COVID 19 PANDEMİ SÜRECİNDE DEĞİŞEN MODA EĞİLİMLERİ
CHANGING FASHION TRENDS DURING THE COVID 19 PANDEMIC

Hilal KARACA[1]
Selda KOZBEKÇİ AYRANPINAR[2]

ÖZET

Tekstil ve moda sektörü yaşanan sosyolojik, politik, psikolojik, ekonomik ve çevresel faktörler gibi birçok olay karşısında değişim göstermektedir. Modayı etkileyen faktörlerden biri de yaşanan büyük salgınlardır. Günümüzde tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 pandemisi, hazır giyim perakende sektörünün 2020-2021 moda eğilimlerinde de değişiklikler yaratmıştır. Moda sektörünü oluşturan birçok üretim ayağı iyi ya da kötü yönde etkilenirken, kullanılan kumaşların yapısı ve kalitesi, model kesimleri, sezon renk seçimleri de bu etkiler doğrultusunda belirlenmiştir. Çalışmada tarihsel süreç içerisinde yaşanan salgınlar ve günümüz Covid-19 pandemisinin değişen moda eğilimlerinde nasıl rol aldığı aktarılmış, geçmişte yaşanmış birçok salgının moda üzerindeki etkilerinin ışığında, yeni sezon koleksiyonları hazırlanırken kullanılan kumaşların ve model (kalıplarının) kesimlerinin ne doğrultuda değişmiş olduğu incelenmiştir. Bunun yanı sıra bu süreçte doğaya artan ilgi ile birlikte birçok firmanın sosyal sorumluluk bilinciyle sürdürülebilirlik çerçevesinde hareket etmesi üzerinde durulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Moda Eğilimleri, Covid 19, Sürdürülebilirlik, Hazır Giyim Sektörü

ABSTRACT

Textile and fashion industries show changes according to many experienced events such as sociological, political, psychological, economic and environmental factors. One of the factors that affected fashion is the ongoing pandemic. Covid- 19 that has taken a hold of the whole world has also caused changes in 2020-2021 fashion tendencies of ready-to-wear retail industry. While many production areas that make up the fashion industry have been affected either in a good or a bad way, the quality of the fabrics that are used, modelling and season's colour choice have been determined under these effects. In this study, the pandemics that humans went through during the historical process and role of covid-19 in the changing fashion trends are presented and how the fabrics that are used and the modelling have changed are analysed by looking at many pandemics' effect on fashion in the past. Moreover, the fact that many companies act with a sense of social responsibility in terms of sustainability is discussed.

Keywords: Fashion Trends, Covid-19, Sustainability, Ready-to-Wear Retail Industry.

1.GİRİŞ

Hazır giyim sektörü ile iç içe olan moda ve tekstil tasarımı geçmiş yıllar boyunca sosyal, ekonomik ve coğrafi keşiflerin etkisinde sürekli değişime uğrayarak, yeni eğilimlerin oluşmasını sağlamış, gelişmeye ve ilerlemeye devam etmiştir. Ticaret yollarının gelişmesinin, tarihi keşiflerin yapılmasının, teknolojik yeniliklerin modaya olan etkilerinin yanı sıra savaşların ve geçmişteki birçok salgının da sosyo-ekonomik olarak etkileri çok büyüktür. 2020 yılında Çin'in Wuhan eyaletinde ortaya çıkan ve Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafından Covid-19 olarak adlandırılan salgın da bulaşıcı bir hastalıktır. Covid-19 salgını

[1] Sanatta Yeterlilik Öğrencisi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Tekstil ve Moda Tasarımı Anasanat Dalı, hilalkaraca@yahoo.com, İzmir/Türkiye ORCID ID: 0000-0002-6408-1714
[2] Doç., Moda Giyim Tasarımı Anasanat Dalı Başkanı, Dokuz Eylül Üniversitesi Tınaztepe Yerleşkesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Tekstil ve Moda Tasarım Bölümü, skozbekci@gmail.com, İzmir/Türkiye ORCID ID: 0000-0003-1031-9667

zamanla İtalya başta olmak üzere Avrupa kıtasında hızla yayılmış ve tüm dünyayı etkisi altına alan bir pandemiye dönüşmüştür. Salgın durumunda alınan kararlar üretimi, eğitimi, sosyal etkinliklerden alışverişe ve moda eğilimlerine kadar yaşamın her alanını etkilemiş ve etkilemeye de devam etmektedir.

Covid-19 pandemi etkisiyle evlerinde karantina altına giren insanlar içsel duygularını irdelemiş ve sokağa çıkamamak evde kapalı kalmak doğaya olan ilgisini ve farkındalığını arttırmıştır. Teknolojinin de etkisiyle izolasyon sırasında hayattan kopmamak için çeşitli sanal ortamlarda paylaşımlar yapılmış, yasaklar ve kısıtlamalar nedeniyle küçük işletmelere destek olmak için online alışverişe devam edilmiştir. Bütün bu süreç içerisinde, gıdadan tekstile kadar tüm ihtiyaçlar internet ortamında karşılanmıştır. Salgın nedeniyle sağlığın korunması, mesafe kurallarına uyulması çerçevesinde kamusal ve özel sektörde esnek çalışma kuralları uygulanmıştır. Bu esnek çalışma şartları içinde çevrimiçi (online) toplantılar sırasında hem evde olmanın rahatlığı hem de çalışıyor olmanın resmiyetini korumaya uygun giysi ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Bu ihtiyaç karşısında ise hazır giyim sektörü harekete geçmiş ve bu sürece uygun eğilimlerle yeni koleksiyonlar hazırlamışlardır.

Bu çalışmada pandemi gibi büyük kitleleri etkileyen salgınların modaya olan etkisinin incelenmesi amaçlanmış ve bu doğrultuda yönelimlerini değiştiren hazır giyim perakende sektörünün, koleksiyonlarını oluştururken nasıl modeller kullanmayı tercih ettikleri, hangi renk ve türde kumaşlar kullandıkları örnekler üzerinden incelenmeye çalışılmıştır.

