

YÜNLÜ KUMAŞLARDAKİ SON GELİŞMELER

Öğ.Gör. Nesrin Önlü
D.E.Ü. Güzel San. Fak. Tekstil Böl. İZMİR

Yünlü kumaşlardaki son gelişmeler, öncelikle klasik görünümlerinin değiştirilmesi düşüncesinden yola çıkılarak yeni özelliklerin kazandırılması çalışmaları ile başlamıştır. Gelişmeler adı altında yapılacak yenilikler riski göze alabilecek cesareti gerektirmektedir.

RECENT DEVELOPMENT IN WOOL FABRICS

The latest developments in wool fabrics have first began with efforts to impart them new properties, starting off with the idea of, first, changing their classical appearances. The renovations that may be made in the name of progress need courage to face certain risks.

1. GİRİŞ

Gelişme denince akla görüntü ya da kullanım amaç farklılığı açısından gerçek bir yenilik gelmektedir. Gerçek gelişme tüketicinin ihtiyaçlarının karşılanması ile doğru orantılı olmalıdır. Buna bağlı olarak gelişmeler sonucunda ortaya konan yeniliklere tüketicinin adapte olabilmesi ve benimseyebilmesi için söz konusu kitleyi bu konuya hazırlamak gereklidir. Yün Birliği (IWS-International wool Secretariat) bu amaçla 1993 yılında dünya çapında geniş bir müşteri araştırması yapmıştır. Araştırma sonucuna bağlı olarak yapılan hazırlık çalışmalarıyla da kumaşa biçim-desen-yüzey açısından kazandırılacak yenilikler ile makinada yıkanabilecek giysi türleri v.b. yenilikler ortaya konmuştur. Tüketici, ürünlerde öncelikle kullanım alanı çeşitliliği, kullanım kolaylığı ve buna bağlı olarak da ekonomik olma üzerinde durmuştur.

2. GELİŞMELERİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Gelişmeleri, bir çok alanda yapılan yeniliklerde olduğu gibi, yünlü kumaş alanında da ekonomik, sosyal, sağlık, kullanım alanları gibi sayısı çoğaltılabilecek faktörler fazlasıyla etkilemektedir. Tüm bu faktörleri yönlendiren en önemli etken

ise insan faktörüdür. Çünkü amaç insana hizmet vermek ve onu mutlu kılmaktır.

Yünlü kumaşlardaki son gelişmeler ve bu gelişmelerle ortaya konacak yenilikler tasarlanırken her ne kadar ekonomik faktörler önemliyse de kullanım faktörü, yeniliklerin biçim almasında birinci derecede etkili rol oynamıştır. Yünlü kumaşların hem görünüşünde yapılan yeniliklerde hem de fonksiyonel özelliklerinin geliştirilmesinde kullanım alanı faktörü kesinlikle yadsınamaz. Kumaşın dokusunu eski klasik görünümünden farklı olarak daha hareketli hale getirmek, renkliliğini arttırmak, çok farklı örgü yapıları kullanmak suretiyle yapılan yenilikler onu güncel bir kumaş haline getirerek, günün her saatinde kullanılacak bir ürün şekline dönüştürmüştür. Hatta giysi, örneğin aksesuar ilavesi ile gündelik bir giysiden resmi bir giysiye bürünebilmektedir. Teknolojik gelişmelerle oluşturulan çok ince yün iplikleri ile de yaz-kış giyilebilecek yünlü kumaşlar üretilmiştir. Bu yenilik, söz konusu kumaşların kullanım alanının sınırını ortadan kaldırarak onun yaz-kış giyilebilecek mevsimlik bir kumaş olarak fonksiyonunu arttırmıştır.

