GELİNLİK DERGİSİ

2026 · 3. Çeyrek



2026 FAİRMONT QUASAR, "YILIN DÜĞÜN OTELİ" İLE RÖPORTAJ

ÇEYİZİN YENİ RÜYA TAKIMI

KORKMAZ'LA ÇEYİZ REHBERİ

YAZIN SON NOTASİ: TATİL BAVULU

GELİNLİĞE GİDEN YOLDA BESLENME

YENİ DÜĞÜN SOFRA TRENDİ: İMZA ÇİKOLATALAR

Sonbaharda
Gelinlik
Burada Başlar

GELİNLİK DERGİSİ

2026 · 3. ÇEYREK

Türkiye'nin Gelinlik, Abiye ve Düğün Rehberi

KÜNYE

İMTİYAZ SAHİBİ
Tahir Dinç

GENEL YAYIN YÖNETMENİ
Melis Çevik

SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ
Meliha Telli

YAZI İŞLERİ
Neslihan Kum

GÖRSEL YÖNETMEN
Yeliz Kavak

KATKIDA BULUNANLAR
Atölyeler, markalar ve şehir danışmanları

İLETİŞİM

İstanbul, Türkiye

0532 234 24 40

info@gelinlik.org · Gelinlik.org

ÜCRETSİZ DİJİTAL YAYIN

MARKA, ATÖLYE VE FİYAT BİLGİLERİ YAYIN TARİHİNDE GEÇERLİDİR. İÇERİKLER BİLGİLENDİRME AMAÇLIDIR. TÜM HAKLARI SAKLIDIR © GELİNLİK DERGİSİ.


MARIE
www.mariegelinlik.com

İçindekiler

GELİNLİK DERGİSİ
WWW.GELİNLİK.ORG

11 Cildin Dört Mevsimlik Dengesi: IKAGLAIE ile Koruma ve Nem Bakımı
HABER



13 Yazın Son Notası: Tatil Bavulu Hazırlama Rehberi
MODA REHBERİ



18 Çeyizin Yeni Rüya Takımı: Beauty Pillow ile Cilt Dostu Uyku Tekstili
HABER



20 Evlilik İki Kişilik, Düğün Bazen İki Ailelik: Sağlıklı Sınırlar Nasıl Kurulur?
TREND



22 Röportaj: Tacchi ile 2026 Gelin Ayakkabısı Trendleri
RÖPORTAJ



25 Gelin Makyajında 2026 Trendleri: Makeup Artist Muhammet Sağır ile Röportaj
RÖPORTAJ



27 Bu Yazın En Sıcak Trendi: Maksimalist Deniz Kabukları ve Boncuklar
TREND



28 VIBEÈ ile Düğüne Haftalar Kala Bakım Takvimi
HABER





RÖPORTAJ

06 **Korkmaz'la Çeyiz Rehberi: Marka ve Pazarlama Müdürü Sevgi Aslanbay'la Röportaj**

2026 · 3. Çeyrek

GELİNLİK DERGİSİ · ÜCRETSİZ DİJİTAL YAYIN

İçindekiler

30 Her Düğün Kendine Özgü Bir Hikâye": Fairmont Quasar Istanbul'dan Seda Topdemir ile Söyleşi
RÖPORTAJ



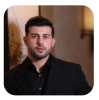
34 Ezber Bozan Gelinler: Sokak Modası Podyuma Sızdı!
TREND



35 LALINE'den Evlilik Yolculuğuna Modern Bir Gardırop
HABER



38 RÖPORTAJ: Asla Modası Geçmeyen Gelin Saçı — Batuhan Gelişli Anlatıyor
RÖPORTAJ



41 Cementum Design Studio: Kusurun Estetiği Üzerine Kurulu Bir Atölye
TREND



43 Kalıpların Ötesinde: Aphro'nun Özgür Stil Hikâyesi
HABER



46 Yeni Evin İlk Detayları: Büyük Eşyalardan Sonra Gelen Küçük Karakterler
TREND



48 BONCUKLARLA YAZILAN BİR HİKÂYE: ROSE FLORYA
TREND



+ 27 İÇERİK DAHA



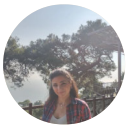
TREND

09 Düğün Sofrasının Yeni Detayı: Şeker Değil, İmza Bir İkram Sofrası



ÇEYİZ REHBERİ

Korkmaz'la Çeyiz Rehberi: Marka ve Pazarlama Müdürü Sevgi Aslanbay'la Röportaj



YAZI
Melis Çevik
Genel Yayın Yönetmeni

Yeni bir eve adım atmak, sadece dört duvarı doldurmak değil; günlük hayatın yıllar boyu üzerine kurulacağı bir düzen inşa etmektir. Bu düzenin merkezinde ise genellikle mutfak yer alır – her sabah, her akşam elde olan, sessizce ama kesintisiz çalışan ürünler. Çeyiz hazırlığına başlayan çiftler için asıl soru çoğu zaman "ne kadar" değil, "ne kadar uzun" olduğu. Bu ayki söyleşimizde, 50 yılı aşan üretim tecrübesiyle Korkmaz'ın Marka ve Pazarlama Müdürü Sevgi Aslanbay'a sorduk: iyi bir çeyiz listesi neyle başlar, hangi kriterler öne çıkar ve zamansız tasarım neden sadece bir estetik tercih değil?

Korkmaz'ın 50 yıllık deneyimiyle yeni ev kuran çiftlerin çeyiz hazırlıklarına baktığınızda, iyi planlanmış bir mutfağın temelini hangi ürünler ve seçim kriterleri oluşturuyor?

İyi planlanmış bir mutfağın temelini, günlük ihtiyaçlara cevap veren ve uzun vadede kullanım kolaylığı sağlayan ürünlerin oluşturduğunu söyleyebilirim. Çelik ve yanmaz yapışmaz pişirme ürünleri, çaydanlıklar, çay ve kahve makineleri, tost makineleri ile gıda hazırlamaya yönelik küçük ev aletleri bu yapının başlıca parçaları arasında yer alıyor. Seçim yaparken ürünün kalitesi, dayanıklılığı, işlevselliği ve estetik açıdan mutfağa uyum sağlaması önem taşıyor. Marka güvenilirliği ve satış sonrası hizmet de karar sürecinde göz önünde bulundurulması gereken kriterler arasında bulunuyor.

Yeni ev kuran çiftler çeyiz hazırlamaya nereden başlamalı? Öncelikli olarak hangi ürün gruplarını edinmelerini önerirsiniz?

Hazırlıklara, mutfakta en sık kullanılacak temel ürünleri belirleyerek başlanabilir. İlk aşamada çelik tencereler, yanmaz yapışmaz pişirme ürünleri, çaydanlık ve günlük yemek hazırlığını kolaylaştıran mutfak gereçleri

tercih edilebilir. Ardından çay ve kahve makineleri, tost makineleri ve blender setleri gibi küçük ev aletleri plana dahil edilebilir. Sofra ürünleri ve mutfak aksesuarları ise çiftlerin ihtiyaçları ve yaşam tarzları doğrultusunda bu temel grupları tamamlayabilir.

Çeyiz alışverişinde ürün sayısından çok kalite, dayanıklılık ve kullanım ömrü neden önemli? Korkmaz ürünleri bu beklentiye nasıl cevap veriyor?

Çeyiz alışverişi, yalnızca yeni bir evin ilk ihtiyaçlarını karşılamaktan öte, uzun yıllar kullanılacak bir mutfak düzeni kurmak anlamına geliyor. Bu nedenle ürün sayısından çok kaliteye, dayanıklılığa ve kullanım ömrüne odaklanmak gerektiğine inanıyoruz. Korkmaz olarak, kendi fabrikalarımızda ürettiğimiz ürünlerle tüketicilerimize uzun yıllar güvenle kullanabilecekleri, kaliteli ve işlevsel çözümler sunuyoruz. Üretim süreçlerimizi kendi Ar-Ge ekibimizin çalışmaları ve tüketici beklentileri doğrultusunda şekillendiriyor; yarım asrı aşan üretim tecrübemizi günümüz teknolojileriyle buluşturuyoruz.

Tencere ve pişirme ürünleri seçerken yeni ev kuran çiftler hangi malzeme, üretim ve kullanım özelliklerine özellikle dikkat etmeli?

Tencere ve pişirme ürünleri seçilirken öncelikle malzeme kalitesi, üretim güvenilirliği ve kullanım kolaylığı dikkate alınmalı. Isıyı dengeli dağıtan, dayanıklı, temizliği ve bakımı kolay ürünler, uzun yıllar boyunca kullanılabilir. Bunun yanında, ürünlerin günlük kullanım alışkanlıklarına ve farklı pişirme ihtiyaçlarına uygun olması da önem taşıyor.

Mutfak gereçleri, sofra ürünleri ve küçük ev aletleri arasında çeyiz alışverişi önceliği nasıl belirlenmeli? Çiftler dengeli bir alışveriş planını nasıl oluşturabilir?

Çeyiz alışverişine günlük yaşamda en sık kullanılacak temel ürünlerden başlanmasını öneriyoruz. Tencere ve pişirme grubu mutfağın temelini oluştururken, hazırlık süreçlerini kolaylaştıran küçük ev aletleri ikinci aşamada değerlendirilebilir. Sofra ürünlerinde ise çiftlerin yaşam tarzlarına ve misafir ağırlama alışkanlıklarına uygun seçimler yapılabilir. Dengeli bir plan için ürün sayısını arttırmak yerine gerçek ihtiyaçlara odaklanmak; birbiriyle uyumlu, çok yönlü ve uzun ömürlü ürünler tercih etmenin önemli olduğunu düşünüyorum.

Çeyiz ürünlerinde zamansız tasarım neden önemli? Korkmaz'ın tasarım ve işlevsellik anlayışı, ürünlerin uzun yıllar kullanılmasına nasıl katkı sağlıyor?

Çeyiz ürünleri, uzun yıllar boyunca günlük yaşamın bir parçası olmak üzere seçiliyor. Bu nedenle tasarımların kısa süreli trendlerin ötesine geçerek farklı dönemlere, dekorasyon anlayışlarına ve değişen kullanım alışkanlıklarına uyum sağlaması büyük önem taşıyor. Korkmaz olarak estetik görünümü işlevsellikten ayrı düşünmüyor; yalın ve zamansız tasarım çizgisini kullanım kolaylığı, dayanıklılık ve günlük ihtiyaçlara cevap veren detaylarla buluşturuyoruz. Farklı mutfak ve sofra stillerine uyum sağlayan ürünlerimizle çiftlerin bugününe eşlik ederken, yıllar içinde değişen yaşam düzenlerinde de yerini ve işlevini koruyan çözümler sunuyoruz.

Korkmaz'ın yüksek teknoloji ve geleneksel üretim tecrübesini bir araya getiren yaklaşımı, yeni ev kuran çiftlere sunduğu ürünlerde nasıl hissediliyor?

Uzun yıllara dayanan üretim tecrübemizi, yenilikçi teknolojiler ve güncel tüketici beklentileriyle buluşturuyoruz. Kendi fabrikalarımızdaki üretim gücümüzü Ar-Ge çalışmalarımızla destekleyerek dayanıklılık, kullanım kolaylığı ve işlevsellik açısından günümüz ihtiyaçlarına cevap veren ürünler geliştiriyoruz. Bu yaklaşımımızla yeni ev kuran çiftlere güvenle kullanabilecekleri ve uzun yıllar yaşamlarına eşlik edecek ürünler sunuyoruz.

Çeyiz hazırlayan çiftlere tek bir öneri verme hakkınız olsaydı, uzun yıllar kullanacakları ürünleri seçerken hangi noktaya özellikle dikkat etmelerini söylerdiniz?

Ürün sayısından önce kaliteye ve kullanım ömrüne odaklanmalarını öneriyorum. Çeyiz alışverişinde anlık ihtiyaçların yanı sıra, ilerleyen yıllardaki kullanım alışkanlıkları da düşünülmeli; dayanıklı, işlevsel ve güvenilir ürünler tercih edilmeli. Doğru seçilen kaliteli bir ürün, yalnızca bugünün ihtiyacını karşılamakla kalmayıp, uzun yıllar boyunca ev yaşamının vazgeçilmez bir parçası olacaktır.

Bir mutfağın kalitesini test eden şey ilk hafta değil, on yıl sonraki hali. Korkmaz'ın söyleşide anlattığı yaklaşım da tam olarak buna işaret ediyor. •

“

Mutfak gereçleri, sofra ürünleri ve küçük ev aletleri arasında çeyiz alışverişi önceliği nasıl belirlenmeli?



İKRAM SOFRASI

DÜĞÜN SOFRASININ YENİ DETAYI

Şeker değil, imza bir ikram sofrası



YAZI
Melis Çevik
Genel Yayın Yönetmeni

Düğün ve nişan sofralarında son dönemde dikkat çeken bir değişim var: klasik düğün şekeri kutusunun yerini, misafirlere özel olarak kurgulanmış ikram masaları almaya başladı. Artık amaç sadece bir tatlı ikram etmek değil; davetin genel atmosferine uyan, görsel olarak da bir o kadar özenli bir deneyim sunmak. Bu değişimin öne çıkan isimlerinden biri, Türkiye pazarına yeni giren Promise Fine Chocolate.



Promise, çikolatayı bir ikram malzemesinden çok bir zanaat işi olarak konumlandırıyor. Markanın üretim anlayışının merkezinde yüksek kaliteli Belçika çikolatası ve %100 kakao yağı var; her ürün atölyede, artisan tekniklerle ve tamamen el işçiliğiyle şekilleniyor. Seri üretimin standart tatları yerine, kullanılan hammaddenin -kakaodan kuruyemişe, gerçek meyveden baharata- kendi karakterini öne çıkaran butik bir yaklaşım benimseniyor.

Bu yaklaşımın düğün sofrasına yansıması da doğal olarak farklılaşıyor. Her dolgu ve lezzet kombinasyonu, markanın kendi AR-GE mutfağında geliştirdiği imza reçetelerden doğuyor; malzeme oranından aroma dengesine kadar her detay ayrı ayrı çalışılıyor. Ürünlerin el yapımı, doğal ve katkısız olması, bir ikram masasını kişiselleştirilmiş bir deneyime dönüştürmek isteyen çiftler için önemli bir fark yaratıyor.

Koleksiyonun imza pralinleri de bu farklılığı damakta hissettiriyor: çileğin hafif asiditesini sütlü çikolatayla buluşturan Rose Berry, katkısız limon dolgusuyla ferahlatan Lemon D'or, portakal ve çıtır badem krokanı bir araya getiren Oranj Krokan, taze Antep fıstığıyla hazırlanan Pistache, Hindistan cevizinin egzotik dokusunu taşıyan CoCo ve gerçek tahinle üretilen Amber Crisp. Beş farklı pralini bir araya getiren Discovery kutusu ile klasik ve modern tatları buluşturan Equinox seçkisi, tam da bu çeşitliliği tek bir sofrada sunmak isteyen çiftler için düşünülmüş görünüyor.



Sonuç olarak ortaya çıkan tablo, artık düğün sofrasında "şeker" değil, konuğa sunulan imzalı bir ikramın konuşulduğu bir trend. Promise Fine Chocolate da bu dönüşümde, gerçek malzeme ve gerçek el işçiliğine dayanan duruşuyla öne çıkan markalardan biri olarak konumlanıyor. —

Her dolgu ve lezzet kombinasyonu, markanın kendi AR-GE mutfağında geliştirdiği imza reçetelerden doğuyor; malzeme oranından aroma dengesine kadar her detay ayrı ayrı çalışılıyor.



BAKIM REHBERİ

Cildin Dört Mevsimlik Dengesi

Bilimsel titizlik ve doğallıkla buluşan IKAGLAIE, hassas çocuk ciltlerinden yetişkinlerin günlük bakımına uzanan seçkin formülleriyle bütünsel bir yaklaşım sunuyor



YAZI
Melis Çevik
Genel Yayın Yönetmeni

Güneş, soğuk hava, rüzgâr, düşük nem ve şehir hayatının getirdiği çevresel etkiler... Cildimiz tüm yıl boyunca değişken koşullarla karşı karşıya kalır. Bilinçli bir bakım anlayışı, yalnızca yaz aylarında güneş koruyucu kullanmakla sınırlı kalmaz; cildin nazikçe arındırılması, nem dengesinin desteklenmesi ve dış etkenlere karşı korunması dört mevsim sürdürülebilir bir bakımın temelini oluşturur.

Bilimsel titizliği doğallığın sakinleştirici gücüyle buluşturan IKAGLAIE, hassas çocuk ciltlerinden yetişkinlerin günlük bakımına uzanan seçkin formülleriyle bütünsel bir yaklaşım sunuyor.

Güneş Koruması Yalnızca Yaz Aylarında mı Gereklidir?

UV ışınları yıl boyunca cildimizi etkiler; soğuk hava ve rüzgâr ise nem dengesini zorlayarak kuruluk ve hassasiyete yol açabilir. IKAGLAIE'nin DermaShield™ Mineral Technology yaklaşımı koruma ve nemlendirmeyi tek adımda buluşturuyor: Çinko Oksit UV ışınlarına karşı günlük korumanın parçası olurken, Panthenol, E Vitamini ve bitkisel

özler cildin nem ve konfor ihtiyacını destekliyor.

Hassas Çocuk Ciltleri İçin Nazik Bir Dokunuş

IKAGLAIE Çocuklar İçin Güneş Koruyucu ve Nemlendirici Krem SPF 50+, mineral bazlı yapısıyla çocuk cildine nazik bir koruma sunar:

Çinko Oksit, cildi kaplayan fiziksel bir kalkan görevi görerek UV ışınlarını yansıtmaya yardımcı olur

Papatya ve sarı kantaron özleri kuruluk, kızarıklık ve hassasiyeti yatıştırmaya destek olur

Panthenol ve E Vitamini cildin koruyucu tabakasını güçlendirir

Kullanım: Yüz, boyun ve vücutta; güneşe çıkmadan ~20 dakika önce temiz cilde uygulanmalı, yüzme/terleme sonrası yenilenmelidir. 6 ay–3 yaş arası bebeklerde uzman görüşü önerilir.

Yüz ve Vücut İçin Dört Mevsimlik Savunma

IKAGLAIE Face & Body Sun Cream SPF 50+, çinko oksit bazlı mineral filtre sistemiyle sadece güneşli değil, bulutlu ve serin havalarda da cildi destekler. Papatya, sarı kantaron ve aynısefa özleri gerginlik hissini ferahlatırken; Panthenol ve E Vitamini kuruluk kaynaklı pul pul dökülmeyi azaltmaya yardımcı olur.

Temizlik Sonrası İlk Adım: Yoğun Nem ve Ferahlık

IKAGLAIE Intense Moisturizing Thermal Tonic (200 ml), sprey formuyla pratik hidrasyon sunar; cildin pH dengesini korurken sonraki bakım adımlarına zemin hazırlar. Deniz, havuz ve güneşlenme sonrası hassaslaşan cildi anında ferahlatan güçlü bir After Sun seçeneğidir. Sabah-akşam rutininin yanı sıra gün içi tazelenme, makyaj üstü kullanım veya tıraş/epilasyon sonrası hassasiyet için de idealdir.

IKAGLAIE ile Sade ve Dengeli Bir Rutin

Bakım, cildin nazikçe temizlenmesiyle başlar; ardından Thermal Tonic ile nem ve tazelik desteklenir, gündüzün son adımında ise ihtiyaca uygun güneş koruyucu tercih edilir. Güneş koruma ürünlerini kullanırken ambalaj talimatlarına uyulması, şapka/koruyucu giysi gibi önlemlerin ihmal edilmemesi ve hassas ciltlerde gerektiğinde uzmana danışılması önerilir.

IKAGLAIE: Doğanın Kusursuz Dengesi

Vegan prensiplere sadık, temiz içerik anlayışı ve dermatolojik testlerle şekillenen IKAGLAIE, karmaşık rutinler yerine sade ve rafine formüllerle hem cildinize hem bavulunuza yer açıyor. Yeni bir yolculuğa hazırlanırken ihtiyaçlarınızın yanında kendinize ayırdığınız özeni de yanınıza katın.

IKAGLAIE | Premium Skincare – Zamansız Güzellik, Dört Mevsim Gençlik

Takip edin: @ikaglaie

Gelinlik dergisi okuyucularına özel indirim kodun: Gelin10

“Papatya, sarı kantaron ve aynısefa özleri gerginlik hissini ferahlatırken; Panthenol ve E Vitamini kuruluk kaynaklı pul pul dökülmeyi azaltmaya yardımcı olur.



MODA REHBERİ

YAZIN SON NOTASI: TATİL BAVULU HAZIRLAMA REHBERİ

Yaz henüz bitmedi – sadece son notasını çalıyor. Takvim sonbahara dönse de, deniz hâlâ ılık, güneş hâlâ cömert; elimizde son bir fırsat var



YAZI
Melis Çevik
Genel Yayın Yönetmeni

Yaz henüz bitmedi – sadece son notasını çalıyor. Takvim sonbahara dönse de, deniz hâlâ ılık, güneş hâlâ cömert; elimizde son bir fırsat var. İşte tam bu yüzden iyi bir tatil bavulu, doluluğuyla değil isabetiyle övünür. Az sayıda ama doğru seçilmiş parça – hem yer kaplamayan hem tek başına bir kombini tamamlayan cinsten – bu son kaçamağı çok daha kolay hale getiriyor. Bu ay, tam da bu işi iyi yapan markalara yakından baktık.

- **it's 545: Kumaştan Fazlası**

İlker Demirkan ve Pelin Aysan'ın kurduğu it's 545, kendini "duygularla beslenen, sanatla şekillenen" bir marka olarak tanımlıyor – büyük laf gibi dursa da, sanatçılarla birlikte üretilen, düşündüren çizimlerin parçalara işlenmesi bu iddiayı biraz somutlaştırıyor. Marka için bir kıyafet sadece kumaş değil; moda da bir tüketim aracından çok, iç dünyayla kurulan bir bağ.

Bare Grace Keten Uzun Elbise

Halter yaka, salaş bir kesim ve keten dokusunun o hafif buruşukluğu – bu elbise fazla

çalışılmış görünmemeyi başarıyor, ki asıl zor olan da bu. Ne çok süslü ne fazla iddialı; sade dururken bile fark ediliyor.



Neden Bavulda?

Tatilde yanımıza aslında sadece kıyafet almayız, o kıyafeti giyerken hissetmek istediğimiz hâli de alırız – hafif, özgür, biraz kendimiz gibi. Bare Grace, tam da bunu vaat eden türden bir parça: sahilde rüzgârla dalgalanıyor, akşam güneşinde tek başına bir kombin oluyor, bavulda da keten olduğu için hiç sorun çıkarmıyor.

Takip edin: 545_works

- **Kidilia: Bir Kimono, Üç Farklı Kullanım**

Kidilia'yı kuran Ayşe Mine Can'ın anlattığı hikâye, çoğu marka hikâyesinden farklı bir yerden başlıyor: ürünün "hayatın içinde ne kadar iyi yer bulduğu." Bu, göründüğünden daha nadir bir kaygı – çoğu tasarım çekim için güzel görünmeyi düşünür, günlük kullanım için değil.

Karahindiba Desenli Müslin Kimono

%100 pamuklu müslinin en büyük avantajı, ne kadar buruşursa buruşsun hâlâ "öyle olması gerekiyormuş" gibi durması. Karahindiba deseni ise fazla iddialı değil; uzaktan bakınca fark edilen, yaklaşınca detayları ortaya çıkan türden.



Neden Bavulda?

Bu, tek bir parçanın birçok işi birden gördüğü nadir örneklerden: plajda mayo ya da bikini üzerine, sahil yürüyüşlerinde, otelde veya akşamüzeri rahat bir tamamlayıcı olarak giyilebiliyor. Hafif ve nefes alan müslin kumaş bavulda neredeyse ağırlık yapmıyor, yazın son sıcak günlerinde de akşamın hafif serinliğinde de aynı rahatlığı sunuyor – tek bir parçayla bu kadar çok ana uyum sağlayabilmek, onu gerçekten yıllar sonra da severek giyilecek kadar zamansız kılıyor.

Takip edin: @kidilia_design

- **ANZIR: Sokak Şıklığının Tatil Versiyonu**

Muhammed Muzaffer Yılmaz ve Ali Naci Kıral'ın kurduğu ANZIR, kendini "sokak giyim markası" olarak tanımlıyor – ama bu tanım genelde iki şeyden birine işaret eder: ya kalıpları zorlayan gerçek bir tarz ya da sadece trend kelimelerin arkasına sığınan sıradanlık. ANZIR'ı farklı kılan, işi "rahat" ile "özgün" arasında bir yerde tutma iddiası; markanın kendi ifadesiyle amaç, insanın kendi tarzını taşıyabileceği bir alan yaratmak.

Ocean Dream T-Shirt (Unisex)

İsminden başlayalım: "Ocean Dream" gibi bir isim kolayca klişeye kayabilir, ama t-

shirt'ün unisex kesimi bunu toparlıyor – ne kadın ne erkek kalıbına sıkışmış, rahat ve gündelik. Tatilde giyilecek bir t-shirt'ten beklenen tam olarak bu: fazla düşünmeden üzerine geçirilebilen, ama yine de bir şey anlatan bir parça.



Neden Bavulda?

Tatilde giyilecek parçanın en büyük sınavı, tek bir ana değil güne yayılan farklı anlara ayak uydurabilmesi. ANZIR parçaları bunu iddia ediyor: sahilde rahat, şehir gezisinde tarz sahibi, akşam buluşmasında toparlanmış. Aynı parçayı üç farklı şekilde kullanabilmek, bavulda yer açmanın en pratik yolu – hele ki her gün "bugün ne giysem" sorusuyla uğraşmak istemiyorsanız.

Takip edin: anzir.tr

- **Leef: Az Ürün, Tam İsabet**

Aytaç Kaya'nın kurduğu Leef, cilt bakımıyla başlayıp bugün renkli kozmetiğe uzanan bir yolculuk izliyor – ama markanın asıl derdi hep aynı kalmış: karmaşık rutinler yerine günlük hayata gerçekten uyan, işlevsel ve minimal ürünler. "Minimal" kelimesi çoğu zaman az ürünle çok şey vaat etmenin kolay yolu olur; Leef'te ise bu iddia, tek bir ürünün iki görevi birden üstlenmesiyle gerçek bir karşılık buluyor.

Lip & Cheek Balm – Charm

Dudak ve yanak için tek bir balm kullanmak kulağa küçük bir detay gibi gelebilir, ama makyaj çantasında bir ürünü daha eksiltmek demek bu. Charm'ın hafif renk veren dokusu günlük makyajı sadeleştirirken, formülündeki bitkisel yağlar ve butter'lar renkten fazlasını, gerçek bir bakım hissi bırakıyor.



Neden Bavulda?

Tek bir ürünü hem dudakta hem yanakta kullanabilmek, bavulda yer kazandırdığı kadar sabahları da hızlandırıyor – aynada beş dakika daha az oyalanmak gibi küçük ama gerçek bir fark. Charm, tatilde toparlanmış görünmenin belki de en az eşyayla yapılabilecek hâli.

Takip edin: @leefskin

- **Jomei: Tırnak Bakımını Ritüele Çeviren Set**

Dört kız kardeşin kurduğu Jomei'nin çıkış noktası basit ama isabetli bir gözlem: tırnak bakımı çoğu zaman ya tamamen ihmal ediliyor ya da salon randevusu gerektiren bir yük hâline geliyor. Marka, ikisinin ortasında bir yer arıyor – sade formüller, zamansız bir tasarım anlayışı ve "bakımlı görünmek" ile "kendine vakit ayırmak" arasındaki farkı fark eden bir yaklaşım. Jomei için bakımlı eller, kusursuzluktan çok özenin bir yansıması.

Jomei Nail Routine Set

Nail Concealer, Milky Nail Hardener, Smoothing Nail Serum, Nourishing Cuticle Oil ve Aloe Cuticle Remover'dan oluşan bu set, tırnak bakımının beş ayrı adımını tek bir kutuya sığdırıyor. Beş şişe demek beş farklı ritüel gibi görünse de, aslında amaç tam tersi: hepsini bir arada taşıyıp bakımı basitleştirmek.



Neden Bavulda?

Güneş, deniz, havuz ve sık seyahat – tatil, tırnakların en çok yıprandığı, ama bakımın en çok ihmal edildiği dönem. Jomei Nail Routine Set kompakt yapısıyla bavulda neredeyse yer kaplamadan bu çelişkiyi ortadan kaldırıyor. Günde birkaç dakikalık bir molayla eller bakımlı kalıyor, tatilin tadını çıkarırken rutini düşünmek zorunda kalmıyorsunuz.

Takip edin: @jomeicare

- **Rise & Rich: Küçük Bir Parça, Büyük Bir Fark**

Rise & Rich'in "Wear Your Story" sloganı ilk bakışta klasik bir marka söylemi gibi dursa da, ürüne baktığınızda ne demek istediklerini anlıyorsunuz: bu takılar, üzerinde çok konuşulmayı değil, sessizce fark edilmeyi hedefliyor. Marka özellikle paketlemeye verdiği önemle de ayrışıyor – kutuyu açtığınız an, ürünün kendisi kadar o an da düşünülmüş.

Bamboo Base Bileklik

Bambu formundan ilham alan bu bileklik, ilk bakışta "bir tane daha altın bileklik" gibi görünse de, ince taş detayları onu sıradanlıktan çıkarıyor. Ne çok göz alıcı ne de fazla sade – tam ortası. Bu da onu aslında zor bir dengeyi tutturan bir parça yapıyor.



Neden Bavulda?

Bir bileklik bavulda hiçbir yer kaplamaz, bunu zaten biliyoruz. Asıl mesele, plajda bikinin üzerinde de akşam yemeğinde de aynı derecede yakışabilmesi. Bamboo Base bunu yapıyor – sabah takıp gece çıkarmadığınız, unutup gittiğiniz türden bir parça.

Takip edin: @riseandrich.rr

- **Fancy Monger: Cesaretin Bavulda Yeri Var mı?**

Çiğdem Dündar'ın kurduğu Fancy Monger, "yıllardır görsel dünyalar yaratan bir art director'ın markası" gibi tanıtılınca insan hafif temkinli yaklaşıyor – bu tür hikâyeler genelde abartıya kaçar. Ama el işçiliğiyle hazırlanan kristal detaylara bakınca ortada gerçek bir üretim ve tutarlı bir estetik dünyası olduğu görülüyor.

Boss Lady Çanta

El işçiliğiyle kaplanmış kristal yüzeyiyle bu çanta “sade ve şık” kategorisine hiç girmiyor – zaten amacı da bu değil. Gündüzden geceye taşınabilen, girdiği her ortamda dikkat çeken bir parça; bir tatil bavuluna biraz cesaret katmak isteyenler için düşünülmüş.



Neden Bavulda?

Bu çanta hacimli değil ama tek başına bir kombini taşıyacak güçte – tatilde bavul hafif kalırken görünüm hiç sıradanlaşmıyor. Markanın Black Lobster kolyesi de aynı mantıkla çalışıyor: tek bir parça ekleyip stilin tamamını değiştirmek.

Bavula bir ceket koymak ilk bakışta mantıksız görünse de, Sun Lary ve White Flora tam da gün batımından sonra başlayan planlar için düşünülmüş – basic bir tişörtün ya da hafif bir elbisenin üzerine eklendiğinde gündüz sadeliğini akşamın havasına dönüştürüyor. White Flora’nın üç boyutlu çiçek işlemesi bu dönüşüme biraz daha romantik bir dokunuş katıyor.

Takip edin: @fancymongertr

- **3638: Gelin Olma Hissinin Devamı**

3638, yıllardır kadın giyimi üretiminde deneyim biriktirmiş bir ekibin kendi markasına taşıdığı bir çizgi – kaliteli kumaş ve zamansız tasarım iddiası çoğu markada duyduğumuz bir söylem, ama burada özellikle bir seçkiye odaklanınca daha somut bir hâl alıyor: balayı.

Balayı Seçkisi

Beyaz ve ekru tonları, gelinliği hatırlatan dantel detayları ve romantik işlemelerle buluşuyor. Marka, eylülün değişen havasını da hesaba katmış – yazın hafifliğinden tamamen vazgeçmeden, uzun kollu ve mevsim geçişine uyum sağlayan modellere de yer vermişler. Bu, “son nota” temamıza tam oturan nadir bir detay: düğün bitse de, gelin olma hissi balayında devam ediyor.



Neden Bavulda?

Gelinlik bavulda olmayabilir, ama o hissi taşıyan bir parça olabilir. Gündüz bir şehir gezisinde, gün batımında ya da romantik bir akşam yemeğinde – 3638’in seçkisi, düğün sonrasının romantizmini günlük hayata taşımayı vaat ediyor.

Takip edin: 3638officialstore

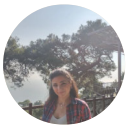
Bavul küçülse de stil büyüyebilir – bu ay bir araya getirdiğimiz markalar bunu kanıtlıyor. Yazın son notası çalarken, siz de kendi hikâyenizi taşıyacak birkaç doğru parçayı seçin; gerisini tatilin kendisi halleder. —



ÇEYİZ LİSTESİ

Çeyizin Yeni Rüya Takımı

Beauty Pillow'un çeyizlik uyku tekstili: yüze teması azaltan ortopedik güzellik yastığı ve dekolte bölgesini destekleyen %100 ipek göğüs yastığı



YAZI
Melis Çevik
Genel Yayın Yönetmeni

Çeyiz listeleri artık sadece nevresim takımı ve havlu setinden ibaret değil. Gelin adayları, gece boyunca cilde ve saça temas eden tekstil ürünlerini de bu listeye dahil etmeye başladı. Bu değişimin öne çıkan isimlerinden biri, uyku sırasında yüze ve dekolteye binen baskıyı azaltmayı hedefleyen Beauty Pillow.

Kırışıklık Önleyici Ortopedik Güzellik Yastığı – Skin+ Kılıflı

Her gece yüze binen 5 kglık baskı ortaya çıkan uyku çizgilerinin ve şişkinlik hissinin başlıca nedenlerinden biri kabul ediliyor. Beauty Pillow'un ortopedik güzellik yastığı, ergonomik formuyla yüzle temas alanını azaltmayı, baş ve boynu destekleyerek daha konforlu bir uyku pozisyonu sunmayı hedefliyor.

