

# BASKILI DÖŞEMELİK KUMAŞLARDA TÜKETİCİ DESEN TERCİHLERİNİN İNCELENMESİ

Doç. Dr. Banu Hatice GÜRCÜM

Fatma KARAKAŞ

## ÖZET

Tasarım her alanda olduğu gibi insanın estetik algısına dolaysız olarak hitap eden tekstil sektörü ile etkileşim içindedir. Tekstil üretimi çağın koşullarına uygun olarak gelişmeler kat ederek bu günlere ulaşmıştır. Tekstil ürünlerinin kullanım alanlarından yalnızca birisi olan ev tekstili, önceleri üretime odaklı çalışmış ve üretim maliyetleri daha düşük ülkeler karşısında rekabet edemez bir duruma gelmiştir. Sektörün içinde bulunduğu bu zor durumun aşılması konusunda ise uzmanların görüşleri, değeri yüksek, kaliteli ürünlere yönelmenin doğru olacağı yönünde birleşmektedir. Nitekim ürünün işlevsellik ve kalitesinin yanı sıra tasarım ve görsel zevk sebebiyle de ön plana çıkmakta ve tercih sebebi olmaktadır. Tekstil tüketicisini ürünün yapısına, dokusuna, dokunuşuna dikkat etmeden önce etkileyen renk ve tekstilin üzerindeki motifleri, desen özelliği ve bunların birbirleriyle uyumu döşemelik sektöründe önemli parametreler olarak kabul görmektedir. Ancak buna rağmen, bu sektörde faaliyet gösteren orta ve küçük ölçekli tekstil işletmelerinde geçmişe yönelik renk ve desen arşivine rastlamak hemen hemen imkânsız gibidir. Bu durum ancak subjektif yargılarla kişisel notlar tutmuş bireylerin arşivleri seviyesinde kalmakta kurumsal ve metodik kayıtlar seviyesine ulaşamamaktadır. Bu nedenle bu araştırma Türkiye genelinde yüksek bir üretim, satış ve ihracat hacmine sahip olan bir döşemelik kumaş işletmesinin envanteri taranarak son beş yılda en çok tercih edilen on beş adet baskılı döşemelik kumaş tasarımının belirlenmesi amacıyla yürütülmüştür. Araştırmanın genel amacı döşemelik baskılı kumaşlarda tüketicilerin en çok tercih ettikleri desenlerin satış rakamları doğrultusunda saptanarak renk ve desen analizlerinin yapılmasıdır. Araştırmanın konusu olan döşemelik kumaşlarda tüketici tercihlerinin tespit edilmesi tekstil tasarımında eğilimlerin, desen ve trendlerin yönünün tespiti ve gelecek trendlerin tahmini açısından önemli olarak değerlendirilmektedir. Araştırmanın yöntemi olarak nitel araştırma yöntemlerinden örnek olay yöntemi kullanılmıştır.

**Anahtar kelimeler:** döşemelik kumaş, baskı, tüketici tercihleri, desen

## **ANAYSIS ON THE CONSUMER DESIGN PREFERENCE IN PRINTED UPHOLSTERY FABRICS**

### **ABSTRACT**

Design is in full contact with the textile sector that directly addresses human aesthetic cognition. Textile sector has evolved during centuries and reached today's competitiveness level. Hometextiles is one of the application fields of textiles has manufactured in a production centered manner and lost its competitiveness to countries with low production cost countries. All the experts unite in saying that home textiles sector would only overcome this situation with high value added quality products. Besides functionality and quality of a textile product, design and visual appeal make it stand out and be purchased. Upholstery fabrics, the motif and design, color are appreciated as important parameters that attract the consumer before the construction, structure, handle or touch. However, in small and medium sized textile enterprises it is nearly impossible to find a methodically arranged color and motif archive. For this reason, this research has been conducted to search the inventory of an upholstery company having a big manufacturing, sales and exportation volumes and find out the most preferred three printed designs for the last five years. The type of the qualitative research has been determined as case study.

**Keywords:** Upholstery fabric, printing, consumer preference, design

## 1. GİRİŞ

İnsan hayatının ayrılmaz bir parçası olarak tüketim bireyi toplum içinde konumlandırarak onun kimliğini, yaşam tarzını belirleyen önemli ve vazgeçilmez bir olgu olarak kabul görmektedir. Toplum ve birey öznel olarak sosyolojik, ekonomik, teknolojik vb. pek çok faktör sebebiyle devamlı bir ivme, gelişim ve değişim içindedir (Yılmaz, 2004, s. 1). Bu nedenle tüketicinin tekstil ürünleri talebinde meydana gelen değişimi yadsımamak gereklidir.

Tüketiciler pazarda mal ve hizmetleri satın almadaki amaçlarına göre iki büyük gruba ayrılmaktadır: nihai tüketiciler kişisel veya ailevi ihtiyaçları için satın alırlar. Endüstriyel ve örgütsel tüketiciler ise kendi üretimlerine katmak veya onu desteklemek, tekrar satmak gibi ekonomik faaliyetleri sürdürmek için satın alırlar (Mucuk, 1999, s. 64). Tüketicinin moda konusundaki talebi genellikle “ürünün eskidiği” gerekçesine değil “modasının geçtiği” ya da “modanın değiştiği” gerekçesine dayanmaktadır. Modanın değişmesi moda eğilimlerine yansiyacak şekilde renk, stil, üretim, silüet ve performanstaki değişimleri ifade etmektedir (Ercan, 2010, s. 3). Modanın bu denli sık değişimleri tasarım endüstrisi içerisinde aklanmakta ve tüketicilere pazarlanmaktadır. Geçmişte genellikle estetik bir olgu olarak kabul edilen ve yorumlama biçimi olmaktan çok bir nesne olarak algılanan tasarım, günümüzde nesnelere nasıl algılanacağını ve nasıl yaratılacağını öğrenme sürecinin ürünü olarak görülmektedir. Zihinde canlandırılan soyut kavramlardan somut nesnelere kadar bir sanat eserinin veya teknik bir ürünün ilk taslağının düşünülmesi, eskizlerinin çizilmesi, bir ürünün ortaya koyulması yolunda izlenen tüm bu eylemler tasarım olarak tanımlanmaktadır.

Tüketici davranışlarının anlaşılması ileri zamanlarda ürün özelliklerinin tasarım stratejilerin belirlenmesinde her aşamada çok kritik bir öneme sahiptir. Bu davranışların anlaşılması hem kişinin içerisinde kendisini etkileyen faktörleri anlamayı hem de kişiler arası etken faktörleri anlamayı gerektirir (Özkan, 2006, s. 18). Philip Kotler (2000, s. 231) tüketici pazarları ve satın alma davranışları üzerine yaptığı analizlerin sonucunda basit satın alma davranışı modelini ortaya koymuştur. Bu modelde kişilerin satın alma davranışı, birtakım etkiler üzerine kişilerin satın alma sürecini başlatmaları ve sonucunda satın alma davranışını gerçeklemeleri üzerinedir. Model genel hatları ile etki, kişisel organizma ve tepki olmak üzere üç ana ayrı bölümde incelenebilir. Green (1975, s. 77) tüketici satın alma kararı rutin satın alma kararı, limitli satın alma kararı ve büyük satın alma kararları olarak üç ayrı kategoride incelemektedir. Tüketicinin satın alma davranışında ürünün dış görünüşünü, estetik özellikleri ve kişinin ihtiyacına uygunluğu önem kazanmaktadır. Tüketicinin tercihlerinin belirlenmesi ile ürünün tasarımına etki edecek olan özellikler belirlenmektedir.

Tasarım genel bir ifade ile daha önce algılanmış olan bir nesne veya olayın bilinçte sonradan ortaya çıkan kopyası olarak tanımlanmaktadır (tasarım, ty). Archer (1981, s. 31) tasarımı mevcut bir durumu tercih edilen bir duruma getirme eylemi, insan yapısı nesnelere ve sistemlerde bir bütünü oluşturan parçaların, kompozisyonun, strüktürün, amacın, değer ve anlamın kombinasyonunun vücut bulması olarak tanımlamaktadır.

Tasarım her alanda olduğu gibi insanın estetik algısına dolaysız olarak hitap eden tekstil sektörü ile etkileşim içindedir. Tekstilin yapısından kumaşına, renginden desenine her şeyi tasarımın ürünüdür. Sanatsal anlamda bakıldığında tekstilde tasarım, öncelikle estetik değerleri akla getirmektedir. Tüketiciyi ilk anda etkileyen tekstilin rengi, üzerindeki motifleri, desen özelliği ve bunların birbirleriyle ahenkli bir şekilde bir arada kullanılmasıyla oluşturulan etkisidir. Tüketici daha sonra tekstilin yapısına, dokusuna, dokunuşuna dikkat eder. Tekstilin kullanım konforuna yani ergonomiye uygunluğu, kalitesi dikkat çeken diğer önemli özellikleridir (Başaran, 2012, s. 9).

Tekstil alanının ürün yelpazesi oldukça geniş olduğu için kullanım alanına, ihtiyaç çeşitliliğine, kullanılan materyal, üretim tekniği ve teknolojilere bağlı olarak tasarımcının yaratıcılık, gözlem ve sentez yeteneğini zorlamaktadır. Kullanılacak materyal, üretim koşulları, talep, moda, günün anlayışı, pazar, maliyet, beğeni, çevresel etkiler, anatomik ve ergonomik yapıya, marka tarzına uygunluk gibi sınırlayıcı etmenler tasarımcının



tamamen özgür hareket etmesini sınırlamaktadır (Gökay, 2009, s. 13).

Tasarım konusunun kaynağını tüketicinin gereksinimlerini karşılama ihtiyacı oluşturmaktadır ve endüstri bu ivmeyi, değişimi koruyabilmek için yaratmakta ve üretmektedir. Tekstil ve moda tasarımı alanı ise, konusu gereği bireyin doğadaki örtünme ve korunma ihtiyacından bu yana gündelik yaşamda üzerinde taşıdığı, örtündüğü ve sembolik mesajlar verdiği sosyolojik, psikolojik ve fiziksel gereksinimleri karşılamaktadır. Tüketim toplumunda bireylerin topluluk içinde kendini ifade etme gereksinimi, kabul görme veya değişikliğe uğrama gibi insan psikolojisinden kaynaklanan tüketim gereksinimleri, moda endüstrisinin omurgasını oluşturmaktadır. Moda endüstrisindeki markalar bireylerin bu özelliklerine ve gereksinimlerine göre üretmekte, tasarlamaktadırlar (Yılmaz, 2004, s. 1).

Tekstil günümüzde giysi tasarımları, kumaşları, renkleri, desenleri ve kullanım konforu açısından sürekli değişim içinde çabuk yenilenen bir sektördür. Hızlı yaşam koşulları, ilerleyen teknoloji, artan tüketim üstün performanslı tekstil ürünlerinin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Kalite ve estetik bu ürünleri tercih etmedeki ilk nedenler arasındadır (Koçak ve Paksoy, 2004, s. 105; Başaran, 2012, s. 9).

Tekstil tüketicisini ürünün yapısına, dokusuna, dokunuşuna dikkat etmeden önce etkileyen renk ve tekstilin üzerindeki motifleri, desen özelliği ve bunların birbirleriyle uyumu döşemelik sektörde önemli parametreler olarak kabul görmektedir. Ancak buna rağmen, bu sektörde faaliyet gösteren orta ve küçük ölçekli tekstil işletmelerinde geçmişe yönelik renk ve desen arşivine rastlamak hemen hemen imkânsız gibidir. Bu durum ancak sübjektif yargılarla kişisel notlar tutmuş bireylerin arşivleri seviyesinde kalmakta kurumsal ve metodik kayıtlar seviyesine ulaşmamaktadır.

