MODA TASARIM
TEMELLERİ

John Hopkins

07

moda tasarımında

Erkek Giyim

Etik: Farkındalık/ Derinlemesine düşünme/ Tartışma

LİTERATÜR YAYINLARI: 742
Moda Tasarım Temelleri Dizisi: 07

Moda Tasarımında
Erkek Giyim
John Hopkins

Kitabın Özgün Adı
Menswear

Çeviren
Nilgün Altınay

Kitap Tasarımı
John F McGill

Yayıma Hazırlayan
Ümran Küçükislamoğlu

Baskı Öncesi Hazırlık
Emel Atik

Birinci Basım, Ocak 2016

Baskı ve Cilt
Oksijen Basım ve Matbaacılık San. ve Tic. Ltd. Şti.
100. Yıl Mah. Matbaacılar Sit. 2. Cad. No: 202
Bağcılar - İSTANBUL
Tel : (0212) 325 71 25

ISBN: 978-975-04-0716-1

Copyright © AVA Publishing SA 2011

© Copyright 2016, Literatür
Bu kitabın yayın hakları Literatür Kitabevi Basın Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.'ne aittir. Kitabın tamamını veya bir bölümü hiçbir biçimde fotokopi yoluyla çoğaltılamaz, dağıtılamaz yeniden elde edilmek üzere saklanmaz.

Sertifika No: 10846

LİTERATÜR®

E literatur@literatur.com.tr
www.literatur.com.tr
www.facebook.com/literaturyayincilik



Amerikalı erkek giyim tasarımcısı Thom Browne'un İtalya'nın Floransa şehrindeki Pitti Uomo fuarında sunduğu, 1950'lerin ofis ortamını canlandıran defilesinde sıralanmış erkek modeller.







Giriş
006–007

Çağlar boyu erkek giyim
008–009

Erkek giyimin kronolojisi
010–013

Sosyal ve tarihsel bağlamlara giriş
014–023

Askeri giysiler ve üniformalar
024–031

Erkek giyimin kadın giyim üzerindeki etkisi
032–035

20. yüzyılın etkileri
036–039

Karşı kültür giyim tarzı
040–049

Röportaj:
Heritage Research
050–051

Röportaj:
Lou Dalton
052–053

Terzilik geleneği
054–055

Takım elbise
056–061

Sartorialist'ler
062–065

İngiliz terziciliği
066–075

İtalyan terziciliği
076–079

Amerikan terziciliği
080–087

Gömlekler
088–091

Pantolonlar
092–095

Boyunbağı
096–099

İç giyim
100–101

Ayakkabılar
102–103

Röportaj:
Dashing Tweeds
104–105

Röportaj:
Stowers Bespoke
106–107





Spor giyim devrimi
108–109

Spor giyimin kısa bir tarihçesi
110–119

Denim
120–129

Aktif spor giyim
130–143

Röportaj:
Mottainai
144–145

Röportaj:
Ijin
146–149

Erkek giyim tasarımı
150–151

Erkek giyim tasarımı için araştırma kaynakları
152–161

Tasarım geliştirme
162–173

Moda illüstrasyonu
174–179

Portfolyolar
180–181

Röportaj:
Giles Price
182–183

Röportaj:
Peter Jensen
184–185

Sonuç
186–187

Kaynakça
188

Ek kaynaklar
189

Dizin
190–191

**Teşekkür /
Resim katkıları**
192

Çalışma etiği
193–200

Temel Moda Tasarımı: Erkek giyim kitabı, modanın bu etkileyici ve incelikli detaylardan oluşan karmaşık alanına, görsel olarak ilgi çekici ve yepyeni bir perspektif sunmaktadır. Erkek giyimin çağlar boyu tarihsel ve sosyal gelişiminin yanı sıra soylu ve tüccar sınıflarının giyim tarzları, üniformalar ve askeri giysilerin moda üzerindeki etkilerini inceliyor. "İngiliz tarzı" ve Londra'daki Savile Row ısmarlama dikim geleneğini, aynı derecede özgün İtalyan hafif takim elbise kültürü ve tam anlamıyla Amerikalı olan "Preppy" tarzı ile karşılaştırıp kıyaslayarak, erkek giyim terziliğinin zengin tarih ve geleneğini değerlendiriyor. Erkek spor giyimi ve denimin benzersiz etkisi de konunun bir parçası olarak ele alınıyor. Kitabın son bölümünde ise erkek giyimdeki tasarım süreçleri inceleniyor: Temalar, fikirler ve esinlenmeler erkek giyim konusundaki tasarım araştırmalarında nasıl güvenilir kaynaklara dönüştürülebilir?

Çeşitli ilham verici görseller ve bu konuda yetkin erkek giyim uzmanlarının katkılarıyla bu kitap, modanın bu büyüleyici alanına karşı ilginizi uyandırmayı ve kökeni erkek giyim tasarımına dayanan pek çok gelenek ve teknolojiye verdiğiniz değeri artırmayı amaçlıyor.



Burberry'nin 2010 Sonbahar/ Kış kreasyonlarında güçlü bir militer etki vardı.

"İnsanı insan yapan şey kıyafetidir. Çıplak insanların toplumda ya pek az etkileri olmuştur ya da hiç."
Mark Twain



Yalnızca modern olan bir gün demode olur.

Oscar Wilde

Çağlar boyunca erkek giyimin tarihi, aynı zamanda insan giysilerinin de tarihi olmuştur. Bu, farklı sosyal ve kültürel bağlamlar içerisinde süregelen büyüleyici ve karmaşık bir yolculuktur.

Bu bölüm, soylu ve tüccar sınıflarının giyim-kuşamının, üniformalar ve askeri giysilerin erkek giyimin tarihsel ve sosyal gelişimi üstündeki rolünü ve etkisini değerlendiren bir giriş niteliğindedir. Erkek giyimin kadın giyim üstündeki etkilerinin yanı sıra müzik, film ve sporun, medya eğilimi giderek artan bir sosyal bağlam içerisindeki "standart" ve "ideal" tanımları ile bunların yeniden tanımlanmasında erkek stil ikonlarının rolü ve egemenliği de ele alınmaktadır.

Antik dünya

- Erkek ve kadın giysilerine drapeli bir tarz hakimdir
- Boyama ve pilise teknikleri gelişir
- Yunan Uygarlığı klasik oranları belirler
- Yünlü ve keten kumaşlar yaygın bir biçimde kullanılır
- Romalı giyim tarzı, erkeklerde statü ve sınıfı kuvvetlendirir

Ortaçağ

- Barbarlar külotlu çorap *(hose)* ile giyilen bol tünikleri tercih ederler
- Avrupa toplumu, asilzade giyim tarzını belirleyen kraliyet çevresini takip eder
- Tünikler ilave süslemeler ve farklı modellerle daha karmaşık biçimler alır
- Loncalar içerisinde ticaret ve zanaatkârlık teşkilatlanır
- Erkek giysi tarzları, sınıf ve statüyü ortaya koymak için tüketimi sınırlayıcı kanunlarla düzenlenir
- Kürk, soylular tarafından yaygın bir biçimde kullanılır
- Kapüşon, pelerin ve kat kat tünikler yaygınlaşır
- Erkek giyimde kesim ve biçime verilen önem artar
- Bir tünik modeli olan "cotehardie" daha kısa bir ceket modeline dönüşür
- Sarkan uzun kollar moda olur
- Avrupa giysi modası savurgan Burganya Sarayı'ndan etkilenir
- İpeğin kullanımı artar

Rönesans

- Erkek giysi modelleri Kuzey Avrupa ve bölgesel farklılıklar gösteren İtalya'dan etkilenir
- Kesikler *(pane)* ve daha geniş silüetler Kuzey Avrupa'da moda olur
- Erkek "doublet" ceketler vücudu saran külotlu çoraplarla giyilir
- "Jerkin" adı verilen kısa ve dar ceketler ortaya çıkar
- Elyaflama ve kapitone teknikleri gelişir ve silueti etkiler
- Erkek çorap modelleri, üst kısmı elyaf dolgulu *(padded trunk hose)* olanlar ve külotlu çorap *(nether hose)* olarak ikiye ayrılır
- "Peascod" adı verilen bel kısmı elyaf dolgulu "doublet" ceketler, erkekler arasında popüler olur
- İç gömleğindeki büzgülü, kırma yakalar, fırfırlı boyunluklara *(neck ruff)* dönüşür
- İspanyol kraliyet tarzı, siyah giyinmeyi yaygınlaştırır
- Giysileri kolalamak için nişasta kullanılmaya başlanır
- Venedik tarzı bol kesimli, dizüstü pantolonların yerini üst kısmı elyaf dolgulu çoraplar alır







Erkeklerin tünik ve külotlu çorap giydiğini gösteren 15. yüzyılda renklendirilmiş bir el yazması detayı.

Albrecht Dürer'in 1498 tarihli otoportresi. Sosyal konumunu göstermek için zarif, aristokratlara özgü kıyafetler giyer.

İspanyol ressam Diego Velázquez'in Barok tablosu. Süje fırfırlı boyunluk giyiyor.

Barok

- Kurdele ve dantel hem erkek hem de kadın giyimde popüler olur
- Dantel yakalar son derece moda olur
- Erken barok döneminde erkek giyime şövalye tarzı hakimdir
- Tutucu Protestanlar süslemesiz siyah giysileri tercih eder
- Mahmuzlu deri çizmeler moda olur
- Avrupa'da en etkin olan Fransız kraliyeti erkek modasına yön verir
- Fransız ve İngiliz kraliyet çevreleri sayesinde "cassock" adı verilen uzun ceketler moda olur ve bunlar "doublet" ceketin yerini alan yeleklerle giyilir
- Erkeklerde peruk modası başlar
- Etek görünümlü pantolonlar *(petticoat breeche)* modayı takip eden erkekler tarafından giyilir
- "Tricorn" adı verilen üç köşeli şapkalar ve tokalı ayakkabılar yaygınlaşır
- "Cassock" ceketler, "justacorps" denilen, bel kısmı oturup dize kadar inen ceketlere dönüşür

Rokokodan Devrime

- Pamuklu kumaşlara olan yoğun talebi karşılamak üzere Fransa ve İngiltere'de pamuklu dokuma fabrikaları kurulur
- Dize kadar inen ceketlerin kesimleri daralır ve ön kısmı etek uçlarına doğru açılır
- Erkeklerde peruk modası zirveye ulaşır
- İngiltere'de "greatcoat" adı verilen büyük, yünlü paltolar ve frak ceketi ortaya çıkar
- İngiliz binici kıyafetleri moda olur
- Erkek paltolarında ayaklı yaka modeli geliştirilir
- Fransız Devrimi'nin bir parçası olarak tüketimi sınırlayıcı kanunlar yürürlükten kaldırılır
- İngiliz denizci pantolonlarından yola çıkılarak, bol kalıplı, kemerle kullanılan pantolonlar, Fransız devrimciler tarafından benimsenir ve burjuva tarzıyla ilişkilendirilen diz boyundaki binici pantolonlarının yerini alır
- Diz boyundaki binici pantolonları ve peruklar hızla demode olur

İmparatorluktan Romantik Döneme

- İngiliz binici tarzı giysiler çeşitlenir
- Kruvaze frak modeli ve pantolonlar ortaya çıkar
- Kısa "Spencer" ceketler ortaya çıkar
- "Stovepipe" adı verilen şapkalar silindir şapkalara dönüşür
- Kravat centilmenler için temel bir aksesuar haline gelir
- Beau Brummell İngiliz taşra tarzını centilmenlerin gardırobuna uyarlar ve bakımlı bir erkek olmanın kabul gören standartları toplumda yerleşmeye başlar

19. Yüzyıl

- Erkek giyime siyah, lacivert ve gri tonları başta olmak üzere giderek artan bir biçimde mat renkler hakim olmaya başlar
- 1830'lardaki daha yuvarlak hatlı takım elbise siluetinin bir parçası olarak, bel bölgesi için kullanılan erkek korseleri ve üst bacaklar için elyaf dolgular kısa bir süreliğine moda olur
- Frak ceketi, binici ceketi ve pantolon giyilmeye devam edilir
- Omuzdan büzgülü ve kabarık bir model olan "Gigot" kollar erkek paltolarında kullanılır
- Londra'daki Savile Row kuruluşu yeni terzilik teknikleri geliştirir
- Formel erkek giyiminde *Black tie* (semi-klasik) ve *white tie* (klasik) giyim kuralları yerleşir
- Kısa ve rahat ceketler *(lounge jacket)* günlük giyimin bir parçası haline gelir
- Binici ceketi kuyruklu frak ceketine dönüşür
- Denizci ceketi *(reefer)* modeli ortaya çıkar
- "Four in hand" tarzı bağlanmış kravatlar kullanılmaya başlanır
- Dikiş makineleri ortaya çıkar ve böylece erkek giysilerinin üretimi ve konfeksiyon kapasiteleri artar
- İngiliz spor modelleri Norfolk tarzı tüvit ceketler ve spor tüvit kumaşlardan kesilmiş rahat, gündelik ceketlerin ortaya çıkışıyla gelişmeye devam eder
- "Chesterfield" paltolar moda olur
- Örme kumaşlarla karıştırılmış iç çamaşırları giyilmeye başlanır







Ö Ö Ö "Tricorn" şapkalar yaygın olarak Barok döneminde kullanılıyordu.

Ö Ö Parma Dükü I. Felipe, Laurent Pécheux tarafından 18. yüzyılda yapılan bu portresinde İspanyol saray giysileri içerisinde görülüyor.

Ö Erkek giyimde klasik siyah giysiler 19. yüzyıl başlarında yerleşti.

20. Yüzyıl

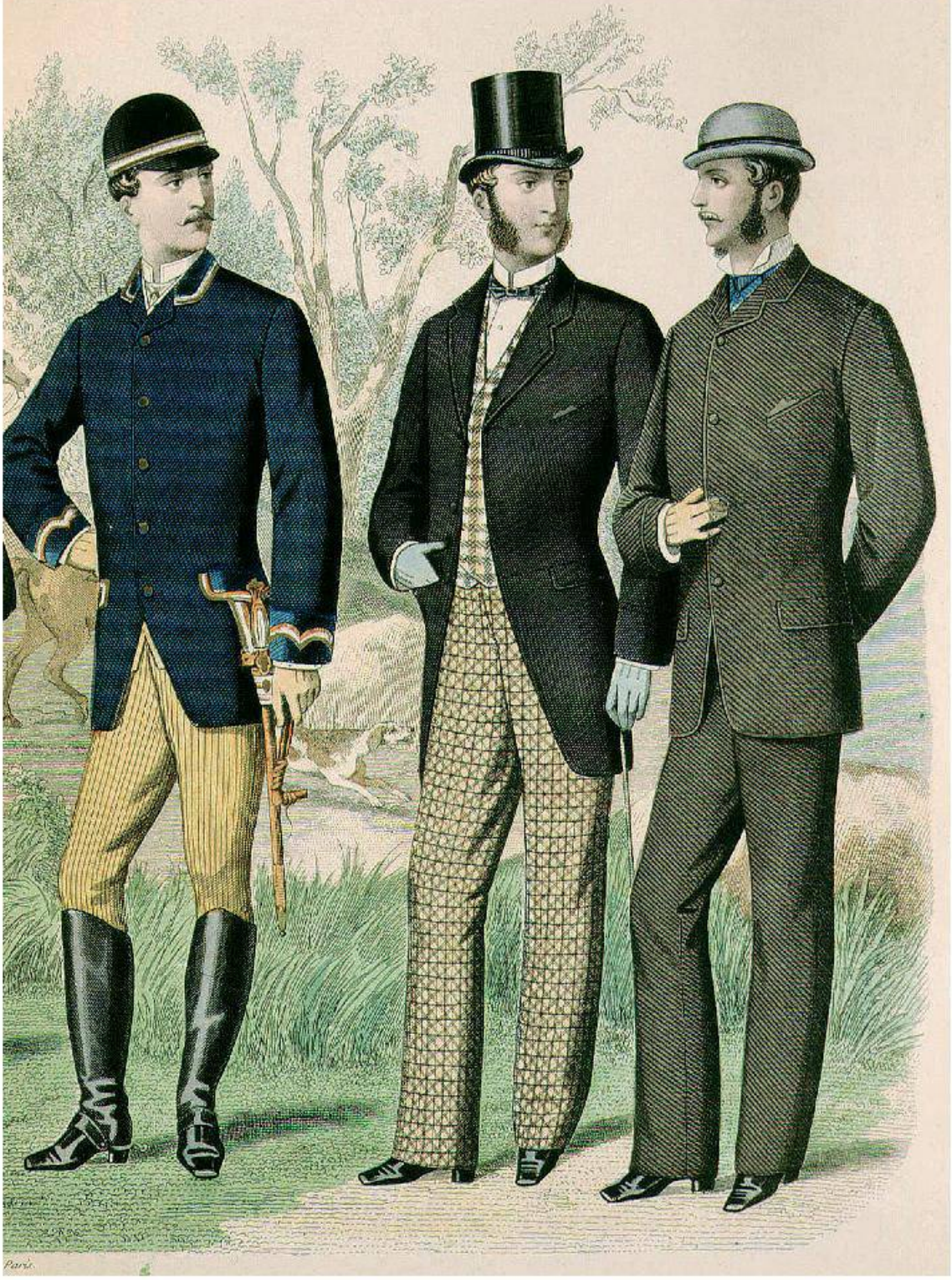
- Rahat, gündelik ceketler aynı kumaştan yapılmış pantolonlarla giyilir ve bu ofis takım elbiselerinin ilk temelini oluşturur
- Yüzyılın ilk on yılı içinde pantolonlarda ütü izi yapılmaya başlanır
- Formel giyim kuralları, küçük değişiklikler dışında, 19. yüzyılda yerleştiği biçimiyle kalır. Zaman zaman kısa *(spat)* ve uzun *(gaiter)* tozluklar eklenir
- Araba kullanımı yaygınlaştıkça erkekler için sürücü ve "duster" trençkot modelleri geliştirilir
- Askeri trençkot modeli sivil giyime uyarlanır
- Boxer şortlar erkek iç giyime girer
- Erkek takım elbisesinde Avrupa ve Amerikan tarzları kendi özgün kimliklerini geliştirir
- Moda tercihleri omuz kesimleri ve yaka tarzlarındaki çeşitliliğin yanı sıra monopeto ile kruvaze ceket ve takım elbiseler arasında gidip gelir
- Hazır giyim ve seri üretim giysiler erkek tüketiciler için daha kolay ulaşılabilir hale gelir
- Spor kumaşlardaki hızlı ilerlemeler, daha kolay kullanım ve yıkama özelliklerini de geliştirir
- Gençlik kültürünün artan etkisi sayesinde denim pantolonlar ve casual spor tarzı popülerleşir
- Kayak giysileri, aktif spor ve tekstil teknolojileri, erkeklerde spor giyim tarzının gelişmesini sağlar
- Popüler müzik ve medyanın etkisiyle, gündelik ve rahat erkek giyimin sınırları genişler
- Savile Row gibi, ısmarlama giyimin daha yerleşik kurumlarının yanı sıra erkek giyim tasarım markaları da pazarda güçlü bir yer edinmeye başlar
- Tekstil ve medya iletişimindeki gelişen teknolojiler, modern erkek giyimi geliştirmeye ve dönüştürmeye devam eder

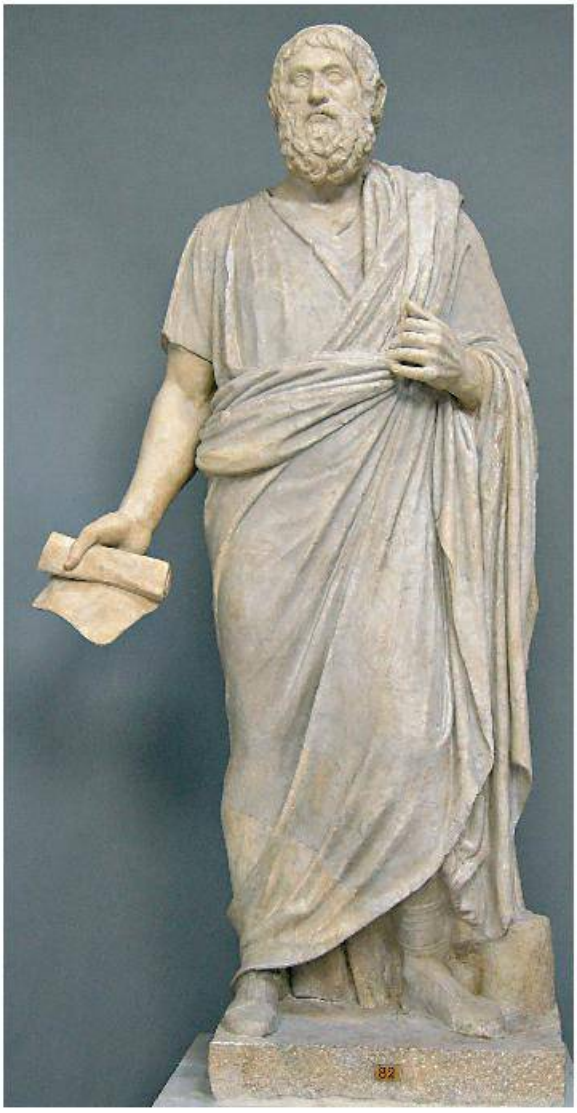
Bu bölüme amacına uygun olarak, erkek giyimi ve erkek giyim modası arasındaki farkı belirleyerek başlayacağız. Çünkü erkek giyim modası kavramı, genel olarak, ortaçağ sonlarına doğru yerleşen kraliyet giyim düzenini kapsamaktadır. Aslında erkek giysilerinde iki temel biçim ortaya çıkmıştır. İlki dökümlü tarzdaki erkek giysileri olup yaygın bir biçimde Antik Yunan, Roma ve Etrüsk Uygarlıkları ile ilişkilendirilir. Dökümlü modellerin karakteristik özelliği dikdörtgen, oval ya da hilal şeklindeki geniş kumaşların beden üzerinde düzenlenmesidir. Bu uzun kumaşlar katlanıp piliseler yapılarak, iğneler ve kemerler yardımıyla çeşitli biçimlerde bedene sarılırdı. Bu erken dönem giyinme biçiminde dokunmuş kumaşın tamamı kullanılır, hiç kumaş ziyan edilmezdi.

Erkek giyimin gelişimine esas teşkil eden ikinci giysi tipi ise "kesimle biçim verilen" veya "terzilik içeren" bir tarzdır. Erkek giysilerinin daha sonraki gelişimi genel olarak bu ikincil yaklaşıma mal edilse de, kökeni insanoğlunun hayvan postlarını kendi bedenine göre biçimlendirmeye yönelik ilk girişimlerine kadar gidebilir. Hayvan postlarının birbirinden farklı ölçü, doku ve şekillerde olması, insan bedenini örtmek veya süslemek için bunları farklı biçimlerde kullanmayı gerektiriyordu. Dökümlü ve erken dönem kesimli modellerin gelişimi, yerel âdetler ve uygulamaların yanı sıra, belirli bir coğrafi bölgenin imkânlarına ya da yerel kaynak ve teknolojilerine göre de farklılık göstermekteydi.



O Temmuz 1880, tarihli bir Fransız moda dergisinden erkekler için spor kostümler.





Yunanlarda harmani giysisi, Yunan filozof Sofokles'in bu heykelinde de görüldüğü gibi, statüyü temsil etmekteydi ve üst sınıftan erkekler tarafından giyilirdi.

İş ve statü

Erkek giysisinin en karakteristik özellikleri, erkek giyim ve giysi tarzlarının gelişiminde çok büyük etkisi olan, erkeğin işi ve statüsü tarafından belirlenir. Giyinmek hem pratik bir amaca hizmet eder hem de estetik bir rol üstlenir. Çağlar boyunca erkek giyimi belirleyen temel prensiplerden biri de, giysinin cinsiyet, sosyal statü ve kültürel bakımdan kim olduğumuzu anlatıyor olmasıdır.

Çoğunlukla Antik Yunanlar ve Romalılarla ilişkilendirilen erken dönem erkek giyim tarzlarını birbirinden ayırt etmek, başlangıçta neredeyse imkânsızdı; bununla beraber, aralarında pek çok ince ve önemli farklılıklar vardı. Yunan erkek giysileri dökümler, katlar ve pileleriyle genel olarak bu ikisi arasında daha estetik ve artistik olanıydı; Yunanların erkek bedeni ve çıplaklığa daha rahat bir yaklaşımı vardı. Bir erkeğin statüsü, bedenini saran bir harmani ya da kiton tünik giymesinden anlaşılırdı. Daha kısa olan "exomis" tünikler ise, alt sınıftan erkekler ve köleler tarafından giyilirdi. Yüz kılları dahil olmak üzere saçlar da, bir erkeğin sosyal durum ve mevkisini anlatan bir diğer önemli göstergeydi.



Pontifex Maximus Augustus'un toga giymiş heykeli.

Etrüsklerden etkilenerek gelişen Romalı erkeğin giyimi, Antik Yunan'dan daha sınıf temelli ve sistemliydi. Roma toplumunun, kendi vatandaşlarıyla yabancılar arasındaki –son derece organize bir yönetim ve kurallar sistemine dayalı– biçimsel farklılıkları yansıtıyordu. Romalı togası, bunun, antik dünyadaki diğer giysi tiplerinin tümünden daha fazla cisimleşmiş bir haliydi. Giysilerle ilgili sıkı kurallar, imparator da dahil olmak üzere, bir erkeğin soyluluk (sosyal) durumu ve rütbesine göre belirlenirdi. Toganın rengi, bordürü (buna *praetexta* denirdi) ve kumaşının bir anlamı vardı. Sonuç olarak, Romalı togası zaman içinde seremoni kostümlerinin bir parçasına dönüştü.



Çağlar boyu erkek giyim

Tüketimi sınırlayıcı kanunlar

Erkek giyimin en ilginç yönlerinden biri de, çağlar boyunca tüketimi sınırlayıcı kanunlardan yaygın bir biçimde etkilenmiş olmasıdır. Esasında bu kanunlar, hem sosyal hiyerarşileri, hem de giyim, dekorasyon ve lüks tüketime getirilen kısıtlamalar yoluyla ahlâki algıları belirlemiş ve pekiştirmiştir. Ortaçağda çıkarılan ve 17. yüzyıla dek görece yaygın kullanılan tüketimi sınırlayan kanunlar, sınıf farklılıkları ile mal varlığının desteklenmesi ve korunmasının bir aracı haline geldi.

Giysilerle ilgili düzenlemeler, Romalılarda hayatın gereklerinden biriydi; (kraliyet) morunun kullanımının sınırlanması ise bunların içinde belki de en dikkat çekici olanıdır. Mor renkli dokumaların giyilmesinin yüksek rütbeli Romalılar ve bizzat imparatorun kendisiyle sınırlanması, bunu doğrudan bir statü sembolü haline getiriyordu. Söz konusu kanunlar, devletin fiyatları ve ithal malların miktarını kontrol altında tuttuğu, esnaf loncaları vasıtasıyla yerli üretimi düzenlediği Bizans İmparatorluğu boyunca da geçerliliğini sürdürmüştür. İpek dokumacılığı MS 550 civarında Avrupa'ya gelince ipek üretimi devlet tekeline girmiş ve ipeğin kullanımı, saray mensupları, ruhban sınıf ve en varlıklı vatandaşlar için yapılan gösterişli nakışlar ve giysilerle sınırlandırılmıştır.

Harcamalarla ilgili kanunlar, kendi kraliyet çevresine giyim standartları getiren Kral VIII. Henry hükümdarlığındaki Tudor İngilteresi'nin de süregelen bir özelliği olarak kalmıştır. VIII. Henry'nin heybetli bir görünümü ve zamanının başlıca iki Avrupalı gücünü teşkil eden Fransa ve Kutsal Roma İmparatorluğu ile yarışma arzusu vardı. Bu, Henry ve Fransız Kralı I. Francis'in 1520 deki, "Altın Giysiler Tarlası" olarak anılan ve karşılıklı, zenginliğin gösterişçi bir biçimde sunulmasından başka bir şey olmayan buluşmalarında doruğa ulaşmıştır. Daha sonra 1574'te, İngiltere Kraliçesi I. Elizabeth erkeklere mor renkli ipek, altın dokumalardan yapılmış giysiler ve samur kürkün yasaklanmasını da içeren bir dizi kısıtlayıcı kanun getirdi: "Bunları yalnızca kral, kraliçe, kralın annesi, çocukları, erkek ve kız kardeşleri, amca ve teyzeleri giyebilir ve dükler, markiler ve kontlar hariçtir, ki onlar da iç yeleği *(doublet)*, deri yelek *(jerkin)*, pelerin *(cloak)*, cübbe *(gown)*, külotlu çorap *(hose)* ve diz bağı *(garter)* giyebilir, mor rengi yalnızca pelerinlerinde kullanabilirler." Giyim kuralları, Avrupa kraliyet çevrelerinde bir ayrıcalık olarak kaldı ve devamlılığı da lonca sistemiyle sağlandı.

Kral VIII. Henry'nin bu portresi Kuzey Rönesansı'nın geniş ve kat kat bir siluet ve dekoratif kesiklerden oluşan erkek giyim tarzını vurgulamaktadır.

Asilzade giyimi

Saraylı giyiminin izlerinin antik dünya uygarlıklarına, bilhassa eski Mısır firavun krallarının hanedanlarına kadar gitse de ortaçağa gelinceye kadar "moda" sözcüğü henüz müşterek bir tarzı tanımlamak için kullanılmamıştı. O dönemlerde giyim modası kraliyet çevrelerince, hem kralın kendisi hem de soylular hiyerarşisi tarafından belirlenmekteydi. "Modaya uymak" giderek bir kişinin sosyal sınıf ve itibarını ifade edecek şekilde giyinmesi ve buna uygun davranması anlamına gelir oldu.

Ortaçağın erkek egemen toplumlarında, erkek giyim modası zengin kumaşlar, gözalıcı renkler ve abartılı detaylarla karakterize edilmiştir. Avrupalı tekstilciler, daha önce Doğu'dan ithal edilen saf ipek ve brokar üretiminde zamanla çok daha vasıflı bir duruma geldiler. Bu dönem ayrıca vücudu saran ve bedenin üst kısmını *(torso)* vurgulayacak şekilde kesilmiş, bedeni daha biçimli göstermeye yönelik erkek giysilerinin gelişimine de tanıklık etmiştir.

15. yüzyıl boyunca Kuzey Avrupa'daki erkek giyim tarzları, zamanın en şık ve müsrif saltanatı olan Burgonya Hanedanlığı'ndan fazlasıyla etkilenmiştir. Burgonya iktidarının 1477'de sona erişinin bile erkek giyime etkisi olmuştur: İsviçreli askerlerle Alman paralı askerler savaş alanında gördükleri kumaşların zenginliğinden hayrete düşerek, bunlardan kestikleri parçaları kendi giysilerindeki yırtık kısımlara yerleştirmişlerdi. Bu durum İngiltere Kralı VIII. Henry'nin hükümdarlığı boyunca geçerli olan saltanat modasının ortaya çıkışına neden olmuştur.

Gösterişli saltanat giyiminin yapısı ve kuralları, sonraki yüzyıllar boyunca erkek giyiminin bir özelliği olarak kaldı. 16. yüzyıl, İspanyol saltanat modasının yükselişine ve erkekler için çarpıcı beyaz, fırfırlı bir yakayla dengelenen "yalın siyah" modasının başlamasına işaret eder. Daha sonraları Fransa, Avrupa'nın önde gelen gücü olmaya başlayınca, Kral XIV. Louis'nin zengin saltanat giyim tarzı Avrupa'daki diğer hanedanlık çevrelerine yayıldı.

18. yüzyıl sonlarında Fransız Devrimi modaya uygun erkek giyimi belirleyen bu yerleşik saltanat sistemini yıktı: Giysi ve kumaş loncaları lağvedildi ve Fransa'nın tüketimi sınırlayıcı kanunları yürürlükten kaldırıldı. Napolyon Bonapart daha sonraları klasik dönem saltanat sistemini yeniden hayata geçirdi. Fakat Avrupa hanedanlıkları artık bir nüfuz yarışı içindeydiler ve asilzade giyimi askeri çağrışımlardan esinlenen, daha törensel bir tarza dönüşmüştü.



"Doublet" adı verilen yelek üstüne giyilmiş pelerin ve içi doldurulmuş külotlu çoraptan oluşan bu giyim örneğinde de görüldüğü gibi, 16. yüzyıl asilzadeleri kolalanmış malzemelerin kullanıldığı, detaylı giysiler giyiyorlardı.



İkon: Galler Prensi Edward

Windsor Dükü ve 1936'da Wallis Simpson'la evlenebilmek için tahttan feragat etmeden önce kısa bir süreliğine Kral VIII. Edward olarak da anılan Edward, hayatının erken dönemlerinde erkek giyimde bir moda öncüsüydü. Galler Prensi olarak kişisel tarzı ve kusursuz zevki onu bir stil ikonuna dönüştürmüştü. Golf oynarken giydiği "plus four" pantolonları ve kendi adını taşıyan Glen (Prince de Galles) ekoseleri popüler hale getirmiştir. Bu ekose deseninin kullanıldığı gündelik takım elbiseler, onun sayesinde kabul gören bir erkek kıyafeti oldu.

"Giysilerin hiçbir zaman benim saplantım olduğu sanılmasın. Daha ziyade, şartların getirdiği zorunluluk ve yetiştiriliş tarzım, giyim konusunda bilinçli olmamı sağladı. Galler Prensi olarak mevkim daima iyi ve olası her duruma uygun giyinmemi emrediyordu."
VIII. Edward

Tüccar giysileri

Tüccarlar ve ticaretle uğraşan sınıflar arasında yerleşmiş bir giyinme biçimi olan tüccar giysileri kraliyet sisteminin katı kuralları dışında gelişmiştir. Sanayi Devrimi'nin başlaması ve Avrupa ve Kuzey Amerika'da belirgin bir orta sınıf nüfusunun yükselişiyle giderek artan bir kabul görmüştür.

18. yüzyıl sonlarındaki Fransız Devrimi'nin, erkek giyim tarzları üzerinde günümüzde hâlâ süregelen derin bir etkisi olmuştur. En büyük etkilerinden biri de bol süsleme ve gözalıcı renkler içeren gösterişli bir giyim tarzından uzaklaşılmasıdır. Devrimin "terör saltanatı" adı verilen döneminde renkli ve "moda" giyinmek son derece tehlikeliydi ve süslemelerin terk edilişi ve sadeliğe yönelme kaçınılmaz olmuştu. Bu dönemde İngiliz denizci pantolonları erkekler tarafından yeni bir tarz olarak benimsendi ve sıradan, çalışan erkeği temsil etmesi bakımından bu model, çabucak politik başkaldırının sembolü oldu. Bu dönem ayrıca lacivertler, siyahlar ve kahverengilerin hâkim olduğu bir renk paletiyle erkek giyim kurallarında bir sadeleşmenin de başlangıcına işaret eder. Daha da önemlisi, dönemin sosyal atmosferine paralel olarak, erkekler giyinip kuşanmanın ifade ettiğinden daha "ciddi" meselelere yönelmeye teşvik edildiler ve erkek giyim bu yeni, hızla endüstrileşen toplumun kısıtlayıcı, ağırbaşlı havasına uyum sağlamakta gecikmedi.



George Clint tarafından yapılmış, 19. yüzyıla ait bir centilmen portresi.

19. yüzyıl İngilteresi'nde erkek giyim, taşra yaşamından giderek daha fazla etkilenmekteydi. Taşra yaşam tarzının kökeni ise toprak sahiplerine dayanıyor ve onların ata binme, avcılık gibi kırsal aktivitelere olan ilgisini yansıtıyordu. Erkek kıyafetleri genellikle deri binici çizmeleri ve oğlak derisi eldivenler gibi detaylarla tamamlanıyordu. Redingot (*riding coat*), kuyruklu ceket ve frak ceketi de dahil olmak üzere pek çok özel kesimli modelin yanı sıra net, yüksek yakalar ve kravatlar da kullanılmaya başlandı. Tüm bu giysiler o zamandan bu yana gelişerek bir erkeğin gardrobunun temel parçaları haline geldiler.

Askeri giysilerin ilk ortaya çıkışı savaşın gerçekçi doğasıyla ilgiliydi. Bu, zırhın pek çok farklı formunun ortaya çıkmasına yol açmıştır. Bunların arasında gömlek ya da "hauberk" adı verilen yelek biçiminde olup birbirine geçmeli metal halkalardan yapılmış örme zırhların yanı sıra, kökleri antik dünyaya dayanan ve genel olarak ortaçağ silahşör şövalyeleriyle ilişkilendirebileceğimiz plaka zırhlar da vardı. Bunlar bronz bir göğüslükten oluşan levha formundan bütün bedeni kaplayan eklemli (parçalı) zırhlara dönüşmüştür. Askeri zırhların başka bir antik formu olan pullu zırhlar, en erken dönemlerde kullanılan sertleştirilmiş deri ve hayvan postundan geliştirilmiştir. Bu tip zırhlar, deri ya da metal gibi koruyucu bir malzemeden oluşan pulları kanvas ya da deriye dikerek yapılırdı. Bazen iki ya da daha fazla zırh bir arada, dar ve bir dolgu malzemesiyle takviyelenmiş kolsuz bir iç ceketin üstüne giyilirdi.

Rütbeleri birbirinden ayırarak disiplini sağlama ihtiyacı, askeri giysilerin de buna göre biçimlenmesine yol açmıştır. Böylece askeri giysiler işlevselliğin ötesine geçerek gözle görülür bir estetik ve "gösterişli" bir görünüm kazanmış, bunun sonucu olarak da çağlar boyu erkek giyimindeki çeşitli tarzları etkilemiştir.







O 1620'lerde İngiliz piyadelerinin giydiği, kolları gümüşten örülmüş öküz derisi ceket.

O Militer giyim sokak modasında yeniden keşfedilip yorumlanmıştır.

O Ortaçağda Fransız askerleri, A. Racinet'nin *Historical Costumes* (Tarihi Kostümler) kitabından, 1888.



Denizci ceketi *(reefer)*

Denizci ceketleri esasen denizci kıyafetlerinin bir parçası olarak geliştirilmiş olup çetin hava şartlarıyla mücadele etmek üzere tasarlanmıştı. Deniz subayları baldırın alt kısmına kadar inen daha uzun paltolar giyerken denizcilerinki onlara daha rahat manevra olanağı sağlayan biraz daha kısa ceketlerdi. Bu kruvaze denizci ceketleri koyu lacivert veya siyah renkte, melton adı verilen ağır yünlü bir kumaştan yapılır ve geleneksel olarak çapalı düğmelerle süslenirdi. Klasik denizci ceketi popüler bir moda ürünü olmasının yanı sıra bir erkek giyim klasiği olarak yerleşmiştir. Çoğunlukla orduya ait üretim fazlası satan dükkânlarda bulunabilen otantik denizci ceketleri, çeşitli erkek giyim tarzlarına uyum sağlayarak geniş bir kullanım alanına kavuşmuştur.



Çoban kaban *(duffel)*

Bu kaban aslında "duffle" adı verilen kaba, yünlü bir kumaştan yapılan, kapüşonlu ve karakteristik tek sıra kancalı kemik ya da ahşap düğmeleriyle *(toggle)* özgün bir ceket modelidir. Birinci ve İkinci Dünya Savaşları arasında Kraliyet Donanması tarafından benimsenmiş olup sonradan subayların ihtiyaçlarına uygun değişiklikler yapılmıştır. Kalın yünlü kumaş doğa şartlarına karşı koruma sağlarken kancalı düğmeler ise kaba eldivenlerle bile açılabilmekteydi. Dizüstü boydaki bu kabanların iki geniş yama cebi ve ıslanmaya karşı koruması için omuzların üstünde fazladan bir kumaş parçası bulunur. Militer çağrışımı ve mütevazı geçmişine karşılık çoban kabanlar erkek gardırobunun klasik bir parçası haline gelmiştir.

Terziliğin kökenleri

Erkek giyimin sürekli bir deneme ve yaratım süreci vasıtasıyla erken dönemdeki teknolojik gelişimi, büyük ölçüde militer giysilerle olmuştur. Ortaçağın en önemli gelişmelerinden biri, dolgu tekniğiyle daha incelikli bir yöntem olan kapitone tekniklerindeki ilerlemelerdir. Bu tekniklerin şekil verilmiş kanvas kumaş veya deriye uygulanmasıyla "gambeson" adı verilen ceket ortaya çıkmıştır. Zırh giyilmesi ve bedenin üst kısmının yara ve berelerden korunması gerekliliği ayrıca "gipon" adı verilen kolsuz bir içlik giysinin geliştirilmesine yol açtı. "Gipon" her iki yandan bağcıklı ve dar kesimli bir giysiydi. Bedenin korunmasına verilen önem nedeniyle kollar ana giysiye "uç" denilen bağcıklarla ayrıca bağlanıyordu.

Ceket modellerindeki bu gözle görülür gelişmeler, 16. yüzyılda askeri ve sivil giysilerde daha kısa kalıplı "doublet" ceketlerin ve askerler için daha uzun, kaba süetten yapılma öküz derisinden ceketlerin ortaya çıkışıyla varlığını sürdürdü. Böylece militer tarzlar sivil erkek giyim modası üstünde güçlü bir etki yaratmaya başlarken, daha sofistike kalıp ve dikiş tekniklerinin de gelişmesini sağladı.

Militer ve sivil tarzlar arasındaki bu sinerji, 17. yüzyıldaki Barok Dönemi'nde özellikle belirgin hale geldi ve erkek giyim tarzları militer giyimin etkisinde kaldı. Papaz cübbesi şeklindeki pelerinler *(cassock)* ve dar deri yelekler *(jerkin)*, kısa binici pantolonları ve modaya uygun topuklu ve mahmuzlu geyik derisi botlarla giyiliyordu. Bütün bunlar etek ve kollarda bolca kullanılan dantellerle tamamlanıyordu. 17. yüzyılın ortalarında, İngiliz İç Savaşı ile ihtiyacın büyüklüğüne göre yer değiştirebilen yeni bir profesyonel asker tipi ortaya çıktı. Bu, militer giysi ve geleneklere, bugün çoğumuzun aşina olduğu daha organize bir yaklaşımın başlangıcına işaret eder.

18. yüzyıl, Avrupa'nın başlıca güçleri arasında yeni bir askeri ve ticari rekabet çağının habercisi olmuştur. Askeri giysiler, kesim ve kalıp bakımından sivil kıyafetlerle kıyaslanabilir olsa da, sivil giyimden sistematik bir sınıflandırma ve göze çarpan militer şeritlerle ayrılmıştı. Askeri üniformanın temeli, her bir askerin kimliğini ve ait olduğu birliği tanımlayan, militer düğmeler, zıt renklerden oluşan sırmalar, şerit ve kol manşetleriyle süslenmiş askeri alay ceketleriydi ve bunlar, 19. yüzyılın başlarından itibaren giderek daha detaylı ve süslü oldular.



