

ARAŞTIRMA MAKALESİ (Research Article)

Ege Bölgesindeki El Dokuması Kumaşların Sürdürülebilirlik Kapsamında Lüks Modada Kullanılması

Handwoven Textiles from the Aegean Region as a Sustainable Luxury Fashion Brand Proposal

DOI: 10.54976/tjfdm.1678827

Alınış Tarihi (Received): 17.04.2025

Kabul Tarihi (Accepted): 25.09.2025

¹Pınar Güven,
Orcid: 0009-0003-7372-1108

²Vedat Özyazgan,
Orcid: 0000-0002-4072-3655

¹MSc Student. Haliç University,
Institute of Graduate Studies,
Department of Textile and Fashion
Design, İstanbul, Türkiye

² Asst.Prof.Dr. Haliç University
Faculty of Fashion and Design,
Department of Fashion Design,
Türkiye

Sorumlu Yazar (Corresponding Author):

Pınar GÜVEN
pguven.pinar@gmail.com

ÖZ

Bu çalışmanın amacı, Ege Bölgesine ait el dokuması kumaşların, yoğun emek gerektiren üretim süreçleri ve belirli bir kültürel yapının parçası olmaları nedeniyle, lüks moda kapsamında değerlendirilme potansiyelini incelemektir. Bu bağlamda, söz konusu kumaşların lüks moda içinde ulus markalama ve bölgesel markalama stratejileriyle konumlandırılmasının; Türkiye'nin malzeme kalitesine dair uluslararası bilinirliğine katkı sağlayacağı, üretim bölgelerinde yerel kalkınmayı destekleyeceği ve yavaş moda anlayışıyla sürdürülebilirliğe önemli katkılar sunabileceği öngörülmektedir. Çalışmanın yöntemi, nitel araştırma çerçevesinde, durum çalışması ve gömülü kuram çalışmasına dayanmaktadır. Verilerin bir araya getirilmesi ise doküman analizi yöntemiyle yapılmıştır. Bu doğrultuda, Ege Bölgesindeki el dokuması kumaşların özellikleri ile doğal dokuma kumaşlar kullanan, zanaatkarlığın ön planda olduğu, sürdürülebilirliğe katkısı olan yerli ve yabancı lüks markalar literatür taraması yoluyla incelenmiştir. Elde edilen veriler içerik analiz yöntemiyle başlıklar altında toplanmış, betimsel analiz yöntemiyle de başlıklar arasında bağlantılar yorumlanarak sunulmuştur. Gömülü kuram yöntemi kapsamında, benzer örneklerden yola çıkılarak, Ege Bölgesindeki el dokuması kumaşlarının lüks modadaki potansiyel konumu, sürdürülebilirlik odağında kavramsallaştırılmıştır. Aynı zamanda bu değerlendirme görsel olarak hayal panosu (moodboard) ve kapsül koleksiyon ile desteklenmiştir. Araştırma sonucunda, Ege Bölgesindeki el dokuması kumaşların sınırlı üretimi, zanaatkarlık ve kültürel niteliği sebebiyle lüks moda içerisinde önemli bir potansiyele sahip olduğu ortaya konulmuştur. Bu potansiyelin sürdürülebilirlik açısından sağlayabileceği katkılar ise çalışmada sunulan örneklerle gösterilmektedir.

ABSTRACT

The aim of this study is to examine the potential of handwoven fabrics from the Aegean Region for inclusion in luxury fashion, considering their labor-intensive production and cultural significance. In this context, it is anticipated that positioning these fabrics within the luxury fashion sector, through nation branding and regional branding strategies, will enhance the international recognition of Türkiye's material quality, support local development in production regions, and make a significant contribution to sustainability in line with the principles of slow fashion. This study employs a qualitative methodology, using case studies and grounded theory as its framework. Data were collected through document analysis. The research examined the characteristics of Aegean handwoven fabrics, along with local and international luxury brands that utilize natural woven materials, emphasize craftsmanship, and contribute to sustainability. The data were thematically categorized through content analysis, and interrelations were interpreted using descriptive analysis. Within the grounded theory approach, the potential role of Aegean handwoven fabrics in luxury fashion was conceptualized with a focus on sustainability, based on comparable examples. This assessment was further supported by a visual moodboard and a capsule collection. The findings suggest that the limited production, artisanal quality, and cultural value of these fabrics present significant potential for integration into luxury fashion. Their contributions to sustainability are illustrated through case examples provided in the study.

Anahtar Kelimeler:

Ege Bölgesi el dokumaları, Lüks moda, Sürdürülebilirlik, Kültürel miras, Lüks tasarım

Keywords:

Aegean handwoven fabrics, Luxury fashion, Sustainability, Cultural heritage, Luxury design

Kaynak gösterimi: Güven, P., ve Özyazgan, V. (2025). Ege bölgesindeki el dokuması kumaşların sürdürülebilirlik kapsamında lüks modada kullanılması. Turkish Journal of Fashion Design and Management, 7(2), 65-90, <https://doi.org/10.54976/tjfdm.1678827>

How to cite: Güven, P., ve Özyazgan, V. (2025). The Use of handwoven fabrics from the Aegean Region in luxury fashion within the context of sustainability. Turkish Journal of Fashion Design and Management, 7(2), 65-90, <https://doi.org/10.54976/tjfdm.1678827>

Giriş

Türkiye'nin farklı bölgelerinde, atalarımızdan kalan geleneksel sanatlar, günümüzde azalmış olsa da hâlâ yaşatılmaktadır. Geleneksel sanatlar, her bölgenin kendine özgü teknikleri, felsefesi ve renkleriyle kültürel zenginliğin önemli bir parçasıdır. Geleneksel sanatların en önemlilerinden birisi de el dokumacılığıdır. Dokumacılık, yerleşik hayata geçişle birlikte Neolitik dönemde gelişmiş; iplik yapımında kullanılan taş, kil ve ağırşak gibi buluntular bu döneme ait olarak belirlenmiştir. İplik hammaddesi olarak hayvanların yünleri, keten ve kenevir gibi bitki lifleri kullanılmıştır. Çayönü'nde MÖ 7500 yılında koyunların evcilleştirildiği tespit edilmiş ve Doğu Çatalhöyük'te mezarların içinde yün bez parçaları bulunmuştur. Dokuma tezgâhlarının ilk örneklerine MÖ 4000'lerde rastlanmakta olup (Akoğlu, 2020), Kuruçay Höyük kazılarında bu döneme ait kumaş kalıntıları tespit edilmiştir (Çelik, 2014). MÖ 2000 yıllarına ait, Anadolu'da dokumacılığın ve kumaş ticaretinin geliştiğine dair tabletler bulunmuştur (Büken, 2005). Anadolu toplumlarında dokuma ticaretinin gelişmesi Asurlular döneminde hızlanmıştır (Çelik, 2014). Anadolu'da farklı medeniyetler tarafından geliştirilen dokuma, Osmanlı Dönemi'ne gelindiğinde ise halk ve saray dokumaları olarak sınıflandırılmıştır. Saray ve halk dokumaları, belirli bir standartta ve kalitede dokunmaları amacıyla Enderun ve Ahi kuruluşları tarafından takip edilerek denetlenmiştir (Uğurlu, t.y.). 14. yy. da Bursa'da ipekli dokuma tezgâhlarının sayısı bine ulaşmış (Esi, 2017), 17. yy.'da ise İzmir ve Manisa'da üretilen pamuk iç piyasa ve ihracatta önem kazanmıştır (Çelik ve Bizbirlik, 2020). Cumhuriyet döneminde ise tekstil endüstrisinin sanayileşmesine ve tasarım çalışmalarına ağırlık verilmiştir (Can ve Özkartal, 2013).

Giysi alanında dokuma, insanları dış etkenlere karşı güvende ve korunaklı hissettirmesinin yanı sıra, bireylerin kendilerini farklı şekillerde ifade etmeleri açısından da simgesel bir rol üstlenmiştir. Ancak zamanla, geleneksel sanatın ustaları azalırken, şehirleşme, endüstriyel etkiler ve kültürel değerlere karşı ilgisizlik, geleneksel tekstil sanatını yok olma tehlikesiyle karşı karşıya bırakmıştır (Rusu, 2011). Hızlı üretim ve düşük maliyetle tüketime odaklanan hızlı modada, talep arttıkça daha fazla üretim yapılmakta ve bunun sonucu üretim sürecinde yer alan insanları da etkileyen sosyal ve çevresel zararlar ortaya çıkmaktadır. Hızlı modanın yıkıcı etkisine çözüm olarak yavaş moda, sürdürülebilir doğal üretim yöntemleri ve giysilerin uzun ömürlü olması gibi prensiplere odaklanarak insanları daha bilinçli bir tüketim tarzına yönlendirmektedir. Bu kapsamda el dokuması kumaşlar, yoğun emek gerektiren üretim süreci ve doğal malzeme kullanımı açısından yavaş moda anlayışıyla örtüşmekte ve sürdürülebilirliği desteklemektedir. Aynı zamanda el dokuması kumaşlar nadir bulunurlukları, zanaatkârlık, titizlik gerektiren üretim süreci, zarif ve estetik yapılarıyla lüks modanın temel unsurlarını barındırmaktadır. Lüks; üretim ve tasarım açısından özel, özenli ve hassas bir ustalık sürecinden geçen, duygusal çekiciliğe sahip, belirli bir sosyokültürel anlatısı olan pahalı ve özel ürünler olarak tanımlanmaktadır (Wang, 2022). Lüks moda, bu değerli

kumaşların ulusal ve uluslararası tanınırlığına, zanaatkârlığın yaşatılmasına ve sürdürülebilirliğe katkı sağlayacak önemli sektörlerden biridir. Bu alanda Türkiye’de Zeynep Ağırbaş (Oggusto, 2024), Dilek Hanif, Fırat Neziroğlu, Özgür Masur, Zeynep Tosun, Aslı Flinta (Miloşyan, 2024) gibi tasarımcılar el dokuması kumaşları lüks moda ile buluşturarak kültürel mirası yaşatmakta ve zanaatkârların istihdamına katkı sağlamaktadırlar (İTV Haber, 2023; Miloşyan, 2024). Uluslararası alanda ise Vivienne Westwood’un “Made in Kenya” projesi (Vivienne Westwood, 2022), Tengri markasının Moğolistan’daki zanaatkârlarla iş birliği (Radclyffe-Thomas, 2018), Dior’un geleneksel dokuma tekniklerini koleksiyonlarına entegre etmesi (Coconuts Bali, 2020, Degn, 2023) ve Brunello Cucinelli’nin zanaatkârlık temelli üretim modeli (Brunello Cucinelli, 2021) sürdürülebilirliği tüm açılarıyla ele almakta ve ön plana çıkarmaktadır. Konuyla ilgili Türkiye’de çalışma yapan birçok tasarımcı bulunmasına rağmen, dünyadaki örneklerle kıyaslandığında Türkiye’de geleneksel kumaşların lüks modada kullanımı konusunda daha istikrarlı ve yenilikçi adımlar atılması, sürdürülebilirliğin tüm boyutlarıyla benimsenmesi ve bu ürünlerin dünya lüks moda pazarında yer alması sağlanmalıdır. Bu süreçte bölgesel markalaşmayla, kültürel kimliğin, yerel üretim tekniklerinin ve bölgesel hikâyelerin küresel ölçekte tanıtılması sağlanarak, ulusal markalama açısından da Türkiye’nin moda ve zanaatkârlık alanındaki itibarını güçlendirmek hedeflenmelidir. Bu çalışmada, el dokumaları açısından zengin bir kültüre sahip olan Ege Bölgesine ait geleneksel el dokuması kumaşlar ele alınmıştır. Bu doğrultuda, dünyadaki ve Türkiye’deki örneklerle gelenekselliğin lüks kavramı üzerindeki etkileri ve sürdürülebilirlikle olan ilişkisi incelenmiş, kapsül bir koleksiyon oluşturulmuştur. Çalışmanın amacı, ulusal ve uluslararası benzer iş modelleri örnek alınarak, Ege Bölgesi el dokuması kumaşların lüks moda sektöründe yer bulmasını sağlamak ve uluslararası düzeyde prestijli bir tanınırlık kazandırmaktır. Ege Bölgesi el dokumalarıyla zanaatkârları, kültürel değerleri ve çevresel duyarlılığı ön planda tutan, güçlü bir lüks marka kimliğine sahip sürdürülebilir bir ekonomik model geliştirilmesi hedeflenmektedir.

