



e-ISSN: 2687-5268



TURKISH JOURNAL OF FASHION DESIGN AND MANAGEMENT (TJFDM)



VOLUME 7 / ISSUE 2 / 2025



Turkish Journal of Fashion Design and Management (TJFDM)



Yıl (Year) : 2025

Cilt (Volume) : 7

Sayı (Issue) : 2

Ege Üniversitesi Adına Sahibi

(Owner on Behalf of Ege University, Director):

Prof.Dr. Ziyne ÖNDOĞAN

Ege Üniversitesi Moda ve Tasarım Yüksekokulu Müdürü
(Manager, Ege University, Faculty of Fashion Design
and Management)

Baş Editör (Editor in Chief)

Prof.Dr. Ziyne ÖNDOĞAN

Editörler (Editors)

Doç.Dr. (Assoc.Prof.Dr.) Serkan BOZ
Dr.Öğr.Üyesi (Asst.Prof.Dr.) Ece Nüket ÖNDOĞAN
Dr.Öğr.Üyesi (Asst.Prof.Dr.) Arzu ŞEN KILIÇ
Dr.Öğr.Üyesi (Asst.Prof.Dr.) Hediye Gizem EREN

Teknik Editör (Technical Editor)

Doç.Dr. (Assoc.Prof.Dr.) Serkan BOZ

Mizanpaj Editörü (Layout Editor)

Dr.Öğr.Üyesi (Asst.Prof.Dr.) Ece Nüket ÖNDOĞAN

Yabancı Dil Editörü (Foreign Language Editor)

Öğr.Gör. (Lecturer) Saba SIRT

Tasarım Sorumlusu (Design Supervisor)

Yağmur YÖRÜK

Taranılan İndeksler: ASOS İndeks, Google Scholar, Index
Copernicus, Academindex

e-ISSN: 2687-5268

Uluslararası Hakemli “Turkish Journal of Fashion Design and Management” Dergisi (TJFDM);

TJFDM 2019 yılından itibaren yayınlanan, sosyal bilimlerle ilgili disiplinler arası alanlarda yapılan çalışmaların yer aldığı, indekslerde taranan uluslararası hakemli dergidir. TJFDM, yılda “iki” sayı olarak, Dergipark üzerinden açık erişimli, online yayınlanmaktadır.

Turkish Journal of Fashion Design and Management (TJFDM);

TJFDM is an international peerreviewed journal in the field of social sciences and field of interdiscipliner that has been indexed in databases since its first publication in 2019. TJFDM is an open access journal and it is published online “two” times each year. The journal can be accessed via the system of Dergipark.

Yazışma Adresi

Adres : Moda ve Tasarım Yüksekokulu, Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi, D Blok, 35040 Bornova-İzmir, Türkiye
Telefon : +90.232.342 57 82
Faks : +90.232.342 57 83
GSM : +90.533.248 06 88
E-posta : ege.tjfdm@gmail.com

Correspondence Address

Address : Faculty of Fashion and Design, Ege University Faculty of Agriculture, Building D, 35040 Bornova-İzmir, Turkey
Phone : +90.232.342 57 82
Fax : +90.232.342 57 83
GSM : +90.533.248 06 88
E-mail : ege.tjfdm@gmail.com

Danışma Kurulu

Prof.Dr. Ana Christina BROEGA	Minho University, Textile Engineering Department, Dir.Mes. Design de Comunicação de Moda
Prof.Dr. Hacı Yakup ÖZTUNA	Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Bölümü, Grafik Tasarımı Ana Sanat Dalı
Prof. Halil YOLERİ	Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Seramik ve Cam Tasarımı Bölümü
Prof.Dr. Helder CARVALHO	Minho University, Textile and Design Department
Prof.Dr. Maria José Araújo Marques ABREU	Minho University, Textile and Design Department
Prof.Dr. Sedef AKGÜNGÖR	Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi, İktisat Bölümü, İktisat Politikası ABD
Prof.Dr. Ş.Özlenen ERDEM İŞMAL	Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü
Prof.Dr. Zuhul ÖZEL SAĞLAMTİMUR	Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo-Televizyon ve Sinema Bölümü, Fotoğrafçılık ve Grafik Anabilim Dalı
Prof.Dr. Çağrı BULUT	Yaşar Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü
Doç. Filiz ADIGÜZEL TOPRAK	Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Geleneksel Türk Sanatları Bölümü
Doç.Dr. Timur KÖSE	Ege Üniversitesi Tıp Fakültesi, Temel Tıp Bilimleri Bölümü, Biyoistatistik ve Tıbbi Bilişim Ana Bilim Dalı
Doç.Dr. Zeynep Gamze MERT	Gebze Teknik Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, Şehir ve Bölge Planlama Bölümü
Ass.Prof. Fatma BAYTAR	Cornell University, College of Human Ecology, Department of Fiber Science&Apparel Design

Advisory Board

Prof.Dr. Ana Christina BROEGA	Minho University, Textile Engineering Department, Dir.Mes. Design de Comunicação de Moda
Prof.Dr. Hacı Yakup ÖZTUNA	Dokuz Eylül University, Faculty of Fine Arts, Department of Graphic
Prof. Halil YOLERİ	Dokuz Eylül University, Faculty of Fine Arts, Department of Ceramic&Glass Design
Prof. Hélder CARVALHO	University of Minho, Textile&Design Engineering
Prof.Dr. Maria José Araújo Marques ABREU	University of Minho, Textile&Design Department
Prof.Dr. Sedef AKGÜNGÖR	Dokuz Eylül University, Faculty of Business, Department of Economics, Division of Economic Policy
Prof.Dr. Ş.Özlenen ERDEM İŞMAL	Dokuz Eylül University, Faculty of Fine Arts, Department of Textile& Fashion Design
Prof.Dr. Zuhul Özlem SAĞLAMTİMUR	Ege University, Faculty of Communication, Radio–Television and Cinema Department, Photography and Graphics
Prof.Dr. Çağrı BULUT	Dokuz Eylül University, Faculty of Business, Department of Business Administration
Assoc.Prof. Filiz ADIGÜZEL TOPRAK	Dokuz Eylül University, Faculty of Fine Arts, Department of Traditional Turkish Arts
Assoc.Prof.Dr. Timur KÖSE	Ege University Faculty of Medicine, Basic Medical Sciences, Department of Biostatistics and Medical Informatics
Assoc.Prof.Dr. Zeynep Gamze MERT	Gebze Technical University, Faculty of Architecture, Department of City and Regional Planning
Ass.Prof. Fatma BAYTAR	Cornell University, College of Human Ecology, the Department of Fiber Science&Apparel Design

İÇİNDEKİLER (CONTENTS)

Araştırma Makaleleri (Research Articles)

Ege Bölgesi'ndeki El Dokuması Kumaşların Sürdürülebilirlik Kapsamında Lüks Modada Kullanılması

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

Pınar GÜVEN, Vedat ÖZYAZGAN 65-90

Sosyal Sorumlu Tüketim, Yavaş Moda Yönelimi ve Algılanan Müşteri Değeri Üzerine Bir Araştırma

A Study on Socially Responsible Consumption, Slow Fashion Orientation and Perceived Customer Value

Arzu TUYGUN TOKLU 91-114

Tekstil ve Moda Tasarımı Lisans Programında Adobe Illustrator Eğitimi: Sektör Beklentilerine Uyumlu Ders Planı Önerisi

Adobe Illustrator Education in Textile and Fashion Design Undergraduate Program: Lesson Plan Proposal Aligned with Sector Expectations

Alev ÇIRPICI 115-136

CRITIC ve TOPSIS Yöntemleriyle Nicel Verilere Dayalı Kumaş Seçimi

Selection of Fabrics Based on Quantitative Data Using CRITIC and TOPSIS Methods

Mehmet ÇAĞLAYAN, Banu Hatice GÜRCÜM 137-156

From Craft to Concept: The Fusion of Traditional Techniques and Idea-Driven Art

Zanaatten Kavrama: Dijital Çağda Geleneksel Teknikler ile Fikir Odaklı Sanatın Bütünleşmesi

Yağmur YÖRÜK 157-174

Farklı Dikiş Desenlerinin Elektriksel Performansa Etkisi: Tekstil Tabanlı Elektrotlar Üzerine DeneySEL Bir Çalışma

The Effect of Different Stitch Patterns on Electrical Performance: An Experimental Study on Textile-Based Electrodes

Mualla Gözde ÇALIŞKAN ÇOBAN, Banu Hatice GÜRCÜM 175-194

Vitrin Tasarımında Görsel Algı Ölçütlerinin Önemi: İzmit Örneği

The Importance of Visual Perception Criteria in Storefront Design: İzmit Example

Sare EROL, Deniz DEMİRARSLAN 195-214

Mimari Tasarım Eğitiminde Enformel Uygulamalarla Yaratıcılığın Geliştirilmesi: Moda-Mimarlık Etkileşimli DeneySEL Bir Uygulama

Informal Practices in Architectural Design Education for Developing Creativity: An Experimental Study on Fashion-Architecture Interaction

Bilgehan YILMAZ, Elif ŞEN 215-234

Derleme Makaleleri (Reviews)

Giyisi Tasarımında İleri Dönüşüm Tasarım Yöntemleri

Upcycling Design Methods in Clothing Design

Gözde BURSALIGİL NORCROSS 235-260

Türk Moda Tasarımcılarının Moda-Mimari İlişkisi Kapsamında Tasarımları

Designs of Turkish Fashion Designers within the Context of the Fashion-Architecture Relationship

Emine KELEŞ, Emine NAS 261-278

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, Aydınogulları 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 eğitilmektedir. 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 gözükmemektedir (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 (Özögretmen, 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 Akademi 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). *Kızılcabölük geleneksel el dokumalarının kullanımına yönelik yeni tasarım önerileri*. A. Koyuncu (Ed.), Kızılcabölük Geleneksel Dokumalar Sempozyumu (97-101). Kızılcabölük 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%BCndek%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>

ARAŞTIRMA MAKALESİ (Research Article)

¹Arzu Tuygun Toklu,
Orcid: 0000-0003-2041-0747

¹Asst.Prof.Dr., Recep Tayyip
University, Fındıklı School of Applied
Sciences, Department of
International Trade and Logistics,
Rize, Türkiye

Sorumlu Yazar (Corresponding Author):

Arzu TUYGUN TOKLU
arzu.tuyguntoklu@erdogan.edu.tr

Anahtar Kelimeler:

Yavaş Moda, Yavaş Moda Yönelimi,
Algılanan Müşteri Değeri, Ağızdan
Ağıza İletişim, Fazla Fiyat Ödeme
İsteği

Keywords:

Slow Fashion, Consumer
Orientation to Slow Fashion,
Perceived Customer Value, Word of
Mouth, Willingness to Pay More

Sosyal Sorumlu Tüketim, Yavaş Moda Yönelimi ve Algılanan Müşteri Değeri Üzerine Bir Araştırma

A Study on Socially Responsible Consumption, Slow Fashion Orientation and
Perceived Customer Value

DOI: 10.54976/tjfdm.1710224

Alınış Tarihi (Received): 30.05.2025

Kabul Tarihi (Accepted): 16.09.2025

ÖZ

Yavaş moda; yüksek kaliteli üretimi mümkün hale getiren, daha yüksek ve dayanıklı kalitede olması nedeniyle insanların daha az satın almalarına yardımcı olan, satın alımdan elden çıkarmaya kadar süreçte uzun ömürlü olmasını mümkün kılan giyim ile ilgili kavramsal bir yaklaşımdır. Hızlı modanın olumsuz sonuçlarına karşı modada sürdürülebilirliğin çevresel ve sosyal yönlerini çözebilecek bir alternatif olarak ortaya çıkan yavaş moda fikri yerel kültürden veya yerel kaynaklardan yararlanarak, tasarımcılar, üreticiler ve tüketiciler arasındaki işbirliğini kolaylaştırarak daha az aracılığı, daha şeffaf üretim sistemlerini benimsemektedir. Yerel kalkınmayı sağlamakla birlikte ülkeler arasında uzun mesafeli taşıma gerektiren küresel üretime kıyasla karbon ayak izini önemli ölçüde azaltarak çevresel sürdürülebilirliği artırmaktadır. Bu çalışmanın amacı sosyal sorumlu tüketimin yavaş moda yönelimine, bu yönelimin de algılanan müşteri değeri ve sonuçlarına etkisini araştırmaktır. Araştırmanın verileri kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak web tabanlı anket yöntemi ile toplanmıştır. Verilerin analizinde SPSS istatistik programı ve SmartPLS yapısal eşitlik modellemesi kullanılmıştır. Elde edilen bulgulara göre sosyal sorumlu tüketim yavaş moda yönelimini etkilemektedir. Yavaş moda yönelimi yavaş modaya yönelik algılanan müşteri değeri üzerinde etkilidir. Algılanan müşteri değeri de yavaş modaya yönelik ağızdan ağıza iletişim ve yavaş moda ürünlerine yönelik fazla fiyat ödeme isteği üzerinde etkilidir. Araştırmanın sonuçları gelecek nesillere daha temiz bir dünya bırakmak için sürdürülebilirlik gündemi ile ilgilenen tüm paydaşlara bir değer sunmaktadır.

ABSTRACT

Slow fashion is a conceptual approach to clothing that enables high-quality production, helps people buy less due to higher and more durable quality, and enables long-lasting wear from purchase to disposal. The idea of slow fashion, which emerged as an alternative to the negative consequences of fast fashion that can solve the environmental and social aspects of sustainability in fashion, adopts less intermediary and more transparent production systems by taking advantage of local culture or local resources, facilitating cooperation between designers, manufacturers, and consumers. While providing local development, it increases environmental sustainability by significantly reducing the carbon footprint compared to global production that requires long-distance transportation between countries. The aim of this study is to investigate the impact of socially responsible consumption on slow fashion orientation and the impact of this orientation on perceived customer value and outcomes. The data of the research were collected with a web-based survey method using the convenience sampling method. The SPSS statistical program and SmartPLS structural equation modeling were used in the analysis of the data. According to the findings, socially responsible consumption affects consumer orientation to slow fashion. The consumer orientation to slow fashion has an effect on the perceived customer value towards slow fashion. Perceived customer value also has an impact on Word-of-mouth communication towards slow fashion and willingness to pay more for slow fashion products. The results of the research provide value to all stakeholders interested in the sustainability agenda to leave a cleaner world for future generations.

Kaynak gösterimi: Tuygun Toklu, A. (2025). Sosyal sorumlu tüketim, yavaş moda yönelimi ve algılanan müşteri değeri üzerine bir araştırma. *Turkish Journal of Fashion Design and Management*, 7(2), 91-114, <https://doi.org/10.54976/tjfdm.1710224>

How to cite: Tuygun Toklu, A. (2025). A Study on socially responsible consumption, slow fashion orientation and perceived customer value. *Turkish Journal of Fashion Design and Management*, 7(2), 91-114, <https://doi.org/10.54976/tjfdm.1710224>

Giriş

Günümüzde tüketici davranışlarını etkileyen önemli bir olgu olan moda için Gabrielle Coco Chanel “fikirlerle, yaşam tarzımızla, olan bitenle ilgili bir şeydir” derken aynı zamanda bir bakıma eleştirel olabilecek “Moda geçer kalıcı olan şey stildir” şeklinde tespitlerde bulunmuştur. Söylemler gelişirken tekstil üretimi ve kullanımı dünyada giderek artmış, bu durum iklim, su ve enerji kullanımı ile çevre üzerindeki olumsuz etkileri (Centobelli vd., 2022) belirgin hale getirmiştir.

Moda endüstrisi, hızlı moda uygulamaları ve ucuza üretilen giysiler nedeniyle çevresel bozulmaya katkıda bulunan en büyük endüstrilerden birisidir (Grazzini vd., 2021). Kısa sürede üretilen, satın alınan, kullanılan ve daha sonra elden çıkarılan giysiler yüksek miktarda kaynaklar gerektirmekte ve önemli bir çevresel etki oluşturmaktadır (Chan vd., 2020). Günümüz moda işletmelerinin çoğu, hız, yenilik, ekonomi ve sürekli değişen tek kullanımlık trendlerle karakterize edilen hızlı moda iş modelini benimsemektedir (Powell, 2021).

Hızlı moda olarak üretilen kıyafetlerin yaklaşık dörtte üçü çöpe gittiği için sürdürülebilir tüketim yapısını geliştirmede yavaş moda ve tasarruf alışverişi, hızlı moda için alternatif olarak ortaya çıkmıştır (Legere ve Kang, 2020). Burada tüketicilerin çevre sorunlarına yönelik farkındalığı arttıkça, işletmelerin sürdürülebilir üretim süreçlerine yönelmelerinin zorunlu bir ihtiyaç haline geldiği tespit edilmektedir (Blasi vd., 2020). Giyim endüstrisi, giyinmenin sürdürülebilirlik üzerindeki etkisi konusunda endişeli olmakla birlikte, sürdürülebilirlik yaklaşımı büyük ölçüde çevre dostu malzeme seçimi (Ninimaki ve Hassi, 2011) veya tüketicilerin organik olarak yetiştirilen pamuktan yapılmış giysilere, giyim bağışına ve geri dönüşüme yönelik tutumlarını ve davranışlarını anlamakla sınırlı kalmıştır (Goworek, 2011).

Hızlı moda, genellikle tüketici talebine hızla yanıt veren moda ürünlerini hızla üretmede verimli bir tedarik zinciri oluşturan bir iş stratejisi iken resmi bir tanımı olmayan yavaş moda bunun tam tersidir, genellikle hızla değişen moda eğilimlerine yanıt vermeyen uzun ömürlü giysiler üreten perakendecilere verilen bir tanımlamayı ifade etmektedir (Watson ve Yan, 2013). Burada yavaş moda kavramı sadece tasarım klasiklerini içeren bir iş değildir, teslim süreleriyle üretim yapma da değildir, burada yavaş moda günümüz sektöründe var olan hızlı moda değer ve uygulamalarından açık bir şekilde kopuştur (Fletcher, 2007).

Yavaş moda, moda sektöründe günümüze kadar farklı değerlere ve hedeflere dayanan bir sürdürülebilirlik vizyonunu temsil etmekle birlikte temel olarak çevresel sürdürülebilirliğin sınırından daha geniştir (Watson ve Yan, 2013). Gelişen farkındalık ile tüketiciler satın alma davranışlarını düzenlediklerinde, ortaya çıkan atıkları azaltıp giyimin yaşam döngüsünü uzatarak ahlaki açıdan tatmin elde edebilirler (Lo vd., 2019). Bu nedenle, tüketicilerde oluşan sürdürülebilirlik taleplerine uyum sağlama yeteneğini

geliştiren işletmelerin uzun vadede başarılı olma olasılığı daha yüksektir (White vd., 2019).

Bu çalışmanın amacı tüketicilerin yavaş modaya yönelik tutumlarını araştırmaktır. Tüketici farkındalıklarının gelişmesi tüketici tutum ve davranışlarında değişimlere yardımcı olabilir. Türkiye tekstil sektöründe dünyada önemli üreticiler arasındadır. Son yıllardaki yüksek enflasyonla ekonomide yaşanan olumsuzluklar göz ardı edildiğinde, rakiplerine göre rekabet avantajına sahip olması nedeniyle Türkiye bir üretim üssüdür. Ancak bunun çevresel anlamda olumsuzluklar barındırdığı bir gerçektir.

Literatürde yapılan araştırmalar incelendiğinde Türkiye’de konunun akademik olarak yeterince araştırılmadığı izlenimi ortaya çıkmaktadır. Bu çalışma ile yeni gelişen bir kavram olan sosyal sorumlu tüketimin yavaş modaya yönelik tüketici davranışı incelenmekle birlikte literatürdeki konu ile ilgili boşluğu doldurmaya destek olunması amaçlanmaktadır. Elde edilen bulgular aynı zamanda paydaşların karar alım süreçlerine bilgi desteği sunabilir.

Araştırmanın sonraki bölümleri şu şekildedir. Kavramsal çerçeve ve hipotez geliştirme kapsamında sosyal sorumlu tüketimin yavaş moda yönelimi ile ilişkisi, bunun da algılanan müşteri değerine etkisi ve bu yavaş modanın oluşturduğu değerın ağızdan ağıza iletişim ve yüksek fiyat ödeme niyetine etkisi incelenmektedir.

Kavramsal Çerçeve

Giyim sektöründe yavaş hareketi, ilk olarak Fletcher (2007) tarafından ortaya atılan 'yavaş moda' terimiyle başlamıştır. Fletcher’a (2007) göre hızlı moda açgözlülükle ilgilidir, yavaşlamanın ve niceliği niteliğe tercih etmenin gerçek maliyetini düşünmenin zamanı gelmiştir.

Yavaş moda, hızlı moda (FF) endüstrisinin öncülük ettiği mevcut aşırı tüketim kültürüne ve bu endüstrinin desteklediği tüketim uygulamalarına karşı bir hareket olarak ortaya çıkmıştır. Yavaş moda, işletme düzeyinde yavaş üretim (örneğin kalite, işçilik) ve tüketici düzeyinde yavaş (veya bilinçli) tüketim ve elden çıkarma davranışını kapsamaktadır (Ertekin ve Atik, 2015). Yavaş moda, tüketicilerin gerçekleştirdikleri satın alma, kullanma ve elden çıkarma davranışlarının sorumluluğunu (veya sorumsuzluğunu) göz önünde bulundurmaya teşvik etmektedir. Tüketici tarafında yavaş tüketim yoluyla yavaş moda hareketine katılım, nicelikten kalite odaklı tüketime geçişi, alternatif perakende formatlarına (örneğin, ikinci el pazarı) katılma isteğini ve kullanılmış giysileri vicdani bir şekilde elden çıkarma taahhüdünü kapsamaktadır (Jung ve Jin, 2016a).

Tüketici yavaş moda yönelimi ölçeğinin oluşturulmasında kavramsal olarak beş boyuttan yararlanılmıştır. Bu boyutlar; eşitlik, özgünlük, işlevsellik, yerellik ve son olarak münhasırlık (tek) olarak tanımlanmıştır (Jung ve Jin, 2014).

Sosyal Sorumlu Tüketim

Yavaş moda yaklaşımı moda endüstrisinde yeni, sürdürülebilir ve sorumlu üretim önlemlerinin benimsenmesini önceleyerek mevcut üretim ve tüketim kalıplarını değiştirmeyi içermektedir (Legere ve Kang, 2020). Yavaş moda, giyim eşyalarında çevresel, sosyal ve etik açıdan sorumlu uygulamalara sahip olmayı ifade etmektedir (Sung ve Woo, 2019). Yavaş moda ile nicelikten çok bilinçli tüketim ve kalite vurgulanırken yavaş moda modelini tercih eden tüketiciler, etik ve sürdürülebilir uygulamalara, çevre yönetimine ve sosyal adalete bağlılık ile yönlendirilen dayanıklı ve uzun ömürlü gardıroplara olan tercihleriyle öne çıkmaktadırlar (Ramani 2025).

Bu arada sosyal sorumlu tüketici, çevre üzerinde olumlu (veya daha az olumsuz) etki sahibi olduğu algılanan ürün ve hizmetleri satın alan veya olumlu yönde sosyal değişimi etkileme çabasına sahip olan işletmeleri destekleyen kişidir (Pauluzzo ve Mason, 2021).

Diğer taraftan kapitalist toplumda statünün işareti, materyalizm ve mal bulundurma ile ilgilidir, ancak günümüzde tüketiciler fazla tüketimleri nedeniyle suçlu olabildikleri için sosyal statü değişmektedir (Lindenmeier vd., 2017). Tüketicilerin artan iklim farkındalığı ve moda endüstrisinin çevreyi bozması, küresel ısınmaya neden olması, nicelikten ziyade tutumlu tüketimin yeni statü olarak kabul edilmesinin bu değişimde etkili olduğu söylenebilir. (Castagna vd., 2022). Çevre ile ilgili somut bir örnek olarak tekstil endüstrisi verilebilir. Üretim sırasında boyama ve bitirme (cilalama) işlemlerinin küresel su kirliliğinin %20'sinden sorumlu olduğu tahmin edilmektedir. (Kant, 2012).

Behling (1985), toplumun yaş ortalaması ve ekonomik durumunun modanın kabul edilme hızını etkileyebileceğini öne sürmektedir. Toplumun ortalama yaşı düşüğe, moda aşağıdan (sokaklardan) yukarıya doğru etki ederken, ortalama yaş yükseğe bunun tam tersi durum söz konusudur. Ekonominin gelişimindeki yukarı yönlü bir eğilim, moda kabulünün hızında artış şeklinde ortaya çıkmaktadır (Watson ve Yan, 2013). Genç, yetişkin tüketici, moda seçimleri söz konusu olduğunda akran baskısına daha fazla maruz kalırken sorumlu, etik tüketim davranışını sergileyecek olgunlukta olmayabilir. Ancak, ileri yaştaki tüketiciler istenmeyen giyecekleri atmak yerine yardım yaparak, tekrar kullanımını sağlayarak daha sorumlu bir davranış gösterebilmektedir (Joung, 2014).

Son zamanlarda çevredeki kirlilik ve katı atık sorunlarının artışı ile birlikte hızlı modanın olumsuz yönüne yönelik gelişen tüketici bilinci, moda endüstrisinde sürdürülebilirliğe daha fazla odaklanmayı beraberinde getirmiştir. (Moisander ve Personen, 2002). Sürdürülebilirlik konusunda olumlu tutuma sahip tüketiciler hızlı modadan kaçınma eğilimindedir. Sürdürülebilir giyim tüketimi tutumu, çevre dostu olan ve kaynakların israfını önleyen giyim tüketimi zihniyetini ifade etmektedir (Connell ve Kozar, 2014). Bu bağlamda sürdürülebilir giyim tüketimi, çevre üzerinde en az zarara sahip giyim tüketimini gerektirmektedir (Eder-Hansen vd., 2012). Bu teorik temele dayanarak sosyal sorumlu tüketim anlayışı yavaş moda yöneliminin gelişmesinde etkili olabilir.

Yavaş Moda Yönelimi

Sektördeki yeni bir sürdürülebilirlik hareketi olan yavaş moda, tüketicilerin zihniyetlerini nicelikten niteliğe kaydıran, insanları daha az sıklıkta yüksek kaliteli ürünler satın almaya teşvik eden sosyal bilinçli bir harekettir (Jung ve Jin, 2014).

Yavaş modaya yönelik tüketici yönelimine göre tüketiciler kişisel değerleri, giyim tüketim davranışları ve demografik özellikleri temelinde dört gruba ayrılmaktadır (Jung ve Jin, 2016a). Bunlar: yavaş modaya yüksek oranda dâhil olanlar, geleneksel olanlar, ayrıcalıklılık yönelimli olanlar ve yavaş modaya düşük oranda dâhil olanlardır. Yavaş moda yöneliminin alt boyutları eşitlik özelliği, özgünlük özelliği, işlevsellik özelliği, yerellik özelliği ve münhasırlık (teklik) özelliğidir. Bu özellikler yavaş modanın çevresel sürdürülebilirlikten daha geniş bir kavram olduğunu açıkça göstermektedir (Jung ve Jin, 2014).

Eşitlik (adillik) özelliği

Eşitlik özelliği, tüketicilerin adil ticarete olan yönelimini, çalışanlar için adil kazancı ve üreticiler için adil bir çalışma ortamını ifade etmektedir. Düşük hızlı üretim aracılığı ile düzenli çalışma garanti edilmekte ve yavaş moda ile daha iyi çalışma koşulları, daha iyi yaşam kalitesi, işçiler için adil bir ücret amaçlanmaktadır. Bu nedenle, üretici adaleti konusunda kaygı duyan tüketiciler, yavaş moda ürünlerini artan bir değer (örneğin, sosyal ve fiyat) olarak algılayabilirler (Jung ve Jin, 2016b). Hızlı moda işletmelerinin, faaliyet gösterdikleri dünyanın birçok yerinde elde edecekleri kârı daha fazla önemsedikleri, insan güvenliği ve yaşam değerini ise göre yeterince öncelikli hale getirmediikleri, tarihin en ölümcül hazır giyim fabrikası kazası olan 23 Nisan 2013'te Bangladeş'in Dakka kentindeki Rana Plaza felaketi ile ortaya çıkmıştır (Webster, 2019). Yaşanan bu felaket, giyim endüstrisi tarafından sürdürülen insan temelli etik konular hakkında ana akım farkındalığının artmasına neden olmuştur (Magnuson vd., 2017). Yavaş modanın sosyal eşitlik yönü, yavaş üretimin iyileşmesiyle birlikte ortaya çıkması gereken işletmelere yönelik bir sorumluluktur (Jung ve Jin, 2016a). Bu temelde araştırmanın hipotezi şu şekilde ifade edilebilir:

H₁: Sosyal sorumlu tüketim anlayışı yavaş moda yöneliminin eşitlik özelliğini etkiler.

Özgünlük özelliği

Özgünlük temelde gerçek ve/veya doğru olandır (Newman ve Dhar, 2014). Özgünlük makinelerle aynı ürünleri üretmenin aksine, tüketicilerin geleneksel işçilik ve hazır giyim yapım yöntemleriyle yapılan giysilere yönelik yönelimi içermektedir. Ürünün yapım süreci, zanaatkarların orijinal mekik tezgâhlarını ve geleneksel üretim yöntemlerini kullanan el emeğine dayanmaktadır. Her bir ürünün orijinal olduğunu belirtmek için, giysiye elle damgalanmış benzersiz bir seri numarası verilmektedir. Bu, orijinallliği önemseyen tüketiciler için önemlidir. Böylece tüketiciler yavaş moda ürünlerinde daha fazla değer (örneğin, kalite ve fiyat) algılayabileceklerdir (Jung ve Jin, 2016b).

Yavaş modada özgünlük boyutu, son derece ustalık ve zanaat tabanlı üretim yöntemleri, her parçaya harcanan zaman ve bir ürünün son tüketiciye kadar olan yolculuğunun arkasındaki hikâye ile ürünlere katma değeri içermektedir (Jung ve Jin, 2014; 2016a). Özgünlük konusunda olumlu bir yönelim sergileyen katılımcılar, seri üretime kıyasla yavaş üretim sürecinin değerini de kabul edebilir ve satın alma kararları verirken bu tekniklere değer atfedebilir. Dahası, özgünlüğe değer veren tüketicilerin kıyafetlerine duygusal bağlar kurma olasılıkları daha yüksek olabilir. Bu bağlar, tüketicilerin dikkatli bir şekilde kullanma, bakım ve elden çıkarma olasılığını artırabilir (Cavender vd., 2021). Bu temelde araştırmanın hipotezi şu şekilde ifade edilebilir:

H₂: Sosyal sorumlu tüketim anlayışı yavaş moda yöneliminin özgünlük özelliğini etkiler.

İşlevsellik Özelliği

İşlevsellik, giysinin faydasını en üst düzeye çıkarma şeklinde kavramlaştırılmaktadır (Jung ve Jin, 2014). İşlevsellik, moda ürününün kullanılabilirliğini en üst düzeye çıkarmakla ilgili olan özelliğidir, bir ürünün çok yönlülüğü, estetik ve malzeme uzun ömürlülüğü ve servis edilebilirliğinin değeridir (Legere ve Kang, 2020). İşlevsellik özelliği müşterilerin memnuniyetlerini artırabilir ve olumlu algılanan değer yaratmaya katkıda bulunabilir (Park vd., 2017). Bu temelde araştırmanın hipotezi şu şekilde ifade edilebilir:

H₃: Sosyal sorumlu tüketim anlayışı yavaş moda yöneliminin işlevsellik özelliğini etkiler.

Yerellik Özelliği

Yerellik, yerel kaynakları kullanırken tüketicinin yerel olarak üretilen ürünlere odaklanması özelliğidir (Şener vd., 2019). Yerellik, yavaş modada sürdürülebilir kalkınmanın teşvik edilmesini, çeşitliliğin ve kültürlerin korunmasını, yerel toplulukların desteklenmesini vurgulayan ilkedir. Nihai hedefi, hem yerel topluluklara hem de çevreye fayda sağlayan sürdürülebilir ve etik moda uygulamalarını korumak ve teşvik etmektir (Liu vd., 2022).

Yerellik ve özgünlük, yerel kaynaklara ve geleneksel üretim yöntemlerine öncelik vererek, tüketicilerin yerel ekonomiyi desteklemelerini ve kültürü korumalarını sağlayarak toplulukları ve onların geleneksel değerlerini tatmin edebilir (Benhissi ve Hamouda, 2025). Bu temelde araştırmanın hipotezi şu şekilde ifade edilebilir:

H₄: Sosyal sorumlu tüketim anlayışı yavaş moda yöneliminin yerellik özelliğini etkiler.

Ayrıcalıklı (münhasırlık, teklik) Özelliği

Münhasırlık tüketicilerin seçkinlik ve saygınlık arzusuna hitap eder (Benhissi ve Hamouda, 2025). Yavaş moda tüketicilerinin sürdürülebilirliğe dayalı olarak satın almaları, özel ve zamansız ürünleri elde etme arzusuna dayalı olarak, nicelikten ziyade kaliteyi (niteliği) potansiyel olarak tutumlu (israf etmeyen) bir tüketim anlayışı görmesiyle gerçekleşir (Castagna vd., 2022). Yavaş moda, diğerlerinden farklılaşmak ve yalnızca mevcut moda ürünleriyle modada ayrıcalıklı olmaya (özgünlüğüne, tekliğine)

ulaşmak isteyen kişilere hitap edebilir (Jung ve Jin, 2014). Bu temelde araştırmamanın hipotezi şu şekilde ifade edilebilir:

H₅: Sosyal sorumlu tüketim anlayışı yavaş moda yöneliminin münhasırlık özelliğini etkiler.

Algılanan Müşteri Değeri

Algılanan müşteri değeri, tüketicinin ürünün faydasına ilişkin genel değerlendirmesi olarak tanımlanır, tüketiciler aldıkları faydaları (kalite, rahatlık, vb.) vermeleri gerekenlerle (para, zaman vb.) karşılaştırarak bu değerlendirmeyi yapmaktadırlar (Zeithaml, 1988). Algılanan müşteri değeri rakiplerle fayda ve maliyet karşılaştırmasının değerlendirilmesine dayanmaktadır (Kotler ve Armstrong, 2011).

Tüketici satın alma davranışında algılanan müşteri değeri, ürün seçiminde belirleyici bir faktördür. Değer; işletmeler tarafından değil, müşteriler tarafından algılanır ve kararlaştırılır (Bai vd., 2016). Bu noktada işletmeler müşterilerinin oldukça güçlü olduğunu ve yalnızca yüksek tatmin edici deneyimler sağlayabilen üstün değere sahip teklifleri satın alacaklarını çok iyi bilmektedirler (Flint vd., 2011). Bu nedenle işletmeler müşterilerine daha fazla fayda ve daha az masraf sağlayarak daha fazla değer sunmalıdır. Bunu başaramamak, işletmelerin rekabet avantajı elde etme olasılığını kaybetmesine ve müşterilerin yeni alternatifler aramasına yol açacaktır (Itani vd., 2019).

Özel ürün değeri sunmak, yavaş moda için müşteri değeri yaratmada önemli ölçüde kritiktir ve müşteri değeri, sırayla, tüketicilerin satın alma niyetlerini olumlu şekilde etkilerken, ilave olarak, ileri analizler farklı yavaş moda niteliklerinin müşteri değerini belirgin şekilde etkilediğini ortaya koymaktadır (Jung ve Jin, 2016b). Buna göre yavaş moda yönelimin alt boyutları olan adillik, özgünlük, işlevsellik, yerellik ve ayrıcalıklık özellikleri algılanan müşteri değerinde etkili olabilir. Bu temelde araştırmamanın hipotezi şu şekilde ifade edilebilir:

H₆: Adillik özelliği algılanan müşteri değerini etkiler.

H₇: Özgünlük özelliği algılanan müşteri değerini etkiler.

H₈: İşlevsellik özelliği algılanan müşteri değerini etkiler.

H₉: Yerellik özelliği algılanan müşteri değerini etkiler.

H₁₀: Ayrıcalıklık özelliği algılanan müşteri değerini etkiler.

Ağızdan Ağıza İletişim

İlişki pazarlaması kavramı, müşterilerle kaliteli ilişkiler geliştirmenin ve bunu sürdürmenin müşteri ile işbirliği, ağızdan ağıza iletişim ve satış performansı gibi işletme için olumlu sonuçlara yol açacağı varsayımına dayanmaktadır (Palmatier vd., 2006).

Tüketicilerin karar verme sürecindeki kritik faktörden biri olan ağızdan ağıza iletişim, bir marka, ürün, kuruluş veya hizmetle ilgili gayri resmi kişilerarası iletişimidir (Harrison-

Walker, 2001). Bireylerin belirli bir deneyime karşı güçlü duyguları olduğunda (Yavaş moda, küresel ısınma vb.), diğer tüketicileri belirli bir davranışta bulunmaya motive edebileceği bir durum geliştiğinde ağızdan ağıza iletişim ortaya çıkmaktadır (Moise vd., 2019). Böylece ağızdan ağıza iletişim deneyimleri başkalarıyla paylaşmaya motive edebilmektedir (Werthner ve Ricci, 2004). Burada tüketiciler ürün kalitesi ve özellikleri hakkında bilgi edinmek için ağızdan ağıza iletişime başvurmaktadır (Joshi ve Musalem, 2021). Çünkü aile, arkadaşlar ve tanıdıklarla yapılan konuşmalar markalarla ilgili deneyimleri içermeye eğilimindedir (Sun ve Qu, 2011). Bu nedenle ağızdan ağıza iletişim tüketicilerin davranış değişikliklerinde etkilidir (Castagna vd., 2022).

Ağızdan ağıza iletişim, algılanan müşteri değerinin önemli bir sonucudur. Algılanan müşteri değeri ile memnuniyet, bağlılık, olumlu ağızdan ağıza iletişim ve diğer davranışsal niyetler arasında olumlu ilişkiler vardır (Vieira, 2013). Algılanan müşteri değeri karar vermedeki kritik işlevinin yanı sıra, müşterilerin ürünün veya hizmetin değerini değerlendirdiği ve memnuniyetlerini, tekrar satın alma niyetlerini ve ağızdan ağıza iletişimini belirleyen satın alma sonrası aşamada da önemli bir işlevi sağlamaktadır (Leroi-Werelds, 2019). Bu temelde araştırmanın hipotezi şu şekilde ifade edilebilir:

H₁₁: Algılanan müşteri değeri ağızdan ağıza iletişimi etkiler.

Yüksek Fiyat Ödeme Niyeti

Fiyat, tüketicilerin alışveriş kararı vermesinde önemli faktörlerden biri (Chi, 2015) iken yüksek fiyat ödeme isteği ya da primli fiyat ödeme isteği, bir tüketicinin bir ürün için ortalama fiyata kıyasla daha yüksek bir fiyat ödemeye istekli olmasıdır.

Tüketici satın alma kararlarında çevresel etkiye ilişkin farkındalığın giderek artması (Ogiemwonyi vd., 2023) nedeni ile daha fazla tüketici ürün seçimlerinde sürdürülebilirliği göz önünde bulundurmakta ve bazıları çevre dostu ürünler için daha fazla ödeme yapmaya istekli olabilmektedir (Boccia vd., 2024). Sürdürülebilir malzemelerden ve/veya sürdürülebilir üretim prosedürleriyle yapılan ürünler daha pahalı olma eğilimindedir, ancak tüketiciler çevre korumayı değerli olarak algılasa ve sürdürülebilir ürünlerin tüketiminin çevrenin korunmasına katkıda bulunduğuna inanırlarsa çevre dostu ürünler için daha yüksek fiyat ödemeye istekli olabilirler (Presley ve Meade, 2018). Moda sektörünün küresel çevre kirliliğine önemli ölçüde katkıda bulunduğu, giyim üretimi ve taşımacılığının büyük miktarda sera gazı emisyonu ürettiği açık olduğundan, araştırmalar günümüzde yüksek sürdürülebilirlik içeriğine sahip giysiler için daha yüksek fiyatlar ödemeye daha istekli olan tüketici sayısının arttığını göstermektedir (Centobelli vd., 2022).

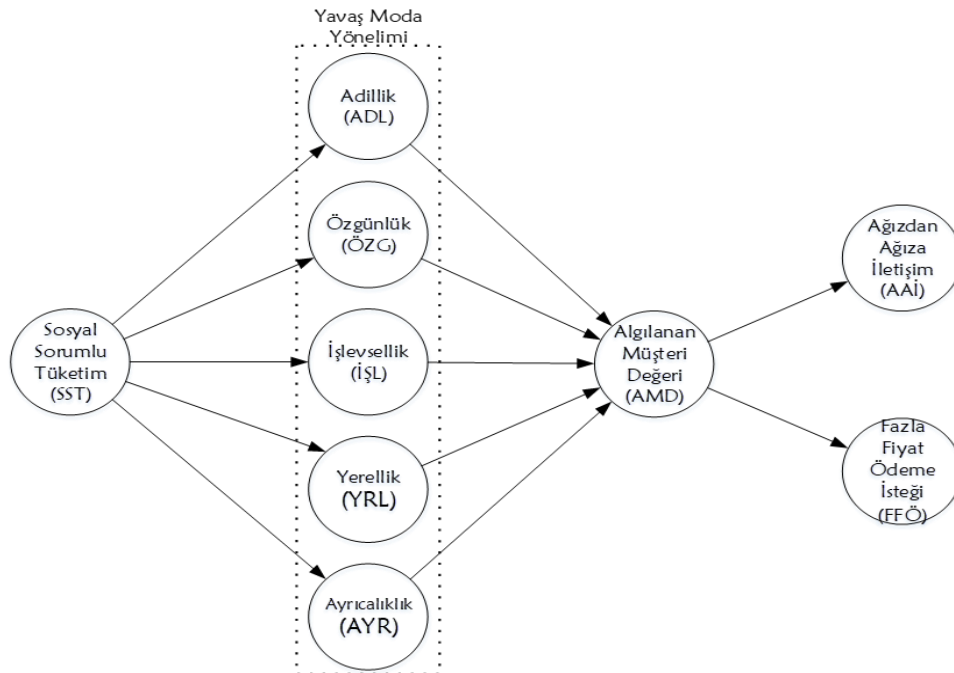
Tüketiciler yavaş moda ürünlerinin uzun ömürlü ve klasik tasarımlarıyla birçok kombine kullanılabileceğini fark ettikleri için bu ürünleri yüksek fiyatlarına rağmen ekonomik olarak değerli algılamaktadır (Şener vd., 2019). Aynı zamanda yavaş moda alışverişi yapanların daha az kıyafet satın aldığı ve kaliteye daha fazla odaklandığı (Jung

ve Jin, 2016b) da belirtilmektedir. Algılanan müşteri değerinden dolayı tüketicilerde yavaş moda ürünlerine yönelik yüksek fiyat ödeme niyeti olabilir.

Müşteri değeri satın alma niyetini etkilemekle birlikte yüksek müşteri değeri satın alma niyetini doğrudan artırmaktadır (Hakim ve Susanti, 2017). 1980'ler ve 1990'larda tüketiciler sadece modaaya uygun kıyafetler satın alma eğiliminde iken günümüz tüketicileri genellikle daha değer odaklıdır, yani sadece modaaya uygun değil aynı zamanda birçok yönden faydalı kıyafetleri talep etmektedir (Castelo ve Cabral, 2017). Yavaş modanın algılanan müşteri değeri üzerindeki olumlu etkisi göz önüne alındığında, tüketiciler ürünleri yavaş modadan satın alabilmekte ve daha yüksek fiyata razı olabilmektedir (Şener vd., 2019). Bu temelde araştırmanın hipotezi şu şekilde ifade edilebilir:

H₁₂: Algılanan müşteri değeri yüksek fiyat ödeme isteğini etkiler.

Literatürdeki ilgili çalışmaların incelenmesi sonucunda, araştırmada kullanılacak modelin teorik temelleri ve değişkenler arasındaki ilişkiler yukarıda özetlenmiştir. Araştırman modelinin oluşturulmasında Jung ve Jin'in (2016b) çalışmasından esinlenilmiştir. Mevcut modeldeki değişkenlere öncül olarak sosyal sorumlu tüketim değişkeni eklenmiştir. Modeldeki ardıl değişken olan satın alma niyeti yerine ağızdan ağıza iletişim değişkeni tercih edilmiştir. Bu kapsamda sosyal sorumlu tüketimin yavaş moda yönelimine, bunun da algılanan müşteri değerine etkisi incelenmiştir. Algılanan müşteri değeri ile ağızdan ağıza iletişim ve yüksek fiyat ödeme isteği ile ilişkisi de model kapsamında araştırılmıştır. Şekil 1. yukarıda verilen hipotezleri gösteren kavramsal modeli şematik olarak göstermektedir.



Şekil 1. Önerilen Araştırma Modeli

Figure 1. Proposed Research Model

Araştırma Yöntemi

Örneklem

Araştırma Rize’de yapılmıştır. Araştırmada, zaman ve maliyet kısıtı nedeni ile kolayda örnekleme yöntemi kullanılmış, katılımcılara anketler uygulanarak veriler toplanmıştır. Elde edilen verilerden nitelikli olan 255 veri ile analizler tamamlanmıştır.

Ölçekler

Araştırmanın değişkenleri için literatürde güvenilirlik ve geçerliliği doğrulanmış ölçeklerden yararlanılmıştır. Sosyal sorumlu giyim ile ilgili olarak üç sorulu ölçek için Schlaile vd.’nden (2018) uyarılama yapan Cavender vd.’nin (2021) ölçeğinden yararlanılmıştır. Yavaş moda yönelimini ölçmek için Jung ve Jin’in (2014) çalışması kullanılmıştır. Ölçek her biri üç soruyu içeren eşitlik (adillik), özgünlük, işlevsellik, yerellik ve ayrıcalıklı (münhasırlık, teklik) olmak üzere beş boyuta sahiptir. Tüketicilerin yavaş moda ürünlerine yönelik fazla fiyat ödeme isteğini ölçmek için Castaldo vd.’nin (2009) çalışmasındaki üç sorulu ölçekten yararlanılmıştır.

Ağızdan ağıza iletişim ile sürdürülebilir modayı başkalarına tavsiye ile ilgili olarak üçer soru içeren Salem ve Alanadoly’nin (2021) ölçeği kullanılmıştır. Ölçek soruları İngilizce’den Türkçe’ye çevrilmiş, anlamlılığı kontrol edilerek çalışmanın özüne uygun şekilde uyarlanmıştır. Anket formuna demografik değişkenler de eklenerek sorulara son şekli verilmiştir. Katılımcıların sorulara ne düzeyde katıldıklarını ölçmek için 5 puanlı Likert ölçeği kullanılmıştır. Burada her bir soruya 1 ile 5 arasında (1=kesinlikle katılmıyorum - 5=kesinlikle katılıyorum) derecelendirme yapmaları istenmiştir. Anket formu hazırlandıktan sonra anlaşılabilirliğini doğrulamak amacıyla ön test uygulanmıştır. Alınan geri bildirim temelinde forma son şekli verilerek tüketicilere uygulanmaya hazır hale getirilmiştir. Sonrasında kolaylık olması için anket formu Web tabanlı uygulamaya aktarılmıştır. Tablo 1 araştırmada kullanılan ölçek sorularını göstermektedir.

İstatistiksel Analizler

Verilerin tanımlayıcı istatistikleri için SPSS istatistik programı kullanılmıştır. Araştırma modelinin test edilmesi için de Kısmi En Küçük Kareler Yapısal Eşitlik Modellemesi SmartPLS tercih edilmiştir. Bu analiz yönteminin artı özelliği verilerde normal dağılıma ihtiyaç duymaması ve az sayıda örnekleme isabetli sonuçlar elde edebilmesidir (Hair vd., 2014). Analiz için minimum örneklem sayısı şartının sağlanması gerekir. Bunun için Hair vd. (2014) “on katı kuralı”nı (ten times rule) öne sürmektedir. Buna göre en az örneklem sayısını hesaplamak için en çok ok işaretine sahip değişkenin ok sayısının 10 katı alınmalıdır. Bu durumda 255 verinin minimum örneklem sayısını rahatlıkla sağlandığından PLS yol modelinin tahmini yapılabilir. Ölçüm modeli ve yapısal modelin doğrulanması gerekmektedir. Ölçüm modelini doğrulamada güvenilirlik için faktör yükleri, içsel tutarlılık (internal consistency) için Cronbach’s alfa katsayısı ve birleşik

güvenilirlik (composite reliability), yakınsak geçerlilik (convergent validity) için ortalama çıkarılan varyans (AVE) ve ıraksak geçerliliği (discriminant validity) için Fornell-Larcker kriteri ve Heterotrait-Monotrait (HTMT) analizleri kullanılmıştır. Varyans Enflasyon Faktörü (VIF) ise yapısal modeldeki çoklu doğrusallık için kullanılmıştır. Analizin sonunda modeldeki yapılar arasındaki etkiler araştırılmıştır.

Tablo 1. Anket Maddeleri

Table 1. Survey Items

Yapı	Madde
Sosyal Sorumlu Tüketim (SST)	SST1. Giyim şirketlerinin sürdürülebilirlik girişimlerinin (örn. çevresel, sosyal) olup olmadığını bilmek satın alma kararlarımı etkiliyor SST2. Giyim ve giyimle ilgili ürünlerin daha sosyal sorumluluk sahibi bir tüketicisi olmak istiyorum (yani satın alma, kullanma, elden çıkarma) SST3. Giyim ve giyimle ilgili ürünlerin daha sosyal sorumluluk sahibi bir tüketicisi olmak için ne yapmam gerektiğini biliyorum (satın alma, kullanma, elden çıkarma)
Yavaş Moda Yönelimi	ADL1. Giysi satın alırken giyim üreticilerinin çalışanlarına adil maaş vermesi benim için önemlidir ADL2. Giysi satın alırken üreticilerin adil ticaret yapmalarını benimserim. ADL3. Giysi satın alırken üreticilerin çalışanlarına sağladığı çalışma koşulları benim için önemlidir ÖZG1. Geleneksel tekniklerle üretilen giysilere değer veriyorum ÖZG2. Giysilerde işçiliğin kalitesi çok önemlidir ÖZG3. El yapımı giysiler seri üretim olanlardan daha değerlidir İŞL1. Genellikle aynı giysileri birden fazla şekilde giymekten hoşlanırım İŞL2. Giysileri hemen elden çıkarmaktansa mümkün olduğunca uzun süre saklama eğilimindeyim İŞL3. Basit ve klasik tasarımları tercih ediyorum. YRL1. Yurtdışında üretilen giysilerden ziyade Türkiye’de üretilen giysileri satın almayı tercih ediyorum YRL2. Yerel olarak üretilen malzemelerden yapılan giysilerin daha değerli olduğuna inanıyorum YRL3. Türkiye’deki giyim markalarını desteklemeliyiz AYR1. Sınırlı sayıda üretilen giysiler benim için özel bir çekiciliğe sahiptir AYR2. Nadir (az, seyrek bulunan) olan giyim eşyalarına çok ilgi duyuyorum AYR3: Başkalarının sahip olmadığı kıyafetlere sahip olmaktan hoşlanıyorum
Yavaş Modaya Yönelik Algılanan Müşteri Değeri (AMD)	AMD1. Yavaş moda benim zevk alacağım bir şeydir. AMD2. Yavaş moda tutarlı bir kaliteye sahiptir. AMD3. Yavaş moda makul fiyatlıdır. AMD4. Yavaş moda kendimi sosyal olarak kabul edilebilir hissetmeme yardımcı olur
Fiyat Primi (Daha Fazla Fiyat) Ödeme İsteği (FFÖ)	FFÖ1. Daha pahalı olsalar bile yavaş moda ürünlerini satın almak bana akıllıca geliyor FFÖ2. Diğer markalar fiyatlarını düşürse bile yine de yavaş moda ürünlerini satın alırım FFÖ3. Yavaş moda ürünleri için daha yüksek fiyat ödemeye hazırım.
Ağızdan Ağıza İletişim (AAİ)	AAİ1: Sürdürülebilir moda hakkında diğer insanlara olumlu şeyler söylüyorum AAİ2: Tavsiyemi arayan birine sürdürülebilir modaı öneriyorum AAİ3: Arkadaşlarımı ve akrabalarımı sürdürülebilir modaı başkalarına tavsiye etmeye teşvik ediyorum

Araştırma Bulguları

Tablo 2. katılımcıların demografik istatistiklerini sınıflandırmaktadır. Katılımcıların %65,1'i kadın, %34,9'u erkektir. Katılımcıların %64,3'ü 18 ile 25, %16,9'u 26 ile 35, %11,4'ü 36 ile 45, %4,7'si 46 ile 55 arasında, %2,8'i ise 56 yaş ve üzerindedir. Katılımcıların %29'u evli, % 71'i bekârdır. Katılımcıların %25,1'i liseye kadar eğitim derecesine sahip iken %26,3'ü üniversite mezunu ve % 48,6'sı da halen öğrencidir. Katılımcıların gelir durumunu ölçmek için "1" düşük ve "5" yüksek olmak üzere "5" Aralıklı ölçek kullanılmıştır. Burada 5=Giderlerimizin tümünü karşılayabilir ve para biriktirebiliriz, 4=Giderlerimizin tümünü karşılayabiliriz, 3= Giderlerimizin tamamını karşılayamasak da bir kısmını karşılayabiliriz, 2=Sadece temel ihtiyaçların karşılanmasını sağlar ve "1" ise Yetersiz olmayı ifade etmektedir. Buna göre katılımcılar gelir durumlarını %7,1'i 5, %33,7'si 4, %50,2'si 3, %7,5'i 2 ve %1,6'sı da "1" olarak belirtmiştir. Bu durumda katılımcıların çoğu 18-25 yaş aralığında, öğrenci, orta gelir düzeyinde, bekâr ve kadındır.

Tablo 2. Katılımcıların Demografik Özellikleri
Table 2. Demographic Characteristics of Participants

Demografik Özellikler (N=255)	f	%
<i>Cinsiyet</i>		
Kadın	166	65,1
Erkek	89	34,9
<i>Yaş</i>		
18-25	164	64,3
26-35	43	16,9
36-45	29	11,4
46-55	12	4,7
56 ve üzeri	7	2,8
<i>Medeni Durum</i>		
Evli	74	29,0
Bekâr	181	71,0
<i>Eğitim Durumu</i>		
Lise	64	25,1
Üniversite	67	26,3
Halen öğrenci	124	48,6
<i>Gelir Durumu</i>		
1	4	1,6
2	19	7,5
3	128	50,2
4	86	33,7
5	18	7,1

Ölçüm Modeli

Modelin kalitesi ile ilgili prosedür temelinde, modelin güvenilirlik, iç tutarlılık, yakınsak ve ıraksak geçerlilikleri gözden geçirilmiştir. Faktör yükleri 0,700'un üzerinde olduğu için tüm sorular analizde tutulmuştur. İşlevsellik hariç tüm ölçeklerin Cronbach'ın Alpha (CA) değeri ve birleşik güvenilirlik değerleri 0,700 limitinin üzerinde olduğundan yapıların iç tutarlılığı kabul edilmiştir. Burada işlevsellik ölçeğinin CA değeri 0,659 olmasına rağmen birleşik güvenilirlik (CR) değeri 0,812 olduğu için içsel tutarlılık doğrulanabilmektedir. Ölçeklerin AVE değerleri de 0,500 limit değerinin üzerinde olduğu için kabul edilmiştir. Tablo 3. Ölçüm modelinin sonuçlarını göstermektedir.

Tablo 3. Ölçüm Modeli Sonuçları
Table 3. Measurement Model Results

Yapı / Ölçüm Maddeleri	Faktör Yüğü	CA (α)	CR (Rho-A)	CR (Rho-C)	AVE
Sosyal Sorumlu Tüketim (SST)		0,859	0,860	0,914	0,780
SST1	0,873				
SST2	0,904				
SST3	0,872				
Adillik (ADL)		0,872	0,883	0,922	0,797
ADL1	0,928				
ADL2	0,846				
ADL3	0,903				
Özgünlük (ÖZG)		0,707	0,717	0,836	0,631
ÖZG1	0,808				
ÖZG2	0,733				
ÖZG3	0,838				
İşlevsellik (İŞL)		0,659	0,670	0,812	0,590
İŞL1	0,720				
İŞL2	0,797				
İŞL3	0,786				
Yerellik (YRL)		0,774	0,790	0,868	0,687
YRL1	0,812				
YRL2	0,870				
YRL3	0,803				
Ayrıcalıklık (AYR)		0,854	0,866	0,911	0,773
AYR1	0,898				
AYR2	0,891				
AYR3	0,848				
Algılanan Müşteri Değeri (AMD)		0,828	0,832	0,886	0,660
AMD1	0,784				
AMD2	0,848				
AMD3	0,784				
AMD4	0,830				
Ağızdan Ağıza İletişim (AAİ)		0,867	0,868	0,919	0,791
AAİ1	0,882				
AAİ2	0,898				
AAİ3	0,887				
Fazla Fiyat Ödeme İsteği (FFÖ)		0,853	0,860	0,911	0,773
FFÖ1	0,889				
FFÖ2	0,895				
FFÖ3	0,852				

Not: CA=Cronbach'ın Alpha Katsayısı; CR=Composite (Birleşik) Güvenilirlik; AVE=Average Variance Explained

İraksak geçerlilik hem Fornell ve Larcker (1981) analizi hem de HTMT analizi ile incelenmiştir. Fornell ve Larcker (1981) analizinde çapraz değerler aynı satır ve sütundaki diğer değerlerden daha büyük olmalıdır. Bu şarta göre ıraksak geçerlilik kabul edilmiştir. Tablo 4. değişkenlerin ortalama ve standart sapma değerleri ile birlikte Fornell-Larcker analizi sonuçlarını göstermektedir.

Tablo 4. Fornell-Larcker Analizi

Table 4. Fornell-Larcker Analysis

	Ort.	SS	ÖZG	ADL	AYR	İŞL	YRL	AMD	FFÖ	SST	AAİ
ÖZG	4,107	0,867	0,794								
ADL	4,157	1,010	0,613	0,893							
AYR	3,331	1,223	0,255	0,160	0,879						
İŞL	3,915	0,881	0,454	0,375	0,200	0,768					
YRL	3,925	0,973	0,663	0,539	0,229	0,394	0,829				
AMD	3,351	0,957	0,397	0,390	0,291	0,422	0,449	0,812			
FFÖ	3,006	1,152	0,243	0,219	0,325	0,311	0,276	0,708	0,879		
SST	3,583	1,031	0,472	0,528	0,287	0,330	0,545	0,542	0,466	0,883	
AAİ	3,431	1,060	0,326	0,400	0,371	0,307	0,401	0,572	0,558	0,644	0,889

Not: SST=Sosyal Sorumlu Tüketim; ADL=Adillik; ÖZG=Özgünlük; İŞL=İşlevsellik; YRL=Yerellik; AYR=Ayrıcalıklık; AMD=Algılanan Müşteri Değeri; AAİ=Ağızdan Ağıza İletişim; FFÖ=Fazla Fiyat Ödeme İsteği; Ort.=Ortalama; SS=Standart Sapma

Heterotrait-Monotrait (HTMT) oran analizine göre tablodaki tüm değerlerin 0,850 eşik değerinden düşük olmalıdır (Borriello vd., 2022). Bu şarta göre de ayrışma geçerliliği sağlanmıştır. Tablo 5. HTMT analizine göre ıraksak geçerlilik sonuçlarını göstermektedir.

Tablo 5. HTMT Oranı analizi

Table 5. HTMT Ratio analysis

	ÖZG	ADL	AYR	İŞL	YRL	AMD	FFÖ	SST	AAİ
ÖZG									
ADL	0,789								
AYR	0,324	0,184							
İŞL	0,668	0,494	0,259						
YRL	0,890	0,645	0,271	0,539					
AMD	0,514	0,455	0,338	0,569	0,553				
FFÖ	0,301	0,246	0,378	0,397	0,329	0,829			
SST	0,602	0,607	0,331	0,417	0,656	0,641	0,541		
AAİ	0,417	0,461	0,426	0,393	0,484	0,668	0,646	0,745	

Not: SST=Sosyal Sorumlu Tüketim; ADL=Adillik; ÖZG=Özgünlük; İŞL=İşlevsellik; YRL=Yerellik; AYR=Ayrıcalıklık; AMD=Algılanan Müşteri Değeri; AAİ=Ağızdan Ağıza İletişim; FFÖ=Fazla Fiyat Ödeme İsteği

Elde edilen bu sonuçlara göre ölçüm modelinin tatmin edici olduğu kabul edilmiştir.

Yapısal Model

Modelin çoklu doğrusallığı için VIF değerleri kullanılmıştır. Çoklu doğrusallığın olmaması için değerlerin 5 olan limitin altında olması gerekmektedir. Dışsal modelin VIF değerleri 1,200 ile 3,118 arasındadır. İçsel model VIF değerleri ise 1,000 ile 2,272 arasındadır. Bu sonuç ile çoklu doğrusallığın olmadığı kabul edilmiştir.

Tablo 6. içsel modelin VIF değerlerini göstermektedir.

Tablo 6. VIF Değerleri
Table 6. VIF Values

	ÖZG	ADL	AYR	İŞL	YRL	AMD	FFÖ	SST	AAİ
ÖZG						2,272			
ADL						1,707			
AYR						1,086			
İŞL						1,311			
YRL						1,914			
AMD							1,000		1,000
FFÖ									
SST	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000				
AAİ									

Not: SST=Sosyal Sorumlu Tüketim; ADL=Adillik; ÖZG=Özgünlük; İŞL=İşlevsellik; YRL=Yerellik; AYR=Ayrıcalıklık; AMD=Algılanan Müşteri Değeri; AAİ=Ağızdan Ağıza İletişim; FFÖ=Fazla Fiyat Ödeme İsteği

Modelin açıklayıcı gücü R^2 belirleme katsayıları ile incelenmiştir. R^2 bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkendeki açıklanabilen varyans oranını göstermektedir. Buna göre modelin açıklayıcı gücü sırası ile büyükten küçüğe şu şekilde sıralanabilir. Fazla fiyat ödeme isteğindeki (FFÖ) değişimi algılanan müşteri değeri (AMD) $R^2=0,502$ (Uyarlanmış $R^2=0,500$) değeri ile açıklamaktadır. Ağızdan ağıza iletişimdeki (AAİ) değişimi algılanan müşteri değeri (AMD) $R^2=0,327$ (Uyarlanmış $R^2=0,325$) değeri ile açıklamaktadır. Algılanan müşteri değerindeki (AMD) değişimi adillik (ADL), özgünlük (ÖZG), işlevsellik (İŞL), yerellik (YRL) ve ayrıcalıklık (AYR) $R^2=0,313$ (Uyarlanmış $R^2=0,302$) değeri ile açıklamaktadır. Yerellikteki (YRL) değişimi sosyal sorumlu tüketim (SST) $R^2=0,297$ (Uyarlanmış $R^2=0,295$) değeri ile açıklamaktadır. Adillikteki (ADL) değişimi sosyal sorumlu tüketim (SST) $R^2=0,279$ (Uyarlanmış $R^2=0,276$) değeri ile açıklamaktadır. Özgünlükteki (ÖZG) değişimi sosyal sorumlu tüketim (SST) $R^2=0,223$ (Uyarlanmış $R^2=0,220$) değeri ile açıklamaktadır. İşlevsellikteki (İŞL) değişimi sosyal sorumlu tüketim (SST) $R^2=0,109$ (Uyarlanmış $R^2=0,106$) değeri ile açıklamaktadır. Ayrıcalıklıktaki (AYR) değişimi sosyal sorumlu tüketim (SST) $R^2=0,082$ (Uyarlanmış $R^2=0,079$) değeri ile açıklamaktadır.

Tablo 7. büyükten küçüğe R^2 değerlerini göstermektedir.

Tablo 7. R² Değerleri
Table 7. R² Values

	R ²	Uyarlanmış R ²
FFÖ	0,502	0,500
AAİ	0,327	0,325
AMD	0,313	0,302
YRL	0,297	0,295
ADL	0,279	0,276
ÖZG	0,223	0,220
İŞL	0,109	0,106
AYR	0,082	0,079

Modeldeki etki büyüklüğü f^2 etki analizi ile incelenmiştir. f^2 değerleri büyük, orta ve küçük, $f^2 \geq 0,35$; $f^2 \geq 0,15$ ve $f^2 \geq 0,02$ etki olarak sınıflandırılmaktadır (Cohen, 1988). Bu durumda:

Büyükten küçüğe; algılanan müşteri değerinin fazla fiyat ödeme isteğine (AMD → FFÖ=1,008) etkisi, algılanan müşteri değerinin ağızdan ağıza iletişime (AMD → AAİ=0,485) etkisi, sosyal sorumlu tüketimin yerelliğe (SST → YRL=0,422) etkisi, sosyal sorumlu tüketimin adillike (SST → ADL=0,386) etkisi büyük etkilerdir.

Sosyal sorumlu tüketimin özgünlüğe (SST → ÖZG=0,287) etkisi orta etkidir.

Sosyal sorumlu tüketimin işlevselliğe (SST → İŞL=0,122) etkisi, Sosyal sorumlu tüketimin ayrıcalıklığa (SST → AYR=0,090) etkisi, işlevselliğin algılanan müşteri değerine (İŞL → AMD=0,064) etkisi, yerelliğin algılanan müşteri değerine (YRL → AMD=0,044) etkisi, ayrıcalıklığın algılanan müşteri değerine (AYR → AMD=0,037) etkisi küçük etkilerdir.

Tablo 8. f^2 değerlerini göstermektedir.

Tablo 8. f^2 Etki analizi
Table 8. f^2 Effect analysis

	ÖZG	ADL	AYR	İŞL	YRL	AMD	FFÖ	SST	AAİ
ÖZG						0,000			
ADL						0,018			
AYR						0,037			
İŞL						0,064			
YRL						0,044			
AMD							1,008		0,485
FFÖ									
SST	0,287	0,386	0,090	0,122	0,422				
AAİ									

Not: SST=Sosyal Sorumlu Tüketim; ADL=Adillik; ÖZG=Özgünlük; İŞL=İşlevsellik; YRL=Yerellik; AYR=Ayrıcalıklık; AMD=Algılanan Müşteri Değeri; AAİ=Ağızdan Ağıza İletişim; FFÖ=Fazla Fiyat Ödeme İsteği

Hipotezleri sınamada T-testi kullanılmıştır. Sosyal sorumlu tüketim anlayışı ile yavaş moda yöneliminin eşitlik özelliği arasındaki yol ($t=11,854$; $p=0,000$) anlamlı olduğundan H_1 hipotezi kabul edilmiştir. Sosyal sorumlu tüketim anlayışı ile yavaş moda yöneliminin özgünlük özelliği arasındaki yol ($t=10,330$; $p=0,000$) anlamlı olduğundan H_2 hipotezi kabul edilmiştir. Sosyal sorumlu tüketim anlayışı ile yavaş moda yöneliminin işlevsellik özelliği arasındaki yol ($t=5,769$; $p=0,000$) anlamlı olduğundan H_3 hipotezi kabul edilmiştir. Sosyal sorumlu tüketim anlayışı ile yavaş moda yöneliminin yerellik özelliği arasındaki yol ($t=12,730$; $p=0,000$) anlamlı olduğundan H_4 hipotezi kabul edilmiştir. Sosyal sorumlu tüketim anlayışı ile yavaş moda yöneliminin münhasırlık özelliği arasındaki yol ($t=4,804$; $p=0,000$) anlamlı olduğundan H_5 hipotezi kabul edilmiştir. Adillik özelliği ile algılanan müşteri değeri arasındaki yol ($t=2,287$; $p=0,022$) anlamlı olduğundan H_6 hipotezi kabul edilmiştir. Özgünlük özelliği ile algılanan müşteri değeri arasındaki yol ($t=0,048$; $p=0,962$) anlamlı olmadığından H_7 hipotezi kabul edilmemiştir. İşlevsellik özelliği ile algılanan müşteri değeri arasındaki yol ($t=4,077$; $p=0,000$) anlamlı olduğundan H_8 hipotezi kabul edilmiştir. Yerellik özelliği ile algılanan müşteri değeri arasındaki yol ($t=3,343$; $p=0,001$) anlamlı olduğundan H_9 hipotezi kabul edilmiştir. Ayrıcalıklık özelliği ile algılanan müşteri değeri arasındaki yol ($t=2,836$; $p=0,005$) anlamlı olduğundan H_{10} hipotezi kabul edilmiştir. Algılanan müşteri değeri ile ağızdan ağıza iletişim arasındaki yol ($t=11,244$; $p=0,000$) anlamlı olduğundan H_{11} hipotezi kabul edilmiştir. Algılanan müşteri değeri ile yüksek fiyat ödeme isteği arasındaki yol ($t=19,552$; $p=0,000$) anlamlı olduğundan H_{12} hipotezi kabul edilmiştir. Tablo 9. araştırmanın tüm hipotez testleri sonuçlarını özet olarak göstermektedir.

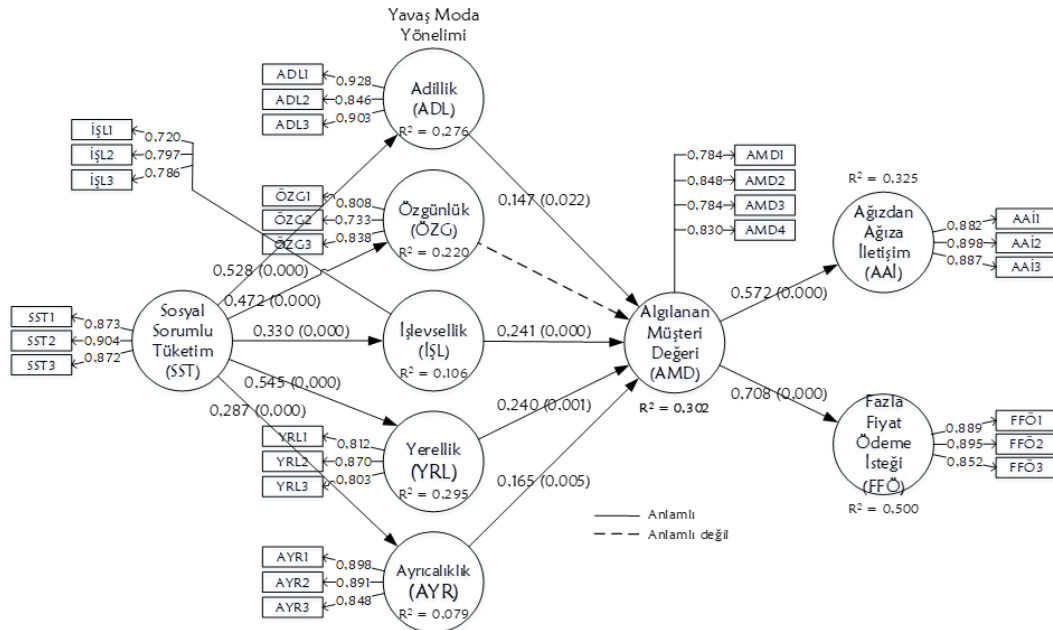
Tablo 9. Hipotez Testleri

Table 9. Hypothesis tests

Hipotez ilişkisi	Yol Katsayısı	t değeri	p değeri	Karar
SST→ADL (H_1)	0,528	11,854	0,000	Kabul
SST→ÖZG (H_2)	0,472	10,330	0,000	Kabul
SST→İŞL (H_3)	0,330	5,769	0,000	Kabul
SST→YRL (H_4)	0,545	12,730	0,000	Kabul
SST→AYR (H_5)	0,287	4,804	0,000	Kabul
ADL→AMD (H_6)	0,147	2,287	0,022	Kabul
ÖZG→AMD (H_7)	-0,003	0,048	0,962	Ret
İŞL→AMD (H_8)	0,241	4,077	0,000	Kabul
YRL→AMD (H_9)	0,240	3,343	0,001	Kabul
AYR→AMD (H_{10})	0,165	2,836	0,005	Kabul
AMD→AAİ (H_{11})	0,572	11,244	0,000	Kabul
AMD→FFÖ (H_{12})	0,708	19,552	0,000	Kabul

Not: SST=Sosyal Sorumlu Tüketim; ADL=Adillik; ÖZG=Özgünlük; İŞL=İşlevsellik; YRL=Yerellik; AYR=Ayrıcalıklık; AMD=Algılanan Müşteri Değeri; AAİ=Ağızdan Ağıza İletişim; FFÖ=Fazla Fiyat Ödeme İsteği

Şekil 2. araştırmanın sonucuna göre revize modeli göstermektedir. Anlamli etkiler düz, anlamli olmayanlar ise kesikli çizgiler şeklinde gösterilmiştir. Revize modeldeki R^2 değerleri Uyarlanmış R^2 değerlerini göstermektedir.



Şekil 2. Güncellenmiş Yapısal Model
Figure 2. Updated Structural Model

Tartışma ve Sonuç

Bu araştırma ile sosyal sorumlu tüketim ile yavaş moda yönelimi, algılanan müşteri değeri ve sonuçları incelenmiştir. Karbon salınımının artması, çevrenin bozulması, iklim değişiminin ortaya çıkardığı olumsuz sonuçlar otoriteleri belirli kararları alma yönünde zorlamaktadır. Çevrenin bozulmasında insan faktörünün önemi ortada iken, sorumluluk hisseden tüketicilerin sürdürülebilirlik teması ile daha yaşanabilir bir çevre için örgütlendikleri, çeşitli fikir ve yaklaşımların pazarlamasını yaptıkları ortadadır. Daha az atık ortaya çıkararak hava, toprak ve su olmak üzere çevreye daha az olumsuz etkiler bırakacak üretimdeki süreç ve tüketicideki tüketim alışkanlıklarının farkındalığının gelişmesi karar alıcıları çevre anlamında doğru işler yapmaya zorlayabilir. Bu bağlamda ortaya çıkan yaklaşımlardan bir tanesi de yavaş moda hareketidir.

Tüketicilerdeki yavaş moda yönelimi; eşitlik (adillik), özgünlük, işlevsellik, yerellik ve ayrıcalıklık (münhasırlık, teklik) alt boyutlarını içermektedir. Araştırmada sosyal sorumlu tüketimin yavaş moda yönelimini etkilediğini belirten hipotezler test edilmiştir. Buna göre sosyal sorumlu tüketimin yavaş moda yönelimini etkilediğini ifade eden tüm hipotezler desteklenmiştir. Bu bulgu literatür (Jung ve Jin, 2014; Jung ve Jin, 2016a, b; Cavender vd., 2021) ile uyumludur. Buradan hareketle sosyal sorumlu tüketim anlayışı ve bu anlayışa sahip tüketiciler; yavaş moda sektörünün iş görenlerine adil davranmasını, ürünlerinin özgün olmasını, işlevsel olmasını, yerel özelliklerin korunmasını ve teşvik

edilmesini, aynı zamanda tüketiciye kendini özel hissettirmesini anlamlı bulmaktadır. Hızlı moda alternatif olarak ortaya çıkan yavaş moda hareketini bir iş felsefesi olarak değerlendiren işletmelerin bu sonuçlara göre markalarını yeniden konumlandırmaları doğru bir yaklaşım olacaktır. Dünyada gelişen tüketici tercihleri de bu yöndedir.

