

T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TASARIM ANA BİLİM DALI
TASARIM BİLİM DALI

KADINLARIN GİYSİLERDEKİ SÜSLEMELERE
YÖNELİK GÖRÜŞLERİ: İSTANBUL ÖRNEĞİ

Derya SARDI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN
Doç. Dr. Hatice HARMANKAYA

Konya-2019

T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TASARIM ANA BİLİM DALI
TASARIM BİLİM DALI

KADINLARIN GİYSİLERDEKİ SÜSLEMELERE
YÖNELİK GÖRÜŞLERİ: İSTANBUL ÖRNEĞİ

Derya SARDI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN
Doç. Dr. Hatice HARMANKAYA

Konya-2019



T. C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Bilimsel Etik Sayfası

Öğrencinin

Adı Soyadı	Derya Sardı
Numarası	154263001013
Ana Bilim / Bilim Dalı	Tasarım/Tasarım
Programı	Tezli Yüksek Lisans <input checked="" type="checkbox"/> Doktora <input type="checkbox"/>
Tezin Adı	Kadınların Giysilerdeki Süslemelere Yönelik Görüşleri: İstanbul Örneği

Bu tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

Öğrencinin imzası
(İmza)



T. C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Yüksek Lisans Tezi Kabul Formu

Öğrencinin	Adı Soyadı	Derya Sardı
	Numarası	154263001013
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Tasarım/Tasarım
	Programı	Tezli Yüksek Lisans <input checked="" type="checkbox"/> Doktora <input type="checkbox"/>
	Tez Danışmanı	Doç. Dr. Hatice Harmankaya
	Tezin Adı	Kadınların Giysilerdeki Süslemelere Yönelik Görüşleri: İstanbul Örneği

Yukarıda adı geçen öğrenci tarafından hazırlanan başlıklı bu çalışma/...../..... tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oybirliği/oyçokluğu ile başarılı bulunarak, jürimiz tarafından yüksek lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Ünvanı, Adı Soyadı	Danışman/Üye	İmza
Doç. Dr. Hatice Harmankaya	Danışman	
Dr. Öğr. Üyesi Semra Yıldız	Üye	
Dr. Öğr. Üyesi ESRA VAROL	Üye	

ÖNSÖZ

İnsanlığın var oluşundan günümüze kadar beğenilme ve farklı olma isteği, giyimde süslemeyi ihtiyaç haline getirmiştir. Teknolojinin gelişmesi ile gelişen sanayi sektöründe modanın sürekli değişmesi, tüketiciler tarafından yeni modeller istenmesi ve farklı olma ihtiyacı, giyimde süslemenin önemini daha da arttırmaktadır. Tüketicilerin beğeni ve istekleri doğrultusunda giyimde farklı tarzlarda süslemeler yapılması gerekmektedir. Bu bağlamda araştırmada; kadınların giysi süsleme tasarımlarına yönelik görüşleri, giysi satın alma davranışları, süsleme teknikleri ve süslemeden beklentileri incelenmeye çalışılmıştır.

Bu çalışmanın planlanması, araştırılması, uygulanması esnasında katkılarını, bilgi, sabır, zaman ve tecrübelerini esirgemeyen kıymetli hocam Sayın Doç. Dr. Hatice HARMANKAYA'ya, araştırma çalışmalarında sevgi, destek ve yardımlarını esirgemeyen, her anlamda yanımda olan sevgili aileme ve eşim Barış SARDI'ya sonsuz teşekkür ederim.

Derya SARDI
2019, Konya



T. C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Öğrencinin	Adı Soyadı	Derya Sardı		
	Numarası	154263001013		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Tasarım / Tasarım		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans <input checked="" type="checkbox"/>	Doktora <input type="checkbox"/>	
	Tez Danışmanı	Doç. Dr. Hatice HARMANKAYA		
	Tezin Adı	Kadınların Giysilerdeki Süslemelere Yönelik Görüşleri: İstanbul Örneği		

ÖZET

Küreselleşen dünyada modanın hızlı döngülerle değişiyor olması, kişileri ve firmaları yenilikler aramaya yönlendirmektedir. Giyim sektöründeki pazar alanında rekabet bu yüzden oldukça fazladır. Firmaların diğer rakiplerini geride bırakabilmesi ve ürünlerini tercih edilir kılabilmesi tasarımlarına farklılık katmaları ile mümkündür. Tasarımcıların sadece biçim ve form odaklı giysi tasarımları yapmaları yeterli olmamakta ve süsleme tekniklerini tasarımlarında kullanmaları gerekmektedir. Bu nedenle süsleme konusunda tüketici istek ve beklentilerinin belirlenmesi giysi tasarımlarının oluşturulması açısından önem taşımaktadır. Araştırmada çalışan ve çalışmayan kadın tüketicilerin giysilerdeki süslemelere yönelik görüşleri, giysileri süsleme özelliklerine göre satın alma alışkanlıkları ve süsleme tekniklerine yönelik bilgileri belirlenmiştir.

Betimsel araştırma yöntemi kullanılan araştırmanın evrenini, İstanbul'da yaşayan çalışan ve çalışmayan kadınlar, örneklemini ise Avrupa ve Anadolu yakasında rastlantısal olarak seçilen 813 çalışan ve çalışmayan ankete katılan gönüllü kadın oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak anket formu kullanılmıştır. Bu anketlerin sonuçları SPSS programı yardımıyla incelenerek analizleri ve yorumlamaları yapılmıştır. Elde edilen veriler yüzdeler tablolarda verilmiş, çalışan ve çalışmayan kadınlara ait çapraz tablo bulguları yüzdeler tabloların altında açıklanmıştır. Ayrıca

alışan ve çalışmayan kadın tüketicilerin T-testi ve yaş değişkenleri ile yapılan ANOVA testi bulguları da likert tipi sorulara yönelik tablolarda verilmiştir.

Araştırmaya göre; kadınların giysilerde süslemeleri istemelerine rağmen, çalışan kadınların çalışmayan kadınlara göre giysilerde süslemeleri daha çok tercih ettikleri belirlenmiştir. Ayrıca kadınların alt giysi guruplarında süsleme istemedikleri oldukça dikkat çekicidir. Her iki gurubunda giysilerde süslemelerde problem yaşadıkları, giysi süsleme tekniklerini çalışan kadınlara göre, çalışmayan kadınların daha çok bildiği sonuçlarına ulaşılmıştır.

Anahtar kelimeler: Giyim, Süsleme, Süsleme Teknikleri, Süsleme Sanatı, Kadın Tüketiciler



T. C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Öğrencinin	Adı Soyadı	Derya Sardı	
	Numarası	154263001013	
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Tasarım / Tasarım	
	Programı	Tezli Yüksek Lisans <input checked="" type="checkbox"/>	Doktora <input type="checkbox"/>
	Tez Danışmanı	Doç. Dr. Hatice HARMANKAYA	
	Tezin İngilizce Adı	Opinions of Women Towards Ornaments in Dress: İstanbul Example	

SUMMARY

The fact that fashion is changing with fast cycles in a globalizing world leads people and companies to look for innovations. The competition in the marketplace in the clothing sector is therefore quite high. It is possible for companies to leave their competitors behind and make their products preferable by adding differences to their designs. It is not enough for designers to design clothes that focus on form and style, so they also need to use ornament techniques in their designs. For this reason, identification of consumer desires and expectations about ornament is important for the creation of garment designs. In this research, opinions of women consumers who work and who do not work on ornaments in clothes, buying habits according to ornament features and information about ornament techniques have been unearthed.

The research, which is of descriptive method, is focused of working and non-working women living in Istanbul and the sample is composed of 813 working and non-working volunteer women randomly selected on the European and Anatolian sides of the city. The questionnaire was used as a data collection tool. The results of these questionnaires have been analyzed and interpreted with the help of SPSS program. The data obtained are given in percentage tables and cross-table findings of working and non-working women are explained below the percentage tables. In addition, the T-test findings of the working and non-working female consumers and

the ANOVA test findings made intendant the questions with age variables are also given in the likert type tables.

According to the research; although women want to ornament clothes, it has been determined that working women prefer to ornament more than non-working women. It is also noteworthy that women do not want to ornaments in their lower body garments. It is concluded that both groups have problems in clothes ornament and that the women who do not work know more about garment ornament techniques when compared to their non-working counterparts.

Keywords: Clothing, Ornaments, Ornaments Techniques, Ornaments Art, Women Consumers

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa No</u>
BİLİMSEL ETİK SAYFASI	i
YÜKSEK LİSANS TEZİ KABUL FORMU	ii
ÖNSÖZ	iii
ÖZET	iv
SUMMARY	vi
İÇİNDEKİLER	viii
TABLolar LİSTESİ	x
BÖLÜM I: GİRİŞ	1
1.1. Konu.....	1
1.2. Problem Cümlesi.....	1
1.3. Alt Problemler.....	1
1.4. Araştırmanın Amacı.....	1
1.5. Araştırmanın Önemi	2
1.6. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	2
1.7. Araştırmanın Sayıtları.....	3
1.8. Tanımlar.....	3
BÖLÜM II: KAVRAMSAL ÇERÇEVE	5
2.1. Süsleme Kavramı	5
2.2. Süslemede Desen ve Motif	7
2.3. Türk Giyim Süsleme Sanatının Tarihçesi	11
2.3.1. Orta Asya Türk Dönemlerinde Giyim Süsleme.....	14
2.3.2. Selçuklu Döneminde Giyim Süsleme	18
2.3.3. Osmanlı Döneminde Giyim Süsleme	20
2.4. Giysi Tasarımında Süsleme	27
2.4.1 Kişiye Özel Giysi Tasarımında Süsleme	27
2.4.2. Hazır Giyimde Süsleme	32
2.5. Giyimde Kullanılan Süsleme Teknikleri	36
2.5.1. Örne Teknikleri ile Yapılan Süslemeler	36
2.5.2. İşleme Teknikleri ile Yapılan Süslemeler.....	38
2.5.3. Dikiş Tekniği ile Yapılan Süslemeler.....	47

2.5.4. Hazır Gereçler ile Yapılan Süslemeler	52
2.5.5. Baskı Tekniği ile Yapılan Süslemeler	54
2.6. Konu ile İlgili Araştırmalar.....	61
BÖLÜM III: YÖNTEM	65
4.1. Araştırma Modeli	65
4.2. Evren Örneklem.....	65
4.3. Veri Toplama Tekniği.....	66
4.4. Veri Analizi.....	67
BÖLÜM IV: BULGULAR VE YORUM.....	69
5.1. Kadın Tüketicilerin Demografik Özellikleri.....	69
5.2. Kadın Tüketicilerin Giysi Satın Alma Davranışları	74
5.3. Kadın Tüketicilerin Giysi Süsleme Tasarımlarına Yönelik Beklentileri.....	80
BÖLÜM V: SONUÇ ve ÖNERİLER.....	105
6.1. Sonuçlar	105
6.2. Öneriler	111
KAYNAKÇA.....	113
EKLER	130
EK-1. Anket Soruları	130
ÖZGEÇMİŞ	136

TABLolar LİSTESİ

Tablo No:	Tablo Adı:	Sayfa No:
Tablo 1.	Kadın Tüketicilerin Demografik Özellikleri.....	69
Tablo 2.	Kadın Tüketicilerin Demografik Özelliklerinin Çalışma Durumuna Göre Çapraz Tablo Sonuçları.....	70
Tablo 3.	Kadın Tüketicilerin Giysi Alışverişi için Harcadıkları Aylık Ortalama Miktar.....	71
Tablo 4.	Kadın Tüketicilerin Giysi Alışverişi için Harcadıkları Aylık Ortalama Miktarın Çalışma Durumuna Göre Çapraz Tablo Sonuçları	71
Tablo 5.	Kadın Tüketicilerin Tercih Ettikleri Giyim Tarzları.....	72
Tablo 6.	Kadın Tüketicilerin Tercih Ettikleri Giyim Tarzlarının Çalışma Durumuna Göre Çapraz Tablo Yorumları	73
Tablo 7.	Kadın Tüketicilerin Giysi Alışverişi Yaptıkları Yerler	74
Tablo 8.	Kadın Tüketicilerin Giysi Alışverişi Yaptıkları Yerlerin Çalışma Durumuna Göre Çapraz Tablo Sonuçları	74
Tablo 9.	Kadın Tüketicilerin Giyim Alışverişi Yapma Durumları	76
Tablo 10.	Kadın Tüketicilerin Giyim Alışverişi Yapma Durumlarının Çalışma Durumuna Göre Çapraz Tablo Sonuçları	77
Tablo 11.	Kadın Tüketicilerin Giysi Alışverişi Yapma Nedenleri	78
Tablo 12.	Kadın Tüketicilerin Giysi Alışverişi Yapma Nedenlerinin Çalışma Durumuna Göre Çapraz Tablo Sonuçları	79
Tablo 13.	Kadın Tüketicilerin Giysilerde Süslemeye İlişkin Yenilikleri Takip Etme Durumları	80
Tablo 14.	Kadın Tüketicilerin Giysilerde Süslemeye İlişkin Yenilikleri Takip Etmelerinin Çalışma Durumlarına Göre Çapraz Tablo Sonuçları	81
Tablo 15.	Kadın Tüketicilerin Giysilerdeki Süsleme Seçimlerini Etkileyen Faktörler.....	82
Tablo 16.	Kadın Tüketicilerin Giysilerdeki Süsleme Seçimlerini Etkileyen Faktörlerin Çalışma Durumuna Göre Çapraz Tablo Yorumları	82
Tablo 17.	Kadın Tüketicilerin Giysilerde Tercih Ettiği Süsleme Çeşitleri	83

Tablo 18. Kadın Tüketicilerin Giysilerde Tercih Ettiği Süsleme Çeşitlerinin Çalışma Durumuna Göre Çapraz Tablo Yorumları.....	84
Tablo 19. Kadın Tüketicilerin Süsleme Bulunmasını Tercih Ettiği Ürün Grupları.....	85
Tablo 20. Kadın Tüketicilerin Süsleme Bulunmasını Tercih Ettiği Ürün Gruplarının Çalışma Durumuna Göre Çapraz Tablo Yorumları.....	86
Tablo 21. Kadın Tüketicilerin Süsleme Bulunmasını Tercih Ettiği Ürün Gruplarının Çalışma Değişkenine Göre T-testi Analiz Sonuçları.....	87
Tablo 22. Kadın Tüketicilerin Süsleme Bulunmasını Tercih Ettiği Ürün Gruplarının Yaş Değişkenine Göre ANOVA Testi Analiz Sonuçları.....	87
Tablo 23. Kadın Tüketicilerin Giysilerde Süsleme Tasarımlarını Tercih Etme Nedenleri.....	88
Tablo 24. Kadın Tüketicilerin Giysilerde Süsleme Tasarımlarını Tercih Etme Nedenlerinin Çalışma Durumuna Göre Çapraz Tablo Sonuçları.....	90
Tablo 25. Kadın Tüketicilerin Giysilerde Süsleme Tasarımlarını Tercih Etme Nedenlerinin Çalışma Değişkenine Göre T-testi Analiz Sonuçları.....	92
Tablo 26. Kadın Tüketicilerin Giysilerde Süsleme Tasarımlarını Tercih Etme Nedenlerinin Yaş Değişkenine Göre ANOVA Testi Analiz Sonuçları.....	93
Tablo 27. Kadın Tüketicilerin Giysilerdeki Süsleme Tasarımlarında Dikkat Ettikleri Özellikler.....	94
Tablo 28. Kadın Tüketicilerin Giysilerdeki Süsleme Tasarımlarında Dikkat Ettikleri Özelliklerin Çalışma Durumuna Göre Çapraz Tablo Sonuçları.....	96
Tablo 29. Kadın Tüketicilerin Giysilerdeki Süsleme Tasarımlarında Dikkat Ettikleri Özelliklerin Çalışma Değişkenine Göre T-testi Analiz Sonuçları.....	98
Tablo 30. Kadın Tüketicilerin Giysilerdeki Süsleme Tasarımlarında Dikkat Ettikleri Özelliklerin Yaş Değişkenine Göre ANOVA Testi Analiz Sonuçları.....	98
Tablo 31. Kadın Tüketicilerin Giysilerdeki Süslemelere İlişkin Yaşadığı Problemler.....	99

Tablo 32. Kadın Tüketicilerin Giysilerdeki Süslemelere İlişkin Yaşadığı Problemlerin Çalışma Durumuna Göre Çapraz Tablo Sonuçları	100
Tablo 33. Kadın Tüketicilerin Giysi Süsleme Tasarımındaki Teknikleri Tanıma Durumları.....	101
Tablo 34. Kadın Tüketicilerin Giysi Süsleme Tasarımındaki Teknikleri Tanıma Durumlarının Çalışma Durumuna Göre Çapraz Tablo Yorumları.....	102
Tablo 35. Kadın Tüketicilerin Giysi Süsleme Tasarımındaki Teknikleri Tanıma Durumlarının Çalışma Değişkenine Göre T-testi Analiz Sonuçları	103
Tablo 36. Kadın Tüketicilerin Giysi Süsleme Tasarımındaki Teknikleri Tanıma Durumlarının Yaş Değişkenine Göre ANOVA Testi Analiz Sonuçları	104

BÖLÜM I

GİRİŞ

1.1. Konu

Bu bölümde araştırmanın konusunu oluşturan problem cümlesi, araştırmanın amaçları, alt problemleri, önemi, sayıtlıları ve sınırlılıkları üzerinde durulmuştur.

1.2. Problem Cümlesi

Bu araştırmada; çalışan ve çalışmayan kadınların giysi satın alma davranışları ve giysilerdeki süslemelere yönelik görüşleri nelerdir? problem cümlesine cevap aranmak istenmiştir.

1.3. Alt Problemler

1. Kadınların giysi satın alma durumlarını ve giysi satın alma nedenleri nelerdir?
2. Giysilerdeki süsleme tasarımlarını tercih etme nedenleri nelerdir?
3. Kadınların giysi süslemelerinde dikkat ettikleri özellikleri belirleyerek, giysilerde tasarım açısından süslemelerden beklentileri nelerdir?
4. Kadınların giysi süslemelerine ilişkin karşılaştıkları problemler nelerdir?
5. Kadınların çalışıp çalışmama ve yaş faktörü ile giysi satın alma davranışları arasında ilişki var mıdır?
6. Kadınların çalışıp çalışmama ve yaş faktörü ile giysi süslemeden beklentileri nelerdir?

1.4. Araştırmanın Amacı

Bu araştırma, çalışan ve çalışmayan kadınların giysilerdeki süslemelere yönelik görüşlerini belirleyerek, giysilerde süslemeleri nasıl değerlendirdikleri, ne tür süslemeler tercih ettiklerini ve süslemelerde hangi sorunlar ile karşılaştıklarını ortaya çıkarmak amacıyla planlanmış ve bu doğrultuda yürütülmüştür.

1.5. Araştırmanın Önemi

Giyinme olgusu, çevresel ve kültürel faktörler ile ihtiyaç olmaktan çıkarak, moda olgusuna ve süslenme ihtiyacına dönüşmüştür. Günümüzde modanın en büyük belirleyicisi tüketiciler olmuştur. Sürekli değişen ve gelişen zevklere hitap etmekte olan moda sektörü, tüketicilerin geçici heveslerine bağlı olarak süsleme, stil ve detay gibi moda eğilimlerinde değişikliği sağlayan olgulara ihtiyaç duymaktadır. Giyimde süsleme, bir giysiye estetik değer katmak onu daha cazip hale getirmek ve giysilerde özgünlük yaratma açısından oldukça önemlidir.

Modanın sürekli değişmesi, insanların farklı beğenilere sahip olması ve ihtiyaç fazlası tüketimlerin artması, üreticilerin hızlı ve farklı tarzda üretim yapmalarını zorunlu kılmaktadır. Bunun sonucunda "fast fashion" denilen hızlı moda kavramı yani modelleri hızlı bir şekilde değişen giysi koleksiyonlarının pazara sunulmasını ortaya çıkarmaktadır. Giyim sektöründeki pazar alanında rekabet oldukça fazladır. Firmaların diğer rakiplerini geride bırakabilmesi ve ürünlerini tercih edilir kılabilmesi için tasarımlarına farklılık katmaları gerekmektedir. Tasarımcılar koleksiyonlarında farklı süsleme tekniklerini ve malzemelerini kullanarak özgün tasarımlar geliştirebilir.

Oldukça yaygın ve etkin kullanım alanları olmasına rağmen süslemeye yönelik bilimsel araştırmalar oldukça sınırlıdır. Giysi süslemede ne gibi yöntem ve tekniklerin uygulandığının tespit edilmesi, belgelenmesi ve süsleme sanatlarının da devamı açısından araştırma konusu önem taşımaktadır.

1.6. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırma:

- İstanbul Avrupa ve Anadolu yakasında çalışan ve çalışmayan genç ve orta yaş kadınlara,
- Veri toplama aracı olarak kullanılan anketlerden elde edilen verilerle,
- 15/ 10/ 2017 ile 15/ 03/ 2019 tarihleri arasındaki çalışma süresi ile sınırlıdır.

1.7. Araştırmanın Sayıtları

Araştırmada geçerli olabilecek sayıtlar aşağıda belirtilmiştir:

- Araştırmaya gönüllü olarak katılan kadınlar veri toplama aracına doğru ve samimi cevaplar vermişlerdir.
- Veri toplama aracında yer alan sorular problemin çözümünü kapsayan ve alt problemleri çözümleyecek niteliktedir.
- Çalışmaya katılan örneklem grubu evreni temsil edecek niteliktedir.

1.8. Tanımlar

Giyim: İnsanların var olmasıyla birlikte dış etkenlerden korunmak için ortaya çıkan bir ihtiyaç, süslenme isteğini karşılayan bir sanat, günlük yaşamı ve kişisel görünümü yansıtan toplumsal bir olgudur (Salman ve Atmaca, 2010: 11). İlk giysiler doğa koşullarına karşı gereksinim olarak doğmuş ve işlevsel, yalın halde kullanılmıştır. Hızla gelişen teknolojik ilerlemeler ve toplumsallaşma giysilere estetik görünümü, zenginleştirici ayrıntıları ve süslemeyi getirmiştir (Ercan, 1994: 19).

Süsleme: Bir eşyayı, yapıyı kullanım amacıyla birlikte olduğundan daha güzel biçimde göstermek için birtakım obje ve teknikler ile oluşturulan, estetik çalışmaların tümüdür (Koç, 1999: 397).

Giyim Süsleme: Giysiye çeşitli süsleme teknikleri uygulayarak güzelleştirmek ve farklılaştırmaktır. İnsanları giyinmeye iten en önemli faktörlerden biri farklı olma, hoş gitme yani süslenme ihtiyacıdır. Bazı buluntular kadınlarda süslenme iç güdüsünün örtünmeden daha güçlü bir şekilde olduğunu göstermektedir (Türkoğlu, 2002: 4,5).

Süs: Süs canlıların doğasında varolan bir olgudur. Bu olgu insanın sanata yönelmesini sağlayan büyük bir etken olmuştur. Süslemeyi sanata yaklaştıran, süs unsurlarının estetik ölçüler doğrultusunda asıl nesnenin güzelleşmesini sağlayacak uyum ile yapılmasıdır (Koç, 1999: 397).

Süsleme Sanatı: Bir milletin kültürünü, duygularını ve düşünce biçimini ifade eden bunun yanısıra milletin gelenek ve göreneklerini gelecek nesillere aktaran bir bilim unsurudur. Güzellik duygusu en ilkel toplumlarda bile varolmuştur. İnsanlar varolduğu zamandan bu yana doğal bir içgüdü sonucu kendisini, çevresini, eşyalarını süsleme ihtiyacı duymuş ve süsleme sanatının doğmasına etken olmuştur. Bu sanatın gelişmesinde diğer önemli faktör ise gelenekler, din ve dinin oluşturduğu sınırlamalardır (Akgün, 2008: 46).



BÖLÜM II

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Süsleme Kavramı

İnsan için bir ihtiyaç olan süsleme, güzellik ve estetik amacının yanı sıra topluma, doğaya uyum sağlayabilmek ve insanın eksiklik duygusunu gidermek için yaptığı bir faaliyettir (Yıldırım, 2008: 269).

Süslemeler, insanların çeşitli ihtiyaçlarını karşılamak ve süslemek amacı ile ortaya çıkmıştır. İlerleyen zaman içinde gelişmiş ve çevrenin şartlarına göre farklılık göstermişlerdir. Ayrıca süslemeler bir toplumun değer yargılarını yansıtmış, kültür yapısının ve seviyesinin aynası olmuştur (Yıldırım, 2013: 10,11).

Süsleme sanatı, herhangi bir nesnenin veya mekanın doğal şeklini ve işlevini bozmadan, onu güzelleştirmek için yüzeylerinin üzerine bir çok teknik ile renkli, renksiz estetik çalışmalar yapma sanatıdır (Alpaslan, 2003: 13). Süslenme, toplumların teknolojik, sosyal, kültürel ve ekonomik yapılarından beslenmektedir. Bu da süslenmeyi ait olduğu topluma özgü kılmakta ve bu bilgiler doğrultusunda süsleme özelliklerine bakarak o toplumun yaşayış biçimleri ile ilgili bilgi sahibi olunabilmektedir (Bilki ve Güzel, 2008: 669,671). Farklı topluluklar arasındaki kültürel farkı belirginleştiren süsleme, bu farkı koruma sembolü olduğu gibi aynı zamanda sosyal sınırların ve dinsel simgelerin belirgin taşlarından biridir (Kutlu ve Özmen, 2008: 313). Süsleme tasarımının amacı ürünün işlevini değiştirmeden ürüne estetik katmak ve güzelleştirmektir. Süsleme tasarımı yaparken genellikle doğal, soyut ve somut biçimlerden ilham alınmaktadır (Alpaslan, 2003: 85).

Süslemenin, kişinin çevresine ve kendisine estetik görünme arzusundan dolayı ortaya çıktığı söylenebilir. Zamanla estetik görünüm sağlama isteği, süslemeyi ihtiyaç haline getirerek, yaşama yerleştirmiş ve çeşitli tekniklerin geliştirilmesine ve üretilmesine imkan sağlamıştır (Bahar, 2013: 140).

Süslemecilik insanlığın oluşumu ile birlikte başlamıştır. Kendisini, yaşadığı ortamı, kullandığı giysileri, takıları, eşyayı en güzel şekilde süslemek ve onu sanat anlayışı yapmak insanoğlunun yaratılışından gelen bir tutku olmuştur (Yavuz, 2008: 10). Süslemenin tarihçesine bakıldığında; süsleme ve süslenme ihtiyacı her dönemde varolmuştur. İnsanlar süsleme isteği ile kullandıkları eşyalarda ve her alanda yenilikler yapmış, kendilerine ait olan evlerini, giysilerini süsleme çabasında bulunmuşlar ve süslemeyi sanat haline getirmişlerdir (Eronç, 1984: 3). İnsanların ilkçağlarda süslemeye tutkuyla sarılmış olmasının nedenini Prehistorya uzmanları “İnsanda yaşama isteğinin göstergesi” olarak ele almışlardır. Buda geçmişte de süslemenin ne kadar önemli olduğunu bize göstermektedir (Koç, 1999: 397). Yüzyıllar boyunca yaprak, kumaş, balık pulları gibi farklı malzemelerin, ilk zamanlarda dal veya kemikten yapılmış iğneler ile, keten, deri ve dövülmüş ağaç kabuğu gibi, dikiş tutabilecek neredeyse her türlü malzeme üzerine dikilerek, applike edilerek süslendiği yazılı ve görsel belgelerde belirtilmiştir (Kozbekçi, 2017: 207).

Tarih boyunca en yaygın süslenme nesnesi, madenlerden ve bir çok farklı taştan üretilmiş boncuklardır. İnsanlar ilk zamanlarda süs malzemelerini yaşadıkları çevredeki doğal kaynaklardan elde etmişler, sonrasında Ortadoğu’da Epipaleolitik dönemden itibaren süs malzemelerinin uzun mesafeli ticaretinin yapılması ile birlikte farklı malzemelere ulaşabilmişlerdir. Deniz kabuğu, değerli taşlar, obsidyen, bakır, gümüş, cam, kemik ve altın süs malzemelerinden bazılarıdır (Aydın, 2009: 7).

Doğar doğmaz “örtünme” ihtiyacı duyan insanın hayatını devam ettirebilmek için asgari de olsa giyinmesi gerekmektedir. Bundan dolayı dokumacılığın oluşmasıyla beraber ilk başta giyim ihtiyacı karşılanmıştır. Ancak giyinme; insanların temel ihtiyacı olmasının yanısıra güzel görünme, süslenme, statü belirleme gibi bazı anlamlar kazanmıştır. Yüzyıllar boyunca kendi toplumlarının kültürlerine, ihtiyaçlarına, sanat anlayışlarına ve ellerinde ki imkanlarına göre giysilerini süslemeye çalışmışlardır (Salman, 1990: 141; Mutaf, 2015: 284). Süslemeler, insanlara görünüşlerini tamamlamada yardımcı olmaktadır. Tiyatro sahneleri bir oyunun temasını güçlendirdiği gibi süslemelerde kıyafet için aynı amacı taşımaktadır. Giyim ve aksesuardaki estetik ihtiyaca hizmet etmekte ve özellikle

kadınlar için büyük bir önem taşımaktadır (Tain, 2006: 248). İnsanoğlunun farklı olma ve başkaları tarafından beğenilme arzusu her alanda süslemeyi doğurmuştur. Giyim alanındaki süsleme tekniklerinin yaşamın farklı alanlarında kullanılması çok eski zamanlara kadar dayanmaktadır (Harmankaya vd., 2012: 628).

Tarihte kadınlar saçlarına çeşitli takılar takarak ve şekiller vererek kendilerini süslemişlerdir. Çeşitli bitkilerden elde ettikleri boyaarı ise güzelleşmek için kullanmışlar, tebeşir ve üstübeçle ten beyazlattıkları, kömür tozu ve toz antimon ile kaş ve göz kapaklarını renklendirdikleri, yanaklarını ve dudaklarını ise şarap tortusu ve aşı boyası kullanarak kırmızıya boyadıkları görülmüştür (Aydın, 2009: 7).

İnsanların kendi bedenlerini boyama ve süsleme istekleri her zaman varolmuştur. Eski zamanlarda karmen kırmızısı boyası elde etmek için Coccus İllicis (Kırmız Böceği) ve Coccus Cacti (Koşenil) bitkileri, su moru isimli erguvan rengi için ise Murex Brandaris adlı deniz yumuşakcası hayvansal boyaarı, bitkisel boyaarı elde etmek için ise çivit, safran, rezene, meşe kabuğu, kına, mersin ve Rubia Tinctorum (kök boya) kullanılmaktaydı. Süslenmek amacı ile kullanılan maddeler, ilk önce toz haline getirilip ardından badem, ceviz, zeytin, gül ve susam yağları ile karıştırılarak uygulanmaktaydı (Gürel, 2005: 7). İlkel olarak adlandırılan eski insanlar ile günümüzdeki insanlar arasında süsleme isteği açısından çok fazla değişiklik olmamıştır. Değişenler temel aletler ve yöntemlerdir. İnsandaki süslenme ve süsleme isteği aynı şekilde devam etmiştir (Hamlyn, 1991: 12).

Geçmişten günümüze kadar değer kaybetmeden gelen süsleme, her alanda insanlar ile doğru orantılı olarak büyümeye devam etmiştir. Teknolojinin ilerlemesi ile artan imkanlar, sağlanan kolaylıklar ve giderek estetik görünme isteğinin hızla artması, çeşitlerin çoğalması süslemeyi günümüzde kaçınılmaz hale getirmiştir (Atlamış, 2008: 2).

2.2. Süslemede Desen ve Motif

Süsleme genel olarak resim sanatının bir kolu olmak ile birlikte bir eşyanın daha güzel hale gelebilmesi için üsluplaşmış bir şekil, resim ve motiflerle

değerlendirilmesidir. Yani ana teması desen, deseni de meydana getiren motiflerdir (Yavuz, 2008: 12).

Bilimsel araştırmalar insanın süsleme isteğinin altında yatan asıl gerçeği “boşluk korkusu” olarak tanımlamaktadır. Süsleme tarihi, süs motifleri ve desenler uygarlıkların sanat anlayışları hakkında bilgi vermektedir. Bu bakış açısıyla desen ve motif dünyası geçmişin arşivine ışık tutmakta ve bu zengin arşiv, geçmişin zengin desen çeşitliliğini günümüze taşımaktadır (zpuat ve Yurt, 2013: 29).

Süsleme sanatında motiflerin ve desenlerin gösterdiği özellikler, sanat anlayışının yansıra o toplumun zevklerini, düşünce yapılarını ve yaşam biçimlerini anlamaya yardımcı olmaktadır (Seçkinöz vd., 1986: 108). Tarihsel süreç içinde uygarlıklarda ve her dönemde desenler ve üslupları farklılık göstersede insan deneyimleri ile oluşturulan temel formlar aynı kalmıştır (zpuat ve Yurt, 2013: 29)

İnsanlar, tarihin dönemlerinde bazı canlıların, hayali varlıkların, bitkilerin ve nesnelerin büyülü glere ya da sembolik anlamlara sahip olduklarına inanarak bunlara bir takım özel anlamlar yüklemişlerdir. Bu şekilde sanat bir yandan oluşturduğu sanat eserini istediği şekilde süslerken, diğer yandan da bu motiflere yüklediği anlamlar ile onları değerli hale getirerek kutsallaştırmaya çalışmıştır. Örneğin, mezar taşlarının üzerlerine işlenen bazı desen ve motifler, süsleme amacının yanı sıra kişilerin hayatta iken cinsiyetini, mesleğini hatta ne tür bir kişiliğe sahip oldukları hakkında bilgi veren sembollere dönüşmüştür (ağlıttncgil, 2013: 62).

