

## **TASARIM**

Tasarım, günümüzün gelişen ve değişen dünyasında bir uzmanlık alanı olarak belirlenmiş, bulduğu çözümler ve getirdiği yeniliklerle ön plana çıkmıştır. Yaratıcı fikirle başlayıp, tüketime kadar geçen bir süreç olan tasarım; bu süreci meydana getirecek diğer disiplinlerle birlikte ortak ve aynı hedefi gerçekleştirmeye yönelik yaratıcı bir faaliyettir. Tasarım (Design); “Zihinde canlandırılan biçim, tasavvur, bir sanat eserinin, yapının veya teknik ürünün ilk taslağı, tasar çizim, dizayn”. Sözlük anlamı ve günlük kullanımda, biten ürüne odaklanılsa da aslen tasarım bir süreçtir. Tasarım (Designing): Bir süreç olarak tanımlayabileceğimiz tasarım; bir probleme çözüm bulunarak bir ürün veya hizmet üreterek yaratıcı fikirlerin somut veya soyut olarak geliştirilmesidir. Tasarımcı (Designer): Tasarım sürecinin fikir basamağından, bitmiş çıktı (ürün/hizmet) süreçlerinin tamamını planlayan, etkin anlamda fikrinsel ve somut adımları belirleyerek gerçekleştiren kişidir. Temel Tasarım ve Önemi Temel Tasarım (Basic Design) eğitimi, kişiye seçtiği alana yönelik kavramsal bilgilerin aktarılması ve uygulamalarla tekniklerin deneyimlenmesini sağlayan bir eğitim-öğretim sürecidir. Temel Tasarım Eğitim’inde; fikrin farklı malzeme ve tekniklerle geliştirilebilmesi, biçim oluşturma, planlama ve renk bilgisinin öğretilmesi amaçlanmaktadır. Ayrıca var olan bir sorun veya konunun üzerine odaklanması, düşünülmesi ve yaklaşımlar geliştirilerek yenilikçi bir bakış açısı sunmayı öğretir. Tasarım Öge ve İlkeleri Yaratıcılık sonucunda oluşturulan tasarım, görsel olarak kendini oluşturan öğeler ve bunların birleştirilme biçimleri olan ilkelerden meydana gelmektedir. Tasarım Öğeleri: Nokta, Çizgi, Biçim-Form, Işık ve Gölge, Doku ve Renktir Tasarım İlkeleri: Boşluk-Doluluk, Oran-Orantı, Hareket, Tekrar, Uygunluk/Bütünlük, Zıtlık, Denge ve Vurgudur.

## **TEMEL TASARIM TEORİLERİ**

Sorun çözümünün zihinsel süreci olarak tanımlanan tasarım alanı birçok farklı bilim dalı tarafından incelenmiştir. Özellikle psikoloji tarafından incelendiğinde sorun çözüm sürecinin işleyişi hakkında 19 yy. sonundan başlayarak iki farklı temel teorinin ortaya konduğu söylenebilir. Bilişsel teoriler: 19. yy. sonunda ortaya konmuş ve bilginin, zihinde mevcut olmadığını ancak uzun bir tecrübeyle yerleşmiş çağrışımların ürünü olduğunu belirtir. Tasarım, problem hakkındaki birbirine bağlı alt sorunların fark edilmesi ile gerçekleşir. Bu farkındalık, tecrübeler sonucunda gelişmektedir. Teori yaratıcılığı çoğunlukla anlık ve rastgele oluşan bir süreç olarak açıklar. Davranışsal teoriler: İnsan davranışını açıklamak için sadece doğrudan gözlenebilen ve ölçülebilen davranışlarla çalışılması gerektiğini savunmaktadır. Düşünmeden ziyade uygulama süreci ve davranışlarına dikkat çeker. Modeller değişmekle birlikte ortak noktaları;

- Hazırlık Yapma: tasarım ihtiyacının araştırılması, sorun ve özelliklerinin belirlenme evresidir.
- Kuluçka evresi: çözüm bulmaya yönelik araştırmalar yapılır, başka çalışmaları ve fikirleri incelenir. Sorunun çözümü için kullanılabileceği materyal ve tekniklere yoğunlaşır.
- Aydınlanma veya ilham: Araştırmalar sonucunda çözüme yönelik tasarım fikri oluşur.
- Deneme ve sonuç: Uygulama süreçleri sonucunda problemin çözümünü kapsamaktadır.

## **TASARIM ANLAYIŞLARI**

Yirminci yüzyılda gözlenen hızlı değişim sonucunda, her sektörde müşterilere daha iyi hizmet veya ürün sunmak için farklı bakış açıları ile gelişmiştir. Evrensel Tasarım Üreticinin kullanıcı için ürün ve hizmet üretmesini kapsayan geleneksel tasarım anlayışında gözlemlenen ilk değişim, kullanıcı kapsamının genişletilmesidir. Bu tasarım anlayışının temelini her insanın farklı olması ve tasarımın bu farklılıklara yönelik çözüm üretmesi gerektiğinin benimsenmesi oluşturur. Kullanıcı Merkezli Tasarım Tasarımcılar ürünleri tasarlarlarken kullanıcı gereksinimlerini, beklentilerini ve ürünlerin kullanıcıda uyandırdığı memnuniyeti dikkatlice değerlendirmek zorundadır. Tasarım, sadece sorun çözümü değil kullanıcı beklentilerine göre sorun çözümü olarak tanımlanmaktadır. Empatik Tasarım: Kullanıcıların objeleri kullandıkları ortamda nasıl gördüklerine, deneyimlediklerine ve hissettiklerine dair anlayışa sahip olmaktır. Deneyim-Odaklı Tasarım: Kullanıcıların ürün ya da objelere, olaylara ve mekânlara dair yaşadıkları deneyimi tasarlamaktadır. Duygusal Tasarım: Ürünün kişide uyandırdığı duygusal sonuç ve bağ kurma özelliklerinin dikkatle irdelenmesidir. Katılımcı Tasarım Kullanıcıyla birlikte tasarım yaklaşımının ana amacı; kullanıcıya ait deneyime dayalı ve yaşantıya dair verilerin, aktif kullanıcılar tarafından tasarım sürecine sistematik biçimde, doğrudan aktarılmasıdır. Sürdürülebilir Tasarım Tüketicinin artan çevresel bilincini önemseyen bu anlayış dünya kaynaklarının en verimli şekilde kullanılmasını hedeflemektedir. Sürdürülebilir tasarım yaklaşımı, sadece üretim ve

çevreyi korumakla kendini kısıtlamaz, bu süreçlerde yer alan insanların enerji ve haklarına da saygı duyar. Disiplinler Arası Tasarım Disiplinler arası tasarım, farklı disiplinlerdeki tasarımcıların problemlerin çözümü için bir araya gelerek; kendi bilgi ve yetilerini kendilerinin göremeyeceği farklı bakış açısı ve tekniklerle birleştirmesi anlamına gelmektedir.

### **SANAT, BİLİM ve TASARIM İLİŞKİSİ**

Çok yönlü ve disiplinler arası bir kavram olan tasarım, çağın sanat ve biliminden etkilenmektedir.

İnsan ihtiyaçlarına farklı çözümler sunmak isteyen tasarım; estetik ve duygusal yanını sanattan, üretim tekniklerine ilişkin zihinsel süreçleri ise bilim ve teknolojiden elde etmektedir. Sanat ve Tasarım İlişkisi Sanat; kişinin yaratıcılık ve yetileri ile karşı tarafa duygu, düşünce aktarma istemiyle insanlık tarihinin başından beri kendini ifade etme, hayatı sorgulama ve eleştirme yöntemidir. Tasarım, yenilikçi ve farklı olarak, insan hayatını kolaylaştırmak için probleme getirilen çözüm önerileridir. Tasarımda işlevsellik ön plandadır. Sanat ve Tasarım Dalları Günümüzde geçişken özellikler taşıyan sanat ve tasarım dalları, birçok ortak noktaya sahiptir. Bu sebeple farklı biçimlerde sınıflandırılabilirler. Algılanma biçimlerine göre sanat-tasarım dalları: Sanat ve tasarım dallarını algılanma özelliklerine göre sınıflandırılmasıdır.

• Görsel-Plastik Sanatlar: Biçim ve form ile ilgilenen göz tarafından algılanan Resim, Heykel, Mimarlık gibi sanatlar.

• İşitsel/ Edebi Sanatlar: Zihin içi veya dışı duyma etkinliği ile algılanan Müzik ve Edebi Sanatlardır.

• Görsel-İşitsel/ Performans Sanatları: Hem ses hem de hareketle algılanan Tiyatro, Opera, Bale, Sinema, Performans gibi sanatlardır. Oluşturulma şekli ve çıktı ürünlere göre sanat-tasarım dalları: Sanat ve tasarım dallarını oluşturulma ve çıktı ürün özelliklerine göre sınıflandırılmasıdır.

• Yüzey Sanatları: İki boyutlu yüzeylere uygulanan sanatlardır. Resim, karikatür, minyatür, grafik, hat, fotoğraf, vb.

• Hacim Sanatları: Üç boyutlu sanatsal çalışmalardır. Heykel, seramik, vb.

• Mekân Sanatları: İç ve dış mekânların tasarımında kullanılan sanat dallarıdır. İç mimari, mimari, peyzaj mimarisi, vb.

• Dil Sanatları: Edebiyatı kapsar. Şiir, oyun, roman, hikâye, deneme, vb.

• Ses Sanatları: Müzik türlerini kapsar. Klasik müzik, blues, reggae, vb.

• Hareket (Eylem) Sanatları: İnsan bedeniyle anlatım gücü kazanan sanatlardır. Bale, dans, pantomim, vb.

• Dramatik Sanatlar: İnsanın bir eylemle bir durumu, olayı ya da olguyu anlattığı sanatlardır. Opera, tiyatro, müzikal, kukla, vb. Üretim yöntemlerine göre sanat-tasarım dalları: Sanat ve tasarım dallarını üretim yöntemlerine göre sınıflandırılmasıdır.

• Geleneksel El Sanatları: Oluşturulan kültür tarafından korunan, teknikleri el emeğine dayalı olduğu biçim ve uygulamaların geleneksel sonuçlar ortaya çıkardığı sanatlardır. Örnek olarak, halı-kilim dokuma, nakış, çini, hat sanatı vb.

• Güzel Sanatlar: İşlevsel olarak kullanım amacı içermeyen ancak fikir ve algı oluşturma hayatı anlama veya betimleme amacı taşıyan sanatlardır. Resim, Heykel, Edebiyat, Tiyatro vb.

• Endüstriyel Sanatlar: Kullanıma yönelik ürünlerin tasarımı için gelişen teknolojiden faydalanan ve hem estetik hem de kullanım amacı içerdiği için endüstriyel tasarım olarak da adlandırılan alanlardır. Grafik tasarım, Mimarlık, Seramik, Tekstil ve Moda tasarımı, Aksesuar tasarımı Ürün tasarımı vb. Günümüz dünyasında sanat; disiplinler arası yaklaşımla oluşturma teknik ve algılama alanlarını birbirleriyle iç içe geçerek farklı şekillerde de ortaya çıkarılmaktadır. Bilim ve Tasarım İlişkisi Bilim evreni anlamak için, gerçekleştirilen testler doğrultusunda kanıtlanabilir ve sıralı ilerleyen fikir üretimi iken, tasarım insan hayatını kolaylaştırmak için fikir ve düşüncelerin uygulanmasıdır. Tasarım tarih boyunca bilimin geliştirdiği fikir ve tekniklerden yararlandığı için bilim ve uygulamaları ile doğru orantıda gelişmiştir.

### **TASARIM OLUŞTURMADA ETKİLİ KAVRAMLARI**

Yeni ve farklı fikirlerin oluşturulması, bazı temel işleyişlerin sonucunda olmaktadır. Bunlar farklı düşünme yetisi olarak tanımlanabilecek yaratıcılık ve kişinin farkındalığını tanımlayan algıdır.

Yaratıcılık Yaratıcılık her alanda bilinmeyi bulma, özgün olma, probleme farklı şekillerde görebilme ve çözümlenme becerisi olarak tanımlanabilir. Bloom'un taksonomisinde en üst basamakta yer alır. Hatırlama, anlama, uygulama, analiz etme ve değerlendirme basamaklarından sonra elde edilen yetilerle yeni bir sonuç oluşturulmasını ifade eder. Yaratıcılık kavramının tanımlanmasında gözlenen yaklaşımları beş grupta incelenebilir (Yeşilyurt, 2020: 3881). Akılcı yaklaşım: Yaratıcılığın zihinsel ve bilişsel bir süreç olarak incelenmesi gerektiğini, gizemli bir olgu olmadığını savunan görüştür. Kişilik ve bireysel özellikler yaklaşımı: Bilim adamı, sanatçı, yazar vb. kişiler ile yaratıcı olmayan kişilerin psikanalitik çözümlerle karşılaştırılması yapılır ve yaratıcılık kişilik özellikleri ile tanımlanır. Sosyal, kişiler arası faktörler yaklaşımı: Çevresel ve sosyolojik etkilerin yaratıcılığı nasıl geliştirdiğini araştırır ve değer, beklenti, ödül, tasdik gibi uygulamaları inceler. Yaşam şekli yaklaşımı: Yaratıcı kişilerin yaşam biçimlerinin incelenmesi, davranışlarının yaratıcılığı günlük hayata adapte edilmesini sağlayacağını savunan görüştür. Mantıkî olmayan yön yaklaşımı:

Yaratıcılığın fiziki, biyolojik ve psikolojik faktörlerin etkileşimi sonucunda ortaya çıktığını savunan ve biyokimya, nöropsikoloji gibi bilimsel analizlerle kapsamlı olarak irdeleyen yaklaşımdır. Zihinsel süreçten daha çok fizyolojik etkenlerin yaratıcılığa etkisi incelenir. Algı Tüm duyular dışarıdan gelen uyarıların anlaşılmasına olanak sağlayan kanallardır. Ancak insan algısı sadece fizyolojik duylardan fazlasıdır. Alınan bu uyarılardan gelen bilgilerin işlenmesi ve onlara zihinsel, davranışsal tepkiler verilme sürecidir. Gestalt'a göre bütün onu oluşturan parçaların toplamı değil, daha fazlasıdır. Algılanan görselin parçalara bölünmesi bütünsel özelliklerin fark edilmemesi ve anlaşılmamasını beraberinde getirir. Bu sebeple Gestalt Kuramı, bilişsel süreçler içerisinde algıya çok önem verir ve algısal örgütlenmeye yön veren yasaları tanımlar. Şemalar, uygulamalarla insan algısının bütünde gördüğü farklı etkileri irdeler.

### **GÖRSEL TASARIM OLUŞTURMA YÖNTEMLERİ**

Görsel tasarımların oluşturulabilmesi ve istenilen etkinin gözlemcide uyandırılması için farklı malzeme ve teknikler uygulamak gerekmektedir. Geleneksel Medya Kullanımı ve Araçları: Yüzey üzerinde görsel oluşturmak için el emeğine dayalı tekniklerin kullanılmasıdır. Tekniklerinde; çizgisel etkilerin oluşturulması için farklı özelliklere sahip kalemler, yüzey üzerinde farklı lekesele etkiler oluşturan boyalar ve farklı görsellerin etki yaratmak için bir arada düzenlenmesini amaçlayan kolaj uygulaması kullanılır. Bilgisayar Destekli Tasarım Program ve Uygulamaları: Gelişen teknoloji görseller oluşturmak için geleneksel yöntemler kullanım zorunluluğunu ortadan kaldırmıştır. Görsel oluşturma aşamaları için bilgisayar ve özel hazırlanmış yazılımlar kullanılarak, maliyet ve zamandan tasarruf sağlanır. Yazılımlar tabanlarına göre iki başlık altında incelenebilir. Bunlardan ilki; piksel ismi verilen birimlerin bir araya tıpkı mozaik gibi getirilerek görsel oluşturulmasını sağlayan raster/bitmap tabanlı yazılımlardır. İkinci grup olan vektörel yazılımlar ise görsel oluşturmayı; matematiksel hesaplamalar ile istenilen özellik ve şekildeki çizgilerin yazılım tarafından birleştirmesi mantığı ile gerçekleştirir. Karma Medya Kullanımı ve Araçları: Birden fazla farklı teknik ve malzemenin bir arada kullanılması ile görsel oluşturulmasını içeren yöntemlerdir.

### **SUNUM TEKNİKLERİ**

Tasarım süreç ve ürünlerinin sunulması çağımız sektöründe rekabeti geçmek ve öne çıkmak için hem kişisel hem de kurumsal olarak bir gereklilik haline almıştır. Bu sunuların bazıları; Ürün tasarımına yönelik: Tekli veya çoklu ürün, özellik ve süreçleri aktaran kurumsal, teknik bilgilerin içerildiği paftalar, yazılı, görsel ve/veya çoklu medya kullanılarak hazırlanan sunu, afiş vb. reklam uygulamalarıdır. Ürün tanıtımına yönelik: Tekli veya çoklu ürün ve özelliklerinin paylaşıldığı, katılımcılara bir deneyim yaşatan; sergi, konferans, kongre, defile, reklam uygulamaları gibi sunulardır. Kişisel tanıtıma yönelik: Kişi veya kurumların kendi bilgi, beceri, tasarım süreçleri ve başarılarını; tek bir ürün oluşturma süreçleri veya deneyimledikleri tasarım dallarındaki çoklu uygulamaları içeren portfolyo sunumlarıdır.

## **MODA MODA**

Moda kelimesi Latince, olayların tarzı ve şekli anlamına gelen “modes” kelimesinden türetilmiştir. İngilizce karşılığı, “fashion” kelimesidir ve herhangi bir konudaki, “popüler olanı” tanımlamaktadır. Moda farklı dallar tarafından incelenen ve birçok sektörü etkileyen kapsamlı bir olgudur. Üründen ziyade, ürünün yarattığı düşünce ve sosyal katma değerle ilgilidir. Moda ekonomi, sosyoloji, tasarım, psikoloji, din vb. birçok disiplin tarafından incelenen kapsamlı bir olgudur.

Moda:

- Sosyoloji alanında; bir statü göstergesi, üst sınıflara geçme aracı ve sınıflar arası farklılıklar bütünüdür.
- Kültürel olarak; bir gruba ait olmanın sembolü, yaşam tarzını sembolize eden görsel ifade aracıdır.
- Psikoloji alanında; kendini gerçekleştirme, güzel görünme isteğinin dışavurumu, başkalarını etkileyerek “saygınlık kazanma” aracıdır.
- Ekonomi anlamında; zenginlik ve sahip olabilmek gücünün göstergesidir. Kapitalizm ile ortaya çıkan bireyselliğin sektörleri ilerletme dinamiğidir.
- Sanatsal açıdan; insan duygularının günlük tezahürü, içsel bir yaratıcılığın sembolüdür.
- Siyasal açıdan; desteklenen fikirlerin bir yansıtılması, kendi topluluğu ve/veya liderine bağlılık sembolüdür.
- Sürdürülebilirlik ve çevre çalışmaları doğrultusunda; ekolojiye gereksiz zararı körükleyen ve dizginlenmesi gereken bir “yetinmeme” duygusunun ürünüdür.
- Tek tanrılı dinler kapsamında; bir başkaldırı, farklılaşma ve baskılanması gereken bir fitrattır. Aşırılık ve israf olarak değerlendirilir.
- Ahlak odaklı düşünürlere göre; bir estetik zevk ve kültürün gösterilmesi, abartılması ise görgüsüzlüktür.
- Gelenekselcilere göre; başkalarına özenme, globalleşme adı altında kimlik yıkımıdır. Modernistlere göre ise medeniyet ve gelişmenin göstergesidir.
- Davranışsal kuramcılara göre; bir alışkanlık olarak öykünme ile beslenen ve zamanla rutinleşen taklit uygulamalarıdır. Moda Tasarımı ve Giysi İlişkisi Giysi, tarihin başından itibaren, insanın kendisini çevre faktöründen korumak, güvende hissetmek, utanma ihtiyacını gidermek için kullandığı üründür. Giyim ise bu üretilen ürünlerin, kullanım biçim ve kültürü olarak tanımlanabilmektedir. Örtünmek, kendini korumak için kullanılan giysinin aksine moda ihtiyaç kaynaklı değildir. Moda kişinin kendi özelliğini, beğenisini, yaşantısını ve fikirlerini göstermek için seçtiği bir yoldur. Bu sebeple Maslow’un ihtiyaç hiyerarşisindeki; en üst seviyede yer alan kişisel doyum ve kendini oluşturma basamağına hitap eder. Moda tasarımı (fashion design): Günün gelişen estetik beğeni ve popüler konularına uygun olarak, hedef kitle ihtiyaçlarına yönelik giysi modelleri tasarlama ve üretimini kapsayan, endüstriyel bir tasarım alanı olarak tanımlanır.

## **GIYSİ TASARIMI VE YAN ALANLAR**

Giysi tasarımı doğrudan etkileyen ve tamamlayan başka dallar bulunmaktadır. Bunlar; Tekstil tasarımı: Tekstil tasarımı; lif ’ten son ürün kumaşa kadar üretilme teknik bilgilerini içeren ayrı bir tasarım dalı olarak ele alınmaktadır. Aksesuar tasarımı: Genel terim olarak aksesuar tasarımı; giysi ile birlikte kullanılan çanta, kemer, ayakkabı, şapka, takı, mücevher (yarı veya tam değerli taşlardan meydana gelen takılar) eldiven gibi ürünlerin tamamının tasarlanması ve üretim süreçlerini kapsayan ayrı bir tasarım dalıdır. Saç ve Makyaj tasarımı (Güzellik hizmetleri): Güzellik hizmetleri başlığı altında incelenen bu dalda; saç, makyaj, estetik, dövme ve deri delimi (piercing) gibi vücut modifikasyonlarını içeren birçok ayrı alan bulunmaktadır.

## **MODA TASARIMINDA KULLANILAN TASARIM ÖGE VE İLKELERİ**

Bütün tasarım dallarında olduğu gibi, moda tasarımı da tasarım öge ve ilkelerini kullanmaktadır. Tasarım Öğeleri: Çizgi, Silüet, Biçim-Form, Doku ve Renk Tasarım İlkeleri: Uygunluk/Bütünlük, Denge, Hareket ve Vurgu

## **MODA TASARIMCISI, GÖREVLERİ VE İŞBİRLİKÇİLERİ**

Günümüz giysi üretim sektörünün karşılamaya çalıştığı tüketim ihtiyacı, üretim yoğunluğu ve pazar rekabeti düşünüldüğünde, giysi tasarım süreçlerinin tek bir kişi tarafından karşılanamayacağı gözlenmektedir. Moda Tasarımcısı (Fashion Designer): Moda tasarımcısı; giysi tasarımı süreçlerinin her alanında bilgi ve beceri sahibi olan; hedef kitle ihtiyaçları doğrultusunda, yenilikçi fikirler ve

çözümler üreterek, özgün model tasarımları yapan ve tasarım sürecinin tamamını organize eden kişidir. Stilist (Garment-Model Designer): Stilist; günün çizgilerine ve moda uygun olarak model, renk, kumaş ve tamamlayıcı aksesuarları işletmesinin amacına göre saptayan, artistik ve teknik çizimler doğrultusunda giysi model tasarımlarını gerçekleştiren kişidir. Modelist (Pattern Designer-Drafter): Modelist, belirlenen modelin konstrüksiyonunu oluşturacak kararları alarak giysinin kalıbını gerçekleştiren, ilk deneme üretimini (prototipini) hazırlayan, elde ettiği sonucu değerlendirerek, gerekli düzenlemeleri yapıp, üretim kalıplarını oluşturan ve pastal planını hazırlayan kişi olarak tanımlanabilir. Stil Düzenleyicisi (Stylist): Stylist'in görevi zaten üretilmiş giysi ürünlerini; renk, vücut tipi, model, kullanım ve ifade özelliği bilgilerine göre kombinlemektir. Kesim Şefi (Pattern Cutter-Cutter): Özellikle hazır giyim üretiminde, kumaş, desen vb. bilgiler doğrultusunda, hazırlanmış kalıpların toplu kesiminin planlanma ve uygulanmasını gerçekleştiren kişidir. Üretim Şefi (Production Manager): Üretim teknikleri bilgisi doğrultusunda makineleri, araçları ve kişileri; üretimin en hızlı, en doğru, verimli ve hızlı şekilde gerçekleşmesi için düzenleyen, süreci planlayan ve kontrolünü sağlayan kişidir.