Bu nedenle bu araştırma Türkiye genelinde yüksek bir üretim, satış ve ihracat hacmine sahip olan bir döşemelik kumaş işletmesinin envanteri taranarak son beş yılda en çok tercih edilen on beş adet baskılı döşemelik kumaş tasarım özelliklerinin belirlenmesi amacıyla yürütülmüştür. Araştırmanın genel amacı döşemelik baskılı kumaşlarda tüketicilerin en çok tercih ettikleri desenlerin satış rakamları doğrultusunda saptanarak renk ve desen analizlerinin yapılmasıdır. Araştırmanın konusu olan döşemelik kumaşlarda tüketici tercihlerinin tespit edilmesi tekstil tasarımında eğilimlerin, desen ve trendlerin yönünün tespiti ve gelecek trendlerin tahmini açısından önemli olarak değerlendirilmektedir. Araştırmanın yöntemi olarak nitel araştırma yöntemlerinden örnek olay yöntemi kullanılmıştır. Araştırma verisi literatür tarama, mekanik gözlem, katılımsız görüşme ve işletme içi dokümanların incelenmesi ile toplanmıştır.

## 2. TEKSTİL BASKICILIĞI

Tekstil kumaşlarının renkli desenlerle basılarak süslenmesi antik çağlarda başlamış olup, genel olarak bu sanatın kaynağının Uzak Doğu olduğu ileri sürülmektedir. Yüksel (2009, s. 3)'e göre Mısırlıların boyalı kumaş üzerine meçhul bir işlemle desenler meydana getirdiklerini tarihten 2000 yıl önce Çinliler, oyulmuş tahta bloklarla harf basmacılığını (matbaayı) geniş ölçüde uyguluyorlardı ve renkli olarak basılmış Hint kumaşları imparatorluk günlerinde Romalılar tarafından biliniyor ve itibar görüyordu. Knecht ve Fothergill (1952)Avrupa'da tekstil basmacılığının Orta Çağda Rhen manastırlarında ve manastırların yakın çevrelerinde başladığını ve asırlarca sürmesine rağmen ilkel bir endüstri olarak 14. yüzyıldan sonra yavaş yavaş unutulduğunu ve modern endüstrinin gelişmesine bir etkisi olmadığını ifade etmektedir (akt. Yüksel, 2009, s. 3).

Tekstil yüzeyine yapılan ilk baskılar, yüksek baskı yöntemi denilen, basacak kısımları üstte olan ahşap kalıplarla yapılmıştır. Bu yöntemde kalıplar boyaya batırılıp kumaş yüzeyine bastırılarak elde edilmiştir. İlk blokların bazıları kil ve kırmızı topraktan (terracota), bazıları ise oyulmuş tahtadan yapılmıştır. Anadolu da "Yazmacılık" olarak isimlendirilen "Kalıp Baskı" geleneksel bir halk sanatı olarak, bazen fırça, bazen kalıp, bazen de her iki tekniğin birlikte kullanılması şeklinde uygulanmıştır (Kaya, 1974, s. 115).

Basmacılık modern endüstrinin doğum yeri kabul edilen Avrupa'ya, Hindistan'dan karayolu ile İran, Anadolu

ve Akdeniz'in doğu memleketleri üzerinden batıya doğru yayılarak, 17. yüzyılın son yarısında Fransız ticaret gemileri ile Fransa'ya ulaşmış, Hindistan'ın doğu kıyılarındaki Fransız topraklarından Hint basmalarından örnekleri ve bütün üretim bilgilerini getirerek Avrupa'da pamuk basmacılığının ilk uygulamalarının Fransa'da başlamasına neden olmuştur. Pamuk basmacılığının İngiltere'ye girişi 1738 yılında olmasına rağmen kaba desenli el basmacılığının gelişmesi 1783 yılında İskoçya'da Bell tarafından icat edilen gravür silindir (rulo) basma makinesinin basmacılık endüstrisinde kullanılmasıyla gerçekleşmiştir (Knecht ve Fothergill, 1952; akt. Yüksel, 2009, s. 3).

17. ve 18. yüzyıllarda tekstil baskıcılığının gelişimi hakkında Önlü (2004, s. 83) şunları ifade etmektedir:

“Bu dönemde evtekstilinin artan tüketimi karşısında lüks ve konfora olan talep artmış, perdelik vedöşemelik ev tekstillerinde büyük değişimler yaşanmıştır. 18. yüzyılın son çeyreğine kadar en yaygın kumaş olarak ipeğin yerini pamuklu kumaşlar almaya başlamış, baskı teknikleri ile desenlendirilmiş kumaşlara olan talep baskı tekniklerinin gelişmesini de sağlamıştır. 1676 yılında William Sherwin'in yeni bir baskı tekniğini bulmasıyla birlikte (Metalik mordanlama ile boyama), baskı desenli kumaşlar ipekli ve yünlü kumaş üretimini tehdit eder hale gelmiştir. Baskılı kumaş üretimindeki artışın yarattığı kaotik durumu düzeltmek amacıyla 1686 yılında Fransa'da, 1720 yılında da İngiltere'de baskılı kumaş ithalatına yasak getirilmiştir. Sadece ihracat için desenli pamuklular üretilmiş, yasaklamanın 1774 yılında İngiltere de kalkmasından sonra, Britanya'da bakır plakalı baskı tekniği kullanılmaya başlanmıştır. Önce plakalara oyulmuş desenlerle çok büyük metrajlı tekrar desenlerinin basılabildiği yeni baskı tekniği baskılı kumaş üretimini de artırmıştır.”

Rulo baskıcılığı, 20. yüzyılda yerini yavaş yavaş film basmacılığına bırakmıştır. Film basmacılığı çok eski bir süreçtir ve dekorasyon sanatı olan şablon basmacılığının gelişmiş bir şeklidir. 20. yüzyılın ikinci yarısında düz film baskının silindir tipi olan rotasyon baskı (1962), transfer baskı (1965) icat edilerek baskıcılıkta bir çığır açmıştır. Günümüzde 1990'lı yıllardan sonra bilgisayar teknolojileri ile baskıcılık büyük gelişme göstermesine rağmen baskı hızının düşük olması ve jet baskı mürekkeplerindeki gelişmelerin henüz yeterli seviyede olmaması nedeniyle düz film, rotasyon (dönel film), transfer baskı hala önemlerini korumaktadır (Dilek, 2009, s. 4).

Tekstil baskı teknikleri şablon baskı, rulo baskı, rotasyon baskı, transfer baskı, gravür baskı, rölyef baskı, dijital baskı olarak sınıflandırılır. Baskı türlerine kısaca değinmek gerekirse;

**Şablon (Filmdruck) Baskı:** Film baskıcılığında basılacak yerler açık bırakılıp diğer kısımların boya geçirmeyen lak ile kapatıldığı elek bezleri kullanılır. Film baskı makinelerinin ortak çalışma prensibi kauçuktan sonsuz taşıma bandının bir masa üzerinde duraksamalı olarak hareket ettirilmesinden ibarettir. Blanketin durmasıyla bütün şablonlar kumaş üzerine iner özel rakleler boyayı kumaşa basar. Bundan sonra şablonlar tekrar kalkar ve blanket kumaşla birlikte bir raport boyu ilerler. Şablonlar kumaş üzerine iner ve işlem böylece devam eder (Gürcüm, 2013, s. 472).

**Rulo Baskı:** Rulo baskı, aslında “derin baskı tekniği” olarak bilinmektedir. Yani kabartma (Rölyef) baskının tam tersidir. Kumaş üzerine basılacak desenler, desen silindire işlenerek (Gravür) elde edilmektedir. Bu baskı tekniğinde desenler silindir üzerine gravür tekniği ile işlenerek elde edildikleri için hem zaman alıcı hem pahalı hem de el emeği fazladır. Bu nedenle bu gün için bu baskı tekniği önemini oldukça fazla kaybetmiş durumdadır (Çoban, 1999, s. 89).

**Rotasyon Baskı:** Rotasyon baskıda şablonlar silindir şeklindedir. Rotasyon desen şablonları temel olarak basılacak kısımları boya geçirecek şekilde delikler içeren; basılmayacak kısımları ise lakla kapatılmış veya delik içermeyen nikel silindirlerdir. Basılacak kumaş ve ya açıcılar kenar kılavuzu üzerinden baskı kısmına sevk edilir ve sonsuz blankete yapıştırılır. Baskı kısmında desen şablonları hareketli tutturulmuştur. Blanket kumaşla birlikte döner silindirlik şablonlar altında sürekli olarak hareket eder. Baskı boyası pompa yardımıyla şablon içine sevk edilir ve oradan çeşitli tipte rakleler yardımıyla şablonun açık yerlerinden kumaşa basılır

(Gürcüm, 2013, s. 472).

Transfer baskı: Kâğıt üzerine bilinen baskı teknikleri ile basılmış olan desenlerin sıcaklığı ve basıncı ayarlanmış makineden kumaşa preslenerek transfer edilmesine transfer baskı adı verilir (Bozkurt, 1999, s. 79).

Gravür baskı: Bu baskı tekniğinde desen bakır silindirler üzerine oyularak (grave edilerek) işlenir. Bakır silindirler sistem içerisinde dönerken pat aktarma silindiri yardımıyla pat teknesinden oyulmuş desen bölgelerine aktarılan baskı patını basınç altında kumaşa basar (Yüksel, 2009, s. 12).

Rölyef baskı: Silindir baskının diğer baskı tekniklerine göre birçok üstünlüğü bulunmaktadır: İnce ayrıntılı desenlerin basılabilmesi açısından önemli bir baskı tekniğidir. Silindir baskıda üretim hızı çok yüksektir; baskı maliyeti düşüktür. Makine çalışma alanı açısından yer gereksinimi azdır. Aynı silindirle bir rengin tonlarını basmak mümkündür. Boyuna çizgili desenler başarılı olarak basılmaktadır. Silindir baskı günümüzde tüp örme kumaş baskısında uygulanmaktadır (Yüksel, 2009, s. 12).

Dijital Baskı (İnk-Jet): Bilgisayar ortamında hazırlanmış ya da bilgisayara aktarılmış desen, logo, fotoğraf vb. tasarımların baskılarının bilgisayar destekli ortamlarda yapılmasına dijital baskı denilir. Dijital baskının esas baskı desenlerinin bilgisayarda yaratılarak şablon ve renk ayırımları kullanmaksızın bilgisayardan baskı ünitesine gönderilmesi ve daha sonra mürekkebin, deseni oluşturacak damlacıklar halinde çok ince düzelerden kontrollü olarak materyal üzerine püskürtülmesidir (Özgüney ve İşmal, 2000, s. 60).

### 3. DÖŞEMELİK TEKSTİLLERİN ÖZELLİKLERİ

Ev tekstili kullanıldığı mekân açısından eve bağlı gelişirken, kullanım yeri açısından mobilyaya bağlı bir gelişim göstermektedir. Ev tekstilinin endüstriyel gelişiminde teknoloji tarihinin, modern sanatın ve mimarlığın izlerini bulmak, belli dönem ve stil ile izlemiş olduğu tarihsel gelişimi belirlemek mümkün olmaktadır (Schoeser ve Rufey, 1989, s. 745; akt. Yıldırım, 2007, s. 15).