Yavaş moda yöneliminin algılanan müşteri değerini etkilediğini belirten hipotezler test edilmiştir. Buna göre yavaş moda yöneliminin özgünlük boyutu hariç diğer tüm boyutlarının yavaş moda yönelik algılanan müşteri değerini etkilediği hipotezleri desteklenmiştir. Özgünlük; geleneksel tekniklerle üretim, işçilik kalitesi ve seri üretime kıyasla el yapımının daha değerli olması ile ilgilidir. Bu niteliklere erişimin sınırlı olması, buna karşılık seri üretim ürünlerinin çok yaygın ve çeşitlilik sunması, gelenekselliğin algısının yüksek olmaması, gelişen bir ekonomi olarak Türkiye’de değerlerin, alışkanlıkların hızlı kalkınma sürecinde kaybolmaya başlaması ya da değişime dönüşüme yol açması, hızlı moda etkisindeki tüketicilerin sürekli değişim ve yenilik talebi nedeniyle işçilik kalitesini öncelememeleri bu sonucun elde edilmesinde etkili olabilir. Özgünlük değerlerinin pazarlama iletişimi ile tüketicilerle buluşması algılanan müşteri değerini arttırabilir.

Yavaş moda yönelik algılanan müşteri değerinin ağızdan ağıza iletişimi etkilediği hipotezi desteklenmiştir. Tüketiciler yavaş moda yönelik güçlü duyguları olduğu için çevresindekilerle bunları paylaşmaya motive olabilmektedir. Bu bulgu literatür (Werthner ve Ricci, 2004) ile uyumludur. Ağızdan ağıza iletişim tüketici tercihlerinde önemli bir değişkendir.

Yavaş moda yönelik algılanan müşteri değerinin fazla fiyat ödeme isteğini etkilediği hipotezi desteklenmiştir. Bu bulgu da literatür ile uyumludur. Moda sektörünün çevrenin kirliliğinde önemli bir yeri olduğu için sürdürülebilirlik özelliğini barındıran giysilere daha yüksek fiyatlar ödemeye istekli tüketici sayısının arttığı belirtilmektedir (Centobelli vd., 2022). Uzun ömürlü giysilerin birçok seçenekle kombinlenerek kullanabileceği için yüksek fiyata rağmen ekonomik olarak algılanmaktadır (Şener vd., 2019).

Yavaş moda konusu dünyada hem akademik hem de uygulamada yaygın bir şekilde gündem olmasına rağmen Türkiye’de konunun yeterince tartışılmadığı ve farkındalığının da düşük olduğu kanısı ortaya çıkmaktadır. Oysaki yerel ekonominin gelişmesinde, daha sağlıklı bir toplumsal gelişimin sağlanmasında, geleceğe daha pozitif bakışta yavaş moda yönelik yapılacak çalışmaların önemi büyüktür. Çevrenin ve çalışanların korunması, refahın yükselmesi, tasarımın öneminin ortaya çıkması, tüketicilerde özgün giyim alışkanlığının gelişmesi, giyimde sağlıklı tercihin oluşması, tüketicinin işlevsel giyimi ve ayrıcalığı hissetmesi yani bir tarafta toplam maliyetin düşük, diğer tarafta ise toplam faydanın yüksek olması yavaş modanın en büyük avantajıdır.

Teorik Katkı

Bu araştırma yavaş moda literatürüne çeşitli şekillerde katkı sunabilir. Sonuçlardan, sosyal sorumlu tüketicilerin yavaş moda yönelimine sahip olabileceği bunun da yavaş modanın algılanan değerini yükselteceği ortaya çıkmaktadır. Yavaş modanın bir değer oluşturacağını düşünen tüketicilerin de hem ağızdan ağıza iletişimle ürünü tanıtacağı, hem de mevcut ürüne daha fazla ödeme yapma isteğine sahip olacağı bir gerçektir. Buna göre dünyada artan bir şekilde gelişen sürdürülebilirlik eğilimi ve sosyal sorumlu tüketim anlayışının hızlı modaaya yönelik olumsuz algılar oluşturması olağandır. Çevrenin bozulması, iklimin değişmesi ile birlikte tüketicide gelişen bilincin yavaş modaaya yönelik olumlu algıları oluşturacağı açıktır.

Moda endüstrisinde eğilimler ve tüketim tercihleri önemlidir. Tüketicideki gelişen farkındalığın endüstrinin ürüne bakış açısını etkilemesi olasıdır. Burada önerilen sosyal sorumlu tüketimin öncül olduğu model yazarın bilgisi dâhilinde herhangi bir araştırmada incelenmemiştir.

Araştırmalarda genellikle sosyal sorumlu tüketimin ardıl olarak değerlendirildiği görülmektedir. Bu anlamda bu araştırma tüketici davranışı literatürüne olduğu kadar güncel bir konu haline gelen sürdürülebilir giyim tüketim tutumu kavramına da bir katkı sağlayabilir.

Yönetimsel Katkı

Moda endüstrisi paydaşları, müşterilerinin giyim tercihlerindeki özellikleri belirlemek için buradaki analizden destek alabilirler. Yine paydaşlar yavaş modaaya yönelik farkındalık geliştirme ve bilinç arttırmada tüketicilerin sosyal sorumlu tüketim anlayışını geliştirmek için pazarlama iletişimi elemanlarını kullanabilirler. Sürdürülebilirlik tüm dünyada daha önemli bir konuma gelirken pazarlama yöneticilerinin marka konumlandırmalarında bu değerleri göz ardı etmesi stratejik bir hata olacaktır.

Araştırmanın Sınırları ve Gelecek Çalışmalar İçin Öneriler

Araştırmanın verileri zaman ve maliyet kısıtı nedeniyle kolayda örnekleme yöntemiyle elde edilmiştir. Sınırlı sayıdaki örneklem olmasına rağmen analizin gücünden destek alınarak araştırma tamamlanmıştır. Önemli bir gündem maddesi olan sürdürülebilirlik ile ilişkili olduğundan, konu farklı değişkenler ve farklı demografik yapıya sahip tüketicilerle geliştirilerek incelenebilir. Yavaş moda konusunun pazarlama haricindeki disiplinlerin bakış açısı ile araştırılması ayrı bir değer oluşturacaktır.

Kaynakça

- Bai, Y., Li, C., & Niu, J. (2016). Study on customer-perceived value of online clothing brands. *American Journal of Industrial and Business Management*, 6, 914-921. <https://doi.org/10.4236/ajibm.2016.68088>
- Behling, D. (1985). Fashion change and demographics: a model. *Clothing and Textiles Research Journal*, 4(1), 18-24.
- Benhissi M., & Hamouda, M. (2025). Investigating consumers' slow fashion purchase decision: role of lack of information and confusion. *European Business Review*, 37(3), 575-595. 0955-534X DOI <https://doi.org/10.1108/EBR-02-2024-0079>
- Blasi, S., Brigato, L., & Sedita, S. R. (2020). Eco-friendliness and fashion perceptual attributes of fashion brands: an analysis of consumers' perceptions based on twitter data mining. *Journal of Cleaner Production*, 244, 118701. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.118701>
- Boccia, F., Alvino, L., & Covino, D. (2024). This is not my jam: an Italian choice experiment on the influence of typical product attributes on consumers' willingness to pay. *Nutrition & Food Science*, 54(1), 13-32. <https://doi.org/10.1108/NFS-04-2023-0076>
- Borriello, A., Massey, G. & Rose, J. M. (2022). Extending the theory of planned behaviour to investigate the issue of microplastics in the marine environment. *Marine Pollution Bulletin*, 179, 113689.
- Castagna, A. C., Duarte, M., & Pinto, D. C. (2022). Slow fashion or self-signaling? Sustainability in the fashion industry. *Sustainable Production and Consumption*, 31, 582-590. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2022.03.024>
- Castaldo, S., Perrini, F., Misani, N., & Tencati, A. (2009). The missing link between corporate social responsibility and consumer trust: The case of fair trade products. *Jof Business Ethics*, 84, 1-15.
- Cavender, R., Lee, M. Y., & Wesley, S. (2021). The impact of slow fashion orientation (SFO) on socially responsible apparel consumption (SRC): Moderating effects of industry irresponsibility and consumer irresponsibility. 12. 1-15. <https://doi.org/10.30845/ijbss.v12n2p1>
- Centobelli, P., Abbate, S., Nadeem, S. P., & Garza-Reyes, J. A. (2022). Slowing the fast fashion industry: An all-round perspective. *Current Opinion in Green and Sustainable Chemistry*, 38, 100684. <https://doi.org/10.1016/j.cogsc.2022.100684>
- Chan H-L., Wei, X., Guo, S., & Leung, W-H. (2020). Corporate social responsibility (CSR) in fashion supply chains: a multimethodological study. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 142, 102063. <https://doi.org/10.1016/j.tre.2020.102063>
- Chi, T. (2015). Consumer perceived value of environmentally friendly apparel: An empirical study of Chinese consumers. *The Journal of the Textile Institute*, 106(10), 1038-1050.
- Cohen, J. (1988). Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences. Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale, NJ.
- Connell, K. Y. H., & Kozar, J. M. (2014). *Environmentally sustainable clothing consumption: knowledge, attitudes, and behavior*. Roadmap to Sustainable Textiles and Clothing, Springer, Singapore, 41-61.
- Eder-Hansen, J., Kryger, J., Morris, J., Sisco, C., Watson, D., Kiørboe, N., & Burchardi, I. (2012). *The NICE Consumer* (Research Summary and Discussion Paper toward a Framework for Sustainable Fashion Consumption in the EU), Danish Fashion Institute, Business for Social Responsibility, Copenhagen, Denmark.

- Ertekin, Z. O., & Atik, D. (2015). Sustainable markets motivating factors, barriers, and remedies for mobilization of slow fashion. *Journal of Macromarketing*, 35(1), 53-69.
- Fletcher, K. (2007). Slow fashion. *The Ecologist*, 37, 61.
- Flint, D. J., Blocker, C. P., & Boutin, P. J. (2011). Customer value anticipation, customer satisfaction and loyalty: an empirical examination. *Industrial Marketing Management*, 40, 219-230.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural models with unobservables variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Castelo, J. S. F., & Cabral, J. E. de O. (2017). Consumers in a social network: the perception of clothing quality per gender. *Review of Business Management*, 20(1), 22-36. <https://doi.org/10.7819/rbgn.v20i1.3684>
- Goworek, H. (2011). Social and environmental sustainability in the clothing industry: a case study of a fair trade retailer. *Social Responsibility Journal*, 7(1), 74-86.
- Grazzini, L., Acuti, D., & Aiello, G. (2021). Solving the puzzle of sustainable fashion consumption: the role of consumers' implicit attitudes and perceived warmth. *Journal of Cleaner Production*, 287, 125579. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.125579>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*, SAGE Publications.
- Hakim, L., & Susanti, N. (2017). Influence of customer relationship management, brand equity, perceived product quality, perceived price on customer value and purchase intention. *International Journal of Economics and Finance*, 9, 122-131. <https://doi.org/10.5539/ijef.v9n7p122>
- Harrison-Walker, L. J. (2001). The measurement of word-of-mouth communication and an investigation of service quality and customer commitment as potential antecedents. *Journal of Service Research*, 4(1), 60-75.
- Itani, O. S., Kassar, A. N., & Loureiro, S. M. C. (2019). Value get, value give: The relationships among perceived value, relationship quality, customer engagement, and value consciousness. *International Journal of Hospitality Management*, 80, 78-90. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.01.014>
- Joshi, Y.V., & Musalem, A. (2021). When consumers learn, money burns: Signaling quality via advertising with observational learning and word of mouth. *Marketing Science*, 40(1), 168-188. <https://doi.org/10.1287/mksc.2020.1246>
- Joung, H.-M. (2014). Fast-fashion consumers' post-purchase behaviours. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 42(8), 688-697. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-03-2013-0055>
- Jung, S., & Jin, B. (2014). A theoretical investigation of slow fashion: sustainable future of the apparel industry. *International Journal of Consumer Studies*, 38(5), 510-519. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12127>
- Jung, S., & Jin, B. (2016a). From quantity to quality: understanding slow fashion consumers for sustainability and consumer education. *International Journal of Consumer Studies*, 40(4), 410-421.
- Jung, S., & Jin, B. (2016b). Sustainable development of slow fashion businesses: Customer value approach. *Sustainability*, 8(6), 540. <https://doi.org/10.3390/su8060540>
- Kant, R. (2012). Textile dyeing industry an environmental hazard. *Natural Science*, 4(1), 22-26. <https://doi.org/10.4236/ns.2012.41004>
- Kate Fletcher (2007). <https://theecologist.org/2007/jun/01/slow-fashion> Erişim (20.04.2025)

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2011). *Principles of marketing* (17e). New Jersey, USA, Prentice Hall.
- Legere, A., & Kang, J. (2020). The role of self-concept in shaping sustainable consumption: A model of slow fashion. *Jof Cleaner Production*, 258, 120699. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.120699>
- Leroi-Werelds, S. (2019). An update on customer value: state of the art, revised typology, and research agenda. *Journal of Service Management*, 30(5), 650-680.
- Lindenmeier, J., Lwin, M., Andersch, H., Phau, I., & Seemann, A.K. (2017). Anticipated consumer guilt: an investigation into its antecedents and consequences for fair-trade consumption. *Journal of Macromarketing*, 37(4), 444-459.
- Liu, A., Baines, E., & Ku, L. (2022). Slowfashion is positively linked to consumers' well-being: evidence from an online questionnaire study in China. *Sustainability*, 14(21), 1-21.
- Lo, C.J., Tsarenko, Y., & Tojib, D. (2019). To tell or not to tell? The roles of perceived norms and self-consciousness in understanding consumers' willingness to recommend online second hand apparel shopping. *Psychology & Marketing*, 36(4), 287-304. <https://doi.org/10.1002/mar.21179>
- Magnuson, B., Reimers, V., & Chao, F. (2017). Re-visiting an old topic with a new approach: the case of ethical clothing. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 21(3), 400-418.
- Moisander, J., & Personen, S. (2002). Narratives of sustainable ways of living: constructing the self and others as a green consumer. *Management Decision*, 40(4), 329-342.
- Moise, M.S., Gil-Saura, I., Šerić, M., & Molina, M.E.R. (2019). Influence of environmental practices on brand equity, satisfaction and word of mouth. *Journal of Brand Management*, 26, 646-657. <https://doi.org/10.1057/s41262-019-00160-y>
- Newman, G.E. & Dhar, R. (2014). Authenticity is contagious: Brand essence and the original source of production. *Journal of Marketing Research*, 11, 371-386.
- Ninimäki, K., & Hassi, L. (2011) Emerging design strategies in sustainable production and consumption of textiles and clothing. *Journal of Cleaner Production*, 19, 1876-1583.
- Ogiemwonyi, O., Alam, M.N., Alshareef, R., Alsolamy, M., Azizan, N.A., & Mat, N. (2023). Environmental factors affecting green purchase behaviors of the consumers: mediating role of environmental attitude. *Cleaner Environmental Systems*, 10, 100130. <https://doi.org/10.1016/j.cesys.2023.100130>
- Palmatier, R.W., Dant, R.P., Grewal, D., & Evans, K.R. (2006). Factors influencing the effectiveness of relationship marketing: a meta-analysis. *Journal of Marketing*, 70(4), 136-153.
- Park, M., Cho, H., Johnson, K.K., & Yurchisin, J. (2017). Use of behavioral reasoning theory to examine the role of social responsibility in attitudes toward apparel donation. *International Journal of Consumer Studies*, 41(3), 333-339.
- Pauluzzo, R., & Mason, M.C. (2021). A multi-dimensional view of consumer value to explain socially-responsible consumer behavior: a fuzzy-set analysis of Generation Y's fast-fashion consumers. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 30(2), 191-212. <https://doi.org/10.1080/10696679.2021.1908146>
- Powell, H. (2021). Spirals, spikes and spinning wheels: Temporal models challenging the sustainability agenda in relation to fast fashion consumption. *Fashion, Style and Popular Culture*, 8(4), 387-397. https://doi.org/10.1386/fspc_00098_1
- Presley, A., & Meade, L.M. (2018). The business case for sustainability: An application to slow fashion supply chains. *IEEE Engineering Management Review*, 46(2), 138-150.

- Ramani, S. V., Lanzolla, N., Gupta, S., & Banerjee, A. (2025). Sustainable consumption with slow fashion. *International Journal of Advertising*, 1-24. <https://doi.org/10.1080/02650487.2025.2509460>
- Salem, S.F., & Alanadoly, A.B. (2021). Personality traits and social media as drivers of word-of-mouth towards sustainable fashion. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 25(1), 24-44. <https://doi.org/10.1108/JFMM-08-2019-0162>
- Schlaile, M.P., Klein, K., & Böck, W. (2018). From bounded morality to consumer social responsibility: A transdisciplinary approach to socially responsible consumption and its obstacles. *Journal of Business Ethics*, 149(3), 561-588
- Sun, L.B., & Qu, H. (2011). Is there any gender effect on the relationship between service quality and word-of-mouth? *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 28(2), 210-224.
- Sung, J., & Woo, H. (2019). Investigating male consumers' lifestyle of health and sustainability (LOHAS) and perception toward slow fashion. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 49, 120-128.
- Şener, T., Bişkin, F., & Kılınç, N. (2019). Sustainable dressing: Consumers' value perceptions towardsslow fashion. *Business Strategy and the Environment*, 28(8), 1548-1557. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/bse.2330>
- Vieira, V.A. (2013). Antecedents and consequences of perceived value: a meta-analytical perspective. *Journal of Customer Behaviour*, 12, 111-133. <https://doi.org/10.1362/147539213X13832198548210>
- Watson, Z.M., & Yan, R.N. (2013). An exploratory study of the decision processes of fast versus slow fashion consumers. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 17(2), 141-159. <https://doi.org/10.1108/JFMM-02-2011-0045>
- Webster, C. (2019). *Rana Plaza and fast fashion: What is it and why did it happen?* Medium. https://medium.com/@chelseawebster_2492/rana-plaza-and-fast-fashion-50ad86d2b699 Erişim: 28.5.2025
- Werthner, H., & Ricci, F. (2004). E-commerce and tourism. *Communications of the ACM*, 47(2), 101-105.
- White, K., Habib, R., & Hardisty, D.J. (2019). How to SHIFT consumer behaviors to be more sustainable: a literature review and guiding framework. *Journal of Marketing*, 83(3), 22-49. <https://doi.org/10.1177/0022242919825649>
- Zeithaml, V.A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52, 2-22. <https://doi.org/10.2307/1251446>

ARAŞTIRMA MAKALESİ (Research Article)

Alev Çırpıcı
Orcid: 0000-0002-4869-5812

¹Asst. Prof. Dr. İstanbul Beykent University, Faculty of Fine Art, Department of Textile and Fashion Design, İstanbul, Türkiye

Sorumlu Yazar (Corresponding Author):

Alev ÇIRPICI
alevcirpici@beykent.edu.tr

Anahtar Kelimeler:

Tekstil ve moda tasarımı eğitimi, Bilgisayar destekli tasarım, Adobe Illustrator eğitimi

Keywords:

Textile and fashion design education, Computer aided design, Adobe Illustrator training

Tekstil ve Moda Tasarımı Lisans Programında Adobe Illustrator Eğitimi: Sektör Beklentilerine Uyumlu Ders Planı Önerisi

Adobe Illustrator Education in Textile and Fashion Design Undergraduate Program: Lesson Plan Proposal Aligned with Sector Expectations

DOI: 10.54976/tjfdm.1712091

Alınış Tarihi (Received): 02.06.2025

Kabul Tarihi (Accepted): 23.09.2025

ÖZ

Üniversitelerde akreditasyon süreci kapsamında eğitim kalitesinin artırılmasına yönelik yapılan çalışmalardan biri de ders planlarının güncellenmesi ve yenilenmesidir. Tekstil ve/veya Moda Tasarımı lisans programları, sektöre ihtiyaç duyduğu tasarımcıları yetiştirmeyi amaçlamaktadır. Bu amaca ulaşmak için, bilgisayar destekli tasarım derslerinin de müfredatta yer alması gerekmektedir. Bu bağlamda, ders izlencelerinin güncellenmesi, sektörden alınan geri bildirimlerin değerlendirilmesi ve işbirliklerinin geliştirilmesi ve eğitimde sürdürülebilirliğin sağlanması, eğitim kalitesinin artırılması için önemli bir unsurdur.

Bu çalışmanın amacı, Türkiye'deki Tekstil ve/veya Moda Tasarımı bölümlerinde verilen bilgisayar destekli tasarım derslerinde kullanılan Adobe Illustrator programına yönelik sektörel ihtiyaçlara uygun bir ders planı önerisi sunmaktır. Türkiye genelindeki 2024-2025 yıllarına ait Adobe Illustrator içeren ders içerikleri incelenmiş ve daha sonra programının sektördeki kullanım alanları ve bilinirlik düzeyleri de değerlendirilmiştir. Sektörün farklı alanlarındaki yetkililerle yapılan yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme sonucunda, nitelikli tasarımcılara olan ihtiyaç vurgulanmıştır. Bu bağlamda, öğretim üyelerinin sektöre işbirliği yaparak ders içeriklerini yenileyip, sektörel gereksinimleri karşılayacak bir ders akışı hazırlamalarının önemi ortaya konulmuştur. Bu makale, İstanbul Beykent Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler için Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu tarafından onay almıştır. (Tarih: 21.11.2024, sayı: 168789)

ABSTRACT

One of the studies carried out to improve the quality of education in universities within the scope of the accreditation process is the updating and renewal of lesson plans. Textile and/or Fashion Design undergraduate programs aim to train the designers needed by the industry. In order to achieve this goal, computer aided design courses should also be included in the curriculum. In this context, updating course plan, evaluating the feedback received from the sector, developing collaborations and ensuring sustainability in education is an important element for increasing the quality of education.

The aim of this study textile in Turkey and/or described in any of the fashion design computer-aided design courses for Adobe Illustrator program used in a lesson plan is to present a proposal for sectoral according to their needs. 2024-2025 in Turkey belonging to the year that contains Adobe Illustrator course contents examined, and then the program in the sector of usage and awareness levels were also evaluated. As a result of the semi-structured in-depth interview with the authorities in different areas of the sector, the need for qualified designers was emphasized. In this context, the importance of faculty members renewing their course content in cooperation with the sector and preparing a course stream that will meet sectoral requirements has been revealed. This article has been approved by the Scientific Research and Publication Ethics Board of İstanbul Beykent University for Social and Humanities. (Date: 21.11.2024, number: 168789)

Kaynak gösterimi: Çırpıcı, A. (2025). Tekstil ve moda tasarımı lisans programında Adobe Illustrator eğitimi: Sektör beklentilerine uyumlu ders planı önerisi. *Turkish Journal of Fashion Design and Management*, 7(2), 115-136, <https://doi.org/10.54976/tjfdm.1712091>

How to cite: Çırpıcı, A. (2025). Adobe Illustrator education in textile and fashion design undergraduate program: Lesson plan proposal aligned with sector expectations. *Turkish Journal of Fashion Design and Management*, 7(2), 115-136, <https://doi.org/10.54976/tjfdm.1712091>

Giriş

Tekstil ve/veya Moda tasarımı programlarında eğitim planı, genel olarak başta bilgi, teknik açıdan ya da uygulamalı olarak verilirken, bir sonraki basamakta öğrencinin hayal gücü ve yaratıcılık becerisini de kapsayacak şekilde tasarlanmaktadır. Tasarlanan bu öğrenim modelinin öğrenciyi, araştırma yapan, analitik düşünen, yaratıcı fikirler oluşturan ve sektöre hızlıca adapte olabilecek şekilde hazırlaması gerekmektedir. Hızla gelişen teknolojiyle birlikte, özellikle durmaksızın çalışan tekstil sektörü için tasarım odaklı yazılımlara fazlasıyla ihtiyaç duyulmaktadır. Hem zamandan kazandıran, hem de sektörel atığın azalmasına da katkıda bulunan bu programları iyi kullanabilen elemanlara gerek duyulmaktadır. Bu ihtiyaç sebebiyle, Tekstil ve/veya Moda tasarımı eğitimi veren kurumların sayısı artmıştır. İhtiyacı karşılamak ve sürdürülebilir istihdamı sağlamak için, Tekstil ve/veya Moda Tasarımı eğitimi, bilgisayar destekli tasarım dersleri ile temellendirilmiştir. Bu temel oluşturulurken veri anlamında en önemli kaynaklardan biri de sektörle yürütülen iş ve fikir birlikleridir. Hem tekstil ve hazır giyim sektörünün, hem de bu eğitimi veren kurumların, hızla gelişmekte olan teknolojiye paralel olarak uyum sağlayabilmeleri için birbirleriyle etkileşimde olmaları gerekmektedir. Bu iş birlikleri çoğu zaman beraber yürütülen proje çalışması olurken, bazen yarışma gibi etkinliklerle, bazen de sadece üniversite-sektör ziyaretleri kapsamında söyleşilerle ve fikir alışverişleriyle yapılmaktadır. Bu iş birlikleriyle beraber gelişen ve yenileşen teknoloji doğrultusunda, belirli aralıklarla ders içeriklerinin de aynı paralellikte gelişip, güncellenmesi önemlidir. Aralıklarla yapılan bu düzenleme ayrıca üniversitelerin akreditasyon süreçlerine de büyük katkı sağlamaktadır (Türkal, 2023).

Er Bıyıklı'nın ifadesiyle, "Tarafların kazanımları açısından bu iş birliklerinin sürekliliğini sağlayabilmek önemlidir, süreklilik sorunlara ve tarafların gereksinimlerine uygun çözümler geliştirildiğinde sağlanabilir. Projelerde sürekliliği sağlamak için özellikle iş birliği yapılan firmaların yöneticilerinin ve her düzeydeki çalışanın, üniversite sektör iş birliğinin kazanımlarına özgün, yaratıcı ve yenilikçi tasarım geliştirmenin önemine inanması, değer vermesi gerekmektedir" (Er Bıyıklı, 2021).

Bu çalışmada, sektöre yönelik bir ders olan bilgisayar destekli tasarım dersi içeriğindeki Adobe Illustrator programının, sektör görüşü alarak, iş alımları için talep ettikleri bilgi düzeyine yönelik bir ders programı önerisi geliştirilmiştir. Araştırma, hem bu dersi veren kurumlar için kaynak teşkil ederken, hem de buna benzer sektöre yönelik diğer dersler için de yol gösterici olması açısından tasarlanmıştır. Akreditasyon sürecinin de bir parçası olan dış paydaş görüşlerine yönelik ders içeriği hazırlama kriterini de destekmiş olan bu çalışma, öğrencilere ve paydaşlara güven sağlayan bir ders içeriği sunmaktadır.

Tekstil Moda Tasarımı Bölümünde Bilgisayar Destekli Tasarım Eğitimi

Orhon'a (2011) göre, Tasarım eğitiminin yeri genel eğitim sisteminde önemli bir yer tutar. Çünkü tasarım eğitiminde öğrenci içindeki yaratıcılığının farkına varıp, bunu ifade etme yöntemleri geliştirir. Tekstil tasarımı eğitimi de bu eğitimlerden biridir (Gürcüm ve Kılıç, 2017).

Toplum yapısı, bilgi ve teknolojik gelişmelerle beraber eğitim sistemi de değişmiş ve gelişmiştir. Bireysel ve toplumsal ihtiyaçlar doğrultusunda geleneksel öğrenme biçimlerinin yerini modern öğrenme modelleri almıştır (Gürcüm ve Kılıç, 2017).

Uslu'nun belirttiği gibi, "Tekstil ve/veya Moda Tasarımı eğitimi bilim, sanat ve teknolojiyi içine kapsamaktadır. Eğitimde dokuma, baskı ve örme teknolojileri eğitiminin dışında bu eğitimlerin teknik kısımlarının haricinde tasarımsal taraflarının da güçlendirildiği dersler mevcuttur" (Uslu, 2011: 579-582).

Türkiye'de 1957 yılında faaliyete geçen güzel sanatlar okullarının hazırlık aşamaları 1935 yılında başlamıştır. Endüstriye eleman yetiştirmek ve sektörün taleplerini karşılamak amacıyla kurulan ilk kurum Tatbiki Güzel Sanatlar Okulu'dur. Bu okulun bünyesinde yine endüstriyi de desteklemek amacıyla Tekstil Sanatları Bölümü bulunmaktadır. Günümüzde adı Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi olarak bilinen üniversite ilk yıllarında eğitimini Bauhaus tarzı olarak vermiştir (Arslan ve Eyiöl, 2007). Bauhaus yaklaşımını benimseyen bu üniversite uygulamalı sanatları önceleyen, pratik, modern, disiplinlerarası, işlevsel ve toplum odaklı bir sanat-tasarım eğitimi vermiştir.

1999-2000 eğitim yılı itibarıyla de Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil Tasarım Bölümü programına bilgisayar destekli tasarım dersi dahil edilmiştir.

Erdek'e göre, "Bilgisayar destekli tasarım araçları, hızlı prototipleme ve ölçeklendirme gibi avantajlar sunarak tasarım sürecini hızlandırabilir ve daha etkili iletişim sağlayabilir. Bununla birlikte, tasarım programlarının sektöre uygunluğunu artırmak için, sektördeki güncel eğilimleri, teknolojik gelişmeleri ve pazar taleplerini takip etmek önemlidir. Böylece, öğrencilerin sektöre hazırlıklı olmaları ve tasarım becerilerini gerçek dünya uygulamalarına aktarabilmeleri sağlanabilir" (Erdek, 2023).

Bilgisayar destekli tasarım dersleri içerisinde öğretilen yazılımlar sadece Türkiye'de değil, birçok ülkede de profesyonel düzeyde kullanılmaktadır. Gelişen teknolojiye uygun biçimde verilecek kaliteli bir eğitim planı, öğrenciyi sadece Türkiye içinde değil, uluslararası bir düzey için de hazır olmasını sağlayacaktır. Bu eğitim kalitesini sağlamak için de, eğitimcilerin ders içeriklerini belli aralıklarla iç ve dış paydaşların görüş ve talepleri doğrultusunda düzenlenmesi gerekmektedir.

Türkiye’deki Üniversitelerde Verilen Adobe Illustrator Programı Eğitimi

Adobe Illustrator, kalem, fırça araçları ve komut çeşitleriyle teknik çizim, illüstrasyon ve desen oluşturma gibi tasarımcıya özgünlük sağlama potansiyeline sahip, bu bağlamda tekstil sektöründe yaygın kullanılan bir programdır. Programın öğrenilmesi sektöre girişte, daha hızlı yer edinmesi açısından önem teşkil etmektedir. Tural’ın da belirttiği gibi, Adobe Illustrator ilk kez 1986’da Apple Macintosh bilgisayarları için Adobe tarafından bir yazı tipi geliştirme aracı olarak piyasaya sürülmüştür. Çoğunlukla metin tabanlı projelerin, afişlerin, logo ve broşürlerin tasarımlarını yapmak için kullanılmaktadır. Programın vektörel tabanlı olması sayesinde tipografik düzenlemeler ve illüstrasyon tasarımlarında da uygulamalar yapılmaktadır (Tural, 2023).

Adobe Illustrator programı, Adobe’un diğer programları gibi abonelik tabanlı bir yazılımdır. Kullanıcılar bu programı aylık ya da yıllık olarak satın alabilecekleri gibi, Adobe Creative Cloud kapsamında tüm yazılımları içeren paketleri de tercih etmektedir. Öğrenci ve öğretmenler için indirimli planlar sunan Adobe, eğitim kurumları için de toplu lisans anlaşmaları sağlamaktadır (<http://www.adobe.com/products/illustrator/> ve <https://helpx.adobe.com/support/illustrator.html>). Adobe Illustrator’a benzer işlevleri yerine getirebilen çeşitli ücretsiz ve lisanssız yazılımlar da mevcuttur. En bilinen örneklerden biri Inkscape’tir. Ayrıca Vectr, Gravit Designer, Boxy SVG, Krita gibi programlar da temel tasarım ihtiyaçlarını karşılamak isteyen kullanıcılar için etkili ve yasal çözümler sunmaktadır (<https://inkscape.org>).

Adobe Illustrator programının öğretildiği ders planlarının yeterlilik düzeyi sektörün taleplerini karşılamaya yönelik olmalıdır. Bu eğitimi veren ve ders planını yapan öğretim üyesinin de güncellenen sürümlere hakim, teknik bilgi ve deneyime sahip olması bu noktada önemlidir. Çalışmanın bu kısmında, Tekstil ve/veya Moda tasarımı alanında dört yıllık lisans eğitimi veren kuruluşlar ele alınmış ön lisans ve yüksek lisans programları araştırma dışı olarak belirlenmiştir. 2024-2025 eğitim yıllarının ders programları üniversitelerin web sitelerinden alınarak incelenmiştir. Ülkemizde Tekstil ve/veya Moda tasarımı alanında lisans eğitimi veren devlet ve vakıf üniversiteleri web sayfaları incelendiğinde, bölümün yüksek oranda Güzel Sanatlar Fakültesinde olmasına karşılık başka fakülteler altında da bulunduğu ve bölüm ismi olarak da değişiklikler göstermiş olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Tablo 1.’de sadece izlencesinde Adobe Illustrator programının yazılı olduğu ve haftalık ders akışında dersin konularının yazıldığı 27 üniversite mevcuttur. 6 üniversitenin web sitelerinden izlencesine ulaşılammış ve Adobe Illustrator programının verilip verilmediği veya verilse bile nasıl bir haftalık ders akışı ile verildiği belirtilmemiştir. Bu sebepten bu çalışmaya katkı sağlayamayacağı için tabloya dahil edilmeyip, kapsam dışı bırakılmıştır. Tablo 1.’de ders akışı kısmı, üniversitelerin

web sayfalarında görüldüğü ve haftalık ders programında yazıldığı bilgiler doğrultusunda tabloya eklenmiştir.

Tablo 1. Türkiye’de Tekstil ve/veya moda tasarımı bölümünde lisans düzeyinde Adobe Illustrator programı veren üniversiteler

Table 1. Universities in Turkey that offer the Adobe Illustrator program at the undergraduate level in the department of textile and/or fashion design

	Üniversite	Şehir	Fakülte	Bölüm	Ders adı	Yarı yıl	Haftalık Ders Planına Göre Adobe Illustrator Eğitimi
1	İstanbul Bilgi Üniversitesi	İstanbul	Uygulamalı Bilimler	Tekstil ve Moda Tasarımı	Dijital Tasarım Atölyesi I-II	2-3	Desen tasarımı, tasarım geliştirme ve modelleme yapılması, moodboard, koleksiyon, silüet çizimi, artistik çizim, teknik çizim, kumaş dokusu, renklendirilme (varyant), dijital pantone, desen yerleştirme (raportlama), proje sunum
2	İstanbul Aydın Üniversitesi	İstanbul	Güzel Sanatlar	Tekstil ve Moda Tasarımı	Bilgisayar Destekli Teknik Çizim	5	Teknik çizim, model çizimi, desen/doku oluşturma, üretim föyü oluşturma, renklendirme, varyantlandırma, koleksiyon oluşturma, koleksiyon sunum
3	İstanbul Beykent Üniversitesi	İstanbul	Güzel Sanatlar	Tekstil ve Moda Tasarımı	Bilgisayar Destekli Tekstil Tasarım II	4	Desen oluşturma, fermuar, düğme gibi aksesuar çizimleri, rapotlama, varyant ve kombin çalışması, teknik çizim, koleksiyon oluşturma, ayakkabı, çanta ve logo çizimi, artistik çizim, hayal panosu ve föy oluşturma
4	Yeditepe Üniversitesi	İstanbul	Güzel Sanatlar	Tekstil ve Moda Tasarımı	Bilgisayar Destekli Tekstil Tasarım I-III	3-5	Başlangıç ve orta seviyede program kullanımı, obje, ürün çizimi, figür ve model çizimi (artistik çizim), 3 boyutlu sembol ve şekiller oluşturma (logo), kolaj oluşturma, Doku, pattern oluşturma (desen), yüzey giydirme projeleri
5	Nişantaşı Üniversitesi	İstanbul	Sanat ve Tasarım	Tekstil ve Moda Tasarımı	Bilgisayar Destekli Tasarım Giriş	4	Giysi illüstrasyonu, teknik çizimi, artistik çizim, renklendirme (varyant) ve doku, moodboard oluşturma
6	Doğuş Üniversitesi	İstanbul	Sanat ve Tasarım	Tekstil ve Moda Tasarımı	Bilgisayar Destekli Moda Tasarım	3	Raportlama, renklendirme (varyant), kadın/erkek silüeti çizme (artistik çizim), giysi tasarımı, giydirme
7	İstanbul Ticaret Üniversitesi	İstanbul	Mimarlık ve Tasarım	Tekstil ve Moda Tasarımı	Bilgisayarlı Vektörel İllüstrasyon	4	Desen oluşturma, yüzeye desen giydirme, baskı tasarımı için desen hazırlama (raportlama), teknik çizim, portfolyo hazırlama
8	İstinye Üniversitesi	İstanbul	Güzel Sanatlar, Tasarım ve Mimarlık	Tekstil ve Moda Tasarımı	Tekstilde Bilgisayar Uygulamaları	5	Desen oluşturma, grafik tasarım, moda çizimi, dijital teknikler, sunum dosyası oluşturma
9	Bahçeşehir Üniversitesi	İstanbul	Mimarlık ve Tasarım	Tekstil ve Moda Tasarımı	Bilgisayar ile Tasarım II	4	Desen oluşturma, rapotlama, teknik çizim, giydirme, föy hazırlama, sunum dosyası oluşturma

Tablo 1. Türkiye’de Tekstil ve/veya moda tasarımı bölümünde lisans düzeyinde Adobe Illustrator programı veren üniversiteler (Devamı)**Table 1.** Universities in Turkey that offer the Adobe Illustrator program at the undergraduate level in the department of textile and/or fashion design (Continued)

	Üniversite	Şehir	Fakülte	Bölüm	Ders adı	Yarı yıl	Haftalık Ders Planına Göre Adobe Illustrator Eğitimi
10	Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi	İstanbul	Güzel Sanatlar	Tekstil ve Moda Tasarımı	Tekstilde Bilgisayar Uygulamaları	5	Desen oluşturma, raportlama, renklendirme (varyant), teknik çizim, illüstrasyon (artistik çizim), Karekter stilleri oluşturmak ve bu stilleri logo,etiket olarak tasarlamak, Çizilen teknik tekstil illüstrasyonlarını model çizimlerine desen giydirmek, filtre çalışmaları, sunum dosyası oluşturmak.
11	Marmara Üniversitesi	İstanbul	Güzel Sanatlar	Tekstil	Bilgisayar Destekli Tasarım	3	Desen oluşturma, yazı tipleri ve tipografi (logo), moodboard, teknik çizim, raportlu metraj desen ve varyant çalışmaları, moda illüstrasyonu (artistik çizim)
12	Dokuz Eylül Üniversitesi	İzmir	Güzel Sanatlar	Moda Giyim Tasarımı	Bilgisayar Destekli Tasarım I	3	Teknik çizim, desenlendirme
13	İzmir Ekonomi Üniversitesi	İzmir	Güzel Sanatlar ve Tasarım	Tekstil ve Moda Tasarımı	Dijital Tekstil Tasarımı	Seç.	Desen oluşturma, raportlama, renklendirme (varyant), trend panosu, portfolyo
14	Eskişehir Teknik Üniversitesi	Eskişehir	Mimarlık ve Tasarım	Tekstil ve Moda Tasarımı	Bilgisayar Destekli Tekstil Tasarım II	4	Fırça kalem çizimi, vektörel çizim, font yazı, kolaj, teknik çizim, giydirme, illüstrasyon (artistik çizim), desen, kombin, koleksiyon
15	Akdeniz Üniversitesi	Antalya	Güzel Sanatlar	Moda ve Tekstil Tasarımı	Bilgisayar Destekli Moda Tasarım II	4	Fırça kalem çizimi, font yazı, kolaj, teknik çizim, giydirme, illüstrasyon (artistik çizim), koleksiyon
16	Süleyman Demirel Üniversitesi	Isparta	Güzel Sanatlar	Tekstil ve Moda Tasarımı	Bilgisayar Destekli Tasarım II	4	Teknik çizim, fermuar, düğme vb. aksesuar detay çizimi, serbest tasarım
17	Çukurova Üniversitesi	Adana	Güzel Sanatlar	Tekstil ve Moda Tasarımı	Bilgisayar Destekli Tasarım III	5	Teknik çizim, fermuar, düğme vb. aksesuar detay çizimi, artistik model çalışması, metraj desen çalışması (raportlama), logo ve kartvizit çalışması
18	Mersin Üniversitesi	Mersin	Güzel Sanatlar	Tekstil ve Moda Tasarımı	Bilgisayar Destekli Tasarım I	3	Temel şekiller oluşturmak, metinlerle çalışmak, dönüştürme ve boyutlandırma, dosyaları kayıt etmek ve dışa aktarmak (temel program eğitimi)
19	Başkent Üniversitesi	Ankara	Güzel Sanatlar, Tasarım ve Mimarlık	Tekstil ve Moda Tasarımı	Dijital Tasarım Programları I-II Tekstil ve Modada Dijital Tasarım I-II	1-2-3-4	Kolaj çalışması, desen çizimi ve raportlama, desenlerin moda fotoğraflarında konumlandırılması
20	Atılım Üniversitesi	Ankara	Güzel Sanatlar, Tasarım ve Mimarlık	Tekstil ve Moda Tasarımı	Mesleki Bilgisayar I	5-6	Siluet çizimleri yapma, illustrator çizimi, moda figürü (artistik çizim), desen oluşturma, kumaş tasarımları yapma (raportlama), moda teknik çizimi, yazı yazma araçlarını inceleme, pafta sunumlar

Tablo 1. Türkiye’de Tekstil ve/veya moda tasarımı bölümünde lisans düzeyinde Adobe Illustrator programı veren üniversiteler (Devamı)

Table 1. Universities in Turkey that offer the Adobe Illustrator program at the undergraduate level in the department of textile and/or fashion design (Continued)

	Üniversite	Şehir	Fakülte	Bölüm	Ders adı	Yarı yıl	Haftalık Ders Planına Göre Adobe Illustrator Eğitimi
21	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi	Ankara	Sanat ve Tasarım	Tekstil Tasarımı	Bilgisayar Destekli Desen Tasarım-Illustrator	3	Motif çalışması, desen oluşturma, kompozisyon (raportlama), logo tasarlama
22	Çanakkale OnSekiz Mart Üniversitesi	Çanakkale	Güzel Sanatlar	Tekstil ve Moda Tasarımı	Mesleki Bilgisayar I-IV	3-6	Teknik çizim, motif oluşturma, desen oluşturma, varyant yapma, koleksiyon hazırlama ve sunum
23	Pamukkale Üniversitesi	Pamukkale	Güzel Sanatlar	Tekstil ve Moda Tasarımı	Bilgisayar Destekli Baskı Tasarımı	3	Tekstil baskı ürününü tasarlamak için gerekli ölçme ve hesaplama (desen + raportlama), illüstrasyon (artistik çizim), portfolyo hazırlama, tek ton renk ayrımı, varyant
24	Çankırı Karatekin Üniversitesi	Çankırı	Sanat, Tasarım ve Mimarlık	Tekstil ve Moda Tasarımı	Bilgisayar Destekli Tasarım I-II	3-4	Desen oluşturma, renklendirme (varyant), giysi tasarımı, hikaye panosu oluşturma, kumaş yüzeyi tasarlama
25	Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi*	Niğde	Güzel Sanatlar	Tekstil ve Moda Tasarımı	Bilgisayar Destekli Moda Tasarımı	6	Menüler ve komutların kullanımı, Bilgisayar ortamına aktarılan çizimleri düzenleme ve dijitalleştirme, giydirilme işlemi, Kompozisyon ve düzenleme (desen ve raportlama)
26	Atatürk Üniversitesi	Erzurum	Güzel Sanatlar	Tekstil ve Moda Tasarımı	Bilgisayar Destekli Tasarım I	3	Temel kavramlar, araç çubuğu, kısa yollar, bilgisayarda sıfırdan kalıp elde etme ve model oluşturma (teknik çizim)
27	Selçuk Üniversitesi	Konya	Mimarlık ve Tasarım	Moda Tasarımı	Bilgisayar Destekli Tasarım	4	Temel kavramlar, basit çizim, yerleştirme, teknik çizim, boyama renklendirme, kumaş yüzeyi tasarlama, baskı deseni oluşturma, estetik çizim yapma ve renklendirme (artistik çizim)

Bu araştırmada, Türkiye’de yalnızca lisans düzeyinde eğitim veren Tekstil ve/veya Moda Tasarımı bölümlerinin ders içeriklerine odaklanılmıştır. Her birinin ders programlarına girilerek, derse verdikleri isim ve verildiği dönem tespit edilmiştir. Üniversitelerin web sitesindeki ders bilgi paketinden dersin izlencesine ulaşıp, haftalık ders programında ve ders içeriğinde Adobe Illustrator programının öğretildiği ve programla nasıl bir eğitim verildiğine ulaşılmıştır.

İçeriğinde Adobe Illustrator programı olan ders isimlerine bakıldığında, İngilizcesi CAD (Computer-Aided Design) olarak bilinen ve dilimize çevrildiğinde ders adının genellikle Bilgisayar Destekli Tasarım olduğu görülmüştür. Farklı olarak İstanbul Bilgi Üniversitesi Dijital Tasarım Atölyesi, Marmara Üniversitesi Adobe Illustrator Uygulamaları,

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Mesleki Bilgisayar, İzmir Ekonomi Üniversitesi Dijital Tekstil Tasarım ve Başkent Üniversitesi de Dijital Tasarım Programları, Tekstil ve Modada Dijital Tasarım isimlerini vermiştir. Mimar Sinan Üniversitesinde dersin adı Tekstilde Bilgisayar Uygulamaları, İstanbul Ticaret Üniversitesinde Bilgisayarlı Vektörel İllustrasyon ve İstanbul Aydın üniversitesinde de Bilgisayar Destekli Teknik Çizim diye isimlendirilmiştir. Sonuç olarak, benzer isimli olup, aynı içerikte olan bu derslerin izlenceleri incelendiğinde, ortak noktalarının Adobe Illustrator programı eğitiminin verildiği olmasıdır.

27 adet ders akışı incelediğinde, lisans düzeyinde verilen Adobe Illustrator program eğitiminin, ağırlıklı olarak teknik çizim, desen oluşturma, sunum dosyası ve rapotlama üzerine olduğu saptanmıştır.

Adobe Illustrator programının öğretildiği bu izlenceler incelendiğinde üniversitelerin bu eğitimi farklı yarıyılarda verildiği bulgulanmıştır. Ayrıca bu derslerin bazıları bu yarıyılarda zorunlu veya seçmeli olarak verilmektedir. Bazı üniversitelerde de birden fazla 2 veya 3 dönemde Adobe Illustrator programı eğitimi verilmektedir. 2 üniversiteden; 12'si 3. yarıyıl döneminde, 9'u 4. yarıyıl, 6'sı 5. yarıyıl, 3'ü 6. yarıyıl, 2'si 2. yarıyıl, 1'i 1. yarıyıl ve 1 tanesi de dönemi belirtilmemekle birlikte seçmeli ders olarak verilmektedir. 27 üniversite kapsamında yapılan bu araştırmada 7. ve 8. yarıyılarda Adobe Illustrator programı eğitimi ile ilgili bir dersin içeriğine rastlanmamıştır.

Bu araştırmada, Adobe Illustrator programı eğitiminin Tekstil ve/veya Moda Tasarımı 4 yıllık lisans eğitimi sürecinde diğer derslerin çizim, tasarım ve sunumlarında da katkı sağlayacağı düşünüldüğü en çok 3. ve 4. yarıyıl verildiği saptanmıştır.

Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Adobe Illustrator Programı Kullanım Alanları

Çınar'a göre, Yüksek öğrenim sistemleri hızla değişen ve gelişen bilimsel, teknolojik ve toplumsal değişimlere uyum sağlamalı ve sisteme katkıda bulunmalıdır. Bu katkıyı da ancak dönüşümün ve yenilenmenin en önemli unsurlarından biri olan değerlendirme yaparak sağlayabilir (Çınar, 2022: 137-151).

Tüm Tekstil ve/veya Moda Tasarımı odaklı programlar için en kritik adımlardan biri, alanla ilgili nitelikli öğretim programının planlanmasıdır. Hazırlanacak programın sektörel taleplerle uyumlu olması, öğretim kadrosunun doğru şekilde seçilmesi, teknolojik yeniliklerin göz önünde bulundurulması planlama açısından önemlidir. Ayrıca öğrencilerin bireysel ihtiyaç ve özelliklerinin önceden belirlenmesi, sunulacak eğitimin etkinliği açısından son derece önemlidir (Gürcüm, 2017: 442-451).

Lisans düzeyinde verilen bilgisayar destekli tasarım dersi içeriğindeki Adobe Illustrator programı eğitimiyle, sektörün farklı kollarında tasarım alanında çalışanların görüş ve

talepleriyle değerlendirildiği bu çalışmanın, hem Tekstil ve/veya Moda Tasarımı eğitim kalitesinin düzenlenmesi adına, hem de sektör yönünde katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Araştırmada, özellikle tekstil ve hazır giyim sektörünün farklı alanlarından 16 katılımcı seçilmiş ve konuya yönelik 5 soru sorulmuştur. Görüşme öncesi, yeni mezun işe alımlarında yetkili olan kişilerle görüşmenin yapılacağı özellikle bildirilmiştir. Çalışmanın bu kısmı 20-24 Ocak 2025 tarihleri içerisinde görüşme yapılacak kişilerle e-mail yoluyla gerçekleştirilmiştir. Çalışma evrenine uygun sorular kurumsal e-maillerine iletilmiş ve kişisel veriler kapsamında herhangi bir soru sorulmamıştır. Bu yarı yapılandırılmış görüşme için etik kurulu onayı alınmıştır. Soruların cevapları da birkaç gün içinde kurumsal mail adresiyle gönderilmiştir.

Tablo 2.'de sektörün farklı alanlarında çalışan 16 katılımcıya çalıştığı yerin üretim alanı ve iş pozisyonu sorulmuştur. 10 kişi tasarım departmanında, 5 kişi de firma sahibi olduğunu belirtmiş, 1 kişi hem tasarımcı hem de firma sahibi olduğunu açıklamıştır. Bu kişiler işe alımlarda etkili ve yetkili olan kişiler olduğunu önceden belirtmişlerdir ve bu sebeple kendileriyle görüşme sağlanmıştır. Bir sonraki soruda ilgili bölümlerden yeni mezun alıp almadıkları özellikle sorulmuştur. Çalışmanın veri kaynağı olan son soruda ise, işe alımlarda mezunlarımızın hangi seviyede Adobe Illustrator programını bilmeleri gerektiğini açıkça belirtmişlerdir. Programa dayalı sektörel çalışmaları ve taleplerini açıklamışlardır. Yapılan bu yarı yapılandırılmış görüşme yönteminde katılımcılara öncesinde firma ismi vermek isteyip, istemediği ile ilgili tercih yaptırılmıştır. 6 tane firma ismi vermek istemediği için harf olarak kodlandırılmışlardır.

Çanta ve ayakkabı üretimi üzerine 2, gelinlik 1, aksesuar 1, ev tekstili 1 ve etiket üzerine 1'er görüş alınmıştır. Örme ve dijital baskı kumaş üretimi için toplamda 3 kişiyle görüşürken hazır giyim ile ilgili 7 kişi ile görüşme sağlanmıştır. Hazır giyim alanı da kendi içinde gömlek, bebek-çocuk, üniforma ve örme olarak dağılımlar göstermektedir.

Tablo 2. 16 katılımcıyla yapılan yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme sonuçları**Table 2.** Results of semi-structured in-depth interviews with 16 participants

	Firma adı	Firmanın üretim alanı nedir ?	Firmanın hangi departmanındasınız ve pozisyonunuz nedir ?	Yeni mezunları işe alıyor musunuz?	Yeni aldığınız kişinin Adobe Illustrator programında neler yapabilmesini talep ediyorsunuz?
1	Esinti Deri Tekstil ve Saraciye	Deri çanta ve cüzdan imalatı ve satışı	Firma sahibi	Evet	Koleksiyon hazırlayıp parçalarını çizebilmeli Çeşitli çanta modelleri, logo çalışmaları, desen çalışmaları yapabilmeli
2	Fella Tekstil	Örme alanında Kadın ve Erkek hazır giyim	Tasarım Departmanı- Tasarım müdürü	Evet	Teknik çizim yapabilmeli Artistik çizim yapabilmeli Koleksiyon hazırlayıp parçalarını çizebilmeli Grafik/desen (baskı, nakış vb) çalışması, sunum dosyası hazırlama, Trend sunumu hazırlayabilmeli
3	Ricchezzabridal	Gelinlik üretimi	Firmanın yönetim kurulu başkanı ve baş tasarımcı	Evet	Artislik çizim yapabilmeli Kolleksiyon hazırlayıp parçalarını çizebilmeli Teknik çizim yapabilmeli
4	HRN Kumaş San ve Dış Tic Ltd Şti	Örme kumaş üretimi	Firma sahibi	Evet	Koleksiyon hazırlayıp parçalarını çizebilmeli Bir desenin varyantını ve kombinini çizebilmeli
5	Etkin Textile	Dijital baskılı kadın giysilik kumaş üretimi	Arge departmanı- tasarım süreci yönetici personeli	Evet	Piyasada trend olan desenlere benzer desenler üretebilmeli Çizilen deseni raportlamak ve trend renklere göre varyant çalışması yapabilmeli El çizimi yapmalı ve çizimini bilgisayar ortamına aktarıp raportlu bir desen haline getirebilmeli
6	Jimmy Key	Tekstil Giyim	Tasarım departmanı- Tasarımcı	Evet	Teknik çizim çizebilmeli. Artistik çizim yapabilmeli Bir desenin varyantını ve kombinini çizebilmeli Sunum dosyası hazırlayabilmeli
7	Zirve Dijital Transfer Baskı	Dijital baskılı kumaş üretimi	Tasarım Departmanı- Desinatör/Grafiker.	Evet	Metraj ve pano desen çalışmaları yapabilmeli, raportlama, kombin ve varyant yapabilmeli
8	Karbel Gömlek	Tekstil konfeksiyon Gömlek	Arge Tasarım- Kumaş, desen tasarımcısı	Evet	Teknik çizim çizebilmeli. Koleksiyon hazırlayıp parçalarını çizebilmeli Bir desenin varyantını ve kombinini çizebilmeli
9	Reynas Etiket ve Aksesuar San.Tic.Ltd.Sti	Dokuma, karton ve deri etiket tasarımı ve üretimi	Kurucu ortak ve genel müdür	Evet	Teknik çizim yapabilmeli Artistik çizim yapabilmeli Koleksiyon hazırlayıp parçalarını çizebilmeli Bir desenin varyantını ve kombinini çizebilmeli
10	Gocoland Kids	Bebek ve Çocuk giyimi	Arge departmanı- tasarımcı	Evet	Teknik çizim yapabilmeli Koleksiyon hazırlayıp parçalarını çizebilmeli Bir desenin varyantını ve kombinini çizebilmeli

Tablo 2. 16 katılımcıyla yapılan yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme sonuçları (Devamı)**Table 2.** Results of semi-structured in-depth interviews with 16 participants (Continued)

	Firma adı	Firmanın üretim alanı nedir ?	Firmanın hangi departmanındasınız ve pozisyonunuz nedir ?	Yeni mezunları işe alıyor musunuz?	Yeni aldığınız kişinin Adobe Illustrator programında neler yapabilmesini talep ediyorsunuz?
11	A	Giyim aksesuarları imalatı	Firma sahibi	Evet	Teknik çizim yapabilmeli
12	B	Çanta, ayakkabı üretimi	Tasarım Departmanında Direktör	Evet	Teknik çizim çizebilmeli. Desen ve model çizimi yapabilmeli
13	C	Ev tekstil ürünleri	Firma sahibi	Evet	Koleksiyon hazırlayıp parçalarını çizebilmeli Bir desenin varyantını ve kombinini çizebilmeli
14	D	Uniforma ve Kurumsal Giyim	Tasarım departmanı- Tasarımcı	Evet	Teknik çizim yapabilmeli Bir desenin varyantını ve kombinini çizebilmeli
15	E	Hazır giyim	Erkek Tasarım- tasarımcı	Evet	Teknik çizim yapabilmeli Koleksiyon hazırlayıp parçalarını çizebilmeli Desen/grafik çizebilmeli
16	F	Hazır giyim	Tasarım departmanı- tasarımcı	Evet	Teknik çizim yapabilmeli Koleksiyon hazırlayıp parçalarını çizebilmeli Bir desenin varyantını ve kombinini çizebilmeli

Tablo 2.'den çıkan bulgulara göre; Kumaş üreticileri dışında tüm alanda teknik çizim bilgisi talep edilmektedir. Giyim üzerine olan tüm alanlarda koleksiyon hazırlayıp, sunum haline getirebilmesi istenmektedir. Bu talep, moodboard veya sunum dosyası olarak adlandırılmıştır.

Çoğunlukla dijital baskı ve çanta alanında, desen oluşturma ile ilgili çalışmalar istenirken, kombin ve varyant oluşturma çanta, ayakkabı ve aksesuar dışında tüm alanlarda özellikle istenilen bir bilgi olduğu görülmektedir. Artistik çizim hakimiyeti giysi ve gelinlik alanında istenirken, raportlama sadece baskı kumaş üretimi için talep gören yetkinliklerden olmuştur. Bu çalışmaya göre, Tablo 2.'deki araştırma grubunun sektörel verileri ele alındığında 9 iş tanımı belirtilebilir. Bunlar;

1. Teknik çizim yapabilmeli
2. Koleksiyon oluşturabilmeli
3. Desen oluşturabilmeli
4. Kombin yapabilmeli
5. Varyant yapabilmeli
6. Moodboard/sunum dosyası yapabilmeli
7. Artistik çizim yapabilmeli
8. Logo tasarlayabilmeli
9. Raportlama yapabilmeli

Türkiye’de Tekstil ve/veya Moda Tasarımı lisans eğitimi veren ve bilgisayar destekli tasarım dersi içeriğinde Adobe Illustrator programı öğretilen 27 üniversitenin ders içerikleri Tablo 1’de verilmiştir. Bu haftalık ders akışları kurumların web sayfalarından alınmıştır. Haftalık ders içerikleriyle, bu çalışmadaki sektörel talepler karşılaştırıldığında, Tablo 3.’te de görüldüğü gibi 27 üniversite içinden bu talepleri kaç üniversitenin karşılayabildiği ortaya çıkmaktadır.

Tablo 3. Üniversitelerde verilen Adobe Illustrator programı eğitimi ile sektör taleplerinin karşılaştırılması

Table 3. Comparison of industry demands with Adobe Illustrator program education given at universities

Üniver -site	Desen oluşturma	Teknik çizim	Raportlama	Moodboard/ sunum dosyası	Artistik çizim	Varyant yapma	Koleksiyon oluşturma	Logo tasarlama	Kombin yapma
1									
2									
3									
4									
5									
6									
7									
8									
9									
10									
11									
12									
13									
14									
15									
16									
17									
18									
19									
20									
21									
22									
23									
24									
25									
26									
27									

Desen oluşturma : 27 üniversiteden 21’inde uygulanmaktadır.

Teknik çizim : 27 üniversiteden 17’sinde uygulanmaktadır.

Raportlama : 27 üniversiteden 14’ünde uygulanmaktadır.

Moodboard/sunum dosyası hazırlama : 27 üniversiteden 14’ünde uygulanmaktadır.

Artistik çizim : 27 üniversiteden 13’ünde uygulanmaktadır.

Varyant yapma : 27 üniversiteden 11'inde uygulanmaktadır.

Koleksiyon oluşturma: 27 üniversiteden 6'sında uygulanmaktadır.

Logo tasarlama : 27 üniversiteden 6'sında uygulanmaktadır.

Kombin yapma : 27 üniversiteden 2'sinde uygulanmaktadır.

Sektörün teknik çizim ve desen oluşturma talepleri 27 üniversitenin yarısından biraz fazla kurumlarda öğretilirken, diğer tüm sektörel talepler, Türkiye'deki üniversitelerin yarısından az kurumlarda öğretildiği görülmektedir. Bu sonuç, bu araştırmamızın hedeflediği güncellenmiş ve sektöre yönelik ders planı içeriği önerisi ihtiyacını desteklemektedir.

Ders Planı ve Haftalık Ders İçeriği Önerisi

Bilgisayar destekli tasarım ders planındaki Adobe Illustrator programı eğitim içeriğinin, sektör beklentileriyle uyumu ve yeterlilik derecesi, sektörün ihtiyaçlarını öğrenmekle yakından ilgilidir. Sektörün talepleri ve öğrencilerin yaratıcılıklarını arttıracak şekilde tasarlanan Tablo 4.'deki ders programı içeriği önerilmektedir. Öneri olarak tasarlanan programına göre Bilgisayar destekli tasarım dersi, haftada 4 saat uygulanacağı varsayılarak yapılmıştır.

Tablo 4. Tekstil ve/veya moda tasarımı bölümü için Adobe Illustrator eğitimi ders planı önerisi

Table 4. Adobe Illustrator education lesson plan proposal for the department of textile and/or fashion design

Haftalık Ders Planı (4 saat)	
Hafta	Konular
1	1. Adobe Illustrator programının kullanım alanları ve vektörel özelliğinin katkısı, 2. Ara yüzü hakkında genel bilgi: araç çubuğu, kontrol ve menü panellerinin çalışma prensibi, araçların özellikleri 3. Pencere (window) seçeneği içindeki paneller ve çalışma prensipleri ve özellikleri 4. Yeni dosya açma, dosya çağırma, dosya kaydetme ve farklı kaydetme şekilleri 5. Kontür ve iç dolgu mantığının anlatılması, renkler.
2	1. Kalem aracının (pen tool) çalışma prensibi ve kullanımı, 2. Nokta, doğru ve yay mantığını anlatma ve ekleme, çıkarma veya değiştirme pratiği 3. Şekil araçları (rectangle tool) çalışma prensibi ve kullanımı, özellik panelinden değişimleri 4. Kontür (stroke) seçeneklerinden pratik teyel dikişi çalışması Ödev: Sınıfta yapılanın haricinde özgün denemeler yaparak her birinden 3'er adet ödev hazırlama
3	Aksesuar Çizimleri 1. Yol bulucu (pathfinder) ve Hizalama (align) komutunun kullanımı 2. Özgün fırça (brush) oluşturma ve kullanımı 3. Yol bulucu ve hizalama ile düğme ve ilik çizimi ve sınıf içi uygulama 4. Özgün fırça (brush) ile fermuar dişi ve elciğinin çizimi ve sınıf içi uygulam Ödev: Sınıfta yapılanın haricinde özgün denemeler yaparak her birinden 2'er adet ödev hazırlama
4	Raportlama (Tekrarlı Desen Oluşturma) 1. Efekt (effect) özellikleri 2. Nesne içindeki Desen Oluştur komutunun kullanımı, raportlama teknikleri 3. Noktasal ve çizgisel desen yapımı, raportlama, renk değişimi yaparak varyant oluşturma Ödev: Sınıfta yapılanın haricinde özgün denemeler yaparak 2'er adet noktasal, çizgisel ve floral desen yapım varyant ve kombinini hazırlama

Tablo 4. Tekstil ve/veya moda tasarımı bölümü için Adobe Illustrator eğitimi ders planı önerisi (Devamı)
Table 4. Adobe Illustrator education lesson plan proposal for the department of textile and/or fashion design
 (Continued)

Haftalık Ders Planı (4 saat)	
Hafta	Konular
5	Raportlama (Tekrarlı Desen Oluşturma) 1. Floral desen yapımı için aynalama (reflect) ve çevir (rotate) araçlarının kullanımı ve raportlama, renk değişimi yaparak varyant oluşturma, kombin oluşturma Ödev: Sınıfta yapılanın haricinde özgün denemeler yaparak her birinden 2'er adet ödev hazırlama
6	Gerçekçi Çizimler 1. Kafes aracı (mesh tool) kullanarak deri ve denim dokusu oluşturma ve sınıf içi uygulama 2. Çırpma Aracını (blend tool) kullanarak kürk dokusu oluşturma ve sınıf içi uygulama Ödev: Sınıfta yapılanın haricinde özgün denemeler yaparak her birinden 2'er adet ödev hazırlama
7	Ara Sınav 2 saatlik sınıf içi Uygulama sınavı Linki verilen desenin Adobe Illustrator programında kalem aracı ile tekrar çizilip, renklendirilmesi, raportlanması, varyant oluşturulması ve özünden çıkmayacak şekilde kombin yapılması.
8	1. Kalem aracıyla (pen tool) volan çizimi ve sınıf içi uygulama 2. Fırça (brush) oluşturma yöntemiyle pili çizimi ve sınıf içi uygulama 3. Kalem aracıyla (pen tool) yaka çeşitleri çizimi ve sınıf içi uygulama Ödev: Sınıfta yapılanın haricinde özgün denemeler yaparak her birinden 2'er adet ödev hazırlama
9	Teknik Çizim 1. Teknik çizim örnekleri gösterip, ürünün parçalar halinde çizilmesiyle ilgili ön bilgi verilmesi (kol, yaka, manşet vb.) ürünün giyip çıkarılmasıyla ilgili teknik çözümün yapılması ve gerekli aksesuarların eklenmesi ile ilgili bilgilendirme Ödev: Sınıfta yapılanın haricinde özgün denemeler yaparak her birinden 3'er adet ödev hazırlama (ön-hayali arka ve aksesuar)
10	Teknik Çizim 1. İnternet üzerinden seçilmiş t-shirt veya bluzun teknik çizime uygun şekilde ön ve hayali arkasının çizilmesi ve sınıf içi uygulama Ödev: Sınıfta yapılanın haricinde özgün denemeler yaparak her birinden 1'er adet ödev hazırlama (ön-hayali arka ve aksesuar)
11	Teknik Çizim 1. İnternet üzerinden seçilmiş etek veya pantolonun teknik çizime uygun şekilde ön ve hayali arkasının çizilmesi ve sınıf içi uygulama Ödev: Sınıfta yapılanın haricinde özgün denemeler yaparak her birinden 1'er adet ödev hazırlama (ön-hayali arka ve aksesuar)
12	Ayakkabı-Çanta-Etiket Çizimi 1. İnternet üzerinden seçilmiş ayakkabı veya çantanın teknik çizime uygun şekilde çizilmesi, aksesuarlarının eklenmesi ve sınıf içi uygulama 2. İnternet üzerinden seçilmiş veya kendi tasarladıkları ense, süs ve karton etiket çizilmesi ve sınıf içi uygulama Ödev: Sınıfta yapılanın haricinde özgün denemeler yaparak her birinden 3'er adet ödev hazırlama
13	Manken Çizimi 1. İnternet üzerinden seçilmiş veya kendi çizdikleri üzerinden manken silüeti oluşturma ve sınıf içi uygulama 2. Ten rengi oluşturma da gölge ve ışık için renk seçimleri 3. Kafes aracı (mesh tool) ile ten üzerindeki gölgelendirmeyi gösterme ve sınıf içi uygulama 4. Efektler (effect) içindeki yumuşatma (feather) ile ten üzerindeki gölgelendirmeyi gösterme ve sınıf içi uygulama 5. Efektler (effect) içindeki gölge düşür (drop shadow) ile mankene gölge vermeyi gösterme ve sınıf içi uygulama Ödev: Sınıfta yapılanın haricinde özgün denemeler yaparak 3'er adet ödev hazırlama

Tablo 4. Tekstil ve/veya moda tasarımı bölümü için Adobe Illustrator eğitimi ders planı önerisi (Devamı)
Table 4. Adobe Illustrator education lesson plan proposal for the department of textile and/or fashion design
 (Continued)

Haftalık Ders Planı (4 saat)	
Hafta	Konular
14	Sunum Dosyası Hazırlama 1. Teknik çizim üzerine desen ekleme ve sınıf içi uygulama 2. Mankene teknik çizimi giydirmek, doğrudan seçim aracı (direct selection tool) yardımıyla yerleştirme ve sınıf içi uygulama 3. Sunum dosyası için mizanpaj ve künye oluşturma. Manken, teknik çizimler (ön+arka) ve desen panellerinin yerleştirilmesi ve sınıf içi uygulama
15	Final / Proje teslim Son derste belirlenen konular üzerinden literatür taraması yapılarak konunun anlaşılması, konuya uygun renk, form, malzeme düşünülerek 3 adet kıyafet tasarlanması. Teknik çizimlerinin yapılması (ön+arka). Konuyla ilgili desen oluşturup, desen paneli yapılması ve mankene desenli kıyafetin giydirilmesi. Konuya uygun etiket önerisinin sunum dosyasına eklenmesi

Bu ders içeriği önerisi (Tablo 4), öğrencilerin Adobe Illustrator programının temelinden ileri seviyeye kadar ilerlemelerini ve sektörün taleplerini karşılayabilecek düzeye gelmelerini hedeflemektedir.

Ara sınav ve final de içinde bulunduğu on beş haftadan oluşan ders planında, ders saatinin dışında ödev ve proje vermenin öğrenciye programa alışma süreci ve beceri katması açısından önemi büyüktür. Bu sebeple çizim yapmaya başlandığı hafta itibariyle konularla ilgili sınıf dışı ödevler izlencede belirtilmiştir.

İlk haftalarda programın ara yüzü ve çalışma prensibi açıklanmıştır.

İkinci ve üçüncü hafta itibariyle temel araçların ve komutların kullanım alanlarının eğitimi uygulamalarla desteklenmiştir. Araç ve komutlar Tekstil ve/veya Moda tasarımına yönelik aksesuar çizimleri ile öğretilerek, hem konuyu kavramaları hem de sektöre yönelik çalışma yapmaları adına kazanım sağlamıştır. Örnekler gösterilerek, önce tekrarı yapılarak sonra üzerine yaratıcı fikirler katarak çalışmalar ve ödevler istenmiştir.

Desen oluşturma, varyant ve kombin yapma gibi sektörün de talep ettiği konular sonraki 2 haftaya yayılmıştır.

Ara sınavdan önceki son hafta farklı komutlarla gerçekçi görüntülere ve doku çalışmalarına yer verilmiştir.

Ara sınavda, sektöre yönelik bir çalışma yapılarak, öğretim üyesinin vermiş olduğu bir desen, Adobe Illustrator programı kullanılarak desenlerin yeniden çizilmesi, raportlanması (desen tekrarı) ve ileride lisansüstü program başvuruları veya iş görüşmeleri sırasında talep edilebilecek sunum dosyalarına uygun biçimde tasarlanması beklenmiştir. Ayrıca, sektör beklentileri doğrultusunda sunum dosyasında varyant ve kombin çalışmalarına da yer verilmesi istenmiştir. Raportlama, varyant ve kombin oluşturma özellikle tekstil sektöründe kumaş baskı alanında sıklıkla bilinmesi istenilen konulardan biridir.

Ara sınav sonrası hazır giyim sektörü için gerekli olan teknik çizim eğitimine destek vermesi amacıyla, volan, pili ve yaka yapımı aşamaları plana koyulmuştur.

Bu eğitimin sonrasındaki 3 hafta boyunca, farklı ürün grupları, kolaydan karmaşık modellere doğru aşamalı ilerlenecek biçimde çizilip, ödevlerle desteklenecek şekilde planlanmıştır. Bu eğitimde amaç, sadece mevcut ürünü çizebilmek değil ayrıca yeni tasarımlar da yapmaya yöneliktir.

Ayakkabı, çanta ve etiket çizimi de ders planına sonraki hafta koyularak, giysi dışında sektördeki yerinin öneminin anlatılması önerilmiştir. Öğrencilerin bu alanda da çalışabileceklerini bilmeleri ve bu alanla ilgili beceri ve yeteneklerini keşfetmeleri açısından ayakkabı ve çanta çiziminin ders planında olması önem teşkil etmektedir.

On üçüncü haftada kendi mankenlerini istedikleri duruşta çizme ve ten rengi oluşturma eğitimi plana eklenmiş ve son haftada da çizdikleri teknik çizimleri desenlendirerek manken üzerine giydirmeleri konusu ders içeriğine eklenmiştir. Bu haftada verilen eğitim, sektörün de beklentisi olan artistik çizim için kendilerini geliştirmek ve buna teşvik etmek amaçlı ilave edilmiştir. On dört haftalık eğitimin tümünü kapsayan bir sunum dosyası oluşturup, mizanpaj bilgisi verilerek düzenlenmesi ders planı için önerilmiştir.

Finalde öğretim üyesinin belirlediği veya güncel trend temalarından yola çıkarak, bir sunum dosyası hazırlamaları istenmiş, içinde konu araştırması ve koleksiyon detaylarının da yazılı olarak bulunması önemle belirtilmiştir. Koleksiyona ait parçaların teknik çizimleri dışında, artistik çizimlerinin de bulunması istenirken, etiket önerisi de talep edilmiştir. Bu dosya öğrencinin ileride lisansüstü eğitimi veya iş hayatı için hazırlayacağı portfolyosu için önem teşkil etmektedir.

Araştırma Yöntemi

Bu çalışma kapsamında, Türkiye'deki Tekstil ve/veya Moda Tasarımı lisans programlarında yer alan bilgisayar destekli tasarım dersleri arasında Adobe Illustrator'a odaklanan içeriklerin sektörel gereksinimlerle ne ölçüde örtüştüğünü incelenmiştir. Bu amaç doğrultusunda, öncelikle ilgili alanda daha önce yapılmış akademik çalışmalar taranmış, mevcut literatür üzerinden temel kavramsal çerçeve oluşturulmuştur. Ardından, 2024-2025 öğretim yılına ait devlet ve vakıf üniversitelerinin web sayfalarında herkese açık olan ders bilgi paketleri incelenerek Illustrator programının yer aldığı haftalık ders içerikleri analiz edilmiştir. Yürütülen bu betimleyici araştırmaya ek olarak, İstanbul Beykent Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler için Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu tarafından 21.11.2024 tarihinde E-45778635-050.99-168789 sayı no'lu etik kurul onayı alınarak, sektörde faaliyet gösteren 16 uzmanla yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerde, sektörde Adobe Illustrator kullanımının kapsamı, mezunlardan beklenen dijital yeterlilikler ve mevcut eğitim içeriğine dair

değerlendirmeler alınmıştır. Elde edilen veriler nitel analiz yöntemiyle sınıflandırılmış, tematik bir yapı doğrultusunda yorumlanmıştır. Bu yöntemsel yaklaşım sayesinde, sektörel ihtiyaçlara cevap verebilecek bir ders planı oluşturulması hedeflenmiştir. Akademik bilgi ile saha verilerinin birlikte ele alınması, çalışmanın güvenilirliğini ve uygulanabilirliğini artırmaktadır.

Araştırma Bulguları

Günümüzde rekabetin çok olduğu hazır giyim ve tekstil sektöründeki en önemli sorunlardan biri yetenekli, teknik bilgiye sahip ve sektörün taleplerini karşılayabilecek nitelikli eleman ihtiyacıdır. Bu düzeyde eleman yetişebilmesi için Türkiye genelinde 33 adet Tekstil ve/veya Moda Tasarımı eğitimi veren üniversitelerin olduğu saptanmıştır. Bu üniversitelerden sadece 27 tanesinin web sayfasında ders müfredatında Adobe Illustrator eğitimi verildiğine rastlanılmıştır. Tablo 1'deki verilerden çıkan bulgular doğrultusunda Adobe Illustrator programının çoğunlukla 2. sınıf yani 3. ve 4. yarıyıllarda verildiği bulgusuna ulaşılmıştır. Ayrıca ders içerikleri incelendiğinde en çok teknik çizim, desen oluşturma, sunum dosyası ve raportlama konuları işlendiği tespit edilmiştir.