### **KOLEKSİYON GELİŞTİRME SÜREÇ VE KAVRAMLARI**

Koleksiyon: bir tasarımcının hedef kitlesi için bir sezona yönelik, ortak bir temadan hareketle, tasarım öğelerini (form, silüet renk ve doku) ve hayal gücünü birleştirerek tasarladığı bütünlük taşıyan giysi gruplarıdır. Sezon; giysi ürününün tüketici ihtiyaçları ve mevsim özellikleri doğrultusunda üretiminin planlandığı zaman aralıklarıdır. Bu aralıklar; mevsimlere göre İlkbahar/Yaz (Spring/Summer), Sonbahar/Kış (Fall/Winter) gibi ikili olarak belirlenebildiği gibi günümüz sektöründe her mevsim için ayrı veya tatil, seyahat gibi farklı ara dönemleri de kapsayacak şekilde genişlemiştir. Hedef kitle; marka ve/veya tasarımcının ürün tasarlamak için belirlediği; benzer yaş, gelir düzeyi, eğitim seviyesi ve yaşam biçimlerine sahip ortak istek ve ihtiyaçları bulunan müşteri kitleleridir Koleksiyon oluşturma; markaların giysi ve aksesuarları, hedef müşteri kitlesini memnun etmek ve temelinde ürün pazarlamak için gerçekleştirdiği çok basamaklı bir süreçtir. İlk basamak hedef kitle isteklerinin belirlenmesidir. Tasarımcılar bu sebeple günümüzde WGSN gibi uluslararası trend belirleyiciler ile çalışmakta ve her üretim dönemi için gerekli olacak tema, renk, kumaş, kesim ve model detaylarına bu kuruluşlardan ulaşmaktadır. Tasarımcı elde ettiği bilgiler doğrultusunda günün özelliklerini yansıtacak bir tema belirleyerek çalışmasına başlar. Tema: Bir tasarımın ya da koleksiyonunun ana ve öncelikli fikrini, tasarımın ardındaki çıkış noktası ve düşüncüyü temsil etmektedir. Moda tasarımcısı oluşturacağı koleksiyonda bütünlük yakalayabilmek ve modellerin birbiriyle uyumlu olmasını sağlamak için grafik panolar hazırlar. Bu panolar; renk, hikâye panosu veya mood board olarak adlandırılır ve firma içerisinde yaratıcı düşüncenin paylaşılmasını sağlar. Tasarımcı önceki deneyimleri, edindiği bilgiler ve belirlediği malzemeler doğrultusunda, model tasarım sürecine başlar. Model tasarımı, çizim tekniklerinin kullanımı veya drapaj gibi uygulamalarla gerçekleştirilir. Model belirleme sürecinde temel maliyet hesaplamaları gerçekleştirilir. Hazırlanan çizim ve toplanan bilgiler, öncelikle tasarım departmanı içerisinde sunumlarla tartışılır ardından yönetici, üretici, pazarlamacılara sunulur. Onaylanan model çizimleri, üretimin ilk basamağı/denemesi olan prototipleme aşamasına geçer. Bu aşamada belirlenen modellerin kalıp tasarımları oluşturulur. Hazırlanan kalıp tasarımları örnek kumaşlar üzerinde dikilerek denir. Tüm kontroller sonucunda incelenen modeller, toplu üretimin uygulanabilmesi için diğer departmanlara sevk edilir.

### **MODA TASARIMINDA BAŞARILI TASARIM VE UYUM ÖZELLİKLERİ**

İyi bir giysi tasarımı, sadece tasarım öge ve ilkelerinin doğru kullanılmasıyla oluşmaz. Koleksiyon tasarım aşamalarında belirlenen hedef kitle beklentilerine uyum, kilit bir başarı ögesidir. Fiziksel uyum; giyim ürününün belirlenen stil özellikleri doğrultusunda hedef kitlenin vücut ölçülerine uygunluğudur. Kişi giysinin içerisinde rahat hareket edebilmelidir. Ayrıca ürün, belirlenen hedef kitlenin yaş, cinsiyet ve vücut özelliklerine (kilo, boy vb.) uyumlu bir şekilde tasarlanmalıdır. Estetik uyum; hedef kitlenin, stil ve hayat görüşü beklentilerini karşılama düzeyi olarak tanımlanabilir. Bir tasarım ürünü olarak giysinin; alıcıda albeni uyandırması, tüketicinin marka ile duygusal etkileşime girmesinin sağlanması önemlidir. Ekonomik uyum; giysinin hem üreticisinin ürün için harcayacağı hem de tüketicinin alım gücüne uygunluğunu ifade eder. Markanın hedef kitle aralığında kendini konumlandırması, malzeme seçimi, üretim tipi, reklam giderleri ekonomik uyumu etkileyen faktörlerdir. Kullanım uyumu; giysi ürünün kullanım şekline uyumunu temsil eder. Ürün, kullanım alan ve yerine göre tüketicilerin beklentilerini karşılayabilmelidir.

### **MODA TASARIMINDA SUNUM TEKNİKLERİ**

Moda tasarımı alanında çağımız sektöründeki rekabetin önüne geçmek için hem kişisel hem de kurumsal düzeyde birçok sunum tekniği kullanılmaktadır. Ürün tasarımına yönelik: Moda tasarımında belirlenen tema, renk, stil, malzeme ve detay özelliklerinin aktarılması için hikâye, renk panoları veya mood boardlar oluşturulur. Tasarımcılar koleksiyon hazırlık süreçlerinde farklı çizim teknikleri gerçekleştirmektedir. Bunlardan ilki; tasarımcının yaratıcı yönünü göstermek ve beğeni toplamak için tasarladığı modelleri figürlere giydirerek çizilmesi olan artistik çizimdir. Onaylanan modellerin üretim aşamalarında, doğru bilgi aktarımını sağlayacak şekilde ölçülü ve dikim detaylarını içeren

teknik çizimler ise ikinci çizim türüdür. Alıcı kuruluşlar ve firma içerisindeki sunumlar için tekli veya çoklu ürünlerin, özellik ve süreçlerini aktaran kurumsal, artistik, teknik veya koleksiyon paftaları hazırlanır. Ayrıca yazılı, görsel ve/veya çoklu medya kullanılarak sunu, afiş vb. reklam uygulamaları da gerçekleştirilir. Ürün tanıtımına yönelik: Tekli veya çoklu ürün ve özelliklerinin paylaşılacak katılımcılara belli bir deneyim yaşatan; sergi, defile gibi uygulamalar gerçekleştirilir. Yayın organlarında yayınlanmak üzere yazılı, görsel ve/veya çoklu medya içeren reklam uygulamaları hazırlanır. Kişisel tanıtımına yönelik: Kişi veya kurumların kendi bilgi, beceri, tasarım süreçleri ve başarılarını sunmak için portfolyolar kullanılır. Moda tasarımında artistik çizim Grafik alanında reklam illüstrasyonlarının alt basamağında incelenen moda illüstrasyonları, akıldaki bir kıyafetin, üreticisine sözlü yol ile anlatılması yerine resmedilerek anlatılması ihtiyacından doğmuştur. Artistik çizim; “insan bedeninin sanatsal ifade ve stilize edilmesini örneklerle açıklayan bir moda çizim yaklaşımı” olarak tanımlanır. Giysilerin doğru sunulmasından ziyade bir tasarım fikrini müşterilere iletmede kullanılan, iki ya da üç boyutlu seçenekleri bulunan ve gerçekçi olma zorunluluğu taşımayan çizimlerdir Moda tasarımcılığı” ve “moda illüstratörlüğü” birbirinden ayrı, fakat bir araya geldiği zaman son derece etkili sonuçlar doğuran farklı meslek dallarıdır. Moda tasarımcısının, moda illüstrasyonu yapabilme kabiliyeti olması gerektiği gibi her illüstratörün de üstün bir giysi tasarım becerisine sahip olması beklenemez. Alıcıda beğeni hissi uyandıran giysi tasarımları üretmek için insan vücudunu doğru yansıtmak moda çizimlerinde hayati önem taşımaktadır. Her toplum ve çağ kendi güzellik algısını geliştirmektedir. Estetik kaygılarla gerçekleştirilen artistik çizimler de bu algılar, figürleri abartarak kullanmaktadır. Vücudun idealize edilmesi için normalde başın yedi buçuk katı olan insan figürü; tasarımcının tercihiyle göre inceltip uzatılır). Kimi çizerlerin kullandıkları silüetler daha gerçekçi, insan silüetine yakın; kimisinin ise hayvan veya mitolojik karakter suratları, farklı ten renkleri vb. özelliklerin kullanılmasıyla daha abartılı, gerçek dışıdır. Silüete giysi giydirirken dikkat edilmesi gereken bazı kurallar bulunmaktadır. Bunlar; Silüet denge hattının doğru belirlenmesi, silüetin ayakta durabilmesi için gereklidir. Silüet; çizilecek giysi ile uyumlu olmalı ve giysinin detaylarını/dikkat çekmesi gereken özelliklerini vurgulayacak pozlarda seçilmelidir. Giysi ölçü hatları, figür duruşu ve vücut kavisleri dikkate alınarak belirlenmeli, giydirme işleminde model özellikleri bu hatlarla uyumlu çizilmelidir. Giyside, kapama özelliklerine göre ön orta hattına çizilmeli ve düğme, fermuar gibi detayların yerleşimine dikkat edilmelidir. Kup, pens detayları ve kırışıklıklar estetik etki uyandırılmak istenen bu çizimlerde abartılmamalıdır. Giysilerin, vücuda oturma özellikleri göz önüne alınarak bolluk ve darlık ayarlanmalıdır. Volan, büzgü, pili gibi uygulamalarda hareket çizimleri yakın olduğu yan hatta paralel olarak çizilmelidir. Figür aşağı veya tepeden bakış açısıyla çizilmediyse; giysi uçları vücut formunu belli edecek şekilde, aşağı kavisli ve duruşa uygun çizilmelidir.

### **MODAYI ETKİLEYEN FAKTÖRLER**

Dünyanın ortak kültürü olan moda, çevresinde gelişen olaylara karşı tepkilerini çeşitli şekillerde gösterirken, kendini en iyi ifade ettiği nesne olarak giysileri kullanmaktadır. Çünkü giysilerin biçimsel özellikleri kültürel, sosyal, inanç, psikolojik veya siyasi bakış açılarının insan bedeni üzerine yansımaktadır. Moda eğilimlerinin nelerden etkilendiği veya nasıl oluştuğunu anlamak için geçmişte yaşanan olaylara karşı verdiği tepkileri doğru analiz etmek gerekmektedir. Çevresini ve dünyayı iyi gözlemleyen insanlar ki özellikle tasarımcılar, eğilimleri de kolayca tahmin edebilmektedir. Çünkü “eğilimler” temelde reaksiyonlar grubudur. Bir duruş, akıp giden hayat, çevresel etkenlere karşı, kendini ifade etme biçimidir. Bu kullanılan ürün için de, giyilen ürün için de geçerlidir. Modanın temelinde var olan dinamik yapı, her türlü gelişmeye karşı hazır bir şekilde yararlanacağı kaynağı ve hitap edeceği kesimi belirlemektedir. Tarihi süreç içerisinde pek çok farklı gelişmenin modayı etkilediği bilinmektedir. Özellikle 20. yüzyılda gündeme damgasını vuran olaylar, toplumsal yapıda değişimlere neden olurken, modanın gündeminde de yerini almıştır. Moda, hazır giyim üretimindeki gelişmeler ve yaygınlaşan iletişim ağına paralel olarak hızla gelişmiş, geçen süre içerisinde ilerleyen teknolojiye bağlı olarak güçlü bir sektör hâline gelmiştir. Global çapta, yoğun rekabet ortamının yaşandığı Hazır Giyim ve Moda Sektöründe söz sahibi olabilmenin en önemli unsurlarından biri geleceğin trendlerini önceden tahmin edebilme zorunluluğunun doğmasıdır. Modayı etkileyen faktörler geniş bir yelpazeye sahiptir. İnsan ve toplum yapısını şekillendiren bütün olgulardan moda etkilenmektedir. Bu ünite, yakın geçmiş 20.yüzyıldan, günümüze kadar modaya yön veren belli başlı güçlü faktörler üzerinde durulacaktır. Bu faktörler ekonomik ve siyasi gelişmelerin, sosyal değişimlerin, teknolojik gelişmelerin, sanat akımlarının, idol kişilerin ve cinsiyetin modaya etkisi başlıkları altında ele alınacaktır. Ekonomik ve Siyasi Gelişmelerin Modaya Etkisi Modanın talep görmesindeki başlıca sebep yüksek düzey ekonomik gelişmelere bağlıdır. Ferah bir ekonomik gelişmenin beraberinde getirdiği rahat yaşam koşulları, teknolojik avantajlar, satın alma gücü ve artan statü yükselişleri modanın popülerliğini daha da artırmaktadır. Ülke ekonomilerine bağlı olarak bolluk ve kıtlık dönemleri modayı büyük ölçüde etkilemiştir. Savaşların yarattığı ekonomik kısıtlamalar, mevcut olan imkânların ilk olarak zorunlu alanlarda kullanılmaya yönelmiştir. Savaş ve kıtlık dönemlerinde az kumaş gerektiren modellerin seçilmesi bir rastlantı değildir. Ülkelerin barış ve bolluk dönemlerinde ise gösterişli giysilerin giyilmesi, pahalı ve bol kumaş tüketimi kısacası moda savurganlığı da ekonomik etkenlerin sonucunda ortaya çıkmıştır. İktisadi ve siyasi gelişmelerin modaya etkisinin en büyük örneği I ve II. Dünya savaşlarıdır. Bu iki büyük dünya savaşı sonrasında azalan erkek nüfusunun görev ve sorumlukları kadınların omuzlarına yüklenmiştir. Neticede savaş kadınların toplumda yeni bir yer edinmesine neden olmuştur. II. Dünya savaşı ile moda alanında yepyeni bir süreç başlamaktadır. Tarih içinde o ana kadar dişiliğini bir şekilde sergileyen kadın, zamanın çizgi ve renklerine uymak zorunda kalmıştır. 40’lı yılların ilk yarısında askeri kıyafetleri andıran giysiler, kaba kumaşlar, asker şapkaları, diz boyu etek görülmeye başlanmıştır. Koyu renklerin yaygınlığı dikkat çekerken, kadının toplumsal hayattaki rolü de ön plana çıkmıştır. Moda ekonomik ve siyasi anlamda ele alındığında, dünyanın farklı yerlerinde yaşanan bölgesel ve iç savaşlardan beslendiği görülmektedir. Özellikle siyasi olaylara dikkat çekme, tepki gösterme, vurgu yapmanın yanı sıra yeni bir akım için yararlanacağı kaynak olarak görmüştür. Örnek verilecek olursa, 1990-91 yıllarında, Irak’ın Kuveyt’ i işgali ile başlayan ve ABD’lerinin müdahalesi ile gelişen Körfez savaşları gündeme gelmiştir. Petrol bakımından zengin Orta Doğu’da patlak veren bu savaş moda dünyasının da gündeminde yer almıştır. Körfez savaşı Yurtseverlik modasını gündeme getirmiş ve yıldızlı, çizgi baskılı tişörtler kullanılmıştır. Ekonomiye yön veren kurumların aldığı kararlar her sektörde olduğu gibi moda sektörüne de yansımıştır. Çin, 2000’li yıllarda dünya ekonomisine damgasını vurmaktadır. Çin’in ucuz işçilik sayesinde düşük fiyatlarla ürettiği mallar gelişmekte olan ülkelerin ekonomisini olumsuz etkilemiştir. Çin’in gündemde olduğu 2000’ler de moda sektörünü hem üretim anlamda hem de esin kaynağı olması bakımından etkilemiştir. Çin kültürünün yansıtıldığı savaşçı ve gizemli konseptle hazırlanan giysi tasarımları, görkemli defilelerle sunulmuştur. Sosyal Değişimlerin Modaya Etkisi Moda, insanları etkisi altına alan sosyal bir olgudur. Modanın tanımları incelendiğinde, insanların yeni biçimler yaratma ve giyinme tutkusu, farklı olma isteği, düşüncelerini ifade etme biçimi olarak ifade edilmektedir. Ayrıca anlayış tarzı, davranış biçimi gibi ifadeler sosyal toplum içerisinde modayı yaratan en büyük etkenlerin sebeplerini de özetlemektedir. Zamanın sosyal örüntüsü içerisinde

değişime uğrayan müşteri tutumları modanın yönünün belirlemektedir. Günün moda anlayışını belirleyen sosyal faktörler çeşitli şekillerde ortaya çıkmaktadır. Etnik kökenlerin ön plana çıkması, kadınların statüsü, insan ya da hayvan hakları, sosyal ve fiziksel değişkenler, anlık iletişim, savaşlar, felaketler ve krizler verilecek örnekler arasında yer almaktadır. Modanın en iyi beslendiği kesim gençlerdir. Bu nedenle gençlik hareketleri ya da en kısa ifade ile gençlere ait herhangi bir akım, oluşum karşısında moda temsilcilik görevini almıştır. Geçtiğimiz yüzyılda gençlik hareketlerinin en yoğun olduğu dönem 1960'lı ve 1970'li yıllar olmuştur. Nüfusun genç yapısı ve onların istekleri yaşamı şekillendirmiştir. Bu dönemde gençlerin öncülüğünde Avrupa modasında köklü değişimler yaşanmıştır. Hippi ve Çiçek Çocukları ( Flower Power) kültür hareketleri gençlerin özgürlükçü tavrı ve “savaşma, seviş” sloganı ile tüm dünyayı etkisi altına almıştır. Hippi akımda yer alanlar farklı etnik kökenlerin giysi tarzlarını benimseyerek tarzlarını oluşturmaktaydı. 20. yüzyılda birçok grup ve hareket insan hakları, hayvan hakları ya da çevre koruma adına çok büyük toplumsal değişimleri gerçekleştirdiler. Moda bu hareketleri bir protesto biçimi olarak podyumda, vitrinlerde, moda dergilerinde insanlara sergilemiştir. Dünyanın en gelişmiş sektörlerinden biri olan moda sektörü, ne yazık ki çevreye verdiği zararlarla çevreyi en çok kirleten sektörler içerisinde yer almaktadır. Son zamanlarda sürdürülebilirlik, geri dönüşüm, çevrecilik kavramları üzerinde daha sık durulmaktadır. Tükettiğimiz kaynakların bir sonu olduğu gerçeği, sürdürülebilir moda anlayışını destekleyen ve bu doğrultuda üretim yapan marka ve tasarımcılar günden güne artmaktadır. Teknolojik Gelişmelerin Modaya Etkisi Hazır giyim ve moda sektörünün hem tarihi gelişimi hem de günümüz durumu incelendiğinde en büyük payın teknolojiye yapılan yatırımların yer aldığı görülmektedir. Teknolojik gelişme, yeni ürünlerin tasarımlarını belirlerken sektörde kullanılan makine ve teçhizatın ihtiyaca göre yenilenmesi mevcut üretim metotlarının geliştirilmesini sağlamaktadır. Giyilebilir teknoloji ürünleri de yeni gelişen teknolojiye dayalı ürünler arasında pazarda yerini almaktadır. Giyilebilir teknoloji ürünleri; sabit bir yerde değil, hareket hâlindeyken bilgiye erişmek isteyen kişilerin taleplerini karşılamak üzere ortaya çıkmıştır. Bu ürünler, aynı anda işlevsellik ve estetiği sağlamak için moda ve teknolojinin birleştirilmesiyle başarılı olabilmektedir. Sanat Akımlarının Modaya Etkisi Moda tasarımcılarının, sanattan, özellikle ressam ve heykeltıraşların yapıtlarından, renk ve çizgilerinden oldukça fazla etkilendikleri bilinen bir gerçektir. Belirli dönemler de gündeme gelen sanat akımları ve bu akımların başında gelen popüler sanatçılar moda için her zaman yönlendirici olmuşlardır. Zaman içerisinde resim, heykel gibi sanatların yanı sıra sinema, tiyatro, opera gibi gösteri sanatları moda için ilham kaynakları olmuşlardır. Popüler kültür de müzik sanatçıları, sinema veya dizi oyuncularının kullandıkları giysiler gündemde yer almıştır. Moda ve sanat üçlü bir ilişkiye; yapıt, yaratıcı ve izleyici ilişkisine başvurarak estetik bir hazzın oluşmasını sağlamaktadır. Pop-art sanat akımı modayı sadece düşünsel olarak değil renk ve desen olarak da etkisi altına almıştır. Gerçeküstücülük ve moda etkileşimi kültürel, sosyal ve estetik bir etkileşim olmasının yanı sıra gerçeküstücü sanatçılarla bazı moda tasarımcıları arasında sıkı ilişkiler gelişmiş, zaman zaman ortak eserler üretilmiştir. 20.yüzyılın son dönemlerinde ve yeni yüzyılın başlarından beri kitle iletişim araçlarının gelişmesi sürekli gelişen ve çeşitlenen sinema, dizi vb. görsel akımların da kullanılan sahne kostümleri yanı sıra, sayıları gün geçtikçe artan müzik sanatçıları ve kliplerinde kullandıkları giysi tasarımları ile özellikle genç kitleleri etkileyerek popüler moda akımları oluşturmaktadır. İdol Kişilerin Modaya Etkisi Müzik sanatçıları, sinema-film oyuncularını, moda sunumu yapan modeller gibi popüler kişiler modanın liderleri olarak hem modayı yönlendirmişler hem de yaygınlaşmasında aracı olmuşlardır. Modaya yenilik getiren tasarımcılar, kraliyet aileleri, siyasetçi kişilikler, popüler zenginler ve ünlüler her zaman modanın besleyicileri ve destekleyicileri olmuşlardır. Sürekli görünürlük sağlayan müzik veya sinema sanatçılarının yanı sıra siyasi, politik, ekonomik alanlarda lider konumdaki kişilerin ve aile bireylerinin yaşam tarzları da merak konusu olmuştur. Sürekli göz önünde olmaları nedeniyle insanların kendileriyle bütünleşmek istemeleri, bu popüler kişileri moda liderleri diğer bir deyişle” moda idolleri” yapmaktadır. Yaşam tarzları magazinciler tarafından sürekli takip edilirken, giyim tarzları pek çok kişi için çizgi oluşturmaktadır. Bir “Stil Kralı” olarak nitelendirilen Michael Jackson sadece müzik yönü ile değil giyinme tarzı ile moda sektörünü etkilemiştir. Müzik veya sinema oyuncusu kadar popüler olan diğer bir gurup ise siyaset veya politikada aktif görev alan kişiler veya eşleridir. Bu kişilerde aktif oldukları dönemlerde moda idolleri olmuşlardır. Fakat burada bulunduğu konumun yanı sıra insan ilişkileri, kişilik özellikleri ve estetik görünümleri önemli etkenlerdir 1980'li yıllar siyasi ve politik gündemde kadın isimleri oldukça çok yer almaktadır. Margaret Thatcher, moda sektöründe “güçlü kadın giyiminin” ortaya çıkmasına neden olmuştur. Siyasette yükselen Margaret Thatcher 'ın ve gümüş yılını kutlayan İngiltere kraliçesi II. Elizabeth politik dünyada gündemde iken aynı zamanda modanın gündeminde kendi stilleri ile yer almışlardır. Cinsiyetin Modaya Etkisi Moda tarihi sürecinde, kadınların estetik ve güzellik kaygısından yararlanarak erkeklerden daha çok kadınlara yönelik tasarımlar oluşturmuştur. İdeal kadın ölçülerine göre hazırlanan moda, aynı zamanda kadınları belirli kalıplara sokmaya çalışmıştır. Moda tarihi incelendiğinde kadın silüetlerinin sürekli değiştiği gözlenmektedir. Anti-moda tümüyle modanın yarattığı bir tepkidir, çünkü moda kendi ters-yüz edilmişinin aracı hâlinindedir. Anti-moda simgesel bir muhalefet, itiraz, tasarlanmamış ihmal, yergi vb. yoluyla zamanın yükselen moda akımının karşısına

çıkılmaktadır. 20. yüzyılda liberal meslekler kadınlara açılmaya başlamıştır. Kadınların kamu veya özel alanlarda çalışmasının yaygınlaşması, kadın hak ve özgürlüklerinin gündem oluşturması, modanın cinsiyetçiliğe olan bakış açısını her seferinde vurguladığı görülmektedir. Günümüze gelindiğinde moda endüstrisinin nitelendirdiği başlıca kavramlardan olan, 'kadın giyim' ve 'erkek giyim' ayrımı birçok tasarımcı tarafından sorgulanmaya başlanmıştır. Bugüne kadar pek çok kültür, fikir ve kavramdan beslenen moda sektörü, modernizme ve yeni neslin değerlerine hitap eden konseptler yaratma amacıyla gerçek anlamda yaygın olmasa da cinsiyetsiz koleksiyonlar çıkarmaktadır. Nötr cinsiyetli giyim adı verilen yeni konsept ile belirli bir cinsiyeti hedef almayan tasarımlar ortaya çıkmaktadır. Böylece kişi, herhangi bir cinsiyet belirteci kalıba maruz kalmadan, kimliğini giyim tarzına yansıtabilmektedir.

