

ARAŞTIRMA MAKALESİ (Research Article)

¹Müzeyyen Aygün,
Orcid: 0000-0002-6948-044X

¹Asst.Prof.Dr., Kütahya Dumlupınar
University, Gediz Vocational School,
Fashion Design Department, Kütahya,
Türkiye

Sorumlu Yazar (Corresponding Author):
Müzeyyen Aygün
muzeyyen.aygun@dpu.edu.tr

Anahtar Kelimeler:
Eşarp tasarımı, birim tekrar, raportlama,
moda tasarımı, kurumsal kimlik

Keywords:
Scarf design, unit repetition, pattern
repeat, fashion design, corporate
identity

Eşarp Tasarımlarında Birim Tekrarlarının İncelenmesi (2020-2025)

An Analysis of Unit Repetitions in Scarf Designs (2020-2025)

DOI: 10.54976/tjfdm.1801466

Alınış Tarihi (Received): 11.10.2025

Kabul Tarihi (Accepted): 09.02.2026

ÖZ

Bu çalışma, 2020–2025 yılları arasında küresel moda endüstrisine yön veren seçilmiş uluslararası (Hermès, Gucci, Valentino) ve ulusal (Vakko, Aker, Silk & Cashmere) markaların eşarp tasarımlarında kullandıkları birim tekrar ve raport stratejilerini karşılaştırmalı bir perspektifle incelemeyi amaçlamaktadır. Nitel araştırma deseniyle kurgulanan çalışmada, veri toplama yöntemi olarak doküman analizi kullanılmış; seçilen 19 özgün eşarp tasarımı; raport türü, birim ölçeği (mikro/makro), simetri kullanımı, motif yoğunluğu ve kurumsal kimlik temsili açısından görsel analiz tekniğiyle değerlendirilmiştir. Araştırma bulguları; birim tekrar ilkesinin yalnızca teknik bir yüzey düzenlemesi değil, markaların pazar konumlandırması ve lüks iletişim stratejileriyle doğrudan ilişkili yapısal bir "marka kodu" olduğunu ortaya koymaktadır. Analizler sonucunda; Hermès'in merkezi (radyal) kurgular ve makro ölçekli figürlerle anlatsal bir "sanat eseri" dili kurguladığı, Valentino ve Vakko gibi markaların ise mikro ölçekli tipografik birimlerle oluşturulan tam tekrar (allover) düzeni aracılığıyla kurumsal kimliği bir dokuya dönüştürdüğü saptanmıştır. Ulusal markaların, geleneksel motifleri çağdaş raport sistemleriyle sentezleyerek kültürel mirası modern bir estetik stratejiye dönüştürdüğü ve global lüks standartlarını yerelleştirdiği sonucuna ulaşılmıştır. Sonuç olarak çalışma, dijitalleşen tasarım süreçlerine rağmen markaların kurumsal güvenilirliklerini pekiştirmek amacıyla klasik raport disiplinlerine ve yapısal simetri kurallarına sadık kaldıklarını göstermektedir.

ABSTRACT

This study aims to examine the unit repetition and pattern (repeat) strategies used in the scarf designs of selected international (Hermès, Gucci, Valentino) and national (Vakko, Aker, Silk & Cashmere) brands that have shaped the global fashion industry between 2020 and 2025 from a comparative perspective. Structured with a qualitative research design, the study utilized document analysis as the data collection method. Nineteen original scarf designs were evaluated through visual analysis techniques in terms of repeat type, unit scale (micro/macro), use of symmetry, motif density, and corporate identity representation. The research findings reveal that the principle of unit repetition is not merely a technical surface arrangement, but a structural "brand code" directly related to the brands' market positioning and luxury communication strategies. The analysis determined that Hermès constructs a narrative "work of art" language with central (radial) compositions and macro-scale figures, while brands such as Valentino and Vakko transform corporate identity into a texture through all-over patterns created with micro-scale typographic units. It is concluded that national brands synthesize traditional motifs with contemporary repeat systems, transforming cultural heritage into a modern aesthetic strategy and localizing global luxury standards. Consequently, the study demonstrates that despite digitalized design processes, brands remain faithful to classical repeat disciplines and structural symmetry rules to reinforce their corporate credibility.

Kaynak gösterimi: Aygün, M. (2026). Eşarp tasarımlarında birim tekrarlarının incelenmesi. *Turkish Journal of Fashion Design and Management*. 8(1): 33-52, <https://doi.org/10.54976/tjfdm.1801466>

How to cite: Aygün, M. (2026). Analysis of unit repeats in scarf designs. *Turkish Journal of Fashion Design and Management*. 8(1): 33-52, <https://doi.org/10.54976/tjfdm.1801466>

Giriş

Moda ve tekstil tasarımı, tarihsel süreç içerisinde toplumsal statüden kültürel kimliğe, sanatsal dışavurumdan endüstriyel üretime kadar çok geniş bir yelpazede gelişim göstermiştir. Bu gelişim süreci içerisinde "eşarp", hem işlevsel bir aksesuar hem de üzerinde taşınan desen kurgusuyla bir markanın tasarım dilini en yalın haliyle yansıtan stratejik bir ürün grubu haline gelmiştir. Eşarp tasarımı, sınırlı ve genellikle kare formdaki bir yüzey alanı üzerinde dengeli, estetik ve markanın imzası niteliğindeki görsel bir kompozisyon oluşturma disiplindir. Bu disiplinin temelinde ise tasarımın ritmini ve sürekliliğini sağlayan "birim tekrarı" ve "raportlama" kavramları yer almaktadır. Akademik literatürde bu iki kavram sıklıkla birbirini tamamlasa da işlevsel açıdan belirgin bir farklılığa sahiptir. Birim tekrarı, tasarımın anlamsal ve görsel özünü temsil ederek; bir tasarımı oluşturan en küçük yapı taşının (motif, logo veya geometrik form) kimliğini tanımlar. Raportlama ise bu birimlerin matematiksel ve teknik bir düzenle yüzeye aktarılmasını sağlayan "yapısal sistemi" ifade eder.

Russell (2011), birim tekrarının temel işlevini, tasarımın sınırlarının gözle algılanamayacak şekilde birleşmesini sağlayan teknik bir zorunluluk olarak tanımlar. Başka bir ifadeyle; birim tekrarı tasarımın görsel karakterini belirlerken, raportlama bu karakterin yüzeydeki yayılım stratejisini, yoğunluğunu ve akışkanlığını kontrol eden teknik altyapıdır. Russell (2011, s. 112) ayrıca bu sürecin, tasarımın bütüncül algısını oluşturmadaki kritik rolünü vurgular. Günümüzde, özellikle 2020–2025 dönemi, dijital baskı teknolojilerinin olgunlaştığı ve "yeni lüks" algısının dijitalleşme ile yeniden tanımlandığı bir süreci temsil etmesi bakımından önem arz etmektedir.

Russell (2014a), dijitalleşmenin raport paradigmalarını dönüştürerek karmaşık yüzey paternlerinin geleneksel kısıtlamaların ötesinde, daha hassas kurgulanmasına olanak tanıdığını belirtmektedir. Kumar ve Naaz (2023) ise bu teknolojik imkânların tekstil paternlerinin tasarım sürecini hızlandırdığını, dijitalleşmenin sağladığı sınırsız renk ve form çeşitliliğinin raportlama sistemlerinde yeni bir estetik standart oluşturduğunu vurgulamaktadır. Bu dönüşümü bilimsel bir temele oturtan Russell (2014b), desen tasarımındaki algoritmik yapının sanatsal yaratıcılıkla nasıl harmanlandığını bilim, teknoloji ve tasarımın kesişim kümesinde ele almaktadır.