Desen, birçok farklı araç ve gereçler ile yüzeylerin üzerine yapılan iki boyutlu biimlemeleri kapsayan görsel sanata verilen isimdir. Fransızcadan gelen desen sözcüğüne, nesnelerin çizgiler ile oluşturulmuş şekli de denilmektedir. Güzel sanatlarda ve uygulamalı sanatlar alanında tasarım her zaman desenle başlamaktadır. Süsleme sanatında desen ise herhangi bir yeri, nesneyi süslemek ve süsler oluşturmak için kullanılmaktadır (Alpaslan, 2003: 112; Sanal 1, 2017: 1).

Görsel sanatların temelini desen oluşturuyor ise desenin temelini de çizgi oluşturmaktadır. izgiye duyguların anlatım aracı olarak bakılabilir. Sanatsal olarak

desen, görsel bir dildir ve dünyayı nasıl gördüğümüzü, algıladığımızı, iç dünyamızı nasıl yansıttığımızı gösterir. Bir objeyi yorumlama ve betimleme şeklimiz düşünme biçimimizi de ortaya koymaktadır (Ayaydın, 2010: 162). Deseni tasarlayan kişinin; gözlemleri, zevkleri, algıları, duyguları, hissettikleri, yaşayış biçimleri ve karar verme özellikleri deseni meydana getirir. Desen görünen gerçeği değil, tasarımcının yorumunu gösterdiği için tasarımcının imzasını taşımaktadır (Sanal 2, 2017: 2).

Motifler ise bezeme ve süslemede bütünü meydana getiren parçalara verilen isim olarak tanımlanmaktadır. Türkçede ise motif kelimesinin karşılığını tamamlayan “örge” kelimesi kullanılmaktadır (Soysaldı vd., 2016: 14). Süslemenin kendisini meydana getiren bir parçası olan motif, tek başına güzel olsada yerine göre kullanılmadığında güzel görünmemektedir. Süslemede motif oluşturulurken hangi amaç ile, nasıl bir iş için, nasıl bir yüzeyde kullanılacağı ve kullanılacak olan gereçlerin ve tekniğin düşünülmesi gerekmektedir (Seçkinöz vd., 1986: 12).

Desen ve motif tasarımları, süslemenin vazgeçilmez bir unsurudur. Tasarım, zihinde oluşturulan biçimdir. Zihinde hayal etme, farklılıkları ortaya çıkarma, yaratıcı ve eleştirisel düşünme gibi süreçleri canlandırarak, süslemeyi anlam ve görsel açıdan tamamlayan yeni ve yaratıcı tasarımlar ortaya çıkarmaktadır (Megep, 2012: 5).

Motif ve desen oluşturulurken, kompozisyondaki temel prensipler süsleme tasarımı ilkelerine göre uygulanmalıdır. Asıl önemli olan kompozisyonun uygulanacağı ürünün biçimine ve ölçüsüne göre tasarlanmasıdır. Desen tasarımını yapmadan önce bunlar belirlenmeli ve süslemenin yapılacağı yüzey iyi kullanılmalıdır. Motifler, çizgi ve şekil olarak resimsel öge gibi düşünülerek tasarlanmalıdır (Alpaslan, 2003: 192).

Süsleme tasarımının yapımında, motiflerin ve biçimlerin renkleri, dokuları, aralıkları, yönleri ve boyutları birbirleri ile uyum içinde olmalıdır. Süslemede kullanılan desen ve motiflerin bütünü oluşturacak şekilde düzenlenmesinde en önemli unsurlar denge ve uyumdur. Çıkış noktası olarak simetrik ve asimetrik gibi bir nokta belirlenmelidir (Megep, 2012: 9). Bir tasarımda dengesizlik var ise,

dengelessnessi oluşturan kısımların yeri, rengi, yönü, tasarımı gerektiği oranda değiştirilmeli veya denge sağlayıcı unsurlar eklenmelidir (Alpaslan, 2003: 75).

Motif ve desen tasarımında diğer önemli unsur ise renklerdir. Renkleri belirlerken; renklerin birbirleri ile uyumuna, kullanılacak olan kumaşın veya zeminin renk geçişlerindeki tonlamaya dikkat edilmelidir (Megep, 2012: 5). Uygulanacak olan desende motif her zaman doğal haliyle yansıtılmamaktadır. Deseni işleyen kişinin veya desinatörün bakış açısı, işlemenin tekniği gibi nedenler ile ilk halinden farklı şekillerde ve renklerde desene aktarılabilmektedir (Aytaç, 1999: 3).

Desenin çizilmesi her şeyden önce bakmayı öğretir. Aslında desen ve motif yaşamın her yerinde varolan bir kavramlardır. Öyle ki; gökyüzünde farklı şekillerde bulunan bulutlar, leoparın üzerindeki birbirinden farklı oluşan lekeler veya bir yaprağın damarlarında bulunan uyum içindeki motifler bize desen ve motif hakkında bilgi vermektedir. Tasarımcılar, renk ve uyum açısından zengin bir kaynak olan doğayı desen ve motif oluşturma aşamasında sıkça kullanmaktadırlar (Öztürk, 2015: 20).

Desen ve motif, süslemenin kullanıldığı her alanda çok önemli bir faktördür. Tüm sanat dallarında ve kullanıldığı her alanda özgünlüğü de getirmiştir. Mimari, seramik, görsel sanatlar, grafik, el sanatları gibi birçok alanda kullanılan desen ve motif tasarımları, özellikle moda ve tekstil sektöründe giyim ve süslenmenin vazgeçilmez bir öğesidir.

Giysi süsleme tasarımlarındaki özgünlüğü ve tasarımcının kimliğini yansıtmalarını sağlayan en önemli etkenler; desen, renk, doku ve detaydır. Kumaş yüzeyini süsleyen ve kumaşa albeni kazandıran en önemli unsurlar ise desen ve motiftir. Tekstil tasarımında desenin esin kaynaklarını insanın inançları, korkuları, umutları ve sosyal hayatındaki olguların simgelenmesine kadar uzanan değişimler oluşturmaktadır. Tekstil yüzeylerinde yapılan tasarımlardaki desen oluşturma işlemlerinde; baskı, aplike, pul-boncuk, işleme vb. teknikler kullanılmaktadır (Göklüberk ve Dengin, 2017: 219,220).

Giyim süslemede desen, kumaşın üzerine basılan, dokunan veya dikilerek elde edilen tekrarlı dekoratif bir tasarımdır. Bazı desenler giysi şeklini aldıktan sonra bambaşka bir tasarım meydana getirmektedir (Ambrose ve Harris, 2012: 83).

2.3. Türk Giyim Süsleme Sanatının Tarihçesi

Türkler Malazgirt savaşını 1071 yılında kazanarak Anadolu'ya gelmişler ve beraberinde kültürlerini de getirmişlerdir. Türklerin sanat anlayışı Anadolu'ya yabancı kalsa da, burada gördükleri ve öğrendiklerini kendi anlayışları ile birleştirerek yepyeni bir Türk sanatının doğmasını sağlamışlardır. İslam sanatı da bu yeni sanatı etkilemiştir (Sürür, 1976: 10).

Gelmiş geçmiş uygarlıkların arasında, süsleme sanatları en olgun ve seçkin bir seviyeye ulaşmış milletlerden biri de şüphesiz Türklerdir. Orta Asya'dan başlayarak, yakın doğuyu da içine alan milli sanat kültürünü yüzyıllardan beri Anadolu ve Trakya'da çok başarılı bir şekilde yürütmüşlerdir (Yavuz, 2008: 10). Türk süslemesi oldukça estetik bir yapıya sahiptir. Motif çeşitlerinin bolluğu, zengin oluşu ve motiflerinin estetik bir yapıya sahip olması gelenekler ile yoğrulmuş dekoratif sanatlarının ilerlemesini sağlamıştır (Kurnaz, 2013: 36). Motif çeşitliliğinin oluşumun nedenlerinden biri de, Türk sanatkarlarının dini yasaklar nedeniyle resim ve heykel sanatlarında kısıtlandıkları için benliğini süsleme sanatları kanalıyla korumaya çalışmalarıdır (Yavuz, 2008: 12). İslam sanatında tarihi çok eski zamanlara dayanan cam süslemeler özel bir yere sahiptir. Cam süslemelerin tarihi çok eski zamanlara dayanmaktadır. Yapılan kazılarda Neolitik çağlara ait cam ve cam ile yapılmış süs eşyaları bulunmuş, ama ilk nerede ve kimler tarafından yapıldığı tam olarak bilinmemektedir. İslam mimarisine pencere camı olarak girmiş ve çeşitli şekiller, renkler verilerek el sanatları kolunda da gelişmiş ve bunlar altın yıldızlar ve mineler ile süslenmiştir (Önder, 1969: 1).

Türkler, hayal gücünü bazen ileri derecede bir stilizasyona, bazen ise soyutlamaya kadar giden, modası geçmeyen yapıtlar meydana getirmişlerdir. Örneğin; selvi ağacı motifinin yanı sıra, aynı büyüklükte bir gül motifini işleyerek ölçü birimini ortadan kaldırmışlardır. Ayrıca süslemede, doğanın güzelliği ve

verdiği ilham göz önüne alınacak olursa, yüzyıllar boyu kendilerine en güzel yöreleri yurt edinen Türk insanının, gerçek bir sanatçı olarak, doğayı aynen taklit etmek yerine onu üsluplaştırarak uygulamayı doğru bulduğu görülür (Yavuz, 2008: 12).

Türk süslemeleri güzelliği ve ahengi ile dünya süslemeleri arasında yayılarak Avrupalılar tarafından “İslam Sanatı” adını almıştır. Türk süslemeleri kendi sanatlarına kaynak oluşturmuştur (Arseven, 1983: 37). Türk süsleme sanatı altın çağını Selçuklu ve Osmanlı İmparatorluğu zamanında yaşamıştır. Bu dönemde süsleme çalışmalarında daha güzelini yapma çabası gösterilmiş ve bilimsel bir yöne çevrilmiştir (Kurnaz, 2013: 36).

Tarih boyunca Türkler, kendine özgü kıyafetler kullanan bir toplum olmuştur. Yaşamlarını sürdürdükleri coğrafya koşullarına, kendi gelenek ve göreneklerini gösteren, tamamen kendilerine özgü kıyafetler kullanmışlardır (Salman, 2006: 112). Yaşam koşulları gereği üşüdüklerinde kalın kıyafetler yerine giysilerini kat kat giyerek ihtiyaçlarını karşılamışlardır. İlk başlarda katlı giyinmek ihtiyaç olsada zamanla süslenme unsuru olmuştur. Giysi parçalarının farklı şekillerde kullanılması, süslenme şeklini de ortaya koymaktadır. Giysi parçaları bölgesel olarak süslemesi, kullanımı, bağlama farklılıkları ile süslenme biçimlerini çeşitlendirmiştir. Giysilere yapılan motifler, süslemeler, renkler ve takılar Anadolu ve çevresindeki insanların yaşamlarının her döneminde bölgesel farklılıkların oluşmasını ve özgün olunmasını sağlamıştır (Koç ve Koca, 2016: 239,240).

Türk kumaşları, dokunuş ve süslemede desen üstünlüklerinden dolayı dünya kumaşçılığında büyük bir öneme sahiptir. 14. yüzyılda kumaşlardaki motifler büyük, renkleri az ama canlıdır. 15. yüzyılda desenler daha küçük ve renkler çok çeşitlidir. 16. yüzyılda ise kumaş sanatı çok gelişmiş, kompozisyonlarda daha farklı süsleme düzenleri görülmektedir (Seçkinöz vd., 1986: 249,251).

Türk milleti kışın keçeden, yazın kıldan yaptıkları çadırlarda uzun yıllar göçebe hayat sürdürmüşlerdir. Bu çadırların içleri yaptıkları süslemeler ve el sanatları ile evden farklı olmamıştır. Türk toplumunun giysilerini ve çadırlarını itina

ile süslediklerine bakılacak olduğunda süsleme sanatında oldukça ilerledikleri bilinmektedir. Günümüzde geleneği devam ettirip Orta Asyada çadırdaki yaşamını devam ettiren insanlar vardır. Bu çadırların üzerine işlenen veya dikilen nakış, desen ve figürler o halka özgü olan özellikleri taşımaktadır (Zaimoğlu, 2014: 147).

Türkler giysilerini oluşturmada, model ayrıntılarından daha çok süslemeye önem vermişlerdir. Halk giyimindeki süslemeler, gelenekli diğer sanat dallarında da olduğu gibi çoğunlukla doğurganlık, bereket, nazar, korku, sevgi gibi duygular ve inançlar ile şekillendirilmiştir. Süslemeler genellikle işleme, örgü, dokuma ve dikiş teknikleriyle uygulanırken, süslenme şekilleri ise aksesuarların, takıların kullanımı ve giyinme biçimleriyle sağlanmıştır. Giysilerin arasında görülen farklılıklar giyim kuşamın ve takıların kullanımından kaynaklanmıştır (Koç ve Koca, 2016: 240).

Giyim modası bilişsel ve duysal unsurlar içermektedir. Giyim süsleme bireylerin duysal deneyimlerine yönelirken; farklı bir kesim, bir aksesuarı kullanmanın farklı biçimi gibi unsurlar ise bilişseldir (Kireççi, 2015: 24). Giysi ve takı dışında iki önemli süsleme unsurunda saç ve makyajdır. Giysiyi süsleme sürecinde moda hareketlerine birçok farklı işlem veya nesne katılmaktadır. Bu nesnelerin her biri giysiyi güzel veya kötü yapabilmektedir. Bunlar giysiyi tamamlayan, süsleyen öğelerdir (Waquet ve Laporte, 2011: 11,13).

Kıyafetin kendine özgü bir dili bulunmaktadır. Giyside kullanılan süslemelerde bunu destekler niteliktedir. Fiziksel çekiciliğin artmasını, bireysel özelliklerin yansıtılmasını ve yaratıcılığın ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Giyimde süslemeler bazen vücut kusurlarını kapatmak için kullanılmış ve kemer gibi aksesuar süslemeleri ile bellerini ince göstermeye çalışmışlardır (Blanc, 1877: 120,123). Özellikle kadınlar vücuda farklı bir şekil veren korseler, biye ve vatıklar gibi malzemeler ile moda uygun olan silüeti zaman içinde değiştirmişler ve vücut şekillerini dahi süslemişlerdir (Jones, 2013: 28). Süslemeler giysiyi estetik özelliği katmanın yanı sıra giysiyi model özelliği uygulamak, giysinin ek yerlerini kapatmak ve giyside lekeli, yırtılmış gibi hatalı yerleri gizlemek için de kullanılmaktadır (Sanal 3, 2018: 1).

2.3.1. Orta Asya Türk Dönemlerinde Giyim Süsleme

Yaşamaya elverişli olmayan Orta Asya tabiat şartlarından dolayı Türk boylarının sanatında göçebe hayatın etkisi görülür. Kalıntılar günlük hayatta kullanılan taşınabilir eşyalarının üzerlerini hayvan figürleri ile süslediklerini göstermektedir (Sürür, 1976: 10,11).

Yerleşik hayata geçtikten sonra tarım ve hayvancılık yapan Orta Asya Türkleri hayvanlardan elden edilen yünleri bükerek dokuma yapmışlardır. Dokumalar ana renklerle boyanmış ve kumaş parçaları applike şeklinde dikilmesi sonucu oluşmuştur. Dokumalarda ve keçelerde hayvan mücadeleleri motif olarak işlenmiş, bu işlemlerde sarı, siyah ve kırmızı renkler daha çok hakim olmuştur. İpek ve brokar kumaşlarda ise bulut parçaları, çiçekler, hayali yaratıklar ve kuş ile bezenmiş kenar süsleri görülmektedir (Salman, 1990: 141,142). Orta Asya Türkleri saçlarını dahi farklı şekillerde örerek süslemişlerdir. Uzun ve örgülü saç şekli, Orta Asya'da Hunlardan itibaren kadınlar ve erkekler tarafından benimsenmiştir (Sanal 4, 2018: 1).

Süslemede önemli bir yeri olan işleminin, 13. Yüzyılda Türkler ile birlikte doğduğu ve Orta Asya'dan Avrupa'ya kadar yayıldığı belirlenmiştir. Türklerin önemli yerlere ve kişilere üzeri işlemeli giysiler hediye etme adetlerinin Türk işlemlerinin yayılmasında ve gelişmesinde etkili olduğu düşünülmektedir (Harmankaya vd., 2012: 628).

Hunlar keçelerin üzerine genellikle aplikeler yapmış ve düz dokumalarda da applike kullanmıştır. Dağ keçileri, geyikler ve saldıran şekilde tasvir edilen grifonlar en çok tasvir edilen figürler olmuştur. Bazen bu figürler keçe üzerinde tekrar edilerek yüzey doldurulmuştur. Oldukça soyutlanan bu figürlerin yüz ifadeleri ve çektikleri acılar tüm soyutlamalara rağmen realist bir şekilde vurgulanmıştır (Aslanpala, 1999: 5). Keçe applike tekniği ile keçe çoraplar, çizmeler, çadır içi perdeleri, örtüler ve kilimler süslenmiştir. Çinli Song Yong, M.S. 518 yılında Eftalit-Akhun-Hakanın çadırından bahseden bir belge bırakmış ve bu belgede Hakanın işlemeli ipekten elbisesi olduğunu belirtmiştir (Sürür, 1976: 12).

Hunların giysileri V yakalı sağdan sola kapanan kısa kaftanlardır. Dar süvari pantolonları giymişler ve diz altına kadar gelen kısa ve yumuşak çizme kullanmışlardır. Kaftanları ve çizmeleri üçgen şeklinde işlemiş altın levhalar ile adeta zırhla kaplamışlardır. Kemerleri 16 büyük altın levha ile süslenmiştir. Kını ve kabzası altın ile süslenen bir de kamaları bulunmaktadır. Başlarındaki külahlara yine altın ve tüy ile süsleme yapmışlardır (Aslanpala, 1999: 5).

Altay Dağlarında yaşamını sürdüren Hunların M.Ö. 1. ve 2. yüzyıla ait olan işlemleri Noin-Ula, Pazırık kazılarında bulunmuştur. Bu işlemlerde; perdelerde kordon tutturma, zincir işi uygulandığı görülmüş ve altın süslemeli gömlek, eyer örtüleri, kırmızı, yeşil renkte elbiseler bulunmuştur (Özcan, 1994: 2). Noin-Ula kurganında bulunan örtüde ise kaplan postlu motifi, Fatih Sultan Mehmet'in kaftalarında görülmüştür. Noin-Ula'da bulunan başka bir yün örtüde ise balıklar, su kaplumbağaları ve su bitkilerinin dalları işlenmiştir. Buna benzer bulunan diğer parçalarda ise at üzerinde duran süvari figürlerinin işlendiği görülmektedir (Salman, 1998: 142).

Hun kadınları yaşmak kullanmışlar ve bu yaşmaklar mevkiye göre ipekli kumaşlardan veya tülbentten yapılmış ve omuzlara kadar inmektedir (Süslü, 1989: 151). Bizans elçisi olan Zemarhos ise Hakanın kakım kürkleriyle ve ipek işlemler ile süslü muhteşem çadırını gezi günlüğünde anlatmıştır (Sürür, 1976: 12).

Göktürkler, Türk toplumlarının ataları olarak bilinmektedir. Göktürklerden sonra kurulan tüm Türk devletleri, Göktürklerin endüstriyel ve sanatsal tecrübelerinden faydalanmıştır. Göktürklerin sanatsal faaliyetlerini incelemek oldukça zordur. Çok eski bir medeniyet olduğu için eselerin çoğu günümüze ulaşamamıştır. Büyük bir coğrafya üzerinde yayılmış olması da incelemeleri zorlaştıran önemli bir faktördür (Zaimoğlu, 2014: 146,147).

Hunlardan sonra Göktürklerin sanatı, daha sonraki medeniyetlere göre başka kültürlerden daha az etkilenmesi ve daha çok Türk'e has olmasından dolayı, Türk kültür ve medeniyet alanının en önemli temsilcisi olmuştur (Talas ve Aksoy, 2006: 460). Türk kelimesini adında ilk defa kullanan ve Orhun Kitabeleri ile anılan

“Göktürkler’in Çin ve Bizans kaynaklarında, tekstil ve metal gibi alanlarda çalıştıkları ve güzel işler çıkardıkları kaydedilmiştir (Oransay, 2012: 14).

Türk tarih araştırmacılarının çalışmalarına göre Göktürk Devleti kendi döneminin ekonomik açıdan en güçlüsü kabul ediliyordu. O dönemin koşullarında hayvancılıkta oldukça ilerlenmiştir. Göktürkler hayvanın derisini ve yünü işleyerek kıyafetlerinde ve ev eşyalarında kullanmışlardır (Zaimoğlu, 2014: 147).

Göktürk dönemine ait kıyafetler ile ilgili sınırlı bilgilere ulaşılmaktadır. Göktürk döneminden kalan çeşitli kurganlar, duvar resimleri ve bazı veriler değerlendirilerek birtakım bilgiler edinilmiştir. Tula nehri kıyısında bulunan prens mezarlarında yapılan kazılardan elde edilen kumaşların bazı araştırmacılara göre İran ve Çin’den getirildiği düşünölmek ile birlikte, o bölgede üretilmiş Türk kumaşları olabilme ihtimali de düşünölmüştür (Salman, 2006: 13).

Orhun Abidelerinden olan Kültigin anıtında *“Erkek çocuğunu baba yetiştirir. Evladına hayvan yetiştiriciliğini, el işçiliğini, avlanmayı ve ok atmayı öğretir. Kız çocuğunu annesi yetiştirirken ona, ev hanımlığını, yemek pişirmeyi ve dikiş-nakişı öğretir”* diye yazmaktadır (Zaimoğlu, 2014: 148). Bu da Göktürk döneminde dikiş ve nakişin önemini göstermektedir.

Katanda bulunan giysi parçaları Göktürk dönemine ait en önemli bilgi kaynağıdır. Bu kurgandaki giysiler ipekli ve kürklü olarak ikiye ayrılmıştır. Prof. Wice bu kumaşları “kemba” olarak adlandırılan Bizans İpekli kumaş olarak değerlendirmiş fakat Bahaddin Ögel bu kumaşları M.S. VII ve VIII yüzyılına ait Çin kumaşı olarak sınıflandırmıştır. Göktürk dönemine ait kumaşların resmi bir görüntüsü olmadığı için kesin bir tasvir yapılamasada, pantolonların elbiseyi tamamlaması ve kürkler ile kaplanmasının Türklere has bir özellik olduğu bilinmektedir. Hun döneminde tunik şeklindeki kısa cübbelerin yerleşik hayatın etkisi ile Göktürk döneminde boyları uzamıştır. Uzun kollu kaftanların kolları, yüzyıllar sonraki Osmanlı kaftanlarına öncelik eder şekilde dardır. Elbiselerin arka robası ve ön kısmındaki mostrası (klapası) kürkler ile süslenmiştir. Yaka

bulunmayan elbiselerde dikiş yerleri kaytan ile tutturulmuştur (Salman, 2006: 13,14).

Yerleşik hayata geçen Uygurlardan günümüze gelmiş eserlerine bakıldığında, soyluların elbiseleri işlemler ile zenginleştirilmiş ve uyguladıkları teknik genellikle applike olmuştur. Aplikeler, renkli iplikler ile deri ve ipek üzerine uygulanmıştır (Özcan, 1994: 2).

Eski Türklerden olan Uygurların süslü şapkalar ve kürkleri giydikleri, kadınların daha çok samur derileri, hotozlu şapkalar ve çok değerli olan, ünlü çiçekler ile süslenmiş kumaşları kullandıkları bilinmektedir (Sanal 5, 2018: 1). Figürler incelendiğinde başın üst kısmına yakın yere etrafı farba şeklinde kıvrımlar oluşturarak yuvarlak taşlı şapkaya benzer süsleme bulunmaktadır. Diğer figürlerde ve başlıklarda kalp biçimindeki kıvrımların içine üçgen motifler yerleştirilmiş ve kulak hizasında püsküllü takılar ve taşlar omuzlara sarkıtılarak süslemeler kullanılmıştır (Özder, 1999: 23). Erkeklerin kırmızı ya da siyah keçeden oluşan yuvarlak başlıkları çenelerine kırmızı ve siyah şeritler ile bağlanmıştır. Kaftanların boyları ayaklarına kadar olup kemer ve askıları yuvarlak maden süsleri ile kaplanmıştır. Kızların ise elbiseleri gri ve yeşildir. Sarı renkli, önü açık, kısa kollu ceketlerinin içine kırmızı bluz giymişler ve kemerlerini göğüsten bağlayıp altına yere kadar uzanan bol etek giymişlerdir. Önlerine de bir eşarp sallandırarak süslemişlerdir (Aslanpala, 1999: 17,18).

Uygurlarda hayvan üslubu yerine zamanla “kıvrık dal üslubu” ortaya çıkmıştır. Bu tür motifler hayvanların ayak, boynuz gibi organlarının stilizasyonu ve süs motifi gibi kıvrılmaları ile oluşturulmuştur. Uygurlar dönemindeki portre niteliğinde yapılan fresk figürlerdeki elbiselerin üzerinde basit bitkisel süslemeler görülmektedir (Salman, 1998: 142,143). Duvar fresklerindeki giysi şekillerinin daha çok geliştiği resmedilmiştir. Murtuk ve Bezeklikte bulunan duvar resimleri arasında yer alan figürlerin giysilerinde Türklerin giyimlerinin değiştiği gözlemlenmiştir. Ön ortası, şal yakası ve tiraz bordürleri işlemler ile süslenmiştir. Elbiselerde bitkisel ve geometrik bezelerin sarma iğnesi ile uygulandığı ve

işlemelerin genellikle pamuklu kumaşların üzerine applike şeklinde yapıldığı görülmüştür (Megep, 2012: 8,9; Salman, 1998: 143).

2.3.2. Selçuklu Döneminde Giyim Süsleme

Selçuklular, Anadolu'nun zengin kültürel yapısını oluşturmuştur. 8. yüzyılda en parlak dönemini yaşayan Selçuklularda kullanılan giyim ve süslemeler hakkındaki bilgilere o dönemlerdeki çini, taş, cam ve maden süslemeler üzerindeki insan figürlerinden ulaşılmaktadır (Koçhan, 2007: 22).

Selçuklunun başkenti Rey'de bulunan keramik kaplardaki figürlerin tasvirlerinde kıyafet şekilleri ve başlık türleri hakkında bilgi sahibi olunmaktadır. 1187 tarihli bir tabağın tasvirine bakıldığında hükümdar giysisinin çizgili ve kıvrımdallı bir kumaştan dikildiği görülür. Bu kıvrım dallar rumiye benzemektedir. Bazı tasvirlerde, kare ve sekizgenlerle Türk geometrik şekillerin içiçe geçerek oluşturduğu kumaş desenlerine de rastlanmaktadır (Salman, 1990: 143).

Selçuklular kürk yapımında ustalaşmış ve giyim eşyası olarak yaygın bir şekilde kullanmışlardır. Yazılı kaynaklarda kürkün hem Selçuklu imparatorları tarafından hem de halk tarafından kullanıldığı belirtilmektedir. Başlarına giydikleri kürklü börkler (başlıklar) ve kaftanların yakalarında kullandıkları kürkler bunları göstermekte ve ayrıca kullandıkları bazı çizmelerin şekil ve desen bakımından deri oldukları anlaşılmaktadır (Öztürk, 2013: 161).

Köymen'in yazılarında ve Divan'da da belirtildiğine göre Selçukluların elbise dikmekte birbirlerine yardım ettikleri ve hatta inci dizme, süslenme ve giyinme konusunda yarışmalar düzenledikleri, birbirlerine süsleme konusunda maharetlerini gösterdikleri anlatılmaktadır (Özder, 1999: 31).

Selçuklularda tamamen yerleşik bir hayata geçilmesi sanatçılara dolayısıyla sanata yansımıştır. Selçuklularda çadır sanatı işlemeciliği gelişmiş, hayvan ve kıvrım dalları simetrik şekilde kullanılmıştır. "Diba-i Selçuk" ismi ile bilinen ipekçilik sanayi yabancı ülkelerin ilgisini çekecek düzeyde gelişmiştir (Özcan, 1994: 2). Selçuklu kumaş süslemelerinde desen olarak genellikle rumiler, kıvrık dallar hayvan

figürleri, çift başlı kartal ve ejder kullanılmıştır. Renk olarak ise kırmızı, açık kızıl kahve, altın sırma ve ten rengi çoğunlukla tercih edilmiştir. Bu desenler genellikle sırma ile işlenerek oluşturulmuştur (Salman, 1990: 45). Selçuklular giysilerde ipek, pamuk ve yün kumaşlar kullanmışlardır. Kadınlar sokakta yaşmak ile beraber ferace, kaftan, hırka ve şalvar giymişlerdir. “Şalvar ve çakşır” kaftanların altına giyilen, Türklerin klasik giyimi ve savaşçı kavimlerin giyim şeklidir. Bu giysilere kaftanın altına giyildiğinden dolayı iç giyim olarak da adlandırılmıştır (Şahin, 2009: 13).

Selçuklu kadın ve erkek giyiminde; yuvarlak kapalı yakalı, önden açık elbise ve kaftanlar kullanılmış, bunların altına bol paçalı şalvarlar ve dize kadar uzanan çizme giyilmiştir. Elbiseler deve tüyü ipliğinden, keçeden, yün-ipek karışımı ve pamuktan oluşan kumaşlardan yapılmıştır (Özel, 1992: 14). Selçuklu kıyafetinde kadını erkekten ayıran en önemli özellik baş kısmında görülmüştür. Gelinler başlarını “didek” olarak adlandırılan örtü ile örtmüşlerdir. Selçuklu kadınları; genellikle “bağaltak” ve “üsküf” denilen başlıklar kullanmışlardır. Bağaltaklar üç dilimli, kenarları değerli taşlar ve sırmalarla süslü kumaşlar ile hazırlanmıştır. Ayrıca uç kısımları arkaya doğru sarkan külah şeklindeki keçe ya da kalın kumaşlardan yapılan üsküfler yaygın şekilde kullanılmıştır (Sanal 4, 2018: 1).

Halkın giydiği giysiler ile saray halkının ve sultanların giydiği elbiseler farklılık gösterir. Saray halkı giysilerinin kumaşları sanat atölyelerinde özel denetimler ile dikilmiştir. Bu elbiseler genellikle altın, gümüş ve ipek kullanılarak yapılan oldukça süslü giysilerdir (Salman, 1990: 146).

Türklerde takı giyim kuşamın bir parçasıdır. Selçuklu döneminde kadın takı ve aksesuarlarının çok özenli işlemlerden oluştuğu bilinmektedir. Giysilerini halhal, küpe, inci ve bilezikler ile süsleyerek zenginleştirmişlerdir. Tokaların ise inci, gümüş, altın ve değerli taşlar ile kaplı olduğu ve bunların hakimiyet sembolü sayıldığı söylenmektedir. Kadınların ayağa giydikleri mest türü giyimler uçlarının pullar ile kaplandığı tasvirlerde görülür (Harmankaya vd., 2012: 630).

Selçuklular giysiyi tamamlayan bilezik, gerdanlık ve başlık gibi süs eşyalarını da sıklıkla kullanmışlardır. Başlıklardan börk, büyük bir öneme sahip olmuş,

kadınlarda erkeklere benzer fes ve börkler kullanmışlar ve bunları firuze yakut ve inci takılar ile süslemişlerdir. “But” ismi verilen değeri yüksek büyük firuzelerin kız ve erkek çocukların alınlarına veya kakllerinin arasına takıldığı bilinmektedir (zder, 1999: 31).

Selçuklularda kadınlar giysilerin yanı sıra kırmızı boyayı yüzlerine allık olarak sürmüş, cam isinden oluşturulan ağaç tığlarla ise kirpiklere sürme çekmişler ve yüzlerine ben kondurmuşlardır. Kınayı ise ellerine ve başlarına sürerek kendilerini süslemişlerdir (Süslü, 1989: 138). Selçuklular anıtlarını süslemek için kullandıkları motifleri, dokumalara da süsleme olarak kullanmışlardır. Bu süsleme motiflerinin belirgin özellikleri giysi düğmelerine benzeyen yuvarlak şekiller, bükülmüş zırhlar, kordon şeritler ve örgülerdir. Bunların yanında yazıdan gelme motifleri kullandıkları da görülmüştür (Mert, 2008: 19).