Kruvaze blazer

18. yüzyılda subay ve denizcilerin sahil kıyafeti olarak, altın düğmeli lacivert ceket giymesi standart bir uygulamaydı. Blazer terimi, HMS Blazer adındaki İngiliz fırkateynden gelmektedir. Kaptanın Kraliçe Victoria'nın gemiye yapacağı ziyarete hazırlık olarak, gemi personeline özel dikim giysiler yaptırdığı söylenir. Günümüzde lacivert blazer erkek giyimin klasik bir parçasıdır. Karakteristik üst yakasıyla terzi dikimi kruvaze blazer modeline sivil giyimde daha fazla renk ilave olmuştur ve yaygın olarak yünlü flannel, *worsted* (yüksek bükümlü diğer bir yünlü kumaş) ve *serge* (yünlü twill kumaş) kullanılmaktadır. Militer çağrışımlı düğmelerin süslediği bu ikonik parçanın, bir erkeğin gardırobunda klasik ve spor giyim arasında, kendine özel bir yeri vardır.



"British Warm"

Bu klasik İngiliz modeli, Birinci Dünya Savaşı sırasında subaylar tarafından giyilen askeri bir paltodur. Kruvaze palto modeli, pensler ve dikiş işçiliği ile göze çarpar. Karakteristik özellikleri apoletleri ve deri düğmeleridir. Uçları sivri formdaki yakaları, fileto cepler ve göğüsteki cüzdan cebi tamamlar. Diz boyundaki "British Warm" modeli, genellikle *melton* yünlü kumaştan ya da ağır *cavalry twill* kumaştan dikilir ve arka ortasında yırtmacı vardır.



Burberry

Thomas Burberry adında genç bir İngiliz manifaturacı tarafından, 1856'da kurulan bu lüks İngiliz markası, en çok özgün ekose deseni ve hem kadın hem de erkekler için ürettiği trençkotlarıyla tanınmıştır. Thomas Burberry, 19. yüzyılda icat edip tanıttığı nefes alabilen, su geçirmez bir kalite olan gabardin kumaşıyla bilinir. Burberry kısa zamanda Antartika ve Everest Dağı gibi zorlu hava şartlarının hüküm sürdüğü yerlere yapılan keşif gezilerinin ekipmanlarını sağlamakla ünlendi. İngiliz Savaş Bakanlığı'nın 1914'de verdiği bir sipariş, apoletler, rüzgâr klapası ve "D" biçimindeki halkalarla tamamlanan klasik erkek trençkotunun ortaya çıkıp gelişmesini sağladı.

Burberry imzası niteliğindeki trençkotları, çağdaş erkek giyim koleksiyonlarında güncellemeyi sürdürmektedir.



Tören giysileri

18. ve 19. yüzyıllara gelindiğinde artık savaşlarda ateşli silahlar yaygın biçimde kullanılmaktaydı ve üniformaların koruma işlevi daha az önemli hale gelmişti. Süslü askeri giysiler ve işlemeli üniformalar, askeri geçit törenleri ve cenaze merasimleri gibi olayların resmi kiyafetleri olarak yerleşmişti. Kılıç ve kılıç kayışı, tüylü şapkalar ve kurdeleden kuşaklar gibi tarihsel askeri giysi ya da aksesuarlar, merasimler ve devlet törenleri için benimsenmişti. Günümüzde bile tarihsel denilebilecek askeri giysiler karakteristik olarak gelenek, istikrar ve otoriteyi ifade etmek üzere giyilmektedir.

Benzer şekilde resmi daireler, belediyeler ve akademik ortamlarda cübbe giyilmesi, köken ve devamlılığı göstermesi bakımından erkek giyimin gelişim sürecinin önemli bir özelliğidir. Örneğin İngiltere'de Yüksek Mahkeme yargıçları hâlâ yere kadar uzanan ve beyaz kürk şeritlerle süslenmiş kırmızı mantolar ve çelik tokalı siyah rugan ayakkabılarla uyumlu külotlu çorapların üstüne, binici pantolonları giymektedir.

Geleneksel İskoç giysilerinden olan bir gaydacının simgesel kostümü, tören giysilerinin içinde özellikle özgün bir tarzdır. Uzun tüylü bir kep, militer tarzda şeritli bir "doublet" ceket ya da gömlek, bir klan broşu, at kılından bir çantayla giyilen ve "kilt" adı verilen tartan veya ekose desenli bir etek, külotlu çoraplar, tozluk ya da baklavalı çoraplar ve uzun bağcıklı İskoç ayakkabılarıyla *(ghillie brogues)* karakterize edilen bu saygın tören kostümü, çağlar boyunca kraliyetin tercihi olmuştur.

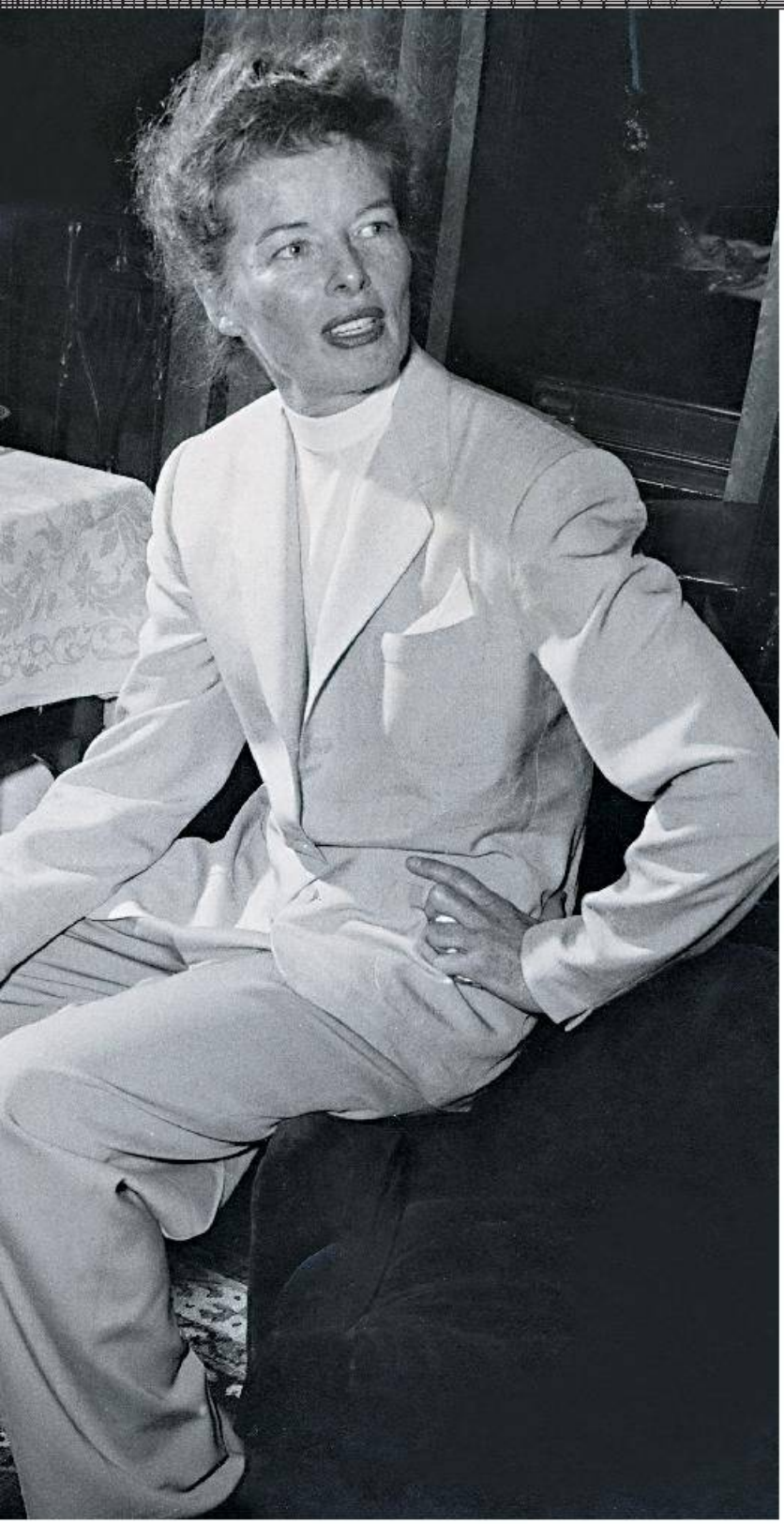
Her türlü biçimiyle askeri üniformalar, sokak giyim tarzı tarafından benimsenip uyarlanmasının yanı sıra, kadın ve erkek giyim modasını her zaman etkilemeye devam edecektir.

19. yüzyıla ait, Meksika Devlet Başkanı Porfirio Díaz'in askeri üniformalı portresi.

Erkek giyimin gelenek ve kuralları, zamanla erkek giyim tarzlarının yerleşmesini ve genellikle kadın giyimle ilişkilendirdiğimiz bazı aşırılıkların giderilmesini sağlamıştır. Böylece Birinci Dünya Savaşı sırasında askerler için özel olarak tasarlanan, dayanıklı gabardin kumaşından yapılmış askeri trençkot gibi erkek giyim klasiklerinin yaratılmasına yol açmıştır. Trençkot ikonik bir giyim eşyası olarak, hem erkek hem de kadın giyime uyarlanan çağdaş bir moda klasiğine dönüşmüştür.

Çağdaş kadın giyim koleksiyonları, erkek giysilerinden alınan işlevsel detayları kullanmanın yanı sıra, sık sık erkek giyimdeki tarzlar veya klasik parçalardan yararlanır. Bu bazen smokin (*tuxedo*) ceketi örneğinde olduğu gibi bir erkek giysisini doğrudan alıp kadın giyime uyarlayarak olabilir; bazen de geleneksel tüvit ya da ince çizgili *(pinstripe)* kumaşları, safari cep gibi erkek giyime özgü detayları kullanmak şeklinde olabilir.





Katharine Hepburn'un özgür ruhu ve kişisel tarzı, takım elbise giymeye olan düşkünlüğü de dahil olmak üzere, büyük ölçüde erkek giyimden alınmıştır.





Maskülen esintiler Chloe'nin Sonbahar/Kış 2010 sezonu da dahil, pek çok kadın giyim koleksiyonunda tekrarlanan bir özellik olmuştur.

Androjen çağrışımlar

Bazı tasarımcıların daha önceleri, 1960'lar ve 70'lerde üniseks giysiler yaratma çabalarına rağmen kadın ve erkek giysileri tarihsel olarak oran, siluet ve hatlardaki sürekli gelişmeler vasıtasıyla birbirlerinden ayrılmıştır. Modanın sosyal kalıplar ve cinsiyet rollerinin pekiştirilmesindeki rolü, çağlar boyunca düzgün bir biçimde belgelenmiştir. Bununla beraber Coco Chanel gibi 20. yüzyıl tasarımcıları kadın giyimi geliştirmek amacıyla erkek giyimi gözlemlemişlerdir. Coco Chanel yalnızca jarseyi kadınlar için bir dış giyime dönüştürmekle kalmamış; "garçonne" ya da oğlansı bir görünümde yarattığı farklı androjen siluetle kibar çevreleri şoka uğratmıştır.

Androjenlik modanın karmaşık görsel tarihi içerisinde sürekli yinelenen bir tema olmuştur ve bugün de moda tasarımcılarını motive etmeye, onlar için bir esin kaynağı olmaya devam eder. Popüler müzik, spor ve sokak tarzı gibi kültürel kaynakların da modanın bu sıra dışı alanına katkısı olmuştur. 2002 yılında, Londra'daki Victoria & Albert Müzesi "Etekli Adamlar" adlı bir sergiye ev sahipliği yaptı. Sergi, drapeli giysiler giyen erkeğin çeşitli tarihsel örneklerinin izini sürerken, "erkekler için etekler"i yeniden keşfetme girişimiyle çağdaş erkek giyimin alışılagelmiş kural ve sınırlarını zorlamaktaydı.



İkon: David Bowie

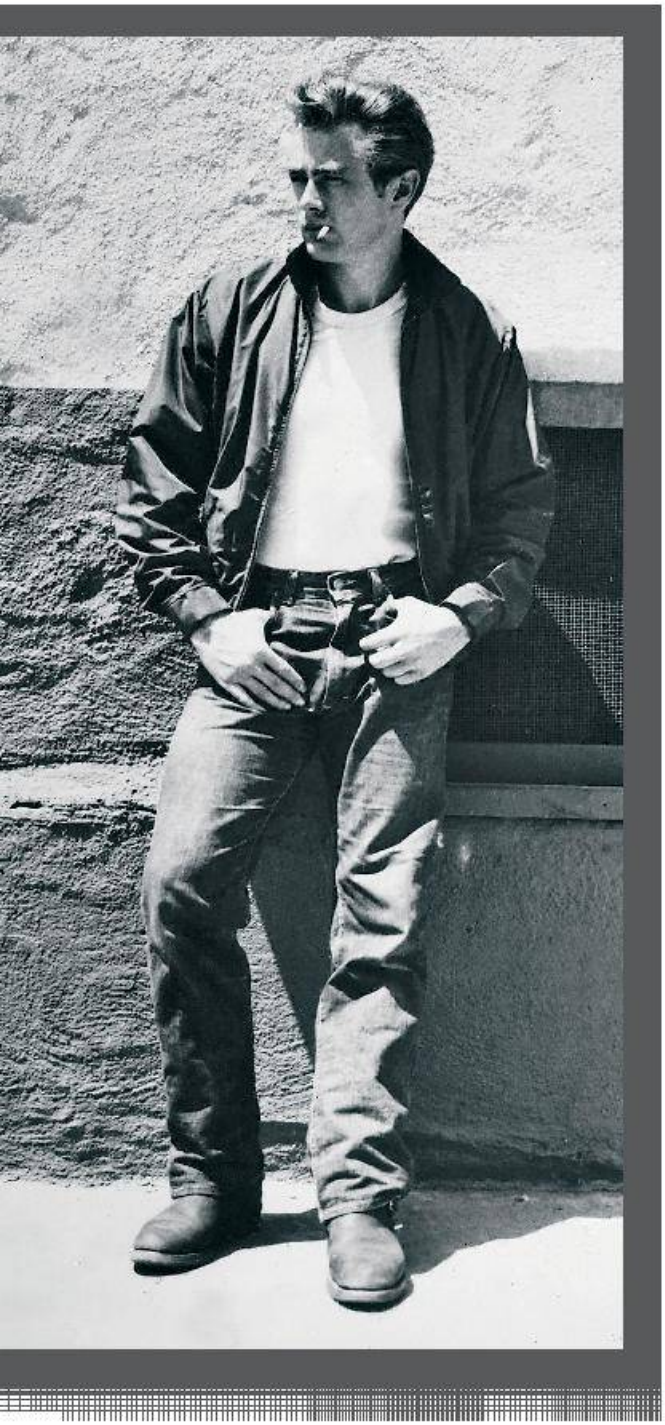
David Bowie, kariyeri ve müzikal alandaki etkisi yıllardır devam eden çok yetenekli bir müzisyen, oyuncu ve yapımcıdır. İnce fiziği ve bir bukalemun gibi değişebilme becerisi onu bir moda öncüsü haline getirmiş, yıllar boyunca mod akımından 70'lerdeki glam rock dönemine ve daha sonraları benimsediği soul ve techno tarzlarına dek, çeşitli görünümleri büyük bir beceriyle harmanlamayı başarmıştır. 1980'lerde, İngiltere'de ortaya çıkan "Yeni Romantik" akımını da etkilemekle beraber, Bowie'nin müzikal kariyeri boyunca hafızalarda en çok yer eden görünümü 70'lerdeki androjen sahne karakteri Ziggy Stardust olmuştur. Bowie gençlik dolu görüntüsünü hâlâ korumakta ve inandırıcı bir kişisel tarzı yansıtmayı sürdürmektedir.

Erkek giyimin dönüşüm ve gelişiminde, özellikle popüler kültür ve tüketici hareketinin yükselişe geçtiği 20. yüzyıl boyunca, film, müzik ve medyanın bir arada kayda değer bir etkisi olmuştur. 20. yüzyıl ayrıca, yüzyıllar boyunca erkek giyime hakim olan bazı eski giyim "kurallarında" kademeli bir rahatlamaya da tanıklık etmiştir. Değişim dürtüsünü çoğunlukla spor ve dinlenme aktivitelerinin yanı sıra daha geniş bir kitleye ulaşabilen müzikal gelenekler de getirmiştir. Travmatik Birinci Dünya Savaşı yıllarının ardından Avrupa ve Amerika değişimi kucaklamaya hazırdı. Amerikan Hollywood filmlerinin popülerliğinin artması, erkek giyimin gelişimi ve daha rahat bir giyim tarzının geniş kitleler tarafından kabul görmesi bakımından özellikle önem taşıyordu. Sınıfsal bir anlam taşıyan frak resmi ortamlarda giyilen şık bir giysi olarak kalırken, Amerikan gündelik takım elbisesinin popüleritesi artıyordu.

İkon: James Dean

James Dean, "Asi Gençlik" adlı meşhur filmde oynadıktan sonra artık tartışmasız bir "Asi Genç" haline gelmişti. Vakitsiz ölümü gençliğinin baharında, henüz 24 yaşındayken bir trafik kazasıyla oldu. Bu kadar genç yaşta ölmesi Dean'in bir efsaneye dönüştürürken, kaçınılmaz olarak savaş sonrası genç kuşağın ortaya çıkışı ve bu muhalif gençliğin kaygılarıyla ilişkilendirildi. Dean blucinin popülerleşmesini sağladı ve bir jenerasyonun genç görünümünde belirleyici oldu.





Film

Hollywood'un, tıpkı kadın modasına olduğu gibi, Clark Gable, Fred Astaire, Gary Cooper ve Cary Grant gibi ekran ikonları sayesinde erkek giyim tarzlarının da belirlenmesi ve yeniden tanımlanmasına katkısı olmuştur. Hollywood ayrıca Amerikan kovboy ve gangster çetelerinin tarzlarının Avrupalı izleyicilere tanıtılması rolünü de üstlenmişti. Yeni nesil genç asiler, kısa zamanda ekranlarda giydikleri Levis 501 blucini popüler hale getiren sinema ikonları James Dean ve Marlon Brando'yu takip etmeye başladılar. Film medyası erkek giyim tarzlarını perdede göstermeyi sürdürürken yalnızca dönemin atmosferini yansıtmıyor, aynı zamanda perakendecileri, tasarımcıları ve tüketicileri etkileyen trendleri de belirliyordu.1980'lerin başlarında İtalyan tasarımcı Giorgio Armani "Amerikan Jigolo" filmi için başroldeki Richard Gere'in kostümlerini tasarlayarak kendisini ABD'de kabul ettirmiş ve iyi kesimli İtalyan takım elbiseleriyle bir erkek jenerasyonunu etkilemiştir. 80'lerin televizyon dizisi "Miami Vice", bol kesimli ve pastel tonlardaki ceketlerle zamanın ruhunu yakalamıştı. Günümüzde de Brad Pitt ve Johnny Depp gibi oyuncular hem ekranlardaki, hem de özel hayatlarındaki tarzlarıyla erkek giyimi etkilemeye devam etmektedir.



İkon: Brad Pitt

Brad Pitt, Ridley Scott'un 1991 yapımı yol filmi "Thelma & Louise"deki ince yapılı serseri kovboy rolüyle kısa zamanda geniş kitleler tarafından tanındıktan sonra, medyanın da desteğiyle hızla bir seks sembolüne dönüştü ve diğer erkeklerin cool kişiliğine, rahat cazibesine ve yakışıklılığına öykündüğü biri oldu. Art arda gelen filmler, Pitt'i duruma ve modaya göre değişebilen stiliyle modern erkeğin simgelerinden biri haline getirdi. Görünüşünü ve tarzını gündelik ve spordan, resmi ortamlar ve kırmızı halı törenlerine adapte edebilme becerisi, onun çağdaş erkek giyimin ikonografisindeki yerini kesinleştirmiştir.

Medya

1980'ler ayrıca *GQ, I-D, The Face, Uomo Vogue* ve *Esquire* gibi moda ve yaşam tarzı sunan dergiler aracılığıyla, erkek modasına olan ilginin yeniden canlanmasına tanık oldu. Bu yayınlar, erkek giyime bakış açısını yerel mağazalarda bulunabilen giysilerin ötesine taşıyarak daha küresel, arzu uyandıran ve çok yönlü yaşam tarzlarına açtı ve hem kadın hem erkek modasına daha geniş bir perspektif getirdi. Dergiler ayrıca editoryal ve kurumsal reklamcılık yoluyla sınıf, ırk, cinsel yönelim ve vücut tipleri gibi meselelere girerek, erkek stereotiplerini desteklemenin yanı sıra onlara meydan okumaya da hizmet ettiler. Tasarımcıların reklam kampanyalarında kamuoyunda tanınan yıldızları kullanmalarıyla reklam panoları özel bir önem kazandı. Bunun yakın zamanlardaki bir örneği, spor yıldızı ve stil ikonu David Beckham'ı öne çıkaran Giorgio Armani reklam kampanyasıdır.

Daha yakınlarda ise internet ve onun daha sofistike kullanım alanları olan dijital mobil iletişimler, erkek giyime dair geleneksel medya kanallarının etkisini ve çeşitliliğini daha da artırmıştır. Sokaktaki "gerçek insanların" görüntülendiği blogların sayısındaki artış, bunu özellikle kanıtlıyor. "Stylesight" ve "The Sartorialist" gibi bloglar, erkek giyim ve 21. yüzyılın moda medyası arasındaki ilişkiyi yeniden tanımlamaya devam etmektedir.

Müzik

Müzik modern erkek giyimin evrim ve gelişiminde özel bir yer tutar. Müziğin, tarzları ve müzikal türleri, tanınmış kişilerin ürün reklamlarında kullanılmasını, Beatles ve David Bowie'den Snoop Dog ve Kanye West'e kadar stil ikonlarını içine alan modayla, ortak bir noktada buluşmak gibi özel bir becerisi vardır. MTV'nin 1981'deki açılışından itibaren müzik ayrıca kitle medya kültürünü de kucakladı. Yerleşik ve yeni ortak yaş kategorileri arasında olduğu kadar, heavy metal'den hip hop'a çeşitli müzik kültürleri arasındaki ilişkiyi de güçlendirdi. Müziğin karşı kültür giyim tarzı üzerindeki etkileri için, bkz. sayfa 40-49.

The Beatles, ciddi bir tezahüratla karşılanan Sgt Pepper canlı performansı sırasında, askeri üniformalardan esinlenen rengârenk saykodelik kostümleriyle.



Karşı kültür zamanın ana akım kültürüne, sosyal yapıda değişikliğe neden olacak biçimde karşı çıkar. Karşı kültürün politikası, normları, sosyal inançları ve yapısı ve –bu bağlamda konu edildiği üzere– giyim tarzı farklıdır. Burada çeşitli karşı kültürler ile bunların moda ve erkek giyim üzerindeki etkilerini inceleyeceğiz.

Zoot takım elbiseler *(Zoot suits)*

Moda merkezli en eski karşı kültür örneklerinden biri, 1930'ların sonuyla 1940'larda giyilen zoot takım elbiselerdi. Bu tarz, dönemin genç Latin ve Afrikalı Amerikanlar tarafından tutulmuş ve bazı atletik dansçıların hızlı bir swing türü olan jitterbug dansını başlattıkları dans salonlarından çıkmıştı. Bu takım elbise bazı azınlık grupları arasında özgür iradenin sembolü olmuştu: Geniş omuzlu, büyük yakalı, boyu normalden uzun ve aşırı derecede bol kalıplı bir cekete, paçaları bilekte iyice daraltılmış yüksek belli pantolonlar eşlik ediyordu ve genel olarak oranlar bariz biçimde abartılıydı. Zoot takım elbiseler bazen de açık yakası ceketin üstüne çıkarılmış bir gömlek, spor bir ceket ve pantolondan oluşuyordu. Özel durumlarda bu giysi, çoğu zaman gözalıcı renkler ve çizgilerde bir takım elbise oluyordu ve yelek, gömlek ve kravatın yanı sıra isteğe bağlı olarak saat zinciriyle tamamlanıyordu.

"Stormy Weather" (Fırtınalı Hava) filminden alınmış bu karede caz şarkıcısı ve big band lideri Cab Calloway, papyon ve saat zinciriyle tamamladığı bir zoot takım elbiseyle görülüyor.





"Teddy boy" görünümü kalıcı oldu: Bu resim 1972'de Wembley Stadyumunda, rock & roll'u yeniden canlandıran bir şovda bir grup "Ted"i dans ederken gösteriyor.
Michael Webb/ Hutton Arşivi/ Getty Images

Bu belirgin teddy boy tarzı, Bottega Veneta'nın Sonbahar/ Kış 2010 koleksiyonunda görüldüğü gibi, tasarımcılar ve müzisyenler tarafından da kullanıldı.





Teddy boy

Kökeni 1940'ların sonlarıyla 1950'lerin başlarındaki savaş sonrası Londrası'na dayanan İngiliz "Teddy boy" ya da kısaca "Ted", genç erkekler arasında bir işçi sınıfı modası olarak ortaya çıktı. 1900'lardaki Edward dönemi "dandy" kuşağının terzi dikimi tarzlarından ilham almaktaydı. Teddy boy'lar uzun kalıplı dökümlü ceketler, manşetli kollar, yelekler ve "drainpipe" denilen dar, boru paça pantolonlar giyiyorlardı. Favori ayakkabıları brogue'lar ya da krep kauçuk tabanlı olanlardı. Teddy boy tarzı İngiltere'de babaları gibi giyinmek istemeyen genç erkeklere hitap eden, tanımlanmış ilk gençlik alt kültürü olmuştur. Bu gençler müzikal olarak kendilerini rock & roll müziğine yakın hissediyorlardı ve kısa zamanda, sinema ve dans salonlarındaki sözümona antisosyal davranışlarıyla kötü bir şöhret edindiler. Teddy boy görünümü tarz bakımından kalıcı olmuş ve sadık bir grup tarafından benimsenmeye devam edilmiştir.



Modlar ve Rockçular

Modlar ve Rockçular, aralarındaki çete rekabetleri ve birbirine zıt giyim tarzları nedeniyle, 1960'ların İngilteresi'nde iki ayrı karşı kültür olarak ortaya çıktılar. Modlar (bu terim modernist sözcüğünden türemiştir) düzgün kesimli İtalyan elbiselerini tercih ediyorlar ve temiz bir görünüm ve kaliteli bir zarafet yansıtıyorlardı. Ceket yakaları tipik bir şekilde dardı, takım elbiseler moher ve iki tonlu kumaşlardan oluşuyordu ve düğmeli yakalı gömlekler, kazaklar, dar kesimli pantolonlar ve "winklepickers" adı verilen sivri burunlu ayakkabılarla giyiliyordu. Modlar Amerikan "soul" ve Jamaika'nın "ska" müziklerini dinliyorlardı ve kendi İngiliz müzik tarzlarını geliştirmekteydiler. Parka ceketlerine taktıkları kırmızı, beyaz ve mavi renklerde bir hedef tahtası şeklindeki logodan oluşan rozetleri ve Vespa motorları popüler hale getirdiler. Modların rakipleri hırpani görünüşlü rockçulardı. Siyah deri motorcu ceketleri (*biker*) ve blucin giyiyorlar, ağır motorsikletlere biniyorlardı. Adlarından da anlaşılacağı gibi, rockçular kendilerini Amerikan rock & roll müziğiyle aynı çizgide görüyorlardı. Genel görünümlerini ve bakımlı olmayı pek dikkate almıyorlardı. Bu iki zıt İngiliz karşı kültürleri arasındaki çekişme, 1960'larda halkın ilgisi ve medyanın dikkati dağılana dek, kısa bir süre için basını meşgul etmiştir.

İngiltere'de rockçular sık sık modlarla kavgaya tutuşuyorlardı. 1964 Mayısı'nda modlar ve rockçular İngiltere'nin güney sahillerindeki bir tatil beldesinde gerçekleşen ayaklanmanın ardından tutuklandılar.



Dazlaklar

Dazlaklar İngiltere'de bir gençlik karşı kültürü olarak 1960'ların ortalarında ortaya çıktılar. Görünümlerinin en karakteristik özelliği, kısacık kesimli ya da tamamen tıraşlanmış kafaları ve Ben Sherman, Brutus gibi spesifik markaların yanı sıra pantolon askılarıyla giyilen polo tişörtler, Sta-Prest pantolonlar ya da paçaları kıvrılmış dar kesimli blucinlerden oluşan bir giyim tarzına olan belirgin bağlılıklarıydı. Bu görünüm bazen "Crombie" tarzı bir palto ve Dr. Marten marka bağcıklı botlar veya loafer makosenlerle tamamlanmaktaydı. Görüntüleri hippi kültürünün aşırılıklarının tam tersine, uzlaşmaz biçimde sertti. Dazlaklar aslında İngiliz modlarından evrilmişlerdi (bkz. sayfa 43). Günümüzde dazlaklar, bu karşı kültüre kendi yorumlarını getiren, dünyanın çeşitli yerlerine dağılmış birbirinden tamamen farklı gruplar halindedir.



Harrington ceket

1930'larda G9 olarak bilinen Harrington ceketin mucidi, İngiliz giyim markası Baracuta'dır. Bu ikonik modelin Steve McQueen, James Dean, Elvis Presley ve daha yakın zamanlarda Pete Doherty ve Damon Albarn gibi ünlülerden oluşan etkileyici bir müşteri şeceresi vardır. Harrington adı sonradan, 1960'ların Amerikan dizisi "Peyton Place"de Ryan O'Neal'in canlandırdığı karakterin soyadından alınmıştır. Bu önden fermuarlı ve reglan kollu, kısa mont (*bluzan*) ceketin karakteristik özelliği, üst üste binen düğmeli patıyla rahat yakası ve Fraser tartan ekose astarıdır. 1960'larda modlar ve dazlaklar tarafından benimsenen Harrington ceketin sokaktaki kendine özgü itibarı hâlâ sürmekte ve yeni kuşakları etkilemeye devam etmektedir.

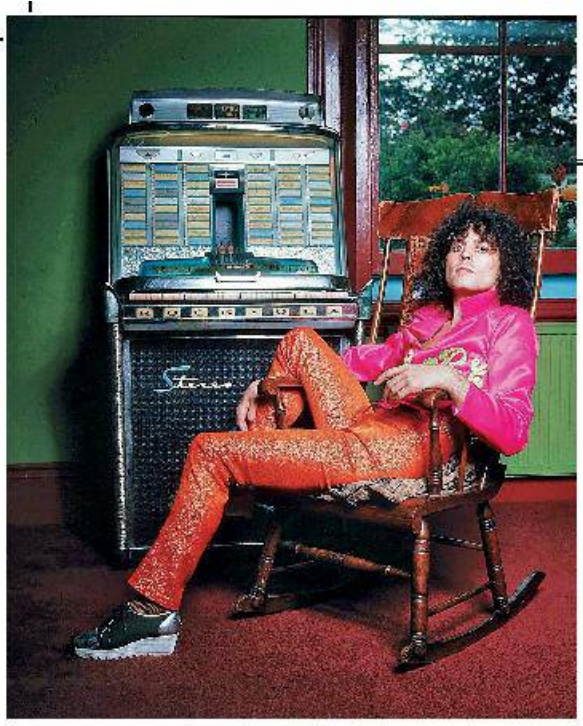


1960'ların sonlarında Londra'daki Piccadilly Meydanı'nda dazlaklar ve hippiler. Hippi kültürünün aşırılıklarına karşı, dazlakların görünümleri uzlaşmaz bir sertlik taşımaktaydı.

Hippiler

Hippi terimi aslında hipster sözcüğünden türetilmiştir ve kısa zamanda, Birleşik Devletler'de ortaya çıkan bir gençlik hareketinin üyelerine verilen isme dönüşmüştür. Hippilerin değer yargıları genel anlamda özgürlükçüdür ve komün yaşam tarzını, mistisizmi tercih etmenin yanı sıra, uyuşturucu kullanımıyla bilinç seviyesini yükseltmeyi benimsemiş kadınlar ve erkeklerden oluşur. Bir akım olarak Avrupa ve daha ötesine yayılmış ve her yaştan kadın ve erkeği etkilemiştir.

Hippiler kişisel tercihleri doğrultusunda, bohem bir tarzda giyiniyorlardı; ancak büyük ölçüde blucinler, arzuya göre uyarlanmış ve modanın geleneklerini reddeden, işlemeli ve çok renkli detaylarıyla püsküllü giysiler, sandallar ve erkeklerde uzun saçı benimsemişlerdi. Hippi akımı zaman içinde alaycılıkla kullanılan bir terime dönüşse de dünya görüşü bakımından ana akım modayı reddettiğinden mirası giyim tarzından ziyade müzikal olarak sürmüştür.



Glam rock

Glam rock, 1970'lerde Britanya'da ortaya çıkmış bir akımı temsil eder. Androjenliğe göz kırpan bu akımı, David Bowie ve Marc Bolan gibi müzisyenlerle sanatçılar popüler hale getirmiştir. Glam rock görünümü kasıtlı olarak abartılı ve renkliydi; hem kadın hem de erkeklerde tek parça tulumların (*jump suit*) yanı sıra platform topuklu çizme ve ayakkabılar giyiliyordu. Glam rock tarzı büyük ölçüde, televizyondaki görünümleri ve sahne performanslarıyla sınırları zorlayan dönemin pop yıldızlarının aşırılıklarının yönlendirdiği bir abartı ve teatrallik ile karakterize edilmiştir. Bu akım 1980'lere kadar devam etmese de, varlığını sürdürdüğü kısa dönem içerisinde genel kuralların rahatlamasını ya da bazılarının yıkılmasını sağlayarak erkek giyimi özgürleştirmiştir. Yok olmaya mahkûm glam rock sonuç olarak punk rock'un gelişiyle tahtından olmuştur.

Punk rock

Kısaca "punkçı" adıyla bilinen punk rockçular, Britanya ve Amerika Birleşik Devletleri'nde 1970'lerde ortaya çıktılar. Aşırı uçlardaki görünümleriyle hemen dikkatleri çekip tuhaf, dimdik duran renk renk saçları, bedenlerindeki hızmalar (piercing), yırtık veya kesilmiş giysileri, grafik baskılı tişörtleri ve her tarafı fermuarlı ve bağcıklı pantolonlarıyla (*bondage trousers*) nam salmışlardı. Neon renkler, hayvan postu desenlerinden oluşan baskılar ve derinin, birbiriyle çarpışan kombinasyonları punk tarzının bir başka karakteristik özelliğiydi. Punk rock müziğiyle yakın ilişkili bu karşı kültür her iki cinsi kucaklarken, çapraz cinsiyete de göz kırpıyordu; ancak "punkçı"ların genel olarak sert görünümleri, modanın genel-geçer kurallarını reddeden asi erkek giyimle de uyum içindeydi. Tasarımcı Vivienne Westwood ve Sex Pistols grubunun menejeri Malcom McLaren Londra, Kings Road'daki dükkânlarında sattıkları ilk dönem koleksiyonlarıyla, Birleşik Krallık'ta punk tarzının belirlenmesine katkıda bulunmuş ve bu sayede ünlenmişlerdir. Daha sonra gelen tasarımcılar, tartan ekose eteği (*kilt*) erkek giyimde moda bir ürün haline getiren Jean Paul Gaultier de dahil olmak üzere, punk hareketinden ilham almışlardır.

O T. Rex grubunun 1970'lerdeki solisti Marc Bolan, glam rock döneminin şekillenmesine katkıda bulunan isimlerden biridir.

O Punkçılar sert ve anarşik tarzlarıyla yerleşik kuralları yıkmaya çalışıyorlardı.
Dave Hogan/Hutton Arşivi/ Getty Images



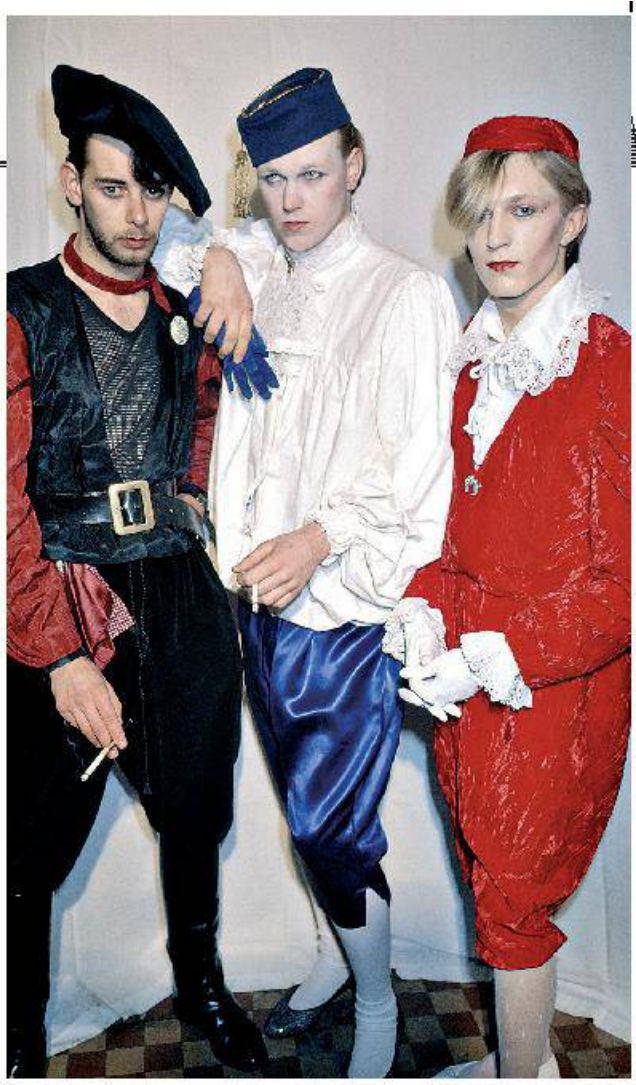
Deri motorcu ceketi



Siyah deri motorcu ceketi, tam anlamıyla Amerikan mirası bir erkek giyim klasiğidir. Günümüzde çok çeşitli tarz ve modelleri olmakla birlikte, orijinal siyah deriden; kruvaze fermuarlı ceketin 1928'de Schott Bross tarafından piyasaya sunulması çabucak bir klasiğe dönüşeceğinin habercisiydi. Schott firması bu yeni ceket modeline Perfecto adını vermişti. Orijinali at postundan yapılan ceket, kısa bir süre sonra öküz derisinden üretilmeye başlandı ve hem sağlamlık hem de tarzı geliştirmek için kemer tokası, manşetlerde fermuar ve çıtçıtlarla süslendi. Marlon Brando 1953'deki "The Wild One" filminde bir Perfecto ceket giyerek bu modele ikonik statüsünü kazandırmadan önce bile, en başından itibaren deri motorcu ceketi ilhamını özgürlük ve macera duygusundan alıyor ve bu kavramları temsil ediyordu. Başkaldırıyla ilişkilendirilmesi 1960'larda rockçılar ve 1980'lerde de punkçılar tarafından giyilmesiyle de devam etti. Yıllardan beri beğenilen ve taklit edilen Perfecto ceket, gerçek bir klasiktir.

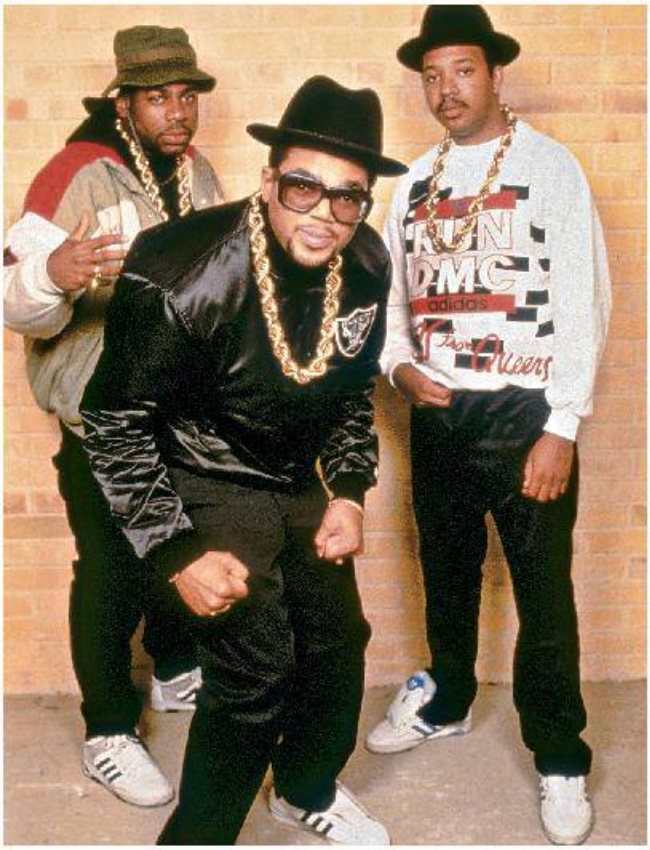
Yeni Romantikler

İlhamını müzikten alan bu alt kültür 1970'lerin sonunda Birleşik Krallık'ta ortaya çıkmıştır. Ağırlıklı olarak David Bowie ve Roxy Music'in gösterişli ve bazen de cinsiyeti belirsiz sahne stilinin ve müziğinin hayranı, aykırı sanat okulu mezunları arasında yaygınlaşmıştır. Alt kültür, kısa zamanda güçlü bir gece klübü kültüründen yola çıkarak kendi müzikal tarzını geliştirmiştir. Yeni Romantiklerin görünümü androjen giysiler, fular ve fırfırların yanı sıra erkeklerde dikkat çekici bir makyaj ve saçların bukleli taranması ya da öne düşen bir perçemle karakterize ediliyordu. Bu modeller 1980'lerde gelecek olan kabarık saçların da habercisiydi. Müzikal bakımdan gece klübü sahnesinden kendi tarz ve üslubunu geliştirmesine rağmen bu akım, sonuç olarak kendi seçkinciliğinin kurbanı oldu ve kalıcı cazibesini kısıtladı. Günümüzde Yeni Romantikler güçlü bir şekilde 1980'lerin erken dönemleri ve erkek giyimdeki aşırılık ve züppelik çağıyla özdeşleştirilir.



Yeni Romantik akımı büyük ölçüde, 1970'lerin sonunda Londra'da David Bowie ve Roxy Music tarafından işletilen Billy's adlı gece kulübünden çıkmıştır.

Hip hop üçlüsü Run-DMC 1980'lerin başlarındaki hip hop tarzını; eşofmanlar, fötr şapka, altın takılar ve spor ayakkabıları bir araya getirerek kişiselleştirmişlerdir.



Hip hop

Hip hop ilk olarak 1970'lerde Birleşik Devletler'deki Afrikalı Amerikan ve Latin Amerikalı gençlik grupları arasında çıkmıştır. Akabindeki on yıllar boyunca, değişen müzik kültürüne ve sokak tarzına uyum sağlayarak varlığını devam ettirmiş ve takipçilerinden sadakat ve özveri talep etmiştir. Sokak sanatı, graffiti ve şehir müziği (*urban music*) ile aynı kökenden gelmeleri dolayısıyla, erken dönem hip hop giyim tarzı tipik bir şekilde aşırı büyük montlar (*bomber*), şalvara benzer bol blucinler (*baggy jeans*) ve graffitilerden esinlenen baskıların yer aldığı tişört ve sweatshirtlerden oluşuyordu.

Erkekler için hip hop tarzı, modanın alternatif ifade biçimlerine 2000'lerin başlarından itibaren uyum sağlamaya başladı. Bu daha ziyade Gucci ve Louis Vuitton gibi tasarım markalarını içermekteydi ve giysiler çoğu zaman aşırı şatafatlı, kişiselleştirilmiş mücevherlerle kombinleniyordu. Tarz, bu kültürün tamamlayıcı bir unsurudur ve hip hop kültürü Phat Farm, Sean John ve Rocawear gibi kendi tasarım markalarını geliştirmiştir. Diğer alt kültürlerden farklı olarak hip hop, anlam ve değerlerinden ödün vermeden kendini yeniden tanımlamaya devam etmektedir.