Tasarım sistematiği içerisinde, Wilson (2001, s. 42) tarafından belirtilen "Kare (Düz) Raport" ve Cole&Deihl (2015, s. 45) tarafından tanımlanan "Diyagonal (Kaydırmalı) Raport" sistemleri, tasarımın karakterine göre ön plana çıkan yöntemlerdir. Kayapınar (2023, s. 310) ise bu teknik operasyonu sanatçının üslubunu yansıtan bir araç olarak değerlendirerek; "Tam, Normal, Aralıklı ve Ardışık Tekrar" biçimlerinin tasarımın görsel hiyerarşisini nasıl belirlediğini metodolojik olarak sınıflandırmaktadır. Ancak modern moda endüstrisinde, dijital baskı teknolojilerinin sunduğu bu sınırsız hareket alanına rağmen, lüks moda markalarının kurumsal miraslarını koruma ve bu yeni teknolojilerle

eklemlene biçimleri halen kritik bir araştırma konusudur. Literatürde, 2020–2025 yılları arasındaki bu hızlı teknolojik dönüşümün, lüks segmentteki markaların görsel iletişim stratejilerine ve birim tekrarı tercihlerine nasıl yansıdığına dair güncel ve karşılaştırmalı bir boşluk bulunmaktadır. Özellikle küresel markalar ile yerel lüks markaların raportlama teknikleri üzerinden kurdukları marka kimliği arasındaki farklılıklar, analitik bir inceleme gerektirmektedir.

Çalışmanın amacı, 2020–2025 yılları arasında küresel moda dünyasına yön veren uluslararası markalar (Hermès, Gucci, Valentino) ile ulusal düzeyde lüks tüketim algısını temsil eden markaların (Vakko, Aker, Silk&Cashmere) eşarp tasarımlarını teknik ve görsel raportlama parametreleri ışığında analiz etmektir. Çalışma, söz konusu markaların tasarım hiyerarşisinde hangi motif türlerine (logo, flora, geometrik form) ve ölçeklendirme stratejilerine (mikro, mezo, makro) ağırlık verdiğini görsel analiz ve doküman incelemesi yöntemleriyle ortaya koyarak, mevcut literatürdeki boşluğu doldurmayı hedeflemektedir.

Yöntem ve Materyal

Bu çalışma, 2020-2025 yılları arasında moda endüstrisinde lüks segmenti temsil eden uluslararası ve ulusal markaların eşarp tasarımlarındaki raportlama stratejilerini incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırmanın materyalini, küresel ölçekte moda literatürüne yön veren Hermès, Gucci ve Valentino gibi uluslararası markalar ile ulusal düzeyde lüks tüketim algısını temsil eden Vakko, Aker ve Silk &Cashmere markalarının ilgili yıllara ait koleksiyonlarından seçilen 19 adet eşarp tasarımı oluşturmaktadır.

Örneklem grubu, markaların tasarım dillerini en iyi yansıtan ikonikleşmiş ve güncel desenler arasından amaçlı örnekleme yöntemiyle belirlenmiştir. Çalışma, nitel araştırma desenine uygun olarak doküman analizi ve görsel analiz teknikleri üzerine kurgulanmıştır. İncelenen her bir eşarp tasarımı, metodolojik bir tutarlılık sergileyecek şekilde iki temel eksen üzerinden değerlendirilmiş ve elde edilen veriler sistematik bir karşılaştırmaya olanak tanıyacak biçimde analiz edilmiştir.

Analiz sürecinin ilk aşamasını oluşturan teknik ve yapısal kriterler kapsamında, Russell (2011) ve Wilson (2001) tarafından literatüre kazandırılan temel raport sistemleri esas alınmıştır. Bu doğrultuda tasarımlar; kare, diyagonal, ardışık ve merkezî yerleşim şemaları açısından tetkik edilmiştir. Yapısal analizin devamında, tasarım birimlerinin yüzeydeki baskınlığını ve görsel hiyerarşisini ölçmek amacıyla bir ölçeklendirme standardı uygulanmıştır. Bu standart uyarınca; 1–3 cm aralığında yer alan ve genellikle logo/amblesmlerden oluşan birimler "Mikro ölçek", 4–10 cm aralığındaki flora veya nesne figürleri "Mezo ölçek" ve 10 cm üzerindeki odak noktası teşkil eden büyük birimler ise "Makro Ölçek" olarak kodlanmıştır.

Görsel analiz kriterleri bağlamında tasarımların karakterini belirlemek için Kayapınar (2023) tarafından önerilen görsel düzenleme biçimleri temel alınmıştır. Yüzeyin doluluk oranına ve birimlerin dağılım stratejisine göre "Tam, Normal, Aralıklı ve Ardışık" tekrar biçimleri analiz edilmiştir. Ayrıca, Emodi-Nnoruka vd. (2021) perspektifinden hareketle raport birimlerinin birbirine göre konumu; radyal, tam, öteleme veya asimetrik denge unsurları çerçevesinde ele alınmıştır. Tüm bu teknik ve görsel veriler, İbrahim (2021) bağlamında birim tekrarının markanın dil birliği, tarihsel mirası ve modern lüks imajı üzerindeki estetik etkisini çözümllemek amacıyla sentezlenmiştir.

Verilerin çözümlenmesi aşamasında, belirlenen 19 adet eşarp görseli üzerinde bu kriterlere göre sistematik kodlamalar yapılmıştır. Elde edilen tüm bulgular, markalar arası hiyerarşik bir karşılaştırma yapılmasına ve desen stratejilerinin net bir şekilde gözlemlenmesine olanak tanıyan toplu bir çizelge üzerinden sunulmuştur (Çizelge 1.). Nihai analiz süreci, markaların raportlama tercihlerinin kurumsal kimlik stratejileriyle olan yapısal ilişkisini tartışma bölümünde derinleştirmek üzere kuramsal bir zemin oluşturacak şekilde tamamlanmıştır.

Bulgular: Marka Bağlamında Birim Tekrarı ve Görsel Analizler

Birim Tekrarı Kavramı

Tekstil yüzey tasarımında "birim tekrarları", görsel ritim, denge ve bütünlük sağlayan temel tasarım ilkelerinden biridir. Motifin belirli bir düzende yinelenmesi, yalnızca yüzeyin algısal sürekliliğini değil aynı zamanda üretim sürecinde çoğaltılabilirliği de mümkün kılar. Bu bağlamda birim tekrarlar, desen tasarımının hem estetik hem de işlevsel boyutunu belirleyen kritik yapı taşlarıdır (Emodi-Nnoruka vd., 2021; Kayapınar, 2023). Birim tekrarı olgusu, tasarımın temel yapı taşı olarak kabul edilen modüler birimlerin sistematik bir düzen içerisinde bir araya gelmesiyle oluşur. Aydın ve Demir Öztürk'e (2024) göre birim tekrarı, tasarımda organizasyonel bir ilke olmanın ötesinde, izleyici ile eser arasındaki etkileşimi yapılandıran ve görsel anlatımı güçlendiren dinamik bir kurgudur. Mimari ve sanat disiplinlerinde olduğu gibi tekstil yüzeyinde de tekrar, durağan bir aynılık değil, farklılıkları içinde barındıran ve yeni mekânsal/yüzeyel olasılıklar üreten bir kavramdır. Eroğlu ve Aksu (2019), tekrar kavramının bir temsil aracı olmanın ötesine geçerek, nesnenin kendi oluş sürecindeki potansiyelleri açığa çıkaran bir yöntem olduğunu savunmaktadır.

Nitekim Demircioğlu (2016), tekrarları yalnızca biçimsel bir yineleme olarak değil; aynı zamanda estetik ve kavramsal düzeyde anlam üreten yaratıcı bir yöntem olarak değerlendirmektedir. Gotik mimarideki ogival formu gibi tarihsel örnekler, yüzeylerde süreklilik hissi yaratmak üzere tekrarın estetik potansiyelini kullanmıştır (Cole & Deihl, 2015). Günümüz eşarp tasarımlarında da bu tarihsel miras, modern raportlama teknikleriyle birleşerek markaların imaj inşasında anahtar rol oynamaktadır. Bu noktada,

geleneksel yüzeylerden dijital ve interaktif alanlara kadar uzanan geniş bir yelpazede birim tekrarı, formun parçalanması ve yeniden inşa edilmesi sürecinde merkezi bir rol üstlenir. Tekrarlanan birimlerin matematiksel bir kesinlik veya kontrollü bir rastlantısallıkla yerleşimi, tasarımın derinliğini ve izleyici üzerindeki psikolojik etkisini belirleyen ana unsurdur (Aydın & Demir Öztürk, 2024). Tekrarın bu dinamik yapısı, tasarımın özdeşlik kuran monoton yapısından sıyrılarak, Eroğlu ve Aksu'nun (2019) belirttiği üzere, Deleuzyen bir yaklaşımla "farklı olanın tekrarı" aracılığıyla yeni bir estetik dil inşa edilmesine olanak tanır.

