

# TÜRKİYE’DE MODA FOTOĞRAFININ TARİHSEL GELİŞİMİ

E. İrem TEKKİLİÇ\*  
K. Özlem ALP\*\*

## ÖZ

Moda kavramı hayatın her alanında söz hakkına sahip görünmektedir. Önceden moda denince akla ilk gelen kuşkusuz kıyafetler olmuştur. Fakat moda, kıyafetlerden çıkıp günlük hayatta kullandığımız kelimeleri bile etkisi altına almış bir kavramdır. Fotoğraflar ise anılarımızı, yaşanmışlıklarımızı saklayabildiğimiz mekanlardır. Moda ürünlerinin dikkat çekebilmesi, daha fazla kişiye ulaşabilmesi için reklamının, sunumunun ve pazarlamasının en iyi şekilde yapılması gerekmektedir. Bu noktada moda fotoğrafına büyük rol düşmektedir. İlk zamanlarda moda fotoğrafları portre ve stüdyo fotoğrafçılığı gibi nitelenirken, ilerleyen zaman içerisinde yeni arayışlarla birlikte sanat, teknik ve yaratıcılık girmeye başlamıştır. Bu çalışmada moda fotoğrafının tarihsel süreç içerisindeki gelişimleri ortaya konmuştur. Çalışmanın amacı, moda fotoğrafının geçmişten günümüze geçirdiği değişimleri incelemektir.

**Anahtar Kelimeler:** Moda, moda fotoğrafı, tarihsel gelişim

## HISTORICAL DEVELOPMENT OF FASHION PHOTOGRAPHY IN TURKEY

### ABSTRACT

Fashion as a term seems to have a voice in some affairs in all aspects of life. Formerly, clothes used to come to mind while talking about fashion. But fashion is not a term about clothes, but it also affects the words which we use in daily life. Photographs are the means by which we keep our memories and life experiences. To attract attention and reach more people in the presentation and marketing of fashion products, it is one of the best means. Fashion photography plays a very important role at this point. At first, fashion photography was identified as portrait and studio photog-

---

\* Arş. Gör., Gazi Üniversitesi, Tekstil Tasarım Bölümü , eliftekkilic@gmail.com

\*\* Doç. Dr., Gazi Üniversitesi, Mesleki Resim Eğitimi, aakgul@gazi.edu.tr

raphy, but then as time went by, art, technique and creativity took part in it. In this research, the development of fashion photography is presented in its historical process. The purpose of this study is to examine the changes of fashion photography from past to present.

**Keywords:** Fashion, fashion photography, historical development

## GİRİŞ

Moda fotoğrafı kavramına değinmeden önce, moda kavramına bakılacak olursa, günümüzde-hayatın ayrılmaz bir parçası olmuş ve sektöre dönüşmüş bir kavramdır. Moda, belirli ya da belirsiz zamanlarda ortaya çıkan kitlesel beğenidir. Moda kavramı her ne kadar giyim alanında düşünülen bir kavram olsa da, sanat, tiyatro, müzik, edebiyat ve mimarlık gibi dalları da kapsamaktadır. Moda kısaca farklılaşmanın ve değişimin cazibesini, benzerlik ile uyumun cazibesıyla birleştiren toplumsal bir formdur (Frisby ve Simmel, 2003, s. 41). Bir toplumun tüketim trendlerinin genel ifadesi olan moda, toplumların eğilimlerini bizlere sunmaktadır. Moda bir eğilimi ifade ederken, aynı zamanda bir eğilimi şekillendirebilmekte ve akım yaratabilmektedir. Geçmişte modayı zengin kesim belirlerken, bugün giyim sanayisinin önde gelen markaları her yıl ya da her sezon tüketicilere sundukları koleksiyonlarla modayı şekillendirmektedirler. Bu durum da markalar arasında rekabete yol açmaktadır. Moda alanında üretim yapan firmaların birbirleriyle rekabet edebilmeleri için kendi reklamlarını ve pazarlamalarını en iyi ve en etkili şekilde yapmaları gerekmektedir. Pazarlama, müşterilerin gereksinimlerini ve beklentilerini anlama ve bu çerçevede hizmetlerin nasıl tasarlanıp sunulabileceğini planlama işlemidir (Walters, 1992, s.5). Moda kuruluşlarının amacı, müşterilerin ihtiyaçlarını en doğru şekilde karşılamak ve tekrar satın almalarını sağlamaktır. Bu süreçte, kendi pazarlama stratejilerini en doğru ve anlaşılır şekilde gerçekleştirmeleri gerekmektedir.

Moda pazarlama, organizasyonun uzun dönem hedefleri ile buluşmak için giysi ve giysi ile ilgili ürünler ve hizmetlerin potansiyel müşterilerini merkez alan teknik ve iş felsefesinin uygulamasıdır (Easey, 2002, s. 3). Reklam, pazarlamanın bileşenlerinden biri olan tutundurmanın içinde yer almaktadır. Tutundurma araçları genel olarak dört grupta toplanmaktadır. Bu araçların moda ürünler için özellikleri reklam, kişisel satış, satış geliştirme ve halkla ilişkilerdir (Gülmez, 1975, s.232). Reklam, pazarlamanın içinde en geniş yere sahiptir. Ürüne aşinalık kazandırılması, ürünün tanıtılması ve kullanmaya sevk ettirmesi amaçlarını gütmektedir.

Moda pazarı tanıtım üstüne kurulmuştur. Tanıtımın asıl görevi, firmanın müşteriyi bilgilendirme ve ikna etme amacıyla hareket etmesini sağlamaktır. Bir moda tanıtım planının ana noktası, müşteri satın alma ve benimseme sürecini anlamaktır (Ersoy, 2002, s. 118).