Çok ince yün ipliğinden dokunan kumaşlar iplik inceliğine göre ilkbahar-yaz aylarında kullanıldığından dolayı, yazın serin, kışın sıcak tutabilmektedir; çünkü yün deri ile dış çevre arasında bir tampon görevi görmektedir. Dışarıdaki havayı içeri, içerideki havayı dışarı iletmez. Sıcak havalarda yünlü kumaş deriye dokundukça derideki nemi çeker ve nemin vücuda rahatsızlık vermesini önlediği gibi, serinlik hissi uyandırır. Soğuk havalarda ise dışarıdaki nemi emerek deriye iletmez. Nemi bünyesinde tutar. Böylece soğuk hava içeri girmez.

Kullanım kolaylığı sağlamanın amacıyla yünlü kumaşlara kazandırılan, ev tipi çamaşır makinelerinde yıkanabilme özelliği, florokarbon işlemi ile suya, kire, yağa ve lekeye dayanıklı hale getirilmesi, lifin kendi yapısında var olan ve geliştirilen buruşmazlık özelliği gibi özellikler yünlü kumaşın fonksiyonlarını fazlasıyla arttırmış ve kişiye her bakımdan büyük kolaylık sağlamıştır. Makinada yıkanabilen yünlü kumaşlardan üretilen giysileri, tüketici çok rahat ve korkmadan evindeki makinada (eğer makinenin yünlü yıkama programı varsa) yıkayabilmekte, bu da tüketiciye

kullanım kolaylığı sağlamaktadır. Böylece tüketici kuru temizleme ile zaman kaybetmeyeceği gibi, ekonomik açıdan da avantajlı olacaktır. Yünlü kumaşların buruşmaya karşı daha dayanıklı hale getirilmiş olması yine kullanım kolaylığı sağladığı için tüketicinin ilgisini fazlasıyla çekmiştir. Tüketici her zaman kırışmaya dayanıklı giysilere daha çok rağbet etmektedir. Bu tür kumaşlar daha uzun sürede ütüye gereksinim duydıklarından, tüketiciye yine zamandan tasarruf ve ekonomik açıdan avantajla, kullanım kolaylığı sağlarlar. Yünlü kumaşların kire, lekeye, suya, yağa dayanıklı oluşu ise onların yıkanma sürelerini uzattığı için tüketiciye bir başka kullanım kolaylığı daha sağlamaktadır.

Saf yeni yün ve diğer yünlü kumaşlardaki gelişmeleri biçimlendiren ve etkili olan diğer önemli faktörler sosyal faktörlerdir. Tüketici araştırması sonuçları ve yünlü kumaşların azalan üretimi gözönüne alınarak, söz konusu kumaşların sadece belirli yaş düzeyindeki ve belirli konumdaki kişilere hitap etmemesi gerektiği saptanmıştır. Bu amaç doğrultusunda özellikle kumaşın görüntüsünde, giysinin biçiminde yapılacak değişikliklerle saf yeni yün ve diğer yünlü kumaşlar genç kesim tarafından giyilebilecek hale getirilmiştir. Kumaşların ve giysilerin renkleri, dokusu, deseni ise sosyal çevrenin statüsüne göre biçim alacaktır. Örneğin, amaç geniş bir gençlik kitlesi ise, kırsal kesimde yaşayan gençlik ile kentte yaşayan gençliğin zevk ve beğenisi arasında büyük farklar olacaktır. Bu da ürünün renk, desen gibi pek çok özelliğini etkileyecektir. Zevk ve beğeniyi farklı kitleler arasında eşit düzeye getirmek diğer bir amaç olsa da, bunu zorlama olmadan yavaş yavaş oluşturmak gerekecektir; çünkü sosyal yapıda var olan farklılıkları saf dışı etmek hatalıdır. Bu özellikle ekonomik açıdan büyük çöküntü demektir. Örnekleri benzer şekilde çoğaltmak mümkündür.