2.GEÇMİŞTE YAŞANAN SALGINLAR VE MODAYA ETKİLERİ

İnsanlığı etkisi altına alan ve toplu ölümlere sebep olan birçok pandemi yaşanmıştır. “Pandemi, dünya çapında veya çok geniş bir alanda meydana gelen, uluslararası sınırları aşan ve genellikle çok sayıda insanı etkileyen bir salgın olarak tanımlanmaktadır” (Dünya Sağlık Örgütü 2011). Pandemi tarihçisi, Rutgers Üniversitesi ve South Carolina Üniversitesi Tarih Bölümü Öğretim Üyesi Doç. Dr. Nükhet Varlık’ın 03.08.2020 tarihinde Anadolu Ajansı muhabirleri ile yaptığı görüşmedeki açıklamalarda bu konuya değinirken, 19.yüzyılın ulaşım ve taşımacılıkta ilerleme kaydedilen bir dönem olması nedeniyle kolera ve veba olmak üzere birçok salgının yayılmasına sebep olmasından bahsetmiştir. 1918-1920 yılları arasında tüm dünyada büyük kayıplara yol açan “İspanyol gribi” olarak da bilinen enflüenza pandemisinin ise en az elli milyon insanın ölümüyle sonuçlanmasına neden olduğunu anlatmıştır (https://www.aa.com.tr/tr/koronavirus/pandemi-tarihcisi-doc-dr-varlik-tarihteki-pandemiler-uzun-vadede-kokten-degisimlerin-ipuclarini-verir/1930036 03.11.2020).

Tarihsel sürece bakıldığında ismini Roma imparatoru Jüstinyen’den alan birinci veba salgını, M.S. 541 ‘de ticaret yollarıyla İstanbul’a ulaşmış Mısır üzerinden neredeyse tüm Akdeniz boyunca yayılmıştır. Jüstinyen Veba Salgını 800 yıl sonra yeniden gün yüzüne çıkmış ve dünya tarihindeki en yıkıcı Kara Veba pandemisine dönüşmüştür. Sonraki hiçbir savaş, kıtlık veya hastalık, böylesine korkunç bir ölümle bu kadar geniş bir bölgeyi etkisi altına almamıştır (Haddock ve Kiesling, 2002, 554-555).

Tarihe geçen bu salgın sırasında Veba doktorları, enfekte pirelerden yayıldığı düşünülen hastalıktan korunmak için uzun, kalın ve cilalı kumaştan paltolar, taytlar, uzun çizmeler, geniş kenarlı mumlu şapkalar, eldivenler giymekte ve göz açıklıkları cam olan gagalı kuş kafası gibi bir maske takmaktaydılar. Bu gagaların içerisine nane, gül yaprakları, lavanta ve kafur gibi doktoru havadaki kötü kokudan koruduğuna inanılan aromatik bitkilerle doldurmaktaydılar. Bu maskeye Medico della Peste deniyordu. Veba doktorları, hastalara dokunmadan muayene etmek hatta hastaların nabzını alabilmek için uzun, tahta bir baston taşımaktaydılar (Pommerville, 2009, 15-16) (Şekil 1).



Şekil 1: 17.yy Roma'sında veba doktoru olan Doktor Schnabel'in (Dr.Beak) bakır gravürü. 1656 civarı.

Hastalıkların yayılıp birçok insanın hayatını kaybettiği bu dönem sonrasında hâkim olan ruh hali giyim tarzlarını da etkilemiştir. Özellikle kasvetli bir dönem içinde geçen yıllar sonrasında insanlar canlı renkli giysiler giymeye yönelmişlerdir. 1348'de veba salgınının neden olduğu politik ve sosyal krizler, batıda Ortaçağ modasının gelişimi üzerinde derin etkiler yaratmıştır. Bu kriz döneminde tepki olarak insanlar çok süslü ve görkemli bir şekilde giyinmeye başlamışlardır (Dereboy, 2004, 47).

Özellikle Kara Ölüm sonrası dönemde, en belirgin renkler parlak canlı renkler olmuştur. Çeşitli kırmızılar ve özellikle çok renkli tekstiller, yün karışımından yapılan, atkı ve çözgü iplikleri farklı olan kumaşlar ve çizgili tekstiller kullanılmıştır. Karışık ve çizgili kumaşlarda genellikle kırmızı iplikler baskındır. Orta Çağ Avrupa'sında, özellikle 14. ve 15. yüzyılın başlarında İngiltere, Fransa, İspanya ve İtalya'da açık ara en pahalı kumaşlar ithal ipliklere rakip olan kırmızı yünlü kumaşlardır (Gale ve Crocker, 2007, 56). Bu kadar parlak, canlı renklere, özellikle de kırmızı renklere başvurmak, Kara Ölüm'ün dehşetinden ve neredeyse aralıksız ve ölümcül savaştan kaçmak için doğal bir insan arzusunu yansıtmaktaydı. Veba lenf bezlerinin iltihaplı şişkinliği olarak kendini tamamen siyah püstüllerde göstermiş, siyah tekstiller bu koşullar altında pek tercih edilmemiştir. Çoğu zaman siyah renk ölüm ve kötülükle ilişkilendirilmiştir (Gale ve Crocker, 2007, 88-89).

11. yüzyıldan 13. yüzyıla kadar özelikle veba öncesi dönemde alt sınıfların kıyafetlerinde çok az değişiklikler olmuştur. Sıradan işçiler pantolon ve kalın çorapla, diz boyuna kadar uzanan tunik giyerlerdi. Ayaklarında kumaş, keçe veya deri ayakkabılar, tozluklar veya tahta terlikler olurdu. Her sınıftan erkek, arkada sarkan ancak başın etrafına sıkıca oturan, omuzları üzerinde bir yaka veya pelerin şeklinde uzanan uzun bir başlık olan kapüşon giyerlerdi. Çenenin altına bağlanan ve başka bir şapkanın altına takılan yuvarlak keten bir şapka da popülerdi. Kadınlar uzun bir ev kıyafeti ve çorap giyiyorlardı. 1347 ile 1351 yılları arasında Asya ve Avrupa'yı harap eden veba, hayatta kalanların iş gücüne destek olarak daha fazlasına sahip olmalarına şans vermiş, yoksul insanların bazıları için hayat biraz daha iyileşmeye başlamıştır. Feodal sistemin gerilemesi Batı Avrupa'da daha özgür bir yaşama ve düzenli ücretlerin ödenmesine yol açmaktaydı. Maddi olarak rahatlayan işçi kesiminde daha kaliteli yünlü ve keten kumaşlar, pelerinler, çoraplar, botlar veya ayakkabılar artık daha yaygın olarak giyiliyordu. Doktorlar uzun önlük giymek zorunda kalırken, daha düşük statülü işçi olarak görülen cerrahlar kısa önlükler giyiyordu (Steele, 2005, 22).