Tasarımın merkezinde üç unsur var: yüzle temas azaltmaya yönelik ergonomik form, baş-boyun desteği sağlayan yapı ve cilde nazik temas sunan Skin+ kılıf. Kullanımı da bakımı kadar basit – yastık yatağın orta alanına yerleştirilip baş yanlara taşmayacak şekilde konumlandırılıyor, Skin+ kılıf düzenli kullanım için üzerine geçiriliyor. Üreticinin önerisi, gece bakım ürünlerinin sürülmesinin ardından temiz bir yüzle kullanıl-

ması. Bakımda dikkat edilmesi gereken tek nokta, memory foam kısmının yıkanmaması; nemli bezle silinip havalandırılması yeterli.



%100 İpek Göğüs & Dekolte Yastığı – Bej

Çeyiz listesine giren bir diğer ürün, yan yatış pozisyonunda göğüs arasındaki baskıyı dengelemeyi ve dekolte bölgesindeki kırışıklık görünümünü azaltmayı hedefleyen %100 ipek göğüs ve dekolte yastığı. Cilt dostu ipek yüzeyi, hassas bölgeye yumuşak ve pürüzsüz bir temas sağlıyor.

Ayarlanabilir askılarıyla farklı bedenlere uyum sağlayan yastık, emzirme döneminde ekstra destek arayan yeni anneler için de kullanılabiliyor – bu da onu yalnızca düğün öncesine değil, evliliğin ilerleyen dönemlerine de taşınabilecek bir çeyiz parçası haline getiriyor. Bakımı diğer ipek ürünlerde olduğu gibi hassasiyet istiyor: nemli bezle silinmesi öneriliyor, ağartıcı ve makinede kurutma kullanılmıyor; kuru temizleme ise bir seçenek olarak sunuluyor.



İki ürünü bir araya getiren ortak nokta, çeyizin artık yalnızca görünür değil, gece boyunca da “çalışan” bir hazırlık listesine dönüşmesi. Beauty Pillow’un bu iki parçası, geleneksel çeyiz kalemlerinin yanına cilt ve uyku konforunu ekleyen yeni bir kategori öneriyor.

Daha fazla çeyiz ilhamı için Beauty Pillow’u Instagram’da takip edin: @beautypillow.official •

“

Gelin adayları, gece boyunca cilde ve saça temas eden tekstil ürünlerini de bu listeye dahil etmeye başladı.



SAĞLIKLI SINIRLAR

Evlilik İki Kişilik, Düğün Bazen İki Ailelik



YAZI
Levent Billor
Psikolog

Düğün hazırlığı çoğu çift için heyecanlı bir dönem. Mekân seçiliyor. Davetli listeleri hazırlanıyor. Gelinlik bakılıyor. Bütçe konuşuluyor. Ama bir noktadan sonra çiftler şunu fark edebiliyor, bu süreç sadece "biz ne istiyoruz?" sorusuyla ilerlemiyor.

Bir anda işin içine, "Annem bunu ister", "Bizim ailede böyle yapılır", "Babam buna çok bozulur", "Onların tarafı ne der?" gibi cümleler girmeye başlıyor.

Aslında burada şaşırtıcı bir durum yok. Evlilik iki kişinin hayatını birleştirmesi olarak görülse de, düğün çoğu zaman iki ailenin de duygusal olarak dahil olduğu bir süreçtir. Ayrıca aileler maddi destek veriyorsa ya da gelenekler güçlü şekilde etkili oluyorsa, sınırlar daha da belirsizleşebiliyor.

Sorun, ailelerin düşüncelerini söylemesi değil. Asıl mesele, çiftin kendi kararlarını verip verememesi.

"Biz" Olmak Ailelerden Kopmak Değildir

Sağlıklı sınır dediğimizde, bazen insanlar bunu katı bir mesafe olarak düşünüyor. Ama sınır koymak, aileleri dışlamak ya da "Bu bizim düğünümüz, kimse karışamaz" demek zorunda kalmak anlamına gelmiyor.

Ailelerin fikrini dinleyebilirsiniz. Bazı konularda onların önerilerini de göz önünde bulundurabilirsiniz. Hatta bazı kararları birlikte almak sizin için iyi bile olabilir.

Ama burada önemli bir ayrım var. Fikir almak bir şeydir, karar hakkını tamamen başkasına bırakmak başka bir şeydir.

Çiftin zaman zaman kendine şu soruyu sorması iyi olabilir:

"Biz aslında ne istiyoruz?"

Çünkü düğün hazırlığı sırasında insan, kendi isteğiyle ailesini üzmemek istemesini birbirine karıştırabiliyor.

Mesela siz küçük bir düğün hayal ediyordunuz. Davetli listesi giderek büyüyor. Acaba

fikriniz gerçekten değişti mi? Yoksa sadece "Ayıp olmasın" diye mi böyle yapıyorsunuz?

En Çok Hangi Konularda Sınırlar Karışıyor?

Genellikle benzer başlıklar öne çıkıyor: davetli listesi, düğünün nerede yapılacağı, bütçe, gelenekler, takılar, kına ya da nişan gibi organizasyonların nasıl olacağı...

Bazen küçük gibi görünen bir karar bile büyük bir tartışma haline gelebiliyor.

Çünkü konuşulan konu bazen sadece masa düzeni veya davetli sayısı olmayabilir. Bunun altında "Benim ailem önemsenmiyor", "Sen benim yanımda durmuyorsun" ya da "Her kararı ailen veriyor" gibi daha duygusal sorunlar yatabilir.

Bu yüzden çiftler sadece *neye* karar verdiklerine değil, karar verirken birbirlerine nasıl davrandıklarına da dikkat etmeli.

Kendi Ailenizle Sınırı Partnerinize Bırakmayın

Düğün hazırlığında sık gördüğümüz zorlayıcı durumlardan biri de şu:

Bir tarafın ailesi çok karışıyor. Sınır koyması gereken kişi ise partner oluyor.

Örneğin, sorun annenizle yaşanıyorsa, çoğu zaman eş adayınızın annenizle karşı karşıya gelmesindense sizin devreye girmeniz daha sağlıklı olur.

"Annene sen söyle."

"Babanla sen konuş."

"Bunu sen çöz."

Bunlar bazen kulağa sorumluluktan kaçmak gibi gelebilir. Ama aslında doğru şekilde kullanıldığında ilişkiyi koruyan bir yaklaşım olabilir.

Buradaki temel fikir şudur. Her iki taraf da önce kendi ailesiyle olan sınırlarından sorumlu olsun.

Böyle olunca çift birbirine karşı olmaz. Aynı tarafta durmaya başlar.

"Senin annen yüzünden kavga ediyoruz" demek yerine, "Biz bu konuda ne istiyoruz ve bunu aileme nasıl anlatabiliriz?" sorusu çok daha yapıcı olur.

Sağlıklı Sınır Koymak İçin Üç Küçük Adım

Öncelikle ailelerle konuşmadan önce çift olarak kendi aranızda net olun. Siz ne istiyorsunuz? Hangi konular sizin için gerçekten önemli? Hangi konularda esneklik gösterebilirsiniz?

İkinci olarak, ailelerle konuşurken mümkün olduğunca "biz" dilini kullanın.

"Ben böyle istiyorum ama o istemiyor" demek yerine:

"Bu kararı bu şekilde verdik." demek çok farklı bir mesaj verir.

Son olarak, her şeyi bir mücadele haline getirmemeye çalışın. Her konuda sınır koymak zorunda değilsiniz. Bazı konularda ailenizin istediğini yapmak sizi rahatsız etmiyorsa bunda bir sorun yok.

Sınır koymak, her şeye "hayır" demek anlamına gelmez. Gerekli olduğunda kendi evetinizi ve kendi hayırınızı diyebilmek demektir.

Bazen tek bir cümle bile yeterlidir:

"Sana değer veriyoruz ama bu konuda ikimiz birlikte karar verdik."

Hem saygılıdır, hem de çiftin karar verme alanını korur.

Aslında Düğünden Daha Büyük Bir Şey Öğreniyorsunuz

Düğün hazırlığında çıkan bu küçük krizler yorucu olabilir. Ama aynı zamanda çift için önemli bir prova sayılır.

Evlendikten sonra da bu tür konular farklı şekillerde karşınıza çıkar. Bayramlar nerede geçecek? Aileler ne kadar sık gelecek? Parayla ilgili konularda kim ne kadar söz sahibi olacak? Çocuk olduğunda ailelerin rolü ne olacak?

Bugün düğün salonuyla ilgili yaşadığınız bir tartışma, aslında yarın kuracağınız ortak hayatın nasıl olacağı hakkında size bir şey anlatıyor olabilir.

Amaç, aileleri hayatın dışında bırakmak değil. Amaç, onları severken ve önemserken çift olarak kendi alanınızı da oluşturabilmek.

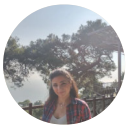
Çünkü evlilik gerçekten iki kişiyle olur. Düğün bazen sadece iki aileyle sınırlı olsa bile. o



AYAKKABI TRENDLERİ

Röportaj: Tacchi ile 2026 Gelin Ayakkabısı Trendleri

Tacchi röportajı: 2026 gelin ayakkabısı trendlerinde saten, inci detaylar ve platform modeller öne çıkıyor



YAZI
Melis Çevik
Genel Yayın Yönetmeni

Gelin ayakkabısı, estetik kadar konforu da ilgilendiren bir seçim. Bu dengeyi nasıl kurduklarını konuşmak için Tacchi Pazarlama Sorumlusu Sedat Demir ile bir araya geldik.



1. 2026 gelin ayakkabısı trendlerinde en dikkat çeken değişim ne oldu – topuk yüksekliği mi, malzeme mi, yoksa detaylar mı öne çıkıyor?

2026 **gelin ayakkabısı** trendlerinde en dikkat çeken değişim, gelinlerin artık tek bir stile bağlı kalmaması oldu. Yüksek topuklu ve platform gelin ayakkabıları ilgi görmeye devam ederken, orta topuklu ve daha sade modeller de oldukça öne çıkıyor.

Malzeme tarafında özellikle saten güçlü bir şekilde öne çıkıyor. İnci, taş ve zarif toka detayları da gelin ayakkabılarına daha özel bir görünüm kazandırıyor. Tacchi olarak trendleri takip ederken zamansız, zarif ve uzun süre kullanılabilecek tasarımlar oluşturmaya önem veriyoruz.

2. Gelinler artık ayakkabı seçerken konforu mu, estetiği mi daha çok önceliklendiriyor?

Günümüzde gelinler konfor ve estetik arasında seçim yapmak istemiyor; ikisini bir arada arıyor. Düğün günü uzun saatler boyunca ayakta kalındığı için gelin ayakkabısının sadece güzel görünmesi yeterli değil, aynı zamanda rahat ve dengeli olması gerekiyor.

Tacchi'de gelin ayakkabısı tasarlarken doğru kalıp, dengeli topuk ve ayağı rahat ettiren yapı bizim için önemli. Amacımız gelinin hem şık görünmesini hem de düğün boyunca ayakkabısını rahatlıkla kullanabilmesini sağlamak.

3. Bir gelin ayakkabısı tasarlarken ilk yola çıktığınız nokta ne oluyor – kumaş mı, silüet mi, yoksa gelinliğe uyum mu?

Bizim için tasarımın başlangıç noktası ayakkabının formu ve genel görünümü oluyor. Öncelikle modelin nasıl bir karaktere sahip olacağını belirliyoruz. Daha zarif, daha sade, daha iddialı veya daha romantik bir model mi olacağına karar veriyoruz.

Sonrasında saten, inci, taş veya farklı süsleme detaylarıyla tasarımı tamamlıyoruz. Elbette gelinlikle uyum da çok önemli. Ancak biz gelin ayakkabısını sadece gelinliği tamamlayan bir parça olarak değil, gelinin kişisel tarzını yansıtan önemli bir detay olarak görüyoruz.

4. Söz-nişan ve düğün için ayakkabı tercihleri birbirinden ne kadar ayrışıyor?

Söz ve nişan ayakkabısı seçimlerinde gelinler renk ve model konusunda daha özgür davranabiliyor. Bebe mavisi, pudra, nude, gold, gümüş ve farklı pastel tonlar söz ve nişan kombinlerinde daha sık tercih ediliyor.

Düğün ayakkabısında ise beyaz, kırık beyaz, sedef ve şampanya tonları daha fazla öne çıkıyor. Saten, inci ve taş detayları da gelin ayakkabısında daha sık kullanılıyor.

Tacchi olarak söz, nişan ve düğün için farklı ihtiyaçlara uygun modeller tasarlarken, ayakkabının özel gün sonrasında da kullanılabilir olmasına önem veriyoruz.

5. Platform gelin ayakkabısına olan talep nasıl değişti – özellikle son sezonda?

Platform gelin ayakkabısına olan ilgi son dönemde oldukça arttı. Özellikle yüksek topuk isteyen ancak daha dengeli bir kullanım arayan gelinler platform modelleri tercih ediyor.

Platform taban, topuk yüksekliğini daha dengeli hissettirebildiği için hem boy avantajı sağlıyor hem de doğru tasarlandığında daha rahat bir kullanım sunabiliyor. Uzun gelinliklerde ve daha gösterişli düğün kombinlerinde platform gelin ayakkabıları güçlü bir seçenek olmaya devam ediyor.

Tacchi koleksiyonlarında da farklı topuk yüksekliklerine sahip platform gelin ayakkabıları önemli bir yer tutuyor.

6. Nedime ve gelin annesi ayakkabılarında gelinden farklı olarak nelere dikkat ediyorsunuz?

Nedime ayakkabılarında önceliğimiz gelinle ve düğünün genel renkleriyle uyum sağlamak. Nude, bej, şampanya, pastel tonlar ve zarif metalik renkler bu nedenle sık tercih ediliyor. Orta topuklu ve rahat modeller de nedimeler için oldukça kullanışlı oluyor.

Gelin annesi ayakkabılarında ise rahatlık, denge ve zamansız bir görünüm daha fazla önem kazanıyor. Düğün boyunca uzun süre ayakta kalındığı için dengeli topuk yüksekliği ve rahat kalıp öncelikli oluyor.

Tacchi olarak nedime ayakkabılarında zarif ve uyumlu, gelin annesi ayakkabılarında ise şık, rahat ve zamansız modeller tasarlamaya özen gösteriyoruz.

7. 2026'da öne çıkan bir renk veya detay var mı – inci, dantel, saten gibi?

2026 gelin ayakkabısı trendlerinde en güçlü malzemelerden biri saten. Saten, sade bir ayakkabıya bile daha zarif ve özel bir görünüm kazandırıyor.

Detaylarda inci ve taş süslemeler öne çıkmaya devam ediyor. Ancak artık çok yoğun süslemeler yerine daha sade ve dengeli detaylar tercih ediliyor. Dantel de özellikle romantik gelinliklerle birlikte yeniden ilgi görüyor.

Renklerde beyaz ve kırık beyazın yanında sedef, şampanya ve bebe mavisi dikkat çekiyor. Özellikle bebe mavisi gelin ayakkabıları, klasik beyazın dışında farklı ve zarif bir seçenek arayan gelinlerin ilgisini çekiyor.



Sedat Demir, hedeflerini şöyle özetliyor: "Konforu, zarafeti ve özgün tasarımı bir araya getirerek her gelinin kendinden bir parça bulabileceği bir marka dünyası oluşturmak istiyoruz." Söyleşiden çıkan sonuç net: 2026'nın gelini artık tek bir kalıba sığmıyor, Tacchi de bu çeşitliliği tasarımının çıkış noktası olarak görüyor. •

"

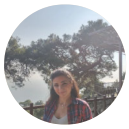
Saten, inci ve taş detayları da gelin ayakkabısında daha sık kullanılıyor.



DOĞAL MAKYAJ

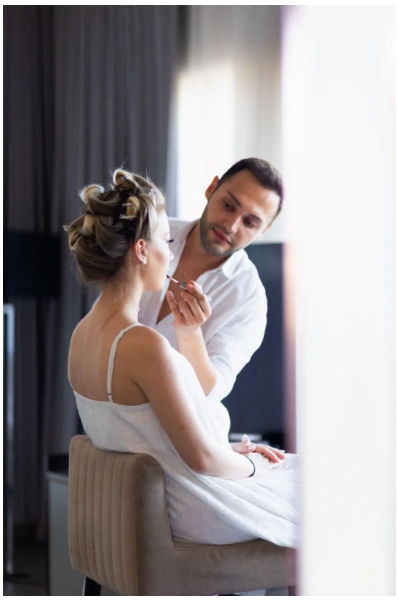
Gelin Makyajında 2026 Trendleri

Makeup Artist Muhammet Sağır ile röportaj: 2026 gelin makyajında soft, doğal ve ışıltılı görünümler öne çıkıyor



YAZI
Melis Çevik
Genel Yayın Yönetmeni

Gelin makyajında 2026 sezonunda doğal ve ışıltılı görünümler öne çıkıyor. Yoğun uygulamaların yerini soft tonlar, doğal kirpikler ve “no makeup makeup” etkisi alıyor. Makeup Artist Muhammet Sağır ile yeni sezon gelin makyajı trendlerini ve kişiye özel makyaj uygulamalarını konuştuk.



Doğal ve soft makyajlar öne çıkıyor

2026 yılında gelin makyajında öne çıkan en belirgin değişimleri nasıl değerlendiriyorsunuz?

Bu yıl gelin makyajında "no makeup makeup" denecek kadar soft makyajlar ve daha ıslak, ışıltılı görünümler öne çıkıyor. En belirgin değişimin bu yönde olduğunu söyleyebiliriz. Önceki dönemlerde daha yoğun göz makyajları, nude dudaklar ve mat bitişli ten makyajları tercih edilirken, şimdi daha doğal, taze ve cilt dokusunu koruyan görünümler ön planda.

Bu değişim ten makyajından mı başlıyor, yoksa göz ve dudak dengesinden mi? Geçen sezona göre nerede fark yaratıyorsunuz?

Bu değişim aslında makyajın tamamında kendini gösteriyor. Gözlerde eyeliner neredeyse yok denecek kadar ince uygulanıyor. Daha doğal kirpikler ve soft tonlarda farlar tercih ediliyor. Yanaklar ve dudaklar ise şeftali ve pembe tonlarıyla daha belirgin hale geliyor. Yüzde kontürleme de artık neredeyse hiç istenmiyor.

Bir gelinle ilk oturduğunuzda, o kişiye özel makyajı belirlerken ilk sorduğunuz şey ne oluyor?

Ben öncelikle kişinin tarzını anlayabilmek için sosyal medyada beğendiği 3-5 farklı makyaj fotoğrafını göstermesini istiyorum. Bu görseller üzerinden tarzını kafamda canlandırdıktan sonra nasıl bir makyaj istediğini soruyorum. Böylece gelinin beklentisini daha doğru anlayarak kendisine en uygun makyajı tasarlayabiliyorum.

Gelinler size ilham olarak ne getiriyor? Sosyal medyadan bir görsel mi, yoksa kendi tarzlarına dair daha net bir fikir mi?

Genellikle sosyal medyadan görseller gösteriyorlar. Çoğunlukla benim yaptığım makyajlardan örnekler göstererek "Bu tarzda bir makyaj istiyorum" diyorlar. Bazen de sosyal medyada buldukları farklı görselleri getiriyorlar. Bu görsellerde göz makyajı tarzını, yanak ve dudak renklerini ya da nasıl bir cilt görünümü istediklerini anlatıyorlar. Bu da makyajı tasarlarken benim için büyük bir kolaylık sağlıyor.

Düğün günü uzun saatler ve yoğun çekimler var. Kalıcılık için 2026'da hangi teknik veya ürün yaklaşımınız değişti?

Aslında yıllardır kullandığım ürünlerin çoğunun waterproof olmasına özen gösteriyorum. Bu nedenle ürünler gün boyu akma veya dağılma yapmıyor. Bu yıl özellikle kalıcı rujların her markada daha fazla üretilmeye başlanmasıyla birlikte, makyaj çantama tazelemeyi gerektirmeyecek uzun süre kalıcı rujlar ekledim. Final aşamasında kullandığım makyaj sabitleyici spreyler de kalıcılığı artırmak için oldukça yardımcı oluyor.

Sizce önümüzdeki sezon gelin makyajı nereye evriliyor? Daha minimal mi, yoksa daha cesur bir yöne mi?

Bence bu yıl kuşak farkının da etkisiyle daha minimal ve soft makyajlara yönelim oldu. Önümüzdeki sezon da aynı jenerasyonla birlikte minimal makyaj yaklaşımının devam edeceğini düşünüyorum.

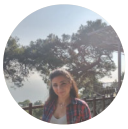
Doğallık ön planda

Makeup Artist Muhammet Sağır'ın değerlendirmelerine göre gelin makyajında doğallık ve kişiye özel uygulamalar önümüzdeki sezon da önemini koruyacak. Işıltılı ciltler, soft tonlar ve minimal dokunuşlar, gelinlerin sade ama etkileyici görünmesine eşlik edecek. ○



TREND

Bu Yazın En Sıcak Trendi: Maksimalist Deniz Kabukları ve Boncuklar



YAZI
Melis Çevik
Genel Yayın Yönetmeni

Bu yaz plaj stili, alışılagelmişin dışına çıkarak deniz kızının ruhunu yansıtan renkli boncuklar ve değerli deniz kabuklarıyla yeniden yorumlanıyor. Maksimalist bir bakış açısıyla güncellenen bu trend, tasarımların merkezine daha büyük ve iddialı deniz kabuklarını yerleştiriyor. Gerçek deniz kabuklarının el işçiliğiyle elbiselere işlendiği yaratıcı tasarımların yanı sıra, sadece kumaş manipülasyonlarıyla oluşturulan iki boyutlu yorumlar da sezonun en ilgi çekici detayları arasında yer alıyor. İstiridyelere eşlik eden daha küçük deniz kabukları ise bazen minimal dokunuşlarla kendini gösterse de, artık çoğunlukla Balmain 2026 İlkbahar-Yaz koleksiyonunda olduğu gibi elbiseleri, kolyeleri ve çantaları baştan sona kaplayan gösterişli kompozisyonlara dönüşüyor. Özellikle bej ve kum tonlarıyla buluşan bu doğal doku, monokroma yakın görünümüne rağmen yoğun yerleşimi sayesinde güçlü ve maksimalist bir etki yaratıyor. Geçmiş sezonlarda daha çok küpe ve kolyelerde karşımıza çıkan bu deniz esintili yaklaşım, aksesuar tasarımında da yeni bir boyuta taşınıyor. Cult Gaia'nın deniz kabuklarıyla bezeli topuklu sandaletleri bunun en çarpıcı örneklerinden biri olurken, plaj estetiğini şehir stiline taşıyan bu romantik ama iddialı tavır, sezonun en dikkat çekici yükselişlerinden biri olarak öne çıkıyor. Bu yaz, deniz kabukları ve boncuklarla dolu bu trendi yakalamaya hazır mısınız? Kendi stilinizi yaratmak ve bu iddialı dokunuşlarla parlamak için şimdiden alışveriş listenizi hazırlayın! •







HABER

VIBEÈ ile Düğüne Haftalar Kala Bakım Takvimi

Düğüne haftalar kala cilt, saç ve vücut bakımını haftalık aşamalara bölen editoryal bir rehber



YAZI
Melis Çevik
Genel Yayın Yönetmeni

Düğün gününe giden süreç, sadece kıyafet ve mekân hazırlığından ibaret değil; cildin, saçın ve vücudun da kendi ritminde bir hazırlığa ihtiyacı var. Doğru ürünü doğru zamanda kullanmak, düğün günü aynanın karşısına geçen gelinin en büyük avantajı oluyor. Vibee'nin kozmetik ve kişisel bakım kategorilerinden derlediğimiz bu takvim, haftalara yayılan bir bakım rutinini adım adım kuruyor.

1. Düğünden 4-6 Hafta Önce (Cilt Yenileme ve Leke Karşıtı Bakım)

Cildin yenilenmesi ve leke/yaşlanma karşıtı bakımların etkisini gösterebilmesi için bu döneme başlanması tavsiye ediliyor.

Cilt tonunu eşitlemek, leke görünümünü azaltmak ve düğün gününe daha aydınlık bir ciltle girmek isteyenler için **Jeuvenile Leke Karşıtı Bakım Seti (3 Step)** bu aşamanın başlangıç noktası. Cilt bariyerini güçlendirmek, gözenekleri sıkılaştırmak ve cilde elastikiyet kazandırmak isteyenler ise **Jeuvenile Bakır Peptid Serum veya Niacinamide Serum** ile rutinlerini destekleyebiliyor.



2. Düğünden 2-3 Hafta Önce (Dolgunlaştırma ve Güneş Koruması)

Cildin nem seviyesini artırmak ve leke oluşumunu engellemek için günlük rutinlerin aksatılmadığı evre bu dönem.

Cildin nem dengesini sağlamak, daha dolgun, sıkı ve canlı bir görünüm elde etmek isteyenler için **FaceLab Kolajen Serum** öne çıkıyor. Özellikle dış çekimler ve günlük hazırlık sürecinde cildi UV ışınlarından korumak ve leke oluşumunu engellemek için ise **Luis Bien Su Bazlı Güneş Kremi** tercih edilebilir.

Bu aşama, "güzellik uykusu" rutininin de devreye girdiği dönem. **VIBEÈ**'in **Beauty Pillow ailesine ait Skin+ Yastık, %100 İpek Yastık Kılıfı ve Göğüs Yastığı,** hem gelinlerin düğün öncesi gece bakımına hem de çeyiz hazırlıklarına doğrudan hitap ediyor – çeyizlerin ve gece bakımının vazgeçilmezi olarak bu döneme dahil edilebilir.

3. Düğüne Son 1-3 Gün Kala (Acil Müdahale ve Dokunuşlar)

Son anlarda ortaya çıkabilecek sürpriz sorunlara hızlı çözümler gereken evre. Strese bağlı aniden çıkan sivilceleri düğün gününe kadar hızla kurutmak ve yatıştırmak için **FaceLab Akne Kurutucu Losyon** bu aşamanın acil çözümü.



4. Düğün Günü (Saç ve Şekillendirme)

Gelin ve damat hazırlığının son dokunuşu bu aşamada tamamlanıyor. Gelin saçı yapılırken veya damat için saçtaki seyrek/açık alanları anında kapatıp dolgun bir görünüm sağlamak isteyenler için **Luis Bien Saç Dolgunlaştırıcı Sprey (Saç Fiberi)** son adımı oluşturuyor.



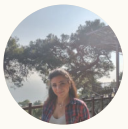
Daha fazla bakım önerisi için Vibee'yi takip edin: **@vibeeturkiye** —



DÜĞÜN SÖYLEŞİSİ

Her Düğün Kendine Özgü Bir Hikâye

Fairmont Quasar Istanbul, 'En İyi Düğün Oteli' ödülünün ardından Director of Sales Seda Topdemir ile düğün konseptlerini, kişiselleştirme imkânlarını ve 2026 trendlerini konuştu



YAZI
Melis Çevik
Genel Yayın Yönetmeni

PR Insider Travel Awards 2026'da "En İyi Düğün Oteli" seçilen Fairmont Quasar Istanbul, şehir merkezindeki konumunu sonsuzluk havuzu, Luna Balo Salonu ve Fairmont Spa'nın sunduğu bütünsel deneyimle birleştiriyor. Otelin düğün planlama sürecini, kişiselleştirme sınırlarını ve 2026 sezonu trendlerini Director of Sales Seda Topdemir ile konuştuk.



PR Insider Travel Awards 2026'da "En İyi Düğün Oteli" seçilmeniz sizin için ne ifade ediyor? Bu ödülü hak ettiğinizi düşündüğünüz en güçlü yönünüz nedir?

"En İyi Düğün Oteli" seçilmek bizim için büyük bir mutluluk ve gurur kaynağı. Bu ödülü yalnızca salonlarımızın ve servisimizin güzelliğinin değil, hayalleri gerçeğe dönüştürmek için çalışan tüm ekibimizin emeğinin bir karşılığı olarak görüyoruz. En güçlü yönümüzün ise her düğünü kendine özgü bir hikâye olarak ele almamız olduğuna inanıyorum. Çiftlerimizi dinliyor, beklentilerini doğru anlıyor ve ilk görüşmeden düğün gününün son anına kadar her detayı aynı özenle yönetiyoruz.

Fairmont Quasar Istanbul'u diğer düğün mekânlarından ayıran, çiftlerin sizi tercih etme sebebi olarak gördüğünüz en önemli detay nedir?

Bizi farklılaştıran en önemli unsur, şehir merkezindeki konumumuzun sağladığı kolaylığı güçlü bir servis hizmeti ile birleştirebilmemiz. Balo salonumuz, bahçeye açılan fuayemiz, sonsuzluk havuzumuz, seçkin gastronomi anlayışımız, Fairmont Spa'mız ve lüks konaklama seçeneklerimiz sayesinde düğünü yalnızca birkaç saatlik bir davet olmaktan çıkarıp bütünsel bir deneyime dönüştürüyoruz. Çiftlerimiz ve misafirleri, hazırlık aşamasından düğün sonrasına kadar Fairmont'un lüks hizmet anlayışını hissedebiliyor.

Luna Balo Salonu'nu ve bahçeye açılan fuayeyi düğün konsepti açısından nasıl tanımlarsınız? Farklı davetli sayılarına göre esneklik sunuyor musunuz?

Luna Balo Salonu'nu modern, zarif ve farklı konseptlere uyarlanabilen güçlü bir kutlama alanı olarak tanımlayabiliriz. 450 kişiye kadar düğünlere ev sahipliği yapabilen salonumuz; dekorasyon, sahne, ışık ve masa düzeni açısından çiftlere geniş bir yaratıcı alan sunuyor. Bahçeye açılan fuaye ise karşılama kokteyli ve nikâh seremonisi arasında geçiş alanı olarak davete ferah ve akıcı bir atmosfer katıyor.

Yaz düğünlerinde sonsuzluk havuzunun deneyime kattığı atmosfer hakkında ne söylemek istersiniz?

Sonsuzluk havuzumuz, yaz düğünlerine İstanbul'un enerjisini taşıyan etkileyici bir fon sunuyor. Gün batımıyla başlayan bir karşılama, havuzun ve ışığın oluşturduğu yansımalarla çok özel bir atmosfere dönüşüyor. Açık havada gerçekleşen kokteyller ve kutlamalar, misafirlere şehrin içinde olduklarını unutturan bir deneyim yaşatıyor. Özellikle doğru aydınlatma, müzik ve dekorasyonla birleştiğinde havuz alanı düğünün en unutulmaz karelerine ev sahipliği yapıyor.

Otelinizdeki düğün planlama sürecini biraz anlatır mısınız? Çiftler ilk keşif randevusunda sizden ne bekleyebilir?

Otelimizde ilk keşif randevumuzda öncelikle çiftimizi ve onların hayal ettiği düğünü tanımaya odaklanıyoruz. Davetli sayısı, düğünün tarzı, menü tercihleri, seremoni planı ve kutlamanın akışı gibi tüm detayları birlikte değerlendiriyoruz. Amacımız, daha ilk görüşmede çiftlerin hayallerindeki kutlamanın Fairmont Quasar Istanbul'da nasıl hayat bulacağını somut olarak görebilmelerini sağlamak.

Menü, dekor, servis takımı gibi kişiselleştirme seçeneklerinde çiftlere ne kadar özgürlük tanıyorsunuz?

Her çiftin hikâyesinin farklı olduğuna inanıyor ve mümkün olan en geniş kişiselleştirme alanını sunuyoruz. Menü; çiftimizin damak zevki, kültürel tercihleri ve davetin konsepti doğrultusunda şeflerimizle birlikte şekillendirilebiliyor. Menü tadımı sırasında tabak sunumundan lezzet dengesine kadar tüm ayrıntıları birlikte değerlendiriyoruz. Dekorasyon, masa düzeni, tekstil seçimleri, çiçekler, ışık ve müzik gibi unsurlar da bu konudaki profesyonel wedding planner firmaları tarafından titizlikle yürütülüyor. Böylece ortaya standart bir düğün paketi değil, çifti gerçekten yansıtan özgün bir kutlama çıkıyor.

Düğün öncesi hazırlık sürecinde Fairmont Spa ve lüks süitlerin çiftlere sunduğu ayrıcalıkları nasıl özetlersiniz?

Düğün günü kadar o güne hazırlanma deneyiminin de özel olması gerektiğine inanıyoruz. Fairmont Spa, çiftlere yoğun hazırlık temposu içinde dinlenebilecekleri ve kendilerine zaman ayırabilecekleri sakin bir alan sunuyor. Bakım ve rahatlama ritüelleri, düğün öncesindeki heyecanın keyifli bir deneyime dönüşmesine yardımcı oluyor. Geniş ve konforlu süitlerimiz ise gelin hazırlığı, fotoğraf çekimleri ve yakınlarla geçirilen özel anlar için zarif bir atmosfer sağlıyor. Böylece kutlama, davetten çok daha önce başlayan bütünsel bir Fairmont deneyimine dönüşüyor.

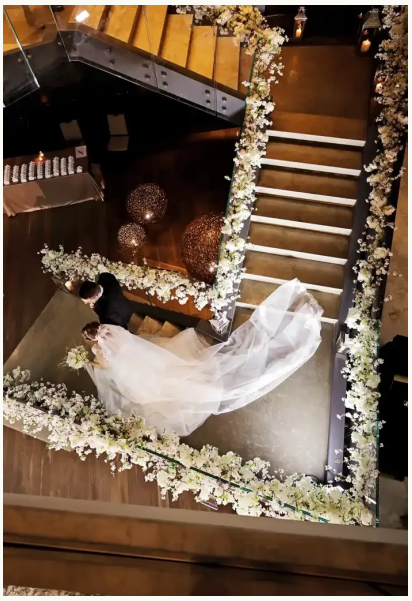
Bunun yanında, düğünlerini Fairmont Quasar Istanbul'da gerçekleştiren çiftlerimize sunduğumuz Fairmont Monte Carlo balayı ayrıcalığı, deneyimimizi çok daha özel kılan detaylardan biri. Çiftlerimizin İstanbul'da başlayan Fairmont hikâyesini, dünyanın en seçkin destinasyonlarından Monte Carlo'da sürdürmelerini sağlıyoruz. Böylece düğün deneyimi yalnızca bir gecelik kutlamayla sınırlı kalmıyor; unutulmaz bir balayı yolculuğuyla devam ediyor.

Sizce mükemmel bir düğünü unutulmaz kılan, çoğu zaman gözden kaçan o "ince detay" nedir?