Moda reklamlarının kullanım alanı oldukça geniştir. Kullanım alanı geniş olduğu için hedef kitleye ulaşması da oldukça kolay olmaktadır. Bir moda ürünü, moda editörü tarafından düzenlenmeden ve bir fotoğrafçının gözünde yorumlanmadan nadiren müşterilere ulaşmaktadır. Fotoğrafçıların daha çok içinde buldukları medya ise çoğunlukla moda dergileridir. Moda ürünün yansıtılması, ürünün olduğu gibi yansıtılmasından çok objektifi kullanmanın yorumundan geçer. Genellikle fotoğrafın değeri, moda ürününün değeriyle iç içe geçer ve ona sadece reklam ürünü olmaktan başka anlamlar da yükler.

Türkiye, moda sektöründe dünya çapında önemli bir yere sahiptir. Moda fotoğrafı da moda ürünlerinin tanıtılmasında en etkili araçlardan biridir. Moda markaları kendi koleksiyonlarını tanıtırken ilk olarak fotoğraf kullanmaktadırlar. Bu sebeple moda fotoğrafının, moda sektörüne etkisi yadsınamaz bir gerçektir.

## **TÜRKİYE’DE MODA FOTOĞRAFININ TARİHSEL GELİŞİMİ**

Moda ile ilişkilendirilen pek çok alandan bir tanesi de moda fotoğrafı alanıdır. Moda olarak adlandırılabilir her ürünün/ işin tanıtımında moda fotoğrafına düşen pay oldukça büyüktür. Fotoğraf başlangıçta yalnızca kişileri, savaş alanlarını ve yerleşim bölgelerini belgeleme amacıyla kullanılmaktaydı. İlk stüdyo fotoğrafçıların çoğunluğu ise porte fotoğrafı çekiyordu. Ancak endüstri devriminin etkilerinin yaygınlaşması sonucunda ticari bir nitelik taşıyan portre akımı, moda fotoğrafı doğdu. Teknik koşullar iyileştikçe, hem fotoğrafı çeken hem de poz veren kişi hareket esnekliği kazandı. Böylece fotoğraf stüdyoları dönemin gereksinimleri doğrultusunda tanıtım amaçlı konulara yöneldiler (Süldür, 1997, s. 224).

Moda fotoğrafı bir giysinin ya da herhangi bir moda öğesinin özelliklerini vurgulayacak biçimde, değişik teknikler de kullanarak fotoğraflanmasıdır. Özellikle çok renkli olması diğer fotoğraf alanlarından ayrılan en karakteristik özelliğidir (Greenhill, Murray, Spence, 2003).

Tanzimatla birlikte batıya koşut olarak gelişen giyim kültürü dünyadaki gelişimin aksine Türkiye’de ancak 80’lerle birlikte vücut bulmuştur. Batıyı bu kadar yakından takip ediyor olmamıza rağmen moda fotoğrafı branşının oluşmamasının ardında farklı nedenler yatmaktadır (Dayı, 2006, s.109).

Daguerreotype’ın bulunuşu ve halka tanıtılmasının ardından 28 Ekim 1839’da İstanbul’da yayınlanan Takvim-i Vekayi gazetesinde fotoğrafın keşfi bir haberle duyurulmuştu. 1800’lerde III. Selim ile başlayan padişahların portre yaptırma geleneği ilerleyen yıllarda gravür ile çoğaltma biçimine dönüşmüş ve II. Mahmut döneminden sonra padişah albümleri hazırlanmaya başlanmıştı. Daha sonraki yıllarda ise çıkarılan albümlerde fotoğraf tekniğinin de kullanıldığı görülmektedir (Atasoy, 1986, s. 174).

Bu albümlerde, Sultan Abdülaziz, Sultan V. Murat ve Sultan II. Abdülhamit'in saray fotoğrafçıları Abdullah Biraderler ve Vasilaki Kargopulo tarafından çekilmiş portreleri kullanılmıştır (Öztuncay, 2003, s. 47).



**Resim 1.** Abdullah Biraderler tarafından çekilen Sultan Abdülaziz Portresi  
(Kaynak: <http://www.fotoritim.com/yazi/ugur-kavas--turkiyede-basin-fotografciliginin-gorsel-tarihi-3>)

İstanbul'da profesyonel anlamda faaliyet göstermiş en önemli Dagereotip stüdyolarından biri de İtalyan asıllı Carlo ve Giovanni Naya kardeşler tarafından kurulmuştur (Öztuncay, 2003, s.132). Osmanlı İmparatorluğu'nun önemli fotoğraf stüdyosu "Abdullah Biraderler"dir. Abdullah Biraderler, İstanbul'da Tünel yakınlarında 1858 yılında bir fotoğrafçı dükkanı açtılar. Abdullah Biraderler veya Abdullah Frères, Türkiye'de fotoğrafçılık sanatının kurucuları olarak tanınan ve her üçü de Ermeni asıllı olan Viçen (1820-1902), Hosvop Abdullahyan (1830- 1908) ve Kevork (1839- 1918) kardeşlerin ticari adıdır. ([http://tr.wikipedia.org/wiki/Abdullah\\_Biraderler](http://tr.wikipedia.org/wiki/Abdullah_Biraderler)) "Abdullah Biraderler, Sultan Abdülaziz ve kabinesindekileri fotoğraflayarak Osmanlı'da da bir ilki başarmışlardı. "Kartomania" adı verilen bu kartpostallar sayesinde dönemin ünlü kişilerinin fotoğraflarını ucuz bir bedel karşılığında elde etmek mümkün oluyordu. 1863 yılında ise Abdullah Biraderler Osmanlı Saray Fotoğrafçıları" unvanını aldılar. Dönemin ileri gelenleri fotoğraf çekirmek için bu stüdyoyu özellikle tercih ediyorlardı. Müşterileri arasında İstanbul'u ziyarete gelen kral ve kraliçelerin yanı sıra Osmanlı hanedanının üyeleri de bulunmaktaydı (Dayı, 2006, s.111).