Eşarp tasarımlarında gözlemlenen birim tekrar stratejileri, markanın tarihsel kökenleri ile güncel moda dili arasındaki dengeyi yansıtır. Raportlama sistemlerindeki varyasyonlar, tasarımın durağan yüzeyden ziyade hareketli bir optik algı yaratmasına olanak tanır. Aydın ve Demir Öztürk (2024), benzer bir yaklaşımı sanat enstalasyonları üzerinden ele alarak, birim tekrarının mekan ve yüzey üzerindeki etkileşimli doğasının tasarımın sınırlarını genişlettiğini vurgulamaktadır. Bu çerçevede incelenen lüks marka koleksiyonları, birim tekrarını sadece dekoratif bir unsur olarak değil, aynı zamanda kurumsal kimliğin sürekliliğini sağlayan ve markayı tanınabilir kılan stratejik bir araç olarak kullanmaktadır. Tasarımlardaki bu metodolojik yaklaşımlar, raportlama tekniklerinin modern tasarım pratiklerindeki yerini ve estetik değerini ortaya koymaktadır.

Eşarp Tasarımlarının Analizi

Çizelge 1. Araştırma kapsamında incelenen eşarp tasarımlarının birim tekrar ve raport parametreleri analizi
Chart 1. Here is the translated and completed table in English, analyzing the scarf designs in terms of unit repeat and rapport parameters

Marka/Model/ Yıl	Teknik Raport Türü	Birim Tekrarı Türü	Motif Türü ve Boyutu	Simetri/Denge	Estetik Etki
Hermès/Precious Paradise/2023	Merkezi (Radial)	Normal tekrar	Tematik–Figüratif/Makro ölçekli	Radyal simetri	Tarihsel miras ve prestij
Hermès Super Silk Quest/2024	Karma (Merkezî ve ızgara) düzen	Normal tekrar	Piksel–Figüratif/Makro ölçekli	Radyal simetri	İnovasyon ve oyun baz lüks
Hermès Illusion Exquise/2023	Radyal (Merkezî) raport	Tam tekrar	Soyut–Optik/Mezo ve makro ölçekli	Radyal simetri	Derinlik ve modernist zerafet
Hermès Brides De Gala En Fleurs/2023	Ayna ve merkezî raport	Tam tekrar	Floral–Figüratif/Mikro ve makro ölçekli	Kusursuz iki yanlı simetri	Romantik ve klasik Rönesans
Gucci Flora Gg (Pembe Bordürlü)/2024	Kare (Düz)	Aralıklı tekrar	Doğal–Flora/Mezo ölçekli	Serbest denge	Romantik ve doğal estetik
Gucci Jungle Animal Print/2023	Diyagonal/ Kaydırmalı raport	Tam tekrar	İkonografik/Mikro ölçekli	Kaydırmalı denge	Klasik moda mirası
Gucci Flora Silk (Lila Bordürlü)/2024	Ardışık raport	Normal tekrar	Geometrik–Şeritsel/Makro ölçekli	Paralel denge	Şportif lüks
Valentino toile iconographie/2023	Diyagonal (1/2) raport	Tam tekrar	Geometrik–logo/ mikro ölçekli	Öteleme simetrisi	Modern lüks ve aidiyet, ikonik logo
Valentino vlogo signature/2024	Kare (düz) raport	Normal tekrar	Geometrik–soyut/makro ölçekli	Blok simetri	Avangart estetik
Valentino geometric pattern/2023	Kare (düz) raport	Tam tekrar	Tipografik/mezo ölçekli	Tam simetri	Grafik güç
Vakko–geometrik desenli ipek/ 2024	Kare (düz) raport	Tam tekrar	Amblem-logo/mikro ölçekli	Tam simetri	Kurumsal kimlik inşası
Vakko–monogram desenli twill/2023	Merkezî (radial) raport	Aralıklı tekrar	Sanatsal-illüstratif/makro ölçekli	Odaklı denge	Sanatsal dışavurum
Vakko–çiçek desenli twill/2025	Diyagonal (kaydırmalı) raport	Normal tekrar	Soyut geometrik/ mezo ölçekli	Kaydırmalı denge	Dinamik görsel hareket
Aker logo desenli ipek krep/2024	Kare (düz) raport	Tam tekrar	Amblem-logo/ mikro ölçekli	Tam simetri	Marka bilinirliği
Aker geometrik desenli twill/2024	Ardışık raport	Ardışık tekrar	Çizgisel-geometrik / mezo ölçekli	Ritmik akış	Modernizm ve devinim
Aker çiçek desenli ipek krep/2025	Diyagonal raport	Normal tekrar	Soyut-geometrik / mezo ölçekli	Çapraz simetri	Matematiksel estetik
Silk&cashmere–lara saf ipek/2024	Kare (düz) raport	Aralıklı tekrar	Soyut-geometrik / mikro ölçekli	Minimal denge	Yalınlık fonksiyon ve dingin duruş
Silk&cashmere–laila saf ipek/2023	Kare (düz) raport	Aralıklı tekrar	Doğal-flora / mezo ölçekli	Serbest denge	Dinginlik ve zerafet
Silk&cashmere–lena saf ipek/2023	Diyagonal (kaydırmalı) raport	Normal tekrar	Soyut-geometrik / mezo ölçekli	Kaydırmalı denge	Dinamik görsel hareket

Not: Veriler, ilgili markaların resmî arşivleri ve güncel koleksiyon kataloglarından elde edilen görsel döküman analizine dayanmaktadır.

Marka Bağlamında Birim Tekrarı ve Görsel Analizler

Çizelge 1.'de sunulan verilerin görsel karşılıklarını somutlaştırmak adına, markaların karakteristik birim tekrarı stratejilerini temsil eden seçili görseller aşağıda sunulmuştur. Bu bölümde her bir görsel, toplu çizelgedeki teknik veriler ışığında betimsel olarak yorumlanmıştır.

Uluslararası Markalarda Birim Tekrarı Stratejileri (Hermès, Gucci, Valentino)



Şekil 1a. Hermès “Precious Paradise” eşarp, 2023 koleksiyonu

Figure 1a. Hermès “Precious Paradise” scarf, 2023 collection



Şekil 1b. Hermès “Super Silk Quest” eşarp, 2024 koleksiyonu

Figure 1b. Hermès “Super Silk Quest” scarf, 2024 collection



Şekil 1c. Hermès “Illusion Exquise” eşarp, 2023 koleksiyonu

Figure 1c. Hermès “Illusion Exquise” scarf, 2023 collection



Şekil 1d. Hermès “Brides de Gala en Fleurs” eşarp, 2023 koleksiyonu

Figure 1d. Hermès “Brides de Gala en Fleurs” scarf, 2023 collection

Hermès eşarp tasarımları, teknik mükemmeliyet ile sanatsal anlatımın kesiştiği noktada, belirli matematiksel ve estetik kurallar üzerine inşa edilmiştir. Hermès tasarımlarında "Birim Tekrarı", sadece estetik bir doluluk yaratmak için değil, aynı zamanda izleyicinin gözünü tasarım üzerinde gezdirmek için bir araç olarak kullanılır. Normal tekrar yöntemi, tasarımda "negatif alan" kullanımına dayanır. Motifler, izleyicinin gözünü yormadan belirli bir ritimle dizilir. Bu yaklaşım, her bir grafik öğesinin birer "özne" olarak vurgulanmasını sağlar.

"Precious Paradise" 2023, doğanın egzotik unsurlarını merkeze alan bu tasarımda, bitki ve hayvan figürleri bir illüstrasyon gibi serbestçe yerleştirilmiştir. Normal tekrar yöntemi sayesinde, her bir kuş veya çiçek figürü arasında nefes alan boşluklar bulunur. Bu boşluklar, eşarp bağlandığında desenlerin birbirine karışmasını önler ve belirli figürlerin ön plana çıkmasına yardımcı olur. Tasarım, bir botanik bahçesinin düzenli ama doğal karmaşasını yansıtır (Şekil 1a.). "Super Silk Quest" 2024, modelinde, pikselli oyun dünyası figürlerinin Normal Tekrar yöntemiyle yerleştirildiği görülmektedir. Burada normal tekrar, daha geometrik ve sistematik bir yapıdadır. Grafik birimler, bir ızgara sistemi üzerine oturtulmuştur. Motifler arasındaki mesafeler matematiktir; bu durum modern ve teknolojik bir ritim duygusu yaratır. Bilgisayar ekranlarındaki düzeni kumaşa taşıyarak nostaljik ve avangart bir görünüm sunar. Doğa unsurları, belirli aralıklarla yinelenerek izleyiciye her bir detayda kaybolma imkânı sunan ritmik bir yapı kurar (Şekil 1b.). Benzer bir yaklaşım "Precious Paradise" (Şekil 1a.) modelinde de karşımıza çıkar.