Heritage Research





Heritage Research'in arkasındaki isimler kimler?

Heritage Research'in sahipleri ve tasarımcıları ben (Russ Gater) ve Daniel Savory'yiz. Her sezon bir konsept yaratıyor, araştırıyor, giysiler üzerinde yeniden çalışıyor ve kumaş, aksesuar buluyoruz. Kalıp ve kesim işleri terziliğin altın devri olan 1950'lerde eğitim görmüş, eski bir Savile Row terzisi tarafından yapılıyor. O zamanlar giysiler, küçük bir deneyimli zanaatkârlar ekibi tarafından dikilirdi.

Marka neyi temsil ediyor?

Aslında Heritage Research'e 2008 yılında, markaya yapılan aşırı vurgu ve pek çok markanın birbirine olan benzerliğine bir tepki olarak başladık, diyebiliriz. Bir yan proje olarak, tamamen giysinin biçim ve kalıbına odaklanan, seçkin mağazalar aracılığıyla neredeyse ısmarlama dikilmiş sipariş parçalar sunan küçük bir marka yaratma fikriyle başladık. Sadece estetik anlamda değil, aynı zamanda kesim, kumaş ve konstrüksiyon olarak da orijinal tarihi parçalara tam anlamıyla sadık kalan giysiler yaratmak istedik. Bununla beraber, bu giysilerin çağdaş bir gardrobun parçası olması gerektiği ve daha modern parçalarla giyileceğinin de elbette farkındayız. En başta Heritage Research'de ne etiket ne de marka logosu kullanmaya karar vermiştik, bu sayede marka tamamen giysiye dair olacaktı.





İlhamınızı nerelerden alıyorsunuz?

Pek çok fikir bizim kendi koleksiyonumuzdaki parçalara dayanıyor. Gemi topçusu ceketi (temeli Amerikan İç Savaşı'nda giyilen "federal sack" adındaki cekete dayanıyor) gibi eski örneklerin kaynağını araştırmak gerçekten daha zor ve ancak kitaplardan, eski fotoğraflardan ve müzelerden bulunabiliyor. Hiçbir koleksiyonu tek bir temada bırakmama eğilimindeyiz, bu da bize her koleksiyonda dönem ve tarz çeşitliliği sunma imkânı veriyor.

Pek çok tarihi giyside karşılaştığım katışıksız işlevsellikten daima hayrete düşmüşümdür. Zamanın ihtiyaçlarından doğmuş, belirli bir amaç için tasarlanmış, elde ne varsa o kullanılarak yapılmış bu giysiler, elverişsiz ve başa çıkılması zor şartlar altında koruma işlevini yerine getirmişlerdir. Özellikle ilginç olanlar avcı ceketi ya da iş gömleği gibi, kişinin işini daha rahat görmesini sağlayacak şekilde değiştirilmiş olup ev giyimine uyarlanan parçalar. Belli ki İkinci Dünya Savaşı sırasında *Ventile* gibi yeni kumaşların yaratılması için sınırlar zorlanmış; talep edilen her işleve uygun giysinin üretilmesi kontrat altına alınmıştı. Bazıları o kadar iyi tasarlandı ki, bugün hâlâ kullanılıyor.

Lou Dalton





Anahatlarıyla şu andaki işinizden ve kariyerinizin ilerleyişinden bahseder misiniz?

Lou Dalton erkek giyim markasının kreatif direktörüyüm. 16 yaşımda okulu bıraktıktan sonra, ısmarlama dikim yapan bir terzinin yanında çıraklığa başladım. Başarılı geçen üç yılın ardından, uzun süreli tutkumu gerçekleştirip erkek giyim tasarımcısı olabilmek için tekrar okul hayatına dönmem gerekiyordu. Moda tasarımı okudum ve ardından erkek giyim üstüne tasarım yüksek lisansı yapmak üzere Kraliyet Güzel Sanatlar Akademisi'ne başvurdum. Oradan 1998 yılında mezun olduktan sonra Alexandro Pungetti adında, Bolonya'daki bir tasarım ofisinde çalışmak üzere İtalya'ya taşındım. Bu ofis çeşitli İtalyan tasarım firmaları için koleksiyonlar tasarlıyordu; ben de bizzat Stone Island, Crucianni Knitwear ve Iceberg markalarının koleksiyonları için çalıştım.

Bir yılın ardından Londra'ya döndüm ve çeşitli tasarım şirketleri için çalışmaya devam ettim. 2005 yılına dönersek, bu tarihten itibaren kendi erkek koleksiyonumu yaratmak için kafa yormaya başladım. Lou Dalton markası 2008'in sonlarında meyvelerini vermeye başladı ve o günden beri basının, İngiliz Moda Konseyi'nin ve en önemlisi de perakende sektörünün harika desteğiyle giderek güçleniyor.





Nereden ilham alıyorsunuz?

Çoğu tasarımcı gibi hiçbir yerden ve her yerden; bir kitap, bir sergi, bulunmuş bir eski eşya ya da bir seyahat olabilir. 2010 Sonbahar/Kış koleksiyonu harika Skye Adası'na yapılmış bir aile tatilinden esinleniyordu. Orada tamamen kendimden geçmiştim, o kadar ilham vericiydi ki... En son 2011 İlkbahar/Yaz koleksiyonu ilhamını, göçebe yaşam tarzının yanı sıra *Uğultulu Tepeler*'deki hayata sokak çocuğu olarak başlayan Heathcliff karakterinin fırtınalı yaşamından alıyor.

Koleksiyonlarınızı nasıl güncelliyorsunuz?

Erkek giyimde her sezon çarkı yeniden tasarlamanız gerekmiyor, müşterinizin ne istediğini az çok hissedebiliyorsunuz. Ben her sezon arasında bağlantı kurmaya çalışırım, bazen çok belirsizce olsa bile. Benim üstüne kafa yorduğum başlıca soru: Bu, koleksiyonla ilişkili midir? Bir ticari anlayış olmalı ve koleksiyondaki her bir parça, koleksiyon içinde olduğu gibi tek başına da bir anlam ifade etmeli. Her sezon yeni kumaş ve iplik seçkisi, koleksiyonun çabucak güncellenmesine yardımcı oluyor, böylece önceki sezon gayet iyi satmış harika bir pantolonu yeniden tasarlamaya gerek kalmıyor. Müşteri tabanının ilgisini ayakta tutabilmek için yeni bir şey sunmak önemlidir.

Terzilik geleneği

Eğer insanlar sokakta dönüp size bakıyorlarsa, iyi giyinmemişsiniz demektir.

Beau Brummell

?

Bu bölüm çağlar boyunca erkek giyimi biçimlendiren tarihi gelenekleri ve etkileri değerlendirerek, erkek terziliğinin kendine has doğasını ve karakterini ele alıyor. Erkek giyimin daha resmi olan kuralları; erkek pantolonları, gömlekler, boyunbağı ve ayakkabıların modern gelişimini de içerecek şekilde detaylı olarak incelenmiştir. Ismarlama dikim terziliğin yapısının ulusal nitelikler ve uluslararası mükemmeliyet merkezleri bağlamında karşılaştırılıp kıyaslanması ilginçtir. Daha ileri araştırmalar için İngiltere, İtalya ve Birleşik Devletler'de öne çıkan dikimevleri ile terzilik firmaları üzerine bir bölüm vardır.

Modern erkek takım elbiselerinin kökeni, 17. yüzyılda *cassock* (casaque) adı verilen bir tür papaz cübbesinin erkek giyime girmesine uzanır. Bu yeni uzun ceket, takım yeleğiyle birlikte giyilmekteydi ve İngiltere'de Kral II. Charles tarafından coşkuyla benimsenmişti. Günlükleriyle tanınan Samuel Pepys 8 Ekim 1666'da şöyle yazıyordu: "Kral dünkü konseyde asla değiştirmeyeceği bir giyim modası oturtmak konusundaki kararlılığını ilan etti..."

Pepys İran'dan çıkan, tarihçilerin *cassock* ceketin temeli olduğunu düşündüğü Doğulu giysi modasına atıfta bulunarak devam eder. Bu model büyük olasılıkla Avrupa mahkemelerine İran ve Ortadoğu'ya giden elçiler tarafından tanıtılmıştır. Kral Charles erkeklerin yerleşik giyim tarzından kopuşunu halkın önünde açıklamakla aynı zamanda, Kral XIV. Louis tarafından yerleştirilmiş baskın Fransız kraliyet tarzından da bağımsızlığını ilan ediyordu. Gelgelelim, Fransız Kralı da yeni *cassock* ceket tarzını neredeyse eşzamanlı olarak benimsedi ve bu yeni ceket modeli birkaç yıl içinde yaygın bir şekilde kabul gördü.



Kaptan Wade'in portresi, 1771. Son moda kuyruklu bir frak ceketi, süslemeli uzun bir yelek ve dar binici pantolonu giyiyor.

3 parçalı bir takım elbise (sack suit) giyen bir İngiliz beyefendisi, 1904. Melon şapka, kolalı takılıp çıkarılabilir gömlek yakası ve boyunbağı ile tamamlanıyor.

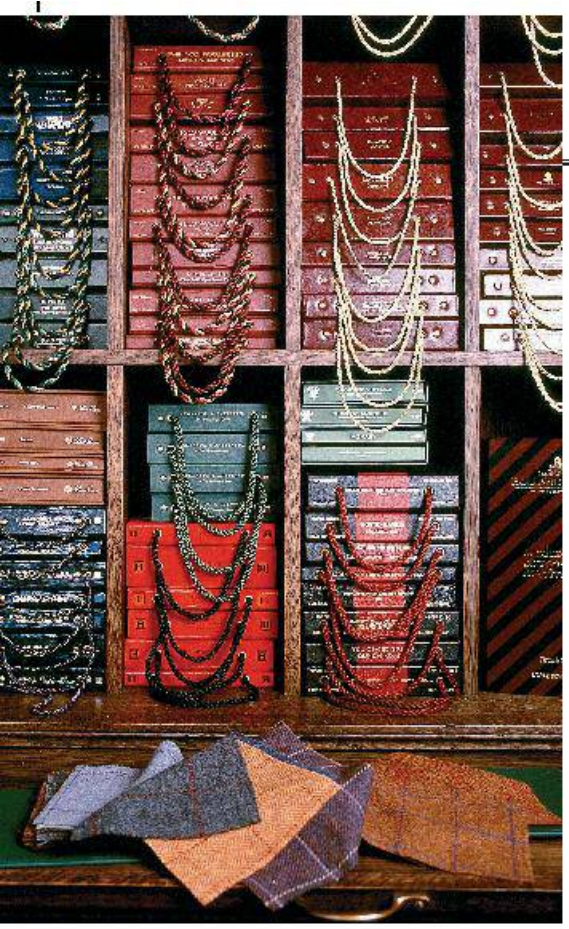


Cassock ceket

Cassock'un gelişi *doublet* ceketin sona erdiğine işaret eder ve daha önemlisi erkek giyime yeni parçalar getirir: omuzdan etek ucuna kadar tek parçadan oluşan bir ceket, uzun bir yelek ve binici pantolonu. Dantel kravatlar ve boyunbağı yeni bir önem kazanmıştır. Bunu takiben İngiliz ve Fransız tarzları arasında, mülkiyet ve politik nüfuz alanlarında olduğu gibi, stil üstünlüğü konusunda da süren çekişmenin neticesinde bu üç parçalı takımın çeşitli varyasyonları ortaya çıkmıştır.

Cassock tarzından uyarlanan çeşitli ceket modelleri geliştirilmiştir. Bu terzi dikimi ceketlerin siluetlerini desteklemek ve geliştirmek için at kılından telalar kullanılıyordu. *Cutaway* denilen önü frak kesimli zarif ceketlerin yanı sıra ayaklı yakaların ilk örnekleri görülmeye başlanmıştı. Bu adın verilme nedeni, yakanın yaka ayağı üstünden aşağı doğru katlanmasıydı. Yelekler kısaldı ve binici çizmeleriyle giyilen dar kalıplı binici pantolonları moda oldu. İngilizler, daha sonraları 19. yüzyılın başlarında Beau Brummell'in de benimsediği binici giysilerini kusursuz hale getirdiler (bkz. sayfa 64).

19. yüzyıl başlarına gelindiğinde, kabul görmüş ceket, yelek ve pantolon kombinasyonu iyice yerleşerek erkek giyim tarzının temelini oluşturdu. Kumaşlar ortama ve günün saatine göre çeşitlilik gösterse de, ceket ve pantolon aynı kumaştan kesildiğinde buna bugünkü anlamıyla takım elbise deniyordu.



Savile Row'da üretilen bir takım elbise en azelli saatlik bir el işçiliğinin yanı sıra pek çok prova gerektirir.



Ismarlama giyim (*Bespoke*)

Ismarlama, sipariş edilmiş ve sahibinin isteği doğrultusunda yapılmış, anlamına gelmektedir. Buradaki anlamıyla ısmarlama giyim, yüksek kalitede işçilik ve servisle birlikte, müşterinin kişisel özelliklerine göre dikilmiş giysiyi tanımlamaktadır.

Savile Row Ismarlama Giyim Kuruluşu'nun (*The Savile Row Bespoke Association*) tanımına göre ısmarlama giysi, müşterinin özelliklerine uygun biçimde, Savile Row'da veya civarında dikilmiş takım elbiselerdir. Ismarlama veya özel dikim takım elbise, özel olarak müşteri için çıkarılmış bir kalıp kullanılarak, tek bir kişi tarafından kesilir ve yüksek beceriye sahip zanaatkârlar tarafından dikilir. Erkek giyimin en incelikli geleneği olarak Savile Row ısmarlama giyimi, Fransızların *haute couture* geleneği ile kıyaslanabilir: Fransız Terzilik Federasyonu'nun (*Fédération Française de la Couture*) tanımına göre *haute couture* sipariş üstüne yapılmış, özel dikim kadın giyime denir. Savile Row hakkında daha fazla bilgi için bkz. sayfa 68.



Tüvit ceket

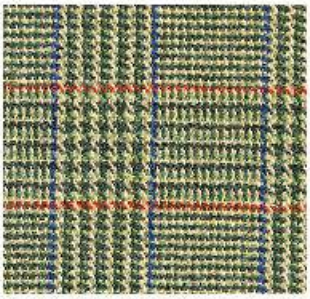
İngiliz taşra tarzıyla sıkça ilişkilendirilen tüvit ceketler genellikle kapaklı cepleri ve arka ortada binici ceketini anımsatan bir yırtmacı bulunan, iki ya da üç düğmeli mono ceketlerdir. Zaman zaman deri düğmeler ve dirsek yaması da kullanılır. Bazı Amerikalılar ve Avrupalılar her iki yanda yırtmaç ve daha rahat bir kalıbı tercih ederler. Tüvit ceket, gelenekle olan bağı ve devamlılığı temsil etmektedir. Bunun yanı sıra Harris tüvit, Donegal tüvit, balıksırtı tüvit, kazayağı deseni ve çoban ekosesi gibi geniş bir desen yelpazesini içeren dokuma seçenekleriyle farklı zevklere, kişisel tarzlara ve çeşitli durumlara hitap eder.



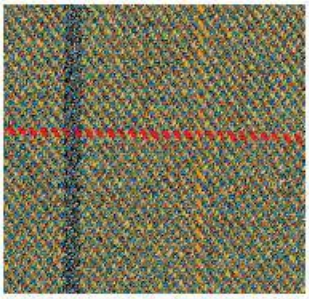
Mono blazer

Mono blazer'lar 19. yüzyılın İngiliz kürek kulüplerinden ortaya çıkıp gelişmiştir. En popüler versiyonu pirinç veya mineli düğmeleriyle lacivert renkte olanıdır. Bununla beraber çeşitli kulüplere ait çizgi desenleri veya canlı renklerde, pamuk twill ya da keten kumaşlardan da olabilir. Bazı modellerde şerit biyeler ve takma cepler eklenmiştir. Bu model Birleşik Devletler'de preppy tarzı olarak benimsenmiştir ve ayrıca erkek giyim tasarımcıları tarafından bazen göğüs cebine bir arma ilave edilebilmektedir. Klasik bir lacivert blazer ve gri flannel pantolon kombinasyonu sportmen bir ciddiyetin göstergesidir.





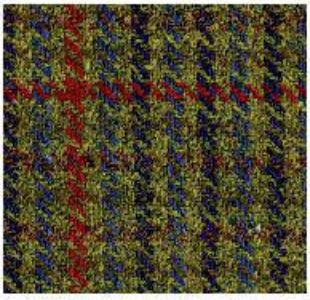
- Balıksırtı
- Glen ekose





- Saxony
- Donegal tüvit





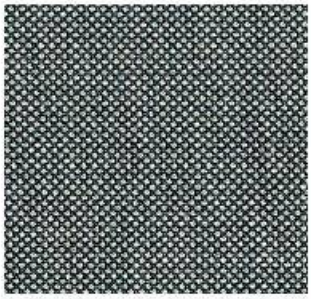
- Tattersall ekose
- Shetland tüvit



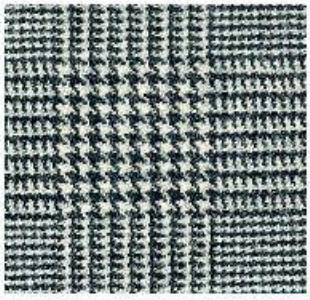


Kazayağı ekose
Cheviot takım elbiselik





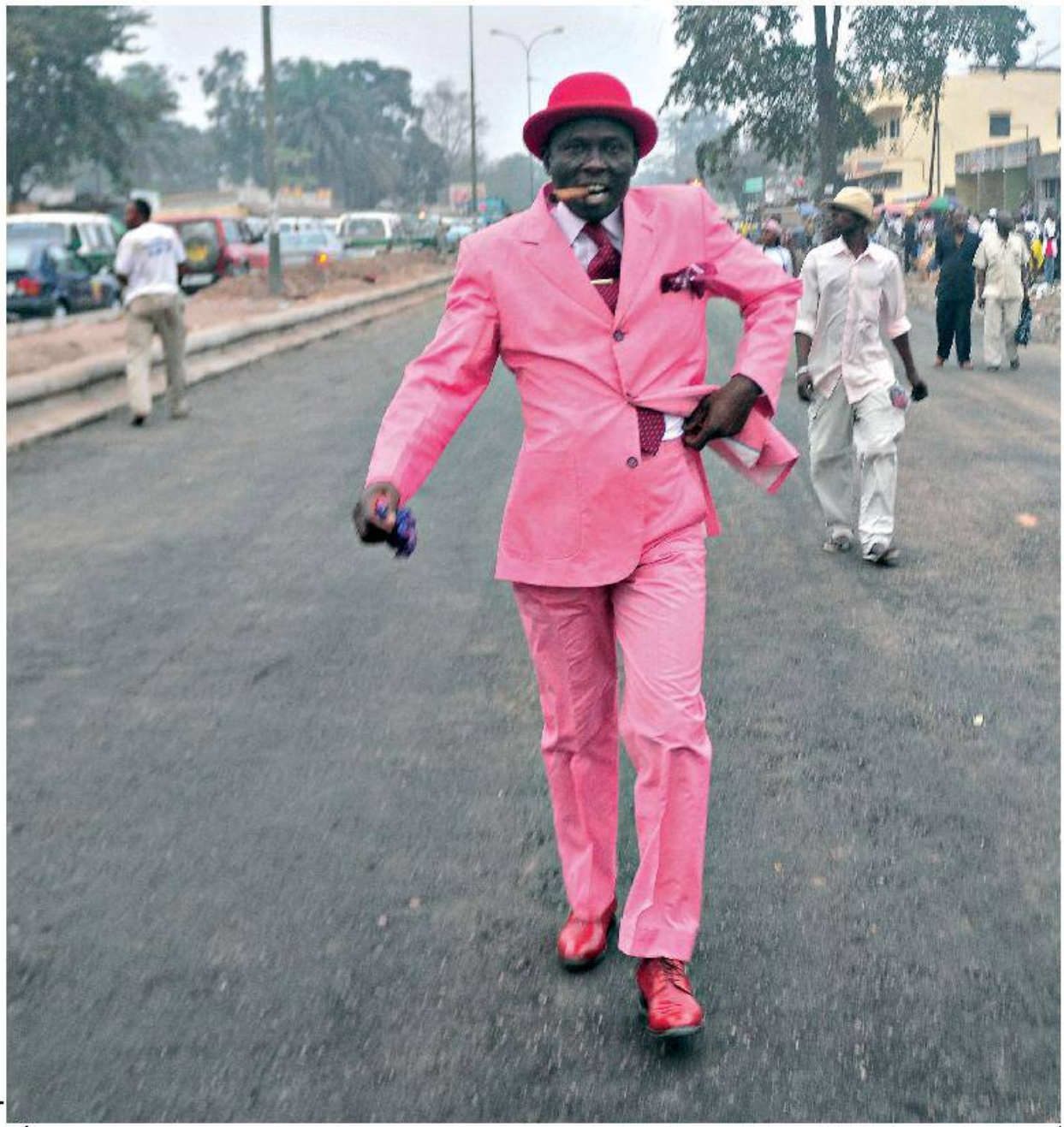
Saf yün takım elbiselik
Kuşgözü takım elbiselik





Prens Dö Gal ekose
Yün flanel

Erkek giyim tarihi, bazı dikkate değer kişilerin yanı sıra kendilerini giyim kuşamları ve bununla ilişkili tavırları vasıtasıyla farklı kılan erkek gruplarına çeşitli referanslar içerir. Bu sınıflandırmanın içinde en önde gelenleri *macaroni*'ler ve *dandy*'lerdir.





Dandy

Yaygın bir tanımlama olarak "dandy", genellikle görünüşüne özen gösterip bununla gururlanan; bunun yanı sıra fikirlerini açıkça söylemekten çekinmeyen, nüktedan bir hazırcevaplığa sahip kişileri tarif etmek için kullanılır. Her ne kadar dandy'lerin İngiltere'de Aydınlanma Çağı'ndan (17. yüzyıl ortaları) beri var olduğu söylense de, *dandy* sözcüğünün İngiliz konuşma diline girmesi 18. yüzyılda olmuştur. Kendi çağlarının en öne çıkan dandy'leri George 'Beau' Brummell, Oscar Wilde ve Robert de Montesquiou sayılabilir. İyi dikilmiş giysiler giymekle yakından ilişkilendirilen çağdaş dandy'ler uzun bir geçmişe dayalı, kişiye özel terzi dikimi giysi geleneğini gururla sürdürmektedirler.

Sapeur'lar

"Sapeur" dandy geleneğini en iyi biçimde sürdüren çağdaş bir fenomendir. "Sapeur" sözcüğü, Ambians Yaratan Elegan Kişiler Cemiyeti'nden (*Société des Ambianceurs et Persons Elégants*) türemiş bir akronim olan SAPE'den gelmektedir. Afrika Kongo Cumhuriyeti'nden (o dönem Merkez Kongo) özellikle de Kongo'nun başkenti Brazzaville'in bazı bölgelerinden çıkmış olan Sapeur'ların izleri Kongo'nun bir Fransız kolonisi olduğu 1920'ler ve 1930'lara kadar sürülebilir. O dönemde bir grup Kongolu elit Fransız başkentinin moda zarafetini tecrübe etmek üzere Paris'i ziyaret ederler ve Kongo'ya pahalı takım elbiseleri ve ceketleriyle geri dönerler.Böylece gözalıcı renkleri ve zarif kesimleri tercih etmekle beraber, daima en özel Fransız ve Avrupalı tasarım markalarını yücelten bu sözde "giysi tarikatı", sapeur felsefesinin bir parçası olarak kurulmuş olur. Kişisel tarzlarını vurgulamanın yanı sıra sapeur'lar ülkelerindeki yerel topluluklarının saygın kişileridir ve kendilerini sanatçı olarak görürler.

Dandyizmin gerçek ruhuna uygun bir biçimde; *sapeur*'lar kıyafetleri özenle seçer ve detaylara gösterdikleri titiz bir dikkatle her gün kusursuz bir şekilde giyinirler.

İkon: Beau Brummell

George Bryan Brummell ya da daha iyi bilinen adıyla Beau Brummell, özellikle ısmarlama dikim giysiler söz konusu olduğunda erkek giyimdeki en dikkate değer ve tanınmış figürlerden biridir.

Fransız Devrimi'nin çalkantılarını takiben 19. yüzyılın erken dönemlerinde, erkekler için İngiliz giyim tarzları etkili ve popüler olmaya başladı. O sırada İngiltere'de Beau Brummell zevkli ve rafine giyim konusunda giderek söz sahibi olmaktaydı. Brummell etkin bir gruba dahil oldu ve Prens Regent ve gelecekteki İngiltere Kralı IV. George'un takdirini kazandı. Brummell ile tanışmadan önce Prens Regent gösterişli tarzıyla tanınıyordu; buna karşılık Brummell gelecekteki kralın işlemeli giysi sevdasını büyük ölçüde makul bir seviyeye getirmesiyle bilinir. Prens Regent'in onayı demek, İngiliz aristokrasisinin kısa zamanda daha sade bir giyim tarzını benimsemesi anlamına geliyordu: parlak renkler, dekoratif armalar ve yüksek topuklar centilmenlerin giyim modasından çabucak çıkarak demode oldu.

Brummell'in en büyük yeteneği erkek modasına tamamen yeni giysiler getirmek yerine, varolan tarzlar ve kombinasyonları yeniden yorumlamasıydı. Binici giysileri gibi İngiliz taşra tarzlarını uyarlayarak, renkleri kırmızı yerine lacivert ya da siyaha çevirerek ve oranları düzelterek, giysi modellerinin yeni görünmesini sağladı. Ayrıca dize kadar inen binici pantolonları yerine uzun pantolonların giyimini popüler hale getirmiş ve boyunbağı aksesuarlarına büyük önem vermiştir.



Erkek giyimin tarihi ve gelecekteki yönü bakımından Brummell'in bıraktığı miras hâlâ sürmektedir. Günümüzde, Londra'nın şık bir bölgesinde olup kaliteli erkek giyim kuruluşlarına odaklanmasıyla dikkat çeken Jermyn Caddesi'ndeki heykeliyle anılmaktadır.

Macaroni

"Macaroni" yontulmamış, kaba saba birini tarif etmek için kullanılan İtalyanca bir sözcükten gelmektedir.18. yüzyıl İngilteresi'nde, kabul görmüş normların ötesinde havalı ve gösterişçi bir giyim ve yapmacık tavırlarla karakterize edilen bir erkek modasını tarif etmek için, alaycı bir terim olarak kullanılmıştır. Dış görünüşleri itibarıyla çarpıcı ve zamanın karikatürlerine zengin bir malzeme sağlayan macaroni'ler, haksız bir biçimde dandy'lerin varisiymiş gibi aktarılırsa da, bu iki grup ve tanımları birbirinden oldukça farklıdır.



İkon: Russell Brand

Bazıları tarafından modern dandy olarak tanımlanan uçarı İngiliz komedyen, aktör ve çeşitli yeteneklere sahip hikâye anlatıcısı Russell Brand, rahat kişiliği ve medyadaki havalı görünümü üzerinden kendi tarzını belirlemiştir. Brand'ın alışılmışın dışında bohem giyim tarzı, onu ünlülerin ve moda bloglarının daimi favorisi haline getirmiştir.

İngiliz terziciliği, 19. yüzyılın başlarında kendi özgün tarzını (*le style Anglais*) ve İngiliz siluetini yaratmıştır. Bu, Birleşik Krallık'ın Sanayi Devrimi'nin getirdiği ivme ve genişleyen ticaret yoluyla kazandığı ekonomik nüfuz dönemine denk gelir. Bir kişinin sosyal statü ve rütbesiyle üzerindeki giysinin kesim, kalıp detay ve tarzı arasında bağlantı kurma nosyonu 19. ve 20. yüzyıllarda kabul gören bir uygulamaydı. Bunun sonucu olarak, İngiliz takım elbisesi doğru kesim, kalıp ve kumaş seçimi yoluyla ifade edilen bir resmiyetle ilişkilendirildi ve öyle de kaldı. Bu onu İtalyan ve Amerikan emsallerinden ayırmıştır.

İngiliz takım elbiseleri geleneksel olarak biraz daha yüksek bel kesimlidir. Kapalı ve dar kesilen kolevi ve uzun yırtmaçlar, ceketin etek ucunun basen üstüne hafifçe düşmesini sağlar. Kum saati adı verilen bu kesim, büyük ölçüde askeri üniforma ceketleri ve İngiliz binicilik geleneğinin tarihsel gelişimine dayanır. Bu aynı zamanda bir erkeğin karakteri hakkında önemli bir işaret kabul edilen, doğru ve dik bir duruş prensibini de destekler. Geleneksel İngiliz kesimi, daha ziyade bir beyefendi ya da subay sınıfından bir erkeğe özgü olduğu düşünülen, daha ince uzun bir silueti vurgulamak eğilimindeydi. Terzi dikimi pantolonlar, yüksek belli ve görece daha dar paçalıydı. Tercihen kemerin üstünde kullanılan pantolon askıları torsoyu daha uzun göstermeye yarıyor, yüksek belin vurgulanması bacakların daha uzun olduğu izlenimi veriyordu.

19. yüzyıl boyunca Londra'daki pek çok terzi, şehrin tüccarlarının hızla artan giysi talebini karşılamak için teşkilatlanarak şirketler kurdular. Böylece İngiliz terziciliğinin Savile Row ile özel işbirliği başlamış oldu.





Chesterfield



Takım elbise üzerine giymek için uygun bir resmiyete sahip olan Chesterfield, ilk olarak şehirli centilmenlerin giydiği ince bir palto modelidir. Önde tek sıra gizli düğmeli olup genelde gri, mavi ve siyah balıksırtı desenli kumaştan dikilir. Bazen üst yakasında kadife kullanılır.

İlk mağazasını 1970'de İngiltere'nin Nottingham şehrinde açtığından beri, Sir Paul Smith özellikle erkek koleksiyonlarıyla tanınmış önde gelen İngiliz tasarımcılarından biridir. Bir tasarımcı olarak uluslararası ünü, neşeli ve oyuncu bir duyarlılığın karıştığı bir İngiliz tarzını belirgin olarak koleksiyonlarının merkezine almasından kaynaklanmaktadır. Koleksiyonları çoğunlukla karışık çizgi raporları, renkli detaylardan oluşmakla birlikte; aynı zamanda daima klasik İngiliz terziciliğini esas alır.



Erkek ısmarlama dikim terziciliğin merkez üssü Savile Row'u gösteren, ikonik Londra sokak tabelası.

Savile Row

Savile Row Londra'nın Mayfair bölgesinde, Birleşik Krallık'ın en iyi terzilerinin bulunduğu coğrafi bir merkez olarak gelişmiştir (Bu bölge ayrıca, Beatles grubunun Londra'daki merkez ofislerinin çatısında verdikleri son konsere ev sahipliği yapmasıyla da ünlüdür). Savile Row İngiliz terzicilik geleneğinin ilk ve en önemli kalesi olup iki yüz yılı aşkın olağanüstü bir terzicilik mirası ile kalite ve hizmetin en yüksek standartlarını temsil etmektedir.

Savile Row Ismarlama Giyim Kuruluşu'na göre, Savile Row firmaları aşağıdaki standartlara uymalıdır:

- Giysinin parçaları, usta bir kesimci tarafından hazırlanmış kâğıt kalıptan tek tek kesilmelidir
- Üretim usta bir kesimcinin gözetiminde yapılmalıdır
- Firmanın kesimcileri ve terzileri Savile Row'un titizlik standartlarına uygun şekilde eğitilmiş olmalıdır
- Tipik bir ısmarlama ikili takımın –en az elli saatlik bir el işçiliğiyle– neredeyse tamamı elde dikilmiş olmalıdır
- Firma tesisinde uzman bir giyim danışmanı bulundurmalıdır
- Müşterisine en az 2.000 çeşit kumaş sunmalıdır, bu özel üretim kumaşları da içerebilir.
- Ayrıntılı müşteri kayıtları ve sipariş detayları tutulmalıdır
- Giysiler için süngerle temizlik, ütü, tamir ve düğme eşleştirmeyi de kapsayan birinci sınıf bir satış sonrası bakım hizmeti sunulmalıdır



Savile Row'dan özel dikim takım elbise sipariş etmek; terzi firmalarından herhangi birine halihazırdaki bir müşteri tarafından tanıştırılmayı gerektiren ayrıcalıklı bir işti. Yıllar içinde bu resmi kurallar esnemekle birlikte Savile Row'un titiz standartları kalitenin güvencesi olarak bozulmadan kalmıştır. Takım elbiseler aşağıdaki özelliklere sahip olmalıdır:

- Omuz vatkaları ve kanvaslar elde kesilir
- Üst yaka temizleme parçası baskı dikişiyle (*draw stitch*) elde tutturulur
- Ön beden etek uçlarında ve arka yırtmaçlarda elde yapılmış punto dikişi
- Kolevine el ile yerleştirilmiş kollar
- Elde, çapraz dikiş ile tutturulmuş beden ve manşet düğmeleri
- Bütün astarlar elde kesilir
- Kolevi astarı rahatlatılıp elde çatılır
- Ön ceplere elde gaze dikişi yapılır
- Manşetler aparturalıdır ve ilikler elde açılır
- Eğimli göğüs cebinin çevresine, elde süs dikişi yapılır
- Ana beden dikişlerini rahatlatmak için astar 76 mm'lik bir pay bırakılarak takılır

"Beni her görüşünde ölçü alacak kadar hassas davranan tek adam terzimdir. Onun dışında herkes elindeki eski ölçülerle devam eder ve sonra da bunların bana uymasını beklerler."
George Bernard Shaw

Savile Row'un iyi yetişmiş zanaatkârları tarafından bütün ölçüler detaylı bir şekilde alındıktan sonra, gerçek bir ısmarlama Savile Row takım elbisesinin müşterinin özelliklerine göre elde dikilmesi terzinin sorumluluğundadır. Bu 4-12 hafta arasında sürebilen provalar gerektirmektedir. Bugünlerde çoğu Savile Row terzisi, kişiye özel terzilik hizmetleri ve tadilat seçenekleriyle birlikte, bir hazır giyim koleksiyonu da sunmakta ve bunun yanı sıra erkek aksesuarları da satmaktadır.

Günümüzde erkek giyim tasarım markalarının hızla artması ve kolay ulaşılabilir olmasına karşın, Savile Row yalnızca ekonomik çalkantı dönemlerini atlatmakla kalmamış, sunduğu eşsiz servisi takdir eden yeni bir müşteri kitlesi de bulmuştur. Savile Row'un bazı dikkat çeken isimleri ilerleyen sayfalarda anlatılmaktadır.











Anderson & Sheppard verdiği ısmarlama dikim servisi ile Savile Row terzilik geleneğini 1906'dan beri sürdürmektedir.

Richard Anderson

Richard Anderson ve Brian Lishak, Savile Row'daki bu saygın ısmarlama dikimevinin arkasındaki kurucu isimlerdir. Hatırı sayılır yeteneklerini birleştirerek 2001 yılında markayı kurmadan önce, her iki usta terzi de uzun yıllar Savile Row'da çalışmışlardır. Savile Row'un geleneksel metotlarını en kaliteli kumaşlara uygulayan Richard Anderson markası, daha kapalı kesilmiş koleviyle figürü ortaya çıkaran, uzun ve zarif hatlı takım elbiseler üretir.

Anderson & Sheppard

Prens Charles'a diktiği takım elbiselerle meşhur olan bu saygın dikimevi, isim hakkını verme konusundaki bütün teklifleri geri çevirmekte ve bir hazır giyim koleksiyonu sunmamaktadır. Anderson & Sheppard pek çoklarına göre Savile Row'un gizem ve büyüsünü sembolize etmektedir. Dikimevinin tarzı hafifçe vatkalanmış omuzlar, dökümlü bir üst beden ve zarif bir şekilde vurgulanmış bel kısmıdır. Bütün klapalar elde doldurulur ve dikişler, kumaşın kalitesini daha iyi ortaya çıkarabilmek için minimumda tutulur.

Ozwald Boateng

Ozwald Boateng, Savile Row'un terzilik geleneğine modern, renkli bir yaklaşım getirmesiyle ün kazanmıştır. Temiz, düzgün bir kesim ve detaylara gösterdiği özenle Boateng moda ve medya dünyasının yanı sıra ünlülerden oluşan etkileyici bir müşteri listesinin takdirini kazanmıştır. Boateng'in erkek giyime bakışı, bir bakıma Ganalı köklerini yansıtan biçimde uluslararası bir çizgidedir. Kendisinin ısmarlama tasarım (*bespoke-couture*) olarak adlandırdığı koleksiyonlarını, İtalya'nın Milano şehrinde sunmaktadır.

Chester Barrie

Klasik, elde dikilmiş İngiliz takım elbiseleri satan Chester Barrie, Savile Row'daki atölyesinin yanı sıra Kuzey İngiltere'de bir kasaba olan Crewe'de bir fabrikanın sahibidir. Firma, yetkin makine kullanımı ve elde kesim teknikleriyle bir araya getirdiği yüksek kalite ve el işçiliğiyle ün kazanmıştır. Chester Barrie'nin özelliği, geleneksel İngiliz terzilik tekniklerini kullanarak yüksek kalitede bir hazır giyim üretimi yapabilmesidir. 1981'de Savile Row dikimevi H. Huntsman (bkz. sayfa 72) ilk hazır giyim stoklarını Chester Barrie'ye sipariş etmiştir.

Dege & Skinner

1985'de kurulmuş olan bu saygın terzicilik firmasının, İngiliz Kraliyet Ailesi, Umman Sultanı ve Bahreyn Kralı ile yakın ilişkileri olup Savile Row'un en zarif geleneklerini temsil etmektedir. Dikimevinin tarzı uzun ve düşük omuzlu ceketlerle karakterize edilmiştir. Bu özellik, firmanın askeri üniforma kesimlerindeki uzmanlığını yansıtır: İngiliz Kraliyet Topçu Süvarilerinin uzun ceketlerinin yanı sıra, Kraliyet Süvari Alayı ile Muhafız Tugayı subayları için pantolon ve merasim tüniklerinin anlaşmalı üreticisidir.

Ede & Ravenscroft

1689'da kurulan Ede & Ravenscroft'un, Londra'daki en eski terzi olmasının yanı sıra, dünyadaki en eski dikimevi olduğu da düşünülmektedir. İngiliz Kraliyetiyle olan çok eski bağlarının dışında, şirket ayrıca kilise, devlet ve hukuk meslek grupları ve ayrıca akademik camia için de cübbe dikmekte ve terzilik hizmeti sunmaktadır.

Gieves & Hawkes

Prestijli Savile Row 1 mülkünde ikamet eden caddenin en önemli mağazasıyla, Gieves & Hawkes 1786'dan beri faaliyettedir. Eski müşterileri arasında Amiral Lord Nelson ve Wellington Dükü de vardır. Günümüzde firma, sınıfının en iyisi ısmarlama terziciliğin yanı sıra, ek hizmet seçenekleriyle esnek bir hazır giyim hizmeti de sunmaya devam etmektedir. Firmanın ısmarlama dikim terzileri, yüksek kalitede ölçü alma ve müşterinin kişisel özelliklerine göre prova hizmeti sunmak üzere eğitilmişlerdir.

H Huntsman & Sons

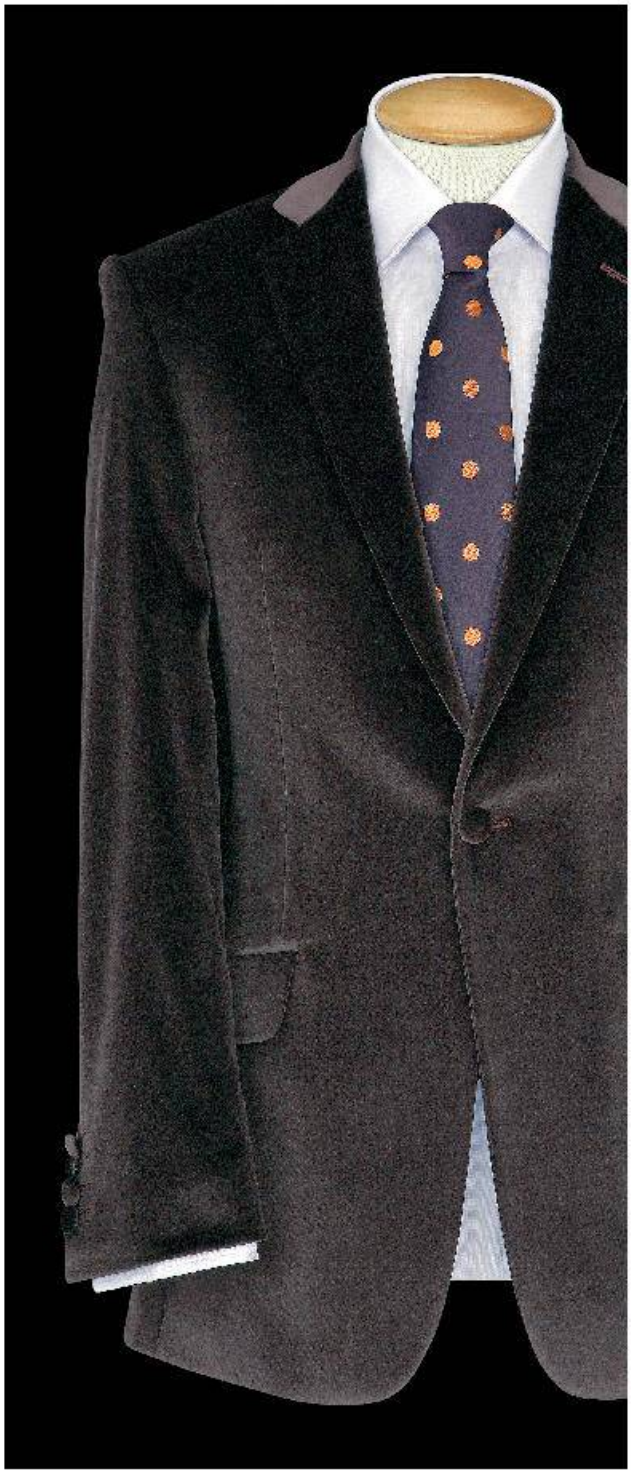
1846'da kurulan H Huntsman & Sons, centilmenlerin avcılık ve binicilik giysileri üstüne uzmanlaşmıştır; bedene oturan ve beli vurgulayan ceketleriyle bilinir. Bütün Huntsman ısmarlama giysileri el işçiliğidir ve marka detaylara gösterdiği büyük özenle ünlenmiştir.

Richard James

1992'de Savile Row'daki yerlerini açtıklarından beri Richard James ve iş ortağı Sean Dixon, firmanın ısmarlama dikim servisine ek olarak, işlerine tümüyle modern bir yaklaşımı benimsemekte ve müşterilerine erkek giyim aksesuarlarının yanı sıra çağdaş kişiye özel takım elbiseler de sunmaktadırlar. Uzun, ince bir siluet dikimevinin imzası niteliğinde olup renklerin çağdaş bir yaklaşımla kullanımı müşterilerinin takdirini kazanmakta, markayı genç jenerasyondan müşteriler için de cazip hale getirmektedir. Bunun sonucunda Tokyo'da müstakil bir binada mağaza açılmış ve ayrıca firmanın Savile Row'daki orijinal mülkünün karşısına yeni bir Richard James Bespoke dikimevi eklenmiştir.