### **MODA VE SOSYOLOJİ İLİŞKİSİNE GENEL BAKIŞ**

İnsanların temel ihtiyaçlarından biri olan örtünme, başlangıçta tamamen fonksiyonel bir amaç taşıırken daha sonra insan vücut formuna ve ergonomisine daha uygun hâle gelerek giyinmeye ve sürece içinde, özellikle kapitalizmin sembolik öğelerinden biri olarak moda olgusunun da eşlik ettiği yeni bir boyuta taşınmıştır. Tarihsel süreç içinde giysiye birçok anlam yüklenmiştir. Önceleri çevresel koşullardan korunma fonksiyonu içindeki giysiler daha sonra toplumsal bir statünün, bir mesleğin, siyasi bir bakış açısının ya da kişisel bir duruşun biçimsel simgesi hâline gelmiştir. Her ne kadar moda kavramı giyimle özdeşleşmişse de aslında bunun dışında ve ötesinde hiç şüphesiz ki daha geniş bir kapsama alanına sahiptir. Moda, teknik boyutlarının ötesinde sosyolojinin, sosyal psikolojinin, ekonominin hatta tarihin ilgi alanı içinde önemli bir yer bulmuştur. Toplum hayatına girmiş geçici yenilik, belirli bir süre etkili olan toplumsal beğeni, bir şeye karşı gösterilen aşırı düşkünlük gibi temel ifadelerle tanımlansa da moda, kullanıldığı her alanda farklı biçimlerde tanımlanmıştır. Örneğin; sosyoloji alanında bazı sosyologlar, imitasyon üzerine kurulu toplumsallıktan söz ederken modayı insanlık tarihinde yer alan “taklitçilik biçimi” şeklinde tanımlamaktadır. Sosyolog Thorstein Veblen “gereksiz ve nedensiz tüketim sembolü” olarak değerlendirmiş, Kant ise modayı ahlak açısından ele alarak “... temeli bencillik, kendini beğenme olan bir taklit türü” şeklinde sınıflandırırken belirli bir toplumsal işlevinin bulunduğunu da kabul etmiştir, moda sürecinin çok çeşitli toplumsal işlevlere olumlu yönde hizmet ettiğini öne sürmüştür. Moda birçok tanımda bir hareket biçimi olarak anlaşılmaktadır. Bir moda doğar, büyür, yaygınlaşır ve geçersiz olur. Bir zamanlar hayranlık duyulan, taklit edilen, yükseltelen, yaygınlaştırılan olgu, günün birinde modası geçmiş olur. Bir moda ancak bir diğeri tarafından yok edilir, daha yeni bir başkası tarafından ortadan kaldırılır, o da yerini ardından gelene ve sonuncu olmaya bırakmaktadır.

### **MODA KURAMLARI**

Giysiler tarih boyunca bir gösterge biçimi olarak ele alındığında, giyen kişinin ekonomik gücünün ana göstergesi olmuş, ancak modern endüstriyel toplumda giyim evrensel bir tüketim ögesi olduğundan, rekabetçi öykünmenin baskıları görmezden gelinememiştir. Bu nedenle giysi, ideal olarak, kişinin bulunduğu toplumsal sınıf da yer alan akranlarına göre üstün bir statü sergilemesinin yanı sıra bu sınıfın diğerlerine göre üstünlüğünü toplu olarak sergileyen bir araç olarak kullanılmıştır. Konu, moda olarak ele alındığında, moda hareketinin kabulü farklı birtakım teoriler dâhilinde gerçekleşmektedir. Bu teoriler trendlerin gezinme şeklini ortaya koyarak, gelecek moda yönüne öngörüye ulaşılmasını sağlamaktadır. Tabana İnme Kuramı Moda teorileri içerisinde “Tabana inme kuramı”, moda yayılım teorilerinde etkin olan güçlü bir yaklaşım olarak kabul görmüştür. Bu kuram; yeni olanın öncelikle toplumun üst sosyoekonomik sınıflarında ortaya çıktığı, sonrasında ise alt sınıflar tarafından toplumsal konumlarını yükseltme arzusuyla benimsendiği görüşüne dayanmaktadır. Öncülüğünü Veblen ve Simmel’in yaptığı bu kuram, moda döngüsü, moda ürünün ortaya çıkıp toplumun üst sınıfları tarafından kullanılmaya başlaması, daha sonra bu yeni modanın toplumun alt sınıflarına inmesi ve üst sınıflarında alt sınıftan farklılaşmak için bu modayı kullanmayı bırakıp yeni moda üretmesi temeline dayanmaktadır. Kuzey Amerikalı bir iktisatçı ve sosyolog olan Thorstein Veblen’in “moda olmanın amacının zengin ve güçlü olarak statü kazanmak” olduğuna dair ünlü bir varsayımı bulunmaktadır. Veblen, “hiçbir tüketim çizgisinin, kıyafet harcamalarından daha uygun bir açıklama sunmadığını” belirtmektedir. Alman sosyolog Georg Simmel moda ve giyim davranışını seçkinlerin astları tarafından taklit edilme süreci kuramıyla açıklarken, moda önce üst sınıflar, ardından ise orta ve alt sınıflar tarafından benimsenmektedir. Bu kurama göre moda olan ürün orta ve alt sınıfa doğru geçmişse üst sosyoekonomik sınıf için artık moda olmaktan çıkmıştır. Kolektif Seçim Kuramı Herbert Blumer tarafından ortaya konulmuş olan kolektif seçim kuramı, tabana inme ya da sınıf farklılığı kuramının eksiklikleri temelinde şekillendirilmiş bir kuramdır. Kuram, sosyolojinin bir alt disiplini olan “kolektif davranışın” bazı temel kavramlarını kullanmaktadır. Kurama göre dünya savaşlarının sona ermesiyle 1950’li yıllardan sonra kitle iletişim araçları, üretim teknolojileri, reklam gibi tüketimin işleyişini belirleyen temel faktörlerin önceki dönemlere göre daha yoğun ve etkili hâle gelmesiyle birlikte tüketim alışkanlıklarında önemli bir değişim meydana gelmiştir. Bu değişimin başında ürünlerin sahip olduğu kullanım değerleri gelmektedir. Kolektif seçim kuramına göre, kişilerin yaşam tarzı, gelir düzeyi, eğitim durumu ve yaşı modada kabul gören ürünlerin belirlenmesinde önemli faktör oluşturmaktadır. Modanın yayılımında Simmel ve Veblen’in tabana inme kuramında iddia ettikleri gibi

modanın yukarıdan aşağıya doğru yayılımı değil toplumun bütün sınıfları yeni olanı aynı anda tüketmeye başlamaktadır. Toplumu elitler ve diğer sınıflar olarak ayıran görüşlerden farklı olarak yenilikçiler, liderler, takipçiler ve katılımcılar süreçte yer almaktadır. Böylece moda mekanizması, tarihsel devamlılık, modernlik, kolektif beğeni ve psikolojik güdümlerle ilişkilendirilerek temelinde kuramsallaştırılmaktadır. Kitle Pazarı Kuramı Bu kuram da modanın üretilme ve tüketicilere dağıtılma şeklinin, Simmel'in moda hakkında ilk yazdığı zamandan beri çarpıcı biçimde değişmiş olduğunu belirtmektedir. Yeniliğin yayılması için genel bir çerçeve göz önüne alınmış, moda yenilikçilerinin ve fikir liderlerinin özellikleri ve moda trendlerini başlatma ve yaymadaki rolleri irdelenmiştir. Yirminci yüzyılın ilk yarısında moda endüstrisinde çok sayıda değişiklik meydana geldi. Modanın kitlesel üretimi ve tüketicilere kitlesel dağıtımı, tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarına hizmet eden büyüyen bir endüstri yaratmıştır. Tüketiciler moda konusunda çok sayıda seçenekle karşı karşıya kalırken moda, aynı zamanda, yüzyılın başlarında hayal bile edemeyeceği şekillerde kitle halkı için daha uygun fiyatlı hâle gelmiştir. Alt Kültür Etkisi Kuramı Alt Kültür Etkisi Kuramı, moda teorileri içerisinde en yeni kuram olarak tanımlanmaktadır. Bu kuram tabana inme kuramının tam tersine, alt toplumsal sınıftan başlayan moda akımlarının üst sınıflar tarafından da kabul görme prensibine dayanmaktadır. Yukarı Akış teorisi olarak da açıklanan kuramda, alt gelir grupları tarafından herhangi bir yerde bir yaşam biçimi, düşünce tarzı veya sokaklarda başlayan giyinme biçimlerinin, tasarımcılar ve daha sonra tasarımları satın alan üst sınıf tarafından moda olarak kullanımını içermektedir. Bu kuramda, kitle iletişim araçlarının sunmuş olduğu olanaklar sayesinde toplumdaki azınlık gruplar ve alt kültürler daha çok görünürlük kazanmıştır. Bu gruplar genç kesimlerden, azınlık topluluklardan, farklı yaşam biçimi benimsemiş kitlelerden veya alt kültürde yer alan gruplardan oluştuğu gibi yaşam biçimleri, giyim tercihleri, davranış sistemleri popüler kültür ve özellikle de medyanın etkisiyle toplumda yayılabilmektedir. Yaş, sosyoekonomik durum, konum ve kültür farklılıklarına dayanan grupların kendi modalarını yarattığı bu oluşum çok merkezli olarak karakterize edilmektedir.

#### **MODANIN YAYILIM KANALLARI**

Moda olanın yayılma süreci, bulunulan zamana, toplum davranışlarına, iletişim araçlarına, ticari anlayış gibi birçok faktöre göre şekillenmektedir. Özellikle pazarlama alanında olduğu gibi modanın yaşam döngüsü yenilik-giriş, yükselme-öncülük, doyumluk-genel kabul, düşüş ve eskime (demode) aşamalarından oluşmaktadır. Yenilik aşaması yeni bir modanın yaratılıp, toplumun en üst sınıfında yer alan ünlü ve varlıklı kişilerden oluşan öncülere sunularak benimsenmesidir. Yükselme aşamasında modanın, bütün toplumsal statü düzeylerinde öncü grupların olduğunu kabul etmesi ve modanın bu gruplar arasında yatay yayılım göstermesidir. Doyumluk aşamasında moda geniş kitlelere aktarılmış ve ilk kullanıcılar tarafından terk edilmektedir. Moda, kitleler arasında popüler hâle gelirken, bu aşamada toplumun her kademesine ulaşabilecek şekilde daha esnek görünüme kavuşmuştur. Düşüş aşamasında moda, sosyoekonomik durumlarına göre kitle modasını yakalayamamış, herkesin giydiği kıyafetler, modaya para harcayan kitleler için artık giyilmemesi gereken nesnelere hâlini almıştır. Eskime aşaması yani demode olması planlı eskitmeyle yeni modanın bir öncekini yok etmesi ve kişilerin açıkça giymeyi reddettikleri aşamadır. Modanın yaşam döngüsünde çeşitli yayılma yöntemleri bulunmaktadır. Bu kanallardan önemli olanlar aşağıda başlıklar hâlinde verilmektedir. Moda Haftaları Moda haftaları, gelecek sezonda yer alacak moda ürünlerinin tanıtılmaları için temel buluşma yerleri olarak tanımlanabilir. Giyim markalarının yılda iki defa kurgulanan ilkbahar/yaz ve sonbahar/kış dönemi moda haftaları ile gelecek trendleri kabulü ve yaygınlaşmasında önemli bir kanaldır. Moda Basını Moda sektörü hakkında son güncel bilgileri veren ve moda ürünlerin tanıtımında etkin olan kanallardan biri moda dergileridir. Günümüzde trendleri tanıtan, moda olanın tanıtımını yapan ve profesyonel ekipler tarafından hazırlanan hem basılı hem de elektronik dergiler bütün dünyada aynı anda servis yapabilmektedir. Ünlüler ile Modanın Yaygınlaşması Moda olanın ünlülerle ilişkilendirmesi, özellikle son yıllarda çok sık uygulanıyor olsa da lüks moda marka ve tasarımcıları tarafından uzun zamandır gerçekleştirilen bir etkinliktir. Ünlüler; sanat, müzik, film ve televizyon, spor, kültür, eğitim, politika, siyaset ve hatta din alanında olduğu gibi toplumun çeşitli alanlarında önemli bir etkiye sahip olan kişilerdir. Moda dünyasında ise tasarımcılar, modeller, fotoğrafçılar, imaj ve stil danışmanları gibi moda ile doğrudan ilişkili kişiler ünlüler arasında yer almaktadır. Özellikle modayı yakın takip eden ve üzerinde taşıyan, gerek bölgesel gerekse dünyaca kabul görmüş kişiler, sürekli göz önünde olmaları nedeniyle kendileriyle bütünleştirmek çoğunluk tarafından popüler moda liderleri yapmaktadır. Kitle İletişim Araçları Kitle iletişim araçlarının hız kesmeden ilerlediği bir çağda, değişen ve gelişen düzene uyum sağlamak zorunluluk hâline gelmiştir. Teknolojinin öncülüğünü yaptığı bu zorunlu süreç moda olanın yaygınlaşması için önemli kanallardan birini oluşturmaktadır. Kitle iletişim araçları, geniş kitlelere ulaşılmasını ve iletişim kurulmasını sağlayan, televizyon, sinema, dergi, gazete, internet yayınları ve platformları gibi reklam, elektronik basım, sanal gösteriler, web sitelerinin yanı sıra sosyal medya fenomenleri, moda blogları, internet satışları gibi daha da çeşitlenen dijital platform sayesinde modanın yayılma hızında göz ardı edilemez. Geçmişten günümüze moda yayılım kanallarının en sık kullanılanı reklamdır. Reklam, algı oluşturma, dikkat çekme, her kademedeki insanlara farklı biçimlerde güçlü imge ve mesaj yaratabilme gücüne sahiptir.

Topluma çok farklı iletişim kanalları ile ulaşmak çok mümkündür ve en etkili olanlardan biri de sosyal medya iletişim kanallarıdır. İnternetin etkin kullanımı ile yeni ufuklar açılmış, özellikle moda alanlarında bir zamanların modaevlerinden çıkan kataloglar, afişler, dergi kapak görselleri, günümüzde anlık iletişim kanalları sayesinde anında ve hızlı etkileşim hâlinde sunulmaktadır. Modanın yayılma sürecini inceleyen araştırmacılar modada çok merkezli bir durumun hüküm sürdüğünü belirtmektedir. " Üretim araçları" ya da toplumdaki meslek yapısı ile ilişkileri ne olursa olsun, sosyoekonomik durum, yaş, alt kültür, etnik ve bölgesel kimlik açısından farklılık gösteren çeşitli gruplar çoğu zaman kendilerine özgü modaları benimsemekte, sık sık da kendi modalarını kendileri yaratmaktadır.

### **TASARIM ÖGELERİ**

Tasarım ögeleri nesne veya kompozisyonun yaratılmasında sanatçı/tasarımcı tarafından kullanılan en temel görsel bileşenlerdir. Tasarımcı, moda tasarımını oluşturan ögeleri, tasarım ilkeleri doğrultusunda kullanarak yeni modeller geliştirir. Ancak tasarım öge ve ilkelerinin kullanımları, tasarım alanının ihtiyaçlarına göre değişiklik göstermektedir. Moda tasarımı alanında; temel tasarım ögelerinden “nokta” yerine, çizgi-biçim birlikteliğini tanımlayan “siluet” kullanılmaktadır. Grafik ve mimari tasarım alanları için önemli yere sahip olan “perspektif” ise kumaş baskıları ve tasarım illüzyonları oluşturma sürecinde oldukça az kullanılmaktadır. Nokta Nokta, görsel anlatım ögelerinin ilkidir ve esas görevi yer belirtmek, dikkat çekmektir. Görsel olarak nokta, boş veya dolu dairesel bir benek şeklinde ifade edilir. Moda tasarımı alanında temel bir öge olarak sayılmasa da nokta ve etkileri farklı uygulamalarla giysilerde kullanılabilir. Kumaş baskı desenleri: Moda tasarımı alanında nokta, en çok kumaş yüzey tasarımlarında kullanılmakta ve puantiye olarak isimlendirilmektedir. Yardımcı malzeme kullanımı ile: Nokta etkisi oluşturacak dairesel yardımcı malzemeler giysilerde kullanılarak modellere renk ve etki katabilirler. Çizgi Görsel alanda insanın en temel ve ilkel anlatım aracı çizgidir. Çizgi, yüzey ve hacim etkisi göstermeyen, bulunduğu yere göre ince, uzun ve belli yollar izleyen görsel bir tasarım elemanıdır. Moda tasarımında çizgi önemli bir ögedir ve oluşturdukları algısal etkiler sebebiyle giysi tasarım süreçlerinde sıklıkla kullanılmaktadır. Boyuna çizgiler, uzatma etkileri oluşturarak kullanılanı ince gösterir ve ciddiyet ifade ederler. Yatay çizgiler, sağa ve sola yayılma etkisi göstererek kullanıldıkları alanı geniş gösterirler; sakin bir etki yaratırlar. Yatay çizgilerin bedende doğru yerleştirilmesi, kısaltma etkisi oluşturarak vücut oran-orantılarını düzenleyebilir. Kıvrımlı çizgiler, kullanıldıkları alanı hareketlendirerek giysiye dinamik ve dikkat çekici bir görünüm kazandırır. İnsan bedenine yönelik kıvrımlı çizgiler ile vücut illüzyonları oluşturulabilir. İçe bükey çizgiler, inceltme etkileri oluştururken, dışa bükey çizgiler genişlik etkisi sağlarlar. Verve çizgilerin etkileri en-boy oranlarına bağlıdır. Verve açısı ne kadar dikleşirse o kadar uzun, ne kadar genişleşirse o kadar genişlik etkisi oluştururlar. Kesikler: Kumaşa giysi formu vermek için oluşturulan kesikler çizgisel etkiler oluşturur. Giysi üzerinde üst bedende yer alan yatay kesikler roba, alt bedende yer alanlar ise korsaj olarak adlandırılmaktadır. Boyuna çizgi etkileri kup veya penslerle sağlanabilmektedir. Model uygulamaları: Çizgilerin moda tasarımında uygulanma şekillerinden biri de farklı model uygulama teknikleridir. En sık kullanılan uygulamalar; drape ve pililerdir. Dokular: Kendinden çizgili kumaşlar veya kumaş hâlindeyken ısı ve basınç işlemleriyle bu etkilerin kazandırılması; çizgi etkilerinin tasarımlarda kullanılmasının bir yoludur Süslemeler: Giysi tasarımında sıklıkla kullanılan süsleme teknikleri olan biye ve applike veya kurdele, balen gibi yardımcı materyaller; çizgi etkilerinin giysiye yansıtılması için kullanılırlar Kumaş desenleri: Tekstil yüzey tasarımında boyama veya baskı ile gerçekleştirilen çizgilerdir. Bu tarz desenlerin bilenen en basit hâlleri: çizgili kareli ve pötikaredir. Şekil-Form Şekil, görsel olarak çizgi ile sınırlandırılmış sadece en ve boydan oluşturulmuş iki boyutlu alandır. Form ise boy ve ene ilave olarak gerçek derinlik-hacim veya bunların illüzyonuna sahiptir. Moda tasarımında form, en önemli ve anlaşılması zorunlu temel tasarım ögesidir. Bir tasarım alanı olarak moda tasarımının asıl amacı üç boyutlu insan formuna uygun giysi üretmektir. Giysi üretimi, ana materyal olarak iki boyutlu kumaşı kullanır. Bu yüzeyleri üç boyutlu forma dönüştürmek için kalıp parçalarından; bu parçalardaki model özelliklerinden faydalanır. Moda tasarımı alanında şekil genellikle siluet ile ilişkilendirilerek kullanılmaktadır. Applike teknikleri, kumaş baskıları ile farklı geometrik veya tasarlanmış şekiller giysi ürünlerinde kullanılabilir. İnsan formu tarih boyunca; korse, tarlatan gibi yan malzemeler yardımıyla değiştirilmiş ve her dönem modacıları sayesinde farklı biçimleri ön plana çıkarmıştır İnsan vücudunu başkalaştırıp yeni bir formla dışarıya yansıtan bu çalışmalarda; değiştirme/küçültme/büyültme ve düzenleme etkileri sıklıkla kullanılmıştır. Ünlü Japon tasarımcıların dekonstrüktivist ve avangart stilleri, yeni anlam arayışlarında insan vücudunun formunu giysiler ile tamamen başkalaştırmıştır. Moda tasarımında farklı form uygulamalarının bir yöntemi de çok büyük ve hacimli süsleme ve kumaş parçalarının eklenmesidir. Işık-Gölge Görme olayını ve görsel farkındalığın temelini ışık, göz ve beyin etkileşimi oluşturur. Işığın şiddeti, eğimi ve rengine göre cisimlerin görünüşleri farklılık gösterir. Moda tasarım alanında ışık-gölge etkisi farklı biçimlerde kullanılmaktadır. Bu uygulamaların en basiti metalik veya holografik kumaşların kullanımı ile tasarıma ışık etkisi katmaktır. Ayrıca günümüz teknolojik aygıtlarıyla ışık, giysinin bir parçası hâline dönüştürülebilir. Siluet Siluet, moda tasarımı alanına özgü