2.3.3. Osmanlı Döneminde Giyim Süsleme

Osmanlı döneminde giyim kuşam ve süslenme ile ilgili örnekler çoktur. Osmanlı medeniyetinin ilk dönemlerinde giyim-kuşam bir tüketim aracı olmaktan çok uzak olmuştur. Özellikle kumaş cinsleri, elbise kesimleri ve sa biçimleri aynı olan doğu kadınına moda kavramı hiç etkilememiştir (Taştepe, 2014: 8,9). İstanbul’un fethinden sonraki dönemlerden kalan giysiler ve eserler sayesinde Osmanlı Dönemi kıyafetleri ile ilgili güvenilir bilgiler günümüze kadar gelmiştir. Türk giyim ve süslemeyi geliştiren en önemli etken Osmanlı Devletinde farklı toplulukların gelenek ve göreneklere ile kültür alışverişleri sonucu olmuştur (şahin, 2009: 14).

Osmanlı İmparatorluğu zamanında Orta Asya ve Selçuklu giyim geleneğini sürdürmekle birlikte devletin topraklarının genişlemesi ile gelen kültürel etkilenmeler ve devletin zenginleşmesi sonucu gösterişli bir giyim şekli olmuştur. Osmanlı sarayının ihtişamlı, süslü giyim kuşamı İstanbul’u da etkilemiş ve İstanbul halkı pahalı, gösterişli kıyafetlere yönelmişlerdir. Anadolu da yaşayan halk ise süsten uzak, sadece kumaşlar ile geleneksel kıyafetlerini kullanmışlardır (zel, 1992: 15).

Osmanlı kadın giyiminde üst ve orta tabaka arasında giysi formu bakımından farka rastlanılmamıştır. Farklı statülere sahip kadınlar giysilerindeki süsleme ile ayırt edilmişlerdir. Giysilerdeki süsler ne kadar ağır, güzel olursa ve ne kadar değerli malzeme kullanılırsa giysinin değeri o kadar artmıştır. Bu da giysinin formundan daha çok süslemesi ile önem kazandığını göstermektedir (Barbarasoğlu, 2016: 104).

Osmanlı giyiminde “kesim” denince belli bir giyim şekli ve dikiş tarzı akla gelmiştir. İstanbul kesimi, Cezayir kesimi entari, şalvar, topuk gibi birçok kesim tarzı bulunmaktaydı. Ayrıca kadınların giyimleri kocasının statüsüne, yaşa, mevsimlere, ekonomik durumlarına, doğum, ölüm, düğün gibi sosyal olaylara, ev içi ve dışında yapılan işlere göre farklılık göstermiştir. En süslü ve yeni kıyafetler düğünlerde ve bayramlarda giyilmiştir (Sanal 4, 2018: 1).

Osmanlı sarayında statü belirtisi olan kürklerin önemi büyük olmuştur. Devlet görevlerinde ve ödüllendirme esnasında kürk kaplı hil’at verme çok eski zamanlara dayanan bir Türk geleneğidir. Padişahların kürklerine bakıldığında; yaz aylarında bile kürk giydikleri fakat kürklerin cinslerinin mevsimlere göre değiştiği görülmüştür. Özellikle sultanlar merasimlerinde, elçi kabul ettiklerinde ve halka göründüklerinde kapaniçe dedikleri seraser kumaşları kullanmışlardır. Bu kumaşlar tilki kürkü ile kaplanmış, önleri altın, yakut, elmas, zümrüt gibi değerli taşlarla süslenmiştir. Kapaniçelerin değerli kürklerinin yeni bir kaftana kaplanmak üzere söküldüğü bazı kaynaklardan anlaşılmaktadır (Kopan, 2008: 78).

Osmanlıda başlıklar süslenecek kullanılmıştır. Genellikle fes erkekler tarafından kullanılmıştır. Çoğunlukla sade fes kullanılsa da işlemeli olanlarını da kullanmışlardır. Kadınlar ise feslerin kenarlarına yazma, yemeni gibi örtüler sararak süslemişlerdir. Fes dışında başka başlıklar da vardır. Bunlar; taç, mücevherler ile süslenmiş kumaş veya madeni başlıktır. Tuzak, madeni süsler takılmış, kumaş ile yapılan bir kadın başlığıdır. Tepelik, köylerde yaygın bir şekilde çevresine altın ve gümüş paralar takılarak giyilmiştir. Hotoz ise daha çok İstanbullu kadınların ev içinde taktıkları ön tarafına elmas, çeşitli oya veya tüy takarak kullandıkları başlıklardır (Özel, 1992: 19).

Osmanlı toplumunda işleme sanatına oldukça önem verilmiştir. Giyim-kuşam, aksesuarlar, örtüler, çadır hatta askeri teçhizat gibi çok geniş bir uygulama alanında işlemler kullanılmış, ağır ve hafif işlemler olarak sınıflandırılmıştır. Ağır işlemler, genellikle kadife ve deri kumaşlar üzerine sim teller ile atölyelerde yapılmıştır. Hafif işlemler ise hanımlar tarafından pamuklu, keten ve ipekli kumaşlar üzerine renkli iplik ve simler ile uygulanmıştır. Ayrıca her genç kızın yetiştirilmesinde işleme yapmanın öğretildiği ve bu bilginin büyük öneme sahip olduğu bilinmektedir (Harmankaya ve Güzel, 2008: 677).

Osmanlı kadın giyiminde iki etek entariler; kadife telli hare denilen ipekliden dikilmiş ve etek kenarları sırma ile işlenmiştir. Üç etekler ise genellikle seraser, kadife, bindallı, atlas, gibi işlemeli kadifeler veya çizgili kumaşlardan dikilmiş, düğün ve tören kıyafetleri ağır ve değerli kumaşlardan hazırlanmıştır. Bu elbiselerin bel kısmına çoğunlukla değerli ve süslü kemerler takılmıştır. “holta” diye adlandırılan entarinin aynı kumaşından dikilen ve işlemleri bulunan şalvar giyildiğinde ise üç eteğin ön etek uçları kemere takılarak, holtanın işlemleri ortaya çıkartılmıştır (Sanal 4, 2018: 1). Önemli müzelerde korunan Osmanlı kaftanlarında bulunan applike ve işleme teknikleri kullanılarak yapılmış desenler oldukça etkileyici ve göz doldurucudur. Kaftan kumaşlarının yanı sıra astar süslemelerinde de applike tekniğinin kullanılmış olduğu görülmektedir (Kozbekçi, 2017: 208).

İngiliz Moryson, bir seyahatnamesinde Osmanlı kadın giyimini anlatmıştır. İnce bezden elbise giydiklerini, elbiselerin eteklerinin ipek iğne işi ile işlendiğini ve açık renk deriden ve üzerleri inci, altın, gümüş gibi değerli taşlar ile süslü ayakkabı ve çorap giydiklerini, kulaklarına ise inci küpeler taktıklarını tasvir etmiştir. Pul, boncuk ve inci işlemeli kadın giysileri saray dışındaki uzman terziler tarafından yapılmıştır. Pul, boncuk ve sırma Türklerin en iyi kullandığı işlemlerdir. Osmanlı döneminde bu işlemler için en iyi yerin Beyazid da Simkeşhane olduğu belirtilmektedir (Harmankaya vd., 2012: 630).

Osmanlı devletindeki sarayda giysilerinin üzerleri çeşitli el sanatları teknikleri ile kaplanmış, dokumaların yüzeylerine olağan üstü gösterişli olacak şekilde sırmalar, altın, gümüş gibi değerli parçalar kullanılmıştır (Uğurlu, 1992:

326). Osmanlı dönemindeki bir seramik tabakda görülen kadın figürünün mavi renkte bir tunik, kırmızı şalvar giydiği ve belinde toplanan mavi beyaz kuşağın kırmızı bir iğne ile toplandığı görülmüştür. Başka bir tabakda çizgili bir kumaştan kuşak ve başında çiçekli başlık bulunur. Ayrıca yakasız yarım kollu önden açık kaftan giyildiği ve kaftanın üzerinde çarpastlar olduğu betimlenmiştir (Çobanlı ve Kanışkan, 2013: 97).

Osmanlı İmparatorluğunda kadın ve erkekler için hazırlanan önemli gün ve tören giysilerinin yaka, kol ağzı, etek ucu v.b. kısımlarında kordonlar ile yapılmış süslemeler kullanılmıştır. Saray giyimini kendisine her zaman örnek alan halk giyiminde kordonla yapılan süslemelere sıklıkla rastlanmıştır. Kenar süslemelerinde kullanılan kordonlar, saç örgüsü ve balıksırtı şeklinde örecek kullanılmıştır (Can, 2018: 35).

Selçuklular, Tunahanoğulları ve Artukoğulları kumaş süslemeciliğini geliştirerek Osmanlıya getirmiştir. Osmanlı döneminde ise en yüksek seviyeye ulaşmıştır. Figür olarak hayvan, gökteki yaratıklar ve bitkiler kullanılmıştır. Madalyonlar ve yazılarda kumaş üzerine güzel bir şekilde işlenmiştir. Türk kumaşları renkleri ve desenleri ile hayranlık uyandırmıştır. “Yünlü”, “sunî”, “pamuklu” ve “ipekli” olarak sınıflandırılmışlardır (Talas ve Aksoy, 2006: 465,466).

Osmanlı “saray kumaşları” çok zengin desen içeren, sultan ailesi ve saray mensupları için dokunan kumaşlardır. İpek iplik ile birlikte gümüş, altın ya da alaşımli gümüş teller ile desen yapılarak süslenmiştir. Kıymetli madeni tel kullanımı saray kumaşlarının özelliğidir (Gürcan, 2016: 228). Osmanlı kumaşlarında renk ve desen çeşitliliği dikkat çekmektedir. XIV. Yüzyılda kumaşlar büyük motifler ve çok canlı renkler içermektedir. Bu kumaşlarda iri kozalak, çınar yaprağı ve nar motifleri belirgin şekildedir (Sanal 6, 2018: 1). Hatai grubundan olan stilize çiçekler, Kanunî Sultan Süleyman zamanında hançer yaprağı olarak bilinen kıvrık yapraklar ile birlikte farklı kompozisyonlarda yer almış ve dokuma tekniği oldukça zor olan kemha kumaş desenlerin de başarılı bir şekilde uygulanmıştır (Mert, 2008: 28).

Osmanlı döneminde saray kumaşları, sarayda yapılan süsleme programına tabi olmuştur. En çarpıcı özellikleri desenleri ve kontrast renkleridir. Desenlendirme yapılırken “monoton ana şema” ve “şemanın içindeki motiflerin oluşturduğu kompozisyonlar” yapılmıştır. Bu kompozisyonlar Osmanlı saray kumaşlarının uzaktan bile fark edilmelerini, farklı ve özgün olmalarını sağlamıştır (Alpat, 2010: 47). Türk kumaşlarında en çok kırmızı tercih edilmiştir. Mavi, yeşil, beyaz bej, siyah, ve nihayet altın rengini andıracak sarı renkler, kırmızıdan sonra en çok tercih edilen renkler olmuştur. Bal rengi vesüryanî denilen, koyu fındıkiye benzeyen bir renk olan aseli rengi de kumaşlarda yer almıştır. Doğanın sınırsız kaynaklarından ve kendi gelenek ve göreneklerinden esinlenerek geliştirilmiş olan Türk kumaşı süsleme sanatı Osmanlı döneminde sonsuz bir alan haline getirilmiştir (Talas ve Aksoy, 2006: 466). Kutnu kumaşların, Osmanlı’daki kullanım alanı oldukça geniştir. Kutnu ile yapılan kadın giysilerinin ön kısmı açık, yanları yırtmaçlı, içi astarlı ve kenarlarına harçlar ile süsleme yapılmıştır. Günümüzde Anadolunun çeşitli yerlerinde geleneksel törenlerde halen kutnu giyilmektedir. Bu desenli kumaş, kürklerin astarlanmasında ve dekoratif amaçlı olarak kanepeler, perde, yastık örtülerinde de görülmektedir (Gürkan, 2016: 225).

15. yüzyılda hızlı gelişme gösteren Türk kumaşçılığı 16. yüzyılda zirve dönemini yaşamıştır. Avrupa ve hatta İran pazarlarında hakimiyet kurmuştur. İstanbul’da bulunan tezgahların sayılarında Kanunî Sultan Süleyman döneminde çok fazla artış olmuş ve sayılarının tahdidi için ferman çıkarılmak zorunda kalınmıştır (Talas ve Aksoy, 2006: 465). Bu yüzyıllarda Osmanlıda süslemede en parlak dönemlerini yaşamıştır. Giysilerde danteller ve fistolar sıklıkla kullanılmış, erkek ve kadınların iç giysilerinde zengin süslemeler görülmüştür. Selçuklular zamanında gelişen ipekçilik Osmanlı döneminde en parlak zamanını yaşamış ve Bursa ili ipekçiliğin merkezi haline gelmiştir. Bu yüzyıllarda işleme sanatının en güzel örneklerine oldukça fazla rastlanmaktadır. Bu işlemler, giysilerin üzerine renkli ipek iplik, gümüş ve altın metal iplikler kullanılarak, kordon yürütme, metal plaka, aplike, kordon tutturma, dival işi gibi teknikler ile yapılmıştır. Kumaş olarak atlas, kadife ve ipek daha çok kullanılmıştır (Koçhan, 2007: 24).

16. yüzyılda saray halkının giysileri saraya özel terziler tarafından dikilmekte ve kumaşların kalitesi, süslemeleri ve özenli işçilikleri ile halkın kullandığı giysilerden ayrılmaktadır. Bu dönemde kadınlar üçetek, önden açık elbise, bu elbiselerin içine ise etek-gömlek ve iç elbise giymiştir. Elbiselerin belinde altın, gümüş ve değerli taşlarla süslenmiş kemerler takılmıştır. Baş kısımlarına 'hotoz' denilen başlıklar takılmış ve dış giysi olarak ferace kullanılmıştır (Taştepe, 2014: 9). 16.yy.'da işlemlerde altın ve gümüş metal iplikler, doğal boyalı ipek iplikler kullanılmış ve işleme çeşitlerinden pesent ve pesent iğnelerinin yoğun kullanıldığı, sarma ve hesap iğnesinin ise daha az kullanıldığı görülmüştür. İşlemlerde ayrıca somut, soyut ve karma konulu bezemeler bulunmakta ve domates kırmızısı, mercan rengi, turkuaz türbe yeşili, bej gibi renkler sıklıkla kullanılmıştır (Köklü, 2012: 75).

16.yüzyıl dokumacılığın en verimli dönemi olmuştur. Giysiyi gösteren kumaş olduğu için dokumaların kalitesi giysilere ihtişam olarak yansımış ve kumaşlarda küçük desenler ve çeşitli renkler kullanılarak süslenmiştir. Kumaş kalitesinin bozulmaması için kumaşların tel sayıları, boyları, cinsleri sürekli devlet tarafından kontrol altında tutulmuştur (Ocakoglu, 2018: 1540).

17.yy.'da işlemler incelendiğinde; pesent ve hasır iğnelerinin artış gösterdiği, sarma, civan kaşı ve balıksırtı iğne tekniklerinin kullanıldığı görülmektedir. Bir önceki yüzyıla göre iğne sayısında artış gözlenmiş ve ürünün üzerinde iğne sayısı üçü geçmemiştir. İşlemeli üründe renk sayısı beşi geçmemiş ve naturalist veya sürrealist renklendirmeler uygulanmıştır (Köklü, 2012: 76). Kumaş desenlerindeki azalmalar ve kalitenin bozulmasına rağmen 17. yüzyılda da gösteriş devam etmiştir. Osmanlı döneminde asıl değişiklik 1703-1730 da Sultan III. Ahmed zamanında ki batılılaşma çalışmaları ve Lâle Devri ile oluşmuştur (Taştepe, 2014: 9).

Özellikle Osmanlı zamanında deri önemli ve stratejik bir malzeme olmuştur. Meşhur seyyah Evliya Çelebi'nin seyahatnamesinde 16. ve 17. yüzyıllarda deri terbiyesi ve eşyası yapanlarla ilgili bilgilere rastlanmaktadır. İmparatorluğun çeşitli yerlerinde çeşitli derilerin imal edildiği ve bu derilerin renk, kalite ve süsleme açısından üstün özelliklere sahip oldukları açıklanmıştır. Deri sanayinin en ileri merkezi olan İstanbul'da deri üretimi, tüketim ihtiyacına yeterli gelemediği için

Rumeli ve Anadolu'nun önemli dericilik merkezi olan şehirlerinden tüccarlar vasıtası ile İstanbul'a getirildiği bildirilmektedir (Kopan, 2008: 67,70).

17. yüzyılın ikinci yarısından sonra Osmanlı devletinin gerileme dönemine girmesi ile ekonomi zayıflamaya başlamış, kumaşlarda altın ve gümüş tel kullanımı azalmıştır. Desenler, renkler sadeleşmiş ve giysilerde batı etkisi görülmeye başlanmıştır. Kadınların üst elbiselerinin kenar kısımları şeritler ve saçaklar kullanılarak süslenmiştir. Üst elbiselerinin üzerine kısa ya da uzun kollu kaftanlar giyilmiştir. Zengin kesimde ise giysilerin üzerine içi kürklü üst kaftanları giyilmiştir (Ocakoglu, 2018: 1540,1541).

Osmanlı kültürüne, 18. yüzyılda batı etkilerinin girişinin hızlanması sonucu kumaşlardan kıyafet detaylarına kadar her konuda geleneksellikten uzaklaşmaya başlanmış ve yerli terzilerin yerine batılı modacılar ve moda evleri gelmiştir. Elit kesim ölçüye göre giysi diktirmeye başlamıştır. Hazır giyimin ve her türlü eşyanın satıldığı mağazalar Galata'da sürekli açılmaya devam ederek değişen yaşam şeklinin habercisi olmuştur (Tezcan, 2010: 551).

18.yy da batı ile yakınlaşma sonucunda işlemler yeni bir boyut kazanmıştır. İnce, yollu, kalın keten ve pamuklu dokumalar görülmeye başlanmıştır. 19.yy'da işlemlerde kullanılan renk çeşitliliğinin oldukça arttığı gözlemlenmektedir. 20.yy'da ise savaşlar, ekonomik krizler ve makinenin işleme sanatında yer alması nedeni ile 19.yy'ın konu, renk, teknik vb. özellikleri kullanılmıştır (Köklü, 2012: 76).

19. yüzyılda Osmanlı'nın geleneksel kıyafet biçimleri değişmiştir. 1828'de yayınlanan bir nizamnameyle yapılan kıyafet değişikliği ayrıntılı şekilde anlatılmış, yüzyıllardır giyilen kaftan kaldırılmış, kimin ne giyeceği bu yasayla belirlenmiştir. 19. yüzyıl halk giysilerine bakıldığında düz, ince ve kalın çubuklu yollu ve basit küçük çiçekli kumaşlar ya da ikat tekniğinde boyanarak kumaşların süslendiği görülmektedir (Sanal 7, 2018: 1). Rumi motifler Selçuklu sanatından devralınmış, 20.yüzyıla kadar dekoratif sanatların tümünde değişik kompozisyonlarda kullanılmıştır. Hayvan postları da ilham kaynağı olmuş, özellikle çatma kaftan kumaşlarında güç ve iktidarı simgeleyen nitelikte motifler kullanılmıştır. Saray

kumaşlarının süsleme motiflerinin arasında uzakdoğu kökenli çintemani (çin bulutu) motifi, pars beneği, kaplan çizgisi ve çok fazla natüralist uslûptaki çiçek ve bitkisel bezemeler kullanılmıştır (Sanal 6, 2018: 1).

Son yıllarda Osmanlı dönemi kıyafetleri, motif ve desenleri görsel medya yoluyla ön plana çıkmış, saray desenlerine olan talebi artırmıştır. Bu doğrultuda firmalar Osmanlı döneminden esinlenerek tasarımlar oluşturmaya başlamışlardır (Soysaldı vd., 2016: 14,15).

2.4. Giysi Tasarımında Süsleme

2.4.1 Kişiyeye Özel Giysi Tasarımında Süsleme

İçinde bulunduğı zamanın insanını, ruhunu ve yaşam tarzını giysiler ile anlatan moda tasarımı, aynı zamanda kumaşların insan bedeni ile diyalogudur. Giysinin formunu biçimlendirirken kalıp, dikiş ve kumaş insan bedeninin üzerinde bir strüktür şekillendirir. Moda; oluşturduğu konseptle yeniden şekil verdiği kadın ve erkek silüetlerinde giysinin formlarını, desenlerini, renklerini, dokularını ve kumaşlarını kullanarak döneminin estetik anlayışını gösterir (Yetmen, 2016: 737). Ayrıca moda öngörülen veya kabul edilen stil olarak da adlandırılmaktadır. Çoğu zaman moda bir stili bazende birçok farklı stili aynı zaman diliminde kullanılabilir hale getirmektedir (Picken, 2015: 56).

Modanın giyim üzerine olan etkisi oldukça güçlüdür. Kişiler farkında olmadan da modayı takip etmektedir. Moda seyrine göre insanların psikolojik durumunu veya bireysel ihtiyacını gidermeye çalışmakta ve günün moda anlayışındaki yenilikler ile giyeceklerini bağdaştırmaktadır (Şahin, 2009: 19).

Geçici bir yenilik olarak kullanılan modayı kısacası üç tanımla ele almak mümkündür:

- 1- Topluma süslenme ve değişiklik ihtiyacı ile giren geçici bir yenilik,
- 2- Belirli süre aralığında ilgi gören toplumsal beğeni ve bir şeye karşı duyulan aşırı düşkünlük hissi,

3- Belirli süre aralığında toplumun beğenisine ve yeniliğe uygun olandır. (Pamuk, 2009: 10).

Modanın nasıl ve ne zaman başladığına dair birçok kaynakta farklı bilgiler bulunmasına rağmen, giyinmenin çok eski çağlarda, incir yaprağından ya da hayvan postundan başlayan gelişim süreci tüm kaynaklarda ortak şekilde yer almaktadır. Giysiler ikinci bir deri olarak görülmüş ve ihtiyaçtan dolayı kullanılmıştır. Fakat insan sayısının artması, süslenme ve farklı olma arzusu zamanla giyime farklı şekiller katmıştır. Toplumda diğer insanlardan farklı ve ayrıcalıklı olduğunu belli etme yöntemi olarak; giysinin üzerinde taşıdığı nesnelere, takılara, şapkalar ve giysinin özellikleri kullanılmıştır (Pamuk, 2009: 11). Moda tasarımcıları doğa tarafından biçimlendirilmiş insan bedenini yeniden taklit ederek ikinci bir ten gibi kaplayan giysi tasarımı yaparlar ve bir konsept oluşturarak insanın hikâyesini anlatırlar (Yetmen, 2016: 737).

Haute Couture, modanın elit sektörüdür. Yüksek düzey terzilik anlamı taşımaktadır. Terzilik sanatının ustalık hali ve ölçüye göre dikim ilkeleri ile tanımlanmaktadır (Mackenzie, 2017: 138). Haute Couture kelimesi Fransızca'dan gelmektedir. Özel tasarım elbise ve kişinin zevkine göre tasarlanmış giysilerdir. Tam kelime karşılığı ise "ısmarlama"dır. Kelimelerine ayrı ayrı bakıldığında Haute kelimesi, muhteşem, zarif, şık ve yüce anlamındadır. Couture kelimesi ise elbise dikmek ve dikiş veya iğneyle işlemek anlamındadır. Bu iki kelimenin birleşmesi ise giyim alanında kusursuz bir tekniğin ve sanatçılığın ifadesidir (Sanal 8, 2018: 1). Üst kesime hitap eden, vücudu en iyi şekilde saran, kumaş ve malzemeleri kaliteli olan haute couture, yapımı esnasında çok fazla zaman ve emek alan bir çalışma tarzıdır (Şahin, 2009: 22).

Haute Couture 18.yy da Rose Bertin ile resmi olarak başlasada, Charles Frederick Worth Haute Couture sanatının öncüsü olarak bilinmektedir. Worth İlk moda gösterisini Couture evinde sunarak terzilik anlayışına resmi olarak yeni bir boyut kazandırmıştır. Bugün aktif olarak tasarım yapan Couture evleri Valentino, Versace, Chanel, Dior, Givenchy, Balmain, Balenciaga, Lanvin ve Yves Saint Laurent' dir (Damar, 2016: 5).

19. yy da Haute Couture endüstrisini kuran ve şekillendiren kişi olan Charles Frederick Worth'ün tasarımlarının özgünlüğü, üstün becerileri ona moda endüstrisinde önemli bir statü kazandırmıştır. Worth'ün tasarımlarının en önemli özelliği bol malzeme kullanması, ayrıntılı süsleme yapması ve dökümlü kuyruklardır. Özellikle ön tarafı düz ve arkası kabarık krinolin Charles Frederick Worth'ün buluşudur. Bunun yanı sıra Worth tasarımlarında nakış, işleme ve volanı da sıkça kullanmıştır. 1868 yılında Worth tarafından kurulan elistist Paris Haute Couture endüstrisinin 1939'da 70 üyesi bulunmaktaydı. Günümüzde ise sadece 11 üyesi ve ikinci derece dört muhabir (yabancı) üyesi kalmıştır. Bu istatistikler bir zamanlar moda sektörünün en gözdesi olan Haute Couture'ün tükenmek üzere olduğunu göstermektedir. Bunun nedeni ise astronomik fiyat etiketleri, üye terzilerin uyması gereken sıkı kurallar, rekabetçi ve çeşitlendirilmiş pazarlardır. Haute Couture 1950'lerden itibaren gözle görünür biçimde iniş halinde olmuştur. Yves Saint Laurent'in, Versace'nin, Emanuel Ungro'nun ve Valentino'nun emekli olması Haute Couture sektörünün yok olması kaygısını arttırmıştır (Mackenzie, 2017: 42,138).

Haute Couture terimi günümüzde halen Fransa hükümeti tarafından korunmaktadır. Tasarımcıların Chambre Syndicale de la Haute Couture (Haute Couture Sendikası)'na girebilmesi için sıkı kurallar gerekmektedir. Atölyenin Paris'te olması, yılda iki koleksiyon hazırlanması, her koleksiyonun içinde gece ve gündüz kıyafetlerinin olduğu 50 yeni ve özgün tasarım bulunması, müşterinin kendi ölçülerine göre giysilerin dikilmesi, provaların yapılması, en az 20 kişinin çalıştığı bir atölyeye sahip olunması ve her parçanın atölyede el işçiliği ile yapılması gereklidir (Mackenzie, 2017: 138).

Haute Couture daha çok süslemelerden oluşmaktadır. Süslemeler yüksek kalitede, detaylı ve el işçiliği ile yapıldığından dolayı çok zaman almakta ve süsleme detaylarının yapımı için atölye dışındaki ustalardan da yardım alınmaktadır. Örneğin; Couture bir ceketin her bir boncuğunun işlenmesi el ile yapıldığından genellikle 100 saat kadar sürmekte ve oldukça yüksek fiyata satılmaktadır. Ünlü Fransız süslemecisi olan Francois Lesage Haute Couture deki rolünü; bizim işimiz bukalemun olmaktadır.

Çizim bize gelir ve biz ona yorum katarız. Haute Couture tasarımcıları birer mimardır ve bizde dekoratörleriz olarak tanımlamıştır (Damar, 2016: 6).

Moda, mimari, sahne tasarımı gibi birçok disiplin estetiğe, duyulara, zevklere hitap etmekte ve bu benzeri alanlar birbirlerinden sürekli beslenmektedirler. Özellikle insan ve mekân ilişkisi bağlamında mimarlık ve moda, tasarım sürecinde ortak paydalar barındırmaktadır. İkisinin de temelini insan oluşturur. Moda tasarımı insan bedenini çevrelerken, mimarlık ise insan bedeninin yaşadığı mekânı kapsar (Tavşan ve Sönmez, 2018: 157,158). 13. yüzyılda, fazla soyutlama yapılmadan tasarlanan giysilere direkt olarak aktarılan süslemeler, günümüzün “mimari moda” kavramının temelini oluşturmuştur. Tasarımcıların sıkça başvurduğu, mimariden etkilenme düşüncesinin önemi Coco Chanel'in “Moda Mimaridir: Ölçüler Meselesidir” sözleriyle anlatılmaktadır (Güldür ve Bayram, 2016: 61).

Moda ve mimarlığın ortak özelliklerine bakıldığında malzeme, detay, renk, doku gibi tasarım öğeleri yer almaktadır. Her iki disiplinin ortak kavramı yaratıcılıktır. Moda, mimarlık gibi bir çeşit anlatım dili ve sanat olarak kabul edilmektedir. Birbirlerinden esinlenerek ve ilham alarak birbirlerine çok yönlü yardımcı olmaktadır. Moda tasarımcıları ve mimarlar günümüzde ortak projeler oluşturmaktadır. Bazı mimarlar moda tasarımcıları için koleksiyonlarının sergileneceği binaları tasarlarırken, tasarladıkları yapıları bu markaların tasarım çizgileriyle yorumlamışlardır. Birçok moda tasarımcısı da koleksiyonlarını mimari prensiplere göre biçimlendirirken tasarımları beden üzerine inşa edilmiş yapılar gibi görünmektedir (Güldür ve Bayram, 2016: 60,61).

Mimari ve moda işbirliğini sağlayan asıl etken süslemelerdir. Baskı, desen, motif ve yüzey kuruluşları gibi mimarinin teknotik anlayışı giysileri ve tekstil yüzeylerini yeniden biçimlendirmektedir (Gezer, 2008: 25,27). Moda, eteklerin kasnaklar ve kafesler kullanılarak üst boyutlara kadar genişlediği ortaçağ yıllarından fabrika bacalarına benzeyen silindir şapkaların endüstriyel devrimin sembolü haline geldiği 19. yüzyıla kadar yayılan stil ve yorum çeşitliğinde referanslarını çoğunlukla mimarlıktan almıştır. Bazı mimarlar, mimari yapı süslemelerini kadın giysilerindeki pililere, büzgülere ve kurdelelere benzetmişleridir (Açımuz, 2013: 10).

Özellikle kostüm tasarımcıları, mimarinin detaylarından ve üslubundan etkilenererek tasarımlarını yönlendirmişlerdir. Barok dönemin, volanlara, ihtişamlı drapelere, şapkalara, gotiğin sivri kuleleri ise elbiselerin kollarına ve ayakkabıların burunlarına kadar mimari, giyimin her detayında kendini yansıtmıştır. Mimarlar; isteklere, hızla değişen yaşam ve kimlik değişimlerine nasıl uyum sağlıyorsa moda tasarımcıları da bunlara uyum sağlayarak tasarımlarını oluşturmaktadır. Son dönemlerde meslek eğitimleri mimarlık olan modacıların mimari bilgilerini tekstil alanına yansıtarak sanat ve moda ilişkisinin, gerçek uygulamalara dönüştürülmesini sağlamıştır (Gezer, 2008: 24,25).

Charles Frederick Worth'un Art Nouveau hareketinin izleri Paris mimarisindeki korkulukları süsleyen ferforjelerin kıvrımları, gece giysilerinde hissedilmektedir. Bu moda ve sanat ilişkisinin en güzel örneklerindedir. Sanat alanlarının moda ile birlikteliği modacıların ve sanatçıların çoğunun eserlerinde de açık bir şekilde görülmektedir (Koca ve Koç, 2012: 66).

Moda sosyologları, haute couture de yaratılan görsel etkinin giysinin en önemli yönü olduğunu ve bir imaj yarattığı için görsel sanatların bir formu olarak görülmesi gerektiğini düşünmektedirler (Koca ve Koç, 2012: 66). Kişiyeye özel ve el işçiliği ile görkemli giysiler hazırlandığı için yapılan süslemeler de kişiyeye özel tasarımdır. Haute Couture giysi tasarımında giysiyeye en iyi gösteren unsur süslemeleridir. Genellikle elit ve üst gelire sahip müşterilerin süsleme, renk, aksesuar vb. istekleri doğrultusunda hazırlanmaktadır (Sanal 8, 2018: 1).

Haute Couture tasarımları, kişiyeye özel olup o kişinin vücuduna, beğenisine, hayattaki duruşuna göre sadece bir tane yapılar tasarlandığı için tasarımcılarının yaratıcı, farklılıkları keşfetme, hayal etme, sorgulama, eleştirel düşünme ve akıl yürütme gibi üst düzey zihinsel süreçlere sahip olması gerekmektedir (Koçak, 2013: 10). Yaratıcılık, tasarımda ki en önemli olgudur. Yapılan ürünün özgün olmasını sağlar. Tasarımcının, özgün bir ürün ortaya çıkarması için ilgilendiği disiplinlerdeki teorik bilgileri, yöntemleri ve sembolleri hakkında bilgiye sahip olması yaratıcılığına etkili olacaktır (Koca ve Koç, 2012: 67). Tasarım öğeleri arasında giysi ile ilgili mesajı en çok veren öğelerden biri prensiptir. Özellikle giyside süsleme kullanırken,

tasarımda dantel, sutaşı ve bunun gibi dekoratif süs malzemeleri temel uyumu bozmamalıdır (Çakar vd., 2003: 51).