Teknolojiye bağlı olarak geliştirilen kimyasalların ve yeni liflerin de ev tekstilinin gelişiminde büyük etkisi olmuştur. Özellikle baskılı ev tekstillerinin tasarımı bundan etkilenmiştir. Viskoz ve asetat, II. Dünya Savaşı'ndan önce, naylon ve polyester hemen ardından kullanılmaya başlanmıştır. Sentetik lifler doğal liflerin yanında piyasadaki ürün bolluğunu sağlayacak önemli bir girdi olmuştur. Fakat 1970 ve 80'lerde doğal liflere ve geleneksel el sanatlarına bir dönüşün yaşanmasıyla müze ve firma arşivlerinden tarihi stillerin tekrar üretilmesi gündeme gelmiştir (Schoeser ve Rufey, 1989, s. 745; akt. Yıldırım, 2007, s. 15).

Döşemelik kumaşlar yaşam alanlarında kullanılan eşyaların (koltuk, kanepeler, divan vb.) kaplaması işleminde kullanılmaktadır. Bu kumaşlar kullanıldığı yaşam alanına göre tasarımı, rengi ve kumaşta kullanılan tekstil hammaddesi bakımından çeşitlilik göstermekte ve sabit döşemelik kumaşlar ve portatif döşemelik kumaşlar olarak iki ayrı grupta incelenmektedir. Portatif ile sabit döşeme kumaşlar arasında belirgin farklar bulunmaktadır. Portatif örtülerde kullanılan kumaşlara göre, sabitlenerek kullanılan döşemelik kumaşlardan daha yüksek haslık oranları beklenmektedir (Yıldırım, 2007, s. 24).

Kumaştan beklenen özellikler, onun hangi mekânda kullanıldığına göre değişiklik göstermektedir. Kullanım yeri seçilecek rengi etkileyecektir. Örneğin salon mobilyalarının kaplandığı kumaşların kırı fazla belli etmemesi veya diğer oturma grubuna göre daha ihtişamlı görünmesi istenebilir. Ancak, genel olarak kumaştan beklenen onun oturma eylemine dayanıklılık göstermesidir (O'Shea, 1981; Yıldırım, 2007, s. 24).

Burada döşemelik kumaşların hem dayanıklı tüketim, hem sermaye malı hem de statü sembolü olduğu belirtilmelidir. Görsel ve estetik özellikler genelde aşınabilirlik standartlarında bir azalmanın olması gerektiğini, böylece çelişen gereksinimleri dengeleyebilecek bir çözümün bulunmasında dengenin sağlanması gerektiğini düşündürmektedir. Mobilya döşeme kumaşlarının uzun bir zamanda dayanıklı tüketim malları haline gelmesi dikkat çekicidir. Bu kumaşlarda birim alan başına yaklaşık 640 gr /m<sup>2</sup>lik

azami gramaj kalite ön koşuludur. Oturma rahatlığı, ısı absorpsiyon oranı tüketim malının zarif olmasını, başka deyişle rahatsız edici olmamasını, dinlenme sürecini olumlu etkilemesini belirlemektedir. Bu durumda tüm gereksinimleri karşılamak için döşeme kumaş sektöründe birçok AR-GE çalışması gerekli olmaktadır (Larsen,1998).

Goblen ve akrilik kumaşlar baskılı döşeme kumaşlarda en yaygın kullanılan kumaş çeşitlerdir. Bu kumaşların doğala yakın tuşe ve tutumları tercih sebebidir. Leke tutmama ve kolay temizlenebilme özellikleriyle öne çıkarlar. Aynı şekilde rayon liflerinin kadife kumaşlarla birlikte kullanımları da başarıyla uygulanmaktadır. Ayrıca yün ve yün-rayon ya da yün-naylon karışımları tweed kumaşların oluşturulmasında popülerdir (Yılmaz, 2004, s. 27).

Döşemelik kumaşların Martindale testi kriterlerine göre 25.000 ovmalık bir sürtünme direncine sahip olması gerekmektedir. Bu açıdan kullanılan lif mukavemeti önemlidir. Dolayısıyla öncelikle kullanılacak olan iplikler bir koltuk kumaşından beklenen performansı yakalayabilmeli hem de dokunduktan sonra yeni etkiler sağlayarak tasarıma katkı sağlamalıdır. Tasarımın sınırları ise döşemelik kumaştan beklenen özelliklerle çizilmektedir. Mukavemetin yanında boncuklanma, güç tutuşurluk ve statik elektriklenmeye karşı dayanım da istenen diğer özellikler arasındadır (Larsen, 1998, s. 89).

#### 4. TÜKETİCİ TERCİHLERİ

Tüketici davranışı, bireylerin mal ve hizmetleri satın almaları ve bu mal ve hizmetleri kullanmayı niçin tercih ettiklerini belirleyen karar süreçleridir (Tek, 1999, s. 185). Tüketiciler satın alma süreçlerinde, satın alma kararına ulaşmada; ürünün özellikleri, kalitesi, işlevsel oranı, önem dereceleri ve markaya güven durumlarını gözden geçirirler. Tüketicilerin satın alma davranışları; teknolojik ürünler, mobilya gibi beğenmeli mallarda farklı iken günlük yani kolayda mallarda daha farklıdır (Karaosmanoğlu ve Kızgın, 2009, s. 83). Tüketicilerin, satın alma eylemlerini gerçekleştirirken hangi şekilde davrandıklarının bilinmesi, pazarlama bilimi açısından büyük önem arz etmektedir. Satış stratejileri ürün tipleri, ürün çeşitliliği ve özellikleri, tüketici davranışları çerçevesinde şekillendirilmektedir.

Tüketici davranışı, ihtiyacın hissedilmesi anında başlayan, ihtiyacın karşılanması için satın alınan ürün ya da hizmetlerin kullanılması ve kullanıma sonrasında sağlanan faydanın değerlendirilmesini de içine alan bir süreçtir (Altunışık, Özdemir ve Torlak, 2004). Tüketici davranışı, tüketicilerin neyi satın aldıkları, nereden satın aldıkları, neden satın aldıkları gibi sorulara cevap bulmaya çalışırken, kuruluşların pazarlama uygulamalarına tüketicilerin tepkisi, başarı yada başarısızlığını ortaya koyar; çağdaş pazarlama anlayışı ile tüketicilerin ihtiyaçlarını tatmin etmeye yönelik pazarlama karması geliştirir ve tüketicilerin pazarlama stratejilerine gösterebilecekleri tepkileri önceden kestirebilir (Kavas, Katrinli ve Özmen, 1995, s. 91).

Müşteri memnuniyetinin önem kazandığı ve tüketicilerin bilinçlendiği günümüz pazarlama dünyasında, şirketler hedef kitlelerini arttırmaya, onlara yönelik pazarlama stratejilerini belirlemeye, ürün gamını bu doğrultuda geliştirmeye, müşterileri maksimum düzeyde memnun edip olumlu geri dönüşler sağlamaya, satın alma isteklerini arttırmaya, daha fazla kitleye ulaşmaya yönelik çalışmalarda bulunmaktadır. Bu doğrultuda sağlıklı çalışmalar yapabilmek adına, tüketici davranışları özelliklerini zemin olarak kullanma ihtiyacı hissetmektedirler.

#### 5. TÜKETİCİ TERCİHLERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Tüketici davranış modelleri, tüketicilerin satın alma faaliyetlerini nasıl yürüttüklerini ve bunların ortaya çıkış biçimini açıklayan mantık yollarını gösterirler. Bu modeller, tüketicinin satın alma kararını vermesindeki tüm süreçleri ele alırlar ve bu süreçlerin oluşumlarını ve bu oluşumda rol oynayan değişkenleri tanımlama ve açıklama amacına hizmet ederler (İslamoğlu, 2003, s. 186).

Tüketici davranışları farklı modellerle açıklanmaya çalışılmıştır. Bu modeller;

İç değişkenler (psikolojik etkiler): Davranışının temel belirleyicileri olarak bilinen bu grupta öğrenme, algılama, kişilik özellikleri, tutum gibi konular yer almaktadır.

Dış değişkenler (sosyo-kültürel belirleyiciler): Toplumsal gruplar, aile, sosyal sınıf, kültür, kişisel etkiler gibi konuları içerir.

Demografik değişkenler: Bu gruba yaş, gelir, eğitim, coğrafik yerleşim gibi unsurlar dâhil olmaktadır.

Pazarlama çabalarının etkileri: Satın alma karar sürecinin kendisi bu gruptaki çabaları doğrudan etkilemektedir. Genel olarak, bu etkiler pazar yöneticilerinin kontrolü altındadır (Kotler, 2000, s. 232).

Tüketici davranışlarını her yönüyle tanımlayabilen bir model olmamasına rağmen, bütün modeller tüketici davranışlarının çeşitli bireysel ve çevresel faktörlerden etkilendiğini ortaya koymaktadır, çünkü;

- tüketici davranışı, bir insan davranışı olduğu için insanı etkileyen her faktör, onun satın alma davranışını da etkilemektedir (Erkal, 2013, s. 50)
- tüketici davranışı bir süreç halinde gerçekleştiğinden bu süreç ister istemez iç ve dış faktörlerden etkilenmektedir (Erkal, 2013, s. 54)
- insanlar doğal ve toplumsal çevreye uyum gösterebilmek için ihtiyaçlarını karşılayan ürün ya da hizmetleri satın alırlar. Çevrede değişikliklerin olması tüketicinin satın alma davranışını da etkilemektedir,
- satın alma bir amacı gerçekleştirmek içindir. Genel ve özel amaçlar satın alma davranışını etkilemektedir (Erkal, 2013, s. 55).

## 6. TÜKETİCİ DAVRANIŞINDA RENK PSİKOLOJİSİ

Genel anlamda renk algısı duygusal anlamdan incelendiğinde, kırmızı, turuncu, kahverengi sıcak, mavi, yeşil ve gri tonlar soğuk etki bırakan renklerdir. Kırmızı, turuncu ve kahverengide yaratılan tonal değişimler ise izlemcide heyecan verici, mutlu ve hatta öfkeli veya uyarıcı hisler yaratabilir. Her şeye rağmen klasik anlamda, renklerin ve zevklerin tartışılmayacağı tabiri de dile getirilen ve önemli unsur renklerin psikolojisinin tamamen sübjektif olmasıdır (Bahattin, 2013, s. 45).Renkler aynı zamanda ürün pazarlamada oldukça etkilidir. Renklerin kişiler üzerinde yarattığı çağrışımlar ve pazarlama iletişimi faaliyetlerine yönelik kabuller şu şekilde özetlenebilir:

**Beyaz:** Sadeliği, doğruluğu, temizliği temsil etmektedir. Olumluluk, saflık, barışçıl ve kabul edici ifadelerinin bir yansıması olarak beyaz; ışık, bilgi, aydınlık, nur gibi olumlu ve erdemli değerlerle örtüştürülmüştür (Uçar, 2004, s. 48). Beyaz saf ve masum imajı yaratmasının yanı sıra, parlak olduğunda neşeli, mutlu, aktif olarak algılanabilmektedir (Mehmeti, 2003, s. 123).

**Kahverengi:** Toprağın rengi olan bu renk doğallığın, sadeliğin, dostluğun, dayanıklılığın, rahatlığın sembolüdür (Kaşıkçı, 2006, s. 34).Ev mobilyalarında insanlarda rahatlık duygusu yaratması nedeniyle sıklıkla tercih edilmektedir. Çocukların kendilerini güvende hissetmeleri, yardımsever olmalarında teşvik edici bir renktir (Üster, 2009, s. 102).