Ege Bölgesi Dokuma Kumaşlar ve Özellikleri

Neolitik ve Kalkolitik dönemde Batı Anadolu’da dokumacılığın varlığı, Ulucak Höyük’te bulunan bir objenin üzerindeki kumaş kalıntılarından tahmin edilmektedir. Kalkolitik Gülpınar yerleşiminde bulunan ağırşaklar ise iplik üretiminin varlığını desteklemekte, dokumanın o dönemde günlük hayatta yaygın olduğunu göstermektedir (Özdemir ve Bamyacı, 2018). Genç Tunç Çağı’na ait Çine-Tepecik Höyüğünde ise tezgâh ağırlıkları bulunmuştur (Yılmaz, 2016). Ege Adalarında ve Yunanistan’da Tunç Çağı’na ait dokuma tezgahına benzeyen pişmiş toprak tabakaları tespit edilmiştir (Çelik, 2014; 25). Batı Anadolu’da bulunan İyonya Bölgesinde yün üretimi yapıldığı, Miletos kentinde sert ve yumuşak yünlerin kullanıldığı görülmektedir. Anadolu dokuma kültürüne önemli etkileri olan İyonya’da, Roma Dönemi’ne kadar olan dönemde yün ve keten ticareti yapılmıştır (Kolenoglu, 2019). Bizans hâkimiyeti döneminde Trakya ve Batı bölgesinde dokumacılık

gelişerek yün, keten, kenevir ve kendir yaygın olarak kullanılmış, doğudan getirilen pamuk ve ipek ise büyük bir ilgi görmüştür (Uğurlu ve Uğurlu, 2006). Buldan bölgesi ise konum olarak Büyük Kral Yolu üzerinde bulunduğu için Anadolu'yu Mezopotamya'ya bağlayarak dokumacılığı ve ticareti büyük ölçüde canlandırmıştır (Önlü, 2010). Anadolu'da yaşayan ve dış koşullara göre yer değiştiren Yörüklerin de dokumacılık alanına katkıları olmuş, eşyaların kolay hareketi ve taşınması için farklı objeler üretmişlerdir. (Akan, 2016). Oğuzlar Anadolu'ya göç ederken, Orta Asya'da Çin dokumacılığının etkilerini taşımış, Anadolu'ya vardıklarında ise Sasani, Bizans ve İlhanlı kültürlerinin dokumalarından etkilenmişlerdir. Bu süreçte, malzeme olarak yün, keten ve ipek kullanarak zengin bir dokuma geleneği oluşturmuşlardır (Uğurlu, t.y.). 13. yy. da Anadolu, halı, kilim, ipekli dokumalarıyla dünyaya üretim yapan bir merkez haline gelmiştir (Esi, 2017). Bölgeye Selçukluların hâkim olmasıyla Antik Tripolis'in ismi Buldan, Laodikya'nın ismi ise Denizli ismini almıştır (Uğurlu ve Uğurlu, 2006). Moğolların istilasıyla yıkılan Selçuklu Devleti'nden sonra Anadolu Beylikleri el dokumacılığına devam ederek birçok farklı ülkeye ürünlerini ihraç etmişlerdir (Uğurlu, t.y.). Bu geleneğin Osmanlı Dönemi'nde de devam ettiği ve imparatorluğun yükselişiyle birlikte kumaş dokumacılığının önemli ölçüde geliştiği görülmektedir (Şen ve Özdemir, 2023). Osmanlı'da son dönemde ise dokunan saray dokumaları batı etkisinin altına girmiş, ithal ve kalitesi düşük dokumaların tercih edilmesi el dokumalarının azalmasına neden olmuştur (Uğurlu, t.y.). Cumhuriyet Dönemi'nde ise tekstil endüstrisini desteklemek için devlet, Sümerbank gibi fabrikalar açarak birçok destek verici girişimde bulunmuştur (Esi, 2017)

Ege Bölgesinde Antik Çağdan beri devam eden el dokumaları günümüzde daha az rağbet görmesine rağmen devam etmektedir. İzmir Tire'de Ödemiş ipeği, Beledi kumaşı, Denizli'de Babadağ, Kızılcaölük'te Buldan dokumaları, Muğla Yeşilyurt dokumaları, Fethiye Üzümlü dastarı (Önlü, 2010), Muğla Bayır dokumaları (Balci, 2008), Denizli Nikfer dokuması (Kuleli vd., 2008), Afyonhisar peşkir dokuması (Küçükkurt, 2019), Manisa bezi (Özdemir, 2022a) bölgede ön plana çıkan dokumalardır.

İzmir Ödemiş İpeği

Ödemiş Bölgesinin, Aydınoğulları Beyliği'nden Osmanlı Devleti'ne uzanan tarihsel yolculuğunda, ipeğin işlenmesinin ve dokumacılığın her zaman önemli olduğu görülmektedir (Yaşar ve Önlü, 2022). Çözüğü pamuk veya atkısı ve çözüğü ipek olarak dokunmaktadır (Akpınarlı ve Çalışkan, 2021). Günümüzde farklı hammaddelerde iplikler de kullanılmaktadır (Adanır vd., t.y.). İpek böceği yetiştiriciliğinin azalması üzerine, 2009'da Ödemiş Kadın Meclisi Bursa Koza Birlik ile canlandırma projeleri başlatmıştır (Adanır vd., t.y.). Ödemiş Halk Eğitim Merkezi ise kadın girişimcilere ipek üretimi ve dokuması alanında eğitim vermeyi sürdürmektedir (T.C. Millî Eğitim Bakanlığı, 2023). Bürdü, pembezar, peştamal, idare bezi, çiğ ipek, çarşaf olarak adlandırılan dokumalar Ödemiş ipeği çeşitlerindendir (Akpınarlı ve Çalışkan, 2021).

Pembezar ve bürdü

Bezayağı örgüsüyle ve bükümlü iplikle dokundukları için bürümcük dokusundadırlar. Geleneksel olarak pembezarın atkı ve çözgüsünde ipek kullanılmaktadır (Önlü, 2010). Atkısı bükümlü iplik ile 40 cm eninde dokunmaktadır. Bazı örneklerinde, farklı renkte iplik kullanılarak çizgili kumaşlar elde edilmektedir. Günümüzde çözgüsü pamuk, atkı ipliği ise ipek kullanılmaktadır (İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri [İTKİB], t.y.).

Peştamal

Peştamal, Buldan ve Kızılcabölük'te dokunan ortak ürünlerdendir. Peştamal; elbise, bornoz, çarşaf, pike gibi ürünler haline getirilerek satışa sunulmaktadır. Buldan ve Kızılcabölük'te dokunan peştemallerin eni 70–80 cm, boyları ise 150–180 cm arasındadır. Günümüzde genellikle %100 pamuk ipliği dokunarak satışa sunulmakta (Tatman, 2024), bezayağı örgüsüyle dokunmaktadır. Çözgü olarak pamuk ipliği, atkı olarak ipek ipliği de kullanılmaktadır (Önlü, 2010).

Çiğ çarşaf

Çiğ çarşafı %100 ipek ipliği kullanılarak, bezayağı örgüsüyle dokunmaktadır. Eni 37–40 cm arası değişmektedir (Önlü, 2010).

İdare kumaşı

Eni 20 cm olan idare kumaşı %100 ipek (Önlü, 2010), bezayağı olarak dokunmaktadır (Pamuk ve Uysal, 2021). Kumaşın atkısında, krep bükümlü iplik kullanılarak esnek bir yapı kazandırılmaktadır (Önlü, 2010).

İzmir, Tire, Beledi Kumaşları

Tarihi Osmanlı dönemine dayanan “Beledi dokuması” ipek ve pamuk iplikten, çift kat olarak dokunmakta (Önlü, 2010), jakarlı dokumanın çıkış noktası olarak kabul edilmektedir (Akpınarlı ve Çalışkan, 2021). Tire Belediye kumaşları, 500 senelik bir tarihe sahip olup; kumaşın alt kısmı beyaz, üst kısmı ise beyaz, sarı, kırmızı, mavi, lacivert renklerde dokunmaktadır. Oluşturulan desenlerin genellikle geometrik tarzda olduğu görülmüştür (Derman ve Söylemezoğlu, 2008). Osmanlı döneminde Yeniçeri Ocağı için sağlamlığı sebebiyle, iç zıbnlık dikiminde kullanılmıştır (Yaykol, t.y.). Günümüzde pamuk, ipek ve keten ipliği ile dokumalar devam etmektedir (Özdemir, 2022b).

Yeşilyurt Dokumaları

Muğla Yeşilyurt'ta ipek böcekçiliğini canlandırmak için birçok çalışma yapılmaktadır. Kostüm tasarımcısı Jeda Barford, Truva, Harry Potter ve Savaşçı filmleri için Yeşilyurt dokumalarından yararlanmıştır. Beymen 1994 yılında Yeşilyurt kumaşlarını ev tekstili olarak, Vakko ise ev tekstilinin yanı sıra giysi olarak da kullanmıştır (Önlü, 2010). Yeşilyurt dokuma çeşitleri, genellikle çizgili ve kareli dokumalar, helali, bürümcük,

(Sezgin, 1994), kırmızı, beyaz, kareli dokunan alyanak dokumalar, peştamaller ve çarşaflik dokumalardır. Bu dokumalarda genellikle pamuk ipliği kullanılmakta ve Denizli’den temin edilmektedir. Bölgede, atkısı el yardımıyla mekikle atılan iki pedallı ahşap tezgâh ile kamçı çekildiğinde mekiğin taşındığı kamçılı tezgah olmak üzere iki tip tezgah bulunmaktadır (Sezgin, 1996).

Fethiye Üzümlü Dastarı

Fethiye Üzümlü dastarının, Muğla yöresine yerleşmiş olan farklı Türkmen boylarının yaptığı motif ve tekniklere benzerliği gözlemlenmiştir. Dastar motifleri genellikle geometrik desenlidir (Çürük, 2017). Fethiye Üzümlü Köyü’ne özgü bir dokuma olan dastar için, eskiden yerel halk kendi ürettikleri ipeklerle çalışırken, günümüzde bir ipek böceği türü olan sarı kozanın artık yok olduğu görülmektedir (Önlü, 2010). Geçmişte, zeminde ham rengiyle yün iplik, deseni için de pamuk iplik kullanılarak renk kombinasyonu elde edilmekteydi. Günümüzde ise Üzümlü dastarı, bezayağı örgüsü ile pamuk iplikle dokunurken, deseni brokar için de beyazlatılmış pamuk kullanılmaktadır (Akpınarlı ve Çalışkan, 2021).

Muğla, Bayır Dokumaları

Bölgede, pamuklu dokumalar, ipek bürümcük, pamuk-ipek ve pamuk-yün karışımı dokuma türlerine rastlanmaktadır. Yörede dokunan pamuk ve ipek karışımı dokumalar ‘yüzün akma’ olarak adlandırılmaktadır. Yüzün akma dokumaları çözgüde pamuk ipliği, atkıda ise ipek ipliği ile dokunarak genellikle çarşaf olarak kullanılmaktadır. Deseni olmayan pamuklu veya yün-pamuk karışımı dokumalara ise “Bayır bezi” denilmektedir. Yörede ‘çaputlu’ olarak bilinen dokumalarda ise pamuk ve artık şerit kumaş parçaları, 6 numara iplik çözgüde dokunmaktadır. Pamuklu, kırmızı ve krem renklerle kareli olarak dokunan ‘al yanak’ dokumalar ise kuşak olarak kullanılmaktadır (Balci, 2008).