olarak kullanılan bir tasarım ögesidir. En temelde dış hatlardan oluşmuş çizim, kontur çizgisi anlamına gelmektedir. Moda tasarımında kullanım yerlerine göre silüet farklı anlamlar taşımaktadır. Artistik ve teknik çizim için hazırlanmış silüetler: Giysi tasarımında, model geliştirmeyi hızlandırmak için kafa boyu oranıyla oluşturulmuş farklı duruşları yansıtan giysisiz figür çizimleridir. İnsan vücudunun biçim özellik ve tiplerini tanımlayan silüetler: Doğru giysi tercihleri yapabilmek, vücut özelliklerini, vücudun çeşitli parçaları arasındaki oranları aktarmak ve tanımlamak için kullanılmaktadır. Giysi dış hatlarını, kesim özelliklerini belirten silüetler: Giysilerin tasarım ayrıntıları dışında kalıplaşmış, genel çizgilerinin dış görünümü ve oluşturulan formlarının genel etkisi de silüet olarak isimlendirilmektedir. Çan Kesim: Belden itibaren eteğin genişletilmesiyle oluşturulmasıdır. Ampir Kesim: Göğüs altından kesikle genişleyen giysi kesimidir. H-Kesim: Omuzdan etek ucuna kadar aynı genişlikte yani "H" formunda inen, düz forma sahip elbise kesimidir. Tüp Kesim: Omuzdan düz kesimli olarak inen, bel oyuntusu olmayan, oldukça bol ve dökümlü, rahat elbise kesimidir. T-Kesim: Takma kol ya da bedenden çıkan kol kullanımı ile oluşturulmuş, göğüs ile bel çevresi eşit şekilde aşağıya inerek devam eden "T" formunda hazırlanan elbise kesimidir. V- Kesim (Trapez Kesim): Omuzdan etek ucuna doğru daralan, "V" formda, geniş omuzlu ve dar kalçalı elbise kesimidir. X Kesim: Vücudu saran ve bel hattına oturarak "X" görünümü oluşturan elbise kesimidir. Balık Kesim (Deniz Kızı): Diz hattına kadar bedene oturan, diz hattından itibaren etek ucuna doğru genişleyerek tamamlanan elbise kesimidir. Doku Doğadaki tüm nesne ve varlıkların, görme, dokunma duyularıyla kavranabilen, içyapılarının işlevsel özelliklerini dışa vuran yüzeysel etkilerine "Doku" denir. Doku, birbirine eş ya da birbirini tamamlayan birimlerin, biçimlerin belli sistemlerle yan yana gelmesinden oluşur. Giysi oluşumunda kullanılan ana ve yardımcı malzemelerin dış yapısı giysi etkisini tamamen değiştirebilme yetisine sahiptir. Oluşumları, yapıları veya nakış, dantel gibi süsleme dikişleri sebebiyle farklı dokulara sahip kumaşların; tek veya bir arada kullanılması moda tasarımında doku uygulamalarının en temelini oluşturmaktadır. Temel kumaşlara farklı dokular, farklı model uygulamaları geleneksel süsleme teknikleri ve kapitone gibi dikiş teknikleriyle yansıtılabileceği gibi düzenli tekrara sahip pul, payet vb. işlemlerle de gerçekleştirilebilir. Günümüz teknolojisi; dijital baskı uygulamalarıyla taklit doku oluşturulmasına izin verdiği gibi üçboyutlu yazıcılar sayesinde tasarlanmış birim biçimlerin birleştirilmesine de imkân sunmaktadır. Renk Renk, ışığın cisimlere çarptıktan sonra yansıyarak görme duyumuzda bıraktığı etkidir. Tasarımlarda tek renk ile hazırlanan kompozisyonlara monokromatik, birden fazla renk kullanılarak hazırlananlara ise polikromatik ad verilir. Moda tasarımında tarih boyunca renkler, etki uyandırmak için kullanılmıştır. Kimyasal yapıları, ulaşım zorlukları ve psikolojik özellikleri sebebiyle bir statü göstergesi olarak algılanmışlardır. Günümüzde renklerin yan yana bloklar hâlinde kullanılması Renk Bloklaşma stili ortaya çıkmıştır. Stilde giysi ürünü, farklı renklerin yapay veya doğal şekilde bir arada kullanılması ile oluşturulur.

### **TASARIM İLKELERİ**

Tasarım ilkeleri, tasarım öğelerinin etkili bir şekilde bir araya getirilme kurallarıdır. Bu ilkeler, tarihsel süreçte deneme-yanılma yöntemleri, sosyoloji, psikoloji bilimleri altında insan algısının incelenmesi ile belirlenmiş, temel tavsiyelerdir. Boşluk/Doluluk Boşluk/doluluk görsel bir düzenlemede objelerin birbirleri ile olan mesafesini ifade eden tasarım ilkesidir ve "espas" olarak da adlandırılır. Moda tasarımında boşluk/doluluk; giysi ürününde model özelliği, renk, desen, süslemenin varlık-yokluğu ve aralarındaki mesafenin düzenlenmesi ile sağlanabilir. Oran-Orantı Oran-orantı, tasarım elemanlarının hem birbiri hem de bütünle olan boyutsal ilişkisidir. Moda tasarımında tarih boyunca giysi oranları ve orantıları, vücut hatlarını istenildiği şekilde göstermek için kullanılmıştır. Günün beğenilen vücut özellikleri ön plana çıkartılmak için büyütülmüş ve süslenmişken; istenmeyen bölgeler karanlığa bırakılmış ve saklanmıştır. Giysi tasarımında minimalist yaklaşımlar oran-orantının oldukça sabit ve sakin olduğu giysiler üretmek için dikkat çekmektedir. Dekonstrüktivist ve avangart tasarımcılar ise oranlarla oynayarak farklı formlarla yaratıcılığa dikkat çekerler. Hareket Tasarım öğelerinin konumlarından ve pozlarından kaynaklanan durağan dengenin tasarımcı tarafından bilinçli şekilde düzenlenme veya değiştirilmesi hareket ilkesidir. Hareket zihni uyatarak dikkat çekilmesi, algılamada derinlik ve hatırlama kolaylığı sağlar. Hareket yönüne göre farklı psikolojik etkiler ortaya çıkartır. Yere doğru hareket; ağırlığı, durgunluğu, yavaşlığı veya düşüş etkisini temsil eder. Simetrik hareket; eylemsizliği, monotonluğu yansıtılabilir. Yukarı hareket; özgürlüğü, hızı, hafifliği ve uçmayı belirtir. Eğimli hareketler ise hızı, kaçışı ve dinamizmi sergiler. Moda tasarımında büzgü, volan gibi modellerle hareket arttırılıp; kup, pili gibi özellikler ile sakinlik etkisi verilebilir. Süslemelerin yerleşimi ve yönleriyle de hareket etkisi sağlanabilir. Tekrar Görsel bir tasarım oluşturulmasının en temel yöntemlerinden birisi tekrardır. Biçim, renk, desen, çizginin yinelenerek kullanılması olarak tanımlanabilir. Fakat tekrarın sıklığı tasarımı sıkıcı ve tekdüze yapar. Tekrar; kumaş yüzeylerinin tasarlanmasında birimlerin yerleşimi, giysi modelinde bir biçimin, rengin veya model özelliğinin devam ettirilmesi ile sağlanmaktadır. Uygunluk/Bütünlük İki ya da üçboyutlu nesnelerin aralarında ortak ve bağlayıcı özelliklerin bulunmasına uygunluk/bütünlük denir. Birbirleriyle uyum tasarımı sakinleştirirken, dikkat edilmeden kullanıldığında öğeler gözü yorar ve rahatsızlık verir.

Model tasarımında benzer model özellikleri, renk, kesim ve desenlerin kullanılmasıyla uygunluk sağlanır. Zıtlık Tasarım öğeleri arasında gözlenen farklılıklar zıtlığı oluşturur. Zıtlık bir tasarımda baskınsa monotonluğu yıkar; tasarıma hareket, merak, canlılık ve çarpıcılık gibi özelliklerin eklenmesini sağlar. Model tasarımında karşıt renklerin bir arada kullanılması, farklı desen özelliklerinin birleştirilmesi ve birbirine zıt model özelliklerinin kullanılması görsel zıtlık etkileri olarak değerlendirilir. Denge Denge; birbirine karşıt iki gücün, iki ağırlığın eşitiyle elde edilen yerleşik konum, durma hâli ve karşıt öğeler, çatışan güçler arasındaki uyumu, durgunluğu oluşturan doğru orantıdır. Dengenin sağlanabilmesi için boyut, desen, renk etkileri onların zıtları ile kullanılır. Bir tasarımda denge unsuru gözlenmediği takdirde, ürün beklenen etkiyi yaratamaz. Model tasarımlarında simetrik ve asimetrik denge sürekli olarak kullanılır. Genel olarak bakıldığında çoğu giysi ürünü simetrik dengeye sahiptir. Ancak tasarımcı; hareket etkisi katmak için bu simetrik ürünleri zıtlıklarına (renk, desen, form, silüet vb.) dikkat ederek birleştirerek dengeyi korur. Vurgu Tasarımda önemsenen öğe ve düşüncenin diğer elemanlardan ayrılması ve dikkat çekmesinin sağlanması vurgudur. Tasarımda bulunan her öğe tasarım fikrini ön plana çıkaracak şekilde düzenlenmelidir. Bir düzenlemede çok farklı nokta ve öğelere dikkat çekilmeye çalışılması, özelliklerin birbirinin önüne geçerek etkisiz hâle gelmesine sebebiyet verir. Model tasarımlarında dikkat çekmek istenilen model özelliğinin boyut veya işlev olarak büyütülmesi; farklı renk, desen, aksesuar ve süsleme kullanımı; boşluk doluluk ilkesiyle birlikte yırtmaç ve açıklıklar bırakılması ile vurgu sağlanabilir.

## **STİL**

Stil; modanın aksine geçici ürün kullanım süreç ve özelliklerini değil, ürün ve giyinme biçimlerinin karakteristik özelliklerini tanımlar. Moda tasarımı alanında stil, üç farklı çeşitte incelenebilir. Bunlar; Giysi stilleri: Giyim eşyasının tasarımda kullanılan orantı, silüet, renk, kumaş özelliklerinin bir bütünü olarak ortaya çıkan; giysinin temel karakteristiğidir. Moda Stilleri: Tek bir giysi ürününden ziyade, farklı giysilerin birleşiminden doğan bir giyinme/kombin özelliğinin üslubudur. Belirli bir hayat görüşü ve duruşu giysiler aracılığıyla anlatır. Moda stilleri; birçok farklı özelliği yansıtmaktadır.

- Dönem özellikleri: Belirli bir zaman aralığının kendine özel giyim şekilleridir.
- Milli kültürler: Milletlerin karakteristik giyim özellikleridir.
- Alt kültürler: Belirli bir yaşam görüşü veya ilgi alanı sonucunda oluşmuş grupların; giyinme özelliklerini tanımlar.
- Sanat akımları: Sanatta gözlenen, fikir ve yenilik özelliklerinin giyim biçimlerine etkisini tanımlar.
- Cinsiyet ifadeleri: Tarihi süreçte toplumsal olarak belirlenmiş cinsiyet normlarının giyim özelliklerini belirttiği gibi bu giyim kodlarına başkaldırıları da betimler.
- Belirli bir kesim, kumaş özelliği: Genel kitleye yayılmış belirgin bir giyim kesimi, kumaş veya süsleme özelliğini tanımlar. Kişi Stilleri: Ünlü moda tasarımcı, sanatçı gibi yaratıcı kişilerin geliştirdikleri giysi tasarımı tarzları veya popüler figürlerin giyim özellikleridir. Günlük hayatta; kişinin kendi giyiminde beğenilerini yansıtmak için kullandıkları kombin özellikleri de kişisel stilin alt başlığında incelenmektedir. Tüm kullanım alanları ışığında: “Stil; sosyal ve siyasal değişimler, popüler insanların giyimleri, büyük sanatsal ve kültürel etkinliklerden esinlenerek oluşturulan veya belirli bir kesime mal edilen, giyimdeki belirgin farklılıkları tanımlayan ve kişinin kendini ifade ediş biçiminde gösterdiği yenilikçi tarz, üsluptur.” şeklinde tanımlanabilir.

## **MODA STİLLERİ VE SANAT İLİŞKİSİ**

Moda stilleri, insanın farklı düşünüş ve kimliğinin, giysi ürünleri kullanılarak günlük hayatta yansıtılmasıdır ve bu sebeple sanat ve akımlarından sürekli olarak beslenmiştir. Tarihsel Sanat ve Giyim Stili Helenistik Dönem, Antik Yunan ve Roma kültürlerini temsil eder. Dönem giyiminde drape ve kumaş kıvrımlarının ağırlıkta olduğu, omuzda bağlama ve dolamaların bulunduğu ve vücudu sakınmayan özellikler gözlenmektedir. Bizans Dönemi’nde, tek tanrılı dinlere geçilmiştir. Dönem sanatında gözlenen değişimler giysilere yansımış dikdörtgen elbiseler ve koyu renkler kullanılmıştır. Gotik Dönem de benzer şekilde din etkilerinin yoğun olduğu bir dönemdir. Giyside uzun ve sivri hatlara sahip giysi model ve özellikleri (kup, pens, uzun kollar) kullanılmıştır. Rönesans bilimsel, sosyal ve sanatsal gelişmelerin etkili olduğu bir dönemdir. Dönem giysilerinde kabartma etkileri gözlenmiş bunlar hem model özellikleri hem de tarlatan gibi destek malzemeleriyle sağlanmıştır. Barok Dönem; coğrafi keşiflerin ve bu sebeple İspanya etkisinin yoğun yaşandığı bir dönemdir. Giysilerde; yatık abartılı yakalar, büyük ve büzgülü manşetli kollar, ince dantel kullanımıyla gerçekleştirilen süslemeler kendini göstermektedir. Rokoko Dönemi, Fransız devrimi öncesinde asillerin şatafatlı ve abartılı hayatlar sürdüğü dönemdir. Giysilerde, tüm tasarım öğelerinin (form, model özelliği, detay) abartılması ve zenginlik, gösteriş ifadesi sağlamak için bol süsleme kullanımıyla kendini göstermiştir. Ampir, Fransız devrimi sonrasında halkın ve özgürlük hareketlerinin ön plana çıktığı dönemdir. Giysiler de bu etkileri yansıtabilecek şekilde abartılarından kurtulmuş, işlevsellik kazanmıştır. Modern Sanat Akımları ve Moda Stilleri Fotoğraf makinesinin icadı, görüleni yansıtmayı çabalayan sanat dünyasını etkilemiş ve birçok sanat akımının oluşmasını sağlamıştır. Empresyonizm giysi tasarımlarında; fırça darbelerini anımsatan drape ve çok katlı modeller, açık ve pastel renklerin kullanımı ile yansıtılmaktadır. Ekspresyonizm giyimde, çarpıcı renkler ve farklı çizgisel/biçimsel öğelerin kullanım ile ifade edilir. Kübizm; tasarımlarda katlama, biye ve kesikler kullanarak, keskin net biçimlerin oluşturulması şeklinde yansıtılır. Sürrealizm, giyimde farklı baskı ve formların kullanılışı ile ifade edilir. Post-Modernizm ve Moda Stilleri 2. Dünya Savaşı sonrasında insanlar rasyonalizmden uzaklaşmış ve var olan kuralları sorgulamaya başlamıştır. Post-Modernizm diye adlandırılan dönemde, geleneksel sanatta kabul görmeyecek nesnelere ve anlatım şekilleri kullanılmıştır. Op Art sanat akımı; giyimde genellikle beyaz ve siyah renklerin kullanıldığı, geometrik şekillere sahip baskılar ile yansıtılır. Pop Art; giysi ürünlerinde marka logo/sembollerini, çizgi karakter ve ünlü yüzlerine ait figürleri baskı uygulamaları ve parlak renklerle, alaycı ve eğlenceli bir şekilde kullanır. Fütürizm; giysi tasarımında formların gelenekselden uzaklaşması ve farklı

materyallerin kullanımı ile ifade edilir. Minimalizm stilinde giysiler; kullanım gereklilikleri ön planda tutularak, oldukça sade model özellikleri ile tasarlanır. Dekonstrüktivizm giysi ürünlerinde; parçaların yer değiştirilip, büyütülüp, küçültülüp, ters çevrilmesi ve yeni farklı formlar oluşturulması ile gözlenir. Avangart; giyime yansımada sanatsal bir ifadeyi benimser ve vücut formları başkalaştırıp fonksiyonellikten uzaklaştırır. Maksimalizm giysi stillerinde; her bir parçanın ayrı detaylarla farklılaştırılması ve sadeliğin önüne geçilmesi ile uyarlanır.

### **TARİHSEL SÜREÇTE MODA STİLLERİ VE ÖZELLİKLERİ**

Moda stilleri tarihsel süreçte sanat ve akımları harici birçok farklı alandan da etkilenmiştir. Serbest Stiller 1900'lerde gelişen sektör ve iletişim araçlarının etkisiyle stiller oldukça hızlı şekilde değişmiş; modanın hedef kitle kaynağı gençler olmuştur. Üniformal Özellekle askerî giyim tarzından etkilenen, üniformaların genel ciddi ve maskülen yapısını taşıyan giysi stildir. Omuzlar genişletilmiş ve giysinin genel dikdörtgen formu yer yer apoletler ile süslenmiştir. Preppy Elit ailelerin kolejli çocuklarının; toprak tonlarını taşıyan ve okul armaları içeren giyim stildir. Ciddiyet, sadelik ve elegant bir görünüm yansıtmayı hedefler. Teddy Boy 1950'ler İngiltere'sinde ortaya çıkmış, çoğunlukla işçi sınıfından gelen, sinemayı ve Rock&Roll'u seven gençlerin giyim tarzıdır. Günün iyi çocuk görünümünü kendilerine, müzik tarzlarını yansıtmak üzere uyarlamışlardır. Greaser 1950-1960 yıllarda Amerikan çalışan, orta veya düşük gelir düzeyine sahip gençlerin alt kültürünü yansıtan giyim tarzıdır. Uzun arkaya yatırılmış saçlar, siyah deri ceket, beyaz veya siyah üst giyim (gömlek veya t-shirt) ve denim pantolon veya taytların kombini ile stil özellikleri belirginleşir. Beatnik 1940'larda başlayıp 50 ve 60'lara kadar devam eden Beat kültürünün yaşam tarzını yansıtan giyim stildir. Sanatsal bir bakış açısı ve bazen sahte entelektüel bir tavır taşır. Hippi 1960'larda Amerika'da, Vietnam Savaşı'nın başlaması ile geleneksel norm ve hayat tarzını reddeden gençlerin kültürüdür. Model özelliklerinde ıspanyol kol ve paçalar, derin dekolte ve açıklıklar kullanılır. Bohem Özgür, rahat, anı yaşamayı seven ve gezgin ruhlu insanları yansıtan bir giyim akımıdır. Etnik takılar, fırfırlı etekler, tunikler, sandaletler, uzun bol elbiseler stilin en belirgin parçalarıdır. Tribal Afrika kabile kültüründen etkilenen giyim stildir. Canlı renkler ve geometrik desenler kültürel formlarla birleştirilir. Modeller oldukça yumuşak hatlara sahip, bol ve bağlama etkileri taşır. Etnik Tarih boyunca aktarılan giyim kültürü özelliklerinin kullanıldığı giysi stildir. Kullanılan giysi modelleri ve aksesuarlar tercih edilen kültüre göre değişim göstermektedir. Genellikle bol kesimlerle tanınan, rahatlığın ön planda olduğu giysi stildir. Western 19. yüzyıl Amerika'sında altına hücum dönemindeki kovboy ve silahşörlerin giyiminden esinlenen bir stildir. Deri yelek ve ceketler, beyaz gömlekler ile kombinlenir. Fırfır, büzgü volan gibi model özellikleri sıklıkla kullanılır. Punk Toplumsal norm ve geleneklere şiddetli bir karşı çıkış olarak 1970'lerde hayat bulmuş müzik türünün alt kültürüdür. Giysilerin yırtık, kullanılmış görünümleri; maskülen ve feminenliği birleştiren tarzı ile giysi stillerinden ayrılır. Grunge 1980'ler ortasında ön plana çıkmış müzik türünün alt kültürüdür. Zamansız ve tekrar kullanılabilir parçalardan oluşturulan salaş ve aykırı bir tarzı yansıtır. Stil yırtık denim pantolonların; salaş görünümlü, sembollü t-shirt ve ekoseli gömleklerle birlikte kullanılmasıyla ön plana çıkar. Rock 1950'lerde Amerika'da Elvis Presley ile popülerleşen Rock müzik ve müzisyenlerinin etkilediği giysi stildir. Siyah renk vücut saran pantolonlar, yırtık t-shirt ve siyah deri ceket kombinleriyle ön plana çıkmaktadır. Punk Rock Punk müziğin saldırgan hâli ile Rock müziğin umursamaz tavırlarının birleşmişinden ortaya çıkmış müzik ve giysi stildir. Punk etkileri olan ekose ve zımba; Rock giyimin salaş ve bol t-shirtleri, siyah deri ceketleriyle birleşmiştir. Hip-Hop 1980'lerde siyah hareket ile ön plana çıkmaya başlayan; gettolarda yaşam ve ötekileştirilmiş siyah azınlığın sorunlarının anlatıldığı müzik alt kültürüdür. Dans hareketlerine izin veren; oldukça rahat, dikdörtgen kesime sahip giysiler seçilir. Güncel Stiller Gelişen teknoloji, şehirleşme ve beraberinde getirdiği yalnızlık toplumlarda farklı etkiler oluşturmuştur. İnsanlar, hem nostalji etkisiyle eski güzel günlere dönmek istemiş; hem de yeni ve daha güzel günlerin hayaline sarılmıştır. Retro Retro giyim; eski dönem stil, model özelliği ve detaylarının yeniden moda hâlini alarak giysi tasarımında kullanılmasıdır. Vintage Giysi antikacılığı olarak tanımlanabilir. Farklı dönemlerin stil özellik ve detaylarını yansıtan; giyeni/üreticisi önemli kişilerin giysilerinin yeniden kullanılmasıdır. Çevre bilinci ve sürdürülebilirlik akımının ortaya çıkması ile birlikte ikinci el giyimin bir kutlaması olarak adlandırılabilir Holografik Gökkuşağının renklerini yanardöner bir şekilde yansıtan kumaşlara verilen isim olan holografi; giysi tasarımında renkli ve parlak bir görünüm sunmak için kullanılmaktadır. Hem şık, hem spor hem de fütüristik bir görünüm sunar. Monokrom Tek renk giyimi açıklayan stildir. Amaç; renk etkisini aza indirip farklı tekstüre sahip giysilerle sade ve elegant bir görünüm oluşturmaktır. Androjen Toplumsal olarak atanmış cinsiyetlere göre giyinmeyi kabul etmeyen; giysi ürünleri, model ve süslemelerinin cinsiyet barındırmadığını savunan giyim tarzıdır. Oversize Kişinin kendi bedeninden çok daha büyük giysiler kullanması olarak tanımlanabilir Rahatlık ve sadelik ön plandadır.