**Resim 2.** Abdullah Biraderler tarafından çekilen Naile Hamdi Portresi  
(Kaynak:

<http://www.obarsiv.com/dokumantasyon/portreler/img/600/APO00347.html>)

Bu dönemlerde Abdullah Biraderlerin oryantalist giysiler içerisindeki kadın kostümleriyle erkek modelleri fotoğrafladıkları görülmektedir (Ozandes, 2006, ss. 84-85). Abdullah Biraderlerin yaptıkları bu çalışma, Haute Couture anlayışına benzerliği ve ilk moda fotoğrafları örneği olmalarıyla önem teşkil etmektedir.



**Resim 3.** Abdullah Biraderler tarafından çekilen kadın giysileri içinde Osmanlı erkekleri

(Kaynak: <http://tayfunserttas.blogspot.com/2010/12/modern-kimlik-ve-kulturel.html>)

Vasilaki Kargopulo 1850 yılından itibaren Tünel’de bir fotoğrafçı dükkanı açarak fotoğrafçılık yapmıştır. 1879 yılında saray fotoğrafçısı olmuş, İstanbul manzaraları ve aileleri, Osmanlı hanedanı, elçiler, memurlar ve İstanbul portrelerinden oluşan çalışmaları, kendisini Osmanlı’nın resmi saray fotoğ-

rafçısı ünvanına getirmiştir. 1860'larda ise Beyoğlu'ndaki fotoğrafçı Kargopulo, stüdyosunda hem portre fotoğrafları çekiyor hem de şehri gezemeye gelenlere satmak için bir kıyafetler ve meslekler dizisi hazırlıyordu. (<http://webarsiv.hurriyet.com.tr/2001/01/17/284362.asp>)



**Resim 4.** Vasilaki Kargopulo tarafından çekilen Sultan Abdülmecid ve Tirimüjgan Kadın Efendi

(Kaynak: <http://yenisafak.com.tr/Pazar/?t=05.04.2011&i=311703>)

Bahattin Öztuncay'ın Dersaadet'İN Fotoğrafçıları kitabında Abdullah Kardeşler ve Kargopulo'dan başka birçok fotoğrafçı olduğu belirtilmektedir. Bunlardan biri Paskal Sebah'tır. Paskal Sebah'da özellikle kadın figürleri içeren oryantalist tarzda fotoğraflar üretmiştir. 1873 yılında ise "Türkiye'de Halk Giysileri" ya da diğer adıyla "Elbise-i Osmaniye" albümünde fotoğraflarını çekmiştir.



**Resim 5.** Paskal Sebah tarafından çekilen Osmanlı Kadını fotoğrafı

(Kaynak:

[http://www.iphotocentral.com/search/p\\_detail.php/256/J.+Pascal+Sebah/0/4203/1](http://www.iphotocentral.com/search/p_detail.php/256/J.+Pascal+Sebah/0/4203/1))

1876-1908 tarihlerini kapsayan II. Abdülhamit dönemi, padişahın fotoğrafa olan merakı aydınlarımızın yardımı ve gayrimüslim sanatkarların aracılığıyla, batı fotoğrafçılığının ülkemize kısa zamanda yayılmasını teşvik ettiği söylenebilir (De Launay, 1999, s. 9). Bu dönemlerde asker kökenli fotoğrafçılar fotoğrafın gelişmesinde çok büyük bir önem taşırlar. Bu fotoğrafçılardan biri olan Ali Sami'nin çektiği stüdyo fotoğrafları dikkat çekicidir.



**Resim 6.** Ali Sami tarafından çekilen Mühendishane hocaları  
(Kaynak: <http://www.fotoritim.com/yazi/ugur-kavas--turkiyede-basin-fotografciliginin-gorsel-tarihi-4>)

1917 yılında ise ilk kez bir profesyonel kadın fotoğrafçının İstanbul'dan portre fotoğrafları çekmeye başlaması oldukça ilginç bir anekdot olarak görülebilir. Eşinin Kurtuluş Savaşına gitmesiyle dükkkanı devralan Naciye Hanım, kadınların fotoğraflarının yanı sıra Fransız subaylarının eşlerini de fotoğraflayan ilk kadın fotoğrafçıdır. Sultan Reşat'ın torunlarına da fotoğraf dersi vermesi onun tanınmasına daha da yardım etmiştir (De Launay, 1999, s.92). Fotoğrafın keşfinden hemen sonra ilerleyen fotoğrafçılık tüm dünyada olduğu gibi Osmanlı'da da basında kullanılmış ve yayılmaya başlamıştır.



**Resim 7.** Naciye Hanım'ın fotoğrafladığı kadınlar  
(Kaynak: [http://pemrayuce.blogspot.com/2008\\_10\\_01\\_archive.html](http://pemrayuce.blogspot.com/2008_10_01_archive.html))

Bu yıllarda dergicilikte de büyük ilerlemeler olmuştur. 19. yy'ın sonlarına doğru Türkiye'de kadınlarla ilgili dergiler yayınlanmaya başlanmıştır. Genç kızların ve kadınların yetiştirilmesini hedef alan bu dergiler, ayrıca ilim ve edebiyat gibi birçok değişik konularda da Türk kadınına haberdar etmiştir.