Uzakdoğu'dan gelen baharat gemileriyle Venedik'e geldiği düşünülen veba salgını için, yenilikçi bir karantina stratejisi uygulanmış ve bu şekilde hastalığın yayılması engellenmiştir. Risk yönetiminin en eski örneklerinden biridir ve "karantina" kelimesi de bu zamandan gelmektedir. Bunun yanı sıra modayı önemli ölçüde etkileyen ve rengarenk maskelerin takıldığı Venedik Karnavalı, her yıl temmuz ayının üçüncü pazar günü 50.000 kişinin ölümüne yol açan vebanın sona ermesini kutlamak için yapılan bir festivaldir. Çıkış noktası bir salgından korunmak için tasarlanmış olan veba maskesi, salgın sonrasında çeşitli balolarda, partilerde ve karnavallarda giyilmiş bir moda unsuru haline gelmiştir (Şekil 2). Günümüzde kullanımına devam eden maskeler kimi zaman abartılı, kimi zaman daha sade ve giysi ile uyumlu birer aksesuar olarak kullanılmaya devam etmektedir.



Şekil 2: Venedik karnavalında doktor maskesi giyen bir kişi görseli.

16. yüzyılda meydana gelen, vebadan bile daha ölümcül olan çiçek hastalığı, etkilenenlerin tüm vücutlarında püstüler, yumrular oluşturan variola virüsünün neden olduğu oldukça bulaşıcı bir hastalıktır ve tarihin akışını potansiyel olarak değiştirmiştir. Bu dönemde hastalığa yakalanan tarihe damga vurmuş önemli kişilerden biri de Kraliçe Elizabeth'dir. Hastalık sebebi ile yüzünde oluşan çukurları kapatmak için 16. yüzyılda yüz beyazlatıcı olarak kullanılan, sirke ve kurşun karışımı olan "Venedik Serüsü" olarak bilinen bir kozmetik kullanarak ağır beyaz bir makyaj yapmaya başlamıştır (https://www.nationalgeographic.com/history/2020/03/centuries-pandemics-shaped-british-monarchy-coronavirus/ 18.11.2020). Moda'nın en büyük idollerinden biri olan Kraliçe Elizabeth'in tarzının her zaman büyük beğeni toplamış ve taklit edilmiş olması giysi modası dışında makyaj modasına da etkisinin olduğunu göstermiştir. Soluk ten rengi ve yüksek alnı, dönemin kadınlarının yüzlerine eskisinden daha fazla beyaz toz ya da macun sürmelerine, alınlarını ve kaşlarını almalarına neden olmuştur (https://historyofeuropeanfashion.wordpress.com/ 18.11.2020).

Hastalıkların geçmişlerine baktığımızda çok eskiye dayanan Verem mikrobu için belirli bir tarih söylemek zordur. Verem "Tüketim hastalığı" anlamındaki "Consumption", "Beyaz Ölüm" (white death), beyaz veba (white plague), "Ölümün Kaptanı (Captain of the Death) olarak da anılmaktadır. Bizim dilimizde en çok kullanılan tanımı ise "İnce Hastalık" tır ve edebiyat - sanat alanında birçok eserin de konusu haline gelmiştir (Keskinbora, 2016, 6).

İngiltere'de 17. yüzyılın ortalarından itibaren hastalığın giderek artan varlığı ve yaygın doğası hızla fark edilmiştir (Day, 2017, 7). On sekizinci yüzyılın sonları ve on dokuzuncu yüzyılın başlarında, güzellikle ilgili kültürel fikirler tüberkülozun hastalık süreciyle iç içe geçerek hastalığın tahribatının estetik açıdan hoş bir şekilde sunulmasına izin vermiştir.

Öksürük, zayıflama, acımasız ishal, ateş ve kanlı balgam ile karakterize edilen bir hastalıktır. Sadece bir güzellik belirtisi değil, aynı zamanda modaya uygun bir hastalık haline de gelmiştir. 1780 ile 1850 yılları arasında tüberküloz ile hızla değişen güzellik ve moda kavramları arasında artan bir yayılma olmuştur. Semptomlar çekici estetik ile karakterize edilen bir hastalık olarak belirlenmiştir. Moda ve kadın rolünü tamamlayıcı olması, güzelliğin ayırt edici özellikleriyle tüberküloz semptomlarını birbirine bağlar ve bu nedenle hastalığın estetik açıdan hoşa gittiğine dair ortak bir bilinci ortaya koymaktadır (Day, 2017, 2). 1800 yılına gelindiğinde, klasik çizgiler sağlam bir şekilde oluşturulmuş ve İngiltere'ye Fransız modacılarıyla özdeşleşen kendine özgü bir siluet hâkim olmuştur. İnce kumaşlar ve açıkta kalan uzuvlar, sırt ve dekolte, İngiltere'nin yağmurlu ve soğuk havasıyla birleştiğinde hastalığa davetiye çıkarmıştır ve tüberkülozun önlenmesi konusunda da sorunlara neden olmuştur (Day, 2017, 102-105). İncecik uzun elbiseler, soğuğa maruz kalma, vücudun büyük bir kısmını ortaya çıkaran ince kumaşların yetersizliğinin bir sonucu olarak kadınların erkeklere göre daha çok ve çabuk hastalanmalarına neden olmuştur.

Bu dönem boyunca kadınların kullandığı bir diğer giysi de korselerdir. Bu korselerin çok dar ve vücut yapısını bozması verem hastalığının devamlılığını sağlamıştır. Özellikle göğüs kafesinin daralması ve omuzların genişlemesine sebep olan korseler hastalığın ilerlemesi için uygun bir ortam oluşturmuştur. Dönemin korsesinin verdiği fiziksel şekil, alt kısmın dar ve üstün geniş olması, tüberkülozun ürünü olan konformasyonu taklit etmekteydi. Korsenin kullanımının hastalığın geçmemesinde önemli bir etken olmasının yanı sıra, kadınlar gardıroplarının bu önemli parçasından vazgeçmeye oldukça isteksizlerdi. Yazarlar, kadınları korselerini bırakmaya ikna etmenin zorluğunu kabul etmişler, ancak bazıları yine de onları sonraki neslin mahvolmasını önlemek için ikna etmeyi ummuştur. Bu nedenle, 1825 tarihli bir makalede, kadınları bu zararlı giyim eşyasının kullanımından vazgeçirmenin boşuna olacağını; ama kendilerini ne kadar göz ardı etseler de çocukları için, onları incitecek ne olursa olsun reddetmeleri gerektiği anlatılmaya çalışılmıştır (Haweis, 2005, 27). Hastalık yüzünden korse satışından vazgeçmeyen üreticiler de çeşitli değişiklikler yaparak yeni korseler üretmeye devam etmişlerdir. Balina kemiği gibi sert yapılar yerine elastik ya da göğüs kısmını açıkta bırakacak yeni korseler yapılmıştır. Yeniliklere rağmen, korseler birçok tüketim vakasına sebep olmuş ve kadınların hastalığa erkeklerden daha yatkın olmasının nedeninin korseler olduğunu açıklamak için tıp camiası tarafından suçlanmıştır (Day, 2017, 120). Ancak, korse stilin vazgeçilmez ve kabul edilen bir bileşeni olarak kalmaya, modanın gerektirdiği ince çizgilere, uzun ve sıkı bir bele ulaşmak için temel enstrüman olmaya devam etmiştir.