Kilgour

1882'de Savile Row'daki ilk ortaya çıkışından bu yana, Kilgour terzilikteki zanaatkârlığı ile istikrarlı bir şöhret kazanmıştır. Dikimevi Louis B Meyer ve daimi müşteri Cary Grant gibi bazı Hollywood elitleriyle bağlantı kurmuştur. Kilgour Dikimevinin tarzı ve imzası olan tek düğmeli ceketler, Cay Grant'ın zarif fiziğine çok uymaktaydı. Günümüzde şirket hem ısmarlama hem de hazır giyim koleksiyonları sunmaya devam etmekte ve ayrıca firmanın ısmarlama dikim mirasına yakışır bir şekilde tam tadilat hizmeti vermektedir.



Çağdaş tek düğmeli kadife ceket ve önden iki düğmeli, dar kalıplı, mavi çizgili ve pamuklu yazlık ceket. Her ikisi de Richard James.



Norton & Sons

1821'de Walter Norton tarafından Londralı centilmenlerin terzisi olarak kurulan terzilik firması, 1860'larda henüz Savile Row'a taşınmadan önce, 19. yüzyıldaki hızlı büyümenin keyfini sürmüştür. Firma kısa zamanda klasik kesimli takımları ve denizaşırı seyahatlere uygun hafif gramajlı kumaşlar kullanmasıyla bir farklılık yarattı. Bunun yanında, gündelik takım elbiselerden, smokin ve frak ceketlerine, avcı ceketleri (*shooting jacket*) ve sahra ceketlerine (*field coat*) uzanan geniş bir yelpazede model üretmektedir.

Henry Poole

1806'da kurulan seçkin dikimevi Henry Poole, Savile Row'daki binasına 1846'da taşındı ve İmparator III. Napolyon, Charles Dickens ve VIII. Edward'ın da içinde olduğu bir müşteri kitlesi edindi. Devlet üniformalarını üretmesi için Kraliçe Victoria'nın onayıyla onurlandırılan Henry Poole, hukuk şeriflerinin mahkeme kıyafetleri ve merasim giysilerinin yanı sıra arabacı ve uşak kostümleri de üretmek üzere üniforma departmanını yeniden açmıştır.

İkon: Mick Jagger

Müzisyen, yazar ve efsanevi şarkıcı Mick Jagger, grubu Rolling Stones ile uzun bir kariyerin tadını çıkarmaktadır. Grubun solisti olarak giyim tarzı sıklıkla medyaya konu olmuştur. Asi dış görünüşünün ve her iki cinsle de flört etmesinin ötesinde, Jagger daima *sartorial* tarzı takdir etmiştir. 1971'de Bianca Jagger'la evlenirken giydiği ünlü üç parçalı takım elbisesini de dikmiş olan, Tommy Nutter'in usta kesimcisi Edward Sexton gibi Savile Row'un daha radikal terzilerini ve Ozwald Boateng, Richard James gibi modern dikimevlerini tercih etmektedir.



İtalya, Avrupa'daki erkek giyimin evrimi ve gelişiminde, zanaatkârlıkla desteklenen ve tekstil dokumacılığında uzun bir geçmişe dayanan becerisiyle özgün bir yere sahiptir. İtalya'nın 19. yüzyıldaki birleşmesi, bugün hâlâ İtalyan takım elbisecilerinin tarzlarını belirleyen bölgesel farklılıkları ortaya çıkarmıştır. Rönesans döneminde bile, İtalyan devletleri kendilerini Kuzey Avrupalı komşularından merkezi bir hukuk yapısının eksikliği ile ayırmışlardır. Bireysel tarz ve bölgesel özgünlük nosyonlarını benimseyen İtalyan erkekleri, bunun sağladığı rahatlıkla; bireyin sınıfsal kaygıların ötesinde giyinme hakkını koruyan, kültürel olarak edinilmiş bir giyim anlayışına sahiptir.

İtalyan takım elbise terzileri hafif kumaş ve astarların kullanımıyla sağlanan incelik ve tuşelerdeki hafifliği, zarafetle dengelemedeki ustalıklarıyla bilinirler. Bu, Savile Row geleneğinin oldukça dışındadır. Ayrıca renkler de geleneksel İngiliz kumaşlarına kıyasla daha açık ve pasteldir. Bu yalnızca daha yumusak bir iklimi değil, aynı zamanda İtalyan erkeğinin takım elbiseye servet ve sınıfsallığın ötesinde bir zevk ve yaşam tarzı göstergesi olarak bakışını da yansıtmaktadır. Fellini'nin 1960 yapımı "Tatlı Hayat" (La Dolca Vita) filmi bu yaklaşımının canlı bir örneğidir ve İtalya'nın savaş sonrası dönemde, kaliteli erkek terziliğinin merkezi olarak yeniden dirilişini teyid etmektedir.

Günümüzde İtalya'nın dünyaca ünlü takım elbise terzileri, sezonsal modayı izleyen fakat kaliteden ödün vermeyen terzicilik geleneğinden ve işçilik becerilerinden aldığı güçle, ülkenin her yanındaki bölgesel dikimevlerine ve tasarım markalarına dağılmış durumdadır. Öne çıkan bazı isimler şunlardır.

İtalyan aktör Marcello Mastroianni, Fellini'nin klasik filmi "Tatlı Hayat"ta canlandırdığı gibi, belirgin bir İtalyan havası taşıyan kendinden emin bir erkek giyim tarzını temsil ediyor.



Brioni

Brioni İtalya'nın en özgün terzihanelerinden biridir. Roma merkezli bu erkek giyim markası, 1945'de kurulmuş olup kendi el işçiliği atölyesini ve yetkin kesimcilerle ütücülerden oluşan imalat bölümünü kurmak suretiyle ısmarlama dikim hizmeti sunarak kendini Savile Row ve rakip İtalyan modaevlerinden ayırmak üzere yola çıkmıştır. Brioni'nin ünü yayıldıkça John Wayne, Gary Cooper, Henry Fonda ve Sidney Poitier'i de içeren şöhretli müşteriler listesi de genişlemiştir. Günümüzde Brioni markası, dünya çapında hazır giyim ve ısmarlama takım elbise satmakta ve İtalya'nın mükemmel terzicilik şöhretini sürdürmektedir.

Kiton

Kiton çok eskilere dayanan Napoliten terzicilik geleneğini gururla temsil etmekte ve kesim ve kalıplarıyla emsal teşkil eden takım elbiseler sunmaktadır. Bu saygın dikimevi, hazır giyim ya da ısmarlama dikilmek üzere, en kaliteli ve en hafif kumaşlardan bir kısmını kullanmaktadır. Hafifçe yuvarlatılmış omuzlar Kiton takım elbiselerinin karakteristik özelliğidir.

Caraceni

1913'de Roma'da Domenico Caraceni tarafından kurulan Caraceni markası, mağazacılık operasyonlarını daha sonraları Milano ve Paris'e yaymıştır. Dikimevi "bench bespoke" denilen, kişiye özel ölçü alınarak, ancak makinede dikilen takım elbiseleriyle itibar kazanmış ve müşterinin özelliklerine göre özel kalıp çıkarılıp elde kesilmiş bir takım elbiseye yüksek fiyat ödemeye hazır, sadık bir müşteri kitlesi edinmiştir. Roma terzicilik geleneğini ihraç eden Caraceni'nin tanınmış müşterileri arasında Cary Grant, Humphrey Bogart ve Fransız moda tasarımcısı Yves St Laurent vardı.

Belvest

Kalite, işçilik ve kreatif bir mükemmeliyetçilik geleneğini sürdüren Venedikli terzicilik markası Belvest, sezonsal çağdaş koleksiyonlarıyla büyülü "made in Italy" etiketine iyi bir örnek teşkil etmektedir. Markanın kurucusu Aldo Nicoletto başlangıçtan itibaren en iyi hazır giyim takım elbiseleri ve terzi işi parçaları sunmayı hedeflemiştir. Firma en yüksek standartta seçilmiş kumaşlar ve üretim tekniklerini el işçiliği işlemleriyle bir araya getirmektedir.



Ermengildo Zegna

Bu İtalyan markası 1910'da kurulmuş olup çabucak iyi kalitede yünlü takım elbise üretimiyle ünlenmiştir. Ticaret büyüyüp çeşitlenirken Zegna, Gucci ve Yves St Laurent'in de içinde bulunduğu lüks markalarla işbirliğine gitmiştir. Zegna *extra fine* merinos yününün en büyük alıcılarından birisi olup tekstil teknolojilerine yatırım yapmaya devam etmektedir.

Giorgio Armani

İtalyan moda tasarımcısı Giorgio Armani, erkek giyimin evrim hikâyesinde özellikle söz edilmeyi hak etmektedir. 1980'lerde terzi dikimi ceketlerden vatkaları ve fazla ağırlıkları çıkartarak popüler terziciliği yeniden yaratmıştır. Bu ceketler "hafif ceket" (*deconstructed jacket*) adıyla bilinir. İmzası haline gelen tarzı, temiz hatlar ve kadın koleksiyonlarını da etkileyen rafine kumaş seçimleridir. Armani adı dünyanın her yerindeki müşterilerinin yanı sıra medya için de sadakat ve saygı demektir ve erkek giyimde İtalyan tarzının değerlerini temsil eder.

Giorgio Armani, ustalıkla seçilmiş kumaş kombinasyonları ve rahat kalıplı modelleriyle, erkek giyimde çağdaş İtalyan tarzının somut bir örneğidir.

Amerikan terziciliği zamanla kendi özgün karakterini geliştirmesini sağlayan çeşitli etmenlerin bileşimiyle şekillenmiştir. Avrupalı göçmenler Newyork ve Chicago gibi şehir merkezleri başta olmak üzere, Amerika'ya terzicilik becerilerini ve ortak zanaatlerini getirmişlerdir. Seçeneklerin fazla olmadığı bir ortamda, erkekler için Avrupalı giyim tarzı zamanın moda yayınları vasıtasıyla geniş ölçüde kabul görmüş ve 19. yüzyıl ve 20. yüzyılın başlarında örnek alınmıştır. Standartlaştırılmış kalıp ve ölçü sistemlerinin uygulanması, terzicilik endüstrisinin el dikişiyle üretimden makineleşmiş hazır giyim imalatına geçişiyle aynı zamana denk gelmiştir. Hızla büyüyen Amerikan ekonomisinin arz ve talebini karşılamaya yönelik, yeni seri imalat konfeksiyon ürünleri, Amerikalı tüketicilere büyümekte olan perakende zincirleri ağı ve Brooks Brothers gibi erkek giyim mağazaları aracılığıyla satılmaktaydı.

Burada 1920'lerden itibaren Hollywood filmlerinin önemli etkisini belirtmek önemlidir. Clark Gable, Gary Cooper ve Fred Astaire gibi ekran idollerinin ortaya çıkışı izleyiciyi etkisi altına almış ve Amerikan terziciliğinin tanımlanmasını destekleyen moda ve giyim trendleri konusunda belirleyici olmuştur. Bu temel giyim tarzları örnek alınıyor ve hazır giyimin yerleşik kalıpları dahilinde Amerika'nın muazzam büyüklükteki perakende mağazalarında satılıyordu.

"Preppy", Amerikan terziciliğinin gelenek, eğitim ve sınıf ya da aile bağlarına hürmeti içeren bir yanını ifade etmek için kullanılan özgün bir sözcüktür. Birleşik Devletler'de terziciliğin başlangıçtaki gelişimi çeşitli etkilerin bir araya gelişiyle şekillenmis olsa da, günümüzde kendine özgü bir Amerikan giyim anlayışı ortaya çıkmıştır. Burada, Amerikan terzicilik tarihinin bazı dikkat çekici isimlerinden söz edilmektedir.



Geniş vatkalı omuzları ve duble paça (katlamalı), bol kesimli pantolonuyla Amerikan dökümlü, kruvaze takım elbisesinin bir örneği, 1939.

Newyork sokaklarından preppy tarzına bir örnek.



STYLE SIGHT



İkon: Cary Grant

Cary Grant bir Hollywood efsanesi ve erkek giyim ikonudur. İngiltere'de doğmuş olan Grant, daha sonra Birleşik Devletler'e yerleşmiştir. Giysilere olan kişisel ilgisinin yanı sıra Savile Row terzileri Kilgour ve French & Stansbury'nin de içinde bulunduğu ısmarlama dikimevleriyle olan işbirliği sayesinde hem ekranlarda hem de ekran dışında güçlü bir kişisel tarz yaratmıştır. Grant, İngiliz giyim anlayışıyla rahat Amerikan tavrını birleştiren İngiliz-Amerikan tarzını giyimine başarıyla yansıtmıştır.

Brooks Brothers

1818'de kurulan perakende kuruluşu Brooks Brothers, Birleşik Devletler'deki en eski erkek giyim zinciridir. Avrupalı giyim anlayışını rahat bir Amerikan tavrıyla birleştiren klasik bir Brooks Brothers takım elbisesi, iki ya da üç düğmeli olup doğal omuz hattı ve arka ortada yırtmacıyla rahat kesimli bir ceket ile yüksek belli, önden pileli veya pilesiz ve pantolon askılarıyla kullanılan bir pantolondan oluşur.

Tipik kumaşlar lacivert ve gri pinstripe (ince çizgili bir tür kumaş), ince flaneller, balıksırtı ve Prens dö Gal ekoseden oluşmaktadır. Kumaş gramajları mevsimine göre değişmekle birlikte ipekli karışımlarla, erkek giyime uygun ince çizgili gofre gibi yazlık kumaşları içermektedir.

Brooks Brothers'ın ünlü erkek müşterileri arasında Clark Gable ve Andy Warhol'un yanı sıra Abraham Lincoln'den Bill Clinton'a ve Barack Obama'ya, çeşitli Amerikan devlet başkanları bulunmaktadır. Yakın zamanlarda, sevilen "Mad Men" dizisinin etkisiyle müşterilerin iyi kesimli erkek takım elbiseleri için Brooks Brothers'a akın ettikleri görüldü.



Amerikalı erkek giyim markası Brooks Brothers, ödüllü televizyon dizisi "Mad Men"de giyilen bazı takım elbiseleri dikmekle görevlendirildi.

Ralph Lauren

Ralph Lauren demek, Amerikan tarzı demektir. Amerikalı tasarımcı, Amerikan terziciliğine dair algıyı geliştirmek ve tanınmasını sağlamak adına tartışmasız diğer bütün tasarımcılardan daha fazlasını yapmıştır. Markanın cazibesi geçmiş, gelenek ve rafine bir zarafet anlayışıyla yakından ilişkili, tutkulu bir yaşam tarzı sunmasından ileri gelir.

Purple Label koleksiyonu ilk kez 1994'de lanse edilmiş olup Ralph Lauren'in, geleneksel İngiliz tarzının unsurlarını bünyesinde barındıran, en yüksek kalitedeki erkek takım elbise grubunu temsil eder. Marka Avrupa'nın en iyi terzilerinden bazılarının zanaat ve uzmanlıklarından yararlanır ve en iyi kalitedeki sınırlı üretim kumaşlarını Avrupa'nın seçkin fabrikalarından tedarik eder. Bunun sonucu ise geleneksel Amerikan tarzını yeniden yorumlamayı sürdüren, istikrarlı bir estetik anlayışıdır. Şirketin 2005'de sunulan Black Label koleksiyonu, takım elbiselere ve terzi işi spor ceketlere modern bir Amerikan tavrıyla yorumlanan İtalyan tarzı bir kesim anlayışı getirmiştir.

Ralph Lauren'in yaklaşımı tipik Amerikan tercihleri doğrultusunda, erkek takım elbiselerine dökümlü ve rahat bir görünüm kazandırmıştır. Kesimler daha rahat hareket etmeyi sağlayan yüksek kolevi ve naturel hattı vurgulayacak şekilde hafifçe vatkalanmış düşük omuzlardan oluşur.

İkon: Steve McQueen

Hollywood yıldızı *coo*l kral Steve McQueen erkek giyim tasarımcıları ve stilistleri için hâlâ esin kaynağı olmayı sürdüren gerçek bir stil ikonudur. Havalı kişiliği ve yarattığı çabasız görünüm nedeniyle erkekler ondan esinlendiler ve tarzını örnek aldılar, giyim markaları da lisans alarak isim ve imajını yeniden ürettiler. Eşsiz cazibesi 1971 yapımı "Büyük Yarış" (Le Mans) filmindeki otomobil yarışçısı karakteriyle; üç parçalı bir takım elbise giydiği 1968 yapımı "Kibar Soyguncu" (The Thomas Crown Affair) filmindeki zarif stili arasında gidip gelir. Erken ölümüne rağmen ya da belki de bu sebepten, McQueen erkek giyim üzerinde simgesel bir etki bırakmıştır.



İkon: Fred Astaire



Hollywood efsanesi ve özellikle 1930'lar ve 1940'ların sahne ve ekranlarda ünlenmiş Amerikalı dansçısı Fred Astaire, kusursuz giyim zevki ve detaylara gösterdiği özenle tanınırdı. Astaire pek çok filminde kullandığı silindir şapka, beyaz papyon ve frak ceketinden oluşan formel kıyafetle özdeşleşmiş ve bu tarz giyimi son derece zarafetle taşımıştır. Çoğu zaman gömlek ve kravatla giydiği alameti farikası niteliğindeki spor ceket ve pantolonlarıyla, ekran dışında da aynı şıklığı korurdu. Onun kişisel tarzı günümüze kadar esin kaynağı olmayı sürdürmüştür.

Oxxford Clothes

1916'da Chicago'da Jacob ve Louis Weinberg tarafından kurulan Oxxford Clothes, müşteri mahremiyetine saygılı; Birleşik Devletler'de kolay bulunmayan türden bir el işçiliği ve zanaatkârlık geleneğini benimsemiş, Avrupalı tarzda bir dikimevidir. Şirket uzun yıllar boyunca Clark Gable, Walt Disney ve Joe DiMaggio gibi halka mal olmuş kişileri giydirmiştir. Kendi terzi ve kesimcilerini eğitebilmek adına seri üretimin karşısında olmaya devam eder. Oxxford, yüksek kalitede Avrupa malı kumaşlar kullanmak suretiyle ve ilave hizmet avantajlarıyla hâlâ Amerikan giyiminin kalıp ve kesimlerinde belirleyicidir. "Amerikan malı. Amerikan tarzı" mottosuyla hem iş hem de sosyal ortamlar için uygun, belirli bir döküm ve rahatlıkla karakterize edilen geleneksel bir tarzı yansıtan Oxxford markasının 1220 koleksiyonu, tamamen Amerikan ürünü olarak pazarlanmaktadır.

J Press

1902'de Connecticut, New Haven'de kurulan J Press, Amerikan preppy tarzını temsil eden bir marka olmuştur. Amerikan doğu sahillerinin giyim tarzıyla güçlü bir şekilde özdeşleşen J Press, tutarlı bir görsel estetik sunmaya devam etmektedir. Firmanın imzası niteliğindeki rahat kesimli ceketleri (*sack jacket*) bir takımın parçası ya da ara tonlardaki yumuşak bir tüvit kalitesinden dikilmiş, spor bir dış giyim olarak kullanılabilir.

Amerikan erkek giyimin seçkin mağazaları içinde yer alan J Press, hazır dikilmiş takım elbise ve ceketlerinin yanı sıra Amerikan detaylarıyla birleştirilmiş, doğal ve kaliteli elyafın üstünlüğünü yansıtan bir ısmarlama dikim hizmeti de sunmaktadır. Marka centilmenler için pilesiz pantolon kesimlerini önermektedir. Firma ayrıca, askeri ve özel kulüp çizgililer de dahil olmak üzere geniş bir kravat yelpazesinin yanı sıra, preppy boyunbağları ve yaka balinasından mendile kadar çeşitli giyim aksesuarları da sunmaktadır. J Press'in Ivy League standartlarına olan kararlı bağlılığı bir Amerikan klasiği olarak devamlılığının garantisi niteliğindedir.

Erkek gömleği yüzyıllardır var olmuştur. Aslında bir iç giysisi olan gömlek, doğrudan tenin üstüne giyilmekte ve yalnızca kenarlarıyla ön kısmı görünmekteydi.

Boyunbağı, fırfırlı yakalardan takma dantel yakalara ve sonradan da kravatlara doğru evrildi. 19. yüzyılın başlarına kadar yüksek ayaklı yakalı gömlekler ayaksız yakalı paltolarla giyiliyor ve kravat ya da fularla tamamlanıyordu.

19. yüzyıl boyunca gündüz ve akşam giyilen gömlekler farklılaşmaya devam etti. Gömleğin önden görülebilen kısmı biçimlendi, bu büyük ölçüde yeleğin kesimine göre belirlendi. Yaka, yaka bandına düğme ya da çıtçıtla tutturulan çıkarılabilir bir parçaydı. Yaka biçimleri, resmiyetin çeşitli seviyelerini belirten önemli bir gösterge haline geldi. Beyaz şık gömleklerde ince nervürler, fırfırlı roba ya da nakış bulunurken formel gündüz giyimi için olanlar kolalıydı ve çıkarılabilir manşet ve yakalarla kullanılıyordu. Kolalanmış dik yakaların üstüne yassı ve geniş bir fiyonk şeklinde bağlanan boyunbağı takılıyordu. Daha az formel gündelik gömleklerde desen ve çizgi kullanılmaya başlandı, ancak bunlar da çıkarılabilir yakalarla giyiliyordu. Bunların arasında çağdaş gömlek yakalarının temeli olan aşağı doğru katlanan yakalar da vardı. 1871 yılında, İngiliz gömlek firması Brown, Davis & Co ilk kez önden tamamen açık ve düğmeli gömleğin patentini aldı. Daha öncesinde bütün gömlekler kafadan geçirilerek giyiliyordu.



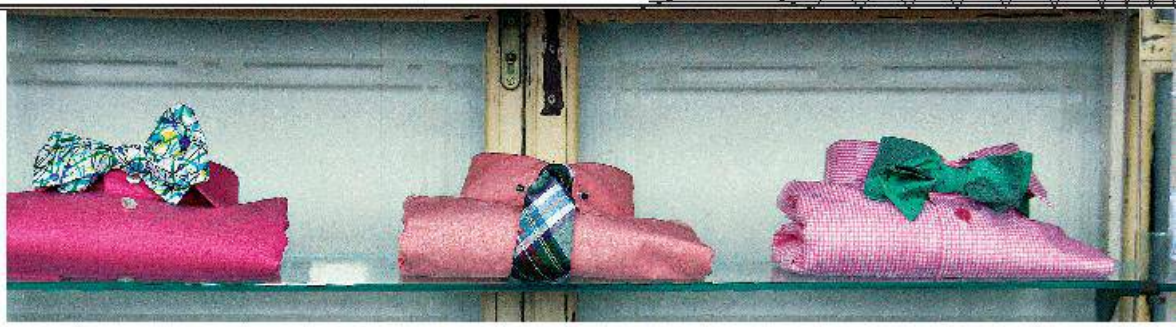
1960'lara ait bu erkek giyim illüstrasyonunda ince nervür ve fırfırlı roba detaylarıyla süslenmiş beyaz şık gömlekler görülmektedir.



Ismarlama gömlekler *(custom-made)*

Ismarlama ya da özel dikim gömlekler, hazır giyim gömleklere bir alternatif teşkil eder. Günümüzde büyük ölçüde lüksü takdir eden beyefendiler ve varlıklı işadamları tarafından tercih edilmektedir. Yüksek kaliteli gömlekçiler dünyanın moda merkezlerinde bulunabilir: Paris, Milano, Roma ve Newyork. Ayrıca Londra'da da Savile Row takımlarına değer katan İngiliz ısmarlama gömleklerini üretmeyi sürdüren gömlekçiler bulunmaktadır.

Klasik beyaz gömlek, Dior Sonbahar/Kış 2010 Erkek koleksiyonundan bir örnek.



Günlük kullanımda yaka biçimleri, iğneli yaka ya da düğmeli yaka gibi çok çeşitli tarzları içerir.

Yakalar

Yaka bir gömleğin karakter ve tarzını belirleyen en önemli özelliklerinden biridir. Çıkarılabilir yakalar genel olarak formel akşam giyiminde kullanılır. Yüksek katlamalı yakaya alternatif olarak dik yaka (*upright collar*) veya ata yaka (*wing-tip collar*) şeklinde olabilir. Günlük giyimdeki yaka tipleri daha ziyade moda trendleri ve tarzlarla ilişkili olmakla birlikte, büyük ölçüde aşağıdaki modelleri içermektedir:

Klasik katlamalı yaka (*turn-down collar*)

Yaka uçlarına hafifçe biçim verilmiş çeşitli kesimlerde olabilir. Yaka derinliği yaka bandına orantılı olmalıdır. Bu şekilde derin bir yaka bandı da geniş katlanan bir yaka gerektirir. İyi dikilmiş birçok erkek gömleğinde katlanan yakalarda çıkarılabilir balina vardır.

İtalyan yaka *(cutaway collar)*

Açık yaka olarak da bilinir; bu yakanın özelliği ön kısmının yanlara doğru açılmasıdır. İtalyan yaka genel olarak yarı-formel olarak kabul edilir ve standart olarak çıkarılabilir balina kullanılır.

İğneli yaka *(pin collar)*

İğneli yakada yaka uçları görünür bir yaka iğnesiyle tutturulmuştur. İğneli yakanın uçları genellikle yuvarlak olur ve bazen gömlek kumaşına kontrast beyaz renktedir. Bu tarz hâlâ Birleşik Devletler'de popüler bir yaka tipidir.

Britli yaka *(tab collar)*

Bu kravatla giyilmek üzere tasarlanmış bir yaka tipidir. Yakanın ön kenarlarına küçük birer brit dikilir ve bu, kravat düğümünün vurgulanmasını sağlar. Pinpoint desenli oxford gömleklerde sık kullanılır.

Sivri yaka

Klasik katlamalı yakanın farklı bir tarzıdır. Sivri yakalar zaman zaman gelen bir moda dalgasıdır.

Düğmeli yaka

Bu *smart-casual* yaka tipinin özelliği, yumuşak (hafif telalı) katlamalı bir yaka olması ve genellikle pamuklu oxford gömleklerde kullanılmasıdır.



Düğmeli oxford gömlek

Bu gömlek modelinin en belirgin özelliği uçları düğmeli yumuşak, katlamalı yakasıdır. Düğmeli yaka gömlekler ilk olarak 1896'da Birleşik Devletler'de, polo oyuncularının gömleklerinden esinlenilerek Brooks Brother tarafından sunulmuştur. Formel erkek gömleği olarak değerlendirilmeyen bu modelin, genellikle arka ortasında bir pili (kırma) bulunur ve kravatla da kravatsız da giyilebilir.



Pantolon erkek giyimin temel parçalarından biridir. Erkek giyimiyle yakından ilişkili olmakla birlikte, özellikle 1970'lerden bu yana kadın gardırobuna da girdiği için pantolonu artık sadece bir erkek giysisi olarak tarif etmek mümkün değildir. Bugün yaygın biçimde pantolon adını verdiğimiz giysi, 19. yüzyılın başlarında giyilen ve orijinal dilinde *pantoloon* adı verilen modelden türemiştir.

Pantoloonlar

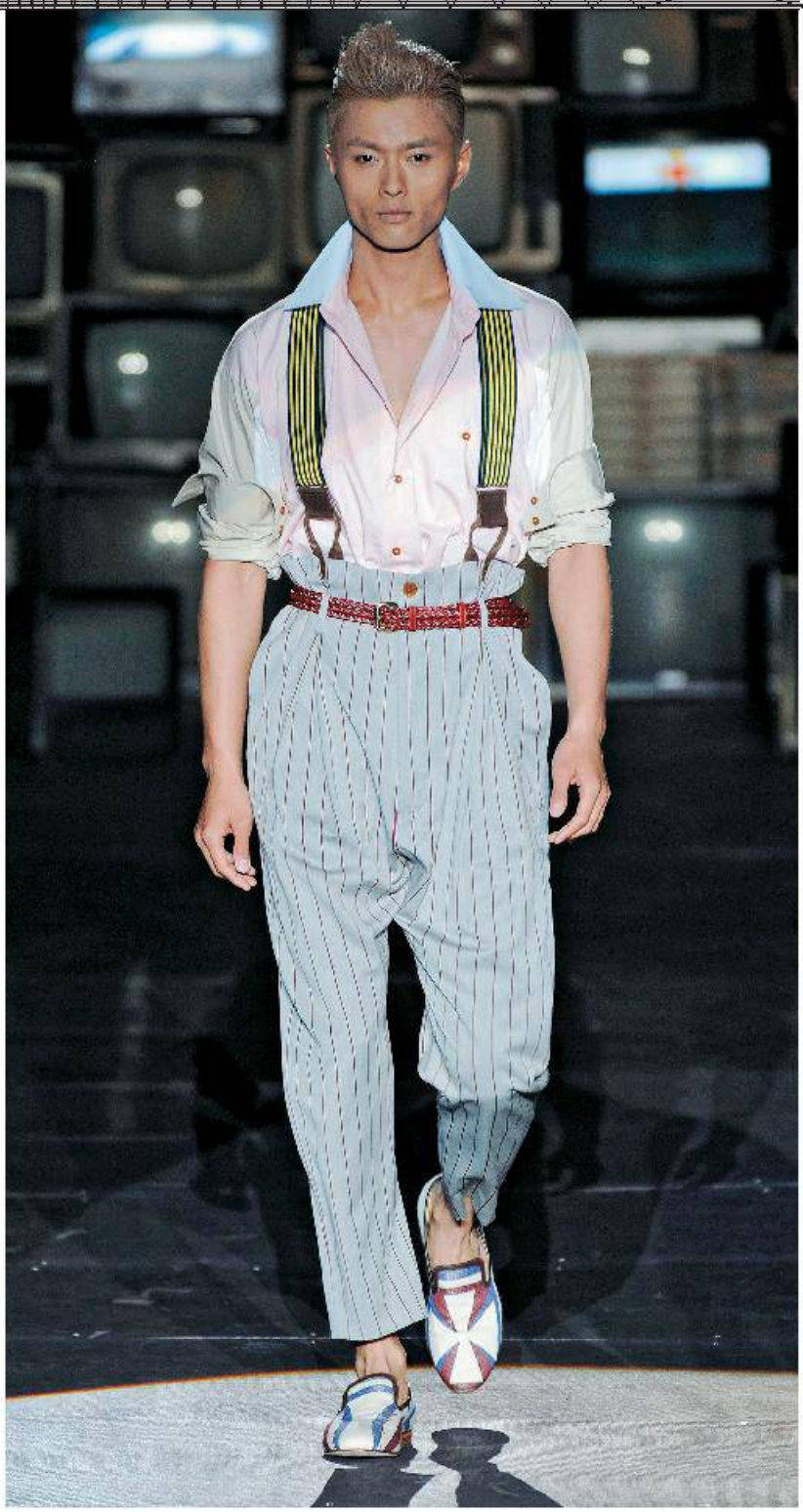
Fransız Devrimi'ni takip eden yıllarda dizaltı binici pantolonlarının terk edilmesiyle ortaya bilekte biten, yeni bir model çıkmıştır: pantoloon. Düzgün bir görünüm elde etmek için pantolon askısıyla yukarı doğru çekilen bu modelin paçalarında da binici üzengilerini andıran ve ayakkabının alt kısmına geçirilen "ayak kayışları" bulunurdu. Bu dar pantolonlar 19. yüzyılın vücuda oturan erkek giysi modasıyla uyumlu olmasının yanı sıra, terzi işçiliğindeki kaliteyi de göstermekteydi. Bu ayrıca 1820'ler boyunca devam eden garip bir moda olarak kum saati siluetini yarattı: Centilmenler kısa bir süreliğine giysilerinin içine bel kuşakları, erkek korsesi ve moda olan ince belli silueti vurgulamak için bacakların üst kısmına dolgulu bir içlik giydiler. 19. yüzyıl ortalarına doğru pantolon paçalarındaki ayak kayışları büyük ölçüde gözden kaybolarak pantolon kalıplarının bacak kısımları da bollaştı.

Varyasyonlar

Çizgili ve ekose kumaşlar günlük giyilen pantolonlarda kullanılmaya başlandı ve frak ceketi ya da kapalı yakalı, bol ceketlerle (*sack jacket*) kombinlendi.

Ön kısmına pililerin eklenmesi erkek pantolonlarına ilave bir konfor ve rahatlık sağladı. 1920'lerde oxford pantolon (*oxford bags*) adı verilen bol kesimli pantolonlar ortaya çıktı. Bu pantolon modelinin kısa zamanda Birleşik Devletler'deki "Ivy League" öğrencileri tarafından benimsenmesiyle Yale ve Harvard kampüslerinde görülmeye başlandı. Zamanla oxford pantolonlar daha sonra gelen geniş paçalı pantolonlar için bir referans noktası haline geldi ve bu isim genel bir tabir olarak kullanılır oldu.

Pantolon askısıyla kullanılan ince çizgili *(pinstripe)* pantolonlar, Vivienne Westwood'un İlkbahar/Yaz 2010 defilesinin bir parçasıydı.



Ütü çizgileri ve duble paçalar

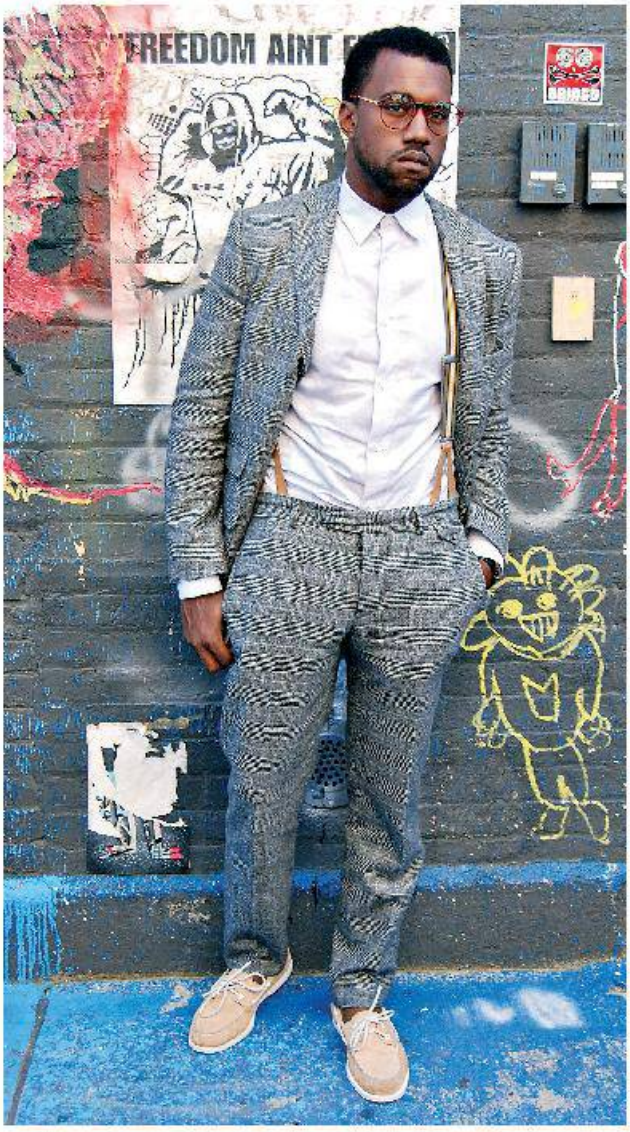
1880'lerde erkek pantolonları ütü çizgisiyle tanıştı. Ütü izi başlangıçta dizaltından pantolonun paçasına kadar yapılıyordu. Bu uygulamanın bollaşan pantolon dizlerinin sakilliğini azaltmak üzere başladığı düşünülmektedir. 1900'lere gelindiğinde erkek pantolonlarındaki ütü çizgisi bele kadar çıkmıştı ve on yıl içinde pantolon boyunca devam eden ütü çizgisi olağan bir hale gelmiş ve günümüze dek de öyle kalmıştır.

Birleşik Devletler'de pantolon manşeti (*trousers cuff*) olarak da bilinen duble paçalar, 19. yüzyılda ortaya çıkmıştır. Kesin kaynağı her ne kadar tartışma konusuysa da, bazı tarihçiler duble paça pantolonların ilk kez 1860'larda İngiltere'de, Windsor Kriket Klübü'nde takım oyuncuları pantolonlarının paçasını elle kıvırdıkları zaman görüldüğünü öne sürmektedir. Kral VIII. Edward'ın da pantolonlarının paçasını kir ve nemden korumak için kıvırdığı söylenir. Bu kraliyet onayının ardından duble paçalar, modayı takip eden erkekler arasında yayıldı ve gündelik pantolonlarla spor modeller için bir seçenek yarattı. Teklifsiz ve rahat bir görünüm verdiğinden şık takımlarda, frak ceketi ya da herhangi bir formel giyimde tercih edilmez.

Detaylar

Erkek pantolonları kumaş, detay ve dikim metotlarıyla tanımlanır. Bir pantolon tasarlarken bunların her biri hakkıyla değerlendirilmelidir. Bu kriterler astar gibi detayları da içermektedir. Dize kadar yarım astarlanmış ön parçalar, hem konfor hem de oturup kalkarken bir kayma mesafesi sağlar. Kemer çevresindeki işçilik pantolonun en görünür kısmıdır ve genel olarak kalitenin bir göstergesi sayıldığından, üretici logosunu bu kısımda sergiler. Bununla beraber kemer içindeki işçiliğin kaliteyi temin etmede daha kritik bir işlevi vardır. Arka orta dikişinin sağlamlığı gizli bir kalite işaretidir: Hemen fark edilmez ancak iyi dikilmiş bir pantolon giyildiğinde aşikârdır. Bitişi iyi yapılmış cepler, düğme ilikleri, dikişler, pantolon paçaları ve bel kemerindeki arka orta yırtmacı, ileride gerekebilecek tadilatlar için ilave kalite unsurlarıdır. Pililer pantolonun görünümü ve tarzını belirleyen, büyük ölçüde kişisel zevke dayalı unsurlar olmakla birlikte, moda döngüsünden de etkilenmektedir. İçe doğru bakan pililerin, ters yöndekilere göre daha geleneksel olduğu varsayılır; bununla birlikte ikincisi karın bölgesini daha düz gösterir ve kemerli pantolonlarda daha sık kullanılır.





Amerikalı yapımcı ve müzisyen Kanye West, kişisel tarzının yanı sıra detaylara gösterdiği özenle de tanınmıştır. Bu resimde preppy tarzında bir kıyafetle görülmektedir.
Image © Stylesight

Pantolon askıları

Pantolon askıları (Birleşik Devletler'deki adıyla "suspenders") bir zamanlar erkek gardırobunun vazgeçilmez bir parçasıydı. Günümüzde ise daha ziyade *sartorial* giyime yatkın beyler için önemi bir aksesuar olarak kalmıştır. Tıpkı gömlek ya da pantolon gibi, pantolon askılarının ölçüsü de kişiye göre değişir. Tam ölçüsünde bir çift pantolon askısının avantajı, pantolonu güvenli bir biçimde yerinde tutmasının yanı sıra, dikey çizgileri öne çıkararak vurgulamasıdır. Daha ziyade normal ya da yüksek belli pantolon modellerine uygundur. Pantolon askıları kemerden farklı olarak gömlek ve bel kemeri arasında hava sirkülasyonuna da olanak sağlar. Otantik pantolon askıları, pantolona "M" biçiminde yerleştirilmiş düğmelerle tutturulur. Yani önde iki ve arka ortada tek düğme bulunur. Bazı terziler ise arkadaki düğme gizliyken öndekilerin görünür olmasını tavsiye etmektedir.

Boyunbağı erkek giyimin evrim yolculuğuna görece yeni katılmış sayılsa da, her zaman gelenek ve formaliteyle ilişkilendirilmiştir. 19. yüzyıl boyunca yaka biçimleri ve gömlek modellerinin giderek artan çeşitliliğini tamamlamak üzere, aynı zamanda çok çeşitli düğümler ortaya çıkmıştır. Bunların içinde türlü kravat modelleri, Ascot tarzı bağlama ve *jabot* adı verilen, fırfırlı bir göğüs danteli de vardır. 19. yüzyılda boyunbağı modelleri arttıkça ve kullanımı giderek bir zorunluluğa dönüştükçe, farklı düğümleri bağlama biçimlerini gösteren rehber kataloglar basılarak erkeklerin kullanımına sunulmuştur.

1860'larda gemici düğümü şeklinde bağlanan daha uzun bir eşarp erkekler arasında moda oldu ve daha önceleri günlük giyimde kullanılan çapraz bağlamalı kravat modellerinin yerini aldı. Siyah veya beyaz renkteki düz, dar kravatlar daha ziyade formel akşam giyimiyle kullanılır oldu. Papyon şeklindeki bağlamalar da blazer giyen erkekler tarafından tercih ediliyordu. Formel gündüz takımlarıyla ve pazar ayinlerine giderken Ascot tarzı boyunbağı; beyaz gömlek, beyaz yaka ve manşetle birlikte kullanılıyordu.



Rengârenk erkek kravatlarından bir seçki. İpek fular ise geleneksel olarak kravat ve mendillerle kullanılır.

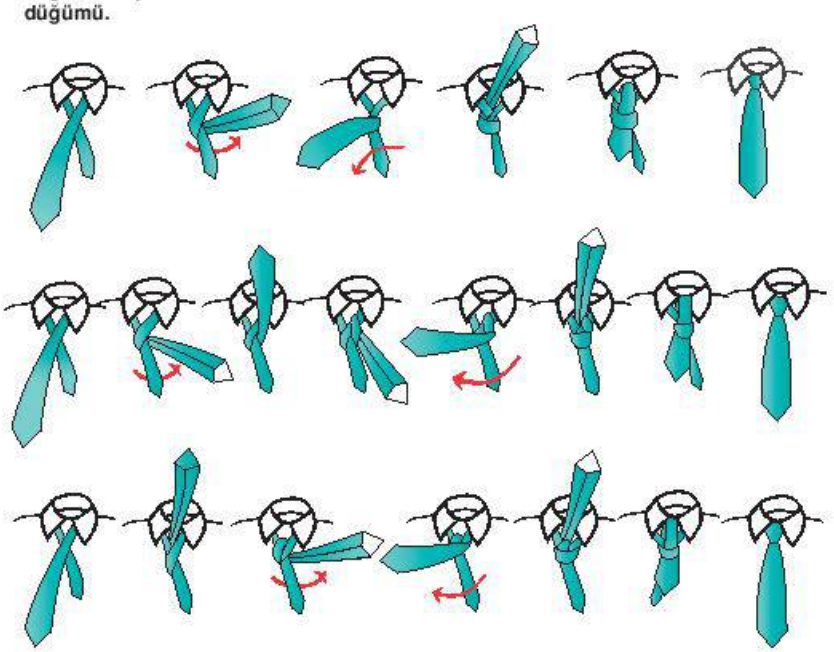
Four-in-hand düğümü

1890'larda "four in hand" adı verilen bir bağlama şekli moda oldu. Gömlek ve yelekle kullanılmak üzere tasarlanmış ve istenen sayıda düğmeyi görünür kılan bu düğüm, kısa zamanda popülerlik kazandı. Atlı araba sürücülerinin atların dizginlerini *four-in-hand* düğümü ile bağladıkları söylenmiş; bazıları tarafından da sürücülerin fularlarını bağlama şekliyle ilişkilendirilmiştir. Bir diğer olası köken ise bu düğümü çabucak benimseyip yayan, Londra'daki Four-in-Hand Kulübü üyeleridir. Her durumda bu düğüm, günümüzde çoğu erkeğin standart olarak benimsediği kravat bağlama şeklinin temelini teşkil eder.