### **TEMEL STİLLER VE ÖZELLİKLERİ**

Stiller zaman boyunca değişim göstermekle beraber genel görünümleri bakımından gruplandırılmak istendiğinde bazı temel sınıflandırmalar yapılabilmektedir. Sportif Rahatlık ve kullanımı ön plana çıkarırken görsel değerlerin ikinci planda kaldığı giyim tarzıdır. Ciddiyet barındırmayı hedeflemez,

enerjik ve hareketli bir görünüm oluşturur. Rahatlığı ön plana çıkardığı için genellikle bol veya bollaşan kesimler tercih edilir. Klasik/Geleneksel İçinde bulunduğu toplumun sosyokültürel özelliklerini taşıyan, vücut hatlarının belli edilmesinden sakınıldığı giyim tarzıdır. Güvenilirlik, sorumluluk ve tutarlılık yansıtılmak hedeflenir. Zamansız olarak tanımlanacak basit ve sade kesimlerde giysiler kullanılır Elegant/Zarif Gösterişten uzak, belli bir bilgi ve zevk seviyesini belli edecek şekilde küçük detayların kullanıldığı giyim stildir. Birden fazla dikkat çekecek model özelliği, süsleme veya dekolte kullanılmaz. Nazik, kibar, titiz, sakın ve zeki bir görüm sunmayı hedefler. Feminin Toplumlar tarafından kadınlıkla özleştirilmiş; giysi, form, kumaş ve süslemelerin kullanıldığı giyim biçimidir. Yumuşak hatlar, zarif ve aşağı doğru genişleyen formlu yapılar, bol süsleme ve desenler tercih edilir. Düşünceli, bağışlayıcı, nazik ve sevimli etkiler uyandırır. Maskülen Toplumlar tarafından erkeksi olarak belirlenmiş genel giyim özelliklerini taşıyan giysi stildir. Keskin hatlar, geometrik yapılar, sade ve süslemesiz bir tarzı yansıtır. Bir güç kaynağı olarak görülmeyi hedefler ve net, ciddi, güçlü bir ifade barındırmaktadır. Giysiler minimal detaylarla zenginleştirilir. Çekici Kişinin vücut hatlarına dikkat çeken, dekolte ve açıklığın bolca kullanıldığı giyim stildir. Kişi karşısındakini cezbetmeyi hedefler. Güncel olarak güzel bulunan vücut bölgeleri odak hâline getirilir. Yaratıcı (Eklektik) Kişilerin kendi farklılıklarını göstermek için giysi ürünlerini; herhangi bir stile bağlı kalmadan ve toplum beklentilerini umursamayacak şekilde kombinlemesidir. Anlık, farklı, özgür ve yenilikçi olmayı; kişisel bir zevk ve beğeni göstermeyi hedefler. Dramatik Dikkat çekmeyi hedefleyen, zevk sahibi ama abartıdan kaçınmayan bir stildir. Kişinin kendine güven ve iddiasını yansıtır. Genellikle basit giysi ürünlerinde dikkatin çekilmesini sağlayan, çok abartılı bir model özelliğinin kullanımıyla oluşur.

### **Trend Kavramı**

Trend kavramı “eğilim” ve bir şeyin hareket etme eğiliminde olduğu yön olarak tanımlanabilir. Trendlerin, içinden geçtiği kültür ya da toplum üzerinde dolaylı bir etkisi vardır. Giysi modası açısından moda belirleyicilerinin etkili olduğu ve yol gösterdiği hareket süreci trend kavramını oluşturmuştur. Moda trendleri değiştikçe, giysilerin formları, kumaşların dokuları, kumaşların renkleri ve tonları, giysi aksesuarlarında da yenilikler görülmektedir. Bu yenilikler buldukları sezondaki modanın eğilimlerini ve yöneldikleri stilleri anlatmak için kullanılabilir. Trend giyimle bağdaştırıldığında, modanın döngüsüne göre devam eden değişiklikler vardır. Bu sebepten trend ve moda kavramları birlikte yol almaktadır.

### **Trend Tahmini Kavramı ve Çerçevesi**

Trendleri gelecek sezondan önce tahmin eden, sezon renklerinin, çizgilerinin ve kumaşlarının nasıl olacağını tahminlerini yapan kişilere “trend tahmincisi” (trend forecaster) denilmektedir. Tahminler araştırma yapmakta, bilgi edinmekte ve materyalleri analiz ederek sezon trendleri için öngörülerde bulunmaktadır. Haute couture modanın itici gücü olarak hâkimiyetini kaybetmeye başladıkça, hazır giyim endüstrisi için tüketici talebini tahmin etme ihtiyacı daha belirgin hâle gelmiştir. Hazır giyim sektörünün popülaritesi arttıkça, kalite özellikleri ve fiyatlandırma politikalarıyla ilgili hususlar dâhil olmak üzere mağazanın stoklayacağı ürünlerle ilgili nihai kararları vermek daha önemli hâle gelmiştir. Moda tahmini için uzun dönem ve kısa dönem olmak üzere trendler sınıflandırılmaktadır. Uzun süreli moda eğilimlerinde; kalıcı tarzlar söz konusudur. Kısa dönemde; çoğunlukla birkaç sene içinde geçen, genellikle sokaktan çıkan ve belirli bir pazar kesimi tarafından benimsenen geçici bir moda hareketi vardır. Hevesler, kısa bir ömürle aşırı olma eğilimindedir. Bazen bir heves bir trend hâline gelmekte, popülerlik kazanmakta, medyanın ve etkili trend belirleyicilerin yardımıyla moda kelime dağarcığına girmektedir. Moda ve renk döngüleri sosyoekonomik eğilimler tarafından yönlendirilirken, bir moda grubunun parçası olma ihtiyacını da yansıtır. Modada değişen trendleri yansıtabilecek şekilde farklılıkları keşfedebilmek önemli bir unsurdur. Giysi tasarımında renk, kumaş, silüet ve süsleme kavramlarından biri trendleri yansıtabilir. Bunlarla moda trendlerinin sonraki sezon için öngörülere yapılabilir. Moda ve tekstil endüstrisindeki buluşlar ve gelişmeler her geçen gün artarak çeşitlenmektedir. Birkaç gerçek değişim dışında, sezonda ortaya çıkarılan yeni stillerin ve renklerin çoğu, tarihi moda döngülerinden ilham almaktadır. Tasarımcılar ve moda tahmincileri, ilham almak için müzeler, eski moda dergileri ve klasik mağazalardan fikir alırlar. Günümüzde ortaya çıkan moda trendleri, trendsetterlar tarafından belirlenmektedir. Bu kişiler gelecek sezonlara ait tema, renk, doku, kumaş, silüet, aksesuar gibi detayları yapılan araştırmalar desteğiyle belirlemektedir. Her sezon moda ya da trend olacağı tahmin edilen renkler, desenler, kumaşlar, silüetler ve giysi formları trend analizleri ile netleştirilmektedir. Modada değişen trendleri yansıtan farklılıkları keşfedebilmek önemli bir etkidir. Trend tahmini; sezona uyacak şekilde gelişen sezgi ile ilgili etkinliklerdir. Trend tahmini giyim ve moda kavramlarının değişen yapısına uygun devam eden bir süreçtir. Tüketim toplumunun yükselişi ve sentetik boyaların ortaya çıkışı da bu alanın sürecini hızlandıran etmenlerdir. Moda evlerinin ortaya çıkardığı yüksek stili yorumlama gereksinimi ile bölgesel ve küresel pazarların açılması bu alanı etkileyen konulardır. Ayrıca tüketicilerin ne giymek istediklerini bilmesi de trend belirleyicilerinin ve trend tahmincilerinin rolünü artırmıştır. Trend tahmini görsel alanlara meraklı olan ve sanata meraklı olan yetenekli ve deneyimli kişiler tarafından yapılmaktadır. Moda eğilimlerini tahmin eden kişiler gelecek sezonda defilelerde ve mağazalarda görülecek olan yenilikleri öngören kişilerdir.

### **Moda Döngüleri**

Tasarım süreci araştırmanın yapılması, prototip üretim ve satış için belli dönemleri kapsamaktadır. Bu dönemleri gelen talepler etkiler. Moda sistemi bir döngü şeklinde devamlı olarak kendini yenilemektedir. Bu döngüde yer almak için moda tasarımcıları, her sezon koleksiyon hazırlamaktadır. Çoğunlukla İlkbahar/yaz ve sonbahar/kış sezonlarında bu koleksiyonlar oluşturulmaktadır. Sezonluk bir paletin geliştirilmesi, bir önceki sezonun paletine dayanan, ancak şimdiki ve gelecek zamanlardaki kültürel kavramlara uygun şekilde ilerleyen bir süreçtir. Moda planlama ve geliştirilmenin mevsimsel döngüleri, toplumun moda belirleyicilerinin takvimlerine uyacak ve profesyonel alıcıların artan talebini karşılayacak şekilde planlanan iki yıllık moda şovları ile yerine oturmuştur. Couture gösterilerinde seçkin moda tüketicileri, alıcılar ve editörler grubu, modacıların belirlediği şekilde

siluet, kumaş ve renkteki en son trendleri gözlemleyip yaymıştır.

### **Gözlem Yeteneği**

Tüketici taleplerinin vaktinde belirlenebilmesi için trend tahminleri etkili olmaktadır. İlham aramak ve kültürel birikimleri izlemek, tahminci için bir gerekliliktir. Modaya yeni fikirleri besleyen görsel kültürü gözlemlemenin yanı sıra, bilgiyi tüketici odaklı bağlama yerleştirebilmek de önemlidir. Dünyadaki politik, sosyal ve ekonomik olaylar moda ile alakasız görünse de, tüketicilerin yaşam tarzları, zihniyetleri ve satın alma tercihleri üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Bu noktada tasarımcı veya tahmincinin kültürel ve güncel olayları gözlemleyerek amaçlanan ürün veya pazar bağlamında objektif olarak yorumlaması ve ilham kaynağına dönüştürmesi gerekmektedir. Gözlem pratiği daha geniş dünyaya yayılmalıdır. Müzik, spor, reklamcılık, yiyecekler, marka algısı, sosyal ağlar, iş yönetimi, finans, politika, endüstri ve tüketicilerin hayatına dokunan tüm olay ve ürünlerde olanlar tahmin ve tasarım kaynaklarıdır. Sanatçılar, yazarlar, müzisyenler, filozoflar, ürün geliştiriciler, pazarlamacılar ve her türden tasarımcı, renk tahmincisinin ilham ve gözlem fikir dosyasına katkıda bulunacaktır.

### **Pazar Verileri ve Analizi**

Trend tahmincisi, hedef müşteri için demografik özellikler ve yaşam tarzı trendleri gibi pazarlama verilerini dikkate almak isteyebilir. Bu veriler, pazar araştırması, tüketici grubu anketleri ve sokak anketleri yoluyla elde edilen nicel ve nitel ölçümleri kullanarak yaş grubu, eğitim, gelir, nüfus dağılımı ve kültürel kimliği içerebilir. Bunlar, pazar tahminleri için tüketici isteklerini ve harcama modellerini belirlemede önemli araçlardır.

### **Trend Tahminlerinin Geliştirilmesinde Temel Unsurlar**

Trend eğilimi sürecinde aşağıdaki kavramlar etkili olmuştur. Giysinin rengi; Moda ve tekstil endüstrisi için itici bir güçtür. Tüketicinin ilk olarak ilgisini çektiğinden tahmin sürecinde önemli rol üstlenmiştir. Kumaş; Moda tasarımcısı için ifade aracıdır. Kumaşın rengi, dokusu, ağırlığı, hammaddesi, işleme ve baskı yapılabilirliği, yıkama ve bakım kolaylığı gibi başlıklar da kumaşın en az görseelliği kadar önemlidir. Formu; Giysilerin formları her dönem farklı trendlerden etkilenmişlerdir. Örneğin, dar silüetler için korse modası, bel formunu vurgulamıştır. Aksesuarları; Trend olan ayakkabılar ve şapkalar sezonu etkilemiştir.

### **Trend Belirleme**

Trend belirleme içinde birçok disiplini barındıran, modayı, tasarımı, sanatı ve giyim tercihlerini etkileyen bir kavramdır. Trendler insanların yaşamlarında birçok alanda karşılaştıkları farkında olarak ya da olmayarak tercihlerini yönlendiren özelliklerden oluşmaktadır. Moda ve renk tahmini, sanayi devrimi ve uygarlığı etkileyen sosyal, ekonomik ve teknik gelişmelerle tekstil ve hazır giyimin tasarımı, üretimi ve satışı değıştikçe yüzyıllar boyunca gelişmeye devam etmiştir.

### **Renk Tahmini**

Renk tahmini süreci güçlü bir sezgi, ilham ve yaratıcılık unsurunu kullanarak tüketici tarafından istenen bir dizi rengi tahmin etmek için verileri toplama, değerlendirme, analiz etme ve yorumlama işlemlerinden biridir. Renk tahmini, moda tahmini veya trend tahmini olarak bilinen kolektif bir sürecin parçasıdır; bireyler veya şirketler, tüketicilerin yakın gelecekte, yaklaşık iki yıl sonra satın alacakları moda giysi ve aksesuarların renklerini, kumaşlarını ve stillerini doğru bir şekilde tahmin etmeye çalışır.

### **Tekstil, Materyal ve Aksesuar Belirleme**

Renk tahmincisi (veya tasarımcı) sezon için bir palet oluşturduktan sonra, renkler tüm nüanslarıyla birlikte iplik ve kumaş boyacılarına, matbaacılara, satıcılara, fotoğrafçılara ve görsel ekran yöneticilerine iletilmelidir.

### **Sokak Modası**

Sokak stili, çok çeşitli demografi ve alt kültürleri kapsayan bir konudur. Sokaktan ortaya çıkan moda akımlarının nedeni öne çıkma telaşı olabilmektedir. Moda trendlerini belirleyen etmenlerden biri, sokaklardan, gençlik kültürlerinden ortaya çıkmaktadır.

## **RENK OLGUSU**

Renk, devamlı kullandığımız, karşılaştığımız bir tasarım elemanıdır. Renk yaşam, sanat, tasarım ve moda ile ilgilidir. Değişen eğilimlere uydurur duygu verir ve günlük hayatımızın önemli bir parçası olarak yer alır. Renk, medeniyetin doğuşundan beri yaşam tarzımızın, ifademizin, dekorasyonumuzun ve tasarımımızın önemli bir parçası olmuştur. Günümüzün hızla hareket eden dünyasında renklerin kapsamı, aralığı ve kullanımı hem tüketici hem de profesyoneller için önemli bir alandır. Rengin keşfedilmesi İngiliz fizikçi, matematikçi ve filozof Isaac Newton, ışığın kırılmasının keşfi ile bilimsel bilgi gövdesine önemli ölçüde katkıda bulunmuştur. Newton, üçgen bir prizmada beyaz güneş ışığını bir renk tayfına dönüştürmüştür. Bir yarıktan giren güneş ışığı prizmanın üzerine düşer, prizmada beyaz ışık ışını renklere dağılır. Dağınık renkli ışık ışını, spektrumu görüntülemek için bir ekrana yansıtılabilir. Bu renkler kırılma ile üretilir. Newton beyaz ışığın yedi rengini gösteren ışık kırılma deneyiyle kırmızı, turuncu, sarı, yeşil, mavi, koyu mavi ve mor renkleri elde edilir. Elde edilen renk spektrumu ikinci bir prizma kullanılarak tekrar kırılarak beyaz bir ışık demeti elde edilebilir. Böylece ışığın, her biri göz tarafından renk olarak algılanan, farklı dalga boylarındaki enerji titreşimlerinden oluştuğu anlaşılmıştır. Böylece beyaz ışığın ana renkleri olan kırmızı, sarı ve mavi ile bu renklerin ikisinin karışımı ile elde edilen ara renklerin turuncu, yeşil ve mor renkten oluştuğu bilinmiştir. Ara renkler eşit miktarda iki ana renk içermektedir. Turuncu, eşit miktarda kırmızı ve sarının karıştırılmasıyla oluşmaktadır. Yeşil, sarı ve mavinin eşit bir karışımıdır. Mavi ve kırmızı karışımından mor elde edilmektedir.

## **RENK ESTETİĞİ VE GÖRSEL ALGI**

Tüketicilerin renk algıları ve renk kullanımları kültürel ve bireyseldir. Yaşamın her alanında yer alan, estetik olarak seçimleri etkileyen bir denge unsurudur. Bir renkli yüzeyin yaptığı etki; yakın yüzeylerin renk değerine bağlı olarak da gelişebilir. Bir renk başka renk ya da renklerle bağ kurarak değer kazanmaktadır. Renk estetiği konusunda renk armonisi ve renk zıtlıkları ile zemin - biçim ilişkisi konuları ele alınmaktadır. Renk uyumundan bahsedildiğinde iki veya daha fazla rengin ortak etkisi değerlendirilmektedir. Renklerin bir araya geldiklerinde uyum ve denge oluşturması olarak tanımlanabilecek olan armoni çeşitli şekillerde oluşturulabilir. Armoni yöntemleri rengin renk çemberindeki durumu, renk karışımlarında miktarca kullanımları göz önünde bulundurularak incelenmektedir. Özne renk kombinasyonları ile deneyim ve deneyler, bireylerin uyum ve uyumsuzluk değerlerinde farklılıkları olduğunu göstermektedir. Ahenkli olarak adlandırılan renk kombinasyonları yaygın olarak birbirine çok yakın renklerden veya aynı tonlardaki farklı renklerden oluşmaktadır.

## **RENK VE KÜLTÜR İLİŞKİSİ**

Renk, eski çağlardan beri birçok anlam içermiş ve bu anlamlarla toplum içinde iletişim rolü üstlenmiştir. Toplumsal yaşamı düzenleyen psikolojik, kültürel ya da sosyal kavramlar bir etki sağlamış ve iletişimde yeni ifadelerle yol açarak toplum yaşamında etkin olmuştur. Renk kullanma anlayışımız ve iletişimimiz kültürel öğrenmelerimizin bir sonucudur. Renk, insanların duygu, düşünce ve heyecanları ile çok sıkı bağları olan bir olgudur. İnsanlar için yazılı ya da sözlü ifade edilmeyen iletişim için farklı bir anlatım aracı olarak ortaya çıkmakta ve yönlendirici olmaktadır. Renklerin farklı kültürlerdeki insanlar üzerinde farklı anlamları, algılanışları ve kullanışları vardır. Yıllar boyunca renkler insanlarda değişik etkiler bırakmış, farklı duyguları sembolize etmiştir. İnsanlar rengi kullanarak kendilerini ifade etmişler, farklı renkleri bir aracı olarak kullanmışlardır. Bu şekilde kültürlerin bir parçası hâline gelmişlerdir. Bir toplumda temizliği ifade eden bir renk başka bir coğrafyada yas ya da matem anlamları taşımaktadır.

## **GIYSİ VE RENK İLİŞKİSİ**

Giysiler taşıdıkları renkler ile birçok anlam yüklenebilirler. Bunlar gerek rengin psikolojik etkilerinden oluşabilir, gerekse rengin o coğrafya üzerindeki tanımlaması ya da sahip olduğu anlamlardan dolayı olabilir. Renkler bu şekilde giysiyi giyen kişinin kendini ifade etmesinde anlaşılabilen bir iletişim yoludur. İnsanlar sadece moda için sezon renklerini kullanırken toplum tarafından kabul görme amacı vardır. Renk giysinin bir yerine vurgu yapmak ya da dikkat çekmek için bir tasarım öğesi olarak kullanılabilir. Bundan dolayı renk zıtlıklarını, farklı renk kombinasyonlarını tasarımlarda etkili kullanmak giysinin algısını değiştirecektir. Renk ve Form Form; içeriğin görünen şekline denir. Giysinin formsal özelliği ile renkleri ortak denge oluştururlar. Form özellikleri renk algılarını artırmaktadır. Giysilerin model özellikleri, geometrik formları, çizgisel ve dairesel

düzenlemeler, yatay, dikey ve diagonal çizgiler, renkleri farklı algılamamıza baskın ya da arka planda görünmelerine neden olabilecek faktörlerdir. Örneğin karmaşık desenli bir giysideki renk algısının sade bir giysideki renk algısından farklı olması rengin algısını destekleyecek bir roledir. Renk ve Malzeme İnsanın görünüşünü kişiselleştirme ihtiyacı hep var olmuştur ve bununla birlikte kumaşa renk katma tarihi neredeyse tekstil tarihi kadar eskidir. Boyarmaddelerin kullanımına ilişkin kalıntılarda, kök boya ve indigo boyalı tekstillere rastlanılmıştır. Eski tekstillerde tamamen doğal malzemeler kullanılmış, öncelikle yün ve ipekten, keten ve pamuktan giysiler yapılmıştır. Boyalar da doğaldır; kökler ve ağaç kabuğu, safran gibi doğal malzemelerden boyama yapılmıştır. İlk uygarlıklar muhtemelen hangi rengin moda olduğu konusunda pek fazla düşünmemişken, bazı renklerin kıtlığı ve maliyeti bazı tonları daha kullanılabilir hâle getirmiştir.

### **GİYSİ SİLÜETLERİ KAVRAMI**

Moda tasarımcıları bedeni şekillendirmek amacıyla giysi silüetlerinden faydalanmaktadır. Giysi silüetleri sayesinde tasarımcılar; koleksiyonlarına kimlik kazandırmakta, tasarımlarına çekicilik katmakta, yaratıcı fikirlerini ortaya koymakta, estetik bakış açılarını ön plana çıkarmakta ve tasarımlarını sıradanlıktan kurtulmaktadırlar. Silüet kelimesini, bir nesnenin görüntüsünü veya gölgesini, tek renk olarak yalnız kenar çizgileriyle belirlenmesinin yanı sıra karaltı ve gölge olarak da tanımlamak mümkündür. Giysi açısından silüet ise; belirli dış hatları, görünüşü ve yapısı olan biçimdir. Bir başka söylemle giysi silüeti, giysinin insan vücudu üzerindeki görünümünü, giysinin insan vücudu etrafında oluşturduğu dış hattını ya da şeklini ifade etmektedir. Giysi silüeti aynı zamanda, “vücut şeklini ve kıvrımlarını olduğunun dışında göstermek veya değiştirmek” için kullanılan bir grafiksel anlatım yoludur. Görsel yanılsama tekniklerinin kullanılmasına ve böylece vücut şeklinin olduğunun dışında bir silüete büründürülerek, istenen algının oluşmasına yardımcı olur (Çeğindir, 2017: 86).