Denizli Buldan Bezi

Buldan bezi; yün, keten, pamuk veya ipekten dokunmakta, ‘bürümcük’ veya ‘bükülü bez’ olarak adlandırılmaktadır. Eni 80 cm, 125 cm, 185 cm arasında değişmektedir. Buldan dokumaları için iplikler, yıkama, boyama, kurutma, bobinleme gibi bir dizi işleminden geçmektedir. İplikler boyandıktan sonra bükülmekte ve bükülme derecesine göre kullanım yeri farklılık göstermektedir. Ham dokunan bez, sıcak sabunlu suda yıkandıktan sonra enine çekerek, buruşuk özelliğini elde etmektedir. Buldan bezinin buruşuk dokusu sebebiyle giyildiği zaman ten ile kumaş arasındaki boşluktan hava akışını sağlamaktadır. 1779 yılına kadar el tezgahlarında dokunan Buldan bezi, daha sonra çekme (kamçılı) tezgahlarla dokunmaya başlanmıştır (Türk Patent ve Marka Kurumu, t.y.a). Bürümcük dokumada, bükümlü iplikler atkı olarak kullanıldığı gibi hem atkıda hem çözgüde de kullanılmaktadır (Uğurlu ve Uğurlu, 2006). Buldan bezi için genellikle 20/1 numaralı bükümlü pamuk ipliği kullanılmaktadır (Türk Patent ve Marka Kurumu, t.y.a). Bürümcük dokumada ipek, yün ve keten iplikleri kullanılarak da bürümcük

görünümü verilmektedir. Geçmişte saraylarda ve soylular arasında ipekli dokumalar tercih edilirken, halk arasında ipeğin haram olduğu inancı nedeniyle ‘helali’ adı verilen çizgili dokumalar, ipek ipliğin keten ve pamukla karıştırılmasıyla üretilmekteydi. (Uğurlu ve Uğurlu, 2006) Buldan dokumacılığında geleneksel el tezgâhlarının yanı sıra, otomatik ve yarı otomatik tezgâhlarda dokumalar devam etmektedir (Kahvecioğlu, 2006).

Nikfer Bezi

Denizli’nin Tavas ilçesine bağlı Nikfer köyünde, pamuğun doğal rengi kullanılarak Nikfer bezi dokunmaktadır (Özdemir, 2018). Kumaşın atkı ipliği olan pamuk az bükümlü olarak kullanılmakta (Özdemir, 2018) ve çıkırıla eğritilmektedir. Çözüünde ise bükümlü pamuk kullanılarak özel bir doku elde edilmektedir (Kuleli vd., 2008).

Denizli Babadağ Dokumaları

Babadağ’da ham bez, pike, sofrâ bezi ve armürlü tezgâhlarda dokunan oluklu ve potlu çarşaf dokumaları ünlüdür. Dokuma sırasında ikinci bir silindirdeki fitil ile çözgü iplikleri beraber dokunmaktadır. Silindirde bulunan fitildeki ipliğin çözgü ipliğinden daha kalın olması nedeniyle kumaşa oluklu ve potlu bir doku kazandırılmaktadır. Babadağ merkezinde, armürlü, jakarlı otomatik ve yarı otomatik tezgâhlarda dokumalar yapılmaya devam edilmektedir (Ateşok, 2005).

Denizli Kızılcaölük Dokuması

Denizli Kızılcaölük’te düz bez dokumaların yanı sıra, 19. yüzyılın ortalarından itibaren desenli alaca kumaşlar dokunmaya başlanmıştır (Özdemir, 2018). Genellikle keten, pamuk ve ipek iplikle bezayağı örgüsü ile dokunan alacalar (İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri [İTKİB], t.y.), çözgüde ve atkıda desenlendirme ile dokunan çok renkli dokumalar içinde yer almaktadır (Erarslan, 2013). Günümüzde bölgede, kendine has desenleriyle peştamal, havlu, çarşaf gibi ev tekstili ürünler dokunmaya devam edilmektedir (Önlü, 2010). Truva, Karayip Korsanları, Muhteşem Yüzyıl, Fetih 1453 gibi dizi ve filmlerin kostümleri için de Kızılcaölük’te üretim yapılmıştır (Zeyrek, 2017). Kızılcaölük el dokuması kumaş örneklerinden kreplin, biti kare, satrançlı kumaş, vişe kumaşı, çizgili dok kumaşı ve boncuklu kumaş ön plana çıkmaktadır. Kreplin, siyah ya da ham beyaz zemin üzerine renkli motiflerin dokunmasıyla oluşmaktadır. Motifler, ilave çözgü ipliklerinin atlamalar yapmasıyla ortaya çıkmaktadır. Biti kare ise pamuklu, çift renkli atkılı, 2/2, 4/4 iplik çözgülü, kareli dokumalardır. Satrançlı kumaş, bezayağı örgülü, 4-5 cm kareli dokumalardır. Vişe kumaşı, siyah ve beyaz çözgü ve siyah atkısıyla pamuk iplikten oluşan, küçük baklava desenli dokumalardır. Çizgili dok kumaşı ise çözgülerle renklendirilmekte, bezayağı ile dokunarak oluşturulmaktadır. Atkı tek kat atılmakta ve ripsi bir görünüm elde edilmektedir. Bu tarz dokumalar için çifteli, gazelin, kütül, zifir gibi isimler de kullanılmaktadır. Boncuklu denilen pamuklu kumaş ise farklı kalınlıktaki şeritlerin boncuk şeklinde dokunmasıyla oluşmaktadır (Sarıoğlu vd., 2008).

Afyonkarahisar Peşkir Dokumaları

Afyonkarahisar’da peşkir, sofralarda kullanılan, yemekte dizlerin üzerine serilen dokumalardır. Dokumalarda keten ve pamuk ipliği kullanılmakta, bezayağı örgüsüyle ile dokunmaktadır. Bazı dokumalarda atkı ipliğinin yüzeyde çubuk desenleri oluşturması için atkı sıklığı arttırılmaktadır. Genellikle Eni 37–40 cm, boyu ise 600–630 cm arasında değişmektedir (Küçükkurt, 2019).

Manisa Bezi

Manisa bezi, pamuk, ipek ve sentetik ipliklerle dokunabilmektedir. Çözümler 10 tel pamuk iplik, 6 tel ipek ya da floşe iplik sırasına göre düzenlenmektedir. Dokuma sonrasında bükümlü pamuk iplikle dokunduğu için pamukla dokunan kısım büzülmekte, ipek ya da floşe ile dokunan kısım da düz ve parlak gözükmektedir (Özdemir, 2022a).

Bazı bölgelerde geleneksel dokumaların üretimi devam etse de bu dokumalar gün geçtikçe etkisini yitirmektedir. El dokuması kumaşlar, yapım sürecinin uzunluğu ve doğal ipliklerin kullanımıyla yavaş moda anlayışını desteklerken, insan emeğinin ilmi ilmi sanata dönüştüğü bir form olması nedeniyle lüks modanın temel prensipleriyle de örtüşmektedir.

Kültürel ve Geleneksel Değerlerin Lüks Markalardaki Rolü

Türkiye, endüstriyel anlamda hızlı moda sektöründe öncü ve üretici ülkeler arasında yer alsa da moda dünyasında İtalya ve Fransa gibi kalite, tasarım ve kültürel zenginliğiyle anılan bir ülke olmalıdır. Brand Finance tarafından yapılan " Global 500-Dünyanın En Değerli 500 Markası 2025 " çalışmasının sonucuna göre listeye hiçbir Türk markası girememiştir (Ekonomist, 2025). Özellikle hazır giyim sektöründe markalaşma eksikliğinin başlıca nedeni, kalite yerine üretim miktarına öncelik verilmesi ve üretim ile kalite standartlarının eş zamanlı geliştirilmemesidir (Alpaslan, 2013). Üretim firması konumundan marka konumuna geçebilmek için, kaliteye önem verilmeli, rakipler belirlenerek analiz edilmeli, marka tescili gerçekleştirilmeli, koleksiyon oluşturulmalı, tanıtım faaliyetlerine önem verilmeli, müşteri sadakati sağlanmalı ve personelin eğitime önem verilmelidir (Özbek ve Esmer, 2022). Türkiye’nin üretim ülkesi imajının ötesine geçerek, “Türk markası” söylemiyle küresel ölçekte konumlanması gerekmektedir (Alpaslan, 2013). Bu konumlanma, ulus markalama stratejileriyle desteklenmelidir. Ulus markalamanın hedefi, ülkelerin niteliklerini doğru iletişim stratejileriyle dış dünyaya yansıtarak küresel platformda yer almasını ve kaynaklarını zenginleştirmesini sağlamaktır. Ulus markasının başarısında, marka iletilmesi uyumlu yaşayan bireyler ve ülkeye bağlılık geliştirmiş yabancılar da önemli rol oynamaktadır. (Aronczyk, 2008). Örnek olarak, kaliteyle özdeşleşmiş İtalyan zanaatkarlığı, İtalyan lüks moda markaları tarafından ön plana çıkarılmaktadır. Ayrıca İtalyan modasında teknoloji ve zanaatkarlık gibi zıtlıklar da bir araya getirilerek “İtalyanlık (Italianicity)” kavramı zenginleştirilmektedir. Bu da ulusal kimliğin birçok farklı unsurun bir araya gelerek

oluşabileceğini göstermektedir. İtalyan kimliğini kullanan üretken ve başarılı markalar, hem markalarına hem de ülkelerine katkı sağlarken karşılıklı kültürel gelişimi sürdürmektedir (Dallabona, 2014). Bu bağlamda küresel bir lüks moda markasının oluşumu ve kalite algısı markaya ait ülke imajını oluşturan (kültürel zenginlikler, teknolojik gelişmeler, genel moda algısı gibi) değerlerle birlikte gelişmektedir (Jung vd., 2014). Birçok marka (Ferrari, Prada, Gucci) küçük bir işletmeden büyüyerek küresel marka haline gelmiştir (Kapferer ve Bastien, 2017). Bu sebeple ülke imajının güçlendirilmesi, bölgesel ve yerel değerler üzerinden başlamaktadır. Bu aşamada coğrafi işaret, ürünün belirli bir bölgeye özgü olduğunu garanti ederek yerel ekonomiye, kültürel mirasın korunmasına ve ulusal kimliğin güçlenmesine katkı sağlamaktadır (Doğan, 2015; Türk Patent ve Marka Kurumu, t.y.b). Coğrafi işarete sahip ürünler bölgesel markalama ile değerlendirilerek ve korunarak daha geniş platformlarda yer alma şansına sahip olmaktadır. Bölgesel markalama, bir bölgeye ait kültürel, geleneksel ürünler ve gastronomi gibi değerlerin pazarlanmasıdır (Çetiner, 2023). Bu noktada geleneksel el dokuması kumaşlar, lüks modayı oluşturan özellikleri barındırmaları nedeniyle büyük bir potansiyel taşımaktadır. Lüks ürünler, ulaşılmak istenilen, bir anlam ve hikayesi olan, her zaman alınamayan, özel, az sayıda ve hassas bir üretim aşamasından geçen ürünler olarak tanımlanmaktadır (Ertekin, 2019). Lüks ürünlerin müşterileri, zenginliklerini göstermenin dışında, bu ürünlerin zarif tasarımını, işçiliğini, duygusal çekiciliğini, belirgin sosyo-kültürel hikayelerini öğrenmeye ve bunların keyfini çıkarmak için zaman ve kaynak harcamaya isteklidir (Wang, 2022). Kalitenin devamlılığı, diğerlerinden ayırt edilebilir bir stilin ve tasarımın olması, az sayıda üretim ve işçilikteki kusursuzluk, lüks modayı belirleyen önemli faktörlerdendir (Boylu, 2023). Lüks ürün pazarlama stratejileri klasik pazarlama stratejilerinden birçok yönüyle farklıdır (Kapferer ve Bastien, 2017). Lüks bir markanın başarılı bir şekilde oluşturulması ve sürdürülmesi için; marka kimliği, lüks iletişim stratejisi, ürün bütünlüğü, marka imzası, prestijli fiyat, lüks bir miras ve kültürün parçası olmak, üstün bir çevre ve tüketici deneyimine sahip olmak gibi 9 faktör öne çıkmaktadır (Fionda ve Moore, 2009). Jo Stedman bu faktörlere, yüksek el işçiliğini, zanaatkarlığı, enderlik prensibini ve ünlülerin markanın tanıtımında yer almasını da eklemektedir (Stedman, t.y.). Talebin yüksek ürün sayısının sınırlı olduğu durumlarda marka ve ürün değeri yükseldiği için, lüks ürünlerde enderlik ilkesi kritik öneme sahiptir (Tıgılı ve Akyazgan, 2003). Marka değeri, ürünle ilgili işlevsellikten önce, ürünün çağrıştırdığı anlamların öne çıkmasıdır (Jin ve Cedrola, 2017) Lüks markalar ürün ve marka etrafında hayali bir dünya yaratarak onu hikayeleştirerek ürünle tüketici arasında bir bağ kurmakta (Daswani ve Jain, 2011; 137–138), kim olmak istedikleriyle ilgili duyguları tetiklemektedir (Sevil, 2006). Markalaşma stratejilerinde ünlü kişilerin yer alması, onaylayıcı bir mekanizma olarak tercih edilmektedir (Jin ve Cedrola, 2017). Toplumdaki en zengin ve güçlü bireylerin markayı arzulamaları için lüks markalar kendi konumunu müşteriden daha üst bir seviyede konumlandırmaktadır (Kapferer ve Bastien, 2017). Lüks marka kimliği oluşturmak amacıyla Ege Bölgesi için