Giyim süslemede iyi bir tasarım ortaya çıkarmak için süslemelerin çeşitleri, teknikleri, malzemeleri ve uygulamaları bilinmelidir. Süsleme tasarımı yapmak için ilk önce bilmemiz gerekenlerden biri de renkler ve renklerin birbirleri içinde uyumudur. Tasarımın güzel görünmesi için renklerin önemi büyüktür (Kopacz, 2004: 3). Süslemelerin kendi içinde oluşturduğu kompozisyondaki renk uyumu kadar kullanılacak olan giysi ile uyumuda oldukça önemlidir. İnsanlar giysiye baktıklarında ilk göze çarpan şey renktir. Giyim ve renk arasındaki uyum eksik olduğunda kıyafetin rengi ön plana daha çok çıkmakta ve estetik görünümü bozmaktadır (İbicioğlu vd., 2008: 57,59). Diğer bir önemli unsur ise desen ve motifler ile oluşturulan kompozisyondur. Birçok süsleme çeşidinde tekrar ögesi sıklıkla kullanılmaktadır. Tekrarın birleştirici ve bütünleyici özelliği süslemelerde göze güzel gelmekte ve tasarım oluşturmada kolaylaştırıcı bir rol oynamaktadır (Alpaslan, 2003: 68).

Haute Couturede tasarımın anlaşılabilmesi için, zamanlama ve trendler gibi konuların takip edilmesi ve anlaşılması gerekmektedir. Bugün birçok tasarımcı Couture evleri ve kendi hazır giyim markaları için de tasarımlar hazırlamaktadır. Pierre Cardin hazır giyim koleksiyonunu 1959'da sergileyen ilk tasarımcıdır (Damar, 2016: 26). Ayrıca kişiye özel dikilen giysilerin maliyetlerinin yüksek olması, dünya nüfusunun durmadan artış göstermesi, gelişen teknolojinin kullanılarak giyim sektörünün hıza dayalı gelişmesi ve ürün çeşitliliğinin de artması sonucunda "Haute Couture" yerine seri üretim yapan hazır giyim sektörü günümüzde daha çok tercih edilmektedir (Karaarslan, 2015: 7).

2.4.2. Hazır Giyimde Süsleme

Moda; belirli bir zaman diliminde halk kitleleri tarafından kabul gören ve takip edilen giysi tarzlarındaki sürekli değişimdir. Modaya heyecanını veren de bu sürekli değişim, eski eğilimlerin yenilenmesi ve yenilerin oluşturulmasıdır. Modanın değişmesi renk, stil, süsleme, üretim ve performanstaki değişimleri de ifade

etmektedir (Tatham ve Seaman 2003: 6; Ercan, 2010: 3). Modanın tüketicilerin beğeni ve istekleri doğrultusunda sürekli değişmesi, üreticilerin hızlı üretim yapmalarını zorunlu kılmaktadır. Bunun sonucunda “fast fashion” denilen hızlı moda yani modelleri hızlı bir şekilde değişen giysilerin uygun fiyatlar ile pazara sunulması kavramını ortaya çıkarmıştır (Karaarslan, 2015: 7).

19. yüzyıla kadar giysi üretimi aile içinde kadının, toplumda da terzilerin görevi şeklinde devam etmiştir. Endüstri devriminden sonra giysi üretimi toplumun ihtiyaçlarını karşılayamaz hale gelmiş ve giysi üretimi bunun sonucunda bir sanayi dalı olmuştur (Karaarslan, 2015: 7). Günümüzde insanlar çoğunlukla eskidiği için değil modası geçtiği için ürün satın almak istemektedirler. Hazır giyim, tüketicilerin bu isteklerini karşılamakta ve istatistik veriler kullanılarak standart beden ölçülerine göre giysi türlerinin tümünü seri halde üretmektedir (Özkan, 2014: 458).

Hazır giyim dikiş makinelerinin icadı ile güçlenmiştir. Giyim endüstrisi geliştikçe çok zengin insanların sadece kendileri için tasarlanmış olan giysilerini, diğer tasarımcılar kopyalayıp daha ucuz kumaşları kullanarak ve yeniden oluşturularak satışa sunmuşlardır (Giacobello, 2000: 9). Kumaşın giysiye dönüştüğü giyim sektörü, üretimin, dağıtımın ve satışın beraber yapıldığı yoğun bir sanayidir. Hazır giyimdeki ürünler diğer sektörlerdeki ürünlere göre daha fazla değişkenlik göstermektedir. Modanın durmadan değişmesi, nüfusun artması, insanların farklı beğenilere sahip olması ve artan talep sektörün değişken olmasına neden olmaktadır (Çivitci ve Küçükikiz, 2010: 92). Hızlı değişim sonucu hazır giyimde üretilen giysilerin pazarda rakiplerini geride bırakabilmesi için farklı giysi tasarımlarına gereken önem verilmelidir. Böylelikle pazardaki konumlarını ve rekabet güçlerini arttırmış olacaklardır (Şahin, 2009: 46). Hazır giyimde süslemenin önemini bu rekabet gücü oluşturmaktadır. Hazır giyim firmaları, kişilerin tarz ve beğenilerine göre farklı seçenekler sunmakta ve ürünlerinin tercih edilmesi için giysilerinde süsleme, model farklılığı ve kalite ile satış gücünü arttırıcı nitelikte ürünler üretmeye çalışmaktadırlar (Atlamış, 2008: 2).

Ürün tasarımı, hazır giyimde üretimin ilk aşamasıdır. Tasarımın oluşabilmesi için ilk olarak konunun belirlenmesi, ana fikir, plan ve bu planın geliştirme

çalışmaları gereklidir. Ayrıca tasarlanan ürünün işlevsel ve belirlenen hedef kitlenin ihtiyaçlarını, isteklerini karşılar nitelikte olması gerekmektedir (Şahin, 2009: 45). Tekstil ve hazır giyim sektöründe tekstil tasarımı, son yıllarda tasarım etkinliklerinin odak noktası haline gelmiştir. Sektör uygulamaları çok fazla olmasına rağmen bu alanda sezonluk oluşturulan ve trendlerde bireysel yaratıcılık tabanlı, içgüdüsel tasarımın sıklıkla uygulanmasına olanak sağlamıştır. Bireysel yaratıcılık da hazır giyimde süslemeyi daha çok kullanılır hale getirmiştir (Gürüm ve Üner, 2016: 28).

Hazır giyim sektörünün oluşması, farklı tarzlarda seri üretimin yapılması ve giyimde seçeneklerin artması sonucu insanlar ne giysem sorusu yerine moda uygun ne giyebilirim sorusunu sormaya başlamışlardır. İnsanlar güncel modada hangi modellerin, renklerin, çizgilerin ve süslemelerin olduğunu takip ederek giysilerini bu doğrultuda seçmektedirler (Şahin, 2009: 19). Hazır giyim modasındaki yenilik; giysiyi süsleme, farklı kumaş, kalıp ve renk kombinasyonu, bir detayın yeniden şekillendirilmesi, aksesuarın kullanmanın farklı yolları ve ayırt edici bir stille ifade edilmesidir. Bu yenilikler bir sinema filminde, müzik videosunda, moda defilesinde görülmekte ve çeşitli kaynaklar aracılığı ile yayılmaya devam etmektedir (Kireççi, 2015: 19).

Hazır giyimde moda kavramı, zamanın ruhunu ifade ettiğinden dolayı tasarımcılar iyi bir gözlemci kişiliğine bürünmeli, toplumda olan estetik değişimleri gözlemlemeli, insanları izlemeli ve sosyal olmalıdırlar (Jones, 2013: 213). Giysi tasarımlarını oluştururken seri bir şekilde birçok ürün çıkarmaları gereken tasarımcılar farklı ürün çıkarmak için süsleme tasarımlarını kullanmaktadırlar.

Geçmişten günümüze kadar hazır giyim sektöründe kullanılan malzemeler ve üretim yöntemleri tekstilin her ürününde ve ürün biçimlerinin oluşmasında önemli bir yere sahiptir. Üretim yöntemlerinin ve malzemelerin sağladığı imkanlar ile tekstil ürünleri biçimlendirilmiştir. Günümüzde geliştirilen üretim yöntemleri tekstilde daha önce bulunmayan malzemeler, desenler oluşturarak tasarımcılara yardımcı olmakta ve moda dünyasına yenilikler kazandırmaktadır (Akpınarlı ve Seçim, 2018: 192). Tekstil tasarımında kumaşlar süsleme tasarımı için büyük önem taşımaktadır. Estetik bir görünüm için kumaşının cinsine uygun süsleme çeşiti seçmek ve süslemenin

rengini kumaşın rengine uygun belirlemek gerekmektedir (Tain, 2006: 194). Giysi cinsi, giysiye uygulanacak olan süslemeyi belirlemede en önemli etkenlerden biridir. Süsleme yapıldıktan sonra hoş gözükmemesinin yanı sıra giysinin rahat ve kullanışlı olması da önemlidir (Çağdaş, 2002: 31).

Hazır giyimde ürün tasarımından sonra en önemli etken zamandır. Hazır giyim koleksiyonlarının oluşturulması ve tüketicilere sunulması çok hızlı ilerleyen süreçte gerçekleşmektedir. Hazır giyim, kişiye özel değil, belirli bir hedef kitlesindeki topluluğa göre yapılmakta ve çoğunluğa hitap etmektedir. Hazır giyim üreticileri en çok giysinin demode olma durumunu kullanarak, kişilerin taleplerinden daha çok toplulukları, reklamlar yoluyla kendi kazanç ve istekleri doğrultusunda yönlendirmektedir. Tasarımcıların üzerinde oluşturulan zaman baskısı bu yüzden çok yoğundur. Her yıl ocak ve ağustos aylarında, hazır giyim en üst düzeydeki markaların tasarımcıları butiklere ve mağazalara koleksiyonlarını sunmaktadır. Hazır giyimde her zaman topluluğa ve çoğunluğa hitap edilse de, nadirde olsa kişiye özel üretim yapılmaktadır. Kişiye özel giysi anlayışı ile tüketicilerin öneminin farkında olarak bazı özel durumlarda kişiye özel dikim standartlarına yakın bir şekilde ürünler hazırlayabilmektedir (Damar, 2016: 26,28).

Hazır giyim sektörü büyük bir değişim geçirmeye devam etmektedir. Eski gibi perakende mağazaları bir üründen birçok adet üretip doldurmak yerine bugün mağazalarda az sayıda ürün bulunmaktadır. Dünya modasına yön veren tasarımcılar, her sezonda koleksiyon değiştirmek yerine her hafta koleksiyon sunmaktadır. Bu şekilde sektörde kumaşı, süslemesi ve rengi farklı yüzlerce ürün ortaya çıkmaktadır. Hazır giyim firmaları koleksiyonlarında yer alan ürünlerden sınırlı sayıda üreterek hem stok maliyetinden kurtulmakta hem de bu ürünleri satın alan tüketicilerine farklı olma duygusunu yaşatmaktadır. Hazır giyim sektöründeki bu yeni dönem, tüketicilerin istedikleri moda uygun ürünleri tüketici ile daha hızlı bir şekilde buluşturan firmaların kazandığı dönemdir (Atılğan, 2015: 23,24)

2.5. Giyimde Kullanılan Süsleme Teknikleri

2.5.1. Örme Teknikleri ile Yapılan Süslemeler

Makrome: Örme sanatı insanlık tarihi kadar eskidir. İnsanlığın geçirdiği gelişim dönemleri ile paralel değişiklikler göstermiştir. Örücülük teknikleri, elde edilen ürüne, tekniğe ve kullanılan aracın ismi ile anılmaktadır (Ön, 2017: 2). Makrome, elle yapılan ve birçok süs ihtiyaçlarında kullanılan bir düğümlü örgü sanatıdır. Giysilerde, baş süslemelerinde ve çeşitli eşyalarda sim ile yapılmış örneklerine rastlanmaktadır (Seçkinöz vd., 1986: 255). Makrome, Arapça kökenli bir kelimedir. Arapçada “saçak” anlamındadır. İlmik ve düğümlerden yapılmış bir el sanatıdır. Karmaşık görünen makrome aslında en basit öğrenilen yöntemlerdendir. Araç ve gereçte sınırlaması olmadığı için orataya yaratıcı modeller çıkarmayı sağlamaktadır (Meilach, 1985: 3).

Tekstil ve örme sanatının ilk basamağı olarak görülen makrome, moda dünyasında giyimden dekora her alanda kullanılmaktadır. Yapımında her çeşit lif ve ip kullanıldığı gibi estetik görünmesi içinde farklı materyaller ile birlikte kullanılabilir. Düğümlenme işlemi elle yapılsada düğümlerin düzgün olması ve ipliklerin gergin durması için bazı durumlarda makrome tahtasına ihtiyaç duyulmaktadır. Makrome tekniğinde çok fazla düğümlenme tekniği vardır. Fakat en çok sarma ve karma düğüm teknikleri kullanılmaktadır (Sanal 9, 2018: 1).

Dantel: Geçmişten günümüze bir eşyayı süslemek için kullanılan bir objedir. İhtiyaç amacından daha çok süslenmek duygusu ile üretilmektedir (Sanal 10, 2018: 1). Dünyanın varoluşu ile birlikte örücülük sanatı da bitkisel materyaller kullanılarak başlamış ve çeşitli ipliklerin kullanımı ile devam etmiştir. Örücülük sanatı, doğudan İspanya'ya getirilmiş daha sonra İskoçya, İngiltere ve Avrupa ülkelerine yayılmıştır. İspanya ve İtalya'da 12-16. yüzyıl aralığında örücülük sanatı gelişmiş ve ipeğin batıya 16.yüzyılda ulaşması ile örücülükde ipek iplik kullanılmıştır. 17.yüzyılda ise Avrupa ülkelerine pamuğun gelmesi ile tığ örücülüğünde gelişmeler olmuş ve “beyaz örgü” denilen danteller oluşturulmuştur (Akpınarlı ve Seçim, 2018: 193). Farklı tarihi belgeler ise dantelin ilk olarak Mısırda iplikler birbirine dolanarak yapıldığını

söylemektedir. Kadınların en çok kullandığı ve yaptığı el sanatlarından olan danteller el düğümü, şiş, tığ, mekik ve firkete ile yapılarak, çeşitli iplikler ve renkler ile farklı kompozisyonlarda uygulanmaktadır (Ölgen ve Çaltılı, 2012: 6).

Günümüzdeki “dantel” eskiden halk arasında “tentene” olarak bilinirdi. 1594 yılında Fransız Akademi sözlüğüne “dantel” olarak geçmiş ve diğer diller içinde kabul edilmiştir. Tığ yardımı ile iki yönde gidilip dönülerek ya da tek yönde örülerek çeşitli motiflerde, incelik ve kalınlıklarda ürün meydana getirilmektedir (Ön, 2017: 2).

Tığ ile yapılan dantel fitil, iplik veya telden kumaş dokumak amacıyla kullanılan bir yöntemdir. Bir zincir oluşturmak için tığın üzerinden ilk ilmekten çekilerek yeni ilmek elde edilecek şekilde tekrarlanır. 1830’larda popüler hale gelmiş ve halen şapka, giysi, çanta ve şal örmede süsleme olarak kullanılmaktadır (Ambrose ve Harris, 2012: 254). Adını üzerinde çalıştığı çengele borçlu olan tığ işi, sadece kolay ve huzurlu değil aynı zamanda hızlı sonuçlar da üretmektedir. Süslemenin yanısıra giysilerin ve ev eşyalarının düzeltilmesi için de kullanılmaktadır (Dillmont, 1996: 278).

Elbiseler, gelinlikler, iç giyim ve kıyafetlerde birçok farklı şekillerde danteller kullanılmaktadır. Dantellerin ince detaylara ve yoğun dokuya sahip çok fazla çeşitleri bulunmaktadır (Diamond ve Diamond, 1997: 288). Dantelin, teknolojik gelişmeler sonucunda ve zaman içinde kompozisyon, teknik ve materyal özelliklerinde değişiklikler olduğu görülebilir (Akpınarlı ve Seçim, 2018: 195).

Oya: Oyacılık oldukça eski zamanlara dayanan bir örgü sanatıdır. Anadolu kadınının günümüze taşıdığı ve ören kişilerin zekasını ve estetik görüşünü bugüne aktaran, süslemek amacı ile yapılan geleneksel el sanatları ürünüdür. Oyalar somut olmayan kültürel bir değerdir. Herhangi bir renk ve sanat eğitimi almadan Anadolu kadınlarının yapmış oldukları oyalarındaki estetik ve uyum takdire değerlidir. Genellikle kadınların çeyiz ve boş zamanlarını değerlendirme amaçlı yaptıkları oyalar en çok baş örtüsü ve giysi süslemede kullanılmaktadır (Güzel, 2015: 93,94).

Oya, giysilerin kenar kısımlarına işlenen kenar işlemesi ve süstür. Aynı zamanda renkli bir ibrişimden iğneyle araları oluk olarak kafes gibi yaprak veya çiçek şekillerinde örülen bir işlemdir (Gülensoy, 2007: 99). Oyalar, süslemek , süslenmek amacı ile iğne, mekik, firkete, tığ gibi aletler ile yapılan tekniği örgü olan el sanatlarıdır. Oya çeşitleri kullanıldığı alete göre adlandırılmaktadır (Keçici, 2013: 21). İğne oyasının temelini oluşturan zürefadır. İpliğin iğnenin üzerine dolanıp, iplik halkasının içinden çekilmesi ile oluşan düğümler zürefayı oluşturur. Zürefanın tekrar edilmesi ile oluşan ilmeklerin üst üste bağlanması sonucu ise iğne oyası meydana gelmektedir (Zengin, 2014: 12). Giysilerde kullanılan bir oya çeşiti de tığ oyasıdır. Tığ ismi verilen ucu kancalı alet kullanılarak yapılan ilmeğin içinden başka bir ilmek çıkararak oluşturulan örgüdür. Bu şekilde desenler oluşturmak mümkündür. Tığ ile çeşitli ara, kenar su ve motifler yapılmaktadır (Onuk vd., 1998: 8).

İnce örgüler grubuna giren iğne oyası (çiti), giysilerinin vazgeçilmez öğelerindedir. Genellikle eski dönemlerde iç gömleklerin yakasında, kolunda, etek ucunda ve üç eteklerin kenarlarında kullanılmıştır. En yoğun olarak baş örtülerinin kenarlarında kullanılmaktadır. Farklı şekil ve ölçülerde yapılan oyalara, hemen hemen her yörede kullanıldığı bilinmektedir (Koç, 1999: 401).

2.5.2. İşleme Teknikleri ile Yapılan Süslemeler

İşleme, iki kumaşın birbirine tutturulmasının yolu aranırken ortaya çıkan bir sanattır. Kumaşların kenarlarının atmasını önlemek için yapılan pekiştirme ihtiyacı da işleme sanatını meydana getiren sebeplerdendir (Sürür, 1976: 8). İşlemeler, giyim süslemede oldukça önemli bir yere sahip olan ve aynı zamanda el işçilikleri arasında oldukça emek, zaman ve sabır gerektirdiğinden dolayı takdir edilen güç bir sanattır (Algül, 2007: 10). Çok eskilere dayanan işleme sanatında Babil yazma eserlerinde işleme aracı olarak iğnenin, işleme yapmak için kullanıldığını belirten bilgilere ulaşılmaktadır (Sözen ve Güner 1998: 198).

Suzeni (İlme-Kasnak İşi): Suzeni, teknik bakımdan bir yüzlü işlemler grubuna girer. İşlemenin ön tarafı ilme yani zincir görünümünde arka tarafı ise makine dikişi gibi görünmektedir. İççe geçmiş zincirler ile desen tamamen kaplanır.

Tekniğin iyi uygulanması için işleme yapılacak desenin genellikle yuvarlak hatlı olması tercih edilmektedir. İsteğe ve kullanılacak desene bağlı olarak farklı renk ve tonları rahatlıkla kullanılabilir (Gilik, 2013: 27,29). Elde iğne ve tığ ile ya da makinede çalışılabilen suzeni işini işlemeye başlamadan ilk önce desen kumaşa geçirilmeli, kumaş kasnağa gerilerek çalışılmalı ve işleme esnasında zincir boylarının aynı olmasına dikkat edilmelidir. Yıkamaya uygun olduğu için her türlü giyim eşyasında süsleme olarak kullanılabilir (Akpınarlı vd., 2014: 111,112).

Suzeni tekniğini uygulamak için öncelikle bezin üzerine motif çizilmeli ve bez kasnağa ya da gergefe gerilmelidir. Kasnağın altındaki iplikler, üstten iğne veya tığ yardımı ile çekilerek, zincir halinde motife göre uygulanmakta ve motifin dışında kalan kumaş ise olduğu biçimde bırakılmaktadır. Tığ ile yapılan suzeni, daha çok büyük kumaşlara ve sık dokunuşlu olan her kumaş üzerine yapılabilir. Bu kumaşlar düz kumaş olabildiği gibi çizgili ve kareli de olabilir. İğne ile uygulanan suzeni işi ise eski zamanlarda hayvansal ve bitkisel liflerden yapılmış ince bükümlü iplikler kullanılarak, ipekten yapılmış bürümcük kumaşların üzerine uygulanmaktaydı. Günümüzde ise çeşitli kumaş ve iplik türleri ile de yapılmaktadır. Gelin ve damat çeyizlerinde, giysilerin yaka, kol, etek uçlarında, pantolonların paçalarında, başlıklarda ve yatak ile yorgan örtülerini süslemede kullanılmaktadır (Gürcüm vd., 2019: 226).

Antep İşi: Antep işi, kumaşın iplikleri sayılarak ve motif özellikleri dikkate alınarak bazı en, boy ipliklerin kesilip çekildiği, kalan ipliklerin üzerine çeşitli ajurlar işlenerek oyma etkisi verildiği işleme tekniği olarak tanımlanmaktadır (Polat, 2009: 20). Antep işi işleme tekniği, ipliği sayılabilen kumaşların üzerine farklı renk iplikler ile işlenilmektedir. Motiflerin susma, ince sarma, hesap işi antikasısı ve muşabak iğnesi ile yapılmadan önce pekiştirilmesi gerekmektedir (Dur, 2007: 25).

Antep işlerinin, tam olarak hangi yıllarda başladığı bilinmemekle birlikte ilk olarak Gaziantep'in köylerinde 1850'li yıllarda erkeklerin başlarına giydikleri takkedeki motiflerde ve şehirde daha ince kumaşlarda işlendiği bilinmektedir. Antep işinin olduğu yer kırsal kesimdir. Önceleri nişanlanan genç kız damat elbisesini işleme yaparak süsler ve süslemesinin bittiği zaman evlenme sırası gelmiş anlamına

gelirdi (Sönmez, 2005: 121,122). Antep işleri, işlendiği yörenin ismini alan bir işleme türüdür. Tarihsel gelişim sürecinde genel itibariyle kız çeyizlerinde kullanılan, hediye edilen eşyalar olarak karşımıza çıkmaktadır. Kumaş seçimleri genellikle beyaz ve krem renginde, hakiki ipek, şifon, krep, havayan gibi kumaş türleridir (Öner, 2017: 239).

Maraş (Dival) İşi: İngilizce “Couching” anlamındaki dival nakışı ya da Maraş işi olarak adlandırılan mukavva veya meşinden kesilerek yapılan kalıplar yardımı ile kabartmalı görünüm elde edilen bir tekniktir. Desen, ince deri ya da kartondan hazırlanmış kalıpların üzerine geçirilip daha sonra kumaşa teyellenir. Bunu takiben sırma veya klaptan yüzeyin üzerine sarılarak işleme gerçekleştirilir (Şentürk ve Han, 1992: 185). Bu teknik özellikle tafta, atlas, kadife gibi kumaşların üzerine mukavva kalıp kullanılarak işlenen, desenin kabartılıp kartondan özel bıçağı ile oyularak kumaşa yapıştırıldığı daha sonra kartona gerilip üzerinden yedi kat sim veya sırma ile mumlanmış iplikle karşılıklı tutturularak yapılan işleme tekniğidir (Zayıf, 2013: 24). Karton, işleme sırasında iplik ve kumaşın arasında kalır. Buda desenlerin üç boyutlu bir görünüm almasını sağlamaktadır. Kartonların giyside sürekli kalacak olmasından dolayı bu giysiler yıkanamazlar ve çok ağırdırlar. Bu yüzden özel zamanlarda kullanılan giysilerde, gelin kıyafetlerinde kullanılmakta ve sandıklarda özenle saklanmaktadırlar (Demirbağ, 2016: 292,293).

Maraş işinde kumaş, ön yüzünden sarma gibi arka kısmından ise hiristo teyeli şeklinde görünmektedir. Alt iplik üstten, üst iplik ise alttan görünmemekte ve düğüm kumaş arasında kalmaktadır (Acun, 2008: 27). İşlemeler, “Hesap işleri” ve “Yazma İşlemeleri” olarak tekniklerine göre ikiye ayrılır. Hesap işleri yapılırken atkı ve çözümlü iplikleri sayıldığı için seyrek dokunmuş kumaşlara yapılmaktadır. Yazma işlemeleri ise sık dokunmuş olan kumaşlara işlenmektedir. Maraş işi de yazma işlemeleri sınıfına giren giyim süsleme tekniklerinden hem bir sanat hem de zanaattır. Çok çeşitli kumaşlara uygulansa da işleme ağır olduğundan çok ince kumaşlarda sarkma olabilir. Bu tür durumlarda alttan kumaş takviyesi gerekmektedir. Yoğun bir işleme olduğundan dolayı pamuklu kumaş ile astarlanırlar. Atlas ve kadife tercih edilen kumaş çeşitleridir (Demirbağ, 2016: 292,293).

Bartın İşi (Tel Kırma): Tel kırma (Knot Stitch) çoğunlukla desen ya da motifin çevresini kaplayan ve işlemeyi zengin göstermek için kullanılan bir tekniktir. Bakır veya yassı gümüş iplik ve deliği geniş yassı bir iğne kullanılarak işlenir. Bu işleme tekniği kumaşın iki yüzünde de farklı bir görünüm oluşturur (Şentürk ve Han, 1992: 185). Kumaş ve tül kasnağa gerilip özel iğnesi ile işlenmektedir. Bu tekniğin artı (+) ve çarpı (x) olmak üzere iki puan tekniği vardır. Az yıkanan, iplikleri sayılabilen kumaşlar tercih edilir. Kullanılan madensel teller makineden geçerek şerit haline getirilir ve hakiki altın ve gümüşten yapıldığı gibi bakır üzerine gümüş ve gümüş üzerine altın kaplanmış olanlarında bulunmaktadır (Karaçorlu, 2013: 24,25). Farklı ve güzel bir işleme çeşidi olan tel kırma günümüzde altın ve gümüş renginde teller ile işlenmektedir. Her puandan sonra telin makas olmadan el ile kıvrılarak kırıldığı için tel kırma ismini almıştır (Yücekul, 2013: 7)

Giysileri süslemek ve zenginleştirmek için işlenen bir iğne çeşitidir. XVI ve XVII. Yüzyıllarında altın ve gümüş telin yanı sıra bakır telde kullanılmaya başlanmış ve Konya bölgesinde yaygınlaşmıştır. Özel başlı ve basık bir iğne ile, iğnenin kumaştan çıktığı kısımdan altı iplik sayılarak verevine doğru çıkılır ve altı iplik yukarıya iğne batırılır. Bu şekilde alttan çapraz ve üst kısımdan N harfi şekli oluşturularak tel kırma süsleme tekniği yapılmaktadır (Sürür, 1976: 39).

Antika: Antika, başlı başına bir süsleme tekniği olduğu gibi kenar temizleme amacıyla da kullanılmaktadır. Kumaşların iplikleri çekilerek yapılır. Dokuması seyrek kumaşlarda iplik çekilmeden de yapılabilir. Antika süsleme, kumaşların enine yapıldığı zaman en iplikleri ve boyuna yapıldığında boy iplikleri çekilmektedir. Bu iplikler 3mm genişliğini aşmamalıdır. Geniş iplik çekilerek yapılan antika çabuk yıpranır ve dayanıklılığını kaybettiği zaman göze hoş görünmemektedir. Günümüzde düz, karşılıklı, zikzak ve fantezi antika çeşitleri kullanılmaktadır. Fantezi çeşitinin dışında, işlemlerin tersi yüzü olarak kullanılır ve soldan sağa doğru işlenmektedir. İşleme ipi ve kumaş ipliklerinin üçer veya dörder bağlanması ile oluşan iğne teknikleridir (Köklü, 2012: 202).

Hesap İşi: İki yüzü aynı olan hesap işi tekniğinde, kumaşın atkı ve çözgü iplikleri sayılarak yapıldığından dolayı seyrek dokunmuş kumaş kullanılması

gerekmektedir. Hesap işi yapılış bakımından basit görünsede küçük bir şekil için birçok kez iplikler sayılmakta, yukarı, aşağı, sağa ve sola işlenmekte olup oldukça dikkat ve zaman gerektirmektedir (Özsarı, 2014: 22).

Halk arasında “sıçratma” ismiyle de bir çok yerde kullanılmakta olan hesap işinin kendine has iğneleri bulunmaktadır. Bunlar; düz hesap iğnesi, verev hesap iğnesi, ciğerdeli, civankaşı, antika, susma, çekme ve kesme ajurlardır (Arda, 2015: 37). Hesap işinde desen, kağıda geçirilirken işleme tekniğine uygun bir şekilde sayılarak milimetrik kağıda çok dikkatli şekilde hesaplanarak çizilmelidir. Küçük bir hata desenin bozulmasına neden olmaktadır (Odabaşı, 2011: 49).

Kordon Tutturma (Blonya İğnesi): Kordon tutturma; ilk önce desenin çizilmesi daha sonra sim ipliklerin bükülerek kendi rengindeki iplikler ile desen çizgileri üstünden gösterilmeden tutturulması ile ortaya çıkan tersi ile yüzü farklı işleme tekniğidir. Genellikle bindallı, yastık, cepken gibi ürünler üzerine uygulanmaktadır (Akçin, 2006: 45). Kordon tutturma, “yatırma” ismi ile de bilinmektedir. Türk giysilerinde erkek ve kadın giyiminde oldukça fazla kullanılmıştır. Makinede yapılanları bulunsa da elde yapılanları kadar değer görmemektedir (Koç ve Koca, 2016: 249). Açık ve kapalı tutturma ismi ile iki şekilde çalışılmaktadır. Kapalı blonya iğnesi, kordonun büküm aralarına iplikler aynı renkte batırılarak çalışıldığından dolayı tutturma ipliği gözükmemektedir. Açık blonya iğnesi ise aynı veya farklı renkte iplik, ilk sırada üst taraftan görünecek şekilde tutturularak çalışılmaktadır (Onuk vd., 1998: 153).

Kanaviçe: Kanaviçe, İtalyanca Canavaccio veya Caneveccio isminden gelmektedir. Seyrek telli bez (kanava) üzerine renkli iplikler kullanılarak yapılan işlemlerdir. Kanaviçe işleminde ilmekler birbirlerinin üzerine çaprazlama gelerek veya dikdörtgen diagonelleri oluşturarak yapılmaktadır (Çelebilik, 2016: 4). Kanaviçede yapılan işlemin düzgün olması için kumaşın karelerinden yararlanılarak ve kareler sayılarak işleme yapılmaktadır. İşlenecek olan motifin ölçülerine uygun şekilde kanaviçe kumaşı kesilerek, esas kumaşın üzerine teyellenir. İşleme yapıldıktan sonra en, boy ipliklerinden çekilerek kanaviçe kumaşı yok edilmektedir. Böylece işleme asıl kumaş üzerinde kalmaktadır (Altun, 2004: 57).

Kanaviçe iğne tekniği, iki Şekilde incelenmektedir; tek iğne tekniğinde bir iplik sağa ve bir ip yukarı doğru sayarak verev batırılır ve bir ip sola doğru sayarak kumaşın yzeyine çıkartılır. Gerektiği kadar işlem yapıldıktan sonra geriye doğru bir iplik sağa ve bir iplik aŐađıya doğru ters yznde tekrarlanır. Bzylece apraz iplik oluŐturulur ve bu işlemin yanyana tekrarı ile motifler oluşturulmaktadır. Çift iğne tekniğinde ise iki iplik sağa ve iki iplik yukarı sayılarak verev batırılır, iki iplik sola sayılarak kumaşın zst kısmına çıkılır ve iki iplik aşağı ve yukarı sayıp batırılır. İki verev ip bir çapraz oluşturmaktadır. Çapraz iplerin ortasındaki boş kalan kareler znce boyuna daha sonra enine dik iplikleri, (+) Şeklinde atarak doldurulmakta ve bu Şekilde yanyana tekrarlanarak motifler meydana gelmektedir (olakoğlu, 2006: 170,171).

Tzrk işlemelerinin çeşitli teknikleri arasında yer alan kanaviçe, geçmişten gznzmeze kadar değerini kaybetmemiŐtir. Tzrklerde, 16. yzzyıldan itibaren kullanılmıştır. 19. yzzyıl ve sonrasında yaygınlaŐarak Anadolu Tzrk halk işlemeleri arasında yer almıştır. Anadolu'nun neredeyse her yerinde 20. yzzyılda en yaygın olarak kullanılan iğne tekniği olmuştur. Kendine has estetik çizgisi ve teknik zzellikleri olan kanaviçe tekniği, gznzümüzde de hala uygulanan zevkli ve gzsteriŐli bir işleme tzrzdzr (Odabaşı ve Kandemir, 2018: 435,438).