Hanımların her türlü ihtiyaçlarına cevap verebilecek kadar zengin içerik ile yayınlanan ilk kadın dergisi Hanımlara Mahsus Gazete'dir. II. Abdülhamit'in desteği ile çıkan gazete de çeşitli ilaveler yayınlayan ilk kadın dergisidir. Bunların başında bütün koleksiyon boyunca verilen "elbise patronu" vardır. Gazetede zaman zaman da genç kızlara uygun kıyafetlerin modelleri de sunulmaktadır. Bu dergilerin içeriğinden de anlaşılacağı gibi moda kavramı, küçük bir grup tarafından takip ediliyor olsa da Osmanlı topraklarında da oluşmuş ve ilgi ile izlenilmektedir. 1908'lerde çıkan önemli dergilerden biri de "Demet" tir. Resimli olarak yayınlanan mecmualar içinde Kadınlar Dünyası Müslüman Türk kadınların fotoğraflarını ilk defa sayfalarında yayınlanması ile dikkat çeker. Böylece bundan sonra yayınlanan bütün kadın mecmualarında Müslüman Türk hanımların fotoğrafları yer almaya başlar (Aşa, 1986, s. 966).



**Resim 8.** Demet Dergisi 1908

(Kaynak: [http://www.kadinmuhendisler.org/ea\\_OsmanlidaKadin.aspx](http://www.kadinmuhendisler.org/ea_OsmanlidaKadin.aspx))

II. Meşrutiyet'le birlikte kadınlardaki özgürleşme hareketlerine İstanbul'da "Kadınlar dünyası", "Mahasin Kadın" (estetik kadın), "Demet" gibi az ömürlü resimli kadın dergilerinde moda ilanlarının gözükmeye ve kadın yazarların edebiyat yazılarının çıkması destek verir (Berkes, 1975, s. 445). Kadınlara ait bir başka dergi ise resimli olarak çıkartılan "İnci" dergisidir. Dergide edebiyata, oyuna geniş yer verilir. Güzellik, moda, çocuk bakımı, batılı ve Türk kadın ünlüleri anlatılır. Bu derginin bir özelliği de sinema ve sinema artistlerine yer vererek onları tanıtıcı yazılar ile fotoğraflarının birlikte verilmesi olmuştur. Dönemin dergilerinden "Hanım" dergisi de ilk sayısında ağırlıklı olarak moda konularına yer verir (Aşa, 1986, s. 967).





**Resim 9.** İnci Dergisi Kapağı

(Kaynak:

<http://osmanlicadersnotlari.blogspot.com/2009/05/osmanlica-dergiler.html>)

Cumhuriyet’e kadar olan süre içinde, batılı anlamda kabul edilen moda olgusu etkisini Cumhuriyet’in kurulmasıyla birlikte göstermiştir. Cumhuriyet Gazetesinin teşvik ettiği güzellik yarışmalarında Feriha Tevfik, ilk Türkiye güzeli seçilmiştir. 1932 yılında ise Keriman Halis Türkiye ve ardından da Dünya Güzeli olmuştur. Gazetenin isteği ile güzellerin fotoğraflarını; Foto Febus, Foto Femina, Foto Kanzler, Foto M. Okan, Foto Artistik, Foto Amerikan, Foto Namık, Ferit İbrahim, Foto Süreyya, Foto Turan, Foto Hamza Rüstem, Foto Rekor tarafından çekilmiştir. Daha önceki yıllarda gayri Müslimlerin yürüttükleri fotoğrafçılık mesleğine 11.06.1932 yılında kabul edilen 2007 sayılı yasayla birlikte Türk vatandaşı olmayanların bu mesleği yapmalarına engel getirmiştir (Ak, 2001, s.99).



**Resim 10.** Hayat Mecmuası Kapağı

(Kaynak:

[http://www.obarsiv.com/kutuphane\\_bulteni/mart10/tukiyenin\\_yakin\\_tarihini\\_aydirlatan\\_sureli\\_yayinlar.html](http://www.obarsiv.com/kutuphane_bulteni/mart10/tukiyenin_yakin_tarihini_aydirlatan_sureli_yayinlar.html))

Hayat Dergisi incelendiğinde, öncelikle dergi kapaklarında uzun bir süre Avrupalı artistlerin fotoğraflarına yer verilmiş bu fotoğraflar Avrupa'daki ajanslardan temin edilmiştir. 70'li yıllara gelindiğinde ancak Türk artistlerinin fotoğrafları kapakta yer almıştır. Dergideki en önemli isimlerden biri ise moda alanında yazan ve fotoğraflayan Suavi Sonar'dır. Sonar, Fotoğrafçı, ressam ve kadın terzisidir. Yurtdışında yaşadığı yerlerde özellikle Roma ve Paris'ten moda ile ilgili yaptığı haberler önce "Yarım Ay" ve "Yelpaze" dergilerinde daha sonra ise Hayat ve Ses dergilerinde yayınlanmıştır. Suvai Sonar'ın Avrupa'dan gönderdiği moda sayfalarında o yılların gözde modellerinin fotoğraflarının yanı sıra elbise tanıtımlarına da rastlanmaktadır (Dayı, 2006, s. 118). Suavi Sonar'ın batı üslubunda çektiği bu fotoğraflar, ilk moda fotoğrafları olmaları nedeniyle önem taşımaktadır. 1963 yılında Vakko firmasının fotoğraf çekimlerinde erkek modeller dış mekanlarda fotoğraflanmaya başlamıştır.