önerilen strateji, bölgenin kendine özgü kültürel nitelikleri ve zanaatkârlık unsurlarının estetik bir dille hikâyeleştirilerek marka kimliğine entegre edilmesi ve lüks marka stratejileriyle bütünleştirilmesine dayanmaktadır. Bu süreçte, ürünlerin ve bölgenin zanaatkârlık ve üstün el işçiliğiyle özdeşleşmesi sağlanmalı, bu doğrultuda nitelikli iş gücünün istihdamı önceliklendirilmelidir. Sanatçılarla iş birlikleri, az ve özel üretimler, prestijli fiyatlandırma gibi yöntemlerle “enderlik” algısı güçlendirilmelidir. Lüks marka müşterileri için marka konumlandırması ile ürünlerin sunduğu sosyal ve kültürel değerler net bir biçimde iletilmelidir. Zanaatkârların korunması, bilgi ve becerilerin aktarılması ve gelirin bölgeye dönerek kalkınmaya katkı sağlaması önemlidir; çünkü bölge geliştikçe markanın prestiji, marka güçlendikçe de bölgenin prestiji artmaktadır. Böylece, coğrafi işaret ve bölgesel markalamadan başlayarak sürdürülebilir lüks marka stratejileriyle güçlendirilmesi amaçlanan Ege Bölgesi, yalnızca doğal ve kültürel mirasıyla değil, aynı zamanda yüksek kaliteli zanaatkârlık ve özgün tasarımlarıyla da tanınan bir marka kimliğine sahip olacaktır.

Sürdürülebilir Lüks Moda Markalarının Köklerine Bağlılıkları

Hızlı üretim ve düşük maliyetle tüketime odaklanan hızlı moda, sağlıksız iş koşulları sebebiyle üretim sırasında çalışan insanları da kapsayarak sosyal ve çevresel olarak geri dönülmez zararlar vermektedir. Çevresel anlamda su ve enerji kullanımı kontrolsüz hale gelmekte, üretim sırasındaki kimyasal atıklar ise arıtılmamış sudan denizlere ve okyanuslara karışmaktadır. Örnek olarak, bir pamuklu gömleğin üretimi için 2700 litre su gerekmektedir. Hızlı moda, küresel karbon emisyonunun %10'unu oluştururken, 2024 yılında ise 1,2 milyar ton sera gazı salınımına neden olmaktadır. Dünyada her yıl 92 milyon ton tekstil atığı yığını oluşmaktadır. Hızlı modanın sosyal açıdan zararları ise fabrikalarda çalışan işçilerin güvensiz çalışma koşullarında düşük ücretlerle çalıştırılmasıyla kendini göstermektedir (Rai, 2024). Lüks markalarda ise hayvan derisi ve kürkü kullanılması, üretim aşamasında çok fazla su tüketilmesi ve marka değerlerini korumak için fazla stokların yakılması negatif bir etki yaratmaktadır (Harkness, 2023). Bu sebeple lüks markalar sürdürülebilirliği benimseyerek yeni stratejik iş birlikleri ve yöntemlerle, artık bu konuda daha bilinçli olan yeni nesle ulaşmaya çalışmaktadırlar. Sürdürülebilirlik, sosyal medya aracılığıyla yukarıdan aşağıya (trickle-down), aşağıdan yukarıya (trickle-up) ve yatay (trickle-across) olmak üzere üçlü yayılım biçiminde gerçekleşmektedir. Milenyum kuşağının sosyal medya üzerinden sürdürülebilirlik farkındalığı yaratması aşağıdan yukarıya yayılım, üst sosyal sınıfların sürdürülebilir markaları tercih etmesi yukarıdan aşağıya yayılım, aynı sosyal grup içindeki etkileşimler ise yatay yayılım olarak değerlendirilmektedir (Mohr vd., 2022).

Sürdürülebilirlik aynı zamanda pazarlama açısından markaların prestijini de etkileyerek rakiplerinden önde olmasını sağlamaktadır (Franco vd., 2020). Sürdürülebilir moda markaları, tüketici ilgisini artırmak için eşsiz ve unutulmaz deneyimler sunmalı, tasarım ve kalite algısını iyileştirmeli, üretim yeri, hammadde ve üretici bilgisi gibi ayrıntıları

şeffaf biçimde paylaşmalıdır (Han vd., 2017). Sürdürülebilirlikte şeffaf bir üretim döngüsünün yanında, yerel üreticilerin sürece dahil edilmesi sürdürülebilirlik planda yer alması gereken önemli unsurlardandır (Keith ve Silies, 2015).

Lüks moda markaları tarafından köklü miras, geleneksellik, zanaatkarlık ve sürdürülebilir değerler etrafında kaliteli üretim yeniden şekillenerek, sürdürülebilirlik ön plana çıkmaktadır. Lüks ürünlerde el emeği ve geleneksel değerlerin önemli ve kıymetli olmasının sebeplerinden birisi de ürün oluşturulurken harcanan zamandır (Keith ve Silies, 2015). Collin ve Weiss'in lüks markaların kökleriyle bağlantısı üzerine yaptıkları bir araştırmada, genellikle lüks markaların kimlikleri ile ilgili bir hikaye aracılığıyla el işçiliğindeki orijinalliği ve zanaatkarlığı vurguladıkları gözlemlenmiştir. Lüks tüketimde müşteri, markanın kökeninin tüm hikayesini, üretimdeki tüm adımlar da dahil olmak üzere öğrenmek istemektedir. Markanın değeri ve kimliği için, markanın nereden geldiği, ruhsal olarak bağlandığı yer, ataları, kültürü ve tarihi son derece önemlidir. Lüks markalar, görsel araçlar yöntemiyle ait oldukları şehre, ülkeye ya da yöreye özgü renkleri ve dokuları, benzersiz zanaatkarlıklarıyla bütünleştirerek, markanın mirasına odaklanarak bir iletişim dili oluşturmaktadırlar (Collins ve Weiss, 2015).

Kurumların sürdürülebilirlik başarı politikaları için Elkington (1997) insanlar, çevre ve kâr olmak üzere 3 faktör (TPL: Triple Bottom Line) belirlemiştir. Bu temel sürdürülebilirlik prensipleri ışığında, bir lüks marka, kazanca odaklanmanın yanında, insanları ve sosyal çevrelerini korumalı, onlar için güvenli ve sağlıklı bir ortam oluşturmalıdır. Sürdürülebilirliğin çevresel boyutu doğada bulunan kaynakların tasarruflu kullanılması, hayvanları, doğayı ve yeşili koruma prensibini içerirken, sosyal boyutu ise toplumun tüm birimlerine destek vermek, üretime katılmalarını sağlamak, sağlık ve eğitim gibi konularda öncü olarak çalışmalar yapmaktır. Sürdürülebilir kazanç anlamında ise yasal, adaletli bir üretim döngüsü kapsamında ekonomik kalkınmayı içermektedir (Gürcüm vd., 2018). Hawkes bu üç ana maddeye kültür etkenini de ekleyerek, küreselleşen etkilere karşı, sürdürülebilir ve sağlıklı bir toplum için yerel kimlik ile kültürün önemine vurgu yapmaktadır (Hawkes, 2001).

Yöntem

Araştırmanın amacı Ege Bölgesindeki el dokuması kumaşların, sürdürülebilirlik çerçevesinde lüks modada kullanılmasını sağlayarak, dünya lüks modasında yer alması için fikirler sunmaktır. Araştırma nitel araştırma tekniklerinden durum çalışması ve gömülü kuram desenine göre hazırlanmıştır. Durum çalışması bir konunun incelikli bir şekilde analiz edilmesi ve bu süreçte elde edilen verilerin belirli bir düzende toplanması, incelenmesi ve sonuçların sunulmasını içermektedir. Durum çalışmasında, benzer vakalar incelenerek, konunun veya olayın arkasındaki sebepler açıklanmaktadır (Davey, 1990). Veri toplama yöntemi olarak doküman analizi seçilmiş olup, konuya dair literatür taraması ile makaleler, görseller, online yazılar detaylıca araştırılmıştır. Teorik model

oluşturma aşamasında ise, gömülü kuram kullanılmıştır. Gömülü kuram, olayların ve durumların arkasındaki anlamla beraber bir kuram üretmeyi hedef alarak, toplanan verilere uygun, orijinal bir fikrin ortaya atılmasıdır (Tutar, 2023). Elde edilen veriler, içerik analiz ve betimsel analiz yöntemiyle sunulmuştur. İçerik analizinde benzer konu başlıkları belirlenerek, veriler bütünlük içerisinde toplanarak sunulmaktadır (Yıldırım ve şimşek, 2008; 227). Betimsel analiz yöntemiyle ise veriler başlıklara ayrılarak, incelenmekte ve başlıklar arasında bağlantı kurularak yorumlanmaktadır (Yıldırım ve şimşek, 2008; 221). Bu yöntemlere göre Ege Bölgesindeki el dokuması kumaşların özellikleri, lüks modanın temelleri ve lüks modada kültürel mirasın önemi, geleneksel el sanatlarının ve kumaşların lüks modada sürdürülebilirlik kapsamında kullanımı araştırılmış ve bağlantıları yorumlanmıştır. Bu sınıflandırma, gömülü kuram yaklaşımında açık kodlama için zemin oluşturmuştur.

Gömülü kuram modelinde verilerin analizi açık kodlama, eksensel kodlama, seçici kodlama yöntemiyle yapılmaktadır (University of Connecticut, 2023). Bu kapsamda açık kodlama aşamasında, önceden analiz edilmiş veriler sistematik olarak incelenmiş ve ilgili kategorilere yerleştirilmiştir. Eksensel kodlama aşamasında, Ege Bölgesindeki el dokuma kumaşlarının hem lüks moda hem de sürdürülebilir moda prensiplerine uyum sağladığı; lüks modanın temellerinin, sürdürülebilir moda ve zanaatkârlık ile örtüştüğü; sürdürülebilir moda prensiplerinin ise lüks moda ve zanaatkârlık temaları ile ortak yönler taşıdığı belirlenmiş ve bu benzerlikler bir araya getirilerek yapılandırılmıştır (şekil 1.). Son aşama olan seçici kodlama ile, Ege Bölgesindeki el dokuması kumaşların sürdürülebilirlik kapsamında lüks modada kullanımının, bölge ve ulus markalaması açısından önemi ortaya konulmuş, bu yaklaşımın, bölgenin ve dolayısıyla ülkenin kültürel kimliğine ve ekonomik kalkınmasına katkı sağlayarak uluslararası düzeyde marka değeri yaratabileceği önerilmiştir.