**Kırmızı:** Sıcak bir renktir. Tepkisel, uyarıcı ve dirilik kazandırıcı, yönlendirici bir renktir. İçgüdüsel üstün gelme duygusuna sahiptir. Bu renkteki nesnelere, olduklarından daha büyük ve daha yakın görünmektedirler. Parlaklığı ve spektral enerji yoğunluğuyla kırmızı, tahrik edici ve uyarıcı özelliği nedeniyle erotizm ile bağdaştırılmakta ve pazarlama iletişimi faaliyetlerinde yoğun olarak kullanılmaktadır. Bu nedenle kırmızı, özellikle dürtüye yönelik satın alımlara uygun düşmektedir (Bahattin, 2013, s. 50).

**Mavi:** Düşünceli, içsel gözlemi sık yapan, tutucu, ölçülü bir hayat süren, sadık insanlardır (Sharma, 2007, s. 41).Batı dünyasında en sık ve yaygın kullanılan renktir. Zor güvenen insanların rengidir (Sampson, 1995,



s. 84). Sezgilerin güçlendirilmesi ve üzüntü duygusunun hafifletilmesinde kullanılan geçerli bir renktir (Andrews, 1995, s. 31)

**Mor:** Mavi ve kırmızı rengin karışımı olan bu renk asilliği, zenginliği, lüks ve ihtişamı, hayal gücünü ve konsantrasyonu arttırmayı, kendine güveni simgeler. Duyarlı, hayalci, iyi dinleyicilerin rengidir (Sampson, 1995, akt: Kılınçarslan, 2011, s. 77 ).

**Pembe:** Kırmızı ile beyazın birleşmesi ile ortaya çıkan pembe renk kırmızı renk gibi canlılık verir ancak daha yumuşak bir renktir. Canlılığının yetersiz oluşu nedeniyle dişilik ve sevgi imajıyla bütünleştirilmektedir. Yumuşaklık ve yakınlık hissi vermektedir (Kılınçarslan, 2011, s. 76).

**Sarı:** En parlak, temel renk olan sarı; ilkel toplumlarda, sonsuza dek yaşamla özdeşleştirilmiştir. Bolluk, kutsallık, güneş ve zenginlik simgesidir. Karanlığın içinden çıkan ışık anlamında, aydınlığın simgesi olarak kabul edilmiş ve bu anlamıyla bilgiyi temsil etmiştir. Sarı, parlak olması nedeniyle sınırları genişleterek, objeye daha geniş izlenimi vermektedir (Bahattin, 2013, s. 51).

**Siyah:** En olumsuz izlenime sahip renk olan siyah, karamsarlık ve kötülük çağrıştırmaktadır. Matem ve resmi özelliklerde gösterir. Küçük lekeler halinde kullanıldığında canlılık, büyük lekeler halinde kullanıldığında korku ve endişe hissi verir (Artut, 2004, s. 137).

**Turuncu:** Kırmızı renk kadar rahatsız edici olmayan turuncu renk heyecan ve mutluluk verici, dinamik, dikkat çekici, çarpıcı, iç açıcı, canlılık, cesaret ve güven verici, yapıcı bir renktir (Kılınçarslan, 2011, s. 73).

**Yeşil:** Yeşil, tabiata egemen olan, insana huzur veren, rahatlatan, iç açan bir renktir. Uyum ve güven verici etkiye sahiptir (Kaşıkçı, 2006:34). Paylaşımın, yenilenmenin, evrimin, işbirliğinin, cömertliğin rengi olan bu renk insanları rahatlatır. Bununla birlikte kişiler üzerinde tembellek hissi gibi olumsuz etkiye de sahiptir (Fidan, 2009, s. 204).

**Gri:** Fiziksel anlamda, duygusuzluğu ve yavaş bir bitişi, yaklaşan ölümü simgeler. Birey üzerinde, depresif, hüznü verici, maskeleyici, koruyucu bir psikolojik etkiye sahiptir. Resimsel anlamda etkisizdir. Koyu gri ise kirlilik ifade eder. Toplumsal açıdan gri renk, bireyin kendini toplumdan soyutlama, uzaklaştırma arzusunu, duygusal fikirlerini gizleme eğilimini, meraklı olmayan nötr bir kişiliği yansıtır (Tekel, 2002, s. 84).

**Lacivert:** Mavi rengin içine siyahın karıştırılması sonucu ortaya çıkan bu renk sonsuzluğun ve otoritenin rengidir (Fidan, 2009, s. 206). Otorite kabul edilmek isteyen kuruluşlar bu rengi logolarında tercih etmektedir. Hilton'un logosunun rengini laciverte dönüştürmesinde bu düşünce etken olmuştur (Bingöl, 2008).

## 7. TÜKETİCİ DAVRANIŞINDA MOTİF-DESEN OLGUSU

Baskılı kumaşlar tekstillerin diğer teknikleri içinde desen çeşitliliği açısından en büyük zenginliğe sahip olan grubudur. Tekstil tasarımında birim biçimi oluşturan pek motif bulunabildiği gibi bir tek motif ile bir birim biçim de oluşturmak mümkün olmaktadır. Tekstilde desen ise kompozisyonu oluşturan en küçük birim olarak kabul edilmektedir.

Tekstil tasarımında bir olgu üç farklı şekilde kullanılmaktadır: natüralist, stilize veya sembolik şekilde. Natüralist formlar daha çok doğada bulunduğu şekliyle çizilmiş ya da fotoğrafı çekilerek tekstil tasarımına aktarılmış gerçekçi tasarım nesnelere olmaktadır. Stilize motifler yapım tekniğine veya tasarımcının stiline uygun şekilde üsluplaşmış, geleneksel tarza dönüşmüş şekliyle kullanılmış tasarım nesnelere dir. Türk süsleme sanatında bezeme unsuru olarak kullanılan motiflerin biçim ve kompozisyonları ile bazı üslupların oluşmasına neden olmuştur. Hatailer bunların en önemlilerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır (Çağman, 1983, s. 7). Sembolik formlar ise genelde üzerine yüklenen etnik ve folklorik anlamları formlarından daha belirgin olan motifler için kullanılmaktadır.

Çiçek ve bitkilerin yer aldığı floral desen tipleri baskı desenleri içinde en yaygın olan gruptur. İnsanın taklit etme arzusunu sürekli kamçılayan doğal nesnelere tasarımcılar için zenginlik sunar. Bu desenler gerçekçi bir tarz içinde olduğu gibi üsluplaştırılmış da olabilir. Floral desenler; çiçekleri, otsu ve odunsu bitkileri kapsar. Kendi grubu dışında şifalı ot ve çiçeklerin gerçekçi resimlerinin basıldığı bilimsel botanik illüstrasyonlar, stilize ve gerçekçi çiçek, ağaç motiflerinin bulunduğu Şinzler (Chintz), inceden inceye işlenmiş simetrik ayrıntılara eşik eden palmye, servi ağacı ya da kıvrılan soyut figürleriyle şal (Paisley) desenleri dünyanın bol güneşli tropik bölgelerinde yetişen çiçek, yaprak ve ağaçların konu edildiği tropik desenler, 1870'lerden beri basılı tekstil pazarlarında yer alan çiçek desenlerinin orta ve küçük boyutlarda çalışıldığı Liberty desenler çiçek-bitki formlarının en yaygın kullanıldığı tasarım tiplerindedir (Joyce, 1993, s. 41-53; akt. Özpulat ve Yurt, 2012).

Dünyanın florası kadar faunasındaki hayvanlar, kuşlar, böcekler basma desenli kumaşların zenginliğidir. Deniz kabukluları, taş, çakıl, dalgalar ve peyzajlar, manzara resimleri, pastoraller, figüratif resimler, mimari öğeler, dışa vurumcu anlatımcı desenler, belgesel desenler hem giysi hem de mefruşat için kullanılırlar. Desen tipleri içinde çiçek- bitki grubu kadar çok bilinen ve kullanılan diğer bir grup, geometrik desenlerdir. Geometrik desenlerin kullanımı neredeyse insanlık tarihi kadar eskilere uzanmaktadır. Çizgiler, şeritler ve taramaları süsleme öğesi olarak ilk kullanan neolitik atalarımız geometrik süslemeciliğin öncüleridirler (Özpulat ve Yurt, 2012).

Modern tasarım tipleri genellikle figürsüzdür. Aşırı stilize edilmiş basit motifler, kaligrafik fırça darbeleri tarzın tipik özelliğidir. Gözde yanılmatmalar oluşturan desenler ikat, kasuri, tie-dye, shibori ve benzeri geleneksel tekstillerin baskı simülasyonları, farklı kültürlerden esinlenen etnik desenler, Art Deco, Art Nouveau, Op ve Postmodern sanat ve mimari hareketlerden alınan desenler, belgesel desen tipleri, dokuma, işleme, dikiş-nakış, applike, örme gibi farklı tekniklerle üretilen tekstil desenlerinin görsel taklitlerini kumaş yüzeyine ucuz yollu taşıma olanakları da baskı teknikleriyle yapılabilir ve bütün bunlar baskılı kumaşların desen zenginliğini oluşturur (Joyce, 1993; akt. Özpulat ve Yurt, 2012).