Halkın tüketim ürünleri ile tanışması 1970'li yıllarda başlamıştır. Tüketim ürünleri ile tanışma, reklamcılığın gelişmesine olanak sağlamıştır. Aynı zamanda konfeksiyon da yaşantımıza girmiştir. Türkiye, moda ve moda reklamı kavramları ile yeni yeni tanışmaya başlamıştır. "Hürriyet Gösteri Dergisinin "Fotoğraf Sanatı mıdır" adlı özel sayısında (1982) reklam fotoğrafçılığında, Haluk Doğanbey, Yaşar Atankazanır, Ahmet Gülyüz, Moris Maçoro, Cengiz Y.Tanel, Levent Tuna'yı reklam fotoğraflarının mimarları olarak nitelemektedir. 1970'lerde reklam ve moda fotoğrafının geçmişini Yaşar Atankazanır şöyle değerlendirmektedir: *"1960'lı yıllarda moda fotoğrafı çekiyordum diyen çok az kişi vardı. Rahmetli Haluk Doğanbey, Volkan Bey, Gültekin Çizgen, Othmar Pferschy toplam beş kişiydik. Haluk Doğanbey Meşhur Konyalı Lokantalarının sahibinin oğluydu. Haluk ve Volkan daha çok moda ve teknik çalışırlardı. Gültekin Çizgen gerektiği zaman çekerdi. Ben artistlerin portrelerini çekiyordum. Birçok gazinonun faal olduğu kış dönemlerinde 10 gün öncesinden başlayarak fotoğraf çeker gazetelere verirdik"* (Dayı, 2006, s. 121). Buradan anlaşılacağı gibi, portre fotoğrafçılığının gelişmesinde gazinoculuk etkili olmuştur. O yıllarda gazinolarda sahne alan şarkıcılar, sezon açılışlarında, türlü elbiselerle fotoğraflarını çektirip gazete ve dergilere ilan şeklinde dağıtıyorlardı.

1970'lerin çalkantılı siyasi dönemi, neredeyse bütün sektörlerle darbe vurduğu gibi reklamcılık sektörünü de etkilemiştir. Az sayıdaki reklam fotoğrafçıları güçlükle çalışmalarını sürdürmekteydiler. 80'li yıllara gelindiğinde tüm ekonomik düzen değişirken yabancı menşeli firmalar Türkiye'de yatırımlara ortak olmuş, bu ortaklıktan kaynaklı açılan yeni şirketlerin ürünlerini pazarlama gerekliliği doğmuştur. Kişiler sektörteki açığı görerek reklam ajansları kurmaya başlamışlardır. Reklamcılık faaliyetleri farklı, çağdaş ve yaratıcı olmuş ve bu yapılanmasıyla birlikte tüm sektörü etkilemiştir.

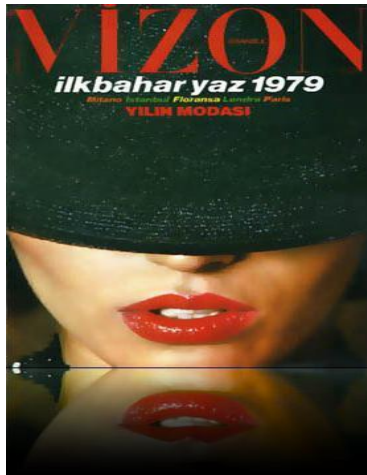
Türkiye’nin ilk renkli magazin dergisi “Vizon” moda fotoğrafının etkin bir konuma gelmesinde çok etkilidir. Dergi 1977 yılında “Vog” ismi ile yayın hayatına başlamış daha sonra “Vizon” adını almıştır (Dayı, 2006, s.123).

Moda dergileri, moda fotoğraflarının sergilendiği bir yer olarak görülebilir. Bu dergiler sayesinde moda fotoğrafları birçok insana ulaşmış ve Türk moda fotoğrafçıları tanınır hale gelmişlerdir. “Vizon dergisinde; Kâmil Şükûn, Namık Kemal Atilla, Paul Mac Millen, Moris Maçaro, Tunç Tüfekçi, Ahmet Alankuş, Vedat Öztürk, Turgut Salgar, Onur Başkan’ın isimlerini görmekteyiz. Özellikle Kamil Şükûn’ün çektiği kapak fotoğrafları moda fotoğrafına verdiği ayrıcalık nedeniyle oldukça önemli görülmektedir (Dayı, 2006, s. 123).



Resim 11. 26 Kasım 1978 tarihli Vizon Dergisi çıkış ilanı

(Kaynak: <http://kurksever.blogspot.com/2010/02/vogue-turkiyeden-once-vog-istanbul-diye.html>)



Resim 12. Kamil Şükûn

(Kaynak: <http://www.vizonshow.com.tr/vizon/vizonnaside2.html>)

Moda dergileri, moda fotoğraflarının bir ölçüde vitrini olarak görülebilir. Dergicilikle birlikte moda fotoğrafı daha çok insana ulaşmış ve Türk moda fotoğrafçılarının tanınmasına katkıda bulunmuştur. Dergilerin moda fotoğrafına yaptığı katkıları aktaran Tamer Yılmaz, ilk olarak Vizon dergisinin çıktığını, ardından bu gruba 1998 Marie Claire'in katıldığını 1990 ve 1992 yılında ise Harper's Bazaar ve Cosmopolitan dergilerinin bunu takip ettiğini iletmektedir. Yılmaz, moda fotoğrafçılığının dergiler sayesinde bugünkü duruma geldiğini belirtmiştir (Dayı, 2006, s. 124). Harper's Bazaar'ın moda editörü Yaprak Gerçek "modayı artık modacıların yapmadığını, podyumlarda çeşit ve ruh bolluğu olduğunu bunların içerisinde eleme yaparak sezonu ve modayı belirleyen moda dergileri ve bunun içerisindeki moda fotoğrafları olduğunu" belirtmektedir (Gerçek, 2005, s. 92).