Sektörün nitelikli tasarımcı isteğini karşılayacak Adobe Illustrator bilgi seviyesi Tablo 2'de tespit edilip, 27 üniversitedeki ders programı akışı ile karşılaştırılmış ve betimsel bir veri elde edilmiştir.

Sektörün talepleri ile mevcut Adobe Illustrator ders içerikleri arasında bir takım boşluklar olduğu ve sektör-üniversite arasında bir dayanışma olması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. 27 üniversitenin ders izlenceleri ve sektörel talepler karşılaştırıldığında çıkan bulgular Tablo 3'te belirtilmiştir. Var olan izlencelere eklenebilecek bazı değişikliklerle yeniden yapılandırılmış haftalık ders planı önerisi ile, öğrencilerin sektöre hazır hale getirilmesini hedeflemiştir. Dış paydaş görüşleriyle geliştirilen ders içerikleri akreditasyon süreçleri için ön hazırlık oluştururken, ayrıca eğitimde uluslararasılaşmayı da sağlamaktadır.

Sonuç

Bu çalışmada, Türkiye'deki Tekstil ve/veya Moda Tasarımı lisans eğitimi alanında Adobe Illustrator eğitimi için, sektör talepleri değerlendirilerek, çıkan veriler doğrultusunda daha kaliteli bir ders içeriği önerisi sunmak amaçlanmıştır. Özellikle sektör ve sanayi için istihdam sağlayabilecek başka ders içerikleri için de yol göstermesi açısından bir kaynak teşkil etmesi hedeflenmiştir.

Adobe Illustrator programının sektöre yönelik öğretilmesi, öğrencilere iş hayatına hızlı uyum sağlamaları açısından destekleyici olduğu görülmektedir.

Sonuç olarak, sektörün talepleri de göz önünde bulundurularak Tekstil ve/veya Moda tasarımı eğitiminde Adobe Illustrator programının öğretilmesi ve güncellenmesi önemlidir. Yenilenen ders içeriği ile bilgi sürdürülebilir olmaktadır. Bu şekilde, öğrenciler hem tasarım becerilerini geliştirirken hem de sektörde iyi bir kariyere adım atabilirler.

Çalışmanın sonunda önerilen izleniş, Adobe Illustrator programındaki eğitim eksikliklerinin ve yetersiz kalınan konuların tespiti ile yeniden tasarlanmıştır. Önerilen haftalık ders planının Tekstil ve/veya Moda Tasarımı lisans eğitimi kalitesine ve sektöre katkı sağlanması hedeflenirken, farklı sektörel derslerin planlanması için teşvik edici ve örnek teşkil etmesi hedeflenmiştir. Ayrıca yapılan literatür taramasında Tekstil ve/veya Moda bölümü içerisindeki Adobe Illustrator eğitimi ile ilgili bir araştırmaya rastlanmadığı için de bu çalışmanın alana ve literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu çalışma, Adobe Illustrator programının sektöre yönelik eğitim müfredatının iyileştirilmesine yönelik öneriler sunarken, eğitimin uluslararasılaşmasına da katkı sağlayacaktır.

Etik Kurul Onayı: İstanbul Beykent Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler için Bilimsel Araştırma ve yayın Etiği Kurulu (Tarih: 21.11.2024, sayı: 168789)

Kaynakça

Yayınlar

- Arslan, Aypek A., Eyiöl, P. (2007). Bauhaus Okulu'nun Endüstri Tasarımına Katkıları ve Ülkemizdeki Yansımaları. *Mesleki Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2(2), 292-300, ISSN: 1306-9233, Türkiye
- Çınar, P. (2022). Tasarım Alanında Sanat Eğitimi Sektör Çalışanlarıyla Değerlendirmek. *Sanat ve tasarım dergisi*, (29), 137-151, ISSN: 2149-6595, DOI: <https://doi.org/10.18603/sanatvetasarim.1137916>, Türkiye
- Er Bıyıklı, N. (2021). Tekstil ve Moda Tasarımı Eğitiminde Sektör İş Birliğiyle Yürütülen Tasarım Projelerinin Taraflar Açısından Önemi. *Yıldız Journal of Art and Design*, 8(1), 23-32, Yıldız Teknik Üniversitesi Yayınları, DOI: <https://doi.org/10.47481/yjad.850266>, Türkiye
- Erdek, İ. (2023). Halı Tasarımı Eğitiminde Bilgisayar Destekli Tasarım: Ders Planı Önerisi. *Asos journal*, (144), 249-256, ISSN: 2148-2489, DOI : [10.29228/ASOS.71124](https://doi.org/10.29228/ASOS.71124), Türkiye
- Gürcüm, B., H., Kılıç, Ö. (2017). Tekstil Tasarımı Eğitiminde Öğrenme Stilleri: Gazi Üniversitesi Örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(49), 442-451, ISSN: 1307-9581, Türkiye
- Orhon İstifoğlu, B. (2011). Görsel Sanatlar Tasarımında Duyuşsal Etkileşim ve Yaratıcılık. *1. Sanat ve Tasarım Eğitimi Sempozyumu, Dün, Bugün, Gelecek* Bildiriler Kitabı, 41-44, Başkent Üniversitesi, Ankara, Türkiye
- Tural, E. (2023). Sayısal Tipografi Dersi Öğrencilerinin Adobe Illustrator Yazılımı ile Tipografi Tasarımında Yaptıkları Hatalar ve Doğru Uygulama Örnekleri, *Uluslararası Sanat Tasarım ve Eğitim Dergisi*, 4(1), 20-32, eISSN: 2979-9775, DOI:<https://doi.org/10.5281/zenodo.8027367>, Türkiye
- Türkal, İ. (2023). Akreditasyon Ekseninde Müfredat Değişimleri: Halkla İlişkiler Eğitimi Örneği. *Mavi Atlas*, 11(2), 403-421, DOI:<https://doi.org/10.18795/gumusmaviatlas.1361070>, Türkiye

Uslu, Ö. (2011). Tasarım-Üretim Bağlamında Tekstil Tasarım Bölümlerinde Staj ve İstihdam Sorunu. *1. Sanat ve Tasarım Eğitimi Sempozyumu, Dün, Bugün, Gelecek* Bildiriler Kitabı, 579-582, Başkent Üniversitesi, Ankara, Türkiye

Web sayfası

Akdeniz Üniversitesi

<https://www.akdeniz.edu.tr/> (Erişim: 09.12.2024)

<https://obs.akdeniz.edu.tr/oibs/bologna/index.aspx?lang=tr&curOp=showPac&curUnit=18&curSunit=1073#>

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

<https://hacibayram.edu.tr/> (Erişim: 09.12.2024)

<https://obs.hacibayram.edu.tr/oibs/bologna/index.aspx?lang=tr&curOp=showPac&curUnit=17&curSunit=1708#>

Atatürk Üniversitesi

<https://www.atauni.edu.tr/> (Erişim: 07.12.2024)

<https://obs.atauni.edu.tr/moduller/dbp/eobs/dersDetay/92876/3589?>

Atılım Üniversitesi

<https://www.atilim.edu.tr/tr> (Erişim: 08.12.2024)

<https://www.atilim.edu.tr/tr/ects/site-courses/63/3406/detail>

<https://www.atilim.edu.tr/tr/ects/site-courses/63/3381/detail>

Başkent Üniversitesi

<https://www.baskent.edu.tr/tr/> (Erişim: 08.12.2024)

<https://truva.baskent.edu.tr/bilgipaketi/?dil=TR&menu=akademik&inner=katalog&birim=602&ders=282107>

<https://truva.baskent.edu.tr/bilgipaketi/?dil=TR&menu=akademik&inner=katalog&birim=602&ders=282108>

<https://truva.baskent.edu.tr/bilgipaketi/?dil=TR&menu=akademik&inner=katalog&birim=602&ders=282213>

<https://truva.baskent.edu.tr/bilgipaketi/?dil=TR&menu=akademik&inner=katalog&birim=602&ders=282214>

Çanakkale OnSekiz Mart Üniversitesi

<https://gsf.comu.edu.tr/> (Erişim: 09.12.2024)

<https://ubys.comu.edu.tr/AIS/OutcomeBasedLearning/Home/CourseDetail?&isElectiveCourse=false&isIntegratedCourse=false&courseId=bCO1O7YZpOxKCUvhg0qoGQ!xGGx!!xGGx!&curriculumId=9DZD6z42JDzXavyVloMUgg!xGGx!!xGGx!&apid=FJ8BwEF!xDDx!t7GMx9S1tOOlig!xGGx!!xGGx!&eqd=10602&progName=G%C3%BCzel%20Sanatlar%20Fak%C3%BCltesi%20-%20Tekstil%20ve%20Moda%20Tasar%C4%B1m%C4%B1%20B%C3%B6l%C3%BCm%C3%BC>

[BC%20/%20Tekstil%20ve%20Moda%20Tasar%C4%B1m%C4%B1%20\(N%C3%96\)&culture=tr-TR](https://ubys.comu.edu.tr/AIS/OutcomeBasedLearning/Home/CourseDetail?&isElectiveCourse=false&isIntegratedCourse=false&courseId=PuOGxmXTW5YONy1wREALeg!xGGx!!xGGx!&curriculumId=9DZD6z42JDzXavyVloMUgg!xGGx!!xGGx!&apid=FJ8BwEF!xDDx!t7GMx9S1tOOlig!xGGx!!xGGx!&eqd=10602&progName=G%C3%BCzel%20Sanatlar%20Fak%C3%BCltesi%20-%20Tekstil%20ve%20Moda%20Tasar%C4%B1m%C4%B1%20B%C3%B6l%C3%BCm%C3%BC%20-%20Tekstil%20ve%20Moda%20Tasar%C4%B1m%C4%B1%20(N%C3%96)&culture=tr-TR)

[https://ubys.comu.edu.tr/AIS/OutcomeBasedLearning/Home/CourseDetail?&isElectiveCourse=false&isIntegratedCourse=false&courseId=PuOGxmXTW5YONy1wREALeg!xGGx!!xGGx!&curriculumId=9DZD6z42JDzXavyVloMUgg!xGGx!!xGGx!&apid=FJ8BwEF!xDDx!t7GMx9S1tOOlig!xGGx!!xGGx!&eqd=10602&progName=G%C3%BCzel%20Sanatlar%20Fak%C3%BCltesi%20-%20Tekstil%20ve%20Moda%20Tasar%C4%B1m%C4%B1%20B%C3%B6l%C3%BCm%C3%BC%20-%20Tekstil%20ve%20Moda%20Tasar%C4%B1m%C4%B1%20\(N%C3%96\)&culture=tr-TR](https://ubys.comu.edu.tr/AIS/OutcomeBasedLearning/Home/CourseDetail?&isElectiveCourse=false&isIntegratedCourse=false&courseId=PuOGxmXTW5YONy1wREALeg!xGGx!!xGGx!&curriculumId=9DZD6z42JDzXavyVloMUgg!xGGx!!xGGx!&apid=FJ8BwEF!xDDx!t7GMx9S1tOOlig!xGGx!!xGGx!&eqd=10602&progName=G%C3%BCzel%20Sanatlar%20Fak%C3%BCltesi%20-%20Tekstil%20ve%20Moda%20Tasar%C4%B1m%C4%B1%20B%C3%B6l%C3%BCm%C3%BC%20-%20Tekstil%20ve%20Moda%20Tasar%C4%B1m%C4%B1%20(N%C3%96)&culture=tr-TR)

Çankırı Karatekin Üniversitesi

<https://www.karatekin.edu.tr/> (Erişim: 08.12.2024)

<https://obsogrenci.karatekin.edu.tr/BLGNDersBilgiPaketi/DersBilgileri?mufDersID=0&dersGrubuDersID=337808&dersID=16904&programID=557&dilID=1&yilID=75>

<https://obsogrenci.karatekin.edu.tr/BLGNDersBilgiPaketi/DersBilgileri?mufDersID=0&dersGrubuDersID=259009&dersID=16903&programID=557&dilID=1&yilID=74>

Çukurova Üniversitesi

<https://www.cu.edu.tr/> (Erişim: 10.12.2024)

<https://ebs.cu.edu.tr/Ders/GenelBilgi/599792>

Doğuş Üniversitesi

<https://www.dogus.edu.tr/> (Erişim: 09.12.2024)

<https://obs.dogus.edu.tr/oibs/bologna/index.aspx?lang=tr&curOp=showPac&curUnit=4&curSunit=4122#>

Dokuz Eylül Üniversitesi

<https://www.deu.edu.tr/> (Erişim: 08.12.2024)

https://debis.deu.edu.tr/ders-katalog/2023-2024/tr/tr_9511_9511_43.html

Eskişehir Teknik Üniversitesi

<https://www.eskisehir.edu.tr/> (Erişim: 08.12.2024)

<https://akts.eskisehir.edu.tr/tr/ders/icerik/159721/48>

Haliç Üniversitesi

<https://halic.edu.tr/tr> (Erişim: 27.12.2024)

İstanbul Aydın Üniversitesi

<https://www.aydin.edu.tr/tr-tr/Pages/default.aspx> (Erişim: 08.12.2024)

https://ebs.aydin.edu.tr/index.iau?Page=DersTanitimFormu2&Action=DersTanitimFormuView&bolum_kodu=26&DersID=88602&innerPage=tumu&ln=tr

İstanbul Bilgi Üniversitesi

<https://www.bilgi.edu.tr/tr/> (Erişim: 08.12.2024)

https://ects.bilgi.edu.tr/Course/Detail?catalog_courseId=21390464

https://ects.bilgi.edu.tr/Course/Detail?catalog_courseId=21390465

İstanbul Beykent Üniversitesi

<https://www.beykent.edu.tr/> (Erişim: 08.12.2024)

<https://obs.beykent.edu.tr/oibs/bologna/index.aspx?lang=tr&curOp=showPac&curUnit=04&curSunit=36#>

İstanbul Ticaret Üniversitesi

<https://ticaret.edu.tr/> (Erişim: 08.12.2024)

http://tubis.ticaret.edu.tr/_Bologna/Bolum/DersListe.aspx?noz=13

<https://yokatlas.yok.gov.tr/>

İstanbul Teknik Üniversitesi

<https://itu.edu.tr/> (Erişim: 27.12.2024)

İstanbul Topkapı Üniversitesi

<https://www.topkapi.edu.tr/> (Erişim: 27.12.2024)

İstanbul Okan Üniversitesi

<https://www.okan.edu.tr/> (Erişim: 27.12.2024)

İstinye Üniversitesi

<https://www.istinye.edu.tr/tr> (Erişim: 23.12.2024)

https://ois.istinye.edu.tr/bilgipaketi/eobsakts/ders/ders_id/12186/program_kodu/0506001/s/5/st/M/ln/tr

İzmir Ekonomi Üniversitesi

<https://www.ieu.edu.tr/tr> (Erişim: 08.12.2024)

https://ects.ieu.edu.tr/new/syllabus.php?section=mt.fadf.ieu.edu.tr&course_code=FA%20317&cer=0

Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi

<https://www.ksu.edu.tr/> (Erişim: 27.12.2024)

Marmara Üniversitesi

<https://www.marmara.edu.tr/> (Erişim: 08.12.2024)

<https://meobs.marmara.edu.tr/Ders/adobe-illustrator-uygulamalari/ts3049-67230-2024>

Mersin Üniversitesi

<https://www.mersin.edu.tr/> (Erişim: 10.12.2024)

<https://www.mersin.edu.tr/dersbilgileri/236/141722>

Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi

<https://msgsu.edu.tr/> (Erişim: 09.12.2024)

https://msgsu.edu.tr/wp-content/uploads/2022/07/tekstil_ders_tanitim_formlari.pdf

Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi

<https://www.ohu.edu.tr/> (Erişim: 06.12.2024)

https://www.ohu.edu.tr/akts/bilgipaketi_dersdetay/1/TMT3006/haftalikicerik

Nişantaşı Üniversitesi

<https://www.nisantasi.edu.tr/> (Erişim: 08.12.2024)

<https://ebp.nisantasi.edu.tr/DereceProgramlari/Ders/1/71/15244/37851/1/2024>

Pamukkale Üniversitesi

<https://www.pau.edu.tr/> (Erişim: 08.12.2024)

<https://ebs.pusula.pau.edu.tr/bilgigoster/Ders.aspx?lng=1&dzy=3&br=437&bl=8574&pr=897&dm=815&ps=3&dk=167897&ds=0>

Selçuk Üniversitesi (Erişim: 27.12.2024)

<https://selcuk.edu.tr/>

https://bologna.selcuk.edu.tr/tr/Dersler/sanat_ve_tasarim-moda_tasarimi-moda_tasarimi-lisans

Süleyman Demirel Üniversitesi

<https://w3.sdu.edu.tr/> (Erişim: 08.12.2024)

<https://sis.sdu.edu.tr/oibs/bologna/index.aspx?lang=tr&curOp=showPac&curUnit=19&curSunit=1911#>

Uşak üniversitesi

<https://www.usak.edu.tr/> (Erişim: 27.12.2024)

Yeditepe Üniversitesi

<https://yeditepe.edu.tr/tr> (Erişim: 08.12.2024)

<https://gsf.yeditepe.edu.tr/tr/tekstil-ve-moda-tasarimi-bolumu/dersler/bilgisayar-destekli-tasarim-i>

<https://gsf.yeditepe.edu.tr/tr/tekstil-ve-moda-tasarimi-bolumu/dersler/bilgisayar-destekli-tasarim-iii>

YÖK Atlas

<https://yokatlas.yok.gov.tr/> (Erişim: 06.12.2024)

<https://www.adobe.com/products/illustrator/> (Erişim: 25.06.2025)

<https://helpx.adobe.com/support/illustrator.html> (Erişim: 25.06.2025)

<https://inkscape.org> (Erişim: 25.06.2025)

ARAŞTIRMA MAKALESİ (Research Article)

CRITIC ve TOPSIS Yöntemleriyle Nicel Verilere Dayalı Kumaş Seçimi

Selection of Fabrics Based on Quantitative Data Using CRITIC and TOPSIS Methods

¹Mehmet Çağlayan,
Orcid: 0000-0002-3990-1741

DOI: 10.54976/tjfdm.1722847

²Banu Hatice Gürcüm,
Orcid: 0000-0001-9687-9598

Alınış Tarihi (Received): 19.06.2025

Kabul Tarihi (Accepted): 21.07.2025

ÖZ

Bu araştırmada perde olarak tasarlanan 31 adet jakarlı dokuma tül kumaşın (N-01-N-31) belirlenen kriterler doğrultusunda Çok Kriterli Karar Verme Yöntemlerinden (ÇKKV) olan CRITIC ve TOPSIS yönteminin birlikte kullanılmasıyla objektif olarak değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Kriter ağırlıklarının belirlenmesinde CRITIC Yöntemi, 31 adet numunenin toplam skorlarının hesaplanmasında ise yalnızca belirli kriterlerde yüksek performans yerine tüm kriterler arasında dengeli bir dağılım performansı gözetilen TOPSIS yöntemi kullanılmıştır. Işık geçirgenliği, üretim süresi, fiyat ve metrekaare ağırlığından oluşan dört kriter için karar matrisi oluşturulmuştur. CRITIC yöntemi sonucunda kriterlerin ağırlıklarının sırasıyla; metrekaare ağırlığı (0,282) ve üretim süresi (0,281), ışık geçirgenliği (0,238) ve maliyet (0,198) olduğu görülmüştür. TOPSIS sonuçlarında ise toplam skorlarına göre tercih edilebilirliği en yüksek ilk üç numune sıralamasını N-06, N-31 ve N-28 olduğu tespit edilmiştir. Bu araştırma ile ÇKKV yöntemlerinin tekstil alanında jakarlı dokuma tül kumaş seçiminde nicel ve sistematik bir değerlendirme modeli sunulmuştur.

ABSTRACT

In this study, it was aimed to objectively evaluate 31 jacquard woven sheer curtain fabrics (N-01–N-31), designed for curtain use, based on predetermined criteria by applying the CRITIC and TOPSIS methods, which are among the Multi-Criteria Decision-Making (MCDM) techniques, in combination. The CRITIC method was employed to determine the weights of the criteria, while the TOPSIS method, which prioritizes a balanced performance across all criteria rather than high performance in only specific ones, was used to calculate the total scores of the 31 samples. A decision matrix was constructed for four criteria: light transmittance, production time, price, and fabric weight per square meter. According to the CRITIC results, the criteria weights were found to be as follows: fabric weight per square meter (0.282), production time (0.281), light transmittance (0.238), and cost (0.198). Based on the TOPSIS results, the top three samples with the highest overall preference scores were N-06, N-31, and N-28. This research presents a quantitative and systematic evaluation model for the selection of jacquard woven sheer curtain fabrics in the textile field using MCDM methods.

Anahtar Kelimeler:

Çok Kriterli Karar Verme, CRITIC, TOPSIS, Tül Kumaş, Kumaş Seçimi

Keywords:

Multi-Criteria Decision Making, CRITIC, TOPSIS, Curtain Fabric, Fabric Selection

Bu araştırmada yer alan veriler, Çağlayan (2025)'in "Jakarlı Dokuma Tül Kumaşlarda Numune Değerlendirme ve Seçim Sürecinde Çok Kriterli Karar Verme Yöntemlerinin Kullanılması: CRITIC, TOPSIS ve AHP" başlıklı doktora tezinden üretilmiştir.

Kaynak gösterimi: Çağlayan, M., ve Gürcüm, B., H. (2025). CRITIC–TOPSIS Entegrasyonu ile nicel verilere dayalı kumaş seçimi. *Turkish Journal of Fashion Design and Management*, 7(2), 137-156, <https://doi.org/10.54976/tjfdm.1722847>

How to cite: Çağlayan, M., ve Gürcüm, B., H. (2025). Fabric selection based on quantitative data using CRITIC–TOPSIS integration. *Turkish Journal of Fashion Design and Management*, 7(2), 137-156, <https://doi.org/10.54976/tjfdm.1722847>

Giriş

Günümüzde hızla değişen koşullar ve artan seçenek çeşitliliği, işletmelerin ve bireylerin doğru ve etkili karar verme ihtiyacını arttırmaktadır. Özellikle iş hayatında problem olarak nitelendirilebilen böylesi durumlarda “Karar Verme Yöntemleri”ne ihtiyaç duyulmaktadır (Çağlayan ve Gürcüm, 2023).

Türk Dil Kurumu’na göre karar, “bir iş veya sorun hakkında düşünülerek verilen kesin yargı”dır (TDK, 2025). Karar, en az iki seçenek arasından birinin tercih edilmesi eylemidir ve bu süreci oluşturan bir dizi unsur vardır (Can, 2015). Bu unsurlar literatürde genellikle amaç, kriter, alternatif, olay ve sonuç olarak yer almaktadır.

Karar verme sürecinde matematiksel ve analitik yaklaşımlar kullanılarak alternatifler çeşitli kriterlere göre değerlendirilmekte, kriter ağırlıkları belirlenerek her seçeneğin uygunluk seviyesi nesnel biçimde ortaya konmaktadır. Literatürde “Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri” olarak anılan bu yaklaşımlar, tekstil sektörü de dâhil olmak üzere geniş bir kullanım alanına sahiptir.

Çok kriterli karar verme yöntemleri, karar süreçlerinde hem kalitatif hem de kantitatif ölçütleri esas alan, kolay uygulanabilir yapılarıyla farklı problem türlerine ortak bir çözüm zemini sunmaktadır (Eleren, 2007). Literatürde tedarikçi seçimi, malzeme seçimi, konfor özelliklerinin optimizasyonu gibi konularda pek çok araştırma ÇKKV tekniklerinden yararlanmaktadır. Örneğin, Iftikhar ve arkadaşları (2019) hazır giyim sektörü için yazlık kumaş alternatiflerini birçok performans kriterine göre değerlendirmiş ve en uygun kumaşı belirlemek üzere AHP ve PROMETHEE yöntemlerini bir arada kullanmıştır. Benzer şekilde Öztürk (2019) hazır giyim sanayinde tedarikçi seçimi problemini AHP ve TOPSIS yöntemleriyle çözerek en iyi kumaş tedarikçisini belirlemiştir.

Dokuma kumaşlar; hammadde, teknik, desen, kullanılan araç ve gereçler gibi birçok unsurun etkisiyle kendine özgü nitelikler kazanarak çeşitlilik göstermektedir (Güneş Yarmacı ve Akpınarlı, 2024). Ev tekstilinin temel unsurlarından biri olan perde kumaşları hem işlevsel yararları hem de estetik katkılarıyla öne çıkmaktadır. Özellikle yüksek ışık geçirgenliğine sahip tül perdeler, dekoratif görünümünün yanı sıra iç mekânın aydınlık düzeyini artırmaları nedeniyle tercih edilmektedir.

Bu çalışmada ise perde kullanımına yönelik 31 adet jakarlı dokuma tül kumaş alternatifini, uzman değerlendirmesine ihtiyaç duyulmadan, objektif ve nicel verilere dayalı ÇKKV yöntemleri ile analiz ederek en uygun kumaş alternatiflerini belirlemek amaçlanmıştır. Bu doğrultuda, tül perde kumaşı seçiminde etkili olabilecek nicel kriterler belirlenerek bir karar matrisi oluşturmak, CRITIC yöntemi ile uzman görüşüne ihtiyaç duymadan bu kriterlerin ağırlıklarını hesaplamak ve TOPSIS yöntemi ile numuneleri toplam skorlarına göre sıralamak amaçlanmıştır.

Ek olarak bu araştırma; tekstil alanında ÇKKV yöntemlerinin belirli amaçlara yönelik kumaş seçiminde uygulanmasına dair örnek bir model sunması ve ileride gerçekleştirilecek araştırmalara metodolojik bir referans sağlama potansiyeli nedeniyle önemli görülmektedir.

1. CRITIC ve TOPSIS Yöntemleri

Çok kriterli karar verme yöntemleri problem türlerine göre seçim, sınıflandırma ve sıralama gibi amaçlar altında sınıflanabilmektedir (Atan ve Yılmaz, 2020). CRITIC yöntemi kriter ağırlıklandırma sistemi olarak, TOPSIS yöntemi ise alternatiflerin sıralanması amacıyla literatürde yaygın olarak kullanılan yöntemlerdir.

1.1. CRITIC Yöntemi

CRITIC yöntemi, Diakoulaki ve çalışma arkadaşları tarafından 1995'te geliştirilmiş bir korelasyon temelli yaklaşımdır. Yöntem, her bir kriterde alternatiflere ait sıralı değerlerin standart sapmalarını ve kriter çiftleri arasındaki korelasyon katsayılarını dikkate alarak, kriterler arasındaki karşıtlık düzeyini niceliksel olarak ortaya koymaktadır (Žižović v.d., 2020). Karar vericinin olmadığı senaryolarda, objektif ağırlıklar belirlemek; daha sonra karar verici ortaya çıktığında kriterlerin göreceli önemini rahatça ifade etmesine imkân tanımak ve sürece ait öznel ile objektif değerlendirmeleri birleştirerek kapsamlı bir önem katsayısı oluşturmak için kullanılabilmektedir (Diakoulaki v.d., 1995).

CRITIC yönteminde yüksek varyasyona sahip (hesap değeri alternatifler arasında çok değişen) ve diğer kriterlerle zayıf ilişkili bir kriter daha fazla özgün bilgi sağladığından daha yüksek ağırlık almaktadır. Böylece birbirine çok benzeyen, yüksek korelasyonlu kriterlerin etkisi sınırlandırmak ve karar analizinde bilgi tekrarı önlenmiş olmaktadır (Ayçin, 2020)

CRITIC yönteminde elde edilen kriter ağırlıkları yalnızca mevcut alternatifleri kapsamakta ancak genellemeye olanak sağlayamamaktadır. Alternatif sayısı değiştiğinde veya aynı sayıda farklı alternatifler sunulduğunda kriter ağırlıkları değişecektir.

CRITIC yöntemi, beş adımlı sistematik bir süreç ile karar matrisi üzerinden kriter varyasyonlarını ve ilişkilerini nicelleştirmektedir (Diakoulaki vd., 1995).

Bu yöntemin aşamaları (Diakoulaki vd., 1995, Ayçin, 2020);

1. Aşama: Karar Matrisinin Oluşturulması

$$X = \begin{matrix} & \begin{matrix} A_1 & A_2 & \vdots & A_m \end{matrix} \\ \begin{matrix} x_{11} & x_{12} & \dots & x_{1n} \\ x_{21} & x_{22} & \dots & x_{2n} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ x_{m1} & x_{m2} & \dots & x_{mn} \end{matrix} \end{matrix} \quad (1)$$

2. Aşama: Karar Matrisinin Normalizasyonu

Normalizasyon matrisi oluşturulurken kriter değeri fayda yönlü olan kriterler için Eşitlik (2), maliyet yönlü kriterler Eşitlik (3) kullanılmıştır.

$$r_{ij} = \frac{x_{ij} - x_j^{\min}}{x_j^{\max} - x_j^{\min}} \dots \dots j = 1, 2, \dots, n \quad (2)$$

$$r_{ij} = \frac{x_j^{\max} - x_{ij}}{x_j^{\max} - x_j^{\min}} \dots \dots j = 1, 2, \dots, n \quad (3)$$

3. Aşama: İlişki Katsayı Matrisini Oluşturulması.

$$P_{jk} = \frac{\sum_{i=1}^m (r_{ij} - r_j^-)(r_{ik} - r_k^-)}{\sqrt{\sum_{i=1}^m (r_{ij} - r_j^-)^2 \cdot \sum_{i=1}^m (r_{ik} - r_k^-)^2}} \quad j, k = 1, 2, \dots, n \quad (4)$$

4. Aşama: C_j Değerlerinin Hesaplanması

$$C_j = \sigma_j \cdot \sum_{k=1}^n (1 - \rho_{jk}) \quad j = 1, 2, \dots, n \quad (5)$$

$$\sigma_j = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^m (r_{ij} - r_j^-)^2}{m-1}} \quad (6)$$

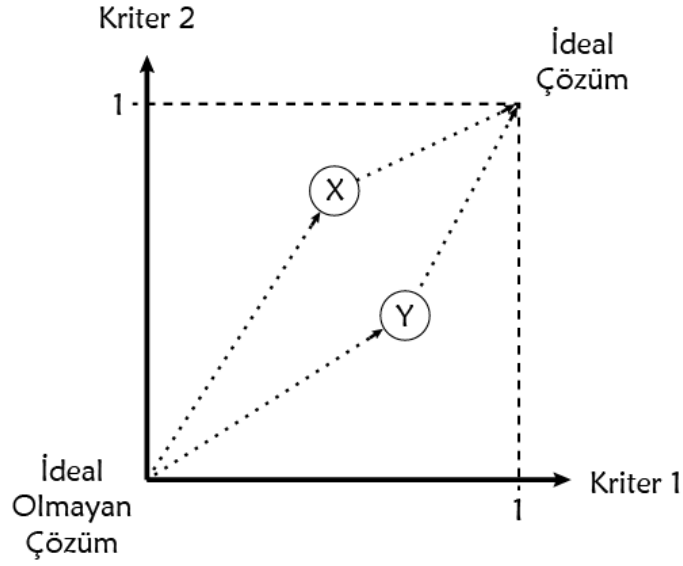
5. Aşama: Kriter Ağırlıklarının Hesaplanması

$$w_i = \frac{c_j}{\sum_{k=1}^n c_j} \quad (7)$$

1.2. TOPSIS

TOPSIS yöntemi Hwang ve Yoon'un 1981'deki araştırmasıyla ÇKKV literatürüne girmiş ve sade yapısı ile karmaşık hesaplamalara ihtiyaç duymaması nedeniyle yaygın bir kullanım alanı bulmuştur (Abacıoğlu, 2023). Yöntemin temelinde, karar probleminde var olan kriterler için teorik olarak en iyi değerlerden oluşan ideal nokta ve en kötü değerlerden oluşan negatif ideal nokta tanımlanır. Her bir alternatif, bu referans noktalara olan uzaklığına göre değerlendirilir: En iyi alternatif, ideal noktaya en yakın ve negatif ideale en uzak olan alternatiftir (Hwang ve Yoon, 1981 akt Yücel, 2018).

TOPSIS yöntemi kullanıcısından az sayıda girdi parametresi alırken çıktılarının anlaşılması oldukça kolaydır. Amaç fayda yönlüyse getirinin maksimizasyonu, eğer maliyet yönlü ise minimizasyonu gerekmektedir (Özdemir, 2015). Örneğin üretim süresi hızı değeri fayda yönlü olup bu değer yüksek olması çözüme katkı sağlayacakken hata oranı değeri maliyet yönlü olup değer düşük olması çözüme katkı sağlayacaktır. Şekil 1.'de bulunan X alternatifinin Y'ye göre tercih edilme sebebi ideal çözüme yakınlığı ve ideal olmayan çözüme uzaklığı sebebiyledir. Y alternatifinin tercih edilmeme sebebi ise X'e göre ideal olmayan çözüme yakınlığı ve ideal çözüme uzaklığıdır.



Şekil 1. İdeal ve İdeal Olmayan Alternatif (Özdemir, 2015).

Figure 1. Ideal and Anti-Ideal Alternative

Altı aşamadan oluşan TOPSIS Yöntemi hesaplanırken (Can, 2015);

1. Aşama: Karar Matrisinin Oluşturulması

$$A_{ij} = \begin{bmatrix} a_{11} & a_{12} & \cdots & a_{1p} \\ a_{21} & a_{22} & \cdots & a_{2p} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ a_{m1} & a_{m2} & \cdots & a_{mp} \end{bmatrix} \quad \begin{matrix} \text{Faktörler} \\ \text{Kriterler} \end{matrix} \quad (8)$$

2. Aşama: Normalize Matrisinin Elde Edilmesi

$$n_{ij} = \frac{a_{ij}}{\sqrt{\sum_{i=1}^m a_{ij}^2}} \quad (i = 1, \dots, m \text{ ve } j = 1, \dots, p) \quad (9)$$

Normalize matrisi aşağıdaki gibi elde edilmektedir.

$$N = \begin{bmatrix} n_{11} & n_{12} & \cdots & n_{1p} \\ n_{21} & n_{22} & \cdots & n_{2p} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ n_{m1} & n_{m2} & \cdots & n_{mp} \end{bmatrix} \quad (10)$$

3. Aşama: Ağırlıklandırılmış Normalize Matrisinin Elde Edilmesi

$$V = \begin{bmatrix} w_1 n_{11} & w_2 n_{12} & \cdots & w_n n_{1p} \\ w_1 n_{21} & w_2 n_{22} & \cdots & w_n n_{2p} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ w_1 n_{m1} & w_m n_{m2} & \cdots & w_n n_{mp} \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} v_{11} & v_{12} & \cdots & v_{1p} \\ v_{21} & v_{22} & \cdots & v_{2p} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ v_{m1} & v_{m2} & \cdots & v_{mp} \end{bmatrix} \quad (11)$$

4. Aşama: İdeal ve Negatif İdeal Çözüm Değerlerinin Elde Edilmesi

Ağırlıklandırılmış normalize matris oluşturulduktan sonra, problem maksimizasyon ise her sütunun en yüksek değeri pozitif ideal çözümü, en düşük değeri ise negatif ideal çözümü tanımlar; minimizasyon problemlerinde ise bu roller tersine dönmektedir (Can, 2015).

5. Aşama: Pozitif ideal ve Negatif İdeal Noktalara Olan Uzaklık Değerlerinin Elde Edilmesi

$$d_{ij} = \sqrt{\sum_{k=1}^p (x_{ik} - x_{jk})^2} \quad (12)$$

Pozitif ideal uzaklık:

$$S_i^* = \sqrt{\sum_{j=1}^n (v_{ij} - v_j^*)^2} \quad (13)$$

Negatif ideal uzaklık:

$$S_i^- = \sqrt{\sum_{j=1}^n (v_{ij} - v_j^-)^2} \quad (14)$$

6. Aşama: İdeal Çözüme Göre Yakınlığın Hesaplanması

$$C_i^* = \frac{S_i^-}{S_i^- + S_i^*} \quad (15)$$

2. Yöntem

Bu araştırma uzman görüşüne dayalı öznel ağırlıklar kullanılmadan, doğrudan ölçüm verilerinden hareketle en iyi alternatiflerin belirlenmesi amacıyla oluşturulmuş nicel bir modelleme ve değerlendirme araştırmasıdır. Araştırmada 31 adet jakarlı tül dokuma kumaş alternatifi, belirlenen dört kriter çerçevesinde çok kriterli karar verme modeliyle analiz edilmiştir.

Her bir numune, farklı desen, iplik veya dokuma parametrelerine sahip olup tül perde olarak kullanılmak üzere tasarlanmıştır. Jakarlı dokuma tekniğiyle üretildikleri için karmaşık motif ve yapıya sahip bu kumaşlar, endüstriyel perdelerde aranan işlevsel çeşitliliği temsil ettiği için seçilmiştir.

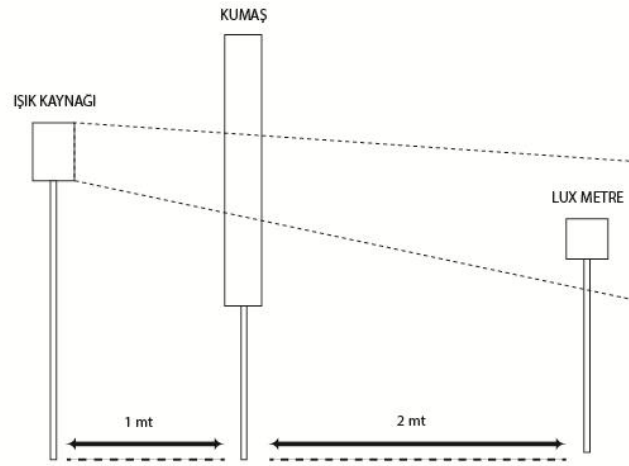
Kullanılan çözgü ipliği çeşidi ve numarası kontrol değişkeni olarak sabit tutulmuştur. Numune setinin hazırlanmasında aynı işletmenin aynı dokuma makinesi kullanılarak varyasyon azaltılmaya çalışılmıştır. Ayrıca kumaşların çeşitli performanslarına etki edebilecek bitim işlemleri ve sonrası işlemler araştırma kapsamı dışında bırakılmış, yalnızca yıkama ve fiksaj gibi temel işlemler uygulanmıştır.

Üç aşamadan oluşan araştırmada öncelikle kriterler belirlenerek alternatif kumaşlar üzerinden veri seti hazırlanmıştır.

Araştırma kapsamında veri setini oluşturacak kumaş alternatiflerinin optimum faydayı sağlayacak şekilde değerlendirilebilmesi için performans özellikleri göz önünde bulundurularak ışık geçirgenliği, üretim hızı, fiyat ve metrekafe ağırlıkları olmak üzere dört adet kriter belirlenmiştir.

Işık Geçirgenliği: Işık geçirgenliği, perde kumaşlarının ışık ve gölge kontrolü kapasitesini yansıtan bir performans göstergesi olup; doğal ışık avantajı sağlarken, mahremiyet açısından ideal seviyede olması önemlidir.

Numune kumaş yüzeylerinin kullanılan desenlendirme yöntemleri nedeniyle homojen olmaması, 20 cm–80 cm arasında değişen geniş desen raporları ve numune sayısının fazlalığı sebebi ile tekstilde kullanılan EN 14500 standardı kapsamındaki ışık geçirgenliği testleri uygun olmadığından yeni bir düzenek hazırlanarak kullanılmıştır. Araştırma kapsamında yalnızca ışık geçirgenliğine ilişkin referans değerlerin elde edilmesi hedeflenmiştir. Bu doğrultuda, Şekil 2.'de görüldüğü üzere kontrollü bir ortamda MASTECH SN8050 model dijital lüksmetre (ölçüm aralığı 0,1–30.000 lüks, hassasiyet $\pm\%3$, tepki süresi 0,4 saniye) ile sabit bir ışık kaynağı altında, tüm kumaşlar için lüks (lux) cinsinden aydınlık düzeyi ölçülerek yapılmıştır. Her numune yatay ve dikey pozisyonlarda kaydırılarak üç farklı noktadan ölçüm alınmış ve bu ölçümlerin ortalaması değerlendirmeye alınmıştır. Bu kriter fayda yönlü olarak tanımlanmıştır.



Şekil 2. Işık Geçirgenliği Ölçümü Testinin Şematik Görünümü.
Figure 2. Schematic Diagram of the Light Transmittance Test

Üretim Süresi: Kumaşların üretim hızı atkı sıklığı ile doğru orantılıdır. Her bir tül kumaş numunesinin üretim süresi hesaplanırken, dokuma makinesinin hızı 300 devir / dakika olarak referans alınmış ve 1 metredeki atkı ipliği sayısı devir hızına bölünerek 1 metre kumaşın kaç dakikada üretilebileceği teorik olarak hesaplanmıştır. Bu kriter maliyet yönlü olarak tanımlanmıştır

Fiyat: Kumaş numunelerinin birim fiyatı, ağırlıklı olarak iplik maliyeti ve üretim giderleri temel alınarak güncel verilerle hesaplanmıştır. Her bir numunenin maliyeti, kullanılan hammaddelerin (iplik türü, kalite ve miktarı), boyama/baskı gibi varsa ek işlemlerin ve üretim sürecinin (işçilik, enerji vb.) toplamıyla belirlenmiştir. Araştırmada fiyat kriteri, her bir kumaş için dolar/metre tül cinsinden hesaplanmış ve maliyet yönlü olarak karar modeline dâhil edilmiştir.

Metrekare Ağırlığı: Her bir kumaş numunesinin metrekare ağırlığı, TS 251 standardına göre ölçülmüştür. En ve boy ölçüleri tespit edilen mamul kumaşların tartılmasıyla elde edilen metre tül ağırlıkları metrekare ağırlıklarına dönüştürülerek g/m^2 olarak veri setine eklenmiş ve maliyet yönlü bir kriter olarak değerlendirilmiştir.

Elde edilen veriler araştırmacı tarafından MS Excel programında işlenerek karar matrisine dönüştürülmüş ve analiz sürecine dâhil edilmiştir.

Araştırmanın ikinci aşamasında CRITIC yöntemi kullanılarak kriter ağırlıklarının objektif biçimde hesaplanması sağlanmıştır. Bu aşamada normalizasyon işlemi yapılırken ışık geçirgenliği kriteri için Eşitlik (2) diğer kriterler için Eşitlik (3) kullanılmıştır. İlişki katsayısı matrisleri için Eşitlik (4) ve bilgi miktarlarının hesaplanması için Eşitlik (5) ve Eşitlik (6) kullanılmıştır. Son olarak Eşitlik (7) ile kriter ağırlıkları elde edilmiştir.

Üçüncü aşamada ise CRTIC yöntemiyle belirlenen kriter ağırlıkları referans alınarak TOPSIS yöntemi ile alternatiflerin performans skorlarına göre sıralanması gerçekleştirilmiştir. Karar matrisi her iki yöntemde de ortak olmakla birlikte normalize

karar matrisi için Eşitlik (9) ve Eşitlik (10) kullanılmıştır. Ağırlıklandırılmış normalize karar matrisi için Eşitlik (11) kullanılmış, numunelerin ideal uzaklıkları Eşitlik (13) ile tespit edilirken negatif ideal uzaklıkları ise Eşitlik (14) ile belirlenmiştir. Numune kumaşların ideal çözüme yakınlığını gösteren yakınlık katsayılarının hesaplanmasında ise Eşitlik (15) kullanılmıştır.

3. Bulgular ve Yorumlar

3.1. Kumaş Seçiminde CRITIC Yöntemine Göre Kriter Ağırlıklarının Dağılımı

Tablo 1. Elde Edilen Verilerle Oluşturulan Karar Matrisi
Table 1. Decision Matrix Constructed from Data Obtained

Alternatifler	Işık Geçirgenliği (Lüks)	Üretim Süresi (Dakika / Metre)	Fiyat (\$)	Metrekare Ağırlığı (G/M ²)
	Mak	Min	Min	Min
Numune - 01	115,4	11,8 Dk	\$3,37	60,61
Numune - 02	83,6	10,1 Dk	\$3,82	100,22
Numune - 03	98,1	12,4 Dk	\$4,72	94,71
Numune - 04	82,6	7,3 Dk	\$3,46	103,96
Numune - 05	64,9	7,0 Dk	\$3,36	102,50
Numune - 06	127,2	10,0 Dk	\$2,83	53,63
Numune - 07	92,9	27,4 Dk	\$6,41	76,80
Numune - 08	92,4	27,1 Dk	\$6,12	84,71
Numune - 09	101,5	24,5 Dk	\$5,60	74,09
Numune - 10	86,7	11,7 Dk	\$3,06	74,96
Numune - 11	122,3	10,7 Dk	\$2,98	83,36
Numune - 12	52,5	9,3 Dk	\$3,47	106,66
Numune - 13	68,0	10,5 Dk	\$3,45	93,00
Numune - 14	92,2	12,4 Dk	\$3,29	71,04
Numune - 15	89,3	10,0 Dk	\$4,27	127,85
Numune - 16	116,0	14,6 Dk	\$4,13	61,22
Numune - 17	90,8	10,7 Dk	\$4,12	87,24
Numune - 18	65,5	14,6 Dk	\$4,10	104,06
Numune - 19	95,6	10,0 Dk	\$3,38	92,21
Numune - 20	105,0	11,7 Dk	\$3,43	83,17
Numune - 21	88,6	8,0 Dk	\$3,68	130,64
Numune - 22	61,9	7,3 Dk	\$3,68	130,65
Numune - 23	125,2	12,7 Dk	\$3,13	67,45
Numune - 24	90,2	8,7 Dk	\$3,28	86,72
Numune - 25	128,3	19,8 Dk	\$5,18	67,57
Numune - 26	130,0	16,0 Dk	\$4,32	65,52
Numune - 27	133,2	13,8 Dk	\$3,89	73,40
Numune - 28	134,7	11,0 Dk	\$2,66	70,87
Numune - 29	108,2	10,7 Dk	\$3,09	63,41
Numune - 30	78,0	8,0 Dk	\$3,40	116,27
Numune - 31	149,6	11,0 Dk	\$3,29	50,78

Numune kumaşlardan alınan veriler karar matrisi olarak Tablo 1.'de sunulmuştur. Numune kumaşların ışık geçirgenliği değerleri 61,9 lüks - 149,6 lüks, 1 metre kumaşın üretilmesi için gereken üretim süresi değerleri 7 dakika - 27,4 dakika, mamul kumaş fiyatları \$2,66 - \$6,41 ve metrekare ağırlıkları ise 50,78 gr/m² - 130,65 gr/m² arasında değişmektedir.

Tablo 2. CRITIC Yöntemi Normalize Karar Matrisi X

Table 2. Decision Matrix Constructed from Data Obtained from the Sample Group

Alternatifler	Işık Geçirgenliği	Üretim Süresi	Fiyat	Metrekare Ağırlığı
	Mak	Min	Min	Min
Numune - 01	0,648	0,767	0,810	0,877
Numune - 02	0,320	0,846	0,691	0,381
Numune - 03	0,470	0,738	0,450	0,450
Numune - 04	0,310	0,984	0,785	0,334
Numune - 05	0,128	1,000	0,812	0,352
Numune - 06	0,770	0,853	0,954	0,964
Numune - 07	0,417	0,000	0,000	0,674
Numune - 08	0,411	0,018	0,079	0,575
Numune - 09	0,505	0,146	0,218	0,708
Numune - 10	0,353	0,772	0,892	0,697
Numune - 11	0,719	0,821	0,914	0,592
Numune - 12	0,000	0,886	0,782	0,300
Numune - 13	0,159	0,831	0,788	0,471
Numune - 14	0,409	0,736	0,832	0,746
Numune - 15	0,379	0,854	0,570	0,035
Numune - 16	0,654	0,627	0,608	0,869
Numune - 17	0,395	0,820	0,610	0,543
Numune - 18	0,134	0,630	0,616	0,333
Numune - 19	0,444	0,853	0,807	0,481
Numune - 20	0,541	0,772	0,795	0,594
Numune - 21	0,372	0,951	0,728	0,000
Numune - 22	0,097	0,984	0,729	0,000
Numune - 23	0,749	0,723	0,873	0,791
Numune - 24	0,388	0,918	0,834	0,550
Numune - 25	0,781	0,374	0,328	0,790
Numune - 26	0,799	0,560	0,557	0,816
Numune - 27	0,831	0,668	0,673	0,717
Numune - 28	0,847	0,804	1,000	0,749
Numune - 29	0,573	0,821	0,884	0,842
Numune - 30	0,262	0,951	0,802	0,180
Numune - 31	1,000	0,804	0,830	1,000

Karar matrisinden elde edilen normalize karar matrisi Tablo 2.'de sunulmuştur. Bu tabloda, numune kumaşlara ait kriter değerlerindeki yön farklılıkları (fayda yönlü/maliyet yönlü) ortadan kaldırılarak tüm kriterlerin karşılaştırılabilir bir ölçeğe getirilerek 0 ile 1 arasında değer aldığı görülmektedir.

Tablo incelendiğinde kriterlere göre en düşük performansa (0) sahip numunelerin; ılık geçirgenliği kriterinde Numune-12, üretim süresi kriterinde Numune-07, Fiyat kriterinde Numune-07 ve metrekare ağırlığı kriterinde Numune-21 ve Numune-22 olduğu görülmektedir. En yüksek performansı (1) gösteren numunelerde ise ılık geçirgenliği kriterinde Numune-31, üretim süresi kriterinde Numune-05, fiyat kriterinde Numune-28 ve metrekare ağırlığı kriterinde Numune-31 yer almaktadır.

Tablo 3. CRITIC Yöntemi İlişki Katsayısı Matrisi
Table 3. Correlation Coefficient Matrix for the CRITIC Method

Kriterler	Ilık Geçirgenliği	Üretim Süresi	Fiyat	Metrekare Ağırlığı
Ilık Geçirgenliği	1,000	-0,218	0,069	0,760
Üretim Süresi	-0,218	1,000	0,861	-0,370
Fiyat	0,069	0,861	1,000	0,027
Metrekare Ağırlığı	0,760	-0,370	0,027	1,000

CRITIC yönteminin aşamaları arasında yer alan ilişki katsayısı matrisinin yer aldığı Tablo 3.'de mevcut veri seti üzerinden kriterler arasındaki ilişki görülmektedir. Tabloda ılık geçirgenliği ile üretim süresi arasında negatif yönlü ve düşük düzeyde bir ilişki (-0,218), ılık geçirgenliği ile fiyat arasında ise pozitif yönlü ancak zayıf bir ilişki (0,069) bulunmaktadır. Ilık geçirgenliği ile metrekare ağırlığı arasındaki ilişki pozitif yönlü ve yüksek düzeydedir (0,760). Üretim süresi ile fiyat arasında pozitif yönlü ve yüksek düzeyde (0,861), üretim süresi ile metrekare ağırlığı arasında ise negatif yönlü ve orta düzeyde (0,370) bir ilişki bulunmaktadır. Fiyat ile metrekare ağırlığı arasındaki ilişki ise pozitif yönlü fakat oldukça düşük seviyededir (0,027).

Tablo 4. CRITIC Yöntemine Ait Kriterlerin Standart Sapma, Bilgi Miktarı ve Önem Ağırlığı Değerleri
Table 4. Standard Deviation, Information Amount, and Importance Weights of Criteria in the CRITIC Method

	Ilık Geçirgenliği	Üretim Süresi	Fiyat	Metrekare Ağırlığı
Standart Sapma	0,252	0,260	0,245	0,275
Bilgi Miktarı (Cj)	0,601	0,709	0,500	0,711
Önem Ağırlığı (wj)	0,238	0,281	0,198	0,282

Tablo 4.'de yer alan CRITIC yöntemiyle hesaplanmış kriter ağırlıkları, değerlendirmede hangi kriterlerin performansı ne kadar etkilediğini ifade etmektedir. Bu çalışmada en yüksek ağırlıklar eşit seviyede olup metrekare ağırlığı (0,282) ve üretim hızı (0,281) olarak bulunmuştur. Bu sırayı ılık geçirgenliği (0,238) izlerken, fiyat (0,198) en düşük ağırlığa sahip kriter olarak görülmektedir. Genel olarak standart sapmaların birbirine yakın olması sebebiyle kriterler ağırlıkları arasında yoğun bir fark bulunmamaktadır. Bu dağılım, karar modelinde kumaşın birim ağırlığı ve üretim hızının nispeten daha belirleyici olduğunu anlamına gelmektedir. Ticari kaygılar sebebiyle mamul kumaş

fiyatının önemli bir ağırlığa sahip olması beklenirken subjektif değerlendirmeden arındırılmış performans kriterleri üzerinden yapılan değerlendirme de bu kriterin son sırada olması dikkat çekmektedir.

3.2. TOPSIS Yöntemine Göre Numune Kumaşların Performans Sıralanması

Tablo 5. TOPSIS Yöntemi Normalize Karar Matrisi
Table 5. Normalized Decision Matrix for the TOPSIS Method

Numuneler	Işık Geçirgenliği	Üretim Süresi	Fiyat	Metrekare Ağırlığı
Numune - 01	0,203	0,155	0,154	0,123
Numune - 02	0,147	0,134	0,174	0,203
Numune - 03	0,173	0,163	0,215	0,192
Numune - 04	0,146	0,097	0,158	0,211
Numune - 05	0,114	0,092	0,153	0,208
Numune - 06	0,224	0,132	0,129	0,109
Numune - 07	0,164	0,361	0,292	0,156
Numune - 08	0,163	0,357	0,279	0,172
Numune - 09	0,179	0,322	0,255	0,150
Numune - 10	0,153	0,154	0,140	0,152
Numune - 11	0,215	0,140	0,136	0,169
Numune - 12	0,093	0,123	0,158	0,217
Numune - 13	0,120	0,138	0,157	0,189
Numune - 14	0,162	0,163	0,150	0,144
Numune - 15	0,157	0,132	0,195	0,260
Numune - 16	0,204	0,193	0,188	0,124
Numune - 17	0,160	0,141	0,188	0,177
Numune - 18	0,115	0,192	0,187	0,211
Numune - 19	0,168	0,132	0,154	0,187
Numune - 20	0,185	0,154	0,156	0,169
Numune - 21	0,156	0,105	0,168	0,265
Numune - 22	0,109	0,097	0,167	0,265
Numune - 23	0,221	0,167	0,143	0,137
Numune - 24	0,159	0,114	0,149	0,176
Numune - 25	0,226	0,261	0,236	0,137
Numune - 26	0,229	0,211	0,197	0,133
Numune - 27	0,235	0,181	0,177	0,149
Numune - 28	0,237	0,145	0,121	0,144
Numune - 29	0,191	0,140	0,141	0,129
Numune - 30	0,137	0,105	0,155	0,236
Numune - 31	0,264	0,145	0,150	0,103

Tablo 6. TOPSIS Yöntemi Ağırlıklandırılmış Normalize Karar Matrisi
Table 6. Weighted Normalized Decision Matrix for the TOPSIS Method

Alternatifler	Işık Geçirgenliği	Üretim Süresi	Fiyat	Metrekare Ağırlığı
Numune - 01	0,048	0,044	0,030	0,035
Numune - 02	0,035	0,038	0,034	0,057
Numune - 03	0,041	0,046	0,043	0,054
Numune - 04	0,035	0,027	0,031	0,060
Numune - 05	0,027	0,026	0,030	0,059
Numune - 06	0,053	0,037	0,026	0,031
Numune - 07	0,039	0,102	0,058	0,044
Numune - 08	0,039	0,100	0,055	0,048
Numune - 09	0,043	0,091	0,051	0,042
Numune - 10	0,036	0,043	0,028	0,043
Numune - 11	0,051	0,040	0,027	0,048
Numune - 12	0,022	0,035	0,031	0,061
Numune - 13	0,029	0,039	0,031	0,053
Numune - 14	0,039	0,046	0,030	0,041
Numune - 15	0,038	0,037	0,039	0,073
Numune - 16	0,049	0,054	0,037	0,035
Numune - 17	0,038	0,040	0,037	0,050
Numune - 18	0,028	0,054	0,037	0,060
Numune - 19	0,040	0,037	0,031	0,053
Numune - 20	0,044	0,043	0,031	0,048
Numune - 21	0,037	0,030	0,033	0,075
Numune - 22	0,026	0,027	0,033	0,075
Numune - 23	0,053	0,047	0,028	0,039
Numune - 24	0,038	0,032	0,030	0,050
Numune - 25	0,054	0,073	0,047	0,039
Numune - 26	0,055	0,059	0,039	0,038
Numune - 27	0,056	0,051	0,035	0,042
Numune - 28	0,057	0,041	0,024	0,041
Numune - 29	0,045	0,040	0,028	0,036
Numune - 30	0,033	0,030	0,031	0,067
Numune - 31	0,063	0,041	0,030	0,029

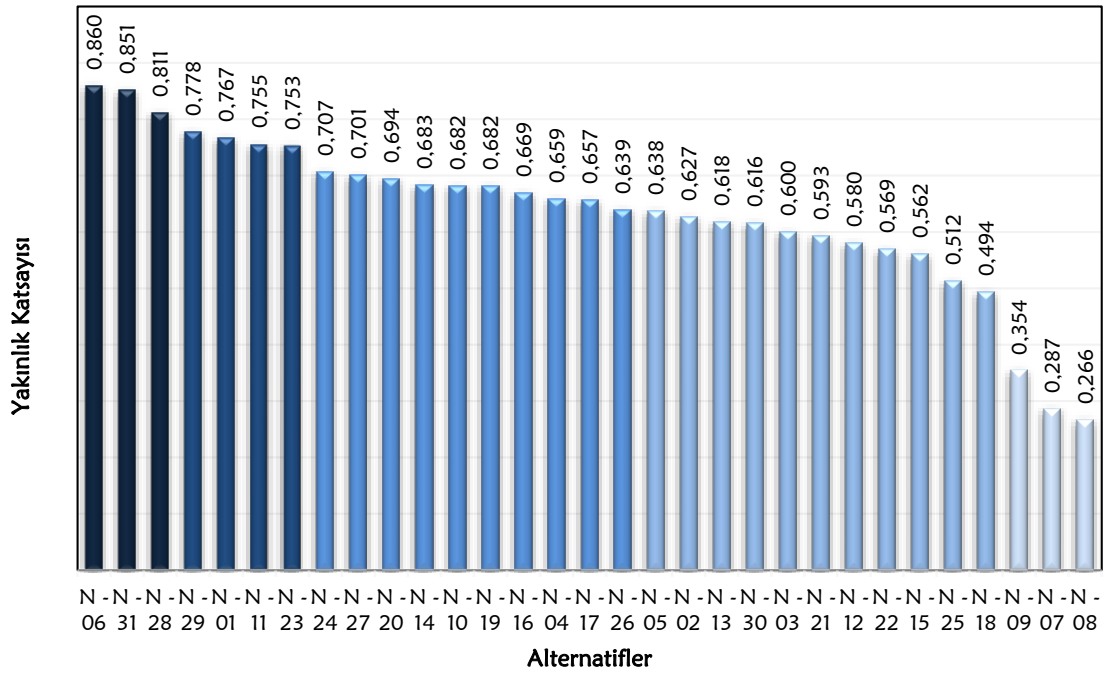
TOPSIS yöntemi ile elde edilen normalize karar matrisi Tablo 5'te, ağırlıklandırılmış normalize karar matrisi ise Tablo 6'da sunulmuştur. Yöntem gereği CRITIC yöntemi ile farklı uygulama adımlarına sahip olunması nedeniyle değerler Tablo 2'deki sonuçlardan farklılık gösterse de en düşük ve en yüksek performansı sergileyen numuneler her iki tabloda da aynıdır. Örneğin, üretim süresi maliyet yönlü bir kriter olduğundan ve bu aşamada kriter yönleri eşitlenmediğinden Tablo 5.'te en yüksek değere sahip Numune-07 (0,361) en düşük performansı, en düşük değere sahip Numune-05 (0,092) ise en yüksek performansı göstermektedir.

Tablo 7. TOPSIS Yönteminde Alternatiflerin Pozitif ve Negatif Uzaklık Değerleri ile Yakınlık Katsayıları ve Nihai Sıralama

Table 7. Positive and Negative Distance Values, Closeness Coefficients, and Final Ranking of Alternatives in the TOPSIS Method

Alternatifler	Pozitif Uzaklık S_i^+	Negatif Uzaklık S_i^-	Yakınlık Katsayısı C_i^*	Sıralama
Numune - 01	0,024	0,080	0,767	5
Numune - 02	0,043	0,072	0,627	19
Numune - 03	0,043	0,064	0,600	22
Numune - 04	0,042	0,082	0,659	15
Numune - 05	0,047	0,082	0,638	18
Numune - 06	0,015	0,090	0,860	1
Numune - 07	0,088	0,035	0,287	30
Numune - 08	0,086	0,031	0,266	31
Numune - 09	0,074	0,041	0,354	29
Numune - 10	0,035	0,074	0,682	12
Numune - 11	0,026	0,080	0,755	6
Numune - 12	0,053	0,073	0,580	24
Numune - 13	0,044	0,072	0,618	20
Numune - 14	0,034	0,073	0,683	11
Numune - 15	0,054	0,069	0,562	26
Numune - 16	0,035	0,070	0,669	14
Numune - 17	0,037	0,072	0,657	16
Numune - 18	0,056	0,055	0,494	28
Numune - 19	0,035	0,076	0,682	13
Numune - 20	0,032	0,073	0,694	10
Numune - 21	0,053	0,078	0,593	23
Numune - 22	0,059	0,079	0,569	25
Numune - 23	0,026	0,078	0,753	7
Numune - 24	0,033	0,081	0,707	8
Numune - 25	0,054	0,057	0,512	27
Numune - 26	0,038	0,068	0,639	17
Numune - 27	0,031	0,073	0,701	9
Numune - 28	0,020	0,085	0,811	3
Numune - 29	0,024	0,082	0,778	4
Numune - 30	0,049	0,078	0,616	21
Numune - 31	0,016	0,091	0,851	2

TOPSIS yönteminin temel çıktısı olarak numune kumaşların pozitif ve negatif uzaklıkları ile en toplam performans skorlarını ifade eden ideal değere yakınlık katsayıları ve buna bağlı olarak sıralamaları Tablo 7.'de sunulmuştur.



Şekil 3. Numunelerin Yakınlık Katsayısına Göre Kümelenmiş Sütun Grafiği

Figure 3. Clustered Column Chart of Samples Based on Closeness Coefficient

Şekil 3.'te ise bu sıralamanın daha net anlaşılabilmesi için kümelenmiş sütun grafiği halinde tüm numunelerin TOPSIS yakınlık katsayılarının dağılımı 31 adet numunenin tamamı için büyükten küçüğe doğru sıralı olarak verilmiştir.

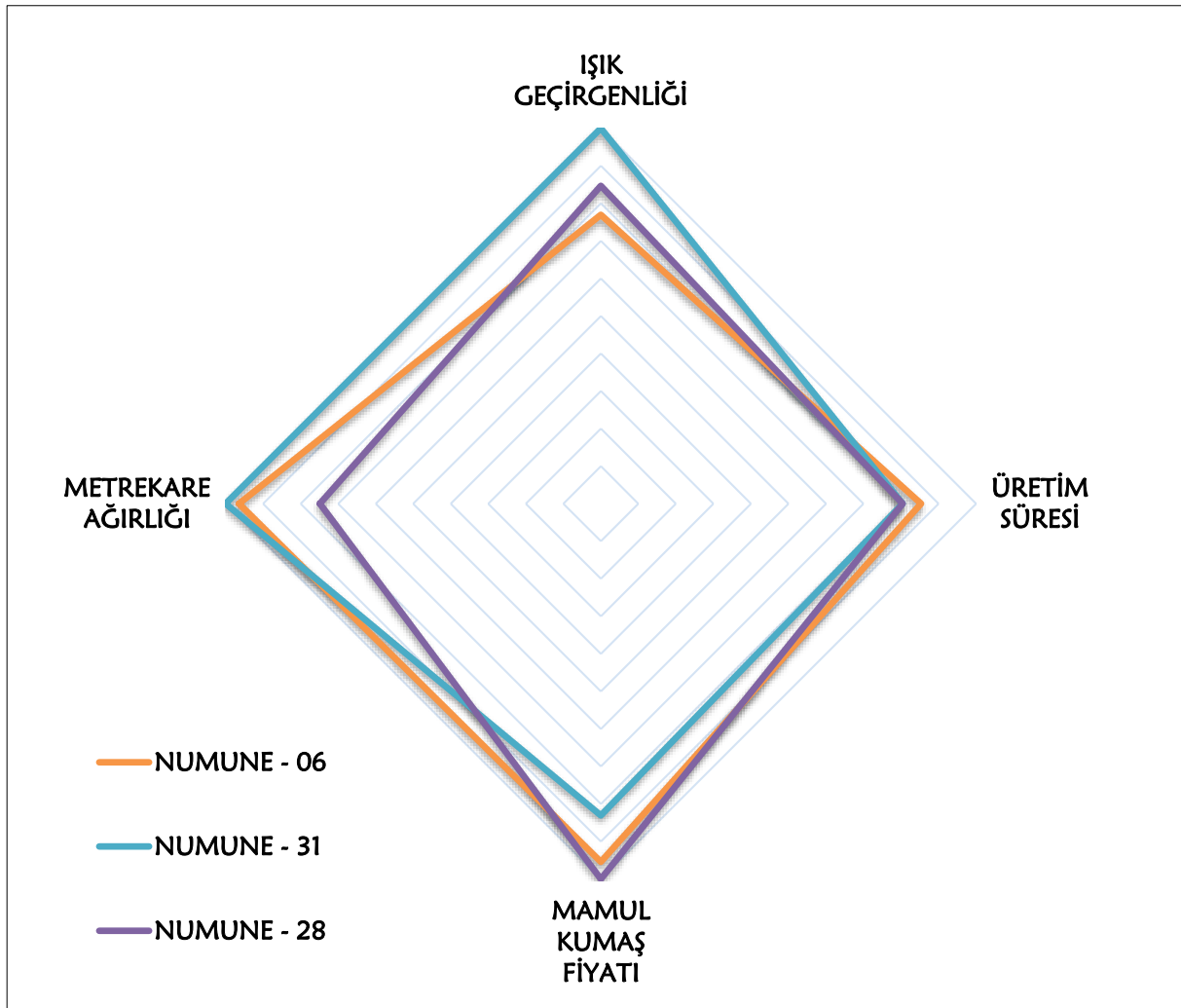
Görüldüğü üzere en iyi numune (N-06) 0,860 yakınlık katsayısına ulaşırken, en düşük performanslı numunenin (N-08) skoru 0,266 düzeyindedir. Grafikteki kırılma noktalarından hareketle 0,860- 0,811 arası grup en yüksek seviye, 0,778 – 0,753 arası grup yüksek seviye, 0,707- 0,639 arası grup orta seviye, 0,638 – 0,494 arası alt seviye ve 0,354 – 0,287 arası en alt seviye olarak numuneler 4 ayrı grupta kümelendiği görülmektedir.

En yüksek seviyedeki ilk üç numuneye bakıldığında birinci sıradaki N-06 (0,860) ile N-31 (0,851) arasındaki fark %1'in altındadır. Aradaki fark N-31'in üretim süresi değerinden kaynaklanmaktadır. Üçüncü sıradaki N-28 (0,811) ilk ikiye kıyasla yaklaşık %5'lük farkla geride kalsa da üç numunenin çok kriterli dengeyi bariz biçimde yakaladığı görülmektedir. Yüksek seviyede ise çok dar bir alanda (0,778-0,753) dağılım göstermiş N-29, N-01, N-11 ve N-23 numuneleri bulunmaktadır.

Orta seviyede 10 adet numune bulunmakta ve değerler birbirine yakın seyretmektedir. Önem ağırlığı yüksek kriterlerde numuneleri ön plana çıkartacak bir değer bulunmadığı için tam olarak ayıramamakta, aralarından bir seçim yapılmak istendiğinde ikinci bir karar mekanizması oluşturulması gerektiği düşünülmektedir. Yine de performans değerleri kabul edilebilir durumdadır. 11 adet numune bulunan alt seviyede de benzer

bir durum yaşanmakta ancak N-25 (0,512) ve N-18 (0,494) diğerlerinde bir miktar daha düşük performans göstererek ufak bir kırılma oluşturmuşlardır. Buradaki numunelerin iyileştirmeye ihtiyacı olduğu düşünülmektedir. En alt seviyede bulunan N-08 (0,354), N-07 (0,287) ve N-0,9 (0,266) ise ideal çözüme yarıdan az yaklaşabilmiş alternatifler olup çözüme katkı sunamayacakları görülmektedir.

3.3. Numunenin Karşılaştırmalı Kriter Analizi ve TOPSIS Sonuçları ile İlişkisi



Şekil 4. İlk üç numunenin kriter performansların radar grafiği

Figure 4. Radar chart of the criteria performance of the top three samples

Şekil 4'te verilen radar grafikte, TOPSIS yöntemi ile elde edilen toplam performans skorları en yüksek ilk üç numunenin ışık geçirgenliği, üretim hızı, maliyet ve metrekare ağırlığı kriterlerine göre performans değerleri gösterilmektedir. Grafikteki değerler CRITIC yöntemi ile oluşturulmuş normalize karar matrisinden (Tablo 5) alınmıştır.

İlk üç numune karşılaştırmalı olarak analiz edildiğinde birinci sıradaki N-06, üretim süresi en iyi değere sahip olsa da ışık geçirgenliğinde diğerlerinden daha düşük bir konumda yer almaktadır. Diğer kriterlerde ise en yüksek değere çok yakın olmakla birlikte ortalama değerde bulunmaktadır. N-31 ise ışık geçirgenliği ve metrekare değerinde en

iyi performansı verse de mamul kumaş fiyatı ve üretim süresi daha fazla olduğu için genel sıralamada ikinci sırada yer almıştır. N-28 de en iyi fiyat performansına ve avantajlı üretim süresi değerine rağmen kriter ağırlığı yüksek olan metrekare ağırlığında belirgin bir dezavantaja sahip olması genel sıralamada üçüncü sırada yer almasına sebep olmuştur.

Genel olarak tüm numunelere kriter değerleri (Tablo 1) ve genel sıralamaları (Tablo 7) açısından bakıldığında; kriter ağırlığı en fazla olan metrekare ağırlığında en iyi değere sahip N-31 (50,78 g) 2. sırada, en kötü değere sahip N-22 (130,65 g) 25. Sırada yer almıştır. Kriter önemi ikinci sırada olan üretim süresi kriterinde en iyi değer (7 dk) 18. Sırada yer alan N-05 de bulunmakta, en kötü değer (27,4 dk) ise 30. Sırada yer alan N-07 de ölçülmüştür. Kriter önemi üçüncü sırada olan ışık geçirgenliği kriterinde en iyi değer (149,6 lüks) 2. Sıradaki N-31 de, en kötü değer de (52,5 lüks) 24. Sırada bulunan N-12'e aittir. Kriter ağırlıklarında son sırada yer alan fiyat kriterinde ise en iyi performansa sahip (\$2,66) numune ikinci sıradaki N-28'e, en kötü performans (\$6,41) ise 30. Sıradaki N-07 olduğu görülmektedir.

4. Sonuç ve Öneriler

Çağlayan (2025)'in tezinde 30 adet numune ile farklı bir karar problemine yönelik çözüm sunulmaktadır. Araştırma sonucunda en iyi ikinci numune olarak belirlenen Numune-28 (NM-10.1)'in ışık geçirgenliği ve metrekare ağırlıklarına yönelik iyileştirme için 68/24 denye 800 TPM polyester atkı ipliği yerine 60/4 denye 350 TPM mono filament şeffaf atkı ipliği kullanılarak yeniden üretilmiş ve bu çalışmada Numune-31 olarak veri setine dahil edilmiştir. Bulgular göstermiştir ki iyileştirme yapılan numune, ışık geçirgenliği ve metrekare ağırlığı kriterlerinde veri seti içerisindeki en iyi değere sahip olarak 0,851 yakınlık katsayısı ile sıralamada ikinci sırada yer almış ve muadili olan Numune-28 (0,811)'den daha tercih edilebilir konuma gelmiştir. İlk sırada yer alan Numune-06 (0,860) ile arasındaki fark ise oldukça (0,009) azalarak araştırma olumlu sonuçlanmıştır.

31 adet jakarlı tül kumaş alternatifini objektif ve nicel verilere dayalı yöntemlerle analiz ederek en uygun seçenekleri belirlemeyi amaçlayan bu çalışmada CRITIC yöntemi ile elde edilen kriter ağırlıkları sırasıyla; metrekare ağırlığı (0,282), üretim hızı (0,281), ışık geçirgenliği (0,238) ve fiyat (0,198) olarak belirlenmiştir.

Makul bir maliyet aralığında kalmak piyasa beklentileri için önemli olsa da bu çalışmada görüldüğü gibi fiyat kriteri, mevcut veri seti içerisinde performans puanlamasına diğer kriterler kadar etki göstermemiştir. Bu da üreticilere, diğer kritik özellikleri iyileştirmek adına bir miktar maliyet artışının tolere edilebileceğini göstermektedir.

CRITIC yöntemi ile yapılan analizlerde, kriter ağırlıklarının yanı sıra kriterler arasındaki ilişkiler de açık bir biçimde ortaya konulmaktadır. Ayrıca, normalize edilmiş karar matrisi radar grafiklerine dönüştürülerek, farklı yönlerde sahip kriter değerlerinin karşılaştırmalı analizi yapılmakta böylece numune kumaşların güçlü ve zayıf yönleri görsel olarak tespit edilebilmektedir.

TOPSIS yöntemi ışığında 0,860 toplam skor değeri ile oluşturulan karar verme probleminde çözüme %86 oranında yaklaşan N-06 en ideal numune iken 0,266 skor ile çözüme yalnızca %26 oranında yaklaşan N-08 ise en uygunsuz numune olarak belirlenmiştir. Diğer numuneler de bu iki skor arasında birbirlerinden ayrılarak çeşitli değer aralıklarında kümelenmiştir (0,860-0,811 en yüksek, 0,778-0,753 yüksek, 0,707 – 0,639 orta, 0,638 – 0,494 alt ve 0,354 – 0,266 en alt seviye). Veri setini oluşturan toplam 31 adet numuneden 16 tanesi kabul edilebilir seviyede olup orta seviyede olan 11 adet numunenin iyileştirmeye ihtiyacı olduğu tespit edilmiştir.

Bulgular şunu göstermiştir ki tek bir kriterde en iyi değeri elde etmektense tüm önemli kriterlerde iyi bir denge yakalayan alternatifler genel sıralamada daha yüksek performans göstermektedir. Bu da üreticiler ve tasarımcılar için önemli bir sonuç olarak görülmektedir. Jakarlı tül kumaşların geliştirilmesinde sadece tekil bir teknik özelliğe odaklanmak yerine, dengeli bir performans profili hedeflenmelidir.