Kullanım ve sosyal faktörlerin yanısıra yünlü kumaşların gelişimine, her alanda olduğu gibi teknolojik faktörlerin de fazlasıyla et-

kisi vardır. Teknoloji her geçen gün akıl almaz boyutlarda gelişmektedir ve bu gelişmeler tekstile de yansımaktadır.

Yünlü kumaşlarda çok ince çaplı yünlü ipliğinin eldesi, makina- da yıkanabilenen yünlü kumaşlar v.s. teknolojik gelişmelerin bir ürünüdür. Söz konusu iplikler ve kumaşlar tasarımı olarak oluşumundan çok önceki yıllarda düşünülmüş olsa bile teknoloji gerekli gelişmeyi kaydetmediği sürece, tasarımı sadece düşüncede kalacaktır. Uygulamaya ancak bu özellikleri iplik ve kumaşları üretebilecek teknoloji geliştğinde geçilecektir.

Kullanım alanı, sosyal ve teknolojik faktörlerin yanısıra, gelişmeleri etkileyen önemli faktördür. biri de ekonomik faktörlerdir. Yünlü kumaşlara ilişkin gelişmelerde ekonomik faktörler hem tüketici açısından hem de yenilikleri ortaya koyan kurumlar (IWS gibi) ve onu üretenler açısından önemli bir belirleyicidir. Söz konusu kumaşlardaki gelişmeler ve bu doğrultuda ona kazandırılan yeniliklerin başlıca nedeni yünlü kumaşların ekonomik açıdan düşüştüğü zor durumdur. Saf yeni yün ve ondan mamül ürünler oldukça pahalı olduğu için toplumdaki her kesim tarafından rahatlıkla alınmamakta, genellikle ekonomik problemi olmayan kişilerce tercih edilmektedir. Belli bir kesim de, özel günler için ya da resmi amaçlı olarak bu ürüne talep göstermektedir. Genç kesim ise çizgilerini ve kumaşların görüntüsünü klasik ve belirli bir yaş için düşündüğünden eşdeğer fiyatlarda da olsa spor giysilere ve özellikle de "blue jean" e yönelmektedir. Önemli sayıdaki bir kesit de saf yeni yün yerine yün oranı düşük ya da yün taklidi kumaşlara ancak erişebilmektedir. Bunların yanısıra kışlık yünlü giysilerden palto, manto ve kabanlara da rağbet gün geçtikçe azalmaktadır, çünkü artık bu ürünlerin aynı derecede soğuktan koruyucu etkiye sahip, yağmur geçirmeyen aynı zamanda da daha ucuz ve ekonomik hammaddeden yapıları vardır. Üstelik bunların giyimi çok daha pratiktir ve spor çizgilere sahiptir. Pek çoğu ise hem spor, hem resmi amaçlı giyilebilmektedir.

Günümüzde tüketici artık daha pratik, daha rahat, ekonomik açıdan kendisini fazla zorlamayacak, yaz-kış giyebileceği, sık sık ütölemeye fazla zaman harcamayacağı ürünleri aramaktadır. Onun için en önemli olan hem ekonomiklik, hem de zamandan tasarruftur.

Örnekleri çoğaltılabilecek benzer nedenlerden dolayı saf yeni yünden mamul ürünleri üreten üreticiler dünya çapında ciddi bir ekonomik darboğaza girmiştir.

Yukarıda sözü edilen faktörler, kumaşlara ilişkin gelişmeleri yönlendiren ve biçimlendiren başlıca etkenlerdendir. Her ne kadar hepsi birbiriyle iç içe olsa da, ekonomik faktörler yünlü kumaşların gelişiminde de önemli belirleyici etkidir. Çünkü insanı ilgilendiren her alandaki gelişmelerin kökeninde, öncelikle ekonomik faktörler yatmaktadır.