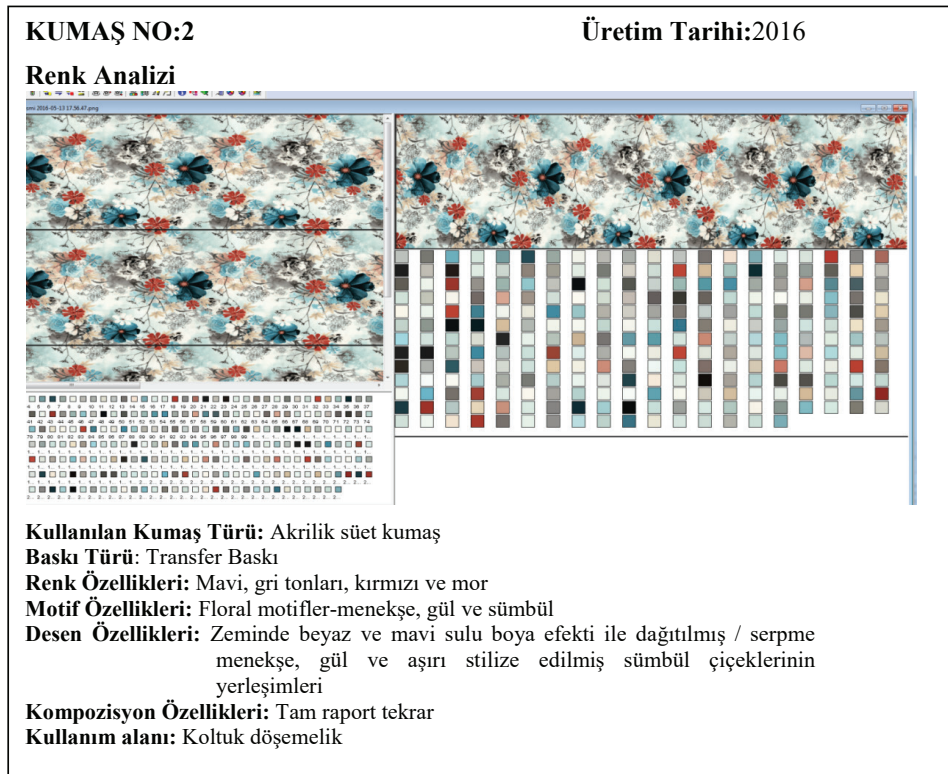
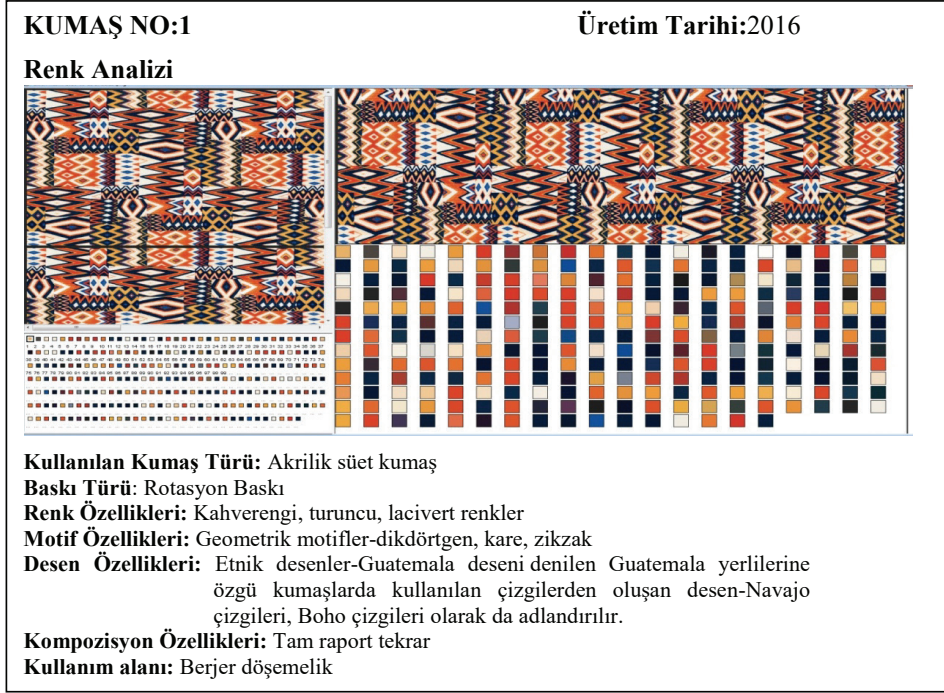
Çağdaş tekstil tasarımında tasarım konusunun esin kaynakları insanın doğal dünyası, inançları, korkuları, umutları, sosyal hayatındaki olguların simgelenmesine kadar uzanan değişimlerdir. Tarihsel süreçte her dönem ve uygarlıkta desenler ve üslupları değişse de insan deneyimlerinin kalıcı sonuçları olan temel formlar aynı kalmıştır (Humbert,1975:3). Bilimsel araştırmalar insanın süsleme arzusunun altında yatan gerçeği "boşluk korkusu" olarak tanımlar (Read, 1981, s. 179). Etnolog Percy Smith süslemenin antik dönemde başlayan, o dönem insanı için inkâr edilmez bir gereksinim olduğunu ve onun geçmişte fazlasıyla yerine getirildiğini söyler (Ware ve Stafford, 1974; akt. Özalp, 2012, s. 30).

## 8. METOT VE MATERYAL

Yapılan araştırma baskılı döşemelik kumaşlarda tüketicilerin desen tercihlerinin araştırılması amacıyla yürütülmüş keşfedici bir araştırmadır. Araştırma kapsamında Örnek Olay olarak alınan işletme toplamda 90 bin metrekare kapalı alana, 2 fabrikaya, Türkiye genelinde yüz ellinin üzerinde şubeye, kendine ait 14 lojistik deposuna ve bünyesinde 2000'in üzerinde çalışana sahip kurumsal bir işletmedir. İşletmeye ait ve Ankara ilinde bulunan Batıkent, Bahçekapı, İstanbul yolu şubelerinde 2012-2016 yılları arasındaki perakende satış raporlarında belgelendirilmiş olan tüketici tercihleri yıllara göre incelenmiştir. 2012 yılından 2016 yılına kadar geçen sürede her yıldan 3'er adet olmak üzere en çok tercih edilen toplam on beş baskı desenli döşemelik kumaşlara ait veri işletmeye ait doküman analizi ve bilgi formlarıyla elde edilmiştir. Desenlerin renk analizleri EasyColor, Photoshop, Nedgraphics, ColorRedaction programlarında çözümlenmiş ve yorumlanmıştır.

## 9. BULGULAR VE YORUMLAR


Bu araştırmanın amacı 2012 yılından 2016 yılına kadar geçen sürede her yıldan 3'er adet olmak üzere en çok tercih edilen toplam 15 baskılı döşemelik kumaşlar belirlenmiş, kumaşların renk, desen, motif ve kompozisyon özellikleri ile renk analizleri aşağıda sunulmuştur.





**KUMAŞ NO:3** **Üretim Tarihi:2016**

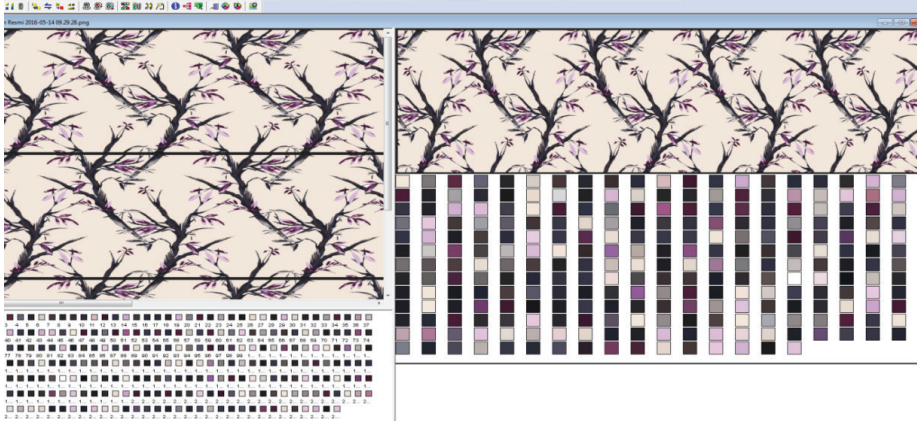
**Renk Analizi**



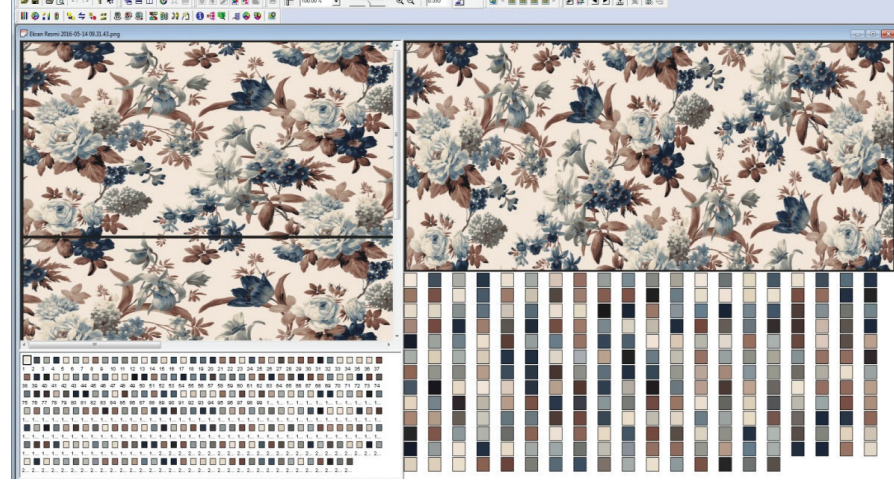
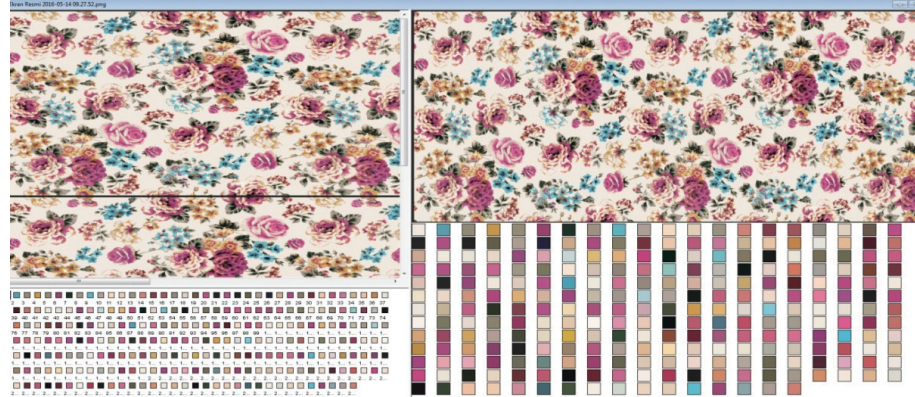
**Kullanılan Kumaş Türü:** Akrilik süet kumaş  
**Baskı Türü:** Transfer Baskı  
**Renk Özellikleri:** Zeminde: beyaz ve yumuşak, desende: mor, beyaz, yağ yeşili, haki yeşil  
**Motif Özellikleri:** Floral motifler: gül ve yapraklar  
**Desen Özellikleri:** Zeminde beyaz ve yumuşak mor renkteki yapraklar ile zemin efekti verilmiş, zemin üzerine desen ise bir gül demeti  
**Kompozisyon Özellikleri:** Boyuna yarım soter desen kaydırmalı; enine normal yerleşim  
**Kullanım alanı:** Berjer döşemelik

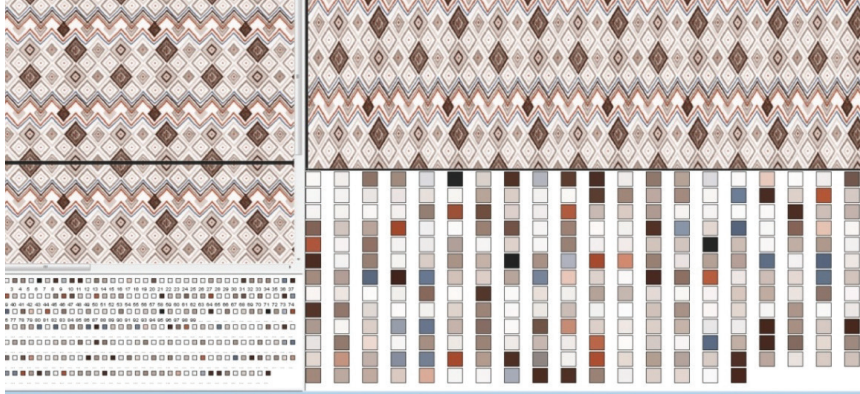
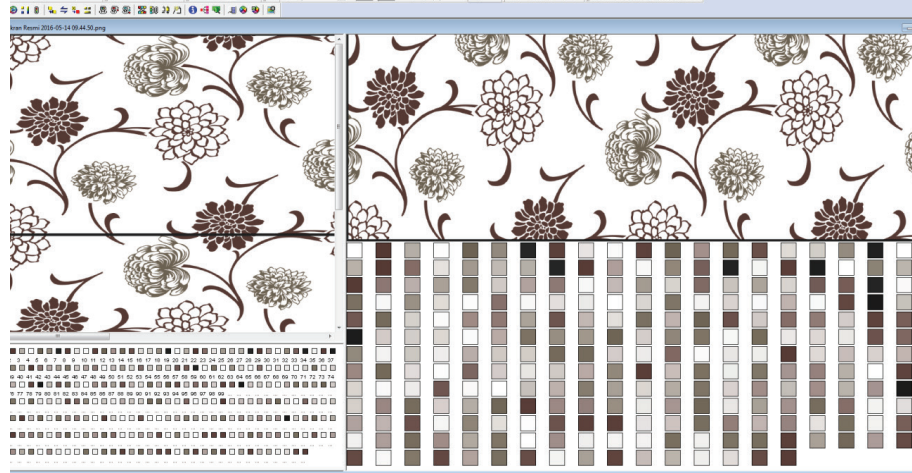
**KUMAŞ NO:4** **Üretim Tarihi:2015**