Sonuç olarak araştırmada en başarılı numunelerin ortak özelliği çok kriterli optimizasyon yaklaşımını karşılar nitelikte olmalarıdır. Gelecekteki araştırmalarda ve ürün geliştirme süreçlerinde, bu kriterlerin hedef değerleri dikkate alınarak yeni tasarımlar yapmak faydalı olacaktır.

Ek olarak ÇKKV yöntemleri ile yapılan detaylı analizlerin ileride yapılabilecek çalışmalarla nesnelerin interneti, büyük veri (big data) gibi günümüzün gelişen kavramı endüstri 4.0'a uyum sağlayabilecek, üretimin sayısallaştırılmasına zemin oluşturabilecek bir yapı oluşturulmasına katkıda bulunacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- Atan, M. ve Yılmaz, E. (2020). *Karar Verme ve Karar Teorisi*. M. Atan ve Ş. Altan (Ed.), Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri içinde (1. bs., ss. 3–18). ANKARA: Gazi Kitabevi.
- Ayçin, E. (2020). Personel Seçim Sürecinde CRITIC ve MAIRCA Yöntemlerinin Kullanılması. *İşletme*, 1(1), 1-12.
- Abacıoğlu, S. (2023). *İmalat Sektöründe Yer Alan Firmaların Performanslarının Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleriyle Değerlendirilmesi*. (Tez No: 804118) [Yayınlanmamış Doktora Tezi, s. 114. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı]. Açık erişim. https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=j_Fjwp4JS4mk97Puqti8rrv1I9e9kByFi_ZUIRkcyXL7p7S_pVLCCfZiF1_nMQdi

- Can, M. (2015). *Karar Teorisi*. İçinde B., F., Yıldırım, E., Önder (Ed.). *Operasyonel, yönetsel ve Stratejik Problemlerin Çözümünde Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri* (s. 1-11). Dora Yayınevi. ISBN: 978-605-9929-44-8.
- Çağlayan, M., ve Gürcüm, B. H. (2023). DEMATEL Method From Multi-Criteria Decision Making Methods And Examples In Textile Field. *Union Of Engineers And Textile Technicians Of Serbia*.
- Çağlayan, M. (2025). *Jakarlı Dokuma Tül Kumaşlarda Numune Değerlendirme ve Seçim Sürecinde Çok Kriterli Karar Verme Yöntemlerinin Kullanılması: CRITIC, TOPSIS ve AHP uygulaması* [Yayımlanmamış doktora tezi]. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Enstitüsü, Tekstil Tasarımı Anabilim Dalı
- Diakoulaki, D., Mavrotas, G., & Papayannakis, L. (1995). Determining objective weights in multiple criteria problems: The CRITIC method. *Computers & Operations Research*, 22(7), 763-770
- Eleren, A. (2007). Markaların Tüketici Tercih Kriterlerine Göre Analitik Hiyerarşi Süreci Yöntemi ile Değerlendirilmesi: Beyaz Eşya Sektöründe Bir Uygulama. *Celal Bayar University Journal of Management and Economics*, 14(2), pp. 47–64. doi:10.18657/yecbu.22010
- Güneş Yarmacı, H., Akpınarlı, H. F. (2024). Geleneksel Kutnu Kumaş Dokumacılığının Tekstil Tasarımında Esin Kaynağı Olarak Kullanılması. *Journal of World of Turks / Zeitschrift für die Welt der Türken*, [s. l.], v. 16, n. 1, p. 137–160, 2024. DOI 10.46291/ZfWT/160110.
- Iftikhar, F., Ali, Z., Hussain, T., Nazir, A., & Adolphe, D. C. (2021). A multi-criteria decision-making approach for woven fabric selection and grading for ladies summer apparel. *Journal of Natural Fibers*, 18(8), 1481-1496. <https://doi.org/10.1080/15440478.2019.1691123>
- Özdemir, M. (2015). *TOPSIS*. İçinde B., F., Yıldırım, E., Önder (Ed.). *Operasyonel, Yönetmel ve Stratejik Problemlerin Çözümünde Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri*. ss. 133-146. Dora Yayınevi. ISBN: 978-605-9929-44-8.
- Öztürk, D. (2019). AHP ve TOPSIS yöntemleri ile tedarikçi seçimi: Hazır giyim sektöründe bir uygulama. *Tekstil ve Mühendis*, 26(115), 299-308.
- Yücel, B. Y. (2018). *Çok Kriterli Karar Verme Teknikleri ile Tekstil Sektöründe En Uygun Tedarikçi Seçimi ve Bir Yazılım Uygulaması* (Tez No: 513136) [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, s. 37. Bartın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı]. Açık erişim. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=hcgrYffRbz0Z44UJEuLtwczm2ZZi6QGIGKo5bNv3dIMBSZhO5NVYt2wfxdrscvzE>
- Žižović, M., Miljković, B. & Marinković, D. (2020). “Objective methods for determining CRITIC weight coefficients: A modification of the CRITIC method”. *Decision Making: Applications in Management and Engineering*, 3(2), 149-161.

ARAŞTIRMA MAKALESİ (Research Article)

¹Yağmur YÖRÜK,
Orcid: 0000-0003-2850-0798

¹Proficiency in Art Student, Graduate School, Culture and Arts Administration Program, Yaşar University, Türkiye

Sorumlu Yazar (Corresponding Author):
Yağmur YÖRÜK
yorukyagmur@gmail.com

Keywords:

Contemporary art, Traditional techniques, Conceptual art, Craft and innovation, Artistic hybridity.

Anahtar Kelimeler:

Çağdaş sanat, Geleneksel teknikler, Kavramsal sanat, Zanaat ve yenilik, Sanatsal melezlik

From Craft to Concept: The Fusion of Traditional Techniques and Idea-Driven Art

Zanaatten Kavrama: Dijital Çağda Geleneksel Teknikler ile Fikir Odaklı Sanatın Bütünleşmesi

DOI: 10.54976/tjfdm.1717782

Alınış Tarihi (Received): 11.06.2025

Kabul Tarihi (Accepted): 16.09.2025

ABSTRACT

This study investigates the convergence of traditional artistic techniques and concept-driven practices within contemporary art, aiming to understand how this fusion reflects broader cultural, technological, and aesthetic shifts in the digital era. Adopting a qualitative, interpretive approach, the research analyzes a diverse range of case studies including works by artists who integrate methods such as embroidery, weaving, ceramics, and handcraft with digital media and conceptual frameworks. The study examines how traditional craft is not only preserved but recontextualized, allowing artists to address complex themes such as personal and collective identity, memory, cultural heritage, and the role of technology in shaping perception and meaning. Findings indicate that the re-emergence of craft in conceptual art is not a nostalgic return but a deliberate strategy to create emotionally resonant and intellectually engaging works that stand in contrast to the immateriality and speed of digital culture. Moreover, the analysis reveals a growing tendency among artists to adopt collaborative, interdisciplinary production models that challenge conventional notions of individual authorship. By highlighting how material skill and conceptual depth are being woven together in innovative ways, the study contributes to the expanding discourse on hybridity in art. It offers new perspectives on how traditional practices continue to evolve and gain relevance within contemporary contexts, ultimately suggesting that the synthesis of craft and concept is becoming a defining characteristic of twenty-first-century artistic production.

ÖZ

Bu çalışma, çağdaş sanatta geleneksel sanat teknikleri ile kavramsal yaklaşımların kesişimini incelemekte ve bu birleşimin dijital çağdaki kültürel, teknolojik ve estetik dönüşümleri nasıl yansıttığını anlamayı amaçlamaktadır. Nitel ve yoruma dayalı bir yaklaşım benimseyen araştırma, nakış, dokuma, seramik ve el işi gibi geleneksel yöntemleri dijital medya ve kavramsal çerçevelerle birleştiren sanatçıların eserlerinden oluşan çeşitli örnek olayları analiz etmektedir. Çalışma, geleneksel zanaatın yalnızca korunmakla kalmayıp yeniden bağlamsallaştırıldığını ve sanatçıların bireysel ve kolektif kimlik, hafıza, kültürel miras ve teknolojinin algı ve anlam üzerindeki rolü gibi karmaşık temaları ele almalarına olanak tanıdığını ortaya koymaktadır. Bulgular, kavramsal sanatta zanaatın yeniden ortaya çıkışının nostaljik bir geri dönüşten ziyade, dijital kültürün maddesizliği ve hızına karşı duygusal olarak etkileyici ve düşünsel olarak zengin eserler üretmeye yönelik bilinçli bir strateji olduğunu göstermektedir. Ayrıca analiz, sanatçılar arasında bireysel sanatçı kimliği anlayışını sorgulayan, işbirliğine dayalı ve disiplinlerarası üretim modellerine yönelimin giderek arttığını ortaya koymaktadır. Malzeme becerisi ile kavramsal derinliğin yenilikçi biçimlerde bir araya gelişini vurgulayan bu çalışma, sanatta melezlik üzerine yürütülen tartışmalara katkı sunmaktadır. Sonuç olarak, geleneksel pratiklerin çağdaş bağlamlar içinde evrilmeye ve anlam kazanmaya devam ettiğini göstererek, zanaat ve kavramın sentezinin yirmi birinci yüzyıl sanat üretiminin ayırt edici bir özelliği haline geldiğini ileri sürmektedir.

How to cite: Yörük, Y. (2025). From Craft to concept: The Fusion of traditional techniques and idea-driven art. *Turkish Journal of Fashion Design and Management*, 7(1), 157–174, <https://doi.org/10.54976/tjfdm.1717782>

Kaynak gösterimi: Yörük, Y. (2025). Zanaatten kavrama: Dijital çağda geleneksel teknikler ile fikir odaklı sanatın bütünleşmesi. *Turkish Journal of Fashion Design and Management*, 7(2), 157–174, <https://doi.org/10.54976/tjfdm.1717782>

1. Introduction

The art world today is a dynamic and ever-evolving space where tradition and innovation coexist in complex and often surprising ways. Rather than existing at opposite ends of a spectrum, the handmade and the conceptual, the analog and the digital, the ancient and the futuristic are now being interwoven into new artistic languages. In this shifting landscape, artists are increasingly merging time-honored techniques such as embroidery, ceramics, weaving, and other forms of craftsmanship with contemporary, idea-driven approaches rooted in conceptual frameworks, social critique, and technological experimentation. This interplay between the tactile and the intellectual is redefining not only how art is made but also how it is understood, experienced, and valued.

This fusion challenges long-standing binaries—material versus immaterial, process versus product, form versus function—that have historically shaped art discourse. It also speaks to a broader cultural impulse: a search for meaning and authenticity in an age characterized by speed, virtuality, and mass production. In this context, traditional techniques gain new relevance, not as relics of the past but as active participants in contemporary narratives. Their tactile, labor-intensive nature offers a counterbalance to the ephemerality of digital media, reconnecting audiences with the sensory and emotional dimensions of artistic creation.

Historically, art has continually negotiated the tension between technical mastery and conceptual ambition. From the Renaissance emphasis on skilled craftsmanship and anatomical precision to the anti-establishment provocations of the Dadaists and the radical redefinitions proposed by conceptual artists in the 1960s and 70s, each artistic movement has contributed to a broader dialogue about what art is and what it should do. The notion of being "modern" has never been static; it has always implied a forward-looking stance—embracing innovation, responding to social and political currents, and reimagining the relationship between artist, object, and audience.

Today, that forward-looking impulse manifests in a growing number of practices that synthesize traditional craft with contemporary thought. This synthesis not only revitalizes inherited methods but also invites critical reflection on issues such as identity, memory, authorship, and the role of art in a globalized, digitized society. Artists are drawing on ancestral knowledge, historical forms, and manual labor to produce works that speak to modern concerns while grounding them in material history.

This article explores the multifaceted ways in which traditional techniques and conceptual innovation intersect in contemporary art. Through case studies and thematic analysis, it examines how artists are using this fusion to bridge past and future, reframe cultural narratives, and open new pathways of meaning and engagement. In doing so, the study highlights how this evolving relationship between craft and concept is

reshaping the contours of creativity in the digital age—challenging established hierarchies, expanding the vocabulary of artistic expression, and offering new models for connecting with audiences in an increasingly fragmented cultural landscape.

2. The Return to Craft: Why Traditional Techniques Matter

For centuries, craftsmanship was at the heart of artistic creation, symbolizing authenticity and skill. Artists poured their expertise into works like Persian rugs and Renaissance frescoes, where every detail reflected their mastery. In earlier times, art was often closely tied to talent, with the hours spent on a single piece seen as a testament to its value. However, the rise of industrialization and digital technologies changed this tradition. Mass production and virtual tools made art more accessible but often replaced the personal, handcrafted touch that once defined it. In the current conceptual art era, the idea behind the artwork is often seen as more important than the artwork itself. Yet, in a world dominated by digital creations, many contemporary artists are turning back to traditional techniques, revisiting the roots of art, to reclaim a sense of authenticity and connection, rediscovering traditional techniques as a way to create something fresh and meaningful.

This return to traditional methods is not simply a nostalgic act but a response to the uncertainties of our digital age. It reflects a desire for something tangible and grounded, offering an antidote to the fleeting nature of digital creations. Handcrafted works carry an aura that resonates deeply with viewers, offering a tactile and emotional contrast to the immateriality of pixels (Steer, 2024).

In today's art world, many artists are revisiting traditional methods as a means to create impactful conceptual art. By employing time-honored techniques such as craftsmanship, optical manipulation, or natural material usage, they bridge the past with contemporary themes, offering fresh perspectives on issues like identity, environment, and perception. This approach not only honors historical practices but also recontextualizes them, challenging audiences to reconsider the relevance and adaptability of tradition in addressing modern concerns.

Today, artists like Grayson Perry, Mona Hatoum, and Faig Ahmed use ancient techniques such as coiling, weaving, and embroidery not to replicate tradition, but to translate it—connecting personal histories with collective trauma, or transforming familiar forms into destabilizing objects of critique. Their work simultaneously honors and disturbs tradition, mobilizing the handmade to speak across time, geography, and politics.

Moreover, this resurgence aligns with a broader cultural impulse toward slowness and tactility, echoed in movements like *slow design* and *new materialism*. In an age of hyper-connectivity and algorithmic production, handcraft offers a model of situated

knowledge—anchored in *place, rhythm, and relationality*. Handcrafted works carry a sensorial presence and narrative density that digital forms often lack. They allow for imperfection, variation, and the trace of the maker's body—qualities that foster emotional resonance and ontological depth (Ingold, 2013).

By employing time-honored techniques such as natural dyeing, hand-building, or textile work, many artists are now bridging the temporal gap between ancestral knowledge and contemporary issues like climate change, migration, and identity fragmentation. This recontextualization of tradition reframes the past as a living reservoir of techniques and metaphors—relevant not only for preservation but for critical reflection and innovation (Dormer, 1994).

3. The Rise of Idea-Driven Art

The term "Concept Art" first emerged in 1961, introduced by Fluxus artist Henry Flynt, who described it as a form of art distinguished by its use of language. By 1963, Flynt elaborated on the term in an essay titled "Concept Art." However, a few years later, the term evolved into "Conceptual Art," which was popularized by Sol LeWitt. Unlike Flynt, LeWitt's works were not exclusively language-based, broadening the scope of the movement to include various forms of intellectual and artistic exploration (Marzona, 2005).

So, what does "Conceptual Art" mean? At its core, conceptual art is the idea. Across various essays by artists, a common theme is the emphasis on the "thought" or intellectual aspect of art and how it is perceived. During the 1960s, traditional definitions of art began to break down, prompting younger, academically trained artists to reinterpret the essence of art through deeper analysis. This shift extended the focus of art to include its institutional context, which became a central subject of critique in artistic practices (Marzona, 2005). Many artists expressed concerns about traditional methods of marketing art, seeking to move away from the notion of artworks as mere decorative objects for wealthy buyers. This redefinition aimed to challenge the commodification of art and reposition it as a medium for critical thought and societal reflection (Schellekens, 2022). Marcel Duchamp's revolutionary "Fountain" (1917) redefined what can be considered art. Sol LeWitt (1967), further emphasized the supremacy of the idea, declaring that "the idea itself, even if not made visual, is as much a work of art as any finished product".

Conceptual art has always sparked intense debate, provoking strong reactions ranging from admiration to outright rejection. While some find it refreshing and thought-provoking, others criticize it for lacking craftsmanship or even question if it is art at all (Schellekens, 2022).

Originating in the 1960s and 1970s, the ethos of conceptual art endures in the works of contemporary artists, who challenge societal, cultural, and philosophical norms. By incorporating ready-made objects, these artists provoke audiences to confront fundamental questions about the nature of art itself. Viewers often ask, "Where is the artist in this work? Is there no talent or effort involved? Couldn't I have done this myself?" Such reactions underscore the genre's power to disrupt conventional notions of creativity and authorship, compelling audiences to engage more critically with the ideas embedded in the art.

Today, conceptual art has grown to use various mediums and methods, focusing more on ideas than physical creation. This shift has changed how people see art, questioning traditional ideas of craftsmanship and sparking new conversations in the art world and with the public.

Artists who prioritize the idea over the process of making or artistic skills often hire teams of specialists to produce their works. This practice allows them to focus entirely on conceptual innovation, using the expertise of others to bring their vision to life. This approach highlights the evolving role of the artist, from being solely a creator to becoming a director of ideas and collaborations. While figurative painting has repeatedly undergone renewal, many contemporary artists began expressing themselves through diverse media, becoming multifaceted creators—painters, sculptors, video artists, writers, and producers. Andy Warhol, a key figure among these artists, replaced traditional beliefs in progress with industrial production, embodying a shift toward Post-Modernism. In this new era, avant-garde movements relinquished their dominance, and art became increasingly intertwined with everyday life.

Despite this shift, one constant remains: artists' dedication to uniqueness. The same restless drive to explore and innovate that defined earlier movements continues in Post-Modernism. As a result, art at the turn of the millennium has become more diverse and dynamic, blending tradition and innovation into a strategy that keeps modernism's radical edge alive. Jeff Koons captures this sentiment, stating, "I'm aligned with many people in history, especially those who were interested in expanding the parameters of art (Holzwarth, 13).

Jeff Koons, a globally renowned artist known for his kitsch and Pop Art, approaches art creation as a highly conceptual and business-oriented endeavor. While trained in traditional art at the Maryland Institute College of Art, Koons rarely produces his final works personally, instead describing himself as "the idea person." His art is brought to life by a large team of over 100 skilled assistants in his Chelsea studio, modeled after Andy Warhol's Factory. Koons provides precise instructions, ensuring his vision—often involving glossy, scaled-up reproductions of everyday objects like balloon animals and consumer goods—is meticulously realized. Despite their essential role, his assistants

receive no public credit for their contributions, underscoring Koons' focus on authorship as a conceptual act.

Koons' artistic philosophy ties closely to his business mindset, shaped by his early career in sales. Viewing art as a product within a capitalist framework, he emphasizes production efficiency and market appeal, producing multiples of works like his iconic *Balloon Dog* sculptures. This approach blurs the lines between art and commerce, challenging traditional ideas of originality and craftsmanship. While critics often label his work as impersonal or sterile, Koons argues that his distance from production allows him to create art that resonates with modern consumer culture (Lesso, 2022).

Another similar artist who has a similar approach is Damien Hirst, who views himself as both a businessman and an artist. Hirst embraces the notion that the idea itself is the essence of the artwork, often prioritizing conceptual innovation over personal involvement in the creation process. This approach aligns with a broader trend in contemporary art, where the emphasis shifts from craftsmanship to the power of the concept, challenging traditional notions of artistic authorship and production.

This encourages viewers to critically examine the very nature of art and authorship: What defines art, and who can truly be called an artist? If the artist does not physically create the work, does not contribute directly to its making, but instead solely provides the concept, is that sufficient to claim artistic ownership? These questions challenge traditional boundaries of creativity and invite audiences to reconsider the evolving role of the artist in contemporary culture, where ideas often take precedence over the act of creation itself.

4. Bridging Craft and Concept in Contemporary Art

A new generation of artists is increasingly dissolving the boundaries between manual skill and conceptual exploration, creating hybrid works that are at once materially sophisticated and intellectually resonant. This convergence does not dilute either component—instead, it amplifies both. By weaving together handcraft and ideation, artists are formulating new aesthetic grammars through which contemporary concerns—such as technological alienation, environmental precarity, and cultural displacement—are explored in ways that engage both the body and the mind (Steer, 2024).

In *Thinking Through Craft* (2007), Glenn Adamson offers a deep and thought-provoking examination of the concept of craft, questioning traditional definitions and expanding its academic scope. Adamson describes craft as a "moving target", highlighting its dynamic and relational qualities and its ever-evolving role within contemporary art and culture. By examining how cultural forces influence the perception and value of skill, this perspective encourages a reevaluation of craft's importance within the evolving boundaries of fine art and cultural discourse (Webb, 2009).

Artists like Studio Drift exemplify this shift by actively embracing both the precision of artisanal labor and the ambition of conceptual engagement. Rather than elevating the artist as a singular genius, Studio Drift operates as a collaborative organism, comprising engineers, programmers, designers, and artisans working toward a shared vision. Their works—such as *Fragile Future* or *Drifter*—blend delicate organic forms (e.g., real dandelion seeds) with complex technological systems, prompting reflection on the fragility of life, the mediation of nature through tech, and the ethics of collective creativity.

This transparency in crediting their 65-member team marks a radical divergence from artists such as Jeff Koons or Damien Hirst, whose studios also operate at industrial scales but maintain strict control over authorship and branding. Studio Drift's approach embodies what Grant Kester terms “dialogical aesthetics”—a model in which meaning emerges through collaboration, exchange, and shared labor, rather than through unilateral authorship (Kester, 2004).

These practices reflect a broader cultural revaluation of the role of process, cooperation, and time in art-making. In rejecting the binary between concept and material, these artists are not only challenging the legacy of modernist autonomy but also expanding what art can do—socially, ethically, and affectively. Craft here is not static tradition but dynamic interface: a medium through which conceptual depth is made tangible, and tangibility becomes an entry point for conceptual reflection.

5. Findings

5.1. Traditional Craft as a Medium for Identity and Cultural Memory

Artists such as Jordan Nassar and Faig Ahmed demonstrate how traditional techniques—embroidery and weaving—are used not merely for aesthetic purposes, but as tools to express cultural identity, diasporic belonging, and memory. These practices not only preserve ancestral forms but actively reinterpret them within conceptual frameworks, creating hybrid works that speak to personal and collective histories. For instance, Jordan Nassar is a New York-based artist who embraces traditional Palestinian cross-stitch embroidery, to connect with his cultural heritage. As a second-generation Palestinian American, Nassar uses this centuries-old craft, typically passed from mother to daughter, to bridge the physical and emotional gap between himself and Palestine. Working collaboratively with artisans in Palestine, he reimagines traditional designs to reflect his personal interpretations of the homeland's landscapes and light. For Nassar, is more than art; it is a way to connect deeply with his roots, preserving and transforming an ancient practice for the contemporary art world (Steer, 2024).

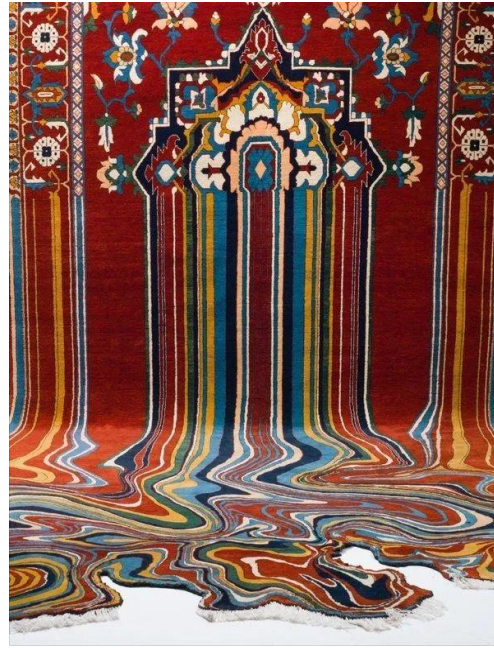


Figure 1. Faig Ahmed, *Liquid*, 2014, wool, 200 x 290 cm.
<https://arthur.io/art/faig-ahmed/liquid-1>.

Faig Ahmed, on the other hand, a contemporary Azerbaijani artist, transforms traditional weaving techniques into modern art by reimagining the visual and symbolic language of carpets. His works often feature digitally manipulated designs, such as pixelation, melting effects, and distortions, which challenge the conventional perceptions of carpets as functional or decorative items. By combining digital aesthetics with traditional weaving, Ahmed highlights the coexistence of tradition and modernity. While his designs are created using advanced technology, the production process remains rooted in traditional craftsmanship, as his pieces are handwoven by skilled artisans. Through his art, Ahmed bridges the gap between East and West, tradition and innovation, offering a fresh perspective on the evolving role of cultural symbols in a modern context.

5.2. Material-Conceptual Integration in Social Commentary

Artists like Grayson Perry use traditional materials and craft processes to explore sociopolitical themes such as class, gender, migration, and psychological tension. Through ceramics, textile manipulation, or object transformation, these works engage with lived experience and provoke reflection on broader societal issues. Their craftsmanship enhances the emotional and symbolic weight of the artwork, anchoring abstract ideas in tangible forms.

Grayson Perry creates art that combines traditional craftsmanship with modern storytelling, often addressing themes of class, identity, and social structures. Perry's ceramic works, such as *The Grayson Perry Trophy Awarded to a Person with Good Taste*, are meticulously crafted using the ancient coil method—a technique that predates

the pottery wheel and emphasizes the handmade quality of his pieces. Despite working with elite fabricators to refine his creations, Perry maintains a direct connection to traditional techniques, ensuring that the process reflects both historical craft and contemporary critique. His works often juxtapose humor, irreverence, and deep social commentary, exploring human experiences through beautifully constructed objects like vases, tapestries, and sculptures (Mailer, 2023).



Figure 2. Grayson Perry, *The Grayson Perry Trophy Awarded to a Person with Good Taste*. Source: Mailer, Nick. "Grayson Perry: Exploring What It Is to Be Human with Humour, Irreverence and Excess." *The Conversation*, 10 Aug. 2023

<https://theconversation.com/grayson-perry-exploring-what-it-is-to-be-human-with-humour-irreverence-and-excess-211014>

5.3. Collaborative, Interdisciplinary, and Technologically Mediated Practices

The works of Olafur Eliasson, Takashi Murakami, Studio Drift, and Vera Molnár showcase a growing trend toward integrating advanced technologies and collaborative production methods with traditional craft elements. These artists emphasize the conceptual dimension of their work while retaining a strong connection to materiality—whether through lighting, digital programming, or hand-applied textures. Importantly, many of them operate within collective models of authorship, challenging the romantic notion of the solitary artist and embracing distributed creativity.

Across all cases, the deliberate integration of craftsmanship with conceptual intent functions as a critical and aesthetic strategy. Rather than treating traditional techniques as relics, contemporary artists reframe them as adaptable, potent instruments for meaning-making in the digital age.



Figure 3. Olafur Eliasson, *The Weather Project*, 2003. Monofrequency lights, projection foil, haze machines, mirror foil, aluminium, scaffolding.

<https://olafureliasson.net/artwork/the-weather-project-2003/>.

By incorporating traditional glasswork into his immersive installations, Eliasson bridges the gap between ancient techniques and contemporary experiences. Olafur Eliasson's site-specific installation for the Turbine Hall at Tate Modern, London, creatively reinterpreted traditional artistic and design methods to produce a conceptual exploration of perception and environment. The installation featured a semi-circular screen, a mirrored ceiling, and artificial mist to generate the illusion of a sunlit sky within the museum. Using classical techniques of reflection and lighting, Eliasson suspended aluminum frames coated with mirrored foil from the ceiling, creating an expansive reflective surface that doubled the perceived volume of the hall. Combined with the semi-circular screen, backlit by approximately 200 mono-frequency lights, the mirrored ceiling produced the striking image of an enormous indoor sunset emerging through the mist.

Eliasson employed classical principles of optics, such as reflection, light diffusion, and perspective, to construct an environment that simultaneously revealed and concealed its own mechanics. Visitors could explore how the illusion was created, bridging the gap between craft and concept. The work demonstrates how traditional techniques, often associated with technical precision, can be repurposed to provoke introspection and explore themes like perception, time, and space.



Figure 4. Tracey Emin, *My Bed*, Turner Prize Exhibition, Tate Gallery, London, 1999–2000. Installation view. Photo © Stephen White. © 2018 Tracey Emin. All rights reserved, DACS, London / Artists Rights Society (ARS), New York. Courtesy of White Cube. Source: *Artsy*, <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-tracey-emins-my-bed-ignored-societys-expectations-women>

Tracey Emin's *My Bed* (1998) is a seminal work of confessional art, presenting an unfiltered glimpse into her emotional turmoil following a breakup. The installation, first shown at the 1999 Turner Prize exhibition, features her disheveled bed surrounded by personal items such as crumpled tissues, period-stained clothing, cigarettes, and a pregnancy test. By using everyday materials to depict vulnerability and self-exposure, Emin challenges traditional notions of artistic craftsmanship, inviting viewers to piece together a narrative of depression, heartbreak, and resilience. This raw and personal approach elevates private anxieties to universal themes, blurring the line between art and life while offering a distinctly feminine perspective on isolation and recovery (Cohen, 2018).

A notable current example of this fusion is the exhibition **All The Good Memories Are Stored** by Ramazan Can and Cem Sonel, held at Anna Laudel Gallery in Istanbul from November 15, 2024, to January 12, 2025. The exhibition explores the constructs of time and memory through a unique integration of traditional and modern materials, such as woven carpets, concrete, neon, and LED installations. By combining digital LED elements with traditional woven textiles, the artists offer a contemporary reinterpretation of cultural motifs, linking personal recollections with collective memory.



Figure 5. Ramazan Can and Cem Sonel, *As If It's Not Your Home*, 2024. Carpet, HD-D35 controller, P10 LED panel, computer codes, stainless steel, 8.5 × 144 × 320 cm. Courtesy of Anna Laudel Gallery.
<https://www.artsy.net/artwork/ramazan-can-as-if-its-not-your-home>

Can's intricate weavings and Sonel's digital binary structures may seem distinct, yet they converge into a unified narrative. Here we see traditional carpet motifs with technological viewings. The intersecting threads in Can's textiles mirror the pixel-like patterns in Sonel's digital works, highlighting a delicate harmony between past craftsmanship and modern technology. This interplay blurs the boundaries between past and future, weaving them into a single contemplative vision.

Blending hand-drawn sketches with large-scale digital productions, Takashi Murakami's work also exemplifies the seamless integration of craft and concept. For his large-scale works, Murakami has explored using A.I.-generated elements to handle the challenges of scale and complexity. However, he acknowledges that A.I. has its limits, requiring his studio team to intervene in

traditional methods like gold leaf application, brushstroke textures, and color balancing. The physical act of painting, layering colors, and adjusting compositions remains central to his process, demonstrating a harmonious collaboration between traditional techniques and futuristic technology (Ajmani, 2024).

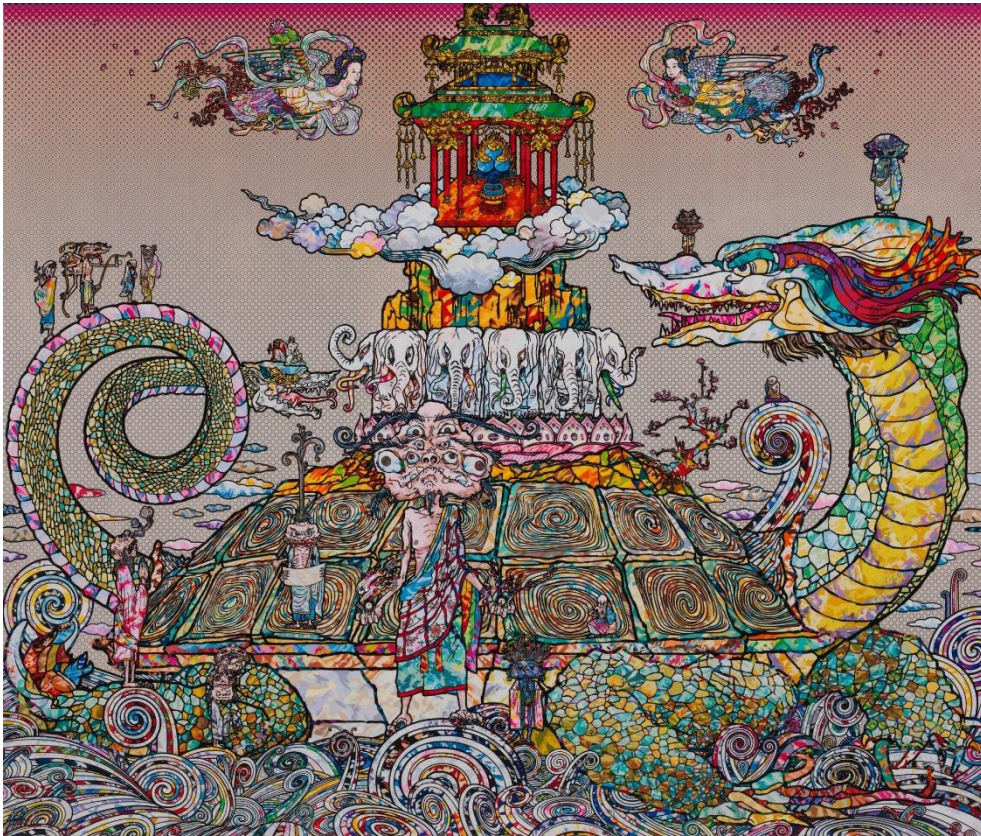


Figure 6. Takashi Murakami, *Black Tortoise and Arhats*, 2024. ©2024 Takashi Murakami/Kaikai Kiki Co., Ltd. All Rights Reserved. Photo: Kei Okano. Courtesy of Gagosian. Accessed at [Artnet](https://news.artnet.com/art-world/takashi-murakami-japanese-art-history-2584030).
<https://news.artnet.com/art-world/takashi-murakami-japanese-art-history-2584030>

Vera Molnár, portrays a hybrid art production by creating geometric abstractions using a combination of hand-drawn and digital techniques. In the 1960s, she developed her "machine imaginaire," a manual method of applying algorithmic processes guided by mathematical rules to systematically explore all possible permutations within a series. This meticulous, hand-generated approach laid the groundwork for her later transition to digital tools, after she started using computers as an artistic tool.

In 1968, Molnár gained access to a computer and taught herself the Fortran programming language, enabling her to input algorithmic instructions that a plotter—a machine equipped with a moving pen—translated into precise line drawings. Her work embodies a balance between order and chaos, often incorporating a deliberate "1% disorder" to introduce an element of chance into her otherwise structured compositions.

By blending traditional aesthetics with pioneering programming techniques, Molnár bridges the gap between art and technology, producing innovative works that continue to influence the evolution of contemporary digital art (Vera Molnár, "Galerie Thaddaeus Ropac").



Figure 7. Vera Molnar, *Pas de deux No.2*, 1997, Ink on Paper, 20 x 20 cm
<https://www.artsy.net/artwork/vera-molnar-pas-de-deux-no-dot-2>

Mona Hatoum, on the other hand, masterfully combines traditional craftsmanship with modern conceptual approaches in her art. Her recent exhibition, *Measures of Entanglement* (2024), at UCCA in Beijing highlights how she transforms everyday objects into uncanny sculptures that evoke complex psychological and political themes. Pieces like *Web* (2006), with its suspended net-like structure of crystal spheres, and *Paravent* (2008), an enlarged kitchen grater serving as a room divider, challenge perceptions of comfort and danger. By integrating personal narratives with global themes such as migration and cultural identity, Hatoum bridges the personal and political, redefining the role of craft in addressing modern concerns (Spalding and Sans).



Figure 8. Mona Hatoum, *Web*, 2006. Crystal balls and metal wire, 515 x 2100 x 1325 cm. Photo by Ela Bialkowska. Courtesy of Galleria Continua
<https://www.galleriacontinua.com/exhibitions/web-161>.



Figure 9. Studio Drift, *Fragile Future*. Phosphorus bronze, LEDs, real dandelion seeds. Site-specific installation. Courtesy of Carpenters Workshop Gallery. Accessed at *Studio Drift*, <https://studiodrift.com/work/fragile-future/>.

Another example is Studio Drift, which was founded in 2007 by Dutch artists Lonneke Gordijn and Ralph Nauta. Studio Drift creates experiential sculptures, installations, and performances with a multidisciplinary team of 65. Their work bridges technology and nature, revealing hidden properties of the natural world to inspire a deeper connection to the Earth. By merging man-made and natural structures through deconstructive and interactive processes, Studio Drift raises profound questions about life and envisions a positive future (Studio Drift).

6. Discussion

The findings of this study point to a significant transformation in the role of traditional techniques within the conceptual landscape of contemporary art. Far from being obsolete, traditional methods are reactivated as vital aesthetic and epistemic tools, enabling artists to forge new dialogues between past and present, material and immaterial, personal and universal.

This hybridization serves multiple purposes. On one level, it provides a tactile counterpoint to digital abstraction, offering viewers a sensory entry point into complex intellectual or emotional themes. On another, it expands the expressive potential of conceptual art, countering critiques that it lacks material depth or emotional resonance.

Furthermore, the increased reliance on collaboration and interdisciplinary processes reflects broader cultural shifts in how art is conceived and produced. The decentralization of authorship—evident in studios like Murakami's and collectives like Studio Drift—mirrors a post-industrial move toward networked creativity. In this

context, the artist becomes not just a maker but a facilitator of processes, orchestrating the integration of historical knowledge, technical skill, and conceptual vision.

The study also illuminates a tension and dialogue between authenticity and innovation. While some artists revive traditional techniques to emphasize authenticity and rootedness, others use them to subvert expectations or blend them with artificial or algorithmic processes, questioning the very boundaries of tradition.

Lastly, these practices point to a broader cultural hunger for slowness, tactility, and reflection in an era dominated by immateriality, speed, and mass image production. The resurgence of craft within conceptual contexts may be read as a cultural response to digital fatigue—an effort to restore depth, presence, and human connection in art-making.

In sum, the synthesis of craft and concept is not merely an aesthetic trend but a strategic and philosophical reorientation in art that reflects how artists navigate the complexities of the twenty-first century. This fusion enables them to critique modernity, reimagine tradition, and propose new forms of engagement with the world.

7. Conclusion

The relationship between craft and concept is not a binary choice but a spectrum where artists can situate themselves based on their intent and medium. In today's art world, practitioners are increasingly blurring the lines between the traditional and the conceptual, leveraging both to push creative boundaries.

As technology advances, the balance between craft and concept will continue to change, bringing both new opportunities and challenges. Handcrafted art might remain important as a response to the dominance of digital creations, offering a tangible and emotional experience. At the same time, conceptual art is likely to blend further with technological innovation, shaping a future where tradition and modernity work together to redefine artistic expression.

Digital art, while often perceived as modern and effortless, requires a meticulous process that can be likened to traditional craftsmanship. Writing the underlying code demands significant time, effort, and expertise, transforming the act of coding into a form of artistic labor. This process highlights the technical and creative skill involved, challenging the assumption that digital art lacks the depth or complexity of more traditional mediums.

The lines between traditional and modern, conceptual and craftsmanship, remain fluid and often unclear. While some artists firmly stick to traditional techniques, valuing time-honored craftsmanship and rejecting new methods, others seek innovative ways to merge these approaches. Meanwhile, conceptual artists argue that the idea itself is enough, viewing the time spent on physical production as unnecessary. As technology

continues to evolve, idea-driven artworks are becoming more common. Yet, many artists still turn to traditional practices for inspiration, revisiting the roots of art to spark new creativity. The future of art lies in this ongoing mix, where tradition and innovation work together to inspire creativity.

References

- Ajmani, S. (2024). How Takashi Murakami is using A.I. to reimagine Japanese art history. Artnet News. December, 10. <https://news.artnet.com/art-world/takashi-murakami-japanese-art-history-2584030>
- Baydemir, E. (2022). Azerbaycan'ın çağdaş sanatçısı Faig Ahmed'in sanat anlayışı ve eserlerinin dokuma sanatındaki yeri. Akademik Tarih ve Düşünce Dergisi, 9(3), 726–747.
- Cohen, A. (2018, July 30). Tracey Emin's 'My Bed' ignored society's expectations of women. Artsy. <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-tracey-emins-my-bed-ignored-societys-expectations-women>
- Dormer, P. (1994). The art of the maker: Skill and its meaning in art, craft and design. Thames & Hudson.
- Eliasson, O. (2003). The weather project. Olafur Eliasson. <https://olafureliasson.net/artwork/the-weather-project-2003/>
- Galerie Thaddaeus Ropac. (2025, January 17). Vera Molnár. <https://ropac.net/artists/231-vera-molnar/>
- Holzwarth, H. W. (2005). Modern art: A history from impressionism to today. In Taschen (Ed.), Modern art (pp. 9–13). Verlag der Buchhandlung Walther König.
- Ingold, T. (2013). Making: Anthropology, archaeology, art and architecture. Routledge.
- Kester, G. (2004). Conversation pieces: Community and communication in modern art. University of California Press.
- Lesso, R. (2022, August 31). How does Jeff Koons make his art? The Collector. <https://www.thecollector.com/how-does-jeff-koons-make-his-art/>
- LeWitt, S. (1967). Paragraphs on conceptual art. *Artforum*. 5(10), 79–83.
- Mailer, N. (2023, August 10). Grayson Perry: Exploring what it is to be human with humour, irreverence and excess. The Conversation. <https://theconversation.com/grayson-perry-exploring-what-it-is-to-be-human-with-humour-irreverence-and-excess-210882>
- Marzona, D. (2005). *Ideas, systems, processes*. In Taschen (Ed.). Modern art. pp. 571–583. Verlag der Buchhandlung Walther König.
- Steer, E. (2024). *Surrealist women artists and their radical approach to family dynamics*. Artsy. December, 27. <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-surrealist-women-artists-radical-approach-family-dynamics>.
- Studio Drift. (2025). *Drift artists*. Studio Drift. January, 5. <https://studiodrift.com/drift-artists/>
- Schellekens, E. (2022). *Conceptual art*. In E. N. Zalta & U. Nodelman (Eds.), The Stanford Encyclopedia of Philosophy (Fall 2022 Edition). Stanford University. <https://plato.stanford.edu/archives/fall2022/entries/conceptual-art/>
- Spalding, D., & Sans, J. (2025, January 5). Mona Hatoum: Measures of entanglement. UCCA Center for Contemporary Art. <https://ucca.org.cn/en/exhibition/mona-hatoum-measures-entanglement/>

Webb, J. (2009). Thinking through craft [Review of the book Thinking through craft, by G. Adamson]. *Museum Anthropology Review*, 3(1), 94–95.

List of Figures

Figure 1. Arthur.io. “Faig Ahmed, *Liquid*, 2014.” Accessed January 17, 2025. <https://arthur.io/art/faig-ahmed/liquid-1>.

Figure 2. Grayson Perry, *The Grayson Perry Trophy Awarded to a Person with Good Taste*. Source: Mailer, Nick. *Grayson Perry: Exploring What It Is to Be Human with Humour, Irreverence and Excess. The Conversation*, 10 Aug. 2023, <https://theconversation.com/grayson-perry-exploring-what-it-is-to-be-human-with-humour-irreverence-and-excess-211014>.

Figure 3. Eliasson O. *The Weather Project* [Internet]. 2003. Monofrequency lights, projection foil, haze machines, mirror foil, aluminium, scaffolding. Available from: <https://olafureliasson.net/artwork/the-weather-project-2003/>

Figure 4. Tracey Emin, *My Bed*, Turner Prize Exhibition, Tate Gallery, London, 1999–2000. Installation view. Photo © Stephen White. © 2018 Tracey Emin. All rights reserved, DACS, London / Artists Rights Society (ARS), New York. Courtesy of White Cube. Source: *Artsy*, <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-tracey-emins-my-bed-ignored-societys-expectations-women>. Accessed 17 Jan. 2025.

Figure 5. Can, Ramazan, and Cem Sonel. *As If It's Not Your Home*. 2024. Carpet, HD-D35 controller, P10 LED panel, computer codes, stainless steel, 8.5 × 144 × 320 cm. *Anna Laudel Gallery*, <https://www.artsy.net/artwork/ramazan-can-as-if-its-not-your-home>

Figure 6. Murakami, Takashi. *Black Tortoise and Arhats*. 2024. ©2024 Takashi Murakami/Kaikai Kiki Co., Ltd. Photo: Kei Okano. Courtesy Gagosian. *Artnet*, <https://news.artnet.com/art-world/takashi-murakami-japanese-art-history-2584030>. Accessed 10 Dec. 2024.

Figure 7. "Vera Molnar: Pas de deux No.2." *Artsy*, <https://www.artsy.net/artwork/vera-molnar-pas-de-deux-no-dot-2>. Accessed 17 Jan. 2025.

Figure 8: Hatoum, Mona. *Web*. 2006. Crystal balls and metal wire, 515 × 2100 × 1325 cm. Photo by Ela Bialkowska. *Galleria Continua*, <https://www.galleriacontinua.com/exhibitions/web-161>. Accessed 5 Jan. 2025.

Figure 9: Studio Drift. *Fragile Future*. Phosphorus bronze, LEDs, real dandelion seeds. Carpenters Workshop Gallery. *Studio Drift*, <https://studiodrift.com/work/fragile-future/>. Accessed 5 Jan. 2025.

ARAŞTIRMA MAKALESİ (Research Article)

¹Mualla Gözde Çalışkan Çoban,
Orcid: 0009-0001-1540-8469

²Banu Hatice Gürcüm,
Orcid: 0000-0001-9687-9598

¹PhD Student, Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Arts and Design, Department of Textile Design, Ankara, Türkiye

²Title, University, Faculty/High School/Vocational School, Department, Ankara, Türkiye

Sorumlu Yazar (Corresponding Author):
Mualla Gözde ÇALIŞKAN ÇOBAN
gozdecaliskancoban@gmail.com

Anahtar Kelimeler:

Akıllı Tekstiller, İletken İplik, EKG, Dikiş Deseni, Direnç Ölçümü, Giyilebilir Sağlık Teknolojileri

Keywords:

Smart Textiles, ECG (Electrocardiography), Conductive Thread, Stitch Pattern, Resistance Measurement, Wearable Health Technologies

Farklı Dikiş Desenlerinin Elektriksel Performansa Etkisi: Tekstil Tabanlı Elektrotlar Üzerine Deneysel Bir Çalışma

The Effect of Different Stitch Patterns on Electrical Performance: An Experimental Study on Textile-Based Electrodes

DOI: 10.54976/tjfdm.1725305

Alınış Tarihi (Received): 23.06.2025

Kabul Tarihi (Accepted): 21.07.2025

ÖZ

Günümüzde kardiyovasküler hastalıklar, dünya genelinde en yaygın ölüm nedenleri arasında yer almakta ve bireylerin yaşam kalitesini etkilemektedir. Elektrokardiyografi (EKG), bu hastalıkların teşhis ve takibinde yaygın olarak kullanılan, güvenilir biyosinyal izleme yöntemidir. Geleneksel EKG sistemleri genellikle yapışkanlı jel elektrotlara dayanmakta olup, bu yapılar uzun süreli kullanımda ciltte tahrişe, konforsuzluğa ve sınırlı yeniden kullanılabilirliğe neden olmaktadır. Bu bağlamda, tekstil tabanlı elektrotlar; esneklik, yıkanabilirlik ve giyilebilirlik avantajları sayesinde, EKG sistemlerinde alternatif bir çözüm olarak ön plana çıkmaktadır. Tekstil yüzeylerine entegre edilebilen veya iletken iplikler kullanılarak geliştirilebilen elektrotlarda iletkenliğe etki eden önemli faktörlerden biri dikiş deseni geometrisi olarak kabul edilmektedir. Bu çalışmada, iki farklı iletken iplik türü kullanılarak beş farklı dikiş deseninde üretilen iletim hatlarının elektriksel performansları GW Instek LCR-816 model masaüstü LCR metre kullanılarak ölçülmüştür. Ölçümler sabit bir frekans (2 kHz) üzerinden gerçekleştirilmiş olup, farklı desen ve iplik kombinasyonlarının oluşturduğu direnç (R) ve kalite (Q) değerleri analiz edilmiştir. Analiz sonuçları özellikle giyilebilir EKG sistemlerinde kullanılacak optimal dikiş tipi/deseni ile iletken iplik kombinasyonunu ortaya koymuştur.

ABSTRACT

Cardiovascular diseases are among the most common causes of death worldwide today and significantly affect individuals' quality of life. Electrocardiography (ECG) is a widely used and reliable biosignal monitoring method for the diagnosis and follow-up of these diseases. Traditional ECG systems typically rely on adhesive gel electrodes, which can cause skin irritation, discomfort, and limited reusability during prolonged use. In this context, textile-based electrodes have emerged as an alternative solution in ECG systems due to their advantages such as flexibility, washability, and wearability. One of the critical factors influencing the conductivity of electrodes that can be integrated into textile surfaces or developed using conductive threads is the geometry of the stitch pattern. In this study, the electrical performances of transmission lines produced in five different stitch patterns using two types of conductive threads were measured with a GW Instek LCR-816 benchtop LCR meter. The measurements were carried out at a fixed frequency (2 kHz), and the resistance (R) and quality (Q) values resulting from different stitch and thread combinations were analyzed. The analysis results revealed the optimal stitch type/pattern and conductive thread combination, particularly suitable for use in wearable ECG systems.

Kaynak gösterimi: Çalışkan Çoban, M., ve Gürcüm, B., H. (2025). Farklı dikiş desenlerinin elektriksel performansa etkisi: Tekstil tabanlı elektrotlar üzerine deneysel bir çalışma. *Turkish Journal of Fashion Design and Management*, 7(2), 175-194, <https://doi.org/10.54976/tjfdm.1725305>

How to cite: Çalışkan Çoban, M., ve Gürcüm, B., H. (2025). The Effect of different stitch patterns on electrical performance: An Experimental study on textile-based electrodes. *Turkish Journal of Fashion Design and Management*, 7(2), 175-194, <https://doi.org/10.54976/tjfdm.1725305>

Giriş

Sağlık Bakanlığı Halk Sağlığı Genel Müdürlüğü tarafından yayımlanan Türkiye Kalp ve Damar Hastalıklarını Önleme ve Kontrol Programı Eylem Planı 2021–2026 raporuna göre, dünyadaki ölümlerin yaklaşık %76,4’ü bulaşıcı olmayan hastalıklardan kaynaklanmaktadır. Bu hastalık grubu içinde, kalp ve damar hastalıkları en yaygın ölüm nedenleri arasında ilk sırada yer almaktadır. Gelişmiş ülkelerde bu hastalıklardan kaynaklı ölüm oranlarında azalma gözlemlenirken, gelişmekte olan ülkelerde artış eğilimi sürmektedir. Bununla birlikte, toplumların yaşlanması ve ortalama yaşam süresindeki artış, gelişmiş ülkelerde dahi kalp ve damar hastalıklarına bağlı yükün artmasına neden olmaktadır (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2021).

Dünya Sağlık Örgütü (WHO, 2024) verilerine göre, kardiyovasküler hastalıklar her yıl yaklaşık 17,9 milyon kişinin ölümüne yol açmaktadır. Bu hastalık grubu, yalnızca bireysel sağlık açısından değil, aynı zamanda sağlık sistemleri üzerindeki ekonomik ve yapısal yük açısından da önemli bir sorun oluşturmaktadır.

Dünya Kalp Federasyonu (2024) verileri, günümüzde kardiyovasküler hastalıklarla yaşayan insan sayısının 523 milyonu aştığını ve son yirmi yılda bu sayının neredeyse iki katına çıktığını göstermektedir. Ayrıca, bu hastalıklardan kaynaklanan ölümlerin yaklaşık üçte birinin, 70 yaş altı bireylerde meydana geldiği belirtilmektedir (World Heart Federation, 2024).

Kardiyovasküler hastalıkların artan yaygınlığı ve sağlık sistemine olan yükü, yalnızca tedavi değil, erken teşhis ve sürekli izleme ihtiyacını da beraberinde getirmektedir. Bu noktada, elektrokardiyografi (EKG), kalp sağlığının değerlendirilmesinde kritik tanı yöntemlerinden biri olarak öne çıkmaktadır.

ÖYKÜ	FİZİKSEL MUAYENE	TANI ARAÇLARI
• Göğüs ağrısı • Nefes darlığı • Güçsüzlük, halsizlik, tıkanma hissi • Çarpıntı • Bulantı ya da karın bölgesinde ağrı • Ayaklarda şişme, kilo alma	• Genel görünüm • Nabız • Kan Basıncı • Terleme • Hızlı Soluma • Şok • Bayılma • Kalp Sesleri • Üfürümler	• Kan Testleri • Elektrokardiyografi(EKG) • Akciğer Grafisi ve Telegrafi • Egzersiz Stres Testi • Ekokardiyografi • Holter Monitorizasyonu • Kalp Kası(Miyokard) Perfüzyon Görüntülemesi • Elektron Akımlı Bilgisayarlı Tomografi (EBCT) • Magnetik Rezonans Anjiyografi • Kroner Anjiyografi • İntravasküler Ultrasonografi

Şekil 1. Kullanılan Yöntemler (Komsuoğlu & Çelikyurt, 2006, s. 15-21) kaynağından yararlanılarak yapılmıştır
Figure 1. This section/figure was prepared by utilizing the "Methods Used" from Komsuoğlu & Çelikyurt (2006)

Kalp kasının elektriksel aktivitesini ölçerek çeşitli ritim bozuklukları, miyokard enfarktüsü gibi durumların belirlenmesine olanak tanıyan EKG, hem klinik hem de ev ortamında yaygın biçimde uygulanmaktadır. Ancak geleneksel EKG sistemleri genellikle tek

kullanımlık, yapışkanlı jel elektrotlara dayandığından uzun süreli kullanımlarda kullanıcı konforunu azaltmakta, cilt tahrişine yol açmakta (Ankhili, et al., 2018) ve çevresel sürdürülebilirlik açısından sorun oluşturmaktadır.

Giyilebilir sağlık izleme sistemlerinin temel amacı, bireylerin tanıdık ev ortamlarında bağımsız ve aktif bir yaşam sürmelerini sağlarken, sağlık durumlarının ve fiziksel iyi oluşlarının kesintisiz, girişimsel olmayan ve rahatsızlık vermeyen bir şekilde izlenmesini mümkün kılmaktır (Majumber, et al., 2017).

Bu sorunlara alternatif olarak geliştirilen tekstil tabanlı elektrotlar, özellikle giyilebilir sistemlerin ergonomik, konforlu ve uzun süreli kullanımına olanak tanımaktadır. İletken iplikler kullanılarak kumaş yapısına entegre edilebilen bu elektrotlar; esneklik, hava geçirgenliği, yıkanabilirlik ve yeniden kullanılabilirlik gibi avantajları sayesinde, geleneksel EKG sistemlerine yenilikçi bir alternatif sunmaktadır. Özellikle günlük yaşamda kesintisiz ve kablosuz sağlık izleme uygulamaları için tekstil elektrotlar ile entegre edilmiş giyilebilir EKG sistemleri, kişiselleştirilmiş sağlık takibinde giderek daha fazla önem kazanmaktadır.

Tekstil tabanlı elektrot sistemlerinin üretimi ve performans değerlendirmeleri, halen bazı belirsizlikler ve eksiklikler barındırmaktadır. Shuvo, Shah ve Dağdeviren (2022), tekstil elektroniği alanında yapılan 58 çalışmayı inceleyerek, malzeme ve üretim yöntemlerinde büyük çeşitlilik bulunduğunu ancak sensör performanslarının endüstri standartlarına uygun biçimde karakterize edilmediğini vurgulamaktadır. Ayrıca bu sistemlerin FDA Class II onay sürecinden geçmesi gerektiği halde, tekstil elektroniği uygulamalarına özgü standart test protokollerinin eksikliği dikkat çekmektedir (Shuvo, et al., 2022).

Bu çalışmanın amacı, iletken iplikler kullanılarak beş farklı dikiş deseniyle oluşturulan tekstil tabanlı iletim hatlarının elektriksel performansını deneysel ve nicel verilerle değerlendirmektir. Bu kapsamda, iki farklı iletken iplik türüyle toplam on farklı iletim hattı tasarlanmış; her kombinasyonun direnç (R) ve kalite faktörü (Q) değerleri, GW Instek LCR-816 masaüstü LCR metre cihazı ile 2 kHz sabit frekansta ölçülerek analiz edilmiştir. Elde edilen veriler doğrultusunda, düşük gerilimli biyosinyallerin güvenilir biçimde iletimi için gerekli olan düşük dirençli, esnek ve yıkanabilir iletken yolların tasarımına yönelik optimal iplik-deseni kombinasyonları belirlenmiştir.

Bu çalışma, giyilebilir EKG sistemleri başta olmak üzere, iletken iplik tabanlı fonksiyonel tekstil yapılarına ilişkin literatürde sınırlı sayıda ele alınan dikiş geometrisinin iletkenlik üzerindeki etkisini nesnel ve uygulanabilir bir değerlendirme modeliyle ortaya koymayı amaçlamaktadır.

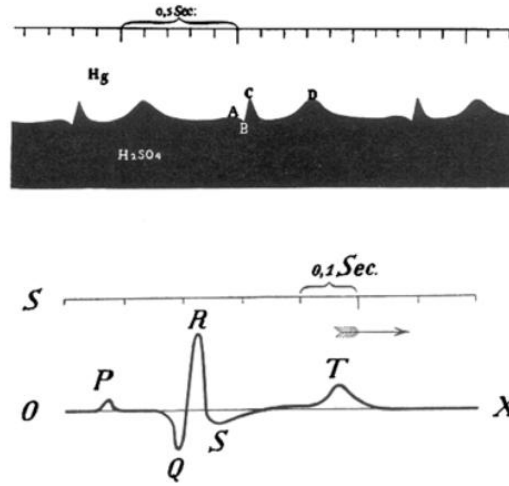
1. Elektrokardiyografi ve Cihazlarının Tarihsel Gelişimi

Kalpте oluşаn elektriksel aktivitenin, vücut yüzeyine yerleştirilen elektrotlar aracılığıyla kaydedilmesi süreci Elektrokardiyografi (EKG) olarak tanımlanır. Bu yöntemle elde edilen kayıtlar Elektrokardiyogram, bu kaydı gerçekleştiren cihaz ise yine Elektrokardiyografi cihazı olarak adlandırılmaktadır (Ekşi, vd., 2013).

Bu alandaki ilk çalışmalar, 1791 yılında Luigi Galvani'nin kaslarda elektrik akımının varlığını keşfetmesiyle başlamıştır. Ardından Carlo Matteucci, Kölliker ve Müller gibi araştırmacılar, 1842–1856 yılları arasında kalp atımlarına eşlik eden elektriksel akımları gözlemleyerek önemli katkılarda bulunmuşlardır (Başar, Koldaş, & Ayan, 2010).

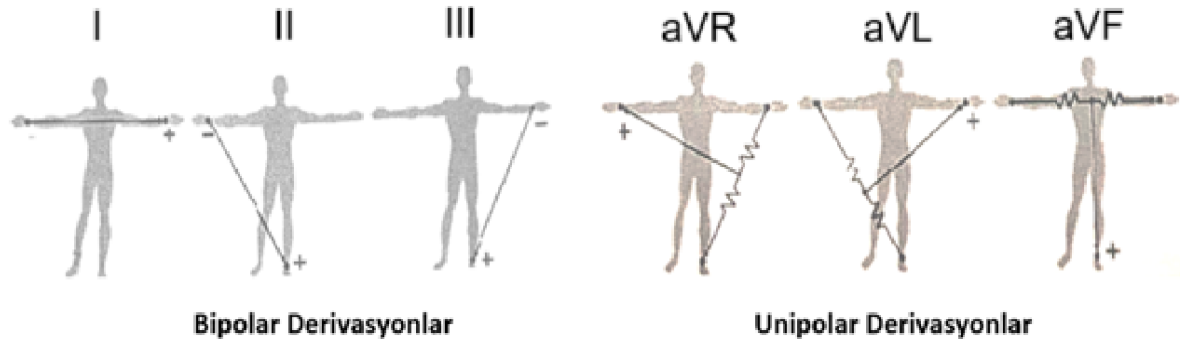
Elektrokardiyografinin bilimsel temelini oluşturan en önemli kişi, Willem Einthoven (1860–1927) olarak kabul edilmektedir. Einthoven, bu alandaki çalışmalarına cıvalı kapiler elektrometre kullanarak başlamış; bu cihazla elde edilen bozulmuş sinyalleri matematiksel yöntemlerle düzeltmiş ve 20. yüzyılın başında ilk doğru EKG dalga formlarını kaydetmeyi başarmıştır. Daha sonra kendi tasarımı olan tel galvanometresini geliştirerek EKG kayıtlarının doğruluğunu ve güvenilirliğini artırmıştır (Barold, 2003).

Einthoven'in bu başarıları, arkadaşı Augustus Waller'ın çalışmalarıyla beslenmiş, laboratuvar asistanı Van der Woerd ve öğrencileri (Sir Thomas Lewis, George E. Fahr gibi) tarafından da desteklenmiştir (Kennedy, 2006).



Şekil 2. Einthoven tarafından modifiye edilmiş kapiler elektrometre ile EKG'nin geliştirilmiş kaydı (Barold, 2003)
Figure 2. Improved recording of the ECG using the capillary electrometer modified by Einthoven

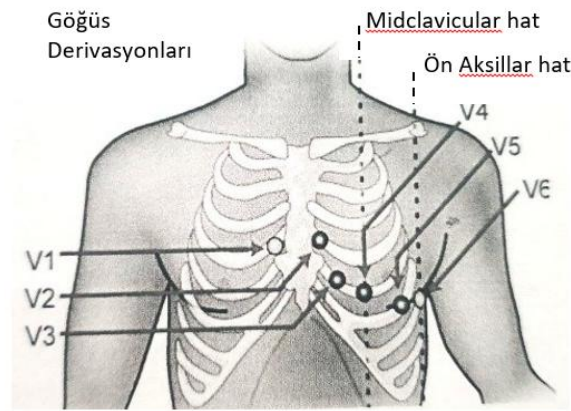
EKG sistemlerinin taşınabilir hâle gelmesi ise, 20. yüzyılın ortalarına rastlamaktadır. Bu bağlamda, N.J. Holter tarafından geliştirilen ve uzun süreli EKG izlemesine olanak tanıyan taşınabilir sistem, klinik kullanıma yönelik önemli bir dönüm noktası olmuştur. Del Mar (2005), 2 Kasım 1965 tarihinde yayımlanan bir sayfalık patentte (no. 3215136) Holter'in yanı sıra eş buluşçu olarak Wilford R. Glasscock'un da yer aldığını ve bu alandaki katkılarının göz ardı edilemeyeceğini ifade etmektedir (Del Mar, 2005).



Şekil 4. Ekstremitte Derivasyonları (Ekşi, vd., 2013, kuwait.hsc.edu.kw, 2010)

Figure 4. Limb Leads

- Horizontal düzlem (göğüs derivasyonları): V1, V2, V3, V4, V5, V6



Şekil 5. Göğüs Derivasyonları (Balci, 2014)

Figure 5. Precordial Leads

Göğüs derivasyonlarının vücut üzerindeki anatomik yerleşimleri aşağıdaki gibidir (Balci, 2014):

- V1: Sternumun sağ 4. interkostal aralık ile sternumun birleştiği nokta
- V2: Sternumun sol 4. interkostal aralık ile sternumun birleştiği nokta
- V3: V2 ve V4 arasındaki hayali çizginin ortasında
- V4: Sol midklaviküler (orta klaviküler) hat ile 5. interkostal aralığın kesiştiği nokta
- V5: Ön aksiller hat ile V5-V6'nın horizontal olarak kesiştiği nokta
- V6: Orta aksiler hat ile V5-V6'nın horizontal olarak kesiştiği nokta

Her bir elektrot, ilgili derivasyonun bir kutbunu oluşturarak kalbin belirli bir yönünü “görür”. Böylece, 12 derivasyon sayesinde kalbin elektriksel aktivitesi farklı açılardan izlenebilir (Wagner & Strauss, 2015). Bu yapı, kalbi üç boyutlu bir perspektifle değerlendirmeyi mümkün kılar.

Goldberger (2014), EKG çekimini bir beyzbol maçının çoklu kamera açılarıyla izlenmesine benzetmiştir. Nasıl ki oyunun tamamını görebilmek için birden fazla kamera açısı gerekiyorsa, kalbin dinamik elektriksel aktivitesini doğru bir şekilde analiz

edebilmek için de birden çok derivasyona ihtiyaç olduğunu belirtmiştir (Goldberger, et al., 2014).

Apple Watch Series 4 ve sonraki modeller ile tüm Apple Watch Ultra modellerinde bulunan EKG uygulaması, tek derivasyonlu (Derivasyon I) EKG'ye benzer ölçümler yapmaktadır. Standart doktor muayenelerinde genellikle 12 derivasyonlu EKG çekilirken, Apple Watch'taki EKG uygulaması, söz konusu on iki dalga formuna benzer bir dalga formunu ölçmektedir. Bu da kalp atış hızı, ritmi ve atriyal fibrilasyon gibi bazı durumlar hakkında bilgi verir. Ancak kalp krizi gibi rahatsızlıkların tanısında yeterli değildir. Yine de doktorlar, evde veya hastanede hastaların ritimlerini izlemek için tek derivasyonlu EKG takibi isteyebilir. Apple Watch, bu izlemeyi doktor talimatı olmadan da yapma imkânı sunar (Apple, 2024).

2.2. Elektrot Çeşitleri

Elektrokardiyografi (EKG) sistemlerinin temel bileşenlerinden biri olan elektrotlar, kalbin elektriksel aktivitesini deri yüzeyinden algılayarak EKG cihazına ileten sensörlerdir. Kullanım amaçlarına, yapısal özelliklerine ve uygulama alanlarına göre farklı türleri bulunmakta olup Tablo 1.'de sunulmuştur.

Tablo 1. Elektrot Çeşitleri
Table 1. Type of Electrode

Elektrot Adı	Yapısı	Avantajları	Dezavantajları
Tek Kullanımlık (Disposable) Jel Elektrotlar		Uygulaması kolaydır. Klinik hijyen açısından güvenlidir. Sinyal kalitesi genellikle yüksektir.	Uzun süreli kullanımda ciltte tahrişe, alerjik reaksiyonlara veya terle birlikte yapışkanın bozulmasına neden olabilir. Tek kullanımlıktır; çevresel atık oluşturur.
Vakumlu (Suction) Elektrotlar		Jel veya yapışkan gerekmeden tekrar tekrar kullanılabilir.	Hareketli hastalarda sabit kalmakta zorlanabilir.
Klipsli Elektrotlar		Avantajı: Pratik, yıkanabilir ve uzun ömürlüdür.	Cilt ile temas yüzeyine iletken jel veya solüsyon uygulanması gerekir.
Tekstil Tabanlı Elektrotlar (Giyilebilir Elektrotlar)		Giyilebilir EKG sistemlerinde uzun süreli izlem amacıyla kullanılır. İletken iplikler veya iletken kaplamalı kumaşlarla üretilir; giysi içine entegre edilir.	Esnek, yıkanabilir ve konforludur. Yeniden kullanılabilir. Uzun süreli izleme için ciltle dosttur.
Kuru Elektrotlar (Dry Electrodes)		Jel veya iletken sıvı olmadan doğrudan cilt ile temas kurar.	Uzun süreli kullanımda daha konforludur, jel ihtiyacını ortadan kaldırır.
			Cilt direnci yüksek olduğunda sinyal kalitesi düşebilir.

Tüm bu elektrot türlerinin çeşitli avantajları bulunsa da, tekstil elektrotlar özelinde üretim parametreleri ile EKG performansı arasındaki ilişkinin yeterince anlaşılmamış olması önemli bir zorluk oluşturmaktadır (Brehm & Anderson, 2023). Bu durum, geliştirilecek sistemlerin tasarım sürecini deneme yanılmaya dayalı ve öngörülemez hâle getirmektedir. Ayrıca, Blachowicz, Ehrmann ve Ehrmann (2021) bu teknolojilerin laboratuvarından sanayiye aktarımında hala birçok teknik ve uygulamalı sorunun aşılamadığını belirtmektedir.

2.3. İletim Hatları

Elektrokardiyogram (EKG) sistemlerinde, kalpten yayılan hassas elektriksel sinyallerin elektrotlardan EKG cihazına aktarılmasında iletim hatları kritik bir rol oynar. Bu hatların performansı ve güvenliği, elde edilen EKG verisinin doğruluğu ve hastanın konforu için büyük önem taşır. Bu nedenle, Amerikan Tıbbi Cihazlar Geliştirme Derneği (AAMI) Elektrokardiyograf (EKG) Komitesi tarafından geliştirilen ANSI/AAMI EC53:2013/(R)2020 EKG Ana Kabloları ve Hasta Kabloları Standardı, cihazlarda kullanılan kablolar için asgari gereksinimleri belirlemiştir. Bu standart, kabloların güvenlik, performans ve birbirleriyle uyumluluk açısından belirli kriterleri karşılamasını zorunlu kılar (AAMI, 2025).

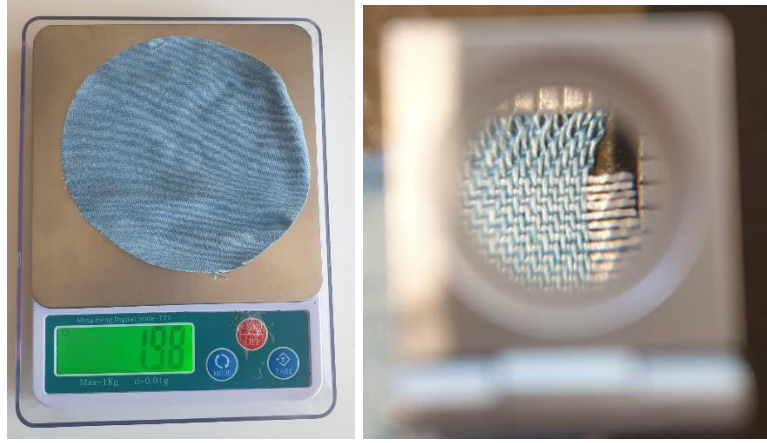
Standart, iletim hatlarının çeşitli dış etkenlere karşı direncini detaylandırır. Örneğin, kablonun mekanik manipülasyona (bükülme, titreşim) karşı oluşturduğu gürültü seviyesinin 50 μV 'yi aşmaması gerekir. Elektromanyetik girişime (EMI) karşı koruma sağlamak amacıyla çift ekranlama veya örgülü kalkan gerekliliği bulunur. Ayrıca, kabloların mekanik sağlamlığı için bükülme (bend) ve çekme toleransı testleri gibi özel testler uygulanır. Kullanıcı kolaylığı ve doğru bağlantı için kablo ucunda, simge tabanlı veya renk kodlu bir bağlantı yeri ("cable yoke") bulunması da standartta belirtilmiştir (AAMI, 2025).

Geleneksel EKG kablolarının aksine, giyilebilir EKG ürünleri esneklik ve konfor odaklı çözümler sunar. Bu ürünlerde, iletken malzemeler ve tekstil yüzey oluşturma teknikleri kullanılarak elde edilen esnek, yıkanabilir tekstil tabanlı iletim hatları tercih edilmektedir (Arquilla, K.Webb, & Anderson, 2020, s. 1). Bu yaklaşım, giysilere entegre edilebilen ve günlük kullanımda rahatsızlık yaratmayan sistemlerin geliştirilmesine olanak tanır.

3. Materyal ve Yöntem

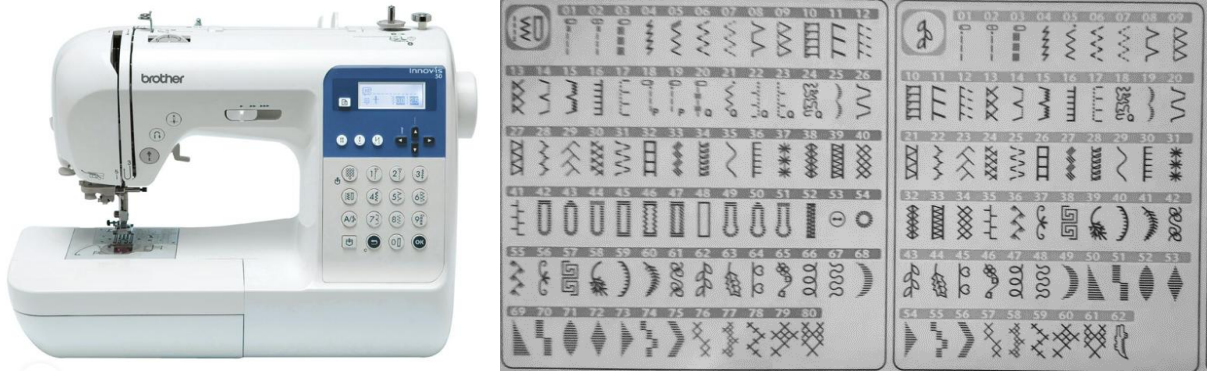
3.1. Kullanılan Malzemeler

Bu çalışma kapsamında, iletken tekstil yapılarının üretimine yönelik olarak farklı dikiş desenlerinin (düz ve zikzak) performansı incelenmiştir. Bu amaçla, atkı sıklığı 26 tel/cm çözgü sıklığı 42 tel/cm olan 2/1 dimi dokuma yapısında 198 g/m² ağırlığında pamuklu kumaş üzerinde her biri 10 cm uzunluğunda olacak şekilde iletken iplikler kullanılarak dikiş uygulamaları gerçekleştirilmiştir.



Şekil 6. Pamuklu Test Kumaşı ve Örgü yapısı
Figure 6. Cotton test fabric and Fabric Structure

Bu çalışmada Brother Innov-is 50 Dikiş Nakış ve Piko Makinesi kullanılarak düz dikiş ve teknik nakış yöntemi kullanılarak iletim hattı elde edilmiştir. Dekoratif dikişler elde edilirken dikiş uzunluğu yani dikiş adım ayarı ve dikiş genişliği yani desen genişliği olmak üzere belirlenen ölçülerde uygulama yapılmıştır. Dikiş adımında bir dikişin bir sonraki dikişe olan mesafesi; dikiş genişliğinde iğnenin yanlara doğru ne kadar hareket edeceğini yani dikişin veya desenin enini (genişliğini) seçilmiştir.