3.GELİŞMELERİN GERÇEKLEŞTİĞİ ALANLAR

Saf yeni yünden mamul ürünlerdeki gelişmeler elyaf başlangıçlıdır. Başlıca amaç, yün elyafından üretilen ürünlerin yaz-kış giyilebilmesi olduğu için, öncelikle hammadde incelenip öyle işe başlanması gerektiği düşünülmüştür. Makinada yıkanabilen, buruşmayan, kirlenmeyen dayanıklı yünlüler için de aynı durum söz konusudur. Yazın giyilebilecek ürünlerde aranacak ilk özellik serin tutması olduğundan, üretilecek mamulün mümkün olduğu kadar hafif olması gerekmektedir. Bu da kumaşın gramajının düşük olması anlamına gelir. Hafif gramajlı bir kumaş ise, ancak çok ince ipliklerle, aşırı sık olmayan bir dokumayla ve de ona özel bitirme işlemleriyle gerçekleştirilebilir. Çok ince yün ipliği, çok ince yün elyafından üretilen ipliklidir. Elyaf, iplik, gramaj, boya-apre birbirleriyle iç içe olan halkalar zinciridir. Birini diğerinden ayırmak mümkün değildir.

Araştırmalar sonucunda ince merinos yonlerinden elde edilebilen yaz-kış giyilebilecek ürünler için muhtelif incelikte iplikler yapılmıştır. Bu ipliklerin yapımı sırasında "sirofilm", "sirospun" gibi özel

büküm yöntemleri kullanılmıştır. Örneğin "sirofil" iplik güçlü yün ipliği ile ince yün ipliğinin birlikte bükülmüşeyle elde edilmektedir. "Sirospun" iplik ise, iki adet tek katlı ipliğin birlikte bükülmesiyle sağlanan bir değişikliktir.

Yukarıda sözü edilen çok ince mikronlu elyaflardan yapılmış ince yün iplikleri, doğru orantılı olarak, gramaj açısından hafiftirler. İnce ve gramajlı ipliklerden dokunabilecek kumaşlar, uygun seçilen bir örgü ile hafif olacaktır. Yünlü kumaşların gramaj olarak hafifliği bu nedenle hem ipliğe hem örgüye bağlıdır. Bu hafiflik, söz konusu ipliklerden yapılmış kumaşı giyenlere rahatlık vermekle birlikte, özel yapısı nedeniyle, yazın serin, kışın sıcak tutar. Sadece ilkbahar-yaz aylarında giyilebilecek yünlü kumaşlar da üretilmektedir. Bu kumaşların iplikleri diğer yünlü kumaşlardan çok daha ince, dokunuşları da daha seyrekler. Dokuma sırasında kullanılan özel dokuma teknikleri (seçilen örgü tipleri, ipliklerin taraktan geçiriliş sıraları v.s.) kumaşa belli oranda hafiflik sağlamaktadır. Dokuma sırasında gerçekleştirilen diğer gelişmeler ise kumaşın yüzey görünümünde olmaktadır. Yünün kendine özel doğal yapısından uzaklaşmamak koşulu ile kumaşa daha modern, güncel bir görünüm kazandırılmak istenmiştir. Amaç, yünlü kumaşları klasik görünümlü imajının yanısıra güncel bir etkiye ulaştırmaaktır. Böylelikle toplumdaki her kitleyi kendine çekebilmek hedeflenmiştir. Özellikle genç kesimin kazanılması büyük önem taşımaktadır.

Zincirin son halkası boya-apre (bitirme işlemleri) dir. Hafif gramajlı yünlü kumaşlara uygulanan apre kışıklara uygulanan apreden az da olsa farklıdır. Hafif gramajlı yünlü kumaşlar için, normal bir yün apresinden önce, bir ön hazırlık apresi gerekmektedir. Genel olarak, hafif gramajlı bir yünlü kumaşın bitirme işlem sırası;

- Sentetik bir yıkayıcı ile yıkama,
- Halat boyama makinesi ile boyama,
- Germe makinesi ile kurutma,
- Kesme

- Buhar presi şeklinindedir. Kullanılan sentetik maddenin türü ve miktarı ile kesme işlemi (yüzey tüylerinin mümkün olduğu kadar yüzeye yakın kesilmesi), buhar presi en önemli işlemlerdir.