**Renk Analizi**

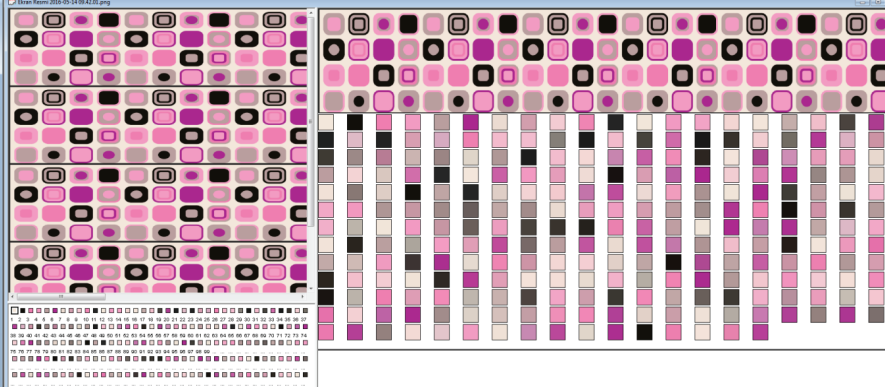
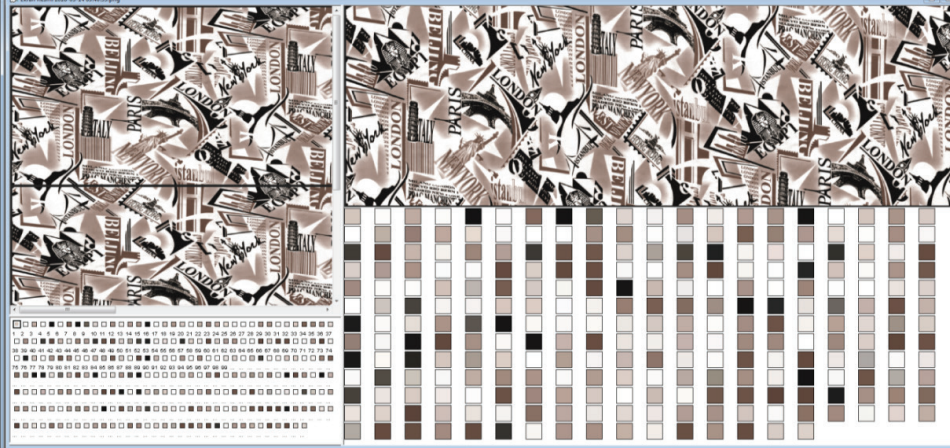


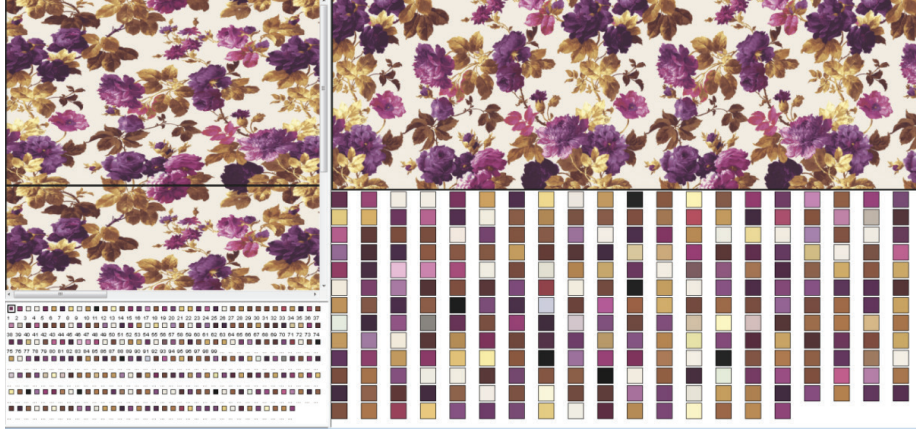
**Kullanılan Kumaş Türü:** Akrilik süet kumaş  
**Baskı Türü:** Transfer Baskı  
**Renk Özellikleri:** Zeminde açık pembe, Desende mor, beyaz, siyah renkler kullanılmıştır.  
**Motif Özellikleri:** Floral motifler: dallar ve yapraklar  
**Desen Özellikleri:** Pastel pembe zemin üzerine bir dal  
**Kompozisyon Özellikleri:** Boyuna yarım soter desen kaydırmalı; Enine içe geçirmeli yerleşim  
**Kullanım alanı:** Koltuk döşemelik

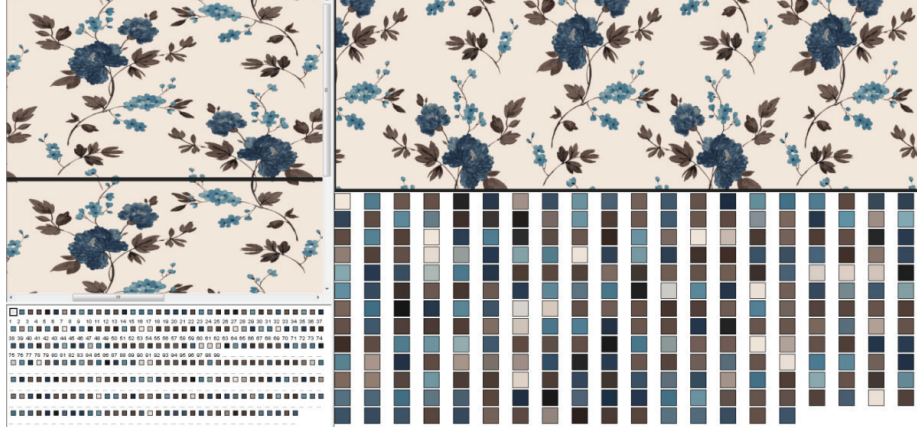
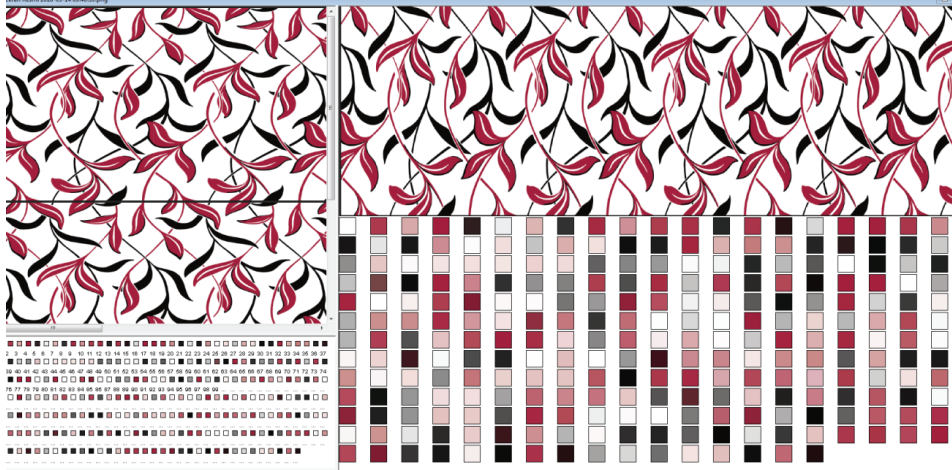
**KUMAŞ NO:5****Üretim Tarihi:2015****Renk Analizi****Kullanılan Kumaş Türü:** Akrilik süet kumaş**Baskı Türü:** Transfer Baskı**Renk Özellikleri:** Zeminde: açık pembe; Desende: lacivert, gri, buz mavisi, kahverengi**Motif Özellikleri:**Floral motifler: gül, sümbül ve yapraklar**Desen Özellikleri:** Zeminde açık pembe ile zemin üzerine bir sümbül demeti**Kompozisyon Özellikleri:** Tam raport tekrar**Kullanım alanı:**Koltuk döşemelik**KUMAŞ NO:6****Üretim Tarihi:2015****Renk Analizi****Kullanılan Kumaş Türü:** Akrilik süet kumaş**Baskı Türü:** Transfer Baskı**Renk Özellikleri:** Zeminde açık pembe, Desende mor, beyaz, siyah renkler kullanılmıştır.**Motif Özellikleri:**Floral motifler: gül ve yapraklar**Desen Özellikleri:** Pastel pembe zemin üzerine bir merkezde bir gül dalı, çevresinde serpm güller**Kompozisyon Özellikleri:** Boyuna tam soter desen kaydırmalı; Enine normal yerleşim**Kullanım alanı:**Berjer döşemelik

**KUMAŞ NO:7****Üretim Tarihi:2014****Renk Analizi****Kullanılan Kumaş Türü:** Akrilik süet kumaş**Baskı Türü:** Transfer Baskı**Renk Özellikleri:** Zeminde: beyaz, Desende: kahverengi, siyah, gri**Motif Özellikleri:**Geometrik motifler: kare, üçgen, baklava dilimleri ve zikzak motifleri**Desen Özellikleri:** Zeminde beyaz üzerine geometrik desenler etnik desen tarzıyla**Kompozisyon Özellikleri:** Tam raport tekrar**Kullanım alanı:**Kırlent kumaşı**KUMAŞ NO:8****Üretim Tarihi:2014****Renk Analizi****Kullanılan Kumaş Türü:** Akrilik süet kumaş**Baskı Türü:** Transfer Baskı**Renk Özellikleri:** Zeminde beyaz, Desende gri tonları ve siyah renkler kullanılmıştır.**Motif Özellikleri:**Floral motifler: stilize çiçekler ve dallar**Desen Özellikleri:** Pastel pembe zemin üzerine bir dal**Kompozisyon Özellikleri:** Boyuna yarım soter desen kaydırmalı; Enine içe geçirmeli yerleşim**Kullanım alanı:**Koltuk döşemelik



**KUMAŞ NO:10****Üretim Tarihi:2013****Renk Analizi****Kullanılan Kumaş Türü:** Akrilik süet kumaş**Baskı Türü:** Transfer Baskı**Renk Özellikleri:** Zeminde açık pembe, Desende mor, pembe, fuşya,mor, siyah renkler kullanılmıştır.**Motif Özellikleri:**Geometrik motifler: kare, daire ve altıgen formlar**Desen Özellikleri:** Pastel pembe zemin üzerine 4 sıra 4 sütun halinde çeşitli geometrik motifler**Kompozisyon Özellikleri:** Tam raport tekrar**Kullanım alanı:**Koltuk döşemelik**KUMAŞ NO:11****Üretim Tarihi:2013****Renk Analizi****Kullanılan Kumaş Türü:** Akrilik süet kumaş**Baskı Türü:** Transfer Baskı**Renk Özellikleri:** Zeminde: beyaz Desende: pembe, pudra ve gri tonları**Motif Özellikleri:**Nesneli motifler: mimari yapılar ve eski pulları**Desen Özellikleri:** mimari yapılardan ve eski(vintage)pullardan oluşan birim raport**Kompozisyon Özellikleri:** Tam raport tekrar**Kullanım alanı:**Koltuk döşemelik