Çalışmanın evreni Ege Bölgesinde üretilen el dokuması kumaşlar olarak kabul edilmekte, rneklemi ise söz konusu kumaşların lüks modada sürdürülebilirlik kapsamında kullanım potansiyeli olarak belirlenmektedir. Çalışma rnek tasarımlarla desteklenirken, kumaşların özel, incelikli yapılarına uygun, zamansız ve modern bir stil tercih edilmiş, lüks moda anlayışına uygun incelikte detaylar eklenerek zanaatkârlık ön plana çıkarılmıştır. Koleksiyonun hedef kitlesi, tarzı ve renk paleti doğrultusunda, sürece yn vermesi amacıyla bir hikâye panosu (moodboard) oluşturulmuştur. İlham kaynağı olarak Ege Bölgesi'ne ait tarihi eserler, doğa unsurları ve bölgeye özgü renkler seçilmiş; bu görseller Adobe Photoshop programı kullanılarak birleştirilmiştir. Koleksiyon modellerinin tasarımları Adobe Photoshop ortamında çizilmiş ve gerçek kumaş dokuları tasarımlara uygulanmıştır. Modellerin teknik çizimleri ise Adobe Illustrator programı kullanılarak hazırlanmıştır.



Şekil 1. Gömülü kuram yöntemi kullanılarak oluşturulan yöntem
Figure 1. Method developed using the Grounded Theory method

Bulgular

Geleneksel ve Lüksün Birlikte Kullanılması

Lüks markalar dünyanın birçok yerine yayılsa da kaliteli ürünlerin oluşturulmasının arkasında zanaatkarlar ve yerel atölyeler bulunmaktadır (Chloé, 2021). Cartier ve Van Cleef & Arpels'in sahibi olan Richemont'un başkanı Johann Rupert, globalleşme ve Çin'e olan ilgiye karşı, Avrupa'nın dünya için bir atölye olarak kalması gerektiğini ve bunun için de zanaatkarlığın korunması gerektiğini vurgulamaktadır (Sanderson, 2018). Northwest Üniversitesi'nde profesör olan Robert Wolcott'a göre, lüks ürünlere para verilmesinin en önemli sebeplerinden biri el emeğidir. Wolcott, gelecek zamanlarda da inovasyon ve teknolojiye gelişmelerin var olmasının gelenekselliğe ve zanaatkarlığa zarar vermeyeceği, bu ilginin devam edeceği görüşündedir (Sanderson, 2018).

Venedik Büyük Kanal üzerinde yer alan, geçmişi 1499'a kadar dayanan kumaş firması Tesitura Luigi Bevilacqua, el dokumasıyla dokunan jakarlı ve damask kumaşları 18. yy. tezgahlarında üretmeye devam etmektedir. İşletmenin Ceo'su Albereto Bevilacqua, mekanik tezgahlarla aynı etkinin alınamayacağını ve el dokumasının kumaşa zenginlik ve derinlik kattığını vurgulamaktadır (Sanderson, 2018).

Bazı lüks moda markaları, onlar için önemli, temel ham maddelerini tedarik ettikleri ve üretimleri için önemli şehir ya da firmaları istihdam etmektedir. Ermenegildo Zegna yün tedarikçisinin yaşam koşullarını (yol, okul gibi) iyileştirme yolunda adımlar atmıştır. Bu anlamda çevresel anlamda iyileştirme ve üretim sırasında kullanılan ham maddelerin kaynağının korunması, pazar rekabeti açısından ve markanın prestiji açısından da önem oluşturmaktadır (Franco vd., 2020).

Lüksü zanaatkarlıkla birleştiren diğer bir örnek ise Brunello Cucinelli markasıdır. Sürdürülebilirlik ve etik değerlere önem veren Cucinelli üretim yeri olan İtalya'nın Solomeo köyünü kiliseden kaldırım taşlarına kadar restore ederek, amfiteyatro, Neo-Humanist Akademisi ve tiyatro kurarak, ürünlerinde sürdürülebilirliğe önem verdiği kadar, sosyal sürdürülebilirliğe de katkı sağlamıştır (Willinger, 2013). Zanaatkarlık becerilerine sahip olan çalışanların daha yüksek ücret almalarına önem veren Cucinelli, 2013 yılında Solomeo Köyü'nde Çağdaş Yüksek Zanaatkarlık ve Sanat Okulu'nu kurmuştur (Brunello Cucinelli, t. y.).

Ünlü lüks markası Channel de 1985'ten bu yana 30 zanaat atölyesini satın alarak ya da finanse ederek özel ürünlerinin devamını sağlamıştır (Poppy, 2023).

2015 yılından itibaren, anlamlı iş ve adil ücret politikasıyla başlanan istihdam projesinde, 'Artisan Fashion' aracılığıyla Vivienne Westwood markası 'Made in Kenya' markasını yaratmıştır. Marka, Kenya'daki zanaatkarlarla bir araya gelerek özel tasarım el yapımı aksesuarlar üretmeye devam etmektedir (Vivienne Westwood, 2022).

Luna De Pinal markası Kuzey Guatemala'da, yerel sanatçılar ve zanaatkarlar tarafından dokunan el dokuması kumaşlarla ceketler üreterek, bu bölgeye istihdam sağlamaktadır. Markanın yaratıcıları lüksü, bir zanaatkârın 20 yılı aşkın bir süredir elde ettiği birikimler sonucu oluşturduğu bir giysiye sahip olmak, olarak tanımlarken, tüm üretim sürecinin şeffaf olduğunu belirtmektedirler (Conlon, 2017).

Nancy Johnston, Moğolistan'da göçebe Tibet sığırcı çobanlarıyla geçirdiği zamanın ardından, onların yaşam tarzını korumak amacıyla Londra merkezli lüks örme giyim markası Tengri'yi kurmuştur. Kaşmire alternatif olarak Tibet sığırcı yünlerini kullanan marka, sosyal ve çevresel farkındalığı lüks moda ile birleştiren etik bir sosyal girişimcilik modeli olarak faaliyet göstermektedir (Radclyffe-Thomas, 2018).

Dior markası da farklı ülkelerin geleneksel sanatlarını defilelerinde yer vererek kültürel mirasın önemini vurgulamaktadır. Kutnia Türk markası tarafından Dior için, Gaziantep'e özgü Kutnu kumaşı üretilmiş ve 2023 ilkbahar-yaz Dior erkek koleksiyonu için kullanılmıştır. Kumaş, ipek iplikten ve Dior'un koleksiyonu için seçtiği kendi renkleri referans alınarak üretilmiştir (Özöğretmen, 2022). Tasarım incelendiği zaman, ipek olarak dokunan kumaşa, Dior'un belirlediği renklerle derinlik ve yumuşaklık hissi verilmiştir. Kumaşın ipek olması ve renklerin de yumuşak geçişli olması, kumaşın yöresel imajından sıyrılıp lüks ve zamansız bir görünüme ulaşmasını sağlamıştır. Başka bir örnekte ise Dior, 2021 İlkbahar/Yaz koleksiyonunda Endonezya'ya özgü Endek kumaşını tanıtmış, 2024'te de Meksikalı zanaatkârların büyükannelerinden kalan parçalarından esinlenerek geleneksel ve modern unsurları harmanlayıp kampanyasında el emeğini vurgulamıştır (Degn, 2023).

Türkiye'de ise Zeynep Ağırbaş Anadolu'ya ait geleneksel el sanatlarını tasarımlarında kullanmakta (Oggusto, 2024) ve zanaatkarlara destek sağlamaktadır (Miloşyan, 2024).

Dilek Hanif “Halkın Sanatı” projesiyle Anadolu’da birçok şehri gezmiş, el sanatlarını tasarımlarıyla ön plana çıkararak bu çalışmalarını sergi ve kitap haline getirmiştir (iTV Haber, 2023). Geleneksel dokumaları kendi özgün tarz ve yöntemleriyle yeniden yorumlayan Fırat Neziroğlu, Şile bezi ve Fethiye dastarı gibi kumaşların farklı tekniklerle dokunmasını sağlayarak el dokuması kumaşların gelişimine katkıda bulunmuştur. Neziroğlu, yaptığı çalışmalarla yerel zanaatkarlara ve üreticilere destek vermek için çalışmalarına devam etmektedir (Fırat Neziroğlu, t.y.). Özgür Masur Cumhuriyet’in 100. yılında sergilediği Anatolia koleksiyonu için birçok farklı enstitüden kadınlarla beraber çalışarak Anadolu’nun farklı bölgelerine özgü el sanatlarını kullanmıştır. Zeynep Tosun Anadolu’nun geleneksel el sanatlarını koleksiyonlarında kullanarak kadın zanaatkarları desteklemektedir. Hatice Gökçe ise Güney Doğu Anadolu bölgesindeki dokumalara destek olabilmek için yöreye ait kumaşları koleksiyonunda sürekli kullanmaktadır. Aslı Flinta ise Sonbahar/Kış 2021-22 defilesi için Anadolu’ya özgü dantelleri ve basma kumaşları kullanmıştır. Aslı Flinta ayrıca Hatay’daki “Değer Katmak Elimizden Gelir” projesiyle Hatay’ın el sanatlarından buğday sapı örücülüğü ile oluşturulan cimeni canlandırarak “Hatay Altınözü Zeytin Emeği Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi (HazeK Kadın Kooperatifi)” ile iş birliği yaparak kadınları desteklemektedir (Miloşyan, 2024).

Ege Bölgesi'nin antik dönemlerden bu yana süregelen zengin el dokuma kültürü, çeşitliliği ve sürdürülebilirlikle uyumlu geleneksel üretim yöntemleri sebebiyle bu araştırmanın kapsamına alınmıştır. Söz konusu uluslararası örnekler ışığında, lüks moda sayesinde geleneksel sanatların ve zanaatkarlığın korunarak yaşatıldığı, kültürel mirasın görünürlük kazandığı ve ekonomik değerin arttığı açıkça görülmektedir. Bu doğrultuda, benzer bir potansiyele sahip Ege Bölgesindeki el dokumalarının da aynı yaklaşımla küresel olarak tasarımsal, kültürel ve ekonomik alanda değer kazanması mümkündür. Lüks moda sektörü, Ege Bölgesi'ne ait el dokuma kumaşlarını, hızlı moda karşısında kaybolma riskine karşı; sürdürülebilirlik, estetik değerler, kültürel devamlılık ve kalite anlayışı çerçevesinde ön plana çıkararak, bölgesel kalkınmayı destekleyecek ve el sanatlarının gelişimine katkı sağlayacaktır.

Lüks Moda Kapsamında Ege Bölgesi'ndeki El Dokumalarında Tasarımın Önemi

Lüks moda alanında, Ege Bölgesine ait el dokuması kumaşlardan oluşacak sürdürülebilir koleksiyonda, zanaatkarlık ön planda tutularak bölgenin otantikliği ve hikâyesiyle bütünleştirilerek aktarılmalıdır. Bu kumaşlarla geliştirilecek zamansız, minimalist ve klasik tasarımlar, kumaşların özgün dokularını ön plana çıkararak uzun ömürlü kullanım imkânı sunarak, yavaş moda anlayışını ve sürdürülebilirlik prensipleri destekleyecektir.