Güzellik, tüberküloza kalıtsal yatkınlığın dikkate değer belirtilerinden biri olarak düşünülüyordu; dahası, hastalık bir kez ortaya çıktığında, etkileri ciltte, gözlerde ve hatta gülümsemede görünür hale geldikçe semptomların kurbanın çekiciliğini de artırdığına inanılıyordu. Bu güzellik, ince bedenler, uzun kuğu benzeri boyunlar, geniş açılmış gözler, beyaz dişler, mavi damarlar ve pembe yanaklarla vurgulanan soluk tenlerle ifade ediliyordu. (Day, 2017, 134).

Pandemiler, dünya savaşları ve diğer kitlesel olaylar bugün olduğu gibi geçmişte de giydiklerimize damgasını vurmaktadır. Dünyayı geniş alanlarda etkileyen İspanyol Gribi salgını da bunlardan biridir. Hastalığın yayılımını ya da kişiyi koruyucu özelliği düşünülerek kullanılan maskeler bu dönemin önemli parçalarıydı. 2020 pandemisinde olduğu gibi İspanyol Gribi döneminde de kullanılan maskeler ya giysiye uygun ya da kişisel zevke gör renklendirilmiş ve desenlendirilmişti (Şekil 3).



Şekil 3: 1919 İspanyol Gribi salgın dönemi maskesi,State Library of New South Wales, Sydney

Women's Wear Daily 16 Ekim 1918 sayısında, salgını durdurmak ve gripten korunmak için New York'ta şifon örtülerin zorunlu hale gelebileceğini bildiren bir haber yayınlanmıştır (Şekil 4). Bazı kadınların ise şifon bordürleri olan tül maskeyi, çok sıcak tuttuğu ve çirkin olduğu gerekçesiyle beğenmediklerini, bu yüzden Stern & Stern markasının onlar için hem dekoratif hem de pratik bir maske tasarladığı yazılmıştır. "Önce Güvenlik" adını verdikleri bu maske, sadece ağız ve burnu kapatacak şekilde 5 inç genişliğinde Shetland tülünden yapılmış ve alt kenarları şifon ile çevrelenmiştir.



"Safety First" Veil a "Flu" Preventive

THE old adage "It's an ill wind that blows no one good" may be aptly applied at the present time in the case of the Spanish influenza epidemic, for manufacturers of veils who were quick to see the advantages of the chiffon veil as a preventive, are reaping a just harvest.

The first of this kind to be advertised for the purpose was called the "Flu" veil. This was a mesh veil with a chiffon border, in harem effect, of from 3½ to 4½ inches in width. Some women objected to it and the all-chiffon veil as being too warm and unsightly, so it remained for Stern & Stern to design one which would be both practical and ornamental, which they called the "Safety First" veil. It is of Shetland mesh with a hemstitched section of chiffon at the lower edge of the front about 5 inches wide, just covering the mouth and nose.

Many novel and bizarre effects may be evolved from various combinations of colors as well as from variations in shape of the chiffon section. Judging from the orders coming in, it is safe to predict that it will remain one of the style features of the season.

Şekil 4: WWD (Women's Wear Daily Arşivleri Grip önleyici "önce güvenlik" maskesi

Haberin devamında Sağlık Komiseri Copeland'ın "Her kadının sokakta her zaman kalın şifon peçe takmasını yürekten tercih ediyorum. New York'taki herkesin bu önlemi benimsemesini emretmek gerekli olabilir. Bu maskeler oldukça kalındır ve neredeyse mutlak bir önleyici olarak hizmet eder. Tarzı unutalım ve bu salgını durduralım! " şeklinde bir konuşmasına da yer verilmiştir. Kanada Ontario'daki Moda Tarihi Müzesi Direktörü ve Küratörü Jonathan Walford 1918 ve 1921 yılı arasında kalan dönemle ilgili şu ifadeleri kullanmıştır;

> *"1918-1920 dönemi moda açısından karışık bir dönemdir, belirgin bir ilerleme yoktur ve mevsimsel değişikliklerin kolayca fark edilebildiği 20. Yüzyılın diğer dönemlerinin aksine, bu dönemde modayı doğru bir şekilde tarihlendirmek zordur. Bu kısmen İspanyol gribinden kaynaklanıyor, ancak aynı zamanda etkisi olan birçok faktör var."*

https://miista.com/it-was-a-cultural-reset-what-we-can-learn-from-the-1918-spanish-influenza/ (08.12.2020)

Maske, 1918'deki İspanyol gribi nedeniyle küresel bir fenomen haline gelmişti. 24 Ekim 1918'de, ABD'nin bazı eyaletlerinde maske takmak zorunluydu. New York Times'a göre Tıbbi antropolog Christos Lynteris, maskelerin "tıbbi modernliğin simgesi haline geldiğini iddia etti. İkili bir işlevi vardı - hem mikropları durdurmak hem de insanları bilimsel olarak düşünen vatandaşlara dönüştürmekti". Amerikalılar maske takmaya teşvik edilmişti. Tıp ve bilim camiasında çok katlı gazlı bez maskelerinin etkili olup olmadığı konusunda da tartışmalar vardı (Şekil 5) (Botez 2021).



Şekil 5: Gazlı bez maskelerle Amerikalı Kadınlar (Botez 2021)

Salgın dönemlerinde olduğu gibi dünya genelinde yaşanan savaş halinin getirdiği mali zorluklar toplumların yaşam tarzlarını zorunlu olarak değiştirmesine sebep olmuştur. Hayati ihtiyaçların bile karşılanamadığı bu zorlu dönemde, dış etkenlerden korunmak için bile elde etmenin zorlaştığı giyim karneye bağlanmıştır. Zorluklarla elde edilen dönem giyimine bakıldığında eskiye oranla daha az malzeme ve aksesuarın kullanıldığı vücuda oturmayan hareket kolaylığının sağlandığı sade bir giyimin hâkim olduğu görülmektedir. Savaşa giden erkeklerin yerine her türlü ağır işi yapmak zorunda kalan kadınlar, erkek tulumları, gömlek, kasket ve pantolonları giymişlerdir (Blackman, 2013, 76, 77).