Tasarımlarda kullanılan yerleşim düzeni, eşarbin bağlanma şekline göre değişen dinamik bir görsel sunar. "Illusion Exquise" 2023 tasarımı bu noktada markanın matematiksel dehasını yansıtır. Optik illüzyonlar ve soyut formların birleşimiyle oluşan, derinlik algısını zorlayan bir tasarımdır. Radyal Hiyerarşi ve "Tam Tekrar prensiplerinin birleşimiyle oluşturulan bu modelde, merkezden dışa doğru yayılan birimler boşluksuz bir doku oluşturur. Tam tekrar yöntemi burada bir zorunluluktur. Çizgiler ve gölgeler birbirini takip ederek bir "sonsuzluk" döngüsü oluşturur. Göz, tasarımın nerede başlayıp nerede bittiğini ayırt edemez. Hareketli bir yüzey hissi yaratarak statik bir kumaşı dinamik bir objeye dönüştürür (Şekil 1c.).

Hermès, köklü geçmişini modern tasarım teknikleriyle harmanlayarak "Marka Mirası'nı canlı tutmaktadır. Bu stratejinin somut örneği Hermès'in meşhur deseni olan "Brides de Gala" 2023, yoğun çiçek demetleriyle yeniden yorumlanmış halidir. Orijinal desendeki boşluklar bu versiyonda tamamen çiçeklerle doldurulmuştur. Tam Tekrar tekniği sayesinde zemin rengi neredeyse görünmez. Figüratif öğeler (koşum takımları) ve organik öğeler (çiçekler) bir bütün olarak kumaşa yayılmıştır. Maksimalist bir estetik sunarak lüksün ve doğanın bolluğunu simgeler. Hermès'in "zamansızlık" ilkesinin bir dışavurumudur.

İncelenen modellerde birim tekrarlarının tesadüfî olmadığı anlaşılmaktadır. "Normal Tekrar" detaylı bir okuma deneyimi sunarken (Şekil 1a. ve 1b.), "Tam Tekrar" ve "Radyal Düzen" (Şekil 1c., 1d.) daha bütünsel ve dokusal bir algı yaratmayı amaçlar. Hermès eşarpları, bu teknik disiplin sayesinde sadece birer aksesuar değil, kumaş üzerine işlenmiş birer sanat eseri kimliği kazanmaktadır.



Şekil 2a. Gucci "Flora GG Silk Twill" eşarp, 2024 koleksiyonu
Figure 2a. Gucci "Flora GG Silk Twill" scarf, 2024 collection



Şekil 2b. Gucci "Fauna & Jungle Animal Print" eşarp, 2024 koleksiyonu
Figure 2b. Gucci "Fauna & Jungle Animal Print" scarf, 2024 collection



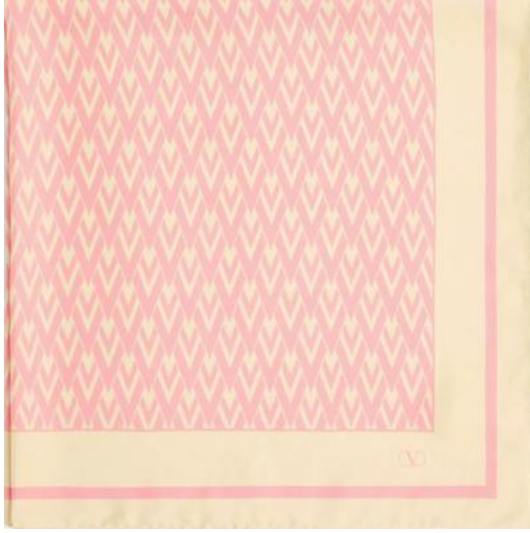
Şekil 2c. Gucci "Flora Silk Scarf" (lila bordürlü), 2024 koleksiyonu
Figure 2c. Gucci "Flora Silk Scarf" (lilac border), 2024 collection

Gucci'nin 2020–2025 koleksiyonları, tekrar düzenlerinin yüzeydeki simetri ve raport çeşitliliğiyle hem estetik hem de marka kimliğini yansıtan özgün tasarım örnekleri sunmaktadır. Bu eşarplar, raport tipleri, motif yerleşimi ve tekrar yoğunluğu bakımından birbirinden farklı tasarım stratejileriyle öne çıkmaktadır. “Flora GG Silk Twill” (2024) modelde, klasik Flora çiçekleri markanın "GG" monogram deseni üzerine bindirilmiştir. Mezo ölçekli çiçek motifleriyle katmanlı “Aralıklı Tekrar” ile tasarlanmıştır. Gucci monogram zemin üzerine serpiştirilen bu flora öğeleri, pembe bordürle çerçevelenmiş klasik bir yüzey kurgusu oluşturur. Arka planda geometrik bir GG monogram düzeni varken, ön planda renkli Flora buketi figürleri tüm yüzeyi kaplar. Pembe bordür, bu yoğun dokuyu çerçeveleyerek sınırlandırır. Boşluk minimumdur (Şekil 2a.). Eşarpta logo ile doğa figürlerinin birleşimi zengin, yoğun ve dokulu bir görünüm sağlar.

“Fauna & Jungle Animal Print” (2024), Diyagonal/Kaydırmalı Raport düzeninde kurgulanmıştır. Büyük ölçekli hayvan ve bitki motiflerinin yoğun olmayan yerleşimi, dinamik ve hareketli bir yüzey etkisi yaratır. Vahşi doğa temalı bu seride kaplan, yılan, zebra ve tropikal bitki figürleri eşarbin her santimetresini doldurur. Tam Tekrar ile oluşturulan tasarımda hayvan figürleri ve yapraklar birbirinin içine geçer. Bir figürün bittiği yerde diğeri başlar. Tasarımda hiyerarşik bir boşluk yoktur, göz sürekli hareket halindedir. Vahşi, dinamik ve maksimalist bir estetik etkidedir. Kumaşın neresi katlanırsa katlansın mutlaka belirgin bir figürle karşılaşılır (Şekil 2b.). Turkuaz bordürle çevrelenmiş “Flora Silk Scarf” (2024), Ardışık Raport ve Normal Tekrar ile kurgulanmıştır.

Çiçek buketleri, beyaz veya fildişi zemin üzerinde aralıklı ve birbirine temas etmeyecek şekilde konumlandırılmıştır. Bu serbest tekrar düzeni, negatif boşlukların oluşmasını sağlayarak hafif ve akışkan bir estetik yaratır. Simetrik olmayan yerleşim, tasarıma doğal ve yumuşak bir karakter kazandırır. Lila bordür, iç kompozisyondaki ferahlığı vurgular. Arka plan boşluğu, her bir çiçeğin ayrı ayrı algılanmasına olanak tanır (Şekil 2c.). Aynı "Flora" motifi kullanılmasına rağmen Şekil 2a. ve Şekil 2c. arasındaki temel fark Şekil 2a.'da bir "doku" oluşturma Şekil 2c.'de ise bir "illüstrasyon" sunma hedeflenmiştir.

Gucci, flora ve fauna temalarını asimetric düzenlemelerle yeniden kurgularken simetri, tekrar sıklığı ve raport yapısı açısından esnek bir tasarım anlayışı benimsemektedir. Monogram ve bordür unsurları, tasarımlarda marka kimliğini güçlendirirken, motiflerin detaylı çizimi ve yerleşim biçimi estetik çeşitliliği desteklemektedir. Gucci eşarpları, yüzeyde ritmik olmayan ancak dengeli bir tekrar anlayışıyla, klasik Flora estetiğini güncel tasarım trendleriyle birleştiren bir çizgi ortaya koymaktadır.