Yavaş moda: Minimalist, zamansızlık ve klasik teması

Yavaş moda, uzun ömürlü, yerel olarak sürdürülebilir kaynaklardan adil bir şekilde üretilmiş giysileri tanımlamaktadır. Bununla birlikte endüstrileşmenin sonucu olan hızlı moda ya karşı tüketicilerin stillerinin daha bireysel ve orijinal olup kendilerini ifade etme

şansı elde etmelerine, giyim konusunda dayanıklılığa vurgu yapmaktadır (Ştefko ve Steffek, 2018). Yavaş moda akımında, giysilerin nereden geldiği ve nasıl yapıldığı konusunda şeffaf davranarak, sosyal farkındalık yaratmak amaçlanmaktadır (Alpat, 2011). Yavaş modayı destekleyen, minimalist, zamansız ve klasik tasarımlar, sadelik ve işlevselliği ön planda tutarak modadaki hızlı değişimlere direnç gösteren, birbiriyle bağlantılı kavramlardır.

Minimalizm, sahip olunan eşyaları, kullanışlı ve duygusal değere sahip olan nesnelerle değiştirerek, minimuma indirmeyi amaçlayan, son dönemde popüler olmuş bir yaşam tarzıdır (Martin-Woodhead, 2017). Minimalist moda ise, fazla üretim yerine giysilerin ömrünün uzatılması ve kalitenin artırılmasına odaklanarak sürdürülebilir moda katkı sağlamaktadır. Lüks modada minimalist stil, belirli bir kesimin prestijlerini korumak açısından farklılaşmak için sürdürdükleri bir sistem olarak da görülmektedir. Minimalist moda tarzı her gün temel ve kolay parçalarla, detaylardan ve çok renklilikten kaçınarak fark edilmeden fark edilmeyi amaçlamaktadır (Lee, 2021, s. 204).

Zamansız tasarımlar, hızla değişen moda akımlarına dirençli, uzun ömürlü estetik ürünlerdir. Bu ürünler, tüketici tarafından daha uzun süre kullanılmakta, ürün ve tüketici arasında duygusal bir bağlılık oluşmasına katkı sağlamaktadır (Dumitrescu, 2024). Klasik parçalar ise tekrar tekrar giyilebilir olan, moda ve trend açısından daha az dikkat çekici ama uzun süre geçerliliği olan parçalardır (Mikado, t.y.).

Minimalist, zamansız ve klasik giysiler uzun ömürlü, trendlere bağlı kalmayan tasarımlar üzerine kurulu olup yavaş modayı desteklemektedir. Bu bağlamda, Ege Bölgesine ait el dokuması kumaşlar, doğal dokuları ve geleneksel üretim süreçlerindeki zanaatkarlıkları sayesinde uzun süre giyilebilmesi hedeflenmektedir. Bu nedenle, zamansız, klasik ve minimalist tasarımlar, lüks el emeği detaylarla birleştirilerek yavaş moda anlayışını destekleyecektir.

Model önerileri

Ege Bölgesindeki el dokuması kumaşlar için oluşturulan tasarımlar kapsamında hazırlanan hayal panosu (moodboard), Ege Bölgesinin tarihî dokusu ile doğasının bütünleşmesinden ilham alınarak bej, günbatımı ve toprak tonları ön plana çıkarılarak hazırlanmıştır (Şekil 2.). Hayal panosunda, masalsı renklere ve görsellere yer verilmiştir. Tasarımlarda minimalist, klasik ve zamansız bir anlayış temel alınmıştır. Bunun sebebi, tasarımlarda kumaşların dokularını ve özelliklerini öne çıkarmak ve her dönem nesilden nesile aktarılabilir tasarımlar oluşturmaktır. Tasarımlarda, zanaatkarlığı görünür yapan lüks moda estetiğine uygun detaylar kullanılarak, moda akımlarının ötesinde kalıcı bir değer yaratan, zarafeti ve sofistike bir görünümü vurgulayan bir stil benimsenmiştir.



Şekil 2. Hayal panosu ve koleksiyon kumaşları

Figure 2. Moodboard and collection fabrics

Model 1’de kendinden renkli simli floş ipliklerle, bezayağı olarak dokunmuş pamuklu el dokuması Fethiye dastarından bluz, omuzları %100 ipek ve bezayağı örgüsünde dokunan Ödemiş ipeğinden lazer kesimli çiçek yapraklarıyla detaylandırılmıştır. Kollar Ödemiş ipeğinden oluşmaktadır. Manşetlerde ise dekoratif şeritler çapraz olarak dikilmiştir. Aynı modelde Ödemiş ipeğinden iki katmanlı floş etek ile görünüm tamamlanmıştır. Model 2’de ise pile detaylı Ödemiş ipeğinden elbisenin üst kısmında lazer kesim çiçekler bulunmakta, pile detayı üst kısımda ve etek kısmında da devam etmektedir (Şekil 3.).



Şekil 3. Model 1 ve Model 2

Figure 3. Model 1 and Model 2

Model 3’te kullanılan Ödemiş ipeği, %100 ipekten, bezayağı örgüsünde dokunmuştur. Boyun kısmındaki bağlama detayıyla asimetrik ve hafif drapeli olarak tasarlanan modern elbise, ferah, şık ve doğal bir görünüm sunmayı amaçlamaktadır. Model 4’te bluz için kullanılan Yeşilyurt dokuması, %100 pamuklu bez ayağı örgüsünde, eni 40 cm–1 metre

arasında değişebilmektedir. Kumaş kenarlarındaki süslemeler bozulmadan boyun detayı için kullanılmıştır. Uzun pileli Ödemiş ipeği etek, %100 ipek ve bezayağı örgüsündedir. Ödemiş ipeği çay ile boyanarak renk geçişleri elde edilmiştir (Şekil 4.).

Model 5'te aralıklı olarak dokunmuş, atkısında dekoratif simli iplik bulunan, %100 pamuk iplik ile bezayağı örgüsünde dokunmuş, eni 110 cm. olan Muğla el dokuması kumaş, ceket için kullanılmıştır. Farklı astar rengiyle beraber kullanılarak, hafif, doğal ve şık görünümlü bir ceket tasarlanmıştır. Ödemiş ipeğinin hacimli dokusuyla uyumlu, hareketli, kat kat mini bir etek ile görünüm tamamlanmıştır. Model 6'da kendinden renkli simli floş ipliklerle, bezayağı olarak dokunmuş pamuklu el dokuması Fethiye dastarı kumaştan, asimetrik, modern ve sade bir elbise tasarlanmıştır. Elbise oluşturulurken kumaşın çok fazla parçalanmamasına özen gösterilmiştir. Model 7' de %100 pamuklu, bezayağı olarak dokunmuş, Fethiye dastar dokuma kumaşın çizgileri farklı yönde kullanılarak tek omuzu düşük, asimetrik sade ve modern bir bluz oluşturulmuştur. Kol omuz detayında Ödemiş ipeğinden lazer kesim çiçekler bulunmaktadır. Görünüm, ön dikiş detayı ile zenginleştirilmiş minimal ve klasik bir pantolonla sunulmuştur.



Şekil 4. Model 3, Model 4, Model 5, Model 6 ve Model 7
Figure 4. Model 3, Model 4, Model 5, Model 6 and Model 7

Modeller lüks moda kriterleri doğrultusunda tasarlanmıştır. Model 1, lazer kesim detaylar, yüksek işçilik ve sınırlı üretimi ile lüks modanın “nadirlik” özelliğini vurgulamaktadır. Model 2, lazer kesim çiçeklerle yüksek el işçiliğini yansıtan, bölgenin hikâyelerle romantikleştirilmesini sağlayacak bir elbisedir. Model 3, zamansız, modern ve şık bir görünüm sunmaktadır. Model 4, kültürel hikâye anlatımının otantik ve modern unsurlarını bir arada sunan bir görünüme sahiptir. Model 5 ve Model 6, modern lüks etkilerini yansıtarak geleneksellik, zanaatkârlık ve modernliğin bir karışımını sunmaktadır. Model 7’de ise el emeğinin ve modern görünümün bir arada olduğu bir tasarım sunulmaktadır. Koleksiyonda hem ticari potansiyeli yüksek çizgiler hem de sınırlı sayıda satışın hedeflendiği yüksek işçilikli modellerle dengeli bir yapı oluşturulmuştur. Model 1, 2 ve 4, daha yüksek işçilik gerektiren ve niş lüks pazara hitap eden tasarımlar olarak öne çıkmaktadır. Model 3, 5, 6 ve 7 ise modern ve lüks detaylar içeren daha geniş kitlelere ulaşma potansiyeline sahip giysiler olarak değerlendirilmiştir. Model 5 ve 7’de yüksek işçilik ve zanaatkârlık, günlük ve modern tasarımlarla harmanlanmıştır.

Sonuç ve Öneriler

Günümüzde geleneksel el dokumacılığına ilginin azalması ve modanın küreselleşmesi sonucu, daha ucuz ve hızlı üretilen polyester içerikli kumaşlara ilgi artmaktadır. Hızlı modayı destekleyen bu anlayış, doğaya ve insan sağlığına kalıcı hasarlar vermektedir. El dokumalarının üretim süreci doğal ipliklerle yavaş ve incelikli bir süreçten geçtiği için yavaş modayı desteklemekte ve aynı zamanda zanaatkârlık ve kültürel miras niteliği açısından lüks modayı oluşturan unsurlarla da uyum sağlamaktadır. Lüks modada söz konusu kumaşların yer almaları ülke ekonomisi ve sürdürülebilirliğe katkı sağlayacaktır. Elde edilen bulgular, el dokumalarının yalnızca estetik ve kaliteli birer tekstil ürünü olmakla kalmayıp aynı zamanda doğaya saygılı, insan sağlığına duyarlı ve yerel toplulukların ekonomik gücünü destekleyici bir potansiyele sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Günümüzde lüks moda markalarının da bu potansiyele yöneldiği görülmektedir. Zanaatkarlığa öncelik veren bu markalar, bölgesel markalama yöntemleriyle üretim sürecine yerel halkı dahil ederek bulundukları şehir veya köyleri kalkındırmakta, çevreyi ve hayvanları korumaya özen göstermekte ve ürün tanıtımlarında ise bu değerlere özellikle vurgu yapmaktadır. Ege Bölgesindeki el dokumaları olarak sınırlandırılan araştırma kapsamında, söz konusu kumaşların lüks moda içinde yer alması; estetik, özgünlük, kültürel hikâye ve sürdürülebilirlik gibi değerlerle bu alanda güçlü bir konum edinmelerini sağlarken, sürdürülebilirliğin tüm boyutlarıyla topluma ve çevreye katkı sunacak kaynaklar yaratacaktır. Bu doğrultuda ulusal olarak alınacak temel önlemler şu şekildedir: Dokuma ustalarının bilgileri yeni nesillere aktarılmalı, ipek yetiştiriciliği desteklenmeli, zanaatkarlar maddi, manevi teşvik edilmeli ve kaliteli malzemeler tedarik edilmeli, el dokuması kumaşlar devlet politikası olarak ele alınıp tanıtımları yapılmalı, el dokuması yapılan her bölgenin sosyal olarak kalkınması için (kütüphane, tiyatro, sinema, sanat okulları, teknoloji-sanat eğitimleri

gibi) destek verilmeli, yapılan tasarımların kumaşın dokusunu ön plana çıkaran, uzun süre kullanılacak zamansız parçalar olmasına dikkat edilmeli, üniversiteler, sanayiler ve zanaatkarların bir araya gelebilecekleri platformlar oluşturulmalı, koleksiyon oluştururken kültürün aktarımı açısından hikâye anlatıcılığına önem verilmelidir.

Sonuç olarak, bu çalışma Ege Bölgesindeki el dokuması kumaşların; sürdürülebilirlik, zanaatkârlık ve kültürel miras değerleriyle lüks moda içinde nasıl bütünleşebileceğini ve bu bütünleşmenin sosyal, kültürel, çevresel ve ekonomik sürdürülebilirliğe olan katkılarını ortaya koymuştur. Bu yaklaşım, Türkiye'nin farklı bölgelerine ait zanaatkârlık pratikleri için örnek teşkil edebilecek nitelikte bir model sunmaktadır.