Tzrk İŞi: Geleneksel bir işleme olan Tzrk işi, kumaşa desen çizilerek geçirilmektedir. Kumaşlar kasnak veya gergef zzerine gerilerek tel, sim ve iplik kullanılarak iğneyle işlenmektedir. Mzrver iğne tekniği hariç tersi ve yzzy aynı gznzzyte olan iŐlemelerdir (Alyzzy, 2007: 22).

Tzrk işi, ipek ve pamuklu keten gibi kumaşların zzerine kıvrımlı, yuvarlak desenler çizilerek, hesap işi teknikleri ile bezenen bir işleme tzrzdzr. Hesap iÇindeki tekniklerin bir kısmı Tzrk işinde de kullanılmaktadır. Bazı işleme teknikleri sayılarak yapılırken bazı tekniklerinde ise kumaş zzerine çizilerek yapılmaktadır (zŐŐahin, 2014: 37; Yzcekul, 2013: 16). Kolay olduğu için sıklıkla kullanılan bir işleme tekniğidir. zzellikle XVI ve XVII. yzzyılarında oldukça çok kullanılmıştır. Duvar panolarında ve bohalarda genelde Tzrk işi işlendiği gznzzymektedir (Szrzr, 1976: 37).

Çin İğnesi: Çin iğnesi, kullanılacak desenin üzerini tamamen kaplayan renkli bir işlemedir. Renkli iplikler birbirlerinin içine girerek düz bir yüzey oluşturduğu için desen boyanmış gibi bir his vermektedir (Akçin, 2006: 44). Çin iğnesi dokuması sık, düzgün ve tek renk tüm kumaşlara yapılabilen fakat ince kumaşa yapılmak istenildiğinde alt kısmından desteklenmelidir. Gölge, fantezi ve düz çin iğnesi olmak üzere üç çeşiti bulunmaktadır (Megep, 2007: 3,4). Kumaşın alt kısmından yüzüne alınan iğnenin küçük bir kısmı bırakılarak batırılır ve tekrar yanından aynı mesafe ile devam edilir. Bu tekniğe çini iğnesi denilmektedir (Algül, 2007: 9). Düz çin iğnesi çoğunlukla tek renk iplik ile çalışılan, yüzeyin tamamen işlenmesi ile oluşan ve fazla renk katılmayan bir iğne tekniğidir (Köklü, 2012: 68). Gölge çin iğnesi, birden fazla renk kullanılarak ve renklerin tonları ile yapılmaktadır. Fantezi çin iğnesi ise desenin çizgisi üzerinden içe doğru tek sıra şeklinde uzunlu ve kısalı olarak yapılmaktadır. (Atlamış, 2008: 39).

Kurdele Nakışı: Kurdele ve kumaş parçaları kullanılarak yapılan bir süsleme türüdür. Kurdele nakışı hızlı bir şekilde yapılabilen, üç boyutlu görüntü elde edilebilen ve her yerde kullanılabilen bir tekniktir. Desen, renk ve kumaşın birbiri ile uyumlu olması gerekmektedir (Megep, 2009: 1). Kurdele nakışında birçok kumaş türü kullanılabilir de kumaş seçiminde kumaşın ince olmamasına dikkat edilmelidir. Bu tür kumaşlar desenin işleneceği zeminin alt kısmını gösterir ve yapılan nakışın görünüşünü olumsuz şekilde etkilemektedir (Sanal 11, 2018: 1).

Ajur: Ajur Fransızca “Ajour” kelimesinden gelmekte ve oyma, delme anlamı taşımaktadır. Fransa ve Belçika dolaylarında yaygın olarak uygulanan oldukça zarif ve dekoratif bir işlemedir. Giyim süslemelerinde çok fazla tercih edilmekte ve ipliği çekilebilen her kumaşa yapılmaktadır (Eronç, 1984: 100). Ajur, iplik çekilerek ya da kesilerek yapılmaktadır. Kumaşın ipliklerinin çekilerek yapılmasına, çekme ajur, kesilerek yapılan ise kesme ajur denilmektedir. Çeşitli örtüler ve yatak takımlarında kullanıldığı gibi daha çok elbise, bluz ve giyim eşyalarında uygulanmaktadır. Elde veya makinede yapılabilir (Korkusuz, 1976: 131,133).

Halk arasında sökme ismi ile de bilinen ajur, makinede yapım esnasında dokuma iplikleri sayılmakta, antika ve zigzag uygulanmaktadır. Bir yöne doğru en,

boy iplikleri çekilmekte ve ipliklerin atmasını engellemek için ince sarma yapılmaktadır. Kalın iplikler ise grup şeklinde toplanarak şekil verilmekte ve toplanan ipliklerin şekline göre ajurlar isimlendirilmektedir (Yılmazkurt, 2002: 75).

Tül İşi: İpliğin tülün deliklerine ve ipin desenine uygun şekilde atılması ya da alt üst olarak geçirilmesiyle yapılmaktadır. Tül işi, dayanıklı ve kullanışlı olması bakımından keten veya naylon tül kullanılarak yapılmakta ve çok iğneli makinelerde işlenmektedir (Atlamış, 2008: 43). Tül işi aplike ve İngiliz danteli ile uygulanan işlemlere yardımcı olmak için uygulanmakta ve daha çok örtü, perde, giyim süslemelerinde tercih edilmektedir (Korkusuz, 1976: 139).

Gölge İşi: Yüz kısmından biraz kabarık görüldüğü ve alt kısmındaki zigzaglar üst kısımda gölge verdiği için dolayı gölge işi ismini almıştır. Organze, opal ve organtin gibi kumaşların üzerine uygulanmaktadır. Gölge işi, beyaz iş ve çin iğnesili ile birlikte yapıldığında daha güzel işlemler ortaya çıkmaktadır (Korkusuz, 1976: 59). Çin iğnesi tekniği şeklinde ve motifleri zenginleştirmek için yapılan fantezi bir işleme tekniği olan gölge işi, tersinden hiristo teyeli görüntüsünde, yüzünden ise karşılıklı makine dikişi şeklini vermektedir (Megep, 2007: 31). Gölge işi kumaşın tersinden veya yüzünden işlenebilmektedir. Fantezi işleme tekniği olan gölge işinin çalışılabilmesi için desenin çift hatlı olması gerekmektedir. Makinede yapılıyor ise ipliğin çekilmemesi ve dikişlerin aynı büyüklükte atılması gereklidir. Bu süsleme tekniği giysilerde kullanıldığı gibi ev eşyalarında da kullanılabilen dekoratif bir süslemedir (Köklü, 2012: 62).

Astragan İğnesi: Astragan iğnesi, kumaş kasmağa gerilerek yapılır. Esas yüzü işlemenin tersi olduğu için desen kumaşın ters yüzüne çizilmekte ve kumaşın tersinden işlenmektedir. Makinede kasnak hafif hareket ettirilerek ve çok küçük makine dikişleri ile oldukça küçük daireler oluşturularak yapılmaktadır. Bu daireler ise yan yana, alt alta devam ettirilerek ve desenin içi doldurularak oluşturulmaktadır (Korkusuz, 1976: 106). Astragan iğnesi, seyrek olmayan ve sık dokunuşlu tüm kumaşların üzerine uygulanabilir. Kumaşın üst kısmında kullanılan iplikler ince, kumaşın altında kalan ipliğin kalınlığı ise; kullanılacağı yere, yapılacak ürüne, desen ve kumaşa göre belirlenmektedir. Astragan işi küçük, geometrik, düz ve yuvarlak

şekilli desenlere uygulanabilmektedir. Günümüzde kıyafetlerde, aksesuarlarda yatak takımlarında, dekoratif örtülerde ve ev dekorasyonunda kullanılmaktadır (Megep, 2007: 4,5).

Beyaz İş (Delik İşi): Beyaz ip ile beyaz kumaş üzerine işlendiği için beyaz iş ismini alsa da sonraki zamanlarda renkli iplikler ve renkli kumaşlar kullanılarak da yapılmıştır. Beyaz iş ilk olarak Roma'da yapılmasına rağmen Fransa'da daha çok gelişip yaygınlaşmıştır (Saatçioğlu, 2012: 87). Uzun süre saray halkının giyimlerini süslemek için işlenmiş ve sanat haline getirilmiştir. Daha sonra halk arasında da benimsenerek işlenmeye başlanmıştır. Elde yapılan beyaz iş tekniği, teknolojinin gelişmesi ile birlikte daha çok makineler ile yapılmaktadır (Eronç, 1984: 81). Makinede yapılmaya başlanan beyaz iş, renkli kumaşların üzerine aynı renk iplikler ile işlenmektedir. Beyaz kumaş üzerine ise hafif renkli iplikler ile altı doldurulup, kabartılıp ve üstü sarılarak da yapılmaktadır. Beyaz iş makinede uygulandığında filtre ve ajurlar ipliğin çekilmesi ile değil, kumaşın filtre ve ajur oluşturulacak bölümünün tamamen oyulup ipliğin atılmasıyla oluşturulmaktadır (Atlamış, 2008: 329). Genellikle sarma iğneleri kullanılarak yapılan işleme türü olan beyaz iş ince, kalın ve yıkanabilir kumaşlar üzerine uygulanabilmektedir. Ütüleme, yıkama ve lekeden arındırma sorunu olmadığından ve gösterişli olduğu için tercih edilmekte ve birçok yerde kullanılmaktadır (Yılmazkurt, 2002: 156).

Sarma İşi: Renkli ipek veya iplik ile kumaşın üzerine işlenen kolay bir uygulamadır. İpliklerin düz tutularak aynı boyda yan yana sıralanmasıdır. Arada boşluk kalmamasına dikkat edilmeli, iğnenin bir önceki ipliğin hemen dibine doğru batırılması gerekmektedir (Sürür, 1976: 39). İngilizcesi "Satin Stitch" olan sarma işi, Türkiye'de işlemeci iğnesi olarak da bilinir. Bu teknik düzgün bir yüzey oluşturur. Kare, üçgen, dikdörtgen gibi geometrik şekilleri veya çiçek, yaprak gibi girintili çıkıntılı şekilleri doldurmak için kullanılmaktadır. Bu süslemenin metal iplik ya da renkli ipek iplik ile uygulamaları görülmektedir (Şentürk ve Han, 1992: 185). İğnenin, desenin bir tarafından batırılıp diğer tarafından çıkarılarak sarılması ile oluştuğu için sarma adını almıştır. Çeşitli dokumalar ve deri üzerine beyaz, renkli iplik, klaptan ve sim ile yapılan işleme çeşitidir. İğne batış ve çıkışlarının aynı hizada

olmasına, ipliklerin yanyana gelmesine ve motifin sınırını taşımadan sık ve muntazam olmasına özen gösterilerek işlenmelidir (Akpınarlı vd., 2008: 43).

Kum İğnesi: Kum iğnesi, makinede kasnağı sallayarak küçük makine dikişleri ve minik daireler oluşturularak çalışıldığı için kum iğnesi ismini almıştır. Bu süslemede başarılı sonuçlar elde edebilmek için sık dokunuşlu pamuk, ipek, yünlü kumaşlar ve keten kullanılmalıdır. Kum iğnesinde kullanılacak olan desen, kumaş türüne göre çizilerek veya karbon kağıdı kullanılarak kumaşın yüzüne geçirilmeli ve kumaşı kasnağa iyi bir şekilde gerdikten sonra yapılmaya başlanmalıdır. Gösterişli, çalışılması ve ütülenmesi kolay işlemlerdir (Yılmazkurt, 2002: 100,101). Kumaş üzerine oluşturulan desenin içinin tamamını nakış ipliği, floş, sim vb. iplikler ile küçük daireler şeklinde doldurularak işlenmektedir. Görünümün güzel ve kullanışlı olmasından dolayı elde ve makinede sıklıkla yapılan bir nakış tekniğidir (Atlamış, 2008: 49).

Punch İşi: Punch nakışı, özel iğnesi kullanılarak yapılan, kumaşların üzerinde doku etkisi oluşturan ve üç boyut görüntüsü veren sanatsal bir süslemedir. Punch nakışında renk tonlamaları yağlı boyadaki gibi özgürce ve karmaşık biçimde kullanıldığından “iplikle yapılan yağlıboya” da denilmektedir. Dokusu halı dokumasına benzese de zarif yapısından dolayı nakış olarak kabul edilmiştir. Farklı boyda iğneler ile çalışılması, farklı kalınlıkta ipler kullanılabilmesini ve süslemenin üç boyut özelliğinin daha çok ortaya çıkmasını sağlamaktadır (Sanal 12, 2018: 1). Punch elde yapılabildiği gibi makinede de yapılmaktadır. Bilgisayar ortamında çizilmiş bir desenin nakış çizim programında koordinatlar vererek nakış makinesinde işlenebilecek hale getirme işlemine de punch işi denilmektedir (Koçak, 2013: 10).

2.5.3. Dikiş Tekniği ile Yapılan Süslemeler

Drape: Drape, kumaşın beden üzerine farklı bağlantılar yoluyla oturtulduğu bir giysi süsleme ve kalıp tekniğidir (Ambrose ve Harris, 2012: 90). Fransızca kökenli olan drape kelimesi, kıvrımları güzel düşürmek anlamına gelmektedir. Drapeli bir giysi modeli çalışmak için ilk önce beden korsajı hazırlanmalı sonra modelin gerektirdiği yerlere kumaşın yumuşak düşüşlerine dikkat ederek tutturma teknikleri

ile drapeler sabitlendirilmelidir (Gündüz, 1996: 359). Modelleme olarak bilinen drape hazırlamak, manken kullanılarak veya bir kişi üzerinde kumaşın bedene uygun hale getirilmesi anlamında gelmektedir. Drape tekniği, jarse gibi çok yumuşak, dökümlü kumaşlarda güzel durmaktadır (Jones, 2013: 189). Drapenin kullanımı, kumaşın yumuşak kıvrımlara dönüştüğü bir tasarım ayrıntısıdır. Kullanıldığı giysiye romantik bir duruş ekler ve vücudu iyi kamufle etmektedir. Drape, çoğunlukla kumaşın verevinden kesilerek yapıldığında daha güzel sonuçlar elde edilmektedir (Diamond ve Diamond, 1997: 286).

Aplike: Aplike, parça birleştirmenin bir tekniğidir. Fransızca “applique” kelimesinden gelmektedir. Düz veya desenli kumaştan kesilen parçayı ya da motifi başka bir kumaşa farklı iğne teknikleri ile tutturma, yapıştırma ve tatbik etmek anlamına gelmektedir (Arslan, 2011: 24). Aplike işlemesi, dekoratif bir işleme türüdür. Çeşitli kumaşlara ve giyim çeşitlerine uygulanabilmektedir. Aplikasyon yapıldıktan sonra çeşitli işleme iğneleri ile süslemesi yapılabilmektedir (Koçak, 2013: 8).

İncelenen kaynaklarda ve aktarılan bilgilere göre zemin kumaşına başka bir kumaş parçasının, çeşitli dikiş teknikleri ile uygulanması yani applike edilmesi çok eski zamanlardan beri var olan bir süsleme tekniğidir (Kozbekçi, 2017: 207). “Uygulama” anlamına da gelen applike tekniği, gösterişli ve özgün tasarımlar oluşturmak için farklı işleme teknikleri ile birlikte de uygulanabilmektedir (Ambrose ve Harris, 2012: 24). Aplike, kullanıldığı alanlarda görselliği zenginleştirme, temaları ve sembolizmi güçlendirme açısından önem taşımaktadır. Eskiden applike, giysilerin yıpranmış ve yırtılmış kısımlarının yama ile kapatılması amacı taşırken daha sonraki zamanlarda giysileri göze daha güzel gösterme amacı ile yapılmaya başlanmıştır. Önce kumaş sonra da giysiye boyut ve doku kazandırmak için kullanılmaktadır (Kozbekçi, 2017: 206). El işlerinde, giysilerde, ev eşyalarında özellikle de çocuk giyiminde kullanılmaktadır. Aplike dikimi, elde yapılabildiği gibi makine ile de dikilmektedir (Coles, 1995: 134).

Biye: Kenar temizleme veya süsleme amaçlı yapılan bir dikiş tekniğidir. Biye genellikle astarı olmayan giysilerde kullanılmaktadır (Pamuk, 2002: 136; Korkusuz,

1976: 85). Hazır satılan biyeler bulunsada, kumaştan kesilerek oluşturulan biye parçası için kumaş verev kısmından ve istenilen genişlikte kesilmelidir. Kesilen kumaşın iki kenarı yarım santim içe kıvrılarak ütülenmekte ve esas kumaşın kenarına geçirilerek kumaş ve biyenin birleştiği yerden çima dikişi ile dikilmektedir (Korkusuz, 1976: 85). Biye parçaları tek parça şeklinde ve tek tek parçalar birleştirilerek iki şekilde hazırlanmaktadır. Bir süsleme aracı olan biye, çeşitli işleme iğneleri ile uygulanarak zengin süslemeler oluşturmaktadır (Eronç, 1984: 253).

Piko: Piko, çeşitli şekilleri oluşturmak için kullanılan bir süsleme unsurudur. Zürefa tekniğine de benzeyen piko, zürefada olan düğümlerin yanyana gelerek arada olan ipliğin 3-4 kat daha fazla bırakılmasıyla meydana gelmektedir (Köklü, 2002: 217). Giysilerde piko tekniği ile desen ve motif oluşturularak süsleme yapılmaktadır. Süslemenin yanı sıra giysilerin ve işlemlerin kenar temizliğinde de kullanılmaktadır.

Nervür: Nervür tekniği, kumaşa ve modele göre kumaşın üzerinde birbirlerine paralel olacak şekilde ve istenilen ölçüde teğel alınarak hazırlanan ve teğellerin üzerinden dikilerek oluşturulan süslemelerdir. Genellikle nervürün eni 3 mm olmalıdır (Coles, 1995: 142). Nervür birbirine paralel, iki düz dikişten yapılmaktadır. Yanyana iki düz dikiş geldiği için kumaşı biraz kabartıp, nervür görünümünü vermekte ve makinenin iplik ayarları biraz sıkı tutulduğunda daha iyi sonuç elde edilmektedir (Korkusuz, 1976: 68).

Enkürüste: Fransızca bir kelime olan enkürüste, kumaşı oyarak içine başka bir parçanın yerleştirilmesi anlamına gelmektedir. Enkürüste giysileri süslemek ve kumaşları renklendirmek amacıyla uygulanmaktadır. Her türlü kumaşa uygulanabilse de kumaş kalınlıklarının aynı olmasına, kumaşın kenarlarının atmamasına ve kumaşların renklerinin uyumlu olmasına dikkat edilmelidir. Giysiyi oyma işlemi sırasında köşe ve yuvarlak kısımların şeklinin bozulmamasına özen gösterilmeli ve yuvarlak kısımların güzel dönmesi için payların çıtlatılması gerekmektedir. Diğer kumaş parçası, giyside oyulan yere yerleştirildikten sonra, şeklini bozulmadan içten makine çekilerek yapılmaktadır (Megep, 2011: 44).

Büzgü: Büzgü, kumaşın bir ucundan istenilen yere kadar dikilten sonra ipliğin çekilmesi ile meydana gelen kumaşın bolluğunu azaltan, küçük ve sık kıvrımlardır. Büzgüler giysiye çeşitli formlar vermek için sıkça kullanılmaktadır. Fonksiyonel açıdan ise giysiye rahatlık ve bolluk kazandırmaktadır (Hazır, 2006: 85). Büzgüler, giysilerin genellikle kol, bilek ve bel gibi kısımlarına şekil vermek, büzmek için lastiğin kumaş üzerine dikilerek yapıldığı süslemelerdir. Giyside istenilen şekile göre çeşitli şekilde ve genişlikte büzgü yapılmaktadır (Coles, 1995: 141). Büzgü giyim süslemelerin ve dikiş tekniklerinin temel işlemlerinden biridir. Kalın ve sert kumaş dışında her kumaşa uygulanabilmektedir (Eronç, 1984: 223).

Balgümeçi (Nidabey): Balpeteğini andırdığından dolayı balgümeçi ismini almıştır. İngilizce Smocking English, Fransızca ise Lesnids D'abeilles anlamına gelmektedir. Balgümeçi için gerekenden çok daha fazla kumaşa ihtiyaç duyulmaktadır. Klasik bir iş olan balgümeçi soldan sağa doğru çalışılmakta ve iç-dış giyim, şase, yastık gibi eşyalarda süsleme amaçlı kullanılmaktadır (Barışta, 1984: 287).

Kapitone: Kapitoneye gözeme, kaplama ve sırma da denilmektedir. Motiflerin iç ya da dış çizgilerini göstermek için uygulanır. Makine dikişi ile de yapılmaktadır. Süsleme özelliğinin yanı sıra, sıcak tutma açısından soğuk iklime sahip bölgelerde ve kışlık giysilerde daha çok kullanılmıştır. Yorganlama olarak da bilinen kapitone, iki kumaşın arasına, elyaf ve pamuk gibi dolgu malzemeler konularak istenilen kalınlıkta oluşturulmakta daha sonra kumaş ve dolgu malzemesi istenilen şekilde birbirine dikilerek süsleme yapılmaktadır (Koç ve Koca, 2016: 256). Kapitone, desenli kumaşlardan daha çok düz kumaşlar üzerine dekoratif dikişler uygulanarak güzel sonuçlar vermektedir (Coles, 1995: 143).

Kırkyama (Patchwork): Patchwork tekniği, çeşitli küçük kumaş parçalarından büyük bir parça elde etmek için kumaş parçalarının birbirine dikilerek bir araya getirilmesidir. Bu yöntem ile kumaşlardan motifler de oluşturulmaktadır (Joyce, 1993: 47). Kırkyama 13.yy'da Avrupa'da günlük yaşamın içerisine girmiş ve çeşitli teknikler, desenler üretilmiştir. Kırkyama tekniğinde tasarım ve görsellik her zaman ön plandadır. Yüzyıllar boyunca süsleme ve günlük ihtiyaçların karşılanması

amacıyla yapılmıştır (Yeşilmen ve Sevim, 2016: 180,183). Ev tekstili ürünlerde daha çok görülsede, giysi tasarımlarında da oldukça yaygın kullanılmaktadır (Saatçioğlu, 2012: 100).

Fırfır-Farbela: Farbela, elbise ya da eteklerin kenarlarına estetik bir görünüm katmak için eklenen uzun şerit halinde toplu veya pileli materyallerdir. “pililemek” anlamındaki “frounce” kelimesinden gelmektedir (Newman ve Shariff, 2013: 77). Düz veya verev kumaş bandı olan fırfır, tek taraflı ve çift taraflı fırfır olarak iki şekilde uygulanmaktadır. Tek taraflı fırfır, tek yönden pili yapılarak veya büzülerek çift taraflı fırfır ise verev ya da düz kumaşın ortası büzülerek yapılmaktadır. Genellikle giysilerin yaka, etek kenarları ve kol ağzında süsleme amaçlı kullanılmaktadır (Eronç, 1984: 257,258). Fırfırlar süsleme amacının yanısıra kullanıldığı giysinin boyunu uzatmak içinde uygulanmaktadır. İstenilen yoğunluğa göre kumaş miktarı belirlenmelidir. Hafif fırfır için gerekli kumaşın çok az fazlası, ortalama fırfır için iki kat kumaş, çok yoğun fırfır için ise üç kat kumaş kullanılması gerekmektedir (Cock, 1992: 221).

Pili: Belli başlı noktalar arasında uzanan, düzenli ve düzensiz aralıklar ile katlanan, yönlü kat çizgilerinden meydana gelen süslemelerdir. Pililer giysiyi süslemek, tasarıma detay katmak, kıyafetin vücuda oturması ya da bolluk vermesi amacı ile yapılmaktadır (Lo, 2013: 147). Pililer hareket etmede kolaylık sağladığı gibi görünüm olarak da estetik durmaktadır. Giysilerde pililer etek, bluz, kol ve yaka kısmında sıkça kullanılmaktadır. Farklı şekillerde uygulanan pililer bulunmaktadır (Hazır, 2006: 79). Akordeon pili: Genellikle etek için kullanılan akordeon pili, şeklini uzun süre korur ve çeşitli kumaşlardan yapılabilmektedir. Dik görünümüne ihtiyaç duyulduğunda tafta gibi sert kumaşlar katlanılarak yapılmaktadır (Diamond ve Diamond, 1997: 286). Pilikaşe: Yüzleri farklı yöne bakan, birbirine paralel iki kumaş katından oluşur. Bu tür pililer giysiye daha fazla hacim kazandırmaktadır (Ambrose ve Harris, 2012: 207). Kanun Pili: Pilikaşenin tersten görünüş şeklidir. Kanun pili için istenilen pili payının iki katı kumaş kullanılmaktadır. Tek taraflı pili: Tek tarafa doğru katlanan pililerdir. Bolluk amacıyla yapılan tek taraflı pilinin ucu açık bırakılmalıdır (Eronç, 1984: 246,247).

Marka-Monogram: Marka, ürünü tanıtmak ve süsleme amacı ile kullanılmaktadır. Marka tek harf ile monogram ise birkaç harfin birleşerek çizilmesinden oluşmaktadır (Yılmazkurt, 2002: 69). Marka, özel ismin harflerinden oluşmakta ve imza yerine kullanılmaktadır. Marka veya monogramlar beyaz iş tekniği ile altı doldurularak üstü sarılarak işlenmektedir. Zengin görünüm oluşturmak için çeşitli işleme iğneleri ile karıştırılarak işlenmektedir (Koçak, 2013: 8).

Marka- monogram, makinada desenin iç kısmı doldurularak sarma tekniği ile yapıldığı gibi stil iğnelerinden çin iğnesi, kum iğnesi ve applike ile de çalışılmaktadır. Kalın ve ince sarma işlemi karıştırılarak çalışıldığında göze daha hoş görünmektedir (Yılmazkurt, 2002: 69). Monogram, bir ismin harflerinden veya baş harfinden oluşan nakışlardır. Yazı şekilleri kullanılarak birçok farklı tasarım yapılabilmektedir. Yazı tarzı oluştururken uygulanacak olan giysi veya eşyaya uygun olması gerekmektedir. Marka işlenmeden önce “m” ve küçük “e” ile deneme yapılması hata oranını azaltır; çünkü bu iki harf alfabedeki diğer tüm harfler için gerekli bütün yöntemleri içermektedir. Harfi kalem ile yazmaya nereden başlanıyor ise dikmeyede aynı yerden başlanması gerekmektedir (Fanning, 1986: 153).

2.5.4. Hazır Gereçler ile Yapılan Süslemeler

Şeritler: Boyutlarına, şekillerine, dokunuşlarına ve sentetik, yün veya pamuk iplikten yapılışına göre farklılık göstermektedir (Coles, 1995: 106). Taşlı şeritler, düz koton, işlemeli, simli, lame, laşe ve pul boncuk olmak üzere dokunuşlarına göre isimlendirilmektedir (Atlamış, 2008: 75). Çeşitli maddelerden ve belirli genişliklerde yapılan süs olarak kullanılan bir çeşit banttır. İç ve dış giyim giysilerinde, çanta, bere gibi aksesuar süslemelerinde birçok farklı şekilde kullanılmaktadır (Eronç, 1984: 180).

Ponpon: Uçları kesilmiş iplik olarak tanımlanmaktadır. Genellikle yün iplikler kullanılarak yapılsada kimi zaman ipek ipliklerle de yapılmıştır. Saça veya giysilere takılan yün veya ipek iplikten yapılmış püskül anlamına gelen Fransızca “pompon” kelimesinden gelmiştir. Farklı boyutlarda oluşturulan ponponlar şapka, eşarp,

ayakkabı ve diğer giyim eşyalarında süsleme amacıyla kullanılmaktadır (Newman ve Shariff, 2013: 149).

Kurdele: Kurdele, bir giysiye süs amaçlı dikilen ya da bağlanan ince kumaş banttır. Genellikle dantel, kadife, ipek, saten ve sentetik malzemelerden hazırlanmaktadır (Ambrose ve Harris, 2012: 171). Her ihtiyaca göre rengi, genişliği ve dokunduğu iplik bakımından farklı şekilde kurdeleler bulunmaktadır. Bunlar; düz kurdele, kenarları kapsüllü ve sentetik iplikten yapılmış, kadife kurdele, üzerine desen baskısı yapılmış kurdele ve kenarları şekilli kurdeleler olarak sınıflandırılmaktadır (Coles, 1995: 106).

Su Taşları: Giysileri süslemede kullanılan işlemeli şeritlerdir. Farklı kalınlıklarda, renklerde ve desenlerde birçok çeşiti vardır. Şekillerine göre düz sutaşı, zikzak sutaşı ve işlemeli sutaşı isimlerini almaktadırlar. Genellikle çocuk giyim süslemelerinde çeşitli işleme iğnesi ile süslenerek kullanılmaktadır (Sanal 13, 2019: 5).

Saçaklar: Kumaş üzerine yapılan, kolay ve çeşitli şekillerde hazırlanabilen bir süsleme şeklidir. Saçaklar, kumaşın kenarını tespit ettikten sonra yatay iplikleri çekilerek yapılmaktadır. Bu şekilde oluşturulan saçaklar ile renkli iplikler, püsküller eklenerek ya da saçakların iplikleri çeşitli şekillerde düğümlenerek süsleme tasarımları oluşturulmaktadır (Dillmont, 1996: 667). Saçaklar genellikle örtü kenarlarında kullanılsada, giysilerin her yerinde özellikle kuplarda, kol ağızlarında, etek uçlarında ve yaka kenarlarında sıklıkla kullanılmaktadır (Eronç, 1984: 201).

Kordonlar: İki veya üç ipliğin bükülmesi ile meydana gelen süslemelerdir. Kordonlar istenilen sıklıkta ve gevşeklikte yapılabilmektedir. 12 farklı renkte ipliklerin aynı anda kordonda örülebilmesi kordonların renk bakımından çeşitliliğini göstermektedir. Hazır giyimde eşofman, mayo, kaban ve mont imalatçıları tarafından yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Eski dönemlerde ise genellikle cepken, yelek, üç etek gibi giysilerin süslemelerinde kullanılmıştır (Sanal 13, 2019: 5).

Hazır Danteller: Makinede yapılan, çeşitli şekil, renk ve boyutlarda üretilen, giyim süslemenin her alanında sıklıkla kullanılan süsleme eşyasıdır. Genellikle iç

çamaşırlarında, gelinlikler ve abiyelerde kullanılmaktadır (Newman ve Shariff, 2013: 107).

Pul-Boncuk: Gösterişli olmasından dolayı giysilerde ve aksesuarlarda sıkça kullanılan süslemelerdir. Çeşitli renk ve boyutlarda elde veya makinede işlenerek uygulanmaktadır (Diamond ve Diamond, 1997: 289). Boncuk işleme, kumaşın üzerine dekoratif amaç ile yapılan bir süslemedir. Pul boncuk kumaş yüzeyine işlenebildiği gibi kumaş dokunurken de eklenilmektedir. İğne ve renkli iplikler ile kumaşı ve giysileri süsleme yöntemidir. Pul payet ve boncuk işleme de nakışı kapsamaktadır. Desenli veya desensiz bir çok farklı şekillerde çalışılabilen, tasarım yönünden zengin bir süslemedir (Ambrose ve Harris, 2012: 54,193). Pul-boncuk ile yapılan süslemeler yaratıcılık gerektiren bir iştir. Malzemenin iyi değerlendirilmesi ve özellikle ipliğin sağlamlığı çok önemlidir. Gece giysilerini süslemede kullanıldığı gibi şapka, eldiven, küpe, bilezik gibi aksesuar süslemelerinde de kullanılmaktadır (Eronç, 1984: 157). Yüzyıllardır sevilerek kullanılan pul-boncuk işlemleri günümüzde de önemini korumaktadır. Eskiden sadece fantezi ve abiye giysilerde kullanılsada günümüzde her tür giysi ve aksesuarlarda sıkça kullanılmaktadır (Köklü, 2002: 150). Pul-boncuk yapısal ve uygulama olarak farklı özellikler taşımaktadır. Giyim sektöründe el işçiliği ile yapıldığı gibi pul işleme, taş transfer ya da taş işleme makineleri ile de yapılmaktadır (Harmanyaka vd., 2012: 627).

2.5.5. Baskı Tekniği ile Yapılan Süslemeler

Tekstilde baskı tasarımı, tekstil yüzeyinin biçim ve renklerin düzenlenmesi ile dekore edilmesidir. Renk ve biçim görselliği açısından tekstilin dışında çeşitli yüzeylere de uygulanabilen baskı tasarımı, başka disiplinler ile birlikteliğe açıktır (Üstüner, 2017: 66). Kumaş baskı, görselliği ve tasarımları ile kendini geliştiren ve sürekli yeni tasarımlar ile insanların ilgisini ve beğenisi kazanan bir sektördür. Özellikle de kumaş; modanın, giysinin, lifin, dokumanın ve diğer tüm tekstil ürünlerinin ana unsurudur (Yegin, 2014: 1). Baskılı kumaşlar hayatımızın birçok yönüne dokunmakta kadın, erkek ve çocuk kıyafetlerinde kullanılmaktadır. Döşemelik kumaş, çarşaf, yastık kılıfı, yorgan, havlu, masa örtüleri gibi birçok farklı

uygulamada evlerimizin her odasında baskı süslemeri bulunmaktadır (Joyce, 1993: 13).