### **GİYSİ SİLÜETLERİNİN SINIFLANDIRILMASI**

Giysi silüetleri konusu; tarihî dönemlere, kesimlerine, giysi çeşitlerine ve modacılar göre giysi silüetleri ile yaratıcı giysi silüetleri başlıkları altında toplanmıştır. Tarihî Dönemlerde Giysi Silüetleri Osmanlı İmparatorluğu dönemine ait tarihî kaynaklara bakıldığında padişahların ve önemli kişilerin kaftan giydikleri görülmektedir. Dış giyim olarak giysilerin üstüne giyilen, süslü ve işlemeli kumaşlardan yapılan uzun bir giysi olan kaftan, statü ve gücün sembolü olarak Osmanlı saray giysileri arasında yerini almıştır. Fransa İmparatorluğu döneminde özellikle 18. yüzyılda moda olan daracık korseler, abartılı tel kafesler vb. parçalar giysi silüetlerine örnek verilebilir. Kadınlara üst bedenlerini şekillendirmek için elbiselerin altına daracık korseler ve alt bedenlerini şekillendirmek için eteklerin altına tel kafesler giydirilerek silüetlerinin daha abartılı durması sağlanmıştır (Seivewright, 2013: 14, 120). Birleşik Krallık döneminde 19. yüzyıla ait İngiliz elit erkeğin görünümü, dandy giysi silüeti ile oluşturulmuştur. Dandy erkek giysi silüeti, usta işi terzilikle dikilmiş, omuzları belirgin kruvaze kapama ve önü kısa arkası frak şeklinde uzun ceket ve yüksek bel dar kesim pantolondan ile moda tarihinde yerini almıştır. Kesimlerine Göre Giysi Silüetleri Kesimlerine göre giysi silüetlerini A, H, V, X harfleri ile ifade etmek mümkündür. Aşağıda giysinin kesimine göre yapılan silüet sınıflandırması konusunda bilgilere yer verilmiştir. A Giysi Silüeti A silüetinde giysi; omuz kısmı dar ve etek ucuna doğru yavaşça açılan bir görünüme sahiptir. Modası hiç geçmeyen bir giysi silüetidir. Öyle ki moda dünyasında A silüetli giysileri her dönem görmek mümkündür. Kadın ve erkek bedenleri şekil olarak farklıdır. Kadın bedeninin özelliği göğüs ve kalça hatlarının formlu ve bel hattının ince olmasıdır. Erkek bedeninde ise beden, bel ve kalça hatları düzdür. Dolayısıyla kadın ve erkek bedeni arasındaki bu şekilsel farklar giysi silüetlerini de etkilemektedir. Bu nedenle erkek giyiminde A giysi silüetine rastlanmamaktadır. H Giysi Silüeti H silüetli giysi, uzun bir dikdörtgen şekle sahip giysileri temsil etmektedir. Kısacası H giysi silüeti; düz dar kesime sahip giysiler için kullanılmaktadır. Kalem elbise, kalem etek, boru paça pantolon örnek olarak gösterilebilir. Erkek bedeninin yapısı gereği düz hatlara sahip olması, H silüetli giysilerin erkek giyiminde sıklıkla görülmesini sağlar. Başka bir söylemle, erkek bedeni H silüetli giysileri taşımaya daha uygundur. Bu sebeple erkek giyiminde H silüetli giysilere fazlaca rastlamak mümkündür. V Giysi Silüeti V giysi silüeti, omuzları geniş etek ucuna doğru yavaşça daralan bir görünüme sahiptir. Bu giysi silüetinde vurgu omuzlardadır. Erkek giyiminde, omuzlara vurgu yapan V giysi silüetine sıklıkla rastlanır. X Giysi Silüeti X giysi silüeti, omuzları normal, beli ince ve etek ucuna doğru genişleyen giysiyi ifade etmektedir. Kadın giyiminde fazlaca örnekleri olmakla birlikte, erkek giyiminde örnekleri söz konusu değildir. Giysi Çeşitlerine Göre Giysi Silüetleri Giysi çeşitleri; mamule, cinsiyete, yaşa, mevsime, kullanım yerine, hammaddesine vb. gibi pek çok şekilde gruplandırılabilir. Örneğin mamule göre gruplandırmada; etek, pantolon, elbise, ceket, gömlek, bluz, mont, kaban, pardösü, trençkot, manto, palto vb. giyim ürünleri ele alınabilir. Giysinin görsel aktarımı ile ilişkili olan giysi silüetleri, etek, pantolon ve elbise özelinde incelenmiştir. Aşağıda bu giysi çeşitlerine göre giysi silüetlerinin ilişkisi kurularak verilmiştir.

Giysi silüetlerine göre eteğin karşılaştırması aşağıdaki gibidir:

- A silüet eteğin beli normal ve etekucu evazedir.
- H silüet etek, dar etek veya kalem etek olarak da tanımlanmakla birlikte bel, kalça ve etekucu düz

görünümüne sahiptir.

- V silüet eteğin bel hattı pili veya büzgü nedeniyle kabarık, etekucu dardır.
- X silüet etek baldırda daralan, etekucuna doğru açılan bir görünümüdür.

Pantolon özelinde giysi silüetlerine bakıldığında aşağıdaki tanımlamalar yapılabilir:

- A silüette pantolon beli oturan, diz ve paçaları bol görünümüdür.
- H pantolon silüeti, düz bir şekle sahip olmakla birlikte boru paça pantolon olarak da ifade edilir.
- V pantolon silüeti, beli pililer veya büzgülerle kabarık olan paçaları dar olan görünümüne sahiptir.
- X pantolon silüetine beli dar ve dizlerde daralan paçalara doğru genişleyen pantolon örnek olarak verilebilir.

Elbise açısından giysi silüetleri değerlendirildiğinde aşağıdaki örnekler verilebilir:

- A elbise silüetinde omuzlar dar, etekucu evazedir.
- H elbise silüetinde beden, bel ve kalça düz forma sahiptir.
- V elbise silüetinde omuzlar ve beden geniş, etekucu ise dardır.
- X elbise silüetinde beden geniş veya normal, bel ince, kalça ve etekucu geniştir.

Modacılar Göre Giysi Silüetleri Christian Dior'un İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra 1947'de moda dünyasına "Yeni Görünüm" akımını sunmuştur. Dior "Yeni Görünüm" göre; omuzları öne çıkaran, beli ince gösteren ve eteği kabarık olan zarif ve kadınsı bir görünümü giysi tasarımlarına yansıtmıştır. Cristóbal Balenciaga drapaj, kesim ve dikim konusunda tam bir usta olmakla birlikte 1950'li yıllarda omuzları genişletip bele hiç vurgu yapmayan giysi silüetini moda dünyasına tanıtmıştır. Yves Saint Laurent'ın ressam Piet Mondrian'dan etkilenerek yaptığı elbise tasarımları giysi silüetine örnek verilebilir. Laurent 1965 yılında yaptığı Modrian koleksiyonunda, minimal süslemelerle sade elbiseler tasarlayarak kadınları özgürleştirme amacı gütmüştür. Alexander McQueen 1990'larda dar kesim giysilerde sert ve köşeli vatkaları kullanarak kadın cinselliğini ve gücünü ortaya koymuştur. Aynı dönemde, diğer tasarımcılar abartılı vatkaları kullanmaktan kaçınırken, McQueen'in omuz hatları saldırgan ve çarpıcı olarak görülmüştür. Yaratıcı Giysi Silüetleri Rei Kawakubo tasarımlarının farklı yerlerine kuştüyü pedler diktirerek yeni bir silüet yaratılmıştır. Bu silüet ile Kawakubo, giyeni orantısı bozuk ve deforme göstererek bedene ait ön yargılara ve güzellik algılarına meydan okumuştur (Sorger, Udale, 2013: 48). Viktor & Rolf'da silüetin heykelsi potansiyelini keşfetmişlerdir. Bu tasarımcılar hazırladıkları giysiler ile genellikle bilinen biçimleri, tarihsel kaynakları ve geleneksel haute couture'ü yeni bir vizyon ve mizahla abartılı şekilde taklit etmişlerdir (Sorger, Udale, 2013: 48). Gareth Pugh, insan vücudunu tanınamayacak şekilde bozarak "giyilebilir heykeller" tasarlamıştır. Abartılı silüetlerden yararlanan Pugh, tasarımlarında farklı malzemeler kullanmıştır.

### **GİYSİ SİLÜETLERİNDE FORM**

Giysi silüetleri geliştirilirken, tasarımcının hayal gücüne bağlı olarak giyside vurgulanmak istenen yerlerde form kazandırmaya yönelik uygulamalar yapılmaktadır. Silüet ile giysiye form kazandırmak amacıyla giysi kalıplarından, kumaşlardan, yardımcı malzemelerden yararlanılmaktadır. Giysinin vurgulanmak istenen bölümünde geniş kalıplar, vurgulanmak istenmeyen bölümünde dar kalıplar çalışılarak giysi silüeti geliştirilebilir. Örneğin giysi kalıplarında omuzların geniş hazırlanması, dikkati omuza çekebilir. Aynı şekilde kayak yaka bir giysi kalıbı, omuzları geniş göstermeye yarayabilir. Diğer taratan dümdüz bir giysi formu, silüeti daha uzun gösterebilir. Derin bir yaka dekoltesi boynu ince ve uzun hissettirebilir. Giysi tasarımı vurgulanmak istenen bölümünde hacim yaratmak için fazla kumaş kullanılır (Sorger, Udale, 2013: 44). Hatta kumaşın hacmi de giysi silüeti ile çok yakından bağlantılıdır. Kumaşın ince ya da kalın olması, giysi silüetini etkileyen detaylardır. Çünkü gramaj olarak hafif kumaşlar uçuşurken, ağır kumaşlar düz ve kalın görünürler (Seivewright, 2013: 118). Giysi silüetlerinde form oluşturmada yardımcı malzemelere sıklıkla başvurulmaktadır. Giyside yakaya vurgu yapılmak istenirse destekleme malzemesi olarak telalar kullanılabilir. Omuzları büyük göstermek amacıyla çeşitli büyüklük ve formda vatkalar giysiye yerleştirilebilir. Giyside abartılmak istenen yerlerde balenler kullanılabilir.

## **GİYSİ SINIFLANDIRMA**

Giyim insanlar için önceleri dış etkenlerden korunma ve bir örtünme aracı olarak ortaya çıkmış, ilerleyen tarihî süreç içerisinde farklı anlamlar kazanmıştır. İnsanın vücudunu doğanın etkilerinden korumak amacıyla kullandığı giysi, zaman içerisinde kişisel duygu ve düşüncelerini ifade etme ya da bir sosyal sınıfa ait olma gibi anlamlar kazanmıştır.

### **GİYSİ SEÇİMİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER**

Giysi seçimini etkileyen faktörler; demografik faktörler, sosyolojik faktörler, psikolojik faktörler, tarz, moda, vücut yapısı ve iklim olarak incelenebilir. Demografik Faktörler: Yaş, cinsiyet, gelir durumu ve meslek kişilerin giysi seçimini etkileyen demografik faktörler arasındadır. Psikolojik Faktörler: Giyim kişinin kendini ifade etme aracıdır. İnsanın kişisel duygu ve düşüncelerini yansıtmaya, saygınlık kazanma, bir gruba ait olma gibi toplumsal ilişkilerini düzenlemesinde bir araç olarak görülmektedir. Sosyolojik Faktörler: Kişilerin aile, arkadaş, komşu ve iş arkadaşları sosyal çevresini oluşturmaktadır. Sosyal çevre davranışların şekillenmesinde öncelikli rol oynamaktadır. Bu nedenle kişiler içinde oldukları sosyal çevre ve sosyal statüye uygun davranmak ve giyinmek durumundadır. Kişilerin içerisinde bulunduğu sosyal çevre içerisinde sürdürdüğü sosyal yaşantı, sosyal ilişkileri ve hobileri giyim tercihlerinde belirleyici olmaktadır. Diğer Faktörler: Moda, vücut yapısı, iklim ve tarz giysi seçimini etkileyen diğer faktörlerdir.

### **GİYSİLERİN SINIFLANDIRILMASI**

Cinsiyete Göre Giysilerin Sınıflandırılması Kadın giyimi: Kadın beden yapısına uygun özellikler taşıyan, yaş, ekonomik durum, meslek, sosyal çevre, moda vb. etkenlere göre değişiklik gösteren giysilerdir. Erkek giyimi: Erkek beden yapısına uygun özellikler taşıyan, yaş, ekonomik durum, meslek, sosyal çevre ve moda vb. etkenlere göre değişiklik gösteren giysilerdir. Gelişime Göre Giysilerin Sınıflandırılması Çocuk giyimi: Çocuğun büyüme ve gelişimine engel olmayan rahat ve kullanışlı giysilerdir. Çocuk giyim bebeklik, oyun, okul çağı giysilerini kapsamaktadır. Genç Giyimi: 13-14 yaş arası gençliğe atılan ilk adımdır. Bu dönemde çocuk, çevresinden etkilenecek günün genç modasına uygun giyinmeye çalışmaktadır. Yetişkin Giyimi: Yetişkin kadın ve erkek beden yapısına uygun özellikler taşıyan, ekonomik durum, cinsiyet, meslek, sosyal çevre ve moda vb. etkenlere göre değişiklik gösteren giysilerdir. Kullanım Yerlerine Göre Giysilerin Sınıflandırılması Spor giyim: Spor yaparken giyilen giysilerdir. Bu giysiler oldukça esnek, hareket kabiliyetini kısıtlamayan ve rahatlığın ön planda olduğu giysilerdir. Günlük giyim: Günlük giyim iki açıdan incelenebilir. Günlük yaşamda giyilenler ve işe giderken giyilenler. Günlük yaşamda sade, kullanışlı, rahat giysiler, işe giderken sade aynı zamanda şık giysiler tercih edilir. İş elbiseleri: Çeşitli sanayi, ticaret ve hizmet kollarında çalışanlar için hazırlanan, çalışanın iş güvenliğini ön plana alan ve iş performansını düşürmeyecek şekilde fiziksel rahatlık sağlayan giysilerdir. Deniz Giysileri: Deniz ve havuz kenarı gibi yerlerde giyilen, mayo, bikini vb. giysilerdir. Abiye Giyim: Özel gün ve gecelerde giyilen, ipek, tafta, dantel, tül, organze gibi kumaşlarla hazırlanan, pul, boncuk ya da taş gibi çeşitli süslemelerle özellik kazandırılmış giysilerdir. Özel Amaçlı Giysiler: Genellikle farklı meslek gruplarında çalışan ya da sağlık problemi olan bireyler için hazırlanan giysilerdir İşlevlerine Göre Giysilerin Sınıflandırılması İşlevlerine göre giysi türleri, üst giyim, dış giyim ve iç giyim olarak sınıflandırılmaktadır. Üst Giyim Soğuk hava koşullarından korunmak için dış giyim üzerine giyilen giysilerdir. Genellikle soğuktan ve yağıştan koruma özelliği olan üst giyimler, kalın ve su geçirmeyen kumaşlardan hazırlanmaktadır. Manto: Soğuktan korunmak amacıyla kadınların giydikleri üst giysiye "Manto" adı verilmektedir. Fransızca "manteau" kelimesinden gelen manto, kalın ve dayanıklı kumaşlardan dikilir. Palto: Türkçeye Fransızca "Paletot" kelimesinden gelen palto; genellikle soğuk hava koşullarından korunmak için diğer dış giyimlerin üzerine giyilen, kalın kumaştan yapılmış bir erkek üst giyimdir. Kaban: Soğuk hava koşullarından korunmak için dış giysilerin üzerine giyilen, uzun kollu bir üst giyimdir. Mont: Kumaştan veya deriden yapılan, genellikle belden kemerli, üstünde cepleri bulunan, gömlek, hırka vb. üzerine giyilen kısa ve hafif bir giysi türüdür. Pardösü: Serin havalarda gömlek, bluz, hırka vb. giysilerin üzerine giyilen, manto ve paltodan daha ince bir üst giysidir. Trençkot: İçi astarlı, kemerli, su geçirmez pardösü, yağmurluk. Pardösünün ince kumaştan üretilen çeşidine trençkot adı verilmektedir. Pelerin: Örme veya dokuma kumaştan üretilen, kolları olmayan, omuzlardan aşağı dökülen geniş bir üst giyimdir. Dış Giyim Vücudu örtmek, doğanın etkilerinden korumak ve vücuda estetik görünüm kazandırmak için iç giyim üzerine giyilen giysilerdir. Dış giyim, moda, çevreye, yaşa, iklime, ekonomik duruma ve sosyal yaşantıya göre değişiklik göstermektedir. Elbise: Bedenin üst ve alt

kısmını örten, kalça hattı çizgisinden daha uzun olmak üzere çeşitli etek boylarda çalışılabilen, tek parçadan oluşan kadın ve kız çocuk giysisidir. Elbiseler kullanım yer ve amaçlarına göre spor elbiseler, yarı abiye elbiseler ve abiye elbiseler olarak sınıflandırılır. Etek: Bedenin belden aşağı kısmını örten, genellikle bele bir kemer yardımıyla oturtulan, altı serbest, farklı boy ve model özelliklerine sahip bir kadın ve kız çocuk giysisidir. Etekler kullanıldığı yere, boylarına ve model özelliklerine göre gruplandırılırlar. Etekler kullanıldığı yere göre spor etekler klasik etekler ve abiye etekler; boylarına göre, maxi etek, Diz altı (Klasik etek boyu), Midi etek, Diz, Diz üstü ve mini etek; model özelliğine göre, dar etekler, parçalı etekler, kloş ve daire etekler, pilili etekler, büzgülü etekler, model uygulamalı etekler ve pantolon etekler olarak gruplandırılabilir. Bluz: Fransızca “blouse” sözcüğünün Türkçe kullanımı olan bluz, etek ve pantolon üzerine, vücudun üst kısmına giyilen bir dış giysi türüdür. Gömlek: Etek ya da pantolon üzerine, vücudun üst kısmına giyilen, kollu, yakalı ve genellikle önden ilik düğme ile kapatılan kadın erkek ve çocuk dış giysisidir. Gömlekler kullanım yerine göre klasik gömlek, spor gömlek ve fantezi gömlek olmak üzere üç gruba ayrılır. Pantolon: Bedenin belden aşağı kısmına giyilen, bacakları saran, farklı uzunluk ve modellerde çalışılabilen kadın ve erkeklerin rahatlıkla kullanabildiği bir giysi çeşididir. Pantolonlar kullanım yerine, model özelliklerine ve boylarına göre sınıflandırılırlar. Kullanım yerlerine göre, klasik pantolonlar, fantezi pantolonlar ve spor pantolonlar; model özelliğine göre, klasik pantolon, pilili pantolon, Jean pantolon, binici pantolonu, golf pantolonu, kargo pantolon, bahçivan (salopet) pantolon; uzunluklarına göre sınıflandırıldığında ise normal boy, bilek boy, kapri, bermuda ve şort gibi isimler alırlar. Tulum: Beden ve pantolonun bir bütün olarak hazırlandığı, tek parçadan oluşan genellikle kadın ve çocuk dış giysisidir. Bazı özel amaçlı iş kıyafetleri de tulum olarak hazırlanmaktadır. Ceket: Hem kadın ve kız çocuklarının hem de erkeklerin ve erkek çocukların giydiği, genellikle önden düğmeli, kollu dış giysisidir. Kadın ceketleri kısa ya da uzun kollu olabilmektedir. Bu giysiler gömlek, bluz gibi hafif üst giysi üzerine giyilmek üzere hazırlanır. Tayyör: Ceket ve etekten oluşan bir kadın giysisidir. Takım Elbise: Takım elbise ceket, pantolon ve tercihen yelekten oluşan erkek giysisidir. Yelek: Kadın erkek ve çocukların, gömlek, bluz kazak vb. üst giysi üzerine giydikleri, kolsuz, önden açık bir dış giysidir. Hırka: Genellikle soğuktan korunmak için giyilen, yünden örülmüş, önden açık, gömlek, bluz ya da kazak üzerine giyilen kadın, erkek ve çocuk dış giysisidir. Kazak: Baştan geçirilerek giyilen, genellikle uzun kollu, örme, kadın, erkek ve çocuk dış giysisidir. Genellikle sonbahar ve kış aylarında giyilen kazaklarda, farklı örme teknikleri kullanılabilir. Yaka modellerine göre, balıkçı yaka, yarım balıkçı ya da sıfır yaka gibi isimler almaktadırlar. T-Shirt: Vücudun üst kısmına giyilen, genellikle kısa kollu, pamuklu spor giysiye verilen isimdir. Kadın, erkek ve çocuklar tarafından tercih t-shirtler yaz aylarında kullanılır. Eşofman: Genellikle spor yaparken giyilen, pamuklu veya sentetik kumaştan yapılan, kadın, erkek ve çocuklar tarafından tercih edilen iki parçadan oluşan dış giysisidir. İç Giyim Vücudu korumak, şekil vermek ve vücuda istenilen görünümü sağlayarak dış giyime iyi bir görünüş kazandırmayı amaçlayan ve doğrudan tene giyilen giysilere iç giyim denilmektedir. Külot: Doğrudan ten üzerine giyilen, kısa, lastikli bir iç giysidir. Sutyen: Kadınlar tarafından göğüsleri desteklemek ve estetik görünüm kazandırmak için kullanılan, iki göğüs kılıfından oluşan iç giysidir. Atlet: Kadın, erkek ve çocuk iç giyimi olarak kullanılır. Genellikle pamuklu kumaşlardan üretilen, yaz aylarında terden, kış aylarında soğuktan korunmak amacıyla giyilir. Uzun veya kısa kollu olanına fanila denilmektedir. Kombinezon: Elbiselerin altına giyilen, ışıktaki kumaşın içini göstermesini engelleyen, ince ve askılı iç elbiseye verilen addır. Jüpon: Işıktaki kumaşın içini göstermesini engellemek için etek ve elbiselerin içine için giyilen iç eteğe verilen addır. Korse: Vücudun göğüs, bel, kalça ve bacak kısımlarını sıkıca sararak, istenilen şekle sokmayı ve ince görünmeyi amaçlayan esnek ve sağlam kumaşlardan yapılmış bir kadın iç giyim çeşididir. Jartiyer: Genellikle elbise ve etek altına giyilen çorapların düşmesini önlemek ve gergin durmasını sağlamak amacıyla kullanılan lastik askılı kadın iç giysisidir. Gecelik: Yatakta giyilen tek parçadan oluşan kadın giysisidir. Pamuklu, saten, ipek ya da örme kumaşlardan yapılabilmektedir. Pijama: Yatakta giyilen iki parçadan oluşan kadın, erkek ve çocuk giysisidir. Pamuklu, saten, ipek ya da örme kumaşlardan yapılabilmektedir. Sabahlık: Sabah yataktan kalkıldığında gecelik üzerine giyilen kadın giysisidir Rüb de Şambr: Sabah yataktan kalkıldığında pijama üzerine giyilen erkek giysisidir. Mayo: Deniz, havuz vb. yerlerde kullanılan, tek parçadan oluşan kadın, erkek ve çocuk giysisine mayo denir. Bikini: Deniz, havuz vb. yerlerde kullanılan, iki parçadan oluşan kadın giysisine bikini denir.

### **MODA SEKTÖRÜNDE GIYSİ ÜRETİMİ**

Giysi üretiminde temel amaç, ihtiyaca yönelik ürün üretiminin (talebe uygun arzın) karşılanması olduğu için bu süreç, “Kim için Ne Üretilecek?” sorularının cevaplanması ile başlar. İlk cevabını bulacağımız kısım hedef kitle yani müşteri grubunun tespit edilmesidir. Müşteri grubunun belirlenmesinin ardından ihtiyaçlar tespit edilir. Bu aşamada “Ne, Neden, Nerede ve Ne Zaman Üreteceğiz?”, sorularının cevaplanması ile üretim sürecini belirleme işlemleri tamamlanır.

### **MODA SEKTÖRÜNDE GIYSİ ÜRETİM TÜRLERİ**

Genel olarak üretim türleri ısmarlama giyim, yarı ısmarlama giyim ve hazır giyim grupları altında sıralanabilir. Bu gruplar da kendi içerisinde üretim türünü etkileyen birçok faktörlere göre çeşitlilik göstermektedir.