Yünlü kumaşlara makinada yıkanabilirlik, buruşmazlık, kire lekeye-yağa- v.b. dayanıklılık özellikleri de bitirme işlemleri sırasında verilmektedir.

4. GELİŞMELERE TEKNOLOJİ, MODA VE PAZARLAMANIN YANSIMALARI

Yünlü kumaşlara doğrudan yansıyan faktörlerin başında teknoloji gelmektedir. Gelişmelerin gerçekleştirilebilmesi teknolojinin gelişimi ile de bağlantılıdır. İpliklerin istenen eğirme tekniğinde bükülmesi yanında, dokuma aşamasında bazen tezgahın özel aparatlar taşıması da gerekmektedir. Bu, kumaşa örgü ile bağlantılı olarak özel bir görünüm verilmek istendiği zaman gereklidir (Çözgü yönünde, tarak dışından ipliklerin farklı geçirilmeleriyle oluşturulan sık-seyrek görünümün atkı yönünde de oluşturulması gibi).

Gelişmelere teknoloji sadece üretim aşamasında yansımaz. Ürünün oluşturulduktan sonra pazara sunulması sırasında gerekli olan tanıtım da ön plandadır. İletişim alanında yapılan teknolojik yenilikler, moda ve reklam v.s. ile yapılan tanıtımların aynı anda tüm dünyada izlenmesini olanaklı kılmaktadır. Gelişmelere doğrudan yansıyan diğer bir faktör de moda dır. Moda günümüzde insan ile ilgili hemen her alanda etkili bir unsurdur. Özellikle tekstil endüstrisinin kapsamına giren tüm ürünlerde varlığını fazlasıyla hissettirmektedir. Örneğin, giyim biçimleri, renkler, kullanılacak iplik, kumaş, kumaşların desenleri çok kez modaya göre şekil almaktadır.

Modanın yünlü kumaşların, gelişimindeki yansımaları iki şekilde olmaktadır. Gelişmeler moda trendlerine göre yönlendirilebildiği gibi, gelişmelerin ortaya konduğu yılın içinde moda olabilmesini sağlamak da söz konusudur.

Moda olması istenen ve moda olması sonucu daha çabuk benimsenip yayılacağı düşünülen yeni ürünlerin tüketilmesi ise ayrı bir konudur. Tüketici faktörünü gündeme getiren bu konu iki bakış açısı ile incelenebilir. Birincisi ürüne getirilen yeniliklere tüketicinin bireysel olarak ya da toplumca göstereceği ilgidir. Tüketicinin tavırlarını keşfetmek bu açıdan çok önemlidir. Bu da tüketicinin moda-sanayi sisteminin tümünü önemli ölçüde etkileyeceğine işaret eder.

İkinci bakış açısı, yine yenilik getirilmiş ürünün üretim aşamasından tüketim aşamasına kadar tüm çalışmaların ve kullanılan tekniklerin uyum içinde kullanılmasını vurgular.

Yenilik getirilmiş "moda-ürün" ün en önemli aşamalarından birisi piyasaya sürülme aşamasıdır. "Yeni bir ürünün piyasaya sürülmesi çoğu zaman değerlendirilmesi olanaksız bilinmezlikler, kesinsizlikler ve tehlikelerle doludur. Genelde, bu ilk aşama içinde gerçek anlamda bir talep oluşturmak gerekir. Satışlar hem yavaştır, hem de yavaş yavaş artar." Yenilikler, yünlü kumaşlara kazandırılan bir kaç özelliğe olduğu gibi (yünün yazın kullanımı, makinada yıkanabilirlik) mevsime bağlı olan değişikliklerden çok farklı ise, yayılmak için çok daha fazla çaba gerektirir. Tüketici her yenilik oluşumuna önce çekimser davranır; modayı izlemek ister, fakat zarar görmeyi istemez. Bu nedenle moda ürününün toplumca kabul görmesi gereklidir.