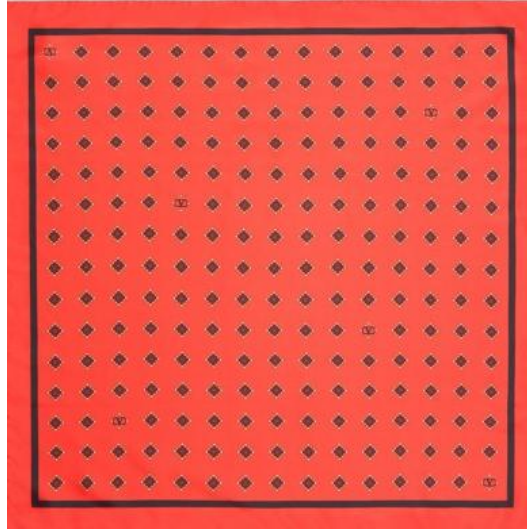
Şekil 3a. Valentino “Toile Iconographe” eşarp, 2023 koleksiyonu

Figure 3a. Valentino “Toile Iconographe” scarf, 2023 collection



Şekil 3b. Valentino “V Logo Signature” eşarp, 2024 koleksiyonu

Figure 3b. Valentino “V Logo Signature” scarf, 2024 collection



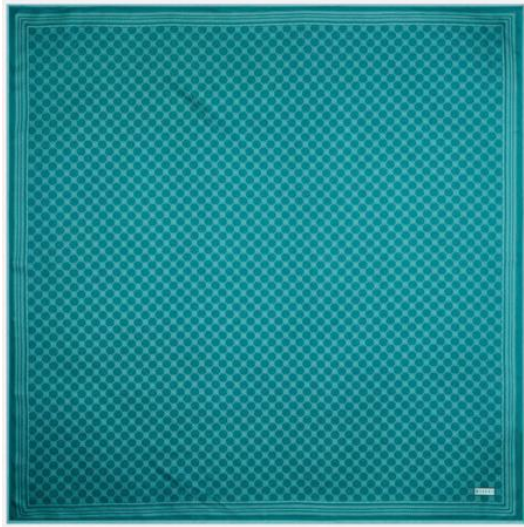
Şekil 3c. Valentino “Geometric Pattern” eşarp, 2023 koleksiyonu

Figure 3c. Valentino “Geometric Pattern” scarf, 2023 collection

Valentino'nun 2020–2025 koleksiyonları, tekrar düzenlerinin kurumsal kimlik aktarımı ve minimal estetikle bütünleştiği özgün örnekler sunmaktadır. Valentino'nun tasarım anlayışı, özellikle "V" logosunu bir yapı taşı olarak kullanarak oluşturduğu matematiksel düzenlere dayanır. “Toile Iconographe” (2023), markanın en modern ve grafik ağırlıklı serisidir. Logoyu bir örgü haline getirir. V-logo monogramları Diagonal (1/2) Raport ve Tam Tekrar oluşturulmuştur. V logoları birbirine bağlanarak bir zincir yapısı oluşturur. 1/2 kaydırma kullanıldığı için logolar bir alt satırda tam araya denk gelir. Bu durum, gözün dikey veya yatay çizgiler yerine çapraz bir akış izlemesini sağlar. Kumaş üzerinde sonsuz bir doku hissi yaratır. Eşarp bağlandığında kıvrımların arasında desenin daha doğal ve kesintisiz görünmesini sağlar. Modern, ritmik ve tekstüre bir görünüm sunar (Şekil 3a.). “Geometric Pattern” (2023), Logonun veya geometrik formların tüm yüzeyi

kapladığı tasarımıdır. Tasarımın raport tipi Kare Raport, birim tekrarı ise ve Tam Tekrardır. Modüller yan yana ve alt alta boşluksuz şekilde dizilir. Izgara yapısı belirgindir. Şekil 3a.'daki diyagonal akışın aksine, burada daha statik ve mimari bir düzen vardır. Hipnotik, yapısal ve net. Genellikle retro-fütüristik bir hava verir. Grafik ve güç estetik etkisi oluşturur (Şekil 3c.). İncelenen Valentino eşarplarında tekrarlanan motifler, logolar ve geometrik formlar marka kimliğinin vurgulanmasını sağlayan güçlü grafik elemanlara dönüşmüştür. Tekrar sıklığının yüksekliği, simetrik yerleşimle birleşerek kurumsal ve lüks algıyı güçlendiren bir bütünlük sunmaktadır. Bu tasarımlar, minimal renk paletleriyle karmaşık raport düzenlerinin görsel yükünü dengeleyerek sofistike ve sade bir etki oluşturur.

Ulusal Markalarda Birim Tekrarı Stratejileri (Vakko, Aker, Silk&Cashmere)



Şekil 4a. Vakko “Geometrik Desenli İpek Eşarp”,
2024 koleksiyonu
Figure 4a. Vakko “Geometric Patterned Silk
Scarf,” 2024 collection



Şekil 4b. Vakko “Monogram Desenli Twill
Eşarp”, 2023 koleksiyonu
Figure 4b. Vakko “Monogram
Patterned Twill Scarf,” 2023 collection



Şekil 4c. Vakko “Çiçek Desenli Twill İpek Eşarp”, 2025 koleksiyonu
Figure 4c. Vakko “Floral Patterned Twill Silk Scarf,” 2025 collection

Vakko'nun eşarp tasarımları, birim tekrar ilkelerini kültürel kodlar ile modern moda trendleri arasında bir denge unsuru olarak kullanmaktadır. Marka, klasik motif anlayışını çağdaş estetikle harmanlayarak hem kurumsal kimlik temsili hem de doğa referanslı tasarımlar sunmaktadır. "Geometrik Desenli İpek" (2024), markanın geleneksel zerafetini matematiksel bir düzenle sunar. Tasarım Tipografik Mezo Ölçek ile Kare Raport ve Tam Tekrar ile oluşturulmuştur. Geometrik formlar ve marka tipografisi, ızgara tabanlı bir düzende yan yana ve alt alta boşluksuz şekilde dizilir. Orta ölçekli geometrik motiflerin tam simetrik ve matematiksel bir düzenle yerleştirilmesi, optik bir ritim oluşturur. Mezo ölçekli kullanım, desenin hem uzaktan fark edilmesini sağlar hem de yakından bakıldığında ayrıntı sunar. Statik ve güven veren bir yapısı vardır (Şekil 4a).

"Monogram Desenli Twill" (2023), Merkezi Kompozisyon ve Aralıklı Tekrar ile Makro Ölçek ile tasarlanmıştır. Eşarp Klasik monogram anlayışı, sanatsal bir illüstrasyonla birleşerek dışavurumcu bir karaktere bürünür. Tasarım, eşarbin merkezinden dışa doğru yayılan veya merkez etrafında kurgulanan bir odak noktasına sahiptir. Makro ölçekli öğeler, eşarbin yüzeyini geniş alanlar halinde kaplar. Aralıklı tekrar sayesinde "negatif alan" kullanımı ön plandadır ve bu da desene dramatik, sanatsal bir tablo havası verir (Şekil 4b.).

"Çiçek Desenli Twill" (2025), geleneksel çiçek motiflerinin soyutlanarak dinamik bir hareketle sunulduğu modeldir. Mezo Ölçekli soyut geometrik motiflerin Diyagonal Kaydırmalı Raport ile Normal Tekrar düzeniyle tasarlanmıştır. Motiflerin yüzeye seyrek yerleşimi kaydırmalı denge ve dinamik görsel hareket sağlayarak romantik bir atmosfer yaratır. Çiçek formları soyutlanarak geometrik bir dile indirgenmiştir. Diyagonal kaydırma sistemi, gözün yüzey üzerinde sürekli hareket etmesini sağlar. Bu yöntem, tasarımda durağanlığı yıkarak "kaydırmalı denge" oluşturur ve eşarp bağlandığında desenin her yöne eşit dağılmış görünmesine yardımcı olur (Şekil 4c.).