Tamer Yılmaz, moda fotoğrafının Sevil Sert ve kendisi ile başladığını belirtmektedir. Yılmaz, 1990- 1991 yıllarından önceki dönemlerde reklam fotoğrafı çeken herkesin moda fotoğrafı da çektiğini söylüyor ve moda fotoğrafı dalı olarak adlandırılmasında Sevil Sert ve kendisinin çabaları olduğunu aktarıyor. Bu dönem içerisinde bu fotoğrafçıların ticari anlamdaki moda çalışmalarına firmaların katalog ve broşürlerinde de rastlanmaktadır. Hızla büyüyen tekstil sektörü buna bağlı olarak gelişen moda fotoğrafçılığı kavramını da desteklemiş ve moda fotoğrafçısı ihtiyacı bir anda artmıştır (Dayı, 2006, s. 124).

90'lı yıllara gelindiğinde Türk moda fotoğrafçılarının sayısında artış gözlemlenmiş ve bu fotoğrafçılar sadece moda fotoğrafı alanında çalışmaya başlamışlardır. Fotoğrafçıların bir kısmı çalışmalarını daha çok sipariş üstüne hazırlamış, teknik ve estetik anlamda batıyı aratmayacak nitelikte fotoğraflar olmuşlardır. "Marie Claire dergisi, 1998 yılındaki 10.yıl kutlama sayısında dergiye katkı sağlayan fotoğrafçıların fotoğraflı kutlama mesajlarını yayınlamıştır. Derginin sayfalarında Tamer Yılmaz, Sevil Sert, Mustafa Dorsay, Sıtkı Kösem, Nazif Topçuoğlu, Ani Çelik Arevyan, Mehmet Mutaf, Yaşar Saraçoğlu, Hasan Hüseyin, Ayten Alpün, Sedef Delen, Şenol Altun'un isimlerini görmekteyiz. Burada gözden kaçırılmaması gereken nokta bu fotoğrafçıların birkaç isim dışında kendilerini reklam fotoğrafçısı olarak tanımlamalarıdır. 90'lı yılların başlarında alanında uzmanlaşmış birkaç moda fotoğrafçısı ismi sayılırken 2000'li yıllara gelindiğinde bu rakamın otuzlara kadar çıktığını görmekteyiz (Dayı, 2006, s. 127). Bu sayının artışı, moda fotoğrafına olan ilginin artmasının bir kanıtıdır. Moda fotoğrafı, reklam fotoğrafından ayrı bir branş olarak görülmeye başlamıştır.



**Resim 13.** Tamer Yılmaz’a ait moda fotoğrafı  
Kaynak: <http://www.fabrika.com.tr/TR/Photographers/Tamer-Yilmaz/55/Arzu-Kaprol/350/>



**Resim 14.** Mustafa Dorsay  
Kaynak: [http://www.dorsay.com.tr/index\\_tr.htm](http://www.dorsay.com.tr/index_tr.htm)



**Resim 15.** Sıtkı Kösemen  
Kaynak: <http://www.sitkikosemen.com/home/models-in-depression/>



**Resim 16.** Sedef Delen

Kaynak: <http://www.ppristanbul.com/Fashion/sedef-delen>

2000’li yıllarda ise moda fotoğrafı artık ayrı bir branş olarak sayılmaya başlanmış ve bu duruma paralel olarak moda fotoğrafçıları sayısı da hızla artmıştır. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte renk, teknik ve mekan zenginliği bu moda fotoğraflarında ön plana çıkmaktadır. Estetik kaygı artık daha önemlidir. Günümüz teknolojisinin çok hızlı ilerlediği düşünülürse iyi bir fotoğrafçının da bu hızlı gelişime ayak uydurması gerekmektedir. Türk moda fotoğrafçıları bu gelişimlere ayak uydurmaya çalışmış ve kendilerine ait bir üslup geliştirmeye başlamışlardır. Türkiye’de moda fotoğrafı 90’lara gelindiğinde artık yeni arayışlara doğru gitmiştir. Batıdaki pratikliklere uygun olarak gelişen moda fotoğrafının sinematografik anlatımına uygun bir dil ile gerçekleştirdiği çalışmalar da karşımıza çıkmaktadır. Moda fotoğrafının sinemaya olan bu eğilimi kimi fotoğrafçıda onun dilini kullanma şeklinde meydana gelirken bazı fotoğrafçılarda sinema araç ve tekniklerini de kullanma şeklinde oluşabilmektedir (Dayı, 2006, s. 163).