Bence o ince detay, misafire hissettirilen samimi ilgidir. Dekorasyon, müzik, fotoğraf, menü içeriği ve servis kalitesi elbette çok önemli; ancak bir düğünün gerçek duygusunu, misafirlerin ihtiyaçlarının onlar dile getirmeden fark edilmesi ve gecenin doğal bir akış içinde ilerlemesi oluşturuyor. Doğru anda yapılan bir servis, çiftin yalnız kalabileceği birkaç dakikanın planlanması veya aileden birinin özel ihtiyacının önceden düşünülmesi küçük görünebilir. Fakat misafirlerin yıllar sonra hatırladığı duyguyu çoğu zaman tam da bu görünmeyen ayrıntılar yaratır.

2026 sezonunda düğün trendlerinde neyi öne çıkarıyorsunuz? Hangi konsept veya temalar öne çıkıyor?

2026 sezonunda anlamlı ve kişiselleştirilmiş lüksün öne çıktığını görüyoruz. Çiftler artık yalnızca güzel görünen değil, kendi hikâyelerini anlatan ve misafirlerine farklı duygular yaşatan düğünler istiyor.



Topdemir'in anlattıkları, bir düğünü unutulmaz kılanın büyük jestlerden çok fark edilmeyen ayrıntılarda saklı olduğunu gösteriyor. Fairmont Quasar Istanbul'un hikâyesi, İstanbul'daki kutlamayla sınırlı kalmayıp Monte Carlo'daki balayı deneyimiyle devam ediyor. ○

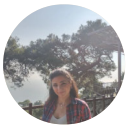
"

Menü, dekor, servis takımı gibi kişiselleştirme seçeneklerinde çiftlere ne kadar özgürlük tanıyorsunuz?



SOKAK MODASI

EZBER BOZAN GELİNLER: SOKAK MODASI PODYUMA SIZDI!



YAZI
Melis Çevik
Genel Yayın Yönetmeni

Gelinlik dediğin o ağır, içinde nefes bile alınmayan, adım atarken insanı zorlayan kalıplardan ibaret olmak zorunda mı? Barselona podyumlarına bakarsak, cevap çok net: Kesinlikle hayır! 2027 gelinleri podyumda adeta özgürlüğünü ilan ediyor. Çünkü sokak modasının o umursamaz, cool ve rahat tavrı bu sezon gelinlik couture işçiliğiyle resmen evlendi.

Podyumları izlerken beni en çok heyecanlandıran şey, o bildiğimiz "**kutsal gelinlik**" algısının nasıl yıkıldığı oldu. Modellerin podyumda yürürken ellerini gelinliklerinin ceplerine sokmasındaki o rahatlık, bomber ceket formunda tasarlanmış ipek üstler ve sokak stilinin vazgeçilmezi olan asimetrik kesimlerin korse şıklığıyla birleşmesi benim favori editoryal detaylarım oldu. Artık karşımızda sadece güzel görünen değil, karakteri olan ve yaşayan kıyafetler var.

Peki, podyumdaki bu avangart duruşu gerçek hayatta nasıl giyeceğiz ve kendi düğünümüze nasıl uyarlayacağız?

Bu trend aslında bize çok önemli bir felsefeyi hatırlatıyor: **Gelinlik**, sadece o nikah masasındaki ilk 10 dakikalık fotoğraflardan ibaret değildir. Yeni nesil gelinlikler; düğünün her anında sizinle birlikte nefes alan, hareket eden ve en önemlisi gecenin ritmine ayak uydurup özgürce dans edebildiğiniz birer yaşam alanına dönüşüyor.

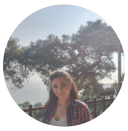
Eğer siz de kuralları yıkmayı seven, düğününde bir kostümün içine sıkışıp kalmak istemeyen modern bir gelinseniz; bu sezon fonksiyonel ceplere, ceket detaylı formlara ve maskülen hatlara mutlaka bir şans verin derim. Unutmayın, en güzel gelinlik, içinde en çok '*kendiniz*' gibi hissettiğiniz gelinliktir. ◆



MODERN GARDIROP

LALINE'den Evlilik Yolculuğuna Modern Bir Gardırop

Dünyada yükselen wedding wardrobe anlayışını kendi tasarım diliyle yorumlayan LALINE, Bride to Be koleksiyonuyla gelinliğe bütüncül bir yorum getiriyor



YAZI
Melis Çevik
Genel Yayın Yönetmeni

Dünyada yükselen wedding wardrobe anlayışını kendi tasarım diliyle yorumlayan **LALINE**, Bride to Be koleksiyonuyla gelinliğe bütüncül bir yorum getiriyor. Koleksiyon, yalnızca düğün gününü değil, evlilik yolculuğundaki kutlanmaya değer her anı rafine, zamansız ve modern tasarımlarla buluşturuyor.





LALINE, Bride to Be koleksiyonuyla evlilik sürecine eşlik eden çağdaş bir gardırop sunuyor. Gelinliği yalnızca düğün gününe ait tek bir kıyafet olarak değil; nikâhtan kutlamalara, yakın çevre davetlerinden düğün sonrası buluşmalara uzanan tüm özel anların doğal bir parçası olarak ele alıyor.

Her tasarım, gelin olmanın ötesinde; kendi stilini kutlamayı seçen kadınlar için tasarlandı

Moda odaklı yaklaşımıyla öne çıkan Bride to Be, klasik gelinlik estetiğinin ötesine geçiyor. Güçlü siluetleri, yalın tavrı ve couture işçiliğiyle, gelin olmanın yanında kendi stilinden ödün vermek istemeyen kadınlara hitap ediyor. Her biri özenle seçilmiş lüks kumaşlar ve üst düzey işçilikle hazırlanan tasarımlar, LALINE'in rafine tasarım anlayışını evlilik yolculuğunun her anına taşıyor.

Bugün evlilik, tek bir güne değil; birbirinden farklı atmosferlere sahip birçok kutlamaya yayılıyor. Nikâh, aile buluşmaları, yakın çevre davetleri, bekârlığa veda kutlamaları, düğün öncesi yemekler, balayı ve hatta yıllar sonra kutlanan evlilik yıldönümleri... Her biri kendine özgü bir ruh taşıyan bu yolculuk, her an için farklı bir stil gerektiriyor. Bride to Be koleksiyonu, tam da bu yeni yaşam ritmini odağına alıyor; modern kadının her kutlamada kendini güçlü, zarif ve özgün hissetmesini sağlayacak bir stil dünyası sunuyor.

Bride to Be koleksiyonu, gelenek ile bugünün yaşam biçimi arasında doğal bir denge kuruyor. Kutlamaların değişen ritmini LALINE'in yalın ama karakter sahibi tasarım diliyle yorumlarken, dönemsel trendlerin ötesine geçen zamansız bir gardırop fikri öneriyor. Böylece her parça, yalnızca bir güne değil, yıllar boyunca değerini koruyacak özel anılara eşlik edecek şekilde tasarlanıyor.

Koleksiyonda yer alan her tasarım, sadeliğin içindeki ihtişamı güçlü silüetlerle yorumluyor. Heykelsi çiçek aplikasyonları, akışkan pelerinler, mimari mini elbiseler, dramatik sırt dekolteleri, yumuşak tül katmanları ve beyazın rafine tonları koleksiyonun karakterini oluşturuyor. Couture işçiliğini modern çizgilerle buluşturan parçalar, gösterişli olmak yerine kalıcı bir etki bırakmayı hedef-

liyor. Her tasarımın merkezinde ise zarafet kadar karakter sahibi bir duruş yer alıyor.

"Wear the Moment" yaklaşımını tasarımlarının merkezine yerleştiren LALINE için tasarım, yalnızca özel bir günün değil; yıllar sonra bile aynı duyguyu hatırlatacak anıların da parçasıdır. Bride to Be koleksiyonu, tam da bu nedenle yalnızca düğün için değil, hayatın en unutulmaz kutlamaları için tasarlandı.





"

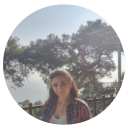
Bride to Be koleksiyonu, gelenek ile bugünün yaşam biçimi arasında doğal bir denge kuruyor.



DÜĞÜN RÖPORTAJI

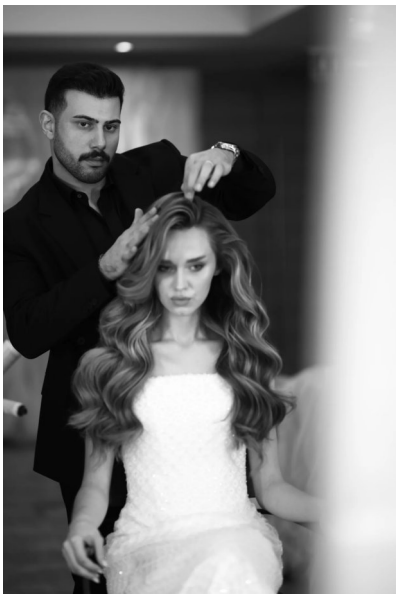
Röportaj: Asla Modası Geçmeyen Gelin Saçı

2027'de gelin saçında trend değil, gelinin karakterine yakışan form önemli. Batuhan Gelişli; doğal hacim, sofistike renk tonları ve 'sabaha kadar bozulmama' formülünü anlattı. Zamansız seçimi ise net: klasik, zarif bir topuz



YAZI
Melis Çevik
Genel Yayın Yönetmeni

Her gelinlik seçimi kadar, gelin saçı da bir hikâye anlatır. 2027 sezonuna yaklaşırken sadeleşen silüetler, transparan detaylar ve fiyonklu dokunuşlarla yeniden şekillenen gelinlik modası, saç trendlerini de doğrudan etkiliyor. Sektörün deneyimli isimlerinden Batuhan Gelişli ile bir araya gelerek yeni sezonun gelin saçı yönelimlerini, renklendirme ve mikro kaynak uygulamalarındaki değişimi, düğün günü saçının “sabaha kadar bozulmama” formülünü ve zamanın hiç eskitemediği o tek modeli konuştuk.



Salonunuzda ağırladığınız modern gelinleri düşündüğünüzde, sizin imza tarzınızı en iyi yansıtan gelin saçı yaklaşımınız nedir?

İmza saçımı kontrollü hacim, temiz bir form ve yumuşak hareket üzerine kuruyorum. Modern ama zamansız görünmesini seviyorum. Benim için saçın tek başına güzel olması yeterli değil; gelinin yüzüne, gelinliğine ve karakterine yakışması gerekiyor. Sanırım imzam da tam olarak bu bütünlük.

Son yıllarda çok popüler olan "çabasız ve doğal" saçlar 2027'de de devam edecek mi? Yoksa yerini daha sıkı ve iddialı topuzlara mı bırakıyor?

Bence devam edecekler ama formları değişecek. Son birkaç yıldır daha kontrollü, belirgin ve kusursuz saçlar çok popülerdi. 2027'de ise aynı zarafetin daha yumuşak, daha hareketli ve daha doğal yorumlarını göreceğiz. Özellikle hacimli saçlar, Hollywood etkisi ve topuzlar devam edecek; ancak daha az "yapılmış", daha dokunulabilir ve gelinin kendi karakterini yansıtan saçlar ön plana çıkacak. Bana göre 2027'nin asıl trendi tek bir saç modeli değil, gelinin kendisine en yakışan saçın yapılması.

2027 gelinlik modasında çok sade hatlar, fiyonklar ve transparan detaylar ön planda. Gelinlikteki bu yeni trendler, saç aksesuarlarını ve duvak seçimlerini nasıl etkileyecek?

Ben aksesuar ve duvağı saça sonradan eklenen detaylar olarak görmüyorum; gelinliğin ve saçın bir parçası olarak değerlendiriyorum. 2027'de de minimal taşlar, inciler ve zarif vintage dokunuşlar öne çıkacak. Benim için önemli olan, aksesuarın saçı gölgelememesi ve duvağın gelinin güzelliğini tamamlaması. Bazen hiçbir aksesuar kullanmamak bile en doğru tercih olabiliyor.

Saç modelini gösteren en önemli şey rengidir. Sizin de uzmanı olduğunuz renklendirme ve mikro kaynak uygulamalarında, 2027 gelinlerini hangi renkler ve tonlar bekliyor?

Bence 2027'de gelin saçlarında renk konusunda daha doğal, parlak ve sofistike tonlar öne çıkacak. Ben özellikle saçın kendi renginden uzaklaşmadan, yüze ışık veren sıcak bejleri, doğal kumralları ve yumuşak geçişleri seviyorum. Mikro kaynakta da aynı yaklaşım benim için geçerli; amaç kaynak belli olmadan saçı daha dolgun, uzun ve hareketli göstermek. Benim için iyi renk ve iyi kaynak, kendini göstermeyen ama gelini daha güzel gösteren uygulamadır.

Düğün günlerinde nem, rüzgâr veya sıcaklık saçın en büyük düşmanı. Bir saçın hem çok doğal görünmesini hem de sabaha kadar bozulmamasını nasıl sağlıyorsunuz? Şifreniz nedir?

Ben gelin saçında sadece saçın sabit kalmasına değil, gün boyunca güzel görünmesine odaklanıyorum. Önce gelinin saçını, yüzünü ve gelinliğini analiz ediyorum; çünkü her saçın ihtiyacı farklı. Saçın doğal hareketini ve zarafetini koruyarak gece boyunca formunu kaybetmemesi benim için çok önemli. Bunun yanında gelinimize gün boyunca eşlik ediyor, ihtiyaç olduğunda saçını tazeliyor ve günün her anında ilk yapıldığı andaki görünümünü korumasını sağlıyoruz.

Sizin gözünüzde zamansızlığını asla kaybetmeyecek, "asla modası geçmez" dediğiniz tek bir gelin saçı modeli hangisidir?

Benim için zamansız gelin saçı kesinlikle klasik, temiz ve zarif bir topuz. Modası geçmeyen şeyin trend değil, gelinin yüzüne ve karakterine yakışan doğru form olduğuna inanıyorum. Yıllar sonra fotoğrafa baktığında hâlâ "ne kadar güzel" dedirtecek saç, benim için gerçek zamansızlıktır.

Gelinlerin saç provasına gelirken yaptığı en büyük hata sizce nedir? Gelin adaylarına altın değerinde tek bir tavsiye verecek olsanız bu ne olurdu?

Gelin adaylarına tek bir tavsiyem olacaksa; provaya mümkünse makyajlı, açık renk veya nötr bir kıyafetle ve gelinliğinin tarzını düşünerek gelmeleri. Böylece saçın bütün görünümle uyumunu çok daha doğru değerlendirebiliriz. En önemlisi de provaya gelirken kafasında kesin bir modelle değil, bize güvenerek gelmesi. Çünkü bazen en güzel saç, gelinin hiç düşünmediği saç oluyor.

Batuhan Gelişli'nin de vurguladığı gibi, 2027'nin gelin saçı anlayışı tek bir trendden çok, gelinin kendi karakterine sadık kalan bir yaklaşımdan besleniyor. Kontrollü hacim, doğal renk geçişleri ve zamana direnen klasik topuz – hepsi aynı fikirde birleşiyor: En güzel saç, en çok "o" görünendir. o

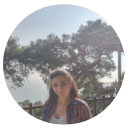
"

Bir saçın hem çok doğal görünmesini hem de sabaha kadar bozulmamasını nasıl sağlıyorsunuz?



MİKROÇİMENTO TASARIMLARI

Cementum Design Studio: Kusurun Estetiği Üzerine Kurulu Bir Atölye



YAZI
Melis Çevik
Genel Yayın Yönetmeni

Bir markanın hikayesi bazen bir kırılma anıyla başlar. Cementum Design Studio için bu an, 26 yıllık tekstil sektörü kariyerinin ardından ellerin yeniden üretimle tanışmasıydı. Kurucu, kurumsal hayattan uzaklaşıp mikroçimentoyla çalışmaya başladığında, malzemenin kendisi bir ifade biçimine dönüştü – pigmentler, dokular ve doğanın kendiliğinden oluşturduğu düzensizlikler, markanın tasarım diline temel oluşturdu.

Bugün henüz bir yaşında olan stüdyonun kimliği net: organik formlar, yalın çizgiler, dokulu yüzeyler. Her parça elle işleniyor ve yüzeydeki küçük farklılıklar saklanmıyor, aksine objenin karakterinin bir parçası olarak bırakılıyor. Marka bunu “az, dokulu, zamansız” sözleriyle özetliyor – hızlı tüketilen trendlerin karşısında konumlanan bir duruş.

Bir Kazadan Doğan Tasarım: Luna Bloom

Koleksiyonun en anlatısal parçası, aynı zamanda markanın felsefesini en net özetleyen de. Luna Bloom’un çıkış noktası, bir kedinin vazoyu devirmesiyle yaşanan küçük bir ev kazası. Buradan doğan soru basit: çiçekler neden hem güvenle sergilenmesin hem de dekorasyonun bir parçası olmasın? Sonuç, mikroçimento kaplamalı, entegre vazo detaylı ve LED aydınlatmalı bir duvar panosu. Fonksiyonel bir ihtiyaçtan tasarım nesnesine geçişin iyi bir örneği.



Aynadan Fazlası: Noah Mirror

Noah Mirror, keskin çizgiler yerine akıcı, organik bir form seçiyor. Çerçevesi mikroçimento kaplama olup elişçiliğiyle her parçayı tek yapıyor. Dokunmatik açma-kapama LED aydınlatması ise pratik bir kullanım katmanı ekliyor – estetik ile işlevin aynı yüzeyde buluştuğu bir tasarım.



Koleksiyonun Geri Kalanı: Sehpalar ve Dresuar

Espoir, Gaia ve Soleil, üç farklı sehpa yorumu sunuyor. Espoir doğadan ilham alan zarif bir çizgiye sahip ve birbirine geçerek bütünleşen bir set oluşturuyor. Gaia, toprağın kıvrımlarından ve taşların zamanla yumuşayan hatlarından beslenen, mobilyadan çok heykelsi bir obje. Soleil ise Yin Yang formundan hareketle, birlikte ya da ayrı kullanılabilen esnek bir tasarım öneriyor.

Tresor Dresser, akışkan hatlarıyla estetiği fonksiyonla buluşturuyor; sadece bir dresuar değil, bulunduğu mekanın odak noktası olmayı hedefleyen bir siluet.



Cementum Design Studio'nun ürünlerinde ortak olan şey, mükemmeliyetten kaçınma isteği. Yüzeydeki her iz, elin geçtiği her yer, tasarımın bir parçası olarak bırakılıyor. Bu da markayı, dekorasyon trendlerinden çok, zamanla birlikte yaşanacak nesneler üretme fikrine yaklaştırıyor.

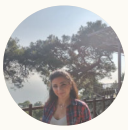
Takip edin: cementumdesignstudio •



HABER

Kalıpların Ötesinde: Aphro'nun Özgür Stil Hikâyesi

Bazı markalar yalnızca bir moda fikrinden değil, insanın kendini ifade etme biçiminden doğar



YAZI
Melis Çevik
Genel Yayın Yönetmeni

Stil, insanın içinden gelen bir hikâyedir

Bazı markalar yalnızca bir moda fikrinden değil, insanın kendini ifade etme biçiminde doğar.

Aphro da kişisel stilin kalıplardan değil, içgüdülerden doğduğuna inanan bir anlayışile şekillenen bir marka.

Aphro'nun dünyasında moda, hazır kuralları takip etmekten çok; farklı parçaları, duyguları ve karakterleri bir araya getirme cesaretidir. Tanıdık olanı beklenmedik bir dokunuşla yeniden yorumlamak, sade bir görünümün içine güçlü bir detay eklemek ve her stile kişisel bir alan açmak markanın temel yaklaşımını oluşturuyor.

Bu anlayışın merkezinde, kişinin kendine aitolanı bulma isteği var. Çünkü stil, yalnızca ne giydiğimizle değil; dünyaya nasıl baktığımızla, kendimizi nasıl taşıdığımızla

ve hangi detaylarda kendimizi gördüğümüz ile ilgili.

"Stil, kendini anlatmanın en kişisel yollarından biridir."

Her görünüm kendi hikâyesini taşır

Aphro'da hiçbir görünüm tek bir anlama bağlı kalmıyor.

Her parça, onu taşıyan kişinin karakteriyle birlikte yeniden yorumlanıyor. Aynı silüet, farklı bir kişide bambaşka bir duyguya; sade bir detay ise bütün görünümün en güçlü ifadesine dönüşebiliyor.

Markanın estetik dünyasında feminen ve maskülen, geçmiş ve bugün, sade ve iddialı unsurlar bir arada var olabiliyor. Birbirine karşıt görünen bu parçalar, bir araya geldiklerinde yeni ve kişisel bir denge yaratıyor.



Aphro için önemli olan kusursuz bir uyumdan çok, kişisel bir iz bırakmak. Bazen; güçlü bir renk, bazen beklenmedik bir aksesuar; her seçim, kişinin kendi hikâyesine açılan yeni bir kapı.

Le Paradoxe du Style

Aphro'nun marka felsefesini anlatan "Le Paradoxe du Style", stilin içinde var olan zıtlıkların uyumuna işaret ediyor. Birbirinden uzak gibi görünen unsurların aynı görünümde buluşması, Aphro'nun özgün dilini oluşturuyor.

Bu paradoks, bir çelişkiden çok özgürlük alanı yaratıyor; gerçek stil, farklılıkların bir arada kendine yer bulabilmesinde saklı.

Aphro'nun tasarımları ve görsel dünyası, bu düşünceden besleniyor.

Her karede, her duruşta ve her detayda kişinin kendine ait bir ifade alanı bulunuyor.

Moda, burada başkalarının beklentilerine cevap vermek için değil, kişinin kendisini daha açık ve daha cesur biçimde anlatabilmesi için var.



Şehrin içinden gelen özgür bir tavır

Aphro'nun görsel dünyası, şehrin ritmiyle birlikte hareket ediyor. Sokakların dokusu, eski yapıların karakteri ve gün ışığının değişen tonları markanın stil anlatısına eşlik ediyor.

Bu atmosfer içinde moda, yapay bir görüntüden uzaklaşıyor. Kıyafetler ve detaylar, hayatın içinden gelen doğal bir tavırla buluşuyor.

Markanın güçlü yanı da burada ortaya çıkıyor: Aphro, tek bir görünüm önermek yerine kişiye kendi görünümünü yaratması için ilham veriyor.

Son dokunuş: Kendine ait olanı seçmek



Aphro'da stil, hazır bir kimlik sunmak değil; kişinin kendi kimliğini görünür kılmasına alan açmak demek.

Bir görünüm, onu taşıyan kişiyle tamamlanıyor. Çünkü stilin gerçek gücü, kıyafetin ya da detayın kendisinden çok, kişinin onu nasıl sahiplendiğinde ortaya çıkıyor.

Ve bazı görünümler vardır; yalnızca güzel görünmez, akılda kalır.

Aphro da tam olarak bunu yapmak için var.

Aphro

Le Paradoxe du Style

Kendine ait olanı bul. Kendin gibi taşı.

Takip edin: aphro.co

"Birbirinden uzak gibi görünen unsurların aynı görünümde buluşması, Aphro'nun özgün dilini oluşturuyor.



EV KARAKTERİ

Yeni Evin İlk Detayları

Yeni evi tamamlayan büyük eşyalar değil, sonradan gelen küçük detaylar.



YAZI
Melis Çevik
Genel Yayın Yönetmeni

Bir ev kurulurken sıralama genelde bellidir. Önce koltuk, önce yatak, önce masa – yani mekânı ayakta tutan büyük parçalar. Asıl kişilikli detaylar ise bu ilk telaş geçtikten sonra, evin "kendine ait" bir hâl almaya başladığı o ikinci aşamada ortaya çıkar. Bir konsolun üzerinde göz alan bir obje, misafire ikram edilen şişenin sunuluş şekli, kapıdan çıkarken anahtarın bırakıldığı o küçük köşe...

Bu detaylar çoğu zaman listede en son akla gelenlerdir. Oysa bir evi ziyaret edenlerin hafızasında kalan da genellikle bunlardır.

Sunumun Kendisi Bir Detaya Dönüştüğünde

Yeni bir eve gelen ilk misafirler için hazırlanan bir şişe, çoğu zaman sıradan bir jesttir – masaya konur, açılır, unutulur. Mictouch'un tasarım yaklaşımı ise bu anı biraz uzatmayı öneriyor: şişeyi taşıyan objenin kendisini de sunumun bir parçası hâline getirerek.

Pegasus Formlu Dekoratif Şişe Standı, mitolojik bir figürü heykelsi bir siluete indirgiyor – kanatları belirgin, duruşu yükselen bir form. Şişe yerleştirildiğinde işlevsel bir sunum parçasına dönüşürken, boş olduğu anlarda da konsolun ya da içecek köşesinin üzerinde tek başına durabiliyor. Yani obje, kullanım dışı kaldığı anlarda "boşta" kalmıyor.



El Formlu Dekoratif Şişe Standı ise aynı fikri farklı bir dilde tekrar ediyor. Yukarı uzanan, şişeyi kavrar gibi duran heykelsi bir el formu; parmakların gerçekçi duruşu ve taş taban, sıradan bir sunumu görsel bir kompozisyona çeviriyor. İkisi de aynı soruyu soruyor aslında: bir obje yalnızca kullanıldığı anda mı var olmalı, yoksa boş kaldığında da bir şey anlatmalı mı?



Kapıdan Girerken Başlayan Karakter

Bir evin kişiliği bazen daha eşikte kendini belli eder. Fil Formlu Dekoratif Anahtarlık Askısı, günün en otomatik alışkanlıklarından birini – anahtarı bırakmak – dekorasyonun bir parçasına dönüştürüyor. Geometrik çizgilerle işlenmiş fil başı, antre ya da giriş duvarında hem heykelsi bir görünüm sunuyor hem de günlük kullanıma hizmet ediyor.

Bu, yeni bir eve taşınırken gözden kaçması kolay ama fark edildiğinde akılda kalan türden bir detay.



Butik Üretimin Getirdiği Fark

Mictouch'un tasarım anlayışının arkasında seri üretime karşı butik bir duruş var: her parçaya tasarımdan üretime kadar tek tek dokunulması, üretim sürecinin bıraktığı küçük dokusal farklılıkların kusur değil karakter olarak görülmesi. Bu yaklaşım, yeni bir evde "herkeste olan" değil, "bize özgü" bir şey arayanlar için anlamlı bir fark yaratıyor.

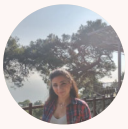
Sonuçta yeni bir evi asıl tamamlayan şey, en pahalı ya da en büyük parça değil; günlük yaşamın içine sessizce yerleşen, zamanla bir anıya dönüşen o küçük dokunuşlar oluyor.

Takip edin: mictouchdesign •



TREND

BONCUKLARLA YAZILAN BİR HİKÂYE: ROSE FLORYA



YAZI
Melis Çevik
Genel Yayın Yönetmeni

Bazı markalar bir iş fikrinden değil, insanın içinden gelen bir hayalden doğar. Rose Florya da tam olarak böyle bir hikâye taşıyor: kurucuları Nehir Köşker ve Melek Köşker'in kendi hayal dünyalarını el emeğiyle somut tasarımlara dönüştürme isteğiyle şekillenmiş bir yolculuk.

Her şey, Nehir'in farklı ve kişiye özel parçalara duyduğu ilgiyle başladı. Kendi çantalarını tasarlamaya ve onları boncuklarla işlemeye başladığında, bunun zamanla bir markaya dönüşeceğini henüz bilmiyordu. Küçük bir fikir, sabırla ve emekle büyüyerek bugün **Rose Florya'**ya dönüştü.

"Her zaman farklı ve kişiye özel parçalar ilgimi çekti. Bir gün kendi çantalarımı tasarlayıp boncuklarla işlemeye başladım. Zamanla bu küçük fikir, benim için çok daha büyük bir hayale dönüştü."

Her tasarım kendi hikâyesini taşıyor



Rose Florya'da hiçbir çanta yalnızca bir aksesuar olarak görülmüyor. Her tasarım tek tek ve büyük bir sabırla hazırlanıyor. Kullanılan boncuklar ise hazır bir kalıba bağlı kalmadan; renkleri, dokuları ve birbirleriyle oluşturdukları uyum dikkate alınarak seçiliyor.

Kimi zaman birbirinden farklı tonlar aynı yüzeyde buluşuyor, kimi zaman ışıltılı boncuklar tasarımın karakterini belirliyor. El işçiliğiyle bir araya gelen bu küçük detaylar, sonunda her biri birbirinden farklı bir çantaya dönüşüyor.

Bu nedenle Rose Florya'nın dünyasında aynı tasarımın bile kendine özgü bir ruhu var.

Nehir için markanın anlamı ise yalnızca çanta tasarlamaktan çok daha fazlası:

"Benim için Rose Florya, sadece bir aksesuar markası değil; el emeğinin, hayal gücünün ve biraz da cesaretin birleşimi."

Tatil bavulunun renkli parçası



Tatil bavulu hazırlanırken seçilen parçalar da biraz daha cesur, renkli ve kişisel olur. Tam da bu nedenle Rose Florya, tatil stiline karakter kazandırmak isteyenler için dikkat çekici bir alternatif sunuyor.

Beyaz ve sade bir elbisenin yanında renkli boncuklarla işlenmiş bir çanta, keten bir kombinle doğal tonlardaki bir tasarım ya da akşam davetinde ışıltısıyla öne çıkan özel bir parça...

Rose Florya çantaları, kombin tamamlayan küçük bir detay olmaktan çıkıp görünümün merkezine yerleşebiliyor.

Nehir'in hayali de aslında tam olarak bunu anlatıyor:

"Bir Rose Florya çantasının bavuldan çıktığında sadece bir çanta değil, kombinin en dikkat çeken parçası olmasını istiyorum."

Belki de Rose Florya'yı özel kılan şey burada saklı. Bir çantanın arkasında yalnızca renkler ve boncuklar değil; bir hayal, saatler süren el emeği ve kişisel bir hikâye bulunuyor.

Ve bazı aksesuarlar vardır; sadece bir kombini tamamlamaz, onu hatırlanır kılar.

Rose Florya da tam olarak bunu yapmak için yola çıktı.

Instagram hesabı: roseflorya.tr





PODYUM RAPORU

Çabasız İhtişam: Podyumların En Yeni Gelinlik Kodları

Yıllardır genç kızların hayali olan o 'klasik prenses' silüetleri ve abartılı taş işçilikleri, yerini çok daha dinamik, entelektüel ve hepsinden önemlisi 'çabasız' bir ihtişama bırakıyor



YAZI
Melis Çevik
Genel Yayın Yönetmeni

Yıllardır genç kızların hayali olan o ‘klasik prenses’ silüetleri ve abartılı taş işçilikleri, yerini çok daha dinamik, entelektüel ve hepsinden önemlisi ‘çabasız’ bir ihtişama bırakıyor. Bugünün gelini, düğün gününde bir kostümün içinde sıkışıp kalmak istemiyor; kendi stilinin en rafine, en lüks versiyonunu podyumların cesur çizgileriyle birleştirmeyi seçiyor. Peki, podyumlardan radarımıza takılan en taze trendler bize ne söylüyor?

Alçak Belin Mimari Yükselişi: Gözlerimizi bu sezon bel hattına çeviriyoruz. 18. yüzyıl saray estetiğini modern bir fütürizmle harmanlayan Basque waist (V kesim bel) ve 90’ların çabasız minimalizmini hatırlatan drop waist (düşük bel) tasarımlar, gelinlik formunu tamamen yeniden tanımlıyor. Bu heykelsi duruş, gelinlere hem asil hem de oldukça modern bir silüet kazandırıyor.

Kedi Kulağı Yakalarla Editoryal Bir Tavır: *“Klasik straplez yakaların monotonluğu, göğüs dekoltesinde keskin ve kavisli*

yukarı çıkışlar yapan 'kedi kulağı' (cat-eye) kesimlerle kırılıyor. Adeta bir sanat eseri gibi duran bu yaka tipi, iddialı bir gerdanlık ya da abartılı küpelerle birleştiğinde tam anlamıyla podyumları aratmıyor."

Akıllı Lüks: Dönüştürülebilir Parçalar: "Tek bir gecede tek bir elbise mi? Bu fikir artık çok geride kaldı. Seremonide ihtişamlı bir pelerin veya upuzun bir dış etekle yürüyen gelinler, after-party saatinde bu parçaları çıkararak balon etekli çılgın bir mini elbiseyle gecenin ritmine ayak uyduruyor. Fonksiyonellik, lüks tasarımla hiç bu kadar tarz sahibi hissettirmemişti."

Özetle; beyazın tektonik formlarla, kumaş kalitesinin ise kusursuz terzilikle konuştuğu bir dönemdeyiz. Eğer yakın zamanda evlenmeyi planlıyorsanız ya da sadece modanın bu büyüleyici dönüşümünü izlemekten keyif alıyorsanız, bu sezon kuralları yıkmaktan ve kendiniz olmaktan korkmayın. Çünkü yeni lüks; tamamen sizin konforunuz ve özgünlüğünüzle ilgili. •

"

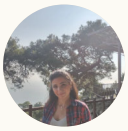
Fonksiyonellik, lüks tasarımla hiç bu kadar tarz sahibi hissettirmemişti.



RÖPORTAJ

LALINE: Kalıpların Ötesinde Bir Gelin Gardırobu — Kurucusu Çiğdem Üçlertoprağı ile Röportaj

LALINE kurucusu Çiğdem Üçlertoprağı ile söyleşi: %100 kadın girişimi olmanın verdiği güç, gelinliği tek günden çıkarıp bütün bir gardıropa dönüştüren vizyon, sürdürülebilir üretim ve İstanbul'un ilhamı. "Önce kadın görülmeli, sonra elbise."



YAZI
Melis Çevik
Genel Yayın Yönetmeni

Kendini “%100 kadın girişimi” olarak tanımlayan LALINE, gelinliği tek bir günün ve tek bir elbisenin hikâyesi olmaktan çıkarıp, nikâhtan balayına uzanan bütün bir gelin gardırobu fikrine dönüştürüyor. Güçlü silüetler, couture işçilik ve zamana direnen bir tasarım dili üzerine kurulu marka, sürdürülebilirliği de üretimin merkezine alıyor. Biz de markanın kurucusu Çiğdem Üçlertoprağı ile bir araya gelerek LALINE’in kadın kimliğinden İstanbul’dan aldığı ilhama, gelinlikte “güç ile zarafetin buluştuğu an”a kadar pek çok konuyu konuştuk.