Vakko'nun eşarp koleksiyonlarında geometrik formlar ve floral desenler dengeli bir biçimde sunulmaktadır. Yüksek yoğunluklu tekrarlar monogram serilerinde kurumsal aidiyeti güçlendirirken, daha seyrek motifler romantik ve klasik bir estetik sağlar. Böylece Vakko, tekrar stratejisini hem ritmik hem de anlatı değeri taşıyan bir tasarım diliyle biçimlendirmektedir (Şekil 4a., 4b. ve 4c.).



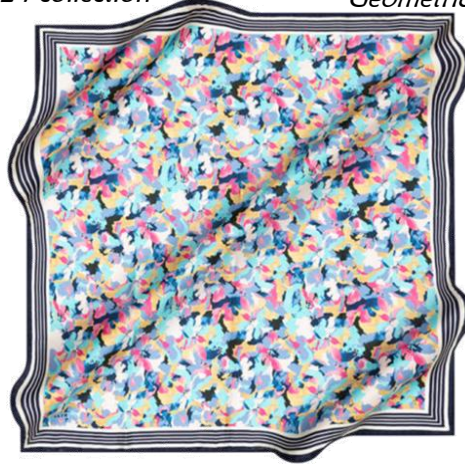
Şekil 5a. Aker “Logo Desenli 90x90 İpek Krep Saten” eşarp, 2024 koleksiyonu

Figure 5a. Aker "90x90 Silk Crepe Satin with Logo Pattern" scarf, 2024 collection



Şekil 5b. Aker “Geometrik Desenli 90x90 İpek Twill” eşarp, 2024 koleksiyonu

Figure 5b. Aker "90x90 Silk Twill with Geometric Pattern" scarf, 2024 collection



Şekil 5c. Aker “Çiçek Desenli 90x90 İpek Krep Saten” eşarp, 2025 koleksiyonu

Figure 5c. Aker "90x90 Silk Crepe Satin with Floral Pattern" scarf, 2025 collection

Aker markasının 2024–2025 koleksiyonlarına ait eşarp tasarımları, sade grafik düzen, yüksek tekrar disiplini ve kurumsal estetik anlayışı ile öne çıkmaktadır. Marka, birim tekrar sistemlerini minimalist bir yaklaşımla yorumlayarak hem fonksiyonel hem de çağdaş tasarım stratejileri geliştirmiştir. “Logo Desenli 90x90 İpek Krep Saten” (2024), marka sadakatini ve kurumsal prestiji ön plana çıkaran, geleneksel bir tasarım yaklaşımıdır. Logo ve amblemler, mikro ölçekte kare bir ızgara üzerine tam simetrik olarak yerleştirilmiştir. Bu düzen, markanın "güven" ve "süreklilik" mesajını verirken, uzaktan bakıldığında dokulu bir düz zemin hissi yaratır. İpek krep kumaşın mat ve dökümlü yapısı, bu mikro desenlerin zarif görünmesini sağlar (Şekil 5a.). “Geometrik Desenli 90x90 İpek Twill” (2024) tasarımı, Ardışık Raport ve Ardışık Tekrar sistemine sahiptir. Mezo Ölçekli, Çizgisel geometrik birimlerin sık tekrarı, yüzeyde düzen, süreklilik ve optik denge duygusu yaratmaktadır (Şekil 5b.). Çizgisel formların ardışık olarak dizilmesi, gözü belli bir yöne doğru sürükleyen bir "akış" yaratır. Mezo ölçekli kullanım, geometrik formların netliğini vurgularken; ardışık tekrar sistemi tasarıma dinamik bir devinim katar. Twill kumaşın diagonal dokusu, bu çizgisel hareketle estetik bir uyum

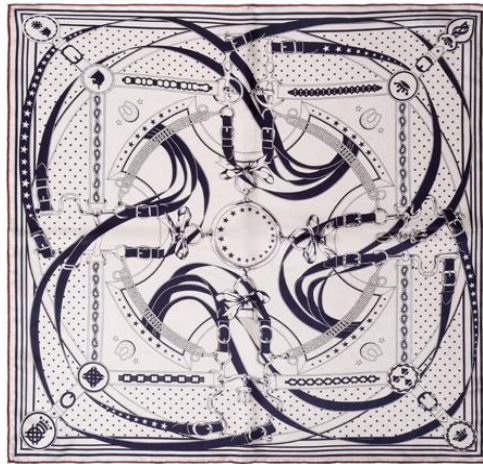
içerisindedir. “Çiçek Desenli 90x90 İpek Krep Saten” (2025) ise, doğal formların matematiksel bir disiplinle stilize edildiği sofistike bir modeldir. Soyut geometrik Mezo Ölçekli Stilize Çiçek motifleri Diyagonal Raport ve Normal Tekrar ile düzenlenmiştir. Çiçek motifleri geometrik olarak soyutlanmış ve diyagonal bir eksenle yerleştirilmiştir. Çapraz simetri kullanımı, desenin klasik bir çiçekli eşarptan ziyade, matematiksel bir hassasiyetle kurgulanmış modern bir doku gibi algılanmasını sağlar. Bu yaklaşım, estetiği rasyonel bir temele oturtur (Şekil 5c.). Aker, bu üç model aracılığıyla yüksek yoğunluklu tekrar ve minimalist motif kullanımı stratejisini dengeli biçimde harmanlamaktadır. Geometrik ve logolu modellerde daha sık ve düzenli tekrarlarla kurumsal sadelik vurgulanırken, floral tasarımlarda daha seyrek tekrarlarla estetik hafiflik sağlanmıştır. Bordür detaylarının tüm modellerde kullanılması, tasarım bütünlüğünü artırarak eşarpları grafik açıdan çerçevelemektedir. Genel olarak, Aker eşarplarında optik netlik, ölçülü renk geçişleri ve sade raport düzenleriyle desteklenen rafine bir görsel dil hâkimdir (Şekil 5a., 5b. ve 5c.).



Şekil 6a. Silk&Cashmere “Lara Saf İpek Kare Eşarp 90x90”, 2024 koleksiyonu
Figure 6a. Silk&Cashmere “Lara Pure Silk Square Scarf 90x90”, 2024 collection



Şekil 6b. Silk&Cashmere “Laila Saf İpek Kare Eşarp 50x50”, 2023 koleksiyonu
Figure 6b. Silk&Cashmere “Laila Pure Silk Square Scarf 50x50”, 2023 collection



Şekil 6c. Silk &Cashmere “Lena Saf İpek Kare Eşarp 70x70”, 2023 koleksiyonu
Figure 6c. Silk &Cashmere “Lena Pure Silk Square Scarf 70x70”, 2023 collection

Silk&Cashmere'in 2023–2024 koleksiyonlarına ait eşarpları, kültürel motif mirasını modern lüks anlayışıyla harmanlayan tasarımlarla dikkat çekmektedir. “Lara Saf İpek Kare Eşarp 90×90” (2024), minimalizmin en saf halini temsil eden, “az çoktur” felsefesine uygun bir tasarımdır. Mikro ölçekli geometrik formlar, geniş ipek yüzeyinde “Aralıklı Tekrar” düzeni ile konumlandırılmıştır. Bu boşluk kullanımı, kumaşın kalitesini ön plana çıkarırken gözü yormayan bir fonksiyonellik sunar. Saf ipeğin dokusuyla birleşen bu sessiz desenler, markanın “sessiz lüks” imajını desteklemektedir (Şekil 6a.). “Laila Saf İpek Kare Eşarp 50×50” (2023) tasarımında ise kare düz raportta ‘Paisley (şal deseni)’ olarak bilinen kıvrımlı, organik ve damla formlu klasik motifler, dikey ve yatay ekseninde hizalı bir düzende yerleştirilmiştir. Aralıklı tekrar anlayışıyla motifler arasında geniş boşluklar bırakılarak ‘nefes alan’ bir tasarım hedeflenmiştir.