Kaynakça

- Adanır, Ç., E., Kuleli, S. ve Göknur, D., Ö. (t.y.). Kozadan tezgâha ödemis ipeklileri. *İzmir Kültür ve Turizm Dergisi*. <https://www.izmirdergisi.com/tr/el-sanatlari/153-kozadan-tezgaha-odemis-ipeklileri> adresinden 05.02. 2024 tarihinde alınmıştır.
- Akan, M. (2016). Anadolu yörük yaşamında dokuma geleneği, kalemişi. *Türk Sanatları Dergisi*, 4(7), 39–58.
- Akoğlu, F. (2020). *Cumhuriyet döneminde Denizli'de dokumacılığın gelişimi*. [Yüksek lisans tezi, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. Pamukkale Gcris Veritabanı. <https://hdl.handle.net/11499/35157>
- Akpınarlı, H. F., Çalışkan Çoban ve M. G. (2021). Kumaş dokumacılığının Anadolu'daki coğrafi dağılımı. *İdil Dergisi*, (78), 285–303. <https://doi.org/10.7816/idil-10-78-10>
- Alpaslan, İ. B. (2013, 1 February). *Türkiye'den neden küresel markalar çıkmıyor?* Türkiye Ekonomi Politikaları ve Araştırma Vakfı. <https://www.tepav.org.tr/tr/blog/s/3784>
- Alpat, F. E. (2011). Yavaş moda nedir? *Akdeniz Sanat*, 4(8), 44–47.
- Aronczyk, M. (2008). 'Living the Brand': Nationality, Globality, and the identity strategies of nation branding consultants. *International journal of communication*, 2, 25.
- Ateşok, E., A. (2005). *Babadağ dokumacılığı ve ilçede üretilen düz dokumaların bazı özellikleri* [Yayınlanmış yüksek lisans tezi, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü]. Ankara Üniversitesi Akademik Arşiv Sistemi. <https://dspace.ankara.edu.tr/items/e1696738-f41d-40ee-b9d4-28039b3cac3a>
- Balcı, N. (2008). Muğla ili Bayır beldesi mekikli dokumaları. A. Koyuncu (Ed.), *Kızılcaölük Geleneksel Dokumalar Sempozyumu* (187-195) Kızılcaölük Belediyesi Yayınları-2. <https://www.kizilcaboluk.biz/wp-content/uploads/2019/05/K%C4%B1z%C4%B1lcab%C3%B6l%C3%BCk-sempozyumu.pdf>
- Boylu, D. (2023). Lüks tüketim algısı ve marka tercihi üzerine bir araştırma. *Uluslararası Akademik Yönetim Bilimleri Dergisi*, 9(14), 43–66. <https://doi.org/10.51947/yonbil.1345753>
- Brunello Cucinelli (2021, Ekim 21). *Speech by Brunello Cucinelli to the Great Leaders on the occasion of the G20*. <https://www.brunellocucinelli.com/en/thoughts/speech-on-the-occasion-of-the-g20.html>

- Brunello Cucinelli (t.y.). *The value of Italian craftsmanship and manual skills*. <https://www.brunellocucinelli.com/en/company/the-value-of-italian-craftsmanship.html> adresinden 28.12.2023 tarihinde alınmıştır.
- Büken, N. R. O. (2005). El dokumacılığının ve el dokuma tezgahının tarihçesi, el dokuma tezgâhı çeşitleri. *Sanat Dergisi*, (8), 63–84.
- Can, Ö. ve Özkartal, M. (2013). Endüstrileşmenin Cumhuriyet Dönemi sonrası tekstil-moda tasarımında kimlik arayışına etkileri. *Art-e Sanat Dergisi*, 6(11), 120-136. <https://doi.org/10.21602/sgsfds.86763>
- Chloé (2021, Ocak 25). *The fascination for handmade in luxury*. Medium. <https://pimouss.medium.com/the-fascination-for-handmade-in-luxury-f688c71d43c6> adresinden (06.12.2023 tarihinde alınmıştır.
- Coconuts Bali (2020, Ekim 1). *Bali's kain endek gains spotlight on Dior's runway during Paris Fashion Week*. <https://coconuts.co/bali/lifestyle/balis-kain-endek-gains-spotlight-on-diors-runway-during-paris-fashion-week/>
- Collins, M. ve Weiss, M. (2015). The role of provenance in luxury textile brands. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 43(10/11), 1030–1050. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-07-2014-0091>
- Conlon, S. (2017, Mart 31). Luna Del Pinal: Redefining luxury. *British Vogue*. <https://www.vogue.co.uk/article/luna-del-pinal-handwoven-jackets-brand-launch-interview>
- Çelik, H. (2014). *Eskiçağ'da Anadolu'da dokuma (MÖ 1974-1719)* [Yüksek lisans tezi, Pamukkale Üniversitesi]. Pamukkale. Gcris Veritabanı. <https://gcris.pau.edu.tr/bitstream/11499/2890/1/H%C3%BCsrem%20%C3%87elik%20.pdf>
- Çelik, Y. ve Bizirlik, A. (2020). XVII. yüzyılda Orta ve Batı Anadolu'da dokuma sanayii. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(3), 467–485. <https://doi.org/10.18026/cbayarsos.760138>
- Çetiner, M. (2023). Sürdürülebilir moda ve bölgesel markalama: Tokat önerisi. *Folklor Akademik Dergisi*, 6(1), 341-364. <https://doi.org/10.55666/folklor.1176780>
- Çürük, G. (2017). Yeşil Üzümlü Beldesi'nde geleneksel dastar dokumacılığı. *Milli Folklor*, 29(115), 170–183.
- Dallabona, A. (2014). Narratives of Italian craftsmanship and the luxury fashion industry: Representations of Italianicity in discourses of production. In I. J. H. Hancock, G. Muratovski, G. Manlow, & A. Person-Smith (Eds.), *Global fashion brands: Style, luxury and history* (pp. 215–228). Intellect. <https://eprints.whiterose.ac.uk/id/eprint/136104/8/Dallabona%20-%20Narratives%20of%20Italian%20craftsmanship%20and%20the%20luxury%20fashion%20industry%20REVISED.pdf>
- Daswani, A. ve Jain, V. (2011). Understanding luxury branding: a conceptual framework. *Media Asia*, 38(3), 131-139. <https://doi.org/10.1080/01296612.2011.11726892>
- Davey, L. (1990). The application of case study evaluations. *Practical Assessment, Research, and Evaluation*, 2(1). <https://doi.org/10.7275/02g8-bb93>
- Degn, E., I. (2023, Mayıs 24). Dior odes Mexico City's cultural heritage. *Luxurydaily*. <https://www.luxurydaily.com/dior-odes-mexico-citys-cultural-heritage-new/>
- Derman, S. ve Söylemezoğlu, F. (2008). *Tire-Beledi dokumaları*. Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu, ss. 431–448. <https://www.ayk.gov.tr/wp-content/uploads/2015/01/DERMAN-Sevim-S%C3%96YLEMEZO%C4%9ELU-Feryal-T%C4%B0RE-BELED%C4%B0-DOKUMALARI.pdf>

-
- Doğan, B. (2015). Coğrafi işaret korumasının gelişmekte olan ülkeler için önemi. *Social Sciences*, 10(2), 58-75. <http://dx.doi.org/10.12739/NWSA.2015.10.2.3C0128>
- Dumitrescu, A. (2024). Timeless design—associated product types and relationship with human values and goals. *Review of Management & Economic Engineering*, 23(1), 2–13.
- Ekonomist (2025, Ocak 21). Dünyanın en değerli markaları açıklandı: İşte ilk 20. <https://www.ekonomist.com.tr/dunya/dunyanin-en-degerli-markalari-aciklandi-listede-turk-marka-var-mi--56844>
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks – Triple bottom line of 21st century business*. Capstone Publishing.
- Erarslan, İ. (2013). Anadolu'da Alaca üzerine bir karşılaştırma. *Akdeniz Sanat*, 6(11), 251–263.
- Ertekin, Z. (2019). Can luxury fashion provide a roadmap for sustainability? *Markets, Globalization & Development Review*, 4(1), 1–21. <https://doi.org/10.23860/MGDR-2019-04-01-03>
- Esi, B. (2017). Türk tekstil endüstrisi ve gelişimi. *Journal of Awareness*, 2(Special), 643–663. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/358139>
- Fırat Neziroğlu (t.y.). *A unique language in contemporary art*. <https://www.firatneziroglu.co.uk/> adresinden 19.03.2025 tarihinde alınmıştır.
- Fionda, A. ve Moore, C. M. (2009). The anatomy of the luxury fashion brand. *Journal of Brand Management*, 16(5–6), 347–363. <https://doi.org/10.1057/bm.2008.45>
- Franco C. J., Hussain, D. ve McColl, R. (2020). Luxury fashion and sustainability: Looking good together. *Journal of Business Strategy*, 41(4), 55–61. <https://doi.org/10.1108/JBS-05-2019-0089>
- Gürcüm, B. H., Baykasoğlu, N. ve Yerdenova, A. (2018). El sanatının sürdürülebilmesinde tasarımcının sorumluluğu. *Journal of International Social Research*, 11(58), 373–382.
- Han, J., Seo, Y. ve Ko, E. (2017). Staging luxury experiences for understanding sustainable fashion consumption: A balance theory application. *Journal of Business Research*, 74, 162-167. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.10.029>
- Harkness, A. (2023). *The clash between luxury brands and the environment* (Publication No. 865) [Honors College theses, Georgia Southern University]. Digital Commons@Georgia Southern. <https://digitalcommons.georgiasouthern.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1914&context=honors->
- Hawkes, J. (2001). *The fourth pillar of sustainability: Culture's essential role in public planning*. Common Ground. [https://culturaldevelopment.net.au/community/Downloads/HawkesJon\(2001\)TheFourthPillarOfSustainability.pdf](https://culturaldevelopment.net.au/community/Downloads/HawkesJon(2001)TheFourthPillarOfSustainability.pdf)
- İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri [İTKİB] (t.y.). *Türkiye dokuma atlası*. <https://www.itkib.org.tr/files/downloads/Belgeler/dokumaatlası-sergi.pdf> adresinden 14.08.2024 tarihinde alınmıştır.
- iTV Haber (2023, Kasım 18). “Halkın Sanatı” bir kitap ve sergi ile yolculuğuna devam ediyor. <https://www.itvhaber.com/halkin-sanati-bir-kitap-ve-sergi-ile-yolculuguna-devam-ediyor.html> adresinden 19.03.2025 tarihinde alınmıştır.
- Jin, B. ve Cedrola, E. (2017). Brands as core assets: Trends and challenges of branding in fashion business. *Fashion Branding and Communication: Core Strategies of European Luxury Brands*, pp. 1-39.
-