Windsor düğümü ve yarım Winsdsor düğümü

Four-in-hand düğümünün yegâne gerçek alternatifleri, son Windsor Dükü'nün adıyla anılan Windsor ve yarım Winsdsor düğümleridir. Her iki düğüm tarzı da bağlamak için yeterli bir kravat uzunluğunun yanı sıra, esneklik ve yumuşaklık gerektirir ve dikkatli bakanın gözünden kaçmayacak kaliteli kumaştan iyi dikilmiş bir kravat sunar.

O Erkekler için 3 ana kravat modelinin resimli rehberi: *four-in-hand* düğümü, Windsor düğümü ve yarım Windsor düğümü.





Papyon kravat

Papyon kendine özgü karakteriyle kravata bir alternatif teşkil eder. Gayri resmi olarak "dickie bow" olarak adlandırılan bu simetrik boyunbağı, artık günlük giysilerle kullanılmamakla birlikte, preppy tarzının bir parçası olarak ayrıcalık kazanmıştır. Papyon esas olarak erkek smokininin ve resmi ortamların bir parçasıdır. Bunun nedenlerinden biri, çoğu erkeğin papyonu doğru şekilde bağlayamaması olduğundan hazır bağlanmış papyonların ortaya çıkmasıyla sorun çözülmüş gibi görünür. Bununla beraber bu klipsli modeller, papyon bağlayamamanın yakışıksız bulunduğu kibar çevrelerde hiç bir zaman tümüyle kabul görmemiştir.

Askeri alay kravatları

Modern kravatlar büyük ölçüde resmiyetle bağlantılı olmakla birlikte, bir dereceye kadar kendini ifade etme, moda ve hatta mizahı da temsil eder. Askeri alay kravatları Birleşik Krallık'ta ortaya çıkmış olup 1920'lerden bu yana moda olmaya devam etmiştir. Bu kravatların karakteristik özelliği diagonal çizgilerdir ve bu çizgiler aslında uzaktaki bir askeri alayın ya da bir ordu mangasının üyeliğine işaret eder. İngiliz askeri alay kravatları, genel çizgili kulüp kravatının çeşitli uyarlamalarıyla sivil giyime de geçmiştir. Geleneksel İngiliz çizgileri sol omuzdan sağa doğru inerken, Amerikan kulüp kravatlarınınkiler orijinal Brooks Brothers tarzını takip ederek ters yönde kullanılır.



Erkekler için boyunbağı resmiyet, ortam ve statüyle yakından ilişkilidir. Hardy Amies'in Sonbahar/Kış 2010 koleksiyonundan bir seçki.

Modern kravat

Modern kravatın öncülleri, kumaşın çizgisi takip edilerek kesilir ve düzgün bir şekilde katlanmadan giyilirdi. 1924'de Newyorklu kravat imalatçısı Jesse Langsdorf, kravatı kumaşın çözgü yönüne 45 derecelik bir açıyla keserek buna bir çözüm buldu. Langsdorf ayrıca kravatları 3 parça halinde kesiyor, böylece onları düğüm ve katlamaya daha uygun bir hale getiriyordu. İnovatif "Langsdorf kravatları"nın patenti alındı ve bütün dünyada satıldı. Sonradan daha da geliştirilerek biçimli durması için eklenen gizli dikiş (*slip stitch*) ile zarafet kazandı. Günümüzde kravatların çoğu hâlâ bu şekilde kesilip dikilmektedir.

Tarih boyunca iç çamaşırları, gizlenen ve başlıca amacı giyenle üstündeki giysiler arasında hijyenik bir katman sağlamak olan; bir bakıma isimsiz parçalardan olmuştur. Bununla birlikte 20. yüzyıl boyunca marka spor giyimin yükselişine paralel olarak erkek iç çamaşırları çekmecelerden çıkıp moda dergilerinin sayfalarına ve reklam panolarına taşınmıştır. Bel lastikleri tasarımcı isimleri ve marka logolarıyla bezenmiş iç çamaşırı pazarı, 1980'lerden bu yana bir çeşit devrim geçirmiş ve değişen erkek güzelliği ve fiziksel form anlayışının sunulmasında kendine düşen rolü oynamıştır.



Dolce and Gabbana erkek giyimi son derece rekabetçi bir sektör olan iç çamaşırı tasarımında pazar lideridir. Dolce and Gabbana Sonbahar/ Kış 2010 erkek koleksiyonu.

İç giyim devrimi

Günümüzde markalı erkek giyim sektörünün bir parçası olan erkek iç çamaşırı pazarı büyük bir piyasadır. Çoğunlukla casual giyimin tamamlayıcı bir unsuru olarak, cesur renkleri ve marka adı taşıyan bel lastikleri görünecek şekilde giyilen bu iç çamaşırları, çağımızın bir fenomenidir ve önde gelen Amerikan ve Avrupa markalarının koleksiyonlarında çeşitli kumaş, desen, kesim ve kalıpta bulmak mümkündür. Calvin Klein erkek iç giyimin modern devriminde dikkate değer bir marka lideridir. Görsel olarak gayet çarpıcı bir dizi reklam ve ticari kampanyayla marka, son derece rekabetçi bir erkek giyim sektöründe, erkek iç çamaşırının ticari arzının ve moda cazibesinin sınırlarını genişletmiştir.



Fanila (atlet)

Kolsuz fanilalar 1930'ların ortalarına kadar erkekler tarafından yaygın olarak giyildi. Savaş yıllarında Amerikan subaylarına tişört adı verilen kısa kollu fanilalar dağıtıldı. T formu nedeniyle bu şekilde adlandırılan tişörtler, savaş yılları boyunca iç giyim olarak kalmakla birlikte; savaşın ardından pamuklu örme kumaş, Aertex ve kaşkorse de dahil olmak üzere çeşitli biçimlerde erkek gardırobuna girmiştir.

Teknoloji ve tekstildeki ilerlemeler, kalıp ve kumaştaki seçenek yelpazesini genişletti. Dikişsiz (*seamless*) giysiler, atletik elastan ve pamuklu karışımların yanı sıra, bambu ve soya elyafından yapılmış yeni nesil çevre dostu örme kumaşlar ve termal özellikli atletler de bu çeşitliliğin içinde yer almaktadır.

Renk ve desen unsurları da bu modelin hızlı bir şekilde, her yerde bulunabilen erkek tişörtüne dönüşmesine hizmet etmiştir.

Tıpkı terzicilik gibi, ayakkabıcılık da köklü bir tarihsel kaynağa dayanır. Hem İngiltere hem de İtalya, kaliteli ayakkabı yapımı konusunda güçlü bir geleneğe sahiptir. İngiliz firmaları hâlâ terzilerin kullandığı kalıba eşdeğer bir ayakkabı kalıbıyla (*last*) sipariş ayakkabılar üretmektedirler. Genel olarak ciddi, sağlam görünüşleriyle ve bu ayakkabıları Britanya ikliminin şartlarına uygun hale getiren vardola parçası (ayakkabının iç tabanına ve üstüne, sonra da saya kısmına saraç işçiliği ile dikilen şerit şeklindeki deri parçası) ile karakterize edilir. Oxford, Brogue ve Derby İngiliz ayakkabılarının popüler modellerindendir. Eşit derecede iyi bir el işçiliğine sahip olmakla birlikte, İtalyan ayakkabıları daha yumuşak derilerin tercih edildiği bir tarihsel gelenekten gelmektedir. Bunun yanı sıra Birleşik Devletler'in de İngiliz ve İtalyan ayakkabıcılarından etkilenmiş olan kendine ait bir ayakkabıcılık geleneği vardır. Amerikalılar hem klasik, hem de *loafer* ya da *makosen* gibi daha az klasik ayakkabılardan oluşan bir çeşitliliği benimsemişlerdir.

O Brogue ya da diğer adıyla *wing-tips* ayakkabılar, resimde açık bağcıklı olarak görülmektedir. Açık bağcıklı ayakkabılar, kapalı bağcıklı olanlara göre daha az klasik olarak değerlendirilir.



Oxford

Siyah Oxford ayakkabılar, erkekler için en klasik ayakkabı modellerinden biridir. Karakteristik özelliği burun dikişi ve kapalı bağcıkları olan bu ayakkabı, görece mütevazı ve sınırlı bir modeldir. Kapalı bağcık, ayakkabı bağcıkları tarafından bir arada tutulan her iki yandaki yaka parçalarının, burun parçasının altında kalacak şekilde dikilmesidir. Böylece bağcıkların altına dikilmiş olan dil parçasını da kapatır.

Legate

Legate (elçi) modeli Oxford ile Brogue arasında bir yerdedir. Sayanın ön tarafıyla arka yanlardaki dikiş bağlantılarının yanı sıra ayakkabının burun kısmı dikiş hattı boyunca deliklerle süslenmiştir. Legate ayakkabılar da kapalı bağcıklı olup Oxford'dan bir parça daha az klasik, ama Brogue'dan daha şehirli bir modeldir.

Brogue

Brogue, Birleşik Devletler'de "wing tips" olarak da bilinir. Dikişler boyunca devam eden delikli süslemeler ve burun kısmındaki kavisli bölüm, bu ayakkabının karakteristik özelliğidir. Brogue modelindeki özgün, dekoratif deliklere bazen Oxford ve Derby modellerinin melez versiyonlarında da rastlanabilir.

"Bir adamı tartmak istiyorsanız, ayağındaki ayakkabılara bakınız."
Aristotle Onassis

Derby

Derby ayakkabılar açık bağcıklıdır. Bu, ayakkabının yanlarındaki yaka parçalarının, ön kısmın üstüne dikilmesi anlamına gelir. Ayakkabının dili, saya (ön kısım) ile aynı deri parçasından yapılır ve bağcık deliklerinin bulunduğu yaka parçaları dilin üstünde birleşir.

Monk

Monk ayakkabılar yandan tokalı bir kayışla bağlanır. Kıta Avrupası'nda popüler olan bu model, bazı açık bağcıklı ayakkabılara ve Loafer'a göre daha ciddi sayılmakla beraber, Oxford ve birçok kapalı bağcıklı ayakkabı modelinden daha az klasik bir modeldir.

Loafer

Loafer gündelik ve rahat bir erkek ayakkabısı çeşididir. *Tassel loafer*'lar (püsküllü modeli) popüler bir İngiliz modeli olup karakteristik özelliği ön kısmındaki iki adet dekoratif püsküllüdür. Birleşik Devletler'de *penny loafer* ilk kez ortaya çıktığı 1930'lardan bu yana popüler bir model olarak kalmıştır. İtalya'da at gemi şeklindeki metal aksesuarıyla Gucci'nin loafer modeli çok tutulmuş ve lüks eşya markasının imzası haline gelmiştir.

Dashing Tweeds



Dashing Tweeds markasının arkasındaki isimler kimler?

Dashing Tweeds, ben (Guy Hills) ve Kraliyet Güzel Sanatlar Akademisi'nden mezun olurken tanıdığım Kirsty McDougall tarafından kuruldu. Markanın arkasındaki fikir kısaca "21. yüzyıl için tüvit" olarak özetlenebilir. Tüvit aslında bir spor giyim; yünden yapılıyor, muazzam özellikleri var ve tabii ki sürdürülebilir kaynaklardan temin ediliyor. Tüvitler aslında doğal renklerde dokunuyor ve kırsal alanda kamuflaj vazifesi görüyor. Kirsty'le ben bunu şehirde giyilebilir bir şekilde güncellemek istedik; mesela avlanmak ya da balık tutmak yerine benim Londra'daki başlıca aktivitem bisiklete binmektir. Bundan yola çıkarak, gündüz fazla parıltılı gözükmeden gece görünürlüğünü artırmak için tüviti dokurken reflekte iplikler ilave etmeye başladık.

Farklı tasarım altyapılarından gelmenizin markanın tarzını belirlemenize nasıl bir katkısı oldu?

Dokumanın sağladığı renk ve desen bütünlüğü Kirsty'le ortak tutkumuz. Ortalıkta çok fazla baskı deseni var, artık dijital dünyada bunu yapmak çok kolay. Dokumanın keyifli tarafı, son yüzyıl boyunca gerçekten pek az değişmiş olması. Kirsty'nin hazırladığı yeni desenler ise bir tasarım kalitesine sahip ve bu da yaşadığımız çağda çok tazeleyici bir şey. Bunun yanı sıra ikimiz de eğlenceli giyimden hoşlanıyoruz ve tasarımlarımızın pek çoğu insanlara keyif vermeyi amaçlıyor.



Nelerden ilham alırsınız?

Savile Row'daki terzilerin pek çoğuyla çalıştım ve ilham almak için arşivlerini araştırdım. Bununla beraber, tasarım yönelimi bakımından nostalji ilgimi çekmiyor ve bu nedenle klasik stil fikirlerini ilerlemek için bir başlangıç noktası olarak ele alıyorum. Bir hazır giyim markası olarak Dashing Tweed tamamen modernite hakkında ve çağdaş bir erkek için giysiler üretiyor. Kesimde yeni siluetler üstünde çalışıyoruz ve dokuma tarafında da Kirsty, bir nano teknoloji labaratuvarı ile çalışıyor. Bunun bize tüvitin yün zeminiyle dokuyabileceğimiz tümüyle yeni, fonksiyonel elyaflar sağlayacağını umuyoruz. Yani ilham büyük ölçüde , modern hayatı gözlemlemek ve gelecek hakkında düşünmekten geliyor.

Bize modern ipliklere ve teknolojilere olan ilginizden söz eder misiniz?

Modern iplik ve teknolojilere duyulan ilginin nedeni tümüyle günümüz dünyası için kumaş ve giysiler tasarlamaktır. 1970'lerde gelecek fikri beyaz, ışıltılı ve gıcır gıcır; tertemiz bir yerdi. Gerçekte ise insanlar etik olarak üretilmiş ve kaynağı belli, organik şeyler istiyorlar; ama aynı zamanda dikişsiz olarak birleştirilmiş (*seamless*) giysiler gibi, modern teknolojinin tüm nimetlerinden de faydalanmak arzusundalar. İşte Dashing Tweeds'de yapmaya çalıştığımız da tam olarak bu: yüksek performanslı ama tanıdık giysiler tasarlamak.

Stowers Bespoke (Stowers Ismarlama Dikimevi)



Bir terzi olarak nasıl bir eğitim aldınız?

17 yaşımdayken Grays, Essex'teki yerel terzilerde çalışmaya başladım ve giysilerin kontrolü, düzeltilmesi; omuzların teyellenmesi ve pantolon kesimi de dahil olmak üzere pek çok temel beceriyi öğrendim. Sonra da Savile Row'a geçtim; Stowers Bespoke'a başlamadan önce ısmarlama dikim işini ve atölyeleri yönettim.

Size göre bir İngiliz takım elbisesini tanımlayan şey nedir?

Bana göre bir İngiliz takım elbisesi bedeni çabasız bir rahatlıkla sarar. Bel biçimlenmiş olmalı; omuz ve göğüs kısmı abartısız bir şekilde ama iyi oturmalıdır. Tarzı klasik olabilir, ama bu o kadar önemli değil. Ne de olsa hepimiz birbirimizden farklıyız.







Bir Stowers Bespoke takım elbisesini diğerlerinden farklı kılan nedir?

Savile Row terzihanelerinin genellikle dikimevine özgü bir tarzı ya da belirgin bir görünümü vardır ve belirli bir giysi türü üzerinde uzmanlaşmışlardır. Biz işimizi diğer terzilerden tamamen farklı bir şekilde yönetmeyi tercih ediyoruz, çünkü müşterilerimize daha geniş bir seçenek sunmamız gerektiğine inanıyoruz. Bu yalnızca bizim uzmanlığımızla mümkün ki, en iyisidir. Müşterilerimize kendi kişisel tasarımlarını ve tarzlarını yaratmaları konusunda sunduğumuz fırsat sınırsız ve her müşteriye özeldir. Terzicilikteki becerilerimiz bize hem kadın hem de erkek giysileri üretme imkânı veriyor. Formel giyimden, özel dikim denim ve moda parçaları da içeren gündelik giyime; avcı ceketi, askeri üniformalar ve formalar gibi özel giysilere kadar bütün bir temel gardırobu temin edebilmemizi sağlıyor. Müşterilerimizi anlayarak ve onlarla uzun süreli bir anlayışa dayalı kurulan yakın ilişkilerimiz sayesinde, istediklerini tam olarak karşılayabiliyoruz.

Stowers Bespoke'un müşterisi kimdir?

Müşterilerimiz çok çeşitlidir. Uzun yıllar boyunca kraliyet ailesi için giysiler tasarlayıp üretmiştik. Ayrıca çok sayıda film ve Jack Black, Ray Winstone, Josh Hartnett, Hugh Grant ve Colin Firth gibi aktörlerin yanı sıra Michael Jackson gibi pop yıldızları için giysiler tasarladık ve ürettik. Michael Jackson'ın giydiği ilk askeri üniformayı biz yapmıştık.

Erkek modası daima

spor giysilerle başlar

ve klasik formel giyime doğru gelişir.

Başlangıçtaki avcı ceketi böylesi bir yolculuğu frak ceketi olarak henüz tamamlamıştır. Eşofman ise yolculuğuna henüz başlıyor.

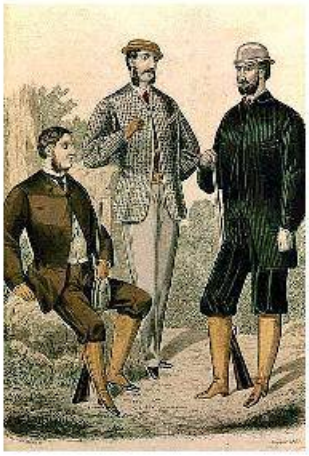
Angus McGill

Günümüzde bir erkeğin gardırobunda spor giyimin bir seçenek olarak bulunmadığı bir dönemi hayal etmek zordur. Bu bölüm, erkek spor giyimin başlardaki gündelik rahat giyim tarzından; özünde markalaşma, teknolojik gelişmeler, spor ayakkabılar ve sokak kültürüyle bağlantılı olan gençlik odaklı küresel bir fenomene dönüşümünü değerlendirmektedir.

Denimin etkisi ve kült statüsü de tartışılmakta, bunun yanı sıra ilave bir referans olarak blucinin kısa bir tarihi ile özgün ve çağdaş bazı denim markalarının yaygınlaşması da anlatılmaktadır. Ayrıca bir denim markasının tasarımcı sahipleri ve bir ekolojik spor giyim markasıyla yapılmış iki röportaj yer almaktadır.

Kökeni 19. yüzyıla dayanan spor giyim, özel durumlar ya da aktiviteler için yerleşmiş bir giyim kültüründen gelmektedir. Bu durum, ata binmek için gereken binici kıyafetleri örneğinde olduğu gibi, farklı giysi biçimlerini ortaya çıkarmıştır. Bunun yanı sıra 19. yüzyılda Avrupa ve Birleşik Devletler'deki hızlı endüstrileşmeyle beraber, ekonomik şartları elverişli olanlar yeni eğlence biçimleri benimsemeye başladılar. Eğlence aktiviteleri pek çok insan için bir lükstü ve spor yapmak için giyinmek, hiç kuşkusuz spor giyimin ilk müşterilerine özel bir statü ve pozisyon göstergesiydi.

Erkek spor giyimi kısa bir zaman içerisinde, başlangıçtaki sınıfa dayalı manifestosundan fiziksel sağlık ve esenliği destekleyen bir role büründü. Bu, her bir aktivite ve durum için ayrı ayrı uygun giysiler gerektiriyordu. 1894'de Olimpiyat Oyunları'nın tekrar başlaması, yeni bir hareketin habercisi oldu. Günümüzde aktif spor giyim olarak bilinen giyim tarzının gelişmesi ise tekstildeki teknolojik gelişmelere bağlı olarak, bir elli yıl daha alacaktı.



19. yüzyıl erkeğinin, spor giyimin bir parçası olarak dizaltından büzgülü pantolonla (*knickerbockers*) kombinlenmiş bol avcı ceketleri, Gazzette of Fashion, 1855.

Müzisyen Graham Coxon, İngiliz markası Cordings'in koleksiyonundan tüvit Norfolk ceketi ve dizaltından büzgülü pantolon giyiyor.





Mumlu ceket (*waxed ceket*)

Mumla aprelenmiş pamuklu ceket, çeşitli doğa sporları aktiviteleri için tasarlanmış bir taşra klasiğidir. Mumlu ceketler çift taraflı fermuarlar; körüklü cepler (*bellows*) ve fermuarlı yan cepler (*poacher's pocket*); çıkarılabilir kapüşon ve baskı çıtçıtlar gibi üst düzeyde işlevsel detaylarla tasarlanmıştır. Her ne kadar taşra hayatı için tasarlanmış olsa da doğasever şehir sakinlerini de cezbetmiştir.

Geleneksel sporlar

19. yüzyıl boyunca ve 20. yüzyılın başlarında spor aktiviteleri ağırlıklı olarak erkekler içindi. Kadınlar fiziksel güç gerektiren rekabetçi aktiviteler için fazla kırılgan ve evcimen bulunurdu. Başlarda erkeklerin spor aktiviteleri çoğunlukla avcılık, balık tutma ve atıcılık gibi uğraşlardan oluşuyordu. Bu da Norfolk avcı ceketi ya da dizaltından büzgülü pantolon (*knickerbockers*) gibi yeni giysi modellerinin ortaya çıkmasına neden oldu.

Norfolk aslında erkekler için sağlam tüvit kumaşından tasarlanmış popüler bir avcı ceketi modeliydi. Bisiklete binerken de giyilen bu model, İngiliz tüvit çeşitlerinin spor giyimin erken bir formu olan kolay giyilen, rahat ceketlere (*sack jacket*) dönüşmesini sağlamıştır. Dizaltından büzgülü pantolonlar golf pantolonu olarak benimsenmişti ve sıklıkla triko bir süveterle kombinlenmekteydi. *Jodhpur* pantolonlar binici pantolonu olarak yerleşti ve dar, yukarı kadar düğmeli binici ceketi *bowler* ya da *derby* adı verilen melon şapka ile giyildi.



Macintosh yağmurluk

Mackintosh yağmurluklar kısaca "mac" olarak anılır ve etkileyici tarihiyle özgün bir ceket modelidir. Marka 1823'de İskoçya'da, pamuklu twill kumaşa su geçirmezlik kazandıran kauçukla kaplama işini geliştiren Charles Macintosh tarafından kurulmuştur. Dikişler iğne izinden kaçınmak için bantlarla mühürlenmiştir ve böylece giyenin ıslanması sağlanmaktadır. Becerikli bir zanaatkârlık ve Mackintosh'un titiz detaycılığı lüks markalarla uluslararası işbirliklerini cazip kılmanın yanı sıra, güçlü bir müşteri sadakati de yaratmıştır.



1934 yılına ait bir gravürde, Fransız yamaçlarındaki kayak modası.



Polo yaka tişört

Kısa kollu, pamuk pike örme modeli yumuşak yakası ve düğmeli patıyla gerçek bir spor giyim klasiğidir. Erkek giyimin her yerde sıkça rastlanan bu ürünü, Fransız tenis yıldızı René Lacoste'un 1933'de bir triko markasıyla işbirliği sonucu ortaya çıkmıştır. Model hızla başarıya ulaşıp golf ve polo oyuncuları tarafından benimsenmiş ve böylece genel bir isim olarak polo tişört adını almıştır. Preppy tarzının gözde modeli olan polo tişört, ebedi cazibesini korumaya devam etmektedir.



20. yüzyılın ilgi alanları

Spor giyim mevcut sınıf ayrımının yaygın biçimde korunduğu 20. yüzyılın ilk on yılında da bir lüks olarak kalmıştır. Buna karşılık Avrupa'da savaş yılları daha önceki sosyal davranışları değiştirmiştir. Daha liberal bir dönemin başladığı 1920'ler ve 1930'lar, erkeğin genişleyen spor giyim gardırobunda René Lacoste'a atfedilen, pamuklu örmeden pike tenis tişörtü ya da örme yüzme şortu gibi yenilikçi gelişmelere tanıklık etti. Kürekçilerin giydiği çizgili blazer ve flanel pantolon, spor kıyafetler olarak kabul gördü.

Aktif spor giyimden ayrılan daha gündelik bir tarzı temsil etmesi bakımından, tüvit ve flanel birlikteliği moda algısı daha yüksek erkekler arasında tercih edilen bir spor giyim tarzı olarak kalmaya devam etti.

Amerikan etkisi

20. yüzyılın başlarına doğru Birleşik Devletler'de hızlı endüstrileşme, büyüyen ekonomi ve iklimsel farklılıklar sayesinde, Avrupa'dan apayrı bir gündelik giyim kültürü gelişti. ABD'nin Amerikan tarzı erkek spor giyiminin şekillenmesine önemli katkıları olan beyzbol ve Amerikan futbolu gibi, kendine özgü spor dalları vardı. Beyzbol ceketleri, renkli Hawai gömlekleri ve büyük ekose desenleriyle oduncu gömlekler, Avrupa geleneğine hiç uymuyordu. Dahası Amerikan erkeği, spor giyimin getirdiği konfor kavramına Avrupalı emsallerine göre çok daha açık ve rahat bir yaklaşım sergiliyordu. Amerika, spor giyimi kendine ait kutsal bir giysi gibi benimsedi. 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren spor giyim Amerikan tarzıyla eşanlamlı bir hale geldi.

Savaş sonrası asi gençliğin ortaya çıkışı Hollywood'un muazzam etkisiyle birleşerek spor giyimin yükselişini hızlandırdı ve böylece erkek giyimin doğasını etkiledi. Tekstil üretimi ve son işlemlerdeki teknolojik gelişmeler sayesinde spor giyim, erkek giyimi pek çok açıdan değiştiren bir katalizör görevi gördü.



Y3'ün 2010 Sonbahar/Kış koleksiyonundan. 2002'deki kuruluşu endüstride bir devrim yaratan Y3 markası, Adidas ve Yohji Yamamoto'nun işbirliği sonucu ortaya çıkmıştır.



Beyzbol ceketi

Klasik beyzbol ceketi, güçlü bir spor giyim geçmişiyle Amerikan tarzının bir sembolüdür. "College Varsity" tarzıyla yakından ilişkili olan bu ceketler, pek çok markada ve şehirli tarzda imitasyonları ortaya çıkmış popüler bir spor giyim ürünü haline gelmiştir. Modeli yıllar içinde evrilerek değişmiş olsa da, tipik bir beyzbol ceketi keçeleşmiş yün kumaştan canlı renklerde beden ve kontrast deri kollardan oluşur. Göğüste arma ya da spor logosu vardır; önden baskı çıtçıtlarla kapanan ve çizgili triko ribana yaka ve manşetlerle tamamlanan bir modeldir.



Bermuda şortlar

Orijinal bermuda yürüyüş şortları, tropikal bölgeler ve çöl iklimlerinde görevlendirilen İngiliz askeri personeli için geliştirilmiştir. Daha sonra, İkinci Dünya Savaşı sırasında bu askeri şortlar Bermudalı sivil çalışanlar tarafından da benimsenince, model Bermuda Adası'yla ilişkilendirilmiştir. Savaşın ardından kumaş yelpazesi daha canlı renkler ve serin tutan pamukluları da kapsayacak şekilde genişlemiş ve böylece modelin popüleritesi sürüp gitmiştir.

Threadless tişört konusunda uzmanlaşmış ABD merkezli bir şirkettir. Marka halk arasından kişileri kendi tasarımlarını sunmak üzere davet eder. Ardından bu tasarımlar Threadless çevrimiçi (*online*) ekibi tarafından halk oylamasına konur ve seçilen baskı desenleri çevrimiçi satışa sunulur. Bu, tişört işinin nasıl zamana uyum sağlayarak gelişimini sürdürdüğüne iyi bir örnektir.



Tişörtün yükselişi

İkinci Dünya Savaşı sırasında Amerikan askerlerine T formu nedeniyle tişört (İngilizcede T-shirt biçiminde yazılır) olarak adlandırılan bir iç fanilası dağıtılmıştı. Savaştan sonra bu kısa kollu askeri tişörtlerin çeşitli modelleri orduya ait üretim fazlası satan dükkanlarda (outlet) ve filmlerde görülmeye başlandı. Hollywood'un 1950'lerde Marlon Brando ve James Dean; 1960'larda ise Paul Newman ve Steve McQueen gibi erkek ikonları filmlerde bu tişörtleri giyiyorlardı. Hollywood yıldızları bu eski iç giyim eşyasını, seksapel taşıyan bir giysi parçasına dönüştürdüler ve giderek erkek gençliğinin yaygın bir sembolü haline geldi.

Zaman zaman kısaca "tee" olarak da adlandırılan tişörtler, spor ve gündelik giyim pazarının bir parçasıdır. Orijinal klasik beyaz rengi ve başta blucin olmak üzere çok yönlü kullanılabilir basit biçimiyle, başlıca giyim eşyalarından biridir. Modanın değişimine bağlı olarak tişörtler baskılı, nakışlı, kabartmalı, batik boyamalı, aplikeli olabilir ve zaman içinde, genel olarak kişisel beğenilere göre değişir. Tişört aynı nesile ait erkek gruplarının ve karşı kültür giyiminin kaılcı bir parçası olmuştur. Belirli bir tarz, spor türü, marka veya topluluğa aidiyeti temsil ederken aynı zamanda bir kombinin ya da görünümün parçası olarak, kişisel bir duruşu da ifade etmektedir. Hiç de şaşırtıcı olmayan bir biçimde tişört taşıdığı sloganlar ve çarpıcı imajlarla politik bir giyim eşyasına dönüşmenin yanı sıra, ortak ilgileri mizahla harmanlayan turistik bir ürün haline de gelmiştir.



Tişört en popüler erkek giyim eşyalarından biri haline gelmiştir.





Denimin erkek giyim tarihinde kendine özgü bir yeri vardır. Modanın sezonluk gelip geçiciliğini aşmıştır ve giyenin kendi estetik tarzını yansıtmasına olanak sağlar. Günümüzde blucin çoğu erkeğin gardırobunda bulunan en yaygın fakat aynı zamanda en kişisel giyim eşyasıdır.

İsveç merkezli etik denim markası Nudie Jeans. Markanın denimlerinde organik pamuk kullanılıyor ve ipliğin büküm, boyama ve finisaj işlemlerinde ekolojik bir prosedür uygulanıyor.



Blucinin kısa tarihi

Denim pantolon, 19. yüzyıl ortalarında Kaliforniya'daki "altına hücum" döneminde bir işçi giysisi olarak ortaya çıktı.
O sıralarda 24 yaşında bir Alman göçmeni olan efsanevi Levi Strauss'un anlattığına göre, kendisi bölgedeki altın madencilerine satmayı umarak kardeşinin dükkânından aldığı küçük bir miktar dokuma kumaşla Newyork'u terk eder ve San Francisco'ya doğru yola çıkar. Yanında çadır ve vagon örtüsü yapmak üzere satmayı planladığı bir miktar ağır kanvas vardır. Madenciler, kazıların zor çalışma şartlarına dayanabilecek, sağlam pantolonlar satın almak istediklerini söylediğinde, Strauss bir iş fırsatı yakaladığını anlamıştır ve elindeki kanvastan pantolonlar diktirir. Bu yeni pantolonları madenciler çok beğenmiştir, ancak kolay aşınmaktadır. Böylece Strauss kumaşı geliştirmek maksadıyla orijinal kanvası, Fransa'dan gelen "serge de Nîmes" adındaki pamuk twill kalitesiyle değiştirir. Dayanıklı mavi kumaş, kısa zamanda denim olarak tanınır ve bu kumaştan yapılan pantolonlara blucin adı verilir.

"Sık sık keşke blucini ben keşfetmiş olsaydım, derim. O ne olağanüstü, ne pratik, ne rahat ve kaygısızdır. Onda ifade, tevazu, seksapel, yalınlık var: tümü benim giysilerimde de olmasını umduğum nitelikler."
Yves Saint Laurent



Levi's markasının Fransız tasarımcı Jean Paul Gaultier ile 2010 İlkbahar/Yaz sezonunda yaptığı işbirliği, Amerikan markasının klasik modellerinin yeniden yorumlanmasının yanı sıra yıkanmamış denimleri (*raw denim*) ve kontrast dikiş özelliklerini de içermekteydi.

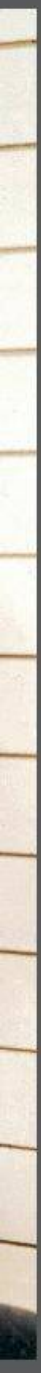
Levi Strauss & Co

1873'den itibaren Levi Strauss & Co, arka ceplerde alameti farikası olarak çift kavisli dikiş tasarımını kullanmaya başladı. Aynı yıl, Strauss ve Nevadalı bir terzi olan David Jacobs, pantolonun giyildikçe yırtılma riski taşıyan kısımlarını sağlamlaştırmak amacıyla bakır rivet çakma işleminin ortaklaşa patentini aldılar. Patentin alındığı 20 Mayıs 1873, bazı tarihçiler tarafından blucinin resmi doğum tarihi olarak değerlendirilir. Levi Strauss & Co bu yenilikçi pantolon modelini işçilere sattı ve ona 501 adını verdi.

1886'da, şirket pantolonlarına üstündeki çift atlı logo tasarımıyla deri parçayı ekledi ve 1922'de de kemer biyeleri ilave edildi. Levi's blucinlerini diğer markalardan ayırt etmek için 1936'da arka sol cebe, dikişli kırmızı kenar etiketi eklendi. Gizli arka cep rivetleri 1937'de dahil edildi. Bütün bunlar Levi's markasının tescilli özellikleri oldu. 1954'de rivet düğmeli pata alternatif olarak fermuar eklendi.

Başlangıçta satışlar, Birleşik Devletler'in batısındaki ameleler ve çiftçiler, kamyon şöförleri, demiryolu ve fabrika işçilerini de içeren kırsal kesimle sınırlıydı. Savaş yılları, blucinin rutin üretimini sekteye uğrattı. Bununla beraber 1950'ler ve 1960'lara doğru Levi's savaş sonrası gençlik grupları ve alt kültürleri arasında tutuldu ve en iyi satan modeli 501 blucinle ünlendi. 1964'de Washington DC'deki Smithsonian Enstitüsü'nün daimi koleksiyonuna, kültürel simge statüsünden ötürü bir Levi's blucin eklendi.


MOTO GUZZI



İkon: Marlon Brando

Amerikalı efsanevi oyuncu ve aktivist Marlon Brando, gençliğindeki yakışıklılığının yanı sıra elli yıla yayılan kariyeri boyunca sürdürdüğü metot oyunculuğuyla ün kazanmıştı. Meşhur dar tişörtüyle göründüğü 1951 yapımı "İhtiras Tramvayı" filmindeki karanlık performansının ardından, popüler medya tarafından seks sembolü ilan edildi. Deri bir ceket ve blucin giydiği 1953 tarihli "Kanlı Hücum" filminde canlandırdığı motorsikletli asi çete lideri karakteriyle daha da fazla övgü ve şöhret kazandı. Film, o zamanlar her iki giysinin de satışlarını fazlasıyla arttırmıştı.

Denim efsanesi

Denim pantolonun etrafında kurulmuş olan efsaneyi gerçeklerle bağdaştırmak oldukça güç olabilir. Kaliforniya'daki "altına hücum" dönemini izleyen yıllarda denim pantolon, Kuzey Amerikalı çiftçilerle mavi yakalılar arasında pratik bir iş giysisi olarak yerleşmişti. 1930'larda doğu sahillerinden eski "vahşi batı"yı ziyarete gelen "züppe"lerin, ziyaretlerinin bir hatırası olarak şehirlerine birer blucinle döndükleri söylenir. Doğulu ziyaretçiler denim pantolonları yenilikleri benimsemeye açık bir kitleye tanıtmanın yanı sıra, blucinin etrafında büyüyen efsaneyi de beslemişlerdir. Bu efsanenin merkezinde denim pantolonun Batı'daki Amerikan kovboy kültürüyle bağlantılı olduğu algısı yer almaktadır. Gerçekte ise denim pantolonların kovboylar tarafından benimsenmesi 1890'ları bulmuştur. Bununla beraber blucin macera ve özgürlük ruhunun ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Rafine kesimleri ve model çeşitliliğiyle blucinler, 1940'ların Amerikalı üniversite öğrencileri arasında çok tutuldu ve bu işçi giysisi, yeni bir gençlik ve maskülen cazibe sembolü olmaya başladı. 1950'lerde James Dean, Marlon Brando ve Elvis Presley gibi ekran ve müzik yıldızlarının da blucin giydikleri görüldükçe, bu pantolonların kült statüsü onaylanmış oldu.

Küresel Fenomen

"Tasarımcı denimleri" (*designer jeans*) denilen kategorinin ortaya çıkışı, denim pantolonların küresel gelişiminde yeni bir evreyi işaret eder. Erkek "tasarımcı denimleri" 1970'lerin sonlarına doğru ortaya çıkmaya başladığında pazarda büyük bir potansiyel vardı. Ancak bu hareket belirsiz bir alanı temsil etmekteydi. Erkek blucin pazarinin ikilemi, "tasarımcı" nosyonunun blucinin uzlaşmazlık ve gençliği ifade eden orijinal söylemiyle ters düşmesiydi. Birkaç yıl içinde, yırtıklar eklemek ya da denimi beyazlatmak gibi kişiye özel uygulamaları teşvik eden bir sokak tarzının ortaya çıkışına cevap olarak, üreticiler *look*'ları kopyalayıp blucinleri daha bilinçli bir kitleye yeniden pazarladılar. Sonuç olarak, tasarımcı denimleri daha şehirli bir kimlik kazandılar. Günümüzde premium denim markalarının içinde, zengin bir kesim, fit ve finisaj çeşitliliği sunan bazı dikkate değer Avrupa ve Japon markaları vardır.

AG-ed Vintage jeans

AG-ed Vintage Jeans, Amerikan premium denim markası AG Adriano Goldschmied tarafından, eskimiş (*vintage*) görünümlü ve modern kesimli özel bir blucin kategorisi yaratmak amacıyla geliştirilmiştir. Firmanın "AG-ed" olarak adlandırdığı bir yıkama tekniği kullanılarak, blucinlerin önceden giyilmiş ve eskimiş gibi görünmesi sağlanmaktadır. Elde edilmek istenen eskimiş görünüm kaç yıllık ise yıkamaların sayısı ona göre ayarlanmaktadır.

Diesel jeans

1978'de kurulan Diesel, onu önde gelen denim markalarından biri haline getiren dikkate değer blucin koleksiyonlarıyla tanınmış bir İtalyan giyim markasıdır. Tasarımları gençlik odaklı multi-medya reklam kanalları vasıtasıyla pazarla ustaca iletişim kurmaktadır. Diesel blucinlerin yüksek konforu ve titiz kalıpları, onu en aranan markalardan biri haline getirmiştir.

Earnest Sewn jeans

Earnest Sewn yalnızca yüksek kalitede denimler üretmeyi ilke edinmiş bir Amerikan markasıdır. Japon wabi-sabi geleneği (kusurlu, gösterişsiz ve alışılmadık şeylerin güzelliği) ile denimin önemli Amerikan mirasını bir araya getirmektedir. Earnest Sewn'in dikim süreci daha az seri üretim ve daha fazla el işçiliği tekniklerine dayanmaktadır: Marka "yaşanmış" bir görünüm sunar ve wabi-sabi Japon geleneğinin bilinen bir özelliği olarak her bir blucinin benzersiz olmasını sağlar.



İkon: David Beckham

Uluslararası futbol oyuncusu ve İngiliz spor elçisi David Beckham, aynı zamanda fotojenik görüntüsü, ürün anlaşmaları, hayır işleri ve çok yönlü giyim tarzıyla da tanınmaktadır. Sadık bir hayran kitlesi sayesinde küresel bir medya karakteri ve bir trend öncüsü haline gelmiştir. Eski Spice Girls grubu üyesi ve moda girişimcisi Victoria Beckham'ın kocası olarak Beckham pek çok moda çekiminde de yer almıştır. İtalyan moda tasarımcısı Giorgio Armani için, Emporio Armani erkek iç çamaşırlarının tanıtımı amacıyla yürütülen kampanya bunların içinde en iyi bilinenidir. Beckham ayrıca kendi parfüm markasını da çıkarmıştır ve uluslararası moda yayınlarında ve ünlüleri izleyen bloglarda sıkça görülmektedir.



Hollanda markası G-Star şehirli erkekler için trend denim modelleri üretmektedir.

Evisu jeans

Evisu, geleneksel işçilik-yoğun metotlarla premium denim üreten Japon bir tasarımcı giysi markasıdır. Markanın kurucu tasarımcısı Hidehiko Yamane, terzilik eğitimi almıştır ama gerçek eski (*vintage*) blucinlere olan tutkusu, onu otantik üretim metotlarını araştırmaya itmiştir. Yüksek ölçüde kişisel rötuşlar ve elde boyama işlemleri nedeniyle başlangıçta markanın üretimi sınırlıydı. Yamane'nin iş tutkusu, denim koleksiyoncuları ve japon halkının da takdirini kazandı. Şirket kaçınılmaz olarak genişlemeye gitse de, kült denim markası statüsünü korumayı başardı.

G-Star jeans

G-Star 1989'da kurulmuş Hollandalı bir giyim markası olup dünya çapında tanınmadan önce öğrenciler arasında popüler olmuştur. G-Star erkek denim koleksiyonları geniş bir model çeşitliliği sunmaktadır ve şirket "sokak için lüks denim" kavramını ilk ortaya atan markalardan olduğu iddiasındadır. Markanın oran, işçilik ve detaylara gösterdiği dikkati vurgulayan G-Star, şimdilerde ayrıca RAW adını verdiği organik pamuk ve geri dönüştürülmüş elyaf karışımları kullanılan sürdürülebilir üretim programını uygulamaya koymuştur.

Kuyichi jeans

Japoncayı çağrıştıran adına karşın Kuyichi Avrupalı bir şirkettir. Güçlü çevre dostu belgeleri bulunmaktadır: Hollandalı bir kalkınma örgütü olan Solidaridad tarafından kurulan Kuyichi, sürdürülebilir yöntemlerle ürettiği "saf denim" koleksiyonunda yalnızca organik pamuk kullanmaktadır. Kuyichi, sürdürülebilirlik konusundaki açık taahhüdü ve izlenebilir kaynaklarıyla, kadın ve erkek için çağdaş kalıp ve yıkamalarla modern bir çizgide, başarılı organik denim koleksiyonları üretmektedir. Sunduğu organik denimlerin yanı sıra şirket ayrıca geri kazanılmış polyester, Tencel elyafı, kenevir ve artık denimleri kullanarak yeni konseptler de araştırmaktadır.

PRPS jeans

PRPS Newyork kökenli lüks bir denim markasıdır. PRPS'nin sloganı "eğil ama asla kırılma"dır ve markanın önceliği, işlevin modadan önce geldiği otantik denim koleksiyonları sunmaktır. PRPS, eşsiz ve yenilikçi denimler üretmek için Afrika pamuğunun yanı sıra Japon uzmanlık ve tekniklerini de kullanmaktadır. Markanın titiz standartları ve cool imajı, David Beckham gibi ünlülerin de ilgisini çekmektedir.