1. LALINE’i “%100 kadın girişimi” olarak tanımlıyorsunuz – bu kimlik, tasa-

rım sürecinizi ve marka kararlarınızı nasıl şekillendiriyor?

Kadınlardan çok besleniyorum. Güçlerinden, başarılarından, hayatın farklı alanlarını aynı anda büyük bir beceriyle yönetebilmelerinden, tüm bunların içinde zarafetle var olabilmelerinden ve belki de yalnızca kadınlara özgü o neşeden... Kadın olmanın kendine özgü, çok katmanlı ve inceliklerle dolu bir tarafı olduğuna inanıyorum.

LALINE bu kadınlardan doğuyor aslında. Tasarımlarımızdaki güçlü silüetlerin, feminen detayların, cesur renklerin ve çiçeklerin arkasında bu çok katmanlı kadın dünyasından izler var.

Bu nedenle LALINE'in %100 kadın girişimi olması benim için yalnızca bir tanım ya da sahiplik yapısından ibaret değil. Markanın merkezinde de kadınlar ve hikâyeleri var. Başarılarına, kutlamalarına, hayatlarının özel anlarına eşlik edebilmek; kendilerini güzel, güçlü ve kendileri gibi hissettikleri anların bir parçası olmak benim için kıymetli.

Çünkü bazen bir elbise yalnızca bir elbise olarak kalmıyor; bir düğünün, bir kutlamanın, unutulmaz bir gecenin ve yıllar sonra hatırlanacak bir hikâyenin parçasına dönüşüyor. LALINE'in de kadınların bu güzel hikâyelerinde kendine bir yer bulmasını istiyorum.

2. "Kalıplara sığmayan kadınlar için, kalıpların ötesine geçen koleksiyonlar" diyorsunuz. Bir gelin için bu ne anlama geliyor – klasik gelinlik algısından nasıl ayrışıyorsunuz?

Bugün bir gelinin hikâyesi artık yalnızca düğün gününden ve tek bir elbiseden ibaret değil. Nikâhtan aile evinden ayrılışa, düğün öncesi kutlamalardan after party'ye, hatta balayına uzanan; her birinin farklı bir ruhu olan, bir kadının hayatındaki en özel ve en çok anı barındıran yolculuklardan birinden söz ediyoruz.

Biz de LALINE'de gelinliği tek başına bir kategori olarak görmekten çok, bu yolculuğun etrafında oluşan bir gelin gardırobu fikrini seviyoruz. Klasik gelinlik kodlarını tekrar etmek yerine beyazı LALINE'in kendi tasarım diliyle; güçlü silüetler, modern oranlar, couture detaylar ve zaman zaman daha beklenmedik parçalarla yorumluyoruz.

Çünkü bugünün gelininin tek bir kalıba girmek istediğini düşünmüyorum. Kimi çok sade, kimi iddialı, kimi romantik, kimi daha cool... Hatta aynı kadın, bu farklı anların her birinde başka bir tarafını göstermek isteyebilir.

Bizim için önemli olan "Bir gelin nasıl görünmeli?" sorusuna cevap vermek değil; her kadının kendi cevabını bulabileceği seçenekler yaratmak.



3. Sürdürülebilirliği bir sorumluluk olarak görüyorsunuz. Gelinlik/abiye üretiminde sorumlu materyal ve etik üretim süreçlerini nasıl uyguluyorsunuz?

Sürdürülebilirliği üretimin bütününe yayılan bir sorumluluk olarak görüyoruz. Kullandığımız materyalden üretim biçimine, adet planlamasından bir tasarımın ne kadar uzun süre kullanılabildiğine kadar her aşama bu yaklaşımın bir parçası.

> *“Ben iyi tasarımın zamansız olmaya çalışmaktan çok, zamanın karşısında değerini koruması gerektiğine inanıyorum.*

Koleksiyonlarımızda doğal ve ekolojik elyaflara, nitelikli kumaşlara ve uzun ömürlü işçiliğe mümkün olduğunca öncelik veriyoruz. Üretimimizi Türkiye’de, yakın çalıştığımız atölyelerle ve kontrollü adetlerde gerçekleştiriyoruz. Bu da üretimin her aşamasını yakından takip edebilmemizi ve gereksiz üretimden kaçınmamızı sağlıyor.

Özel gün giyiminde ise bence en önemli konulardan biri, büyük bir emek ve işçilikle üretilmiş bir parçanın tek bir geceye ait olmaması. Bu nedenle bazı tasarımlarımızda çıkarılabilir veya farklı biçimlerde kullanılabilir detaylara yer veriyoruz; parçaların başka davetlerde yeniden yorumlanabilmesini önemsiyoruz.

Bizim için daha sorumlu bir moda anlayışı, daha az ama daha iyi üretmek; iyi yapılmış, uzun yıllar değerini koruyan ve yeniden giyilmek istenen parçalar yaratmakla başlıyor.



4. “Yıllar boyu güvenle taşınacak zamansız parçalar” vurgunuz var – bir gelinlik tasarlarken zamansızlığı nasıl inşa ediyorsunuz, hangi detaylar bunu sağlıyor?

“Zamansız” moda dünyasında çok kullanılan bir kelime. Ben iyi tasarımın zamansız olmaya çalışmaktan çok, zamanın karşısında değerini koruması gerektiğine inanıyorum.

Bunu da öncelikle doğru oranlar, güçlü bir silüet, nitelikli kumaş ve kusursuz bir kalıpla kuruyoruz. Özellikle gelinlikte elbisenin bedeni nasıl taşıdığı, hareket ettiğinde nasıl davrandığı ve detayların tasarımla kurduğu denge benim için çok önemli.

LALINE’de couture işçiliğini yalnızca gösterişli bir etki yaratmak için kullanmıyoruz. İç korseler, balenler, beden konstrüksiyonu ve elde uygulanan detayların bir kısmı ilk bakışta görünmese bile elbisenin duruşunu ve kadının onun içindeki hissini tamamen değiştiriyor.

Benim için iyi bir gelinlik, yıllar sonra fotoğraflarına bakıldığında öncelikle ait olduğu dönemin trendlerini değil, o kadını ve o günün duygusunu hatırlatan tasarımdır.

5. İstanbul’un yaratıcı enerjisinden ilham aldığınızı söylüyorsunuz. Bu şehir, koleksiyonlarınıza somut olarak nasıl yansıyor?

İstanbul’un LALINE’e etkisini belirli motiflerde ya da doğrudan görsel referanslarda aramıyorum. Benim için daha çok şehrin enerjisinde ve yaşam biçiminde karşılığını buluyor.

İstanbul çok katmanlı, hareketli ve kontrastlarla yaşayan bir şehir. Bir günün içinde bile farklı dünyalar arasında geçiş yapabiliyorsunuz. Bu hareketlilik bizim tasarıma bakışımızı da etkiliyor.

Bu nedenle LALINE gardırobunu birbirinden kesin çizgilerle ayrılmış kategoriler olarak düşünmüyoruz. Bir parçanın farklı ortamlara adapte olabilmesini, styling ile başka bir karakter kazanmasını; güçlü olanla

zarif olanı, sade olanla daha cesur bir detayı bir arada kullanmayı seviyoruz.

İstanbul'un LALINE'e verdiği şey belki de tam olarak bu: hareket, kontrast ve farklı hayatların aynı gardıropta buluşabilmesi.

6. Gelinlik özelinde, bir kadının "gücünün zarafetle buluştuğu" anı tasarımda nasıl yakalıyorsunuz?

Ben güç ile zarafeti birbirinin karşıtı olarak görmüyorum. Hatta LALINE'in tasarım dili tam olarak bu ikisinin aynı anda var olabileceği fikrinden doğuyor.

Bir kadın çok feminen bir elbisenin içinde son derece güçlü görünebilir. Bunu belirleyen şey çoğu zaman dekolte ya da süsleme değil; silüetin karakteri, tasarımdaki oran ve denge, kumaşın hareketi ve elbisenin kadına verdiği güven.

Gelinlikte tasarımın kadının önüne geçmemesi gerektiğine inanıyorum. Önce kadın görülmeli, sonra elbise.

Benim için en başarılı gelinlik, bir kadını başka birine dönüştüren değil; hayatının en özel günlerinden birinde kendisinin en güzel, en özgüvenli hâli gibi hissettiren tasarım.

7. Markanızın gelecek vizyonunda gelinlik/özel gün kategorisi nasıl bir yer tutuyor?

Özel günler LALINE'in dünyasının en güçlü parçalarından biri ve gelecekte de öyle olmaya devam edecek. Çünkü markayı kurarken çıkış noktamız, kadınların hayatındaki güzel ve hatırlanmaya değer anlara eşlik edebilmekti.

Bugün LALINE koleksiyonunda özel bir geceden gündüz davetine, şehir hayatından yaz akşamlarına ve tatile kadar kadının farklı anlarında kendine göre bir tasarım bulabileceği geniş bir dünya var. Biz LALINE'i başından beri tek bir kategoriye ait bir marka olarak değil, hayatın farklı anlarına eşlik eden bütünlüklü bir gardırop olarak kurguladık.

Gelinlik ve Bride to Be dünyası da bunun çok özel bir parçası. Önümüzdeki dönemde bu alanı yalnızca düğün günüyle sınırlamadan; nikâhtan düğün öncesi ve sonrası kutlamalara, destination wedding'lerden balayına uzanan daha bütünlüklü bir seçki olarak geliştirmeye devam edeceğiz.

Gelecekte hedefimiz, LALINE'i tek bir kategoriyle değil, kendine özgü tasarım dili ve yarattığı bütünlüklü gardıropla tanınan bir marka olarak güçlendirmek ve bu dünyayı uluslararası ölçekte daha fazla kadınla buluşturmak.



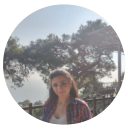
LALINE'i Instagram'da @laline.world üzerinden takip edebilirsiniz. ◆



DOĞAL DOKULAR

Yeni Bir Hayat, Yeni Bir Ev

Evlilik hazırlıkları çoğu zaman düğün günü etrafında şekillenir, ama hikâyenin en özel bölümlerinden biri aslında sonrasında başlar: birlikte yaşanacak ilk evi kurmak



YAZI
Melis Çevik
Genel Yayın Yönetmeni

Evlilik hazırlıkları çoğu zaman düğün günü etrafında şekillenir, ama hikâyenin en özel bölümlerinden biri aslında sonrasında başlar: birlikte yaşanacak ilk evi kurmak.

Yeni bir ev, seçilen mobilyalardan çok daha fazlasını anlatır. Akşam sofralarının ışığı, salonun sıcaklığı, yatak odasının dinginliği, günlük hayatın içinde düzeni sağlayan küçük detaylar –zamanla bunlar bir araya gelerek evin kendine özgü karakterini oluşturur. Rattan, keten ve ahşap gibi doğal malzemeler bu karakterin en çok tekrar eden bileşenlerinden biri; hem zamansız hemde farklı dekorasyon dillerine uyum sağlayabildikleri için yeni ev kuranların ilk tercihleri arasında yer alıyorlar.



Rattan sehpalar, Mikonos'ta bir deniz manzaralı oturma alanında.

Evin Atmosferini Belirleyen Işık

Yeni bir ev dekore edilirken koltuklar, masa ve tekstiller kadar önemli ama sık sık ikinci plana atılan bir detay var: aydınlatma. Oysa doğru seçilmiş bir avize, mekânın yalnızca ışığını değil,bütün hissini değiştirebiliyor.Rattan avizeler bunun somut bir örneği. Yemek masasının üzerinde, salonun merkezinde ya da yatak odasında kullanıldıklarında, gündüz doğal dokularıyla dekorasyonun bir parçasına dönüşürken akşamları sıcak ve davetkâr bir atmosfer yaratıyorlar. Ahşap, keten, taş ve nötr tonlarla kolaylıkla bir araya gelebilmeleri, yeni bir ev için yapılan seçimlerin yıllar içinde de yaşamaya devam etmesine olanak tanıyor.



Kabuk formunda örülmüş rattan sarkıt avize, yemek masası üzerinde.

Yeni Evin En Büyük İhtiyaçlarından Biri: Düzen

Bir evi güzel göstermek kadar, günlük hayatın içinde düzenli ve yaşanabilir tutabilmek de önemli.Tam da bu noktada rattan organizer sepetler, depolama ihtiyacını dekorasyonun doğal bir parçasına dönüştürüyor.

Organizer sepetler; salondaki battaniye ve dergilerden yatak odasındaki günlük eşyalara, çocuk odasındaki oyuncaklara kadar evin farklı alanlarında kullanılabiliyor. Böylece görünmesini istemediğimiz plastik kutular yerine, işlevi kadar görünümüyle de dekorasyona katkı sağlayan bir obje tercih edilmiş oluyor. Doğal örgüsü sayesinde tek başına dahi dekoratif bir obje gibi konumlandırılabiliyorlar – koltuğun yanında, konsolun yakınında ya da antrede.

Özellikle yeni ev kurarken, her eşyanın yeri henüz tam belirlenmemişken, bu tür çok amaçlı parçalar günlük hayatı kolaylaştırıyor. Bugün salonda battaniye toplamak için kullanılan bir sepet, yarın yatak odasında ya da ilerleyen yıllarda çocuk odasında farklı bir işlev üstlenebiliyor.Ev değiştikçe, hayat değiştikçe kullanım alanı da değişiyor.



Atmosfer ve Düzen Aynı Evde Buluşuyor

Avize ve organizer arasındaki ortak nokta doğal doku. Tavandaki rattan bir avize ile yaşam alanındaki rattan bir organizerin birebir aynı koleksiyondan olması gerekmiyor; aynı malzeme dilinin farklı noktalarda tekrarlanması, evin tamamında daha sıcak ve bütünlüklü bir atmosfer yaratmaya yetiyor. Bu da yeni ev kurarken her ürünü tek bir koleksiyondan seçmek yerine, zaman içinde birbirini tamamlayan parçalarla kişisel bir dekorasyon dili oluşturmayı mümkün kılıyor.

Yeni Bir Evi "Sizin Eviniz" Yapan Detaylar

Yeni bir hayat kurarken en güzel ev, her şeyin kusursuz biçimde eşleştiği ev olmak zorunda değil. Asıl farkı; günlük hayatın içinde kullanılacak, yıllar sonra da sevilecek ve zamanla anıların bir parçasına dönüşecek seçimler yaratıyor. Birlikte hazırlanan ilk sofraların üzerinde yanan bir avize, salonun köşesinde battaniyeleri toplayan bir organizer – sonra değişen odalar, yeni eşyalar, evin içinde biriken yeni anılar.

Rattan altlıklarla hazırlanmış bir akşam sofrası.



JOU JOU HOME'un rattan koleksiyonu, tam olarak bu türden bir kalıcılık vaat ediyor: bugün seçilen bir parçanın, yıllar sonra da evin bir köşesinde yerini koruması.

Gelinlik.org Okuyucularına Özel JOU JOU HOME'dan 2 adet ve üzeri ürün alışverişinizde **%20 indirim. Kod: GELINLIK20**

Toplam 50 kullanımla sınırlıdır. Süre sınırı yoktur.

Takip edin: joujou.home •

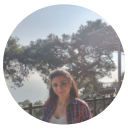
"

Böylece görünmesini istemediğimiz plastik kutular yerine, işlevi kadar görünümüyle de dekorasyona katkı sağlayan bir obje tercih edilmiş oluyor.



ÇANTA REHBERİ

YAZ BİTER, DÜZEN BAŞLAR: VELORAWORK'UN ÇALIŞMA ÇANTASI



YAZI
Melis Çevik
Genel Yayın Yönetmeni

Yazın sonu, aslında bir uyum meselesi. Deniz kenarındaki yavaş günlerden şehrin hızına geri dönmek, sandığımızdan daha fazla dikkat istiyor. Trafik yeniden başlıyor, ajanda doluyor, toplantılar üst üste biniyor – ve bu geçişte en çok kaybolan şey, günün ilk saatlerindeki o net zihin oluyor.

Şehre adapte olmak aslında bir eşyayı yeniden düzenlemekle başlıyor gibi. Yazın rahatlığında dağınık kalabilen çanta, artık gün içinde ihtiyaç duyulan her şeyin anında bulunabildiği bir düzene dönüşmek zorunda. Aksi halde kaybolan birkaç dakika, güne dikkatinizi toplayarak başlamak yerine bir şeyler ararken başlamanıza neden oluyor.



Velorawork'un bordo çalışma çantası, tam bu ihtiyacın üzerine kurulu bir öneri sunuyor. Çoğu laptop çantası aynı sorunu çözer: bilgisayarı bir yerden bir yere taşımak. Velorawork ise farklı bir soruyla yola çıkmış – çanta neden yalnızca taşısın, neden düzenlemesin?

Markanın çıkış noktası da aslında bu türden bir günlük sıkıntı: fikir, Velorawork ekibinde yer alan İç Mimarlık 2. sınıf öğrencisi Yağmur'un kendi ihtiyacından doğmuş. Bilgisayar, çizim araçları, kalemler, cetveller ve dosyalar gün boyu aynı anda taşınması

gereken parçalar; piyasadaki klasik laptop çantaları bu çeşitliliğe cevap vermiyor, her şey aynı bölmede birikip birbirine karışıyor, küçük parçalar kayboluyor. Velorawork ekibi bunun yalnızca kendi sorunu olmadığını, laptop taşıyan hemen herkesin yaşadığı bir sıkıntı olduğunu fark edince ürün fikri şekillenmiş.

Tasarımın merkezinde açılış mekaniği var. Çanta açıldığında iki kanat simetrik olarak yana açılıyor ve her bölme -kalemler, cetvel, dosyalar, günlük eşyalar- kendi yerinde görünür hale geliyor. Marka bu geçişi "yaklaşık 5 saniye" olarak tanımlıyor; klasik bir laptop çantasından kişisel bir çalışma yüzeyine dönüşüm iddiası burada yatıyor. Görsellerde bu düzen net: kalemler ve dosyalar için ayrılmış şeritler, laptopu sabitleyen çapraz bantlar, küçük fermuarlı bölmeler.

Bu köken hikâyesi, çantanın bugünkü tasarımında hâlâ hissediliyor. Zarif altın detaylar ve kadife dokulu bordo yüzeyiyle göze ilk anda estetik bir parça gibi görünse de, asıl işlevi arka planda çalışıyor: geniş ve bölmeli iç hacmiyle günün başında elinize ne alacağınızı düşünmenize gerek bırakmıyor. Ofis, kafe, seyahat – mekân değişse de mantık aynı kalıyor, her şeyin sabit bir yeri var.

Çantayı açtığınızda bu düzen daha da somutlaşıyor. Laptop, kalemler, dosyalar ve küçük günlük eşyalar için ayrılmış bölmeler, hiçbir şeyin birbirine karışmasına izin vermiyor. Sabah çıkarken telaşla çantayı karıştırmak yerine, her parçanın nerede olduğunu bilerek kapıdan çıkmak – küçük ama günü etkileyen bir fark.

Dikkat dağınıklığı çoğu zaman büyük şeylerden değil, bu tür küçük sürtünmelerden birikiyor. Bulunamayan bir kalem, karışan bir dosya, çantanın dibinde kaybolan bir şarj kablosu – hepsi tek başına önemsiz ama üst üste geldiğinde günün akışını bozan detaylar. Velorawork'un koleksiyonu bu noktada tek bir modelle sınırlı değil: daha kompakt bir günlük kullanım isteyenler için düz bordo model, daha yoğun bir gün için ön yüzeyi dokulu ikinci bir seçenek sunuyor. İkisi de aynı altın zincir detayları ve VW logosuyla imzalanmış.

Bu adaptasyon ihtiyacı yalnızca ofis hayatına özgü değil. Düğün hazırlığı içindeki bir gelin için de aslında çok tanıdık bir sahne: davetiye taslakları, mekân ve tedarikçi görüşmeleri, çeyiz listeleri bir yanda, iş hayatının kendi akışı diğer yanda. Sonbaharda şehre dönüşle birlikte bu iki gündem aynı güne, çoğu zaman aynı çantaya sığmak zorunda kalıyor. Zihnin bu kadar çok yöne dağıldığı bir dönemde "her şeyin bir yeri var" hissi veren bir çanta, sadece pratik değil, biraz da nefes aldırıcı bir detay haline geliyor. Omuzda taşındığında günlük bir kombine kolayca oturması da cabası.



Şehre dönüş belki de tam olarak bundan ibaret: yazın verdiği rahatlığı bırakmadan, günün temposuna yeniden ayak uydurmak. Bir öğrencinin kendi ihtiyacından doğan bu fikir bugün ofis masasından düğün hazırlığına, kafedeki bir toplantıdan seyahate kadar farklı gündemlerin ortak paydası oluyor: Velorawork'un bordo çalışma çantası, dikkatinizi dağıtan küçük şeyleri ortadan kaldıran sessiz ama işlevsel bir detay olarak öne çıkıyor.

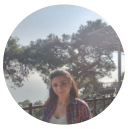
Takip edin Instagram : velorawoorks
Takip edin Tiktok: @veloraworkss —



TREND

Yeni Evin İlk Dokunuşu: Sofrada Malzeme, Salonda Form

İlk evi kurarken büyük mobilya kararlarından önce gelen, ama çoğu zaman gözden kaçan bir katman var: sofraya, yere, köşeye eklenen küçük dokunuşlar



YAZI
Melis Çevik
Genel Yayın Yönetmeni

İlk evi kurarken büyük mobilya kararlarından önce gelen, ama çoğu zaman gözden kaçan bir katman var: sofraya, yere, köşeye eklenen küçük dokunuşlar. ŞAHHOME'un runner ve kilim koleksiyonuna bu gözle baktık.

Bir evi "yuva" yapan şey genellikle en büyük eşyalar değildir. Sofraya serilen bir runner, salonun ortasına konan yuvarlak bir kilim – bu küçük detaylar, mekânı kullanan kişinin zevkini ve alışkanlıklarını çoğu zaman büyük mobilyalardan daha net anlatır. Yeni bir eve taşınırken ya da mevcut bir düzeni yenilerken bu detaylar genelde son sıraya bırakılır; oysa en düşük riskle en hızlı değişikliği sağlayan katman tam olarak burasıdır.

ŞAHHOME, ürünlerini "dekorasyon parçası" değil, evin hikâyesine dahil olan detaylar olarak konumlandırıyor. Ev tekstili markalarında sık duyulan bir söylem bu – ama koleksiyona bakıldığında iddia havada kalmıyor: geleneksel dokuma tekniklerinden beslenen, modern iç mekânlara göre sadeleştirilmiş tutarlı bir çizgi var.

Runner: Malzemenin İşi

Oval runner, 35 × 100 cm ölçülerinde ve %100 polip ipten üretiliyor. Buradaki fark tasarımdan çok malzemeden geliyor: polip ip, klasik dokuma runner'ların sert, biraz mesafeli duruşunun aksine daha yumuşak ve gündelik bir doku veriyor. Oval kesim bunu tamamlıyor –tt554 dikdörtgen bir runner'ın sofraya getirdiği geometrik sertliği kırıyor, özellikle yuvarlak masalarda. Sonuç, "özenle seçilmiş" değil "her gün kullanılan" hissi veren bir sofra ürünü; kolay temizlenebilir yapısı da bunu destekliyor.



Kilim: Formun İşi

Yuvarlak polip ip kilimde ise fark malzemeden değil, formdan geliyor. Malzeme runner'la aynı; ama 100, 120, 150 cm seçenekleriyle sunulan yuvarlak kesim, çoğu oturma odasının hâkim geometrisine – koltuk, sehpa, halı, hepsi dik açılı – bilinçli bir karşı duruş sergiliyor. Siyah tonu nötr tutularak bu işlevi öne çıkarıyor: renk bir tercih değil, formun dikkat çekmesi için bir arka plan. Leke tutmaz yapısı salon ve antre gibi yoğun alanlarda pratik bir gerekçe sunsa da, ürünün asıl işi bir odada mobilya düzenine göre görünmez kalabilecek bir köşeyi görünür kılmak.



Neden Önemli

İki üründeki fark aslında bir tercih hakkında bir şey söylüyor: aynı malzemeyi kullanan bir marka, bir üründe malzemeye, diğerinde forma öncelik veriyor. Bu, ev tekstilinde nadir görülen bir tutarlılık – ürün gamının tamamı aynı "sade ama düşünülmüş" iddiasını farklı yollardan taşıyor. Yeni kurulan bir evde büyük mobilya kararlarından önce test edilecek bir katman arıyorsanız, bu tür bir tutarlılık, tek tük "güzel" parçalardan daha güvenilir bir işaret.

Takip edin: sahhome.official •

"

Sonuç, "özenle seçilmiş" değil "her gün kullanılan" hissi veren bir sofra ürünü; kolay temizlenebilir yapısı da bunu destekliyor.

Zarafetin İnce İşçiliği: Hayal Gelin Aksesuar ve Gelin Modasında Sosyal Medya Rüzgarı

Bir gelinin en özel gününde büyüleyici görünmesini sağlayan ana unsur gelinlik olsa da, o görünümü tamamlayan ve ruha dokunan asıl detay şüphesiz ki aksesuarlardır



YAZI
Tahir Dinç
Moda Yazarı

Son yıllarda gelin aksesuarı sektörü, fabrikasyon üretimlerden sıyrılarak kişiye özel tasarımlara ve el işçiliğinin benzersiz zarafetine doğru güçlü bir dönüşüm yaşıyor. Bu dönüşümün ve ilham veren tasarımların en canlı örneklerinden birini ise dijital dünyada Hayal Gelin Aksesuar (@hayal.gelin.aksesuar) sunuyor.

Hayalden Gerçeğe: **Bir Gelin Aksesuarı Nasıl Doğar?**

Gelinlerin en çok zorlandığı konulardan biri, hayallerindeki saç aksesuarını, tacı veya duvağı tam olarak bulabilmektir. Hayal Gelin Aksesuar, ismiyle müsemma bir anlayışla gelinlerin bu hayallerini somut birer sanat eserine dönüştürüyor.

Aksesuar tasarımı ve yapımı; sadece boncuk ve tellerin bir araya getirilmesinden ibaret değildir. Süreç, gelin adayıyla kurulan samimi bir iletişimle başlar:

Gelinlik ve Tarz Analizi: Gelinliğin kumaşı, yaka kesimi, düğün mekanı ve gelinin saç modeli detaylıca incelenir.

Kişiselleştirilmiş Tasarım: İnci detaylar, kristal ışıltıları, el yapımı kumaş çiçekler veya vintage dokunuşlar gelinin tarzına göre harmanlanır.

İnce İşçilik ve El Emeği: Her bir taşın, kristalin ve incinin tel üzerine sabırla ve hassasiyetle dizilmesiyle aksesuar şekillenir. Saatler süren bu el emeği, ortaya tek ve benzersiz bir parça çıkarır.

Sosyal Medyada İlham Veren Bir Vitrin

Sosyal medya, özellikle Instagram, gelin adaylarının düğün konseptlerini belirlerken ilk başvurduğu ilham kaynağı haline geldi. @hayal.gelin.aksesuar hesabı da yalnızca bir ürün sergileme alanı değil, aynı zamanda gelin adayları için tam anlamıyla bir ilham rehberi işlevi görüyor.

Sayfada yer alan yüksek kaliteli görseller, detay çekimleri ve tasarımın yapım aşamasını gösteren samimi Reels videoları; gelinlerin alışveriş yaparken hissettiği kararsızlığı ortadan kaldırıyor. Aksesuarın saçta nasıl durduğu, farklı ışıklar altındaki parıltısı ve gelinliklerle yakaladığı uyum estetik bir dille gözler önüne seriliyor.

Doğru Aksesuar Seçimi İçin İpuçları

Gelinlik Dergisi okurları ve gelin adayları çok iyi bilir doğru aksesuarı seçmek kritik bir adımdır:

Görkemli Gelinliklere Yalın Dokunuşlar: Çok hareketli ve yoğun işlemli gelinliklerde daha zarif, minimal taçlar veya incili tokalar tercih edilmelidir.

Sade ve Helen Tarza Işıltılı Dokunuşlar: Düz ve sade gelinliklerde ise el yapımı kristal

taçlar veya gösterişli saç tarakları gelinliğin yıldızını parlatır.

Konsept Uyum: Kır düğünleri için el yapımı çiçekli ve incili aksesuarlar ideal iken, salon düğünlerinde kristal kesim taçlar öne çıkar.

Gelin aksesuarı, düğün gününden sonra bile bir anı olarak saklanan, nesilden nesile aktarılabilecek özel bir hatıradır. Hayal Gelin Aksesuar, el emeğinin değerini sosyal medyanın gücüyle birleştirerek gelinlerin en özel anlarına zarafet katmaya devam ediyor. Düğün hazırlığındaki tüm gelin adaylarının bu ince işçiliğe ve estetik dünyaya göz atmasını tavsiye ediyoruz.

Instagram : @Hayal.Gelin.Aksesur

“

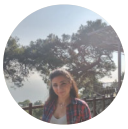
@hayal.gelin.aksesuar hesabı da yalnızca bir ürün sergileme alanı değil, aynı zamanda gelin adayları için tam anlamıyla bir ilham rehberi işlevi görüyor.



RÖPORTAJ

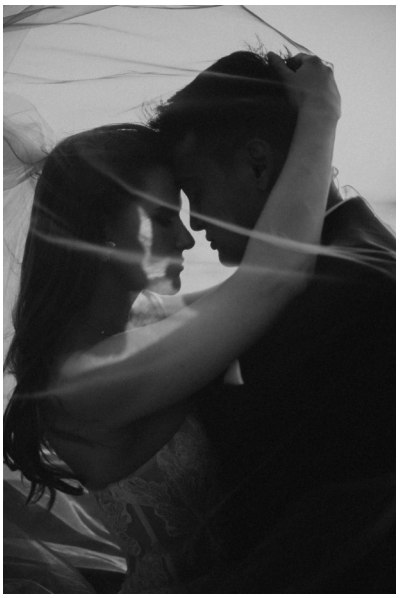
Röportaj: 1979'dan Bugüne Düğün Fotoğrafçılığında Zamansız Bir Miras — Özcan Art Studio

Simge Özcan, Özcan Art Studio'nun düğün fotoğrafçılığındaki zamansız bakışını ve çiftlerin özel anlarını ölümsüzleştirme anlayışını anlatıyor



YAZI
Melis Çevik
Genel Yayın Yönetmeni

Gelinlik.org olarak, 1979'dan bu yana düğün fotoğrafçılığı alanında çalışmalarını sürdüren Özcan Art Studio'nun temsilcisi Simge Özcan ile fotoğrafçılık anlayışını, aile mirasını ve zamansız düğün fotoğraflarının önemini konuştuk.



Stüdyo 1979'dan beri var – bu mirası bugünün diline nasıl taşıyorsunuz?

Özcan Art Studio benim için sadece 1979'dan beri var olan bir fotoğraf stüdyosu değil; ailemin yıllar önce başlattığı bir hikâyenin bugün benim gözümden devam etmesi.

Dedem bu stüdyoyu kurduğunda fotoğrafın dünyası bambaşkaydı. Ben ise bu mirasın içine dijital dünyanın, sosyal medyanın ve çok daha hızlı değişen bir görsel kültürün içinde doğdum. Dolayısıyla geçmişi birebir korumak yerine, onun bana bıraktığı bakışı kendi sanat anlayışımla yeniden yorumlamayı tercih ediyorum.

Teknoloji değişiyor, estetik değişiyor, insanlar değişiyor ama bir fotoğrafın insanda bıraktığı duygu değişmiyor. Biz bugün o duyguyu çağdaş bir görsel dille anlatıyoruz.

Ben kendimi aslında bir mirasın sahibi olmaktan çok, o mirasın bir sonraki hikâyesini yazan kişi olarak görüyorum.

1979'dan bugüne değişmeyen tek bir kural var mı?

Benim için değişmeyen en önemli şey şu: Fotoğraf çekmekle fotoğraf yaratmak aynı şey değil.

Bir insanı güzel gösterebilirsiniz ama onun hikâyesini hissettiremeyebilirsiniz. Benim için iyi fotoğraf, estetik olduğu kadar duygu da taşımalı.

Yıllar sonra bir çift fotoğraflarına baktığında yalnızca "Ne kadar güzel çıkmışız?" demesin; o günkü heyecanını, birbirine bakışını, hatta o anın atmosferini yeniden hatırlasın istiyorum.

Dedemden bize kalan en kıymetli şeylerden birinin de bu özen olduğunu düşünüyorum. Ben sadece bunu kendi dönemimin diliyle devam ettiriyorum.

Siyah-beyaz ve silüet imzanız kurumsal kimlik mi, kişisel yorum mu?

Sanırım ikisinin de payı var.

Siyah-beyaz benim için çok güçlü bir anlatım biçimi. Renkleri ortadan kaldırdığınızda geriye ışık, gölge, ifade ve duygu kalıyor. Bu da fotoğrafı daha zamansız bir yere taşıyor.

Silüetlerde ise başka bir şey hissediyorum. Biraz gizem, biraz sinema, biraz da hayal gücü... Her şeyi göstermek yerine bazı şeyleri izleyenin hayal etmesine izin vermeyi seviyorum.

Bunlar zaman içerisinde Özcan Art Studio'nun görsel imzasına dönüştü ama bunu hiçbir zaman bir kalıba çevirmek istemiyorum. Benim için imza, her fotoğrafı aynı çekmek değil; hangi fotoğrafı çekerseniz çekin, o fotoğrafta size ait bir bakışın hissedilmesi.

Bu kadar büyük bir kitleye ulaşırken çiftin mahremiyetini nasıl koruyorsunuz?

Bence fotoğrafçılıkta güven, estetik kadar önemli.

Bir çift bize yalnızca düğün fotoğraflarını emanet etmiyor. Hayatlarının en özel günlerinden birini ve bazen kimseyle paylaşmadıkları anlarını da emanet ediyor.

Bu yüzden sosyal medyada paylaşılabilecek her güzel fotoğrafın paylaşılması gerektiğini düşünmüyorum. Çiftin sınırları bizim için her zaman öncelikli.

Ben sosyal medyada görünürlüğün çok önemli olduğu bir dönemde çalışıyorum ama görünür olmakla her şeyi göstermek arasında çok net bir fark olduğuna inanıyorum.

Bazı anlar sadece size ait kalmalı.

Bir çift için çektiğiniz fotoğrafın, düğünden yıllar sonra bile onlar için hâlâ bir şey ifade ettiğini nasıl anlıyorsunuz?

Bence bunun en güzel göstergesi, yıllar sonra gelen mesajlar.