Baskıcılık, tasarımın aşamalarında ve tekstil yüzeylerini süslemede kullanılan desen ve renklerin kumaşa aktarılmasındaki en önemli yöntemdir. Aynı zamanda tekstil yüzeylerinin albenisinin artmasında etkilidir (Gürçüm ve Üner, 2016: 37). Baskı sanatında kolay bir şekilde çeşitli görseller elde edilmesi ve diğer süsleme tekniklerine göre daha az zaman, emek ve para harcandığından dolayı moda tasarımcıları tarafından sıklıkla kullanılan süsleme yöntemlerindedir (Göklüberk ve Dengin, 2017: 222).

Devore Baskı: Devore baskı ipek, viskoz gibi protein elyafı kumaşların elyaf karışımlarından birinin tamamen yakılması işlemidir. Genellikle yakma baskı veya yakma kumaş olarak bilinmektedir. Buradaki yanma kimyasal bir olaydır. İki tane farklı iplikten dokunmuş kumaşın ipliklerinden bir tanesi kimyasal maddeler ile yakılarak yok edilmekte ve diğer kalan lifin meydana getirdiği yapay şeffaf görüntü elde edilmektedir (Isaac ve Bowles, 2013: 171; Yıldırım, 2003: 46,47). Kimyasal yakma işleminde polyester, ipek vs kısımlar etkilenmemektedir. Bu şekilde yanan kısımda basılan desene göre opak bölgeler oluşmaktadır. Yakılan kısımda opak görüntü yerine açıklık meydana gelirse, baskının kalitesinin düşmesini sağlayacaktır. Bu yüzden devore baskının naylon/viskon, ipek/viskon, polyester/pamuk gibi kumaşlar ile yapılması uygundur. Devore baskıda, tüm karışımlarda pamuk ve viskon gibi doğal selulozik esaslı veya refenere lif gerekmektedir (Yıldırım, 2003: 47). Bu baskı kolay uygulansada baskı sırasında oldukça dikkat gerektiren bir baskı stilidir. Çünkü lif karışımlarından biri tamamen ya da kısmen parçalanır ve kumaşın konstrüksiyonu zarar görebilir. Bu baskıda deseni oluşturmak için kullanılan baskı patına yakılacak lif tipini parçalayan kimyasal bir madde eklenir. Bu pat tek başına ve boyarmaddeler ile birliktede kullanılarak, kumaş yüzeyindeki görüntüleri zenginleştirmektedir (Sanal 14, 2019: 4). İki farklı lif ile karışık dokumalarda, kimyasal maddelerin basılması ile bu liflerden bir tanesi desene göre ayrışır ve saydam görünümde dantele ve örgüye benzeyen desenler elde edilir (Bıyık, 2016: 9).

Aşındırma Baskı: “Discharge” veya “Ronjan” baskı olarakda bilinmektedir. Discharge kelimesi yük boşaltma ve boyayı aşındırarak çıkartma anlamına gelen İngilizce bir kelimedir ve Fransızca ronjan kelimesi ile aynı anlama taşımaktadır. Aşındırma tekniği uygulanan baskıda koyu fon üzerinde negatif etki yaratacak renkli ya da beyaz desen elde edilmektedir. Genel olarak beyaz aşındırma ve renkli aşındırma olmak üzere iki tip aşındırma çeşiti vardır. Boyalı zeminin aşındırma maddesi içeren pat ile basılması sonucu beyaz renkli desenin oluşturmasına beyaz aşındırma, boyalı zeminin aşındırma maddesi ve boyar madde içeren pat ile basılması sonucunda renkli desen elde edilmesine ise renkli aşındırma denilmektedir. (Yıldırım, 2003: 5,6).

Aşındırma baskının sağladığı önemli bir avantaj, ince ve zarif motiflerin boyalı zemin üzerinde çok net olacak şekilde aşındırılabilmesidir. İnce motifler, noktalar ve zeminin birlikte basılması sonucu zemin rengi yayılarak motiflerin ince detaylarına dolmaktadır. Buda baskının netliğini ve keskinliğini bozmaktadır. Aşındırma baskı ile netlik bozulmadan yüksek kalitede ürünler elde edilmektedir. Bu sebepten dolayı diğer baskı çeşitlerine göre yüksek maliyetli olmasına rağmen estetik olarak çok güzel sonuçlar verdiği için özellikle fantezi kumaşlarda sıkça kullanılmaktadır (Sayar, 1991: 170; Yıldırım, 2003: 5).

Pigment Baskı: Eski zamanlardan beri uygulanan kumaş baskı tekniğidir. Pigment baskı, Boya patıyla birlikte ana boya ile oluşturulan su bazlı baskı çeşitidir. Açık renkli zeminli kumaşlarda daha iyi sonuçlar elde edilsede çeşitli renk efektleri yaratmak ve moda uyum sağlamak için renkli kumaş yüzeylerinede pigment baskı uygulanmaktadır. Üzerine basıldığı rengi kapatma özelliğine sahiptir. Pigment madeni bir boyadır ve suda çözünmez. Bu boyanın kumaşa uygulanabilmesi için yapıştırıcıya ihtiyaç duyulmaktadır. Boya kumaşa yapıştırıldıktan sonra boyanın kumaşının üzerinde durması sağlanmaktadır. Fotoğraf ve istenilen bir deseni, motifi kumaş üzerine basmak için çoğunlukla pigment baskı kullanılmaktadır. (Atlamış, 2008: 88; Sanal 15, 2019 :1).

Krep Baskı: Pamuklu kumaşın üzerine sodyum hidroksit içeren pat ile oluşturulan baskının sonunda, kumaşın basılmış kısımlarında büzülme efektlerinin

oluşturulduğu baskı türüdür (Sanal 16, 2019: 1). Bu stille basılan kumaşların görünümü sırası ile düz ve kıvrılmış yol olarak değiştirilmesi sonucunda oluşur. Bu etkinin ortaya çıkması için uygun şişirme maddeleri ve kumaşın sınırlı alanlarının muamele ederek küçültülmesi gerekmektedir. Krep baskı, kumaş kıvrımlaştırma patı ile basılır ve sonra gerilimsiz ortamda kıvrılarak bırakılır, materyal durulanır, asetik asit ile nötralize edilir, tekrar sıcak ve soğuk su ile durulanır ve en son gerilimsiz şekilde kurutulur. Renkli ve beyaz krep etkisi alkali baskı patına seçilmiş yani alkaliye dayanıklı boyarmaddelerin ilave edilmesiyle krep baskı elde edilmektedir (Sanal 14, 2019: 4).

Dijital Baskı: Özgün giysi tasarımlarına farklılık kazandırmış ve değişen baskı teknikleri ile yeni tasarım fikirlerinin oluşmasını sağlamıştır. Tasarımcıların birçoğu daha çok renk seçeneği olduğundan ve detaylara imkân vermesinden dolayı dijital baskı tekniklerini tasarımlarında tercih etmektedir (Gürcüm ve Üner, 2016: 38). Dijital baskı, dijital yöntem ile çekilmiş bir fotoğraf veya taranmış bir resmin baskı malzemeleri üzerine basılma işlemidir. Baskı yapılacak olan görseller uygun bilgisayar programları kullanılarak basım için hazırlanır ve özel baskı makineleri ile basılır (Yegin, 2014: 122). Pigment dijital baskıcılık son zamanlarda dijital baskı boyası üreten firmaların, dijital makine üretici firmalarının ve en önemli ise doğrudan üretim yapan tekstil firmalarının üzerine eğilmeye başladığı baskıcılık olmaya başlamıştır. Bunun nedeni ise birçok avantajının bulunmasıdır. Dijital baskıcılıkta polyester içerikli kumaşlara dispers boyalar ile, pamuk ve selülozik gibi kumaşlara sadece reaktif boyalar ile ve asit naylon esaslı kumaşlara yalnızca asit ile baskı yapılmaktayken, pigment baskıda ise her türlü elyaf ve elyaf karışımlarıyla yapılmış kumaşlara baskı yapılabilmektedir (Avadan, 2014: 47).

Serigrafi Baskı: Boya geçirmeye uygun, gözenekli yüzey yardımıyla istenilen biçimde yazının veya şeklin çeşitli yüzeylere aktarılması ve çoğaltılması işlemidir. Serigrafi baskıda boyalara uyum sağlayan ve düzgün yüzeyler oluşturan pamuklu kumaşlar kullanılmaktadır. İpek perde, kalıp vazifesi gören desenin kumaşa geçirilmesini sağlayan yüzeydir. Günümüzde elek olarak artık polyester ya da metal iplikçilerde dokunmuş kumaşlar kullanılmaktadır (Gökaydın, 1997: 158,159).

Yaygın bir kullanım alanına sahip olan serigrafi baskıya elek baskıda denilmektedir. Çeşitli yüzeylere baskı yapmak için yüzyıllardır uygulanmaktadır. Tekstil sektöründe en çok kullanıldığı alanlardan biridir. Kumaş üzerine uygulandığında, baskı mürekkebi basılan kumaşın yapısından dolayı yüksek miktarda yayılma oluşturmaktadır. Bu yayılma baskının kalitesini etkileyen en önemli faktördür. Çerçeveye gerilen ipek veya sentetik bir dokumanın üzerinde, baskının gelmesinin istenmediği alanlar ışığa hassas emülsiyon ile kaplanmakta, film yardımıyla direkt bilgisayardan lazer ışıkla pozlandırılmakta ya da özel bir waksle inkjet sistemiyle basılması istenen görüntü kalıp yüzeyine geçirilmektedir. Su ile açma işlemi yapıldıktan sonra görüntülü yerler mürekkebi içerisinden geçirmek için açık bırakılmalıdır. Elde edilen şablona mürekkep verilerek, bir rakle yardımıyla mürekkep şablon boyunca basınçla çekilmektedir. Mürekkep emülsiyon ile kaplı olan yerlerden geçememekte, görüntünün olduğu yerlerden ise ipeğin dokumaları arasından basılması istenen yüzeye geçerek baskı altı malzemesi üzerinde istenen görüntüyü oluşturmaktadır. Tekstil sektöründe kumaş cinsine ve istenen haslık özelliklerine göre reaktif ve pigment bazlı mürekkep kullanılarak serigrafi baskı yapılmaktadır (Şahinbaşkan, 2009: 137,138).

Transfer Baskı: Transfer baskı, ısı ve basınç yardımı ile, oluşturulan tasarımın özel bir kağıttan sentetik bir kumaşa transfer edilmesidir. Bir çok rengin aynı anda basılması özelliği ile fotografik görüntülerin kompleks baskısının yapılması mümkün olabilmektedir (Şirin, 2002: 76). 1920 yıllarında keşfedilmesine rağmen, 1960'larda ortaya çıkmış ve gelişmiştir. En ticari olan süblime baskıdır. Süblime ise katıyı gaza ve sonra tekrar katıya dönüşme işlemidir (Isaac ve Bowles, 2013: 171). Transfer baskı yapılırken kumaş üzerine basılacak desen önceden kağıda geçirilmekte ve kumaşa ütü yardımı ile aktarılmaktadır. Kullanılan kağıt ile kumaşın uyumlu olması gerekir. Boya kumaş üzerinde, kağıda döküldüğünden daha parlak ve farklı durur. Renkler birbirlerine karıştırılarak farklı renkler elde edilir ve bir renk diğer rengin üzerine geldiğinde üçüncü renk elde edilmiş olur. Ütü sıcak halde iken kumaş ile ütü arasına kağıt konularak ve bir yöne doğru, yuvarlak hareketler ile ütü yapılarak desenin alt kumaşa mükemmel şekilde geçmesi sağlanır (Yegin, 2014: 112).

Flok Baskı: Flok baskı, genellikle fantezi, kürk takliti ve havlı kumaşarlarda kullanılmaktadır. Aynı zamanda hazır giysi parçalarında da uygulanarak moda efektleri oluşturmaktadır. Flok baskıda, belirli bir desene göre yapıştırıcılar, taban kumaşın tutumunu, döküm kalitesini değiştirebilmekte ve kumaşların temizlenmesi esnasında eriyerek flokların dökülmesine neden olmaktadır (Yegin, 2014: 117). Flok, farklı sentetik liflerin makinalarda daha önce belirlenen uzunlukta kesilmesi ile meydana gelmektedir. Boyanmış veya renksizde olabilen flok baskı işleminde, kumaş üzerine yapıştırıcı sürülerek veya baskı yapılacak desen ile yapışkan aktarılacak baskı işlemi yapılmaktadır. Baskı işlemi düz film veya rotasyon şablon baskı makinalarında uygulanabilmektedir (Sanal 14, 2019: 4).

Varak Baskı: Basılacak ürüne dikkat çekici özellikler ve baskıya değişik efektler uygulamak için özel baskılar kullanılmaktadır. Özel baskılardan biri de Varak baskıdır ve piyasada önemli bir yere sahiptir. Varak baskı, kalıp ile desenin bulunduğu alana yapıştırıcı uygulandıktan sonra özel varak kâğıtlarının yapıştırılarak yapıldığı baskı çeşitidir. Varak kâğıtları baskıda kullanılırken, deseni belli eden kâğıtlar (folyolar) kullanılmakta ve varak kâğıtları piyasada hazır olarak satılmaktadır. Düz renklerde ve farklı desenlerde hazırlanmış olanları da bulunmaktadır. Bu kâğıtlarının özelliği, yüksek sıcaklıklara karşı dirençli olmasıdır. Baskı sırasında, yapıştırıcı üzerine yerleştirilen kâğıdın yapışabilmesi için yüksek sıcaklıklarda ve basınç altında preslenmesi gerekmektedir (Megep, 2013: 3,4).

Arapça “yaprak” kelimesinden gelen varak, Osmanlı süsleme sanatıdır. Varak baskılar parlak ve ayna etkisi oluşturan, kumaşlarda metalik parıltılar bırakan pigment baskı stili olarakda bilinmekte ve değişik renk alternatifleri bulunmaktadır. Genellikle orta büyüklükteki desenlerde daha iyi sonuçlar alınmaktadır. Her türlü elyafa (polyester, naylon, pamuk, gerçek deri, PVC) yapılabilen ve kullanılan varak kâğıdının çeşitine, kalitesine göre yıkanabilirlik, kuru temizleme, ısı duyarlılığı, sürtünme dayanıklılığı, kumaşa uygulanabilirlik özellikleri değişmektedir. Varak baskı abiyelerde, perdelerde, eşarplarda, günlük giyimlerde ve süsleme amaçlı kumaşlarda kullanılmaktadır (Yüksel, 2009: 69,70).

Batik: Batik geleneksel bir dekorasyon kumaş methodudur. Farklı yöntemler ile kumaş üzerinde istenildiği gibi birçok farklı, efektler, desenler oluşturmaktadır. Kumaşın üzerine çizim yapma anlamına da gelmektedir (Stokoe, 2004: 8,12). Batik uygulamasında kumaş, kağıt, boya gibi malzemelerin seçimi çok önemlidir. Renk ve desenin başarılı şekilde olması buna bağlıdır. Boya seçiminde kumaşa göre boya seçilmelidir ve kullanılacak en uygun kumaş pamukludur. Kağıt kullanılacak ise bu emici türden olmalıdır (Babayiğit, 2013: 17,18).

Mum Batik yöntemi, eski yöntem ve klasik batik olarak da adlandırılmaktadır. Bezin veya kumaşın boyama işlemi sırasında renk gelmemesi istenen yerleri mum ile kapatıp, boyanın kumaşa ulaşmasını engelleyerek yapılan uygulamaya mum batik denmektedir (Fraser-Lu, 1986: 1). Mum ile kaplanan alanlar boyayı almaz ve balmumu çıkarıldığında tasarım ortaya çıkmaktadır. İstenen efekti elde etmek için bu işlem birçok kez tekrar edilebilir (Joyce, 1993: 52). Boyama işleminde, boya mumdaki çatlaklara girdiği yerde rastgele bir kırılma deseni ortaya çıkardığı için batığe ayırt edici özellik katmaktadır (Picken, 2015: 47). Bu teknikte kumaşın boyanması için gerekli boyalar hazırlanır. Desen hazırlandıktan sonra kumaş çerçeveye gerilir ve mum benmaride, elektirikli ampul ile veya özel mum aracı içinde eritilerek hazırlanır. Kumaşda beyaz kalınması istenilen yerler mum ile kaplanır ve boya banyosuna batırılır ve boya tamamlanınca mum kumaştan çıkarılır (Gökaydın, 1997: 113,116).

Bağlama batik de sadece kumaş ve kumaş boyasına ihtiyaç duyulmaktadır. Bu batik yöntemi her tür kumaşa uygulanabildiği için daha avantajlı ve diğer yönleme göre kolay ve daha ekonomiktir (İlgaz, 1991: 19). Açık renkte bir kumaş farklı şekillerde katlanarak ya da büzülerek sicimle bağlanır. Her farklı katlama şekli farklı desenler oluşmasını sağlamaktadır. İsteğe göre kumaşa madeni para, çakıl taşı ya da benzeri yuvarlak bir şey konularak, sicimle dibinden sıkıca bağlanmaktadır. Sicimler arasında değişik aralıklar bırakıldığında farklı dokular ve renk tonları oluşmaktadır. Bu bağlama yönteminde dairesel desenler, muska şeklinde bağlandığında üçgen desenler ve kumaşın büzülerek yapıldığı bağlamada şerit desenler oluşmaktadır (Kılınç, 1994: 27). Bağlama batik yönteminde kullanılacak kumaş istenilen boy da

belirlendikten sonra, kumaş istenilen şekle göre düğümlenir, istenilen renkte kumaş boyası hazırlanılır ve kumaş, ılık su ile uygulanan boyanın içine batırılmaktadır. Bir süre bekletildikten sonra su ile boyanın iyice akması sağlanır. Düğümler ve bağlamalar çözülerek kumaş kurumaya bırakılır (İlgaz, 1991: 19).

2.6. Konu ile İlgili Araştırmalar

Atlamış (2008) “Hazır Giyim İşletmelerinde Giyim Süsleme Aşamaları Uygulamaları (İstanbul, İzmir, Konya, Adıyaman Örneği)” isimli yüksek lisans tez çalışmasında; İstanbul, İzmir, Konya ve Adıyaman illerindeki hazır giyim işletmelerinden tesadüfi yolla seçilen 60 hazır giyim işletmesine anket formu uygulanmıştır. Çalışmada giyim süsleme teknikleri sınıflandırarak anlatılmıştır. Araştırmasında, hazır giyimde giyim süsleme aşaması uygulamalarının nasıl gerçekleştiğini, giyim süsleme alanında en çok hangi yöntem ve tekniklerin uygulandığını, giyim süslemeye ne ölçüde yer verdiklerini, giyim süsleme aşaması uygulamalarında karşılaşılan sorunları ve bu sorunların nasıl aşıldığını, giyim süsleme tasarımının nasıl çözümlendiğini ve giyim süsleme uygulanan ürünlerin tüketim oranında farklılık olup olmadığını saptamak amacıyla yapılmıştır. Araştırma sonucunda, örneklem grubuna alınan firmaların genel olarak bütün süsleme tekniklerini kullandıkları görülmüştür. Katılımcı firmaların giyim süsleme tasarım aşaması uygulamalarını çoğunlukla işletme dışından gerçekleştirdikleri görülmüştür. Bunun yanı sıra giyim süsleme uygulamalarında yöntem olarak hem işletme bünyesinde elde veya makinede hemde evlere elde yaptırarak giyim süsleme aşaması uygulamalarını gerçekleştirdikleri belirlenmiştir. Araştırmanın, firmaların önemli bir çoğunluğunda moda uygun, özgün süsleme tasarımlarının ürünlerinde katma değerini artırıp piyasa rekabetine olumlu etki sağlayacağı kanısına varılmıştır.

Koçhan (2007) “Konya İli Müze ve Özel Koleksiyonlarında Bulunan Geleneksel Türk Giysi Süsleme Tekniklerinden Örnekler” isimli tez çalışmasında; giyim süslemenin kullanıldığı alanları, giyimde süsleme tekniklerinin sınıflandırılmasını ve giyim süslemenin tarihsel sürecini işlemiştir. Araştırmasında, Konya ilinde bulunan 1 müze ve 6 özel koleksiyondaki 70 adet geleneksel giysi örneği, alan araştırması yöntemi ile araştırılmış ve hazırlanan kapsamlı gözlem fişleri

yardımı ile incelenmiştir. Oluşturulan gözlem fişleri sayesinde geleneksel giysilerdeki; kumaş, astar, malzeme, renk ve süsleme özellikleri ortaya çıkarılmıştır. Bu veriler yardımı ile ulaşılan bilgiler ışığında tablolar hazırlanarak değerlendirme ve sonuca varılmıştır. Araştırma sonucunda; Konya ili müze ve özel koleksiyonlarında bulunan geleneksel giysi örnekleri birbirleriyle kıyaslandığında bazı giysilerin birçok açıdan benzerlikler taşıdığı görülmekle beraber küçük farklılıklarla birbirinden ayrıldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Çetin'in (2016) "Kadın Tüketicilerin Giysi Satın Alma Davranışları ve Marka Bağımlılığı" adlı çalışmasında üniversitede eğitim gören kadın tüketicilerin giysi satın alma davranışları, marka bağımlılık düzeyleri ve gelir düzeyleri farklı olan grupların giysi satın alma davranışlarının karşılaştırılması ve marka bağımlılık seviyeleri arasındaki ilişki belirlenmeye çalışılmıştır. Tarama modelindeki bu araştırma Çanakkale 18 Mart Üniversitesi ve Avrupa Lefke Üniversitesinden rastlantısal yöntemle seçilmiş 238 kadının katılımı ile gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonuçları, kadın tüketicilerin satın alacakları ürünün uygun fiyatlı olması, beğenilir marka olma fikrinin önüne geçmiştir. Genç kadın tüketicilerin, yeni bir giysi satın alırken; fiyatının uygun olduğu ve kalitesinin de uygun fiyata alınabileceği, alışverişlerini sezon sonlarında yaptıkları ve yeni bir giysi satın alırken, tercih edilen satış yerleri tüketicilere sorulduğunda ise, kadın tüketicilerin ilk olarak alışveriş mağazalarını ve indirimli mağazaları tercih ettikleri sonucuna ulaşılmıştır. Öğrencilerin bir giysi tercih ederken giysinin ucuz ya da pahalı olmasının ailelerin aylık gelir düzeyine göre değişim gösterdiği, aylık gelir düzeyi yükseldikçe giysi satın alma ile uygun fiyatlı olması arasındaki ilişkinin azaldığı belirlenmiştir.

Koca, Koç, Şahinoğlu ve Pamuk (2009) "Toplumsal Statü Açısından Kadının Giysi Tercihlerini Etkileyen Etmenler" üzerine yaptıkları çalışmalarında, kadınların çalışma durumlarına göre (çalışan ve çalışmayan) giysi tercihlerinde etken olan bazı psiko-sosyal değişkenlerin incelenmesi amaçlanmıştır. Tarama modeli kullanılarak yapılan araştırma Ankara ilinde ikamet etmekte olan 400 kadından rastlantısal (random) olarak seçilen çalışan ve çalışmayan kadınların katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışmada; kadınların giysilerini mağazadan temin ettikleri, giysilerini ihtiyaç

zamanında satın almayı tercih ettikleri, kadınların çoğunlukla spor giyimi tercih ederken, çalışan kadınların abiye ve otantik giyim tarzını, çalışmayan kadınlara oranla daha çok benimsedikleri, giysi satın alırken dikkat ettikleri hususların başında, vücuda uygun olması, rahat (konfor) ve uygun fiyat özelliklere dikkat ettikleri, üst giyimde bluz ve gömleği, alt giyimde kot pantolonu daha çok tercih ederken mevsimsel özelliklerde kazağı daha çok kullandıkları, çalışan kadınların çalışmayan kadınlara göre, satın aldıkları giysilerin modaaya uygun olmasına, modeline ve markasına daha fazla dikkat ettikleri, çalışmayan kadınların ise vücuda uygunluk ve dikim kalitesine çalışan kadınlara göre daha fazla dikkat ettikleri, çalışan kadınların markalı ürünler kullanmayı daha çok tercih ettiği, modaayı yakından takip ettiği , çalışmayan kadınların dini ve ahlaki görüşleri, gelenek ve görenekleri, buldukları çevre giysi tercihlerini etkilerken, giysileriyle fark yaratmaktan mutlu oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Eronç (1984) “Giyim Süsleme Teknikleri” isimli kitabında; giyim süsleme teknikleri ayrıntılı bir şekilde sınıflandırılmış, kullanılan araç ve gereçler hakkında bilgi verilmiş, süsleme tekniklerinin yapım aşamaları anlatmış ve süsleme tekniklerine ait fotoğraflar sunularak bunlar hakkında kısa açıklamalarda bulunulmuştur.

Köklü (2002) “El İşlemeleri” adlı kitabında; işleme hakkında genel bilgi verilmiş, sınıflandırılmış ve açıklaması yapılarak anlatılmıştır. İşlemede kullanılan araç-gereçler, işlemede desen ve kompozisyon özellikleri, işlemede iplik ve kumaş seçimi, kumaşı germe teknikleri, kenar temizleme işlemleri, işlemede ütü yapma teknikleri, dokumanın iplikleri sayılarak, kapatılarak, kesilerek, çekilerek yapılan iğne teknikleri ve iğne oyaları hakkında bilgi verilmiştir.

Süslü (1989) “Tasvirilere Göre Anadolu Selçuklu Kıyafetleri” isimli kitabında; Selçuklu dönemi giyim-kuşam şekilleri ve bu döneme ait süsleme tekniklerinden ve süslemelerin özelliklerinden bahsedilmiştir.

Korkusuz (1976) “Makine Nakışları” isimli kitabında; makinede yapılabilecek süsleme tekniklerinden bahsedilmiş ve süsleme tekniklerinin özellikleri, uygulama aşamaları anlatılmıştır.

Barışta (1984) “Türk İşleme Sanatı” adlı kitabında; işleme sanatının geçirdiği tarihsel süreci anlatılmış ve süsleme tekniklerinden bahsederek geçmiş yüzyıllara ait işleme örneklerinin bulunduğu resimlere yer vermiştir.



BÖLÜM III

YÖNTEM

Bu bölümde; araştırmanın modeli, evren ve örnekleme, verilerin toplanması ve verilerin analizi ile ilgili bilgilere yer verilmiştir.

4.1. Araştırma Modeli

Kadınların giysilerdeki süslemelere yönelik satın alma davranışlarını ve bu konudaki seçimlerini ortaya çıkarmak amacıyla yapılmış olan bu çalışmada betimsel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Betimsel yöntemler, araştırılmak istenen problemin var olan mevcut durumunu ortaya koymaya yönelik bir araştırmadır. Mevcut durumu kendi koşulları doğrultusunda ve olduğu gibi çalışmak bu yöntemlerin en temel özelliğidir (Sönmez ve Alacapınar, 2011: 46).

4.2. Evren Örneklem

Araştırmanın materyali, İstanbul'un farklı sosyo ekonomik yapıya sahip bölgelerindeki çalışan ve çalışmayan kadınlardan anket yardımı ile elde edilen veriler ve ilgili kaynaklardan elde edilmiştir.

Türkiye İstatistik Kurumundan alınan verilere göre İstanbulda 6.732.000 çalışan kadın bulunmaktadır. Araştırmanın evreni, İstanbul'un farklı bölgelerinde bulunan 18 yaş ve üzeri çalışan ve çalışmayan kadın tüketicilerden oluşmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise; İstanbul'un Avrupa ve Anadolu yakasındaki yüksek, orta ve düşük gelir düzeyine sahip kişilerin ikamet ettiği ilçelerden eşit bir dağılımla tesadüfi (random) yöntem ile seçilen 813 gönüllü kadın oluşturmaktadır. Örneklem sayısı aşağıda belirtilen formül ile hesaplanmıştır (Semiz, 2011: 85).

$N =$ Evrendeki Birey Sayısı

$Z =$ Güvenilirlik Katsayısı (%95 için): 1.96

$D =$ Standart Hata: 0.05

Değişkenin Varyansı: 0.5

$N \cdot Z^2 \cdot (0.5)^2$

$(N-1) \cdot D^2 + Z^2 \cdot (0.5)^2$

İl	Evren(sayı)	Örneklem(sayı)
İstanbul (Avrupa ve Anadolu Yakası)	6.732.000 (çalışan kadın)	386 (çalışan kadın)
İstanbul (Avrupa ve Anadolu Yakası)	6.732.000 (çalışmayan kadın)	386 (çalışmayan kadın)

$$\frac{6.732.000 \times (1.96)^2 \times (0.5)^2}{(6732000-1) \times (0.05)^2 + (1.96)^2 \times (0,5)}$$

$$= 384 \text{ Çalışan kadın}$$

$$\frac{6.732.000 \times (1.96)^2 \times (0.5)^2}{(6732000-1) \times (0.05)^2 + (1.96)^2 \times (0,5)}$$

$$= 384 \text{ Çalışmayan kadın}$$

$$n = 384 + 384$$

$$n = 768$$

Yukarıda yer alan verilerin formüle uygulanması sonucunda istenilen güven aralığında araştırmada olması gereken örneklem büyüklüğü 768 kişi olarak belirlenmiştir, fakat araştırma 813 kadın üzerinden gerçekleştirilmiştir.

4.3. Veri Toplama Tekniği

Araştırma kapsamında konu ile ilgili kaynaklar taranmış ve elde edilen bilgiler doğrultusunda verileri toplamak için anket formu geliştirilmiştir. Araştırmada; katılımcıların giysi satın alma davranışları, giyim süsleme bilgileri, giysilerde hangi tarz süslemeyi tercih ettikleri ve giysi süslemede yaşanan problemlere yönelik yaklaşım ve görüşleri ölçülmüştür. Araştırmanın kuramsal temelini oluşturmak ve ankette yer alacak soruları belirlemek amacıyla alanla ilgili literatür taraması yapılmıştır.

Anket formu 16 sorudan oluşmaktadır. Anket formunun başlangıcında araştırmanın amacı ve anketin ne şekilde cevaplandırılacağı açıklanmıştır.

Birinci bölümde anket kapsamındaki katılımcıları tanımaya yönelik demografik özelliklerini belirlemek amacıyla 5 soruya yer verilmiştir. Bu sorular kapalı uçlu çoktan seçmeli olarak hazırlanmıştır.

İkinci bölümde kadın tüketicilerin giysi satın alma davranışlarını belirlemeye yönelik 4 soruya yer verilmiştir.

Üçüncü son bölümde ise; katılımcıların giysi süslemeye yönelik görüşlerini belirlemek amacıyla 7 soru oluşturulmuştur. Ankette 3 tane 6'lı likert, 1 tane 3'lü likert ölçek bulunmaktadır. Likert sorularda derece sayısının 6'lı olmasının nedeni kesinlikle katılmıyorum veya kesinlikle istemem seçeneklerinin puanlamaya dahil edilmediği içindir. 6'lı likert sorunlarında katılımcılardan görüşlerini belirtirken her bir madde ile ilgili kendi görüşlerine en uygun olan 6 likertli sorunun birincisinde "Kesinlikle süsleme olmasını istemem, 1, 2, 3, 4, kesinlikle süsleme olmasını isterim" seçeneklerini, ikincisinde "Kesinlikle katılmıyorum, 1, 2, 3, 4, Kesinlikle katılıyorum" seçeneklerini, üçüncüsünde "Kesinlikle önemsiz, 1, 2, 3, 4, kesinlikle önemli" seçeneklerini, 3'lü likertli soruda ise "Kesinlikle tanımıyorum, kısmen tanıyorum, kesinlikle tanıyorum" seçeneklerinden bir tanesini seçip işaretlemeleri istenmiştir.

Yapılan çalışmada kadınların giysi süslemeye yönelik görüşlerini belirlemek için oluşturulan ölçeğin güvenilirliği (iç tutarlılığı) madde analizi ile incelenmiş, Cronbach Alpha güvenilirlik katsayısı $\alpha=0.84$ olarak tespit edilmiştir. Bu değer sosyal bilimlerde genel kabul gören 0.70 değerinden yüksek olduğu için anketin yüksek derecede güvenilir olduğu söylenebilir (Ercan, 2017: 55).

4.4. Veri Analizi

Anket formu oluşturulduktan sonra 50 kişiye pilot uygulama yapılmıştır. Bu pilot uygulamalar esnasında anlaşılmayan sorular ve maddeler yeniden düzenlenmiştir. Araştırma sürecinde veri toplama işlemi tamamlandıktan sonra ankete verilen cevaplar kontrol edilmiş, eksik ya da hatalı anketler ayrılmış ve doğru olan anketler üzerinde istatistiksel analizler yapılmak üzere veriler SPSS paket programına aktarılmıştır.

Elde edilen veriler üzerinde tanımlayıcı basit istatistiksel analizler yapılarak, bulgular tablolarda verilmiştir. Tablolarda sorulara verilen cevaplar, sayı (s) ve yüzde (%) değerleri şeklinde gösterilmiştir. Tablolar gerek kendi içerisinde gerekse

birbirleriyle ilişkilendirilerek yorumlanmıştır. Kadın tüketicilerin çalışma durumu dikkate alınarak oluşturulan çapraz tabloların bulguları yüzdeler tablolarda ifadelendirilmiştir.