İkinci önemli aşama, yeniliğin pazarının genişlediği büyüme aşamasıdır. Talep hızla büyür ve pazar genişler. Pazarlamada hedef kitle tüketicidir. Yapılması düşünülen yeniliklerin kabul görüp görmeyeceğini araştırmadan, hiç bir ürün pazara sunulmamalıdır. Bu nedenle söz konusu kumaşlara ilişkin tüm gelişmelerin pazar bulup bulmayacağına araştırılması gerekmektedir.

Yün Birliği (IWS-International Wool Secratariat) yünlü kumaşlar-

daki son gelişmeleri uygulamaya sokmadan önce geniş bir tüketici araştırması yapmıştır. Çıkan sonuçları ise, yeniliklere iyice hazırlanmadan yün üreticileri ve perakendecilerle görüşmeyi düşünmemiştir. Çünkü Yün Birliği'ne göre, yeniliklere hazır olmadan ne yapılabilecek bir ilerlemeden ne de iş hacminin genişlemesinden söz etmek mümkün değildir. Yeniliklere iyice hazır olunup, tüketicinin ilgisinin çekilebildiğine inanıldıktan sonra yapılacak iş, ürünün tanıtımıdır. Yenilik getirilmiş ürünlerin reklam, moda ve fuarlar kanalıyla müşteriye tanıtılması gerekmektedir. Pazarlama bu üç tanıtım şekli ile beraber yürümektedir. Moda kanalıyla iyi bir tanıtım yapılan bir tekstil ürünü tüketici tarafından hem daha çok benimsenir, hem de daha fazla pazar bulur.

5. SONUÇ

İnsanı ilgilendiren diğer konulara yönelik gelişmelerde olduğu gibi, yünlü kumaşlara ilişkin gelişmelerin de öncelikle tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılaması gerekmektedir; çünkü gerçek yenilik, tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılaması anlamına gelmektedir. Yapılan yeniliklerin başarılı olmasının ön koşulu yenilik kazandırılmış materyalin kabul edilebilir olmasıdır. Eğer başlangıçta, "Bizim müşterimiz bunu istemiyor" şeklinde olumsuz bir yanıt alınırsa, en uygun çabalar bile sonuçsuz kalacak demektir. Müşteri mağazada sadece alıştığı, tanıdık giyim ürünlerini v.b. arar diye düşünmek de çok yanlıştır. Kesin olan şudur ki, yapılan yenilik satışa mutlaka yansımalıdır. İnsanlar ikna edildikten, fikir ve öneri pazarda kendine yer tutturduktan sonra başarının keyfi çıkarılabilir.

KAYNAKÇA

HAKKO, CEM, Moda olgusu, Vakko Yayınları, İstanbul

ÖNLÜ Nesrin, Yünlü Kumaşlara Kazandırılan Yeni Özellikler ve Modanın Etkileri, Yayınlanmamış Sanatta Yeterlik Tezi, İzmir, D.E.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1995.

INTERNATIONALES WOLL-SEKRETERIAT "Machine Washable Pure New Wool Fabrics," Interstoff, Dusseldorf, October 1993

INTERNATIONALES WOLL-SEKRETERIAT, "Cool Wool the Lightweight Wool" Spring/Summer 1994, Dusseldorf, December 1993

INTERNATIONALES WOLL-SEKRETERIAT, The Natural Finish Trend" Woolmark Fabrics Spring/Summer 1994, Dusseldorf, March 1994

INTERNATIONALES WOLL-SEKRETERIAT, "Pure New Wool in Spring/Summer 1995, Women's Wear", Woolmark Projects, Dusseldorf, March, 1994.