Bir çiftin yıllar sonra fotoğrafını tekrar gönderip "Hâlâ en sevdiğimiz fotoğrafımız" demesi ya da yıldönümünde aynı kareyi paylaşması benim için çok kıymetli.

Çünkü fotoğrafın gerçek değerinin çekildiği gün değil, yıllar sonra ortaya çıktığına inanıyorum.

O gün bir gelinlik, bir mekân, bir saç modeli ya da bir trend ön planda olabilir. Ama yıllar sonra geriye baktığınızda sizi asıl yakalayan şey, o fotoğraftaki duygu oluyor.

Ben bir fotoğrafın zamana direnmesini çok önemsiyorum. Modası geçmeyen, yıllar sonra bile "Biz" diyebilecekleri kareler bırakmak istiyorum.

Bir düğünde her şey planlandığı gibi gitmediğinde en iyi karenizi nasıl yakalıyorsunuz?

Aslında bazen en güzel fotoğraflar tam da planların bozulduğu anlarda çıkıyor.

Ben düğün gününü tamamen kontrol etmeye çalışmak yerine gözlemlemeyi tercih ediyorum. Çünkü hayatın kendisi zaten kusursuz bir koreografi değil.

Bir anda değişen ışık, gelinin plansız bir hareketi, damadın eşine baktığı birkaç saniye, rüzgârın duvağı hareket ettirmesi... Bunların hiçbiri önceden planlanmış olmayabilir ama fotoğrafın en güçlü anına dönüşebilir.

Bence iyi bir fotoğrafçı sadece planladığı kareyi çekebilen kişi değil; planın dışında gelişen güzelliği de fark edebilen kişi.

Yarım asra yaklaşan bir stüdyoda "Her düğün aynı değil" duygusunu korumak zorlaşıyor mu?

Aslında tam tersine, yıllar geçtikçe bunun ne kadar doğru olduğunu daha iyi anlıyorum.

1979'dan beri çok fazla düğün, çok fazla çift ve çok fazla hikâye görmüş olabiliriz. Ama hiçbir insanın birbirini sevme biçimi aynı değil.

Her çiftin birbirine bakışı farklı. Birinin heyecanı diğerinin sakinliği, birinin kahkahası diğerinin sessizliği... Fotoğrafçı olarak bunları fark ettiğiniz zaman hiçbir düğün birbirinin tekrarı olmuyor.

Belki de beni bu işte hâlâ heyecanlandıran şey bu.

Ben dedemin 1979'da açtığı bir kapıdan içeri girip aynı yerde durmak istemiyorum. O kapıdan geçip kendi yolumu açmak istiyorum.

Çünkü benim için Özcan Art Studio'nun hikâyesi geçmişe ait değil. 1979'da başladı ama hâlâ yazılıyor.



Simge Özcan'ın anlatımıyla, düğün fotoğrafçılığının yalnızca bir anı kaydetmek değil, çiftlerin yıllar sonra da aynı duyguyla hatırlayacağı hikâyeler yaratmak olduğunu bir kez daha görüyoruz. •



EKOLOJİK GELİNLİK

Sandıktan Geleceğe: İpek, Dantel ve Zarafetin Ekolojik Hikâyesi

Sürdürülebilir moda ve çevre bilinci, gelinlik seçimlerini de dönüştürüyor



YAZI
Esra Enes
Doç. Dr.

Sentetik materyallerin, özellikle de polyesterin yaygınlığı göz önüne alındığında, özel günlerin en ikonik parçası olan gelinliklerde doğa dostu yaklaşımlara duyulan ihtiyaç her zamankinden daha belirgin. **Neyse ki günümüz moda tüketicisinin sergilediği ekolojik duyarlılık, pazarın bu değişime hazır ve istekli olduğunu açıkça gösteriyor.**

Gelinlik üretimi, yapısı gereği yavaş moda felsefesine oldukça yatkın bir alan. Üretim sürecindeki el işçiliği, tasarıma yalnızca estetik bir değer katmakla kalmıyor; geleneksel oya işlemeleri ve zarif danteller gibi kültürel miras ögeleriyle birleştiğinde ortaya zamansız bir sanat eseri çıkarıyor. Bu zanaat anlayışını, coğrafyamızın zenginliklerinden biri olan doğal ipek kumaşlarla taçlandırmak ise zarafet ve lüksü doğallıkla buluşturuyor.

Organik bir doku olarak ipeğin sunduğu nefes alabilirlik ve dokunsal konfor, gelinin en özel gününde hissettiği rahatlığı bambaşka bir seviyeye taşıyor. Öte yandan, gelinliğin yaşam döngüsü sürdürülebilirlik tartışmalarının odak noktasında yer alıyor. Genellikle yalnızca bir kez giyilen bu özel giysi, gardıroplarda sessizce bekleyen bir anıya dönüşme riski taşıyor. Kişiye özel

tasarlanmış olması, hijyen kaygıları ya da değişen stil alışkanlıkları nedeniyle ikinci el pazarındaki potansiyeli zaman zaman gölgelense de bu durum doğru stratejilerle aşılabilir.

İkinci el gelinliklerin profesyonel müdahalelerle yeniden tasarlanması, güncel stillere uyarlanması ve yeniden tüketim dolaşımına sokulması, sürdürülebilir moda alanında yenilikçi ve ilham verici bir iş modeli sunuyor. Nitekim son dönemde sosyal medyada sıkça karşılaştığımız bir akım, bu dönüşümün en romantik kanıtı: Annelerinin gelinliklerini kendi tarzlarına göre yeniden tasarlayarak giyen gelinler... **70'ler ve 80'lerin vintage estetiğini günümüz modernizmiyle harmanlayan bu yaklaşım**, var olanı koruma ve yaşatma arzusunun en güzel dışavurumu. Çeyiz sandıklarından çıkarılan anlamlı detaylar, gelinliğin hikayesini derinleştirirken bir giysinin ömrünü uzatarak ekolojik ayak izini de azaltıyor. Gelinlikte doğa dostu seçimler yapmak, yalnızca çevresel bir tercih değil; geçmişin izlerini geleceğe taşıyan, anlam dolu ve bilinçli bir yaşam tarzı ifadesidir. o

---

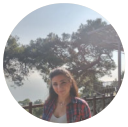
“

Öte yandan, gelinliğin yaşam döngüsü sürdürülebilirlik tartışmalarının odak noktasında yer alıyor.

TREND

SADELİĞİ SABOTE EDEN DETAYLAR: 2027 GELİNLİK MODASINDA MAKSİMALİST AKSESUAR TRENDİ

Bir tarafta su gibi akıp giden, dümdüz, desensiz ipek gelinlikler izliyoruz; ama hemen arkasından öyle bir aksesuar geliyor ki tüm sadeliği tatlı bir şekilde sabote ediyor.



YAZI
Melis Çevik
Genel Yayın Yönetmeni

Barselona Gelinlik Moda Haftası podyumlarını satır satır incelerken gözüme ilk çarpan ve beni en çok heyecanlandıran detay ne oldu biliyor musunuz? Tasarımcıların o kurduğu muazzam zıtlık oyunu! Bir tarafta su gibi akıp giden, dümdüz, desensiz ipek gelinlikler izliyoruz; ama hemen arkasından öyle bir aksesuar geliyor ki tüm sadeliği tatlı bir şekilde sabote ediyor.

2027 trendlerinde gelinlikler son derece sade, aksesuarlar adeta devleşiyor diyebiliriz. Devasa fiyonklar, podyumda yürürken sallantısıyla göz alan maksimalist küpeler ve duvaktan ziyade havalı bir pelerini andıran omuz detayları önümüzdeki sezon her yerde karşımıza çıkacak.

Ancak podyumdaki bu "*sadelik*" algısını sadece düz bir kumaş olarak düşünmek haksızlık olur. Tasarımcılar bu sezon süslemelerden ziyade kalıpların ve mimari kesimlerin gücünü konuşturuyor. Alışılmışın dışındaki asimetrik ve bel bölgesinde form oyunları yaratan geometrik hatlar, gelinlikleri yürüyen birer heykele dönüştürüyor. Yani lüksün yeni tanımı; göz yoran boncuklar değil, kusursuz bir terzilik ve heykelsi duruş oluyor.

Üstelik bu sezon modernizm sadece estetikle sınırlı değil; sokak modasının o cool ve umursamaz tavrı da işin içine giriyor. Podyumda ellerini gelinliğinin ceplerine sokarak yürüyen modeller, seremoniden sonra çıkabilen pelerinler ve gecenin ilerleyen saatlerinde after-party elbisesine dönüşen fonksiyonel tasarımlar, 2027 gelininin hem çok şık hem de son derece özgür olacağını fısıldıyor.

Peki bu trendi gerçek hayata nasıl uyarlayacağız?

Gelinlik.org okuyucuları için en önemli kuralı hatırlatalım: "Göz yormama" dengesini kurmak şart. Eğer siz de benim gibi o büyük fiyonklara, pelerin detaylarına veya iddialı omuz tasarımlarına şimdiden kalbinizi kaptırdıysanız; saçınızı sımsıkı, ensede pürüzsüz ve ıslak bitişli bir topuz yapın. Mücevherlerinizi minimumda tutun ve bırakın, üzerinizdeki tek bir mimari parça veya o dev aksesuar tüm hikayenizi tek başına anlatsın. Çünkü bu sezon yeni lüks; tamamen sizin konforunuz, çabasız zarafetiniz ve en önemlisi özgünlüğünüzle ilgili! —



GELİNLİK SEKTÖRÜ

Logo Değil, Fikir: Gelinlik Sektöründe Görsel Kimlik Tuzağı



YAZI

Önder Özkan

Marka Stratejisti ve Tasarımcı | Modanın Önderi

Önder Özkan / Marka Stratejisti, Modanın Önderi

Bir gelinlik seçmek, hayatın en çok düşünülen kararlarından biridir.

Fotoğraflar incelenir. Atölyeler ziyaret edilir. Kumaşlar dokunularak hissedilir. Aynaya bakılır, tekrar bakılır. Bazen aylarca sürer bu süreç.

Ve sonunda o gelinlik bulunur. O an hep hatırda kalır: Işık, doku, hissiyat, o anda odada olan insanlar, sohbetler, kimi zaman hüzünle karmaşık gözyaşları..

Ama birde şunu düşünün: O gelinliği satan atölyenin adını kaç kadın gerçekten hatırlıyor?

Türkiye'nin gelinlik sektörü, üretim kalitesi açısından dünyanın sayılı pazarlarından biridir. İstanbul'daki atölyeler Avrupa başkentlerine ihracat yapıyor. El işçiliği var, boncuk nakışı var, dantel geleneği var. Yıllar içinde birikmiş bir zanaat bilgisi var.

Ama bu bilginin çok azı kalıcı bir marka kimliğine dönüşüyor.

Neden?

Bu sorunun cevabı, görsel kimliğin ne olduğu ve ne olmadığıyla başlıyor.

Görsel kimlik dendiğinde akla ilk gelen şey genellikle logo oluyor. Ardından renkler, fontlar, şık çekimler, ambalaj tasarımı.

Bunlar görsel kimliğin araçları. Ama kendisi değil.

Görsel kimlik aslında şu soruya verilen tutarlı bir cevaptır: Bu marka her yerde aynı hissi veriyor mu?

Atölyenin Instagram sayfasındaki dil, web sitesindeki üslup, randevu sürecindeki iletişim, ölçü alma deneyimindeki atmosfer, teslimat anındaki paketleme; bunların hepsi görsel kimliğin parçasıdır. Ve bunlar birbiriyle konuştuğunda, tutarlı bir bütün oluşturduğunda, marka müşterinin zihnine yerleşir.

Konuşmadığında ise güzel bir ürün kalır. Marka oluşmaz.

Vera Wang bu ayrımı anlatmak için iyi bir örnek.

Wang 1990'da ilk koleksiyonunu çıkardığında piyasa sürpriz yaşadı. Gelinlikler "gelinlik gibi" görünmüyordu. Minimal, modern, kadını bir figür olarak değil bir birey olarak konumlandıran bir bakış açısı vardı.

Bu yalnızca tasarım kararı değildi. Bir kimlik kararıydı.

Ve o kimlik yıllar içinde tutarlı biçimde korundu; her koleksiyonda, her iletişimde, her deneyimde. Bugün Vera Wang yalnızca bir isim değil; belirli bir estetik anlayışı, bir tavrı ve tutarlı bir deneyimi çağrıştırıyor. Logosu görünmese de o gelinliğe bakıldığında "bu Vera Wang" deniyor.

İşte görsel kimlik bu.

Türkiye'deki gelinlik atölyelerinin büyük bölümü ise farklı bir tabloda duruyor.

Instagram'da büyüleyici fotoğraflar var. Işık mükemmel, kompozisyon özenli, gelinlik gerçekten güzel.

Ama aynı atölyenin web sitesi resmi ve mesafeli bir dille konuşuyor. WhatsApp'taki iletişim bambaşka. Atölyeye girildiğinde hissedilen atmosfer, sosyal medyada yaratılan algıyla örtüşmüyor.

Her kanal ayrı bir dil konuşuyor.

Bu tutarsızlık bir ihmal ya da beceriksizlik işareti değil çoğu zaman. Daha çok, görsel kimliğin bir sistem meselesi olduğunun henüz fark edilmemiş olmasından kaynaklanıyor.

Güzel fotoğraf çekmek ile tutarlı bir kimlik kurmak arasında ciddi bir mesafe var. İşte marka tam da bu mesafede inşa ediliyor.

Burada bir soru sormak istiyorum.

Logonuzu bir gönderinizden kaldırsanız; sadece renk, kompozisyon, ışık ve dil kalsın; o görsele bakan biri yine de sizin atölyenize ait olduğunu anlayabilir mi?

Bu soru, görsel kimliğin ne kadar oturduğunu görmek için basit ama güçlü bir test.

Cevap "evet" ise, bir sistem kurulmuş demektir.

Cevap "hayır" ya da "emin değilim" ise, aslında ortada bir ürün var ama henüz bir marka yok; ya da marka oluşmaya başlamış ama henüz oturmamış.

Gelinlik sektöründe görsel kimliği düşünürken özellikle ilginç olan bir nokta var.

Gelinlik, belki de dünyadaki en duygusal yükü taşıyan ürünlerden biri. Satın alma kararı mantıktan çok hisle veriliyor. O gelinliği seçen kadın, tasarım özelliklerini değil, o an kendini nasıl hissettiğini hatırlıyor.

Bu durum aslında gelinlik markaları için büyük bir fırsat.

Çünkü güçlü bir görsel kimlik, yalnızca tanınırlık yaratmıyor. Bir duygu çağrıştırıyor. Ve o duygu, müşterinin deneyimiyle örtüştüğünde marka, tavsiye zincirine giriyor. Tek bir müşteri değil, onun anlattığı hikaye de markayı taşımaya başlıyor.

Güzel bir gelinlik sizi seçtirir.

Tutarlı bir kimlik ise sizi hatırlatır.

Çünkü insanlar yalnızca güzel ürünleri değil, kendilerinde iz bırakan deneyimleri hatırlar.

Önder Özkan, marka stratejisti ve Modanın Önderi platformunun kurucusudur. Moda, marka kimliği ve yaratıcı endüstriler üzerine içerikler üretmektedir.

YouTube: Modanın Önderi youtube.com/@modaninonderi •



TREND

Gelinliği Unutursunuz, Hissi Unutmazsınız

Güçlü bir gelinlik markasını akılda tutan şey yalnızca tasarımı değil, taşıdığı hikâyedir



YAZI
Önder Özkan
Marka Stratejisti ve Tasarımcı | Modanın Önderi

Önder Özkan | Marka Stratejisti, Modanın Önderi

Bazı anlar vardır; yıllar geçsede hafızadan silinmez

Ayna karşısında, o gelinliği ilk giydiği an. Işık, kumaşın dokusu, odadaki sessizlik. Bazen annesinin gözleri dolmuştur. Bazen kendi gözleri.

O an hatırlanır. Yıllarca hatırlanır.

Ama şunu bir düşünün: O gelinliği satan atölyenin adını kaç kadın gerçekten hatırlıyor?

Gelinlik, belki de dünyadaki en hikaye yüklü ürünlerden biridir. Onu arayan kadın yalnızca bir kıyafet aramıyor. O günü nasıl taşımak istediğine, kendini nasıl görmek istediğine, o anı nasıl hatırlamak istediğine dair bir karar veriyor.

Bu kadar anlam taşıyan bir ürünü sunan markaların çoğunun bu hikayeyi bilinçli biçimde anlatmıyor oluşu, sektörün en sessiz paradoksu.

Marka hikayesi ne değildir, önce bunu netleştirelim.

Kuruluş tarihi değildir. “1987’den bu yana üretiyoruz” bir hikaye değil, bir bilgidir. Slogan değildir. “Hayalinizdeki gelinlik burada” bir vaat, bir hikaye değil. Koleksiyon tanımı da değildir.

Marka hikayesi şudur: Markanın neden var olduğunun, neye inandığının ve neyi değiştirmek istediğinin tutarlı ve samimi ifadesi.

Bu tanım soyut görünebilir. Ama pratikte çok somut bir fark yaratır.

Cristóbal Balenciaga, İspanyol iç savaşı sırasında her şeyini geride bırakarak Paris’e geldi. Yanında yalnızca zanaatı vardı. Orada sıfırdan bir dünya kurdu. Ama bu dünyayı kurarken ne yaptığından çok neden yaptığı belirleyiciydi: En saf biçimde, en dürüst malzemeyle, en karmaşık teknikle üretmek. Moda değil, zanaat. Trend değil, kalıcılık.

Bu inanç, onlarca yıl boyunca her koleksiyona işlendi. Bugün Balenciaga bir isim değildir yalnızca. Bir kararlılığı, bir zanaatkâr disiplinini çağrıştırır. Logo görünmese de o his tanınır.

İşte hikaye budur.

Türkiye’nin gelinlik sektörüne baktığımda güçlü hikayelerin var olduğunu görüyorum. Ama söylenmediğini de.

Kuşaktan kuşağa geçen atölyeler var. Annesinden öğrenen, kızına öğreten eller var. Bir şehirden İstanbul’a göç etmiş, elindeki tek sermayeyle küçük bir atölye kurmuş insanlar var. Onlarca yıl boyunca aynı özenle üretmek için verilen kararlar var.

Bunların her biri bir hikayedir.

Ama bu hikayelerin neredeyse hiçbiri marka anlatısına dönüşmüyor. Bir hikayenin anlatılabilmesi için önce onun değerli olduğuna inanılması gerekir. Hikaye söylenmek için önce fark edilmeli. Ve fark edilmek için önce değerli görülmeli.

Çoğu atölye “biz iyi iş yapıyoruz, bu yeter” diyor. Oysa iyi iş yapmak bir hikaye değil, bir standart. Hikaye ise o standardın arkasındaki inanç.

Hikayesi olmayan marka ne kaybediyor?

Müşteri gelinliği hatırlar, markayı unutur. Tavsiye zinciri oluşmaz ya da çok yavaş oluşur. Fiyat üzerinden rekabet kaçınılmaz hale gelir. Çünkü fiyat kıyaslanabilir. Hikaye kıyaslanamaz.

İki atölye düşünün. İkisi de aynı kalitede üretiyor. Birinin hiç hikayesi yok. Diğeri şunu söylüyor: “Biz her gelinliği, o gelinliği giyecek kadının o günkü hissini düşünerek tasarlıyoruz. Çünkü o gün bir kez yaşanır.”

Teknik olarak aynı ürünü sunuyorlar. Ama müşterinin zihninde çok farklı yerlere oturuyorlar.

Biri bir seçenek. Diğeri bir karar.

Gelinlik sektöründe bu kadar anlam varken, markaların kendi hikayelerini söylememesi bir fırsatı görmemektir.

O gelinliği giyen kadın zaten bir hikayenin içindedir. Soru şudur: O hikayeye markanız da dahil mi?

İnsanlar yalnızca bir gelinlik satın almaz. Kendilerini ait hissedecekleri bir hikayeyi seçer.

Güçlü markalar da tam buradan doğar. Çünkü insanlar önce hikayeye bağlanır. Sonra markaya.

Önder Özkan, marka stratejisti ve Modanın Önderi platformunun kurucusudur. Moda, marka kimliği ve yaratıcı endüstriler üzerine içerikler üretmektedir.

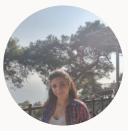
YouTube: Modanın Önderi
youtube.com/@modaninonderi ○



GELİNLİK TRENDLERİ

Renklerin İstilası: Beyaza Elveda!

Gelinliklerde renklerin romantik istilası başlıyor ve klasik beyaz, yerini sakince yeni tonlara bırakıyor!



YAZI
Melis Çevik
Genel Yayın Yönetmeni

Gelinlik denince akla gelen o alışılmış, göz yoran parlak beyaz rengi bir kenara bırakmaya hazır mısınız? Çünkü podyumların kuralları yıkan tasarımcıları bu sezon görkemli bir yeniliğe imza atıyor. **Barcelona Bridal Fashion Week** ve dünya genelindeki gelinlik defilelerini yakından incelediğimizde, moda dünyasının en cesur trendi resmen ilan edildi: Gelinliklerde renklerin romantik istilası başlıyor ve klasik beyaz, yerini sakince yeni tonlara bırakıyor!

Eğer siz de '*Herkes gibi görünmek zorunda mıyım?*' diyen ve düğün gününde kendi tarzını konuşturmak isteyen cesur bir gelinseniz, bu yeni renk paletine bayılacaksınız. Podyumları adeta bir rüya evrenine çeviren tereyağı sarısı (butter yellow), asil ve sakin duruşuyla büyüleyen sis mavisi ve teni yumuşacık saran toz pembe tonları, modern gelinliklerin yeni gözdesi oldu. Bu renkler, sıra dışı ama bir o kadar da çabasız duruşlarıyla gelinlik algısını bambaşka bir boyuta taşıyor.

Ancak bu sezonun asıl sürprizi, renklerin sadece düz kumaşlarla sınırlı kalmaması. Tasarımcılar bu defa kumaşların üzerine adeta birer tablo gibi işlenen, sulu boya etkili el boyaması botanik ve çiçek desenlerini

podyuma taşıdı. Kumaşın üzerinde yaşayan ve siz yürüdükçe dalgalanan o **flulaştırılmış çiçek bahçeleri**, modern lüksün en net tanımı.

Ancak bu sezonun asıl sürprizi, renklerin sadece düz kumaşlarla sınırlı kalmaması. Tasarımcılar bu defa kumaşların üzerine adeta birer tablo gibi işlenen, sulu boya etkili el boyaması botanik ve çiçek desenlerini podyuma taşıdı. Kumaşın üzerinde yaşayan ve siz yürüdükçe dalgalanan o flulaştırılmış çiçek bahçeleri, modern lüksün en net tanımı. Boncukların, ağır kristallerin o göz yoran şaşaası artık geride kaldı; şimdi sahne el emeğinin, natürelliğin ve romantizmin en saf haline ait.

Bir Stil Danışmanı Olarak Küçük Bir Not:

Bu renkli ve sanatsal rüyayı gerçek hayata uyarlarken yapmanız gereken tek şey, gelinliğinizin o tablosu andıran ruhunu ön plana çıkarmak. Eğer sulu boya efektli botanik bir desen veya tereyağı sarısı bir ton seçecekseniz, makyajınızda 'yokmuş gibi' duran pastel tonlara ve taze, parlak bir tene yönelin. Saçlarınızı ise abartılı kuaför modellerinden uzak tutarak; hafifçe dağılmış gibi duran eforsuz dalgalara veya ensede gevşek bir atkuyruğuna emanet edin. Bırakın, o harika renkler beyazın sıkıcı sınırlarını sizin için tamamen yıksın!

“

Tasarımcılar bu defa kumaşların üzerine adeta birer tablo gibi işlenen, sulu boya etkili el boyaması botanik ve çiçek desenlerini podyuma taşıdı.



DÜĞÜN RİTMİ

ANADOLU'NUN DÜĞÜN RİTMİ: GELİN ALMA HAVALARININ MÜZİKAL DÜNYASI VE GİZLİ HAZİNELERİ

Gelinin baba evinden uğurlandığı o eşsiz anın müziği: TRT arşivindeki 11 gelin alma havasının makamları, usûlleri ve nota ile yaşayan icra arasındaki şaşırtıcı uçurum



YAZI
Sinan Haşhaş
Doç. Dr.

Anadolu düğünleri, yüzyıllardır nesilden nesile aktarılan, toplumun ortak hafızasını ve duygusal bağlarını besleyen en köklü kültürel miraslarımızdan biridir. Kına gecelerinden coşkulu eğlencelere uzanan bu gelenek silsilesi içinde en dramatik ve en heyecan verici an, hiç şüphesiz **gelin alma** (gelin çıkarma, götürme) merasimidir. Gelinin baba evinden dualar ve gözyaşlarıyla uğurlanıp damat evine doğru yola çıkması, hem hüzün ile coşkunun aynı anda yaşandığı psikolojik bir eşiktir hem de zengin bir müzikal geleneğin taşıyıcısıdır.

Bu büyüleyici sürecin ses dünyasını şekillendiren halk ezgilerine **gelin alma havaları** denir. İnönü Üniversitesi Kültür ve Sanat Dergisi'nde yayımladığım "Gelin Alma Havalarındaki Müzikal Özellikler" başlıklı araştırmamda bu özel ezgilerin yapısını, makamsal dizilerini ve usûl özelliklerini inceledim. Bu yazıda, o çalışmanın bulgularını gelin alma geleneğinin kültürel bağlamıyla birlikte özetliyorum.

Hüzün ile Coşkunun Buluşma Noktası: Gelin Alma Geleneği

Anadolu'da kırsal kesimlerden günümüze taşınan düğün gelenekleri, toplumun kurallarını ve değerlerini simgeleyen kutsal törenler olarak nitelendirilir. Bu törenlerin tepe noktası olan gelin alma, eskiden at veya deve sırtında gerçekleştirilen, bugün ise konvoylar eşliğinde süren bir yolculuktur.

- **Gelin alayı:** Oğlan evinden yola çıkan kafilenin oluşturduğu konvoy; duyurma ve ilan etme işlevi taşır.
- **Müzik ve ritim:** Zurna, davul ve sipsi gibi açık alan çalgıları eşliğinde yol boyunca oyunlar oynanır, ritim düşmez.
- **Tempo disiplini:** Geçmişte kız evi ile oğlan evi arası çok kısa olsa bile yolculuğun bilinçli olarak yavaş – ortalama iki saatte – katedilmesi gelenektendir.

Bu yavaş hareket etme kuralı, gelin alma havalarının da genellikle ağır ve içli tempolarda icra edilmesini beraberinde getirmiştir. Ancak bu ağırlık, yerini zaman zaman coşkulu melodilere bırakarak iki duyguyu harmanlar.

TRT Arşivindeki 11 Eser Ne Söylüyor?

Araştırma kapsamında TRT Türk Halk Müziği repertuvarında kayıt altına alınmış 11 adet sözsüz (enstrümantal) gelin alma havasını inceledim. Eserlerin bölgesel dağılımı, Anadolu'nun ne denli zengin bir mozaiğe sahip olduğunu kanıtlıyor:

- **Azeri Gelin Karşılaması** (Azerbaycan) – Rast, 2/4
- **Gelin Alay Havası** (Balıkesir/Edremit) – Rast, 9/2 (2+2+2+3)
- **Gelin Ağlatma ve Götürme Havası** (Burdur/Yeşilova) – Karcığar, 7/8 ve 2/4 (değişken)
- **Gelin Alma Havası** (Bolu) – Hicaz, 7/8 (3+2+2)
- **Gelin Alma Havası** (Burdur/Dirmil) – Karcığar, 7/8 (3+2+2)
- **Gelin Bindi Havası** (Manisa/Turgutlu) – Hüseyni, 7/4 (3+2+2)
- **Gelin Çıkarma Havası** (Erzurum) – Uşşak, 10/8 (2+3+2+3)
- **Gelin Havası** (Bayburt) – Uşşak, 4/4 (2+2)
- **Gelin İndirme Havası** (Balıkesir/Balya) – Hüseyni, 9/8 (2+2+2+3)
- **Gelin Yol Havası** (Balıkesir/Balya) – Eviç, 2/4
- **Uşak Gelin Alma Havası** (Uşak) – Karcığar, 8/8 ve 9/8 (değişken)

Makam ve Usûl Analizi: Hangi Özellikler Öne Çıkıyor?

> *Gelin alma havaları, hem ezgisel yönden akıcı hem de müzik cümlelerinde icra açısından zor çözümlenebilecek motiflere sahiptir. Bu zenginlik, Türk halk çalgıları enstrümantal repertuvarı açısından eserlerin değerini artırmaktadır.*

Makamsal dağılım: İncelenen 11 eser arasında **Karcığar** makamı dizisi 3 eserle en yaygın kullanılan makam olarak öne çıkıyor. Onu Hüseyni (2), Uşşak (2) ve Rast (2) makamları takip ederken Hicaz ve Eviç makamları birer örnekle temsil ediliyor.

Usûl ve düzüm yapıları: Ritmik yapı bakımından **7 zamanlı** (3+2+2 düzüm karakteristiğinde) ve **9 zamanlı** usûller türün omurgasını oluşturuyor. Özellikle 7 zamanlı eserlerin tamamının istisnasız 3+2+2 düzümünde olması dikkat çekici.

Çalgı tercihleri: Geleneksel icralarda açık alanların yüksek volümlü ve güçlü ses veren enstrümanları olan **zurna, asma davul, sipsi ve klarnet** başrolü oynuyor. Buna karşın Balıkesir/Balya'dan derlenen "Gelin Yol Havası" gibi bazı istisnai eserler, bağlama

için özel bestelenmiş ileri düzey solo karakter sergiliyor.

Çarpıcı Bir Bulgu: Nota ile Yöresel İcra Arasındaki Uçurum

Araştırmanın en dikkat çekici tespiti, arşivdeki notalar ile sahadaki canlı icralar arasındaki farklılıklardır. Örneğin Burdur/Dirmil yöresine ait Gelin Alma Havası'nın mevcut notasının, yöredeki ses ve video kayıtlarıyla önemli çelişkiler barındırdığı görülüyor: eserin ikinci bölümden başlaması ve notada olmayan müzik cümlelerinin icra edilmesi, arşiv kayıtlarının yaşayan gelenekle tam örtüşmediğini gösteriyor. Bu durum, bu kıymetli ezgilerin yalnızca nota kâğıdına değil, yaşayan icra geleneklerine de sadık kalınarak yeniden derlenmesi gerektiğini ortaya koyuyor.

Kültürel Mirası Yaşatmak

Gelin alma havaları; hüzün ile neşeyi, geleneksel ritüelleri ve ileri düzey çalgı tekniklerini aynı bünyede barındıran eşsiz birer kültürel hazinedir. Bu türlerin müzik eğitimi veren kurumlarda daha aktif kullanılması, kayıt altına alınmamış pek çok gelin havasının derlenerek arşive kazandırılması ve yaşayan icra geleneklerinin belgelenmesi gerekiyor.

Unutmayalım ki düğünler yalnızca iki insanın hayatını birleştirdiği anlar değil; bir milletin ruhunun, ezgilerinin ve ortak geçmişinin geleceğe taşındığı en canlı sahnelerdir. Bugün düğün organizasyonu ne kadar modernleşirse modernleşsin, gelin alma anında çalan o davul-zurna, yüzyıllık bir geleneğin sesidir.

Kaynaklar: Haşhaş, S. (2020). "Gelin Alma Havalarındaki Müzikal Özellikler", İnönü Üniversitesi Kültür ve Sanat Dergisi, 6(2), 14-34, DOI: 10.22252/ijca.799718 · Çetin, İ. (2008). Türk Düğünleri, Akçağ Yayınları · Alpyıldız, A. (2020). "Geleneksel Türk Düğünlerinde Müzik ve İşlevleri", Halkbilimi Araştırmaları. ◆

"

Bu yazıda, o çalışmanın bulgularını gelin alma geleneğinin kültürel bağlamıyla birlikte özetliyorum.



GELİN ARABASI

Gelin Arabası Yazıları: Arka Camın Mizahı



YAZI
Emine Çakır
Doç. Dr.

Bir düğün konvoyunun arkasından gittiyseniz, en öndeki arabanın camında beyaz harflerle yazılmış bir cümle görmüşsünüzdür. Kimi zaman "Annemin son gelini" yazar orada, kimi zaman "Mermi bitti, teslim olduk". Kornalar çalar, yazı okunur, biri güler.

Bu cümleler tesadüf değil. Türk düğün geleneğinin en eski halkalarından biri olan, gelinin baba evinden çıkarılıp götürülmesi ritüeli 2000'li yıllarda yeni bir yüz kazandı. *RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*'nde yayımlanan "Taşıt folkloru: Gelin arabası yazılarında mizah" başlıklı çalışmamda, internet kaynaklarından derlediğim yaklaşık 200 gelin arabası yazısını sınıflandırdım ve mizah kuramlarıyla ilişkilendirerek inceledim. Ortaya 23 tematik, 16 biçimsel başlık çıktı. Aşağıda bu çalışmanın bulgularını örnekleriyle birlikte aktarıyorum.

Tahtırevandan otomobile

Gelinin baba evinden damat evine götürülmesi, düğünün en törenselleştirilmiş anıdır. Türk kültüründe bu yolculuk için tarih boyunca farklı taşıtlar kullanılmış: tahtırevan, at, deve, eşek, sonraki dönemlerde kağnı ve at arabası.

Taşıt seçiminde iki ölçüt öne çıkıyor: hayvanın uysal olması gerekiyor, bir de gösterişli. Gelin nasıl süsleniyorsa bindiği at da öyle süsleniyor; boynuna boncuk takılıyor, alnına nazarlık asılıyor, üzerine işlemeli örtü seriliyor. Bugünkü tülbentli, çiçekli, kurdeleli gelin arabasının atası burası.

1970'lerden sonra, özellikle şehirlerde otomobil bu taşıtların yerini almaya başladı. Gelenek yok olmadı, kabuk değiştirdi. Atın boynundaki boncuk yerini kurdeleye, alnındaki nazarlık yerini kaputa bağlanan çiçeğe bıraktı.



Yolun üzerindeki eski ritüeller

Gelin arabası, folklor açısından bakıldığında bir ulaşım aracı değil bir eşiktir. Bu yüzden çevresinde ritüeller kümelenmiş.