Grip salgını ve beraberinde Birinci Dünya Savaşı koşulları, sosyal hayatı sekteye uğratmış ve üretimin azalmasına sebep olmuştur. Kadınların iş gücü olarak çalışmaya başlaması giyim tarzlarını önemli ölçüde etkilerken, malzeme bulmakta çekilen zorluklar moda eğilimi olarak özellikle cinsiyetsiz, sade ve bol kesimli bir giyim tarzına dönüşmüştür.

Bu bilgiler ışığında tekstil ve moda sektörü, toplumda yaşanan ekonomik ve sosyal durumlar, siyasi olaylar, çevresel faktörler ve yaşanan büyük salgınlar da dahil olmak üzere bir çok olay karşısında değişim göstermektedir. Tekstil sektörünü oluşturan birçok üretim ayağı etkilenirken, kullanılan kumaşların yapısı ve kalitesi, model kesimleri, sezon renk seçimleri bile bu etkiler doğrultusunda belirlenmektedir.

3.COVID-19 PANDEMİSİNİN 2020-2021 MODA EĞİLİMİNE ETKİLERİ

Salgın sırasında birçok insanın ölümü ve eve kapanma gibi izolasyon yöntemleri, insanların doğaya ve kendilerine olan bilinç düzeyini arttırmıştır. Yeşil suçluluk ve yeryüzü sağlığının insan sağlığını nasıl etkilediğine dair artan anlayış, sürdürülebilirliğin temel tüketici düşüncesi olmaya devam etmesini sağlamıştır. Virüs biyolojik çeşitliliği etkilemiş ve

gelecekteki riskleri azaltmak için yaşam tarzlarımızı değiştirmemiz gerektiğini açıkça ortaya koymuştur.

Temiz üretim lideri Genomatica'nın yeni bir anketine göre, Amerikalıların ezici çoğunluğunun (%85) COVID-19 sırasında aynı miktarda veya daha fazla sürdürülebilirlik hakkındaki düşüncelerini bildirmesiyle sürdürülebilirlik artık akıllarda kalan bir konu olmuştur. Amerikalıların yarısından fazlası (%56) hem hükümetin hem de markaların başka sorunlarla karşı karşıya kalırken bile sürdürülebilirliğe öncelik vermesini istemiştir. Her 10 Amerikalıdan altısı evden çalışmanın bir ofiste çalışmaktan daha sürdürülebilir olduğunu, bu şekilde çalışarak büyük iş yerlerini ısıtmak ve soğutmak için daha çok enerji harcanmasına gerek kalmadığını söylemiştir (https://www.genomatica.com/survey-sustainability-embraced-despite-pandemic/ 20.12.2020).

Salgın dönemi markaların ve işletmelerin, birlikte çalıştıkları toplulukları ve uyum sağlamaya çalışan müşterileri desteklemeyi amaçladıkları görülmüştür. Bu doğrultuda sürdürülebilir tasarımların uygun maliyetli, erişimi ve kullanımı kolay olması gerektiği düşüncesi, markaların yeni koleksiyonlarında bu bakış açısını benimseyerek ilerlemesinde etkili hale gelmiştir.

Genel anlamda yapılan ürünler, her ne kadar bir önceki sezon trendlerinden uzaklaşmış olsa da yeniden satılabilen dayanıklı, kullanışlı ürünlerin yapılması, yeni bir eğilimi başlatmıştır. Evde çalışma gibi yaşam tarzı değişiklikleri, giyinme alışkanlıklarını da büyük ölçüde değiştirmiştir. Ev ortamında olup hemen arkasından aktif bir toplantıya katılmak arasında sorunsuz geçiş yapabilmek için geniş kesimli, rahat giysiler, aynı zamanda çalışma şartlarına da uygun şıklık ve sadelikte tasarımlar dikkat çekmektedir. Konforlu giysilerin yanı sıra, anti bakteriyel, kirlilik önleyici ve kendi kendini temizleyen lif kullanımları için de araştırmalar yapılmaktadır. Özellikle sosyal medyanın da yoğun olarak kullanılmasıyla, sosyal ağ üzerinden paylaşımlar daha sıklaşmıştır. Rahatlık ve konfor üzerine kurulu koleksiyon paylaşımları yapan markalar, paylaşımlarında etiket olarak pyjamadressing, bathleisure, slounge, styahomestyle gibi kelimeler kullanmaya başlamışlardır.

Yıllık ücret ödeyerek üye olunan, moda yönelimlerinden bahseden ve gelecek trend konseptlerinin belirlenmesi gibi destekler veren WGSN moda platformunda, markalara yönelik bir takım satış hedefi sunan ticari bildirimler bulunmaktadır. Bu bildirimlerden bir tanesi 2021 kadın giyimi için, sürdürülebilir çözümlerin minimalizme odaklanma ile paralel olduğu, yeni malzeme arayışlarından bahsederek ve bir kapsül gardırop için uzun ömürlülüğü destekleyen, çalışmayı, dinlenmeyi ve oyunu da içine alan vazgeçilmez parçaların kullanılması gibi öneriler bulunmaktadır. Yüksek kaliteli kumaşlar ve geniş silüetler kullanarak ürün yaşam döngülerinin uzatılması ve uzun vadeli ürünlerin oluşturulması gerektiğini anlatan raporlarda, Essentials (temel) koleksiyonların daha uzun, daha klasik bir çekicilik sağlamak için kaliteli malzemelere ve mükemmel uyumlara odaklanarak oluşturulması gerektiği de söylenmektedir (https://www.wgsn.com/fashion/article/86626#page_1 20.12.2020)

Bu dönem boyunca, birçok markanın tasarımları mevsimsel olarak da ele alındığında, örme gruplarının daha çok tercih edildiği gözlemlenmiştir. Kış dönemi için örme trikolar ve mevsim geçişleri için penye örme giysiler hem rahat hem de şık bir tercih oluşturmuştur. Bu şekilde arka planda kalan dokuma sektörü ürünlerinde ise rahatlığı vurgulamak için dar kesimlerden uzak, geniş ve bol dökümlere sahip parçalar ön plana çıkmıştır. Kumaş içerikleri doğaya olan eğilimle birlikte daha çok pamuk, organik ve geri dönüştürülmüş, renkler de doğal toprak tonları ve pastel renkler olarak öne çıkmaya başlamıştır. Hazır giyim sektöründe öncü olan ve pazarda büyük bir payı olan H&M, Mango ve Inditex markaları gibi başlıca

büyük markalar incelendiğinde koleksiyonlarının pandemi dönemi eğilimlerine yönelik olduğu görülebilmektedir.