Aktif spor giyim

Erkek aktif spor giyiminin 20. yüzyıldaki tarihi ve gelişimi, sentetik kumaşlar ve teknik finisajlardaki gelişmelerden bağımsız düşünülemez. *Easy-care* özelliği ve performans arttırıcı finisajlarıyla ilk sentetik materyallerin ortaya çıkmasını sağlayan teknolojik gelişmeler olmadan, aktif spor giyim bugün bildiğimiz giysi ve aksesuar formuna ulaşamazdı.

Tanınmış bir Alman kayak krosçusu olan Willy Bogner, 1932'de kendi adını taşıyan küçük bir şirket kurdu ve Norveç'ten kayak, aksesuar ve örme giysiler ithal etmeye başladı. Profesyonel bir kayakçı olan Bogner, kayak sporunun ihtiyaçlarını iyi biliyordu. Eşi Maria'nın da desteğiyle kışlık anoraklar tasarlamaya koyuldu. Bogner işlevsellik ve tarzı birleştirmedeki başarısının kazandırdığı ün sayesinde şirketinin profilini yükselterek 1937'de fermuarlarına gümüşten bir "B" harfi ekledi. Bu spor giyimin markalaşmasındaki ilk manifesto olarak kabul edilir. Bogner ayrıca tasarladığı golf giysileri ve spor aksesuar kategorisiyle de ticaret yelpazesini genişletmiştir.



Alman kayakçı Willy Bogner, 1936 Kış Olimpiyatları'nın açılış seramonisinde. Bogner daha sonra kendi adını taşıyan bir aktif spor markası kurdu.
Getty Images / Getty / Images Sports

Şehirli sokak giyimi içinde bir serbest stil kaykaycı.




480

Sentetik elyaflar

1939 yılında Dupont firması tarafından sunulduğunda "mucize elyaf" olarak adlandırılan Naylon, en yaygın kullanılan polimerlerden biri olmuş ve 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren sentetik materyaller için kullanılan genel bir tanım haline gelmiştir. Gerçek anlamda ilk sentezlenmiş elyaf olan Naylon, 1905'de ticari üretimi başlayan rayon ve viscose (suni ipek) gibi yapay elyafları geride bırakmıştır. Naylon petrokimyasallardan sentezlenmiş ve akrilik, polyester ve Spandex gibi diğer işlenmiş elyafların temelini oluşturmuştur.

Sentetik elyaflar sağlamlık, pratiklik ve fonsiyonellik özelliği taşıyan easy-care kumaşların üretiminde kullanılmaktadır. 1940'lar ve 50'ler zarfında konfeksiyon üreticileri bu kumaşların erkek giyime uygun olduğunu fark etmeye başladılar. 20. yüzyılın ortasına gelindiğinde iyice yerleşmiş olan hazır giyim sistemleri, yeni sentetik malzemelerle uyumlu ve aktif spor giyime kolayca uygulanabilir durumdaydı. Elastan (ticari isimleri Lycra ve Spandex daha iyi bilinmektedir) ve Dupont firması tarafından geliştirilen Neoprene, başta mayo ve su sporları için üretilen aksesuarlar olmak üzere aktif spor giyimde devrim yaratmıştır. Bunun yanı sıra, polyesteri pamuk ya da yünle harmanlama örneğinde olduğu gibi, sentetik elyafları doğal elyaflarla karıştırmanın avantajları ana akım giyim markaları arasında geniş ölçüde kabul görmüştür.



Patagonia kayak giysileri, çağdaş tasarımları teknik performansla birleştirmesinin yanı sıra çevresel farkındalık ve sosyal sorumluluk taahhütlerini de yerine getiriyor.



Aktif spor giyimde sentetik malzemelerin kullanımı, sektörün "çevre dostu" kimliğine dair soruları da harekete geçirdi. Patagonia gibi spor giyim markaları kurumsal sorumluluk ve ortak girişimlerle, ekolojik projeleri savunmak süretiyle desteklediklerı bir misyon taahhüdüyle bu konuda öncü olmuşlardır. Patagonia teknik spor giyim üretiminde, koleksiyonun performans ya da tarzından ödün vermeden geri kazanılmış polyester ve naylon, organik pamuk ve klorsuz yün kullanımını da içeren, sorumluluk sahibi bir tedarik poltikasını kalite standartlarıyla birleştirmiş şirketlere en iyi örneklerden biridir.

İkon: Kobe Bryant



Kobe Bryant, Los Angeles Lakers ve Birleşik Devletler milli takımında basketbol oynamaktadır. Üst üste kazandığı NBA finalleri en iyi oyuncu ödülü de dahil olmak üzere, basketbol oynadığı Amerikan Ulusal Basketbol Liginde (NBA) imrenilecek bir başarıya sahiptir. Bryant'ın çok sayıda başarılı sponsorluk bağlantıları ve Nike'la kendi imzasını taşıyan bir spor ayakkabısı koleksiyonunu da içeren çeşitli ürün anlaşmaları vardır.

Küresel spor giyim

20. yüzyılın ikinci yarısında aktif spor giyim neredeyse yalnızca profesyonel atletlerin giydiği spor kıyafetlerden ibaret olmaktan çıkıp daha geniş kesimlerce benimsenen markalı giysi ve aksesuarlara dönüştü.

20. yüzyıl sona ererken aktif spor giyimin erkek giyim üstündeki etkisi devrimsel nitelikteydi. Fiziksel performans ve sağlıkla olan yakın ilişkisi, babalarının ve daha önceki kuşakların sınırlayıcı giyim tarzından kopmak isteyen yeni jenerasyon erkekler için spor giyimi cazip hale getiriyordu. Savaş sonrasına denk gelen bu çıkış, Avrupa ve Kuzey Amerika'da oluşan gençlik odaklı pop kültür olgusu ve yeniyetme kültürünün yükselişi; elyaf teknolojisindeki hızlı gelişmeler; artan medya etkisi ve spor, müzik, film ve televizyon alanlarında yeni rol modellerin ortaya çıkışıyla aynı zamana rastlamıştır.

Adidas 1960'larda markanın üç çizgiden oluşan logosuyla süslenmiş kendine özgü eşofmanlarını, hafta sonu giyimi olarak pazarlamaya başlamıştı. 1980'lerdeki fitness çılgınlığı sırasında eşofman "shell suit" adıyla yeniden keşfedildi.
Bu rengârenk ve hafif, naylon spor takımlar aslında profesyonel atletler sayesinde popüler olmuştu ve kalburüstü, tanınmış erkek markaları tarafından üretilmekteydi. Seri üretim yapan üreticiler tarafından çok fazla kopyalanıp pazara sürülmelerinden ötürü 1990'larda gözden düştüler. Bu sırada Nike, Reebok ve Adidas gibi yeni spor markaları, hızla büyüyen markalı spor giyim pazarında kendilerini yeniden konumlandırmaya başlamışlardı.



Gore-Tex®

Gore-Tex® 1970'lerde Birleşik Devletler'de geliştirilmiş su geçirmez ve nefes alan bir kumaş olup patenti su geçirmez laminant olarak alınmıştır. Gore-Tex® kumaşları firmanın mambran sisteminin yüksek performanslı kumaşlara lamine edilmesi yöntemiyle yaratılmıştır. İki kumaş birbirine sızıntıları engellemek için genellikle bantlanmış bir dikişle mühürlenir ve bu sayede %100 bir su geçirmezlik sağlanır. Buluşunu başarılı bir şekilde aktif spor giyim markası Gore-Tex®'e dönüştüren firma, performans kumaşları alanında erkekler için spor giyim seçeneklerini artıran yenilikçi geleneğini sürdürmektedir.



Sneakers ve trainers adı verilen spor ayakkabılar, spor ve şehirli giyimi birleştiren en popüler erkek ayakkabıları arasındadır.

Elbette aktif spor giyim hiçbir zaman erkek giyimde var olan bütün tarzların yerini alamaz ve klasik giyim üzerinde herhangi bir etkisi olmamıştır. Ancak yaygın bir şekilde benimsenmiş olması, onu erkek giyimde etkin bir güç haline getirmiştir. Bazı sosyolog ve tarihçiler, aktif spor giyimin başarısının bir üniformanın yerine bir diğerini önermiş olmasından kaynaklandığını öne sürmektedirler. Aktif spor giyimdeki büyüme ve artan popüleritesi, hiç kuşkusuz onu yaygın ve kolay erişilebilir hale getirmiştir; ancak başarısı yalnızca sosyal ve teknolojik şartların bir sonucu değildir. Spor giyim üreticileri ve perakendecileri de teknolojik yatırımların devamlılığının yanı sıra etkin marka iletişiminin önemini ve bunun büyüme ve başarıyı sürdürmenin ön koşulu olduğunu fark etmişlerdir.

Yüksek profilli markalaşma ve marka adının logo olarak kullanımı erkek aktif spor giyimin ve aksesuarların tamamlayıcı, vazgeçilmez birer unsuru haline gelmişlerdir. Markanın imajı ve şöhreti olmadan bir spor giyim ürününün fiyatını ve pazardaki konumunu belirlemek zordur. Multi-milyon dolarlık erkek aktif spor giyim pazarının, yarışta diğer aktif spor giyim markalarının daima bir adım önünde olmaya zorlayan rekabetçi bir ivme tarafından yönlendirilmesi, belki de bu bakımdan sürpriz değildir.



Converse All Star

Converse All Star spor ayakkabıları, modelin arkasındaki isim Amerikalı basketbol yıldızı Chuck Taylor'un adına referansla "chucks" olarak da adlandırılır ve ayakkabının ikonik logosunda onun imzası bulunur. İlk kez 1917'de basketbol pazarına yönelik olarak üretilmiş olan bu Amerikan ayakkabıları bir tasarım klasiğidir. Kanvas spor ayakkabılar kauçuk tabanı ve burnundaki lastik parçasıyla çeşitli renklerde; kısa ve uzun konçlu olarak mevcuttur.

Converse'in süregelen popüleritesi ve nostaljik görünümü, onu diğer markalar ve spor ayakkabı modellerinden ayrı bir yerde tutmaya devam etmektedir.


Zoom

Nike firmasının geniş ayakkabı koleksiyonunu süsleyen "swoosh" logosu dünyanın en tanınmış marka logolarından biridir.

Nike

Nike dünyanın spor ayakkabı ve aktif spor giyim üreten en büyük ticari markasıdır. Amerikan şirketi 1971 yılında kullanmaya başladığı özgün "swoosh" logosu ve "just do it" (yap gitsin) sloganı ile özdeşleşmiştir. Teknik özellikleri estetik tasarımla bir araya getiren Nike, önde gelen sporcularla çok sayıda işbirliği ve sponsorluk anlaşmaları yapmaktadır. Bunların en başında, Nike'ın hava yastığı teknolojisinin kullanıldığı Air Jordan atletik koleksiyonuna ismini veren, eski NBA basketbol oyuncusu Michael Jordan gelmektedir. Nike spor ayakkabıları markalı sokak giyim tarzının içinde ve hiphop kültürünün bir parçası olarak konumlanmıştır. Niketown adını verdiği; spor, fitness, eğlence ve geliştirilmiş bir alışveriş deneyiminin parçası olarak yeni erkek ürünlerinin bir araya getirildiği çok sayıda tematik perakende mağazalarıyla Nike, dünyanın en kendine özgü markalarından bir olmayı sürdürmektedir.

Reebok

1895'de kurulan aktif spor giyim markası, sonradan 1958'de markanın adını Reebok olarak yenilemiştir. Şirketin yüksek performanslı koşu ayakkabıları üretme tutkusunu ifade etmesi amacıyla markaya bir Afrika antilopunun adı verildi. 1980'lere kadar Reebok'un müşteri kitlesi elit atletlerden oluşuyordu. Gerçekten de 1979 yılında Amerikan pazarına girdiğinde Reebok satın alınabilecek en pahalı spor ayakkabısıydı. Marka, çekim alanını büyüyen fitness ve aerobik pazarına girerek büyütmeye koyuldu. Reebok yenilikçi spor ayakkabılara odaklanmaya devam etmesinin yanı sıra Formula 1 yarışçısı Lewis Hamilton ve Amerikalı rap sanatçısı Jay-Z'nin de içinde olduğu yüksek profilli sporcular ve ünlülerle işbirlikleri yapmaktadır. Şirket yakınlarda İtalyan moda tasarımcısı Giorgio Armani ile birlikte çalışarak, Avrupa tarzıyla Reebok spor teknolojisini bir araya getiren, Reebok EA7 spor ayakkabı ve giysi koleksiyonunu üretmiştir.

Canlı renkler ve sentetik malzemeler, pek çok aktif spor giyim markasının karakteristik özelliğidir.





Adidas

Adidas, Adi Dassler tarafından 1949 yılında kurulmuştur. Üç çizgiden oluşan marka logosu, Adi'nin koşu ve futbol ayakkabılarına onları fark edilir kılmak için eklediği bir tasarımdır. Adidas'ın ilk ve en dikkat edici modeli Samba idi. Aslında buz tutmuş sahalar için tasarlanmış, ancak kısa zamanda kapalı saha futbol oyuncularının da tercihi haline gelmişti. Adidas atletizm yarışmaları için spor ayakkabı tasarımlarının araştırma ve geliştirilmesine odaklanmayı sürdürmektedir. Süperstar, markanın belki de en ikonik spor ayakkabı modelidir. 1969'da piyasaya sunulan bu kısa konçlu basketbol ayakkabısının lastik burun parçası, "deniz kabuğu burun" (*shell toe*) olarak bilinir. Bu model şehirli spor giyim tarzı için kısa sürede cazip bir hale gelerek popüler spor kültürünün bir parçası olarak kaldı. Adidas hayranları arasında, 1986'da "My Adidas" adlı bir şarkı yazmış olan Amerikalı hip hop grubu Run-DMC de vardır. Marka, David Beckham, Zinedine Zidane ve Haile Gebrselassie gibi zirvedeki sporcularla işbirliği yapmaktadır.





Spor ayakkabı kültürü erkek giyim tüketicileri arasında güçlü bir marka sadakati yaratır ve marka bilincine sahip aynı yaş kategorilerini birleştirir.

Puma

1948'de kurulan Puma, kaliteli spor ayakkabıları ve ilk köpüksüz ara taban olan CELL teknolojisini yenilikçi kullanımıyla tanınmış saygın bir markadır. Genç Boris Becker 1985'de Wimbledon Tenis Turnuvası'nı kazandığında Puma giymekteydi. 1990'larda Puma Mostro Lifestyle ayakkabı koleksiyonunu çıkardı ve moda tasarımcısı Jill Sander ile yaptığı işbirliği sayesinde premium spor markası olarak yerini sağlamlaştırdı. O zamandan beri Puma, Philip Starck ve Alexander McQueen gibi önde gelen tasarımcılarla birlikte çalışmaktadır. Moda tasarımcısı Hüseyin Çağlayan'ın Puma'nın kreatif direktörlüğüne getirilmesi, markanın daima ön planda kalacak tarz kimliği bakımından önemli bir referanstır.

Gola

1905'de Leichester, İngiltere'de futbol ayakkabıları üreticisi olarak kurulan Gola, Britanya'nın ilk spor markası kuruluşudur. 1960'lar ve 70'lerde Gola ayakkabıları futbol, tenis, kriket ve ragbinin ünlü isimleri tarafından kabul gördükçe, markanın şöhreti de arttı. Bu süre zarfında Gora bir spor çanta koleksiyonu da geliştirdi ve akıllıca bir pazar stratejisiyle, bu çantalar maçlarda görev yapan fizyoterapistlere verildi. Böylece onlar sahada koşarken Gola'nın marka logosu da görünüyordu. Gola çantalar 1970'lerde çok moda olurken, aynı derecede tanınan ve markanın imzası niteliğindeki Harrier spor ayakkabılar da sporcuların dünyasından çıkıp sokak tarzının yerleşik bir parçası haline gelmiştir.

Küresel markaların pazar hakimiyeti ve ünlülerin kullanıldığı pazarlama kampanyalarına rağmen kendilerini spor ayakkabı pazarında konumlandıran bazı niş markalar da vardır.





Onitsuka Tiger Mexico 66

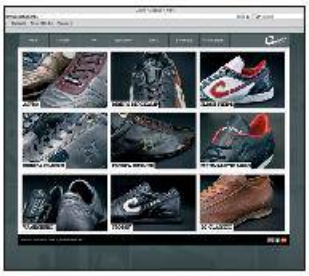
1966'daki Meksika Olimpiyatları'nda Japon basketbol takımı oyuncularının giydiği Mexico 66 modeli, tasarımcı Kihachiro Onitsuka tarafından geliştirimiş olup gelenekle yaratıcılığın doruk noktasını temsil eder. Onitsuka'nın şirketi 1949 yılında Japonya'nın Kobe şehrinde kurulmuştur. Basketbol ayakkabısının özgün bir çizgi tasarımı ve Onitsuka'nın bir ahtapotun dokungaçlarındaki vantuzlardan esinlenerek "vantuz taban" adını verdiği bir tabanı vardır. 1966'dan beri Onitsuka, retro tarzdaki ikonik ayakkabılarında geleneksel Japon tasarımından yararlanarak kimono kumaşlarını kullanmış; *sumi* (karakalem) kaligrafisi eklemiş ve *tsuri* (balıkçılık) hikâyelerinden esinlenmiştir.

Veja

2005 yılında piyasaya ilk çıkışından bu yana, Veja "çevre dostu" kimliğini korumakta ve çevreye olumsuz etkisi mümkün olduğunca az spor ayakkabılar üretmektedir. Marka organik ve adil ticaret (*fair trade*) ilkesine uygun ürünler kullanır. Ayakkabıların kanvas sayalarında kullanılan organik pamuk Brezilya kooperatiflerinden; tabanlarda kullanılan latex malzeme ise Amazon'lardaki hevea ağaçlarından temin edilmektedir. Veja'nın "yeşil spor ayakkabı" koleksiyonu, markanın ekolojik deri ürünlerini de içermektedir. 2006'da piyasaya sunulan bu koleksiyonda yalnızca organik bileşenlerle tabaklanmış deri kullanılmaktadır.

Cruyff

Hollandalı efsanevi futbol yıldızı Johan Cruyff etrafına baktığında, bütün görebildiği geleneksel spor ayakkabılardı; böylece tarzı işlevsellikle birleştiren bir ayakkabı geliştirmeye karar verdi. Zirvedeki bir sporcu olarak Cruyff, stil unsurunu eklemek için İtalyan tasarımcı Emilio Lazzarnin ile işbirliği yaparak kendi eşsiz anlayışını uygulamaya koydu. Hollanda Olimpiyat takımı, 1988 Seul Olimpiyatlarında Cruyff'un ayakkabılarını giydi ve ayakkabı modelleri sokak giyiminin bir parçası oldu. Markanın spor ayakkabı yelpazesindeki anahtar modeller arasında Vanenburg, Bergkamp DB 86, İndoor Classic ve Recopa sayılabilir.







Feiyue

Feiyue Çincede "uçmak" ve "geçmek" anlamlarına gelir ve "ileriye doğru uçmak" şeklinde tercüme edilir. Markanın özgün tarihi, orijinal spor ayakkabının Şangay'da ilk kez üretildiği 1920'lere kadar uzanır. Feiyue'nin kendine özgü cazibesi Çin'in bütün sosyal kademelerinde kabul görüyor ve dövüş sanatı ustaları tarafından bile giyiliyordu. Markanın kökeni Patrice Bastian ve Fransız ekibi tarafından yeniden keşfedilince, Çin markası tekrar piyasaya çıkarıldı ve 2006 yılında da Avrupa pazarına girdi. Çin'deki fabrikanın sahibiyle işbirliği yapan Fransız ekip otantik "retro" bir görünüm için kauçuk tabanları kalıplamakta kullanılan özel endüstriyel fırınlar da dahil olmak üzere, orijinal işlemlerin pek çoğunu muhafaza ettiler. Bu geleneksel, hafif spor ayakkabılar Fransız tasarım duyarlılığıyla bir araya getirilerek çok talep gören bir spor ayakkabı koleksiyonu üretildi.

Sawa

Yalnızca hoş logolu bir çift erkek spor ayakkabısı olmanın çok ötesinde, Sawa Afrika'da ortaya çıkmakta olan ekonomileri canlandırmak ve dinamizm kazandırmak için çalışan özgün bir Afrika markasıdır. Tamamen Afrika kıtasından tedarik edilip burada üretilen Sawa, Afrika ulusları arasında gerçek bir işbirliği projesi olmasının yanı sıra, bölgesel ticareti de teşvik etmektedir. Bu, derinin Nijerya'dan; lastiğin Mısır'dan ve bağcıkların Tunus'tan tedarik edilmesi; ambalajın Güney Afrika'da ve kanvasın aynı zamanda ayakkabıların imalatının da yapıldığı Kamerun'da üretilmesi anlamına gelir. Sawa, ayakkabılarını son derece rekabetçi bir spor ayakkabı pazarında, özgün kökenini ortaya koyarak başarıyla konumlandırmıştır. Bu Avrupa, Kuzey Amerika ve Japonya'daki kaliteli butiklerden kompozit spor ayakkabılar almayı tercih eden tüketicilerde de karşılığını bulmaktadır.

Mottainai





Tasarım konusunda ilhamınızı nereden alıyorsunuz?

Popüler kültür ya da şirketlerin hakimiyetinden kaynaklanan toplu kirlenmeden nasibini almamış neredeyse her şeyden... Sokaktaki çürük bir kiremit veya bir arkadaşın yaptığı bir resim olabilir; ilham taze bir bakış ister.

Sizi sürdürülebilirliği desteklemeye teşvik eden nedir?

Bizi sürdürülebilirliği desteklemeye teşvik eden şey çok basitçe, daha iyi bir yarına olan umudumuz. Artık onlarca yıldır biliniyor ki, bugün kullandığımız neredeyse her şey tükenecek. Bu yüzden sistemin yeniden tasarlanması gerekiyor. Hepimiz üstümüze düşeni yapmalıyız.

Malzeme ve üretiminizi nasıl tedarik ediyorsunuz?

Brooklyn'de yaşayıp Newyork şehrinde çalışıyor olmak, tedarikçi ve acentelere erişimi oldukça kolaylaştırıyor. İster bir fuarda ister showroom'da olsun. Newyork giyim endüstrisi ile ilişkili neredeyse her şeyi, dev bir mıknatıs gibi kendisine çekiyor.





Tipik Mottainai müşterisi kimdir?

Çevrenin korunmasının önemini kavrayan ve giyilip atılmak için değil, giyilip saklanmak için tasarlanmış kaliteli ürünlerdeki duyarlılığın ve hissiyatın değerini bilenler. Yani yavaş moda (*slow fashion*)...

Gelecek için planlarınız neler?

Giysi üretmeye devam etmek ve onları en çok isteyenler için ulaşılabilir kılmak konusunda elimizden geleni yapmak.





Ijin material, İngiliz bağımsız denim üreticisi Philip Goss tarafından sunulan son derece özgün bir denim ürünüdür.

Bize denime olan tutkunuzdan söz eder misiniz?

Halihazırda çeşitli terzilik ödülleri kazanmış birisi olarak, St Martin'deyken eski askeri giysiler ve *workwear* (iş giysisi) denim gibi markasız ürün tipleriyle ilgilenmeye başladım. Bu ilgi, terziliğin de imkân verip teşvik ettiği gelenekler, el işçiliği rötuşlar ve klasiklerin kişisel yorumlarıyla bir araya geldi ve sonuç olarak bu tutku, kavramsal denim üretimiyle hayata geçti.

Ijın ne demek?

Ijin eski bir Japonca sözcük; zamanında bir kişiyi yabancı ya da aykırı biri olarak tanımlamak için kullanılırmış. Bazen birinin sürüden olmadığını belirtmek için de kullanılabilir. Ijin'in kelime anlamı aynı zamanda markanın felsefesidir: Ijin material ürünleri, klasik bir indigo pantolonu çağdaş ama alternatif bir yolla sunmak konusundaki açık niyetiyle, denime dair teknik bilginin kurallarını bilinçli olarak saptırır. Ijin indigo, geleneksel denim üretim tekniklerine tamamıyla sadık olmakla birlikte; Ijin material'in bireyselliği "yarım adam" şeklindeki logosunda ifade bulmuştur. Bu logo aslında Ijin'in asimetrik ürünlerinin kesim şeklinin özünde var olan simetrik katlama tekniklerini sembolize eder.







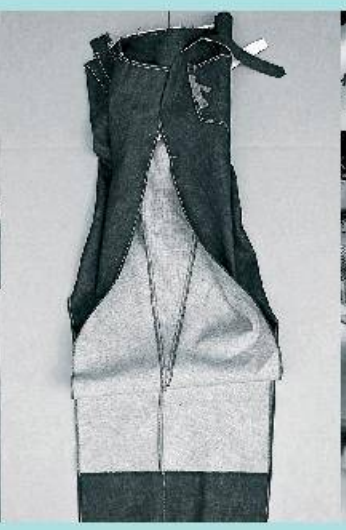
Bize yavaş denim (*slow denim*) üretim tekniklerini anlatır mısınız?

Yavaş denim üretimi, özellikle el yapımı sınırlı üretimler ve tek parçalık imalat bantlarına odaklanan, uzmanlaşmış İtalyan zanaatkârların atölye ortamında yürütülüyor. Burada sınırlı sayıdaki makineciyle, ürünün insanla maksimum temasına yoğunlaşıyoruz. Ijin material makine esteği olmadan elde birleştiriliyor.

Hangi tür denimlerle çalışıyorsunuz?

Ijin, denimin otantik konstrüksiyonu üzerinde keskin bir gözle çalışır. Kumaş türü yıkama özelliklerine göre değil, dokuma karakteristiğine göre seçilir. Kesim ve kumaş kombinasyonu sayesinde, yıkamadan giyildiği halde bacak kısmındaki katlamalı kenar kesimi ile denim, tamamen eşsiz bir şekilde kişisel vücut haritanıza uyum sağlar. Bu işlemi, "kullanıma uygun hale getirmek" olarak tanımlarız. Ayrıca seçme standart modellerde, çeşitli dar dokuma denimler de kullanıyoruz. Bunlar en otantik denimlerdir. 27-29 inç genişliğindeki çok eski makinelerde dokunuyorlar ve doğal özellikleri kusurlu, düzensiz dokunmuş olmalarıdır.









Profesyonel görüşünüze göre bir erkek blucinini mükemmel hale getiren nedir?

Blucin üretimi için konuşmak gerekirse; başka herhangi bir sanatta olduğu gibi, özen göstermek ve önemsemektir. Blucinlerinizi var edenleri önemsemek. Erkek premium blucini özelinde ise; fitten ziyade iletişim demektir: Üreticinin bütün bir tarihi blucinin içinde görünür olmalıdır, mesela standart Ijin ürünlerindeki "self edge" ya da Research koleksiyonundaki katlamalı kenar kesimi gibi.

Bize "katlamalı kenar kesimi" ve "bacağı saran kesim" tekniklerini anlatır mısınız?

Kullandığım son derece özel katlamalı kenar (*fold-edge*) metotu, kumaşın daha sağlam olan çözgü ipliğini ortalayarak, pantolonun bacaklar açık şekilde tek parça halinde kesilmesi işlemidir. Kâğıttan katlayıp kestiğimiz, açılınca zincir şeklinde duran kâğıt adamlarla aynı fikre dayanıyor. Bu şekilde kesildiğinde, bacaklar diz civarında 45 dereceye yakın verev bir açıya ulaşır. (Klasik bir pantolonda çözgü dış boy çizgisi boyunca alınır. Bu, kalıptan ziyade kumaş tüketiminden tasarruf sağlamak içindir.) Bu parçalar kendiliğinden vücut şeklinizi alır ve yıkanmamış Japon denim dokumalarında bile doğal bir yumuşaklık yaratır. Katlamalı kenar kesimi, Ijin ürünlerine özgüdür.



Bacağı saran kesim (*wrap-leg*) metodu ise kumaşı tam boyuna keserken, katlamalı yerinin bacağın yan kısmında kalmasıdır. Her iki bacak tek birer kumaş parçasından ibarettir ve tamamen temiz bitişlidir. İç tarafta kot dikişi (*run and fell inseam*) olmasına karşılık dış yanlar -modelin alameti farikası olarak- dikişsizdir. Dışta dikiş yerine dizden basene kadar çıkan bir pens robayla beraber pantolonun arka kısmına biçim verir. Bu ürünler, üç adet cep de dahil olmak üzere, yalnızca on tane anahtar kalıp parçasından oluşur. Karakteristik özelliği ise, içini çevirdiğinizde bitmemiş hiçbir dikiş göremezsiniz.

Markanın geleceğine dair planlarınız nelerdir?

Ijin altı yıldır çok uluslu denim dünyasında bağımsız olarak varlığını sürdürüyor. Dünyanın en iyi mağazalarında satılıyor. Planımız bu şekilde devam etmek...

İnsan ya kendisi bir sanat eseri olmalı ya da bir sanat eseri giymelidir.

Oscar Wilde

4

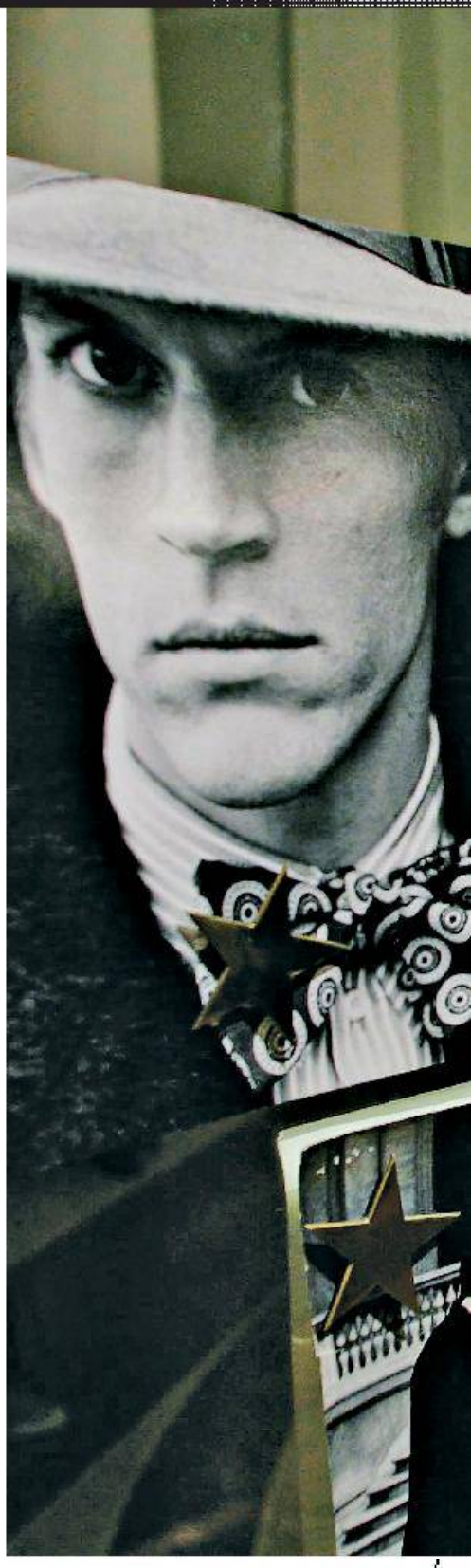
Erkek giyim tasarlamak incelikleri takdir etmek ve bazen de birbiriyle rekabet halindeki etkileri değerlendirmek gibi bir dizi beceri gerektirir. Bu bölüm erkek giyim tasarımına eleştirel bilgilendirme yaklaşımını desteklemeyi amaçlamaktadır. Erkek giysileri tasarlamanın temel prensip ve uygulamalarına götüren araştırma süreciyle başlar. Bu süreç eskiz defteri hazırlama, tasarımların ifade edilmesi ve bir fikirden ilk numunenin ortaya çıkışına kadar geçen süreçleri *(critical path)* içermektedir. Daha ileri bir referans olarak erkek giyim tasarımını etkileyen unsurlar tanımlanırken, erkek giysi çizimi ve sunum becerilerinden de söz edilmektedir. Tasarımcılarla yapılan röportajlar ise erkek giyim pazarının çeşitliliğine katkıda bulunan güç ve etmenlerin gelişimine içerden bir bakış sunar.

Erkek giyim tasarımı için araştırma kaynakları

Erkek giyim tasarımı için araştırma yapmak; tasarım ilhamı, cinsiyet rolleri, işlevsellik ve nihayetinde müşteri veya pazarınızı tanımlamak arasındaki ilşkileri kurmayı gerektiren çok yönlü bir süreçtir.

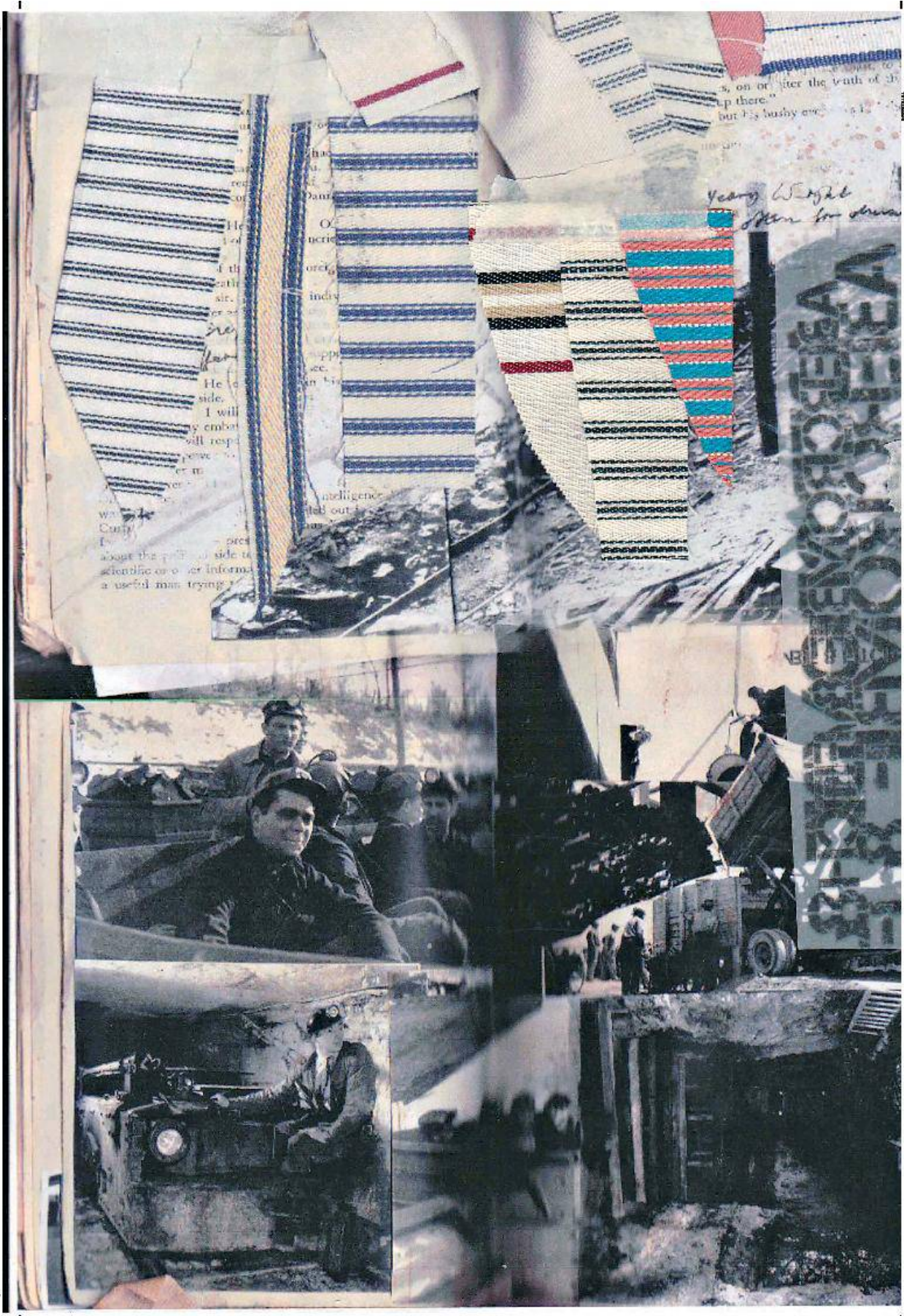
Erkek giyim zengin bir tarihe sahiptir ve bu miras, hem erkek hem de kadın giysi tasarımcıları için verimli bir ilham kaynağı teşkil eder. Günümüzde iş ve hafta sonu aktiviteleri, tekdüzeliğe karşı kural tanımazlık, spor, müzik ve askeri etkilerin yanında sokak giyim tarzları gibi geniş kapsamlı bir içeriğin tümü; çağdaş erkek giyimi tasarım yoluyla deneyimleyip keşfedilebilecek yaratıcı bir gerilimle besleyip zenginleştirmektedir.

Erkek giyimin tasarım süreci farklı biçimlerde olabilir, ancak temel olarak bir fikirle başlayıp bir giysi ya da koleksiyon adı verilen giysi grubunun ortaya çıkmasıyla sonuçlanan bir yolu takip etmektedir. Erkek giyim tasarımı farklı iş modelleri ve pazar seviyelerini bir arada yöneten ticari bir girişimdir. Başarısı belki satışlarla ölçülebilir ama, iyi bir tasarım, sunduğu bütünlük ve önerdiği yaratıclıkla ticariliğin ötesine geçebilme kabiliyeti taşır. Tasarımcılar yaratıcı düşünmeyle pratik becerileri kavramayı birleştirerek, bu niteliklerin her ikisine de ulaşmayı hedeflemelidir.



İlham panoları görsel araştırmanın başlangıç noktası olabilir.


film



Tasarım araştırması

Araştırma malzemeleri, süreçleri ve fikirleri tanımlama, derleme, analiz etme ve yorumlamayı gerektirir ve tasarım sürecine bir dayanak oluşturur. Araştırma ilhamla tasarım ürün arasında kalan alanı keşfetmeye yarar. Tasarım araştırması ilhamı kullanarak onu bir tasarım uygulamasına veya çözümüne yönlendirmelidir. Etkin bir araştırma gerçekten de iyi bir tasarımın temelidir ve genel olarak ya ön araştırma ya da ikincil araştırma olarak sınıflandırılır.

Ön araştırma

Ön tasarım araştırması, tasarımcı tarafından toplanan, tanımlanan ve sentezlenen orijinal kaynakları ve malzemeleri ifade eder. Bu, örneğin; doğrudan müzedeki zırhlı bir giysiden çalışılmış eskizleri ya da bir heykelin orijinal fotoğraflarını çekip dış görünüşünü ve biçimini analiz etmeyi içerebilir. Görsel ve yazılı verilerin derlenip tanımlanması süreçleri, ön araştırmanın vazgeçilmez bir parçasıdır ve bir konu üstüne çalışan tasarımcıyla orijinal kaynak arasında aracılık etmesi gerekmez.



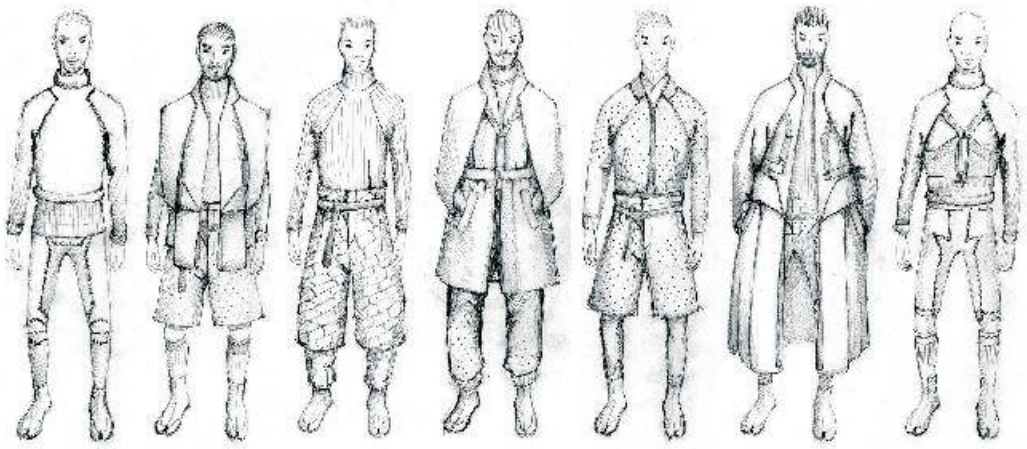
Erkek giyim tema görsellerine takılmış kumaş parçaları, Shefa Rahman.

İkincil araştırma

İkincil tasarım araştırması koleksiyonu ve önceden yayımlanmış ya da başkalarıyla paylaşılmış olan bilgi veya malzemenin sentezini ifade etmektedir. Bu bilgiler, erkek giyimde kullanılan renk paletleri üstüne trend tahminlerini ya da örneğin, İtalya'nın Floransa şehrinde yapılan Pitti İmagini Uomo gibi bir ticari fuarda sunulan sezonsal kumaş yönelimlerine dair bir bilgiyi içerebilir. İkincil araştırma bilgiye erişimin faydalı bir yolu olabilir. Genellikle tasarımcının kişisel yorum ve analizlerini gerektiren bilgi kaynağına aracılık eder.

Ön araştırma ve ikincil araştırma kaynaklarının bir araya getirilerek kullanılması, erkek giyim tasarımı sektörünün pek çok alanı için standart bir uygulamadır.

Yan yana sıralanmış çizimler, Harald Helgessen.



İlham

İlham genel olarak tasarımın vazgeçilmez bir parçası olarak değerlendirilirse de, verimli bir kanala yönlendirilmediği takdirde belirsiz bir etmen olarak kalabilir. Öğrenciler çoğu zaman önce ilhamın peşine düşüp sonra onu bir temaya uygulamayı seçerler. Bununla beraber, erkek giyim söz konusu olduğunda, önce temayı ya da tasarım problemini tanımlayan, ardından ön ve ikincil kaynakları birleştirerek sistemli bir araştırmayla ilham arayan bir yaklaşım da pekâlâ geçerli bir yol olabilir.

Erkek giyim bağlamında, tasarım ilhamı tarihsel ve çağdaş kültürlerden edinilmiş pek çok bakış açısını içerebilir. Burada bir başlangıç noktası teşkil edebilecek bazı esin kaynakları listelenmiştir.

Tarihi giysiler

Erkek giyim eşyalarının köken ve bağlantılarını araştırmak -örneğin 18. yüzyıl erkek yeleklerinin kesimi ya da askeri ceket ve paltoların işlevsel detayları gibi- ilham verici olabilir ve tasarımcının düşüncelerini çağdaş referans noktalarının ötesine taşımasına yardım eder. Bu da tasarımcıyı pratik tekniklerin stüdyoda keşfedilip denendiği ve bir eskiz defterine kaydedildiği, süreç odaklı bir tasarım araştırması modeline yöneltir. Giysi tasarımının detaylandırılması özellikle önemlidir; sıklıkla erkek giyimin inceliklerini yansıtır. İkinci el satan dükkânlar ve bitpazarları da analiz edilip yeniden yorumlanabilecek "otantik" giysiler bulmak bakımından faydalı olabilir.

O Dijital kolaj tekniğiyle illüstrasyonlar, Harald Helgessen.