İndirmelik bunların en bilineni. Gelin, damat evine varınca arabadan (eskiden attan) kolay kolay inmez. İnmesi için hediye, altın ya da bir hayvan vadedilir; dana, inek, tosun. Bu pazarlık türkülere bile girmiş:

> *"Gelin oturttum seni / Kaynatan inek vermeden..."*

Yol kesme, bazı yörelerdeki adıyla yol bağı da hâlâ sürüyor. Konvoyun önü mahalle gençleri tarafından kesilir, bahşiş alınmadan yol açılmaz. Gelinin taşıta bindirilmesi ve indirilmesi ise belli kurallara bağlı; genellikle kardeş ya da yakın erkek akraba tarafından yapılıyor. Kısacası gelin arabası, çevresinde en çok ritüel biriken nesnelerden biri. Camına yazı yazılması da bu birikimin son halkası.

2000'lerden sonra cama yazmak

Camlara yazı yazma alışkanlığı aslında kamyon ve minibüs yazılarından geliyor; taşıt folkloru denen alanın en bilinen örneği o arka cam yazılarıdır. 2000'li yıllardan itibaren aynı alışkanlık gelin arabalarına geçti ve icat edilmiş bir gelenek olarak hızla yayıldı. Başlangıçta yazılanlar isimden ibaretti: "Ayşe & Mehmet". Sonra tarih eklendi. Ardından mizah devreye girdi.

Tematik başlıklar ve örnekleri

Meslekle ilgili yazılar

Damadın, bazen de gelinin mesleği cümlenin kurulma biçimini belirliyor; mesleğin jargonu doğrudan aşk diline çevriliyor. Polis ve jandarma örneklerinde telsiz dili öne çıkıyor: "Alo 156 Merkez Şahıs Alındı Tamam", "Beraber Nöbet Tutacaktık Konu Nerelere Geldi", "Damat Jandarma Olalı Böyle Olay Görmedi", "Üzülme Annesi Polis Huzur Güven Verir".

Matematik öğretmenleri cümlesini türev ve integral üzerinden kuruyor: "Türev Almış Adamım Seni mi Alamayacağım", "Gönlümün πrensesini Aldım". Öğretmenlerde atama ve tayin kelimeleri dolaşıma giriyor: "Tayin Gördüğüm En Güzel Yer Kalbiydi", "MEB'den Önce Kalplere Atanan İki Öğretmen", "Ne Ücretli Ne Sözleşmeli, Gönlümün Kadrolu Öğretmeni".

Diğer mesleklerden birkaç örnek de şöyle: Türkçe öğretmeni "Öznemi Aldım Cümlemi Kurmaya Gidiyorum" yazıyor, mühendis "Mühendisimi Aldım Ömürlük Projemi Çizmeye Gidiyorum" veya "Bir AB Projesi Yapacaktık Nerelere Geldik" diyor. Elektrikçinin cümlesi "Kaç Yıllık Elektrikçiyim Böylesine Çarpılmadım", çiftçi ve besicilerde ise borç metaforu tutmuş: "Aşkımız Besicilerin Yem Borcu Gibi Olsun Hiç Bitmesin".

Memleketle ilgili yazılar

Burada ilginç bir kalıp var: bitmeyen yol çalışması, bitmeyen aşkın mecazı olmuş. Belediyeye yapılan sitem, aşk ilanına dönüşüyor: "Aşkımız Beyşehir Yolu Gibi Hiç Bitmesin", "Aşkımız K.Maraş'ın Yol Çalışması Gibi Olsun Hiç Bitmesin", "Aşkımız Sivas'ın Kaldırım Çalışmaları Gibi Hiç Bitmesin", "Benim Sana Aşkım Siverek'in Yol Çalışması Gibi Hiç Bitmez".

Yörenin ağzını olduğu gibi koruyan örnekler ayrı bir grup oluşturuyor: "Elazığ'ın

Damadı Olisin Daha Ne İstiysin”, “Sallayın Dünyayı Uykusu Gelsin, Nazilli Güzelse Sebebi Sensin”, “Fıstık İçin Teşekkürler Antep”.

Sporla ilgili yazılar

Takım tutmak düğün gününde bile bırakılmıyor. En yaygın kalıp renkler üzerinden kuruluyor: “Siyahıma Beyaz Oldun”, “Sarıma Kırmızı Oldun”, “Sarıma Lacivert Oldun”. Doğrudan takım adının geçtiği örnekler de var: “Annemin Cimbomlu İlk Gelini”, “En Büyük Aşk Beşiktaş”, “Bir Gülüşü Var Sanırsın ES-ES Sahaya Çıkıyor”.

Ekonomiyle ilgili yazılar

Düğün masrafı ve borç, mizahın en verimli damarı. Rakamın açıkça yazılması bu grubun ayırt edici özelliği: “Borçluyuz Ama Mutluyuz”, “Mutluyuz, Borç Yetmiş İki Bin”, “Kuşbaşıya Elveda, Makarnaya Merhaba”.

Anne, kaynana ve baba üzerine yazılar

Veri setinin en kalabalık bölümü burası, en tartışmalı bölümü de. Damadın kayınvalideye seslendiği bir zafer dili hâkim: “Kızını Aldım Kaynana, Gidiyom Yaylana Yaylana”, “Üzülme Annesi Ben Çok Bekledim, 1182. Gün”, “Annesinin Tek Kızıydı, Onu da Ben Aldım”, “Annemin Son Gelini”.

Toplumsal olaylar, pandemi ve sözlü tarih

Gelin arabası yazıları yaşanan döneme de not düşüyor: “Darbe Bile Ayıramadı Bizi”, “Kovid-19 Bile Aramıza Giremedi”, “Ne Sinovac, Ne Biontech; Sana Vuruldum Bir Tech”. Teknoloji ve iletişim başlığında ise bekârlığa veda, dijital alışkanlıklara veda olarak yazılıyor: “Elveda Whatsapp”, “Elveda 10.000 SMS”, “Elveda 5000 Dakika”, “Son Görülme 19.08.2017 23.59 Gruptan Ayrıldı”.

Şarkı sözleri, masal sonları ve teslimiyet

Şarkı ve şiir sözleri doğrudan cama taşınıyor; “Evvelim Sensin Ahirim Sensin” bunun en bilineni, divan şiiri kalıplarıyla kurulmuş örneklere de rastlanıyor. Masal bitişleri ayrı bir grup: “Mutlu Son, Game Over”, “Hayalimdi, Helalim Oldu”, “Son Durak Mutluluk!”, “Reklamlar Bitti, Film Başlıyor”. Damadın kendisiyle dalga geçtiği teslimiyet başlığı ise en bilinen kategori: “Mermi Bitti, Teslim Olduk”, “Bundan Sonra Son Söz Benim, Peki Karıcım”, “Rahat Battı, Sakata Geldik, Ayvayı Yedik”, “Yaktın Bizi Kirveee”.

Yazı dilinin kurallarının bilinçli olarak bozulduğu bir grup da var: “Evleniyoz Booolum, Evleniyoz Ya Laa”, “Seviyiruk, Mutluyuk, Evleniyoruk”, “Eyi Olur Zahar”.

On altı biçimsel kalıp

Çalışmanın ilginç bulgularından biri de yazıların kalıplaşmış olması. İnsanlar sıfırdan cümle kurmuyor, dolaşımdaki bir şablonu kendi durumuna uyarlıyor; folklorun temel işleyişi zaten budur. Biçimsel olarak incelendiğinde 16 başlık belirledim:

- **Annemin/anamın/babamın… ilk/son/tek gelini** – “Anamın Nazlı Gelini”, “Annemin Cimbomlu İlk Gelini”
- **Aşkımız/aşkım… gibi hiç bitmesin/bitmez** – şehir, meslek, borç; her şeye uyarlanıyor
- **…konu nerelere geldi/geldik** – “Bir Çay İçecektik. Konu Nerelere Geldi”
- **…aldım… gidiyorum** – “Beyaz Atımla Prensesimi Aldım. Sarayıma Gidiyorum”, “Cadımı Aldım. Şatoma Gidiyorum”
- **Bundan sonra…** – “Bundan Sonra Seveceğim Kız Bizim Kızımız Olacak”
- **…bile ayıramadı bizi** – “Darbe Bile Ayıramadı Bizi”, “Kovid-19 Bile Aramıza Giremedi”

- **...benim oldu / ben oldum** – “Dünyalar sizin olsun, dünya güzeli benim oldu!”, “Eşsizdi Eşi Ben Oldum”
- **...aydınlattın** – “Edison Dünyayı Sen Gönlümü Aydınlattın”, “Tesla Dünyayı Sen Beni Aydınlattın”
- **Elveda...** – “Elveda Whatsapp”, “Kuşbaşıya Elveda Makarnaya Merhaba”
- **Evleniyoruz...** – “Evleniyoruz, Evleniyor! Hülooooggg”
- **Mutluyuz...** – “Mutluyuz Borç Yetmiş İki Bin”
- **Üzülme...** – “Üzülme Annesi Polis Huzur Güven Verir”, “Üzülmeyin Kızlar Bekâr Kardeşlerim de Var”
- **...oldun** – “Siyahıma Beyaz Oldun”, “Sarıma Lacivert Oldun”
- **Son...** – “Son Durak Mutluluk!”, “Sonsuza kadar mutlu yaşadılar...”
- **...yoktu... aldım** – “İç Anadolu’da Yoktu Ege’den Aldım”
- **Diğer** – belli bir kalıba oturmayanlar

Bir kalıbın bu kadar çeşitlenmesi, o kalıbın halka mal olduğunu gösterir.

Bu yazılar neden komik?

Derlediğim yazıları klasik mizah kuramlarıyla okuduğumda, cümlelerin rastgele şakalar olmadığı, belirli mekanizmalarla çalıştığı ortaya çıkıyor.

Uyumsuzluk kuramı

Morreall’a göre kafamızda bir şeye dair yerleşik bir kalıp varsa, o kalıp bozulduğunda gülme doğar. Gelin arabası yazılarının çoğu tam olarak bunu yapıyor. Beklenen cümle “Beyaz Atımla Prensesimi Aldım, Sarayıma Gidiyorum” iken yazılan “Cadımı Aldım, Şatoma Gidiyorum” oluyor; prensesin yerini cadı alınca kalıp bozuluyor ve mizah tam o boşlukta doğuyor. Aynı mekanizma başka örneklerde de işliyor: mutluluk beklenirken “Rahat Battı, Sakata Geldik, Ayvayı Yedik”, bolluk beklenirken “Kuşbaşıya Elveda, Makarnaya Merhaba”, borcun mutsuzluk sebebi olması beklenirken “Borçluyuz Ama Mutluyuz”.

Üstünlük kuramı

Eflatun’dan Morreall’a uzanan bu kurama göre gülme, kişinin başkası ya da geçmişteki kendisi üzerinde kurduğu üstünlüğün ifadesidir. Gelin arabası yazılarında iki yönü var. Birincisi damadın kendisiyle dalga geçmesi: “Mermi Bitti Teslim Oldum”. İkincisi başkasına yönelen üstünlük; burada rakip genellikle kaynanadır ve üstünlük “almak” fiiliyle kurulur: “Kızını Aldım Kaynana, Gidiyom Yaylana Yaylana”, “Annesinin Tek Kızıydı, Onu da Ben Aldım”.

Rahatlama kuramı

Freud’a göre mizah, bastırılmış duyguların güvenli bir çıkış yolu bulmasıdır. Gelin arabası yazılarında bu, ekonomik kaygının şakaya dönüştürülmesiyle gerçekleşiyor: “Mutluyuz, Borç Yetmiş İki Bin” ya da “Elveda 10.000 SMS” böyle okunabilir. Doğrudan söylendiğinde şikâyet olacak bir cümle, cama yazıldığında kahkahaya dönüşüyor. Cam bir izin alanı sayılıyor, orada söylenene kimse alınmıyor.

Semantik kuram ve kelime oyunları

Bir kelimenin iki anlamının aynı anda çalıştırıldığı örnekler bu başlığa giriyor. “Gönlümün πrensesini Aldım” cümlesinde pi sayısı ile prenses üst üste biniyor; “Kaç Yıllık Elektrikçiyim Böylesine Çarpılmadım” ve “Sana Vuruldum Bir Tech” de aynı yolla kuruluyor.

Eril dil meselesi

Çalışmanın en dikkat çekici sonucu şu: yazıların büyük çoğunluğu damadın ağzından kuruluyor. Gelin, cümlenin öznesi değil nesnesi konumunda. Fiiller bunu açıkça gösteriyor: aldım, kaptım, teslim aldım. “Annesinin tek kızıydı, onu da ben aldım” cümlesinde

eylemi yapan damat, edilgen konumda olan gelin; kaynana ise mağlup edilen rakip. Kadının kendi ağzından kurulmuş örnekler veri setinde çok daha az yer tutuyor.

Mizah burada güldürmekle kalmıyor, toplumsal rolleri de kayıt altına alıyor. Bu yüzden gelin arabası yazıları bir mizah arşivi olduğu kadar cinsiyet rollerinin de arşivi sayılabilir. Son yıllarda iki kişiyi eşit özne yapan örneklerin çoğalması – "MEB'den Önce Kalplere Atanan İki Öğretmen" veya "Hayalimdi, Helalim Oldu" gibi – geleneğin kendi içinde dönüşmeye başladığına işaret ediyor olabilir.

Kendi gelin arabanız için birkaç not

Yazıyı seçerken: Kalıbı kendi hikâyenize uyarlayın; en çok gülünen yazılar, herkesin bildiği bir şablonu size özel bir detayla bozanlar. Mesleğinizin jargonu iyi işliyor, çünkü sadece size ait. Kaynana temalı klasiklere bakarken bir düşünün, aile büyükleri o arabanın hemen arkasından geliyor olacak. Bir de fotoğrafta okunacağını unutmayın: uzun cümleler kadrajda kayboluyor, beş ile sekiz kelime arası ideal.

Uygulama tarafında: Yapışkan folyo yazı en net görüntüyü verir, matbaada bir günde hazırlanır ve sökülürken cama zarar vermez. Sıvı tebeşir kalemi ucuz ve pratiktir, düğün sonrası ıslak bezle silinir; yağmurda akma riski vardır. Vantuzlu veya ipli harfler tekrar kullanılabilir, araba süslemesinin geri kalanıyla uyum yakalamak isteyenler için uygundur.

Dikkat edilecekler: Plakayı kısmen bile kapatmayın, sürücünün arka görüşünü engelleyecek yoğunlukta yazı yapıştırmayın, kalıcı boya kullanmayın.

Sonuç yerine

Gelin arabası yazıları ilk bakışta düğün eğlencesinin küçük bir detayı gibi durur. Arkasında ise tahtırevana kadar uzanan bir taşıt geleneği, kamyon yazılarından devralınmış bir yazılı kültür alışkanlığı ve halkın kendi derdini şakaya çevirme becerisi vardır.

Bugün bir arka camda okuduğunuz "Borçluyuz ama mutluyuz" cümlesi, aslında yüz yıl önce gelini attan indirmek için pazarlık edilen ineğin bugünkü karşılığıdır.

Kaynak: Çakır, E. (2023). Taşıt folkloru: Gelin arabası yazılarında mizah. RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi, (32), 991-1015. ○

"

Gelin oturttum seni / Kaynatan inek vermeden…



KÜLTÜREL HAFIZA

Gelinliğin Kültürel Hafızası

Gelinlik, bir tören giysisi olmanın ötesinde, kültürel değerleri ve geçmişten günümüze aktarılan yaşam biçimlerini görünür kılan özel bir giysi türüdür



YAZI
Melike Akca
Öğr. Gör.

Gelinlik, bir düğün töreninin parçası olmanın ötesinde, toplumların kültürel değerlerini, estetik anlayışlarını ve geçmişten günümüze aktarılan yaşam biçimlerini görünür kılan özel bir giysi türüdür. Günümüzde gelinlik denildiğinde çoğunlukla beyaz renk, zarif siluetler, dantel ve ışıltılı detaylar akla gelse de gelinliğin kültürel anlamı bu görsel kodların çok daha ötesindedir. Evlilik ritüelleri, gelenekler, el sanatları, tekstil üretim biçimleri ve sembolik anlatılar, gelinlik aracılığıyla somutlaşarak kuşaktan kuşağa aktarılabilir. Bu yönüyle gelinlik, yalnızca moda tasarımının değil, aynı zamanda kültürel belleğin de önemli bir taşıyıcısıdır.

Anadolu'nun Tekstil Mirası

Anadolu coğrafyası, farklı kültürlerin ve medeniyetlerin şekillendirdiği zengin bir tekstil mirasına sahiptir. Geleneksel gelin giysileri incelendiğinde bu çeşitlilik; kumaş seçimlerinden renklere, işlemelerden yüzey süslemelerine kadar pek çok ayrıntıda kendini gösterir. Bindallılar, üçetekler, cepkenler, yöresel dokumalar ve geleneksel nakış teknikleri yalnızca geçmişte kullanılan giysi unsurları değildir. Bunlar aynı zamanda üretim bilgisini, estetik değerleri ve toplumsal hafızayı taşıyan kültürel miras öğeleridir.

Motif Dekoratif Bir Ayrıntı Değildir

Geleneksel giysilerde kullanılan motifler de bu hafızanın önemli parçalarındandır. Doğadan ilham alan bitkisel formlar, geometrik desenler ve sembolik figürler, farklı yörelerde çeşitli anlamlar taşımıştır. Bu nedenle geleneksel bir gelin giysisindeki işlemeyi yalnızca dekoratif bir unsur olarak değerlendirmek, onun kültürel bağlamını göz ardı etmek anlamına gelir.



Korumak, Tekrar Etmek Değil Yeniden Yorumlamaktır

Günümüzde asıl mesele, bu mirasın çağdaş gelinlik tasarımına nasıl aktarılacağıdır. Kültürel mirası korumak, geçmişteki biçimleri olduğu gibi tekrar etmek değil; onları günümüzün estetik anlayışı ve tasarım olanakları içerisinde yeniden yorumlamaktır. Geleneksel bir nakış tekniğinin çağdaş bir gelinlikte kullanılması, yöresel bir dokumanın modern bir siluetle buluşturulması veya geleneksel bir motifin yeni tasarım teknolojileriyle dönüştürülmesi, geçmiş ile bugün arasında yaratıcı bir bağ kurabilir.

Geçmiş İle Gelecek Arasında Bir Köprü

Bu noktada gelinlik, yalnızca bir tören giysisi değil, geçmiş ile gelecek arasında kurulan estetik ve kültürel bir köprü hâline gelir. İyi tasarlanmış bir gelinlik yalnızca dönemin modasını yansıtmaz; bir coğrafyanın izlerini, zanaatkârın emeğini, kültürel hafızayı ve bireysel hikâyeyi aynı tasarım içerisinde yaşatabilir. —



GELİN KUŞAĞI

Gelin Kuşağı: Bekâret Kuşağı mı, Bereket Kuşağı mı?

Gelinin beline bağlanan kırmızı kuşak bugün çoğu mağazada 'bekâret kuşağı' adıyla satılıyor. Oysa kelimenin kökeni de 1980 öncesinde yapılmış derlemeler de bambaşka bir şey söylüyor



YAZI
Emine Çakır
Doç. Dr.

Ankara Kızılay'da bir gelinlik mağazası. Anne kırmızı kuşakta ısrar ediyor, kızı pembe istiyor. Tartışma uzayınca iki rengi birden alıp çıkıyorlar; satıcı, gelinin düğün günü hangisini bağladığını hiç öğrenemiyor.

Bu sahneyi 2019'da Ankara'da gelinlik ve gelin aksesuarı satan esnafla yaptığım görüşmelerden birinde dinledim. *Millî Folklor*'da yayımlanan "Gelin Kuşağı: Bekâret Kuşağı mı Bereket Kuşağı mı?" başlıklı çalışmamda, son yirmi yılda mağazalarda sıkça yaşanan bu tartışmanın kaynağını aradım. Sorduğum soru basitti: gelinin beline bağlanan kuşak gerçekten bekâretle mi ilgili? Hem kelimenin kökeni hem de 1980 öncesinde yapılmış derlemeler aynı cevabı veriyor: hayır.

Kuşağın onlarca adı var, "bekâret kuşağı" en yenisi

Gelin baba evinden çıkmadan önce beline bir kuşak bağlanır. Bu edimin yöreden yöreye değişen adları var: kuşak kuşatma, kuşağa girme, kuşak bağlama, kuşak atma, kuşak çözme, bel bağlama, gelin bağlama.

Kuşağın kendisine verilen adlar ise geleneğin ne anlama geldiğini zaten söylüyor: babalık velayeti, kardeş kuşağı, gayret kuşağı, Fatma ana kuşağı, kudret kemeri, kuvvet kuşağı, bel şalı, peygamber kuşağı, kızlık bağı, soy kuşağı. Kimi yörelerde teğbet ve şutik gibi adlar da kullanılmış. Bu listede gayret var, kuvvet var, kudret var, soy var. Bekâret ise en son eklenen ve bugün diğerlerinin hepsini bastıran ad.

Kelimenin kökeni: kuşak, tohum demek

Kuşak sözcüğü eski Türkçedeki *kurşak* biçiminden gelir; *kur* kökü kemer anlamı taşır ve *Divânu Lugâti't-Türk*'te kuşak, kemer karşılığında geçer. Asıl ilginç kısım burada başlıyor. Mahmut Sarıkaya'nın köken incelemesine göre *kur* sözcüğü, kendisinden daha eski olan *ur* kelimesiyle bağlantılı. *Ur*, önce şişlik ve kabarıklık anlamındayken zamanla tane ve tohum anlamına doğru gelişmiş. Aynı kökten türeyen *uruğ* ise tane, çekirdek, tohum ve döl demek; sonradan soy sop ve nesil anlamı da kazanmış.

Osmanlıca sözlükte benzer bir örtüşme var: *batın* kelimesi hem karın hem nesil ve soy anlamına geliyor. Kuşağın bağlandığı yerin tam olarak karın ve bel bölgesi olması bu yüzden tesadüf sayılmıyor. Gündelik dilde hâlâ kullandığımız "kuşaktan kuşağa" deyimi de aynı kökten gelir ve doğrudan soylar arası aktarımı anlatır. Türk halklarının inanışlarında bel, doğurganlık noktası kabul edilir; verimli çağdaki erkek için söylenen "bel ortasında" tabiri ve damadın sırtına vurularak edilen "beline kuvvet" alkışı hep aynı düşüncenin izleridir. Kuşak da tam bu noktaya bağlanıyor.

Eskiden kuşak damada da bağlanıyordu

Geleneğin bekâretle ilgili olmadığını gösteren en açık kanıt bu: uygulama yalnızca gelinle sınırlı değil. Elazığ'da damadın beline lahur şalı ya da Trablus kuşağı bağlandığı derlenmiş. İzmir Kemalpaşa'da Tahtacı Türkmenleri damadın beline *kement* adını verdikleri kuşağı "Beli kuvvetli olsun" diyerek bağlıyor. Sabiha Tansuğ da bazı yörelerde damadın gerdeğe girmeden önce beline kuşak sarıldığını, bunun cinsel güç ve doğurganlıkla ilgili olduğunu aktarıyor.

Erkeğin bekâreti gibi bir mesele söz konusu olmadığına göre damada bağlanan kuşağın anlamı doğurganlık ve soyun devamı olmak zorunda. Aynı nesne, gelinde birdenbire başka bir anlama gelemez.

Kuşak bağlanırken ne söyleniyordu?

Ritüel sırasında söylenen sözler de bekâretten değil, çocuktan bahsediyor. Koşay'ın 1944 tarihli derlemesinde Sivas Türkmenlerinde kuşağı gelinin küçük erkek kardeşi bağlıyor ve niyet açıkça söyleniyor: iki oğlun bir kızın olsun. Başkurtlarda kaynananın gelinin belini bağlarken ettiği duanın son dizesi "evlattan oğullu ol" şeklinde. Anamur ve Bozyazı'da dede kuşağı bağlarken "Katarın uzun olsun" diyor, yani soyun uzasın.

Trabzonlu 86 yaşındaki kaynak kişim ise geleneği kendi düğününden hatırlıyordu:

> *"Gelinin beline kuşağı özellikle erkek kardeşi bağlar ki doğan ilk çocuk erkek olsun. Özellikle de göbeğin üzerine bağlanır. Bana da erkek kardeşim bağladı, kuşağın rengi fark etmez, benimki sarıydı."*

Son cümle önemli. Kuşağın rengi fark etmiyor, çünkü anlam renkte değil, edimin kendisinde.

Kırmızı nereden geldi?

Türk giyim kuşam tarihine bakıldığında gelin kuşağının tek bir rengi ve tek bir malzemesi yok: altın, gümüş, bakır, deri, ipek.

Metin And, 16. yüzyıl İstanbul'unda gelinlerin ipek ya da keten bir bağı iki üç kez doladıklarını, bazen de altın veya gümüş tokalı ince deriden bir kemerle bellerini sıktıklarını yazıyor. Osmanlı sarayında hanedan rengi olan kırmızı tercih edilirken halk arasında mor ve mavi gibi canlı renkler de yaygın. Trabzon'dan bir başka kaynak kişi de eskiden köylerde gelinlik olmadığını, gelinin üzerine yün atkı atıldığını, çok eskiden Horasan kuşağı denen bir kuşak bağlandığını ve renginin önemli olmadığını anlatıyor.

Peki kırmızı neden bu kadar öne çıktı? Cevabı kanla değil, al rengin Türk kültüründeki eski anlamıyla ilgili. Al; güç, hâkimiyet ve koruyuculuk sembolü. Gelinin başına atılan duvağın geçmişten bugüne hep al renkte olması da gelini nazardan ve kötü etkilerden korumak içindir. Dede Korkut'ta gerdeğe girecek gelin ile güveyin kırmızı kaftanları mutluluk ve murat giysisi olarak anılır. Yani beyaz gelinliğin üzerinde kırmızı kurdelenin tercih edilmesinin sebebi bekâret değil, al renge yüklenen bu eski anlam.



Algı ne zaman değişti?

Çalışmanın en somut bulgusu burada. Cumhuriyet döneminden 1980'lere kadar Türkiye'nin farklı illerinde derleme yapan araştırmacıların eserlerinde kuşakla bekâret arasında kurulmuş bir bağ neredeyse hiç yok. 1938'de Yusuf Ziya Demirci, babanın kızının kemerini bağladığını yazıyor. 1944'te Koşay'ın derlemelerinde Bolu'da kardeş gümüş kemer takıyor, Çankırı'da hoca dua ediyor ve kardeş kuşağı kuşatıyor, Niğde'de baba kuşağı bağlayıp kızının saadeti için dua ediyor. 1963'te Barlas, kuşağı gelinin beline üç kez dolayan akrabaları anlatıyor. 1977'de Erdentuğ, kimi yerlerde kardeşin gümüş kuşak kuşattığını kaydediyor. Kıbrıs derlemelerinde baba ipek kuşağı üç kez bağlayıp çözüyor.

Bu kayıtların hiçbirinde bekâret geçmiyor. Geçen tek örnek Kayseri'den: babanın kızının beline beyaz bir yaşmak bağlaması. Kırmızı kuşak değil, beyaz yaşmak.

1980'den sonra tablo değişiyor. Müjgân Üçer'in 1980 tarihli yazısında Sivas'ta gayret kuşağının artık gelinin bekâr olduğunu belirtmek için bağlandığı söyleniyor. Ali Rıza Balaman 1983'te daha da açık konuşuyor:

> *"Ancak bazı danışmanlarımız, kuşağın renginden de giderek gayret yanında bakirelik simgesi olabileceğini de vurguladılar."*

Balaman'ın bu cümlesi değişimin tam olarak nerede başladığını gösteriyor: kuşağın renginden yola çıkılarak yeni bir anlam üretiliyor, bu anlam sonraki yıllarda önce literatüre, oradan da topluma yayılıyor. Görsel kayıtlar da bunu doğruluyor. Eski kartpostallarda ve düğün fotoğraflarında belinde kırmızı kurdele olan gelin bulmak neredeyse imkânsız; 1980 öncesi Türk sinemasında da kırmızı kurdeleli geline rastlanmıyor.

Bugün gelinlikçiler ne diyor?

2019'da Ankara'da gelinlik ve gelin aksesuarı satan yedi kişiyle, ayrıca ritüeli uygulamış iki kaynak kişiyle görüştüm. Sonuç çarpıcıydı: satıcıların tamamı kırmızı kuşağı bekâretle ilişkilendiriyor ve ürünü doğrudan "bekâret kuşağı" adıyla satıyor. Hiçbiri kuşağın soy, bereket ve doğurganlıkla ilgili anlamından söz etmedi. Sahadan öne çıkan gözlemler şöyle:

- Gelinler son yıllarda kırmızı yerine bordo, mor, mürdüm ve uçuk pembe gibi daha yumuşak tonlara yöneliyor; kuşağı genellikle el buketiyle uyumlu seçiyorlar.
- Anne ile kız arasındaki çatışma sık. Anneler kırmızıda ısrar ediyor, kızlar rengin bekâreti temsil ettiğini düşündüğü için istemiyor.
- Yaygın bir uzlaşma yolu bulunmuş: kuşağı evde takıp arabaya binerken çıkarmak. Kızlar bunu formalite olarak yapıyor.
- Kuşağı reddeden gelinlerin çoğunlukla eğitimli ve ekonomik durumu iyi kişiler olduğu belirtiliyor.
- Aynı dönemde gelinlik algısı da değişmiş; bir düğünde birden fazla gelinlik giyiliyor: nikâh gelinliği, evden çıkma gelinliği, fotoğraf gelinliği.

Satıcılardan birinin aktardığı cümle, geleneğin nasıl bir yere savrulduğunu özetliyor: “Bekâretimden kime ne, kimseye ispatlamak zorunda değilim, o kuşak beni bakire yapmaz.” Buradaki asıl mesele şu: gelin adayı çoğu zaman kuşak bağlamaya karşı değil, kırmızı kuşağa sonradan yüklenen anlama karşı. Anlam düzeltilirse itiraz da büyük ölçüde ortadan kalkıyor.

Ritüelin içindeki eski izler

Kuşak bağlama, bugün birkaç saniyede biten basit bir hareket gibi görünse de içinde epey eski katman barındırıyor. Kuşağın üç kez dolanıp çözülmesi neredeyse her yörede ortak. Hakkâri Beytüşşebap’ta kuşağın üç kez çözülüp bağlanması durumunda gelinin eve uğur ve bereket getireceğine inanılıyor. Anamur ve Bozyazı’da Alevi geleneğinde kuşak önce süpürgeye, sonra geline bağlanıyor ve dede uygulamayı üç kez tekrarlıyor.

Bağlama sırasında salavat getirilmesi, Fatiha okunması, “Eline, beline, diline sahip ol” öğüdünün verilmesi ise ritüelin İslami katmanı. Üçleme ve süpürge gibi unsurların İslamiyet öncesine uzandığı düşünülürse gelin kuşağı, iki inanç dünyasının üst üste bindiği ender pratiklerden biri sayılabilir.

Kendi düğününüz için birkaç not

Rengi seçerken: Kuşağın kırmızı olması gerektiğine dair geleneksel bir zorunluluk yok. Tarih boyunca sarı, gümüş, altın, mor, mavi ve ipeğin doğal renkleri kullanılmış. Bugün gelinlerin çoğu kuşağı el buketiyle ya da ayakkabıyla uyumlu seçiyor; bordo, mürdüm ve pudra tonları en çok tercih edilenler.

Kimin bağlayacağı: Yaygın uygulamada baba, ağabey ya da küçük erkek kardeş bağlıyor. Baba hayatta değilse dede, amca veya dayı devralıyor. Bazı yörelerde ailenin en yaşlısı kuşağı üçer kez dolayıp bir sonrakine veriyor, en son yine o bağlıyor. Aile büyüklerinin sırayla dahil olduğu bu biçim, fotoğraf açısından da güzel bir an oluşturuyor.

Aile yadigârı kuşak: Kuşağın soydan soya geçmesi eski bir uygulama; aileye gelen her yeni geline aynı kemerin takıldığı biliniyor. Anneannenizin ya da kayınvalidenizin kuşağını kullanmak hem geleneğin asıl anlamına uygun düşer hem de tartışmayı kendiliğinden çözer.

Ailenizle konuşurken: Anneniz kırmızıda ısrar ediyorsa itirazın rengin kendisine değil, ona sonradan yüklenen anlama olduğunu anlatmak işe yarayabilir. Kuşağın soy ve bereketle ilgili olduğunu, eskiden damada da bağlandığını, hatta rengin çoğu zaman fark etmediğini bilmek iki tarafı da rahatlatıyor.

Adını doğru koymak

Gelin kuşağı, Türk düğün geleneğinin en eski halkalarından biri. Kelimenin kökeni tohum ve soy anlamına çıkıyor, uygulamanın kendisi doğurganlık dileğine dayanıyor, bağlanırken edilen dua çocuktan söz ediyor. Bugün aynı kuşak mağaza rafında bambaşka

bir adla duruyor ve bu ad yüzünden reddediliyor.

Çalışmamın sonunda önerdiğim şey basit: gelinlikçiler ürünü "bekâret kuşağı" adıyla satmayı bırakıp **bereket kuşağı** ya da **soy kuşağı** adını kullanırsa hem geleneğin kökeniyle uyumlu bir adlandırma yapılmış olur hem de kuşağın reddedilmesinin önüne geçilir. Adlandırma meselesi ilk bakışta küçük bir ayrıntı gibi durabilir. Ama bir gelinin mağazada duyduğu ilk kelimenin "bekâret kuşağı" olması ile "bereket kuşağı" olması arasında, o gelinin geleneğe bakışı açısından ciddi fark var. Adını doğru koymak, geleneği kurtarmak için yeterli olabilir.

Kaynak: Çakır, E. (2022). "Gelin Kuşağı: Bekâret Kuşağı mı Bereket Kuşağı mı?", Millî Folklor, 17(134), 145-158.

"

Gelinin beline kuşağı özellikle erkek kardeşi bağlar ki doğan ilk çocuk erkek olsun. Özellikle de göbeğin üzerine bağlanır. Bana da erkek kardeşim bağladı, kuşağın rengi fark etmez, benimki sarıydı.



MÜŞTERİ BEKLENTİLERİ

Ölçü Almak Yetmez: Gelinlik Sektöründe Müşteriyi Gerçekten Tanımak



YAZI
Önder Özkan
Marka Stratejisti ve Tasarımcı | Modanın Önderi

Önder Özkan | Marka Stratejisti, Modanın Önderi

İki kadın aynı atölyeye giriyor.