Şekil 7. Brother Innov-is 50 ve desen seçenekleri
Figure 7. Brother Innov-is 50 and pattern



Şekil 8. Coats Magellan Tkt 080 ve Madeira HC40 iplikleri (Coats, 2025)
Figure 8. Coats Magellan Tkt 080 and Madeira HC40

Coats Magellan: Antistatik amaçlı geliştirilmiş, daha yüksek iç dirençli iletken Tkt 080-30 tex kalınlığında Natrl renk kodunda iplik ile çalışmalar yapılmıştır. İpliğin teknik özellikleri aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 2. Coats Magellan İpliğin Teknik Özellikleri
Table 2. Coats Magellan Data Sheet

Malzeme	%70 CFP %30 AS
İplik Tek Kat/Katlı	2
Tkt	80
İplik Numarası	300dtex
Elektrik Direnci	< 12 M Ω /m

Kullanılan ipliğin iletkenlik katsayısı şu şekilde hesaplanmıştır:

- İpliğin dtex değeri kullanılarak birim metre başına kütle (m_L):

$$m_L = D_{\text{tex}} / 10.000 \text{ (g/m)} \quad m_L = 300 / 10.000 \text{ (g/m)} \quad m_L = 3 \times 10^{-5} \text{ kg/m}$$

- İpliğin Yoğunluğu: (kg/m³)

$$\rho_{\text{karışım}} = \omega_1 \cdot \rho_1 + \omega_2 \cdot \rho_2 \quad \rho_k = (\%70.1500 \text{ kg/m}^3) + (\%30.1200 \text{ kg/m}^3)$$

$$\rho_k = 1410 \text{ kg/m}^3$$

- İpliğin Kesit Alanı (A): (m²)

$$A = m_L / \rho_k \quad A = 3 \times 10^{-5} \text{ kg/m} / 1410 \text{ kg/m}^3 \quad A = 2,1276 \times 10^{-8} \text{ m}^2$$

- İletkenlik katsayısı(σ): (S/m)

$$\sigma = \frac{l}{R \cdot A} \quad \sigma = \frac{1}{(12 \times 10^6 \Omega/\text{m})(2,1276 \times 10^{-8} \text{ m}^2)} \quad \sigma \approx 3,9167 \text{ S/m}$$

Madeira HC40: Yüksek iletkenliğe sahip, gümüş kaplı polyamid esaslı iplik ile çalışmalar yapılmıştır. İpliğin teknik özellikleri aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 3. Madeira HC40 İpliğin Teknik Özellikleri
Table 3. Madeira HC40 Data Sheet

Malzeme	%100 Poliamid
Kaplama Öncesi İplik Numarası	117 x 2 dtex
Kaplama Sonrası İplik Numarası	290 dtex $\pm$ 6 dtex
Kaplama	99.9 % Saf Gümüş
Özgül Elektrik Direnci	< 300 Ω /m
Kopma Mukavemeti	1400 cN
Kopma Uzaması	21%

Kullanılan ipliğin iletkenlik katsayısı şu şekilde hesaplanmıştır:

- İpliğin dtex değeri kullanılarak birim metre başına kütle (m_L):

$$m_L = D_{\text{tex}} / 10.000 \text{ (g/m)} \quad m_L = 290 / 10.000 \text{ (g/m)} \quad m_L = 2,9 \times 10^{-5} \text{ kg/m}$$

- İpliğin Yoğunluğu: (kg/m^3)

Kaplama öncesi poliamid numarası: $117 \times 2 = 234 \text{ dtex}$

Gümüş kaplama dtex: $290 - 234 = 56 \text{ dtex}$

Poliamid oranı = Poliamid dtex / Toplam dtex $= 234 / 290$, Poliamid oranı = %80,69, Gümüş oranı = %19,31

(Kaplama olması sebebiyle hacimsel oranlar üzerinden hesaplama yapılmıştır)

$$\rho_{\text{ortalama}} = \frac{1}{\left(\frac{\text{Ağırlık Oranı}_1}{\rho_1}\right) + \left(\frac{\text{Ağırlık Oranı}_2}{\rho_2}\right)}$$

$$\rho_{\text{ortalama}} = \frac{1}{\left(\frac{0,8069}{1140}\right) + \left(\frac{0,1931}{10490}\right)} \quad \rho_k \approx 1377 \text{ kg/m}^3$$

- İpliğin Kesit Alanı(A): (m^2)

$$A = m_L / \rho_k \quad A = 2,9 \times 10^{-5} \text{ kg/m} / 1377 \text{ kg/m}^3 \quad A = 2,106 \times 10^{-8} \text{ m}^2$$

- İletkenlik katsayısı(σ): (S/m)

$$\sigma = \frac{l}{R \cdot A} \quad \sigma = \frac{1}{(300 \Omega/\text{m})(2,106 \times 10^{-8} \text{ m}^2)} \quad \sigma \approx 158.277 \text{ S/m}$$

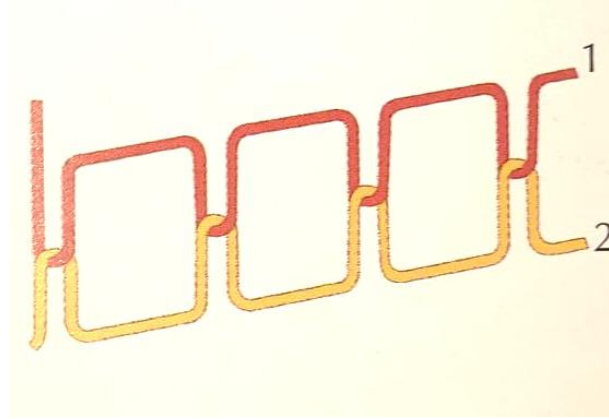
Pamuklu 2/1 dimi dokuma 198 g/m^2 kumaş üzerinde dikişler oluşturulmuştur.

3.2. İletim Hatları Tasarımı

Çalışmada düz ve zigzag olmak üzere 2 farklı dikiş deseni seçilerek uygulanmıştır. Düz dikiş olarak adlandırılan yöntem, ISO 4915 standardına göre 301 numaralı kilit dikiş (lockstitch) tipi olarak sınıflandırılmaktadır. Düz dikiş için 3 farklı dikiş adımında çalışma yapılmıştır. Dikiş adımları 2,5 mm, 3,5 mm ve 4,5 mm olarak belirlenmiş ve bu değerlerde uygulanmıştır. Dekoratif dikişlerden teknik nakış olarak adlandırılan yöntem, ISO 4915 standardına göre 304 numaralı zigzag dikişi tip olarak sınıflandırılmaktadır.

1. Düz dikiş-301 Kilit Dikiş

Kilit dikiş, iğne ipliğinin kumaşın üst yüzeyinden alt yüzeyine geçerek bu noktada mekik ipliğiyle birleşmesiyle oluşan bir dikiş türüdür. En yaygın kullanılan formu tip 301'dir. İplik gerginlikleri doğru şekilde ayarlandığında, her iki yüzeyde de simetrik ve düzgün bir görünüm elde edilir. Bu dikiş tipi, sağlamlığı ve aşınma direncinin yüksekliği ile öne çıkarken, sık mekik değiştirme gereksinimi dezavantaj olarak değerlendirilmektedir (Coats, 2004).

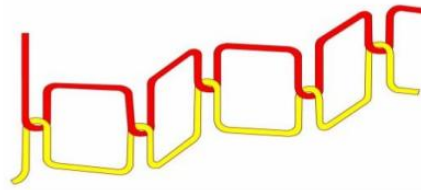


Şekil 9. Tip 301-Kilit Dikiş (Coats, 2004)

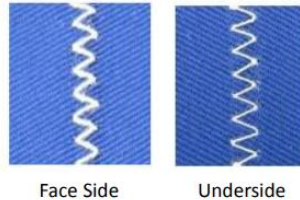
Figure 9. Type 301- Lockstitch

2. Dekoratif Dikiş- 304 Kilit Zigzag Dikiş

304 numaralı dikiş, genellikle "zikzak kilit dikişi" olarak adlandırılır. Bu dikiş, dikişin ortasına yerleştirilmiş bir iğne ve mekik ipliği ile oluşturulur. Zikzak görünümünü sağlamak için, malzeme beslenirken iğne çubuğu yanıl hareket ederek simetrik bir zikzak deseni ortaya çıkar (Supsew, 2025). Ayrıca, puntolama (bartacking), kilit dikişli düğme dikimi ve ilik açma işlemlerini tanımlamak için de kullanılır (A&E, 2025). Kilitlenme mekanizması 301 dikiş ile aynıdır; iğne ipliği ile mekik ipliği birbirini sarar. Ancak iğnenin yanıl hareketi dikişe genişlik ve esneklik kazandırır.



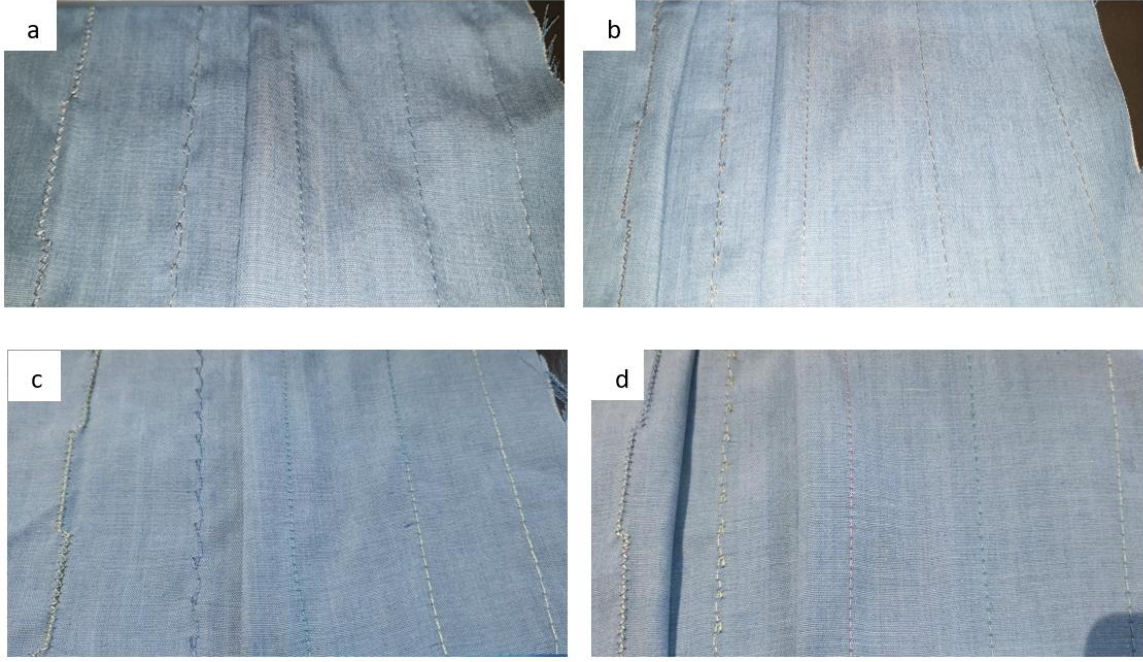
Stitch type 304



Şekil 10. Tip 304-Zigzag Dikiş (Supsew, 2025, s. 10)

Figure 10. Tip 304-Zigzag Stitch

Her desen, her iplik ile 10 cm uzunluğunda dikilerek birer test örnekleri hazırlanmıştır.



Şekil 11. a-Ön Coats Magellan Tkt 080, b-Ön Madeira HC40, c- Arka Coats Magellan Tkt 080, d-Arka Madeira HC40 iplikleri ile yapılan dikiş desenleri

Figure 11. *Stitch patterns made with threads a-Face Side Coats Magellan Tkt 080, b- Face Side Madeira HC40, c- Back Side Coats Magellan Tkt 080, d-Back Side Madeira HC40*

3.3. Test Yöntemi

LCR Metre ile Elektriksel Özelliklerin Ölçümü

Çalışmada, iletken iplikle oluşturulmuş dikiş desenlerinin elektriksel performansını değerlendirmek amacıyla yapılan elektriksel özelliklerin ölçümleri Kardinero A.Ş.'nin laboratuvarında GW Instek LCR-816 model masaüstü LCR metre (Şekil 12) kullanılarak yapılmıştır. Bu cihaz, tekstil bazlı iletken yolların, direnç (R), kalite faktörü (Q), kapasitans (C) ve indüktans (L) gibi parametrelerinin yüksek hassasiyetle ölçülmesini sağlamaktadır. Bu ölçüm yöntemi, özellikle iletken tekstil yapılarında devresel özelliklerin değerlendirilmesi için uygun bir karakterizasyon yaklaşımı sunmaktadır.

Bant geçiren (bandpass) ve bant durduran (bandreject) filtrelerin önemli bir özelliği olan kalite faktörü (Q), filtrenin merkez frekansındaki seçicilik düzeyini gösterir (Nilsson, & Riedel, 2015).

Kalite faktörü kavramı, filtre performansının değerlendirilmesinde temel bir parametredir. Bu bağlamda, Engin (2008: 8) kalite faktörünü şu şekilde tanımlamaktadır: “*Pasif filtrelerin kalite faktörü Q, rezonans frekansındaki reaktansın filtrenin direncine oranı olarak tanımlanır ve filtrenin ayar keskinliğini belirtir.*”

Bay (2021), iki iletken arasındaki gerilim farkının, yük ile orantılı olduğunu ve bu orantı sabitinin kapasitans (C) olarak adlandırıldığını belirtmektedir. Kapasitörlerin yalnızca elektrostatik enerji depolayıp boşalttığını ve bu nedenle pasif devre elemanları arasında yer aldığını ifade etmektedir. İndüktörlerin ise genellikle halka biçimindeki iletken

tellerden oluştuğunu ve üzerine sarıldıkları nüve türüne göre sınıflandırıldığını aktarmaktadır. Bu devre elemanlarının elektromanyetik enerji depolayarak, ihtiyaç duyulduğunda devreye geri besleyebildiği; ancak yeni enerji üretmedikleri vurgulanmaktadır.



Şekil 12. GW Instek LCR-816 model LCRmetre
Figure 12. GW Instek LCR-816

Farklı iletken iplik ve dekoratif dikiş deseni kombinasyonları kullanılarak kumaş üzerine 10 cm uzunluğunda dikiş desenleri işlenmiştir. Her bir örnek, elektriksel ölçüm yapılmasına olanak tanıyacak şekilde hazırlanmıştır. Hazırlanan dikiş desenlerinin iki ucu, doğrudan elektriksel teması sağlayacak biçimde açık bırakılmıştır. Ölçüm sırasında, bu uçlar GW Instek LCR-816 model LCR metre cihazının kısıkaçları ile sabitlenmiştir (Şekil 10). LCR metre cihazı, tüm örnekler için aynı koşullar altında veri toplanmasını sağlamak amacıyla sabit bir frekans olan 2 kHz’de çalışacak şekilde ayarlanmıştır. Her bir iplik-desen kombinasyonu için Direnç (R) ve Kalite Faktörü (Q) ölçülmüştür.



Şekil 13. GW Instek LCR-816 model LCRmetre ile direnç ölçümü
Figure 13. Resistance measurement using the GW Instek LCR-816 model LCR meter

4. Bulgular ve Tartışma

Çalışmada kullanılan iki farklı iletken iplik (Coats Magellan ve Madeira HC40) ve beş farklı dikiş deseniyle oluşturulan iletim hatlarının elektriksel performansı, 2.000 Hz sabit frekansta yapılan direnç ve kalite faktörü ölçümleriyle değerlendirilmiştir.

Elde edilen LCR ölçüm verileri (Tablo 4), desen tipine, dikiş yoğunluğuna ve iplik türüne göre karşılaştırılmıştır. Bu veriler üzerinden dikiş desenlerinin elektriksel iletkenlik, empedans karakteristiği ve olası kapasitif etkileri analiz edilmiştir.

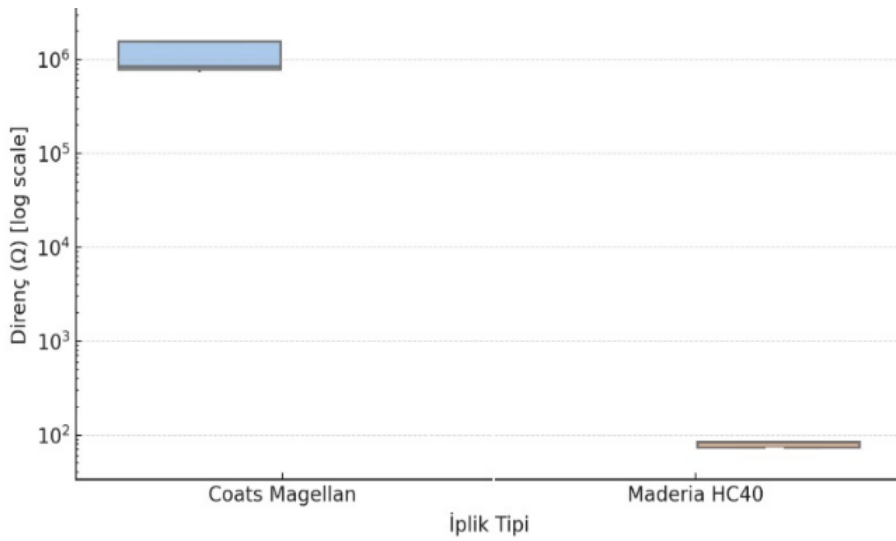
Tablo 4. İplik-Direnç ve Kalite Değerleri
Table 4. Thread – Resistance and Quality Values

No	İPLİK	Dikiş	Desen No	Desen	Dikiş Adımı (mm)	Dikiş Genişliği (mm)	İplik İletkenlik Katsayısı (σ) (S/m)	Direnç (Ω)	Q
1	Coats Magellan	Teknik Nakış	51		1	7	3,91	3.143.000,0	0,0813
2	Coats Magellan	Teknik Nakış	34		4	2	3,91	1.555.700,0	0,0354
3	Coats Magellan	Düz Dikiş	0 1		2,5	-	3,91	854.450,0	0,0182
4	Coats Magellan	Düz Dikiş	0 1		3,5	-	3,91	791.340,0	0,0186
5	Coats Magellan	Düz Dikiş	0 1		4,5	-	3,91	682.800,0	0,0153
6	Maderia HC40	Teknik Nakış	51		1	7	158.277,0	174,9	0,0001
7	Maderia HC40	Teknik Nakış	34		4	2	158.277,0	83,8	0,0001
8	Maderia HC40	Düz Dikiş	0 1		2,5	-	158.277,0	82,8	0,0001
9	Maderia HC40	Düz Dikiş	0 1		3,5	-	158.277,0	73,8	0,0001
10	Maderia HC40	Düz Dikiş	0 1		4,5	-	158.277,0	58,4	0,0001

Hesaplanan iletkenlik katsayıları, tekstil ipliklerinin teorik elektriksel iletkenliğini yansıtmaktadır. Ancak bu katsayılar, uygulanan dikiş deseni ve sıklığı ile birlikte değerlendirilmelidir. Dikiş uygulamaları sonrasında elde edilen empedans verileri, hem ipliğin malzeme özelliklerinden kaynaklanan etkileri hem de dikiş deseninin geometrik/topolojik etkilerini bünyesinde barındırmaktadır. Bu bağlamda, Coats Magella ipliğinin düşük iletkenlik katsayısına sahip olması nedeniyle yüksek direnç değeri göstermesi, buna karşılık Madeira ipliğinin yüksek iletkenlik katsayısı sebebiyle düşük direnç değeri sunması beklenen sonuçlarla uyumluluk göstermektedir.

İplik tipinin dirence etkisi incelendiğinde; Maderia HC40, Coats Magellan ipliğine göre çok daha düşük direnç değerleri vermektedir (Şekil 14). Bu da Maderia HC40'ın daha iletken, yani elektriksel performansı yüksek bir iplik olduğunu göstermektedir. Coats Magellan ipliğinin yüksek direnç değerleri, sistemin genel iletkenliğini önemli ölçüde düşürmektedir.

Dikiş tekniğinin dirence etkisi incelendiğinde; düz dikiş, teknik nakışa göre daha düşük direnç değerleri üretmiştir. Sonuç olarak düz dikişte, dikiş adımı 4,5 olan sıklıkta en düşük değer gözlemlenmiştir. Bu da düz dikişin iletim hattı olarak daha kararlı ve verimli olduğunu göstermektedir.



Şekil 14. İplik Tipine göre Direnç Dağılımı

Figure 14. Resistance Distribution According to Yarn Type

Q değeri, elektriksel kayıpları ifade eder. Q ne kadar düşükse, sistem o kadar stabildir ve kayıplar azdır. Maderia HC40, tüm örneklerde sabit ve çok düşük Q değeri (0.0001) göstermiş olup bu değer yüksek iletim kararlılığı anlamına gelmektedir.

Elde edilen sonuçlara göre, Madeira HC40 ipliğinin, özellikle düz dikiş desenleriyle birleştirildiğinde, düşük direnç ve yüksek iletim verimi açısından Coats Magellan ipliğine kıyasla daha üstün performans gösterdiği belirlenmiştir. Dikiş adımının küçülmesiyle birlikte direncin arttığı, buna karşın daha büyük adımların daha düşük direnç değerleri sunduğu gözlemlenmiştir. Bu durum, giyilebilir EKG sistemleri için dikiş yoğunluğunun optimize edilmesi gerektiğine işaret etmektedir.

5. Sonuç ve Öneriler

Bu çalışma, kardiyovasküler hastalıkların tanı ve izlenmesinde yaygın olarak kullanılan elektrokardiyografi (EKG) sistemleri için tekstil tabanlı iletken yapıların potansiyelini araştırmıştır. Artan kronik hastalık yükü, yaşlanan nüfus ve kişiselleştirilmiş izlem ihtiyacı,

geleneksel elektrot teknolojilerine kıyasla daha esnek, uzun ömürlü ve kullanıcı dostu giyilebilir çözümlere olan gereksinimi ortaya koymuştur.

Yapılan analizlerde, iki farklı iletken iplik (Coats Magellan ve Madeira HC40) ve beş farklı dikiş deseniyle oluşturulan iletim hatlarının elektriksel performansı 2 kHz sabit frekansta direnç ve kalite faktörü (Q faktörü) ölçümleriyle detaylı bir şekilde değerlendirilmiştir. Elde edilen bulgular, Madeira HC40 ipliğinin, özellikle düz dikiş desenleriyle birleştirildiğinde, düşük direnç ve yüksek iletim verimi açısından Coats Magellan ipliğine kıyasla belirgin bir üstünlük sergilediğini göstermektedir. Direncin, dikiş adımının küçülmesiyle arttığı, buna karşın daha büyük adımların daha düşük direnç değerleri sunduğu gözlemlenmiştir; bu durum, giyilebilir EKG sistemleri için dikiş yoğunluğunun optimize edilmesi gerektiğini vurgulamaktadır.

Madeira HC40 ipliği, hem düşük direnci hem de düşük Q faktörü ile iletken tekstil uygulamaları için son derece uygundur. Düz dikiş tekniği, teknik nakışa göre daha düşük direnç sağlamış ve dikiş adımı arttıkça direncin azalma eğiliminde olduğu tespit edilmiştir. Madeira HC40 ipliğinin düşük direnç değeri, EKG sinyal iletimi için ideal bir iletken iplik olduğunu göstermektedir. Buna karşılık, Coats Magellan iplik, biyomedikal uygulamalar için uygun bulunmamış, yalnızca düşük akım gerektiren iletken yüzey uygulamaları için önerilmiştir.

Teknik nakış desenlerinin estetik ve fonksiyonel avantajlarına rağmen, bazı kombinasyonlarda düz dikişlere kıyasla daha yüksek direnç gösterdiği belirlenmiştir. Bu durum, uygulama alanına göre iletim performansı ile mekanik dayanıklılık arasında dikkatli bir denge kurulması gerektiğini ortaya koymuştur.

Sonuç olarak, iletken iplik-dikiş kombinasyonlarının elektriksel performans üzerinde kritik etkileri olduğu açıkça ortaya konmuştur. Madeira HC40 ipliği ile yapılan düz dikişlerin, hem düşük dirençli hem de esnek yapıları sayesinde, düşük gerilimli biyosinyallerin güvenilir iletimi açısından en uygun seçenek olduğu sonucuna varılmıştır. Bu bulgular, özellikle uzun süreli giyilebilir EKG sistemlerinin tasarımında iplik ve dikiş seçiminin hayati bir rol oynadığını ortaya koymakla kalmayıp, tekstil mühendisliği ile biyomedikal mühendisliği arasındaki disiplinler arası çalışmalara da önemli katkılar sağlamaktadır. Gelecekteki çalışmalar, iletken tekstil yollarının uzun vadeli performansına ek olarak, iplik-dikiş parametrelerinin uygulamaya özel optimize edilmesine odaklanarak sistem verimliliğini artırabilir. Böylece, bu alandaki ürünlerin endüstriyel gelişimine yön verilebilir.

Teşekkür

Bu araştırmada kullanılan iletken ipliklerin karakterizasyonuna yönelik ölçümler Kardiner A.Ş.'nin sağladığı laboratuvar ortamında gerçekleştirilmiştir. Katkılarından dolayı teşekkür ederiz.

Kaynakça

- A&E. (2025). Stitch Terminology Glossary: <https://www.amefird.com/technical-tools/thread-education/glossary/stitch-terminology-glossary/> adresinden alındı
- AAMI. (2025). ANSI/AAMI EC53:2013/ (R)2020 . ANSI/AAMI EC53:2013/ (R)2020: <https://store.accuristech.com › products › preview> adresinden alındı
- Ankhili, A., Tao, X., Cochrane, C., Coulon, D., & Koncar, V. (2018). Washable and Reliable Textile Electrodes Embedded into Underwear Fabric for Electrocardiography (ECG) Monitoring. *Materials*, 11(256). p. 9. doi:10.3390/ma11020256
- Apple. (2024, 03 20). Apple Watch. <https://support.apple.com/tr-tr/120278> adresinden alındı
- Arquilla, K., K.Webb, A., & Anderson, A. P. (2020). Textile Electrocardiogram (ECG) Electrodes for Wearable Health Monitoring. *Sensors*, 20(1013), 1-13.
- Balcı, T. (2014). *Hastane Öncesi Acil Bakım Çalışanlarına Yönelik EKG*. ss. 6-7. Sağlık Bakanlığı. Ankara.
- Barold, S. S. (2003). Willem Einthoven and the Birth of clinical electrocardiography a hundred years ago. *Cardiac Electrophysiology Review*, pp. 99-104. <https://link.springer.com/article/10.1023/A:1023667812925>
- Başar, I., Koldaş, L., & Ayan, F. (2010). *Kardiyolojik Semiyoloji EKG*. s. 114. Nobel Tıp Kitabevleri.
- Bay, Ö. F. (2021). Kapasitans ve İndüktans EE-201. https://www.omerfarukbay.com.tr/wp-content/uploads/2021/12/ch6_LC.pdf?utm_source adresinden alındı
- Blachowicz, T., Ehrmann, G., & Ehrmann, A. (2021). Textile-Based Sensors for Biosignal Detection and Monitoring. *Sensors*, 21(6042).
- Brehm, P. J., & Anderson, A. P. (2023). Modeling the Design Characteristics of Woven Textile Electrodes for Long–Term ECG Monitoring. *Sensors*, 23(598).
- Coats. (2004). *İplik ve Dikiş Teknolojisi*. ss. 79-80. Coats Türkiye İplik Sanayi A.Ş. İstanbul.
- Coats. (2025). Coats Magellan | Smart' Conductive Threads. <https://cdn.coats.com/wp-content/uploads/Magellan-Product-Information-Sheet.pdf> adresinden alındı
- Del Mar, B. (2005). The history of clinical Holter monitoring. *Annals of noninvasive electrocardiology: the official journal of the International Society for Holter and Noninvasive Electrocardiology, Inc*, 10(2)(226).
- Ekşi, A., Zoghi, M., & Çertuğ, A. (2013). Hastane Öncesi Acil Bakımda EKG ve Aritmi Yönetimi. ss. 1, 12. Ege Üniversitesi Basımevi. İzmir.
- Engin, B. (2008). Yüksek Lisans Tezi. Elektrik Dağıtım Sistemlerinde Kompanzasyon ve Enerji Kalitesi Sorunları. İstanbul Teknik Üniversitesi, Enerji Enstitüsü.
- Goldberger, A. L., Goldberger, Z. D., & Shvilkin, A. (2014). *Goldberger Klinik Elektrokardiyografi*. Çeviren: Aytaç Öncül. s. 16. 1. Basım. 245 s. İstanbul: Nobel Tıp Kitabevi. İstanbul. ISBN: 9786053350323

- Kennedy, H. L. (2006). The History, Science, and Innovation of Holter Technology. *Annals of Noninvasive Electrocardiology* .
- Komsuoğlu, B., & Çelikyurt, Y. U. (2006). Kalp Damar Hastalıklarından Korunma. ss. 15-21. Nobel Tıp Kitabevi.
- Maderia. (2025). HIGH CONDUCTIVE THREAD - Madeira. https://www.madeira.com/fileadmin/user_upload/Downloads/Data_Sheets/Data_Sheet_HC_40__EN.pdf adresinden alındı
- Majumder, S., Mondal, T., & Deen, M. J. (2017). Wearable Sensors for Remote Health Monitoring. *Sensors*, 1-45.
- Nilsson, J. W., & Riedel, S. A. (2015). *Electric Circuits*. 10th ed.. p. 603. Pearson.
- Shuvo, I. I., Shah, A., & Dağdeviren, C. (2022). Electronic Textile Sensors for Decoding Vital Body Signals: State-of-the-Art Review on Characterizations and Recommendations. *Advanced Intelligent Systems*, 4(2100223).
- Supsew. (2025). *Stitch Types*. p. 10. <https://supsew.cld.bz/Stitch-Type/10/> adresinden alındı
- T.C. Sağlık Bakanlığı. (2021). Türkiye Kalp ve Damar Hastalıkları Önleme ve Kontrol Programı Eylem Planı (2021–2026). Ankara: Sağlık Bakanlığı Yayınları.
- Wagner, G. S., & Strauss, D. G. (2015). *Marriott Pratik Elektrokardiyografi*. Çeviri Editörü: Sadi Düleç. s. 3. 12. Basım. 552 s. ISBN: 9789752775893. Güneş Tıp Kitapevleri. İstanbul
- WHO. (2025). World Health Organization. <https://world-heart-federation.org/world-heart-observatory/> adresinden alındı

ARAŞTIRMA MAKALESİ (Research Article)

¹Sare Erol,
Orcid: 0009-0001-7346-7467

²Deniz Demirarslan,
Orcid: 0000-0002-7817-5893

¹PhD Student, Kocaeli University,
Graduate Schools of Social, Interior
Architecture Master's Program,
Kocaeli, Türkiye

²Prof.Dr., Kocaeli University, Faculty
of Architecture and Design, Kocaeli,
Türkiye

**Sorumlu Yazar (Corresponding
Author):**

Sare EROL
sare.erol@hotmail.com

Anahtar Kelimeler:

Mağaza tasarımı, dekorasyon,
iç mekân, marka, moda

Keywords:

Shop design, decoration, interior,
trademark, fashion

*Bu çalışmada yer alan veriler,
Prof. Dr. Deniz Demirarslan
danışmanlığında yürütülen Sare
Erol'un "Tekstil ve Giyim
Mağazalarında Vitrin Tasarım
İlkeleri: İzmit Örneğinde Bir
İnceleme" başlıklı yüksek lisans
tezinden üretilmiştir.*

Vitrin Tasarımında Görsel Algı Ölçütlerinin Önemi: İzmit Örneği *The Importance of Visual Perception Criteria in Storefront Design: İzmit Example*

DOI: 10.54976/tjfdm.1725305

Alınış Tarihi (Received): 24.05.2025

Kabul Tarihi (Accepted): 04.06.2025

ÖZ

İnsan, algıladığı mekân ile sürekli etkileşim halindedir. Algılamının büyük bir kısmını görme duyusuyla gerçekleştirmektedir. İnsanın göz ile görme işlevini tamamlaması sonucunda görsel algı oluşur ve içerisinde bulunduğu mekândan bu algılar sonucunda etkilenir. Doku, ışık, renk, malzeme gibi mekânın yüzeylerinde kullanılan unsurlar görsel algıyı etkileyen tasarım öğeleridir. Bunların tasarımı uygulanmasıyla algı odağının bir noktada toplanması, mekânın daha yüksek veya daha alçak gösterilmesi, aydınlık-karanlık oranlarının ayarlanması gibi sonuçlar elde edilebilmektedir. İç mimarlar, uygulamaya geçirecekleri mekân tasarımlarında kullanıcıyı etkilemek ve amaçladıkları algılatma biçiminin doğru olabilmesi için bu tasarım öğelerinden yararlanmaktadırlar. Bu tasarım öğelerinin kullanıldığı mekânlardan biri de vitrindir. Vitrin, ticaret mekânlarında bulunan ürünlerin sergilenmesi için çoğunlukla dış mekândan cam ile ayrılan bir mekânsal parçadır. Kullanıcının ilk karşılaştığı yer, satılan ürünler hakkında bilgi veren bu mekândır. Kullanılan malzeme, renk, doku gibi öğeler marka imajını yansıtmada kullanıcının ürünü daha iyi sunulmuş biçimiyle görmesini de sağlar. Giriş cephelerinde kullanılan kurumsal logonun, yazı karakterlerinin, tabelaların ve renklerin bütünüyle oluşan tasarım da görsel algıyı etkileyen unsurlardan biridir. Bu nedenle görsel elemanlarla oluşturulmuş vitrin, kullanıcının sergilenen ürünleri algılaması açısından tasarımı önemli bir rol oynamaktadır. "Vitrin, mağaza tasarımı kullanıcının algısını çeken önemli bir mekândır." hipoteziyle yola çıkarak bu çalışmada vitrin tasarımı kullanılan görsel algı ölçütlerinin incelenmesi ve yeni bir bakış açısının sunulması amaçlanmaktadır. Çalışmada, literatür taraması yapılarak tarihi ve tanıtıcı araştırma yöntemleri kullanılmış, vitrin çeşitlerinden ve vitrin tasarımı kullanılan öğelerden bahsedilmiş daha sonra bu tanımları destekleyen görsel algı ölçütleri anlatılmış, konunun temeli oluşturularak örneklerle incelenmiştir. Bilgiler gözlem yapma yöntemiyle edinilen görsel verilerle desteklenmiş, algının, vitrinde etkisi Kocaeli'nin İzmit ilçesinden seçilen giyim mağazaları aracılığıyla irdelenmiştir.

ABSTRACT

Humans are in constant interaction with the space they perceive. A significant portion of this perception is achieved through the sense of sight. Visual perception is formed when a person completes the function of seeing with their eyes, and as a result, they are influenced by the space they are in. Elements used on the surfaces of the space, such as texture, light, color, and material, are design components that affect visual perception. By applying these elements in design, it is possible to achieve outcomes such as focusing perception on a specific point, making a space appear higher or lower, and adjusting the light-dark ratios. Interior designers use these design elements in their spatial designs to influence users and ensure that the intended perception is accurately conveyed. A space where these design elements are used is the display window. A display window is a spatial component, often separated from the external environment by glass, used to showcase products in commercial spaces. This is the place where users first encounter and receive information about the products being sold. Elements such as material, color, and texture not only reflect the brand image but also enable users to see the product presented in a better way. The overall design, including the corporate logo, font styles, signage, and colors used on the entrance facades, is also one of the factors affecting visual perception. Therefore, a display window designed with visual elements plays a significant role in how users perceive the products being showcased. Based on the hypothesis that "The display window is an important space in shop design that captures the user's perception," this study examines the visual perception criteria used in display window design and presents a new perspective. In this study, historical and descriptive research methods were employed through a literature review, discussing the types of display windows and the elements used in their design. Subsequently, the visual perception criteria supporting these definitions were explained, and the topic was examined with examples. The information was supported by visual data obtained through observation, and the impact of perception on the display window was analyzed through clothing stores selected from the İzmit district of Kocaeli.

Kaynak gösterimi: Erol, S., ve Demirarslan, D. (2025). Vitrin tasarımı görsel algı ölçütlerinin önemi: İzmit örneği. *Turkish Journal of Fashion Design and Management*, 7(2), 195-214, <https://doi.org/10.54976/tjfdm.1725305>

How to cite: Erol, S., ve Demirarslan, D. (2025). The Importance of Visual Perception Criteria in Storefront Design: İzmit Example. *Turkish Journal of Fashion Design and Management*, 7(2), 195-214, <https://doi.org/10.54976/tjfdm.1725305>

Giriş

Geçmişten günümüze alışveriş kültürü farklılaşarak devam etmiştir. Paranın icat edilmesinden önce eşyaların takas edilmesi yöntemi kullanılmaktaydı. Örneğin Mısır'da duvar çizimlerinde, halkın değiş tokuş yöntemi ile gündelik gereksinimlerini karşıladığı görülmektedir. Ayakkabı satan kişinin fırıncıya çörek karşılığında bir sandalet uzattığının tasviri yapılmıştır (Kestane,2015 akt: Haylamaz ve Önlü, 2019). Paranın bulunması ile ticaret sektöründe hızlı bir gelişme yaşanmıştır. Bu gelişim sırasında tek bir ortak nokta vardır o da ürünü satma amacı güden ticari kaygıdır. İnsanlar, kent meydanlarındaki pazar yerlerinde kurdukları satış tezgâhlarında ürünlerini tanıtmaya çalışmışlardır. Daha sonra Orta Çağ'da ahşap kepenkli dükkânlar yaygınlaşmaya başlamıştır. Bu dükkânlar açıldığında altta tezgâh meydana getiren kepenkli sistemden oluşmaktaydı (Canbakal Ataoğlu, 2020).

Dükkânların üstünde de gölgelik yapan bir kepenk bulunmaktaydı. Bu sistem ürünün satıldığı alanın, müşterinin gözünde daha düzenli ve dağınıklıktan uzak olmasını sağlıyordu. Fakat bu dükkânların kepenkleri, iş bitiminde kapatıldığında açıklığı olmayan bir yüzeye dönüşüyordu (Canbakal Ataoğlu,2020). Ürünler sadece iş saatlerinde görülebiliyordu. Ürün tanıtımının düzeyini artıracak yeni bir sisteme ihtiyaç vardı. Zaman içerisinde gelişen teknoloji ve ürün çeşidinin artması, vitrin tasarımlarındaki bu ihtiyacı karşılamıştır. Cam üretim tekniklerindeki gelişmelerle, modern vitrinin başlangıcı 18.yüzyıla dayanmaktadır. Dükkân cephelerinde cam malzeme kullanılmaya başlanmıştır. 19. ve 20. yüzyıllarda ortaya çıkan cam paneller ve giydirme cephe yapım teknikleri sayesinde tamamen cam kaplı dükkân vitrinleri yapmak mümkün hale gelmiştir. Böylece ürünler iş saatleri dışında da görünür hale gelmiştir (CanbakalAtaoğlu,2020). Türkiye'de vitrinlerin geçmişine bakıldığında ise 19. yüzyılda Pera'da vitrinli dükkânlar görülmeye başlanmıştır. Tasarım odaklı vitrinler Beyoğlu'nda ağırlıklı olarak görülmektedir. Daha öncesinde ise Türk mimarisinde çarşı geleneğinin önemli bir parçasını oluşturan kapalı çarşı (arasta, bedesten vb.) planlaması bulunmaktaydı. Zamanla dükkânlarda, içerisinde ürünler hakkında bilgi veren, mağazada satılan ürünlerin tipleri ve özellikleri gibi bilgilerin verildiği alanların tasarlandığı ve "vitrin" olarak isimlendirildiği görülmektedir.

Vitrin, dükkân cephelerinde ürün tanıtımına yönelik alanlar içeren bir sergileme mekânıdır (Bayraktar, 2011). Geçmiş zamanlardan bu yana vitrinin var olması ürün satışının olmasında etkilidir. Yukarıdaki paragrafta belirtildiği gibi başta basit sistemlerle çözümlenmiş vitrinin, modernleşme başlangıcı cam üretim tekniklerindeki gelişmelere dayanmaktadır.18.yüzyılda cam üretimindeki ilerlemeler dükkân cephelerinde bu malzemenin kullanılmasını sağlamıştır. Giderek büyüyen ticaret, mekânın büyümesine eş zamanlı olarak büyük cam panellerin üretilmesiyle vitrin yüzeylerinin de genişlemesini sağlamıştır. Küçük dükkânlardan büyük dükkânlara bir geçiş olmuştur. Büyük dükkân olarak tabir edilen mağazalarda vitrin tasarımları öne çıkmaya başlamıştır. Küçük

alanlarda başlayıp gittikçe büyüyen metrekarelere ulaşan vitrin tasarımlarında sadece ürünlerin sunumu yapılmamış, kullanılan ışık oyunları ve tasarlanan atmosfer ile birlikte müşteriler üzerinde etki oluşturulmaya başlanmıştır. Bu noktada, tasarım öğelerinin ve ilkelerinin kullanımı mekân içerisindeki anlatımı kuvvetlendirmektedir. Tasarım dilini yansıtan vitrin markayı tanıtmakla beraber kullanıcı için bir çağrıda bulunan mağazanın ara yüzünü oluşturmaktadır.

Vitrinler, markanın imajını ve tasarımlarının sergilenebilmesi için mağaza içerisinde önemli bir iletişim aracı özelliği taşıyan mekânlardır. Sergilenecek olan ürünlerin, kullanıcıların algısını çekebilmek adına vitrin içerisinde en etkili biçimde düzenlenmesi önemlidir (Öztekin, 2018). İç mekân algılaması, bakanın kendisi ile çevresinde gördüklerinin birbirlerine göre konumlarını algılaması olarak tanımlanabilir. Mekânı oluşturan elemanların görsel etkileri, onların tasarım öğeleri olan; nokta, çizgi, renk, form ve doku vb. bunların her birine anlam yüklenmesiyle oluşur (Aslan vd, 2015). Kullanıcının içinde bulunduğu çevrenin fiziksel yapısı, hacmi ve işlevsel özellikleri de algılamada farklılıklar yaratır. Mekânda kullanılan donatıların düzenlenişi, elemanların ölçü, boyut, renk, doku gibi özelliklerinin birbirleriyle etkileşimleri mekânın kimliğini ve imajını oluşturur (Yurttaş, 2019). Görsel algının bütününi oluşturan bu özelliklerin vitrin tasarımında kullanılması, müşterinin odak noktasını üzerine çekerek ürünün etkileme düzeyini arttırmaktadır.

2. MATERYAL VE YÖNTEM

Kocaeli'nin İzmit ilçesinde toplam 3 adet büyük ölçekli alışveriş merkezi, 3 adet orta ölçekli alışveriş merkezi ve 4 adet küçük ölçekli alışveriş merkezi bulunmaktadır (Demirarslan, 2019). Bu alışveriş merkezlerinden büyük ölçekli olanlardan ikisi ele alınmış ve çalışma kapsamında bu alışveriş merkezleri kısaca A AVM ve B AVM olarak isimlendirilmiştir (Şekil 1.). Fotoğrafların çekimi için saha çalışması 2024 yılı, Nisan ayı içerisinde gözlem yapma ve fotoğraf ile belgeleme yöntemi ile gerçekleştirilmiştir.



Şekil 1. Kocaeli İzmit ilçesi alışveriş merkezi haritası (1. yazar tarafından yeniden düzenlenmiştir) (URL1)
Figure 1. Kocaeli İzmit district shopping center map (Edited by 1st author) (URL1)

Çalışma kapsamında seçilen Kocaeli, İzmit ilçesinde bulunan A AVM ve B AVM içerisinde birçok türde mağaza bulunmaktadır. Çizelge 1.'de görüldüğü üzere A AVM'deki mağazalar toplam 12 çeşit kategoriye ayrılmaktadır.

Çizelge 1. A AVM'de bulunan mağazaların kategorilere ayrımı (1.yazar tarafından hazırlanmıştır.)

Table 1. Categorization of stores in shopping center A (Edited by 1st author)

A AVM'de Bulunan Mağaza Türü	Adet
Aksesuar	2
Moda ve Giyim	40
Ayakkabı ve Çanta	7
Çocuk ve Oyuncak	13
Ev ve Dekorasyon	10
Hizmet	14
İç Giyim ve Mayo	4
Sağlık ve Kozmetik	5
Mücevher ve Saat ve Aksesuar	9
Spor	6
Market	2
Teknoloji	7

Çizelge 2.'de görüldüğü üzere B AVM'deki mağazalar toplam 14 çeşit kategoriye ayrılmaktadır.

Çizelge 2. B AVM'de bulunan mağazaların kategorilere ayrımı (1.yazar tarafından hazırlanmıştır.)

Table 2. Categorization of stores in shopping center B (Edited by 1st author)

B AVM'de Bulunan Mağaza Türü	Adet
Kültür, Sanat ve Eğlence	7
İç Giyim ve Mayo	4
Ayakkabı ve Çanta	13
Teknoloji	14
Moda ve Giyim	34
Mücevher, Saat ve Aksesuar	12
Hediye	1
Çocuk Giyim	1
Sağlık ve Kozmetik	11
Hizmet	18
Spor	7
Ev ve Dekorasyon	14
Çocuk ve Oyuncak	7
Market	1

Yukarıda belirtilen mağazaların içerisinde giyim sektörüne yönelik olan yerli markalar seçilerek incelemesi yapılmıştır. İnceleme aşamasında ilk olarak gözlem yapılması sırasında fotoğraflama yöntemiyle vitrinlerin görsel olarak belgelenmesi sağlanıp daha sonra görsel algı ölçütlerine göre yapılan tasarımlar üzerinden yorumlanması yapılmıştır. Böylece tasarıma yönelik ilkelerin uygulanması araştırılmış ve inceleme sonucunda maddeler halinde ortaya konmuştur.

3. Vitrin Tasarımı ve Vitrin Öğeleri

Tasarım kelimesi bir şeye işaret etme, zihinde canlanan fikirleri gerçeğe dönüştürme becerisi olarak tanımlanabilir. Her marka farklı tüketici gruplarına hitap ettiği için ihtiyaç ve fonksiyonlar belirlenir ve bu belirlenen noktalar tasarıma yansıtılır. Her marka farkını bu şekilde ortaya koyar ve kullanıcısının algılamasını sağlar. Böylece marka prestij kazanır, ürünün sergilendiği yer olarak önemli gösterge haline gelir (Arslan,2016).

Ürünle ilgili verilmek istenilen bilginin okunması ve görsel algılamının gerçekleşmesi için vitrin tasarımının ışığıyla, rengiyle, destekleyen unsurlarıyla tüm detaylarının birbiriyle etkileşim halinde olması tasarımın sunulmasında yardımcı olmaktadır. Aydınlatma, tabelalar, grafikler, mankenler ve aksesuarlar ile süslemeler gibi unsurların kombinasyonuna özen gösterilmelidir. Vitrin tasarımıyla yaratılan atmosferle, müşterilerin yaşaması ve sergilenen ürünün hissettirdiğine dair bir deneyim alanı olarak sunulması da hedeflenmektedir. Bu tasarım yaklaşımı, markanın kendini doğru ifade edebilmesi ve satın almayı teşvik etmesi yönünden dikkat edilen bir yaklaşımdır. Vitrin tasarımında kullanılan tasarım öğelerinden rengin, dokunun, çizginin yanı sıra birlik, çeşitlilik, kontrast ve vurgu ile hareket, akış ve müşteri üzerinde bir heyecan oluşturulması da önemlidir. Esasen bu ilkeler, sadece vitrin için değil; aynı zamanda bir mağaza içindeki iç vitrinler, sergileme üniteleri gibi çeşitli perakende satış ekipmanları için de geçerlidir. Vitrin olarak düzenlenecek mekân ve yerleşimi yapılacak elemanların oranı, odak noktası olarak sunulacak alan, ışıklandırmanın bunu desteklemesi ve izleyeni alan içerisinde yönlendirmesi de önemli detaylardandır (Aydın, 2021).

Mağaza içerisine giriş yapmadan önce görülen ilk alan, dış cephesinde bulunan vitrin tasarımıdır. Vitrin tasarımı, mağazanın mimari yapısından tabelalara, giriş kapısı ve dış aydınlatma gibi birçok konuyu kapsamaktadır. Yapılan bu tasarımlarla dış görünümün çekici olması kullanıcıyı alışverişe davet etmesi amaçlanmaktadır. Bir vitrin tasarımında tasarımı yapılan unsurlar şunlardır; dış cephe, mağaza girişi ve vitrinler, tabela ve aydınlatma.

3.1.Dış Cephe

Bir mağazanın dış cephe tasarımı, hem estetik hem de işlevsel açıdan büyük önem taşır. Dış cephe, mağazanın dışarıdan görünen yüzü olduğu için potansiyel müşterilerin dikkatini çekmek ve onları içeri davet etmek açısından önemli bir görev üstlenmektedir. Mağazanın bulunduğu sokak veya alışveriş merkezi ile uyum içinde olması, genel estetik

ve çevre düzenlemesine katkı sağlayacağı için mağaza dış cephelerinde çevre ile uyum gereklidir. Dış cephe tasarımında yerel yönetmeliklere ve yasal gereksinimlere uyulması önemlidir. Bu gereksinimler genellikle yapı izinleri, tabela boyutları ve malzeme kullanımı gibi konuları kapsar. Ayrıca, mağaza cephesi, kullanıcıya iç mekânın özünü iletme ve vitrinin arka tarafında kalan alanlarda bulunabilecek ürünlere ilişkin fikir vermektedir (Arslan,2016). Marka imajı, klasik, üst gelir grubuna hitap eden, daha uygun fiyatlı ürünler, modern gibi özellikler yapılan tasarımla algılanmaktadır (Bayraktar,2011).

Markanın logosu, renkleri, sloganı, tipografisi marka kimliğini oluşturmaktadır. Bunları üzerinde barındıran cephe ise, marka kimliğini yansıtmaktadır. Kullanıcıyı mağazaya yönlendirmesi, marka hakkında ön bilgi sahibi olmasını sağlaması gibi özellikleri taşımaktadır (Topak ve Öztürk Demirtaş, 2022).

3.2. Mağaza Girişi ve Vitrin Tasarımı

Giriş kısmı mağaza kapısından geçtikten sonra iç mekândaki gezintinin başlangıç noktasıdır. Giriş kapısı, vitrinle birlikte dış cephedeki ana unsurdur. Yapılan tasarımla kullanıcıyı davet etmede etkili fonksiyon görevi görür. Mağaza girişinde kullanılan tasarım ilkeleri şunlardır;

- Aydınlatmanın yeterli olması gerekmektedir.
- Kolay açılabilir kapılar olmalıdır.
- Zemin malzemesi kaygan olmamalıdır.
- Vitrin tasarımını destekleyen tasarım öğeleri kullanılmalıdır (Arslan,2016).

Giriş büyüklüğünün ölçüsüne ve giriş seviyesine dikkat edilmelidir. Bazı mağazalarda giriş kullanılmaz ve ön kısım tamamen açık bırakılır. Genellikle alışveriş merkezlerinde bu tarz giriş kullanılır. Cadde üzerinde bulunan mağazalarda da güvenlik sorunu oluşturabileceğinden tercih edilmez (Arslan,2016). Mağaza girişinde kullanılan aydınlatma tarzı da (floresan, led aydınlatma, beyaz renkte ışık gibi) kullanıcının algısını çekmekte olumlu etki yapabilmektedir. Mağaza girişi, alışveriş yapmak için ilgi çekici bir yer olduğu imajını vitrin tasarımı ile birlikte vermelidir (Bayraktar,2011).

Vitrinler, marka imajı ve ürün özellikleri ile ilgili fikir edinilmesinde önemli bir rol üstlenmektedir. Mağazanın kimliğini yansıtır ve ürünlerin görüldüğü ilk yerdir. Yaya trafiğinin yoğun olduğu mağazalarda vitrin önemli bir tanıtım aracı ve sergileme mekânıdır. Estetik olarak kullanıcının gözüne ve algısına hitap eden vitrinler olumlu bir etki bıraktığı takdirde ürün satışına da olumlu bir katkı yapabilmektedir. Tasarım ilkelerine dikkat edilen bir vitrin şu olumlu etkileri gösterir;

- Marka imajının gelişmesinde katkı sağlar.
- Beğeni oluşturarak kullanıcıların dikkatini çeker.
- Sezonu yansıtan bilgiler verir.

- Ürünlerin farklı kullanımını gösterir.
- Rekabet ortamında diğer markalardan farkın ortaya konmasını sağlar (Arslan,2016).

3.3. Tabela

Tabela, mağaza ismi ile sembol veya logo içeren kullanıcı tarafından fark edilmesini sağlayan ilk tanıtım aracıdır. Okunmasının kolay olabilmesi için çoğunlukla yukarıdan aşağıya doğru değil, soldan sağa doğru yazılır. Kullanılan harfler, algılama açısından büyük ve kalın olmalıdır. Mağaza cephesindeki ana işlevi, girişi göstermesi ve yönlendirici olmasıyla birlikte görsel tanıtımı sağlamaktır. Tabelanın büyüklüğü, rengi, şekli, malzemesi ve aydınlatması gibi tasarım öğelerinin kullanımı sonucunda algılamada dikkat çekmelidir (Arslan, 2016).

3.4. Aydınlatma

Vitrin tasarımında insanların dikkatinin çekilmesinde görsel uyarmadan yararlanılır. Bunun çeşitli yolları vardır. Birincisi yüzeylerde ışık şiddetinin zıtlığından yararlanmaktır. Işık şiddeti az olan bir fonun önünde, ışık şiddeti fazla olan bir yüzey dikkat çeker. Yüzeylerin ışığın yansıtma oranları da algının yüzey üzerinde toplanmasını sağlar. İkincisi ise aydınlık düzeyi farkından yararlanmaktır. Aydınlık düzeyi fazla olan bölgeler daha fazla dikkat çekerler. Vitrin üzerindeki aydınlık düzeyi, dolaşım alanlarına göre daha yüksek olmalıdır. Kullanıcının belli bir ürüne dikkatini çekmek, mağazaya özgü nitelik kazandırmak için bazı bölgelerde genel sergileme yüzeylerinden daha yüksek düzeyde ve daha sıcak renk ile vurgulamak amacıyla bölgesel aydınlatma yapılabilir. Vurgulamanın bir başka yolu da arka fonda koyu gölgeler oluşturarak sergilenen nesneyi öne çıkarmaktır (Berkin ve Yalçın Usal, 2012).

4. Vitrin Türleri

Azaklı'nın (2021) çalışmasında bahsettiği gibi mağaza cephelerinde yer alan vitrinler mimari açıdan farklılık göstermektedir. İşlevsel olarak farklı şekillerde yönetilmekte ve kurgulanmaktadır. Plan bazlı olarak vitrinler standart düz vitrin, çarşı vitrin, açılı vitrin, köşe vitrin, kutu vitrin, panelli vitrin gibi birçok çeşide ayrılmaktadır.

Standart düz vitrinler, caddeye ya da mağaza cephesine paralel olan ve tüm kategorilerdeki mağazalara hizmet edebilen vitrinlerdir. Çarşı vitrinde, mağaza giriş kapısı, dikkati vitrin üzerine çekmek amacıyla vitrin camından geride konumlandırılır. Önce kullanıcının algısını vitrine yöneltmek ve sonra mağazaya yönlendirmek hedeflenmektedir. Açılı vitrin, binanın köşesinde her iki açıdan da görünmesini sağlamaktadır. Zeminde üçgen formunu oluşturur ve üç yan yüzeyden oluşur. Köşe vitrin, iki vitrinin birleşmesinden oluşmuş gibi gözükse de iki cephe tek vitrindir. Genellikle cephesi geniş mağazalarda tercih edilmektedir. Bu türdeki vitrinde avantaj, her iki yönden de kullanıcının vitrini görebilmesidir. Kutu vitrin, küçük eşyaların sergilenmesi için kare veya dikdörtgen formda, mağaza cephelerinde

konumlandırılmaktadır. Diğer vitrinlere göre daha küçüktür ve kullanıcının göz seviyesindedir. Panelli vitrinde, marka kendine özgü panellerle ürünü sergilemek amacıyla vitrin sınırlarını belirlemektedir. Ürün bazen mankenlerle bazen de metal modüllerle sergilenir. Panellerden kalan boşluklardan mağaza içi görülebilmektedir (Azaklı, 2021).

Baltacı ve Güngör Özçelik'in (2011) çalışmasında bahsettiği gibi yükseltilmiş vitrin, kaldırım seviyesinden 30-40 cm yüksektir. Göz hizasında konumlandırılır. Daha çok kuyumcu, fırın dükkânı ve optik mağazalarda kullanılır. Ada vitrinde mağaza girişi büyük ve derindir. Mağazanın geri kalan bölümlerinden bağımsızdır.

Canbakal Ataoğlu'nun (2020) çalışmasında bahsettiği şekilde arkası açık vitrinde mağaza içinden de vitrinin incelenmesi mümkündür. Arkası kapalı vitrinin mağaza ile ilişkisi yoktur. Kullanıcı sadece vitrine odaklanır. Arkası yarı kapalı vitrinde belli bir yüksekliğe kadar vitrin duvarı vardır. Genellikle bilgisayar donanımlarını satan veya eczane gibi mağazalarda tercih edilmektedir.

5. Görsel Algıyı Etkileyen Tasarım Öğeleri

İç mekânı algılamak, bakanın kendisi ile çevresinde gördüklerinin birbirleri ile olan ilişkisini algılaması olarak tanımlanabilir. Bir mekânı oluşturan aksesuar, zemin, mobilya gibi bileşenlerin görsel etkileri renk, çizgi, nokta, form ve doku gibi tasarım öğelerinin uyarıcı özelliklerinden etkilenerek her birinin anlamlandırılmasıyla oluşur (Aslan vd, 2015). Mekânın çevre özellikleri mekânsal algılamayı etkilemektedir. Kullanıcının içinde bulunduğu çevrenin fiziksel yapısı, hacmi ve işlevsel özellikleri algılamada farklılıklar yaratır. Mekânda kullanılan donatıların düzenleniş biçimleri, servis mobilyaları ve bu elemanların doku, ebat, renk gibi özellikleri yönünden birbirleriyle etkileşimleri mekânın kimliğini oluşturur (Yurttaş, 2019). Görsel algıyı etkileyen tasarım öğeleri ve bu tasarımlara uygun vitrin görselleri aşağıdaki gibidir;

5.1. Biçim

Biçim, nesnelerin şeklinden, dış görünüşünden ve formundan meydana gelir. Mekândaki nesnelerin biçimlerinin algılanması ışık kalitesine, birbirleri ile olan oran ve boyutsal ilişkiye ve mekânı oluşturan tüm bileşenlerin bir araya geliş şekline bağlıdır. İç mekân tasarımında düz ve köşeli hatlı biçimler mekâna daha sert bir etki verirken, organik formlar mekâna daha yumuşak bir etki vermektedir. Organik formlar, algısal olarak neşe, süreklilik, rahatlık gibi kavramları çağrıştırmakta, düz ve sert çizgiler ise daha net ve yalın bir mekânsal etki oluşturmaktadır (Yurttaş, 2019). Vitrin tasarımında amorf formlar, organik formlar ve biçimler dekor olarak kullanılmaktadır (Şekil 2., Şekil 3.). Yumuşak, kıvrımlı çizgiler daha romantik, feminen bir algı oluşturmaktadır. Sert, keskin çizgiler ise daha maskülen algı oluşturmaktadır (Canbakal Ataoğlu, 2020).



Şekil 2. Organik form ve düz form içeren vitrin tasarımı (Azaklı, 2021)
Figure 2. Showcase design with organic form and flat form (Azaklı, 2021)

Aslan ve Aslan ve Atik'in (2015) çalışmasında bahsettiği gibi iç mekân tasarım aşamasında mekânın iki boyutlu algısında çeşitli ilkeler yer almaktadır.

“Yakınlık ilkesinde, biçimler birbirleri ile yakın olduklarında gruplaşma eğilimi gösterirler. Benzerlik ilkesi, aynı yakınlık ilkesinde olduğu gibi biçimler benzer olduklarında, grup teşkil etme eğilimi gösterirler. Devamlılık ilkesine göre biçimler öylesine organize olmuşlardır ki, daha geniş bir alandaki biçimlerin ne şekilde organize olacaklarını önceden belirlerler. Kapalılık ilkesi, çevrenin kapanması bu ilke devamlılık ilkesinin özel halidir. Devamlılık gösteren biçimler ayrıca, bir alanı çevrelerse bu genellikle ayrı bir ünite olarak görülür. Çevreleme ilkesi, aynı yönde değişme gösteren veya hareket eden figürler, grup meydana getirirler” (Aslan vd., 2015).



Şekil 3. Çeşitli tasarım öğeleri içeren vitrin tasarımı (Azaklı, 2021)
Figure 3. Showcase design with various design elements (Azaklı, 2021)

5.2. Renk

“Renk, ışığın kendi öz yapısına veya cisimler tarafından yayılma şekline bağlı olarak göz üzerinde yaptığı etkidir. Renk aynı zamanda cisimlerden yansıyarak oluşan ışınların görsel olarak algılanması sonucunda kişide oluşan duyudur. Işık ve renk, algılamada bir arada değerlendirilmesi gereken etmenlerdir. Işık olmadığı zaman nesneler görsel olarak algılanamazlar dolayısıyla da rengin varlığından söz edemeyiz” (Yurttaş, 2019).

Renk, mekân sınırlarının tanımlanmasında ve algılanmasında doğrudan etkilidir. Soğuk renklerin kullanımı mekâna durağan etki verirken sıcak renklerin kullanımı mekâna dinamik etki vermektedir. Bir rengin aynı tonlarının kullanımı mekânda birliktelik sağlar ve uyum algısını oluşturur. Farklı tonların kullanımı ise mekânda yoğunluk oluşturur ve çeşitlilik duygusunu algılayan kişiye yansıtır. Kullanılan nesne, arkasındaki fondan zıt bir renge sahip ise üç boyutlu olarak algılanır, aynı renge sahip ise iki boyutlu olarak algılanır. Bu yönüyle renk, tasarımda orana ve biçime de etki eder (Yurttaş, 2019). Vitrinlerin hedef kitleye ulaşmasında destekleyici bir iletişim aracı olarak katkı sunar. Şekil 4’te görüldüğü üzere renk ilişkileri, uyumu, kontrastlıkları, anlamları, psikolojik etkileri gibi rengin boyutlarının insanlar üzerinde oluşturduğu algılama ile verilmek istenen mesajı destekleyen anlamları için renk bilgisi ve doğru kullanımı, hedef kitleyi istenilen doğrultuda etkilemek bakımından önemlidir (Aydın, 2021).



Şekil 4. Farklı renk tonları içeren vitrin tasarımı (Azaklı, 2021)
Figure 4. Showcase design with different color tones (Azaklı, 2021)

5.3. Malzeme

Malzemeler renk, ebat, doku gibi malzemedan malzemeye değişen özellikleriyle görsel etkiler oluşturur. Malzeme mekânda yumuşak, sert, aydınlık, karanlık, genişlik, derinlik, sıcak, soğuk gibi sezgiye dayalı ve görsele dayalı algısal etkiler yapar (Aslan vd., 2015).

“Örneğin; metal bir malzemenin ilk anda, bilinen gri rengi ile tanımlanması sonrasında bu renk tanımı ile soğuk etki yaratsa da üzerine uygulanacak kırmızı renk ve sarı sıcak ışıqla yapılacak aydınlatma sayesinde metalin sıcak görsel bir etki kazanması mümkündür. Şeffaf ya da yansıtıcı malzemeler, aynalar, grafik imajlar mekânın algılanmasında sanal etkiler yaratabilir. Görüntüleri olduğu gibi yansıtan aynalar insanın kendi görüntüsünü de mekâna katarak, görsel algılamada mekânla insan bağlantısını kurarken, algılanan etki, oldukça sade, aldatıcı, bazen de çok gerçek olabilmektedir” (Aslan vd., 2015).

Şekil 5’te görüldüğü gibi vitrin tasarımında oluşturulacak ambiyans malzeme ve yüzey birlikteliğini sağlamalıdır. Lüks ürünler için vitrin tasarımında lüksü çağrıştıran malzeme ve materyaller seçilirken, daha düşük maliyetli ürünler için az maliyetli malzeme ve materyal kullanımı ile marka imajı ve vitrin birlikteliği sağlanabilmektedir (Canbakal Ataoğlu, 2020).



Şeki 5. Farklı malzemelerin kullanıldığı vitrin tasarımı (Azaklı, 2021)

Figure 5. Showcase design using different materials (Azaklı, 2021)

5.4. Doku

Doku, mekân-malzeme-yüzey ilişkilerinde aynı anda iki duyguyu yani görme ve dokunma duygularını harekete geçiren uyarıcı bir iletişim aracıdır (Şekil 6.). Düzensiz dokular, bakan kişinin dikkatini yüzeye çekmektedir. Sert dokulu yüzeyler daha yakın, yumuşak dokulu yüzeyler daha uzak algılanmaktadır. Bu durum, sert dokulu yüzeylerin kullanıldığı mekânların olduğundan daha ufak, yumuşak dokulu yüzeylerin kullanıldığı mekânların olduğundan daha büyük algılanmasına sebep olmaktadır (Aslan vd., 2015).



Şekil 6. Arka fonda doku kullanılan vitrin tasarımı (Azaklı, 2021)

Figure 6. Showcase design using texture in the background (Azaklı, 2021)

5.5. Işık

Biçim, malzeme ve aydınlatmanın birlikte düşünülerek tasarlanması mekânın algılanmasını etkileyen faktörlerden biridir. Yapılacak aydınlatma ile malzeme, renk, form, sınır gibi mekânı oluşturan ana öğeleri etkilemektedir ve aydınlatma sayesinde bu tasarımların algılanması sağlanmaktadır (Aslan vd., 2015).

Vitrinde aydınlık, puslu, ferah, dramatik, gizemli, heyecan verici efektler oluşturmak için ışık gölge oyunlarından, renk filtrelerinden faydalanarak aydınlatma tasarımı yapılmaktadır (Şekil7.). Algılamada dikkati üzerine çekebilmek için işlek caddelerde ve alışveriş merkezlerinde vitrinin gündüz-gece aydınlatması önemli olmaktadır (Canbakal Ataoğlu, 2020).



Şekil 7. Bölgesel aydınlatma kullanılan vitrin tasarımı (Azaklı, 2021)

Figure 7. Showcase design using zonal lighting (Azaklı, 2021)

5.6. Şekil-Zemin İlişkisi

Şekil 8.'de görüldüğü üzere şekil ve zemin arasında tasarımsal olarak bir ilişki vardır. Şekil, üzerinde bulunduğu zemine referansla algılanır ve sahip olduğu özellikle üzerinde bulunduğu zemine göre farklılaşarak ön plana çıkar. Vitrin tasarımında, dikkatin çekilebilmesi için arka fondan yararlanılırken, şekil-zemin ilişkisi ile ürün arasındaki etkileşim ve denge iyi kurulmalıdır (Canbakal Ataoğlu, 2020).



Şekil 8. Şekil-zemin ilişkisini gösteren vitrin tasarımı (Canbakal Ataoğlu, 2020)

Figure 8. Showcase design showing the shape-ground relationship (Canbakal Ataoğlu, 2020)

5.7. Tipografi

Farklı yazı karakterleri, harf ve sembollerle ifade edilen yazı sanatı olan tipografi, karakteristik özelliğe sahiptir. Tabela, tipografi ile mağazaya ve markaya özgün bir tasarım katan vitrin tasarımının ögesidir (Şekil 9.). Geleneksel vitrinlerde markanın geçmişini simgelemek için, dönem karakterleriyle tipografi oluşturulurken, modern vitrin tasarımlarında çağdaş yazı karakterleri, metin sunumları ve sloganlar kullanılmaktadır (Canbakal Ataoğlu, 2020).



Şekil 9. Vitrin tasarımında tipografinin kullanımı (Azaklı, 2021)

Figure 9. The use of typography in showcase design (Azaklı, 2021)

6. Görsel Algı Ölçütlerine Göre Dünyadan Vitrin Tasarım Örneklerinin İncelenmesi

Vitrin tasarımında kullanıcıyı vitrine çekecek ve ürüne yoğunlaştıracak odak noktaları oluşturmak önemlidir. Bu odağın oluşturulmasında ele alınan başlıklardaki temel tasarım öğeleri ve ilkeleri ile tasarım yapılabilir. Çalışmanın bu bölümünde ve devam eden 7 numaralı başlıkta bu tasarım öğeleri ele alınarak vitrinlerin incelenmesi ve yorumlanması gerçekleştirilmiştir (Çizelge 3.).

Çizelge 3. Vitrin tasarımları (1.yazar tarafından hazırlanmıştır)

Table 3. Showcase designs (Edited by 1st author)

Mağaza Vitrin Tasarımı	Mağaza Vitrin Tasarımı İncelemesi
 (Mesher, 2013)	“HMKM, Sloane Sokağı’nda bulunan mevcut Lulu Guinness amiral mağazasını lüks bir butiğe dönüştürmek için sergilenen yüksek kalitedeki ürünlerini yansıtacak bir konsept oluşturulmuştur. Bunu, gümüş yapraklı duvar panoları, Swarovski’nin kristal kaplı duvar kağıtları, alçı dilme aynalar ve mermer levhali sergi masaları kullanılarak gerçekleştirmiştir. HMKM’in tasarımı satışa sunulan ürünle ilgili genel bilgi ve anlayışı göstermektedir” (Mesher, 2013).
 (Coles ve House, 2019)	“Duvarın bitimi mekânı inceliklerle süslerken duvarların durağan, iç mekânda yalnızca işlevselliğiyle var olan öğeler olduğu izlenimini altüst etmektedir. Yüzey işleme, sergilenen giysilere ve aksesuarlara doku kazandırmaktadır” (Coles ve House, 2019).
 (Pegler, 2003)	Zemin ve duvar yüzeylerinde tek renk olarak kullanılan beyaz renk sadeliği ve yalınlığı vurgulamaktadır. Yüzeylerde aynı renk kullanılmasına rağmen bölgesel aydınlatmalar sayesinde göz ile ayırt edilebilmektedir. Farklı ışık tonları (sarı ve beyaz) kullanılmasıyla beyaz rengin tekdüzeliği ortadan kaldırılmıştır. Duvarda kullanılan beyaz tenis toplarının üzerine aydınlatmanın uygulanması sonucu oluşan açılı gölgeler derinlik etkisi katmıştır. Vitrin tasarımında tenis oyunu kurgusu oluşturulmuştur.
 (Pegler, 2003)	Vitrin tasarımında kullanılan renkler ile beraber nostalji bir atmosfer hakimdir. Tablolar duvar yüzeyine belli bir aksta yerleştirilerek tasarımda ritim ögesi vurgulanmaktadır. Dekorasyon amaçlı yerleştirilen kamera, vitrin içerisinde bir sahne çekiminin gerçekleştiği algısını vermektedir. Aydınlatmada kullanılan rengin ışık tonu nostaljik havayı desteklemekle beraber nesneler üzerinde derinlik algısını artırmaktadır.

7. İzmit İlçesindeki Vitrinlerin Görsel Algı Ölçütlerine Göre İncelenmesi

Çalışma kapsamında görsel algı ölçütlerine göre incelemesi yapılan alanlar olan A AVM ve B AVM'deki vitrinler fotoğraflanarak incelenmiştir (Çizelge 4., Çizelge 5.).

A AVM'de Bulunan Vitrinler

Çizelge 4. Vitrin tasarımları (1.yazar tarafından hazırlanmıştır.)

Table 4. Showcase designs (Edited by 1st author)

Mağaza Vitrin Tasarımı	Mağaza Vitrin Tasarımı İncelemesi
	Arkası kapalı vitrin tasarımı görülmektedir. Beyaz renkteki arka planla manken üzerinde tanıtılan ürünlerin rengi ile tasarım desteklenmektedir. Marka isminde bulunan 'O' harfi formunda kullanılan geometrik şekil zemine yerleştirilerek organik formda bir tasarım elde edilmiştir. Marka ismi görünür halde ve okunabilirliği yüksektir. Marka isminin ikiden fazla tekrarlanması kullanıcının her açıdan tipografiyi fark etmesini sağlayarak dikkat çekmektedir.
	Arkası açık vitrin tasarımı görülmektedir. Tavan ya da zeminde tasarım ögesi içeren bir form görülmemektedir. Markanın ürünü hakkında tanıtıcı bilgiler içeren panolar giriş kapısında konumlandırılmıştır. Kullanıcıların dikkatini çekmek adına kırmızı renkte arka fon kullanıldığı görülmektedir. Her iki yönden gelen kullanıcılar için vitrinin yan duvarına bilgilendirme amaçlı dijital ekranlar yerleştirildiği görülmektedir.
	Arkası kapalı vitrin tasarımı görülmektedir. Mankenlerin arkasındaki görsel içeren panolar ürünlerin insan üzerinde canlı tanıtımının gösterilmesini sağlamaktadır. Platformun kenarlarında, içe doğru eğim verilerek oluşturulan yüzeyde tipografi kullanılmıştır. Hem arka fondaki renkler hem de ürünlerin renkleri pastel tonlarda kullanılarak sade bir tasarım yapıldığı görülmektedir.
	Arkası açık vitrin tasarımı örneği görülmektedir. Geometrik formda yerleştirilen stantlar şapka,taç,kolye vb aksesuar sergileme yöntemiyle kullanılmıştır. Sağ cephede doğadan öğeler kullanıldığı görülmektedir. Bitki kullanımı ve standın çim görünümlü malzeme ile kaplanması bu tasarımı desteklemektedir. Kadının güzelliği, saflığı vurgusunu yapma amaçlanmış olabilir. Bilgilendirme panosunda kullanılan tipografi okunabilir boyuttadır.

B AVM’de Bulunan Vitrinler

Çizelge 5. Vitrin tasarımları (1.yazar tarafından hazırlanmıştır)
Table 5. Showcase designs (Edited by 1st author)

Mağaza Vitrin Tasarımı	Mağaza Vitrin Tasarımı İncelemesi
	Arkası açık vitrin tasarımı görülmektedir. Mağaza içerisine de hâkimiyet kurulabilmektedir. Manken üzerine ürün yerleşiminin yoğunlukta olduğu bir tasarım mevcuttur. Spot aydınlatmalar ile ışığın mankenlerin üzerine düşürülmesi ürünün rengi, biçimi vb özelliklerini öne çıkarmaktadır. Bilgilendirme yazılarının olduğu panolar görüş açısına yerleştirilmiş ve kullanıcıların dikkatini çekmesi sağlanmaktadır.
	Yarı açık vitrin örneği görülmektedir. Profiller üzerine yerleştirilmiş dijital ekran üzerinden ürün tanıtımı gerçekleştirilmektedir. Sadece teknolojik öge ile tasarım yapıldığı görülmektedir. Dijital ekranın boyutu ve içerisinde bulunan mankenlerin üzerinde tanıtılan ürünlerin kullanıcılar tarafından görülmesi açısından yeterlidir. Vitrinin sol yan duvarına da dijital ekran yerleştirilerek marka tanıtımı kuvvetlendirilmiştir.
	Arkası yarı açık vitrin tasarımı görülmektedir. Aralıklı ahşap parçalardan oluşturulmuş arka fon oluşturulmuştur. Çizgisel bir tasarım elde edilmiştir. Ahşap rengi tonunda devam eden platform üzerinde kullanılan geometrik formdaki stantlara ürün tanıtımı işlevi yüklenmiştir. Stantların konumlandırılması sayesinde markanın aksesuarları da kullanıcıya sergilenmektedir.
	Markaya ait tek bir cephede iki çeşit vitrin görülmektedir. Cephenin bir kısmı açık vitrin bir kısmı da kapalı vitrin özelliğindedir. Kırmızı arka planın kullanılması ile dikkatleri üzerine çekmektedir. Kampanya bilgilendirilmesinin yapıldığı panoda kullanılan tipografi çeşitleri amaca yönelik mesaj içermektedir. Geometrik formda stantlar yerleştirilerek burada da ürün tanıtımı yapılmıştır. Alan büyüklüğüne bakıldığında stantların sayısı artırılarak sergilenen ürün çeşidi artırılabilir yorumu yapılabilmektedir.