Anket formunun ilgili bölümlerinde yer alan likert tipi önermeler, kesinlikle katılmıyorum: 0, 1, 2, 3, 4, ve kesinlikle katılıyorum: 5 şeklinde puanlanmıştır. Likert tablolara yönelik verilerin analizinde kesinlikle süsleme istemem, kesinlikle katılmıyorum ve kesinlikle önemsiz seçenekleri puanlamaya dahil edilmeyip 5’li likert olarak değerlendirilmiştir. Likert tablolar için verilerin analizinde öncelikle normallik testi yapılmış, dağılımın homojen ve birbirinden bağımsız olup olmadığına bakılmıştır. Dağılımın normalliği için Kolmogorow-Smirnov ve Shapiro-Wilk testleri yapılmıştır. Likert tablo verilerinden elde edilen ortalamalar için puan dağılımlarının normal olmadığı ($p < 0.5$) belirlenmiştir. Puan dağılımlarının normal olmamasına rağmen basıklık ve çarpıklık katsayılarının ise +2 ile -2 arasında olduğu belirlenmiş, bu nedenle puanların normal dağıldığı kabul edilmiştir.

Çalışan ve çalışmayan kadınlara ait T-testi sonuçları tablolarda verilerek yorumlanmış ve çalışan ve çalışmayan kadınların yaş değişkeni dikkate alınarak yapılan ANOVA testi bulguları ilgili tablolarda belirtilmiştir.

BÖLÜM IV

BULGULAR VE YORUM

Çalışmanın bu bölümünde; araştırmanın alt problemleri dikkate alınarak hazırlanmış ve katılımcılara uygulanmış olan anketlerden elde edilen verilerin istatistiksel analizi ile ulaşılan bulgular ve bu bulgulara yönelik yorumlar yer almaktadır.

5.1. Kadın Tüketicilerin Demografik Özellikleri

Araştırmaya katılan örneklem grubunun demografik özelliklerine ilişkin bulgular aşağıdaki tablolarda verilmiştir.

Tablo 1. Kadın Tüketicilerin Demografik Özellikleri

	Seçenekler	s	%
Yaş	20-30	325	40
	31-40	246	30.3
	41-50	143	17.6
	51-60	67	8.2
	61 ve üzeri	31	3.8
Aylık Gelir Düzeyi	1000-1500	214	26.3
	1501-2000	149	18.3
	2001-2500	163	20
	2501-3000	122	15
	3001 ve üzeri	165	20.3

Tablo 1’de katılımcıların demografik özellikleri verilmiştir. Yaş grubu incelendiğinde katılımcıların %40’ının **20-30** yaş, %30.3’ünün **31-40** yaş, %17.6’sının **41-50** yaş, %8.2’sinin **51-60** yaş, %3.8’sinin ise **61 yaşın üzerinde** olduğu görülür. Yaş grupları arasında en çok katılımcı 20-30 yaş aralığındadır. En az katılımcı grubu ise 61 ve üzeri yaş arasındadır. Katılımcılar çoğunlukla genç kadın tüketicilerden oluşmaktadır.

Katılımcıların aylık gelir düzeyleri incelendiğinde; kadınların %26.3'ünün **1000-1500 TL**, %20.3'ünün **3000 TL ve üzeri**, %20'sinin **2001-2500 TL**, %18.3'ünün **1501-2000 TL**, %15'inin ise **2500-3000 TL** gelire sahip olduğu belirlenmiştir.

Tablo 2. Kadın Tüketicilerin Demografik Özelliklerinin Çalışma Durumuna Göre Çapraz Tablo Sonuçları

SEÇENEKLER	Çalışmayan Kadın Tüketici		Çalışan Kadın Tüketici		
	s	%	s	%	
Yaş	20-30	134	33,0	191	46,9
	31-40	109	26,8	137	33,7
	41-50	83	20,4	60	14,7
	51-60	50	12,3	17	4,2
	61 ve üzeri	30	7,4	1	2,0
Aylık Gelir Düzeyi	1000-1500	152	37,4	62	15,2
	1501-2000	86	21,2	63	15,5
	2001-2500	87	21,4	76	18,7
	2501-3000	44	10,8	78	19,2
	3001 ve üzeri	37	9,1	128	31,4

Çapraz tabloya göre yaş dağılımları incelendiğinde; **çalışmayan kadınların** %33'ünün 20-30, %26.8'inin 31-40, %20.4'ünün 41-50, **çalışan kadınların** ise %46.9'unun 20-30, %33.7' sinin 31-40, %14.7'sinin 41-50 yaş aralığında olduğu belirlenmiştir.

Çapraz tabloya göre aylık gelir düzeyleri incelendiğinde; **çalışmayan kadın tüketicilerin** %37.4'ü 1000-1500 TL, %21.4'ü 2001-2500 TL ve en az %9.1'i 3001 TL ve üzeri, **çalışan kadın tüketicilerin** ise %31.4'ünün 3001 TL ve üzeri, %19.2'sinin 25001-3000 TL ve en az %15.2'sinin 1000-1500 TL aylık gelirleri olduğunu belirtmişlerdir.

Araştırmaya katılan çalışan ve çalışmayan kadın tüketicilerde çalışan kadın tüketicilerin, çalışmayan kadın tüketicilere göre daha genç yaş aralıklarında yer aldıkları ortaya çıkmıştır.

Tablo 3. Kadın Tüketicilerin Giysi Alışverişi için Harcadıkları Aylık Ortalama Miktar

Seçenekler	s	%
0-50	72	8.9
51-100	99	12.2
101-200	172	21.2
201-300	169	20.8
301-400	124	15.3
401-500	77	9.5
501-600	34	4.2
600 TL ve üzeri	66	8.1

Kadın tüketicilerin giysi alışverişi için harcadıkları aylık ortalama miktarlar incelendiğinde; en fazla yığılma %21.2'sinin **101-200 TL**, %20.8'inin **201-300 TL** aralığında harcama yaptıkları belirlenmiştir. (%8.1) **600 TL ve üzeri**, (%4.2) aralığı ile **501-600 TL** aralığında harcama yapanların oranı oldukça düşüktür.

Tablo 4. Kadın Tüketicilerin Giysi Alışverişi için Harcadıkları Aylık Ortalama Miktarın Çalışma Durumuna Göre Çapraz Tablo Sonuçları

SEÇENEKLER	Çalışmayan Kadın Tüketici		Çalışan Kadın Tüketici		
	s	%	s	%	
Giysi Alışverişi İçin Harcanan Aylık Ortalama Miktar	0-50	57	14,0	15	3,7
	51-100	63	15,5	36	8,8
	101-200	111	27,3	61	15,0
	201-300	82	20,2	87	21,4
	301-400	43	10,6	81	19,9
	401-500	26	6,4	51	12,5
	501-600	8	2,0	26	6,4
	600 TL ve üzeri	16	3,9	50	12,3

Çapraz tablolar incelendiğinde; **çalışmayan kadınların** %27,3'ünün **101-200 TL**, %20,2'sinin **201-300 TL**, **çalışan kadın** tüketicilerin ise %21,4'ünün **201-300 TL**, %19,9'unun **301-400 TL**, %15'inin **101-200 TL** aralıklarında giyim alışverişine aylık harcama yaptıkları belirlenmiştir.

Giysi alışverişi için en çok yapılan aylık ortalama miktarın çalışmayan kadınlarda **101-200 TL**, çalışan kadınlarda ise **201-300 TL** olduğu belirlenmiştir. Çalışan kadın tüketicilerin giysi alışverişi için harcadıkları aylık ortalama miktarın,

çalışmayan kadın tüketicilere göre daha fazla olduğu görülür. Miktarlara bakıldığında ise kadın tüketicilerin çalışanlar dahil olmak üzere giysi alışverişi için aylık yüksek rakamlar harcamadıklarını ortaya koymaktadır.

Koca, Koç, Şahinoğlu ve Pamuk (2009)'un yaptıkları çalışmada, kadınların ay içerisindeki giyim masraflarına ait değerler incelendiğinde %39,5 'inin 0-50 TL, %26,3'nün 51-100 TL arasında olduğu görülmektedir.. Bu bağlamda, ilgili araştırmalarda incelendiğinde beklenenin aksine kadınların giysi alışverişi için aylık yüksek rakamlar harcamadıkları belirlenmiştir.

Tablo 5. Kadın Tüketicilerin Tercih Ettikleri Giyim Tarzları

Seçenekler	s	%
Basic	266	32.7
Klasik	375	46.1
Günlük Rahat	556	68.4
Spor	386	47.5
Etnik	78	9.6
Kadınsı	271	33.3
Erkeksi	51	6.3
Punk	33	4.1
Vintage-Retro	97	11.9

Araştırma kapsamındaki kadın tüketicilerin tercih ettikleri giyim tarzları incelendiğinde; %68.4'ünün **günlük rahat**, %47.5'inin **spor**, %46.1'inin **klasik**, %33.3'ünün **kadınsı**, %32.7'sinin **basic**, %11.9'unun **vintage-retro**, %9.6'sının **etnik** giyim tarzını tercih ettikleri görülmüştür. Kadın tüketicilerin (%6.3) **erkeksi**, (%4.1) **punk** giyim tarzını tercih edenlerin oranı oldukça düşüktür.

Tablo 6. Kadın Tüketicilerin Tercih Ettikleri Giyim Tarzlarının Çalışma Durumuna Göre Çapraz Tablo Yorumları

SEÇENEKLER	Çalışmayan Kadın Tüketici		Çalışan Kadın Tüketici	
	s	%	s	%
Basic	121	29,8	145	35,6
Klasik	200	49,3	175	43,0
Günlük Rahat	303	74,6	253	62,2
Spor	192	47,3	194	47,7
Etnik	35	8,6	43	10,6
Kadınsı	119	29,3	152	37,3
Erkeksi	21	5,2	30	7,4
Punk	4	1,0	29	7,1
Vintage Retro	38	9,4	59	14,5

Çapraz tablolar değerlendirildiğinde; **çalışmayan kadın tüketicilerin** en fazla yığılma ile *günlük rahat* (%74.6), *klasik* (%49.3), *spor* (%47.3), *basic* (%29.8), *kadınsı* (%29.3) giyim tarzını, **çalışan kadınların ise;** *günlük rahat* (%62.2), *spor* (%47.7), *klasik* (%43),'ünün *kadınsı* (%37.3), *basic* (%35.6) giyim tarzını tercih ettikleri belirlenmiştir. Çalışan ve çalışmayan kadınların tercihleri birlikte değerlendirildiğinde her iki grubunda giysilerde rahatlık ve konforu ön planda tuttıkları görülmüştür. Çalışmayan kadınların çalışan kadınlara oranla daha fazla klasik giyime önem vermeleri, aynı zamanda çalışan kadınların çalışmayanlara oranla daha fazla kadınsı giyimi tercih etmeleri dikkat çekicidir. Bulgular doğrultusunda hem çalışan hem de çalışmayan kadın tüketicilerin rahat edebilecekleri, spor giyimlere yöneldikleri görülür. Bu durumun sebebinin; çalışma farkı olmaksızın günlük yaşamın hızlanması, yoğunluğu ve zaman yönetimin öneminden dolayı insanların rahat hareket etme ve hissetme ihtiyacından ortaya çıktığı söylenebilir.

Koca, Koç, Şahinoğlu ve Pamuk (2009) toplumsal statü açısından kadın giysi tercihlerini etkileyen etmenler üzerine yapmış oldukları araştırmalarında kadınların benzer şekilde %66. 5'inin rahatlık (konfor) seçeneğini tercih ettikleri ortaya çıkmıştır.

5.2. Kadın Tüketicilerin Giysi Satın Alma Davranışları

Araştırmaya katılan örneklem grubunun; süslemeli giysiler satın alma davranışlarına ilişkin bulgular bu bölümde yer almaktadır.

Tablo 7. Kadın Tüketicilerin Giysi Alışverişi Yaptıkları Yerler

Seçenekler	s	%
Alışveriş Merkezleri	631	77.6
Outlet Mağazaları	261	32.1
Cadde Mağazaları	379	46.6
Kişiyeye Özel Dikim	118	14.5
İnternet Sosyal Medya	271	33.3
Semt Pazarları	324	39.9
Pasajlar	165	20.3

Araştırma kapsamındaki tüketicilerin giysi satın aldıkları yerleri incelendiğinde, kadınların **alışveriş merkezlerini** (%77.6), **cadde mağazalarını** (%46.6), **semt pazarlarını** (%39.9), **internet ve sosyal medyayı** (%33.3), **outlet mağazalarını** (%32.1), **pasajları** (%20.3), **kişiyeye özel dikimi** (%14.5) tercih ettikleri belirlenmiştir.

Budak, (2012: 107) tarafından tüketicilerin giysi satın alma alışkanlıkları üzerine yapılan araştırmada katılımcıların giyim alışverişlerini yaptıkları yerlere bakıldığında en fazla giyim ihtiyaçlarını alışveriş merkezlerinden yapmayı tercih ederken benzer şekilde ikinci olarak cadde mağazalarını tercih etmişlerdir.

Tablo 8. Kadın Tüketicilerin Giysi Alışverişi Yaptıkları Yerlerin Çalışma Durumuna Göre Çapraz Tablo Sonuçları

SEÇENEKLER	Çalışmayan Kadın Tüketici		Çalışan Kadın Tüketici	
	s	%	s	%
Alışveriş Merkezleri	301	74,1	330	81,1
Outlet Mağazaları	121	29,8	140	34,4
Cadde Mağazaları	192	47,3	187	45,9
Kişiyeye Özel Dikim	51	12,6	67	16,5
İnternet Sosyal Medya	110	27,1	161	39,6
Semt Pazarları	204	50,2	120	29,5
Pasajlar	70	17,2	95	23,3

Çapraz tablo verileri değerlendirildiğinde; **çalışmayan kadın** tüketicilerin en fazla yığılma ile *alışveriş merkezlerinden* (%74.1), *semt pazarlarından* (%50.2), *cadde mağazalarından* (%47.3), *outlet mağazalardan* (%29.8), *internet ve sosyal medyadan* (%27.1) alışveriş yaptıkları, **çalışan kadın** tüketicilerin ise giyim alışverişi için; *alışveriş merkezlerini* (%81.1), *cadde mağazalarını* (%45.9), *internet ve sosyal medyayı* (%39.6), *outlet mağazalarını* (%34.4) en az ise *kişiyeye özel dikimi* (%16.5) tercih ettikleri belirlenmiştir.

Her iki tüketici grubunda “alışveriş merkezleri” giysi satın almada en çok tercih edilen seçenek olmuştur. Her iki tüketici grubunun giysi satın almak için en az tercih ettiği seçenek ise kişiyeye özel dikimdir. Bulgular değerlendirildiğinde alışveriş merkezleri dışında çalışan kadınların internet ve sosyal medyayı, çalışmayan kadınların ise semt pazarlarını daha çok tercih ettikleri ortaya çıkmıştır. Çalışan kadınların çalışmayanlara oranla internet alışverişini daha fazla, semt pazarlarını daha az tercih etme nedenleri giyim alışverişine zaman ayıramamaları ile ilişkili olabilir.

Çağman (2010: 56)’ın çalışmasında, kadınların giysilerini elde etme durumlarına göre dağılımında benzer şekilde çalışan kadınların en az sipariş ile giysi diktirdiği sonucuna ulaşılmıştır . Koca, Koç, Şahinoğlu ve Pamuk (2009)’un toplumsal statü açısından kadın giysi tercihlerini etkileyen etmenler üzerine yapmış oldukları çalışmada kadınların en az terziye giysi diktirdikleri belirlenmiştir. İlgili araştırmalar incelendiğinde çalışan kadınların kişiyeye özel dikimi tercih etmedikleri söylenebilir.

Online alışveriş; zamandan tasarruf sağlaması, ürün seçeneklerindeki genişlik, alışveriş kolaylığı, her saat alışveriş imkânı, alışveriş sıralarında beklemekten kurtarma, internete özel indirimler gibi avantajlara sahip olmasından dolayı son on yılda alışveriş için tercih edilen bir kanal olmuş ve perakende mağazacılık sektörüne yeni bir değer katmıştır. Gerçekleştirilen çeşitli araştırmalarda da internetten en çok satın alınan ürünlerin giyim eşyaları olduğu görülmektedir (Ağaç vd., 2018: 57,58).

Çetin (2016: 30)'in satın alma davranışları üzerine yaptığı çalışmada, tüketicilerin bir giysi markasını satın alırken tercih ettikleri yerler arasında benzer şekilde en fazla alışveriş merkezleri %54.6 tercih edilmiştir. Tüketiciler göze hitap edecek şekilde tasarlanmış alışveriş merkezlerinde konforlu ve güvenilir alışveriş yapabildiklerinden dolayı bu tür mekânlarda daha fazla vakit geçirmek isterler. Tüketicilere bir seferde toplu alışveriş yapma olanağı sunan modern alışveriş merkezlerinin sağladığı avantajların bazıları: daha az çabayla her şeye toplu şekilde sahip olabilmek, ürün ve marka çeşitliliği, otopark kolaylığı, olumsuz iklim koşullarından etkilenmemek, aynı zamanda yemek ve eğlenceye de ulaşabilmek şeklinde sıralanabilir (Aktaran: Ayvaz, 2018: 105; Akgün, 2010: 156).

Tablo 9. Kadın Tüketicilerin Giyim Alışverişi Yapma Durumları

Seçenekler	s	%
Sezon Başlarında	212	26.1
Sezon Sonu İndirimlerinde	345	42.4
İhtiyacı Olduğunda	585	72
Bütçem Uygun Olduğunda	390	48
Beğendiğim Giysi Olduğunda	466	57.3
Özel Gün ve Geceler	243	29.9
Çok İndirimli Ürün Gördüğümde	313	38.5

Kadın tüketicilerin giyim alışverişi yapma durumları incelendiğinde; katılımcıların %72'sinin **ihtiyacı olduğunda**, %57.3'ünün **beğendiği giysi olduğunda**, %48'inin **bütçesi uygun olduğunda**, %42.4'ünün **sezon sonu indirimlerinde**, %38.5'inin **çok indirimli ürün gördüğünde**, %29.9'unun **özel gün ve geceler için**, %26.1'inin **sezon başlarında** giyim alışverişi yaptığı görülür. Katılımcıların en çok ihtiyacı olduğunda, en az ise sezon başlarında alışveriş yaptıkları belirlenmiştir. Bulgulara göre kadınlar tarafından en çok ihtiyaç olduğunda giyinmek için alışveriş yapıldığı ve sezon başlarında bütçelerinin uygunluğunu düşündükleri için alışveriş yapmamayı tercih ettikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Koca, Koç, Şahinoğlu ve Pamuk (2009)'un toplumsal statü açısından kadın giysi tercihlerini etkileyen etmenler üzerine yapmış oldukları araştırmada kadınların giysi satın almayı en çok tercih ettiği dönemlere ilişkin olarak benzer şekilde en çok

giysilerini ihtiyaç zamanında, ikinci olarak ise beğendikleri giysi olduğu zaman satın aldıkları belirlenmiştir.

Çakmak ve Tekinyıldız (2016)'ın kadın tüketiciler üzerine yapmış oldukları araştırmada benzer şekilde bütçelerini düşündükleri ve ihtiyaçları olduğunda alışveriş yaptıkları görülmüştür. Aktuğlu ve Temel (2006: 54) tarafından katılımcılara yöneltilen giysi alma nedenlerinin sorulduğu soruya her zaman ihtiyaç duyduğu için giysi satın alındığı belirlenmiştir. Çağman (2010: 55)'in çalışan kadınlar üzerine yapmış olduğu çalışmada kadınların giysi satın alma davranışları incelendiğinde, en yüksek oranla gerekli olduğu zaman giysi satın aldıkları sonucuna ulaşılmıştır. Benzer konu üzerinde yapılan birçok araştırma bu sonucu desteklemektedir.

Tablo 10. Kadın Tüketicilerin Giyim Alışverişi Yapma Durumlarının Çalışma Durumuna Göre Çapraz Tablo Sonuçları

Seçenekler	Çalışmayan Kadın Tüketici		Çalışan Kadın Tüketici	
	s	%	s	%
Sezon Başlarında	87	21,4	125	30,7
Sezon Sonu İndirimlerinde	174	42,9	171	42,0
İhtiyacım Olduğunda	316	77,8	269	66,1
Bütçem Uygun Olduğunda	210	51,7	180	44,2
Beğendiğim Giysi Olduğunda	207	51,0	259	63,6
Özel Gün ve Geceler İçin	96	23,6	147	36,1
Çok İndirimli Ürün Gördüğümde	134	33,0	179	44,0

Çapraz tablolar incelendiğinde **çalışmayan kadın** tüketicilerin en fazla yığılma ile *ihtiyacı olduğunda* (%77.8), *bütçesi uygun olduğunda* (%51.7), *beğendiği giysi olduğunda* (%51), *sezon sonu indirimlerde* (%42.9), *çok indirimli ürün gördüğünde* (%33), *özel gün ve geceler için* (%23.6), *sezon başlarında* (%21.2) giyim alışverişi yaptıkları, **çalışan kadın** tüketicilerin ise *ihtiyacı olduğunda* (%66.1), *beğendiği giysi olduğunda* (%63.6), *bütçesi uygun olduğunda* (%44.2), *çok indirimli ürün gördüğünde* (%44), *sezon sonu indirimlerinde* (%42), *sezon başlarında* (%30.7) giysi aldıkları belirlenmiştir. Her iki tüketici grubunda da en çok ihtiyaç olduğunda giysi alışverişi yapılırken, çalışmayan kadınlar bütçe uygunluğunu

çalışanlara oranla daha çok dikkate almaktadır. Çalışan kadınlar ise beğendikleri giysi olmasını bütçeye uygunluğundan daha çok dikkate almışlardır. Çağman (2010: 57) tarafından çalışan kadınların giysi alışverişine çıkma sıklıklarına göre yaptıkları araştırmada en fazla ihtiyacı olduğunda alışveriş yaptığını en az ise beğendiği bir giysi olduğunda giysi satın aldıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 11. Kadın Tüketicilerin Giysi Alışverişi Yapma Nedenleri

Seçenekler	s	%
Beden Ölçülerindeki Değişiklik	201	24.7
Sezona Uygun Giymek	287	35.3
Modayı Takip Etmek	243	29.9
Kullandığım Giysilerin Eskimesi	410	50.4
Mesleğe Uygun Giymek	172	21.2
Fiyatların Uygun Olması	396	48.7
Alışveriş Yapmayı Sevmek	364	44.8
Marka Sadakati/ Bağımlılığı	77	9.5
Kendimi Ödüllendirmek	243	29.9
Şık ve Güzel Görünmek	475	58.4

Katılımcıların giysi alışverişi yapma nedenleri incelendiğinde; kadınların %58.4'ünün **şık ve güzel görünmek**, %50.4'ünün **kullandığı giysilerin eskimesi**, %48.7'sinin **fiyatların uygun olması**, %44.8'inin **alışveriş yapmayı sevmek** nedenleri ile giysi alışverişi yaptıkları belirlenmiştir. Kadınların en fazla “şık ve güzel görünmek”, “kullanılan giysilerin eskimesi” ve “fiyatların uygun olması” en az ise “marka sadakati/bağımlılığı” seçeneklerini tercih ettikleri görülür. Kadınların kullandıkları giysiler eskidiği zaman giysi satın almalarına ve fiyatların uygun olmasına dikkat etmelerine rağmen, şık ve güzel görünme isteklerinin daha fazla olduğu ortaya çıkmıştır.

Tablo 12. Kadın Tüketicilerin Giysi Alışverişi Yapma Nedenlerinin Çalışma Durumuna Göre Çapraz Tablo Sonuçları

Seçenekler	Çalışmayan Kadın Tüketici		Çalışan Kadın Tüketici	
	s	%	s	%
Beden ölçülerindeki değişiklik	95	23,4	106	26,0
Sezona uygun giyinmek	126	31,0	161	39,6
Modayı takip etmek	94	23,2	149	36,6
Kullandığım giysilerin eskimesi	248	61,1	162	39,8
Mesleğime uygun giyinmek	48	11,8	124	30,5
Fiyatların uygun olması	218	53,7	178	43,7
Alışveriş yapmayı sevmek	173	42,6	191	46,9
Marka sadakati/bağımlılığı	24	5,9	53	13,0
Kendimi ödüllendirmek	105	25,9	138	33,9
Şık ve güzel görünmek	216	53,2	259	63,6

Çapraz tablolar incelendiğinde **çalışmayan kadınların**; en fazla yığılmayla kullanılan *giysilerin eskimesi* (%61.1), *fiyatların uygun olması* (%53.7), *şık ve güzel görünmek* (%53.2), *alışveriş yapmayı sevmek* (%42.6), *sezona uygun giymek* (%31), *kendini ödüllendirmek* (%25.9), *beden ölçülerindeki değişiklik* (%23.4), *modayı takip etmek* (%23.2) nedenleri ile giysi satın aldıkları belirlenmiştir. **Çalışan kadın** tüketicilerin ise; *şık ve güzel görünmek* (%63.6), *alışveriş yapmayı sevmek* (%46.9), *fiyatların uygun olması* (%43.7), *kullandığı giysilerin eskimesi* (%39.8), *sezona uygun giyinmek* (%39.6), *modayı takip etmek* (%36.6), *beden ölçülerindeki değişiklik* (%26) gibi nedenlerle giysi satın aldıkları ortaya çıkmıştır.

Çalışmayan kadın tüketicilerin giysilerin eskimesi ve fiyatların uygun olmasına öncelikli olarak dikkat ettikleri görülmüştür. Çalışmayan kadın katılımcıların gerekli olduğu durumlarda giysi alışverişi yaptığı söylenebilir. Çalışan kadın tüketicilerin ise şık ve güzel görünmek istedikleri ve alışveriş yapmayı sevdikleri için alışveriş yaptıkları sonrasında fiyatların uygunluğunu ve giysilerin eskimesini dikkate aldıkları sonucuna ulaşmıştır.

Çetin, (2016: 31) tarafından gerçekleştirilen araştırmada katılan kadın öğrencilerin giysinin markasından çok, uygun fiyatlı olmasını tercih ettikleri ve buna bağlı olarak satın alma davranışı gösterdikleri görülmektedir.

5.3. Kadın Tüketicilerin Giysi Süsleme Tasarımlarına Yönelik Beklentileri

Araştırmaya katılan örneklem grubunun; giysi süsleme tasarımlarına yönelik beklentilerine ilişkin bulgular bu bölümde yer almaktadır.

Tablo 13. Kadın Tüketicilerin Giysilerde Süslemeye İlişkin Yenilikleri Takip Etme Durumları

Seçenekler	s	%
Giysilerde modayı takip ederim fakat süslemelere dikkat etmem.	230	28.3
Hem giysi modası hem de giysi süslemeleri özellikle dikkatimi çeker.	242	29.8
Markaları takip ettiğim için süslemelerinde ne varsa alırım.	70	8.6
Giysilerde ve süslemelerde modayı takip etmem.	271	33.3

Kadın tüketicilerin giysilerde süslemeye ilişkin yenilikleri takip etme durumları incelendiğinde; Kadınların %33.3'ünün **giysilerde ve süslemelerde modayı takip etmediği**, %29.8'inin **hem giysi modası hem de giysi süslemeleri özellikle dikkatlerini çektiği**, %28.3'ünün **giysilerde modayı takip ettiği fakat süslemelere dikkat etmediği** belirlenmiştir. Bulgulara göre süslemelere dikkat etme konusundaki seçeneklere verilen cevaplarda oranlar birbirine yakınlık göstermesine rağmen kadın tüketicilerin markaları tercih etmediklerini ve markalardaki süslemelerde ne varsa onu almadıkları orataya çıkmıştır. Bu durum kadın tüketicilerin giysi alışverişi yapma nedenlerinde en az tercih edilen seçeneğin marka sadakati/bağımlılığı olması ile bağdaşmaktadır.

Tablo 14. Kadın Tüketicilerin Giysilerde Süslemeye İlişkin Yenilikleri Takip Etmelerinin Çalışma Durumlarına Göre Çapraz Tablo Sonuçları

Seçenekler	Çalışmayan Kadın Tüketici		Çalışan Kadın Tüketici	
	s	%	s	%
Giysilerde modayı takip ederim fakat süslemelere dikkat etmem.	123	30,3	107	26,3
Hem giysi modası hem de giysi süslemeleri özellikle dikkatimi çeker	100	24,6	142	34,9
Markaları takip ettiğim için süslemelerinde ne varsa alırım	30	7,4	40	9,8
Giysilerde ve süslemelerde modayı takip etmem.	153	37,7	118	29,0

Çapraz tablo verilerine göre; **çalışmayan kadınların** %37.7'si *giysilerde ve süslemelerde modayı takip etmemekte*, %30.3'ü *giysilerde modayı takip etse de süslemelere dikkat etmemekte*, %24.6'sı için *hem giysi modası hem de giysi süslemeleri özellikle dikkatlerini çekmektedir*. **Çalışan kadınların**; %34.9'u için *hem giysi modasının hem de giysi süslemelerinin özellikle dikkatlerini çekmekte*, %29'u *giysilerde ve süslemelerde modayı takip etmemekte*, %26.3'ü *giysilerde modayı takip etmekte fakat süslemelere dikkat etmemektedir*.

Elde edilen bulgulara göre; çalışmayan kadın tüketicilerin giysilerde ve süslemelerde modayı takip etmediği ya da giysilerde modayı takip etse de süslemelere dikkat etmediği ortaya çıkmıştır. Çalışan kadın tüketiciler için ise hem giysi modasının hem de giysi süslemelerinin özellikle dikkatlerini çektiği belirlenmiştir. Özellikle çalışan kesimdeki kadınların çalışmayanlara oranla daha çok süslemeye dikkat etmeleri dikkat çekici bir sonuçtur.

Koca, Koç, Şahinoğlu ve Pamuk (2009)'un toplumsal statü açısından kadın giysi tercihlerini etkileyen etmenler üzerine yapmış oldukları çalışmada çalışan kadınların çalışmayan kadınlara göre satın aldıkları giysilerin modaya uygun olmasına, modeline ve markasına daha fazla dikkat ettikleri belirlenmiştir. Benzer bulgular araştırma sonuçlarını destekler niteliktedir.

Tablo 15. Kadın Tüketicilerin Giysilerdeki Süsleme Seçimlerini Etkileyen Faktörler

Seçenekler	s	%
Aile	119	14.6
Arkadaşlar	114	14
Reklamlar	21	2.6
Satış Danışmanları	25	3.1
İş Ortamı	42	5.2
Moda ve Stil İkonları	57	7
Kendim Karar Veririm	435	53.5

Araştırma kapsamındaki kadın tüketicilerin %53.5'inin kendisi karar verip giysi satın alırken %14.6'sı **ailesi** ve %14'ü **arkadaşları** tarafından etkilendiğini ifade etmişlerdir. En az etkilendikleri seçenek ise %2.6 ile **reklamlar** olmuştur.

Tablo 16. Kadın Tüketicilerin Giysilerdeki Süsleme Seçimlerini Etkileyen Faktörlerin Çalışma Durumuna Göre Çapraz Tablo Yorumları

Seçenekler	Çalışmayan Kadın Tüketici		Çalışan Kadın Tüketici	
	s	%	s	%
Aile	87	21,4	32	7,9
Arkadaşlar	65	16,0	49	12,0
Reklamlar	4	1,0	17	4,2
Satış Danışmanları	10	2,5	15	3,7
İş Ortamı	0	0	42	10,3
Moda ve Stil İkonları	12	3,0	45	11,1
Kendim Karar Veririm	228	56,2	207	50,9

Çapraz tablo verileri incelendiğinde **çalışmayan kadın** tüketicilerin %56.2'si *kendisi karar verip giysi almakta*, %21.4'ü *aile*, %16'sı *arkadaşlar* tarafından alışverişte etkilenmektedir. **Çalışan kadın** tüketicilerin ise; %50.9'u *kendisi karar verip almakta*, %12'sinde *arkadaşları*, %11.1'inde *moda ve stil ikonları* etkili olmaktadır.

Çalışan veya çalışmayan kadın tüketicilerin her ikisi için giysi süsleme seçimlerinde dış faktörlerin etkili olmadığı ya da az oranlarda etkili olduğu ortaya çıkmıştır. Çalışmayan kadınlarda aile faktörü giysi seçimlerinde etkili olurken,

çalışan grupta aile etkili olmamıştır. Çalışan kadınlarda, çalışmayanlardan farklı olarak moda ve stil ikonları düşük oranlarda olsa da süsleme seçimlerinde etkili çıkmıştır. İki gurubunda süsleme seçimlerini en az etkileyen unsurlar reklamlar ve satış danışmanları olmuştur.

Çakmak ve Tekinyıldız (2016: 152)'in yapmış oldukları araştırmada kadınların alışverişe en fazla yalnız çıktığı belirlenmiştir. Araştırma sonuçları birbirlerini destekler niteliktedir. Kadın tüketicilerin alışverişte çevresinden etkilenmediği sonucuna ulaşılabilir.