Bütçeleri benzer. Düğün tarihleri yakın. İkisi de hayatlarının o özel anı için doğru gelinliği arıyor.

Biri aynı atölyeden satın alıyor. Diğeri teşekkür edip çıkıyor.

Fiyat aynı. Kesimler aynı. Kalite aynı. Koleksiyon aynı.

Tam da burada insanın aklına şu soru geliyor: Peki fark nerede?

Gelinlik sektöründe müşterilerin sorduğu bu soruların cevabı çoğunlukla yanlış yerde aranıyor. Tasarımda mı? Fiyatta mı? Reklamda mı?

Ama cevap çoğu zaman çok daha önce, randevunun ilk dakikalarında o sohbette saklıdır.

Atölyede müşteri ağırlanıyor. Önce belki hazır modellere ya da kataloğa bakılıyor. Müşterinin de önceden araştırdığı, aklında tuttuğu birçok model oluyor. Ardından beden ölçüleri alınıyor. Ama çoğu atölye genelde onun kendini nasıl görmek istediğini ölçemiyor.

Peki beklenti, kimlik ve his?

Yıllarca tasarım yaparken şunu gördüm. Müşterinin söylediğiyle aslında aradığı şey her zaman aynı olmayabiliyor.

Bazen “sade bir şey istiyorum” diyen biri, aynanın karşısına geçtiğinde görünür olmak istediğini fark ediyor.

Bazen de gösterişli bir model isteyen biri, kendini onun içinde yabancı hissediyor.

Tasarımcı için mesele yalnızca talebi duymak değil, o talebin arkasındaki insanın duygusunu okuyabilmek.

Bu fark, pazarlamada demografi ile psikografi arasındaki ayrıma denk düşüyor.

Demografi bir müşteriyi tanımlar: Yaşı, geliri, konumu. Psikografi onu anlar: Kendini

nasıl gördüğü, neye ait hissetmek istediği, bir kararı verirken zihninde ne döndüğü.

28 yaşında, benzer bütçeyle gelen iki kadın düşünün. Biri o günü masalsı, görkemli, bütün davetlilerin dikkatini üzerinde hissederek yaşamak istiyor. Diğeri sade, kendine ait, gürültüden uzak bir an hayal ediyor.

Demografi bu ikisini aynı kutuya koyar. Ama doğru soruyu soran atölye, onları ilk beş dakikada ayırt eder.

2010 yılında Emily Weiss, Vogue'da çalışırken bir güzellik blogu açtı: Into The Gloss.

Blog büyüdükçe Weiss bir şeyin farkına vardı. Okuyucular güzellik ürünleri hakkında değil, kendileri hakkında konuşmak istiyordu. Ne istediklerini değil, nasıl hissettiklerini paylaşıyorlardı.

2014'te Glossier'i kurmaya karar verdiğinde, topluluğuna şunu sordu: "İdeal bir temizleyici nasıl olmalı?" Gelen yüzlerce yanıt, Milky Jelly Cleanser'ın geliştirme sürecine girdi.

Ürün, bir formülün değil, bir dinlemenin sonucuydu.

Glossier ile bir gelinlik atölyesi ilk bakışta birbirinden çok uzak iki dünya gibi görünebilir. Ama ikisinin de cevaplaması gereken soru aynı:

Karşındaki insanı gerçekten dinliyor musun?

O kadın atölyeye yalnızca bir kıyafet aramaya gelmiyor.

O günü ruhunda ve bedeninde nasıl taşımak istediğini arıyor.

Bu ayrımı fark eden atölye, ona doğru gelinliği önermekle kalmıyor, doğru hissi sunuyor. Ve hissi doğru olan müşteri, atölyeyi hatırlıyor. Tavsiye ediyor. Hikayesini başkalarına da anlatıyor.

Bu, fiyat rekabetinin çok ötesinde bir bağdır. Çünkü fiyat kıyaslanabilir. Ama "bu atölye beni anladı" hissi kıyaslanamaz.

Gelinlik sektöründe marka olma potansiyeli de tam bu hissin anlaşıldığı noktada başlıyor:

Müşteriyi ölçülerinden ve bütçesinden daha derin bir yerde tanımakta.

Benim genelde asıl sorum yalnızca şunlar olurdu:

"Müşteri ne istiyor?" değil.

"Bu müşteri kim?"

"O gün kendini nasıl görmek istiyor?"

"Ve yıllar sonra o anı nasıl hatırlamak istiyor?"

Bu sorular satış tekniği değildir. Marka inşasının temelidir.

Çünkü bir atölye bu soruları sistematik biçimde sormaya başladığında, yalnızca daha iyi gelinlik önermekle kalmıyor. Kendi müşterisini tanıyan, onun dilinden konuşan, ona ait hissettiren bir yer haline geliyor.

Ve ait hisseden müşteri unutmaz.

Gelinlik seçimi bir ölçü alma seansı değildir.

O kadın atölyeye girdiğinde, yıllar sonra o günü nasıl hatırlayacağına dair bir karar veriyor.

Bunu anlayan atölye, ona kumaş değil, bir an sunar. Hayaline eşlik eder. Başından sonuna kadar.

Güçlü markalar tam olarak bu anların tekrarıyla doğar.

Önder Özkan, marka stratejisti ve Modanın Önderi platformunun kurucusudur. Moda, marka kimliği ve yaratıcı endüstriler üzerine içerikler üretmektedir.

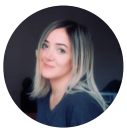
YouTube: Modanın Önderi youtube.com/@modaninonderi •



DOĞAL

Sürdürülebilir Vegan Moda: Moda Dünyasının Dönüşen Yüzü

Vegan moda yalnızca hayvansal materyalden kaçınmak değil; üzüm posasından mantar miselyumuna uzanan yeni nesil malzemelerle üretim biçimini de sorgulayan bir dönüşüm



YAZI
Merve Balkış
Dr. Öğr. Üyesi

Moda sektörü, çevresel etkileri ve doğal kaynak tüketimi nedeniyle son yıllarda önemli bir değişim sürecinden geçiyor. Tüketicilerin bilinçlenmesiyle birlikte yalnızca şık ve kaliteli ürünler değil; doğaya, hayvanlara ve insan haklarına saygılı üretim anlayışı da tercih sebebi hâline geliyor. Bu dönüşümün merkezinde ise sürdürülebilir vegan moda yer alıyor. *Sanat ve Tasarım Dergisi*'nin 20. yıl armağan sayısında yayımlanan çalışmamda bu kavramı, vegan lifleri ve sektördeki sertifikaları etik moda çerçevesinde inceledim; aşağıda o çalışmanın ana hatlarını aktarıyorum.

Vegan moda nedir?

Vegan moda, deri, kürk, yün ve ipek gibi hayvansal kökenli materyaller kullanılmadan üretilen tekstil ve moda ürünlerini ifade eder. Ancak günümüzde bu kavram yalnızca hayvansal içerikten kaçınmayı değil, üretim süreçlerinin çevre üzerindeki etkisini de sorgulayan daha kapsamlı bir yaklaşıma dönüşmüştür.

Sürdürülebilir vegan moda: iki hedef bir arada

Sürdürülebilir vegan moda ise bir adım daha ileri giderek hem hayvan haklarını hem de çevresel sürdürülebilirliği birlikte ele alır. Bu anlayışta biyobozunur malzemeler, geri dönüştürülebilir hammaddeler, çevre dostu üretim teknikleri ve etik çalışma koşulları büyük önem taşır. Böylece yalnızca hayvanların korunması değil, doğal kaynakların gelecek nesillere aktarılması da hedeflenir.

Üzüm posasından mantar miselyumuna

Teknolojide yaşanan gelişmeler, moda sektörüne yenilikçi malzemeler kazandırmaktadır. Üzüm posası, mantar miselyumu, kahve atıkları ve farklı bitkisel kaynaklardan geliştirilen yeni nesil vegan kumaşlar, geleneksel deri ve sentetik malzemelere alternatif oluşturmaktadır. Bu inovatif çözümler, karbon ayak izinin azaltılmasına katkı sağlarken çevreye duyarlı üretim anlayışını da desteklemektedir.



Markalar ve sertifikalar

Dünya genelinde birçok moda markası sürdürülebilir vegan koleksiyonlara yatırım yapmaktadır. Stella McCartney, Adidas, H&M ve Tommy Hilfiger gibi markalar, hayvansal içerik içermeyen yenilikçi materyaller kullanarak daha sorumlu bir moda anlayışını benimsemektedir. Bunun yanında vegan sertifikaları ve etik üretim standartları da tüketicilerin güvenilir ürünlere ulaşmasını kolaylaştırmaktadır.

Z kuşağı ve modanın yeni tanımı

Özellikle Z kuşağının bilinçli tüketim alışkanlıkları, sürdürülebilir vegan modanın gelecekte daha da yaygınlaşacağının önemli bir göstergesidir. Moda artık yalnızca estetikten ibaret değil; çevresel sorumluluk, etik üretim ve teknolojik yeniliklerle şekillenen yeni bir yaşam anlayışını temsil ediyor. Bu dönüşümün en güçlü örneklerinden biri olan sürdürülebilir vegan moda ise geleceğin moda anlayışında önemli bir yer edinmeye devam ediyor.

Aynı sorumluluk arayışının gelinlik tarafındaki karşılığı için ipek, dantel ve zarafetin ekolojik hikâyesini anlattığımız yazıya da göz atabilirsiniz.

Kaynak: Balkış, M. (2025). Tekstil ve Moda Sektöründe Sürdürülebilir Vegan Moda. Sanat ve Tasarım Dergisi, (20. Yıl Armağan Sayısı | 35), 647-668.

“

Vegan moda, deri, kürk, yün ve ipek gibi hayvansal kökenli materyaller kullanılmadan üretilen tekstil ve moda ürünlerini ifade eder.



MODA REHBERİ

Gelinliğe Hazırlanırken Tabağınızda Neler Olmalı?

Düğün öncesi beslenme, enerji ve sağlığınızı destekleyen dengeli bir beslenme düzeni oluşturmakla ilgilidir



YAZI
Sanem Güven
Arş. Gör.

Düğün öncesi dönemde amaç aç kalmak değil; enerjinizi, iyi oluşunuzu ve kendinizi iyi hissetmenizi destekleyen dengeli bir beslenme düzeni oluşturmaktır. Düğün tarihi yaklaştıkça gelinlik provaları, davetiyeler, organizasyon detayları ve davetler derken beslenme çoğu zaman ikinci plana atılabiliyor. Bir yandan da "Gelinliğimin içinde daha ince görünmeliyim" düşüncesiyle çok düşük kalorili diyetler, öğün atlama, tek tip beslenme veya son dakika detoksları gündeme gelebiliyor.

Oysa düğüne hazırlanırken beslenmenin amacı aç kalarak mümkün olduğunca hızlı kilo vermek değil; yeterli ve dengeli beslenerek enerjiyi, günlük yaşam performansını ve genel iyi oluşu desteklemek olmalı. Düğün öncesi dönemde sürdürülebilir alışkanlıklar oluşturmak, son dakika uygulanan katı diyetlerden çok daha sağlıklı bir yaklaşım sunuyor.

Önce "şok diyet" fikrinden vazgeçin

Düğün öncesinde yapılan en yaygın hatalardan biri, kısa sürede büyük değişiklik yaratmaya çalışmak. Çok düşük kalorili beslenmek, öğünleri tamamen çıkarmak, yalnızca sıvılarla beslenmek veya doktor/diyetisyen önerisi olmadan çeşitli ürün ve takviyelere yönelmek ilk bakışta hızlı sonuç veriyor gibi görünebilir. Ancak yoğun ve stresli düğün hazırlıkları döneminde, yetersiz beslenmek; günlük enerjinin düşmesine, açlık-tokluk kontrolünün zorlaşmasına ve düğün günü kendinizi yorgun hissetmenize neden olabilir. Düğününüze hazırlanırken tabağınızı küçültmek yerine **içeriğini zenginleştirin**.

Peki tabağımızda neler olmalı?

Düğün öncesi beslenmenin temelini; sebze ve meyveler, tam tahıllar, kaliteli protein kaynakları, sağlıklı yağlar ve yeterli sıvı tüketimi oluşturabilir. Bu yaklaşım Akdeniz tipi beslenme modeliyle de büyük ölçüde örtüşür.

Tabağın yarısı sebze ve salata

Renkli sebze ve meyveler; vitamin, mineral, lif ve çeşitli antioksidan bileşiklerin önemli kaynaklarıdır. Bu nedenle her gün farklı renklerde sebzelere yer vermek, düğün öncesi beslenmenin en kolay uygulanabilecek adımlarından biridir. Domates, biber, havuç, yeşil yapraklı sebzeler, kabak, patlıcan ve mevsim sebzelerini dönüşümlü kullanabilirsiniz.

Her ana öğünde protein kaynağı

Yumurta, yoğurt, kefir, balık, tavuk, hindi, peynir ve baklagiller günlük beslenmede kullanılabilecek protein kaynaklarıdır. Protein içeren besinlerin öğünlerde yer alması tokluk hissinin desteklenmesine ve özellikle fiziksel aktivitenin arttığı dönemlerde kas kütlesinin korunmasına katkı sağlayabilir.

Karbonhidratı tamamen hayatınızdan çıkarmayın

"Düğüne kadar karbonhidrat yemeyeceğim" düşüncesi kulağa tanıdık geliyor olabilir. Ancak dengeli beslenmenin amacı karbonhidratı tamamen çıkarmak değil, daha besleyici karbonhidrat kaynaklarını tercih etmek. Yulaf, bulgur, tam tahıllı ekmek, tam tahıllı makarna, karabuğday, kinoa ve baklagiller gibi seçenekler öğünlere eklenebilir. Rafine karbonhidratlar yerine tam tahıllı ve daha kompleks karbonhidrat kaynakları tercih edilmelidir.

Yağlardan korkmayın

Zeytinyağı, ceviz, badem, fındık, avokado ve yağlı balıklar Akdeniz tipi beslenmenin önemli parçalarıdır. Özellikle omega-3 yağ asitlerini içeren balık, ceviz ve keten tohumu gibi besinler cilt sağlığını destekleyen besinler arasında yer alıyor. Burada önemli olan "sağlıklı" olduğu için sınırsız tüketmek değil; porsiyonlara dikkat ederek beslenmeye dahil etmektir.

Meyveleri unutmayın

Düğün öncesi dönemde meyve tüketimini tamamen kesmek yerine günlük beslenmenin bir parçası haline getirebilirsiniz. Çilek, narenciye, elma, kivi, üzüm ve mevsim meyveleri hem besin çeşitliliğini artırır hem de günlük vitamin, mineral ve lif alımına katkı sağlar.

Su şişeniz hazırlık çantanızın daimi üyesi olsun

Yoğun düğün hazırlıkları sırasında su içmek kolayca unutulabiliyor. Yeterli sıvı tüketimi normal vücut işlevlerinin sürdürülmesi açısından önemlidir. Günlük yaklaşık 2–3 litre sıvı tüketimi önerilmekle birlikte, gereksinimin kişiye, fiziksel aktiviteye ve çevresel koşullara göre değişebileceği unutulmamalıdır. Su tüketimini gün içine yaymak ve yanı-

nızda bir su şişesi taşımak pratik bir çözüm olabilir.

Düğün öncesi şişkinlik konusunda ne yapmalı?

Düğün öncesinde birçok kişinin en büyük endişelerinden biri şişkinliktir. Burada önemli olan herkes için geçerli bir "yasaklı besinler listesi" oluşturmak değil, kendi sindirim sisteminizi tanımaktır. Özellikle düğünden hemen önce daha önce hiç tüketmediğiniz bir besini denememek iyi bir fikir olabilir. Gaz ve şişkinlik yapan besinler kişiden kişiye değişebilir. Bazı kişilerde kuru baklagiller, lahana, brokoli, karnabahar veya gazlı içecekler rahatsızlık oluşturabilirken başka bir kişide herhangi bir sorun yaratmayabilir. Bu nedenle düğünden birkaç gün önce alışık olmadığınız bir "detoks" veya aşırı kısıtlayıcı beslenme programına geçmek yerine, size iyi gelen alışkanlıkları sürdürmek daha doğru bir yaklaşımdır. Aşırı tuzlu ve yüksek oranda işlenmiş besinleri azaltmak da düğün öncesi dönemde tercih edilebilir.

"Gelinlik diyeti" yerine 7 günlük Akdeniz tipi beslenme rehberi

Aşağıdaki plan kilo verme amacıyla hazırlanmış kişiye özel bir diyet listesi değildir. Sağlıklı yetişkinler için, dengeli ve çeşitli beslenmenin günlük hayatta nasıl uygulanabileceğini göstermek amacıyla hazırlanmış **örnek bir menüdür**. Enerji ve besin ögesi gereksinimleri kişiden kişiye değiştiğinden porsiyonların kişinin gereksinimlerine göre düzenlenmesi gerekir.

1. Gün

- Kahvaltı: Yulaf ezmesi + yoğurt/kefir + mevsim meyvesi + ceviz
- Öğle: Izgara tavuklu mevsim salatası + tam tahıllı ekmek
- Ara öğün: Elma + badem
- Akşam: Fırında balık + bulgur pilavı + zeytinyağlı mevsim sebzeleri

2. Gün

- Kahvaltı: Haşlanmış yumurta + beyaz peynir + tam tahıllı ekmek + domates, salatalık ve yeşillikler
- Öğle: Mercimek salatası + ayran
- Ara öğün: Yoğurt + mevsim meyvesi
- Akşam: Zeytinyağlı sebze yemeği + bulgur + yoğurt

3. Gün

- Kahvaltı: Yoğurt + yulaf + çilek veya mevsim meyvesi + chia/keten tohumu
- Öğle: Nohutlu renkli salata + tam tahıllı ekmek
- Ara öğün: Armut + ceviz
- Akşam: Izgara tavuk + fırın sebzeleri + karabuğday/bulgur

4. Gün

- Kahvaltı: Sebzeli omlet + tam tahıllı ekmek + yeşillikler
- Öğle: Zeytinyağlı nohut yemeği + cacık + mevsim salatası
- Ara öğün: Kefir + mevsim meyvesi
- Akşam: Fırında somon + roka salatası + tam tahıllı makarna

5. Gün

- Kahvaltı: Yulaf + süt/yoğurt + muz + ceviz
- Öğle: Tavuklu Akdeniz salatası + tam tahıllı ekmek
- Ara öğün: Meyve + badem/fındık
- Akşam: Kuru fasulye + bulgur pilavı + cacık + mevsim salatası

6. Gün

- Kahvaltı: Haşlanmış yumurta + peynir + tam tahıllı ekmek + domates, salatalık ve yeşillikler
- Öğle: Ton balıklı mevsim salatası + ayran
- Ara öğün: Yoğurt + mevsim meyvesi
- Akşam: Izgara hindi/tavuk + zeytinyağlı sebze + bulgur

7. Gün

- Kahvaltı: Sebzeli omlet + tam tahıllı ekmek + avokado + yeşillikler
- Öğle: Mercimek çorbası + peynirli mevsim salatası + tam tahıllı ekmek
- Ara öğün: Meyve + ceviz
- Akşam: Fırında balık veya tavuk + zeytinyağlı sebze + bulgur/karabuğday + yoğurt

Her gün: Gün boyunca yeterli su tüketimi ve kişinin açlık-tokluk durumuna göre uygun ara öğünler planlanabilir.

Düğün haftasında tabağınızı değil, stresinizi küçültün

Düğün haftası geldiğinde beslenmede yeni bir maceraya başlamanın zamanı değildir. Daha önce denemediğiniz bir beslenme programını uygulamak, öğünleri tamamen değiştirmek veya yalnızca birkaç gün içinde büyük bir fiziksel değişim yaratmaya çalışmak yerine vücudunuzun alışık olduğu, dengeli ve yeterli beslenme düzenini sürdürün.

Özellikle düğün günü öğün atlamamak önemli. Düğün gününde protein ve karbonhidrat içeren dengeli bir kahvaltı yapılması, gün içerisinde gerekirse daha küçük öğün ve ara öğünlerle devam edilmesi ve daha önce denenmemiş yiyeceklerden kaçınılması önemlidir.

Gelinliğin içine sığmaktan daha fazlası

Düğün hazırlığı, kendinizi cezalandıracağınız bir dönem değil; kendinize daha iyi bakmayı öğrenebileceğiniz güzel bir başlangıç olabilir. Tabağınızı sebzelerle renklendirin, her ana öğünde kaliteli bir protein kaynağına yer verin, tam tahılları ve sağlıklı yağları beslenmenizin bir parçası yapın, yeterli su için ve en önemlisi mükemmel olmaya değil, sürdürülebilir olmaya çalışın. Çünkü düğün fotoğraflarında hatırlamak isteyeceğiniz şey yalnızca gelinliğinizin üzerinizde nasıl durduğu değil; o gün ne kadar enerjik, mutlu ve kendiniz gibi hissettiğiniz olacak.

Düğün gününde ne yiyeceğinizi Saç, Makyaj, Gelinlik... Peki Gelin Ne Yiyecek? yazısında, kalan süreye göre planı ise Gelinliğe Giden Yolda Beslenme Takvimi yazısında bulabilirsiniz.

Not: Bu 7 günlük plan genel bir örnektir; herhangi bir hastalığı, özel beslenme gereksinimi, gebelik/emzirme durumu veya kilo yönetimi hedefi bulunan kişilerin beslenme planı bireysel olarak diyetisyen tarafından düzenlenmelidir. —

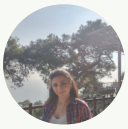
“

Düğün öncesi dönemde sürdürülebilir alışkanlıklar oluşturmak, son dakika uygulanan katı diyetlerden çok daha sağlıklı bir yaklaşım sunuyor.



TREND

Toprağın Sakinliğinde Bir Eylül: Arinna Botanical Totem



YAZI
Melis Çevik
Genel Yayın Yönetmeni

Arinna'nın kurucusu Gülece Yıldız'ın Vietnam ve Sri Lanka'da geçirdiği zamanlardan beslenen Botanical Totem, İlkbahar/Yaz 2026 koleksiyonunda doğayla kurulan bağı merkeze alıyor. Desenin çizgisel dili MU sembollerindeki dalga ve akış motiflerinden besleniyor; büyük yaprak formları büyümeyi ve koruyucu alanı, lotus ve güneş motifleri ise yeniden doğuş ve dönüşüm temalarını taşıyor.

Koleksiyonun karakteristik yanı, tek bir desenin farklı formlarda yeniden yorumlanması: aynı botanik motif kimi zaman bir elbiseye, kimi zaman bir eteğe, kimi zaman bir fulara dönüşüyor – her seferinde farklı bir his taşıyarak. Pamuk-keten ve müslin-kenevir karışımlı kumaşlar, nefes alan dokularıyla yaz aylarının doğal konforunu önceliyor; el işçiliği detaylar her parçaya kendine has bir karakter katıyor.



Şehirden sahile, gündüzden akşama uzanan akışkan elbiseler, sarma etekler ve hafif takımlardan oluşan koleksiyon, yazın son gününe kadar taşınabilecek, Eylül'e de yumuşak bir geçiş sunan bir gardırop öneriyor. Yıldız, koleksiyonu şöyle anlatıyor: "Botani-

cal Totem, insanın kendine dönebileceği bir alan hissinin bir koleksiyona dönüşmüş hali.”

Doğal tonlar ve toprak renkleriyle şekillenen palet, mevsimin son notasını taşıyor.

Takip edin: arinna.otantik •

“

Yıldız, koleksiyonu şöyle anlatıyor: "Botanical Totem, insanın kendine dönebileceği bir alan hissinin bir koleksiyona dönüşmüş hali.



BESLENME TAKVİMİ

Gelinliğe Giden Yolda Beslenme Takvimi

Düğüne 12 ay mı var, 1 hafta mı? Beslenmeyi son dakikaya bırakmadan planlamak için aydan güne ilerleyen pratik bir takvim ve düğün sabahına kadar yapılacaklar



YAZI
Sanem Güven
Arş. Gör.

Düğün tarihi belli olduğunda yapılacaklar listesi hızla uzamaya başlar: gelinlik, mekân, davetli listesi, fotoğrafçı, saç ve makyaj... Beslenme ise çoğu zaman listenin sonlarına bırakılır. Oysa düğün öncesi dönemde beslenmeye zaman ayırmak, son haftalarda uygulanacak katı ve hızlı çözümler aramak yerine sürdürülebilir alışkanlıklar oluşturmak için fırsat sunar.

Düğün hazırlığının amacı yalnızca gelinliğin içine girmek değil; düğün gününe **yeterli enerji, iyi bir sindirim sistemi ve kendinizi iyi hissettiğiniz bir bedenle** ulaşmak olmalı.

6–12 ay kala: Temeli oluşturun

Düğününüze bir yıl veya daha uzun süre varsa, en büyük avantajınız zamanınızın olmasıdır. Bu dönemde hedef, kısa sürede kilo vermeye çalışmak yerine günlük beslenmenizi değerlendirmek olmalı. Kendinize şu soruları sorabilirsiniz:

- Öğünlerimi düzenli tüketiyor muyum?

- Her gün yeterli sebze ve meyve tüketiyor muyum?
- Protein kaynaklarım yeterli ve çeşitli mi?
- Tam tahıllara yeterince yer veriyor muyum?
- Gün içinde yeterince su içiyor muyum?
- Sık sık öğün atlıyor muyum?
- Yoğun çalışma veya düğün hazırlığı sırasında hazır ve işlenmiş yiyeceklere ne kadar yöneliyorum?

Bu dönemde yapılacak küçük değişiklikler zaman içinde alışkanlığa dönüşebilir.

3–6 ay kala: Tabağınızı zenginleştirin

Düğüne birkaç ay kaldığında artık temel alışkanlıkları biraz daha güçlendirebilirsiniz. Bu dönemde beslenmenizin temelini sebzeler, meyveler, tam tahıllar, kaliteli protein kaynakları ve sağlıklı yağlar oluşturabilir. Tam tahıllı ekmek, yulaf, bulgur ve diğer tam tahıllar; yumurta, yoğurt, kefir, balık, tavuk ve baklagiller gibi protein kaynakları; zeytinyağı, ceviz, badem ve diğer yağlı tohumlar dengeli bir beslenme düzeninin parçaları olabilir.

Bu dönemde deneyebileceğiniz küçük değişiklikler:

- Beyaz ekmek yerine zaman zaman tam tahıllı ekmek tercih etmek
- Haftada birkaç öğünde baklagillere yer vermek
- Balık tüketimini artırmak
- Salatalara zeytinyağı eklemek
- Ara öğünlerde meyve ve kuruyemiş gibi seçenekler kullanmak
- Şekerli içecekleri azaltmak
- Su şişesini günlük rutinin bir parçası haline getirmek

Amaç yasaklar koymak değil, besin çeşitliliğini artırmak.

1–3 ay kala: Artık “süreklilik” zamanı

Düğün yaklaşırken birçok kişinin yaptığı hata, daha önce uygulamadığı çok katı bir beslenme programına geçmektir. Tam tersine, bu dönemde daha önce oluşturduğunuz düzeni istikrarlı şekilde sürdürmek daha doğru bir yaklaşımdır. Bu dönemde özellikle şu gruplar tabağınızda kalmalı:

- **Protein:** Yumurta, balık, tavuk, yoğurt, kefir, peynir, baklagiller
- **Kompleks karbonhidrat:** Yulaf, bulgur, tam tahıllı ekmek, kinoa, karabuğday
- **Sağlıklı yağlar:** Zeytinyağı, ceviz, badem, fındık, avokado
- **Renkli sebze ve meyveler:** Günlük beslenmenin vazgeçilmezleri olmaya devam etmeli

Cilt ve saç için “tek bir mucize besin” aramayın

Düğün yaklaşırken “parlak cilt”, “gür saç” veya “bridal glow” vaat eden tek bir besin ya da ürün aramak cazip gelebilir. Oysa cilt sağlığı için omega-3 yağ asitleri, C ve E vitaminleri ile çinko gibi çeşitli besin ögeleri dikkat çekmektedir. Bu nedenle tek bir besine odaklanmak yerine çeşitli ve yeterli bir beslenme düzeni daha anlamlıdır.

1 ay kala: Yeni bir şey denemeyin

Bu aşamada “yeni bir diyet deneyeyim”, “detoks yapayım”, “daha önce hiç kullanmadığım bir takviyeye başlayayım” düşüncesinden uzak durmak iyi bir fikir olabilir. Özellikle düğünden yaklaşık bir ay önce yeni yiyecekler denenmemelidir; bu durum sindirim sorunları veya cilt reaksiyonları oluşturabilir.

Bu dönem için en iyi strateji bildiklerinizle devam etmek: daha önce size iyi gelen kahvaltılarınızı yapın, alışık olduğunuz sebze, meyve ve protein kaynaklarını tüketin, sıvı tüketiminizi düzenli hale getirin ve öğün atlamamaya çalışın.

1 hafta kala: Hafiflik değil, rahatlık hedefleyin

Düğüne bir hafta kaldığında artık büyük değişiklikler yapmak için çok geçtir. Bu nedenle hedefi değiştirelim: "Bir haftada çok kilo vermek" yerine düğün gününe rahat ve enerjik hissederek ulaşmak amaçlanmalıdır. Bu hafta:

- Su tüketiminizi ihmal etmeyin
- Aşırı tuzlu ve yüksek oranda işlenmiş yiyecekleri azaltın
- Sizi daha önce rahatsız etmiş yiyecekleri tercih etmeyin
- Öğünlerinizi atlamayın
- Yeni bir besin veya takviye denemeyin

Düğün haftasında tabak kadar uyku da önemli

Düğün haftasında yapılacaklar listesi uzadıkça uyku süresi kısalabilir. Ancak sağlıklı beslenme ile iyi uyku birbirinden bağımsız düşünülemez. Uyku yetersizliği ağırlık yönetimi, iştah, stres ve genel iyi oluşla ilişkilidir. Bu nedenle düğün haftasının yapılacaklar listesine bir madde daha ekleyin: uyku için zaman ayırın. Gece geç saatlere kadar süren hazırlıkları mümkün olduğunca azaltmak, düzenli uyku saatlerini korumak ve özellikle düğünden önceki gece yeterince dinlenmek, günün kendisini çok daha rahat geçirmenize yardımcı olabilir.

Düğünden 1–2 gün önce: Mutfağı değil, kendinizi düşünün

Düğün öncesindeki son günlerde yemek hazırlamak için zaman bulmak zorlaşabilir. Bu nedenle birkaç öğünü önceden planlamak işleri kolaylaştırabilir; özellikle düğün gününde ne yenileceğinin önceden belirlenmesi önerilebilir. Örneğin sebzeli bir çorba, ızgara tavuk ile bulgur ve sebze, yoğurt ile yulaf ve meyve, tam tahıllı küçük bir sandviç ya da meyve ve kuruyemiş gibi basit, daha önce tükettiğiniz seçenekleri hazır bulundurabilirsiniz. Böylece hazırlıklar arasında "ne yiyeceğim?" sorusunu düşünmek zorunda kalmazsınız.

Düğünden 1 gün önce: Diyet değil, rutin

Yapılacaklar:

- Normal öğün düzeninizi sürdürün
- Gün boyunca yeterli sıvı alın
- Daha önce size iyi gelen besinleri tercih edin
- Aşırı tuzlu ve sizi şişiren yiyecekleri sınırlayın
- Erken dinlenmeye çalışın

Yapılmayacaklar:

- Aç kalmak ve öğün atlamak
- Yeni bir detoks programı
- Daha önce kullanmadığınız takviye
- Daha önce denemediğiniz yiyecek
- Aşırı miktarda kahve

Düğün günü yaklaştıkça "daha az yemek eşittir daha iyi görünmek" düşüncesinden uzaklaşmak özellikle önemli.

Düğün sabahı: Son hazırlık

Ve sonunda beklenen gün geldi. Sabah kahvaltınızı atlamayın. Protein ve karbonhidrat içeren, daha önce tükettiğiniz ve sizi rahatsız etmeyen bir kahvaltı tercih edin: yumurta, tam tahıllı ekmek, peynir ve domates-salatalık ya da yoğurt, yulaf, meyve ve ceviz gibi bir öğün iyi bir seçenek olabilir. Heyecan nedeniyle iştahınız azsa daha küçük porsiyonlarla başlayıp gün içinde ara öğünlerle

devam edebilirsiniz. Günün geri kalanı için düğün günü beslenme rehberine göz atabilirsiniz.

Son dakika diyeti yerine uzun vadeli bir alışkanlık

Düğün tarihi, beslenme alışkanlıklarınızı değiştirmek için güzel bir motivasyon olabilir; ancak bu değişimin düğün salonunun kapısında bitmesi gerekmiyor. Düğün için oluşturduğunuz düzenli öğünler, daha fazla sebze ve meyve tüketimi, tam tahılları tercih etmek, yeterli protein almak, su tüketimine dikkat etmek ve fiziksel aktiviteyi yaşamın bir parçası haline getirmek; düğünden sonra da sürdürülebilecek alışkanlıklardır. Gelinliğe giden yolun en iyi beslenme planı, son haftada başlayan değil; aylar öncesinde başlayıp düğün gününde de sizi aç bırakmayan plandır.

Not: Bu yazı sağlıklı yetişkinler için genel bilgilendirme amacıyla hazırlanmıştır. Enerji ve besin ögesi gereksinimleri kişiden kişiye değişir. Hastalığı, özel beslenme gereksinimi, gıda alerjisi/intoleransı veya kilo yönetimi hedefi bulunan kişilerin beslenme programı diyetisyen tarafından bireysel olarak planlanmalıdır. —

“

Uyku yetersizliği ağırlık yönetimi, iştah, stres ve genel iyi oluşla ilişkilidir.



DENEYİM TASARIMI

Gelinliği Sattınız. Peki Deneyimi Tasarladınız mı?

Gelinlik alımı, perakende dünyasının en uzun ve duygusal yoğunluğu en yüksek süreçlerinden biridir. Peki atölyeler üretimin ötesinde o anı nasıl tasarlıyor?



YAZI
Önder Özkan
Marka Stratejisti ve Tasarımcı | Modanın Önderi

Önder Özkan | Marka Stratejisti, Modanın Önderi

Bir gelinlik atölyesinde prova günü. Duygular, heyecan hepsi birbirine karışmış.

Gelin aynaya bakıyor. Yanında annesi ya da en yakın arkadaşı var. Gelinlik ilk kez üzerinde neredeyse tamamlanmış haliyle duruyor. O an bazen bir sessizlik, o ana tanık olanların gözleri doluyor yada o duygusal ortamda hiç konuşulmuyor; sadece aynaya bakılıyor.