**Resim 17.** Lara Sayılğan’a ait moda fotoğrafı

Kaynak: <http://www.larasayilgan.com/.a/6a00e00984d040883301bb090dfe2f970d-pi>



**Resim 18.** Akif Hakan Çelebi’ye ait moda fotoğrafı

Kaynak: <https://theincredibletide.wordpress.com/2012/12/17/mind-blowing/akif-hakan-celebi-aliens-15/>



**Resim 19.** Cüneyt Akeroglu’n ait Vogue Dergisi 2011 kapak fotoğrafı

Kaynak: <http://noirfacade.livejournal.com/775297.html>



**Resim 20.** Tamer Yılmaz’a ait moda fotoğrafı- MACKHA FW 2015

Kaynak: <http://www.fabrika.com.tr/TR/Photographers/Tamer-Yilmaz/55/Machka-FW-2015/3636/>

## SONUÇ

Türkiye’deki moda fotoğrafının tarihi incelendiğinde, stüdyo fotoğrafçılığının moda fotoğrafına öncülük ettiği görülmektedir. Fotoğrafın ortaya çıktığı ilk dönemlerde Osmanlı’da Müslüman olmayan azınlıkların fotoğrafçılık yaptıkları görülmektedir. Ülkemizdeki ilk moda fotoğrafı sayılabilecek örnekler Osmanlı saray fotoğrafçılarından Abdullah Biraderler’e aittir. Bu fotoğraflar kadın kıyafetleri içindeki Osmanlı erkeklerinin fotoğraflarıdır. Daha sonra Vasilaki Kargopulo ve Paskal Sebah gibi fotoğrafçılar, dönem kıyafetlerini fotoğraflayarak, tarihsel anlamda moda fotoğrafçılığını sürdürmüşlerdir. 1900’lü yılların moda ve kadın dergilerinden İnci ve Demet dergilerinde çizim şeklinde yer alan moda figürlerinin, 1950’li yıllara gelindiğinde Hayat ve Ses dergileri ile birlikte moda fotoğraflarına dönüştükleri görülmüştür. 1990’lı ve 2000’li yıllarda ise moda dergilerinin de artışıyla birlikte moda fotoğrafları da artış göstermiş ve bugünkü anlamına kavuşmuştur.

Moda fotoğrafı, Türkiye’de bir meslek dalı olarak ortaya çıkışı çok yeni olmuştur ve son yıllarda önem kazanmıştır. Bu durumun en büyük etkenlerinden biri, sürekli değişen modanın artık bir tüketim nesnesi haline dönüşmesidir. Modanın sürekli değişim içerisinde olması, modayı vazgeçilmez kılmaktadır. Kitle iletişim araçlarının gelişmesi ile birlikte, reklamlar da yaşantımızın içinde yer almışlardır. Bu pazardaki en önemli araçlardan biri ise moda fotoğrafı olacaktır. Moda ve moda fotoğrafının gelişimi günümüzde artık ayrılmaz bir birlikteliğe dönüşmüştür.

## KAYNAKLAR

- Ak, S. A. (2001). *Erken Cumhuriyet Dönemi Türk Fotoğrafı*. İstanbul: Remzi.
- Aşa, E. (1986). “*Sosyo-Kültürel Değişme Sürecinde Türk Ailesi*”, 1869-1923 Yılları Arasında Yayınlanan Türk Kadın ve Aile Dergileri, III.Cilt. Ankara: Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu.
- Atasoy, N. (1986). *Kıyafetnamelerin Doğuşu ve Fenerci Mehmed Kıyafetnamesi*. İstanbul: Fenerci Mehmed Albümü Aksoy Matbaacılık.
- Berkes, N. (1975). *Türkiye’de Çağdaşlaşma*. İstanbul: Yapı Kredi.
- De Launay, M.(1999). “Les Costumes Populaires de la Turquie en 1873 Costumes Ottomans- 1873 yılında Türkiye’de Halk Giysileri”. Erol Üyepazarcı (Çev.). İstanbul.
- Dayı, H. (2006). *1990 Sonrası Türk Moda Fotoğrafında Genel Eğilimler*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi/ Güzel Sanatlar Enstitüsü, İzmir.
- Easey, M. (2002). *Fashion Marketing*. Oxford: Blackwell Science Ltd.
- Ersoy, B. (2002). *Moda Pazarlamanın Önemi ve Moda Sanayiinden Bir Örnek: Vakko*. (Yayımlanmamış doktora tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Frisby, D., Simmel, G. (2005). *Modern Kültürde Çatışma*. İstanbul: İletişim.



Gerçek, Y. (2005). Harper’s Bazaar – Geniş Açık, Mart, s. 92.

Greenhill, R., Murray, M., Spence, J. (2003). *Fotoğraf Sanatı*, Nurdan Arca Ve Nurettin Baç (Çev.). İstanbul: Remzi.

Gülmez, İ. (1975). “Satış Artırma Tekniklerinin Küçük Ve Orta Ölçekli İşletmelerde Uygulama Olanakları”, Pazarlama Seminerleri, Yayın No:140. Ankara: Mpm.

Süldür, N. (1997). Tanıtım Fotoğrafı. *Sanat Çevresi Dergisi*, İstanbul.

Öztuncay, B. (2003). “*Dersaadet’in Fotoğrafçıları*”, 1. Cilt. İstanbul: Koç Kültür Sanat Ve Tanıtım Hizmetleri Tic. A.Ş.

Üyepazarcı, E. (1996). “1873 Yılında Türkiye’de Halk Giysileri” üzerine giriş yazısı.

Walters, S. (1992). *Marketing: A How-To-Do Manual For Librarians*. New York: Neal-Schuman.