8. Araştırma Bulguları

Vitrin tasarımının marka kimliğini ve ürün kimliğini anlatma konusunda önemli bir görevi vardır. Estetik ve işlevsel özelliklerini taşıması sonucunda kullanıcının algısını çekerek alışverişe teşvik eder. Bunların sağlanabilmesi için vitrin tasarımında görsel algı ölçütlerine uygun tasarımın yapılması gerekmektedir. Görsel algı ölçütlerine göre tasarlanan bir vitrin için şunlar söylenebilir;

- Gerekli noktalarda kullanılan dikkat çekici renkler, tipografi, geometrik formlar gibi tasarım unsurları kullanıcının dikkatini çekerek algısının vitrine odaklanmasını sağlar.
- Markayı kullanıcıya tanıtarak kurumsal kimliği yansıtır.
- Yapılan tasarım ile kullanıcının zihnindeki yerini belirler, hedef kitleye ulaşılmasını sağlar. Yapılan tasarım ile kullanıcıya pahalı ürün veya daha uygun ürün sunduğunu gösterir. Herkes için ulaşılabilir marka olup olmadığının mesajını iletir.
- Vitrinde yapılan tasarım, duylara hitap ederek kullanıcıyı mağaza içerisine çekebilmektedir. Bu nedenle vitrin tasarımında görsel algı ölçütlerinden olan biçim, renk, malzeme, doku, ışık, şekil-zemin ilişkisi, tipografi gibi tasarım ilkelerinin kullanılması önem kazanmaktadır.

Yukarıda bahsedilen maddelerden yola çıkarak çalışma kapsamında İzmit ilinde bulunan A AVM ve B AVM içerisindeki mağaza vitrinlerinin görsel algı ölçütlerine göre incelenmesi sonucunda aşağıdaki verilere ulaşılabilmektedir.

- Her bir mağaza vitrininde sezon kampanyasına uygun bilgilendirme panelleri yeterli sayıda yerleştirilmiştir. Kullanıcının dikkatini üzerine çekecek şekilde renk ve tipografi birbiri ile uyumludur.
- Marka kimliğine uygun tasarımsal öğeler kullanılmakla beraber ürün pahalılığına göre bazı markalarda yetersiz tasarım görülmektedir. Ürün fiyatı yüksek olan markaların vitrin tasarımında lükse dair öğelerin kullanılması daha uygun olabilirdi. Böylece kullanıcının algısında da kalite değerinin yükselmesi sağlanabilirdi.
- Vitrin tasarımında kullanılan aydınlatmalar ürünü öne çıkaracak şekilde yerleştirilerek uygun noktaların vurgulanmasını sağlamıştır.
- Vitrin cephelerinin her iki yönüne de yerleştirilen bilgilendirme panelleri ve tipografiler iki farklı yönden gelen kullanıcı için algılama oranını yükselterek alışverişe teşvik etme açısından olumlu bir tasarım sağlanmıştır.
- Bazı markalar zeminde daha yüksek platformlar tercih ederek kullanıcının bakış açısını yükseltmiştir. Bu da ergonomik olarak daha uygun bir tasarım olduğunu göstermektedir. Zeminde daha yakın platformlarda bakış açısı düştüğünden inceleme rahat yapılamamaktadır.

Tasarımların, her dönem güncel olarak değiştiği mağaza vitrinleri bir mimari öge özelliğindedir. Günümüz mağaza vitrinleri, yeni stratejilerle tasarımlarında kendini sürekli yenileyerek, özgün ve dikkat çekici tasarımlar ortaya koymalıdır.

Vitrin tasarımı, kullanıcının algısını kendisine çekmelidir. Bu yüzden tasarım ilkelerine yönelik unsurlarına dikkat edilmesi önemlidir.

9. Tartışma ve Sonuç

Kullanıcıların mağaza içerisine doğru yönelmesi için vitrin tasarımlarında görsel algı ölçütlerine uyularak tasarım yapılması önemlidir. Vitrinler, markanın kendisini tanıttığı mekânlar olması haricinde kullanıcılar ile de görsel iletişim kurmaktadır. Görsel algının olduğu alanlardan biri olan vitrinler kullanıcı üzerinde etki bırakmak amacıyla tasarlanmaktadır. Tasarım anlayışının vitrine yansısıyla marka hakkında bilgi sahibi olunmaktadır. Vitrin tasarımı kullanıcının algısına hitap etmeli, vitrini incelemeye başladığı saniyelerde marka, kullanıcıyı yakalayabilmelidir. Giyim markalarının vitrinleri, dönemsel olarak tasarlanabilen kendini sürekli yenileyen mekânlardır. Çalışmada ele alınan giyim markaları kendilerini yenileyerek dikkat çekici ve özgün tasarımlar ortaya koymaktadır.

İzmit ilçesinde bulunan A AVM ve B AVM içerisindeki, incelemesi yapılan vitrin tasarımlarının görsel algı ölçütlerinin dikkat edilerek tasarlandığı görülmektedir. Bazı markaların ürün tanıtımı ve sergilemesi konusunda yetersiz olması ile birlikte daha fazla ürün tanıtımının yapılması ve bunların tasarım ilkeleri ile oluşturulmuş mekân elemanlarıyla tanıtımının yapılması gerektiği tavsiyesi verilebilmektedir. Yapılan inceleme “Görsel algı ölçütlerine göre tasarlanan vitrinler hem ürünün öne çıkmasını hem de kullanıcının dikkat etme oranını etkilemektedir.” savını da kanıtlamaktadır.

Kaynakça

- Aslan, F., Aslan, E., Atik, A. (2015). İç Mekânda Algı, *İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 5(11), 139-151
- Arslan, K. (2016). *Görsel Mağazacılık*, ss. 25-50, Detay Yayıncılık, Türkiye.
- Aydın, B. (2021). Vitrin Tasarımında Temel Tasarım Ögesi Olarak Renk, *ASOS Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(120), 260-279.
- Azaklı, Ö., M. (2021). *Görsel Mağazacılık Perakendede Etkili Vitrin Tasarımı ve Mağaza İç Sergileme Yöntemleri*, ss. 150-154, Literatür Yayınları, Türkiye.
- Baltacı, A., Güngör Özçelik, D. (2011). *Mağaza Atmosferi*, ss.1-25.
- Bayraktar, A. (2011). Görsel Mağazacılıkta Vitrinlerin Önemi, Beta Yayıncılık, İstanbul, ss. 1-184.
- Berkin, G., Yalçın Usal, S. (2012). Mağaza Tasarımında Çekim Oluşturma İlkeleri, *Yapı Dergisi*, sayı 364, ss. 124-129.

- Canbakal Ataoğlu, N. (2020). Çağdaş Vitrin Tasarımlarının Temel Tasarım İlkeleri ile İncelenmesi, *IDA: International Design and Art Journal*, 2(2), ss.262-280.
- Coles, J., House, N. (2019). *İç Mimarlığın Temelleri*, ss.89, Literatür Yayınları, Türkiye.
- Demirarslan, D. (2019). Agoradan Alışveriş Merkezine Bir Yolculuk: İzmit'te Alışveriş ve Ticaret Mekânlarına Bir Bakış. *Sobider Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(33), 81-99.
- Haylamaz, G., Önlü, N. (2019). Pazar, Panayır ve Fuar Oluşumlarından Günümüz Kumaş Fuarlarına: Modayı Yönlendiren Faktörler, *Turkish Journal of Fashion Design and Management*. 1 (1), 35-46.
- Kestane, S., Ü. (2015). Antik Çağda Pazarlama ve Pazarlama Karması Elemanlarına Yönelik Değerlendirmeler. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 4(1), 192-196.
- Mesher, L. (2013). *İç Mekân Tasarımında Mağaza Tasarımı*, ss. 126-127. Literatür Yayınları, Türkiye.
- Öztekin, M. (2018). *Moda Markalarında Kurgusal Vitrin Tasarımı*. Yüksek Lisans Tezi, Fen Bilimleri Enstitüsü. T.C. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi.
- Pegler, M., M. (2003). *Store Windows*. Bıçaklar Kitapevi.
- Topak, V., Öztürk Demirtaş, P. (2022). Perakende Mağazalarının Marka Kimliği Altında Tasarlanması, *FBU-DAE Dergisi*, 2(2), 11-122.
- Yurttaş, N. B. (2019). Mekânsal Algı Kavramı ve İç Mekan Tasarımı İlişkisi, *Euroasia Journal of Social Sciences & Humanities International Indexed & Refereed*, 6(1), 27-34.
- URL1:<https://www.google.com.tr/maps/search/%C4%B0zmit+al%C4%B1%C5%9Fveri%C5%9F+merkezleri/@40.771092,29.893044,13z/data=!3m1!4b1?entry=ttu>
- Kaynak belirtilmeyen görseller 1. yazar arşivine aittir.

ARAŞTIRMA MAKALESİ/ (Research Article)

¹Bilgehan Yılmaz,
Orcid: 0000-0003-4199-0648

²Elif Şen,
Orcid: 0000-0001-8473-632X

¹Prof.Dr. Konya Technical University,
Faculty of Architecture and Design,
Department of Architecture, Konya,
Türkiye

² Asst.Dr. Necmettin Erbakan University,
Faculty of Fine Arts and Architecture,
Department of Architecture, Konya,
Türkiye

Sorumlu Yazar (Corresponding Author):
Elif ŞEN
ebuluc@erbakan.edu.tr

Anahtar Kelimeler:

*Mimari Tasarım Eğitimi, İnterdisipliner
Eğitim, Enformel Uygulama, Yaratıcılık*

Keywords:

Architectural Design Education,
Interdisciplinary Education, Informal
Practices, Creativity

Mimari Tasarım Eğitiminde Enformel Uygulamalarla Yaratıcılığın Geliştirilmesi: Moda-Mimarlık Etkileşimli DeneySEL Bir Uygulama

Informal Practices in Architectural Design Education for Developing
Creativity: An Experimental Study on Fashion–Architecture Interaction

DOI: 10.54976/tjfdm.1549639

Alınış (Received): 23.09.2024

Kabul Tarihi (Accepted): 25.06.2025

ÖZ

Küresel dünyada her alanda yaşanan değişim mimarlık disiplinine de etki etmektedir. Özellikle çağımızın bilişsel dünyasına ayak uydurmak için, mimarlık eğitimi alan bireylerin “yaratıcı düşünce üretebilme” yetilerini geliştirmeleri oldukça önem arz etmektedir. Diğer yandan mimarın sadece mimarlık alanıyla sınırlı kalmadığı, farklı disiplinlerle de işbirliği içerisinde olduğu çağımızın gerçektir. Tüm bu gelişmeler ışığında eğitimin üniversitedeki formel eğitimle sınırlandırılması 21.yy’ın gerektirdiği niteliklere sahip olma bakımından yetersiz kalmaktadır. Hem interdisipliner bir yaklaşımla, hem de formel eğitimin yanı sıra enformel eğitim yöntemlerinin de mimari tasarım eğitimine dahil edilmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Bu çalışmada mimarlık eğitimi için de enformel tasarım araçlarının ve yöntemlerinin kullanımına dair deneyimsel bir çalışma gerçekleştirilmiştir. Çalışma genel anlamda öğrencilerin tasarım aşamalarını mimarlık ve moda disiplinlerinin kesişiminde deneyimleyerek, uygulayarak üretmelerini ve yaratıcılık niteliklerinin gelişmesini sağlamıştır. Tüm bu kazanımların yanı sıra grup halinde bir yarışmaya hazırlanırken 21.yy’ın gerektirdiği işbirliği ve kolektif üretme becerilerinin de gelişmesine katkı sağlamıştır.

ABSTRACT

In the globalized world, changes occurring across various fields are also affecting the discipline of architecture. Particularly, to keep pace with the cognitive demands of our era, it is crucial for individuals pursuing architectural education to develop their ability to generate "creative thinking." Moreover, it is a reality of our time that architects do not confine themselves to the field of architecture alone but also collaborate with various other disciplines. In light of these developments, limiting education to formal instruction within universities proves insufficient in meeting the qualifications required by the 21st century. There is a need to integrate both interdisciplinary approaches and informal education methods alongside formal education into architectural design training. This study presents an experiential investigation into the use of informal design tools and methods within architectural education. The research generally demonstrates how students can experience, apply, and produce design stages at the intersection of architecture and fashion disciplines, thereby fostering the development of their creative attributes. Additionally, it has contributed to the enhancement of collaboration and collective production skills required by the 21st century, especially while preparing for group competitions.

Kaynak gösterimi: Yılmaz, B., Şen, E. (2025). Mimari tasarım eğitiminde enformel uygulamaların tasarımcının yaratıcılığına etkisi. *Turkish Journal of Fashion Design and Management*. 7(2), 215-234, <https://doi.org/10.54976/tjfdm.1549639>

How to cite: Yılmaz, B., Şen, E. (2025). The effect of informal practices on designer's creativity in architectural design education. *Turkish Journal of Fashion Design and Management*. 7(2), 215-234, <https://doi.org/10.54976/tjfdm.1549639>

Giriş

Küreselleşen dünya, teknolojik ve bilişsel değişimlerle birlikte meslek disiplinlerini yeniden şekillendirmektedir. Bu dönüşüm, mimarlık ve moda tasarımı gibi tasarım odaklı disiplinlerde giderek daha fazla hissedilmektedir. Mimarlık ve moda, insanın yaşadığı fiziksel çevreyi biçimlendiren, işlevsellik ve estetik kaygıları ortak bir zeminde buluşturan iki temel tasarım alanıdır. Her iki disiplin de biçim, malzeme, oran-orantı, doku ve yapısal bütünlük gibi kavramlarla yakından ilişkilidir (Güldür ve Bayram, 2016). Mimari, insanın mekânla olan ilişkisini tanımlarken; moda tasarımı, bireyin bedeniyle olan etkileşimini düzenleyen bir yapı ortaya koymaktadır. Moda ve mimarlık arasındaki benzerlikler tarihsel süreçte de dikkat çekmektedir. Modern mimarlık ve moda akımları incelendiğinde, her iki alandaki tasarımcıların benzer estetik kaygılarla hareket ettiği görülmektedir (Tezel, 2014). Her iki disiplinin ortak noktası, insan ölçeğini temel alan bir tasarım anlayışına sahip olmasıdır.

Mimarlık, hem sanat hem de teknik faktörleri barındıran çok yönlü bir disiplindir. Mimarlık eğitiminde tasarım süreci, bireyin teorik ve pratik tasarım bilgisini edindiği ve bu bilgiyi kendi yaratıcı yorumuyla tasarım modeline dönüştürdüğü süreçtir (Schön, 1984). Mimari tasarım eğitiminde öğrenme, bireysel deneyimle gerçekleşen bir süreç olup, bu sürecin temelinde etkileşim ve iletişimin ön planda olduğu bir diyalog yer alır (Şen, 2025). Eğitim sürecinde birey tasarım olgusu ile ne kadar çok etkileşim içinde olursa, mimari bilgi birikimini ve deneyimini o derecede artırmış olur. Dolayısıyla mimarlık eğitimi aktif öğrenme yöntemi ile ilerlemektedir.

Üniversitelerde verilen mimarlık eğitimi, stüdyo temelli mimari tasarım projelerinin ağırlıkta olduğu, kuramsal içeriklerle de desteklenen bir yapıya sahiptir. Ciravoğlu (2003), formel mimarlık eğitimini bir mimar adayının tamamlaması gereken kuramsal ve uygulamalı derslerin tümü olarak tanımlamaktadır. Ancak günümüzde formel mimarlık eğitimi, hayat boyu sürecek öğrenme sürecinin başlangıcı için bir katalizör işlevi görmekle birlikte, mimarlık bilgisinin öğreniminde tek başına yeterli olamamaktadır (Gökmen ve Gökmen, 2023). Vadeboncoeur (2006), literatürde eğitimin örgün, yaygın ve enformel olarak tanımlandığını belirtirken, Werquin (2010) örgün eğitimin yaşam boyu öğrenilenlerin tümünü kapsamadığını ve bu nedenle diğer eğitim biçimlerine yönelik ilginin arttığını ifade etmektedir (Ertgin ve Soygeniş, 2014). Bu bağlamda, değişen dinamiklere uyum sağlanabilmesi için öğrenme deneyimlerini çeşitlendiği, alternatif eğitim yöntemlerinin sürece entegre edilmesi gerekmektedir.

21. Yüzyılda, mimarlık eğitimi ile bireye yenilikçi ve yaratıcı düşünce üretme becerilerinin kazandırılmasının ön plana çıktığı görülmektedir. Bu bağlamda mimarlık eğitimi, farklı disiplinlerden beslenen ve enformel öğrenme süreçleriyle desteklenerek zenginleştirildiğinde, çağdaş eğitim dinamiklerini yansıtacaktır.

Enformel eğitim, geleneksel müfredatın ötesinde, deneyimsel öğrenmeye dayalı bir yaklaşımı içermektedir. Kuramsal olarak enformel öğrenme, Vygotsky'nin (1978) sosyo-kültürel öğrenme teorisi ile ilişkilendirilebilir. Vygotsky, öğrenmenin bireylerin sosyal etkileşimleri ve çevresel faktörler aracılığıyla gerçekleştiğini savunmaktadır. Enformel öğrenme, öğrencilerin kendi başlarına veya akranlarıyla etkileşim içinde bilgi edindikleri, yapılandırılmamış öğrenme süreçlerini kapsar (Ertgin ve Soygeniş, 2014). Gökmen ve Gökmen (2023), enformel eğitimin genellikle bireysel keşif ve deneyime dayandığını belirtirken, Adıgüzel (2012), mimarlıkta enformel eğitimin temel taşlarını yarışmalar, atölyeler ve saha gezileri gibi uygulamaların oluşturduğunu belirtmektedir. Bu bağlamda enformel öğrenme süreçleri, öğrencilerin profesyonel kimliklerini oluşturdukları, eleştirel düşünme becerilerini geliştirdikleri ve yaratıcı tasarım süreçlerine katıldıkları sosyal bir ortam sunar (Pelman ve Zoran, 2023).

Çağımız gerçekliklerinde mimari tasarım eğitimi üniversitedeki formel eğitimle sınırlandırılabilir bir yapıya sahip değildir. Dolayısıyla günümüz akademik eğitim sisteminde öğrencileri üretken bilgiyi almaya hazırlamak, yani öğrenciye öğrenmeyi öğretmek önem kazanmaktadır. Değişen ve gelişen koşullar doğrultusunda kendini her anlamda besleyip, geliştirip yaratıcılık düzeyini arttırarak üretmek çağımız tasarımcıları için kaçınılmaz bir durumdur. Bu bağlamda mimari tasarım eğitimi sürecine enformel uygulamaların entegre edilmesi yoluyla daha kalıcı ve yaratıcı bir öğrenme ortamı oluşacaktır.

Çalışmanın amacı, mimarlık eğitiminde geleneksel formel eğitim yöntemlerinin yanı sıra enformel öğrenme süreçlerinin de eğitim modeline entegrasyonunun önemini vurgulamaktır. Özellikle küreselleşen dünyada ve teknolojik değişimler ışığında, öğrencilerin yaratıcı düşünme becerilerini geliştirebilmeleri için öğrenme deneyimlerinin çeşitlendirilmesi gerektiği ifade edilmektedir. Ancak bunu öğrencinin aktif katılımı ve motivasyonu olmadan sağlamak mümkün değildir. Özellikle yaratıcı bilinç geliştirme bağlamında tasarımcının bireysel öğrenme isteğinin de önemli olduğu bir gerçektir. Bu bağlamda, çalışma ile Konya Teknik Üniversitesi mimarlık bölümünde verilen moda ve mimarlık içeriğine sahip seçmeli ders kapsamında düzenlenen yarışma aracılığıyla, enformel eğitim yöntemlerinin nasıl uygulanabileceğini incelemek amaçlanmaktadır. Sürecin bir yarışmaya dönüştürülmesiyle öğrencilerin tasarım olgusunu, mimarlık ve moda disiplinlerinin kesişiminde tanımlayarak öğrenmesi ve yaratıcı düşünce üretebilme becerisi kazanmaları amaçlanmaktadır. Bu sayede öğrenciler, hem mimarlık alanında önemli yapıların tasarım özelliklerini öğrenmekte hem de bu bilgileri moda tasarımı ile disiplinler arası bir şekilde yorumlayarak tasarım yetkinliklerini geliştirmektedir. Mimarlık eğitiminde uygulanan bu enformel öğrenme yönteminin, öğrencilerin bilgiye aktif katılımının artırılarak, onları üretken ve inovatif düşünmeye teşvik eden bir öğrenme ortamı sunduğu savunulmaktadır.

Mimari Tasarım Eğitiminde Yaratıcılık ve Enformel Uygulamalar

Mimarlık eğitiminin ilk örneklerinin, inşa edilen yapılar üzerinde ustaların yanında çıraklık yaparak öğrenme yoluyla gerçekleştiği görülmektedir (Onur ve Zorlu, 2017). Ancak bu modelin sınırlılıkları, mimarlık alanında daha sistematik bir eğitim ihtiyacını ortaya çıkarmıştır (Pekdaş ve Kutsal, 2021). Geleneksel olarak usta-çırak ilişkisi ile başlayan bu eğitim modeli, zaman içinde akademik kurumlara evrilmiş ve formel bir sistem haline gelmiştir (Dikmen, 2011). Bu sistemde yaparak öğrenme üzerine kurgulanan mimari tasarım stüdyoları eğitimin temelini oluştururken, kuramsal ve seçmeli derslerle de mimarlık eğitimi desteklenmektedir.

Özellikle günümüz dijital çağında bireylerin, yaratıcı ve esnek düşünebilme, kolektif çalışabilme ve eleştirel düşünce üretebilme becerilerinin geliştirilmesi önem arz etmektedir. Tasarımcılar, hayal edilen bir gelecekteki gerçeklik üzerinde çalışırlar; tasarımcı için (henüz var olmayanın), önceden görülenin tanımlanması ve var edilmesi söz konusudur (Jones, 1982). Bu ise yaratıcı düşünebilme becerisi ile ilişkilidir. Tasarım sürecinde yaratıcılık, bireyin bilişsel şeması ile probleme ilişkin verilerin kesişiminde ortaya çıkan bir olgudur. Newell ve Simon (1972), tasarım sürecinde yaratıcılık olgusunu özel bir problem çözme davranışı olarak tanımlar. Tasarım sürecindeki yaratıcılık, bireyin zihinsel faaliyetleri doğrultusunda üretme ve keşfetme aşamalarını içeren sezgisel bir düşünme biçimidir (Smith vd, 1995). Dolayısıyla yaratıcı düşünce üretme ve problem çözme eylemleri temelde aynı bilişsel aktivite olarak tanımlanmaktadır (Akin, 1984). Bu bağlamda tasarım öğrencileri için problem çözme, yaratıcı düşünme üretme ve geliştirme becerilerini öğrenmek önemlidir.

Yaratıcılık kavramı tasarımcının kişisel niteliklerine de bağlı olan, teknik ve düşünsel faaliyetlerinin bir bütünüdür (Şen, 2025). Fleith (2000), yaratıcılığın kapsamlı bir şekilde anlaşılabilmesi için bireyin, yaratıcılığın ortaya çıkmasını destekleyen çevresel koşulların ve birey ile çevre arasındaki etkileşimin bütüncül bir şekilde değerlendirilmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Yaratıcı düşünme, varılan istasyon değil, seyahat etme şekli olarak tanımlanmaktadır (Demirtaş ve Baltaoğlu, 2010). Dolayısıyla yaratıcı düşünceyi üretmek, bakış açısını geliştirmek tasarım sürecinin bütününde gerçekleşebilen bir durumdur. Schön (1984), mimari tasarım eğitimini tasarımcı-öğrenci için yeni bir dil olarak tanımlar. Formel bir eğitim sisteminden çıkan öğrenci için tasarım süreci karmaşık ve sancılı bir süreç olmaktadır. Bu süreci daha verimli geçirebilmek adına, enformel uygulamalardan faydalanmak, tasarımcının yaratıcılığının gelişmesine ve sürece adapte olmasına katkı sağlayacaktır. Yürekli ve Yürekli (2004), enformel ortamları, insanların sezgilerine göre davrandıkları, kişiselliklerini daha rahat ortaya koydukları, -sık rastlanan bir deyimle- içlerindeki çocuğa izin verdikleri ortamlar olarak tanımlamaktadır. Bu bağlamda mimarlık eğitiminde enformel uygulamalar yoluyla yaratıcılığın geliştirilmesi, kişinin kendi isteğiyle, özgür bir biçimde çalışmasından dolayı daha kolay gerçekleşecektir.

Mimarlık disiplininde enformel uygulamalar yoluyla öğrenme çalışmaları yeni bir olgu değildir. Mimari tasarım eğitiminde enformel uygulamalar yaparak öğrenme, deneysel öğrenme, inşa ederek öğrenme, 1:1 uygulama gibi yöntemleri bünyesinde barındıran bir eğitim yöntemidir. Ciravoğlu (2003), günümüz tasarım stüdyolarında süregelen eğitimi formel uygulama olarak tanımlarken, okul dışı atölye çalışmalarını, workshopları enformel uygulamalar olarak tanımlamaktadır. Bir başka ifadeyle ise enformel uygulamalar geleneksel derslik ya da stüdyo dışında, öğrenci ile öğrenme deneyimi arasındaki bütün karşılaşmalar olarak tanımlanmaktadır (Şen Bayram vd., 2023). Mimarlık eğitiminde enformel öğrenmenin en yaygın biçimlerinden olan atölyeler (workshoplar) ve yarışmalar, öğrencilere pratik deneyim kazandırarak, yaratıcı problem çözme yetilerini geliştirmelerine olanak tanır (Adıgüzel, 2012). Yarışmalar, öğrencilerin mesleki rekabet ortamına hazırlanmasını sağlarken, aynı zamanda disiplinler arası çalışmaları da teşvik etmektedir (Ertgin ve Soygeniş, 2014). Bu yaklaşımların eğitim müfredatına entegre edilmesi, mimarlık eğitiminde çağın gerekliliklerine uygun bir yöntem olarak değerlendirilmektedir.

Rogers (2014), enformel öğrenim süreçlerinde öğrencilerin daha aktif rol alabileceklerini, öğreneceklerini biçimlendirebileceklerini ve yüksek motivasyonla süreci benimseyebileceklerini belirtmektedir. Bilimde enformel öğrenme deneyimlerinin, daha fazla sorgulamaya, keyif almaya ve bilim öğrenmenin kişisel olarak ilgili ve ödüllendirici olabileceği hissine yol açtığını göstermektedir (Ertgin ve Soygeniş, 2014). Öğrenci, eğitim sürecindeki pasif alıcılıktan sıyrılıp aktif katılımcıya dönüşerek yaratıcılığını ortaya çıkarabilecektir. Çünkü enformellik öğrencinin yaratıcılığını harekete geçirmek için gerekli özgür düşünce ortamını yaratır (Ciravoğlu, 2003).

Yürekli ve Yürekli (2004), mimari tasarım eğitiminde enformelliğin bir yöntem olarak kullanılması ile ilgili olarak yaptıkları değerlendirme sonucunda şu önerileri sunmuşlardır;

- Enformel eğitim sayesinde farklı fikirlerin bir araya geldiği bir iletişim ortamı oluşturulabilmekte, tasarımcılarda motivasyon artışı ile beraber kendini rahat ifade edebilme kazanımları sağlanır.
- Enformel uygulamalarda mevcut eğitim ortamından farklı bir sistem olması, yeni bir ortamla birlikte farklı bakış açılarının oluşmasına yardımcı olur.
- Tasarımcılar için enformel uygulama ortamında olayların yaratılması, ortamların oluşturulması deneyimi birebir gerçekleştirilir.
- Formel eğitime kıyasla enformel uygulamalar ile esnek eğitim, hayat boyu eğitim gibi günümüz gereklilikleri daha çok sağlanır.
- Enformel uygulamalar da bir eğitimidir ve eğlence ortamı ile ayrımı net olmalıdır.

- Enformel uygulamada yürütücünün önemi oldukça fazladır. Konuya fazlasıyla hâkim olup yetkinliğini sağlamakla birlikte, geri planda kalarak tasarımcıların yaparak öğrenmesine destek olur.
- Enformel yöntemler ön hazırlık gerektirir. Katılımcıların kişilik farklılıkları ve birebir uygulama yapmasından kaynaklı, çalışma stratejilerinin önceden belirlenmesi gerekir.

Mimarlık disiplininin tasarlama ve çözüm üretme sanatı olmasının yanı sıra; üretim, denetleme ve organizasyon sanatı olduğu da gözden kaçırılmaması gereken bir olgudur (Yılmaz Çakmak vd., 2024). Soyut ve somut olguları beraber barındıran, hem teknik hem de sanatsal değerleri olan bir disiplin olarak mimarlık çok yönlülüğüyle dikkat çekmektedir. Dolayısıyla mimarlığın hem büyük bir tatmin sağlayan hem de zorlayıcı olabilen yönü, bu özelliklerinin birleşiminden kaynaklanan açık uçluluğudur (Cook, 1996). Günümüz küresel dünyasında mimar sadece mimarlık alanıyla sınırlı kalmamakta, farklı disiplinlerle de işbirliği içerisinde olmaktadır. Resim, heykel, moda, medya, sinema, teknoloji, toplum bilimleri, tarih vb. birçok alanda günümüzde mimarlar aktif olarak boy göstermektedir. Disiplinlerarası yaklaşım, gelişen teknolojik imkânların sağladığı yeni olanaklar sayesinde, yaratıcılığı teşvik etmek için tasarımda öğretim uygulamalarını iletme potansiyeli olan bir yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır (Fartushenko, 2012). Formel eğitim sisteminde, her eğitim kurumunda yaygın olmamakla birlikte, bu tür interdisipliner eğitim örneklerine rastlanmaktadır. Bu durum, globalleşen dünyada mimari tasarım sürecinin çok yönlülüğü dikkate alındığında, göz ardı edilmemesi gereken bir durumdur. Bu bağlamda, mimari tasarım eğitiminde de kuram ve teori bütünselliğinde, uygulamalı bilim, teknoloji ve sanat alanlarının entegre edildiği bütünlük bir yaklaşıma ihtiyaç duyulmaktadır. İnterdisipliner eğitimin enformel uygulama yöntemi ile bütünlleştirilerek öğretime dahil edilmesi yaratıcılığın geliştirilmesinde farklı bir bakış açısı olması bakımından önemlidir.

Moda Tasarımı ile Mimari Tasarım Arasındaki İlişki

Mimari tasarım eğitiminde enformel yöntemlerin önemli kullanım alanlarından birisi moda tasarımıdır. Moda ve mimarlık, tarih boyunca birbirini besleyen ve etkileyen iki önemli tasarım disiplindir. Adolph Loos (1898), mimarlık ile giyinme pratiği arasındaki ilişkinin kökenlerine dikkat çekerek, insanın nasıl bina yapacağını öğrenme sürecinin, nasıl giyineceğini öğrenmesiyle başladığını ifade etmektedir (Yılmaz Çakmak vd., 2016). Mimarlık ve moda, estetik, işlevsellik ve malzeme kullanımı açısından ortak paydalar taşır. Başlangıçta bedeni dış etkenlerden koruma amacıyla kullanılan giysiler, zamanla bireyin kimliğini ve estetik anlayışını ifade eden bir araç haline gelmiştir (Güldür ve Bayram, 2016). Dolayısıyla moda sadece giyim üzerinden cümle kurulan bir disiplin değil, aksine tarz üslup yorum ve bağlam kavramlarını kapsayan geniş bir kavram ağıdır.

Moda ve mimarlık arasındaki temel benzerlikler, form, doku, malzeme ve yapı gibi tasarım unsurları üzerinden incelenebilir. Her iki disiplin de belirli bir yüzey veya malzemenin üç boyutlu bir forma dönüşmesi sürecini içerir. Mimarlık, makro ölçekte mekânlar inşa ederken, moda tasarımı mikro ölçekte insan bedenini çevreleyen yapılar yaratır. Ancak her ikisi de tasarım sürecinde oran-orantı, denge, ritim, hareket, ılık-gölge gibi temel estetik kavramları kullanır (Güldür ve Bayram, 2016). Doku ve malzeme kullanımı açısından da mimarlık ve moda benzer bir yaklaşım sergiler. Orta Çağ döneminde gotik mimarının süslemeli yapıları, aynı dönemin kıyafetlerinde de yoğun dantel ve işlemler olarak kendini göstermiştir (Pürlüsoy ve Köse Doğan, 2019). Aynı şekilde, modernist mimarlık anlayışıyla birlikte moda tasarımlarında da minimalizmin ön plana çıktığı görülmektedir. “Less is more” (Az çoktur) ilkesi, hem modern mimari hem de moda tasarımında sadeliğin gücünü vurgulayan bir yaklaşım olmuştur (Yılmaz Çakmak vd., 2016).

Mekân, beden ve hacim kavramları moda ve mimarlık arasındaki en önemli ortak paydalardan biridir. Moda, bedeni çevreleyen bir form yaratırken, mimarlık bu bedeni içine alan daha geniş bir mekânsal çerçeve sunar. Bu bağlamda, moda ve mimarlık arasındaki ilişki, bireyin çevresiyle olan etkileşimi ve mekânsal algısını da etkilemektedir. Pürlüsoy ve Köse Doğan (2019), giyim ve mekân arasındaki ilişkinin tarihsel süreçte sürekli değiştiğini ve toplumsal yapılarla şekillendiğini belirtmektedir. Özellikle postmodern dönemde, mekânın yalnızca fiziksel bir alan olmadığı, aynı zamanda bireysel ve kültürel kimliğin bir yansıması olduğu vurgulanmaktadır.

Mimarlık eğitiminde enformel öğrenme yöntemleri, öğrencilerin tasarım süreçlerini daha yaratıcı ve deneyimsel bir şekilde keşfetmelerine olanak tanımaktadır. Bu bağlamda, moda tasarımı uygulamaları, mimarlık öğrencilerine form, doku, malzeme ve mekânsal ilişkileri farklı bir ölçekten deneyimleme fırsatı sunmaktadır. Bu tür uygulamalar, öğrencilerin tasarım sürecine farklı bir perspektiften yaklaşmasını sağlayarak, soyut kavramları somutlaştırma yetilerini geliştirmekte ve çok disiplinli bir düşünme becerisi kazandırmaktadır (Önal ve Karakoç, 2019). Ayrıca, enformel öğrenme kapsamında moda tasarım süreçlerinin kullanılması, öğrencilerin mekânsal algılarını güçlendirmekte ve geleneksel stüdyo eğitimine alternatif bir pedagojik yöntem sunmaktadır (Güldür ve Bayram, 2016). Bu nedenle, mimarlık eğitimi sürecinde moda tasarımının bir öğrenme aracı olarak kullanılması, öğrencilerin yaratıcılığını teşvik eden ve disiplinler arası etkileşimi artıran, yenilikçi bir yaklaşım olarak değerlendirilebilir.

Materyal ve Yöntem

Mimari tasarım eğitimi birçok bileşeni içerisinde barındıran, sabit bir sistemi olmayan çok yönlü bir eğitim sistemidir. Özellikle çağımızın bilişsel dünyasına ayak uydurmak için, tasarımcı bireyin yaratıcı düşünce üretebilme yetisini geliştirmesi oldukça önem arz

etmektedir. Bu çalışma kapsamında, enformel uygulamaların mimari tasarım eğitimi katkısını incelemek üzere deneysel bir çalışma gerçekleştirilmiştir.

Yöntemin Kurgusu

Çalışma öznel değerlendirmeler, yönlendirmeler ışığında; yaparak ve deneyimleyerek öğrenme ilkelerine dayanan yarışma formatında kurgulanmış, interdisipliner yaklaşımla mimarlık ve moda tasarımı disiplinlerini bütünleştirmeyi hedefleyen deneysel temelli enformel öğrenme süreçlerini içermektedir. Çalışmanın değerlendirme yöntemi, nitel içerik analizi yaklaşımı ile yapılandırılmıştır.

Çalışmanın amacı, öğrencilerin seçtikleri yapıya ait tasarım kodlarını bir kıyafet üzerinde yeniden tasarlayarak öğrenmelerini sağlamaktır. Yapararak öğrenme üzerine kurgulanan ve bir yarışmaya dönüştürülerek tasarımcıların teşvik edildiği enformel öğrenme yönteminde, hem mimarlık alanında önemli değerlere sahip olan yapılara dair bilgi edinilmesi, yapıların tasarım kodlarının öğretilmesi, hem de bu kodları bir kıyafet tasarımı üzerinden yeniden kurgulayarak yaratıcılık seviyelerinin artırılması hedeflenmektedir.

Model Temelli Aşamalı Değerlendirme

Bu çalışma interdisipliner eğitim ortamında enformel uygulamanın deneysel biçimde gerçekleştirildiği kapsamlı bir yöntem olarak değerlendirilmektedir. Moda ve mimarlık disiplinlerinin entegre edilmesi ile oluşturulan deneysel çalışma yöntemi, Şekil 1.'de aktarıldığı üzere, modanın evrimi, tekstür çalışması, mimarlardan öğrenmek, tasarım ve üretim aşaması, sunum ve defile aşaması olmak üzere beş aşamada ele alınmaktadır.



Şekil 1. Metodoloji (yazarlar tarafından hazırlanmıştır)

Figure 1. Methodology (prepared by the authors)

İlk aşamada öğrencilerden moda ve mimarlık ilişkisini anlayıp, kavraması ve bunu poster çalışması olarak aktarması istenmektedir. İkinci aşamada tekstürde kullanılabilecek mimari doku elemanlarının araştırılmasına yönelik bir fotoğraf çalışması istenmektedir. Üçüncü aşamada, öğrencilerin seçtiği mimari yapıyı analiz ederek, moda ve mimarlık disiplinlerinin ortak kullanımı olan tasarım kodlarını oluşturmaları istenmektedir.

Dördüncü aşama tasarım ve üretim aşamasıdır. Burada yapılan eskiz ve provalar ile tasarım fikrinin geliştirilmesi istenmektedir. Son olarak yarışma bağlamında defile hazırlığı ve ön provalar ile süreç sonlanmaktadır.

Tasarım sürecine yönelik geçmişte teorisyenler tarafından birçok farklı model tanımlamaları yapılmıştır. Tasarım süreci modellerinin ilk örneklerinden olan ve Jones (1963) tarafından geliştirilen model, temelde analiz, sentez ve değerlendirme aşamalarından oluşmakta olup, bazı metodologlar tarafından doğrudan benimsenirken, bazıları tarafından geliştirilmiştir (van der Voordt ve van Wegen, 2007). Günümüzde tasarım süreci, ulusal veya uluslararası düzeyde standart bir modele bağlı kalmaksızın ilerlemekte olup, özellikle mimari tasarım eğitiminde bu durum, eğitmenin süreci yorumlama ve yönlendirme biçimiyle doğrudan ilişkilidir (Şen, 2025). Bu bağlamda, hem mimari problemin hem de moda tasarım probleminin çözümünde aynı yolun izlediği gerçeği göz önüne alındığında, mimarlık eğitiminde enformel öğrenme yöntemi ile gerçekleştirilen bu deneysel çalışmaya yönelik tasarım süreci modeli problemin tanımı, bilgi toplama, yaratıcılık, buluş süreci, çözüm bulma ve uygulama/değerlendirme aşamaları olarak tanımlanmıştır. Döngüsel olan bu yaratıcı süreç, değerlendirme sonrası yeni bir problemin ortaya konulması ile yeniden başlayan bir süreçtir.



Şekil 2. Deneysel çalışmaya yönelik tasarım süreci modeli (yazarlar tarafından hazırlanmıştır)
Figure 2. Design process model for experimental research (prepared by the authors)

Yapılan deneysel çalışmanın bulgularını değerlendirmek üzere ise, oluşturulan model bağlamında: problemin tanımı, bilgi toplama, yaratıcılık ve buluş, çözüm bulma ve uygulama başlıkları altında niteliksel bir analiz gerçekleştirilmiştir.



Şekil 3. Değerlendirme kriterleri (yazarlar tarafından hazırlanmıştır)

Figure 3. Evaluation criteria (prepared by the authors)

Alan Çalışması

Alan çalışması kapsamında, Konya Teknik Üniversitesi Mimarlık ve Tasarım Fakültesi Mimarlık Bölümü, 2023-2024 bahar yarıyılı seçmeli dersi olan “Moda Trendler ve Mimari” dersinde, mimarlık öğrencileri ile interdisipliner yaklaşımla enformel eğitim yönteminin uygulandığı bir yaratım-tasarım süreci yürütülmüştür. Tasarım sürecini verimli yönetebilmek adına, sekiz yarıyıldır tasarım deneyimine sahip olan son sınıf mimarlık öğrencileri ile süreç deneyimlenmiştir. Mimari tasarım eğitiminde öğretilmek istenen değerli mimari yapıların tasarım kodlarının ortaya çıkarılması mimarlık perspektifinden verilse de, akılda kalıcılığı arttırmak için daha yaratıcı bir alan üzerinde deneyimlemek gerekmektedir. Bu noktada moda tasarımı alanı mimarlık eğitiminde yeni bir bakış açısı sunmaktadır. Moda tasarım süreçlerinin mimarlık eğitime entegrasyonu, yaratıcı düşünme ve deneysel tasarım yaklaşımlarını teşvik etmekte, mekân, beden ve hacim kavramlarının ortak kullanımı ise bu iki disiplin arasındaki ilişkiyi daha da derinleştirmektedir. Bu bağlamda ders kapsamında “ArchFashion 2024” isminde bir yarışma düzenlenerek tasarım süreci üzerinden deneysel bir çalışma gerçekleştirilmiştir.

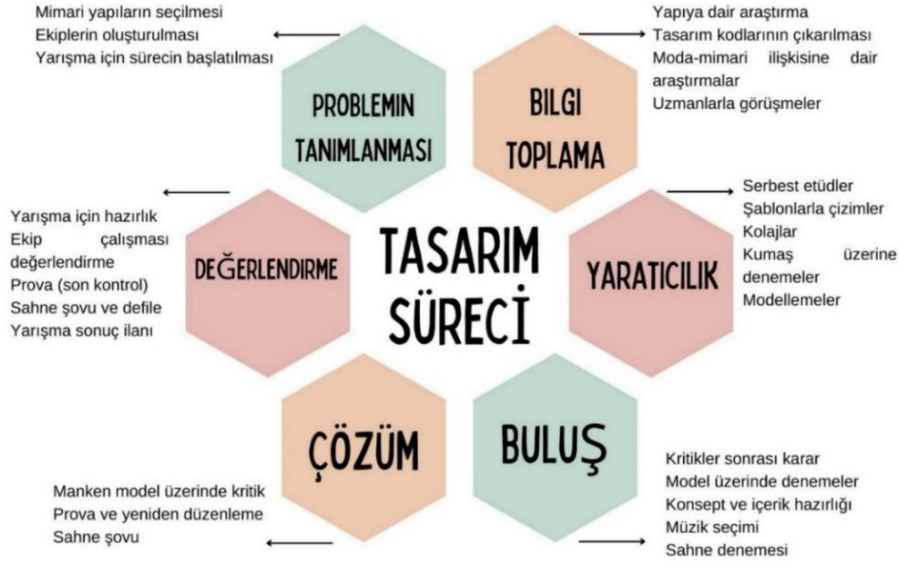
Görsel, Sözel ve Eylemsel Çıktılarla Değerlendirme



Şekil 4. Yarışma duyuru poster ve afiş (yazar tarafından hazırlanmıştır)

Figure 4. Contest announcement poster and banner (prepared by the author)

Yarışmaya katılan ekipler için önerilen tasarım süreci, mimarlık ve moda etkileşiminde enformel bir deneysel öğrenme yöntemi olarak ele alınmıştır. Uygulama özelinde tasarım sürecine ilişkin detaylar Şekil 5.'de ifade edilmiştir.



Şekil 5. ArchFashion enformel uygulamasının tasarım süreci (yazar tarafından hazırlanmıştır)

Figure 5. Design process of ArchFashion informal application (prepared by the author)

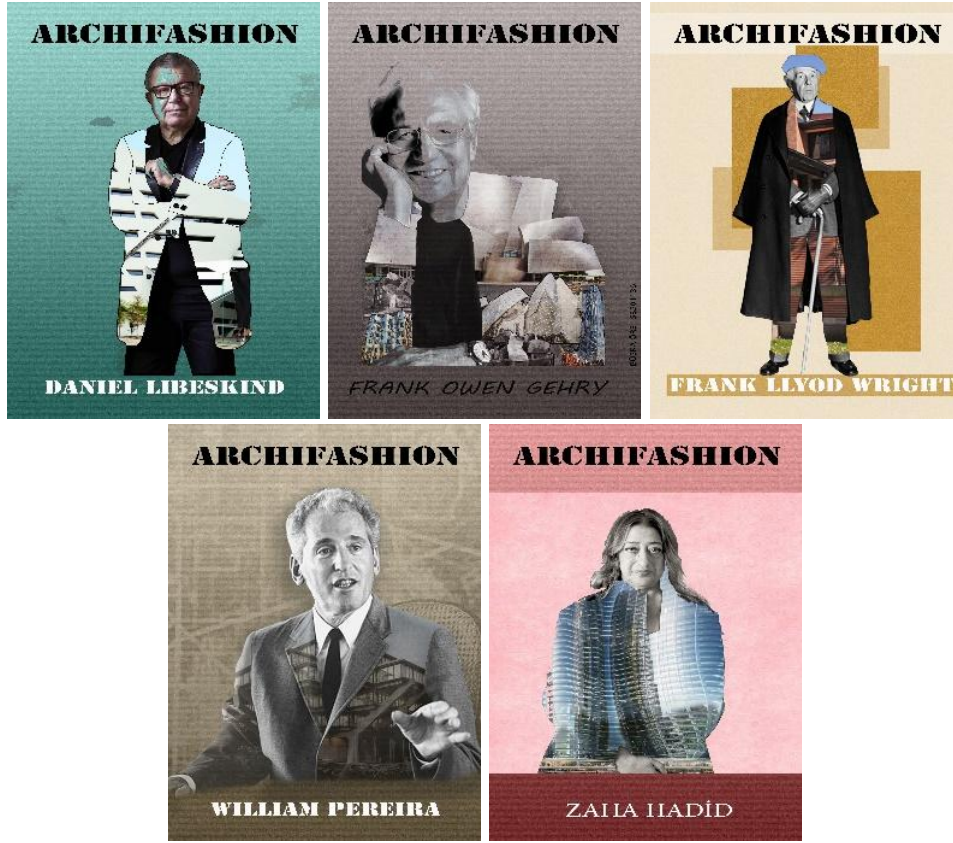
Yarışmaya katılan ekipler için aşağıdaki çoklu aşamalarda öznel değerlendirmelerde bulunmaktadır: (1) Poster tasarımları ve sahne sunumları ile görsel-işitsel değerlendirme, (2) Jüri değerlendirmesi ile ürün ve süreç temelli gözlem, (3) Öğrenci geri bildirimleri (nitel, sözel veri) ile deneysel değerlendirme, (4) Moda-mimarlık tasarım kodları üzerinden yapılan öznel eşleştirme.

Bulgular

1. Problemin Tanımı:

Bir tasarım probleminin çözümündeki ilk aşamayı, problem tanımlama biçiminde düşünmek mümkündür. Tasarım problemi çevresel, kültürel, ekonomik ya da sosyolojik bir soruna çözüm üretmek olabilir. Verilen konunun ne olduğunu tam olarak anlama ve o konuyu benimseyebilmektir. Görünen ve sunulan problemin ötesinde tasarımcı konunun özüne inebilmeli, ana fikre ve konunun tasarım kodlarına ulaşabilmelidir.

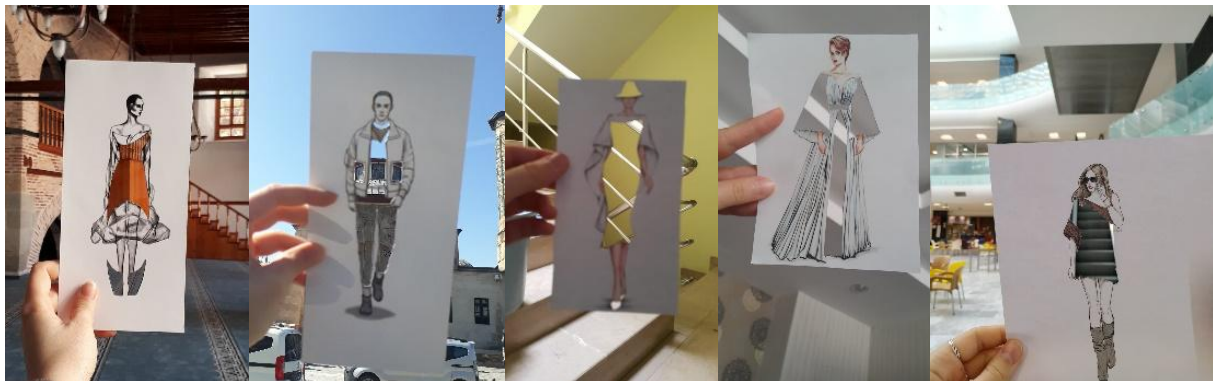
Bu aşamada öğrencilerin mimarları ve moda tasarımcılarını araştırmaları, ortak noktalarını belirlemeleri ve temsil araçlarından kolaj ve yerleştirme teknikleri ile özümledikleri tasarımcıları kendi eserleri ile bütünleştirmeleri istenmiştir.



Şekil 6. Kendi tasarladıkları binaları giyen “mimarlar kolaj” çalışması (öğrenci çalışmaları B.Örs, G.Çöndü, E.İ.Akşit, A.S.Çalışkan)

Figure 6. “Collage of architects” wearing the buildings they designed themselves (student works by B.Örs, G.Çöndü, E.İ.Akşit, A.S.Çalışkan)

Ayrıca modanın ve mimarinin birbirlerinden aldıkları ilhamı ve yaratıcılığı ortaya koymak için kısmi parçalarını kestikleri moda çizimlerini alarak bir gözlem çalışması yapmışlardır. Öğrenciler, çevrede gördükleri mimari unsurların moda tasarımı alanına nasıl etki edebileceğini görmek amacıyla boşluklar içinden mimari elemanların görünümünü test ederek moda-mimari ilişkisini ortaya koymuşlardır.



Şekil 7. Mimari çevreye moda penceresinden bakan “doğadan esinlenme” çalışması (öğrenci çalışmaları B.Örs, G.Çöndü, E.İ.Akşit, A.S.Çalışkan)

Figure 7. “Inspiration from nature” study looking at the architectural environment from a fashion perspective (student works by B.Örs, G.Çöndü, E.İ.Akşit, A.S.Çalışkan)

2. Bilgi Toplama:

Yapılacak tasarımda bir hareket noktası bulabilmenin tek yolunun, problem hakkında mümkün oldukça çok bilgi toplayabilmek olduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda verilen probleme dair teknik sosyal ve anlamsal araştırmalar yapılmalı, veri toplama aşaması çok yönlü olarak yapılmalıdır. Sadece bilgilerin arşivlenmesi değil, çözüm için problem ve tasarım kodlarının çıkarılması bu aşamanın en önemli çıktısıdır. Amaç, mimari yapıların başka bir disiplin üzerinden öğretilmesi olduğu için bu aşamada mimari yapıların tasarım kodları çıkartılmış ve seçilen yapılar analiz edilmiştir.



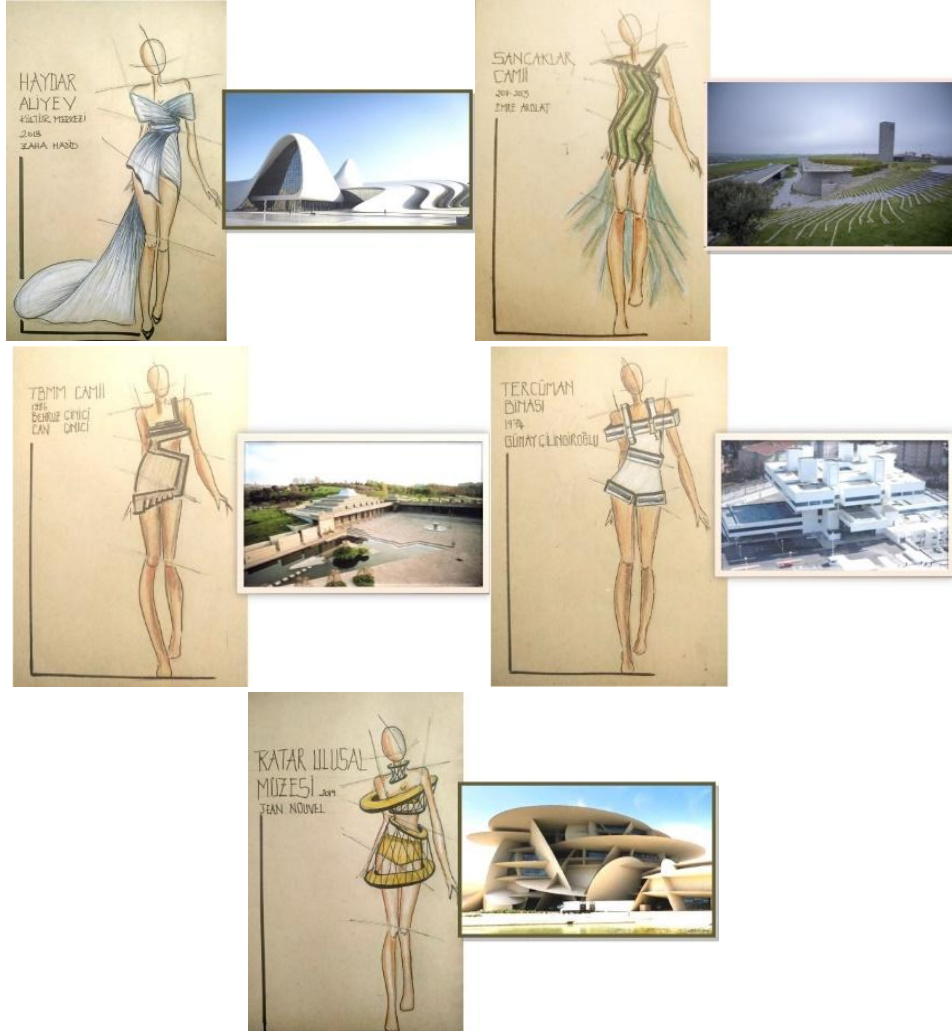
Şekil 8. Bir mimarın ve binalarının tasarım kodlarının çıkarılması (yazara ait eskiz çalışması)
Figure 8. Extracting the design codes of an architect and his buildings (sketches by the author)



Şekil 9. Bir mimarın ve binalarının tasarım kodlarının çıkarılması (öğrenci çalışmaları, B.Örs, G.Çöndü, E.İ.Akşit)
Figure 9. Extracting the design codes of an architect and his buildings (student works by B.Örs, G.Çöndü, E.İ.Akşit)

3. Yaratıcılık ve Buluş:

Tasarımcı, konu ile ilgili araştırmalar yapıp gerekli bilgi ve verileri topladıktan sonra sentez aşamasına geçilir ki, sözkonusu deneysel çalışmada yürütülen bu süreç beyin fırtınası şeklinde ilerleyen yaratıcı bir süreç biçiminde ele alınmaktadır. Yaratıcılık, tasarım sürecinin en kritik ve aynı zamanda en zorlu aşamalarından biridir. Bu süreçte, diğer disiplinlere başvurulması, çok yönlü düşünme tekniklerinin kullanılması, ilk elde edilen fikirlerin yeniden gözden geçirilmesi gibi uygulamalarla yaratıcı üretim gerçekleştirilebilmektedir. Her zaman tek bir buluş ile sonlanmayan bu süreç, çoklu çözümler veya buluşlar bütünü olarak da sonlanabilmektedir. Sözkonusu deneysel çalışmada yürütülen bu süreçte ise model ve deneme uygulamaları serbest çizimler, kumaş ile denemeler ve kolajlarla ifade edilmiştir. Belirli bir olgunluğa ulaşan fikirler, yürütücü kritiği sonrasında geliştirilerek, konsept ve içerik netleştirilmiştir.



Şekil 10. Bir mimari eserin tasarım kodlarını kullanarak üretilen moda tasarım eskizleri (yazara ait eskiz çalışması)

Figure 10. Fashion design sketches produced using the design codes of an architectural work (sketch work of the author)

4. Çözüm Bulma:

Yaratıcılık ve buluş süreci, problemin ortaya konması ve olasılıkların araştırılmasına yönelik çalışmaları içermektedir. Çözüm bulma ise bu olasılıklar hakkında bir karara varılarak, araştırmanın sona erdirilmesi şeklinde yorumlanabilir. Çözüm olarak seçilen olasılıklar, daha sonra ayrıntılı taslaklar halinde hazırlanır. Taslakların maket model yada prototip üretimi gibi sonuç ürünün izlenmesine dair somut ürünler ile çözüme katkı vermesi beklenir. Deneyisel çalışmanın bu aşamasında manken üzerinde 1:1 uygulama için yeniden çalışılmış, yarışma provaları yapılmıştır. Denemeler, kritikler ve sahne şovunun netleştirilmesi ile bu aşama tamamlanmıştır.



Şekil 11. Tasarım kodlarından çözüme yönelik prototip üretilmesi (öğrenci çalışması)

Figure 11. Producing prototypes for solution from design codes (student work)

5. Uygulama-Değerlendirme:

Tüm aşamalardan geçmiş olan tasarımın sunulmaya hazır hale getirilmesi ve podyum sunumunun gerçekleştirilmesi aşamasını içermektedir. Burada görsel sunum, ifade teknikleri, yürüyüş tarzı (postür ve jestler), ışıklandırma ve ses gibi öğelerin nitelikli kullanımı önemlidir. Deneyisel çalışmada yürütülen bütün aşamalar sonrasında, her grup poster tasarımı ile birlikte sahne gösterisini gerçekleştirilmiştir. Gösteride grupların sunum tekniği, seçtikleri müzikten, yürüyüş ve duruş akışına kadar kullandıkları temsil teknikleri dikkate alınmıştır. Jüri katılımı ile ürünlerin değerlendirmesi yapılmış ve yarışma tamamlanmıştır (Şekil 12. ve 13.).



Şekil 12. Yarışmaya katılan katılımcıların posterlerinden örnekler (yazara ait resimler)
Figure 12. Examples of the posters of the participants in the competition (pictures by the author)



Şekil 13. Yarışmaya kendi tasarladıkları kıyafetleri giyerek ve podyumda sunan ekipler (yazara ait resimler)
Figure 13. Teams wearing the clothes they designed and presenting them on the catwalk (pictures by the author)

Tablo 1.'de her yarışmacıya ait mimari eser ismi, grup ismi, yapıdan çıkarılan ana tasarım kodları ve moda tasarımı için ilham veren detay kodları görülmektedir. Ayrıca modamimarlık tasarım kodları üzerinden yapılan öznel eşleştirmeye dayalı jüri değerlendirmesi sonucuna göre yarışmanın kazananlarının dereceleri de yer almaktadır.

Tablo 1. Seçilen yapılar, tasarım kodları ve derece
Table 1. Selected structures, design codes and degree

Mimari Eser İsmi	Yarışma Grup İsmi	Mimari Yapı Ve Kodları	Moda Tasarımı Kodları	Derecesi
1. VİLLA SAVOYE Le Corbusier	LE PIERRE	Yalın, beyaz, kübik, bant pencereler	Elbise, siyah ve beyaz, yatay bantlar	
2. GUGGENHEIM MÜZESİ Frank Gehry	BRUTAL GÖLGE	Parlak yansımali cephe, kıvrık ve eğrisel yüzeyler, metal kabuklar	Dokulu ve yansıyan kumaş kaftan. Akan bant kumaşlar	
3.ŞELELE EVİ Frank Lyod Wright	AKIŞIN ZERAFETİ	Dikdörtgen kütsel katlar, doğa ile iç içe tasarım, taş duvar ve yüzeyler	Beyaz yalın sade bir elbise, taş duvarı betimleyen omuz detayı, yeşil bitki ile aksesuar	
4. HAYDAR ALİYEY KÜLTÜR MERKEZİ Zaha Hadid	GRATİA	Beyaz hareketli ve kıvrımlı zeminden gelen kabuk içinde gri cam cephe iç hacim.	Gri esnek kumaş iç elbise üzerine kıvrılan ve bedeni saran beyaz kabuk katmanlar	
5. YAHUDİ MÜZESİ Daniel Liebeskind	LEGENDARY	Keskin hatlarla lineer dekonstrüktif bir kütle, keskin ve irrasyonel açılan pencereler, soykırımın anlatıldığı ağır ruh hali	İçli dışlı iki elbise, iç kırmızı üst pelerin gri. Yırtıklar ve kesikler iğnelerle tutturularak acıyı sembolize eder.	2.
6. IŞIK KİLİSESİ Tadao Ando	LUMİERE	Yalın, brüt beton, kübik ve sade iç mekân. Haç işareti olan yırtıktan giren ışık tanrıyı betimler. Sert ve keskin formlar.	Gri ham kumaş, akan ve yalın pileler, başı ve bedeni örten bir kıyafet üzerine açılan ve farklı konumlanan yırtıklar. Sert ve keskin vatkalr ile güçlü ve etkili ifade.	1.
7. SANCAKLAR CAMİİ Emre Arolat	İTİDAL	Yere eğilen kademeli gelen topoğrafyaya uyum. Yalınlık sadelik	Beyaz gösterişsiz sade bir iç elbise\ölümü andıran. Üzerine siyah kırık bantlar ve akan çizgiler.	
8. AYOSOFYA MÜZESİ	ROHANLILAR	Cami ve kilise mimarisi iç içe. Payandalar, heybetli ve pembemsi renkte kubbeyi taşıyan taş kemerler.	Gri ve pastel renklerde kıyafet üzerine payandaları anımsatan vatkalr ile güçlendirilmiş omuz. Üzerinde hilal ve haç sembolleri birarada.	
9. SÜMELA MANASTIRI	APLAS	Trabzon'da kayalara oyulan manastır mimarisi. Taş ve ahşap malzeme kullanımı.	Geleneksel karadeniz desenleri kullanılarak yere ait hissini elde edilmesi,	
10.GALATA VE KIZ KULESİ	GRUP İLMEK	İstanbulu simgeleyen iki kule yapısı, tarihi yapı taş malzeme ve gözlem	Galata kulesi metoforu için dürbün kullanan gözcü kıyafeti, kesme taş işlemeli kaftan	
11. ATATÜRK KÜLTÜR MERKEZİ Hayati-Murat Tabanlıoğlu	DİNAMİZMİN RENGİ	Yenilenen modern cephe ve ışık geçiren bölmeli cam cephe. İçinde kırmızı küreden oluşan konser salonu	Gri bantlardan oluşan elbise ve kalbinde kırmızı küre.	
12.DOMİNO TOWER	ARCHTEMİSİA	Mavi cam ve kıvrılarak yükselen gökdelen mimarisi	Mavi ve bedeni saran, kıvrılan kumaş, suyun ve ışığın akışkanlığı	
13. ROYAL ONTARIO MÜZESİ	MODAROM	Eski tarihi taş yapıyı saran çelik ve modern müze binası	Taş ve tuğla renklerinde kare parçalardan giyilen kıyafet üzerine omuzdan saran üçgen çelik prizma.	3.

Tartışma ve Sonuç

Bu çalışmada mimarlık eğitiminde, interdisipliner yaklaşım ve enformel öğrenme yönteminin bütünleştirilerek uygulandığı deneysel bir model gerçekleştirilmiştir. Süreç çok yönlü ve birçok sanat alanlarının bir arada kullanıldığı bir çalışma gerektirmiştir. İlk eskiz ve tasarım geliştirme de resim ve kolaj teknikleri, prototip üretimi ve model aşamasında maket ve üç boyutlu teknikler, sunum sırasında sinema, müzik ve görsel sanat teknikleri, koreografi hazırlığında ses, müzik, dans ve tiyatro teknikleri gibi birçok disiplinin kolektif çalışması kullanılmıştır. Çalışma genel anlamda öğrencilerin tasarım aşamalarını mimarlık ve moda disiplinlerinin kesişiminde deneyimleyerek, uygulayarak üretmelerini ve yaratıcılık niteliklerinin gelişmesini sağlamıştır. Tüm bu kazanımların yanı sıra grup halinde bir yarışmaya hazırlanırken 21. y.y.'ın gerektirdiği işbirliği ve kolektif üretme becerilerinin de gelişmesine katkı sağlamıştır.

Mimari tasarım eğitiminde yaratıcılığın geliştirilmesi çalışmalarında, yaşanan gelişmeler ve değişen şartların bilincinde olarak hareket etmek 21. y.y. eğitim sisteminin gereklilikleri arasında sunulabilir. Bu bağlamda mimarlık eğitiminin çok yönlü disiplinlere açık uygulama alanları sunması müfredatların bu anlamda geliştirilmesi ve esnek üretim alanları bırakılması önem arz etmektedir. Enformel uygulama yaklaşımlarının eğitim sistemine daha çok dâhil edilmesinin tasarımcıların yaratıcılık düzeylerinin gelişmesine katkı sağlayacağı öndörülmektedir.

Yarışmaya katılan ve süreci yürüten öğrencilerin deneyimlerine dair sözel geri bildirim alındığında, öğrencilerin yaratıcılıkla üretilen farklı bir mimarlık üretimi yaşadıklarını belirtmeleri önemlidir. Öğrenciler, mimari tasarım ve üretim sürecinin sadece bina yapmak olmadığını, aynı sürece başka bir sanat disiplini üzerinden deneyimlemenin öğretici yanlarının çok olduğunu dile getirmişlerdir. Ayrıca öğrenciler, eğitimlerinin son yılında özgüven, cesaret ve ekip çalışması konularını deneyimledikleri bir pratik alan üretilmesi bağlamında da, anı biriktirilen mimari bir süreç olduğunu belirtmişlerdir.

Tüm bu geri bildirimler ve sürecin deneyimlenmesi sonucunda bu çalışma mimarlık eğitimi için de enformel tasarım araçlarının ve yöntemlerinin kullanımına dair deneyimsel bir çalışma olarak sunulmaktadır. Farklı sanat alanları üzerinde deneysel ve deneyimsel çalışmaların yapılmasının mimarlık eğitimi geliştireceği ve zenginleştireceği öngörülmektedir. İnterdisipliner bir yaklaşımla mimarlık ve moda tasarımı disiplinlerini bütünleştirmeyi amaçlayan ve deneyimleyerek öğrenme ilkeleri doğrultusunda yarışma formatında kurgulanan bu deneysel çalışma, ilerleyen dönemlerde farklı disiplinlerde gerçekleştirilecek benzer atölyelere öncülük edebilecek potansiyele sahiptir. Ayrıca, ölçülebilir çıktılar üretmeyi mümkün kılan yapısıyla, tasarım odaklı disiplinlerde nicel yöntemlerle desteklenebilecek alternatif bir eğitim modeli önerisi sunmaktadır.

Etik Beyan ve Teşekkür

Bu makalede yer alan öğrenci çalışmalarının kullanımı için öğrencilerin açık onayı alınmıştır. Öğrenciler, çalışmalardaki görsellerin ve içeriklerin bilimsel bir yayında kullanılmasına rıza göstermiştir. Tüm katılımcılara katkılarından dolayı teşekkür ederiz.

Kaynakça

- Adıgüzel, D. (2012). Mimarlığın enformel eğitim alanı olarak çevresel yaklaşım konulu yarışmalar: Ekopavyon Proje Yarışması Örneği. In GreenAge Symposium.
- Akın, Ö. (1984). An exploration of design process. *Development in Design Methodologies*, 189-208.
- Ciravoğlu, A. (2003). Mimari tasarım eğitiminde formel ve enformel çalışmalar üzerine. *Yapı Dergisi*, 257, 43-47,
- Cook, P. (1996). Primer, *Academy Editions*, Londra.
- Demirtaş, V.Y. ve Baltaoğlu, M.G. (2010). Öğrenme Stillere Göre Öğrencilerin Yaratıcılık Düzeyleri. *Education Sciences*, 5(4), 1308-7274, <https://dergipark.org.tr/en/pub/nwsaedu/issue/19822/212272>
- Dikmen, Ç. B. (2011). Mimarlık eğitiminde stüdyo çalışmalarının önemi. *e-Journal of New World Sciences Academy*, 6(4), 1509-1520.
- Erktin, E. ve Soygeniş, S. (2014). Learning by experiencing the space: Informal learning environments in architecture education. *Bogazici University Journal of Education*, 31(1), 81-92, <https://dergipark.org.tr/en/pub/buje/issue/14783/328233>
- Fartushenko, L. (2012). An interdisciplinary approach to promote creativity. *Designedasia*, 3(1), 1-8.
- Fleith, D. (2000). Teacher and Student Perceptions of Creativity in The Classroom Environment, *Roeper Review*, 22(3), <https://doi.org/10.1080/02783190009554022>
- Gökmen, N. Ö., ve Gökmen, H. S. (2023). Enformel Öğrenme Ortamlarının Organizasyonel Yapıları Bağlamında İrdelenmesi. *Mimarist Dergisi*, Cilt 1.
- Guzel, Z. T. (2024). An evaluation of personalized learning by online informal education in case of design education. *Turkish Online Journal of Distance Education*, 25(2), 246-262.
- Güldür, M. M., & Bayram, S. (2016). Disiplinler Arası Etkileşim Üzerine Bir Çalışma: Moda ve Mimari Arasındaki Etkileşim. *The Journal of International Lingual, Social and Educational Sciences*, 2(2), 59-74.
- Jones, J.C. (1982). *Design Methods*, Van Nostrand Reinhold Company, New York.
- Newell, A., and Simon, H.A. (1972). *Human problem solving*, Englewood Cliffs, NJ.
- Onur, D., Zorlu, T. (2017). Tasarım stüdyolarında uygulanan eğitim metotları ve yaratıcılık ilişkisi, *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 7(4), 542-555.
- Önal, B., ve Karakoç, E. (2019). Giyilebilir Mimarlık: Dönüşebilen Bir Mimari Prototip. XIII. *Mimarlıkta Sayısal Tasarım Ulusal Sempozyumu*.
- Pekdaş, E. ve Kutsal, B. (2021). Covid-19 pandemisinin mimarlık tasarım stüdyosu eğitimi üzerindeki etkisi. *International Journal of Engineering, Design and Technology*, 3(1-2), 1-15.

- Pelman, B., and Zoran, A. R. (2023). Informal learning in architectural education through sociomaterial approaches: Towards a network-based pedagogy in design education. *The Design Journal*, 26(5), 776-797.
- Pürlüsoy, İ., ve Köse Doğan, R. (2019). Moda Bağlamında Yapı ve Mekân Üzerine Bir Değerlendirme. *Yakın Mimarlık Dergisi*, 3(1).
- Rogers, A. (2014). Interactions between Informal Learning and Formal/Non-Formal Learning. In A. Rogers (Ed.). *The Base of the Iceberg: Informal Learning and Its Impact on Formal and Non-formal Learning* (pp. 59-76). Verlag Barbara Budrich.
- Schön, D. A. (1984). The architectural studio as an exemplar of education for reflection-in-action. *Journal of architectural education*, 38(1), 2-9, <https://doi.org/10.1080/10464883.1984.10758345>
- Smith S.M., Ward T.B. and Finke R.A. (1995). Creative Cognition Approach, *MIT Press*, Cambridge, London.
- Şen Bayram, A. K., Güzelci, O. Z., ve Alaçam, S. (2023). Informal Learning in the Context of Digital Design Pedagogy in Architecture. *Journal of Computational Design*, 4(1), 01-16.
- Şen, E. (2025). *Mimari Tasarım Eğitiminde Yaratıcılığı Geliştirmeye Yönelik Bir Model Önerisi*, Konya Teknik Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Doktora Tezi, Konya.
- Tezel, E. (2014). Disiplinler arası tasarım işbirliği: Çok katmanlı tasarım problemlerine çözüm arayışları için bir pilot proje uygulaması ve sonuçları. *Bahçeşehir Üniversitesi Yayınları*.
- van der Voordt, D.J.M., and van Wegen, H.B. (2007). *Architecture in use*. Routledge.
- Vygotsky, L. S. (1978). *Mind in society: The development of higher psychological processes*. Vol. 86. Harvard university press.
- Yılmaz Çakmak, B., Alkan Bala, H., ve Biçer, H. (2016). *Çağdaş Mimari ile Moda Tasarımı İlişkisinde 'Fark Yarat Mimari Tasarım Atölyesi' Deneyimi*. Selçuk Üniversitesi Mimarlık Fakültesi Yayınları.
- Yılmaz Çakmak, B., Özdemir Erdoğan, T., Burkut E.B. (2024). An Analytical Overview to Futuristic Strategies in the Practice of Multi-Disciplinary Architecture Education, *SAR Journal*.
- Yürekli, İ., ve Yürekli, H. (2004). Mimari tasarım eğitiminde enformellik. *İTÜDERGİSİ/a*, 3(1).

DERLEME MAKALE (Review Article)

¹Gözde Bursalıgil Norcross
Orcid: 0000-0002-3280-552X

¹Dr. Öğr. Üyesi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü, İstanbul, Türkiye

Sorumlu Yazar (Corresponding Author):

Gözde BURSALIGİL NORCROSS
gozde.bursaligil@msgsu.edu.tr

Anahtar Kelimeler:

İleri dönüşüm, Sıfır Atık Tasarım, Sürdürülebilir Moda, Giysi Tasarım Yöntemleri, Yaratıcı Yeniden Kullanım

Keywords:

Upcycling, Zero Waste Design, Sustainable Fashion, Clothing Design Methods, Creative Reuse

Giysi Tasarımında İleri Dönüşüm Tasarım Yöntemleri

Upcycling Design Methods in Clothing Design

DOI: 10.54976/tjfdm.1719160

Alınış Tarihi (Received): 13.06.2025

Kabul Tarihi (Accepted): 28.09.2025

ÖZ

Sürdürülebilir moda paradigmasının artan önemi, bu alanda giderek büyüyen bir araştırma ve uygulama literatürünü teşvik etmiştir. Konuya ilişkin kavramlar gelişmekte; giysi tasarımında sürdürülebilirlik eğilimleri, farklı yaklaşımlar doğrultusunda çeşitlenerek artış göstermektedir. Bu çerçevede gerçekleştirilen araştırmalar, alana duyulan ilgiyi artırmakta ve merak uyandırmaktadır. Sürdürülebilir moda kapsamında sıfır atık giysi tasarımı alanında öne çıkan yaklaşımlardan biri de ileri dönüşümdür. Kullanım sonrası sıfır atık yöntemi kategorisinde değerlendirilen ileri dönüşüm yaklaşımı; akademisyenler, tasarımcılar ve markalar tarafından benimsenip uygulandıkça hem yönetsel olarak gelişmekte hem de kullanım alanı genişlemektedir. Giysi tasarımı bağlamında ileri dönüşüm, kaynakların yeniden değerlendirilmesi, yaratıcı potansiyelin ortaya çıkarılması ve özgün tasarım yaklaşımlarının geliştirilmesi açısından önemli katkılar sunmaktadır. Bu alanda yapılan çalışmalar, kullanılan yöntemlerin çeşitlenmesiyle birlikte yeni araştırmalar için de temel oluşturur hâle gelmektedir. İleri dönüşüm temelli giysi tasarımı çalışmalarının içerik ve kapsamının anlaşılması; kullanılan yöntemlerin belirlenmesi, gelecekteki çalışmalarda bu yöntemlerin uygulanabilirliği açısından büyük potansiyel taşımaktadır. Bu doğrultuda çalışmanın amacı, ileri dönüşüm giysi tasarımında kullanılan ve kullanılabilecek yöntemlerin, önerilen sınıflandırmalar aracılığıyla belirlenmesidir. Bu amaçla literatür taraması yöntemi kullanılarak, veri analizi ve amaçlı örnekleme yapılarak giysi tasarımı alanında ileri dönüşümün hangi yöntemlerle gerçekleştirildiği analiz edilmiştir. Bu çalışma, ileri dönüşüm giysi tasarımında kullanılan farklı tasarım yöntemlerinin tanımlanması ve sınıflandırılması açılarından önem taşımaktadır.