"Bu sahne, bir satış sürecinin parçası olabilir. Ya da hayatında bir kez yaşanacak bir ritüelin tam ortası.

Fark, gelinlikte değil o anın nasıl tasarlandığında."

Gelinlik alımı, perakende dünyasının en uzun ve duygusal yoğunluğu en yüksek satın alma süreçlerinden biridir.

Instagram'da keşif. İlk mesaj ya da telefon. Randevu. Karşılanma biçimi. Deneme süreci. Prova. Düzeltmeler. Teslimat.

Ve o günden sonraki sessizlik ya da hatırda kalan bir iletişim.

Bu temas noktalarının her biri, müşterinin zihninde atölye hakkında bilinçli ya da bilinçsiz bir izlenim bırakır. Ürün ne kadar güzel olursa olsun, bu izlenimlerin toplamı gelinliğin kendisi kadar belirleyicidir.

Çoğu atölye bu sürecin yalnızca bir noktasına odaklanır: gelinliğin kendisine. Geri kalan temas noktaları genellikle rastgele şekillenir.

Kimi zaman iyi bir çalışanın doğal sıcaklığıyla güzel geçer. Kimi zaman geçmez.

Bir atölye için prova, üretim sürecinin bir aşamasıdır. Ölçü, kalıp, düzeltme, teslime hazırlık.

Gelin için ise hayatında belki bir kez yaşayacağı bir andır. Bu iki bakış açısı aynı fiziksel mekanda, aynı anda var olabilir. Ve her ikisi de haklıdır.

Ama atölye yalnızca kendi bakış açısından hareket ederse, müşterinin o andaki ihtiyacını kaçırır.

Prova sırasında çalışanın dili nasıl? Değişiklik talebi nasıl karşılanıyor? Yanında gelen anne ya da arkadaş sürece dahil ediliyor mu, kenara çekilmiş mi oturuyor? Ayna büyük mü, ışık yeterli mi? Beklemek gerekiyorsa bu bekleme nasıl geçiyor?

Bunların hiçbiri küçük ayrıntı değil. Hepsi birlikte o andaki duygusal hissi oluşturuyor.

Gelinlik yüksek tekrar satın alma frekansına sahip bir kategori değil. Müşteri büyük olasılıkla bir daha gelinlik almayacak.

Bu durum “sadakat” kavramını farklı kılıyor. Buradaki asıl çıktı müşterinin geri gelmesi değil, o deneyimi anlatması.

Düğün sonrası sohbetlerde atölye adını söylemesi. Gelinliğini beğenen birine yönlendirmesi. Sosyal medyada paylaştığında atölyeyi etiketlemesi.

Bu tavsiye zinciri, bir atölye için son derece değerli bir büyüme kaynağıdır. Ve bu zinciri yalnızca gelinliğin güzelliği değil, onu çevreleyen bütün deneyim de besler. Güçlü bir deneyim, markayı yalnızca fiyat üzerinden karşılaştırılmaktan korur. Markayı hatırlanır ve anlatılır kılar.

Yıllarca tasarım ve eğitim alanında çalışırken benim gözlemlediğim önemli farklardan biri de buydu. Türkiye’de çok güçlü bir üretim bilgisi var.

El işçiliği, kumaş bilgisi, model geliştirme konusunda ciddi birikimimiz var. Ama aynı özenin müşteri deneyiminin bütün temas noktalarına her zaman taşındığını söylemek zor. Randevudan provaya, bekleme anından teslimata kadar bazı noktalar sistematik biçimde tasarlanmak yerine kişilerin insiyatifine kalabiliyor.

Bütün bunlara rağmen müşteri, atölyede ki provadan ve gelinliğinden memnun kalabilir. Ama memnun kalmakla, yıllar sonra tekrar anlatılacak bir deneyim yaşamak aynı şey değildir.

Gelinlik atölyesinde deneyim tasarımı büyük bir bütçe gerektirmiyor. Gerektirdiği şey, müşterinin bakış açısından o sürece bakmak.

Hangi an onun için özel? Hangi an fark edilmemiş bırakılıyor? Prova salonuna girerken ne hissettiriyor? Çıkarken ne hatırlıyor?

Bu soruları soran atölye, gelinliğin ötesinde bir şey sunmaya başlar.

Müşteri o gelinliği yıllarca hatırlayacak. Ama hatırlayacağı şey yalnızca kumaş değil. O günkü bütün hisler.

Atölye bunu anlıyorsa prova bir operasyonel adım olmaktan çıkar. Müşterinin hayatında bir kez yaşayacağı o anın tam ortasına yerleşir.

Ve o an iyi tasarlanmışsa, müşteri o atölyeyi anlatır.

Güçlü markalar da tam burada doğar.

Önder Özkan, marka stratejisti ve Modanın Önderi platformunun kurucusudur.

Moda, marka kimliği ve yaratıcı endüstriler üzerine içerikler üretmektedir.

YouTube: Modanın Önderi
youtube.com/@modaninonderi



PRATİK BESLENME

Saç, Makyaj, Gelinlik... Peki Gelin Ne Yiyecek?

Düğün günü uzun ve hareketli bir gün. Enerjinizi korumak ve gün sonunda halsiz kalmamak için pratik bir beslenme rehberi



YAZI
Sanem Güven
Arş. Gör.

Kuaför, saç ve makyaj hazırlığı, fotoğraf çekimleri, nikâh, davetlilerle ilgilenme, tören, kokteyl ve dans... Düğün günü aslında sabahın erken saatlerinden gecenin ilerleyen saatlerine kadar devam eden oldukça uzun ve hareketli bir gün. Tam da bu nedenle düğün günü beslenmesi çoğu zaman gözden kaçabiliyor. Heyecan ve yoğunluk iştahı azaltabiliyor; hazırlıklar sırasında yemek için zaman bulunamayabiliyor. Oysa düğün gününde amaç daha az yemek değil, **günün temposuna yetecek enerjiyi ve sıvıyı sağlayacak şekilde beslenmektir**.

Güne kahvaltıyla başlayın

"Heyecandan hiçbir şey yiyemiyorum" cümlesi düğün sabahının en sık karşılaşılan durumlarından biri olabilir. Ancak iştahınız azalmış olsa bile günü tamamen aç geçirmek iyi bir fikir değildir. Düğün sabahı kahvaltınızın protein ve karbonhidrat içermesi, daha uzun süre tok kalmanıza ve günün ilk bölümünde yeterli enerji sağlamanıza yardımcı olabilir.

Kahvaltı için birkaç fikir:

- Yumurta + tam tahıllı ekmek + peynir + domates/salatalık
- Yoğurt + yulaf + mevsim meyvesi + ceviz
- Tam tahıllı ekmek üzerine yumurta ve avokado
- Yulaf ezmesi + süt/yoğurt + muz + ceviz

Düğün sabahı daha önce hiç denemediğiniz bir kahvaltıyı denemeyin. Vücudunuzun alışık olduğu, sizi rahatsız etmeyen seçeneklerden birini tercih edin.

Su şişenizi yanınızdan ayırmayın

Düğün gününün en kolay unutulan ihtiyaçlarından biri su olabilir. Hazırlıklar, sıcak ortam, hareketlilik ve uzun süre ayakta kalmak sıvı gereksinimini artırabilir. Yetersiz sıvı tüketimi baş ağrısı ve yorgunluk gibi şikâyetlere katkıda bulunabilir. Ayrıca ilerleyen saatlerde alkol tüketilecekse yeterli sıvı alımına daha fazla dikkat etmek gerekir. Küçük bir ipucu: Büyük miktarda suyu bir anda içmek yerine gün boyunca düzenli aralıklarla içmek daha konforlu olabilir.

"Ben sonra yerim" demeyin: Ara öğününüz hazır olsun

Düğün günü "birazdan yerim" derken saatlerin geçtiğini fark etmek çok kolaydır. Bu nedenle hazırlık çantanızda önceden belirlediğiniz, daha önce tükettiğiniz ve size iyi gelen pratik bir ara öğün bulundurabilirsiniz.

Sağlıklı ara öğün seçenekleri:

- Bir avuç badem veya karışık kuruyemiş
- Daha önce tükettiğiniz bir protein barı
- Muz veya mandalina
- Pirinç patlağı + kuruyemiş ezmesi
- Hindi füme ve avokado ile hazırlanmış küçük bir sandviç

Makyaj koltuğunda bile küçük bir öğün mümkün

Heyecan nedeniyle büyük bir öğün yemek zor geliyorsa kendinizi zorlamayın. Bunun yerine daha küçük porsiyonları gün içine yayabilirsiniz. Örneğin kahvaltı, küçük ara öğün, öğle yemeği, tören öncesi küçük ara öğün ve düğün yemeği şeklinde ilerlemek, saatlerce aç kalmaktan daha uygulanabilir olabilir.

Öğle yemeğini atlamayın

"Akşam düğünde zaten yemek yiyeceğim" düşüncesiyle öğle yemeğini atlamak sık yapılan bir hata. Oysa düğün yemeğine kadar uzun saatler geçebilir. Bu nedenle öğle öğünü hafif ama dengeli olabilir:

- Izgara tavuk + bulgur + salata
- Sebzeli omlet + tam tahıllı ekmek + yoğurt
- Mercimek çorbası + peynirli salata + tam tahıllı ekmek
- Yoğurt + yulaf + meyve ve yanında küçük bir sandviç gibi pratik bir seçenek

Amaç çok büyük bir öğün yemek değil; günün geri kalanına aç ve halsiz başlamamak.

Tören öncesi küçük bir "enerji molası" planlayın

Törene veya fotoğraf çekimine geçmeden önce açlık hissediyorsanız küçük bir ara öğün iyi bir seçenek olabilir. Örneğin muz ve birkaç badem, yoğurt ve meyve ya da tam tahıllı küçük bir sandviç gibi daha önce tükettiğiniz ve size iyi gelen bir seçenek tercih edilebilir. Burada önemli olan açlığı görmezden gelmemektir.

Alkol tüketilecekse aç karnına başlamayın

Düğün kutlamalarının bir parçası olarak alkol tüketilecekse aç karnına alkol almamak özellikle önemlidir. Alkollü içeceklerin yanında su tüketmek de sıvı dengesinin korunmasına yardımcı olabilir. Burada amaç düğün gününde "hiçbir şey yememek ve içmemek" değil; kutlamanın tadını çıkarırken bedeninizin ihtiyaçlarını da göz ardı etmemek.

Düğün günü hangi hatalardan kaçınmalı?

- **Yeni bir besin denemek:** Daha önce hiç tüketmediğiniz bir yiyeceğin size nasıl hissettireceğini bilmiyorsunuz. Yeni besinleri düğün sonrasına bırakın.
- **Öğün atlamak:** "Akşam çok yiyeceğim" düşüncesiyle gün boyunca aç kalmayın.
- **Aşırı miktarda kahve tüketmek:** Alışık olduğunuz miktarın çok üzerine çıkmak, özellikle heyecanlı olduğunuz bir günde huzursuzluk veya çarpıntı hissini artırabilir. Normal kahve tüketimini sürdürün ancak aşırı kafeinden kaçının.
- **Çok yağlı ve ağır yiyecekler:** Özellikle hazırlık sırasında sizi rahatsız eden, daha önce de şişkinlik veya sindirim problemi oluşturmuş yiyecekleri tercih etmeyin.
- **Gazlı içecekler:** Bazı kişilerde şişkinlik yaratabilir. Düğün günü bu konuda kişisel toleransınızı dikkate alın.

Gelinin "Beslenme Acil Durum Çantası"

Çantanıza ekleyebileceğiniz küçük bir beslenme kiti:

- Su şişesi
- Bir küçük paket badem/fındık
- Muz veya mandalina
- Daha önce tükettiğiniz bir protein barı
- Pirinç patlağı + küçük bir kuruyemiş ezmesi paketi
- Gerekirse küçük bir sandviç

Bu tarz taşınabilir ara öğünler düğün hazırlıkları sırasında açlığın kontrol edilmesine yardımcı olabilir.

Son dansa kadar enerjinizi koruyun

Düğün günü kusursuz bir beslenme programı uygulamanız gerekmiyor. Bir düğün, beslenme kurallarının eksiksiz uygulandığı bir sınav değil; hayatınızın özel anlarından birini kutladığınız gün. Bu nedenle bir dilim pasta yemek, sevdiğiniz bir yemeği tatmak veya kadeh kaldırmak bütün beslenme düzeninizi bozmaz.

Önemli olan gün boyunca aç kalmamak, yeterli sıvı almak, daha önce size iyi geldiğini bildiğiniz besinleri tercih etmek ve kendinize yemek için gerçekten birkaç dakika ayırmak. Çünkü o günün sonunda hatırlamak isteyeceğiniz şey, kaç öğün atladığınız değil; ne kadar eğlendiğiniz, dans ettiğiniz ve sevdiklerinizle geçirdiğiniz güzel anlar olacak.

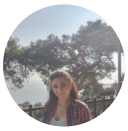
Düğün öncesindeki haftalarda tabağınızı nasıl kuracağınızı Gelinliğe Hazırlanırken Tabağınızda Neler Olmalı? yazısında, kalan süreye göre planı ise Gelinliğe Giden Yolda Beslenme Takvimi yazısında bulabilirsiniz.

Not: Bu yazı sağlıklı yetişkinler için genel bilgilendirme amacıyla hazırlanmıştır. Enerji ve besin ögesi gereksinimleri kişiden kişiye değişir. Hastalığı, özel beslenme gereksinimi, gıda alerjisi/intoleransı veya kilo yönetimi hedefi bulunan kişilerin beslenme programı diyetisyen tarafından bireysel olarak planlanmalıdır. —



PLAJ MODASI

SHİNE LİKE A STAR: NOVA STYLE'IN İMZA TASARIMLARIYLA YAZ HİKÂYESİ



YAZI
Melis Çevik
Genel Yayın Yönetmeni

Plaj modasına yeni bir soluk

Nova Style, plaj modasına yenilikçi bir soluk getirme fikriyle yola çıkan, her tasarımında özgünlük, kalite ve çok yönlülüğü bir araya getiren bir marka. Kaliteli kumaşlar, özenli kalıplar ve güçlü silüetler üzerine kurulu estetik dili; plajda, havuzda ve yaz davetlerinde kendine özgü bir duruş sergilemek isteyen kadınlara ilham veriyor.

Ulaşılabilir lüks felsefesi

Nova Style için lüks, yalnızca fiyatla ölçülen bir kavram değil. Kumaştan kalıba, aksesuardan tasarım detayına kadar her aşama özenle ele alınıyor; amaç, estetik kadar işlevsel, iddialı kadar rafine parçalar sunmak.

Tek ürünle sayısız görünüm

Az sayıda ürünle daha fazla görünüm yaratabilmek, hem stil hem kullanım açısından büyük bir özgürlük sunuyor. Nova Style'ın imza tasarımları da tam olarak bu fikirden besleniyor.

Novakini: Sınırları siz belirleyin

Tek bir parçada çoklu stil anlayışını yeniden tanımlayan Novakini; ister mayokini, ister bikini, ister geceye uzanan bir büstiyer olarak kullanılabiliyor. Zamansız silüeti ve kusursuz kalıbıyla plajdan geceye uzanan şıklığın güçlü bir temsilcisi.



Bikini Nova: Bir bikini, 18 farklı stil

İspanya'dan ithal edilen özel kumaşıyla Bikini Nova, 18 farklı kullanım biçimi sunuyor. Bir gün sade ve zarif, başka bir gün iddialı ve enerjik – tatil boyunca her gün yeni bir "siz" olmanızı sağlıyor.



İmza tasarımlarla fark yaratın

Quenn: Çift renkli metalik kumaşı ve asimetrik kesimiyle göz alıcı, asil bir duruş.



Tria: Sofistike tek omuz kesimi ve cesur bel dekoltesiyle zarif ve asimetrik bir ifade.



Venüs: Straplez kesimi ve yan dekolteleriyle sadelikten doğan büyüleyici zarafet.



Celine: Beli öne çıkaran bant detaylarıyla sofistike, göz alıcı bir silüet.



Daphne: Kontrast renkli ip detaylarıyla plaj modasına sanatsal bir yorum.



Her gün yeni bir “siz” olun

Nova Style, kadınlara kendi stillerini yaratmaları ve her gün yeni bir ifadeyi keşfetmeleri için ilham veriyor. Önemli olan başkalarına benzemek değil; kendinize en yakın hâli seçmek.

Nova Style – İmza tasarımlarımızla fark yaratın.

Takip edin: novastyleswim •

“

Bir gün sade ve zarif, başka bir gün iddialı ve enerjik — tatil boyunca her gün yeni bir "siz" olmanızı sağlıyor.



PLAJ HAVLUSU

Havlu, Ne Zaman Bir Tasarım Objesi Oldu? OLENLOOR'un Cevabı

Plaj çantasının en sıradan sakini havludur. Kimse ona bakıp bir şey beklemez; tek görevi vardır, ıslanan bedeni kurutmak. OLENLOOR'un ortaya koyduğu iddia ise bu beklentiyi tersine çeviriyor



YAZI
Melis Çevik
Genel Yayın Yönetmeni

Plaj çantasının en sıradan sakini havludur. Kimse ona bakıp bir şey beklemez; tek görevi vardır, ıslanan bedeni kurutmak. OLENLOOR'un ortaya koyduğu iddia ise bu beklentiyi tersine çeviriyor: havlu neden yalnızca işlevsel kalsın?

Sorunun kendisi yeni değil – pek çok kategori bu şekilde yeniden tanımlandı. Ama Türkiye'deki plaj havlusu pazarına bakıldığında, tasarımı merkeze alan bir örnek bulmak hâlâ zor. OLENLOOR'un konumlanmaya çalıştığı boşluk da tam olarak burası.

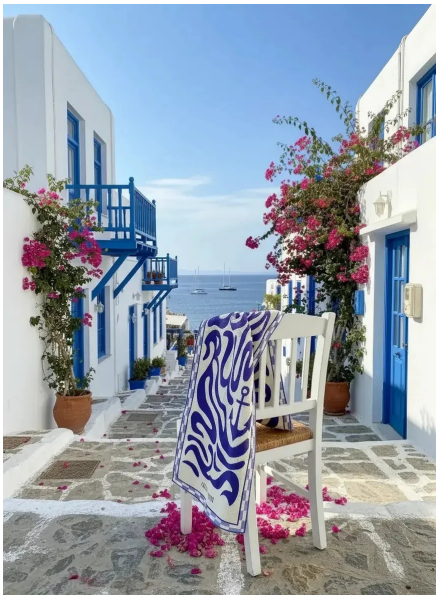
Kumaşın kendisi bir tercih



Markanın seçtiği malzeme waffle doku – yüzeyinde küçük, kabartmalı karelerden oluşan, %100 pamuktan üretilen bir kumaş türü. Bu doku tesadüfen seçilmiş değil: klasik havlu kumaşına kıyasla daha hafif, daha hızlı kuruyor ve kum tutmuyor. İnce yapısı bavulda az yer kaplıyor, bu da onu seyahat ürünü olarak konumlandırmayı kolaylaştırıyor.

Waffle doku son yıllarda global plaj ve ev tekstili pazarında zaten bir eğilim; OLENLOOR'un buradaki hamlesi malzemeyi keşfetmek değil, onu yerel pazara taşıyıp üstüne bir tasarım dili inşa etmek.

İşlevden estetiğe geçiş iddiası



Marka, bu kumaşı özgün desenler ve organik baskılarla birleştiriyor. Çizgiler, kareler ve renk blokları üzerinden kurulan görsel dil, ürünü "havlu" kategorisinden çıkarıp bir stil aksesuarına yaklaştırma çabası taşıyor – mayo ya da plaj çantası gibi, görünümün bir parçası olma iddiasında.

Bu iddianın ne kadar karşılık bulduğunu asıl belirleyecek olan, tüketicinin havluyu gerçekten bir "outfit" unsuru olarak görüp görmeyeceği. Kategori dünyada henüz yeni; markanın burada erken hareket etmiş olması bir avantaj, ama aynı zamanda pazarı da ikna etmesi gereken bir konumda olduğu anlamına geliyor.

Üretim tarafında iddia

OLENLOOR, %100 pamuklu yapıyı ve sahip olduğu tekstil sertifikalarını öne çıkarıyor – bu, sadece tasarımla değil, üretim standardıyla da fark yaratma niyetinin bir işareti. Sürdürülebilirlik ve malzeme şeffaflığı bugün pek çok yeni nesil markanın ortak söylemi; OLENLOOR bu söylemi kendi kategorisine taşıyor.

Sonuç olarak

OLENLOOR'un asıl bahsi, bir havluyu tasarım nesnesi olarak sattırabilmek. İddia net, malzeme seçimi tutarlı; asıl sınav ise tüketicinin bu yeniden çerçevelemeyi benimseyip benimsemeyeceğinde saklı.

Ayrıntıda saklı bir jest

OLENLOOR, havluyla birlikte saf ketenden üretilmiş, büzgülü bir sırt çantası da gönderiyor – ücretsiz. Küçük bir detay gibi görünse de aslında markanın kurduğu bütünlük iddiasını tamamlıyor: havlu tek başına değil, plaj rutininin tamamını düşünen bir sistemin parçası olarak tasarlanmış. Çanta, havluyu ve kişisel eşyaları taşımayı pratikleştirirken, aynı zamanda ürünün "sadece havlu değil, bir yaz aksesuarı" iddiasını da görsel olarak destekliyor.

Takip edin: @olenloor





HABER

Gelinlik Bir Marka mı

Türkiye dünyanın önemli gelinlik üreticilerinden biri. Peki neden küresel ölçekte güçlü gelinlik markaları çıkaramıyor?



YAZI
Önder Özkan
Marka Stratejisti ve Tasarımcı | Modanın Önderi

GELİNLİK BİR MARKA MI?

Türkiye Dünyaya Gelinlik Üretiyor. Peki Neden Bir Vera Wang Çıkaramıyor?

Önder Özkan *Marka Stratejisti / Modanın Önderi*

Hayatta bazı ürünleri satın alırız.

Bazıları ise hayatımızın bir parçası olur.

Gelinlik ikinci gruptadır.

Çünkü bir gelinlik yalnızca kumaştan, dantelden ya da iyi bir kalıptan ibaret değildir. O, bir geçiş ritüelidir. Bir kadının hayatındaki en önemli günlerden birinin en görünür hafızasıdır. Yıllar sonra albümler açıldığında ilk hatırlanan çoğu zaman gelinliğin kendisi değil, onun hissettirdiği duygudur.

İşte tam da bu yüzden gelinlik, moda sektörünün en güçlü duygusal ürünlerinden biridir.

Peki böylesine güçlü bir anlam taşıyan bir ürün neden Türkiye'de küresel ölçekte güçlü markalar doğuramıyor?

Bu soru uzun zamandır aklımı meşgul ediyor.

Üretim Gücü Başka, Marka Gücü Başka

Türkiye bugün dünyanın önemli gelinlik üreticilerinden biri.

İstanbul'daki atölyeler yıllardır Avrupa'dan Orta Doğu'ya kadar pek çok marka için üretim yapıyor. El işçiliğimiz güçlü. Dantel geleneğimiz güçlü. Ustalarımız güçlü. Teknik

bilgi konusunda sektörün ciddi bir birikimi var.

Fakat üretim gücü ile marka gücü aynı şey değildir.

İyi bir ürün üretebilirsiniz.

Başarılı bir koleksiyon hazırlayabilirsiniz.

Dünyanın birçok ülkesine ihracat da yapabilirsiniz.

Bütün bunlar sizi değerli bir üretici yapar.

Ama marka yapmaz.

Marka, insanların sizi neden tercih ettiğini açıklayan görünmez sistemdir.

İşte Türkiye'nin gelinlik sektöründeki asıl mesele de burada başlıyor.

Gelinlik Satılmaz, Hikâyesi Anlatılır

Bugün birçok gelinlik markasının iletişimine baktığınızda birbirine benzeyen cümlelerle karşılaşıyorsunuz.

"Hayalinizdeki gelinlik…"

"En özel gününüz…"

"Zarafet…"

"Size özel tasarım…"

Bu ifadelerin hiçbiri yanlış değil.

Ama hiçbiri ayırt edici de değil.

Çünkü aynı dili herkes konuşuyor.

Oysa insanlar yalnızca bir ürün satın almaz.

Bir duygu satın alırlar.

Bir kimlik satın alırlar.

Kendilerini ait hissettikleri bir hikâyeyi satın alırlar.

İşte marka dili tam da burada devreye girer.

Bir marka nasıl konuşuyor?

Müşterisine nasıl hitap ediyor?

Hangi değerleri savunuyor?

Neye karşı duruyor?

Ve en önemlisi…

Onu diğerlerinden ayıran sesi gerçekten var mı?

Bir Yulaf Sütü Bunu Yapabiliyorsa…

Bazen ilham hiç beklemediğimiz sektörlerden gelir.

İsveçli Oatly bunun en güzel örneklerinden biri.

Yulaf sütü gibi son derece sıradan görünen bir ürünü, güçlü bir marka dili sayesinde küresel bir kültür ikonuna dönüştürdü.

Ürün aynıydı.

Tarif aynıydı.

Üretim aynıydı.

Değişen tek şey markanın konuşma biçimiydi.

Ambalaj artık yalnızca bilgi vermiyordu.

Sohbet ediyordu.

Gülümsüyordu.

Kendiyle dalga geçebiliyordu.

İnsanlar artık yalnızca yulaf sütü almıyordu.

O markanın dünyaya bakışını da satın alıyordu.

Sektör farklı olabilir.

Ama prensip aynı.

Markalar ürünleriyle değil, karakterleriyle hatırlanır.

Vera Wang Bir Tasarımcıdan Fazlası

Bugün Vera Wang ismini duyduğumuzda aklımıza yalnızca gelinlik gelmiyor.

Belirli bir estetik geliyor.

Belirli bir duruş geliyor.

Belirli bir dünya görüşü geliyor.

Çünkü Vera Wang hiçbir zaman yalnızca güzel gelinlikler tasarlamadı.

Gelinliğe yeni bir anlam önerdi.

Prenses olmayı değil, güçlü bir kadın olmayı anlattı.

Minimal ama etkileyici bir estetik kurdu.

Ve bu dili yalnızca koleksiyonlarında değil; reklamlarında, mağazalarında, iletişiminde ve marka dünyasının tamamında korudu.

Asıl başarısı da buydu.

Vera Wang'ın başarısı yalnızca gelinlik tasarlaması değildi.

Gelinliği yeniden yorumlamasıydı.

Türkiye'nin Önündeki Gerçek Fırsat

Türkiye'nin gelinlik sektöründe eksik olan şey daha fazla üretim değil.

Daha fazla hikâye.

Çünkü elimizde zaten çok güçlü bir malzeme var.

Zanaat var.

Estetik var.

Üretim bilgisi var.

Kültürel miras var.

Eksik olan şey bunları tek bir kimlik altında buluşturabilmek.

Bir marka yalnızca "güzel ürün" üretmez.

Bir bakış açısı üretir.

Ve o bakış açısı, temas ettiği her noktada aynı sesi taşır.

İşte marka dediğimiz yapı tam olarak budur.

Anlam Rekabeti

Gelinlik zaten başlı başına anlam taşıyan bir ürün.

Markanın görevi bu anlamı icat etmek değildir.

Onu görünür kılmaktır.

Çünkü insanlar yalnızca elbiseyi hatırlamaz.

O gün kendilerini nasıl hissettiklerini de hatırlar.

İyi kumaş yetmez.

Güçlü işçilik yetmez.

Başarılı tasarım da tek başına yetmez.

Çünkü gelecekte insanlar yalnızca ürün seçmeyecek.

Kendilerini ifade eden markaları seçecek.

Fiyat rekabetinin sonu vardır.

Anlam rekabetinin ise yoktur.

Ve anlam rekabetinde kazanan, en ucuz olan değil; en gerçek olan markadır.

Son Söz

Belki de Türkiye'nin ihtiyacı daha fazla gelinlik üretmek değil.

Dünyanın hafızasında yer edecek gelinlik markaları üretmek.

Çünkü gelinlik zaten bir hikâye.

Bir başlangıcın.

Bir dönüşümün.

Bir kararın.

Yeni bir hayatın hikâyesi.

Asıl soru şu:

Biz bu hikâyeyi sadece dikiyor muyuz?

Yoksa gerçekten anlatabiliyor muyuz?

Çünkü geleceğin güçlü markalarını yalnızca iyi tasarımlar değil; kim olduğunu bilen, ne söylediğini bilen ve bunu her temas noktasında tutarlı biçimde anlatabilen markalar inşa edecek.

Gelinlik zaten bir hikâye.

Soru şu: O hikâyeyi kim anlatacak?

Önder Özkan

Marka stratejisti ve tasarımcıdır. Modayı yalnızca estetik üzerinden değil; ekonomi, kültür ve güç ilişkileri bağlamında ele alan Modanın Önderi platformunun kurucusudur.

YouTube:

Modanın Önderi •

"

Yulaf sütü gibi son derece sıradan görünen bir ürünü, güçlü bir marka dili sayesinde küresel bir kültür ikonuna dönüştürdü.



DÜĞÜN FOTOĞRAFÇILIĞI

21. YÜZYILDA DÜĞÜN FOTOĞRAFÇILIĞI

Düğün fotoğrafçılığı, postmodern bir deneyim ve sosyal medya etkisiyle büyük bir dönüşüm geçiriyor



YAZI
Rabiya Saltık Duvan
Dr. Öğr. Üyesi

Geleneksel aile albümlerinin en değerli parçası olan düğün fotoğrafları, günümüzde büyük bir dönüşüm geçirerek sadece birer hatıra olmaktan çıkıp, profesyonelce kurgulanmış birer **postmodern özne deneyimine** dönüşmüştür. Geçmişte stüdyolarda çekilen klasik kareler yerini, gerçek mekânlarda, belirli temalar ve mizansenler eşliğinde gerçekleştirilen dış çekimlere bırakmıştır. Bu yazıda, düğün fotoğrafçılığının bu evrimini ve sosyal medyanın bu süreçteki belirleyici rolünü ele alacağız.

Gelenekten Postmoderne: Stüdyodan Dış Mekâna

Düğün fotoğrafları, aile belleğinin inşasında her zaman merkezi bir rol oynamıştır. Ancak 21. yüzyılın getirdiği teknolojik imkânlar ve değişen estetik algılar, bu ritüeli kökten değiştirmiştir. Günümüzde çiftler, stüdyo çekimlerini "eskimiş" veya "doğallıktan uzak" olarak nitelendirirken, dış çekimleri daha modern ve prestijli bir seçenek olarak görmektedir.

- **Mekân:** Kapalı stüdyo ve yapay fonların yerini doğal mekânlar, tarihi alanlar ve kumsallar aldı.
- **Atmosfer:** Statik ve sınırlı kareler, yerini dinamik, romantik ve kurgusal sahnelere bıraktı.
- **Özne deneyimi:** Kayıt altına alma ritüeli, "başrolde olma" ve yıldız gibi hissetme deneyimine dönüştü.
- **Temel kaygı:** Hatıra oluşturmanın önüne estetik mükemmellik ve sosyal medya görünürlüğü geçti.

"Kurgusal Doğallık" Arayışı

Araştırmalar, çiftlerin dış çekimlerde en çok **"doğallık"** aradığını ancak bu doğallığın aslında profesyonelce kurgulanmış bir süreç olduğunu göstermektedir. Fotoğrafçılar, doğru ışık, doğru açı ve yönlendirmelerle çiftlerin "en kusursuz" hallerini yakalamaya çalışmaktadır. Bu durum, katılımcılar tarafından "başrolünde olduğumuz bir film" veya "bir dergi çekimi deneyimi" olarak tanımlanmaktadır.

> *"Çiftler, yapılan profesyonel dış çekimlerle gerçekte belki öyle olmasa bile normallerinin samimi, sevgi dolu ve doğallık içinde yansıtılmasını istiyorlar." — Murat Turhan, Düğün Fotoğrafçısı*

Sosyal Medyanın Belirleyici Gücü

Düğün fotoğraflarının popülerleşmesinde ve dönüşmesinde sosyal medyanın etkisi yadsınamaz. Günümüzde fotoğraflar sadece aile albümleri için değil, aynı zamanda dijital vitrinler olan Instagram ve Facebook gibi platformlarda paylaşılmak üzere çekilmektedir.

- **İlham kaynağı:** Çiftler, çekim öncesinde sosyal medyadaki popüler pozları ve konseptleri inceleyerek kendi çekimlerini planlamaktadır.
- **Görünürlük arzusu:** Fotoğrafların paylaşılma potansiyeli, çekim sürecindeki estetik kaygıları ve kostüm çeşitliliğini artırmaktadır.
- **Kimlik inşası:** Sosyal medya, bu fotoğraflar aracılığıyla çiftlerin "mutlu ve ideal aile" imajını dijital dünyada inşa etmelerine olanak tanır.

Sonuç: Bir Anıdan Fazlası

21. yüzyılda düğün fotoğrafçılığı, sadece bir günü kaydetme geleneği değil, bireyin kendini özel hissettiği, arzularının ve estetik beklentilerinin karşılandığı bir **deneyim tasarımıdır**. Sosyal medyanın etkisiyle bu süreç, toplumsal bir onay aracı ve dijital kimliğin bir parçası haline gelmiştir. Artık düğün fotoğrafları, sadece geçmişe bakılan birer pencere değil, bugünün kurgulanmış mükemmelliğini yansıtan birer sanat eseridir.

Bu yazı, yazarın "21. Yüzyılda Postmodern Özne Deneyimi Olarak Profesyonel Düğün Fotoğrafı Çekimleri ve Sosyal Medya Etkisi" başlıklı akademik makalesinden derlenmiştir.

GELİNLİK

Türkiye'nin gelinlik mağazaları, modelleri ve gelinlere özel rehberleriyle — gelinlik.org

IFWF | IF WEDDING FASHION İZMİR

19-22 OCAK 2027

20. GELİNLİK, DAMATLIK VE ABİYE GİYİM FUARI



fuarizmir

Gaziemir

ifwedding.izfas.com.tr

EV SAHİPLİĞİNDE İZMİR BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ

ORGANİZATÖR İZFAŞ

DESTEKLEYENLER

PARTNER

BU FUAR 5174 SAYILI KANUN GEREĞİNCE TOBB (TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ) DENETİMİNDE DÜZENLENMEKTEDİR.