Geleneksel Paisley genellikle karmaşık ve iç içe geçmiş bir düzende kullanılırken, Laila modelinde “aralıklı tekrar” prensibiyle kullanılması, desene ferahlık katar. Bu yaklaşım, deseni bir “kalabalık” olmaktan çıkarıp, ipek zemin üzerinde yüzen bağımsız sanat objelerine dönüştürür. Mezo ölçekli Paisley motifleri, ipeğin parlak yüzeyinde ışık oyunlarını en iyi yansıtan boyuttur. Çok küçük olmadıkları için desenin karakteri kaybolmaz, çok büyük olmadıkları için de ipeğin dökümlü yapısını ve asaletini gölgelemezler. Tasarımda “dinginlik” vurgusu, motiflerin birbirine çarpmadığı, her bir Paisley figürünün kendi alanına sahip olduğu bu geniş boşluklu yerleşimden gelir. “Zerafet” ise desenin karmaşadan arındırılarak saflaştırılmasıyla elde edilmiştir (Şekil 6b.). “Lena Saf İpek Kare Eşarp 70×70” (2023), temelinde yatan diyagonal kaydırmalı raport, klasik dikey–yatay hizalamanın dışına çıkarak desene bir “sonsuzluk” illüzyonu kazandırır. Desenler 45 veya 60 derecelik açılarla kaydırıldığı için, göz kumaşın bitiş noktalarını algılamakta zorlanır. Bu, ipeğin akışkanlığıyla birleştiğinde kesintisiz bir yüzey hissi yaratır. Standart bir döngüde Normal Tekrar olması, endüstriyel baskı standartlarına uyum sağlarken, diyagonal kaydırma sayesinde bu rutinden kurtulur. Mezo ölçek, deseni hem uzaktan bakıldığında bir doku gibi gösterir, hem de yakından bakıldığında bağımsız geometrik formların seçilmesine olanak tanır. Keskin köşeler ve yumuşak geçişlerin hibrit kullanımı, Lena’ya modern ve zamansız bir karakter katar. Minimalist ama detaylı bir görünüm sunar. Simetrik olmayan bir yerleşim düzeni kullanılarak, görsel ağırlık kumaşın her yanına heterojen bir şekilde dağıtılmıştır (Şekil 6c.).

Silk&Cashmere bu üç örnekle birlikte, “paisley” gibi geleneksel motifleri modern kompozisyonlar ile birleştirmektedir. Motif yoğunluğunu, simetri türünü ve raport tekniklerini çeşitlendirerek kültürel bellek ile çağdaş lüks arasında güçlü bir bağ kurmaktadır. Bordür kullanımı tüm tasarımlarda bütünlük sağlayıcı bir unsur olarak öne çıkarken, motif ölçüleri ve tekrar sıklıkları ise eşarplara rafine bir ritim ve dengeli bir görsel ağırlık kazandırmaktadır (Şekil 6a., 6b. ve 6c.).

Tartışma ve Sonuç

Bu çalışma kapsamında 2020–2025 yılları arasındaki koleksiyonları incelenen uluslararası ve ulusal moda markalarının eşarp tasarımları birim tekrar stratejilerinin yalnızca teknik bir zorunluluk değil, aynı zamanda güçlü birer kurumsal kimlik ve lüks iletişim aracı olduğunu ortaya koymuştur. Analiz edilen 19 örneklem üzerinden elde edilen bulgular, raportlama tercihlerinin markaların pazar konumlandırması ve hedef kitle algısıyla doğrudan ilintili olduğunu göstermektedir.

Araştırma bulgularına göre, özellikle Valentino, Gucci ve Vakko gibi markaların monogram ve logo odaklı tasarımlarında "Tam Tekrar" düzenini ve "Mikro Ölçekli" (1–3 cm) birimleri tercih ettikleri saptanmıştır. Kayapınar (2023) tarafından yüzeyde boşluk bırakmayan yoğun bir kurgu olarak tanımlanan bu yaklaşım, İbrahim'in (2021) "marka sürekliliği" teziyle örtüşmektedir. Bu yaklaşım, literatürde monogramın "görsel imza" işlevi görerek tüketicide aidiyet oluşturduğu yönündeki bulgularla (Okonkwo, 2007) örtüşmektedir. Bir amblemin veya harf karakterinin yüzey boyunca kesintisiz yinelenmesi, kullanıcıda markaya olan aidiyet hissini pekiştirirken, ürünün lüks kategorisindeki yerini sembolik bir dille mühürlemektedir. Mikro ölçekli bu birimlerin yarattığı optik doku, uzaktan bakıldığında homojen bir yüzey etkisi yaratırken yakından bakıldığında kurumsal kimliği ifşa ederek; "sessiz lüks" ile "gösterişçi tüketim" arasında bir denge kurmaktadır. Bu noktada, Kılıç ve Arslan (2023) tarafından yapılan lüks moda markalarındaki motif incelemeleri, markaların kendilerine özgü sembol, logo veya yazıları desenlere entegre ederek hem marka değerini ön plana çıkardıklarını hem de tüketicinin satın alma sürecindeki ikna mekanizmalarını kolaylaştırdıklarını doğrulamaktadır. Yazarların belirttiği üzere lüks marka algısının devamlılığı, bu ayırıştırıcı sembollerin ve monogramların tüketici zihninde yarattığı "diğerlerinden ayrışma" etkisiyle doğrudan ilişkilidir (Kılıç ve Arslan, 2023).

Russell (2014) ve Wilson (2001) tarafından vurgulanan teknik raport türlerinin, incelenen markalarda farklı stratejik amaçlara hizmet ettiği görülmüştür. Hermès tasarımlarında sıklıkla karşımıza çıkan "Merkezî" kurgu ve "Makro Ölçekli" tematik figürler, eşarbi bir aksesuardan ziyade sanatsal bir tabloya dönüştürmektedir. Bu kurgu, markanın tarihsel mirasını ve anlatı odaklı lüks anlayışını desteklemektedir. Buna karşın, diyagonal raport sisteminin özellikle Valentino ve Aker'in modern serilerinde tercih edilmesi, tasarımda statikliği kırarak bir devinim ve akışkanlık sağlamaktadır. Bu durum, raportun göz takibini yönlendirme işlevine dair teorik açıklamaları desteklemektedir. Kılıç ve Arslan'ın (2023) bulguları da bu çeşitliliği destekler niteliktedir; zira lüks markaların bitkisel, geometrik ve figüratif motiflerin yanı sıra marka kimliğini yansıtan sembolik unsurları hibrit bir yapıda kullandıkları saptanmıştır.

Çalışmanın dikkat çekici bulgularından biri, ulusal markaların (Vakko ve Aker) uluslararası markaların kullandığı global moda dilini başarıyla yerelleştirmesidir. Vakko'nun 2024–2025 koleksiyonlarındaki "Logogram" serisi teknik açıdan global lüks

standartlarını karşılar; etnik miras temalı tasarımlarda İbrahim'in (2021) kültürel temsil vurgusuna uygun olarak geleneksel motiflerin modern raport sistemlerine entegre edildiği görülmüştür. Bu farklılık, moda literatüründe "glokalizasyon" kavramıyla açıklanan küresel ile yerelin birlikteliğini yansıtmaktadır (Robertson, 1995). Silk & Cashmere gibi markaların ise "Aralıklı Tekrar" ve minimalist yaklaşımıyla diğerlerinden ayrışması, raportlama tekniklerinin sadece prestij değil, aynı zamanda yalınlık ve fonksiyonellik mesajı vermek için de kullanılabileceğini kanıtlamaktadır.

Araştırma sonuçları, raport sistemlerinin sadece bir yüzey süsleme aracı değil, bir markanın DNA'sını kitlelere aktaran yapısal bir kod olduğunu ortaya koymaktadır. Hermès gibi köklü markalar merkezî kurgularla "sanat eseri" vurgusu yaparken; Valentino ve Vakko gibi markalar mikro ölçekli tam tekrarlar aracılığıyla kurumsal kimliği bir dokuya dönüştürmektedir. Kılıç ve Arslan (2023) bu durumu, markaların kendi kimliğini yansıtan ayrıştırıcı semboller kullanarak lüks tüketim algısını bir süreklilik haline getirmesi olarak tanımlamaktadır.

Sonuç olarak, 2020-2025 yılları arasındaki tasarım eğilimleri, dijital baskı teknolojilerinin sunduğu imkânlarla birimlerin daha karmaşık ve özgürce yüzeye aktarılabilmesini göstermektedir. Ancak teknolojinin sunduğu bu özgürlüğe rağmen, markaların kurumsal kimliklerini korumak adına klasik raport disiplinlerine büyük ölçüde sadık kaldıkları gözlemlenmiştir. Markalar, teknolojik yenilikleri geleneksel raport şemalarıyla harmanlayarak hem modern hem de güvenilir bir imaj sergilemektedir.