**KUMAŞ NO:12****Üretim Tarihi:2013****Renk Analizi****Kullanılan Kumaş Türü:** Akrilik süet kumaş**Baskı Türü:** Transfer Baskı**Renk Özellikleri:** Zeminde açık pembe, Desende mor, kahverengi, taba, fuşya, leylak renkleri kullanılmıştır.**Motif Özellikleri:**Floral motifler: güller ve yapraklar**Desen Özellikleri:** Pastel pembe zemin üzerine diyagonal çiçek demetleri ve yapraklar**Kompozisyon Özellikleri:** Tam raport tekrar**Kullanım alanı:**Berjer döşemelik**KUMAŞ NO:13****Üretim Tarihi:2012****Renk Analizi****Kullanılan Kumaş Türü:** Akrilik süet kumaş**Baskı Türü:** Transfer Baskı**Renk Özellikleri:** Zeminde: açık gri; Desende: kahverengi, bej, pudra, haki**Motif Özellikleri:**Floral motifler: stilize çiçek ve yapraklar**Desen Özellikleri:** Zeminde gri üzerine hali dallar ile zemin efekti verilmiş, zemin üzerinestilize çiçekler diyagonal bir şekilde serpmeye yerleştirilmiştir**Kompozisyon Özellikleri:** Tam raport tekrar**Kullanım alanı:**Berjer döşemelik

**KUMAŞ NO:14****Üretim Tarihi:2012****Renk Analizi****Kullanılan Kumaş Türü:** Akrilik süet kumaş**Baskı Türü:** Transfer Baskı**Renk Özellikleri:** Zeminde açık pembe, Desende lacivert, mavi, haki renkler kullanılmıştır.**Motif Özellikleri:**Floral motifler: Gül ve stilize çiçekler ve yapraklar**Desen Özellikleri:** Pastel pembe zemin üzerine bir dal**Kompozisyon Özellikleri:** Boyuna tam soter desen kaydırmalı; Enine normal yerleşim**Kullanım alanı:**Koltuk döşemelik**KUMAŞ NO:15****Üretim Tarihi:2012****Renk Analizi****Kullanılan Kumaş Türü:** Akrilik süet kumaş**Baskı Türü:** Transfer Baskı**Renk Özellikleri:** Zeminde; düz beyaz Desende: kırmızı, pembe, siyah renkler**Motif Özellikleri:**Floral motifler: dal ve yapraklar**Desen Özellikleri:** Zeminde beyaz, zemin üzerine iki kırmızı dal sırası ile içiçe geçmiş iki siyah dal sırası**Kompozisyon Özellikleri:** Tam raport tekrar**Kullanım alanı:**Berjer döşemelik

Belirlenen tasarımların tamamının akrilik süet üzerine basılmış olduğu, baskı tekniği olarak sadece 1 tanesinin Rotasyon baskı (% 6,7) diğerlerinin Transfer baskı (% 93,3) ile basılmış olduğu belirlenmiştir. Tasarımların motif ve desen özellikleri incelendiğinde toplam 15 kumaşın 11 tanesinin (% 73,3) floral desen, 3 tanesinin (% 20) geometrik desen ve 1 tanesinin (% 6,7) de nesneli motiflerden oluştuğu belirlenmiştir. Floral desenler içinde gül ve yaprak desenlerinin oldukça büyük bir oranda olduğu, sümbül ve menekşe gibi diğer çiçeklerin ve dalların da yapıldığı görülmüştür. Geometrik desenlerin kare, dikdörtgen, altıgen, baklama ve zikzak motiflerden oluştuğu nesneli bezemelerin motiflerinin mimari yapılar ve vintage pullar olduğu belirlenmiştir.

Tasarımların kompozisyon özellikleri incelendiğinde 15 tasarımın 10 tanesinin (% 66,7) tam raport tekrar, 2 tanesinin (% 13,3) boyuna tam soter kaydırma ve 3 tanesinin (% 20) boyuna yarım soter kaydırmalı yerleşim olduğu görülmüştür. Tablo 1’de tasarımlarda en yoğun kullanılan ilk dört rengin L,a,b değerleri verilmiştir.

**Tablo 1.** Tasarımlarda Kullanılan Renk Değerleri

	Örnek No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1.renk	L	77	71	67	63	58	54	49	46	42	-5	34	28	23	9	40
	a	16	-10	0	3	3	16	7	7	8	37	10	10	-12	1	50
	b	42	-7	42	4	5	47	9	5	16	-5	11	37	-25	-1	18
2.renk	L	74	68	66	63	58	52	49	44	41	37	33	28	22	28	36
	a	4	-18	34	0	-5	-1	13	12	9	2	2	16	38	8	1
	b	-46	-19	-10	0	-6	13	12	8	13	3	4	7	-5	7	0
3.renk	L	74	68	64	62	57	50	48	42	40	36	29	28	19	58	
	a	61	48	-15	31	15	-21	37	5	10	7	0	29	8	-11	
	b	47	35	9	-10	14	-20	35	4	1	5	0	-13	16	-11	
4.renk	L		68	64	61	55	50	46		39	34		28	17	22	
	a		-3	-7	3	-1	33	-1		11	59		42	53	-3	
	b		3	17	-11	-12	-9	-15		8	-25		12	6	-15	

2016-2017 dünya ev tekstil trendlerinin yer aldığı Frankfurt Heim tekstil fuar kataloğunda yer alan desenler (Resim 1) ve dünya kumaş trend koyucu firmalarının önemlilerinden olan Nelly-Rodi kataloğunda bulunan desenler (Resim 2) araştırmada 2016 yılında en çok tercih edildiği bulgularanan desenler (Resim 3) incelenmiş ve desenlerin benzerlik göstererek etnik desenler ve sulu boya efektli çiçekli desenlerden oluştuğu gözlemlenmiştir. Ayrıca 2016 yılı dünya trendlerinde kullanılan desenlerin renkleri ile araştırmada tercih edilen renk paletleri de benzerlik göstermektedir.





**Resim 1.** (solda) 2016 Nelly Rodi dünya trendleri arasında yer alan desenler  
**Resim 2.** (sağda) 2016 Frankfurt Heimtextil fuarında sergilenen hikâye panosu



**Resim 3.** 2016 yılına ait en çok tercih edildiği bulgularanan tekstil desenleri

2015 yılına bakıldığında dünya trend kataloglarında yer alan temanın floral olup, desenlerin neredeyse tamamına yakınının taze çiçek buketlerinden oluşan kompozisyonlar olduğu görülmüştür (Resim 4). 2015 dünya ev tekstil trendlerine ait desenler ile araştırmada 2015 yılında en çok tercih edildiği bulgularanan desenler (Resim 6) incelendiğinde ise desenlerin ve renk paletinin benzerlik gösterdiği gözlemlenmiştir.

2014 yılına bakıldığında dünya trend kataloglarında yer alan tema tribal fusion (etnik füzyon) teması olup etnik desenlerin boyut kompozisyon ve renk açısından yeniden yorumlanarak düz kumaşlarla kombin kullanıldığı görülmüştür. Renklerin tarçınlar ve baharat renkleri olduğu belirlenmiştir (Resim 5). 2015 dünya ev tekstil trendlerine ait desenler ile araştırmada 2015 yılında en çok tercih edildiği bulgularanan desenler (Resim 7) incelendiğinde ise desenlerin ve renk paletinin benzerlik gösterdiği gözlemlenmiştir.





**Resim 4.** (solda) 2015 Botanical Florals temasında yer alan desenler (İnternet 1)  
**Resim 5.** (sağda) 2014 Tribal Fusion temasında yer alan desenler (İnternet 2 ve İnternet 3)



**Resim 6.** 2015 yılına ait en çok tercih edildiği bulgularan tekstil desenleri



**Resim 7.** 2014 yılına ait en çok tercih edildiği bulgularan tekstil desenleri

2013 yılına bakıldığında dünya trend kataloglarında yer alan tema modern olup, desenlerin geometrik yapıları grafik ve yazılı desenler, renklerin ise oldukça canlı renklerden modern temasına uygun seçildiği görülmüştür (Resim 8). 2013 dünya ev tekstil trendlerine ait desenler ile araştırmada 2013 yılında en çok tercih edildiği bulgularan desenler (Resim 7) incelendiğinde ise desenlerin canlı trend renkleriyle grafik yapıda oluşturulmuş olduğu ve tipografik kompozisyonlu kumaşların da bulunduğu görülmüştür. Ülkemizde genel beğeni ile süregelen berjer kumaşların çiçekli, kanapelerin düz tasarlanıp çiçekli kirlentlerle süslenmesi gerçeği burada da sürmüş bu kadar modern temanın içinde bile floral klasik bir kumaşın en çok tercih edilen ilk üç kumaş arasına girmiş olduğu belirlenmiştir.



**Resim 8.** Modern temayla tüm dünyada etkinlik gösteren 2013 (s.13) ev dekorasyon kataloğu (İnternet 4)



**Resim 9.** 2013 yılına ait en çok tercih edildiği bulgularan tekstil desenleri.





**Resim 10.** (solda) 2012 yılında ev dekorasyonu teması için hazırlanan desenler ve renk paleti (İnternet 5)

**Resim 11.** (sağda) 2012 yılında ev dekorasyonu teması için paralel bir seçim ilkbahar bahçeleri (İnternet 6)



**Resim 12.** 2012 yılına ait en çok tercih edildiği bulgularan tekstil desenleri

2012 yılına bakıldığında ise, dünya trend kataloglarında yer alan temanın duygusallık (Resim 10) ve ilkbahar bahçeleri (Resim 11) olup, desenlerin romantik floral çizimler olduğu, ve renklerinde oldukça yumuşak pembeler, bordo ve yeşil yoğunlukta olduğu görülmektedir. 2012 dünya ev tekstil trendlerine ait desenler ile araştırmada 2012 yılında en çok tercih edildiği bulgularan desenler (Resim 12) incelendiğinde ise desenlerin romantik bir trende uyumlu desenler ve renkler olarak kurgulanmış olduğu yumuşak ve klasik kompozisyonların dışında ilkbahar bitkilerinin trend renkleriyle renklendirilmesinden oluşan kompozisyonların pembe zeminler üzerine basıldığı anlaşılmıştır. Ülkemizde genel beğeni ile süregelen çiçekli kompozisyonlarda mavi varyantın bu trendde de kullanıldığı görülmekte, sezonun trendi olmasa da oldukça klasik bir desen olarak pembe zemin üzerinde mavi çiçekli bir floral kumaşın en çok tercih edilen ilk üç kumaş arasına girmiş olduğu belirlenmiştir.