Inditex markalarından biri olan Zara'nın 2021 kış sezonu için hazırladığı koleksiyonunda genel hatlarıyla geniş kesimli modellere, triko ürünlere ve dokumalarda da yine geniş ve rahat kesimleri olan modellere yer verdiği görülmektedir (Şekil 6, 7). 2020-2021 kış sezonunda kullanımıyla dikkat çeken triko taytlar ve onları kombinleyen triko kısa bodyler bel kısmını açıkta bırakacak şekilde tasarlanmışlardır. Bu açıklığı da yine kombini tamamlayacak uzun önden düğmeli hırkalar tamamlamaktadır. Hepsi hem rahat ve stressiz bir hareket kabiliyeti sağlarken aynı zamanda moda eğilimlerine uygun hem evde hem de gerekirse dışarıda giyilebilecek ürünlerdir. Pastel renk tonlarının yanı sıra doğal toprak tonlarının yoğunluğu da dikkat çekmektedir.



Şekil 6: Zara Woman, 2021 kış koleksiyonu, triko ürünler.



Şekil 7: Zara Woman, 2021 kış koleksiyonu, dokuma ürünleri.

Kadın koleksiyonunun yanı sıra erkek koleksiyonlarında da özellikle kalıpları bol ve geniş olan denim, sweat ve dokuma pantolonlar yer almaktadır. Rahat olmayı hedefleyen ürünlerin sweatshirtlerle kombinlenmesi evde ve gerekirse iş yerinde giyime uygunluklarıyla ön plana çıkmaktadırlar (Şekil 8).



Şekil 8: Zara Man 2021 kış koleksiyonu.

Inditex markalarından hedef kitlesi ortalama 14-26 yaş arasında olan Bershka ve Pull&Bear markalarının genel anlamda geçmiş sezonlarda da rahat kesimli sweatshirtler ve sweatpantolonlarla hazırladıkları sokak giyimi tarzı modellerinin, pandemi döneminde de devam ettiği görülebilmektedir (Şekil 9 ve 10). Özellikle rahatlık tarzının ön planda olduğu koleksiyonlarında geniş kesimli denim pantolonlar, örme elbiseler ve bunların yanı sıra triko modellerin de oldukça yoğun kullanılması, moda eğilimine yönelik bir yaklaşım içinde olduklarını göstermektedir (Şekil 10). Seksenler modasına gönderme yapan erkek pantolonlarının geniş kalıpları daha çok kadın giyiminde kullanılan balon ve havuç kesimli, beli pileli modeller genç kitlelere yönelik erkek giyiminde kullanılmaya başlanmışlardır.



Şekil 9: Pull&Bear 2021 kış koleksiyonu ürünleri.



Şekil 10: Bershka 2021 kış koleksiyonu ürünleri.

Şekil 11'de müşteri grubu 35 yaş üstü olan Inditex markası Massimo Dutti'nin de aynı tarzda geniş kesimler ve hareket kabiliyeti sağlayan örme ve triko kumaşlara ağırlık vermiş olduğu dikkat çekmektedir. Silüetleri daha temiz bir görünümde olan koleksiyonlarında, çalışan kadınlara yönelik klasik çizgisini, pandemi dönemi ile birlikte evden çalışmaya uygun şıklıkta olacak şekilde uygulamışlardır.



Şekil 11: Massimo Dutti Woman 2021 kış koleksiyonu

Dünya pazarında çok geniş yeri olan bir diğer marka ise H&M'dir. 2021 koleksiyonunda özellikle toprak tonlarıyla kullanılan triko modellerin gerek geniş kesimleri gerekse tuşeleriyle müşteriye rahatlık ve yumuşaklık sunduğu, evde de giyilebilecek şıklıkta parçaların kullandığı görülmektedir (Şekil 12). Örme ribana pantolonların esnekliği, dokuma pantolonların geniş paçaları kadın giyimi için rahatlık sağlayan parçalardır. Erkek ürünlerinde de koleksiyon renklerini tamamlayacak aynı tonların hâkim olduğu, geniş kesimli pantolonlar ve örme takımlar bulunmaktadır (Şekil 13).



Şekil 12: H&M Bayan 2021 kış koleksiyonu.



Şekil 13: H&M Erkek 2021 kış koleksiyonu.

Doğaya duyarlı olan tüm koleksiyonların ortak noktalarından biri de renklerin pastel ve toprak tonlarında olmasıdır. Kullanılan kumaş içeriklerinin de sürdürebilir geri dönüştürülmüş polyester karışımlı oldukları görülmektedir. Join Life Standard etiketli ürünlerin tüm koleksiyonda daha çok yere sahip olması, pandemiyle birlikte gelen farkındalık oranının artmasından kaynaklanmaktadır. Join Life Standard, Inditex şirketler grubunda (Zara, PULL&BEAR, Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius, OYSHO ve OTERAÜE) yer alan markaların tüm giysi ve diğer ürünlerinin sürdürülebilir hammaddelerle veya en iyi teknolojilerle yapılması çalışması olarak bilinmektedir. Join Life etiketli ürünler ve hammaddeleri Care for Fiber, Care for Water, Care for Planet gibi standartlara uygunluk ve testlerden geçmektedir ve Inditex grubu bu testleri geçebilen üreticilerle çalışmaktadır.

Pazarda büyük bir alana sahip olan bir diğer önemli İspanyol marka ise Mango'dur. Mango 2020-2021 kış koleksiyonunda özellikle triko modellere çok fazla yer vermiştir. Trikonun esneklik kabiliyeti sayesinde ürünlere getirdiği hem rahat hem de yumuşak dokusu tercih nedeni olmasına etki etmektedir. Her zaman ve her yerde giyilebilecek bu ürünler pandemi dönemi rahatlık eğilimine oldukça uygun olan ürünlerdir. Bol kesimli balıkçı yakalı kazaklar ve pantolonlar birlikte giyilmeseler de ayrı ayrı bile çok çeşitli kombinler yapılabilecek tarza sahiptirler (Şekil 14). Triko tulumlar da bu dönemin oldukça trend parçalarıdır. Önden düğmeli bir şekilde yapılmasıyla kullanım kolaylığı sağlarken, trikonun yumuşak tuşesi geniş kesimle birleşince konforlu bir parçaya dönüşmüştür.