İsmarlama Giyim

- Bireysel Üretim
- Zanaat ve Teknoloji
- Yüksek Fiyat
- Estetik ve sanatsal değer
- Lüks Giyim Yarı İsmarlama Giyim
- Kitlesele bireyselleştirme/ Modüler Üretim
- Zanaat ve/veya Teknoloji
- Tasarım/Maliyet dengesi
- Estetik değer
- Lüks Hazır Giyim Hazır Giyim
- Kitlesele/Seri Üretim
- Teknoloji
- Ekonomik Fiyatlandırma Kullanımı
- Estetik

• Kitlesele Giyim İsmarlama Giyim İsmarlama giyim, en genel tanımlama ile sipariş üzerine yapılan üretim biçimidir. Bu giysi üretim türü tarihsel süreç içerisinde farklı hedef gruplar için farklılaşan teknikler ile gerçekleştirilmiştir. Geleneksel ısmarlama giyim, tüm üretim sürecinin el işçiliği ile gerçekleştirildiği kişiye özel üretim türüdür (11.2). Bu üretim Endüstri Devrimi öncesi makine kullanımı olmadan tek üretim türü olarak uygulanmıştır. Dönemin sosyal statü ve sınıf farklılıkları; kullanılan malzeme, tasarım özgünlüğü, işçilik detayları ve uygulayıcının özel yetenekleri ile ortaya konulmuştur. Modern anlamda ısmarlama giyim veya lüks ısmarlama giyim olarak Türkçeye çevrilen ve aynı zamanda jargon olarak da kullanılan Haute Couture kavramı, moda sektöründe en üst segment üretim türünü ifade etmektedir. Genel anlamda “Couture” tanımlaması kişiye özel ve üst düzey dikiş teknikleri kullanılarak gerçekleştirilen üretim türüdür. Bu üretim türünde baştan sona tüm süreç el işçiliği ile gerçekleştirilir. Lüks segmentinde yer alan bu giysi üretimi genellikle sipariş esasına dayalı kişiye özel yapıldığı için ürünler birbirinden farklılaşmakta ve giysi üretimi standart süreçlerden ayrılmaktadır. Hazır giyim yaygınlaşması, Maslow ve Bradley’in Hiyerarşilerinde bahsedildiği şekilde ortaya çıkan ihtiyaçlardaki değişimler ve buna paralel sosyal sınıf-statü farklılıkları ısmarlama giyim herkes tarafından erişilebilirliğini sınırlandırmıştır. 1945’te Fransa’da “Haute Couture” terimi yasal olarak koruma altına alınmış ve moda evlerinin hangilerinin gerçek Couture evi olacağı yasalar ile belirlenmiştir. Günümüzde kişiye özel ısmarlama giysi üretimi, geleneksel terzilik uygulamalarından farklı olarak uygulayıcının; müşteri ihtiyaç ve istekleri doğrultusunda kendi beceri ve bilgisini, teknolojik üretim imkânlarını da kullanarak, günün moda anlayışına uygun üretme işlemidir. Yarı İsmarlama Giyim Yarı ısmarlama giyim olarak dilimize çevrilen “Demi Couture”, ısmarlama giyim ile hazır giyim arasında üretim türünü tanımlamak için kullanılmaktadır. Bu giysi üretim türü, en üst seviye olan tamamen el işçiliğine dayalı “Couture” seviyesinin korunduğu üretim ile lüks hazır giyim seviyelerindeki üretim türlerini kapsayan fakat her zaman Couture seviyesinde olmayan kendi içerisinde farklılık gösteren üretim türlerini tanımlamaktadır. Yarı ısmarlama giyim (Demi-Couture) üretim türü; zanaatkâr teziler veya ünlü tasarımcılar tarafından üretilen tamamen el işçiliğine dayalı ısmarlama giyim ürünlerine erişim zamanının uzun olması, maliyetlerinin yüksekliği, moda giysilerin alt sınıflar tarafından benimsenmesi ve kullanılmak istenmesi sonucu müşteri beklentilerine bağlı ortaya çıkan arz talep dengesinin sonucudur. Hazır Giyim Hazır giyim, en genel tanımı ile bölgesel

antropometrik ölçülere göre belirlenen standart boyutlarda seri olarak (birden çok beden ve birden çok sayıda) gerçekleştirilen giysi üretim türüdür. Hazır giyimde temel amaç daha fazla kişi için satın alınabilir fiyat ve özelliklerde hızlı ve toplu ürün üretimidir. Hazır giysi üretimi, orta ve altı ekonomik alım gücüne sahip tüketicilerin ihtiyaçlarına uygun üretimin karşılanmasını hedefler. Bu üretim türünde hedef kitlenin genel ihtiyaçlarının ortalamasına göre ürün grupları ve buna bağlı pazar segmentleri belirlenir. Belirlenen bu ürün grupları ve Pazar segmentleri için gerçekleştirilecek üretim şeklinin avantaj ve dezavantajları analiz edilir.

Hazır giyim üretiminde genel olarak ortaya çıkan avantaj ve dezavantajlara bakıldığında; Hazır giyim üretiminin avantajları;

- Ürün çeşitliliğinin artması
- Kolay erişim
- Düşük fiyat
- Sürekli yenilik
- Hızlı üretim
- Ünlü marka ve tasarımcıların hazır giyim koleksiyonları sunması Hazır giyim üretiminin dezavantajları;
- Giysi kullanım ömrünün kısalması
- Kalitenin düşmesi
- Tasarımların kopyalanması
- Kaynakların aşırı tüketilmesi
- Çevre kirliliği
- Atıkların fazlalığı
- Bilinçsiz tüketim olduğu görülmektedir.

### **GIYSİ ÜRETİM TÜRLERİNİ BELİRLEMEDE ETKİLİ OLAN FAKTÖRLER**

Giysi üretimi, fikir aşamasından başlayarak satış ve satış sonrası müşteri görüşlerinin alınmasına kadar olan geniş bir döngüsel süreci içermektedir. Bu süreç, tüm süreci oluşturan faktörlerden etkilenirken süreci ve sonucu direk etkileyen önemli bir unsurdur. Tasarım aşamasından itibaren giysi üretim türünün bütünsel düşünme yaklaşımı ile ele alınmasını gerektirmektedir. Giysi üretim türünün belirlenmesinde Bütünsel Düşünme Yaklaşımına göre giysinin Ürün Yaşam Döngüsü (Product Lifecycle) içerisindeki tüm adımları planlanır ve böylece üretim türünün belirlenmesini etkileyebilecek tüm faktörler ayrıntılı olarak değerlendirilir.

Giysi üretim türlerinin belirlenmesinde dikkate alınması gereken en temel faktörler şu şekilde gruplandırılabilir:

- Hedef Kitle/Müşteri Grubu
- Üretim Miktarı
- Üretimde Moda Trendler

• Pazarlama Stratejisi Giysi üretim türü tercihlerinde unutulmaması gereken önemli bir faktör tüketici ve üreticinin elde etmek istediği değerdir. 20. Yüzyıl sonrası artan ürün çeşitliliği ve buna bağlı pazar doygunluğunda rekabet edebilmek için benimsenen strateji değer odaklı ürün geliştirmedir (Çeğindir ve Çakmak, 2018, s. 53). Hedef Kitle/Müşteri Grubu Müşteriler; cinsiyet, yaş, giysi türü, ekonomik durum, sosyal statü, beden ölçüleri gibi faktörler üzerinden değerlendirilerek birçok segmente gruplanabilir. Hangi segmente üretim yapılacağı ve üretim türünün belirlenmesinde; giysi üretim türünü etkileyen en önemli müşteri özellikleri, ekonomik durum, sosyal statü ve beden ölçüleridir. Üretim Miktarı ve Maliyet Giysi üretim türünü belirlemede yoğun el işçiliği kullanımından sonra önemli ayırt edici özellikler üretim miktarı ve maliyettir. Üretim miktarı ve maliyet birbiri ile ters orantılı iki parametredir. Üretim miktarının artması birim maliyetleri düşürür. Üretimde Moda Trendler Üretimde moda trendler, genel üretim türleri içerisindeki farklılaşmalara sebep olan kısa süreli değişiklikleri tanımlamaktadır. Bunlar; hızlı moda, yavaş moda, kendin yap, yeniden kullan, ileri dönüşüm gibi üretim türünü etkileyen kısa süreli moda akımlarıdır. Pazarlama Stratejisi Giysi üretim türlerini etkileyen pazarlama stratejileri, genel olarak, pazar segmentleri, markalar ve hedef kitlenin sosyoekonomik seviyesi kapsamında ele alınır.

### **UZUN ÖZET KUMAŞ YERLEŞİMİ VE KESİMİ**

Kumaş yerleşiminde dikkate alınması gereken noktalar kumaşın yapısı, renk ve desen özelliği gibi durumlardır. Kumaşın yapısı gereği doğal liflerden yapılan kumaşlar, yıkandıklarında çekebilmektedirler. Bu nedenle kumaşın çekme durumu dikkate alınarak kesim yapılması uygun olmaktadır. Kumaşta renk farklılıkları çıkabilmektedir. Bu gibi durumlarda giysinin bütün parçaları aynı kumaştan kesilecek şekilde yerleşim yapılmaktadır. Kumaşın deseni de kesim aşamasında dikkate alınması gereken diğer önemli noktadır. Düz Kumaş Yerleşimi ve Kesimi Kumaş yerleşiminde; tüm kalıp parçaların eksiksiz, düz boy ipliği yönünün doğru ve kumaş katı hattının uygun şekilde yerleştirilmesi gerekmektedir. Çizgili Kumaş Yerleşimi ve Kesimi Kumaşın çizgi özelliği, kalıpların kumaşa yerleşiminde ve kesiminde özenli davranılması gereken bir durumdur. Dikim sırasında birleştirilecek parçaların çizgi yönü düşünülerek kalıpların yerleştirilmesi gerekir. Kareli Kumaş Yerleşimi ve Kesimi Kareli kumaşların yerleşiminde karelerin birbirini takip etmesi gerekir. Giysinin ön ve arka ortası, yan dikişleri, kolun bedenle uyumu, yakanın simetrik olması vb. gibi noktalar göz önünde bulundurularak kalıplar yerleştirilir. Kalıplar kumaşa yerleştirildikten sonra kesim işlemine geçilmektedir. Kesim aşamasında kalıpları kumaşa güzelce iğnelemek, kalıplara yeterince dikiş payı vermek, kalıpların dikiş paylarını işaretlemek göz önünde bulundurulması gereken noktalardır. Özetle; kumaş kesimi aşamasında, kumaş yerleşim adımlarının eksiksiz şekilde yerine getirilmesi gerekir.

### **TEMEL GİYSİ UNSURLARININ DİKİMİ**

Dikim sürecinde, dikim tekniklerini uygun şekilde yerine getirmek adına çeşitli makineler kullanılır. Giysi dikiminde kullanılan genel amaçlı makinelere düz dikiş makinesi, overlok makinesi ve ütü paskarası örnek verilebilir. Bu makinelerde sırasıyla düz dikiş, overlok dikişi ve ütüleme işlemi yapılır. Giysi üretiminde pek çok yerde kullanılan en yaygın düz makine dikişi kullanılır. Kumaşın atmasını engellemek için overlok dikişi ile kenar temizleme yapılır. Giysinin dikimi aşamasında belirli yerlerde ütüleme işlemine gerek duyulur. Bu bölümde giysi dikimi; pervaz, yaka, kol, fermuar ve kemer dikimi ile ilik ve düğme yeri belirleme işlemleri kapsamında ele alınmıştır. Ancak unutulmamalıdır ki giysi dikimini bu işlemlerle sınırlandırmak mümkün değildir. Pervaz Dikimi Pervaz; dikileceği kenarın şekline uygun olarak biçilmiş, arasına tela koyularak sertleştirilmiş giysinin kumaş parçasıdır (Smith, 2010: 143). Pervaz dikiminde aşağıdaki adımlar uygulanır: Giysinin düz boy ipliği yönünde pervaz parçaları kesilir. Pervaz parçalarının düz boy ipliğine göre tela kesilir. Pervaz parçalarına tela yapıştırılır. Pervaz parçaları omuz, yan dikiş gibi yerlerden birleştirilir. Bütün pervaz parçası bedene yerleştirilir ve dikilir. Dikiş payı kademeli kesilerek düzeltilir. Dikiş payında çıtlatmalar yapılır. Yaka Dikimi Yaka; giysiye model özelliği ve fonksiyonellik kazandırmak, estetik görünüm elde etmek, vücut kusurlarını gizlemek gibi farklı amaçlarla giysinin boyun kısmında yapılan uygulamaları kapsar (Koca, Koç, 2008: 8). Yaka dikimi ile ilgili işlemler aşağıda verilmiştir: Üst yakanın arka ortası kumaş katı ve alt yakanın arka ortası verevine getirilerek kesilir. Alt yakaya kumaşla aynı düz boy ipliği yönünde tela yapıştırılır, yaka birleştirilir ve dikiş payları ütülenir. Üst yakanın düz boy ipliği yönüyle aynı olacak şekilde tela yapıştırılır. Alt ve üst yaka düz tarafları içte kalacak şekilde üst üste yerleştirilir. Yaka parçalarının kenarı dikilir ve köşeleri çıtlatılır. Yaka çevrilir ve kenarındaki dikiş alta dönecek şekilde ütülenir. Kol Dikimi Kol, değişik model ve uzunlukta olabilen ve giysiye takılan parçadır. Kolun rahat hareket etmesini sağlayacak şekilde giysiye takılması gerekir. Bunun için izlenmesi gereken adımlar aşağıda sunulmuştur: Kol oyuntunun üst kısmında iki sıra büzgü dikişi yapılır. Kol altı birleştirilir ve dikiş payları ütülenerek açılır. Kolun büzgüsü ütü ile yedirilerek form verilir. Kolun kontrol noktalarına göre kol bedene iğnelenir. Kolevi elde teyellenir ve daha sonra makine dikişi ile dikilir. Makine dikişi kontrol edilerek kolevi büzgüsü ve teyeli sökülür. Kolevindeki dikiş payları düzeltilerek kesilir. İlik ve Düğme Yeri Belirleme İlik ve düğme, giysinin kolayca giyilip çıkarılmasını sağlamak amacıyla açık bırakılan yerleri kapama için kullanılır. Giyside ilik ve düğme yerini belirleme de düğmenin çapı ve kalınlığı bilgilerine gerek duyulur. Örneğin, çapı 15 mm ve kalınlığı 2 mm olan bir düğme için, 17 mm ilik açılması gerekir. Kapama işlemi Kapama işlemi, kadın giyiminde sağ beden sol bedenin üstüne, erkek giyiminde ise sol beden sağ bedenin üstüne gelecek şekilde yapılır. Giysinin kapamasının klapa veya pat olması ilik ve düğme yeri belirlemede önemlidir. Her iki durumda da ilik ve düğme yeri belirleme işlemlerini aşağıdaki gibi uygulamak mümkündür: Klपालı kapamada ön ortasından bir düğme çapı aşağıya inilir ve düğme çapı kadar bedene doğru, düğme kalınlığı kadar kapama payına doğru yatay eksende işaretlenir. Giysinin diğer parçasında

da ön ortasından bir düğme çapı inilerek belirlenen noktaya düğme dikilir. Patlı kapamada ön ortasından ilik boyunun yarısı kadar aşağıya inilerek işaretlenen noktadan itibaren bir ilik boyu kadar dikey eksende aşağı doğru ilik yeri belirlenir. Giyside düğme dikilecek parçada ise ön ortasından bir düğme çapı ve yarım düğme kalınlığı kadar aşağıya inilerek belirlenen noktaya düğme dikilir. Fermuar Dikimi Fermuar; birleştirilecek iki giysi parçasının karşılıklı kenarlarına dikilen ve sürgü ile açıp kapatılan bir kapama malzemesidir. Aşağıda etek fermuarı dikimine yönelik adımlar verilmiştir: Giysi parçaları fermuar açıklığı kalacak şekilde birleştirilir. Kumaşın payında kalacak şekilde fermuarın bir tarafı makinede dikilir. Kumaşın açıkta kalın kısmı fermuarı kapatacak şekilde yerleştirilir. Makine dikişi ile fermuarın diğer tarafı üstten dikilir. Kemer Dikimi Kemer; giysinin bel hattını temizlemek ve vücut üzerinde durmasını sağlamak amacıyla giysinin beline uygun hazırlanan ve takılan parçasıdır. Kemer dikimine yönelik süreç aşağıda açıklanmıştır: Kemer parçasına tela yapıştırılır. Kemer parçasının kenarları dikilir. Kemer parçası giysinin belini toparlayacak şekilde yerleştirilir. Kemer parçası giysiye dikilir. Dikiş payları kademeli kesilir ve dikiş payları ütülenir. Kemer çevrilir ve kemerin açıkta kalan kısmı elde baskı veya makine dikişi ile kapatılır.

### **UZUN ÖZET TASARIM VE TEKNİK ÇİZİM**

Teknik Çizim Tasarımların doku ve renk belirtilmeden; dikişler, pensler, kuplar, cepler, üst dikişler gibi sahip olduğu tüm ayrıntıları gösteren, ürünün net olarak çizilmiş bir açıklaması olan, ölçekli yapılan grafik çizimlere “teknik çizim” denilmektedir. Tasarlanan bir giysinin görsel olarak sunulması için teknik çizim dışında kullanılan yöntemler taslak çizimi ve moda illüstrasyonudur. Taslak Çizim Taslak çizim; dikkatli, eksiksiz ve oranlı çizilmesi gerekmeyen, bir fikrin başlangıcı olan özenilmeden ve hazırlıksız yapılan çizimlerdir. Tasarım fikrinin özgürce ve deneysel olarak kâğıt üzerine çizildiği bir aşamadır. Moda illüstrasyonu Moda illüstrasyonu; teknik bilgi vermektten çok yapılan tasarımın çekiciliğini ve değerini artırmak üzere çizim yapma yöntemidir. Genellikle giysi tasarımlarını satmak ya da bir markayı tanıtmak amacıyla; reklamlarda, kataloglarda, dergilerde, broşürlerde ve kalıp kitaplarında kullanılır.

### **TEKNİK ÇİZİM KULLANIM YERLERİ**

Teknik çizimler giysi üretiminin tüm aşamalarında kullanılmaktadır. Sunum ve Tasarım Geliştirme Paftaları Teknik çizimler, taslak ve illüstrasyon çizimlerinin yanı sıra üretim bilgilerini netleştirmek ve oranları ifade etmek için sunum ve tasarım geliştirme paftalarında kullanılır. Koleksiyon/Ürün Grubu Panoları Teknik çizimler koleksiyon panolarında birbirinden farklı stil ve ürün grupları ile renk varyasyonlarını gösteren koleksiyonun genel görünümü hakkında fikir vermek amacıyla kullanılır. Teknik Özellik/Model Analiz Paftaları Teknik özellik ya da model analiz paftaları teknik çizimle birlikte tasarımın üretilmesi için gerekli tüm detaylı ölçüleri, kullanılacak dikiş türleri, kumaş ve diğer malzemeler gibi detayları içerir. Maliyet Tabloları Bir tasarımın üretimi için gereken kar marjı ve satış fiyatını hesaplamak için kullanılan maliyet tablolarına tasarımın görsel bir tanıtımı için teknik çizimler de eklenir. Trend Öngörü Katalogları Trend öngörüsü araştırmaları yapan firmaların yayınları sezonun ana hatlarını ve genel formlarını göstermek için teknik çizimleri kullanır. Satın Alma Planları Görsel mağazacılar koleksiyon mağazaya gelmeden önce giysilerin nasıl sergileneceğini planlayabilmek amacıyla satın alma planlarında teknik çizimleri kullanır. Hazır Patron Katalogları ve Kalıp Açıklamaları Evde dikiş dikmeye yardım etmek için hazır kalıplar içeren dergi ve kataloglar, üretim detaylarını göstermek için giysinin ön ve arka görünümünün yer aldığı teknik çizimler sunarlar.

### **TEKNİK ÇİZİM MALZEMELERİ**

Genel olarak sıralamak gerekirse;

- Kopya kâğıdı
- Çizim kâğıtları
- Beyaz kâğıt paftaları
- Yarı yapışkan bant veya kâğıt bant
- Uçlu kalem olarak adlandırılan kurşun kalemler
- Değişik uç kalınlıklarında siyah kontur kalemleri
- Cetveller,
- Kesici aletler

### **TEKNİK ÇİZİMDE DİKKAT EDİLMESİ GEREKEN KURALLAR**

Kurallarına göre hazırlanmış bir teknik çizim sadece gerekli detayları kapsar. Bir teknik çizimi illüstrasyon çiziminden ayıran en önemli özelliklerden birisi budur. Var olan bir giysi kullanılarak çizim yapılıyorsa giysinin kumaşındaki ya da genel duruşundan kaynaklanabilecek kırışıklık ya da hataların çizilmemesi gerekir.

İyi bir teknik çizim yapabilmek için dikkat edilmesi gereken kurallar;

- Çizgiler net ve tek bir çizgi hâlinde yapılmalıdır.
- Teknik çizim yapılırken tasarımların ön ve arka görünümleri mutlaka bir arada çizilmelidir.
- Bazı model detaylarının çizimleri yapılırken ön ve arka görünümlere ilave olarak bir yan görünüm de çizimlere eklenebilir.
- Mevcut bir giysinin teknik çizimi yapılıyorsa en-boy oranlarının doğruluğundan emin olduktan sonra kolu, yakası, kup ve pensleri gibi diğer detayların çizimine geçilmelidir.
- Çizimi yapılacak tasarım simetrik detaylardan oluşuyorsa önce yarım görüntüsü çizilip diğer yarısının kopyası alınarak bütün görüntüye daha kolay ve düzgün şekilde ulaşılabilir.
- Detaylar çizilirken abartıdan kaçınılmalıdır. Çizim daha güzel ya da süslü görünsün diye yapılacak

gereksiz çizgiler tasarımın farklı anlaşılmasına ve sonuçta istenilenden farklı bir bitmiş ürün elde edilmesine sebep olabilir.

- Bir giyside detayların nasıl çizileceği tam olarak bilinmiyorsa gerçek bir giysi kullanarak nasıl görüldüğüne dikkat edilerek çizilebilir.

- Pantolon, şort gibi tasarımlarda ön bel hattı arka bel hattından daha düşük ve hafif eğimli çizilmelidir.

- Temel bir etek formunda bel hattı düşük bel olmadıkça düz çizilmeli, eğer düşük bel ise hafif kıvrımla eğimli olarak çizilmelidir.

- Boynun rahat hareketine izin veren doğru bir çizim için basit bir arka yaka görünümü daima eğimli olmalıdır.

- Kol ağzlarının çizimi yapılırken giysi modelinde dar ve düz inen bir kol ağzı düz, genişleyerek biten bir kol ağzı ise eğimli çizilmelidir.

- Pantolon paça görünümünün çizimlerinde de kol ağzı çizimlerinde olduğu gibi dar paça ise düz, daha geniş paça stili varsa eğimli çizilmelidir.

- Teknik çizimlerde dikkat edilecek önemli bir husus da yaka çizerken içteki görünümünde omuz çizgisinden ayırmadan çizmektir.

- Gömlek yakaları çizilirken arka yaka görünümü hafif içe doğru eğimli çizilmelidir.

- Bedenin alt ve üstüne ait giysi parçalarının birbirine orantılı büyüklükte çizilmesi için daima aynı ölçekteki şablon silueti kullanmaya özen gösterilmelidir.

- Bir tasarımcı pantolon ağ çizimlerini doğru olarak ifade edilebilecek değişik yöntemler arasından kendisine uygun gelen yöntemi tercih edebilir.

- Özellikle önden kapamalı giysilerde ön ortası ve düğme konumları doğru olarak çizilmelidir.

Gömlek, bluz, ceket, mont, pantolon gibi normal kapamalı ürünlerde; düğme kullanılıyorsa düğmeler ön ortası hattında çizilmelidir. • Eğer fermuarla kapama yapılıyorsa ön ortası hattında fermuar dişlilerinin ortası ön orta hattında çizilmelidir.

- Gömlek, bluz, ceket, pardesü gibi kruvaze (çift sıra düğmeli) kapamalı ürünlerde ön ortası bir sıradaki düğme deliklerinin ortası ile diğer sıradaki düğme deliklerinin arasında kalan mesafenin tam ortasıdır.

Çizim yaparken simetrik bir görüntü elde etmek için bu hususa dikkat edilmelidir.

- Kabarıklıkları ve etek ucu düşüşlerini doğru şekilde çizmek için çizilecek özelliklere uygun bir giysi yere yayılarak ve kabarik etek ucu görünümüne dikkat edilerek nasıl görüldüğü tespit edilebilir.

- Temel pantolon formunda öndeki fermuar dikişi belirlenir. Bu durumda fermuar ucunu göstererek çizmek zorunlu değildir. Ancak yan dikişte yer alacak bir fermuarın ucu gösterilerek, bitiş yeri küçük bir diyagonal çizgiyle belirtilmelidir.

- Bazen çok küçük detayların daha rahat anlaşılabilmesi için, giysi çiziminin yanına detay çiziminin büyütülerek yerleştirilmesi gerekir.

- Teknik çizimlerde giysi kumaşının özelliğinin de belirtilmesi gereken özellikle havlı, tüylü görünümünün çizimlerinde doku etkisini verecek şekilde çizmek gereklidir.