Kumaşlar

Kumaşlar bir erkek giyim tasarımcısının esinlenme ve çalışma sürecinin daima vazgeçilmez bir parçası olmalıdır. Geniş bir yelpazede kumaş örnekleri toplamak ve kendinizi bunları tanımak konusunda test etmek iyi bir egzersizdir ve çok işinize yarayacaktır. Erkek giyim tasarımcıları bu kumaşları ilk numunelerin üretiminde kullanırlar. Özenli bir kumaş seçimi, iyi bir tasarımla gerçekten ilham verici olan arasındaki farkı belirler. Kumaşların özelliklerini, sınıflandırılmasını ve karakteristiğini bilmek temel bir gerekliliktir. Tasarım bağlamında kumaş size daima ilham verecektir.

Fotoğraf

Fotoğrafın görsel dağarcığı erkek giyim için zengin bir fikir ve ilham kaynağı teşkil eder. Şimdi ya da geçmişten özel bir anı, farklı kültürel perspektifleri yakalayabilmiş bir belgesel ya da portre fotoğrafçısı çoğu zaman ilham verir ve fikrin biçimlenmesine bir başlangıç noktası sağlar. Fotoğraf ayrıca güçlü bir ruh halinin ve sezgilerin açığa çıkmasını sağlar ki, bu da tema panosu ve koleksiyonun genel havasını oluşturabilir. Eskiz defterindeki bir fotoğrafın üstüne yapılan çizim, vurgulanmak istenen noktaları ortaya koyarak ilhamı tasarımın odağına yerleştirmeye yardımcı olabilir.

Sergiler ve müzeler

Erkek giyim modanın bütün alanlarıyla ortak bir biçimde, zaman zaman kendini tazelemek ve yeni fikirler üretmek için kendi disiplininin dışına çıkmak ihtiyacı duyar. Bir müze ya da sergiyi ziyaret etmenin sunduğu müthiş kültürel değerler bir tarafa, bu kamusal alanların kendisi de tasarımcılar için önemli birer esin kaynağı olabilir. Çeşitli sanatsal sergilerden daimi koleksiyonlara; sosyal, kültürel, tarihsel ve hatta politik bağlamlar içeren özel sergilere çok geniş bir konu içeriği sunar. Her türden esinlenmede olduğu gibi, burada da uluslararası bir perspektif kazanabilmek önemlidir.

Film, televizyon ve yazılı basın

Televizyon ve yazılı basını toplumun ruh halini yansıtan kültürel barometreler olarak tanımlamak mümkünken, aynı zamanda çağdaş kültürü etkileyerek biçimlendirirler. Trend tahminleri yapan şirketler ve hızlı moda *(fast fashion)* zincirleri, medya istilasından aynı derecede etkilenmektedir. Erkek moda ikonları, medya kahramanları ve müzisyenlerle sporcular da dahil olmak üzere popüler ünlülere dair medya tasvirleri ve desteği; hem direkt hem de dolaylı yoldan erkek giyimin çeşitli alanlarını etkilemeye ve ilham vermeye devam etmektedir.



İnternet ve dijital iletişim

İnternet ve mobil iletişim gibi hızla gelişen teknolojiler de erkek giyimin bazı alanları için esin kaynağı olmaktadır. Kullanıcı bazlı görsel içerik üreten bloglar ve Flickr gibi görsel barındıran websiteleri, internetin erkek giyim üzerindeki doğrudan etkisini ve gücünü kanıtlar. Dijital eşitsizliğe ("Sayısal Uçurum" olarak da ifade edilen bu terim, bilgi ve iletişim teknolojilerine erişim ve kullanımda yaşanan eşitsizlikleri ifade etmektedir) bazı itirazlar olsa da, pek çokları erkek giyim içerikli siteleri zengin bir ilham kaynağı olarak görmektedir. Bu, özellikle de blog sahiplerinin bir zamanlar hakim olan yazılı medya formatlarına meydan okuduğu ve bilgilerin günlük olarak yüklendiği, sokak tarzı giyim içeriği barındıran siteler için geçerlidir.

Mimari

Mimari ve iç mekan tasarımı, tasarım ilhamı bakımından dikkate değer ve pek çok tasarım öğrencisi için tekrar tekrar başvurulan gözde bir esin kaynağı olarak kalmaya devam etmektedir. Bunun nedeni belki erkek giyimin de, mimarinin kalıcı cazibesini korumasını sağlayan üç boyutlu biçimler, denge, oran,doğru malzeme ve finisaj seçimi gibi konularda ortak kaygıları paylaşmasıdır. Mimari detaylar kesinlikle doğrudan eskizlere aktarılabilecek ve pililer, katlamalar ve kapitone işlemleri vasıtasıyla tasarım stüdyosunda denenip tecrübe edilebilecek zengin bir esin kaynağı sunar.

Harald Helgessen koleksiyonu.








TALE









Sokak kültürünün isyankâr eğilimleriyle gençliği merkezine alan cazibesi, onu popüler bir esin kaynağı kılmaya devam etmektedir.
Images © Stylesight

Seyahat

Başka ülkeler ve kültürler önemli birer ilham kaynağıdır ve pek çok erkek giyim tasarım firması tasarımcılarını seyahat etmeye teşvik ederler. Tasarım ilhamı için uluslararası moda fuarlarını ve sergileri gezmek oldukça yaygındır. Buna denizaşırı ülkelerdeki perakende mağazalara yapılan ziyaretleri de ekleyebiliriz. Başka bir ülkenin veya kültürün gezilip görülecek yerleri ve sesleri bile daha geniş bir kültürel deneyim kazandırmanın yanı sıra, tasarımcının yeni bir pazar ya da yaygın bir tarzdan haberdar olmasını ve bunu değerlendirebilmesini sağlar. Erkek giyim için olan renk ve kumaş tercihleri, coğrafi konuma göre oldukça farklılık gösterebilir ve ulusal karakteristikleri ortaya çıkarabilir.

Sokak kültürü

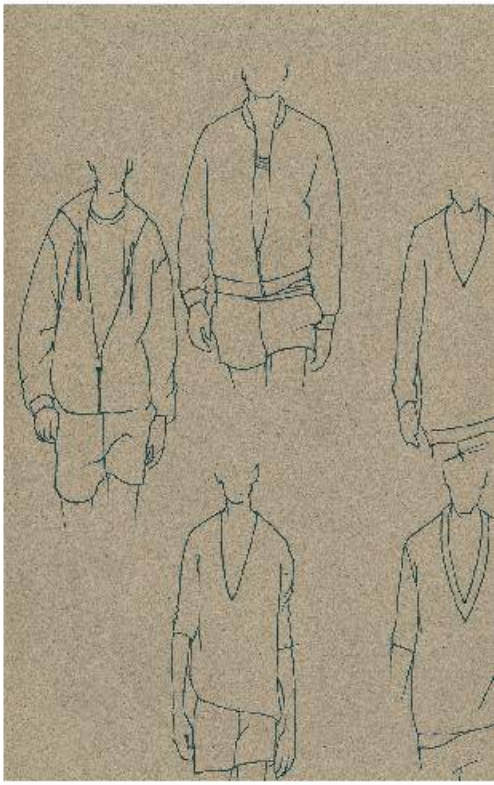
Erkek giyimin aynı yaştaki erkek grupları ve karşı kültür giyim tarzlarıyla yakın ilişkisi bilinen bir gerçektir ve birçok kitapta ve blogda görsel olarak da belgelenmiştir. Sokak kültürü pek çok tasarım öğrencisi için popüler bir esin kaynağı olmanın yanı sıra erkek giyim tarzlarını etkilemiş ve daha yerleşik markalara da ilham vermiştir. Yıllar boyu süren başarısı "vintage" erkek giyimin önemli bir pazar haline gelmesine yol açmıştır ve "orijinal" giyim eşyaları çok talep gören ürünlere dönüşüp yeniden üretimlere ilham vermiştir. Bununla beraber sokak kültürünün varoluş nedenleri *(raison d'etre)*, sezonsal trend eğilimleri ve klasik koleksiyonların dışında kalmaktadır.

Tasarım geliştirme, bir tasarım fikrinin pratik ve beceri gerektiren bir süreçler dizisi içinde geliştirildiği, fikirden numunenin ortaya çıkışına kadar giden kritik yoldur *(critical path)*. Erkek giyim tasarımcılarının görevi bu süreçte, seri imalat veya ısmarlama dikim için yaratıcı pratikle ilk numune arasındaki bağlantıyı kurmaktır.

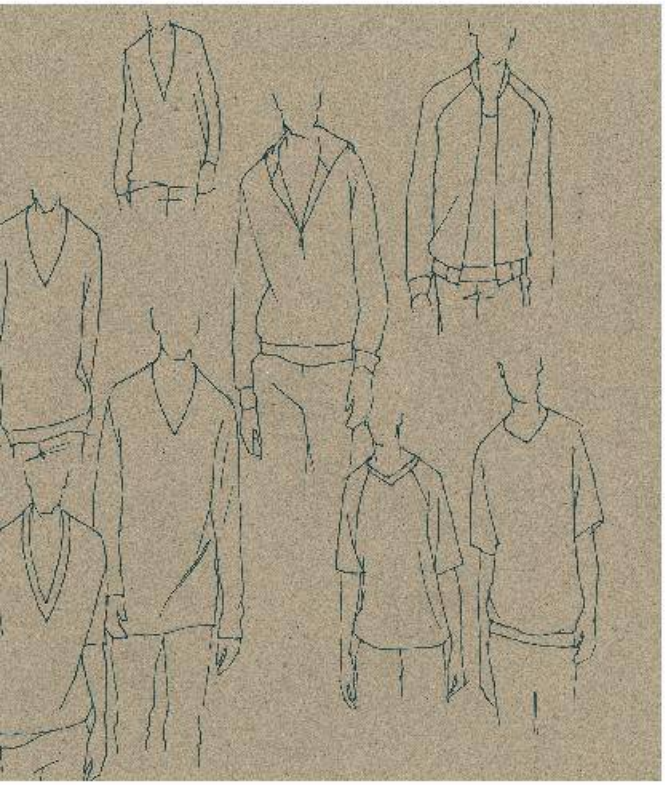
Tasarım geliştirme erkek giyim tasarımcısıyla kalıpçılar, numune makinecileri, terziler, giysi teknologları *(garment technologist)*; satın almacılar *(buyer)* ve müşteri temsilcilerinin *(merchandiser)* yanı sıra toptancılar ve perakendecileri de içine alan geniş bir ekip arasında, çok sayıda iş ilişkisi gerektirir. Bu, tasarımcının merkezinde bulunduğu bir ekip çalışmasıdır. Etkili bir tasarım geliştirme sürecinde, giysi ya da giysiler grubu olarak hedeflenen konfeksiyon çıktısına giden yolda bu süreç bütün yönleriyle değerlendirilir. Erkek giyim tasarımının takım elbise gibi bazı özel alanları, ihtisaslaşmış bir konfeksiyon süreciyle tanımlanmaktadır.

Çoğu erkek giyim öğrencisi için tasarım geliştirme, genel olarak esin kaynaklarını bir araya getirip bunları yorumlamakla başlar. Erkek giyimde tasarım geliştirmenin en vazgeçilmez unsurlarından biri, eskiz defterleriyle çalışabilme becerisidir.









Eskiz defterleri

Eskiz defterleri erkek giyim tasarımcıları için önemli bir araçtır. Etkili bir eskiz defteri tasarım fikrinin gelişim öyküsünü anlatır ve eskizler, çizim çalışmaları, kumaş parçaları, renk analizleri, küçük ölçekli numuneler ve teknik bilgilerin yanı sıra –örneğin ofiste çekilmiş fotoğraflar gibi– ana imajlar ve esinlenilen görseller gibi ikincil imajlarla eleştirel düşünceler ve değerlendirme notları da içerebilecek bir ofis çalışması sunar.

Eskiz defterleri bir düşünce akışı ve fikirleri doğal bir biçimde keşfedip deneyimleme olanağı sağlamalıdır. Eskiz defterinin kendine özgü doğası tüm öğrencileri, onu erkek giyim tasarımına bağımsız düşünme, merak ve gözlem, hayal gücü ve eleştirel düşüncenin kombinasyonundan oluşan bireysel bir yaklaşım geliştirmek için kullanmaya teşvik etmelidir.

Sürekli bir kişisel sorgulama ve araştırma yoluyla zaman içinde geliştirilen bir eskiz defteri, tasarım sürecinin iyileştirilmesine doğrudan katkıda bulunma potansiyeline sahiptir. Nihayetinde tasarım geliştirme sürecine bireysel bir yaklaşımı destekleme ve bu yaklaşımı açıklama kapasitesiyle eskiz defterleri, tasarımcılar için eşsiz birer kaynaktır.

Çizgisel eskiz çalışmaları, Brandon Graham.

Erkek giyim tasarımında kumaş

Kumaşlar hakkında fikir sahibi olmak, iyi bir tasarım uygulamasının anahtarıdır. Günümüzde kumaş ve aprelerdeki çeşitlilik erkek giyim tasarımındaki yaratıcı süreci harekete geçirip zenginleştirmektedir. Doğru kumaş seçimi tasarım sürecinde kritik bir unsurdur.

Erkek giysileri için kumaş araştırırken kendinize bir dizi soru sormak yararlı olacaktır:

- kumaşın tuşesi nasıl?
- kumaş ne tür bir model için uygun?
- kumaş doğal elyaftan mı, yapay elyaftan mı veya bu ikisinin karışımından mı yapılmış? Elyaf içeriği kumaşın daha sonraki performansı bakımından rehber niteliğindedir.
- kumaş yıkanabiliyor mu yoksa kuru temizlemeye mi uygun?
- kumaş iyi döküm veriyor mu?
- kumaş hangi tür dikişe uygun?
- kumaşın çekme, esneme ve aşınma haslıkları nasıl?
- kumaşın apresi belirli bir performans özelliğine göre yapılmış mı? Eğer öyle ise hangi koşullarda çalışmaya uygun?

Bazı apreleme teknikleri kumaşın performans özelliklerini artırmakla birlikte ekstra dikiş ve finisaj kabiliyeti gerektirebilir. Kumaş seçimi ve buna uygun tasarım yaparken, kumaşı aşağıdaki açılardan daha detaylı olarak değerlendirmekte fayda vardır.



Kumaş bilgisi ve detaylara gösterilen özen, erkek giyim tasarımının vazgeçilmez unsurlarıdır.

Dokuma

Bir kumaşın dokuma yapısı onun dökümlülük özelliği ve nasıl dikileceği konusunda size yol gösterir. Düz dokumalar, gabardinler, balıksırtı, *hopsacks* ve armürler gibi temel dokuma biçimlerini tanımak da, kumaş bilgisinin gelişmesi bakımından önemlidir. Kumaşın doğru tarafını öğrenmek için her iki yüzünü de inceleyerek başlamalısınız. Doğru yüz genellikle kumaşın "selvedge" adı verilen kenarına bakılarak anlaşılır. Her iki taraftan bitmiş olan bazı kumaşlar çift yüzlü *(double face)* olarak sınıflandırılırken diğer kumaşların arka yüzü farklıdır. Dokuma kumaşlar erkekler için geniş bir seçenek yelpazesi sunar ve jarse gibi örme kumaşlardan farklılık gösterirler.

Doku

Dokuyu anlamak kumaşı elinize almakla başlar, kumaş seçmek dokunmayla ilgili bir deneyimdir. Kumaşta şardon ya da hav var mı? Eğer varsa kumaşın tek yönde kesilmesi gerekmektedir. Desenli mi çizgili mi? Bu da ayrıca kumaş deseninin eşleştirilerek kesim yapılmasını gerektirir.



Ağırlık

Yaklaşık olarak kullanacağınız miktarda bir kumaşı elinizde kaldırıp ne kadar ağır ya da hafif olduğuna bakmak iyi bir egzersizdir. Bu yolla ayrıca kumaşın dökümlülük özelliğini de tartabilirsiniz. Kumaş gramajını anlamak ve tanımlamak, tasarım sürecinin bir diğer faydalı aşamasıdır.

Genişlik

Seçtiğiniz kumaşı satın almadan ya da kesmeden önce enini kontrol etmeniz önemlidir. Aksi takdirde tasarımınız için çok fazla ya da yetersiz miktarda kumaş aldığınız ortaya çıkabilir. Kumaş enleri gömleklerde 90 cm'den takım elbiselerde 150 cm'e kadar çeşitlilik gösterir. Bazı astarlık kumaşlar yalnızca tek ende mevcuttur.

Son işlemler

Bazı özel kumaşlara uygulanan çok çeşitli işlemler vardır: Yağmur koruyucu, su itici ya da şardonlu yüzeyler, haşıllama ve çekmezlik apreleri gibi. Son işlemler çeşitlilik gösterir, ancak kumaşın giyim ve tuşe özelliklerine önemli ölçüde etkisi vardır ve kumaş kullanılmadan önce mutlaka numune odasında veya konfeksiyon biriminde test edilmelidir.

Renk

Kumaş renkleri daima iyi bir doğal ışıkta kontrol edilmeli ve karşılaştırılmalıdır. Renk ve ton seçimi, büyük ölçüde kişisel ya da müşteri tercihine bağlı bir konudur. Renk seçimi de, nihai tasarım üstünde belirleyici bir etkisi olan kritik bir tasarım adımıdır ve zaman zaman renk eşleştirmesi gerektirebilir.

Fiyat

Kumaş fiyatı maliyet unsurlarına ve özellikle de bir koleksiyon ya da hedef müşterinin pazar taleplerine göre değerlendirilmelidir. Erkek giyim öğrencilerine perakende rakipleri ya da direkt toptancıları gezerek, birbiriyle kıyaslanabilir kalitelerin fiyatlarını karşılaştırmaları tavsiye edilir. Gereksizce pahalı bir kumaşı satın almanın pek manası yoktur: Önemli olan seçilen kumaşların bütün bir kategori ya da koleksiyon genelinde birbiriyle tutarlı bir kalite seviyesinde olmasıdır.

Kesim ve fit

Kesim ve fit, giysilerin üç boyutlu olarak hareket eden ve eğilip bükülebilen insan bedenine uygun olması gerektiği temel prensibini esas almaktadır. Erkek giyimde bir tarafta klasik takım elbise geleneği ve diğer yanda günlük spor giyimin rahatlığı arasındaki çelişkiden kaynaklanan farklı bir kesim ve fit anlayışı vardır.

Kesim ve fit sözcüklerini birbirinden ayırt etmek, biri otomatikman diğeriyle sonuçlanmadığı için önemlidir. Kesim giysinin bütün biçimlerini tanımlamak için kullanılabilirken, aynı şey fit için geçerli değildir. Kesim ayrıca bol kesimli giysilerden bedeni saran modellere kadar erkek giyimi en geniş anlamıyla ifade eder. Bu nedenle erkek giyimde tasarım geliştirme süreci kesim ve fitin yanı sıra ikisi arasındaki ilişkiyi de anlamayı gerektirir. Kesim ve fit çeşitlerini keşfedip denemek daima öğreticidir; bununla beraber model üstünde drape çalışarak ve kâğıt kalıp çıkararak becerileri geliştirmenin yerini hiçbir şey tutamaz.

Erkek giyim koleksiyonunun kesim ve hatlarını gösteren çizimler, Brandon Graham.

Tasarımın kesim ve fit ile ilişkili kısmı, hepsi de çağdaş erkek giyimde kullanılan dokuma, örme ve esnek kumaşların doğasından gelen farklılıkları dikkate almayı gerektirir. Her bir varyasyon kendine özgü niteliklere sahiptir ve başlangıçtaki eskiz ya da çizimden prototip numunenin ortaya çıkışına dek tasarım sürecinin her aşamasında dikkate alınması gerekir. Bu, her kumaşın dikiş ve konfeksiyona nasıl yanıt vereceği bilgisinin yanı sıra, uygun nihai kullanım şartlarına dair bir teknik kavrayışı da gerektirir.

Kesim ve fit meselesini ilgilendiren, ideal ya da verilmesi arzulanan beden şeklidir. Bu her ne kadar sosyal, kültürel ve yaşla ilgili bazı kısıtlamalardan etkilense de, erkek giyim tasarımı hakim olan zevklerin ve sezonsal trendlerin etkisinde gelişen bir süreçtir. Daha önce de belirttiğimiz gibi, ulusal karakteristikler ve fit tercihleri kesimlerin bir dikimevinden diğerine farklılık göstermesine yol açar. Sonuç olarak tasarımcının buradaki rolü, kesim ve fitin daima çağdaş ve amaca uygun olmasını sağlamaktır.



Hatlar ve oranlar

Erkek giyimde oran, bir giysiyi tamamlayan parçalar arasındaki karşılıklı ilişkiyi ifade eder. Hatlar ise istenen biçimi ve bir bütün olarak görsel vurguyu sağlayan dikiş ve penslerin konumuna işaret etmektedir. Bir giysiyi üç ana hata ayırmak mümkündür. Bunlardan ilki giysinin dış hatları veya siluetidir: Bu genellikle bir giysiye dair ilk izlenimi yaratır ve bazen hemen göze çarpmayan, incelikli bir biçimlendirmenin bazen de belirgin bir vurgunun neticesidir. İkinci olarak giysinin tarzını belirleyen hatlar gelir: Dikişler ve penslerin konumlandırılma şekli, giysi üzerinde tasarımın bir parçası olarak görünür biçimde; yerleri değiştirilmiş ya da –hatta– gizli olabilir. Üçüncü hat ise giysinin detaylarını ifade eder. Bu açıdan bakıldığında erkek giyimin karakteristik özelliği fonksiyonel detayların bolluğudur: Bunlar cepler, kapamalar, bağcıklar ve bir kısmı askeri giysilerden türetilmiş bir dizi ilave detaydan oluşur. Sonuç olarak her üçünün de tasarımın bütünlüğüne katkısı vardır.



Erkek giyim tasarımcıları ayrıca, insan figürünün ölçü ve oranlarını da irdelemelidir. Bu daha sonra kalıp çıkarma işlemi sırasında da yapılabilir, ancak başlangıçta tasarımın estetik süreci içinde değerlendirilip keşfedilmelidir. Erkek oranlarında genellikle göğüs ve omuzların vurgulanması tercih edilir. Bu tarih boyunca erkek giysilerinin devam eden bir özelliği olup günümüz erkek giyim tasarımcıları da aynı eğilime sahiptir. Pek çok tasarımcı vatkalar, dikişler, renk blokları ve dikey çizgileri kullanarak omuz bölgesi üzerinde çalışır ve deneyerek keşfeder. Yaka ve düğmeler de üst beden hattının vurgulanması amacıyla kullanılabilir ve giysinin genel oranlarına vurgu yaparlar.



Bilgisayarda geliştirilmiş erkek spor giyim çizimleri, Brandon Graham.

Yuvarlak hatlar feminen kabul edilip genellikle kadın giyimle ilişkilendirilirken, köşeli hatlar erkeksi bir form elde etmek için daha ziyade erkek giyimde kullanılır. Bu sıklıkla daha düz dikiş hatlarının yanı sıra düzensiz yüzey ve dokularla ifade edilir. Boy ölçüleri, erkek giyim tasarımcıları tarafından dikey formları uzatmak için sık sık araştırılıp denenir. Bu, çizgili kumaşlar, dikey dikişler ya da pililer kullanılarak figür üzerine dikey hatlar yerleştirmek gibi çeşitli yöntem ve teknikler kullanmak suretiyle elde edilebilir.

Erkek giyim farklı hatlar ve oranları kullanmaya elverişli olsa da, en kalıcı tasarımlar daima dengeli ve dikkatle düşünülmüş olanlardır. Amaçlanan tasarıma giden yolda, örnek kalıp çıkarma işlemi de denenmelidir.

Kalıp çıkarma

Kalıp çıkarmak, bir fikri teknik çizim ya da eskizden üç boyutlu prototip veya ilk numuneye dönüştürmeyi içeren tasarım sürecinde, kritik bir adımı ifade eder. Kalıp çıkarma işi hassas ve hatasız bir çalışma gerektirir. Genellikle standart ölçülere, yani kalıpların hazır giyim üretiminde kullanılmak üzere bedenlere göre ayrılıp serilendiği, standart hale getirilmiş bir ölçü sistemine dayanır. Sipariş üstüne yapılan özel dikim giysilerde de kalıp kullanılır, ancak bunlar müşterilere özel hazırlanan kalıplardır. Serilemeye ihtiyaç duyulmasa bile nasıl ölçü alındığını ve bunların kalıba nasıl aktarıldığını anlamak önemlidir. Çoğu erkek giyim öğrencisi, göğüs 40 beden ve bel 32 beden olmak üzere, standart ölçülerde çalışır.

Baz kalıbın (Birleşik Devletler'de *sloper* denir) başlıca işlevi, numune kalıbı geliştirmeye uygun temel bir form sağlamasıdır. Baz kalıbı doğru seçmek, tasarımcıya kalıbın genel dengesini bozmadan gerekli değişiklikleri yapabilme imkanı verir. Genel hatlar ve fitin halihazırda yerleştirilmiş olduğu bir kalıbı referans almak, kalıpçının (modelistin) tasarımın tarzına ve detaylarına konsantre olmasına olanak sağlar. Uygun bir baz ya da ana kalıp, arzu edilen hatlar ve temel fit beklentisini karşılamanın yanı sıra, sözgelimi kalıp parçalarındaki düz iplik yönü gibi teknik bilgileri, her bir kalıp parçasında birbirinden farklı olabilecek dikiş paylarını, kalıpları eşleştirmek için kullanılan çentikler gibi kalıp işaretlerini de içermelidir.

Farklı baz kalıp tipleri

Standart bir baz kalıp, standart ölçü sistemine dayalı temel bir kalıptır. Tarzdan ziyade oran ve fit bakımından bir temel oluşturur. Standart bazlar genellikle net çizilmiştir, yani bu kalıplarda dikiş payı (kıvırma payı) yoktur.

Üretim kalıbı, konfeksiyon ünitesinin talepleri doğrultusunda standart erkek baz kalıplarından uyarlanır. Kesim ve üretim tekniklerini kolaylaştırmak için çoğunlukla kalıba dikiş payı ilave edilmiştir.

Terzilikte kullanılan baz kalıp ise özel olarak uyarlanmış bir kalıptır. Bu kalıpların hazırlanması genellikle, yakayı şekillendirmek gibi bazı el becerisi gerektiren işlemleri de içerir.

Kalıp geliştirme

Öğrenciler genel olarak kâğıda kalıp çıkarmanın yanı sıra doğrudan prova mankeni üstünde çalışmaya da teşvik edilir. Bu hem detaylı ölçü almaya hem de kalıbı prova mankeni üstünde kontrol edip karşılaştırmaya yarar. Genel bir prensip olarak, iki boyutlu çalışılsa bile giysinin üstteki duruşu üç boyutlu olarak göz önüne getirilmeye çalışılmalıdır. Bu yolla kalıp çizimi daha yaratıcı bir sürece dönüşür ve buna kalıp tasarımı adı verilir. Bu şekilde ilk kalıbın –numune kalıbı– tasarlanması, temel kalıp ya da esas çizimin istendiği biçimde değiştirilmesine olanak sağlayan, yararlı ve tatminkâr bir deneyim haline gelecektir.

Kalıp kumaşı *(Toile)*

Toile ya da Birleşik Devletler'deki adıyla *muslin*, üç boyutlu bir prototiptir. *Toile* hazırlamak, tasarımcıya hazırladığı kalıbın doğruluğunu ve istenen fite uygunluğunu değerlendirme imkânı sağlar. Kumaşı kesmeye girişmeden önce bütün kalıp parçaları birbirine uyuyor olmalıdır. Fransızcadan gelen *toile* sözcüğü – genellikle ketenden – bir parça kumaş anlamına gelir. Ancak kumaşı olduğu kadar prototip numuneyi tanımlamakta da kullanılır ve bu numuneler çeşitli kalite, konstrüksiyon ve gramajlardaki kumaşlardan olabilir.

Toile daima tasarlanan nihai numuneye yakın gramaj ve konstrüksiyondaki bir kumaştan yapılmalıdır. Örneğin, eğer kullanılmak istenen kumaş örme ise *toile* kumaşı da örme olmalıdır ve örme kumaşlardaki prosedür takip edilerek kesim yapılmalı ve birleştirilmelidir. Buna örnek olarak yuvarlak başlı iğne kullanımı ve örme dikişini dokuma extraforla güçlendirmek verilebilir. Dokuma modeller için genellikle ham amerikan bezi kullanılır. Amerikan bezinin gramajı ve tuşesi, planlanan nihai kumaş düşünülerek değerlendirilmeli ve aynı dikiş işlemleri kullanılarak birleştirilmelidir. Eğer giysinin kumaşı tam verev (düz iplik yönüne 45 derecelik açıyla) kesilecekse, giysinin son halini doğru temsil etmesi bakımından *toile* de bu şekilde kesilmelidir.

"Özensiz giyinmek ahlâki intihardır."
Honoré de Balzac

Amerikan bezi prova sırasında yapılan herhangi bir değişikliği veya modelin ana hatlarını işaret almak için uygun bir kumaştır. *Toile* üzerinde bütün kritikleri yapmak, daha sonra ortaya çıkabilecek hatalardan ve fit problemlerinden kaçınmak açısından önemlidir. Amerikan bezi üzerinde işaretlenen değişiklikler doğruca kalıba aktarılabilir ve daha sonra gerektiği şekilde yerleştirilebilir. *Toile* bir prova mankeni ya da canlı manken üzerinde de görülebilir. Ayrıca koleksiyon kritiğinin bir parçası olarak veya genel görünüm üstünde konuşabilmek için yan yana asılarak hep birlikte bakılabilir.

Atölyede çalışırken *toile*'lerinizi belgelemek yerinde olur. İmajları, tasarımınızın ilerleyişini görsel olarak desteklemesi için eskiz defterinize ekleyebilirsiniz. Bu aynı zamanda, nihai numuneler üretime hazır hale gelene kadar ki sürece eleştirel bir gözle bakabilmenize de yardımcı olacaktır.



Koleksiyonun yan yana dizilmiş hali, Marlow A.Larson.

Nihai numuneler

Nihai numuneler tasarım stüdyosu veya numune atölyesindeki tasarım sürecinin varılan son aşamasını temsil eder. Satın almacılara, basına ya da özel müşterilere sunulabilmesi için başarıyla tamamlanmış ve son şeklini almış olması gerekir. Sunulan koleksiyonun bir parçası olarak son numuneler aynı zamanda, hedeflenen pazar ya da müşteri tabanına uygun ve koleksiyon içinde devamlılığı olan uyumlu bir renk paleti ve kumaş hikâyesine de sahip olmalıdır. Nihai numune yapılması fikri ve pratiği, bazı ısmarlama diken terziler tarafından da uygulanmakla beraber daha ziyade hazır giyim koleksiyonlarında kullanılır.

Koleksiyonun yan yana dizilmiş hali, Marlow A. Larson.



Ürün gamı planlaması *(range planning)*

Son numuneler genellikle koleksiyon sunumunun bir parçası olarak, sunulan temanın içerisinde veya görsel olarak *range* planı doğrultusunda belirlenmiş bir satış kategorisinin içinde incelenir. Ürün gamı planlaması, pratik ve ticari kararların estetik yargılarla dengelenmesini gerektirir. Numune üretimi zaman alan maliyetli bir iş olduğundan, her bir nihai numunenin koleksiyondaki rolünü ve ticari değerini düşünmekte fayda vardır. Bütün koleksiyonlarda olduğu gibi, erkek giyimde de ürün gamı oluşturabilmek için düzeltmelerden ve doğru bir ürün dağılımına göre yapılan satın almalardan yararlanılır. Örneğin özellikle pantolon konusunda uzmanlaşmış değilseniz, koleksiyonda yalnızca birkaç ceket ve üst varken çeşitli kumaş kalitelerinde satın alınmış; oran ve ölçüleri bozuk bir dizi pantolon sunmanın size pek yararı olmayacaktır. Sonuçta ortaya dengesiz bir koleksiyon çıkacaktır.

Bir koleksiyon yapısı gereği müşteriye seçenek sunarken, aynı zamanda dengeli ve uyumlu bir kimliğe de sahip olmalıdır. Koleksiyonun kimliği çoğunlukla tasarımların teması üzerinden ifade edilir ve nihai numunelerde hakim olan siluetler, kumaşlar ve tarz özellikleri arasında bir denge oluşturarak koleksiyonun yeni ve çağdaş görünmesini sağlar. Fitlerin de koleksiyon içinde bir devamlılığı olmalıdır; böylece bir ceketin aynı ölçülerdeki bir pantolon ya da kaban ya da parka modeliyle birlikte giyilmesi mümkün olabilir. Erkek giyim öğrencileri için nihai numuneler, fotoğraf ve illüstrasyonları da içeren bir portfolyo ile tamamlanmalıdır.

Rehber olması bakımından belirtmek gerekir ki, erkek moda figürlerinde oranlar kadın figürlerine kıyasla daha az abartılı çizilmelidir. Erkek bedeni bir kadınınkine göre daha geniş olmakla birlikte –özellikle daha belirgin olan kas yapısı dışında– dikey oranlar oldukça benzerdir. Torso bir kadın çizimine göre bir parça daha uzun çizilirken göğüs ve bel biraz daha geniştir. Bel kısmı biraz daha aşağı yerleştirilir ve uzunluk boyundan ziyade bacaklara verilebilir. Omuzlar geniş, boyun kısmı kalın olmalıdır. Eller, dizler ve ayakların tümü oldukça belirgin bir şekilde çizilir.

Erkek çizimi

Canlı modelle çalışırken, çizmeye başlamadan önce poz üzerinde çalışmak esastır. Her bir pozun yapısal unsurlarını analiz etmenin yerini hiçbir şey tutamaz. İşe erkek figürün rahat bir pozdaki eskizleriyle başlayın. Ağırlığı tek bacağa vermek, karakteristik bir model pozudur. Bu beden boyunca bir "akış" sağlar. Bununla beraber figürün dengeli görünmesi için, aks çizgisi (denge hattı olarak da bilinir) ense kökünden başlayıp dikey olarak taşıyıcı ayağın topuğuna kadar inmelidir. Ayakta duran bir figür çizerken aks çizgisi, erkek modelin dengesini ve ağırlığının eşit dağılımını sağlar. Ağırlık eşit bir biçimde dağıtılırsa, ağırlık merkezi bacakların arasına denk gelir. Unutmayın ki erkeğin kalça kemiği daha az belirgin olduğu için taşıyıcı bacak, bir kadın figür çiziminde olduğu kadar kavisli çizilmez.





Crystal McFarlane'e ait bir illüstrasyon.

Bir erkek figürü çizerken omuz ve kalça kemiğinin eğimi, kadın figüre göre daha az abartılı olmalıdır. Üçgen formunda bir torso için, omuzlar ve üst göğüs kısmının daima kalçadan geniş çizildiğinden emin olun. Gerçekçi yüz ve giysi detayları erkek giyim illüstrasyonlarında daha karakteristiktir. Kumaş sunumu da ayrıca önemlidir ve kumaş çeşitliliğinin çağdaş erkek giyimini tamamlayan bir unsur olduğu göz önünde tutulmalıdır. illüstrasyon daha olgun bir erkek görünümü gerektiriyorsa, torso ve omuzlar daha hacimli çizilebilir.

Erkek giysilerinin bazı bakımlardan daha incelikli olmasının yanı sıra duruşların kadın giyimine göre daha az stilize olması nedeniyle, erkek giyim illüstratörlerinin gözlerini fit ve detayları yakalamak konusunda geliştirmeye ihtiyaçları vardır. Örneğin omuz hattının şeklini ya da klapanın genişliğini göstermek; bir erkek takım elbisesini çizerken özellikle önemlidir.

Kompozisyon ve görsel düzenleme

Bilginin anlaşılır bir biçimde iletilebilmesi için, erkek giyim çizim panolarının kompozisyon ve görsel düzenlemesi dikkatle değerlendirilmelidir. Çizimler illüstrasyon olarak daha sanatsal veya teknik çizim şeklinde daha düz olabilir. Proje boyunca çizim panolarınızı birbiriyle görsel olarak ilişkilendirmek doğru bir uygulama olacaktır.

Erkek giyim sunum panolarındaki görsel unsurlar genel olarak çizimler, kumaş parçaları, aksesuar örnekleri, fotoğraflar ve yazılı metinlerin bir araya gelmesinden oluşur. Bunların kâğıt üzerinde veya sunum panosunda düzenlenmesinde pozitif imaj ve negatif alan prensibinden yararlanılır. Pozitif imaj doğrudan özneyi (konu) temsil eder. Erkek giysi tasarımında bu, erkek moda figürü veya modelin düz çizimi olabilir. Negatif alan öznelerin dışında ve aralarında kalan boşluğu ifade eder. Negatif alan görsel bir sunumun can alıcı unsurudur; pozitif imaj ve negatif alan arasındaki ilişki sayfanın düzenini oluşturur ve nihai kompozisyonun etkili olmasını sağlar.





Tasarım panoları, Marlow A. Larson.



Yan yana sıralanmış çizimler, Mengjie Di.

Başarılı bir erkek koleksiyon sunumunun düzenlenmesinde, izleyicinin dikkatini çekmek ve ilgisini sunuma yönlendirmek için bütün görsel unsurların konumu düşünülerek değerlendirilir. Aksesuar kumaşları, ilham veren arkaplan görüntüleri eklemek ve teknik çizimleri figüratif illüstrasyonlarla birikte yerleştirmek gibi tekniklerin tümü etkilidir. djital medyanın ortaya çıkışından önce taslaklar elle çizilmekteydi. Günümüzde sunum panoları çoğunlukla dijital ortamda hazırlanmakta ya da dijital formata dönüştürülmektedir. Bu, düzeltmeler ve sunum hazırlama sürecini dijital katmanlar (*layer*) vasıtasıyla yapılır hale getirmiştir. Sunum bu aşamadan sonra gözden geçirilip formatlanabilir.



Görsel tasarım unsurlarını incelemek ve bir sunum panosunda ya da bir proje boyunca birlikte nasıl işlediklerini anlamak, kompozisyonlarınızı geliştirip ilerletmenize yardımcı olacaktır. Bir kompozisyon planlanırken nasıl düzenleneceğinin tasarlanması daima öncelikli olmalıdır ve çizim panosunun bağlam ve amacı göz önüne alınarak değerlendirilmelidir.

Kolaj ve karışık teknikler

Kolaj ve karışık teknikler pek çok illüstratör için popüler tercihler haline gelmiştir. Kolaj ve diğer karışık teknikler çizimin yerini tutmaz; ancak el çiziminin uygulama alanını genişletir. Kolaj, görsel bir kompozisyon veya illüstrasyonda etki yaratmanın geçerli bir yoludur. Aslında sanatçılar tarafından yeni bir işi tasarlarken, çeşitli tekniklerin farklı formlarının bir araya getirildiği bir süreç olarak benimsenmiştir. Kolaj tekniği illüstratörlere neredeyse sınırsız olanaklar sunar; fotoğraf, bilgisayarda taranmış kumaşlar, doku ve yüzeyler gibi araçların yanı sıra bulunmuş objelerin hepsi kullanılabilir.

Kolaj alışılmış geleneksel çizim tekniklerinin dışında, görsel olarak etkileyici kompozisyon yaratma imkânı verir; bu nedenle de erkek giyimde yaygın olarak kullanılır. El yapımı kolajlar ayrıca illüstrasyonun son haline derinlik katan belirli tuşe ve doku kalitelerini de kapsar. Photoshop gibi dijital yazılım formatlarıyla birlikte kullanılan kolaj, son derece kullanışlı ve çok yönlü bir tekniktir. Dijital grafik programlarında şimdiden kaydedilen ilerlemeler, moda illüstratörlerinin kolajın cazibesini ve olanaklarını keşfetmelerine imkân vermektedir. Günümüzde pek çok tasarımcı ve moda illüstratörü çağdaş bir çizim tarzı geliştirmek için bu teknikleri birleştirmektedir.

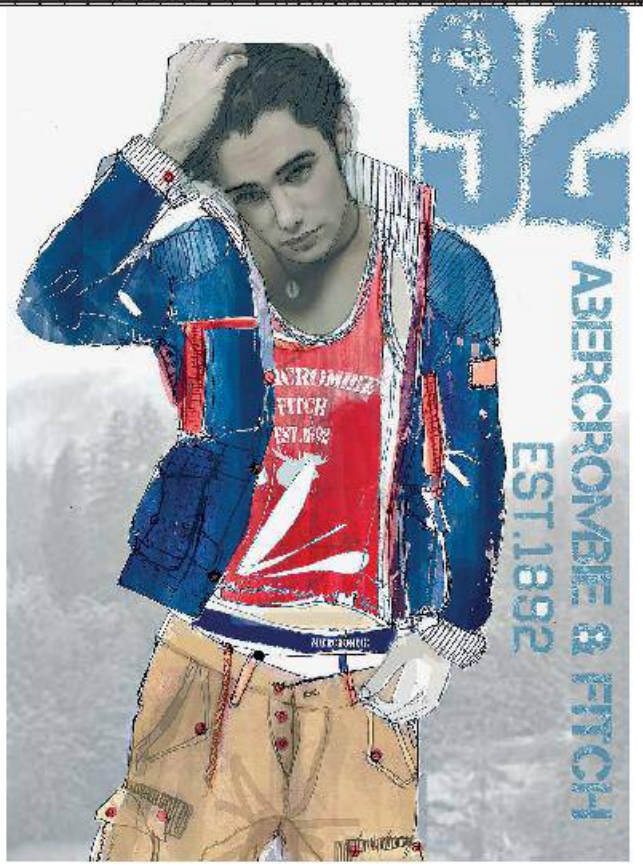
Erkek giyim için kolaj ya da karışık teknikle hazırlanmış illüstrasyonlar geliştirmek; kendini ifade etmeyi teşvik eden, son derece yaratıcı bir süreçtir. Bir eser yaratırken çoğu zaman olduğu gibi, teknik araçlara bu çok yönlü yaklaşım da, keşfederek ve pratik uygulamayla gelişir. Bunlar ise yaratıcılık, merak ve kompozisyon becerilerini desteklerken, bazı beklenmedik sonuçlar da üretebilir.

O Karışık teknik kolaj panoları, Shefa Rahman.



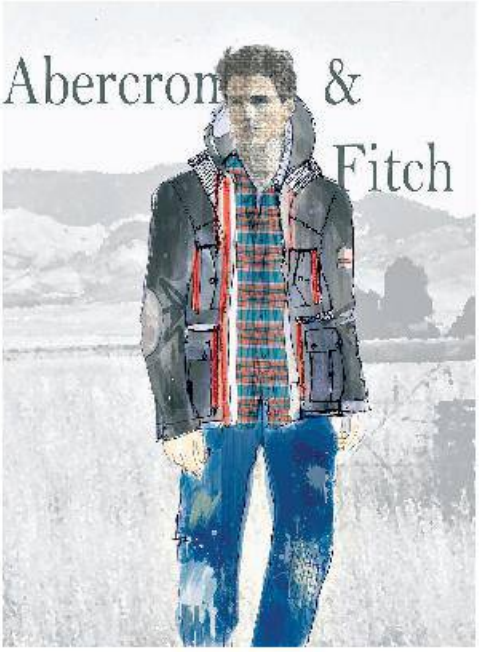








Karışık teknik kolaj panoları, Shefa Rahman.



Erkek giyim öğrencilerinin tasarımcı olarak iş ararken çalışmalarının bulunduğu bir dosyaya ihtiyaçları olacaktır. Bir erkek giyim portfolyosu kişisel başarılar ve geleceğe dönük beklentileri uyumlu bir biçimde birleştiren görsel bir bildiri niteliğinde olmalıdır.