Şekil 14: Mango Woman 2021 kış koleksiyonu.

Türkiye'de pazar payına sahip olmayan birçok markanın pandemi dönemi bakış açısını benimsediği ve koleksiyonlarını rahatlık ve sadelik üzerine kurulmuş bir eğilimle tasarladıkları görülmektedir. Tüm koleksiyon parçalarını radikal bir kararla komple değiştirmek yerine toplumun her kesimine hitap edecek şekilde arada birkaç parça ürün yaparak bu akıma ayak uydurmaktadırlar.

Çoğunlukla örme ve triko sektörünün bu dönemde daha fazla çeşitliliği olduğu görülmektedir. Dokuma sektörü ise bu eğilime uyum sağlamak için gömlekleri, pantolonları, elbiseleri ve bluzleri Şekil 15'deki tasarımcı Lara Krude'nin de yapmış olduğu gibi oldukça geniş kesimli kalıplarla hazırlamışlardır. Bu şekilde hem renkler toprak tonları ve pastel aralıklarda tercih edilmiş hem de ev konforunda giyilebilecek rahatlıkta ürünler tasarlanmıştır. Çok bilindik pazar payı geniş markaların yanı sıra, küçük butik işletmelerin de trende uyum sağladıkları göz ardı edilemez.



Şekil 15: Tasarımcının aynı adı taşıyan marka Lara Krude 2021 kış koleksiyonu

Çok yönlü, mevsimlik örgülerin ilerleyen yükselişi, salon ve günlük giyim arasındaki sınırların kaldırılmasına öncülük etmektedir. Bodysuit olarak adlandırılan modeller evde rahatlık sunarken altına giyilebilecek bir etek ya da pantolonla dışarıda giyime de uygun bir parçadır (Şekil 16(a)). Kış koleksiyonlarının yanı sıra bahar koleksiyonlarıyla Brezilyalı marka Flavia Aranha, yenilikçi ve çevreye duyarlı doğal boyama ve botanik baskı

teknikleriyle ürünler tasarlamaktadır. Bitki bazlı boyalar, cilde yakın doğal faydalara sahip toksik olmayan kumaşlar rahat giyim kategorisi için özellikle ilgi çekmektedir. Orman yeşili rengini elde etmek için demirli nar kabuklarından üretilen bir öz kullanılmıştır. Hastalıkları tedavi sırasında esenlik hissi üzerinde etkili olduğuna inanan marka giysinin aynı zamanda tıbbi özelliklere de sahip olmasını sağlamıştır.



Şekil 16: Cashmire In Love, 2020 kış koleksiyonu ve Flavia Aranha bahar koleksiyonu

Pandemi dönemi öncesi başlayan pijama giysi akımı, pandemi dönemi giyimi için de bir seçenek olmuştur ve bu dönemde aranan rahatlık, pijama takımlarla sağlanmıştır. Özellikle saten kumaşların kullanıldığı takımlar şıklık da sağladığı için tercih edilen ürünlerdir. Gündelik giyim ve iş kıyafetinin ötesinde aynı zamanda akşam eğlencesine hazır bir gece kıyafeti olması da kullanım alanı çeşitliliği açısından dikkat çekmektedir. Saten ve parlak olması kadınların gece dışarıda giymesi için güzel bir alternatif olan pijama giysiler, erkek için ise evde ve sadece iş yerinde giyebilecekleri bir giysidir.

Pandemi dönemi hazırlanan koleksiyonlar evde olduğumuz karantina dönemlerinde rahatlık ve kullanım kolaylığı sağlayan ürünlerden oluşmaktadırlar. Geniş kalıp kesimlerinin yanı sıra yumuşak tuşeli örme ve dokuma kumaşlar kullanılmıştır. Kış sezonu olmasından kaynaklı hem esneklik hem rahatlık hem de şıklık sunan triko örgü modeller ise pandemi dönemi koleksiyonlarının önemli bir parçası olmuştur. Kadın giyiminde kullanımı daha fazla olan trikolar rahatlık yanında şıklık da sunması açısından gelecek sezonlarda da kullanımına devam edecek gibi görülmektedir. Özellikle geri dönüştürülmüş ipliklerle yapılan trikolar yaz sezonunda da daha ince ipliklerle hazırlanarak yeni modellerle koleksiyonlara ekleneceği öngörülebilir. Bu dönemde hazırlanan koleksiyonlarda dikkat çeken geniş kesimli modellerin vücudu sıkmaması ve esnek olması, bu dönemde evden çalışmaya alışmış olmamızın verdiği rahatlık hissini yansıtması açısından çok önemlidir. Pandeminin bize katmış olduğu özgürlük isteği bundan sonraki yaşantımızda etkisini göstermeye devam edecektir. Sosyal bir varlık olan insanoğlu için yeni normal süreçte tercihler değişikliğe uğrasa da yeni moda eğilimleri takip edilecek ve bu sürece uyum sağlayacaktır.

4.SONUÇ

Geçmişte yaşanan salgınların kendi dönemleri içerisindeki sosyal ve ekonomik etkileri, günümüzde yaşadığımız covid-19 salgını için de geçerliliğini korumaktadır. Çağımızın teknolojik olarak gelişmiş olması tüketim toplumu haline gelmiş olmamızda çok büyük etkendir. Tekstil ve giyim sektörü de bu doğrultuda oldukça ilerlemiş durumdadır.

Hızlı moda kavramının hayatımıza girmiş olması çok daha fazla tüketime sebep olmuşken, pandemi döneminde tüm bu bakış açısında meydana gelen farkındalık sayesinde, pazarda önemli bir yere sahip olan birçok marka koleksiyonlarında sürdürülebilir, yeşil doğa vurgusu yapmaya başlamıştır. Son dönemlerde etkili olan yavaş moda vurgusunu hızlı moda kavramı ile birlikte yorumlayan markalar, geri dönüştürülmüş iplikler kullanılan kumaşları tercih etmektedirler. Bu şekilde hem çevreye duyarlı ürünler yaptıklarını müşterilerine aktarırken hem de kendilerinin tercih edilmesi noktasında hızlı moda kavramı içerisinde daha çok çeşitliliği olan ürünler hazırlamaktadırlar.