## 5. SONUÇ

Bir ürünün tasarlanmasında kullanılan yöntemler zamana ve teknolojiye göre farklılık gösterse de kültürel, ekonomik, teknolojik, sosyal vs. gibi faktörler tasarlanacak ürünü ve tasarımcıyı etkilemeye devam edecektir. Tasarımı oluşturan renk, biçim, desen, doku gibi öğeler ise farklılaşan trendlere bağlı olarak değişiklik gösterecektir. Bu araştırma yaş, gelir, eğitim, coğrafik yerleşim gibi demografik değişkenlerin ortaya konduğu modele ilişkin veri içermemekte olduğundan tüketicilerin beğenerek satın aldıkları beş yıla ait on beş kumaş deseninin tüketiciler tarafından neden tercih edildikleri Kotler'in diğer üç modeline dayandırılarak incelenmektedir. Bunlardan birincisi pazarlama çabalarının etkileridir; Tekstil işletmelerinin hemen hemen hepsi yurtdışı trendlerini izlemekte ve çok az değişiklikler yaparak pazara sunmaktadır. Bunun yanı sıra oldukça uzun deneyimler sonucunda Pazar payı bulacağını düşündükleri desen ve renklerde de ısrar etmektedirler. Bu nedenle bir işletmenin kendi müşteri tercih alışkanlığına aykırı bir deseni ya da rengi yaparak sezona girdiği nadir görülmektedir. Araştırmaya konu olan tercihler sonucunda bulguların desenlerin satışında pazarlama stratejilerinin etkili olduğu düşünülmektedir. Şüphesiz pek çok başka alanda (giyim, ayakkabı, perde, halı vs. ) desteklenerek sezon için belirginleşen trend unsurlarının da tüketiciler üzerinde etkili olduğu ve modayı takip eden öncü alıcı tarafından trend desen ve renklerinin bilinçli seçildiği gözlenmektedir. Kotler'in diğer modelleri tüketici davranışlarını açıklayan iç değişkenler (psikolojik etkiler) ve dış değişkenler (sosyo-kültürel belirleyiciler) üzerine kurgulanır. Trend olan bir desenin veya rengin seçilmesinde şüphesiz sosyo-kültürel belirleyiciler modeline göre toplum içerisinde seçkin ve elit bir seviyede görülmek istemek ve psikolojik etkiler modeline göre ise çevreden görerek öğrendiği bir seçkinlik davranışının taklit edilmesi bulunmaktadır. Her iki modelin de sezonun en önemli ve en moda ürünlerinin müşteriler tarafından tercih edilmesinde etkili oldukları düşünülmektedir.

Ayrıca hemen hemen her yıl en çok tercih edilen üç tasarımın içerisinde klasik desenlerin olması ev tekstili sektöründe müşteri tercihlerinin hazır giyim sektöründe olduğu kadar hızlı değişmediğinin de bir göstergesi olmaktadır. Trend olmasa bile mavi floral kompozisyonu almakta ısrar eden bir tutucu müşteri segmentinin varlığı tasarımcıların trendlere mutlak bağlanmasına engel olmaktadır. Dünyada desen trendlerinin yıllara göre en çok tercih edilen desenler ile paralellik gösterdiği ve tüketici tercihlerinde modayı- trendi takip etme bilincinin etkili olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Araştırma sonuçlarına göre tasarımların neredeyse tamamı transfer baskı tekniği ile kumaşa uygulanmıştır ve bu baskı tekniğinin pahalı olmasına rağmen kolay, hızlı ve zahmetsiz olması sebebiyle tercih edildiği düşünülmektedir. Ev tekstilinin bir parçası olan döşemelik tekstillerde son 5 yılda tüketicilerin tercih ettiği tasarımların analizi sonucu görülmektedir ki, doğanın yansıması olarak kullanılan bitkisel bezemeler eskiden olduğu gibi şimdi de en çok tercih edilen desenlerdir. Tasarımlarda kullanılan renk aralıkları yıllara göre farklılık göstermekte fakat bir önceki yılın en çok tercih edilen tasarımlarında kullanılan renkler ile bir sonraki yılda kullanılan renkler yakınlık göstermektedir. Desenlerin tamamında zeminde açık renkler kullanılmıştır. Zeminde açık renk tercihinin üreticiler açısından maliyeti düşürdüğü tüketiciler açısından ise sadelik ve ferah mekân tasarımlarının rahatlığı ve konforunun etkili olduğu düşünülmektedir. Mor ve mavi renk neredeyse her yıl en çok tercih edilen tasarımlarda yer almıştır. Mavinin rahatlatıcı etkisi ve morun zenginlik ve ihtişam hissi uyandırması bu renklerin son beş yılda olduğu gibi gelecek yıllarda da döşemelik kumaşlarda sıklıkla karşılaşılabileceği ön görülmektedir.

**KAYNAKLAR**

- Altunışık, R., Özdemir, Ş. ve Torlak, Ö. (2004). Modern Pazarlama. İstanbul: Değişim Yayınları.
- Andrews, T. (1995). Renklerle Tedavi. Çev. Tuğrul Ökten. İstanbul: Arıtan Yayınevi.
- Archer, L. B. (1981). A View of the Nature of the Design Research. Design: Science: Method. (Editörler R. Jacques ve J. A. Powell). Guilford, Surrey: IPC Business Press Ltd. s.30–47.
- Bahattin, H. (2013). Tüketicinin Satın Alma Kararı Üzerinde Ambalaj Renklerinin Önemi ve Grafik Tasarım Öğrencilerinin Konu Üzerindeki Farkındalığının Ölçülmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Başaran B. (2012). Yüksek Öğretim Lisans Düzeyi Moda ve Tekstil Tasarım Lisans Programında Görsel Sanatlar Eğitiminin Yeri. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Bingöl, A. (2005). Renklerin Hayatımıza Etkileri. Web: <http://www.rodinalper.com/blog/tag/renk/> adresinden 26 Mart 2017'de alınmıştır.
- Bozkurt, M. (1999). Transfer Baskı, Kağıt Baskı. Ev Tekstili Dergisi. 19. s. 79-81.
- Çağman, F. (1983). Osmanlı Türk Sanatı Sergisi Sanat Dünyamız, 9. 27.
- Çoban, S. (1999). Genel Tekstil Terbiyesi ve Bitim İşlemleri (1.baskı). İzmir: E. Ü Tekstil ve Konfeksiyon Araştırma – Uygulama Merkezi.
- Ercan, E. (2010). Giysi Satın Almada Tüketicinin Kararına Etkili Olan Faktörler. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi 9.33. s.1-17
- Erkal, E. (2013). Reklamlarda Ünlü Kullanılmasının satın alma davranışına etkileri. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya
- Fidan, M. (2009). İletişim Kurmak İstiyorum. Konya: Tablet Yayınevi.
- Gökay, M. (2009). Sanat Eğitimi ve Görsel Sanatlar Eğitimi. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Gürçüm, B.H. (2013). Tekstil Malzeme Bilgisi. İzmir: Karesus.
- Green, P.E. (1975), On the robustness of the multidimensional Scaling Techniques, Journal of Marketing Research, 12, s. 73-81.
- İslamoğlu, A. H. (2003). Tüketici Davranışları. İstanbul: Beta Yayınları.
- Joyce, C. (1993). Textile Design. New York: Watson Guptill Publications.
- Karaosmanoğlu, K. ve Kızgın, Y. (2009). Tüketicilerin Satın Aldıkları Markalı Mobilya Ürünleri Tercihlerine Etki Eden Değişkenlerin Belirlenmesi. Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar Dergisi. 46, s:83.
- Kaşıkçı, E. (2006). İmaj, İletişim ve Beden Dili. İstanbul: Hayat Yayıncılık.
- Kavas, A.C., Katrinli, A.ve Özmen, Ö.T. (1995). Tüketici Davranışları. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Kaya, R. (1974). Türk Yazmacılık Sanatı. İstanbul: İş Bankası Kültür Yayınları.
- Kılınçarslan, S. (2011). İş hayatındaki Kadının Giysi Seçiminde Renk Tercihi: Giresun Üniversitesi Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

- Koçak, S. Ç. ve Paksoy, H. (2004). Giysi Tasarımında Ergonomi, Desen ve Renk. Konfeksiyon ve Teknik Dergisi, 23, s.105-109.
- Kotler, P. (2000). Pazarlama Yönetimi.(Çev. N. Muallimoğlu). İstanbul: Beta Yayınları.
- Larsen J. L. (1998). A Weaver'sMemoir. New York: Harry N. AbrahamsInc.
- Mehmeti, N. (2003). Kurum Kültürünün Kurum Kimliğine, Ürün Kimliğine ve Ambalaj Tasarımına Yansıması. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, İstanbul.
- Mucuk, İ. (1999). Pazarlama İlkeleri. (13.baskı) İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- O'Shea, M. (1981). Interior Furnishings, A Critical Appreciation Of Recent Developments Manchester: The Textile Institute Publisher, Vol:11, No:1
- Önlü, N. (2004). Ev Tekstilinde Tasarım ve Tasarımcının Rolü. Hometextile Dergisi, 41. s. 80
- Özgüney, A.T ve İşmal, Ö.E. (2003). Tekstil Dijital Baskı Teknolojisi Temel İlkeleri ve Gelişim Süreci. İzmir: Türk Tekstil Vakfı Yayınları.
- Özkan, B. (2006). Ürün Özelliklerinin Tüketici Tercihleri Üzerinde Etkisi: Otomotiv Sektöründe Conjoint Analiz. Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
- Özpulat, F. ve Yurt, D. (2012). Günümüz Baskı Desenli Kumaşlarında Desen Tarzları ve Teknikleri, Web: <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/275333> adresinden 26 Mart 2017'de alınmıştır.
- Sampson, E. (2005). İmaj Faktörü. Çeviren: Hakan İlgün. İstanbul: Rota.
- Schoeser, M ve Rufey, C. (1989). English andAmericanTextiles: From 1790 tothePresent. New York:Thomas& Hudson.
- Sezgin, Ş.ve Önlü, N. (1992). Tekstilde Tasarım Olgusu. Tekstil ve Mühendis Dergisi.32. s. 85
- Sharma, R. (2007). Renklerle Tedavi. Çeviren: Elçin Kafalı. İstanbul: Nokta Kitap.
- Tasarım [Tanım 4] (ty). Büyük Türkçe Sözlük. Türk Dil Kurumu. Web: [http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.58d7a41c32e2b7.15281356](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.58d7a41c32e2b7.15281356) adresinden 26 Mart 2017'de alınmıştır.
- Tek, Ö. M. (1999). Pazarlama ilkeleri. İstanbul: Beta Basım Yayın.
- Teker, U. (2003). Grafik tasarım ve reklam. İzmir: Dokuz Eylül Yayınları.
- Uçar, T. F. (2004). Görsel İletişim ve Grafik Tasarım. İstanbul: İnkılâp Kitabevi
- Üster, M. Y.(2009). Renk Psikolojisi. <http://www.renkcenter.com/renkpsikolojisi/default.asp>, adresinden 07 Ağustos 2016'da alınmıştır.
- Yıldırım, L. (2007). Günümüz Ev Tekstili Tasarımını Etkileyen Faktörlerin Saptanması ve Türk Ev Tekstilinin Durumu. Sanatta Yeterlilik Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, İzmir.
- Yılmaz, P. (2004). Günümüz Tekstil ve Moda Tasarımında Tasarım, Tasarımcı ve Tüketici Açısından Tasarım Kültürü. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yüksel, D. (2009). Farklı Özelliklerdeki Tekstil Desenlerinin Günümüzdeki Baskı Stilleri İle Basılması. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, İstanbul.

İnternet 1: <https://www.pinterest.co.uk/pin/590464201116044381/> adresinden 28 Temmuz 2017'de alınmıştır.

İnternet 2: <https://www.stellarinteriordesign.com/wp-content/uploads/2013/11/TRIBAL-FUSION.jpg> adresinden 28 Temmuz 2017'de alınmıştır.

İnternet 3: <http://hookedonhouses.net/2014/02/05/which-decorating-trends-do-you-love-or-loathe-for-2014/> adresinden 28 Temmuz 2017'de alınmıştır.

İnternet 4: <http://blog.theredvault.com/2012/08/textile-trends-for-2013.html> adresinden 28 Temmuz 2017'de alınmıştır.

İnternet 5: <https://tr.pinterest.com/pin/101682904056936660/> adresinden 28 Temmuz 2017'de alınmıştır.

İnternet 6: <https://tr.pinterest.com/pin/66005950758471922/> adresinden 28 Temmuz 2017'de alınmıştır.