ABSTRACT

The increasing significance of the sustainable fashion paradigm has stimulated a growing body of research and practical applications in the field. The conceptual framework surrounding sustainability continues to evolve, and trends in sustainable clothing design are diversifying through various approaches. Research conducted within this scope not only increases interest in the field but also draws significant attention. One of the prominent approaches within zero-waste clothing design, which is a part of sustainable fashion, is upcycling. Classified under post-consumer zero-waste methods, the upcycling approach is increasingly adopted by academics, designers, and brands, which in turn contributes to its methodological development and expands its areas of application. In the context of clothing design, upcycling plays a critical role in the reuse of resources, the expression of creative potential, and the development of original design strategies. As the methods employed in this area become more diverse, they also begin to form a foundation for future research. Understanding the content and scope of upcycled clothing design studies, as well as identifying the methods used, holds great potential for informing future work in this field. Accordingly, the aim of this study is to identify the methods currently used or potentially applicable in upcycled clothing design, through proposed classifications found in the literature. For this purpose, a literature review was conducted, and through data analysis and purposeful selection of examples the methods by which upcycling is implemented in the field of clothing design were analyzed. This study is significant in terms of identifying and classifying the different design methods used in upcycled clothing design.

Kaynak gösterimi: Bursalıgil Norcross, G. (2025). Giysi tasarımında ileri dönüşüm tasarım yöntemleri. *Turkish Journal of Fashion Design and Management*, 7(2): 235-260, <https://doi.org/10.54976/tjfdm.1719160>

How to cite: Bursalıgil Norcross, G. (2025). Upcycling design methods in clothing design. *Turkish Journal of Fashion Design and Management*, 7(2): 235-260, <https://doi.org/10.54976/tjfdm.1719160>

Giriş

Giyim ürünlerinin çeşitlenmesi ve erişilebilirliğinin artması, belirsizlik karşısında duygu düzenleme amacıyla ortaya çıkan alışveriş terapisi (retail therapy) ve kıyamet harcamacılığı (doom spending) gibi eğilimlerle birlikte satın alma davranışlarını artırmaktadır. Küresel giyim üretimi 2000-2015 yılları arasında iki katına çıkmıştır, her yıl dünya genelinde 80 ila 100 milyar yeni giyim ürünü üretilmekte ve 92 milyon ton tekstil atığı oluşmaktadır (Ruiz, 2024). Von Busch (2017), kumaş atıklarının ne yapıldığına dair insanların çoğunluğunun herhangi bir fikri olmadığını, bu atıkların bir kısmının yeniden kullanıldığını bir kısmının geri dönüşüme girdiğini, çoğunluğunun ise çöp sahalarına atıldığını veya yakıldığını belirtmektedir. Giysi üretilmek üzere kullanılan malzemelerin ve elyafların %87'si yakılmakta veya çöp sahalarında son bulmakta, atılan tekstil ürünlerinin %20'si toplanmakta ve sadece %1'i yeni giysi olmak üzere dönüştürülmektedir (Ruiz, 2024). Giysilerin dönüştürülerek yeniden yaşam döngüsüne dahil edilmelerindeki istatistiki oranlar çok düşük görünmektedir.

Giysilerin sürdürülebilirliğinin sağlanabilmesi üzerine Fletcher (2008), giysilerin yeniden kullanımının (reusing), tamir edilmesinin (repairing) ve yeniden değerlendirilmesinin (reconditioning) en sürdürülebilir tercihler olduğuna değinmiştir. Tezel ve Yıldız (2020) sürdürülebilir atık yönetiminde önceliğin atık oluşumunun önüne geçilmesi ve atığın ortadan kaldırılması gereken bir madde değil geri kazanılması gereken bir kaynak olarak görülmesi olduğunu, amacın atıkların fayda sağlayacak şekilde tekrar kullanıma kazandırılması olduğunu belirtmektedir. 3R: Reduce, Reuse, Recycle (Azalt, Tekrar Kullan, Dönüştür) prensibi, günümüzde giyim endüstrisinde sürdürülebilir uygulamaların ana fikrini oluşturmaktadır (Türkmen, 2009). Dönüştürme; geri dönüşüm, ileri dönüşüm ve aşağı dönüşüm şeklinde gerçekleşebilmektedir. Tekstil sektöründe sürdürülebilirlik bağlamında geri dönüşüm işlemi (recycling), kullanılmış ürünlerin modifiye edilerek yeni bir görünüm veya işlev kazandırılmasından (repurposing) farklı olup, tekstil atıklarının tekrar işlenerek yeni malzemeye dönüştürülmesi anlamına gelmektedir (Türkmen ve Çırakoğlu, 2019). Bugün kullanımda olan geri dönüşüm uygulamalarının çoğuna esasen recycling değil downcycling denebilir çünkü her dönüştürme işlemi sonunda materyalin kalitesi azalmaktadır (Türkmen, 2009). İleri dönüşüm ise ürün kalitesini yüksek tutmayı amaçlar, hatta malzemenin değerini tasarım aracılığı ile artırmak anlamına gelmektedir (Niinimäki, 2013), istenmeyen öğeleri veya atık malzemeleri eşit veya çok daha iyi kalitede bir şeye dönüştürme veya tasarlama sürecidir (Brown, 2010). İleri dönüşüm ile yeniden tasarlama süreci bir giysinin tamamen sökülüp yeniden inşa edilmesini içeren daha zahmetli süreçlerden, süslemeler eklemek gibi minimal değişiklikleri içerebilmektedir (Janigo ve Wu, 2015). Giysi tasarımında ileri dönüşümü mümkün kılan ürünler; üretim atıkları (pastal atıkları, üretimde kullanılmayan malzemeler, defolu kumaşlar vb.), kullanıcı öncesi atıklar (satılmayan veya kullanılmayan ürünler, iade

ürünler, defolu ürünler vb.) ve kullanıcı sonrası atıklar (kullanım sonrası atılan veya bağışlanan ürünler) olarak sınıflandırılabilir.

Bu çalışmada daha önce Fletcher (2008), Von Busch (2008), Türkmen (2009), Brown (2010), Gürcüm ve Yüksel (2011), Niinimäki (2013), Ainamo (2014), Türkmen (2014), Janigo ve Wu (2015), Kipöz (2015), Child (2016), Oh vd. (2016), Ayanoğlu ve Ağaç (2017), Can ve Ayvaz (2017), Han vd. (2017), Yıldırım (2017), Cuc ve Tripa (2018), Yücel ve Tiber (2018), Chao (2019), Dares (2019), Koch (2019), Türkmen ve Soyak Çırakoğlu (2019), Marquesa vd. (2019), Kipöz (2020), Paralı (2020), Sung vd. (2020), Aus vd. (2021), Kamble ve Behera (2021), Şenol (2021), Bigolin vd. (2022), Erol, (2022), Ertan (2022), Leshchyshyn vd. (2022), Eum ve Oh (2023), Tomer vd. (2023), Burns (2024), Cassar (2024), Cassar (2024), Er Bıyıklı vd. (2024), Gürsoy ve Sünter Eroğlu (2024), Huigyeong ve Jungsun (2024), Moon vd. (2024), Na vd. (2024), Odabaşı (2024), Özkan Kuş ve Erben (2024), Santiago vd. (2024), Franzo ve Salome (2025) tarafından yapılmış tekstil ve moda tasarımı alanında ileri dönüşüm ile ilgili çalışmalardan yola çıkılmıştır. Çalışmada giysi tasarımı alanında ileri dönüşüm alanına literatürde yer alan örnekler ve ileri dönüşüm giysi tasarımı markalarının tasarım örnekleri doğrultusunda ileri dönüşüm giysi tasarımı kullanılan tasarım yöntemlerinin belirlenmesi hedeflenmiştir. Çalışmanın amacı ileri dönüşüm giysi tasarlamak için yola çıkıldığında kullanılabilecek tasarım yöntemlerinde uygulanarak sonuçları görülmüş var olan seçeneklerin neler olduğunun belirlenmesidir. İleri dönüşüm giysi tasarımı alanında kullanılan terminolojide ve tasarım yöntemlerinin ifade edilmesinde farklılıklar olduğu tespit edilmiş ve ileri dönüşüm giysi tasarımı markalarından örnekler verilerek tasarım yöntemleri öneri sınıflandırmalar ile tespit edilmeye çalışılmıştır.

Giyisi Tasarımında İleri dönüşüm

Giyisi tasarımı ileri dönüşüm; kullanılmayan tekstil ürünlerinin yaşam döngüsünü sürdürülebilmek ve çöp sahalarına daha az atık göndererek tekstil atık miktarındaki artışın olumsuz çevresel etkilerini azaltabilmek için üzerinde çalışılmaya devam edilen ve sürdürülebilirlik çalışmaları kapsamında değerlendirilen bir alandır. İleri dönüşüm, atık malzemelerin tasarlamak için kullanılması ve daha değerli ürünler oluşturulması ile malzemelerin daha uzun süre kullanımda tutulduğu giysi üretimine uygulanabilen mevcut bir stratejidir (Han vd., 2017). İleri dönüşüm giysi tasarımı, atık veya kullanılmış tekstil ürünlerini yeniden değerlendirilerek, yeni ve özgün giysilere dönüştürebilmek amaçlanmaktadır. İleri dönüşüm; ikinci el giysilerin tasarım yoluyla yeni bir değer kazanmalarını ve yine ömürlerinin uzatılmalarını amaç edindiğinden belirli bir noktada yavaş moda ile ortak bir anlayışı paylaşmaktadır (Yıldırım, 2017). Picnicwear markası kurucusu Dani Des Roches, en sürdürülebilir ürünün hali hazırda

gardırobunuzda olan giysi olduğunu, ikinci en sürdürülebilir olanın ise var olan malzemelerden tasarlanan ürün olduğunu belirtmektedir (Picnicwear, 2025).

İleri dönüşüm alanında tasarım yapan markalar hem sürdürülebilirliği hem de tasarım aracılığı ile özgün ifade alanları oluşturmayı ön planda tutmaktadır. Bu alanda giysi tasarımı yapan markaların tasarımlarında öne çıkan tasarım unsurları bulunmaktadır. Markanın kurucusu ve /veya tasarımcısı tarafından tercih edilen bir tasarım yöntemi yıllar içerisinde kullanımına devam edilerek markanın imzası haline gelebilmektedir. Elde edilen yeni ürünler ve yeni tasarım yöntemlerinin denenmesi ile farklı tasarım yöntemlerinin kullanılması da söz konusudur. Zamanla markaların tasarım yöntemlerinde değişimler olsa da kullanılan yöntemlerde ve terminolojide benzerlikler görülmektedir. İleri dönüşümün yaygınlaşmasıyla yeni kavramlar ortaya çıkmakta, İngilizce'den Türkçe'ye aktarımda ise farklı kullanımlar ve değişimler olabilmektedir. Moda tasarımı alanında ileri dönüşüm ile ilgili yapılan çalışmalarda ve ileri dönüşüm giysi tasarımı markalarının web sitelerinde yer alan marka tanıtım açıklamalarında yeniden kullanım (reusing), tamir etme (repairing), yeniden değerlendirme (reconditioning), yeniden işlevlendirme (repurposing), geri kazanım (reclaimed), ikinci el (ikinci el) ve sevilerek kullanılmış (pre-loved) terimleri ile karşılaşılmaktadır. Örneğin Yıldırım (2017) ileri dönüşüm için; atık durumuna düşmüş bir ürünün yeni bir işlemle değer kazandırılarak yeniden kullanıma girmesi denmesinin, sözcüğün kaynağına sadık bir çeviri olsa da kavram olarak geri kazanım denilmesinin daha doğru bir kullanım olduğuna değinmiş, ileri dönüşümde geri kazanım ifadesinin kullanılmasına dikkat çekmiştir. Geri kazanım (reclaimed) ileri dönüşüm giysi tasarımı markalarının tanıtım açıklamalarında da sıklıkla karşılaşılan bir ifadedir. İleri dönüşüm giysi tasarımı markalarında kullanımı yaygınlaşmakta olan bir diğer kelime olan pre-loved kelimesi Tureng (2025) İngilizce-Türkçe sözlüğünde ikinci el/kullanılmış olarak Türkçe'ye çevrilmiştir. Cambridge Dictionary'de (2025) yeni olmayan, kullanılmış fakat özellikle bir şey satarken ikinci el kelimesini kullanılmaktan kaçınmak için kullanılmaktadır şeklinde tanımlanmıştır. Collins Dictionary'de (2025); satıcılar bu kelimeyi satılan parçaları daha çekici kılmak için kullanılmaktadır şeklinde tanımlanmaktadır. Pre-loved kelimesi için Türkçe'de ikinci el/kullanılmış dışında bir çeviri ile henüz karşılaşılmamakta, Önceden sevilmiş, sevilerek kullanılmış ifadeleri olası karşılıklar olarak görülmektedir. Bu çalışma kapsamında pre-loved kelimesi için “sevilerek kullanılmış” ifadesi önerilmektedir. Akademik çalışmalarda ve ileri dönüşüm giysi tasarımı markalarının tanıtım açıklamalarında görüldüğü üzere alan ile ilgili çalışmaların sayısı artmaya devam ettikçe ileri dönüşüm ile ilgili terminolojinin de geliştiği görülmektedir.

Moda endüstrisinde tekstil atıklarının yeniden kullanılması üzerine çalışmalar yapmış ve/veya aktif olarak yapmakta olan öncü tasarımcılardan ve markalardan bazıları; Orsola de Castro, Reclaim To Wear, Eileen Fisher, Alabama Chanin, Türkiye'den Gönül Paksoy olarak öne çıkmaktadır. Orsola de Castro 1997 yılında “From somewhere” ile moda endüstrisinde tekstil atıklarının yeniden kullanılması üzerine çalışmalar yapan öncü

markalardan olmuştur. Orsola de Castro 2011 yılında Filippo Ricci ile tasarımcıları, üreticileri ve dağıtıcıları dönüşüm projelerinde bir araya getirmek amacıyla Reclaim To Wear markasını kurmuştur. Reclaim To Wear, Topshop markası ile işbirliği yaparak, markanın üretim fazlası ürünlerini ve ölü stok kumaşlarını kullanarak 2012-2014 yılları arasında ileri dönüşüm kapsül giysi koleksiyonları oluşturmuştur. “Topshop’s Reclaim To Wear” isimli işbirliği alan ile ilgili önemli bir örnek olmuştur. 2013 Yaz koleksiyonunda yer alan tasarımlarda iki veya daha fazla farklı ürünün birleştirilerek yeni bir ürün oluşturulduğu gömlek, bluz, elbise ve etek tasarım örnekleri bulunmaktadır. Natalie Chanin tarafından kurulan Alabama Chanin markası, yirmi yıldır el işçiliği geleneğini koruyarak yerel ve etik üretimi olabilecek en yüksek kalite standartları ile sağlamaya çalışan, sürdürülebilir tasarım yaklaşımını benimsemiş bir markadır. “Çoğunlukla yüzde yüz pamuklu geri dönüştürülmüş tişörtleri temel olarak kullanan Alabama Chanin, ikinci el tişörtlerin mütevazî kökenleriyle çok az ortak noktası olan, yoğun çalışma gerektiren özel parçalar üretmektedir” (Brown, 2010, s. 14). Markada teyel, sürfile, zincir dikişi gibi temel el dikişleri ile applike tekniği kullanılarak yoğun işçilik gerektiren tasarımlar oluşturulmaktadır. Goodone markası Nin Castle ve Phobe Emerson tarafından 2006 yılında İngiltere’de sürdürülebilir ve ileri dönüşüm giysi tasarımı alanında kurulan bir markadır. Markada kullanıcı öncesi ve kullanıcı sonrası tekstil atıkları kullanılarak ileri dönüşüm giysi tasarımları oluşturulmuştur. Ağırlıklı olarak örme kumaşlar kullanılmış, çeşitli kumaşların birleştirilmesi ile ileri dönüşüm giysiler tasarlanmıştır. Eileen Fisher Renew markası; “giysilerin yaşam döngüsünü uzatabilmek için kaliteli parçalar almaya başlayarak giyebildiğiniz kadar giyin ve onlarla işiniz bittiğinde de başka birine verin” felsefesi ile oluşturulmuştur. Markadan satın alınan ürünler durumları ne olursa olsun geri getirildiğinde her bir parça için sembolik bir ödeme yapılmakta, iyi durumda olanlar yeniden satılırken, geri kalanlar geri dönüştürülmekte veya kişiselleştirilmiş bir keçe tekniği ile özgün sanatsal çalışmalara dönüştürülerek kullanılmaktadır.

Türkiye’den çalışmaları ile bu alanda öncü tasarımcılardan olan Gönül Paksoy, oldukça eski ve değerli tekstil malzemelerini biriktirerek ve kendine özgü ara tonlarda kök boyalar ile renklendirerek, malzemeleri ziyan etmeden, tekrar etmeyen giysi tasarımları oluşturması ile tanınan bir tasarımcıdır. Gönül Paksoy, 1989 yılından itibaren İstanbul Nişantaşı’ndaki atölyesinde giysi tasarımına odaklanarak, eski kumaşları, dokuları ve boyaları dönüştürerek sanat eseri niteliğinde biricik tasarımlar üretmektedir (Kipöz, 2020).

İleri dönüşüm giysi tasarımında, markalar mevcut ürünlerin kullanım ömrünü uzatmayı amaçlayan sistemler geliştirmektedir. Örneğin; Outerknown markası, ürünlerinin bir ömür boyunca atılmadan kullanılabilir olmasını hedefleyen 2021 yılında web sitelerinde oluşturdukları bir platform ile daha önce markadan alınan ürünlerin satılabilmesini ve başkaları tarafından yeniden alınabilmesini sağlayan bir sistem oluşturmuştur. Gaala markası ön sipariş alınarak üretilen tasarım ürünleri ile çevreye duyarlı ve ileri dönüşüm malzemeler kullanarak giysi tasarımı yapmayı hedefleyen bir yavaş moda markası olarak

kendilerini tanımlamaktadır. Giysi tasarımı alanında ileri dönüşüm ile giysi ve tekstil ürünlerinin kullanımda kalmasını sağlamak amacıyla oluşturulan sistemler ve uygulanan giysi tasarım yöntemleri ile seçeneklerin geliştiği ve yaygınlaştığı görülmektedir.

Yöntem

Çalışmada, ileri dönüşüm giysi tasarımında kullanılan yöntemleri belirlemek amacıyla nitel araştırma yöntemleri kapsamında literatür taraması ve veri analizi yapılmıştır. Uygulanan yöntemsel adımlar literatür taraması, veri derleme, öneri sınıflandırma ve amaçlı örneklemeden oluşmaktadır. Literatür taraması; “Upcycle”, “fashion design”, “ileri dönüşüm” ve “giysi tasarımı” anahtar kelimeleriyle, Taylor & Francis, Springer Link, Web of Science, Dergipark ve Google Scholar veri tabanlarında yapılmıştır. Veri Derleme ve sınıflandırma için literatürdeki ileri dönüşüm odaklı çalışmalar incelenmiş çalışmalarda yer verilen tasarım örnekleri ve kullanılan yöntemler analiz edilmiştir. Çalışmalardaki kavram farklılıkları ve sınıflandırma eksiklikleri göz önünde bulundurularak öneri sınıflandırmalar oluşturulmuştur. Giysi tasarımı alanında öne çıkan 38 ileri dönüşüm moda markası belirlenmiş, bu markalara ait tasarımlar yöntemsel temsil gücü açısından incelenerek öneri sınıflandırmalarda 10 markadan seçilmiş 10 tasarım örneğine yer verilmiştir.

Giysi tasarımı alanındaki güncel ileri dönüşüm moda markalarına ulaşmak için arama motoru google.com’da upcycled fashion brands, upcycling fashion brands, upcycled fashion clothing brands başlıkları ile arama yapılmıştır. Yapılan aramada; Re/Done, Beyond Retro, Outerknown, RubyMoon Gym To Swim, Wolven, Everlane, Psychic Outlaw, Alternative Apparel, Alabama Chanin, Zero Waste Daniel, Fanfare Label, Preloved, Tentree, 1/Off, Loti, The Upcycling Revolution, American Recycled Clothing, Patagonia, Antiform Ltd., Eileen Fisher Renew, Broken Ghost Clothing, Christy Dawn, Selina Sanders, Organic Basics, Urban Outfitters, Anekdot, 4kinship, Proche, Hotel Vetements, E.L.V Denim, Marine Serre, Rentravage, Goat Vintage, Frankie Collective, Noorism, OhSevenDays, Picnicwear, Gaala markaları olmak üzere 38 marka belirlenmiştir. Bu markalara ait tasarım örnekleri giysi tasarımı alanında tasarım sürecinde kullanılan ileri dönüşüm yöntemleri açısından incelenmiştir. Giysi tasarımında uygulanan ileri dönüşüm yöntemlerini belirlemek amacıyla yapılan literatür taraması sonucunda incelenen çalışmalar içerisinde bazı çalışmalarda önerilen veya uygulanan tasarım yöntemleri açık bir şekilde tanımlanırken bazı çalışmalarda genel tanımlamalar yapıldığı görülmüştür. Bu incelemeye dayanarak tanımlanan yöntemler belirlenmeye çalışılmıştır.

Giysi tasarımı alanında ileri dönüşüm odaklı çalışmalar incelendiğinde Ainamo (2014) çalışmasında, tekstil ve moda tasarımında, akıllı ürünler ve ileri dönüşüm yaklaşımlarının sürdürülebilirlik ve işlevsellik boyutlarıyla sektöre nasıl yenilikçi katkılar sunduğunun ele alındığı, çalışmada ileri dönüşüm tasarım yöntemi olarak yapı söküm’e (deconstruction)

değindiği tespit edilmiştir. Aus vd. (2021) çalışmalarında, giyim üretim süreçlerinde oluşan tekstil atıklarının ileri dönüşüm yöntemiyle tekrar değerlendirilebileceğini ve böylece çevresel etkilerin azaltılabileceğine değinmiştir. Atıkların %50-80'inin yeniden kullanılabileceği ve bunun için üretici-tasarımcı işbirliğinin önemi vurgulanmıştır. Çalışmada paylaşılan yöntem kırkyama olmuştur. Ayanoglu ve Ağaç (2017) çalışmalarında, sürdürülebilir moda kavramına yönelik tasarım fikirleri malzeme odaklı tasarım, kalıp odaklı tasarım ve modüler tasarım başlıkları altında değerlendirilmiştir. Malzeme odaklı tasarım başlığı altında kırkyama ve aplike teknikleri önerilmiştir. Bigolin vd. (2022) çalışmalarında, atık malzemelerin yeniden değerlendirilmesi ve anlamlandırılmasına odaklanarak moda pratiğinde ileri dönüşüm yöntemlerini geliştirmeyi amaçlamıştır. Çalışmada moda ve tekstil sektörlerinden toplanan ikinci el malzemelerle üç ana ileri dönüşüm yaklaşımı test edilmiş, bu yaklaşımlar tasarım ve eğitimde kullanılmak üzere önerilmiştir. Çalışmada, malzemelerin özelliklerini ve potansiyellerini anlamaya yönelik deneysel uygulamalar yapılmış, “Malzeme Envanterleri” ile “Giysi Ontolojileri” gibi kavramlar geliştirilmiş, farklı ürünlerin bir araya getirildiklerinde oluşturdukları potansiyel incelenmiştir. Burns (2024), sürdürülebilir moda tasarımı pratiğinde 2. sınıf tekstil ve moda tasarımı lisans öğrencileri için pedagojik bir yaklaşım incelemiş, oluşturulan öğrenci grupları ile toplanan eski, hasarlı ve istenmeyen siyah giysiler siyah kısa elbise olarak ileri dönüştürülmüştür. Kullanılan bluz, pantolon, şal gibi giysi elemanları önce kumaş manipülasyonu yöntemi kullanılarak yeniden değerlendirilmiş sonra oluşturulan yüzeyler giysi olarak tekrar tasarlanmıştır. Cassar (2024) çalışmasında, ileri dönüşüm süreçlerinde ortaya çıkan küçük ölçekli atıkların (proses döküntüsü) genellikle göz ardı edilen potansiyelini yeniden değerlendirerek “bakım” ve “değer” gibi kavramlarla ilişkilendirmiştir. Çalışmasında yapısöküm, kırkyama ve işleme yöntem önerileri olarak yer almaktadır. Cassar (2024) drapaj yöntemini kullandığı diğer bir çalışmada, otoetnografik belgeleme ile ileri dönüşüm yöntemlerini geleneksel doğrusal tasarım süreçleriyle karşılaştırmış, yeniden kullanımın malzeme odaklı bakış açısını merkeze alarak, ileri dönüşüm bir malzemenin geçmişiyse -insan izleri, zamansallık, parçalanma ve yaşlanma belirtileri dahil- nasıl aktif olarak etkileşime girdiğini ortaya koymuştur. Dares (2019) tasarım yöntemi olarak aplike ve boyamanın yer aldığı bir çalışmada, Kanada'daki moda tasarımcılarının ileri dönüşüm pratiğine ilişkin başarılarını, karşılaştıkları zorlukları ve çözüm stratejilerini analiz etmiştir. Er Bıyıklı vd. (2024) kalıp deformasyonu ve dikiş işlemleri ve benzeri yöntemlerle ileri dönüşümün sağlandığı bir çalışmada, Yargıcı markasının “Re-Love” ileri dönüşüm koleksiyonunu tanıtırken, kolektif iş birliği ve sürdürülebilirlik kapsamında nasıl bir yaklaşım sergilendiğini anlatmışlardır. Erol (2022) çalışmasında, deri kesim atıkları kullanarak ticari kullanım hedefi öncelikli olmadan oluşturulmuş ileri dönüşüm giysi tasarımı önerilerinde bulunmuştur. Çalışmadaki ileri dönüşüm giysi tasarım uygulamalarında önce atık deriler kesilerek ip haline getirilmiş, elde edilen iplerin tığ ile farklı örgü tekniklerinde örülerek yüzey oluşturulması yöntem olarak kullanılmıştır. Eum

ve Oh (2023) çalışmalarında, Marine Serre markasının ileri dönüşüm tasarım uygulamalarını analiz ederek, ileri dönüşüm moda tasarımının temel özellikleri ve değerlerini ortaya koymuşlardır. Tasarım analizlerinde eski ürünlerin yeni ürünlere dönüştürülmesine, çeşitli malzemelerin karıştırılıp eşleştirilmesine, patchwork ve kolaj kullanımına yer verilmiştir. Franzo ve Salome (2025) çalışmalarında, tekstil hackleme pratiği, moda atıklarını dönüştürerek sürdürülebilirliği teşvik eden ve insan merkezli tasarımı sorgulayan politik bir tasarım yaklaşımı olarak iki farklı perspektifi analiz etmişlerdir. Gürsoy ve Sünter Eroğlu (2024) çalışmalarında, 4 adet hatalı/yıpranmış denim ürünü, kesim, söküm, dikim işlemleri kullanarak atık kumaşlar, el işi pul detaylı ve baskılı kumaş gibi aksesuarlar eklemeleri ile yeniden tasarlamışlardır. Han vd. (2017) çalışmalarında, İngiltere’de ileri dönüşüm moda tasarımının geliştirilmesine yönelik konvansiyonel ve ileri dönüşüm giysi tasarım süreçleri karşılaştırmış; ileri dönüşümde malzeme temininin kolaylığı, tasarımın mevcut malzemelerle şekillenmesi, kırkyama tekniğinin gerekliliği, ileri dönüşümün çevresel, ekonomik ve eğitimsel faydalar sunduğunu ortaya koymuşlardır. Huigyeong ve Jungsun (2024) atık giysilerin yapı sökümüne ve yeniden birleştirilmesine yer verdikleri çalışmalarında, atık malzeme yapı sökümü ve geri dönüştürülmüş giysiler kullanılarak oluşturulan giysi tasarımında farklı ifade biçimleri ve çevresel sorumlulukları ele almışlardır. Janigo ve Wu (2015) çalışmalarında, kullanılmış giysilerin sürdürülebilir moda kapsamında yeniden tasarlanması ve bu sürecin potansiyel bir iş fırsatı olarak değerlendirilmesi ele almışlardır. Marquesa vd. (2019) uçak koltuk kumaşları ve emniyet kemerlerinden uzun ceket tasarladıkları, atık tekstil malzemesi kullanılarak konvansiyonel doğrusal tasarım sürecinin yer aldığı çalışmalarında, döngüsel ekonomi ilkeleri doğrultusunda havayolu atıklarından elde edilen tekstil malzemeleriyle gerçekleştirilen bir ileri dönüşüm giysi tasarımı yarışması üzerinden, yaratıcı tasarım süreçlerinin sürdürülebilir moda üretimine katkısını incelemişlerdir. Moon vd. (2024), ileri dönüşüm giysi tasarımının temel yöntemlerini Christopher Nemes’in tasarımları üzerinden inceledikleri ve tasarım yöntemi olarak yapı sökümü (deconstruction) ele aldıkları 4 adet ileri dönüşüm giysisi tasarımı oluşturmuşlardır. Na vd. (2024), yapı sökümü ele aldıkları çalışmalarında, Maison Margiela’nın 2018-2021 yılları arasındaki koleksiyonlarından seçilmiş 16 çalışması Panofsky’nin üç aşamalı ikonoloji yöntemiyle analiz ederek, ileri dönüşüm ve yeniden yapılandırılmış modanın anlamı ve sembolik değerlerini ortaya koymuşlardır. Oh vd. (2016), çalışmalarında, ileri dönüşüm çalışan moda markalarının ve tasarımcıların kullandıkları yöntemlerini analiz örnekler üzerinden yöntemleri dekonstrüksiyon ve yeniden düzenleme, görünüm değişikliği, montaj/kolaj, yamalama (kırkyama/kapitone), ekleme (boncuk, şerit, biye), kesme, katlama (pike, büzgü, bağlama, örme, dokuma) yöntemlerine göre sınıflandırmışlardır. Özkan Kuş ve Erben (2024) çalışmalarında, modası geçmiş veya yıpranma sebebi ile kullanılmayan denim giysileri, yeniden yapım yöntemini kullanarak tekstil atıklarını azaltma amacıyla, yeni tasarım önerilerine dönüştürmüştür. Paralı (2020) çalışmasında, Gary Harvey, Lamine Kouyate, Maison

Margiela örnekleri üzerinden ileri dönüşüm uygulanan couture tasarım örneklerine yer vermiş, Alabama Chanin, Goodone ve Junky Styling marka örneklerine değinmiş, yeniden yapılandırma, drapaj, iğneli keçe tekniği ile süsleme, makreme örme tekniği kullanılmış 4 adet deneysel çalışma paylaşmışlardır. Santiago vd. (2024) çalışmalarında, kullanılmış denim pantolonların ileri dönüşüm yoluyla şık bir üst giysiye dönüştürülmesini ele almışlardır. Şenol (2021) çalışmasında, ileri dönüşüm tekniği olarak yeniden yapım (rekonstrüksiyon) yöntemi ile denim hazır giyim atıklarını kullanarak 5 adet giyilebilir ürün tasarımı gerçekleştirmiştir. Tomer vd. (2023), Haryana eyaletinin Hisar bölgesinde, atık denim kumaşların ileri dönüşüm potansiyelini araştırmak amacıyla otuz uzman katılımcı ile birlikte uzmanların da görüşleri doğrultusunda pens, pile, nakış, kırkyama, el boyama ve tığ işi gibi tekniklerle ileri dönüştürülmüş giysi ve aksesuarlar geliştirmişlerdir. Von Busch (2008) çalışmasında, moda tasarımında geleneksel tüketici rollerini dönüştürerek, hacktivizm yaklaşımıyla katılımcı ve yaratıcı bir süreç oluşturmanın yollarını araştırmıştır. Çalışmada bireylerin modada daha aktif ve üretken roller üstlenmelerini amaçlayan, deneysel ve çok yönlü bir tasarım yaklaşımı ortaya koyulmuş, yeniden tasarım yaklaşımına (re-design design practice) değinilmiştir. Yıldırım (2017) çalışmasında, ikinci el giysileri geri kazanmak amacıyla tasarımcıların kullandıkları yöntemlere, yürütülen projelere ve gelişen kavramlara değinmiş; ayrıca yeni teknik ve yöntemlerin araştırılması ile seri üretime entegre edilmesinin alana katkı sağlayacağını, giysinin sökülerek yeniden tasarlanmasının ve tekstil teknikleriyle dönüştürülerek değer kazandırılmasının giysinin yaşam ömrünü uzatacağını belirtmiştir. Çalışmada kırkyama, aplike, baskı ve yakma ile lazer kesim etkisi yaratma olmak üzere çeşitli dikim teknikleri ile yeniden tasarlama üzerine örnekler paylaşılmıştır. İncelenen bu çalışmalar doğrultusunda ileri dönüşüm giysi tasarımında kullanılan tasarım yöntemleri; yapısöküm, kırkyama, kumaş manipülasyonu, aplike, işleme, tığ işi, dikiş işlemleri, drapaj, boyama, kalıp deformasyonu, yeniden yapım (reconstruction), yeniden birleştirme olarak tespit edilmiştir.

İleri Dönüşüm Giysi Tasarımında Kullanılan Tasarım Yöntemleri İçin Öneri Sınıflandırmalar

Çalışmada, kullanım ömrünü tamamlamış giysiler, atık veya ölü stok kumaşlar gibi değerlendirilme potansiyeli taşıyan kumaşların, ileri dönüşüm yaklaşımı çerçevesinde yeni giysi üretiminde hangi tasarım yöntemleri aracılığıyla yeniden işlevselleştirildiği ortaya konulmaya çalışılmıştır. İleri dönüşüm giysi tasarımında kullanılan yöntemlere dair öneri sınıflandırmalara benzer bir değerlendirme Oh vd. (2016) tarafından yapılan çalışmada ele alınmıştır. Yapılan sınıflandırmada yer alan dekonstrüksiyon ve yeniden düzenleme, görünüm değişikliği, montaj/kolaj, yamalama (patchwork/kapitone), ekleme (boncuk, şerit, biye), kesme, katlama (pike, büzgü, bağlama, örme, dokuma) uygulanan yöntemler açısından doğru olmakla birlikte görünüm değişikliğinin nasıl yapıldığı açısından açık değildir. Kırkyama, malzeme ekleme, kumaş veya malzeme ile

yüzey etkisini değiştirecek şekilde gerçekleştirilebilecek her türlü tasarım müdahalesi kumaş manipülasyonu şeklinde de ifade edilebileceği, kumaş manipülasyonu kendi içerisinde detaylandırılabilirliğinden ve ayrıca drapaj ve atık tekstil malzemesi kullanılarak konvansiyonel doğrusal tasarım süreci gibi başlıklara rastlanmadığından incelenen çalışmalar sonucunda yeniden yapım (rekonstrüksiyon), yeniden tasarım (re-design) tasarım yöntemlerinde kullanılan yaklaşımlar giysi tasarımı açısından açılmaya çalışılarak ileri dönüşüm giysi tasarımı yöntemleri için bu çalışma kapsamında öneri sınıflandırmalar yapılmıştır.

Yeniden yapım (rekonstrüksiyon), dekonstrüksiyon (yapısöküm), kumaş veya malzeme manipülasyonu, drapaj ve atık malzeme kullanılarak konvansiyonel doğrusal tasarım süreci olmak üzere farklı yöntemler ile giysi tasarımında ileri dönüşüm sağlanabildiği tespit edilmiştir. Farklı tasarım yöntemleri kullanılarak oluşturulan, yapılan değişim ile değer kazandırılan giysilerin var olan giysilerin yaşam ömrünü uzatacağına, yeni teknik ve yöntemlerin araştırılmasının, seri üretime entegre edilmesinin alana katkı sağlayacağına değinildiği görülmüştür. Var olan giysi ve malzemeler kullanılarak yeniden yapım (rekonstrüksiyon) ile ileri dönüşümün sağlandığı çalışmalarda tasarım yöntemi olarak yapısöküm, ürün birleştirme ve kumaş manipülasyonu uygulamaları görüldüğünden bu çalışma kapsamında iki veya daha fazla farklı ürünün kalıp özelliklerinin birleştirilmesi ile oluşturulan giysi tasarımları ürün birleştirme başlığı altında ve boyama, nakış, katlama, büzme, kırkyama (patchwork) vb. giysi ve baskı tekniklerinin kullanılmasının kumaş manipülasyonu başlığı altında toplanması bu çalışma kapsamında önerilmektedir. Bu doğrultuda ileri dönüşüm giysi tasarım uygulamalarında kullanılabilecek tasarım yöntemleri 5 ana başlıkta toplanmıştır:

- A. Ürün birleştirme / yeniden yapım (reconstruction)
- B. Yapısöküm (deconstruction)
- C. Kumaş manipülasyonu
 - C.1. Boyama, baskı vb. teknikler
 - C.2. İşleme ve aplike
- D. Drapaj
- E. Kullanımı sonlanmış tekstil malzemeleri ile konvansiyel doğrusal tasarım

A. Ürün Birleştirme / Yeniden Yapım (Reconstruction)

Ürün birleştirme; daha önce üretilmiş giyim elemanlarından veya kumaşlardan seçilen iki veya daha fazla ürünün farklı birleştirmeler ile ele alınarak değerlendirilmesi ve yeni bir tasarım ürünü oluşturulmasıdır. Ürün birleştirme yönteminde birbirine benzer veya farklı parçalar birleştirilebilmektedir. Kullanımı sonlanmış ürünler bir araya getirilirken aynı ürün grubundan parçalar seçilebildiği gibi farklı ürünler bir araya getirilerek de yeni bir tasarım ürünü oluşturulabilmektedir. Örneğin; birkaç farklı denim pantolon kullanılarak farklı bir denim pantolon tasarlanabildiği gibi, denim etek veya ceket tasarımı da oluşturulabilmektedir. Farklı gömlekler veya elbiseler farklı modeller olarak

değerlendirilebilmektedir. İleri dönüşüm giysi tasarımlarında, ürünün oluşturulmasında yöntem olarak ürün birleştirme kullanan markalara örnek olarak Reclaim to wear topshop işbirliği örneği, Goodone, 1/off, Proche, Rentravage, Preloved, Fanfare Label, Marine Serre, 4kinship, Noorism, Re/Done, Antiform, E.L.V. Denim, Goat Vintage, Patagonia Recrafted, Selina Sanders, Frankie Collective, Loti markaları verilebilmektedir. Çalışma kapsamında bu markalar arasından, uzun süredir varlık gösteren ve kullanılan yöntemin en belirgin biçimde ifade edilebileceği örnekler olarak, Antiform ve Rentravage markaları örnek olarak değerlendirilmiştir. 2007 yılında kurulan Antiform markasında etik ve sürdürülebilir tasarımın anlayışı ile tamamen geri kazanılmış tekstil malzemeler kullanılarak ileri dönüşüm giysiler oluşturulmaktadır. Görsel 1.'de yer alan Antiform markasına ait örnekte yünlü tüvit ve pamuklu sweatshirt birleştirilerek oluşturulmuş bir kazak tasarımı yer almaktadır. Görsel 2.'de yer alan Rentravage markasına ait bir başka örnekte iki farklı klasik erkek ceket birleştirilerek oluşturulmuş ileri dönüşüm cropped blazer tasarımı görülmektedir.



Görsel 1. Antiform markasına ait ileri dönüşüm üniseks tüvit kazak tasarımı
Figure 1. Upcycled unisex tweed sweater design by the brand Antiform



Görsel 2. Rentravage markasına ait ileri dönüşüm blazer ceket tasarımı
Figure 2. Upcycled blazer jacket design by the brand Rentravage

B. Yapisöküm (Dekonstrüksiyon)

Derrida'nın edebi eleştiride gizli ve alternatif anlamların arandığı yeni bir yaklaşım olarak öne sürdüğü yapisöküm; giysi tasarımında giysilerin ters giyilmiş, tamamlanmamış veya kasıtlı olarak bozulmuş bir şekilde sunulmasıyla kendini göstermekte, geleneksel normlardan sapma ve alışılmadık, açık uçlu bir yaklaşımın benimsenmesini simgelemektedir (Ellinwood, 2011). Giysilerin tamamen söküldüğü ve parçalarının eksik, ters yüz edilerek ya da bozuk bir şekilde yeniden bir araya getirildiği tasarım şekli (Ambrose ve Harris, 2012) olan yapisöküm yöntemi Sonia Rykel, Vivienne Westwood, Yohji Yamamoto, Martin Margiela başta olmak üzere, dünya çapında giysi tasarımında kullanılan bir yaklaşım olmuştur. Yapisöküm (deconstruction) terimi moda dergilerinin kelime haznesine, podyumda sergilenen tamamlanmamış, sökülmüş, geri dönüştürülmüş, şeffaf ve grunge giysileri tanımlamak için kullanılmış, Karl Lagerfeld, Martin Margiela, Ann Demeulemeester ve Dries Van Noten gibi isimlerin yanı sıra özellikle Rei Kawakubo'nun Comme des Garçons için yaptığı tasarımlar ile ilişkilendirilen bir nitelendirme olarak girmiştir (Gill, 1998). Giysinin iç kısmında kalan dikişlerin giysinin dışında kullanılması, etek uçlarının dikilmeden açık bırakılması, sökükle uçlar, sarkan iplikler, bilinçli oluşturulmuş delikler ve fermuarların görünür kılınması gibi detaylar giysilerde tasarım özelliği olarak kullanılmaktadır.

Giysi tasarımında bir tasarım yaklaşımı olan yapisöküm, ileri dönüşüm giysi tasarımında da kullanılabilir bir yöntem olarak öne çıkmaktadır. Geleneksel yapılara bağlı kalmak zorunda olmadan malzemelerin potansiyelinin sorgulanmasının sağlanması ve alternatifler geliştirilmesine fırsat tanınması gibi açılardan deneysel öneriler geliştirilmesine uygun bir yöntem olarak değerlendirilebilmektedir.

Tasarımlara görsel dinamik kazandırmak açısından değerlendirmeye açık bir alan yaratmaktadır. İleri dönüşüm giysi tasarımında yapisöküm bir ürünün kalıp parçalarına ayrılarak yeni bir model oluşturulması veya ürün formunda değişiklik yapılarak yeni bir ürün olarak sunulması olarak görülmektedir. 1/off, Proche markalarının ileri dönüşüm giysi tasarımlarında yapisökümün bir yöntem olarak kullanıldığı tasarım örnekleri yer almaktadır. 2019 yılında kurulan 1/Off markasında, YSL, Burberry, Chanel, Ralph Lauren gibi lüks hazır giyim markalarına ait vintage giysiler kullanılarak modern ileri dönüşüm giysiler oluşturulmaktadır. Giysiler kalıp parçalarına ayrılıp yeniden değerlendirilerek veya giysiye yapılan eklemelerle görünümde değişiklik yapılarak tasarlanmaktadır. Görsel 3.'te yer alan tasarımda %100 yün ince çizgili blazer ceket yapisöküm ile kolsuz ve crop fit bir ileri dönüşüm ceket tasarıma dönüştürülmüştür. Ceket kollarının sökülerek yeleğe dönüştürülmesi ve kol evinde bitiş dikişinin içe kıvrılarak temizlenmeden açık bırakılması giysi tasarımında yapisöküm yönteminin kullanılmasının tipik bir örneğini oluşturmaktadır.



Görsel 3. 1/Off markasına ait ileri dönüşüm kolsuz crop blazer ceket tasarımı

Figure 3. Upcycled sleeveless cropped blazer design by the brand 1/Off

Görsel 4.'te yer alan Proche markasına ait ileri dönüşüm gömlek tasarımında, ikinci el erkek gömleğine ölü stok kumaş ilaveleri yapılarak gömleğin yapısı değiştirilmiş ve gömlek oversize bir forma dönüştürülmüştür.



Görsel 4. Proche markasına ait ileri dönüşüm gömlek tasarımı

Figure 4. Upcycled shirt design by the brand Proche

C. Kumaş Manipülasyonu

Manipülasyon kelimesi Türk Dil Kurumu Sözlükleri (2025) içerisinde; yönlendirme, seçme, ekleme ve çıkarma yoluyla bilgileri değiştirme olarak tanımlanmaktadır. Manipülasyon en genel tanımıyla, “bir verinin niyet doğrultusunda gösterilmek istenen amaca uygun biçimde yeniden düzenlenerek ortaya konması”dır (Atan vd. 2013). Kumaş manipülasyonu, “tekstil yüzeyinin farklı malzeme ve tekniklerle hacim kazandırılarak boyutlandırılması ile görüntüsünde, renginde ve şeklinde meydana getirilen değişimler” olarak tanımlanabilir (Hamamcı ve Oyman, 2023).

Tekstil yüzeylerinin manipülasyonu; çeşitli yöntemlerle üretilmiş olan kumaşların dikiş teknikleri, katlama, büzme, boyama-baskı, aşındırma ya da hazır gereçlerin kullanımıyla üç boyutlu bir etki yaratmak için de uygulanabilen, geleneksel tekniklerle ve deneysel

çalışmaya uygun, birçok farklı tekniğin tek başına ya da bir arada kullanılabildiği bir eylemdir (Çağlar Öztürk ve Kozbekçi Ayrancı, 2023). Dokuma yüzeylerin manipülasyonu; çeşitli tekniklerle dokunmuş olan kumaşların görüntüsünün, dokusunun değişikliğe uğratılması, şeklinin, renginin değiştirilmesi ve olduğundan daha farklı bir hale getirilme sanatıdır (Akpınarlı ve Bulat, 2016). Akpınarlı ve Bulat (2016) tekstil dokuma yüzeylerinde yapılabilecek manipülasyon çalışmalarını dikiş tekniği ile yapılan manipülasyonlar: drape, nervür, biye, pili, fırır-farbala, büzgü, volan, kapitone, enkürüste, nakış tekniği ile yapılan manipülasyonlar: el nakışı ile yapılan süslemeler, makine nakışı ile yapılan süslemeler, hazır gereçlerle yapılan manipülasyonlar: kordonlar, danteller ve fistolar, sutaşı ve hazır harçlar, kurdele ve şeritler, modern tekniklerle yapılan manipülasyonlar: lazer kesim şeklinde sınıflandırmıştır.

Çağlar Öztürk ve Kozbekçi Ayrancı (2023), manipülasyonda kullanılan tekstil teknikleri içerisinde keçeleştirme (dokusuz yüzey), boyama (rezerve boyama teknikleri), batik, paslandırma (rusting), baskı (eko baskı, devore baskı), endüstriyel baskı (dijital baskı, lazer kesim) teknikleri dahil edilirken, dikiş teknikleri içerisinde (nakış, işleme, applike, kırkyama, fırır-farbala-volan, pile, nervür, katlama-origami, büzgü, kapitone ve hazır gereçler) ile yapılan uygulamalar dahil edilmektedir şeklinde tanımlamıştır. İleri dönüşümde kumaş manipülasyonu, mevcut giysi parçaları veya ölü stok malzemelerin yeniden değerlendirilerek yeni bir giyim ürününe dönüştürülmesidir.

Kumaş manipülasyonu malzeme ile birim biçimler oluşturulması ve birim biçimlerin bir araya getirilmesi ile yüzey tasarlanmasıdır. Kırkyama (patchwork), büzgü, pile, katlama gibi dikiş tekniklerinin kullanılması ile yüzey tasarlanarak bu yüzeyin bir giyim ürünüde kullanılması veya giysinin oluşturulan bu yüzey ile eş zamanlı planlanarak tasarlanmasıdır. Bir malzemenin giysinin bütününde veya belli bir alanında dekoratif yüzeyler oluşturacak şekilde kullanılması da kumaş manipülasyonu ile tasarlanmasıdır. Alabama Chanin, Zerowaste Daniel, Preloved, Loti, Goat Vintage, Noorism, Eileen Fisher Renew, Psychic Outlaw, Fanfare Label, markalarına ait ileri dönüşüm giysi tasarımı örneklerinde kumaş manipülasyonu ileri dönüşüm yöntemi olarak kullanılmıştır.

Daniel Silverstein tarafından 2017 yılında kurulan Zero Waste Daniel markasında, New York giyim endüstrisinin kullanıcı öncesi atıkları kullanılarak cinsiyetsiz giysiler oluşturulmaktadır (Zero Waste Daniel, 2025). Markada toplanan tüm kumaşlar giysilerde kırkyama tekniği ile tamamen bitirilene kadar kullanılarak sweatshirt, tişört, pantolon, şort, ceket, çanta, saç aksesuarı, broş tasarımları oluşturulmaktadır. Görsel 5.'te Zero Waste Daniel markasına ait kırkyama tekniği kullanılarak oluşturulmuş sweatshirt tasarımı yer almaktadır.



Görsel 5. Zero Waste Daniel markasına ait ileri dönüşüm sweatshirt tasarımı

Figure 5. Upcycled sweatshirt design by the brand Zero Waste Daniel

Görsel 6.'da yer alan Preloved markasına ait ileri dönüşüm süveter tasarımı çeşitli ileridönüşüm yün kazakların, markanın imza niteliğindeki kalp yama detayı ve kırkyama tekniği kullanılması ile oluşturulmuştur.



Görsel 6. Preloved markasına ait ileri dönüşüm süveter tasarımı

Figure 6. Upcycled sweater vest design by the brand Preloved

C.1. Boyama, Baskı vb. Teknikler

İleri dönüşüm giysi tasarımında ürünün model özelliği değiştirilmeden, giysi üzerine boyama ve baskı yapılarak ürüne değer katılması / ürün görünümünün değiştirilmesi tasarım yöntemi olarak boyama, baskı vb. tekniklerinin kullanılması olarak değerlendirilebilmektedir. Boyama, baskı vb. teknikler; fırça ile elde boyama, doğal boyar maddeler veya kumaş boyaları ile boyama, batık, şibori vb. teknikler, blok, transfer, dijital, şablon baskı gibi baskı tekniklerinin kullanılması, lazer yakma ve lazer kesim gibi tasarlanan bir desen tasarımının elde veya teknolojik yöntemlerin kullanılması ile uygulanmasını içerebilmektedir. 4kinship, Psychic Outlaw, Goat Vintage, Alabama Chanin, markalarının tasarımları arasında boyama, baskı vb. teknikler kullanılarak tasarlanmış ileri dönüşüm giysi tasarımı örnekleri yer almaktadır. 4kinship markası 2015

yılında kurulmuş, el yapımı az adetli üretim yapan bir ileri dönüşüm markasıdır. Tasarımlarında vintage parçalar, askeri üniformalar, iş giysileri kullanılmaktadır. Giysi parçaları, birleştirilerek veya modellerinde değişiklikler yapılarak kullanılmaktadır. Markaya ait tasarımlarda modelde değişiklik yapılmadan elde boyama yapılarak yeni görünümler kazandırılarak ileri dönüşüm yaklaşımı uygulandığı örnekler de görülmektedir. Görsel 7.'de 4kinship markasına ait, vintage askeri ceket yer almaktadır. Bu ileri dönüşüm giysi tasarımında kullanılan vintage askeri ceketin modeli değiştirilmeden elde boyama yapılarak görünümü tamamen değiştirilmiştir.



Görsel 7. 4kinship markasına ait ileri dönüşüm vintage askeri ceket

Figure 7. Upcycled vintage military jacket design by the brand 4kinship

C.2 İşleme ve Aplike

İleri dönüşüm giysi tasarımında bir ürünün üzerine işleme ve applike yapılarak görünümü var olan halinden farklılaştırılarak ürünün katma değeri yükseltilebilmektedir. İşleme; çeşitli iplikler ile kumaş yüzeyine elde veya makine ile yapılan motif veya desen ile süsleme olarak tanımlanabilmektedir. Fransızca appliquer kelimesinden Türkçe'ye yerleşen applike, uygulama anlamına gelmekte, kumaş, boncuk, pul vb. malzemelerin ana kumaşa dikilmesiyle oluşan bir giysi süsleme metodudur (Ambrose ve Harris, 2012). “Aplike; tekstil yüzeylerinde genellikle bir kumaş parçasının başka bir kumaş yüzeyine çeşitli yollarla uygulanması ile elde edilen bir teknik olarak bilinmektedir” (Selük Altunöz ve Şahin, 2023, s. 133). Aplike ayrıca; “zemin kumaşının üzerine farklı motifler oluşturarak kesilen kumaş parçalarının dikiş teknikleriyle sabitlenmesi olarak tanımlanmaktadır” (Özdemir vd. 2018, s. 1208). İleri dönüşüm giysi tasarımında işleme ve applike uygulanmış örneklerde bir giyim ürünü yüzeyine yapılan müdahaleler aracılığıyla ürünün görsel ve estetik niteliğinin yeniden biçimlendirildiği görülmektedir. Tasarımlarında işleme ve applike kullanan markalar arasında Re/Done, Picnicwear, Hotel Vetements, Fanfare Label dikkat çekmektedir. 2014 yılında kurulan Re/Done markasında Amerikan markaları Hanes, Levi's, Dr. Scholls ve Ford giyim ürünleri limitli sayıda, lüks

tasarım oluşturma fikri ile ileri dönüştürülmektedir. Görsel 8.'de Re/Done markasına ait vintage Levi's denim pantolonlar kullanılarak yıldız şekilli aplikeler yapılmış ileri dönüşüm denim pantolon tasarımı yer almaktadır.



Görsel 8. Re/Done markasına ait ileri dönüşüm denim pantolon tasarımı
Figure 8. Upcycled denim pants design by the brand Re/Done

D. Drapaj

Drapaj, Fransızca bir kelime olup, giysilere uygulanan çeşitli büzgüler, pililer, verilen şekiller ve bolluklar anlamına gelen drape (draper) kelimesinde türetilmiş bir sözcüktür (Bedük ve Yıldız, 2004). Kişisel (2018) drapajı, doğrudan canlı manken ya da prova mankeni üzerinde kumaş kullanılarak tasarım yapılması olarak tanımlamıştır. Drapaj, couture tasarımcıları tarafından yeni modeller oluşturulacağı zaman tercih edilen bir teknik olmuştur (Göncü, 2005). Bir giysinin canlı veya cansız manken üzerinde üç boyutlu olarak tasarlanmasında kullanılan bir giysi oluşturma yöntemi olan drapaj ileri dönüşüm giysi tasarımında kullanılabilir. Ürün veya ürünler kalıp parçalarına ayrılmadan prova mankeni üzerinde model görünümünde değişiklik yapılabilir. Büyük beden bir parça prova mankeni üzerinde bolluklar ile oynanarak, büzgüler, pililer kullanılarak verilen şekiller ile model görünümünde değişiklik yapılarak daha küçük bir beden giysiye dönüştürülebilmektedir. Marine Serre ve Fanfare Label markalarına ait ileri dönüşüm giysi tasarımları arasında drapaj yönteminin kullanıldığı tasarımlar yer almaktadır. 2017 yılında kurulan Marine Serre markasında, eski denim pantolonlardan, yorganlara, deri parçalarından ölü stok kumaşlara farklı malzemeler değerlendirilerek lüks hazır giyim ve couture giysi tasarımları oluşturulmaktadır. Couture tasarımları arasında denim kemerlerden oluşturulmuş elbise, deri ve süet parçalarının kırkyama tekniği ile kullanıldığı trençkot, alışveriş çantalarından oluşturulmuş elbise ve kapitone yorgan elbise gibi modeller yer almaktadır. Lüks hazır giyim tasarımları arasında rejenere tişörtlerden oluşturulmuş %100 pamuklu tişört tasarımları, ipek fularlar kullanılarak oluşturulmuş drape elbiseler yer almaktadır. Görsel 9.'da yer alan ileri dönüştürülmüş %100 ipek fularlar kullanılmış drape elbisenin özellikle üst kısmında yer alan drape

detaylardan ve fularların birleştirilme yerlerinin beden üzerinde denk geldiği hatlardan manken üzerinde planlanarak drapaj ile oluşturulduğu anlaşılmaktadır.



Görsel 9. Marine Serre markasına ait ipek fularlar ile oluşturulmuş ileri dönüşüm drape elbise tasarımı
Figure 9. Upcycled draped dress design made from silk scarves by the brand Marine Serre

E. Kullanımı Sonlanmış Tekstil Malzemeleri ile Konvansiyonel Doğrusal Tasarım

Kullanımı sonlanmış tekstil malzemeleri ile konvansiyonel doğrusal tasarım yöntemi; üretim artığı, ölü stok, vintage kumaş ve tekstil yan aksesuarları olmak üzere önceden farklı bir amaç için üretilmiş kullanılmış veya kullanılmamış var olan tekstil malzemelerinin, konvansiyonel giysi üretim yöntemleri kullanılarak giysi tasarımında ileri dönüşüm sağlanmasıdır.

Masa örtüsü, perde gibi birçok farklı ev tekstili ürünü, vintage kumaşlar, kumaş fabrikalarının sezon dışı ellerinde kalan metraj kumaşları olmak üzere birçok farklı tekstil malzemesinin ileri dönüşüm giysi tasarımı amacı ile kullanılırken giysinin tasarlanması aşamasında ürün birleştirme, yapı söküm, kumaş manipülasyonu, drapaj gibi yöntemler kullanılmadan konvansiyonel giysi tasarımı yönteminin kullanılmış olması olarak sınıflandırılabilir.

Var olan tekstil malzemelerini kullanarak ileri dönüşüm giysi tasarımları oluşturan markalardan bazıları; Eileen Fisher Renew, Rentravage, Picnicwear, Hotel Vetements, Outerknown, Gaala, Pantee, Anekdot, Tentree, Organic Basic olarak öne çıkmaktadır. Örneğin; 2017 yılında Alexandra Hartmann tarafından kurulan Hotel Vetements markası, Hartmann'ın Paris'te bir otelin önünden geçerken tesadüfen karşısına çıkan eski perdeler bulması ile oluşturulmuş bir markadır. Marka, özenli el işçiliği ile sembolik olarak otel deneyimini yakalamak üzerine kurgulanmıştır. Markada atılmış ve kullanılmayan döşemelik, perdelik kumaşlar, masa örtüleri ve yatak örtüleri olmak üzere vintage kumaşlar toplanarak giysi tasarımlarına dönüştürülmektedir. Elde edilen

kumaşların bir kısmı Paris Ritz Otelinin ipek perdeleri olmak üzere 1800'lere dayanmaktadır (Hotelvetements, 2025) Pantee markası ölü stok kumaşlarla tasarımlar oluşturan bir markadır.

Anekdot markası; üretim fazlası, ölü stok ve vintage kumaş ve aksesuarlar kullanmakta, tasarımlarında yüksek kaliteli malzemeler tercih eden bir markadır. Megan Mummery'in İstanbul'da büyük giysi üreticilerinin üretimlerinden arta kalan kullanılmayan kumaşları kullanarak sınırlı sayıda giysi tasarımları oluşturmak amacıyla oluşturduğu Oh Seven Days markası bulunmaktadır.

Picnicwear markası Dani Des Roches tarafından 2019 yılında kurulmuş bir yavaş moda markasıdır. Markada vintage ve ölü stok malzemeler kullanılarak ileri dönüşüm giysiler ve aksesuarlar tasarlanmaktadır. Ürünlerin tasarımı ve kalıp hazırlığı North Carolina'da, dikimi New York'ta oluşturulan bir terzi ekibi ile yapılmaktadır. Tasarımlarda tek bir kumaş veya farklı kumaşlar kullanılarak yeni ürünler oluşturulmaktadır. Görsel 10.'da yer alan elbise tasarımında 1960'lı yıllardan kalma vintage ölü stok pamuk saten kumaş kullanılmış, elbise XS-M ve L-XL olarak iki beden üretilerek belden bağlanan kemer ile ayarlanabilir tasarım özelliği kazandırılarak farklı bedenlere uyarlanabilir olarak önerilmiştir.



Görsel 10. Picnicwear markasına ait ileri dönüşüm elbise tasarımı

Figure 10. Upcycled dress design by the brand Picnicwear

Tartışma ve Sonuç

Bu çalışma, giysi tasarımında ileri dönüşüm tasarım yöntemlerini belirlemek ve sınıflandırmak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışmada ileri dönüşüm giysi tasarımında uygulanan tasarım yöntemlerini belirlemek amacıyla literatür taraması ve veri analizi yöntemleri kullanılarak, ileri dönüşüm giysi tasarımında öne çıkan pratiklerin kapsamı ve çeşitliliği ortaya konulmaya çalışılmıştır. Elde edilen bulgular, sürdürülebilir moda kapsamında ileri dönüşüm yaklaşımının giderek yaygınlaştığını ve çeşitli yaratıcı yöntemlerle uygulandığını göstermektedir.

İncelemeler sonucunda, ileri dönüşüm giysi tasarımında öne çıkan ürün birleştirme, yapısöküm, kumaş manipülasyonu, drapaj ve kullanımı sonlanmış tekstil malzemeleri ile konvansiyonel doğrusal tasarım yöntemi ile değerlendirilmesi olmak üzere beş temel tasarım yöntemi tanımlanmıştır. Bu yöntemlerin her biri kullanım biçimi, uygulama kolaylığı, tasarım potansiyeli ve çevresel katkıları açısından farklı avantajlar sunmaktadır.

Ürün birleştirme yöntemi, kullanım dışı giysilerin birleştirilerek yeni ve dikkat çekici ürünlere dönüştürülmesine olanak tanımaktadır. Özellikle ürün olarak ele alınarak dönüştürülen tasarımlarda birden fazla giysinin kullanılması ve tasarım özelliklerinin sürece dahil edilmesi, bu yöntemin tercih edilmesindeki önemli nedenlerinden biri olarak değerlendirilebilmektedir. Bir diğer avantajı ürünlerin belli yerlerinde oluşan aşınma, deformasyon gibi ürünün kullanımının sonlanmasını sağlayan sebeplerin onarım ile ortadan kaldırılmasının tercih edilmediği noktalarda ürünün görünümünün farklı parçalar ile birleştirilerek değiştirilebilir olmasından kaynaklanabilmektedir. Özellikle iki ya da daha fazla ürünün bir araya getirilerek tasarıma dahil edilmesi, hem estetik hem de işlevsel açıdan güçlü bir dönüşüm stratejisi olarak değerlendirilebilmektedir. Kumaş manipülasyonu yöntemi, yüzey ve giysi tasarımında geleneksel bir tasarım yöntemi olarak geniş bir perspektifte kullanılmakta olan bir yöntem olduğundan ileri dönüşüm giysi tasarımında da ağırlıklı olarak kullanılabilir. Özellikle iki ya da daha fazla ürünün bir araya getirilerek tasarıma dahil edilmesi, hem estetik hem de işlevsel açıdan güçlü bir dönüşüm stratejisi olarak değerlendirilebilmektedir. Kumaş manipülasyonu yöntemi, yüzey ve giysi tasarımında geleneksel bir tasarım yöntemi olarak geniş bir perspektifte kullanılmakta olan bir yöntem olduğundan ileri dönüşüm giysi tasarımında da ağırlıklı olarak kullanılabilir.

Kumaş manipülasyonu kullanımının ileri dönüşüm giysi tasarımında kullanımındaki bir diğer önemli nokta artık, atık küçük parçaların farklı şekillerde birleştirilerek değerlendirilebilmesidir. Yapısöküm yöntemi, ürünün kendi sınırları içinde yaratıcı çözümler sunmasına olanak tanımaktadır. Yapısöküm yönteminin karakteristik özelliklerinin kullanılmak istenmesi veya istenmemesi bu yöntemin tercih edilip edilmemesinde öne çıkan bir nokta olmaktadır.

Drapaj yöntemi bir giysi oluşturma yöntemi olarak her ne kadar zaman ve emek gerektirse de özellikle dökümlü, oversize ve serisi bozulmuş büyük beden giysilerin daha küçük bedenler olarak dönüştürülebilmesini sağlayabilme potansiyeline sahiptir. Eşarpların, fularların, parça kumaşların ve büyük beden giysilerin yeniden biçimlendirilmesinde etkili bir yöntem olarak görülmektedir. Tasarımda serileme beklentisi olmadığı durumlarda limitli sayıda üretim yapılabilmesi için uygundur. Kullanımı sonlanmış tekstil malzemeleri ile konvansiyonel doğrusal tasarım yöntemi, ileri dönüşümde önemli bir adım olup, ölü stok kumaşlar ve kullanım dışı tekstil ürünlerinin yeniden tasarıma dahil edilmesiyle çevresel etkilerin azaltılmasına katkı sağlamaktadır.

Ürün birleştirme, yapısöküm, kumaş manipülasyonu, drapaj gibi yöntemlerle oluşturulan ileri dönüşüm giysi tasarımları, konvansiyonel giysi tasarımları kadar çekicilik sunarken, tasarımcılara deneysel bir yaratıcılık alanı da sağlamaktadır. Bu yöntemlerin yaygınlaşması, atık tekstil malzemelerinin yeniden kullanıma kazandırılarak sürdürülebilirliğe katkı sunma potansiyelini artırmaktadır. İleri dönüşüm giysi tasarımı ürünleri genellikle sınırlı sayıda üretilmekte ve ürün çeşitliliği malzeme teminine göre

değişmektedir. Bu durum ileri dönüşüm giysi tasarımlarının seri üretim normları dışında kalabilmesine sebep olsa da ürünlerin benzersizliğini ve çevresel değerini artırmaktadır.

Bu çalışmada geliştirilen sınıflandırmalar sürdürülebilir giysi tasarımı sürecini desteklemek ve giysi tasarımına yönelik karar alma süreçlerini kolaylaştırmak amacıyla oluşturulmuştur. Mevcut malzemelerin tasarımı yönlendirmesi, ileri dönüşüm tasarım sürecinin temelini oluşturarak tasarımcılara yaratıcı çözümler geliştirme fırsatı sunmaktadır. İleri dönüşüm yöntemlerinin daha fazla kullanılması, tekstil atıklarının azaltılmasına doğrudan katkı sağlayarak tüketicilerin yeniden kullanım konusunda bilinçlenmesine yardımcı olacaktır. Tasarımcıların ve markaların farkındalığı, sürdürülebilir modanın toplumda yaygınlaşmasını desteklemektedir. Bu bağlamda ileri dönüşüm giysi tasarımı bir tasarım yöntemi olmanın ötesinde aynı zamanda bir çevresel sorumluluk ve yaratıcı bir tasarım stratejisi olarak önem kazanmaktadır.