Portfolyo sayfaları, Mengjie Di.

İçerik ve düzenleme

İçerik ve düzenleme başarılı bir portfolyonun anahtarıdır. Bir erkek giyim portfolyosu kişisel becerileri ve güçlü yönleri göstermelidir. İşlerinizi temsil etmesi bakımından genellikle dört ya da beş tamamlanmış proje yeterlidir. İşleri düzenleme becerisi temel bir gerekliliktir. Erkek giyim portfolyoları çeşitli tarz ve biçimlerde olabilir; bu nedenle içerik ve düzenleme daha ziyade portfolyonun belirlenmiş pazar veya hedef izleyicisine odaklanıp odaklanmadığına dair gözden geçirilmelidir.

Bir erkek giyim dosyasının olası içeriği, seçilmiş işlerden ve temalara göre hazırlanmış projeleri kapsayan sunum panolarından oluşur. Her bir proje, içeriğin yanı sıra tasarımların esin kaynağını da anlatan bir ilham panosu *(moodboard)* veya bir fikir panosu *(concept board)* ile başlamalıdır. Renkleri ve kumaşları bütün proje sunumlarında dikkatle değerlendirmek gerekir. Düz model çizimleri erkek hazır giyiminde özellikle önemlidir ve bütün spor giyim projelerinde ön planda olmalıdır. İllüstrasyon bir etki alanı yaratır; ancak daima hedeflenen pazara uygun olması gerekir.

Fiziki portfolyo dosyasına ilaveten, bazı erkek giyim tasarımcıları işlerini sunmak ve isteğe göre değiştirebilmek için dijital e-portfolyolar kullanırlar. Blogların yanı sıra internetteki Flickr ve issuu gibi görsel barındıran siteler, artık erkek giyim tasarımcılarının işlerini daha geniş bir izleyiciye iletebilecekleri yeni platformlar sunmaktadır.







Giles Price



Bize ana hatlarıyla şu andaki işinizden ve kariyer yolunuzdan bahsedin lütfen.

Şu sıralar kadınlar arası karışık dövüş sanatları (MMA/kafes döğüşü) ile ilgili bir röportaj ve belgesel film projesiyle uğraşıyorum. Bunun yanı sıra bir de İngiliz Moda Konseyi *(British Fashion Council)* için bir belgesel var. Fotoğraf ve film çalışmalarını bir arada yürütmeyi yaptığım işin doğal gelişimi olarak görüyorum.

Fotoğraf stilinizi nasıl tanımlarsınız?

Görsel olarak grafik ve ham, ama kendi içinde şiirsel bir niteliği de var. Bu ikisi arasındaki sinerji hoşuma gidiyor.

Nelerden ve kimlerden ilham alırsınız?

Reinhold Messner, Ueli Steck, John Gray, James Lovelock ve Adam Curtis. Fiziksel ve beyinsel olarak sınırları zorlayan birkaç kaşif.

Bize "1234 Alemci Portreleri"nden bahseder misiniz?

"1234" benim Londra'daki 1234 Shoreditch Festivali organizatörleriyle birlikte yaptığım bir proje. Sitedeki mobil stüdyoda, festival katılımcılarını günlük akış içinde görüntüledik.



Erkekleri fotoğraflamakla kadın fotoğrafları çekmek arasında nasıl bir fark var?

Herkesi aynı şekilde çekiyorum, bu da ticari reklamlar için kadın fotoğrafları çekerken başıma iş açıyor. Kadınların temsil ettiği güzellik anlayışı göz önünde tutulduğunda, kültürel eğilimler artık o kadar daraldı ki bunların dışında kalan herhangi bir şey dikkate bile alınmıyor: Rötuşlama *(retouch)*; plastik bir yapaylıkla aşırı biçimde stilize edilmiş bir distopya ve halkla ilişkiler tarafından üretilmiş bir marka imajı miti uğruna, kusurlardaki güzellik ve ifadedeki canlılığı silip atıyor. Çok sıkıcı, daha da mülayim bir hale gelmekte ve bunun izleyiciye hiç bir yararı yok. Bunu söylerken, durum belki de değişmeye başlıyordur. Göreceğiz bakalım...

Size göre bugüne kadarki en büyük fotoğrafik başarınız nedir?

Şu ana kadarki en kayda değer başarılarım *Eski Nizam Karakolu* (*Old Guard*): *Son 1. Dünya Savaşı Gazileri* ve *Johnson Beharry VC* oldu; bu projelerin her ikisi de tarihsel sürekliliği olmasına karşın tekrarı mümkün olmayan anları yakalıyor.

Peter Jensen



Peter Jensen erkek giyim markası ne zaman kuruldu ve koleksiyonlarınızı nerede sergiliyorsunuz?

İşletme on yıl önce kuruldu ve başından itibaren hep Londra'daydı. Koleji bıraktıktan sonra Peter, kendi adıyla erkek giyim tasarımı yapıyor ve Eo Bocci adında bir İtalyan acente ile çalışıyordu. İlk erkek giyim defilesi Paris'teydi. 2011 Sonbahar/Kış sezonundan itibaren Peter bağımsız olarak çalışmaya başladı; hem erkek hem kadın koleksiyonları üretiyordu. Bunu Londra ve Copenhag'daki defileler takip etti, ardından kozmetik markası MAC koleksiyonunu sunması için Peter Jensen'i Newyork'a davet etti.

Markanın erkek giyim tarzını nasıl tarif edersiniz?

Koleksiyon bir sezondan sonrakine evrilen klasik parçalardan oluşuyor. İçinde bir mizah unsuru taşıyan alışılmadık bir anlayışla, bol bol renk ve desen kullanıyoruz. Bu kısmen, beklenmedik bir renk, desen ve detay birlikteliğiyle yaratılan tarz sayesinde elde ediliyor.



Nelerden ilham alıyorsunuz?

Erkek giyim markası kadın giyim koleksiyonundan önce tasarlanır; ancak kadın koleksiyonunun parçaları genel olarak daha yönlendiricidir ve bazı erkek siluetlerine de ilham verir. Erkek giyim koleksiyonları için referanslarımız ayrıca sanat fotoğrafçıları ve kişisel tarzların yanı sıra her gün karşımıza çıkan esin kaynaklarını da içeriyor.

Erkek giyim koleksiyonlarını nasıl tasarlıyor ve nasıl güncelliyorsunuz?

Daima önce kendimizin ne giymek istediği üstüne kafa yorarız, ama bunun yanında markanın imajı açısından neyin doğru olduğu ve daha önceki koleksiyonlarda neyin tuttuğuna da bakarız.

Klasik bir Peter Jensen erkek giyim müşterisi kimdir?

Sanırım koleksiyonlarımızdaki neşeli detaylar nedeniyle erkek giyimindeki marka algısı oldukça genç. Ancak daha yaşlı müşterilere de cazip gelebiliyor.

Markanın geleceği için planlarınız neler?

Sürekli olarak yaptığımız işi daha rafine bir hale getirmeye çalışıyoruz; bu daimi bir süreç. Gelecek sene meslekteki 10. yılımızı dolduruyoruz ve retrospektif bir kitap üstünde çalışmaktayız. Bu gerçekten ilginç bir aşama.

Erkek giyim birbiriyle çelişen etkiler ve şartlar çerçevesinde var olagelmiştir. Çağdaş erkek giyime bilinçli bir bakış, onun işlevsel ve askeri giyimi de içeren tarihsel gelişimi konusunda temel bir kavrayış ve kabulu gerektirir. Erkek giyimin kural ve incelikleri, onun formel yönüyle genç ve daha isyankar bir dışavurum arasında yaratıcı bir gerilime neden olmuş ve bazı tarihsel dönüm noktaları yaratmıştır.

Her ne kadar sosyal ve kültürel baskıların etkisi altında kalmışsa da, erkek giyim cinsiyet, kimlik ve statü gibi meseleler etrafında ele alınan tartışmalarla hem yüzleşmiş hem de bunlardan güç kazandırmıştır. Erkek giysileri tasarlamak bu faktörleri hassasiyetle tanımlama, ayırt etme, değerlendirme ve yorumlama becerisi gerektirir. Bu aynı zamanda bir fikirle kumaş, tarz, oran ve detayların da içinde olduğu bir süreçler dizisi arasında bağlantı kurabilme becerisidir. Çağdaş erkek giyim, bu kitapta tasarımcılarla yapılan röportajlar aracılığıyla açıklandığı gibi, gelişmeye devam etmektedir. Onların bireysel çalışmaları, erkek giyimin evrimsel yolculuğunu sürdürmesine olanak sağlayan kişisel yaklaşım ve tarzları gözler önüne sermektedir.

Bu kitabın ilginizi uyandırmak suretiyle erkek giyim üstüne eleştirel bir farkındalık geliştirmek konusunda size ilham vermesini umuyorum.



© Thom Browne'un 2009 Sonbahar/Kış erkek giyim koleksiyonu.



Kaynakça

Anderson, Richard
Bespoke:
Savile Row Ripped and Smoothed
Simon & Schuster Ltd (2009)

Blackman, Cally
100 Years of Menswear
Laurence King (2009)

Boston, Lloyd
Men of Color:
Fashion, History, Fundamentals
Workman Publishing (yeni baskı 2001)

Cicolini, Alice
The New English Dandy
Thames & Hudson (2007)

Davies, Hywel
Modern Menswear
Laurence King (2008)

Flusser, Alan
Dressing the Man
Harper Collins (2003)

Hayashida, Teruyoshi
Take Ivy
Powerhouse Books (yeni baskı 2010)

Marsh, Graham and Gaul, JP
The Ivy Look:
Classic American Clothing –
An Illustrated Pocket Guide
Frances Lincoln (2010)

Musgrave, Eric
Sharp Suits
Pavilion (2009)

Schuman, Scott
The Sartorialist
Pengiun (2009)

Sherwood, James
Bespoke:
The Men's Style of Savile Row
Rizzoli International Publications (2010)

Sherwood, James
Savile Row:
The Master Tailors of British Bespoke
Thames & Hudson (2010)

Sherwood, James
The London Cut:
Savile Row Bespoke Tailoring
Marsilio (2007)

Tamagni, Daniele
Gentlemen of Bacongo
Trolley (2009)

Wayne, Chidy
Essential Fashion Illustration:
Men
Rockport Publishers (2009)

Ticaret fuarları

Bread & Butter, Almanya
breadandbutter.com
Çağdaş casual giyim, sokakgiyimi, denim ve spor giyim fuarı

Idea Biella, İtalya
ideabiella.it
Üst kategorideki erkek kumaşlarının sezonsal sunumu

Label, İngiltere
purelondon.com
Genç moda markaları için sergileme ve satın alma fuarı

MAGIC, Las Vegas, ABD
magiconline.com
ABD erkek giyim ve aksesuar fuarı

Milano Moda Uomo, İtalya
cameramoda.it/mmu
Tasarımcıların erkek hazır giyim koleksiyon sunumu

Moda Menswear, İngiltere
moda-uk.co.uk
Çağdaş ve ana akım erkek giyim markalarını içeren ticari fuar

Mode Masculine, Fransa
modeaparis.com
Tasarımcıların erkek hazır giyim koleksiyon sunumu

MRket, Newyork ve Las Vegas, ABD
mrketshow.com
Erkek giyim endüstrisi için özel bir etkinlik

Pitti Uomo, İtalya
pittimmagine.com/it/fiere/uomo
Premium erkek giyim fuar etkinliği

Premiere Vision, Fransa
premierevision.fr
Avrupalı ve uluslararası kumaş firmalarının kadın ve erkek için sezonsal kumaş sunumları

Bloglar

acontinuouslean.com

asuitablewardrobe.dynend.com

designerman-whatisawtoday.blogspot.com

englishcut.com

facehunter.blogspot.com

ivy-style.com

sleevehead.blogspot.com

theimpossiblecool.tumblr.com

thesartorialist.blogspot.com

thetrad.blogspot.com

youngmanoldman.blogspot.com

Dergi ve gazeteler

AnOther Man

Dazed and Confused

Details

DNR News

Drapers

Esquire

GQ

i-D

L'Uomo Vogue

Pop

Tank

10

Dizin

İtalik yazılmış sayfa numaraları resimleri belirtir.

19. yüzyıl, 12, *13*, 23, 30, 31
  sartorial tarzlar, 64, 88, 92
  spor giyim, 110, 112
20. yüzyıl, 13, 36–9, *114*, 115–16, 135

Adidas, 135, 140
Afrika, 143
AG-ed Vintage jeans, 126
aks çizgisi, 174
aktif spor giyim, 130–43
alay kıyafetleri, 27, 98
alt kültürler *bkz.* karşı kültürler
Amerika, 92, 100–2
  ayrıca bkz. Hollywood filmleri
  karşı kültürler, 40, 42–3, *47*, 49
  spor giyim, 116–29
  terzicilik tarzı, 80–7
Amerika Birleşik Devletleri *bkz.* Amerika
Anderson&Sheppard, *70*, 71
Androjenlik, 35, 46, 48
antik dünya, 10, 16–*17*, 20
araştırma kaynakları, 152–61
Armani, Giorgio, *37*–8, 79, *79*, 127, 139
asilzade giyimi, 14, 20, *21*
askeri giysiler, 24–32, 71, *117*
Astaire, Fred, 86, *86*
ayakkabılar, 102–3, *136–8*, 137, 139–43

bacağı saran kesimli denim, 149
bağlama biçimleri, kravatlar, 96–*7*
Barok, 11, *13*, 27
Beatles, 39, *39*, 68
Beckham, David, 127, *127*, 129, 140
Belvest markası, 78
Bermuda şort, 117, *117*
beyzbol ceketi, 116–17, *117*
biker ceket, 47, *47*
binici kıyafetleri, 57, *64*, 66, 110
binici pantolonu, 112
blazer, 28, *28*, 59, *59*
bloglar, 38
blok desenler, 170
blucin, 109, 120–9, 146–9
Boateng, Ozwald, 71, 74
Bogner, Willy, 130, *130–1*
Bolan, Marc, *46*
Bowie, David, 35, *35*, 46, 48
boyunbağı, 96–9
Brand, Russel, 65, *65*
Brando, Marlon, *124*, 125
Brioni terzileri, 78
british warm palto, 28, *28*
britli yakalar, 90
brogue'lar, 102, 103
Brooks Brothers, 83, *91*
Brummell, Beau, 57, 63–4, *64*
Bryant, Kobe, 134, *134*
Burberry, 29, *29*
Burgundian court, 20

"chuck" spor ayakkabılar, 137
Calvin Klein markası, 100
Caraceni markası, 78
cassock ceket, 56–7
ceket modelleri, 27, 44, *44*, *47*
  ayrıca bkz. takım elbise
  sartorial tarzlar, 59, 79
  spor giyim, 110, *111–12*, 112, 116, *117*
Chester Barrie takım elbiseler, 71
Chesterfield paltolar, 67, *67*
Converse spor ayakkabılar, 137, *137*
Cruffy spor giyim, 142

çoban kabanlar, 26, *26*

Dalton, Lou, 52–2
Dandyizm, *62*, 63, 65
Dashing Tweeds, 104–5
dazlaklar, 44, *44*
Dean, James, 36, 37, 118, 125
Dege & Skinner terzileri, 71
denim, 109, 120–9, 146–9
denizci ceketi, 26, *26*
Derby ayakkabılar, 103
dergiler, 38
deri ceketler, 47, *47*
detaylı çizgiler, 168
Diesel jeans, 126
dijital iletişim, 156, 177, 180
Dolce and Gabbana, *100–101*
dökümlü tarzlar, 14, 35
Dupont spor giyim, 132
düzenleme, 176–7

Earnest Sewn jeans, 126
Ede & Ravenscroft, 72
esinlenme, *152*–3, 155–61
eskiz defterleri, 163 *ayrıca bkz.* illüstrasyonlar
eskizler *bkz.* illüstrasyonlar; eskiz defterleri
eşofman, 135
etekler, 35
Evisu jeans, 129

Feiyue spor giyim, 143
film, 36–7, 76, 77, 80–4, *85–6*, 118, 158
finisaj metotları, 94, 165
fit tercihleri, 166, *167*
fotoğraf, 157, 182–3
"four-in-hand" düğümü kravatlar, 97
Fransa, 56–8, 63, *114*, 143
Fransız Devrimi, 11, 20–3

G-Star jeans, *128*, 129
Galler Prensi Edward, 22, *22*
Gaultier, Jean Paul, 46, *122*
gençlik kültürü *bkz.* karşı kültürler
George, Prens Regent, 64
Gieves & Hawkes, 72
glam rock, 46
Gola, 141
Gore-Tex®, 135
gömlekler, 88–91
görsel düzenleme, 176–7
Grant, Cary, 82, *82*
gündelik takım elbiseler, 36, 40

H Huntsman & Sons, 72
hafif ceketler, 79
Harrington ceketler, 44, *44*
hat, 168–9, 174
Henry Poole terzileri, *74*
Hepburn, Katharine, *32–3*
Heritage Research, 50–1
hip hop, 49, 140
hippiler, 45, *45*
Hollywood filmleri, 36–7, 80, 82, 84, *85–6*, 118
Huntsman & Sons, 72

Ijin röportajı, 146–9

iç giyim, 100–1
iğneli yakalar, 90
İkinci Dünya Savaşı, *117*, 118, 122
ikincil araştırma, 155
illüstrasyonlar, 174–9
İngiltere *bkz.* Britanya
internet, 38, 159
işlev ve statü, 16–17
italyan tarzları, 76–9, 102
italyan yaka, 57, 90

J. Press, 87
Jagger, Mick, 74, 75
James, Richard, 72, *73*, 74
Japonya, 126, 129, 142, 146–7

kadın giyimi, 32–5, *34*
kağıt kalıp, 170, 180
kalıp çıkarma, 170–1, 180
kanunlar, 19
karışık teknik, 178, *179*
karşı kültürler, 39–49, 118, 122
katlamalı paçalar (pantolon), 94
"kenar katlamalı" denim kesimi, 148
kesim ve fit, 166, *167*
Kilgour terzileri, 72
Kiton takım elbiseleri, 78
klasik katlamalı yakalar, 90
knickerbockers, *110–11*, 112
koleksiyonlar, 152, 172–3
kompozisyon, 176–7
kovboy kültürü, 125

Kral XIV. Louis, 56
Kral VIII. Henry, *18*, 19–20
Kraliçe I. Elizabeth, 19
kravatlar, 96–9
kruvaze paltolar, 28, *28*
kumaş dokusu, 164
kumaş eni, 165
kumaş fiyatı, 165
kumaş parçaları, *154–5*
kumaşın ağırlığı, 165
kumaşın dokuması, 164
kumaşlar, 157, 164–5
  kumaş parçaları, *154–5*
  sentetik, 130, 132–3, 135
  takım elbiseler, 57, *59–61*, 68, 104–5
Kuyichi jeans, 129
küresel spor giyim, 126, *127*, 135–6

Lacoste, Rene, 115
Langsdorf, Jesse, 99
Lauren, Ralph, 84
legate ayakkabılar, 103
Levi Strauss & Co, 121, 122
loafer, 103
logolar, 136–7, *138*, 139
Loncalar, 19, 20
Lou Dalton erkek giyim, 52–3

macaroni'ler, 65
Mackintosh paltolar, 113, *113*
McLaren, Malcolm, 46
McQueen, Steve, 84, *85*, 118
medya, 38–9, 158
mod'lar, 43, 44
moda illüstrasyonu, 174–9
"modaya uygun" giysiler, 14, *15*, 20
monk ayakkabılar, 103
mono blazer, 59, *59*
mor boyalı kumaşlar, 19
Mottainai röportaj, 144–5
mumlu (*waxed*) ceketler, 112, *112*
müzeler, 158
müzik, 36, 39, 42–3, 45–6, 48–9, 140

Naylon, 132
negatif alan, 176
nihai numuneler, 172–3
Nike, *138*, 139
Norfolk ceketler, 110, *111*, 112
Norton & Sons, 74
Nudie Jeans, 120
numuneler, 170, 172–3

Onitsuka Tiger Mexico, 66 142
oran, 168–9
ortaçağ, 10, *11*, 14, 20, 25, 27
Oxford ayakkabılar, 103
Oxford çantalar, 92
Oxford gömlekler, *91*
Oxxford Clothes, *87*

ön araştırma, 155
özel dikim giysiler, 89
  ayrıca bkz. ısmarlama dikim giysiler

pantaloon, 92
pantolon, 92–5, 109, 120–9
Patagonia spor giyim, *132–3*, 133
Pepsy, Samuel, 56
Perfecto ceketler, 47, *47*
Peter Jensen markası, 184–5
pike tişört, 115, *115*
pileli pantolon, 92, 94
Pitt, Brad, 37–8, *38*
polo tişört, 115, *115*
portfolyolar, 180, *181*
pozitif imaj, 176
preppy tarzı, 80, *81*, 87, 95, 98, *115*
Price, Giles, 182–3
PRPS jeans, 129
Puma, 141
punk rock, 46, *47*

Ralph Lauren markası, 84
Reebok, 139
renk seçimi, 165
Richard Anderson markası, 71
Richard James markası, 72, *73*, 74
rock & roll müziği, 43
rockçular, modlar ve, 43
Rokoko, 11
Romalılar, 10, 16–17, *17*, 19
Romantizm, 12
Roxy Music, 48
Rönesans, 10, *18*, 76

"sack" takım elbiseler, ceketler, *57*, 87, *110*
Sapeur'lar, *62*, 63
sartorial tarzlar, 42, 54–107
Savile Row, 58, 66, 68–75, 106–7
Sawa spor giyim, 143
sentetik elyaflar, 130, 132–3
sergiler, 158
seyahat ilhamı, 161
shell suit, 135
siluet hatları, 168
Smith, Sir Paul, *66*, 67
sneakers, *136*, 143 *ayrıca bkz.* trainers
sokak tarzları, *24*, 31, 49, 139, 141, *160–1*, 161
sosyal bağlam, 9–53
spor giyim, *15*, 108–49
statü ve işlev, 16–17
Stowers Bespoke, 106–7
Strauss, Levi, 121, 122
suge çirmez kumaşlar, 135
sunum panoları, 176–8
sürdürülebilirlik, 144

takım elbiseler, 56–61, 66–87, 104–7
tarihsel içerikler, 9–53, 110–19, 121–6, 156, 186
tarzı belirleyen hatlar, 168
tasarım, 155–85
tasarımcı blucinleri, 126
taşra yaşam tarzı, 23
Taylor, Chuck, 137
teddy boys, 42, *42*
televizyon, 158
terzi baz kalıpları, 170
terzilik tarzları, 55
  Amerikan, 80–7
  İngiliz, 66–75, 106–7
  İtalyan, 76–9
Threadless Tişört, *118*
tişörtler, 101, 118, *119*
togalar, 17, *17*
toile, 171
trainers (spor ayakkabılar), *136–7*, 137–139, 142–3
trençkotlar, 29, *29*, 32 *ayrıca bkz.* takım elbiselere
tüccar giysileri, 23
tüketimi sınırlayıcı kanunlar, 19
tüvitler, 59, *59*, 104–5, 110–12, 111, 115

üniformalar, 24–31
üretim kalıpları, 170
ürün gamı planlama, 173
ütü izleri, pantolonlar, 94
ütü izli pantolon, 94

Veja spor giyim, 142

wabi-sabi, 126
Westwood, Vivienne, 46, 92, *93*
Windsor düğümü kravatlar, 97

Y3 spor giyim, *116*
yarım Windsor düğümü kravatlar, 97
yazılı basın, 158
yelekler, 101, 56–7
Yeni Romantikler, 48, *48*
Yunanlar, 10, 16–17, *16*

Zegna, Ermenegildo, 79
zoot takım elbiseler, 40, *41*

Indexing Specialists (UK) Ltd tarafından derlenmiştir.

Teşekkür

Bu kitaba, cömertçe sağladıkları malzeme ve verdikleri röportajlarla katkıda bulunan herkese teşekkür etmek isterim. Alfabetik sırayla:
Lou Dalton
Mengjie Di
Russ Gater
Philip Goss
Brandon Graham
Harald Helgesen
Guy Hills
Marlow A Larson
Robert Lindo
Luke McCann
Kirsty McDougall
Crystal McFarlane
Giles Price
Shefa Rahman
Daniel Savory
Ray Stowers and
Gerard Wilson.

Ayrıca özel teşekkür:
Lucy Barker
Dahren Davey
Ray Hammett
Sachiko Honda
Cecilia Langemar
Robert Leach ve
Leonie Taylor'a
fazladan destek ve
yardımları için.

Başta Rachel Netherwood ve John McGill olmak üzere AVA Kitabevi'ndeki herkese teşekkür ederim.

Bu kitapta kullanılan görsellerin telif hakkı sahiplerini araştırıp bulmak, açıklamak ve katkılarını anmak konusunda hertürlü makul girişimde bulunulmuştur. Bununla beraber, herhangi bir başlık kasıt olmaksızın ihmal edilmiş ise yayınevi gerekli düzeltmeleri gelecek baskılarda yapmak gayretinde olacaktır.

Resim katkıları

s 015 The Art Archive izniyle
s 025 Alfredo Dagli Orti / Musée des Arts Décoratifs Paris / The Art Archive izniyle
s 026 Gloverall izniyle
s 028 (alt) Vintage Whistles izniyle
s 030 Gianni Dagli Orti / Museo de las Culturas Oaxaca / The Art Archive izniyle
s 031 Bryn Mawr Koleji Kütüphanesi izniyle
s 035 R Bamber / Rex Features izniyle
s 037 McCarty, Floyd / Kobal koleksiyonu / Warner Bros izniyle
s 038 Morton, Merrick / Kobal koleksiyonu / 20th Century Fox izniyle
s 039 Everett Koleksiyonu / Rex Features izniyle
s 041 Kobal koleksiyonu / 20th Century Fox izniyle
s 042 (üst) Michael Webb / Hulton Archive / Getty İmages izniyle
s 043 David McEnery / Rex Features izniyle
s 044 (üst) Terry Spencer © Cara Spencer / Londra Müzesi izniyle
s 044 (alt) Baracuta izniyle
s 046 Roger Bamber / Rex Features izniyle
s 047 (üst) Dave Hogan / Hulton Archive/ Getty İmages izniyle
s 047 (alt) Schott izniyle
s 048 Richard Young / Rex Features izniyle
s 050–051 Heritage Research izniyle
s 052–053 Lou Dalton izniyle
s 058 Anderson & Sheppard izniyle
s 059 (üst) Cordings izniyle
s 062 © Daniele Tamagni, Michael Hoppen Contemporary izniyle
s 070 Anderson & Sheppard izniyle
s 073 Richard James izniyle
s 075 Express / Archive Photos/ Getty Images izniyle
s 077 Kobal Koleksiyonu/ Riama-Pathe izniyle
s 081 Eddie Newton ve Stylesight izniyle
s 083 Kobal Koleksiyonu / AMC izniyle
s 085 Kobal Koleksiyonu / United Artists izniyle
s 086 Bull, Clarence Sinclair / Kobal Koleksiyonu / MGM izniyle
ss 104–105 Dashing Tweeds izniyle
ss 106–107 Stowers Bespoke
s 111 Cordings izniyle
s 112 Barbour izniyle
s 113 Mackintosh izniyle
s 114 Marc Charmet / Private Collection / The Art Archive izniyle
s 119 Out of Print izniyle
s 120 Nudie Jeans izniyle
s 124 Engstead, John / Kobal koleksiyonu / Warner Bros izniyle
s 130 Getty Images Sport / Getty Images izniyle
s 132 Patagonia izniyle
s 135 Gore-Tex® izniyle
s 137 Peter Miszuk izniyle
ss 144–145 Mottainai izniyle
ss 146–149 Ijin izniyle
ss 182–183 Giles Price izniyle
ss 184–185 Peter Jensen izniyle
ss 007, 029, 034, 042 (alt), 066, 079, 089, 093, 098, 100, 116, 122-123 catwalking.com izniyle
ss 024, 095, 160–161 Stylesight izniyle

Stylesight (www.stylesight.com) moda ve tasarım endüstrisindeki kreatif profesyoneller için önde gelen online trend içeriği, araç ve teknoloji sağlayıcısıdır. 2003'te kurulan Stylesight, tasarım yolculuğunu daha düşük maliyetle daha etkili, hızlı ve daha doğru hale getiren içerik ve araçlarıyla eşsiz bir Kreatif Platform sunarak, tasarım ve ürün geliştirme süreçlerinin içinde yer alan profesyonelleri desteklemeyi hedeflemektedir.

MODA TASARIM TEMELLERİ

Çalışma etiği

Lynne Elvins
Naomi Goulder

Yayıncının notu

Etik, yeni bir konu olmamakla birlikte uygulamalı görsel sanatlarda yeterince göz önünde bulundurulduğu söylenemez. Amacımız, yeni yetişen bir kuşağa, eğitimcilere ve uygulayıcılara bu hayati bölgede düşüncelerini ve tefekkürlerini yapılandırmada bir yöntem bulmalarına yardımcı olmaktır.

LİTERATÜR® bu **Çalışma etiği** bölümüyle eğitimciler, öğrenciler ve profesyonellerin çalışmalarındaki etik sorunlar için bir düşünce platformu ve esnek bir yöntem sağladığını umar. Yaklaşımımız dört bölümü kapsamaktadır:

Giriş, hem tarihsel gelişimi hem de baskın güncel temaları kapsamında etiğin kolay erişilebilir ve anlık bir görünümü olarak planlandı.

Etik çerçeve, etik değerlendirmeleri dört alanda konumlandırır ve pratik uygulamalarla ilgili ortaya çıkabilecek soruları sorar. Verilen ölçekteki sorulara verdiğiniz yanıtlar, kıyaslama yoluyla, tepkilerinizin daha ileri düzeyde açıklamalarını bulmanızı sağlayacak.

İnceleme, gerçek bir projeyi ortaya koyar ve daha ileri bir değerlendirme için bazı etik sorular sorar. Bu, eleştirel bir analizden çok, bir tartışmanın odak noktasıdır, dolayısıyla önceden belirlenmiş doğru ya da yanlış yanıtlar yoktur.

Sizin için hazırlanmış olan **ileri okuma** seçkisi, özel ilgi alanlarınızı daha detaylı değerlendirebilmenizi amaçlar.

Giriş

Etik, toplumsal sorumluluk duygusunu, bireylerin karakter ve mutluluğuyla ilişkili çok sayıda etmenle birleştiren karmaşık bir konudur. Şefkat, bağlılık ve güç gibi erdemlerle ilgili olduğu kadar güven, hayal gücü, espri ve iyimserlikle de ilgilidir. Antik Yunan felsefesinde öğretildiği gibi, etiğin başlıca sorusu şudur: *ne yapmalıyım*? Nasıl "iyi" bir hayat yaşayabileceğimiz sorusu, yalnızca hareketlerimizin başkaları üzerinde bıraktığı etkiler konusundaki ahlâki kaygılarımızı değil, aynı zamanda bizim dürüstlüğümüz ve namusumuzla ilgili kişisel kaygılarımızı da ortaya çıkarır.

Modern zamanlarda, etikteki en önemli ve tartışmalı sorular ahlaki olanlar olmuştur. Artan nüfus, hareketliliğin ve iletişimin gelişmesi, gezegen üzerinde yaşamlarımızı nasıl beraberce yapılandıracağımız konusundaki düşüncelerin öne çıkması şaşırtıcı değildir. Görsel sanatçılar ve iletişimciler için bu düşüncelerin yaratıcı sürecin kapsamına girmesi sürpriz olmamalıdır.

Bazı etik konular çoktan devlet yasalarında ve yönetmeliklerde ya da profesyonel davranış kurallarında yerini almıştır. Örneğin, bilgi hırsızlığı ve gizlilik ihlali, cezalandırılabilir suçlar olabilirler. Çeşitli ulusların yasaları, engelli insanların bilgiye ve özel alanlara erişimini kısıtlamayı yasadışı sayar. Fildişi ticareti çoğu ülkede yasaklandı. Bu gibi vakalarda, neyin kabul edilemez olduğu konusunda temiz bir çizgi çekildi.

Ancak pek çok etik mesele, uzmanlar ve jüriler arasında hâlâ tartışmaya açık; sonuç olarak biz kendi değerlerimiz ve yön gösterecek ilkelerimiz temelinde kendi seçimlerimizi yapmak zorundayız. Bir hayır kurumu için çalışmak ticari bir şirkette çalışmaktan daha mı etiktir? Başkalarının çirkin ya da rahatsız edici bulduğu bir şey yaratmak etik dışı mıdır?

Bu gibi belirli sorular, daha soyut başka soruları da gündeme getirebilir. Örneğin, yalnızca insanlar (ve onların önemsedikleri şeyler) üzerindeki etkiler mi önemlidir, yoksa doğa üzerindeki etkilere de aynı şekilde dikkat göstermek gerekir mi?

Etik sonuçları desteklemek, bu yolda etik fedakârlıklar gerektirse de meşru mudur? Tek bir birleştirici etik kuram mı olmalıdır (faydacı önermede olduğu gibi, doğru hareket, her zaman en büyük niceliğin en büyük mutluluğuna gitmektir), yoksa bir insanı her zaman çeşitli yönlere çekecek çok farklı etik değerler olması mı iyidir?

Bu etik tartışmaya girerek ve kişisel ve profesyonel düzeydeki bu ikilemle yakından ilgilenerek, kendi bakışımızı veya başkaları hakkındaki bakışımızı değiştirebiliriz. Bunu anlamanın yolu, bu konulara derinlemesine eğildikçe düşünce şeklimizin değiştiği gibi, davranış şeklimizin de değişip değişmediğine bakmak olabilir. Felsefenin babası Sokrates, insanların doğruyu bildikleri sürece kendiliğinden "iyi" olacaklarını önermiştir. Ancak bu önerme bizi başka bir soruya yöneltiyor: *Neyin doğru olduğunu nasıl bilebiliriz*?

Etik çerçeve

Siz

Sizin etik inançlarınız nelerdir?

Tüm faaliyetlerinizin merkezinde, etrafınızdaki insanlara ve sorunlara karşı tutumunuz yer alır. Bazı insanlar için etik değerleri her gün bir tüketici, bir seçmen ya da çalışan bir profesyonel olarak aldıkları kararlarda etkili bir parçadır. Diğerleri etik üzerine çok az düşünebilir ama bu yine de onları kendiliğinden etik dışı yapmaz. Kişisel inançlar, yaşam biçimi, siyasi ve ulusal kimlik, din, cinsiyet, sınıf ya da eğitim etik bakış açınızı etkileyen özelliklerdir.

Aşağıdaki ölçekte, kendinizi nereye koyuyorsunuz. Kararlarınızı alırken neleri göz önünde bulundurursunuz? Sonuçlarınızı arkadaşlarınız ya da meslektaşlarınızla kıyaslayın.



01 02 03 04 05 06 07 08 09 10

Müşteriniz

Koşullarınız nelerdir?

Çalışma ilişkileri, etiğin bir projeye yerleştirilip yerleştirilemeyeceğinde merkezi önem taşır ve sizin günlük davranışınız profesyonel etik anlayışınızın da göstergesidir. En fazla ses getirecek karar ilk anda çalışmak için kimi seçeceğinizdir. Sigara firmaları ya da silah ticareti yapan şirketler, sınırın nerede çizilmesi konusunda sıkça sözü geçen örneklerdir, ancak gerçek durumların bu kadar uç örneklerine çok az rastlanır. Hangi noktada bir projeyi etik nedenlerle geri çevirirsiniz ve hayatınızı kazanma zorunluluğu, seçme yeteneğiniz üzerinde ne kadar etkili?

Ölçeği kullanarak, bir projeyi nereye yerleştireceğinizi gösterin. Bunu kişisel etik anlayışınızla kıyasladığınızda (solda) nasıl bir sonuç çıkıyor?



01 02 03 04 05 06 07 08 09 10

Şartlarınız

Kullandığınız malzemelerin etkisi nedir?

Göreceli olarak yakın zamanlarda, çoğu doğal maddede kıtlık olduğunu öğreniyoruz. Aynı zamanda, insan yapımı maddelerin zararlı olduğunun, insanlar ve gezegen üzerindeki uzun süreli etkilerinin gittikçe farkına varıyoruz. Kullandığınız malzemeler hakkında ne biliyorsunuz? Nereden geldiklerini, ne kadar yol kat ettiklerini ve ne koşullarda elde edildiklerini biliyor musunuz? Ürettiğiniz şeye artık ihtiyaç kalmadığında, geri dönüşümü kolay ve güvenli olacak mı? İz bırakmadan yok olacak mı? Bütün bunlar sizin sorumluluğunuz altında mı yoksa tamamen denetiminiz dışında mı?

Ölçeği kullanarak, malzeme seçimlerinizin etik uygunluğunu değerlendirin.



01 02 03 04 05 06 07 08 09 10

Üretiminiz

Ürününüzün amacı nedir?

Siz, iş arkadaşlarınız ve üzerinde anlaşmaya vardığınız belgeye dayanarak, üretiminiz ne getirecek? Toplum içinde ne gibi bir amaç taşıyacak ve olumlu bir katkı yapacak mı? Çalışmanızın ticari başarı ve endüstriyel ödüller dışında ulaşacağı bir sonuç olmalı mı? Üretiminiz hayat kurtarmaya, eğitime, korumaya ya da ilham vermeye yarayacak mı? Biçim ve işlev bir ürünü değerlendirmenin iki yerleşik açısıdır, fakat görsel sanatçıların ve iletişimcilerin yükümlülükleri konusunda toplumda çok az ortak görüş söz konusudur; ya da toplumsal ve çevresel sorunların çözümünde alacakları görevler konusunda. Eğer yaratıcı olarak tanınmak istiyorsanız, ürettiğiniz şeyden nasıl sorumlusunuz ve bu sorumluluğunuz nerede sonlanacak?

Ölçeği kullanarak, ürününüzün ne kadar etik bir amaç taşıdığını işaretleyin.



01 02 03 04 05 06 07 08 09 10

Moda tasarımının etik ikilem yaratan noktalarından biri, giysi üretiminin, terimin hızı ve günümüzün uluslararası tedarik zinciri anlamında değişmiş olmasıdır. "Fast fashion" mağazaları en son modelleri kimi zaman podyumda görünmesinden birkaç hafta sonra uygun fiyatlarla tüketiciye ulaştırmaktadır. Bu da bir kıyafetin bir ya da iki giyimden sonra bir başkasına yerini devretmesi demektir. Yoksul ülkelerdeki düşük işçi maliyetleri nedeniyle, Batı markaları Asya, Afrika, Kuzey Amerika ve Doğu Avrupa'da potansiyel olarak bazen insani olmayan çalışma koşullarında üretilmektedir. Tek parça bir giysinin high-street bir mağazada yerini almadan önce, üzerinde beş ya da daha fazla (bazen kilometrelerce uzakta) ülkeden malzeme içermesi yaygınlaşmıştır. Üretimin perakendeciler tarafından kontrol edilip talebin tüketici tarafından yönlendirildiği böyle bir işleyişte, bir moda tasarımcısı ne kadar sorumluluk taşımalıdır? Tasarımcı modanın etkisini minimize etmeyi tasarlasa bile, elinden en fazla ne gelebilir?

'Ahu'ula adındaki geleneksel Hawai tüy pelerini binlerce küçük kuş tüyünden yapılmakta olup aristokrasi sembollerinin önemlilerindendi. İlk başlarda bu tüyler daha çok kırmızıydı (*'Ahu'ula* kırmızı giysi anlamına geliyor) sonrasında nadir bulunan sarı tüyler daha değerli hale gelmiş ve desenlendirilerek kullanılır olmuştur.

Yaşı ve üretildiği yer genellikle bilinmese de, bu desenler büyük ilgi çekmiştir. Hawai 1778'de İngiliz kaşif Kaptan James Cook tarafından ziyaret edilmiş ve tüy pelerinler İngiltere'ye taşınan objeler arasında yer almıştır.

Basit desenlerin tanrıları ya da ataların ruhlarını, aile ilişkilerini ve bireyin toplum içindeki derecesi ve pozisyonunu yansıttığı düşünülür. Bu giysilerin temeli lişerden oluşmuş bir ağdır. Yüzeyde tüy demetleri ağa bağlanacak ve üst üste binen sıralar oluşturacak şekilde yerleştirilir. Kırmızı tüyler *'i'iwi* ya da *"apapane"* kuşlarından elde edilir. Sarı tüyler kanatlarının altında sarı tüy öbekleri bulunan siyah bir kuş olan *'oo'oo* ya da kuyruğunun üstünde ve altında sarı tüyler bulunan "mamo" isimli bir kuştan elde edilir.

Üst düzey bir şefin tek bir pelerini için binlerce tüy gerekiyordu (King Kamehameha'nın tüy pelerini için 80.000 civarında kuşun tüyünün toplandığı söyleniyor). Sadece en üst düzey şeflerin tam boy bir pelerine gerekecek tüyleri toplatacak kaynakları vardı. Pek çok şef dirsek hizasına gelen daha kısa pelerinler giyerdi.

Bu tüylere talep o kadar fazlaydı ki ticari önem kazanan tüyler profesyonel tüy avcıları için tam zamanlı bir iş yarattı. Bu kuş avcıları kuşlar üzerine çalışır ve onları ağlarla ya da dallara yerleştirdikleri ökselerle yakalarlardı. Hem *'i'iwi* hem de *"apapane"* kırmızı tüylerle kaplıydılar. Kuşlar öldürülüp derileri yüzülürdü. Diğer kuşlar tüy dökme sezonunun başında yakalanır, sarı tüyler döküldüğünde kuşlar herhangi bir zarar görmeden salıverilirdi.

Hawai kraliyet ailesi aşama aşama tüy pelerinin bir statü göstergesi olarak kullanımını yasakladı. Askeri ve denizci üniformaları şerit ve altınla dekore edilmeye başlandı. *'oo'oo* ve *"mamo"* kuşlarının ormanda beslendikleri alanların yok olması ve birtakım kuş hastalıkları yüzünden soyları tükenmiştir. Kırmızı ve sarı tüylerin yerini ticari olarak gümüş ve altın almış ve tüy pelerin üretimi neredeyse unutulmuş bir sanat haline gelmiştir.

Sadece birkaç üst düzey birey yerine kitleler için giysi tasarlamak daha mı etiktir?

Giysi üretmek için hayvan öldürmek etik dışı mıdır?

Bir tüy pelerin tasarlayıp üretir miydiniz?

"Moda toleresi mümkün olmayan öyle bir çirkinlik formudur ki altı ayda bir değiştirmek zorunda kalırız."

Oscar Wilde

Okuma önerileri

AIGA
Design Business and Ethics
2007, AIGA

Eaton, Marcia Muelder
Aesthetics and the Good Life
1989, Associated University Press

Ellison, David
Ethics and Aesthetics in European Modernist Literature: From the Sublime to the Uncanny
2001, Cambridge University Press

Fenner, David E W (Ed)
Ethics and the Arts: An Anthology
1995, Garland Reference Library of Social Science

Gini, Al and Marcoux, Alexei M
Case Studies in Business Ethics
2005, Prentice Hall

McDonough, William and Braungart, Michael
Cradle to Cradle: Remaking the Way We Make Things
2002, North Point Press

Papanek, Victor
Design for the Real World: Making to Measure
1972, Thames and Hudson

Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi
The Ten Principles
www.unglobalcompact.org/AboutTheGC/TheTenPrinciples/index.html