- Tasarımcının farklı teknik çizim stilleri arasından kendine özgü tarz oluşturması gerekir. Stilizasyon Detaylarının Çizilmesi Net ve anlaşılır bir teknik çizim oluşturmak için temel stilizasyon özellikleri kılavuz olarak kullanılabilir. Bu sebeple etek, pantolon, gömlek ve ceket gibi standart giyim parçalarının detaylı çizimleri özellikle işe yeni başlayanlara hem standart parçaların çizim yöntemleri hem de stil terminolojisine hâkimiyet konusunda yardımcı olacaktır.

### **EL İLE TEKNİK ÇİZİM**

Teknik çizimler bilgisayarda yazılım programlarından destek alınarak çizilebilse de başlangıçta elde çizilmeleri daha doğru bir yöntem olur. El ile teknik çizim yapmaya yeni başlarken aşağıda vurgulanan bazı detaylar daha kolay alıştırma yapma imkânı sunacaktır.

- Öncelikle görsel devamlılık ve aynı oranların devam ettirilebilmesi için belirlenmiş bir sunum çalışmasının tamamında aynı figür kullanılmalıdır.

- Net ve tek çizgilerle temiz bir şekilde çizilmesi gereken teknik çizimi el ile yaparken model detayları farklı bir özellik gerektirmiyorsa çizimin simetrik olarak çizilmesine dikkat edilmelidir.

- Gerçek giysilere bakarak çizim yapılacaksa onlara belli bir açıyla değil kuşbakışı bakılması daha gerçekçi çizimler yapılmasına yardım eder.

- Moda dergileri veya internet sitelerindeki gerçek giysilerin teknik çizimlerini yapmak benzer yöntemle orijinal görünüme sahip tasarımlar çizilmesine yardım edecektir.

- Teknik çizimlerde büzgü ve drape çizgileri ya da çeşitli çizgi kalınlıkları üç boyutlu bir yapı elde etmeyi sağlar.

### **BİLGİSAYARDA TEKNİK ÇİZİM**

Günümüzde daha çok dijital yazılımlar olarak anılan Bilgisayar Destekli Tasarım (CAD) sistemleri, tasarım endüstrisi için kalemle kâğıt üzerinde el ile yapılan bir tasarım ile kıyaslanamayacak verimlilik ve üretkenlik sağlamaktadır. En çok tercih edilen dijital tasarım yazılımlarından bazıları Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Corel Draw, Corel Paint, Macromedia Freehand, AutoCAD, Smart Designer Modern High Tech, Telestia Creator olarak listelenebilir. Bu dijital yazılım programlarının

bazıları vektör programları bazıları ise raster (tarama) programları olarak tanımlanır. Vektör Yazılımı Vektör kelimesi ile akıllara temiz ve keskin çizgiler gelir. Çünkü vektör görseli iki farklı nokta arasındaki bir çizgi veya eğri üzerine yerleştirilmiştir. Vektörel çalışmalar çözünürlükten etkilenmediği için büyütüldüklerinde görüntü kalitesinde düşme sorunu olmaz. Bu sebeple vektörel programlar teknik çizimler, birbirinin tekrarından oluşan desenli kumaşlarda, yazı fontları kullanırken ve logo tasarımları yapmak için ağırlıklı olarak tercih edilirler. Adobe Illustrator, Corel Draw, Macromedia Freehand vektörel programların en çok kullanılanları arasındadır. Raster Yazılımı Raster yani tarama görselleri ise vektörel çalışmalardan farklı olarak piksel denilen küçük nokta ve karelerin bir yüzeyde birleşmesiyle oluşur. Raster temelli uygulamalar; kumaşlar, giysiler, giysi tasarımı figürleri ve sunum paftaları hazırlamak için çok uygundur. Uygulamanın en yaygın örnekleri Adobe Photoshop ve Corel Paint'dir. Yapılan çalışma bire bir ölçülerle basılacaksa 72 dpi çalışılması yeterli olacaktır. Farklı ölçekte baskı yapılacaksa 300 dpi, çevrimiçi ortamda görüntülenecekse 150 dpi çözünürlüğe sahip olmalıdır. Dijital Taslak Defterleri Tasarımcılar ve sanatçılar hayatın her anından ilham alabilecekleri için, dijital taslak defterleri sayesinde ihtiyaç duyulan anda çizim ve taslakları yapabilir ve uygun zamanda bu çizimleri geliştirme olanağı bulabilirler. Dijital taslak çizimlerini hayatına katmak isteyenler için ArtStudio, Sketch Book Pro, Brushes, miniDraw gibi seçenekler yaygın olarak kullanılanlar arasındadır. Dijital Yazılım Kullanmanın Avantajları

- Fazla iş yükü olan, uzun zaman alan ve el çizimlerinde sürekli tekrara dayalı iş süreçlerini kısaltmak mümkündür.
- Kolay paylaşım imkânı sunar. İsteğe bağlı olarak çevrimiçi ortamdan paylaşma, e-posta ile gönderme ya da baskı alma fırsatı bulunur.
- Pratik uygulama seçenekleri hata payını azaltarak temiz ve profesyonel çalışmalar elde etmenize fırsat verir.
- Özellikle üç boyutlu, gerçekçi ve tasarımın giydirilebilir şekilde sunulmasını sağlayan yazılımlar daha gerçekçi çizimler ve prototipleme yapmadan tasarımın üç boyutlu olarak incelenebilmesini sağlar.

### **TEKNİK ÇİZİM UYGULAMA ÖRNEKLERİ**

Teknik çizim sürecinin başında düzgün bir silüet elde ederek işe başlamak gerekir. Çizim şablonları için figür hazırlanırken baş büyüklüğü birim ölçüsü olarak kullanılır. Teknik çizimlerde sekiz baş ölçüsünde hafif uzatılmış bir silüet kullanılır. Silüet figürü ister el ile ister bilgisayarda veya her iki tekniğin birlikte kullanılmasıyla elde edilebilir. Yapılacak tüm çalışmalarda temel oluşturacağı için her zaman kullanmaya hazır düzgün bir şablon bulundurmak faydalı olacaktır. Moda sektöründe farklı pazarlardaki çeşitli müşterilerle çalışılırken genel vücut yapıları itibarıyla de farklılaştıkları bilinmeli ve silüet şablonlarında gerekli uyarlamalar yapılarak kullanılması gerektiği unutulmamalıdır. Teknik çizim çalışmaları aşağıdaki gibi gruplandırılarak yürütülebilir. Giysi Detaylarına Göre Teknik Çizimler Giysi detay özelliklerine göre teknik çizimlere başlamak tasarım geliştirmede ve detayların hatasız çizilmesinde yardımcı olacaktır. Model Ayrıntılarına Göre Teknik Çizimler Model ayrıntıları genel olarak büzgü, volan, fırfır, drape, pli, nervür, pens, kup, roba ve korsaj olarak isimlendirilirler. Ürün Gruplarına Göre Teknik Çizimler Ürün gruplarına göre teknik çizimler genel olarak etek, pantolon, elbise, gömlek, bluz, ceket ve dış giyim teknik çizimleri olarak gruplandırılabilirler. Teknik Çizim Model Uygulama Çizimleri Teknik çizim model uygulama çizimleri; tüm gruplara göre teknik çizim uygulamalarının yapılmasından sonra belli konseptler doğrultusunda veya serbest konulu olarak farklı ve özgün model uygulama çalışmalarının yapıldığı işlemleri kapsamaktadır.

### **KİŞİSEL SUNUM TEKNİKLERİ**

Kişisel sunumlar, bireylerin özelliklerini çevreye tanıtmasını sağlayan yöntemlerdendir. Kişisel sunum yapma durumunda olan bireylerin kullanabileceği farklı teknikler vardır. Bu teknikler; aktif sunum ve pasif sunum olarak iki ana gruba ayrılır. Aktif Sunum Kişi ya da firmaların aktif olarak kendisi ya da bir temsilcisi aracılığıyla ilgili kurum/kuruluşlara çalışmalarını sunmasını sağlayan aktif sunumun farklı yöntemleri vardır. Bunlardan bazıları; mülakat, konferans, slayt sunumları, yarışmalar ve portfolyo sunumudur. Pasif Sunum Pasif sunum; kişi ya da firmaların çalışmalarını veya çalışmaları hakkında fikir verebilecek bir belgeyi ilgili kurum/kuruluşlara göndermesi yoluyla yaptıkları sunumdur. Referans, tanıtım broşürleri veya objeler, video sunumları ya da mektup gibi farklı çeşitleri bulunmaktadır.

### **PORTFOLYO VE PORTFOLYO TÜRLERİ**

Portfolyo; tasarımcılar, sanatçılar ve tasarım/sanat öğrenciler için; kim olduğunu, düşünme tarzını, üretim kapasitesi ve kalitesini, yeteneğini, genel kültürünü, teknoloji hâkimiyetini ve görsel iletişim dilini ifade eden çok önemli bir kişisel sunum yöntemidir. Tasarımcılar ve tasarım öğrencileri için portfolyo; bütün çalışmalarını bir araya topladığı bir belgeden çok daha fazlasını ifade eder. Özellikle tasarımcının ve tasarım öğrencilerinin, eğitim sürecinden iş görüşmesine giden yoldaki en önemli bağlantısı olduğunu söylemek mümkündür. Portfolyolar ayrıca, eğitim ve iş hayatındaki değişim ve gelişim aşamalarının takibini yapmayı sağlar. Bir portfolyo; kişilerin hayatındaki önemli dönüm noktalarının somutlaşmasını sağladığı için tanıtıcı bir kayıt niteliği taşımaktadır. Dolayısıyla bir portfolyonun içeriği, bir projeden diğerine geçiş yapacak ve alan hâkimiyetini en iyi şekilde gösterecek özellikteki çalışmalardan seçilerek oluşturulmalıdır. Aynı zamanda bu durum düzenleme becerisinin de göstergesi olacaktır. Portfolyolar genellikle, portfolyonun içeriğinin, şeklinin, kapsamının kim tarafından ve ne amaçla oluşturulduğunun göz önüne alınmasıyla çeşitli şekillerde sınıflandırılmıştır.

#### **Biçimlerine Göre Portfolyolar**

- Çanta Portfolyo Küçüldüğü zaman etkisini kaybedeceği düşünülen bazı büyük ölçekli çalışmalar için kullanılan portfolyo türüdür. Çanta portfolyonun taşınan çalışmaların güvenliğini sağlayabilmesi ve rahat taşınabilmesi gerekir. İçine konulacak çalışmaların türlerine göre A4 veya A2 boyutlarına sahip olabilirler. Moda tasarım öğrencileri çoğunlukla A3 ebatlarında çanta kullanırlar. İsteyen tasarımcı ve sanatçılar, çalışmalarını için özel bir portfolyo çantası da yapabilirler.
- Klasör Portfolyo Klasör portfolyolar her portfolyo bölümü için ayrı ayrı hazırlanan, her dosyanın açılıp incelenebilen ayrı paketler hâlinde olduğu portfolyo türüdür. Basılı portfolyolar arasında değişime açık olmaları, sürekli güncellenebilme ve hızlı değişikliklere olanak sağlamaları açısından avantajlıdır.
- Kitap Portfolyo Kitap şeklinde hazırlanan bir portfolyonun en önemli avantajı portfolyo sahibi olan tasarımcı/sanatçı sunum ortamında olmasa bile kitabın neredeyse kendisini sunabilmesidir. En çok tercih edilen portfolyo türlerinden biri olan kitap portfolyolarının en önemli avantajı içindeki çalışmaların dağılmadan bir arada tutulabilmesidir.
- Dijital Portfolyo Dijital portfolyo; çalışmaların elektronik ortamda düzenlenerek portfolyonun oluşturulmasıdır. Dijital portfolyoları çevrimiçi ve çevrimdışı portfolyolar olarak iki gruba ayırmak mümkündür. Çevrimiçi portfolyolar interaktif oldukları için daha çok kişiye ulaşabilirler. Web siteleri, çevrimiçi portfolyolara örnek olarak verilebilir. PDF, Power Point sunumu gibi değişik formatlar ise çevrimdışı portfolyolara örnektir. Dijital portfolyo hazırlamada yardımcı olacak ücretsiz hizmet veren pek çok web sitesi de tasarımcılara kendi portfolyosunu hazırlamak konusunda yardımcı olmakta, Wix, Squarespace, Behance, Carbonmade, Portfoliobox ve Big Black Bag, Oven Bits gibi özel tasarım siteleri bu desteği vermektedir. İçeriklerine Göre Portfolyolar İçeriklerine göre portfolyolar; belge portfolyoları, süreç portfolyoları ve etkinlik portfolyoları olarak kendi içerisinde sınıflandırılabilir.
- Belge Portfolyoları Çalışma portfolyoları olarak da bilinen belge portfolyoları, çoğunlukla değerlendirme amaçlı kullanılırlar. Bu sebeple, öğretim programlarında yer alan hedef ve davranışların kazanılma durumunu gösteren örnek ve en iyi çalışmaları içermelidir.
- Süreç Portfolyoları Süreç portfolyoları, öğrencilerin öğrenme süresine ilişkin tüm belge ve çalışmalardan oluşmaktadır. Hazırlanma amacı; öğrencilerin öğretim hayatı boyunca bilgi ve becerileri odağında belirli amaçlara göre ilerleme kaydetme durumlarını ortaya koymaktır.
- Etkinlik Portfolyoları Etkinlik portfolyoları tasarımcının eğitim sürecinin tamamlanmasından sonra

edindiği bilgi ve tecrübelerine göre çoğunlukla iş hayatına yönelik çalışmalarının yer aldığı portfolyolardır. Kapsül koleksiyonlar, özel tasarımlar gibi çalışmaların tasarımları ve tasarım süreçlerine ilişkin görselleri içermektedir.

### **MODA PORTFOLYOSU TANITIMI**

Moda sektöründe bulunan tasarımcılar veya öğrencilerin farklı içerikler ve amaçlar doğrultusunda hazırladıkları portfolyolardır. Bu portfolyoların amacı, kişinin modaya olan ilgisi ve yetisini göstermektir. Eğitimciler portfolyo sahibinin hangi alanda daha başarılı olacağına dair ipuçları sağlar. Moda tasarımı sektöründe pek çok bölüm vardır. Bu durum moda portfolyolarında çeşitlilik sağlamaktadır. Örneğin; tasarım departmanında tasarımcı olarak çalışmak isteyen bir aday çizim yeteneğini, trend takibi becerilerini, koleksiyon süreçlerini kapsayan doğru hazırlanmış bir portfolyoya sahip olmalıdır. Moda Portfolyosunda Bulunması Gereken Unsurlar Bir moda öğrencisinin portfolyosu olmadan alanıyla ilgili olarak kendisine iş bulması neredeyse mümkün değildir. Dikkat edilmesi gereken en önemli husus tasarımcının potansiyelini ve yeteneklerini en güzel şekilde ifade etmektir. O hâlde bir tasarımcı için en iyi yaptığı neyse portfolyoda onu sunmalıdır. Hangi sırayla portfolyoda yer alacakları tasarımcının tercihlerine göre değişiklik gösterse de eskiz ve projeler, kurumsal kimlik tasarımı (logo, kartvizit, zarf vs.), afişler, sergileme tasarımı, tipografik çalışmalar portfolyoda bulunması gereken çalışmalardır.

### **PORTFOLYO TASARIM SÜREÇLERİ**

Genel olarak portfolyo tasarım süreçleri farklı başlıklar altında incelenebilir. Portfolyo Hazırlarken Dikkat Edilecek Hususlar

- Bir portfolyo ilk izlenimde kişinin nasıl biri olduğuna dair merak uyandırarak fiziksel bir görüşmeye fırsat yaratıyorsa başarılı olduğu söylenebilir.
- Portfolyo başlangıç ve bitişinde en özel ve dikkat çekici çalışmalara yer vermek iyi olur.
- Projelerin sunumunda aşırı süslemelere kapılarak temel anlatımdan uzaklaşmamaya dikkat edilmelidir.
- Özellikle eskiz çizimleriyle birlikte nihai tasarım kararlarının sebeplerine yer vermek dikkat çekicidir. Ancak her şeye yer vermeye çalışırken kalabalık ve gereğinden yoğun paftalar oluşturmamak gerekir.
- Portfolyonun kalitesi ve niteliği içerikte yer alacak çalışmaların sayısından daha önemlidir. Tasarımcının farkını ortaya koyacak olumlu bir izlenime engel olacak proje ve görsellere hiç yer vermemek doğru olur.
- Portfolyoyu farklı ve kişiye özgü bir biçimde hazırlanmış bir portfolyo diğerleri arasından öne çıkmayı oldukça kolaylaştırır. Ancak etkileyici ve dikkat çekici olmak uğruna çalışmaları ve kişiliği yeterince iyi ifade etmeyen fazlaca göz kamaştırıcı bir sunum da dengeden şaşmaya neden olur.
- Portfolyodaki yazı ve görsel dengesine dikkat edilmeli, metinlerde yazım ve anlatım hatası olmamalı ve sayfa düzenine ve tipografiye dikkat edilmelidir.
- İletişim bilgilerine portfolyoda mutlaka yer verilmelidir. Kapak Tasarımı Bir portfolyo hakkında ilk fikir veren bölüm kapak tasarımıdır. Malzeme çeşitliliği ve farklı dizaynı ile başka portfolyolardan ayırt edilebilecek bir kapak tasarımı doğrudan kişiyi ve tarzını anlatır. Boyut ve Malzeme Seçimi Portfolyo tasarımında genel olarak yatay, dikey veya kare görünüm tercih edilebilir. Kullanılacak görsellerin yapısı belirlendikten sonra boyut konusunda net bir karar vermek mümkün olacaktır. Seçilen boyuta uygun olarak portfolyo malzemesine karar vermek gerekir. En çok tercih edilen malzemelerin kâğıt, karton, plastik, sentetik ve cilt bezleri olduğu görülür. İçerik Yerleşimi Portfolyo tasarım sürecinde sayfaların sıralanış biçimleri önemli bir aşamadır. Bütün portfolyolarda olduğu gibi en başta özgeçmiş ve motivasyon mektubu/ön yazı bölümleri yer alır. Kapakta ve sayfa içlerinde tasarımcının özel oluşturduğu logosuna da yer verilmelidir. Çok sayfalı ve uzun içerikteki portfolyolarda en başa içindikiler sayfası eklenmelidir. Yer verilecek çalışmalar arasında bir öncelik sıralaması yapılmalıdır. Logo Tasarımı Yapma Logo; kelime ya da kelimelerle oluşturulan, amaca göre kişi, kurum, kuruluş, şirket, ya da fikri temsil eden sembol ya da şekillere verilen isimdir. Genel olarak kabul görmüş farklı sayı ve özellikte logo tasarım türü bulunur. Amblem, Belirtke, Arma Mühür ve arma olarak da bilinen amblem tasarımı, en eski logo tasarım türü olarak kabul edilir. Amblem tasarımında bilinmesi gereken en önemli kural yazı ve grafik detayların bir arada düşünülmesi zorunluluğudur. Logotype (Yazısal ve Metinsel Tasarımlar) Genel olarak yazı ve metin bazlı logo tasarımları olarak bilinirler. Sadece yazı içerikli tasarımlar olması sebebiyle ayrıca bir amblem içermez. Logotype tasarımın kategorilerinden biri olan lettermark, monogram logo tipi genellikle marka isminin uzun olması durumunda sadece baş harflerine yer verilerek yapılan logotype tasarımlarıdır. Monogram logo tasarımında en az iki harf kullanılmalıdır. Marka Sembölü, Marka İşareti Marka sembolü logo tasarımları marka ismi olmadan kullanılsa da markayı temsil etme gücüne sahiptir. Günümüzde sadece marka sembolü ile görsel iletişimini sürdüren Starbucks, Apple, Shell gibi şirketler vardır. Soyut Logo Tasarımları Soyut logo tasarımlarında simetrik, geometrik form ve resimsel öğeler kullanılmaktadır. Pepsi, Nike gibi firmalar soyut logo kullanan firmalardandır. Logo Tasarımında Yazı ve Font Seçimi Başarılı bir logo tasarımı yapmak için ona eşlik edecek font ve

tipografi seçiminin de başarılı olması gerekir. Kullanmak üzere seçilen font ve yazı karakterleri birlikte veya ayrı olarak rahat algılanabilir görsel formda olmalıdır. Marka isminin daha dikkat çekici ve farklı olması için yüksek kabul görmüş yazı fontları yerine daha özgün bir font seçimi yapılmalıdır. Marka isminin oluşturulduğu alandaki harf boşluklarının ve aralıklarının aynı oranda ve ölçüde olmasına dikkat edilmelidir. Logo Tasarımında Renk Seçimi Bir logo tasarımının başarısındaki en büyük etkenlerden birisi de doğru renk seçimidir. Bütün büyük global markalar, logo tasarımlarında kullandıkları rengin neyi, nasıl temsil ettiğini bilerek ve bilinçli olarak kullanırlar. Özgeçmiş Hazırlama Özgeçmiş kişilerin iş başvurularında kendisini ifade etmek için kullandığı birkaç sayfalık yazıdan oluşur. Özgeçmişin içeriğini; isim, soy isim, iletişim bilgileri, eğitim durumu, iş tecrübesi, deneyimler, referanslar, özel zevkler gibi konuların özetleri oluşturur. Özgeçmişin dikkat çekmesi için doğru, anlaşılır, açık ve kısa olması gerekir. En fazla iki sayfa olması, uzun paragraflardan kaçınılması, birinci ya da üçüncü tekil şahıs ifadesiyle yazılması, genellikle “Times New Roman” veya “Arial” gibi kolay okunabilen karakterler ve 11 ya da 12 punto kullanılması, imla kurallarına dikkat edilmesi, en yeni tarihten başlayarak geriye doğru yazılması, tüm kişisel bilgilere eksiksiz yer verilmesi etkili bir portfolyonun sahip olması gereken niteliklerdir. Motivasyon Mektubu/Ön Yazı Hazırlama Ön yazı iş başvurularında, motivasyon mektubu akademik başvurularda kullanılır. Motivasyon mektubu/ön yazı biyografi olmayan ancak kişiler ile ilgili önemli özelliklerin yer aldığı bir özet metindir. İyi hazırlanmış bir motivasyon mektubu/ön yazı Cv’de belirtilemeyen bazı önemli bilgileri tamamlamayı sağlar. İç Sayfa Tasarımı Moda portfolyolarında sayfa düzeni, sunulan içeriği ön plana çıkaracak nitelikte, anlaşılır ve sade bir biçimde yapılmalıdır. Her şeyi sığdırmak için aşırı yüklenmiş görseller, metinler ve diğer materyaller anlamayı zorlaştırır. Her sayfanın aynı düzende olduğu bir portfolyo tekrara düşmüş hissettirebilir. Bu sebeple tekdüze devam eden standart bir düzenden ziyade birbirleriyle uyumlu farklı yerleşim tasarımları tercih edilmelidir. Yer Alacak Çalışmaların Seçimi Bu aşama portfolyonun özünü oluşturan ve başarılı olup olmaması ile bağlantılı bir husustur. Tasarımcıyı ne kadar iyi ve doğru anlatan çalışmalar seçiliyorsa portfolyo amacına ulaşılmış demektir. İstenilen niteliğe uygun olmayan çalışmalar kesinlikle portfolyoya konulmamalı, gerekiyorsa portfolyo içeriğine uygun yeni çalışmalar yapılmalıdır. Portfolyo Sunumu Geri bildirim almak ve eleştiriye açık olmak portfolyo hazırlama sürecinde önemli bir husustur. Özellikle tasarımcı kendi portfolyosunu hazırlıyorsa hazırlık sürecini bitirdikten sonra incelemesi muhtemel kişilerin gözünden bakmaya çalışarak gözden geçirmelidir.