### Çevrimiçi Kaynaklar

[http://www.dorsay.com.tr/index\\_tr.htm](http://www.dorsay.com.tr/index_tr.htm)

<http://www.fabrika.com.tr/TR/Photographers/Tamer-Yilmaz/55/Arzu-Kaprol/350/>

<http://www.fabrika.com.tr/TR/Photographers/Tamer-Yilmaz/55/Machka-FW-2015/3636/>

<http://www.fotoritim.com/yazi/ugur-kavas--turkiyede-basin-fotografciliginin-gorsel-tarihi-3>

<http://www.fotoritim.com/yazi/ugur-kavas--turkiyede-basin-fotografciliginin-gorsel-tarihi-4>

[http://www.iphotocentral.com/search/p\\_detail.php/256/J.+Pascal+Sebah/0/4203/1](http://www.iphotocentral.com/search/p_detail.php/256/J.+Pascal+Sebah/0/4203/1)

[http://www.kadinmuhendisler.org/ea\\_OsmanlidaKadin.aspx](http://www.kadinmuhendisler.org/ea_OsmanlidaKadin.aspx)

<http://kurksever.blogspot.com/2010/02/vogue-turkiyeden-once-vog-istanbul-diye.html>

<http://www.larasayilgan.com/.a/6a00e00984d040883301bb090dfe2f970d-pi>

<http://noirfacade.livejournal.com/775297.html>

<http://www.obarsiv.com/dokumantasyon/portreler/img/600/APO00347.html>

[http://pemrayuce.blogspot.com/2008\\_10\\_01\\_archive.html](http://pemrayuce.blogspot.com/2008_10_01_archive.html)

<http://www.ppristanbul.com/Fashion/sedef-delen>

<http://osmanlicadersnotlari.blogspot.com/2009/05/osmanlca-dergiler.html>

[http://www.obarsiv.com/kutuphane\\_bulteni/mart10/tukiyenin\\_yakin\\_tarihini\\_aydinlatan\\_sureli\\_yayinlar.html](http://www.obarsiv.com/kutuphane_bulteni/mart10/tukiyenin_yakin_tarihini_aydinlatan_sureli_yayinlar.html)

<http://www.sitkikosemen.com/home/models-in-depression/>

<https://theincredibletide.wordpress.com/2012/12/17/mind-blowing/akif-hakan-celebi-aliens-15/>

<http://www.vizonshow.com.tr/vizon/vizonnaside2.html>

<http://webarsiv.hurriyet.com.tr/2001/01/17/284362.asp>

<http://yenisafak.com.tr/Pazar/?t=05.04.2011&i=311703>

### Extended Abstract

Fashion as a term seems to have a voice in some affairs in all aspects of life. Formerly, clothes used to come to mind while talking about fashion. But fashion is not a term about clothes, but it also affects the words which we use in daily life. Photographs are the means by which we keep our memories and life experiences. To attract attention and reach more people in the pre-

sentation and marketing of fashion products, it is one of the best means. Fashion photography plays a very important role at this point. At first, fashion photography was identified as portrait and studio photography, but then as time went by, art, technique and creativity took part in it. Fashion photography can be defined as picturing a dress or properties of any fashion element by using different techniques. The most characteristic property of fashion picture distinguishing it from other photography fields is that it is so colorful. One of the fields related to fashion is the field of fashion photography. The share of fashion photography in promoting any fashion product is quite big. At the beginning, photograph was in use for the purpose of documenting only people, war fields and settlement areas, and bearing duty of a historic document. Most of the early studio photographers used to take portrait pictures. But with the spread of the impact of industrial revolution, portrait photography with its commercial character had a big influence on fashion photography. Historical progress of fashion photography in Turkey has also followed a similar process. Therefore, it is seen that studio photography has been the pioneer for fashion photography in Turkey. In early times when photography appeared in Ottoman Empire, it has been observed that Non-Muslim minorities practiced photography. Samples can be considered as first fashion photographs in our country belonging to Abdullah Birler who was a Palace Photographer. These photographs were the pictures of Ottoman men in women's dresses. Later, photographers such as Vasilaki Kargopulo and Paskal Sebah helped the spread of fashion photography picturing dresses of the period. In those years, journalism reasonably improved as well. Towards the end of the 19<sup>th</sup> century, first journals about women started to be published in Ottoman Empire. Those journals mostly had the purpose of educating young girls and women, and additionally informing Turkish women about different subjects such as science, literature and actuality. It has been seen that fashion figures in fashion and woman journals such as Inci and Demet in 1900s transformed into fashion photographs in the journals of 1950s such as Hayat and Ses. The concept fashion accepted as a western phenomenon before showed its impact together with the foundation of the Turkish Republic. Through increasing number of fashion journals in 1990s and 2000s, the number of fashion photographs has also increased and acquired its professional meaning as used today. Fashion photography as a professional category in Turkey is very new. Fashion photography in Turkey has earned an importance by the culture of consumption, fast urbanization, technological advances and invasion of popular culture. One of the most important impacts of this situation is transformation of continuously changing fashion to an object of consumption. Continuously changing character of fashion makes fashion indispensable. Together with the development of means of communication, advertisements also took place within our lives. No doubt, one of the most important instruments in this market will be fashion photography. Fluctuating political period of 1970s had affected advertisement sector as

well as others. Very few number of advertisement photographers were producing their works. During the 1980s, while all economic orders were changing, companies with foreign origins became partners of investments in Turkey, and marketing needs occurred for the products of newly opened companies from these partnerships. Individuals started to establish advertisement agencies by seeing the gap in the sector. Advertisement activities had been distinct, contemporary and creative, and by this new structure, fashion photography affected the whole sector. Works in fashion photography in Turkey are in quite insufficient numbers. Especially, works on the historical progress of fashion photography bear both the character of historical documents and enlighten today’s fashion photography. In this research, the development of fashion photography is presented in its historical process. The purpose of this study is to examine the changes of fashion photography from past to present.