- Jung, H. J., Lee, Y., Kim, H. ve Yang, H. (2014). Impacts of country images on luxury fashion brand: facilitating with the brand resonance model. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 18(2), 187-205. <https://doi.org/10.1108/JFMM-10-2013-0113>
- Kahvecioğlu, H. (2006, Kasım 23-24). *Buldan dokumalarının bazı mekaniksel özellikleri üzerine bir araştırma*. İ. Ertuğrul ve T. Tok. (Ed.), Buldan Sempozyumu. Cilt: 2, ss. 623–634. Pamukkale Üniversitesi. <https://grcris.pau.edu.tr/bitstream/11499/53976/1/BULDAN%20DOKUMALARININ%20BAZI%20MEKAN%c4%b0KSEL%20%cc3%96ZELL%cc4%b0KLER%cc4%b0%20%cc3%9cZER%cc4%b0NE%20B%cc4%b0R%20ARA%cc5%9eTIRMA.pdf>
- Kapferer, J. N. ve Bastien, V. (2017). The specificity of luxury management: Turning marketing upside down. In *Advances in Luxury Brand Management*. pp. 65-84. Cham: Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-51127-6_5
- Keith, S. ve Silies, M. (2015). New life luxury: Upcycled Scottish heritage textiles. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 43(10/11), 1051–1064. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-07-2014-0095>
- Kolenoglu, D. A. (2019). *Grek ve Roma Dönemi İonia bölgesi dokumacılık ve dokuma teknolojileri* (Yayın No. 607554) [Yüksek lisans tezi, Ankara Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp>
- Kuleli, A., Er, H. D. ve Kuleli, S. (2008, Mayıs 28-30). *Kızılcaölük geleneksel el dokumalarının kullanımına yönelik yeni tasarım önerileri*. A. Koyuncu (Ed.), Kızılcaölük Geleneksel Dokumalar Sempozyumu (97-101). Kızılcaölük Belediyesi Yayınları-2. <https://www.kizilcaboluk.biz/wp-content/uploads/2019/05/K%C4%B1z%C4%B1lcab%C3%B6l%C3%BCk-sempozyumu.pdf>
- Küçükkurt, Ü. (2019). Afyonkarahisar peşkir dolamaları. *Al Farabi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1), 193–203
- Lee, Y. (2021). Distinction by indistinction: Luxury, stealth, minimalist fashion. *Luxury*, 6(3), 203–225. <https://doi.org/10.1080/20511817.2021.1897265>
- Martin-Woodhead, A. (2017, Temmuz). *Minimalism as sustainable fashion* [Conference presentation abstract]. Circular economy: Transitioning to sustainability?, Coventry, United Kingdom. <https://pureportal.coventry.ac.uk/en/publications/minimalism-as-sustainable-fashion>
- Mikado (t.y.). *6 Style rules women with timeless style follow*. <https://mikadopersonalstyling.com/6-style-rules-timeless-women-follow/> adresinden 16.08.2024 tarihinde alınmıştır.
- Miloşyan, S. (2024, Şubat 20). Türk modası köklerini arıyor. *Elle*. <https://www.elle.com.tr/moda/moda-haberleri/turk-modasi-koklerini-ariyor>
- Mohr, I., Fuxman, L. ve Mahmoud, A. B. (2022). A triple-trickle theory for sustainable fashion adoption: The rise of a luxury trend. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 26(4), 640–660. <https://doi.org/10.1108/JFMM-03-2021-0060>
- Oggusto (2024). *Türk moda tasarımcıları: Zeynep Ağırbaş*. 17 Haziran 2024. <https://www.oggusto.com/moda/markalar-ve-tasarimcilar/turk-moda-tasarimcileri-zeynep-agirbas> 19.03.2025 tarihinde alınmıştır.
- Önlü, N. (2010). Ege Bölgesi el dokuma kaynakları. *Sanat Dergisi*, (17), 47–60.
- Özbek, A. ve Esmer, Y. (2022). Türk hazır giyim sektöründe fason üretimden marka üretimine geçiş: Nitel bir araştırma. *Asya Studies*, 6(22), 147-158. <https://doi.org/10.31455/asya.1181354>

-
- Özdemir, A. ve Bamyacı, A. O. (2018). Erken ve Orta Kalkolitik dönemde Batı Anadolu’da tekstil üretimi: Gülpınar buluntusu ağırşaklarının işlevlendirilmesi. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 28(2), 1–14. <https://doi.org/10.18069/firatsbed.460904>
- Özdemir, E. K. (2018). Denizli Bölgesi el dokumacılığına genel bakış ve bir örnek dokuma: Nikfer bezi. *The Journal of Social Sciences*, 25(25), 166–178. <https://doi.org/10.16990/SOBIDER.4281>
- Özdemir, E. K. (2022a). Manisa bezi ve günümüzdeki durumu üzerine bir araştırma. *The Journal of Social Sciences*, 61(61)197–210. <https://doi.org/10.29228/SOBIDER.66821>
- Özdemir, E., K. (2022b). Tire-Beledi dokumasının dünü-bugünü-yarını. *Hars Akademi Uluslararası Hakemli Kültür Sanat Mimarlık Dergisi*, 5(Özel Sayı 3), 114–134.
- Özöğretmen, T. (2022, 14 Eylül). *Kutnunun Dior yolculuğu*. Media Cat. 14 Eylül 2024. <https://mediacat.com/kutnunun-dior-yolculugu-julide-konukoglu-soylesisi/>
- Pamuk, B. ve Uysal, B. Ö. (2021). Ödemiş ipeği ve kaftanın dijital ortamda buluşturulması. *Jia Journal*, (4), 242-256.
- Poppy (2023, Nisan 3). *Preserving traditional craftsmanship within luxury manufacturing*. Studio 104. <https://www.studio-104.com/post/preserving-traditional-craftsmanship-within-luxury-manufacturing>
- Radclyffe-Thomas, N. (2018, Nisan). Profit and purpose: The case for sustainable luxury fashion. [Conference presentation]. In *IFFTI 2018 Shanghai Fashion Future Conference Proceedings* (pp. 263–270). Donghua University Press. https://ualresearchonline.arts.ac.uk/id/eprint/12629/1/IFFTI_2018_DrNRT_Final_Paper_Profit_and_Purpose_Full_Paper2.pdf
- Rai, M. (2024, Ekim 1). *Fast Fashion and Its Environmental Impact in 2025*. Carbon Trail. <https://carbontrail.net/blog/fast-fashion-and-its-environmental-impact-in2024/#:~:text=The%20fashion%20industry%E2%80%99s%20carbon%20footprint%20remains%20staggering%20in,adds%20a%20lot%20to%20the%20problem%20of%20waste>
- Rusu, A. A. (2011). Traditional textile art between sustainability and economic growth. *Review of Applied Socio-Economic Research*, 1(2), 160–166.
- Sanderson, R. (2018, Kasım 21). Luxury goods companies learn to mix craft and tech. *Financial Times*. <https://www.ft.com/content/706c6cf0-ad56-11e8-8253-48106866cd8a>
- Sarioğlu, H., Özmen, B. ve Sarioğlu, P., A. (2008, Mayıs 28-30) Kızılcaölük kumaş dokuma geleneğinin geçmişinden örnekler. A. Koyuncu (Ed.), *Kızılcaölük Geleneksel Dokumalar Sempozyumu* (35-47) Kızılcaölük Belediyesi Yayınları-2. <https://www.kizilcaboluk.biz/wp-content/uploads/2019/05/K%C4%B1z%C4%B1lcab%C3%B6l%C3%BCk-sempozyumu.pdf>
- Sevil, B. (2006). *Moda sektöründe küresel marka yaratılması: Markalaşma çalışmaları üzerine bir uygulama* [Yayınlanmış yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi]. ProQuest Dissertations & Theses Global. <https://www.proquest.com/dissertations-theses/moda-sekt%C3%B6r%C3%BCnde-k%C3%BCreselb-marka-yarat%C4%B1lmas%C4%B1markala%C5%9Fma-%C3%A7al%C4%B1%C5%9Fmalar%C4%B1-%C3%BCzerine/docview/30864419>
- Sezgin, Ş. (1994). Yeşilyurt dokumaları. *Tekstil ve Mühendis*, 8(46), 42–44.
- Sezgin, Ş. (1996). *Geleneksel Yeşilyurt dokumalarının günümüz koşullarında ve anlayışında yeniden değerlendirilmesi*. Türkiye’de El Sanatları Geleneği ve Çağdaş Sanatlar İçindeki Yeri Sempozyumu Bildirileri. ss. 252-255. Kültür Bakanlığı Yayınları.
-

- Stedman, J. (t.y.). Defining luxury. *So.* <https://www.socreative.co.uk/how-to-create-a-luxury-brand/> adresinden 7.2.2024 tarihinde alınmıştır.
- Štefko, R. ve Steffek, V. (2018). Key issues in slow fashion: Current challenges and future perspectives. *Sustainability*, 10(7), 2270. <https://doi.org/10.3390/su10072270>
- Şen, T. ve Özdemir, E. K. (2023). Osmanlı'dan günümüze Ege Bölgesindeki kumaş dokuma merkezleri. *Art-e Sanat Dergisi*, 16(32), 984–1005. <https://doi.org/10.21602/sduarte.1382325>
- T.C. Millî Eğitim Bakanlığı (2023). *Ödemiş Halk Eğitimi Merkezi ile İzmir İl Tarım Müdürlüğü'nün iş birliği.* <https://odemis.meb.gov.tr/www/odemis-halk-egitimi-merkezi-ile-izmir-il-tarim-mudurlugunun-isbirligi/icerik/1078>
- Tatman, D. (2024). Buldan ve Kızılcabölük peştamalları; Temel kalıplarda dijital kapsül koleksiyon uygulaması. *Korkut Ata Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, (15), 1122–1137. <https://doi.org/10.51531/korkutataturkiyat.1421561>
- Tıgılı, M., Akyazgan, M. A. (2003). Özellikli (lüks) tüketim ürünlerinde enderlik prensibi ve bir uygulama. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (5), 21–37.
- Tutar, H. (2023). Nitel araştırma deseni belirleme ölçütleri ve gerekçelendirilmesi. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 25(1), 334-355. <https://doi.org/10.21180/iibfdkastamonu.1190123>
- Türk Patent ve Marka Kurumu (t.y.a). *Coğrafi işaret: Buldan bezi.* <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/194.pdf> adresinden 17.08.2024 tarihinde alınmıştır.
- Türk Patent ve Marka Kurumu (t.y.b). Coğrafi işaret. <https://www.turkpatent.gov.tr/cografi-isaret> adresinden 10.08.2025 tarihinde alınmıştır.
- Uğurlu, A. (t.y.). *Türkiye Dokuma Atlası.* İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon Birlikleri. s. 201. <https://www.itkib.org.tr/files/downloads/Belgeler/dokumaatlas-sergi.pdf> adresinden 15.08.2024 tarihinde alınmıştır.
- Uğurlu, A. ve Uğurlu, S. S. (2006). Yörenin kültürel kimliği olarak Buldan Bezi, *Buldan Sempozyumu* 23(24), 275–280. <http://buldansempozyumu.pau.edu.tr/kitap/7.oturum/2.pdf>
- University of Connecticut. (2023, Haziran 19). *Open, in vivo, axial, and selective coding.* Research Basics. <https://researchbasics.education.uconn.edu/open-in-vivo-axial-and-selective-coding/>
- Vivienne Westwood (2022, Kasım 3). *Made in Kenya- The journey continues.* <https://www.viviennewestwood.com/en-gb/westwood-world/news-and-projects/made-in-kenya---the-journey-continues/>
- Wang, Y. (2022). A conceptual framework of contemporary luxury consumption. *International Journal of Research in Marketing*, 39(3), 788–803. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2021.10.010>
- Willinger, F. (2013, Haziran 4). How Brunello Cucinelli eats at Gus Italian headquarters in Solemeo Village. *Bon Appétit*. <https://www.bonappetit.com/entertaining-style/article/brunello-cucinelli-s-italian-headquarters-in-solemeo-village>
- Yaşar, N. Ş. ve Önlü, N. (2022). İzmir'in gelecek kuşaklara mirası Ödemiş ipeklileri ve Tire beledi dokumalarının son durumu. *Yedi*, (İzmir Özel Sayısı), 111–122. <https://doi.org/10.17484/yedi.1144290>
- Yaykol, G. (t.y.). Beledi Dokuma. *Visit İzmir.* <https://www.visitizmir.org/tr/Destinasyon/12836> adresinden 05.02.2024 tarihinde alınmıştır.

-
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Seçkin Yayınları. ss. 221, 227.
- Yılmaz, D. (2016). Geç Tunç Çağı'nda Batı Anadolu'da tekstil üretimi: Çine-Tepecik Höyüğü tezgah ağırlıkları. *Tüba-ar Türkiye Bilimler Akademisi Arkeoloji Dergisi*, (19), 93–111.
- Zeyrek, S. (2017, Temmuz 6). Film kostümlerinin üretildiği mahalleye festivalli tanıtım. *Anadolu Ajansı*. <https://www.aa.com.tr/tr/kultur-sanat/film-kostumlerinin-uretildiği-mahalleye-festivalli-tanitim-/855403>