empire State binasını Art Deco'ya örnek olarak gösterir. Ona göre tiyatrolar, oteller, mobilyalar, heykeller, giyim, aksesuar ve grafik tasarımı Art Deco'dan büyük oranda etkilenmiştir³². Art Deco'nun Benito'nun ellerinde, *Vogue* kapaklarında sade anlatımlarıyla ortaya koyduğu ihtişam, hızla yol alan hazır giyim sektörünün prototipi gibidir. 1926'da hazırladığı bir kapakta *Vogue*'un simgesi olan 'V' harfini metal bir gökkuşağı haline getirir. Artık kapaklarda Brodway yıldızlarını temsil eden çizimler görülmeye başlanır³³.

1920 dönemi, kapaklarında kullandığı moda figürlerini Fransız modasından ödünç almış ancak bu kez onları New York modasıyla giydirmiş ve diğer ülkelere göndermiştir.

6. 1930'LAR: MODA VE FOTOĞRAFINA DOĞRU

1930'lara gelindiğinde *Vogue* kapaklarındaki Art Deco etkisi yerini daha gerçekçi anlatımlara bırakır. Bu değişimi *Vogue* editörü Edna Woolman Chase, Benito ve Lepape'nin çizimlerinin hiçbir zaman bir dikişi, fermuarı ya da piliyi göstermediğini söyleyerek açıklar³⁴.

28. A. M. David, *a.g.e.*, s. 32.

29. A. M. David, *a.g.e.*, s. 32.

30. http://cdni.condenast.co.uk/624x822/s_v/VoguecoverJan26_E_XL.jpg

31. http://cdni.condenast.co.uk/624x822/s_v/VoguecoverJan26_E_XL.jpg

32. Stanley Mesier, "Art Deco: High Style", *Smithsonian*, 2004, s. 56.

33. Alan Hoshimoto, *Visual Design Fundamentals: A Digital Approach*, Charles River Media, MA, ABD, 2003, s. 14.

34. http://www.askart.com/AskART/photos/ILL20061202_3760/72.jpg

Vogue'un kapaklarında daha 'gerçekçi' anlatımları tercih etmesinin başka bir nedeni de bu dönemde yayılmaya başlayan fotoğrafıdır. *Vogue*'un 30'lu yıllarda tercih ettiği gazeteciliğe yaklaşan, gerçekçi anlatımlı kapakları, 1940'larda başlayacak olan 'Fotoğraf Dönemi'ne doğru giden yolda bir ara duraktır³⁵. Bu kapaklarla *Vogue*, hayal dünyasının ve Fransız sanatının oluşturduğu kapaklardan moda fotoğrafına bir geçiş yaşamıştır. William Packer, *The Art of Vogue Covers, 1909-1940* isimli eserinde bu durumu şöyle anlatmaktadır:

"*Vogue* kapakları 30'ların sonunda tamamen ve sonsuza dek değişti. Hala dekoratifler ve yeniliğini koruyorlardı, ama eski ihtiyat ve dikkat gitmişti; baştan savma, geçici ve kısa ömürlü bir şeylerle yer değiştirmişlerdi. Daha fazlası, şimdinin kapağı, otuz yıldır olmadığı biçimde, geçici bir çare olarak dergiye hizmet ediyordu ancak sadece bir kereliğine ve sonra akıldan çıkıyordu. Bu sırada fotoğraflar, Steichen, Beaton, Hoyningen-Huené, Frissell ve Horst gibi fotoğrafçıların eksiksiz profesyonelliği ile acımasız gelişimini gerçekleştiriyordu"³⁶.

Gerçekten de Packer'ın yazdığı gibi 1940'lı yıllara geldiğimizde *Vogue* kapaklarından artık illüstrasyon bir daha geri gelmemek üzere uzaklaşmış, yerini usta moda fotoğrafçıların çektiği moda fotoğraflarına bırakmıştı.

7. SONUÇ

Sınıf temelli bir yayın anlayışı ile ortaya çıkan *Vogue*, bu anlayıştan hiç vazgeçmemiş ve zamanla dünyada modanın gidişatını belirleyen bir yayın hâline gelmiştir. Derginin böyle-sine bir güç elde etmesi geliştirdiği çeşitli yayın stratejilerinin yanında her zaman yeni olanın izini sürmesi ve okuyucularını daha kapağında bu yenilikle buluşturmasına da bağlıdır. *Vogue*, görüldüğü üzere seslendiği üst sınıfların yaşantısını kapağına döneminin öne çıkan sanatsal gelişmelerinden yararlanarak ustaca taşımıştır. Yayının kendini döneminin yaşantısına ait hissettirebilmesinin ve okuyucunun ilgisini çekmesinin nedenlerinden biri de budur.

Sosyal hayatta 1890'larda belirginleşmeye başlayan 'boş zaman' kavramı çerçevesinde üretilen kapaklar, markalaşmanın hızlandığı bir dönemde kendini 'Vogue Kızı' olarak ortaya koymuştur. Yine kadın silüetindeki değişim zaman ka ybetmeden *Vogue* kapaklarında kendine yer bulmuştur. Edward Steichen, George Hoyningen-Huené gibi moda fotoğrafının ustaları ortaya çıkmaya başladığında ise *Vogue* kapakları gerçekçi anlatımlardan moda fotoğrafına bir geçiş yaşamıştır.

Sosyolojik bir çalışma alanı olarak bakıldığında bu kapaklardan üretildikleri dönemin sosyal yaşantısı okunabilmekte, kapaklar sanatsal açıdan değerlendirildiklerinde ise dönemlerinin sanatsal gelişmelerini yansıtmaktadırlar. Yine moda fotoğrafına geçişin benimsenmesi gelişen yeniden üretim teknolojileri ile yakından ilgilidir.

35. N. Angeletti-A.Olivia, *a.g.e.*, s.53.

36. http://www.americanartarchives.com/eric_vogue1jul34.jpg

KAYNAKÇA

- N. Angeletti - A.Olivia, *In Vogue*, New York: Rizolli, 2006.
- Walter Benjamin (Çev. Ahmet Cemal), *Pasajlar*, Yapı Kredi Kültür Yayınları, İstanbul: 2009
- Diana Crane (Çev. Özge Çelik), *Moda Ve Gündemleri*, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2003.
- A. M. David, "Vogue's New World: American Fashionability and the Politics of Style", *Fashion Theory*, 2006, 10: 13-38.
- Alan Hoshimoto, *Visual Design Fundamentals: A Digital Approach*, Charles River Media, MA, ABD, 2003
- Levend Kılıç, *Fotoğraf ve Sinemanın Toplumsal Tarihi*, Dost Kitabevi Yayınları, Ankara, 2008
- Stanley Mesier, "Art Deco: High Style", *Smithsonian*, 2004, 35-56.
- Gül Okten, *Moda Alanında Faaliyet Gösteren Mağaza Zincirlerinde Ticari İmaj ve İç Mekan İlişkisinin İrdelenmesi*, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, İç Mimarlık Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2004
- Linda Parry, *Textiles of Arts & Crafts Movement*, London: Thames & Hudson Ltd. 2005
- Sheile Rovbotham, "Arts, Crafts and Socialism", *History Today*, 200859, 44.