Kaynakça

- Ambrose, G., Harris, P. (2012). *Görsel moda tasarımı sözlüğü*. (Çeviri: Ç. Sirkeci). Literatür Yayınları. S.24, 79.
- Ainamo, A. (2014). Rethinking textile fashion: New materiality, smart products, and upcycling. *Design Research Swedish Design Research Journal*, 12, 53-60. <https://doi.org/10.3384/svid.2000-964X.14253>
- Akpınarlı, F., Bulat, F. (2016). Tekstil yüzeylerinin manipülasyonu ve dijital transfer baskı denemeleri. *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, 9(17), 167-186.
- Atan, A., Uçan, B., Renkçi, T. (2013, Kasım 21-23). Çağdaş sanat ve tasarımda manipülasyon etkileri [Tam Metin]. *Uluslararası Sanat, Tasarım ve Manipülasyon Sempozyumu, Sakarya, Sakarya Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Yayınları*, ss. 65-70. <https://stmf.sakarya.edu.tr/sites/stmf.sakarya.edu.tr/file/1385683148-ustm-pdf.pdf>
- Aus, R., Moora, H., Vihma, M., Unt, R., Kiisa, M., Kapur, S. (2021). Designing for circular fashion: Integrating upcycling into conventional garment manufacturing processes. *Fashion and Textiles*, 8(34), 1-18. <https://doi.org/10.1186/s40691-021-00262-9>
- Ayanoğlu, S.G., Ağaç, S. (2017). Sürdürülebilir moda kavramına yönelik tasarım fikirleri. *Art-e Sanat Dergisi*, 10(19), 252-273.
- Bedük, S. ve Yıldız, Ş. (2004). Giysi tasarımında drapaj. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11, 169-177.
- Bigolin, R., Blomgren, E., Lidström, A., Malmgren de Oliveira S., Thornquist, C. (2022). Material inventories and garment ontologies: Advancing upcycling methods in fashion practice. *Sustainability* 2022, 14(5), 2906. <https://doi.org/10.3390/su14052906>
- Brown, S. (2010). *Eco fashion*. Laurence King. S. 14, 204.
- Burns, A. (2024). Upcycling classics— sustainable design development through fabric manipulation techniques in fashion design education. *International Journal of Art an Design Education*, 43 (2), 272-288. <https://doi.org/10.1111/jade.12502>

- Cambridge Dictionary. (t.y.) Pre-loved. dictionary.cambridge.org. Güncel İngilizce Sözlük içinde. 13 Haziran 2025 tarihinde, <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/pre-loved> erişilmiştir.
- Can, Ö., Ayvaz, K. M. (2017). Tekstil ve modada sürdürülebilirlik. *Akademia Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1), 110-119.
- Cassar, R. (2024). Upcycling with material debris: Nurturing the creative process through responsible handling of waste materials. *Fashion Theory*, 28(2), 175–207. <https://doi.org/10.1080/1362704X.2024.2325805>
- Cassar, R. (2024). Innovative upcycling: The creative potential of collaborating with degraded materials. *Fashion Theory*, 28(7), 971–995. <https://doi.org/10.1080/1362704X.2024.2402111>
- Chao, H. (2019). A pilot study of upcycling methods for fabrics of sustainable fashion. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 677(2), 022134. <https://doi.org/10.1088/1757-899X/677/2/022134>
- Child, E. (2016). Developing models for successful upscaled upcycling of fashion. *Circular Transitions Proceedings: A Mistra Future Fashion Conference on Textile Design and the Circular Economy*. London: UAL, 262-272.
- Collins. (t.y.) Pre-loved. collinsdictionary.com. Güncel İngilizce Sözlük içinde. 13 Haziran 2025 tarihinde, <http://www.collinsdictionary.com/us/dictionary/english/pre-loved> adresinden erişilmiştir.
- Cuc, S., Tripa, S. (2018). Redesign and upcycling – a solution for the competitiveness of small and medium-sized enterprises in the clothing industry. *Industria Textila*, 69(01), 31-36. <https://doi.org/10.35530/IT.069.01.1417>
- Çağlar Öztürk, A., Kozbekçi Ayrancı, S. (2023). Tekstil yüzeylerinde manipülasyon ve örnek uygulamalar. *Yıldız Journal of Art and Design*, 10(2), 71-86. <https://doi.org/10.47481/yjad.1363022>
- Dares, J. (2019). *Fashion upcycling: The fashion upcycling: The challenges, successes, and solutions from a designer's perspective*. [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ryerson University, Master of Arts in the Program of Fashion]. https://rshare.library.torontomu.ca/articles/thesis/Fashion_Upcycling_The_Fashion_Upcycling_The_Challenges_Successes_and_Solutions_From_A_Designers_Perspective/14649336?file=28129545, <https://scispace.com/pdf/fashion-upcycling-the-fashion-upcycling-the-challenges-34n716ib.pdf>
- Ellinwood, J. G. (2011). *Fashion by design*. Fairchild Books. S. 15, 290.
- Er Bıyıklı, N., Saatçioğlu, K., Yaykiran Sezgin, S. E., Çelik, S. (2024). Sürdürülebilirlikte ileri dönüşüm ve kolektif işbirliği örneği;“RE-LOVE”. *Art-e Sanat Dergisi*, 17(33), 271-287. <https://doi.org/10.21602/sduarte.1446195>
- Erol, Ş. (2022). Düşük kaliteli ve kesim atığı derilerden ileri dönüşüm giysi tasarımı önerileri. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(2), 82 – 103.
- Ertan, N. (2022). Takıda ileri dönüşüm (upcycle) uygulamaları. *Kesit Akademi Dergisi*, 8 (32), 182-199. <http://dx.doi.org/10.29228/kesit.63414>
- Eum, Y. M., Oh, K. W. (2023). A study of upcycling fashion design from a sustainable perspective – focusing on Marine Serre. *Journal of the Korea Fashion & Costume Design Association*. 25(4), 29-44. <https://doi.org/10.30751/kfcda.2023.25.4.29>
- Fletcher, K. (2008). *Sustainable fashion and textiles: Design journeys*. London:Earthscan.
- Franzo P., Salome, M. A. (2025). Hacking the waste and the anthropocene through fashion materials. *Fashion Practice*, 0(0), 1–19. <https://doi.org/10.1080/17569370.2024.2440882>

- Gill, A. (1998). Deconstruction fashion: The making of unfinished, decomposing and re-assembled clothes. *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, 2(1), 25-49. <https://doi.org/10.2752/136270498779754489>
- Göncü, G. (2005). *Giysi tasarımında drapaj ve önemi* (Tez No: 188590) [Yayınlanmamış Yüksek lisans tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü]. Açık erişim. https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezDetay.jsp?id=_LjKLUxcSpyccqNwRtho7Q&no=Z3dbv1ELQsOBLV6v2IT-7w
- Gürcüm, B. H., Yüksel, C. (2011). Moda sektörünü yavaşlatan eğilim: Eko moda ve modada sürdürülebilirlik. *Akdeniz Sanat*, 4(8), 48-51.
- Gürsoy, N., Sünter Eroğlu, N. (2024). Denim modasında sürdürülebilirlik ve ileri dönüşüm uygulamaları. *Turkish Journal of Fashion Design and Management (TJFDM)*, 6(1), 1-22. <https://doi.org/10.54976/tjfdm.1329924>
- Hamamcı, A., Oyman, N. R. (2023). Pamuklu kumaşlarda kumaş manipülasyonu teknikleri. *International Journal of Social and Humanities Sciences Research (JSHSR)*, 10(91), 221-233. <https://doi.org/10.26450/jshsr.3440>
- Han, S. L. C., Chan, P. Y. L., Venkatraman, P., Apeagyei, P., Cassidy, T., Tyler, D. J. (2017). Standart vs upcycling fashion design and production. *Fashion Practice*, 9(1), 69-94. <https://doi.org/10.1080/17569370.2016.1227146>
- Hotelvetements. (2025, Haziran 12). Our story. <https://www.hotelvetements.com/blogs/infos/our-story>
- Huigyeong, J., Jungsun, H. (2024). Development of upcycling fashion design through demolition and recombination of waste clothing. *The Journal of the Convergence on Culture Technology (JCCT)*, 10(3), 605-611. <http://dx.doi.org/10.17703/JCCT.2024.10.3.605>
- Janigo, K. A., Wu, J. (2015). Collaborative redesign of used clothes as a sustainable fashion solution and potential business opportunity. *Fashion Practice*, 7(1), 75-98. <https://doi.org/10.2752/175693815X14182200335736>
- Kamble, Z., Behera B. K. (2021). Upcycling textile wastes: Challenges and innovations. *Textile Progress*, 53(2), 65-122. <https://doi.org/10.1080/00405167.2021.1986965>
- Kiisel, K. (2018). *Uygulamalı drapaj teknikleri* (Çeviri: G. Bursalıgil ve S. İnal). Hayalperest Yayınevi. S.6.
- Kipöz, Ş. (2015). *Sürdürülebilir moda*. Yeni İnsan Yayınevi.
- Kipöz, Ş. (2020). *Modada yavaşlık*. Yeni İnsan Yayınevi. s. 197.
- Koch, K. (2019). Clothing upcycling, textile waste and the ethics of the global fashion industry. *ZoneModa Journal*, 9(2), 173-184. <https://doi.org/10.6092/issn.2611-0563/10053>
- Leshchyshyn, M., Babych, A., Kernesh, V., Bilous, P. (2022). Use of creative methods and untypical materials in the design of fashion industry products. *ICAMS 2022 – 9 th International Conference on Advanced Materials and Systems*, 3, 487-492. <https://doi.org/10.24264/icams-2022.V.3>
- Marquesa, A. D., Moreiraa, B., Cunhaa, J., Moreiraa S. (2019). From waste to fashion – a fashion upcycling contest. *Procedia CIRP* 84, 1063-1068. <https://doi.org/10.1016/j.procir.2019.04.217>
- Moon, H., Baek, J., Bae, S. (2024). Development of deconstructive upcycling fashion design using the design method of Christopher Nemeth. *Journal of Fashion Business*, 28(3), 1-15. <https://doi.org/10.12940/jfb.2024.28.3.1>

- Na, M., Kim, J., Lee, J. (2024). Iconological interpretation of the deconstructive upcycling fashion of Maison Margiela. *Journal of the Korean Society of Costume*, 74(2), 25-42. <https://doi.org/10.7233/jksc.2024.74.2.025>
- Niinimäki, K. (2013). *Sustainable fashion: New approaches*. Aalto University publication series Art + Design + Architecture 9/2013 Aalto Arts Books. S. 18.
- Odabaşı, S. (2024). *Fashion, upcycling, and memory: A practice-based approach*. Routledge.
- Oh, Y., Yoon, J.-A., Lee, Y. (2016). Expression method and technique of upcycling design in contemporary fashion design. *Journal of the Korean Society of Costume*, 66(7), 109-123. <https://doi.org/10.7233/jksc.2016.66.7.109>
- Özdemir, M., Odabaşı, E., Eken, Y. (2018). Deri yüzey süslemede kullanılan applike tekniği. *İdil Dergisi*, 7(50), 1207-1214. <https://doi.org/10.7816/idil-07-50-01>
- Özkan Kuş, N., Erben, F. (2024). İleri dönüşüm bağlamında: Denim giysi tasarımları. *Korkut Ata Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 15(2024 Nisan), 1276-1287. <https://doi.org/10.51531/korkutataturkiyat.1420470>
- Paralı, A. (2020). Sürdürülebilir moda tasarımı kapsamında yeniden üretim ve geri dönüşüm için giysi tasarımı fikirleri. *Sosyal Araştırmalar ve Davranış Bilimleri Dergisi*, 6(12), 121-138. <https://doi.org/10.2020/28.11.2020>
- Picnicwear. (2025, Mayıs 20). *Who we are*. <https://www.picnicwear.com/>
- Ruiz, A. (2024, Mart 18). *17 most worrying textile waste statistics & facts*. TheRoundup. <https://theroundup.org/textile-waste-statistics/>
- Santiago, A., Pinheiro, C., Belino, N. (2024). Development of a new clothing product through upcycling-from jeans to top. *Advances in Design, Music and Arts III*, 48, 111-120. https://doi.org/10.1007/978-3-031-74975-9_9
- Selük Altunöz, T., Şahin, Y. (2023). Çağdaş tekstil sanatında applike tekniği. *Yedi: Sanat, Tasarım ve Bilim Dergisi*, 29, 129-146. <https://doi.org/10.17484/yedi.1113724>
- Sung, K., Cooper, T., Oehlmann, J., Singh, J., Mont, O. (2020). Multi-stakeholder perspectives on scaling up UK fashion upcycling businesses. *Fashion Practice*, 12(3), 331-350. <https://doi.org/10.1080/17569370.2019.1701398>
- Şenol, D. (2021). Sürdürülebilir moda tasarımına bir yaklaşım: Denim giysi atıklarının ileri dönüşümü. *Ulakbilge*, 6(2021 Ağustos), 1108-1118. <https://doi.org/10.7816/ulakbilge-09-60-07>
- Tezel, Ö., Yıldız, E. (2020). Sürdürülebilir atık yönetimi uygulamalarında Dünya ve Türkiye karşılaştırması: Edikab örneği. *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 9(2), 35- 48, s.39.
- Tomer, S., Singh V., Arya, N. (2023). Development of apparel and accessories using discarded denim. *The Pharma Innovation Journal*, 12(11), 1154-1162.
- Tureng. (t.y.) Preloved. Güncel Türkçe-İngilizce Sözlük içinde. 13 Haziran 2025 tarihinde, <https://tureng.com/tr/turkce-ingilizce/preloved> adresinden erişilmiştir.
- Türk Dil Kurumu Sözlükleri. (t.y.) Manipülasyon. Sozluk.gov.tr. Güncel Türkçe Sözlük içinde. 13 Haziran 2025 tarihinde, <https://sozluk.gov.tr/> adresinden erişilmiştir.
- Türkmen, N. (2009). *Tekstil ve moda tasarımı açısından sürdürülebilirlik ve dönüşüm*. (Tez No: 231443) [Yayınlanmamış Sanatta Yeterlik Tezi, s. 34. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tekstil ve Moda Tasarımı Ana Sanat Dalı]. Açık erişim. <https://tez.yok.gov.tr/>

UlusalTezMerkezi/tezDetay.jsp?id=uQwPpP3eK5ytW1aMpaXU-A&no=zV2Jo8esg7vGPDu6OIWfyg

- Türkmen, N. (2014). Sürdürülebilir bir tekstil endüstrisi için yavaşlık ve alternatif üretim modelleri. *Akdeniz Sanat Dergisi*, 4(8), 59-61.
- Türkmen, N., Soyak Çirakoğlu, İ. (2019). Giyim sektöründe paylaşım ekonomisi ve sürdürülebilirlik. *Açık Alan Sanat ve Tasarım Yazıları*, 1(0), 115-136. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi yayınları 857, Türkiye.
- Von Busch, O. (2008). Fashion-Able: Hacktivism and Engaged Fashion Design. Gothenburg: ArtMonitor
- Von Busch, O. (2017). *Moda Praksisi*. (Çeviri: D. Kılıç). Yeni İnsan Yayınevi. p. 87.
- Yıldırım, L. (2017). Geri dönüşüm/ileri dönüşüm/tekrar kullanım kapsamında ikinci el giysiler ve sürdürülebilirlik. *Art-e Sanat Dergisi*, 10(20), 484-503. <https://doi.org/10.21602/sduarte.305698>
- Yücel, S. ve Tiber, B. (2018). Hazır giyim endüstrisinde sürdürülebilir moda. *Tekstil ve Mühendis*, 25(112), 370- 380. <https://doi.org/10.7216/1300759920182511211>
- Zero Waste Daniel. (2025). *About daniel*. 12 Haziran 2025. <https://zerowastedaniel.com/pages/about>
- Görsel 1.** Antiformonline. (2025). *Unisex yorkshire tweed sweater in grey sleeve* [Fotoğraf]. 12 Haziran 2025. <https://www.antiformonline.co.uk/product/unisex-yorkshire-tweed-sweater-in-grey-sleeve/>
- Görsel 2.** Rentravage. (2025). *Cropped split blazer* [Fotoğraf]. 23 Eylül 2025. https://rentravage.com/products/cropped-split-blazer?pr_prod_strat=e5_desc&pr_rec_id=b36bc16e5&pr_rec_pid=8758217375906&pr_ref_pid=6986181640354&pr_seq=uniform&variant=45803145658530
- Görsel 3.** 1offparis. (2025). *Blazer sleeveless cropped* [Fotoğraf]. 12 Haziran 2025 <https://www.1offparis.com/collections/all/products/blazer-sleeveless-cropped-02/>
- Görsel 4.** Proche. (2025). *Reworked men's button down shirts* [Fotoğraf]. 23 Eylül 2025 <https://www.prochestudio.com/collections/upcycled-denim-and-mens-shirts/products/reconstructed-mens-button-down>
- Görsel 5.** Zerowastedaniel. (2025). *Black+white 'all over reroll' sweatshirt* [Fotoğraf]. 12 Haziran 2025. <https://zerowastedaniel.com/products/black-white-all-over-reroll-sweatshirt/>
- Görsel 6.** Preloved. (2025, Eylül 23). *Babs sweather vest* [Fotoğraf]. 23 Eylül 2025. <https://getpreloved.com/collections/the-upcycled-edit/products/babs-sweater-vest?variant=42843808596104>
- Görsel 7.** 4kinship. (2025). *Upcycled vintage military tanker jacket* [Fotoğraf]. 12 Haziran 2025. <https://www.4kinship.com/products/upcycled-vintage-military-tanker-jacket/>
- Görsel 8.** Shopredone. (2025). *Levi's star riding jean* [Fotoğraf]. 12 Haziran 2025. <https://shopredone.com/collections/denim/products/levis-star-riding-jean/>
- Görsel 9.** Marineserre. (2025). *Regenerated silk scarves long fitted dress* [Fotoğraf]. 12 Haziran 2025. <https://www.marineserre.com/en/products/regenerated-silk-scarves-long-fitted-dress-1>
- Görsel 10.** Picnicwear. (2025). *Garden party reversible babydoll dress* [Fotoğraf]. 12 Haziran 2025. <https://www.picnicwear.com/product-page/garden-party-reversible-babydoll-dress/>

DERLEME MAKALE (Review Article)

¹Emine Keleş
Orcid: 0000-0002-3236-6491

²Emine Nas
Orcid:0000-0002-2513-2611

¹PhD, Lecturer, Kahramanmaraş Sütçü İmam University, Vocational School of Technical Sciences, Design Department, Kahramanmaraş, Türkiye.

²Prof.Dr., Selçuk University, Faculty of Fashion and Design, Handicrafts Department, Konya, Türkiye.

Sorumlu Yazar (Corresponding Author):

Emine KELEŞ
e_kartal_@hotmail.com

Anahtar Kelimeler:

Moda tasarımı, Moda- Mimari, Türk Tasarımcılar, Disiplinlerarası İlişki, Kültürel Bellek, Estetik Form, Tasarım Unsurları

Keywords:

Fashion Design, Fashion-Architecture, Turkish Designers, Interdisciplinary Relationship, Cultural Memory, Aesthetic Form, Design Elements

Türk Moda Tasarımcılarının Moda-Mimari İlişkisi Kapsamında Tasarımları

Designs of Turkish Fashion Designers within the Context of the Fashion-Architecture Relationship

DOI: 10.54976/tjfdm.1619443

Alınış Tarihi (Received): 14.01.2025

Kabul Tarihi (Accepted): 13.06.2025

ÖZ

Giyim, insanlık tarihinde temel olarak örtünme ve çevresel koşullardan korunma amacıyla ortaya çıkmıştır. Zamanla estetik arayış, beğenilme arzusu ve farklılık yaratma isteği modanın doğuşunu beraberinde getirmiştir. Benzer şekilde mimarlık da, barınma ihtiyacını karşılayanın ötesinde, estetik ve işlevsel kaygılarla evrilerek gelişmiştir. Bu bağlamda, moda ve mimarlık, hem çıkış noktaları hem de tarihsel gelişimleri açısından ortak yönler taşımaktadır. Her iki disiplin de biçim, hacim, oran, doku ve yapı gibi temel tasarım unsurlarını kullanarak döneminin kültürel, sosyolojik ve estetik yansımalarını somutlaştırmaktadır. Bu çalışma, nitel araştırma yöntemi kapsamında, literatür taramasına dayalı olarak yürütülmüştür. Moda ve mimarlık arasındaki disiplinlerarası ilişki, özellikle Türk moda tasarımcılarının giysi tasarımlarında mimari formları, estetik detayları ve yüzey dokularını nasıl yorumladıkları üzerinden incelenmiştir. Çalışmada, mimarinin yapısal ve estetik öğelerinin, seçilen Türk moda tasarımcıların koleksiyonlarında ne şekilde kullanıldığı analiz edilmiştir. Yapılan değerlendirmeler sonucunda, mimari unsurların moda tasarımlarında yalnızca biçimsel esin kaynağı olmakla kalmadığı; aynı zamanda kültürel belleği güncel estetik formlarla yeniden üretme aracı olarak işlev gördüğü tespit edilmiştir. Böylece mimarlık, Türk moda tasarımında özgün, kültürel temelli ve sanatsal bir ifade biçimi olarak öne çıkmaktadır.

ABSTRACT

Clothing initially emerged in human history as a means of covering the body and protecting it from environmental conditions. Over time, the pursuit of aesthetics, the desire to be admired, and the aim to create uniqueness have led to the birth of fashion. Similarly, architecture has evolved beyond merely meeting shelter needs, developing through aesthetic and functional concerns. In this context, fashion and architecture share commonalities both in their origins and in their historical development. Both disciplines reflect the cultural, sociological, and aesthetic characteristics of their periods by utilizing fundamental design elements such as form, volume, proportion, texture, and structure. This study was conducted within the scope of qualitative research through literature review. The interdisciplinary relationship between fashion and architecture was examined, focusing on how Turkish fashion designers interpret architectural forms, aesthetic details, and surface textures in their clothing designs. The study analyzes how the structural and aesthetic elements of architecture are reflected in the collections of selected Turkish fashion designers. As a result of the evaluations, it was determined that architectural elements serve not only as a source of formal inspiration in fashion design but also as a means of reproducing cultural memory through contemporary aesthetic forms. Thus, architecture emerges as an original, culturally rooted, and artistic mode of expression in Turkish fashion design.

Kaynak gösterimi: Keleş, E., ve Nas, E. (2025). Türk modacıların moda mimari ilişkisi kapsamında tasarımları. *Turkish Journal of Fashion Design and Management*, 7(2), 261-278, <https://doi.org/10.54976/tjfdm.1619443>

How to cite: Keleş, E., ve Nas, E. (2025). Designs of Turkish fashion designers within the context of the fashion-architecture relationship. *Turkish Journal of Fashion Design and Management*, 7(2), 261-278, <https://doi.org/10.54976/tjfdm.1619443>

Giriş

Moda, genellikle hızlı tüketilen ve dönemsel zevk değişimlerini yansıtan bir alan olarak tanımlanırken; mimarlık, daha kalıcı ve zamana yayılan estetik anlayışların ürünü olarak değerlendirilmektedir. Bu iki disiplin, farklı zaman döngülerine sahip olsalar da, insan yaşamı üzerindeki etkileri ve estetik ifade biçimleri açısından ortak noktalar taşımaktadır. Moda ve mimarlık, dönemin kültürel yapısını, teknolojik gelişmelerini, sosyolojik değişimlerini ve bireysel yaklaşımlarını yansıtan yaratıcı alanlardır. Her iki disiplinin de ortaya koyduğu ürünler, insanlara duygusal bir haz yaşatmakta ve estetik değer taşıyan anlatım araçları olarak kabul edilmektedir.

Bu araştırmanın temel amacı, mimarinin moda üzerindeki etkisini irdeleyerek, Türk moda tasarımcılarının mimari formları ve yapı unsurlarını giysi tasarımlarında nasıl yorumladıklarını ortaya koymaktır. Mimari eserlerin yalnızca estetik değil, aynı zamanda tarihsel ve kültürel birer anlatı aracı olması, bu etkilerin moda yoluyla günümüz tasarımlarına aktarılmasını önemli kılmaktadır. Böylece, geleneksel mimari değerlerin giysi tasarımları aracılığıyla yeniden üretilmesi ve kültürel belleğin korunması mümkün hale gelmektedir.

Araştırma kapsamında, moda ve mimarlık disiplinlerinde ortak olarak kullanılan temel tasarım öğeleri incelenmiştir. Özellikle strüktür (yapı) ve tekstür (doku) gibi unsurların her iki alanda nasıl biçimlendiği ve moda tasarımcılarının bu mimari öğeleri koleksiyonlarında nasıl yorumladıkları değerlendirilmiştir. Bu çerçevede, mimariden ilham alan koleksiyonlar aracılığıyla Türk moda tasarımcılarının kültürel estetik anlayışa katkıları irdelenmiştir.

Çalışmada, betimsel araştırma yöntemi benimsenmiş olup, konuya ilişkin veri toplamada kasti örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Geniş bir popülasyona yayılmış olan moda-mimari ilişkisinin sınırlandırılabilmesi amacıyla, mimariden doğrudan etkilendiği tespit edilen Türk moda tasarımcıları araştırma kapsamına alınmıştır. Bu bağlamda, tasarımcıların üslupları strüktür ve tekstür odaklı analiz edilerek, disiplinlerarası etkileşime yönelik yorumlara ulaşılmıştır.

Moda ve Mimari Bağlamında Kavramlar ve Tasarım Etkileri

Tasarım Öğeleri

Moda tasarımı ve mimari benzer estetik ve işlevsel kaygılara sahip disiplinlerdir. İçinde barındırdığı tasarım öğeleri, yaratıcı süreçler ve endüstriyel sanat niteliği açısından ortak noktalar taşımaktadır (Harmankaya vd., 2012). Moda ve mimari tasarım disiplinlerinde, birçok unsurun yanı sıra kullanılan temel tasarım öğeleri de büyük ölçüde benzerlik göstermektedir. Bu öğeler arasında renk, çizgi, doku, ölçek, oran, form ve şekil yer almaktadır.

Renk: Tasarımcılar, ulusal ve uluslararası fuarlarda yayımlanan renk kataloglarını referans alarak, pazarda talep gören renkleri tercih etmekte; bu durum rengin tasarımdaki etkisini göstermektedir (Molla, 2007).

Çizgi: Hem mimarlıkta hem de moda tasarımında vazgeçilmez bir unsur olan çizgi, bireyin duygularını, deneyimlerini ve hayallerini ifade etmek için temel bir anlatım aracı olarak kullanılmaktadır (Özkartal, Tarih bilinmiyor).

Doku: Yüzeyde algılanan görsel özellikler doku olarak tanımlanmaktadır (Taşdemir ve Kozak, 2012). Düzenli ya da düzensiz tekrarlar dokunun oluşumunu sağlar ve farklı düzenlemeler farklı dokuları yaratır (Edirne, 2004). Nesnelerin içyapısını oluşturan, birbirine benzer ya da ilişkili birimlerin belirli bir düzen içinde tekrarlanarak birleşmesiyle meydana gelen bütünsel yapıya strüktür (içyapı) denir. Varlıkların kendilerine özgü içyapılarının özelliklerini yansıtan ve görme ile dokunma duyularıyla algılanabilen dış yüzey özellikleri ise tekstür olarak tanımlanmaktadır (Zincir vd., 2020).

Ölçek ve Oran: Kompozisyondaki elemanların kendi içindeki ve bütündeki ölçülendirilmesi ve ölçü ilişkisi, ölçek ve oran kavramlarıyla açıklanmaktadır (Taşdemir ve Kozak, 2012).

Şekil ve Form: Şekil, belirli sınırlarla tanımlanmış, iki boyutlu ve yüzeysel bir alanı ifade etmektedir. Yükseklik ve genişliğe sahip bu alanlar, bir araya geldiklerinde anlamlı kompozisyonlar oluşturabilmektedirler (Pektaş, 2022).

Moda-Mimari İlişkisinde Tasarımın Etken Rolü

Mimari yapılar, zamanın istek ve ihtiyaçlarına uygun olarak teknolojik imkânlar dâhilinde malzemenin biçimlendirilmesi ile oluşan yapılardır. Tarihi ve kültürü bünyesinde taşıyan bu yapılar, üretildikleri çağı temsil eden eserler olarak görülmekte ve içinde bulunduğu kültürün önemli bir kanıtı olarak varlığını devam ettirmektedir. Yaratıcı bir çalışma olarak ortaya çıkan ayrıca yaşamdan izler taşıyan mimari yapılar, tarihsel süreçte karşılıklı pek çok alanla etkileşim içinde bulunmuş, giysi modasını da en çok etkileyen unsurların üst sıralarında yerini almıştır (Yayla ve Yazıcı, 2014).

Mimari Strüktür ve Tekstür Öğelerinin Kıyafet Modasındaki Biçimlemeleri

Moda tasarımcıları, giysi yaratımı sürecinde pek çok alandan etkilenmiş ve pek çok nesnel/ öznel konuyu kendilerine ilham kaynağı olarak seçmiştir. Moda tasarımcılar mimarinin hem üsluplarını hem de detaylarını yüzyıllar boyunca tasarımlarında kullanmıştır (Yayla ve Yazıcı, 2014). Örneğin, Antik Yunan'da kolonlarda kullanılan oluklu alanlar, o dönemin en gözde giysi parçası olan 'chiton' un yapısını oluşturan drape katlamalarına ve silindirik formdaki görünümüne referans olmuştur. Eski Yunan'da kıyafet ve mimarinin insan figürü oranlarıyla bir harmoni içinde tasarlandığını görülmektedir. Mimarideki iyonik düzen üslup ve dorik düzen üsluplar farklı 'chiton' tarzlarında kendini göstermiştir (Hodge vd., 2006).

Gotik mimaride göze çarpan, dikey sivri form, yüksek tavanlar sivri kemerler, aşırı incelikli tarz giysi tasarımlarında da gözlenmektedir. Ortaçağ'a gelindiğinde dikeyliğe olan eğilim Gotik kıyafetlerde ve mimaride yerini almıştır. İngiltere ve Fransa da Gotik mimari unsurlar barındıran katedrallerde bulunan ojival kemerler ile o dönem kullanılan sivri uçlu ayakkabı ve şapkaların arasındaki bağlantı yadsınamamaktadır. (1250-1500) O dönemdeki gösterişli sivri ve dikey hatlar mimari detaylarda kendini göstermiş, dönemin kostümlerine ilham olmuştur. Daha iddialı ve görkemli silüetler gotik tarz mimari ile şaşıla bir harmoni sergilemiştir (Yıldız, 2015).



Şekil 1. 16. yy yaka tasarımları FOA, Virtual House. Kraliçe Elizabeth döneminde mimaride görülen strüktür yapı giysi tasarımlarında bol kıvrımlı olarak yakalarda görmek mümkündür

Figure 1. 16th century collar designs FOA, Virtual House. It is possible to see the structure seen in architecture during the reign of Queen Elizabeth in clothing designs with abundant folds and exaggerated collars (<http://www.mimarizm.com/>)



Şekil 2. Charles James' ın İkinci Dünya Savaşı sığınağından etkilendiği kaban

Figure 2. Jacket inspired by Charles James' World War II bunker (<http://www.mimarizm.com/>)

Moda & Mimari İlişkisi İçinde Türk Kıyafet Tasarımcıları ve Koleksiyonları

Birçok çağdaş moda tasarımcısı koleksiyonlarında farklı, yeni bulma yolunda dikiş tekniklerinden ziyade mimari formlara göre tasarımlarını biçimlendirmektedir. Yükseköğrenimlerini mimarlık alanında almış Pierre Cardin, Roberto Capucci ve Gianfranco Ferre gibi modacılar, tasarımlarında kullandıkları strüktür ve hacimle giysileri gösterişli, heykelsi bir görünüme kavuşturmaktadır (Anonim 1, 2015).

Malzeme teknolojilerindeki ve bilgisayar yazılımlarındaki gelişmeler her iki disiplinin sınırlarını zorladıkça, binalar daha akışkan, giysiler ise daha mimari bir nitelik kazanmaya başlamıştır. Mimarlar, genellikle terzilikte kullanılan baskı, pileleme, katlama, drapaj ve dokuma gibi teknikleri benimserken; moda tasarımcıları ise giysileri inşa etme veya mühendislik yaklaşımıyla yapılandırma konusunda mimarlıktan ilham almakta, hacim ve strüktür üzerine yeni ve kışkırtıcı fikirler ortaya koymaktadırlar. Aynı zamanda birçok durumda bu yaklaşımlar, mimarlığın entelektüel ilkeleri ve kavramsal temellerinden de beslenmektedir (Skin and Bones, 2008).

Hüseyin Çağlayan

Kıbrıslı Türk tasarımcı olarak anılan Hüseyin Çağlayan moda dünyasından çok mimarlar tarafından anlaşıldığını düşünmektedir. Gelenekçi yaratıcılığın aksine sıra dışı yaratımlarını gün yüzüne çıkarmak için mimari temalardan yararlanan Çağlayan'ın görünüşte minimal, ama arkasındaki yaratıcı düşünceyle yüksek nitelik taşıyan tasarımlarında hacimsel dinamikleri, kentsel kimlikleri ve aerodinamik yapıları görebilmek mümkündür. İnsan bedeninin mimari formlarını analiz eden Çağlayan, tasarımlarında sosyal ve kültürel temaları harmanlayarak yeni formlar, malzemeler ve strüktürler yaratmakta, geleneksel modadan ziyade çağdaş mimariye daha yakın bir duruş sergilemektedir (Anonim 1, 2015).

1993 yılında, giyimi melez nesne-giysi formlarına dönüştürerek, modanın yeniden anlamlandırılmasında öncü bir figür olarak öne çıkan Çağlayan, bir “tasarım düşünürü” olarak benimsemiş olduğu radikal yaklaşım çerçevesinde geleneksel tasarım tekniklerini sorgulayıp parçalayarak moda dünyasına yeni ve deneysel süreç tasarımı yöntemleri kazandırmıştır (Kipöz ve Güner, 2011).

Victoria and Albert Müzesi'nde Alexander McQueen, Issey Miyake, Martin Margiela, Comme des Garçons, Junya Watanabe, Azzedine Alaïa, Jean-Paul Gaultier, Vivienne Westwood ve Helmut Lang gibi öncü tasarımcıların eserleriyle birlikte düzenlenen Radical Fashion (Radikal Moda) sergisi, Hüseyin Çağlayan'ın çalışmalarını “devrimci” olarak nitelendirmiştir (Romano, 2011).

Doğadan, kültürel mirastan ve teknolojik gelişmelerden ilham alan Hüseyin Çağlayan'ın tasarımları, yalnızca estetik bir ifade değil, aynı zamanda kimlik, aidiyet ve göç temalarına yönelik derin bir sorgulama niteliği taşımaktadır. Yurtdışında yaşayan

Çağlayan, çalışmalarında dini, kültürel kimlikleri ve göç olgusunu merkeze alan çok katmanlı bir anlatı kurmaktadır. Bu yaklaşımın önemli örneklerinden biri olan Afterwords isimli çalışması, çatışma dönemlerinde bireylerin evlerini terk etmek zorunda kalma durumunu ele alırken, sandalyelerin valizlere dönüşmesi metaforu aracılığıyla barınma ve hareketlilik kavramlarını mimari bir üslupla sorgulamakta ve farklı bir perspektif sunmaktadır (Skin and Bones, 2008).

Afterwords koleksiyonu, ilk bakışta modern masa ve sandalyelerin yer aldığı mekânsal bir sahneyle başlar; ancak sahne ilerledikçe, bu mimari objeler mankenlerin üzerinde giyilebilen kıyafetlere evrilir. Sandalyeler valize, ortadaki sehpa ise mimari üslupla yorumlanmış kat kat bir eteğe dönüşür. Çağlayan, mimarinin yapısal ve biçimsel dilini kullanarak mekân ve nesne arasındaki sınırları bulanıklaştırır; böylece moda ile mimarlık arasındaki ilişkiyi sorgulayan özgün bir anlatı sunar (Şekil 3.).



Şekil 3. Afterwords-2000.

Figure 3. Afterwords-2000 (<http://kargaburga.blogspot.com.tr/>)



Şekil 4. Lady Gaga Hüseyin Çağlayan' a ait bir tasarımla konserde

Figure 4. Lady Gaga is at the concert with a design by Hüseyin Çağlayan (<https://modaturk.wordpress.com/>)

Elif Cıgızoglu

Elif Cıgızoglu, moda alanındaki eğitimine Türkiye de başladıktan sonra İngiltere, Amerika ve Fransa gibi modanın kalbinin attığı ülkelerde öğrenimini sürdürmüştür. Donna Karan markasında erkek tasarımı üzerinde 2 yıl çalışmasının ardından Türkiye'ye dönmüş ve kendi adını taşıyan markasını yaratmıştır. Elif Cıgızoglu'nun tanınırlığı, televizyon prodüksiyonları için hazırladığı tasarımlarla artmış ve geniş kitlelere ulaşmıştır. Couture'e yeni bir soluk getiren Cıgızoglu 2011 yılının Şubat ayında Pera Palas'ta "Hide" adında bir defile gerçekleştirmiştir. Tasarımlarında mimaride öne çıkan keskin geometrik formları ve cesur renkleri kullanmasıyla ilgi görmüştür (Anonim 2, 2016).

Elif Cıgızoglu, Vogue dergisine verdiği bir röportajda koleksiyonuna ilişkin şu ifadelerde bulunmuştur; "Koleksiyon bugüne kadar çok klasik ve temel parçalar üzerine kuruluydu. Bu sezon tasarım anlayışını daha fazla ön plana çıkardık; geometrik öğeleri artırarak koleksiyona yeni bir boyut kazandık" (Vogue Türkiye, 2011). Bu açıklama, tasarım dilinde klasik çizgilerden daha deneysel ve yapılandırılmış formlara doğru bir dönüşümü vurgulamaktadır.

Cıgızoglu'nun Hide koleksiyonunda (Şekil 5.), mimari görsellerden ilham alınarak yoğun tekstür kullanımı ve kendini tekrar eden yapılar aracılığıyla, heykelsi formlar yaratıldığı görülmektedir. Bu yaklaşım, koleksiyonda moda ile mimarlık arasındaki ilişkinin açık ve güçlü bir şekilde ifade edilmesini sağlamaktadır.

Elif Cıgızoglu'nun mimar bir aileden gelmesi, etkilendiği eserlerle tasarımlarını birleştirmesine neden olmuş ve ortaya kendisinin de deyimiyle üç boyutlu heykeller çıkarmıştır.



Şekil 5. Hide - 2011 Sonbahar- Kış Koleksiyonundan Fotoğraflar.

Figure 5. Hide - Photos from the 2011 Autumn-Winter Collection (<https://fancymelisworld.wordpress.com/>)

Ayşe Ege ve Ece Ege (Dice Kayek Markası)

Paris'te eğitim gören Ece Ege, "moda müessesesi yaratma" hayalini gerçekleştirmek amacıyla yalnızca gömlek tasarımlarından oluşan bir koleksiyon hazırlayarak kariyerine başlamıştır. Bu koleksiyonla önemli bir başarı elde ettikten sonra, kardeşi Ayşe Ege ile birlikte Dice Kayek markasını kurmuşlardır (Anonim 3, 2016).

Dice Kayek markası doğu ve batıdan aynı anda beslenerek bir köprü görevi görmüş ve marka birçok ödülle tescillenmiştir. 2003'te Fransa'da moda kategorisinde "Femme en Or" (Altın Kadın) ödülüne layık görülen Ayşe ve Ece kardeşler, 10 yıl sonra İstanbul Contrast ismini verdikleri koleksiyonlarında "Ayasofya", "Kubbe" ve "Kaftan" isimli tasarımlarla Jameel Prize'ı kazanmışlardır. Koleksiyonda Dice Kayek tasarımları İslam sanatlarını yeni bir söylemle yorumlayarak ilgi toplamıştır ve bu tasarımlar Londra'daki Victoria & Albert Müzesi'nde sergilenmiştir (Vogue Türkiye, 2016).

Ayşe ve Ece Ege, koleksiyonlarında dinamik ve renkli tasarımlar kullanmanın yanı sıra, katmanlı kumaşlar aracılığıyla giysi formlarına hacim kazandırarak geometrik yapıları ön plana çıkaran tasarımlara yer vermektedirler (Öztürk ve Harmankaya, 2022). 2012 yılında Alem dergisine verdikleri bir röportajda, "Kubbe" isimli tasarımlarının ilhamını Kılıç Ali Paşa Camii'nden aldıklarını ifade eden Ege kardeşler, hafif beyaz Mısır pamuğundan üretilen, organze kuşakla tamamlanan bu elbiseyi kabarık etek altyapısı ve elle katlanarak oluşturulan çapraz kesim pililerle tamamen kaplayarak el işçiliğiyle hazırlamışlardır (Alem, 2012). Bu tasarım, mimariden esinlenen biçimiyle tekstil yüzeyinde hacim, ritim ve ışık-gölge ilişkisini yansıtarak modanın mimariyle kurduğu ilişkiyi sade ama etkileyici bir şekilde ortaya koymaktadır (Şekil 6.).

Sabah gazetesine verdikleri röportajda ise; "Kaftan" isimli tasarımın, Osmanlı giyim kültüründe statü, onur ve güç simgesi olarak kabul edilen kaftanın çağdaş bir yorumu olduğundan bahsederken, tasarımda el dokuması lame brokar kumaş kullanıldığını ifade etmişlerdir (Kadak, 2013). Eser, tarihsel bir formu güncel estetik anlayışla birleştirirken; tasarımda kullanılan geometrik biçim, İslami mimarideki üsluptan esinlenerek oluşturulmuştur (Şekil 6.).

Yeni Şafak gazetesine verdikleri başka bir röportajda ise koleksiyonun en dikkat çekici parçalarından biri olan "Ayasofya" tasarımının, yaklaşık altı bin üfleme cam boncuğun elde işlenmesiyle hazırlandığını belirtmişlerdir (Yılmaz, 2020). Tasarım, Ayasofya Camii'nin mimarisinde öne çıkan gösterişli üslubu yansıtarak koleksiyonun en ilgi çeken eserlerinden biri olarak öne çıkmaktadır (Şekil 6.).



Şekil 6. Contrast Koleksiyonu-Kaftan-Ayasofya-Kubbe İsimli Eserler.

Figure 6. Contrast Collection- Works Named Kaftan-Hagia Sophia-Dome. (<http://vogue.com.tr/>)

Simay Bülbül

Simay Bülbül, 1978 yılında İzmir’de doğmuştur. İngiltere ve Hollanda’da aldığı eğitimlerle deri ve tekstil tasarımı alanlarında uzmanlaşmıştır. 2003 yılında düzenlenen “5. Deri’ signer” deri tasarım yarışmasında Türkiye birincisi olarak bu alandaki yetkinliğini ve yaratıcı yaklaşımını ortaya koymuş önemli bir başarı elde etmiştir (Ceranoğlu Terece, 2024).

Simay Bülbül, tasarımları ve koleksiyonları için konsept araştırması yaparken, “hayatın içindeki her şeyden ilham aldığını belirtmiş, tasarımcının sadece moda ile ilgilenmemesi gerektiğini, ayrıca felsefe, tarih, sanatın her kolu ve diğer konularla da ilgili olmasının önemli olduğunu” ifade etmiştir (Erdoğan, 2011). Bu yaklaşımıyla, ilham kaynaklarını geniş bir perspektiften ele almanın ve disiplinler arası bir bakış açısına sahip olmanın tasarım sürecindeki önemine dikkat çekmiştir.

Simay Bülbül, yapı firması olan Hekim Yapı 3. Hekim Board Tesisi için daha önce eşi görülmemiş bir defileye imza atmış ve firmanın açılış ve markalar lansmanının da ‘Hekim Yapı Reflection by Simay Bülbül’ koleksiyonunu sunmuştur (Anonim 4, 2016). Simay Bülbül’ün bu koleksiyonunda, mimari ve moda disiplinlerinin kesişimi doğrultusunda geometrik formlar ve yapısal tasarım ilkeleri ön plandadır. Koleksiyonda, mimaride kullanılan yalıtım levhalarının hafifletilmiş versiyonları, bazen elbiselerin sırt kısmında bazen de giysinin ön yüzeyinde tekrarlayan ve düzenli bir yapı oluşturacak şekilde biçimlendirilmiştir; böylece mimarideki yapılandırma ve organizasyon prensipleri tekstil yüzeyine aktarılmıştır. Katmanlar arasına yerleştirilen şeffaf ve parlak kumaşlar ise, mimarideki ışık geçirgenliği ve mekânsal derinlik kavramlarını temsil ederek giysilere hem estetik hem de işlevsel bir boyut kazandırmış ve disiplinler arası özgün bir sentez ortaya koymuştur (Şekil 7.).



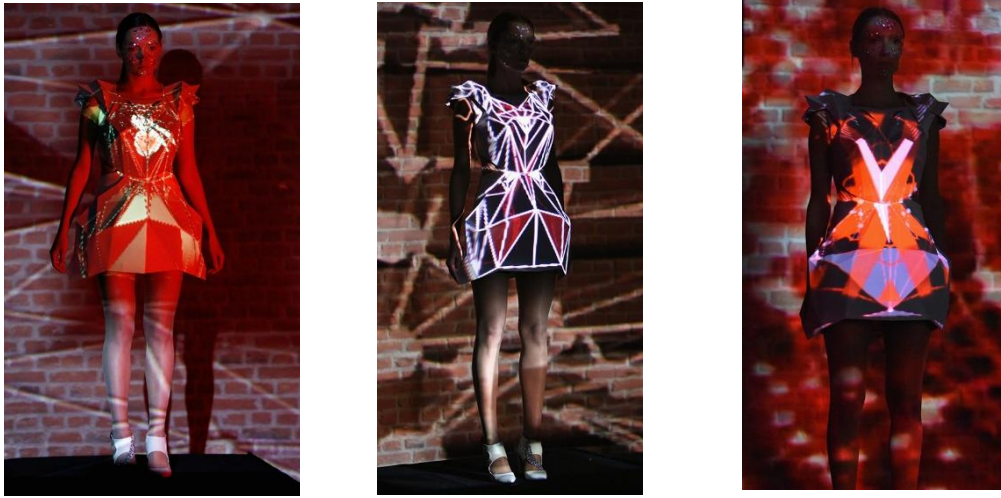
Şekil 7. Hekim Yapı Reflection by Simal Bülbül Koleksiyonundan Fotoğraflar.

Figure 7. Photographs from Hekim Yapı Reflection-Simal Bülbül Collection (<http://www.hekimholding.com/>)

Arzu Kaprol

1973 yılında Bursa’da doğan Arzu Kaprol, 1992 yılında Mimar Sinan Üniversitesi Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü’nden mezun olmuştur. 1994-1995 yıllarında Paris American Academy’de couture eğitimi alarak mesleki bilgi ve becerilerini derinleştirmiştir. Aynı dönemde, Beymen Academia tarafından “Avangard Tasarımcı” ödülüne layık görülmüş ve bu ödülle sektördeki yenilikçi yaklaşımı tescillenmiştir. 21 yaşında kendi tasarım stüdyosunu kuran Kaprol, NetWork-Beymen Grubu’nun kuruluş sürecinde etkin bir şekilde yer almış ve ayrıca, özgün tasarım kimliği taşıyan QUE markasının yaratılmasında öncü rol oynamıştır (Ceranoğlu Terece, 2024).

Kaprol, Form & Light koleksiyonunda farklı kumaşları birleştirerek geometrik desenler oluşturmuş ve teknolojiyi tasarıma entegre ederek fütüristik bir yaklaşım sergilemiştir. Karanlıkta parlayan boyalar ve üç boyutlu dijital efektlerle zenginleştirdiği giysilerinde, mimariden ilham alan yapısal formlar ön plana çıkmaktadır. Üst ve alt beden oranlarına dengeli şekilde odaklanan tasarımcı, koleksiyonlarını podyumun yanı sıra dijital ve stüdyo ortamlarında da sunmakta; kesim ve malzeme birlikteliğiyle mimari etkiler taşıyan özgün tasarımlar ortaya koymaktadır (Öztürk ve Harmankaya, 2022) (Şekil 8.).



Şekil 8. Form & Light koleksiyonu tasarım örnekleri.

Figure 8. Design Examples from the Form & Light collection.

(<https://www.harpersbazaar.com.tr/arzu-kaprol-ilkbahar-yaz-2017-istanbul-2-h?sayfa=1>)

Niyazi Erdoğan

Niyazi Erdoğan eğitimini İstanbul Teknik Üniversitesi (İTÜ) Mimarlık Fakültesi, Mimarlık Bölümü’nde tamamlamış, 2003 yılında İTKİB’in Genç Moda Tasarımcıları isimli yarışmasına katılarak finale kalmıştır. Erdoğan NESIGN adını verdiği Design Factory adlı tasarım atölyesini kurmuştur. 2009 yılında ‘Eroni’ firmasına ortak olmasının ardından birçok markaya koleksiyon hazırlamaya başlamıştır (Anonim 5, 2016).

Niyazi Erdoğan, moda tasarım sürecine mimarlık eğitiminden edindiği ilkeleri entegre eden bir tasarımcı olarak öne çıkmaktadır. Erdoğan tasarımlarıyla ilgili, “Mimarlık eğitimim boyunca kulağıma küpe edilen iki cümle vardı: ‘Form fonksiyonu takip eder’ ve ‘Az çoktur’ bu yaklaşımlar koleksiyonlarımın çıkış noktası olmuştur” diyerek, mimari prensiplerin tasarımlarındaki belirleyici rolünü vurgulamaktadır. Tasarımcı, erkek giyimi tasarlama tercihinin arkasında da mimarlık ile moda arasındaki benzerliklerin yattığını belirtmiştir. Ona göre, her iki disiplinde de yaratıcılığı sınırlı ve tanımlı alanlarda ortaya koymak gerekmektedir. Erdoğan, 2014 Sonbahar-Kış koleksiyonuyla birlikte mimari bakış açısını moda tasarımına daha da yaklaştırdığını ve bu anlayışın giysilerin formuna doğrudan yansıdığını ifade etmektedir (Erdoğan, 2014).

Niyazi Erdoğan’ ın, erkek giyimine yönelik geliştirdiği koleksiyonlarında ön plana çıkan unsur, mimariden ilham alan renk paletidir; özellikle tasarımlarında mimaride yaygın olarak kullanılan gri, siyah, bej ve lacivert tonları tercih edilmiştir. Tasarımcı, spor şık tarzı benimserken mimari üslubu biçimsel değil, dokuma desenleri aracılığıyla yorumlamaktadır. Ceket, mont, pantolon ve gömlek detaylarında kullanılan iri ekose desenler, mimarideki cam yüzeylere gönderme yaparak tasarımlarına kavramsal bir derinlik kazandırmaktadır (Şekil 9.).



Şekil 9. 2014 Sonbahar- Kış koleksiyonundan tasarım örnekleri

Figure 9. Design Examples from the 2014 Autumn-Winter collection (<http://www.usengecsef.com/>)

Günseli Türkay

ODTÜ İktisat Bölümü’nden mezun olan Günseli Türkay, ilgi duyduğu moda tasarımı ve marka yaratımı alanında uzmanlaşmak amacıyla Floransa’da iki yıl süren bir eğitim almıştır. Moda tasarımı kariyerine Mudo ve Mexx markalarında tasarımcı olarak devam eden Türkay, bu markalarda beş yıl çalışarak deneyim kazanmıştır. 2005 yılında moda tasarımı ve marka geliştirme alanında faaliyet gösteren kendi danışmanlık ofisini kurmuş; 2009 yılında ise adını taşıyan “Günseli Türkay” markasını hayata geçirmiştir (REC Türkiye, 2016).

Türkey, tasarımlarında doğa fotoğrafları ile mimari çizimleri iç içe geçmiş şekilde kullanarak, güçlü tasarımlar ortaya koymaktadır (Anonim 2, 2016). İstanbul Fashion Week kapsamında hazırladığı Sonbahar/Kış koleksiyonunu tanıtmak amacıyla W Lounge'da özel bir defile gerçekleştirmiştir. Bu koleksiyonda, mimar Alper Derinboğaz ile iş birliği yaparak "Mukarnas" adını verdiği bir görsel sanat gösterisi ('visual art show') eşliğinde sunum gerçekleştirmiştir (Anonim 6, 2016).

Koleksiyonun çıkış noktasını, Osmanlı mimarisine özgü bir süsleme ögesi olan mukarnas formu oluşturmuştur (Bkz. Şekil 10. Mukarnas Örneği). Tasarımlarda, mimari bir tavan bezemesi olan mukarnas, dokuma yüzeyinde desen olarak uygulanmış; mimari üslubu yansıtan geometrik ve düz formlar ise giysilerin kesim detaylarında kullanılmıştır. Ayrıca, geleneksel tavan süslemelerinde yer alan renk tonlarına koleksiyon tasarımlarında da yer verilerek görsel bütünlük ve tematik süreklilik sağlanmıştır (Şekil 11.).



Şekil 10. Mukarnas örneği

Figure 10. Muqarnas example (<http://www.arkitera.com/>)



Şekil 11. Sonbahar kış koleksiyonundan fotoğraflar

Figure 11. Photos from the 2013 Autumn winter collection (<http://www.arkitera.com/>)

Değerlendirme

Moda, tarih boyunca çeşitli unsurlardan etkilenmiş ve farklılık arayışı doğrultusunda sürekli bir gelişim süreci içine girmiştir. Tekstildeki yenilikler ve teknolojik ilerlemeler, modanın disiplinler arası etkileşimlerini artırarak, tasarım pratiğine yeni perspektifler kazandırmıştır. Görsel açıdan zengin ve karmaşık bir yapıya sahip olan mimari ise, moda tasarımcılarının ilgi odağı haline gelmiştir. Dünyaca tanınmış birçok tasarımcı, mimarinin yöntemlerini, biçimlerini ve estetik özelliklerini tasarımlarına entegre ederek, koleksiyonlarında özgün ve yenilikçi yaklaşımlar geliştirmiştir. Bu durum, moda ve mimarlık disiplinleri arasında önemli bir etkileşim ortaya koymaktadır.

Dünya çapında tanınan modacılarından biri olan Hüseyin Çağlayan, Londra’da aldığı eğitimle moda alanında önemli bir konuma ulaşmıştır. Koleksiyonlarında teknolojiyi ve çağdaş mimari formları başarılı bir şekilde bütünleştiren Çağlayan, tasarımlarında mimari unsurların yanı sıra sosyal içerikli temalara da yer vermektedir. Özellikle göç teması üzerine kurgulanan Afterwords defilesinde, koltuk kılıflarının elbiseye dönüşümü ve koltuklarda yer alan valiz detayları, izleyiciler üzerinde güçlü bir etki yaratmış ve göç olgusunu etkili biçimde yansıtmıştır. Bu yönüyle Hüseyin Çağlayan, moda ile mimarlık ilişkisinin en özgün yorumlayıcılarından biri olarak kabul edilmektedir.

Türkiye ve yurt dışında moda eğitimi almış olan Elif Cıgızoğlu, mimar bir ailede yetişmiş olmanın etkisiyle tasarımlarında mimariyi yoğun biçimde kullanmaktadır. Cıgızoğlu, giysilerinde geometrik formlarla mimariyi temsil etmekte ve kendisini üç boyutlu heykeller yaratan bir moda tasarımcısı olarak tanımlamaktadır.

Dice Kayek markasının kurucuları olan kardeşler Ayşe ve Ece Ege, mimariyi koleksiyonlarında etkin bir şekilde kullanan tasarımcılar arasında yer almaktadır. Turizm alanında eğitim görmüş olan Ayşe Ege ile Paris’te moda eğitimi alan Ece Ege, geleneksel unsurlarla çağdaş tasarım anlayışını bir araya getiren özgün koleksiyonlar ortaya koymaktadır. Tasarımlarında mimari formların yanı sıra Osmanlı ve İslam sanatlarının en seçkin örneklerinden ilham alarak, hem doku hem de yapısal öğeleri başarılı bir şekilde bütünleştirmektedirler.

Simay Bülbül, moda eğitiminin büyük bölümünü yurt dışında tamamlamış bir tasarımcıdır. Moda-mimari ilişkisi bağlamında koleksiyon hazırlayan tasarımcılar arasında yer almamakla birlikte, bir inşaat şirketinden gelen özel bir talep doğrultusunda bu ilişkiyi içeren özgün bir koleksiyon ortaya koymuştur. Malzeme kullanımı açısından dünya çapında bir ilk olma özelliği taşıdığı düşünülen bu koleksiyonda, Bülbül kumaşla yalıtım ve yapı malzemelerini bir arada kullanmıştır. Böylece moda-mimari ilişkisini giysilerdeki strüktür veya tekstür öğeleriyle değil, kullanılan ana malzemenin kendisiyle ifade etmiştir.

Arzu Kaprol, hem Türkiye’de hem de yurt dışında moda eğitimi almış önemli bir tasarımcıdır. Tasarımlarında İstanbul’un mimari dokusundan ilham alan Kaprol, mimari formları zaman zaman tekstür, zaman zaman ise strüktürel öğeler olarak giysilerinde kullanmaktadır. Koleksiyonları genel olarak modern ve çağdaş giysi tasarımlarından oluşmaktadır.

Moda-mimari ilişkisinin erkek giyim alanında en önemli temsilcilerinden biri olan Niyazi Erdoğan, mimarlık eğitimi almış olmasıyla diğer tasarımcılardan ayrılmaktadır. Genç tasarımcılar yarışmasında finale kalarak dikkatleri üzerine çeken Erdoğan, mimari detayları kumaşlara baskı teknikleriyle yansıtarak erkek giyimine yenilikçi bir perspektif kazandırmıştır. Tasarımları günlük kullanım için uygun olmakla birlikte iddialı bir estetik anlayış sergilemekte ve geometrik formları ön plana çıkarmaktadır.

Ekonomi eğitimi almasına rağmen kariyerini moda alanında İtalya’da sürdüren Günseli Türkay, tasarımlarında mimarideki geometrik formlar ile doğa fotoğraflarını bütünleştirmektedir. Mukarnas adlı defilesinde bir mimar ile iş birliği yapan Türkay, giysilerin kumaşlarında baskı tekniği aracılığıyla mukarnas detaylarını kullanmıştır. Tasarımları genel olarak fantezi giysilerden oluşmakta olup, mimari unsurları estetik bir biçimde içermektedir.

Sonuç

Bu çalışmada, Türkiye’de mimari öğelerden, formlardan, yapı unsurlarından ve mimari malzemelerden esinlenerek tasarım yapan Türk moda tasarımcıları ve koleksiyonları incelenmiştir. Moda-mimari ilişkisinin farklı boyutlarda yorumlandığı bu örneklerde, tasarım süreçlerinde mimarinin estetik ve yapısal ilkelerinin yanı sıra teknolojik yeniliklerin de etkin biçimde kullanıldığı gözlemlenmiştir.

İncelenen tasarımcıların büyük çoğunluğu moda tasarımı alanında yurt dışı eğitimi almış olup, mimarlık eğitimi almış tek isim Niyazi Erdoğan’dır. Bununla birlikte, Elif Cıgızoğlu’nun mimar bir aileden gelmesi, onun mimarlıkla kurduğu bağı desteklemektedir. Hüseyin Çağlayan, tasarımlarında mimari biçimlerle birlikte teknolojiyi başarıyla harmanlayan ve sosyal içerikli mesajlara önem veren özgün bir duruş sergilemektedir.

Simay Bülbül, moda-mimari ilişkisinden farklı bir yaklaşım benimseyerek, koleksiyonunda dış yapı ve yalıtım malzemelerini kullanmasıyla bu alanda özgünlük yaratmıştır. Ege kardeşler, tasarımlarında geometrik formlar ve strüktürel öğelere yer vererek, Doğu ve Batı sentezini başarılı biçimde yansıtmış, geleneksel ile modern harmanlamışlardır. Ayrıca, İslam mimarisinin özgün motiflerini tasarımlarına entegre etmişlerdir.

Günseli Türkay ve Niyazi Erdoğan, mimari detayları kumaş baskı teknikleriyle yansıtarak koleksiyonlarını şekillendiren tasarımcılardır. Bu bağlamda, erkek giyimi alanında mimari öğeleri kullanan tek tasarımcı Niyazi Erdoğan olarak öne çıkmaktadır.

Form ve biçim ekseninde değerlendirildiğinde; Elif Cıgızoğlu'nun geometrik formları mimariyle bütünleşmiş, Ayşe ve Ece Ege kardeşler modern ve gelenekseli sentezleyerek tasarımlarında mimari formları başarıyla kullanmış, Arzu Kaprol ise mimari öğeleri tekstür ve strüktür olarak giysilerinde ifade etmiştir. Hüseyin Çağlayan ise mimari biçimlerle teknolojiyi bütünleştirerek kendi özgün stilini yaratmıştır. Niyazi Erdoğan'ın erkek giyim tasarımlarında mimari detayların baskı tekniğiyle ön plana çıktığı, Günseli Türkay'ın ise mimari formları hem tasarım hem de baskı teknikleriyle koleksiyonlarında kullandığı belirlenmiştir. Simay Bülbül ise tasarımlarında, yapı ve yalıtım malzemeleri kullanarak alana yenilikçi bir katkı sağlamıştır.

Türk moda tasarımcılarının mimariyle kurduğu ilişki, yalnızca estetik bir yaklaşımı değil, aynı zamanda kültürel mirasın çağdaş tasarım diliyle yeniden yorumlanmasını da ifade etmektedir. Bu tasarımlar, kültürel kimliği güçlendirerek özgün ve fark yaratan duruşlar sergilemektedir. Günümüz teknolojisi ve güncel perspektiflerle yeniden ele alınan mimari unsurlar, evrensel bir yorumla geçmişi çağdaş bir kimlikle bütünleştirerek modada çarpıcı bir yer edinmektedir.

Sonuç olarak; moda ile mimarinin kesişimindeki yenilikçi yaklaşımlar, Türk tasarım sahnesinin uluslararası arenada daha güçlü ve özgün bir kimlik kazanmasına önemli katkılar sağlamaktadır.

Öneriler

Bu çalışma, Türk modacıların mimari öğelerle kurduğu ilişkiyi genel olarak ortaya koymuştur. Ancak, gelecekte yapılacak araştırmalarda koleksiyonların görsel analizleriyle detaylı incelenmesi, tasarımlardaki mimari etkilerin daha derinlemesine anlaşılmasını sağlayacaktır. Ayrıca, tasarımcılarla yapılacak niteliksel görüşmelerle kavramsal yaklaşımlar ve yaratım süreçleri üzerine daha fazla bilgi edinilebilir. Bu sayede moda ve mimarlık arasındaki etkileşim daha kapsamlı biçimde değerlendirilebilir.

Bunun yanı sıra, moda ve mimarlık ilişkisinin teknolojik gelişmeler ışığında nasıl evrildiğinin araştırılması, dijital tasarım yöntemlerinin bu disiplinler arası etkileşimdeki rolünü anlamak açısından önemlidir. Farklı kültürel bağlamlarda ve dönemlerde mimari ilhamın moda üzerindeki etkilerini karşılaştırmalı olarak inceleyen çalışmalar da literatüre zenginlik katacaktır.

Kaynakça

- Alem. (2012). Laçma'da kadın sanatçıların eserleri bir arada. *Alem Dergisi*. <https://www.alem.com.tr/roportajlar/lacmada-kadin-sanatcilarin-eserleri-bir-arada>.
- Anonim 1. (2015). *Türk Modacılar*. Erişim Tarihi: 18.11.2015. <https://www.modaturkiye.com/>.
- Anonim 2. (2016). *Ayşe Ege ve Ece Ege*. Erişim Tarihi: 04.01.2016. <http://mbfashionweek.com/>.
- Anonim 3. (2016). *Hekim Yapı Reflection by Simay Bülbül Koleksiyonu*. Erişim Tarihi: 06.01.2016. <http://www.dtik.org.tr/>.
- Anonim 4. (2016). *Hekim Yapı Reflection by Simay Bülbül koleksiyonu hakkında haber*. Erişim Tarihi: 04.01.2016. <http://elektronikgazete.com/>.
- Anonim 5. (2016). *Niyazi Erdoğan*. Erişim Tarihi: 02.01.2016. <http://www.fashionincube.com/>.
- Anonim 6. (2016). *Mukarnas Koleksiyonu*. Erişim tarihi 5 Ocak 2016, <http://www.mimarizm.com/>.
- Cerenoglu Terece, M. (2024). Türk Moda Dünyası Tasarım Süreçlerinde Kadın Tasarımcıların Önemi. İ. Bakan, G. Yılma Şakalar & B. Erşahan (Eds.), *Kadın ve tasarım: Tasarım süreçlerine stratejik bakış* (s. 42, 43). Akademisyen Yayınevi.
- Edirne, J. (2004). *Tasarımın Temel Prensipleri ve İç Mimari Tasarımda Uygulama Örnekleri*. Danışman: Prof. Dr. Onur Altan, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, s. 44.
- Erdoğan, N. (2014). *Niyazi Erdoğan Sonbahar/Kış 2014 Koleksiyonu Basın Açıklaması*. Mercedes-Benz Fashion Week Istanbul presented by American Express Kataloğu.
- Erdoğan, İ. D. (2011). *Bir Moda Tasarımcısının Koleksiyon Hazırlama Süreci ve Simay Bülbül Örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Danışman Dr. Öğr. Üyesi Nilay Ertürk, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, s. 66.
- Harmankaya, H. vd. (2012). *Moda ve Mimari*. I. Uluslararası Niğde Dil Kültür ve Tarih Sempozyumu. Niğde, s. 192.
- Hodge, B., Mears, P. ve Sidlauskas, S., (2006). *Parallel Practices in Fashion and Architecture/ Skin and Bones*. Thames and Hudson, First Edition, s. 256.
- Kadak, Ş. (2013). Kubbe, Kaftan, Ayasofya Victoria Albert Müzesi Yolunda. *Sabah*. 03 Nisan. <https://www.sabah.com.tr/yazarlar/kadak/2013/04/03/kubbe-kaftan-aya-sofyavictoriaalbert-muzesi-yolunda> (Erişim Tarihi 05.06.2025).
- Kipoz, Ş. ve Güner, D. (2011). *Conceptual Resistance of Hussein Chalayan Within The Ephemeral World of Fashion*. Fashion Forward. Inter- Disciplinary Press, Oxford, United Kingdom, s. 332.
- Molla, A. (2007). *Giyisi Tasarımı Aşamalarının İncelenmesi ve Hazır Giyim İşletmelerindeki Tasarımcı Performansının Değerlendirilmesi*. Danışman: Prof. Dr. Yurdağül Muratoğlu, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya, s. 27.
- Özkartal, M. (t.y.). *Resim Sanatında Çizgi ve Çizgi Ritmi Üzerine*. Isparta. s. 56.
- Öztürk, N. ve Harmankaya, H. (2022). *Türk Modacıların 2016–2019 Yılları Arasındaki Koleksiyonlarına Ait Giysi Özelliklerinin İncelenmesi*. TJFDM, s. 37.
- Pektaş, H. (2022). *Temel Tasarıma Giriş Ders Notları*. İstanbul, s. 29.
- REC Türkiye. (2016). *Kurumsal sürdürülebilirlik sertifika programı: Sürdürülebilirlik için değişimin yönetimi* (9. Dönem). İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yaşamboyu Eğitim Merkezi, s. 20.

- Romano, A. (2011). What's in a Narrative? Interpreting Yohji Yamamoto in the Museum. Fashion Forward. Inter- Disciplinary Press, Oxford, United Kingdom, s. 61.
- Skin + Bones: Parallel Practices in Fashion and Architecture (2008). Exhibition Guidebook, The Museum of Contemporary Art, Los Angeles, s. 2.
- Taşdemir, N. ve Kozak, Y. (2012). *Desen Çalışmaları*. MEB Yayınları, ss. 23-33.
- Yayla, M., & Yazıcı, F. (2014). Mimari yapılarıdaki estetik görsellerinin giysi tasarımlarına yansımaları. *Uluslararası Hakemli Tasarım ve Mimarlık Dergisi*, 1(2), 65–67.
- Vogue Türkiye. (2011, Şubat 2). *Elif Cığızoğlu dokundu*. <https://vogue.com.tr/moda-haber/elif-cigizoglu-dokundu> (Erişim Tarihi 05.06.2025).
- Yıldız, Ş. (2015). *Gotik Dönem Mimarisi ve Dönem Giysi Tasarımlarına Etkisi*. International Journal of Science Culture and Sport, s. 252.
- Yılmaz, E. (2020, Şubat 9). İlham perin ataların olsun. *Yeni Şafak*. <https://www.yenisafak.com/hayat/ilham-perin-atalarin-olsun-3546949> (Erişim Tarihi 05.06.2025).
- Zincir, E. vd. (2020). *Temel Tasarım 9*. MEB Yayınları, s. 145.
- Şekil 1. <http://www.mimarizm.com/>, Erişim Tarihi: 18.11.2015.
- Şekil 2. <http://www.mimarizm.com/>, Erişim Tarihi: 18.11.2015.
- Şekil 3. <http://kargaburga.blogspot.com.tr/>, Erişim Tarihi: 03.01.2016.
- Şekil 4. <https://modaturk.wordpress.com/>, Erişim Tarihi: 04.01.2016.
- Şekil 5. <https://fancymelisworld.wordpress.com/>, Erişim Tarihi: 04.01.2016.
- Şekil 6. <http://vogue.com.tr/>, Erişim Tarihi: 04.01.2016.
- Şekil 7. <http://www.hekimholding.com/>, Erişim Tarihi: 04.01.2016.
- Şekil 8. <https://www.harpersbazaar.com.tr/>, Erişim Tarihi: 05.06.2025.
- Şekil 9. <http://www.usengecsef.com/>, Erişim Tarihi: 04.01.2016.
- Şekil 10. [http://www.arkitera.com /](http://www.arkitera.com/), Erişim Tarihi: 05.01.2016.
- Şekil 11. [http://www.arkitera.com /](http://www.arkitera.com/), Erişim Tarihi: 05.01.2016.

T.C.
EGE ÜNİVERSİTESİ
TURKISH JOURNAL OF FASHION DESIGN AND MANAGEMENT (TJFDM)
YAYIM İLKELERİ ve YAZIM KURALLARI

Yayım İlkeleri

1. Turkish Journal of Fashion Design and Management (TJFDM) Dergisi; 2025 yılından itibaren Haziran ve Eylül aylarında, <http://www.dergipark.gov.tr> adresi üzerinden yılda iki sayı olmak üzere uluslararası alan indekslerinde taranan uluslar arası hakemli dergi olarak yayımlanmaktadır.
2. Dergide yayınlanan makalelerin basım dili Türkçe veya İngilizce'dir.
3. Dergide; Moda, Giysi Tasarımı, Hizmet Tasarımı, Ürün Tasarımı, Endüstriyel Tasarım, Görsel Sanatlar, Mimarlık, Peyzaj Mimarlığı, İç Mimarlık, Moda Pazarlaması, Pazarlama, Moda Yönetimi, Güzel Sanatlar, Tasarım Hukuku, İşletme ve Tasarım Felsefesi alanında daha önce yayımlanmamış orijinal araştırma makaleleri ile derleme çalışmalar yayımlanır. Dergi özel sayısında ise kongre ve sempozyum kitaplarında özet veya tam metni basılmış ve hakem kontrolünden geçmiş olan makaleler yayımlanır. Editöre mektup şeklinde yazılmış makaleler kabul edilmez.
4. Her sayıda bir yazarın ilk isim olarak yer aldığı en fazla iki makalesine yer verilir. Dergide basıma kabul edilen makalelerin bilimsel sorumlulukları yazarlarına aittir.
5. Dergide yayına kabul edilen makalelerin telif hakkı dergiye aittir, makalelerin yazarlarına telif ücreti ödenmez.
6. Dergide yayınlanan makalelerin yayın hakkı dergiye aittir, dergi yönetim kurulundan izin almadan başka bir yerde yayınlanamaz.
7. Dergide yayınlanması istenilen makaleler için makale başvuruları online olarak <http://dergipark.gov.tr/> adresinden yapılır.
8. Dergiye yayımlanmak üzere gönderilen, sosyal bilimler de dahil olmak üzere tüm disiplinlerdeki araştırmalar ile insan ve hayvanlar üzerinde yapılan klinik ve deneysel çalışmalar için ayrı ayrı etik kurul onayı alınmalı ve bu onay makalede belirtilmeli ve belgelendirilmelidir. Bu başlık altında, hakem, yazar ve editör için ayrı başlıklar altında etik kurallar hakkında bilgi verilmelidir.
9. Yazar/yazarlar, makalelerinde Araştırma ve Yayın Etiğine uyulduğunu belirten bir ifadeye yer vermelidir.
10. Dergiye gönderilen araştırma ve derleme makaleleri; Türkçe veya İngilizce dillerinden birisi olarak; Başlık, Özet ile Türkçe Anahtar Sözcükler, Abstract ile İngilizce Anahtar Sözcükler, Giriş, Ana Konu, Materyal ve Yöntem, Araştırma Bulguları, Tartışma, Sonuç, Kaynaklar ana başlıkları altında hazırlanmalıdır. Araştırma Bulguları ile Tartışma bölümleri veya Tartışma ile Sonuç bölümleri tek başlık altında da yazılabilir.

11. Makalelerde, yer alan kaynaklar makalenin özgünlüğü ve güncelliğini koruması açısından güncel olmalıdır. Geçmişten itibaren güncelliğini koruyan bilgilerde ise eski tarihli kaynaklar da kullanılabilir.

12. Dergide yayınlanma talebi ile başvuran makalelerin daha önce hiçbir yayın organında basılmamış olması veya yayınlanmak üzere bir başka dergiye ya da yayınevine gönderilmemiş olması gerekmektedir. Bunun sorumluluğu yazara aittir.

13. Turkish Journal of Fashion Design and Management Dergisi'nde yayımlanacak makalelerde derginin önceki sayılarında yayımlanan en az bir yayına atıf yapılması dergi için önem arz etmektedir.

Yazım Kuralları

1. Dergiye gönderilen makaleler Microsoft Word yazılımı ile “.docx” formatında, sütun halinde toplamda en fazla 25 sayfayı geçmeyecek şekilde, A4 kağıdına üst, alt, sağ ve sol kenarlardan 2,5 cm boşluk olacak şekilde yazılmalıdır.

2. Dergiye gönderilen makalelerin yazım karakteri “Times New Roman”, yazı büyüklüğü “12” punto olmalıdır. Metnin satır aralığı “1,15 satır”, her paragraf sonrası bırakılacak aralık “6 nk”, her bölüm sonrası bırakılacak paragraf aralığı “12 nk” olmalıdır. Paragraf başlarında boşluk bırakılmamalıdır. Tüm paragraflar ve başlıklar sol kenardan başlamalı, başlıklarda ve paragraf başlarında boşluk bırakılmamalıdır. Metin tümüyle iki yana dayalı olarak hizalanmalıdır. Metinde heceleme yapılmamalıdır. Kalın veya altı çizili yazı kullanımı ile metin vurgulama mümkünse yapılmamalıdır.

3. Makalenin Türkçe ve İngilizce başlığı koyu, “11” punto, ortalı ve büyük harflerle yazılmalıdır. Makale yazarları makalenin adının altında, sayfaya ortalı, “12” punto büyüklüğünde ve koyu yazılmalıdır. Makale dergi sayfasında yüklü olan örnek şablona göre yazılmalıdır.

Örnek; Hazır Giyim Sektöründe Yeşil Pazarlama (11 punto)

Green Marketing In Ready-To-Wear Sector (9 punto)

Ece Nüket Öndoğan¹, Ziynet Öndoğan²

¹*Asst.of Prof.Dr., Ege University, Ege University Faculty of Fashion and Design, Department of Fashion Design İzmir-Türkiye, E-posta: ece.nuket.ondogan@ege.edu.tr, Orchid: 0000-0000-0000-0000*

²*Prof.Dr., Ege University, Faculty of Fashion and Design, Department of Fashion Design, İzmir-Türkiye, E-posta: ziynet.ondogan@ege.edu.tr, Orchid No: 0000-0000-0000-0000*

Corresponding author: Ece Nüket Öndoğan

Article Information

Number : Received : Accepted :

4. Dergiye makale gönderen yazarların “Orc-id” numarası olmalıdır ve yazarlar makalelerinde isimlerinin altına “Orc-id” numaralarını yazmalıdır. Orc ID’si olmayan yazarların makaleleri basılamaz.

5. Makalede en fazla 3. düzeyde bölüm başlıkları kullanılmalıdır. Birinci düzey olan ana başlıklar koyu, (Giriş, Özet, Materyal vb) sola dayalı, “14” punto büyüklüğünde ve ilk harfi büyük ve koyu olarak yazılmalıdır. İkinci düzey başlıklar, sola dayalı, her kelimesinin ilk harfi büyük olarak koyu yazılmalı ve yazı büyüklüğü “12 punto” olmalıdır. Gerektiğinde kullanılacak olan üçüncü

düzey başlıklar sola dayalı, sadece ilk kelimenin ilk harfi büyük şekilde “12 punto” ve koyu yazılmalıdır.

5. Makalede yer alan “Özet” ve “Abstract” bölümleri çalışmanın amacı ile araştırma bulgularını içermelidir. “Özet” ve “Abstract” bölümleri en fazla “250” kelimedenden oluşmalıdır. Özet ve Abstract’ta, kaynakça, kısaltma, çizelge, çizge ve resim gibi ekler yer almamalıdır.

6. Anahtar sözcükler: “Özet ve “Abstract” bölümlerinden sonra en az 3 en fazla 5 tane anahtar sözcükler (keywords) yer almalıdır. Anahtar sözcükler makale taramasında yardımcı olacak kelimelerden seçilmelidir.

7. Yabancı yazarlardan gelen İngilizce makalelerin Türkçe “Özet” bölümü dergi editör kurulu tarafından hazırlanır.

8. Makalede yer alan sayısal değerlerde bin ayırıcı nokta ile yapılmalı, ondalık haneler ile virgül ile ayrılmalıdır (Örnek: 1.529,50 veya 1.257.485,57 gibi).

9. Fotoğraf, Resim, Çizim ve benzeri sunuşlar "Şekil", grafiksel değerlerin verilişi (Grafikler) “Çizge”, sayısal değerlerin verilişi (Tablolar) "Çizelge" olarak isimlendirilmelidir. Şekil ve Çizgelerin başlıkları altta ve sola dayalı, Çizelgelerin başlıkları üstte ve sola dayalı yer almalıdır.

Şekil, Çizge ve Çizelgelerin numaralandırılması makale içerisinde sıra ile yapılmalı ve koyu yazılmalıdır. Makale içerisinde verilen resim, fotoğraf, çizim, çizelge ve çizgelere metin içerisinde atıf yapılmalıdır (Resim 1., Çizge 4., Şekil 1., Fotoğraf 2. vb).

10. Örnek makale şablonunda her sayfanın altında sayfa numarası vardır. O nedenle makaleyi ayrıca numaralandırmak için sayfa numarası yazılmamalıdır.

11. Makale yazımı APA 7 Kuralına göre yazılmalı, atıflarda kurala uygunluğa dikkat edilmelidir. APA 7 kuralına göre yazılmaya makaleler yazara iade edilir.

**T.C.
EGE UNIVERSITY
TURKISH JOURNAL OF FASHION DESIGN AND MANAGEMENT (TJFDM)
PUBLICATION PRINCIPLES AND WRITING RULES**

Publication Principles

Instructions to Authors of Manuscripts

1. Turkish Journal of Fashion Design and Management (TJFDM) is international refereed journal which is published two times a year over Dergipark (June and September) (<http://www.dergipark.gov.tr>). It is scanned in the indexes and contains studies in social sciences and interdisciplinary fields.
2. The publication language of the journal is English and Turkish.
3. The journal publishes original research articles and review studies in Fashion, Cloth Design, Service Design, Product Design, Industrial Design, Visual Arts, Architecture, Landscape Architecture, Interior Architecture, Fashion Marketing, Marketing, Fashion Management, Fine Arts, Design Law, Business Administration and Design Philosophy which are not previously published elsewhere. The journal's special issues publish studies that have been peer-reviewed and previously included in a conference abstract book or in the conference proceedings. The articles that are prepared in the form of "Letter to the Editor" will not be accepted. In the special issue of the journal, articles with a summary or full text of which have been printed and that have passed the referee control are published in the congress and symposium books. Articles written in the form of a letter to the editor are not accepted.
4. If the first authors are the same in the manuscripts, only two of them are accepted for the publication in the same issue. Authors are responsible for the scientific content of the manuscripts to be published.
5. The journal holds the copyright of the published articles, and does not pay a copyright fee to the authors.
6. The journal holds the publishing rights of the published articles, and they cannot be published elsewhere without the permission of the board of the journal.
7. Application of the manuscripts should be done via web address; <http://dergipark.gov.tr/>
8. Ethics committee approval must be obtained separately for researches in all disciplines, including social sciences, and clinical and experimental studies on humans and animals that are submitted to the journal for publication, and this approval must be specified and documented in the article. Under this heading, information about ethical rules should be given under separate headings for the referee, author and editor.
9. Author/s should include a statement that the Research and Publication Ethics are complied with in the articles.
10. The research or review articles should be prepared in English or Turkish under the main headings; Title, Abstract in Turkish and English, Keywords in Turkish and English, Introduction, Material and Methods, Findings, Discussion, Results and References. Results and Discussion can also be written in a single title as "Results and Discussion".

11. The references used in the articles should be up-to-date for preserving the originality and the currency of the study with the latest research. For the studies that keep their currency, earlier research can be used as references.

12. The submitted manuscripts must not be published elsewhere or should not be under review by another journal at the time of submission. This issue is considered to be within the responsibility of the authors.

13. Any citation in your articles to at least one article among the previous papers published in our journal has a great importance for Turkish Journal of Fashion Design and Management.

Writing Rules Author Guidelines

1. Manuscripts must be submitted in Word with the extension of “.docx”. All parts of the manuscript must be typewritten, single column, double-spaced, with margins of at least one inch on all sides. Number manuscript pages consecutively through-out the paper and except special numbers not to exceed 25 pages in total.

2. The author must use “12” point Times Roman for text. The main body of the manuscript should have a line spacing of 1,15 lines and after each paragraph a “6 nk” spacing should be followed. After each heading, the paragraph spacing should be “12 nk”. All paragraphs and headings should start at the left margin inside 0,5 cm. The text should be fully justified. There should be no hyphenation (cutting words). The authors are discouraged from highlighting text with the use of bold or underlined fonts.

3. The Turkish and English title of the article should be written in bold, “11” point font, centered, and in capital letters. Authors should be typed below the article's title, centered on the page, in 12-point font, and in bold. The article should be written according to the sample template uploaded to the journal page.

Hazır Giyim Sektöründe Pazarlama Maliyetleri

Marketing Costs in The Apparel Sector

Ece Nüket ÖNDOĞAN¹

¹Asst.of Prof., Ege University, Faculty of Fashion and Design, Izmir-Turkey Orcid: 0000-0002-8949-4611

Corresponding Author: Ece Nüket Öndoğan ecenuket@gmail.com

4. Authors submitting articles to the journal must have an "Orc-id" number, and authors must include their "Orc-id" numbers below their names in their articles. Articles by authors without an Orc ID cannot be published.

5. A maximum of third-level section headings must be used in the article. First-level main headings (Introduction, Abstract, Material, etc.) should be left-justified, typed in bold, in a 14-point font size, with the first letter capitalized and bolded. Second-level headings should be left-justified, typed in bold with the first letter of each word capitalized, and in a 12-point font size. Third-level headings, used when necessary, should be left-justified, typed with only the first letter of the first word capitalized, in a 12-point font size, and bolded.