İş yerlerinin kapatılması ve üretimin durması tekstil sektörünü de etkilemiş, özellikle önceden verilen siparişlerin çoğu durdurulmuş ya da iptal edilmiştir. Ekonomik hayattaki durgunluk ve yavaşlama sonrası, devletler ve markalar da yeşil bir iyileşmeye öncülük etmeye başlamıştır. Tekstil sektörü salgın sonrası sekteye uğramış olsa da kısa bir sürede kendini toparlamış ve ihtiyaç karşısında harekete geçerek ve bu sürece uygun moda eğilimleriyle yeni koleksiyonlar hazırlamışlardır. Model tasarımları ve kumaş içerikleri doğaya olan eğilimle birlikte evrilmiş, özellikle sürdürebilir tekstillerin kullanımı artmıştır. Bu süreç koleksiyonlarda kullanılan renkleri de etkilemiş, doğal toprak tonları ve pastel renkler öne çıkmaya başlamıştır.

Dünya pazarında büyük bir yere sahip olan birçok marka özgürlük, doğa bilinci, daha az kirlilik ve tüm bunları kapsayan sürdürülebilir bir marka olma isteğine devam edecektir. Her ne kadar hızlı moda kavramının hayatlarımızdan çıkmasını istesek de teknolojik bir çağda olmamız ve her şeyin elimizin altında olması tekstil ve moda sektörünü beslemeye devam edecektir. Bu noktada birer tüketici olarak bizlere düşen daha çevre dostu markalar seçmek olmalıdır.

KAYNAKÇA

Botez Lesley L. (2021), The impact of pandemics on consumer purchasing of luxury and fashion, https://www.academia.edu/45708965/The_impact_of_pandemics_on_consumer_purchasing_of_luxury_and_fashion(03.003.2021)

Day, Carolyn A. (2017). *Consumptive Chic, A History Of Beauty,Fashion, And Disease*. London-New York: Bloomsbury Publishing.

Dereboy, Elif Julide (2004). *Kostüm Moda Tarihi.* İstanbul: Özel Güzel Sanatlar Stilistlik Ltd.

Gale, Robin ve Crocker, Gale (2007). *Medieval Clothing and Textiles Volume 3*, İngiltere: Boydell Press.

Haweis, Mary Eliza (2005). *The Art of Beauty.* USA: Adamant Media Corporation.

Steele, Philip (2005). *A History of Fashion and Costume, The Medieval World*. UK: Bailey Publishing Associates Ltd.

Haddock, David D. ve Kiesling, Lynne (2002). The Black Death and Property Rights. *Journal of Legal Studies.* Vol.31. s:545-587

Keskinbora, Kadircan (2016). Savaştaki Düşmanlardan Bir Diğeri: Tüberküloz. *Bahçeşehir Üniversitesi Tıp Fakültesi, Tıp Tarihi ve Etik Anabilim Dalı Lokman Hekim Dergisi.* C6. S3. s:174-184

Shanks, G. Dennis ve Brundage, Jogn F. (2012). Pathogenic Responses among Young Adults during the 1918 Influenza Pandemic. *Emerging Infectious Diseases*. C:18 S:2 s:201-207.

İNTERNET KAYNAKLARI

https://www.aa.com.tr/tr/koronavirus/pandemi-tarihcisi-doc-dr-varlik-tarihteki-pandemiler-uzun-vadede-kokten-degisimlerin-ipuclarini-verir/1930036 (03.11.2020)

https://www.nationalgeographic.com/history/2020/03/centuries-pandemics-shaped-british-monarchy-coronavirus/ (18.11.2020)

https://historyofeuropeanfashion.wordpress.com/ (18.11.2020)

https://miista.com/it-was-a-cultural-reset-what-we-can-learn-from-the-1918-spanish-influenza/ (08.12.2020)

https://www.genomatica.com/survey-sustainability-embraced-despite-pandemic/ (20.12.2020)

https://www.wgsn.com/fashion/article/86626#page_1 (20.12.2020)

ŞEKİLLER

Şekil 1: https://highlatitudestyle.com/ (18.11.2020)

Şekil 2: https://the-wine-bars-of-venice.blogspot.com/2020/02/venice-carnevale.html?spref=pi (18.11.2020)

Şekil 3: http://digital.sl.nsw.gov.au/delivery/DeliveryManagerServlet?embedded=true&toolbar=false&dps_pid=IE1364276&_ga=2.58116201.250821685.1607380181-1455615148.1607380181 (08.12.2020)

Şekil 4: https://wwd.com/ (08.12.2020)

Şekil 5: https://www.academia.edu/45708965/The_impact_of_pandemics_on_consumer_purchasing_of_luxury_and_fashion(03.003.2021)

Şekil 6: https://www.zara.com/tr/tr/kadin-erge-giyim-l1152.html?v1=1718198 (03.01.2021)

Şekil 7: https://www.zara.com/tr/tr/kadin-gemlekler-gemlekler-l1244.html?v1=1718181 (03.01.2021)

Şekil 8: https://www.zara.com/tr/tr/erkek-spor-pantolon-l679.html?v1=1720321 (04.01.2021)

Şekil 9: https://www.pullandbear.com/gb/man/new/check-overshirt-with-long-sleeves-c1030017537p502534231.html?cS=802 (04.01.2021)

https://www.pullandbear.com/gb/woman/new/high-neck-soft-knit-dress-c1030017536p502549660.html?cS=828 (04.01.2021)

Şekil 10: https://www.bershka.com/tr/kadin/yeni%CC%87/wide-leg-pantolon-c1010378020p102759024.html?colorId=829&stylismId=1 (04.01.2021)

https://www.bershka.com/tr/erkek/yeni%CC%87-c1010378021.html (04.01.2021)

Şekil 11: https://www.massimodutti.com/tr/kadin/yeni%CC%87-%C3%BCr%C3%BCnler/cepli-straight-fit-jean-c1866507p9109407.html?colorId=712&categoryId=1866507 (04.01.2021)

Şekil 12: https://www2.hm.com/tr_tr/productpage.0928216005.html (04.01.2021)

Şekil 13: https://www2.hm.com/tr_tr/productpage.0905932010.html (04.01.2021)

Şekil 14: https://shop.mango.com/tr/kadin/one-cikanlar/comfy-collection_d68477392(05.01.2021)

Şekil 15: https://www.larakrude.com/home (05.01.2021)

Şekil 16: https://www.cashmereinlove.com/collections/aw20 (05.12.2020)

https://www.flaviaaranha.com/collections/blusas/products/camisa-clarice-cambraia-de-linho-2 (05.01.2021)