Kaynakça

- Aker. (2024–2025). Eşarp koleksiyonu. <https://www.aker.com.tr>
- Aydın, S., & Demir Öztürk, E. (2024). İnteraktif sanat enstalasyonlarında birim tekrarının incelenmesi. *Yedi (Sanatta Dijitalizm Özel Sayısı)*, 339–356.
- Cole, D. J., & Diehl, N. (2015). *The history of modern fashion: From 1850*. Laurence King Publishing.
- Crane, D. (2012). *Fashion and its social agendas: Class, gender, and identity in clothing*. University of Chicago Press.
- Emodi-Nnoruka, M., Chudi-Duru, C., & Okpalauba, V. (2021). Texture, repeat pattern system as formal elements of design. *Feshschrifts*, 41–58. <https://www.nigerianjournalonline.com/index.php/Feshschrifts/article/download/3118/3032>
- Eroğlu, E., & Aksu, A. (2019). Çağdaş mimarlıkta "tekrar" üzerine bir değerlendirme. *Yedi*, (22), 91–101.
- Gucci. (2023–2025). *Flora & silk scarf collections*. <https://www.gucci.com>
- Hermès. (2023–2025). *Scarf collections*. <https://www.hermes.com>
- İbrahim, B. M. (2021). An investigation of surface patterns, spatiality and pattern relations in textile design. *IOSR Journal of Polymer and Textile Engineering*, 8(2), 9–17. <https://www.iosrjournals.org/iosr-jpte/papers/Vol8-Issue2/Ser-1/B08020917.pdf>

- Kayapınar, U. (2023). Resim sanatında birim tekrarı: Neo-Ekspresyonizm (Puantalizm), Op-Art, Avangart sanat. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 25(Özel Sayı), 307–320. <https://doi.org/10.26468/trakyasobed.1227169>
- Kılıç, Ö., & Arslan, P. (2024). Ünlü moda markalarında öne çıkan motiflerin incelenmesi. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 14(1), 128–147.
- Kumar, R., & Naaz, S. (2023). Exploring the depth of elements and principles of visual design. *ShodhKosh: Journal of Visual and Performing Arts*, 4(2 ECVPMIAP), 105–127. <https://doi.org/10.29121/shodhkosh.v4.i2ECVPAMIAP.2023.709>
- Okonkwo, U. (2007). *Luxury fashion branding: Trends, tactics, techniques*. Palgrave Macmillan.
- Robertson, R. (1995). Glocalization: Time-space and homogeneity–heterogeneity. In M. Featherstone, S. Lash, & R. Robertson (Eds.), *Global modernities* (pp. 25–44). SAGE Publications.
- Russell, A. (2011). *The fundamentals of printed textile design*. AVA Publishing.
- Russell, A. P. (2014a). Digital print and surface design: Shifting paradigms in textile repetition. *Textile*, 12(3), 256–272. <https://doi.org/10.2752/175183514X14111396797774>
- Russell, A. P. (2014b). Combining science, technology and design to re-think print and pattern (Doctoral dissertation). Manchester Metropolitan University. <https://e-space.mmu.ac.uk/618038/>
- Silk & Cashmere. (2023–2025). İpek eşarp koleksiyonu. <https://www.silkandcashmere.com>
- Valentino. (2022–2025). Scarves & accessories. <https://www.valentino.com>
- Vakko. (2022–2025). Eşarp koleksiyonu. <https://www.vakko.com>
- Wilson, J. (2001). *Handbook of textile design: Principles, processes and practice*. Woodhead Publishing. <https://doi.org/10.1533/9781855736054>
- Şekil 1a.** <https://www.hermes.com/ca/en/product/precious-paradise-scarf-90-H0040945v05/> Erişim Tarihi: 02.08.2025
- Şekil 1b.** <https://www.hermes.com/ca/en/product/super-silk-quest-scarf-90-H0040115v01/> Erişim Tarihi: 08.08.2025
- Şekil 1c.** <https://www.hermes.com/us/en/product/illusion-exquisite-scarf-70-H9842575v02/> Erişim Tarihi: 01.08.2025
- Şekil 1d.** <https://www.hermes.com/us/en/product/brides-de-gala-en-fleurs-scarf-90-H0041925v01/> Erişim Tarihi: 05.08.2025
- Şekil 2a.** https://www.gucci.com/gr/en_gb/pr/women/accessories-for-women/silks-and-scarves-for-women/square-shaped-scarves-for-women/printed-flora-silk-twill-carre-p-6025853G0019772 Erişim Tarihi: 02.10.2025
- Şekil 2b.** <https://www.gucci.com/ca/en/pr/women/accessories-for-women/silks-and-scarves-for-women/square-scarves-for-women/90-x-90-project-printed-silk-carre-p-8261323G0019068> Erişim Tarihi: 12.08.2025
- Şekil 2c.** https://www.gucci.com/tr/en_gb/pr/women/accessories-for-women/silks-and-scarves-for-women/square-shaped-scarves-for-women/printed-flora-silk-twill-carre-p-8273403G0019071 Erişim Tarihi: 03.08.2025
- Şekil 3a.** https://www.valentino.com/en-sa/product-toute-la-v-silk-scarf--WEI1145HT_BVR Erişim Tarihi: 05.08.2025

- Şekil 3b.** <https://www.farfetch.com/tr/shopping/women/valentino-garavani-vlogo-signature-jacquard-knit-scarf-item-18706560.aspx> Erişim Tarihi: 08.09.2025
- Şekil 3c.** https://www.valentino.com/en-se/product-opticool-silk-scarf--YEK008QGH_V95 Erişim Tarihi: 04.10.2025
- Şekil 4a.** https://www.vakko.com/esarp/monogram-desenli-twill-esarp-p-M300112655-0093?wis_campaign_zbid=257127&_gl=1*lfipo5*_up*MQ..*_gs*MQ..&gclid=Cj0KCQjw267GBhCSARIsAOjVJ4FFcnU2rwxzagsJnXPZeHYtYKQUkqsDRZhuWtnTgCouOshwM8JzSilaAg8pEALw_wcB&gbraid=0AAAAADmpZk1Hjka7rPqWuIXDI8OCy6fP0 Erişim Tarihi: 08.08.2025
- Şekil 4b.** https://www.vakko.com/esarp/geometrik-desenli-ipek-esarp-p-M300112348-0048-0053?wis_campaign_zbid=257127 Erişim Tarihi: 01.09.2025
- Şekil 4c.** Vakko “Çiçek Desenli Twill İpek Eşarp”, 2025 koleksiyonu. Kaynak: Vakko Resmî Web Sitesi. https://www.vakko.com/esarp/cicek-desenli-twill-ipek-esarp-p-M300976072-0047?wis_campaign_zbid=257127 Erişim Tarihi: 01.08.2025
- Şekil 5a.** Aker “Logo Desenli 90x90 İpek Krep Saten” eşarp, 2024 koleksiyonu. Kaynak: Aker Resmî Web Sitesi. <https://www.aker.com.tr/renkli-90x90-ipek-krep-saten-31050> Erişim Tarihi: 07.09.2025
- Şekil 5b.** <https://www.aker.com.tr/renkli-90x90-aker-ipek-tivil-esarp-32604> Erişim Tarihi: 08.10.2025
- Şekil 5c.** <https://www.aker.com.tr/cicek-desenli-aker-ipek-krep-saten-esarp-33082> Erişim Tarihi: 02.09.2025
- Şekil 6a.** https://silkandcashmere.com/products/bej-yesil-lara-saf-i%CC%87pek-desenli-kare-esarp-90x90-cm?_pos=1&_psq=BEJ+YE%C5%9E%C4%B0L+LARA&_ss=e&_v=1.0 Erişim Tarihi: 03.10.2025
- Şekil 6b.** https://silkandcashmere.com/products/mavi-beyaz-laila-saf-i%CC%87pek-kare-esarp-50x50-cm?_pos=1&_sid=38e37b42e&_ss=r Erişim Tarihi: 04.10.2025
- Şekil 6c.** https://silkandcashmere.com/products/mavi-lena-saf-i%CC%87pek-kare-esarp-70x70-cm?_pos=3&_sid=275d14680&_ss=r Erişim Tarihi: 01.10.2025