Tablo 17. Kadın Tüketicilerin Giysilerde Tercih Ettiği Süsleme Çeşitleri

Seçenekler	s	%
Baskı/Boyalar ile yapılan süslemeler (flok, digital, varak, transfer, batık, mürekkep, devore, krep)	302	37.1
Nakış ve işlemeler ile yapılan süslemeler (kurdele nakışı, piko, ajur, kanaviçe, pul boncuklar vb.)	405	49.8
Hazır süsleme malzemeleri ile yapılan süslemeler (sutaşları, kurdeleler, danteller, şeritler, kordonlar vb.)	313	38.5
Dikiş tekniği ile yapılan süslemeler (aplike, kapitone, nervür, büzgüler, biyeler, enkürüste)	309	38
Örme tekniği ile yapılan süslemeler (trikodan ve penyeden yapılan süslemeler)	326	40.1

Kadın tüketicilerin giysilerde tercih ettiği süsleme çeşitleri incelendiğinde; katılımcıların %49.8'inin **nakış ve işlemeler ile yapılan süslemeleri** (kurdele nakışı, piko, ajur, kanaviçe, pul boncuklar vb.), %40.1'inin **örme tekniği ile yapılan süslemeleri** (trikodan ve penyeden yapılan süslemeler), %38.5'inin **hazır süsleme malzemeleri ile yapılan süslemeleri** (sutaşları, kurdeleler, danteller, şeritler, kordonlar vb.), %38'inin **dikiş tekniği ile yapılan süslemeleri** (aplike, kapitone, nervür, büzgüler, biyeler, enkürüste), %37.1'inin **baskı/boyalar ile yapılan süslemeleri** (flok, digital, varak, transfer, batık, mürekkep, devore, krep) tercih ettiği görülmüştür. En çok nakış ve işlemeler ile yapılan süslemeler ve en az ise baskı/boyalar ile yapılan süslemeler tercih edilmiştir. Süsleme çeşitlerindeki benzer dağılım oranları dikkate alındığında kadın tüketicilerin süsleme çeşitlerini seçme konusunda farklılıklar taşıdığı görülür.

Tablo 18. Kadın Tüketicilerin Giysilerde Tercih Ettiği Süsleme Çeşitlerinin Çalışma Durumuna Göre Çapraz Tablo Yorumları

Seçenekler	Çalışmayan Kadın Tüketici		Çalışan Kadın Tüketici	
	s	%	s	%
Baskı / Boyalar ile yapılan süslemeler (flok, digital, varak, transfer, batik, mürekkep, devore, krep)	141	34,7	161	39,6
Nakış ve işlemler ile yapılan süslemeler (kurdele nakışı, piko, ajur, kanaviçe, pul boncuklar vb.)	187	46,1	218	53,6
Hazır süsleme malzemeleri ile yapılan süslemeler (sutaşları, kurdeleler, danteller, şeritler, kordonlar vb.)	139	34,2	174	42,8
Dikiş tekniği ile yapılan süslemeler (aplike, kapitone, nervür, büzgüler, biyeler, enkürüste)	153	37,7	156	38,3
Örme tekniği ile yapılan süslemeler (trikodan ve penyeden yapılan süslemeler)	196	48,3	130	31,9

Çapraz tablo verileri incelendiğinde; **çalışmayan kadınların** %48,3'ünün *örme tekniği ile yapılan süslemeler* (trikodan ve penyeden yapılan süslemeler'', %46.1'inin *nakış ve işlemler ile yapılan süslemeler* (kurdele nakışı, piko, ajur, kanaviçe, pul boncuklar vb.), %37.7'sinin *dikiş tekniği ile yapılan süslemeler* (aplike, kapitone, nervür, büzgüler, biyeler, enkürüste), %34.7'sinin *baskı/boyalar ile yapılan süslemeler* (flok, digital, varak, transfer, batik, mürekkep, devore, krep), %34.2'sinin *hazır süsleme malzemeleri ile yapılan süslemeler* (sutaşları, kurdeleler, danteller, şeritler, kordonlar vb.) tercih ettikleri, **çalışan kadınların** %53.6'sının *nakış ve işlemler ile yapılan süslemeler* (kurdele nakışı, piko, ajur, kanaviçe, pul boncuklar vb.), %42.8'inin *hazır süsleme malzemeleri ile yapılan süslemeler* (sutaşları, kurdeleler, danteller, şeritler, kordonlar vb.), %39.6'sının *baskı/boyalar ile yapılan süslemeler* (flok, digital, varak, transfer, batik, mürekkep, devore, krep), %38.3'ünün *dikiş tekniği ile yapılan süslemeler* (aplike, kapitone, nervür, büzgüler, biyeler, enkürüste), %31.9'unun *örme tekniği ile yapılan süslemeler* (trikodan ve penyeden yapılan süslemeler), seçeneğini tercih ettikleri belirlenmiştir.

Çalışmayan kadın tüketicilerin en çok örme tekniği ile yapılan süslemeleri, çalışan kadınların ise nakış ve işlemler ile yapılan süslemeleri tercih ettikleri

görülür. Çalışmayan kadınlar dikiş teknikleri ile yapılan süslemeleri öncelikli görürken çalışan kadınlar hazır gereçlerle yapılan süslemelere öncelik vermiştir.

Tablo 19. Kadın Tüketicilerin Süsleme Bulunmasını Tercih Ettiği Ürün Grupları

Seçenekler	Kesinlikle Süsleme İstemem		1		2		3		4		Kesinlikle Süsleme İsterim	
	s	%	s	%	s	%	s	%	s	%	s	%
Bluz	117	14.4	105	12.9	158	19.4	192	23.6	107	13.2	134	16.5
Etek	191	23.5	168	20.7	169	20.8	138	17	66	8.1	80	9.8
Pantolon	237	29.2	201	24.7	165	20.3	101	12.4	52	6.4	57	7
Elbise	64	7.9	100	12.3	121	14.9	217	26.7	163	20	148	18.2
Abiye	78	9.6	85	10.5	130	16	170	20.9	170	20.9	180	22.1
Hırka	155	19.1	182	22.4	161	19.8	162	19.9	81	10	72	8.9
Gömlek	133	16.4	160	19.7	189	23.2	148	18.2	84	10.3	99	12.2
T-shirt	137	16.9	153	18.8	173	21.3	177	21.8	95	11.7	78	9.6
Eşofman	299	36.8	248	30.5	134	16.5	64	7.9	34	4.2	34	4.2
Kazak	265	32.6	158	19.4	189	23.2	111	13.7	82	10.1	8	1

Katılımcıların süsleme bulunmasını tercih ettiği ürün gruplarına ilişkin bilgiler incelendiğinde kadın tüketicilerin; %36.8'inin **eşofman**, %32.6'sının **kazak**, %29.2'sinin **pantolon**, %23.5'inin **etek** seçeneklerinde kesinlikle süsleme olmasını istemedikleri belirlenmiştir.

Kadın tüketicilerin "1" derecesinde süsleme bulunmasını tercih ettikleri ürün grupları; **eşofman** (%30.5), **pantolon** (%24.7), **hırka** (%22.4) ve **etek** (%20.7) olmuştur. "2" derecesinde süsleme bulunması tercih edilen ürün çeşitleri **gömlek** (%23.2), **kazak** (%23.2), t-shirt (%21.3), **etek** (%20.8) ve **pantolon** (%20.3) olarak ifade edilmiştir. Katılımcıların **elbise** (%26.7), **bluz** (%23.6), **t-shirt** (%21.8), **abiye** (%20.9) giysi çeşitlerinde "3" derecesinde süsleme tercih ettikleri görülmüştür. "4" derecesinde, **abiye** (%20.9) ve **elbise** (%20) seçenekleri tercih edilmiştir. Kadınlar tarafından **abiye** (%22.1) ve **elbise** (%18.2) kesinlikle süsleme istenen ürün çeşitleri olarak belirtilmiştir. Kadın tüketicilerin özellikle alt ürün gruplarında olmak üzere genel olarak süsleme istemedikleri ortaya çıkmıştır.

Tablo 20. Kadın Tüketicilerin Süsleme Bulunmasını Tercih Ettiği Ürün Gruplarının Çalışma Durumuna Göre Çapraz Tablo Yorumları

ÇALIŞMAYAN KADIN TÜKETİCİ												
Seçenekler	Kesinlikle Süsleme İstemem		1		2		3		4		Kesinlikle Süsleme İsterim	
	s	%	s	%	s	%	s	%	s	%	s	%
Bluz	73	18,0	53	13,1	87	21,4	96	23,6	43	10,6	54	13,3
Etek	105	25,9	98	24,2	85	21,0	63	15,6	24	5,9	30	7,4
Pantolon	129	31,8	123	30,3	81	20,0	37	9,1	18	4,4	18	4,4
Elbise	35	8,6	57	14,0	72	17,7	105	25,9	75	18,5	62	15,3
Abiye	42	10,3	44	10,8	75	18,5	83	20,4	82	20,2	80	19,7
Hırka	76	18,7	109	26,8	81	20,0	72	17,7	34	8,4	34	8,4
Gömlek	75	18,5	99	24,4	100	24,6	61	15,0	28	6,9	43	10,6
T-shirt	74	18,2	91	22,4	88	21,7	78	19,2	35	8,6	40	9,9
Eşofman	136	33,5	152	37,4	71	17,5	21	5,2	9	2,2	17	4,2
Kazak	158	38,9	80	19,7	87	21,4	47	11,6	26	6,4	8	2,0
ÇALIŞAN KADIN TÜKETİCİ												
Seçenekler	Kesinlikle Süsleme İstemem		1		2		3		4		Kesinlikle Süsleme İsterim	
	s	%	s	%	s	%	s	%	s	%	s	%
Bluz	44	10,8	52	12,8	71	17,4	96	23,6	64	15,7	80	19,7
Etek	86	21,1	70	17,2	84	20,6	75	18,4	42	10,3	50	12,3
Pantolon	108	26,5	78	19,2	84	20,6	64	15,7	34	8,4	39	9,6
Elbise	29	7,1	43	10,6	49	12,0	112	27,5	88	21,6	86	21,1
Abiye	36	8,8	41	10,1	55	13,5	87	21,4	88	21,6	100	24,6
Hırka	79	19,4	73	17,9	80	19,7	90	22,1	47	11,5	38	9,3
Gömlek	58	14,3	61	15,0	89	21,9	87	21,4	56	13,8	56	13,8
T-shirt	63	15,5	62	15,2	85	20,9	99	24,3	60	14,7	38	9,3
Eşofman	163	40,0	96	23,6	63	15,5	43	10,6	25	6,1	17	4,2
Kazak	107	26,3	78	19,2	102	25,1	64	15,7	56	13,8	0	0

Çapraz tablo incelendiğinde **çalışmayan kadınların** ürün çeşitlerinden *kazak* (%38.9), *eşofman* (%33.5), *pantolon* (%31.8) ve *etek* (%25.9) üzerinde kesinlikle süsleme tasarımı istemedikleri, “1” derecesinde *eşofman* (%37.4), *pantolon* (%30.3), *hırka* (%26.8), *gömlek* (%24.4), *etek* (%24.2), *t-shirt* (%22.4) seçeneklerini ifade ettikleri belirlenmiştir. “2” derecesinde süsleme bulunmasını tercih ettikleri ürün çeşitleri *gömlek* (%24.6), *bluz* (%21.4), *kazak* (%21.4) ve *etek* (%21) olmuştur. Katılımcıların *elbisede* (%25.9), *bluzda* (%23.6) ve *abiyede* (%20.4) “3” derecesinde süsleme tercih ettikleri belirlenmiştir. “4” derecesinde süsleme beklenen ürün çeşidi *abiye* (%20.2) olmuştur. Kadınlar tarafından kesinlikle süsleme olması beklenen ürün grubu düşük oranda *abiye* (19.7) seçeneğidir. **Çalışan kadınlar** *eşofman* (%40), *pantolon* (%26.5), *kazak* (%26.3) ürün çeşitlerinde kesinlikle süsleme olmasını

istememişlerdir. Katılımcıların *eşofmanda* “1” derecesinde süsleme beklemedikleri görülmüştür. “2” derecesinde süsleme beklemedikleri ürünler *kazak* (%25.1), *gömlek* (%21.9), *tshirt* (%20.9), *etek* ve *pantolon* (%20.6) olmuştur. Katılımcıların *elbisede* (%27.5), *t-shirt* (%24.3), *bluzda* (%23.6), *hırkada* (%22.1), *abiye* ve *gömlekte* (%21.4) “3” derecesinde süsleme tercih ettikleri belirlenmiştir. “4” derecesinde süslemenin *elbise* ve *abiye* (%21.6) olması tercih edilmiştir. Kadın tüketiciler *abiye* (%24.6) ve *elbisede* (%21.1) ürün çeşidi olarak kesinlikle süsleme bulunmasını istemişlerdir.

Elde edilen bulgulara göre; çalışan ve çalışmayan kadın tüketicilerde alt beden giysi türlerinde, hırka ve kazakta süsleme istemedikleri ve en fazla abiye, bluz ve elbise ürün gurubunda süsleme istedikleri saptanmıştır. Tabloya bakıldığında çalışmayan kadınların elbise ve abiye dışında az oranda ürün gurubunda süsleme tercih ettikleri görülmüştür. Buna göre çalışmayan kadınların çalışan kadınlara göre giysilerde süslemeyi az tercih ettikleri sonucu dikkat çekicidir.

Tablo 21. Kadın Tüketicilerin Süsleme Bulunmasını Tercih Ettiği Ürün Gruplarının Çalışma Değişkenine Göre T-testi Analiz Sonuçları

	N	X	Ss	Sd	t	p
Çalışan	407	2.31	049	979	4.826	0.000
Çalışmayan	406	1.96	052	1.044		

Tablo 21’de bulunan değerlerdeki çift taraflı anlamlılık düzeyi incelendiğinde, kadın tüketicilerin çalışma ve çalışmama durumları ile süsleme bulunmasını tercih ettikleri ürün gurupları arasında anlamlı bir farklılık ($p=0.000$) bulunmuştur. Kadınların çalışıp çalışmama durumlarının süsleme bulunmasını tercih ettikleri ürün guruplarında farklılık yarattığı söylenebilir.

Tablo 22. Kadın Tüketicilerin Süsleme Bulunmasını Tercih Ettiği Ürün Gruplarının Yaş Değişkenine Göre ANOVA Testi Analiz Sonuçları

Yaş	N	\bar{X}	Ss	F	p
20-30	325	2.16	0.055	4.694	0.000
31-40	246	2.30	0.067		
41-50	143	2.05	0.085		
51-60	67	1.82	0.125		
61 ve üzeri	31	1.62	0.176		

Tablo 22’de kadın tüketicilerin, süsleme bulunmasını tercih ettiği ürün gruplarında yaş değişkeni açısından anlamlı bir farklılık (p=0.000) bulunmaktadır. Bu nedenle yaş grupları değiştiğinde süsleme bulunması istenilen ürün grupları açısından da farklı tercihlerin olduğu sonucuna ulaşılabilir.

Tablo 23. Kadın Tüketicilerin Giysilerde Süsleme Tasarımlarını Tercih Etme Nedenleri

Seçenekler	Kesinlikle Katılmıyorum		1		2		3		4		Kesinlikle Katılıyorum	
	s	%	s	%	s	%	s	%	s	%	s	%
Süslemeler giysileri güzel gösterir.	57	7	84	10.3	130	16	149	18.3	141	17.3	252	31
Süslemeler kişiliği yansıtır.	83	10.2	112	13.8	130	16	163	20	115	14.1	210	25.8
Süslemeler giysilere farklılık (özgünlük) kazandırır.	50	6.2	73	9	133	16.4	178	21.9	146	18	232	28.5
Süslemeler modaya uyum sağlamayı kolaylaştırır.	86	10.6	100	12.3	156	19.2	173	21.3	142	17.5	155	19.1
Süslemeler kişiye mutluluk verir.	99	12.2	103	12.7	145	17.8	139	17.1	148	18.2	179	22
Süslemeler gösteriş unsurudur.	79	9.7	87	10.7	109	13.4	152	18.7	168	20.7	218	26.8
Süslemeler popüler kültürü temsil eder.	122	15	119	14.6	128	15.7	149	18.3	147	18.1	148	18.2
Süslemeler bulunulan ortamda etkili görünmeyi sağlar.	82	10.1	93	11.4	166	20.4	169	20.8	136	16.7	167	20.5
Süslemeler kişilerde şık ve güzel görünme hissi yaratır.	64	7.9	76	9.3	131	16.1	175	21.5	171	21	196	24.1
Süslemeler kişinin özgüvenini artırır.	113	13.9	121	14.9	173	21.3	140	17.2	119	14.6	147	18.1
Süslemeler giysileri basitleştirir.	197	24.2	153	18.8	177	21.8	145	17.8	80	9.8	61	7.5
Süslemeler giysinin kullanımını zorlaştırır.	135	16.6	129	15.9	185	22.8	181	22.3	91	11.2	92	11.3
Giysilerde süsleme olmaması tercihindedir.	154	18.9	117	14.4	149	18.3	177	21.8	112	13.8	104	12.8

Katılımcıların giysilerde süsleme tasarımlarını tercih etme nedenleri incelendiğinde kadın tüketicilerin; %24.2’sinin **süslemeler giysileri basitleştirir**, %18.9’unun **giysilerde süsleme olmaması tercihindedir**, %16.6’sının **süslemeler giysilerin kullanımını zorlaştırır**, %15’inin **süslemeler popüler kültürü temsil eder**, %13.9’unun **süslemeler kişinin özgüvenini artırır** seçeneğini “kesinlikle katılmıyorum” derecesinde tercih ettikleri belirlenmiştir.

Kadın tüketicilerin **“1” derecesinde** süsleme tasarımlarını tercih etme nedenleri; (%18.8) **süslemeler giysileri basitleştirir**, (%15.9) **süslemeler giysinin kullanımını zorlaştırır**, (%14.9) **süslemeler kişinin özgüvenini artırır**, (%14.6)

süslemeler popüler kültürü temsil eder, (%14.4) giysilerde süsleme olmaması tercihidir, (%13.8) süslemeler kişiliği yansıtır olarak ifade edilmiştir. “2” derecesinde, süsleme tasarımlarını tercih etmelerindeki sebepler (%22.8) **süslemelerin giysinin kullanımını zorlaştırdığı, (%21.8) süslemelerin giysileri basit gösterdiği, (%21.3) süslemelerin kişinin özgüvenini artırdığı, (%20.4) süslemelerin bulunulan ortamda etkili görünmeyi sağladığı, (%19.2) süslemelerin moda uyum sağlamayı kolaylaştırdığı, (%18.3) süslemelerin giysilerin kullanımını zorlaştırdığı** şeklinde tercih ettikleri görülmüştür. Katılımcıların (22.3) **süslemelerin giysinin kullanımını zorlaştırdığı, (%21.9) süslemelerin giysilere farklılık (özgünlük) kazandırdığı, (%21.8) giysilerde süsleme olmamasını tercih etmeleri, (%21.5) süslemelerin şık ve güzel görünme hissi yarattığı, (%21.3) moda uyum sağlamayı kolaylaştırdığı, (%20.8) süslemelerin bulunulan ortamda etkili görünmeyi sağladığı ve (%20) süslemelerin kişiliği yansıttığı için “3” derecesinde** süsleme tercih ettikleri görülmüştür. “4” derecesinde **süslemeler şık ve güzel görünme hissi yaratır (%21), süslemeler gösteriş unsurudur (%20.7), süslemeler kişiye mutluluk verir (%18.2), süslemeler popüler kültürü temsil eder (%18.1), süslemeler giysilere farklılık (özgünlük) kazandırır (%18), süslemeler moda uyum sağlamayı kolaylaştırır (%17.5), süslemeler giysileri güzel gösterir (%17.3) seçenekleri tercih edilmiştir. Kadınlar tarafından (%31) süslemeler giysileri güzel gösterir, (%28.5) süslemeler giysilere farklılık (özgünlük) kazandırır, (%26.8) süslemeler gösteriş unsurudur, (%25.8) süslemeler kişiliği yansıtır, (%24.1) süslemeler şık ve güzel görünme hissi yaratır, (%22) süslemeler kişiye mutluluk verir,** kesinlikle katılıyorum derecesinde giysilerde süsleme tercih etme nedenleri olarak belirlenmiştir.

Bu tabloda katılımcıların süsleme tasarımlarını, en çok giysileri güzel gösterdiği için tercih ettikleri ve süslemeler ile ilgili olumlu seçeneklere olumsuz seçeneklere göre daha yüksek derecede katıldıkları görülmüştür. Bu nedenle kadın tüketicilerin giysilerde süslemeyi sevdiğini söylenebilir.

Tablo 24. Kadın Tüketicilerin Giysilerde Süsleme Tasarımlarını Tercih Etme Nedenlerinin Çalışma Durumuna Göre Çapraz Tablo Sonuçları

ÇALIŞMAYAN KADIN TÜKETİCİ												
Seçenekler	Kesinlikle Katılmıyorum		1		2		3		4		Kesinlikle Katılıyorum	
	s	%	s	%	s	%	s	%	s	%	s	%
	Süslemeler Giysileri Güzel Gösterir	29	7,1	45	11,1	64	15,8	83	20,4	79	19,5	106
Süslemeler Kişiliği Yansıtır	34	8,4	62	15,3	74	18,2	92	22,7	59	14,5	85	20,9
Süslemeler Giysilere Farklılık(Özgünlük) Kazandırır	25	6,2	43	10,6	78	19,2	97	23,9	72	17,7	90	22,2
Süslemeler Modaya Uyum Sağlamayı Kolaylaştırır	48	11,9	61	15,1	81	20,0	87	21,5	67	16,5	61	15,1
Süslemeler Kişiyeye Mutluluk Verir	52	12,8	56	13,8	69	17,0	75	18,5	79	19,5	75	18,5
Süslemeler Gösteriş Unsurudur	38	9,4	42	10,3	60	14,8	80	19,7	78	19,2	108	26,6
Süslemeler Popüler Kültürü Temsil Eder	53	13,1	64	15,8	56	13,8	93	22,9	67	16,5	73	18,0
Süslemeler Bulunulan Ortamda Etkili Görünmeyi Sağlar	41	10,1	51	12,6	89	21,9	89	21,9	61	15,0	75	18,5
Süslemeler Kişilerde Şık ve Güzel Görünme Hissi Yaratır	36	8,9	50	12,3	60	14,8	93	22,9	80	19,7	87	21,4
Süslemeler Kişinin Özgüvenini Artırır	55	13,5	71	17,5	82	20,2	80	19,7	57	14,0	61	15,0
Süslemeler Giysileri Basitleştirir	82	20,2	77	19,0	87	21,4	83	20,4	49	12,1	28	6,9
Süslemeler Giysinin Kullanımını Zorlaştırır	53	13,1	65	16,0	88	21,7	100	24,6	55	13,5	45	11,1
Giysilerde Süsleme Olmaması Tercihimdir	64	15,8	53	13,1	69	17,0	104	25,6	61	15,0	55	13,5
ÇALIŞAN KADIN TÜKETİCİ												
Seçenekler	Kesinlikle Katılmıyorum		1		2		3		4		Kesinlikle Katılıyorum	
	s	%	s	%	s	%	s	%	s	%	s	%
	Süslemeler Giysileri Güzel Gösterir	28	6,9	39	9,6	66	16,2	66	16,2	62	15,2	146
Süslemeler Kişiliği Yansıtır	49	12,0	50	12,3	56	13,8	71	17,4	56	13,8	125	30,7
Süslemeler Giysilere Farklılık(Özgünlük) Kazandırır	25	6,1	30	7,4	55	13,5	81	19,9	74	18,2	142	34,9
Süslemeler Modaya Uyum Sağlamayı Kolaylaştırır	38	9,3	39	9,6	75	18,4	86	21,1	75	18,4	94	23,1
Süslemeler Kişiyeye Mutluluk Verir	47	11,5	47	11,5	76	18,7	64	15,7	69	17,0	104	25,6
Süslemeler Gösteriş Unsurudur	41	10,1	45	11,1	49	12,0	72	17,7	90	22,1	110	27,0
Süslemeler Popüler Kültürü Temsil Eder	69	17,0	55	13,5	72	17,7	56	13,8	80	19,7	75	18,4
Süslemeler Bulunulan Ortamda Etkili Görünmeyi Sağlar	41	10,1	42	10,3	77	18,9	80	19,7	75	18,4	92	22,6
Süslemeler Kişilerde Şık ve Güzel Görünme Hissi Yaratır	28	6,9	26	6,4	71	17,4	82	20,1	91	22,4	109	26,8
Süslemeler Kişinin Özgüvenini Artırır	58	14,3	50	12,3	91	22,4	60	14,7	62	15,2	86	21,1
Süslemeler Giysileri Basitleştirir	115	28,3	76	18,7	90	22,1	62	15,2	31	7,6	33	8,1
Süslemeler Giysinin Kullanımını Zorlaştırır	82	20,1	64	15,7	97	23,8	81	19,9	36	8,8	47	11,5
Giysilerde Süsleme Olmaması Tercihimdir	90	22,1	64	15,7	80	19,7	73	17,9	51	12,5	49	12,0

Çapraz tablo incelendiğinde **çalışmayan kadınların**, giysilerde süsleme tasarımlarını tercih etme nedenlerinden *süslemelerin giysileri basitleştirdiği* (%20.2), *süslemelerin kişinin özgüvenini artırdığı* (%13.5), *süslemelerin giysilerin kullanımını zorlaştırdığı* ve *popüler kültürü temsil ettiği* (%13.1) düşündüklerinden dolayı kesinlikle katılmadıkları, “1” derecesinde (%19) *süslemeler giysileri basitleştirir*, (%17.5) *süslemeler kişinin özgüvenini artırır*, (%16) *süslemeler giysinin kullanımını zorlaştırır* seçeneklerini ifade ettikleri belirlenmiştir. “2” derecesinde süslemeleri tercih etme nedenleri, *süslemeler bulunulan ortamda etkili görünmeyi sağlar* (%21.9), *süslemeler giysilerin kullanımını zorlaştırır* (%21.7), *süslemeler giysileri basitleştirir* (%21.4), *süslemeler kişinin özgüvenini artırır* (%20.2), *süslemeler moda uyum sağlamayı kolaylaştırır* (%20) ve *süslemeler giysilere farklılık (özgünlük) kazandırır* (%19.2) seçenekleri olmuştur. Katılımcıların giysilerde süsleme olmaması tercihini (%25.6) , *süslemelerin giysilerin kullanımını zorlaştırmasını* (%24.6), *süslemelerin giysilere farklılık (özgünlük) kazandırmasını* (%23.9), *süslemelerin şık ve güzel görünme hissi yarattığı* ve *popüler kültürü temsil etmesini* (%22.9), *süslemelerin kişiliği yansıtmamasını* (%22.7), *süslemelerin bulunulan ortamda etkili görünmeyi sağladığını* (%21.9), *süslemelerin giysileri güzel göstermesini* (%20.4) “3” derecesinde tercih ettikleri belirlenmiştir. “4” derecesinde süsleme tasarımlarını tercih etme nedenlerinden *süslemelerin kişilerde şık ve güzel görünme hissi yaratması* (%19.7), *süslemelerin kişiye mutluluk vermesi* ve *süslemelerin giysileri güzel göstermesi* (%19.5), *süslemelerin gösteriş unsuru olması* (%19.2) etkili olmuştur. Çalışmayan kadınlar tarafından giysilerde süsleme tasarımlarını tercih etme nedenlerinden kesinlikle katıldıkları (%26.6) *süslemelerin gösteriş unsuru olduğu*, (%26.1) *süslemelerin giysileri güzel gösterdiği*, ve (%22.2) *süslemelerin giysilere farklılık(özgünlük) kazandırdığı* seçenekleridir. **Çalışan kadınlar**, giysilerde süsleme tercih etme nedenleri olarak *süslemelerin giysileri basitleştirdiği* (28.3), *giysilerde süsleme olmamasını tercih ettikleri* (%22.1), *süslemelerin giysinin kullanımını zorlaştırdığı* (%20.1) seçeneklerine kesinlikle katılmadıklarını belirtmişlerdir. “1” derecesinde süsleme tasarımlarını tercih etme nedenleri *süslemelerin giysileri basitleştirmesi* (%18.7), *giysilerde süsleme olmamasını tercih etmeleri* ve *süslemelerin giysilerin kullanımını zorlaştırması* (%15.7), *süslemelerin popüler kültürü temsil etmesi* (%13.5) olmuştur. Katılımcıların

“2” derecesinde (23.8) *süslemelerin giysilerin kullanımını zorlaştırdığı*, (%22.4) *süslemeler kişinin özgüvenini artırdığı*, (%22.1) *süslemelerin giysileri basitleştirdiği*, (%19.7) giysilerde süsleme olmamasını tercih ettikleri görülmüştür. “3” derecesinde katılımcıların süsleme tasarımlarını tercih etme sebepleri *süslemelerin moda uyum sağlamayı kolaylaştırdığı* (%21.1) , *süslemelerin kişilerde şık ve güzel görünme hissi yarattığı* (%20.1), *süslemelerin giysilerin kullanımını zorlaştırdığı ve süslemelerin giysilere farklılık (özgünlük) kazandırdığı* (%19.9), *süslemelerin bulunan ortamda etkili görünmeyi sağladığı* (%19.7) seçeneklerinin etkili olduğu görülmüştür. Kadın tüketiciler *süslemelerin kişilerde şık ve güzel görünme hissi yaratmasını* (%22.4), *süslemelerin gösteriş unsuru olmasını* (%22.1) “4” derecesinde tercih etmişlerdir. Çalışan kadınlar tarafından giysilerde süsleme tasarımlarını tercih etme nedenlerinden kesinlikle katıldıkları *süslemelerin giysileri güzel gösterdiği* (%35.9), *süslemelerin giysilere farklılık (özgünlük) kazandırdığı* (%34.9), *süslemelerin kişiliği yansıttığı* (%30.7), *süslemelerin gösteriş unsuru olması* (%27), *süslemelerin kişilerde şık ve güzel görünme hissi yarattığı* (%26.8) seçenekleridir.

Elden edilen bulgulara göre; çalışan ve çalışmayan kadın tüketicilerin giysilerde süsleme tasarımlarını tercih etme nedenlerinin bazıları aynı olsa da yüzdelik oranlarına bakıldığında, çalışan kadınların çalışmayan kadınlara göre süslemeleri daha çok oranda tercih ettikleri ve tercih etme nedenlerinin daha fazla olduğu sonucuna ulaşılabilir. Bulgular doğrultusunda Tablo 20’de çalışmayan kadınların, çalışan kadınlara göre süsleme bulunmasını tercih ettiği ürün guruplarında süslemeyi daha az istemeleri sonucu ile doğru orantı göstermektedir.

Tablo 25. Kadın Tüketicilerin Giysilerde Süsleme Tasarımlarını Tercih Etme Nedenlerinin Çalışma Değişkenine Göre T- testi Analiz Sonuçları

	N	X	Ss	Sd	t	p
Çalışan	407	2.80	0.052	1.052	0.981	0.327
Çalışmayan	406	2.73	0.052	1.040		

Tablo 25’de araştırmaya katılan kadın tüketicilerin giysilerde süsleme tasarımlarını tercih etme nedenlerinin kadınların çalışma ve çalışmama durumuna göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için gerçekleştirilen T-testi sonucunda çalışan ve çalışmayan kadın tüketiciler için $p=0.4327 > 0.05$ olduğundan, meslek ile

süsleme tasarımlarını tercih etme nedenleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığı belirlenmiştir. Seçeneklere verilen cevaplar her iki grup için birbirine yakın katılım düzeyinde gerçekleşmiştir.

Tablo 26. Kadın Tüketicilerin Giysilerde Süsleme Tasarımlarını Tercih Etme Nedenlerinin Yaş Değişkenine Göre ANOVA Testi Analiz Sonuçları

Yaş	N	\bar{X}	Ss	F	p
20-30	325	2.60	0.056		
31-40	246	2.92	0.068		
41-50	143	2.87	0.088	3.454	0.004
51-60	67	2.83	0.123		
61 ve üzeri	31	2.57	0.993		

Tablo 26'ya göre kadın tüketicilerin süsleme tasarımlarını tercih etme nedenleri ile yaş değişkenleri açısından anlamlı bir farklılık ($p=0.004$) bulunmaktadır. Bu nedenle kadın tüketicilerin yaş grupları değiştiğinde süsleme tasarımlarını tercih etme nedenlerinin de farklılaştığı sonucuna ulaşılabılır.

Tablo 27. Kadın Tüketicilerin Giysilerdeki Süsleme Tasarımlarında Dikkat Ettikleri Özellikler

Seçenekler	Kesinlikle Önemsiz		1		2		3		4		Kesinlikle Önemli	
	s	%	s	%	s	%	s	%	s	%	s	%
Süslemelerin Sağlık Açısından Uyumlu Olması	59	7.3	52	6.4	54	6.6	65	8	163	20	420	51.7
Süslemelerin Kullanışlı Olması	22	2.7	28	3.4	39	4.8	89	10.9	174	21.4	460	56.6
Süslemelerin Estetik Görünmesi	28	3.4	33	4.1	30	3.7	94	11.6	169	20.8	459	56.5
Süslemelerin Ütüleme Açısından Uygun Olması	26	3.2	35	4.3	46	5.7	79	9.7	173	21.3	454	55.8
Süslemelerin Yıkama Açısından Uyumlu Olması	26	3.2	17	2.1	40	4.9	80	9.8	188	23.1	462	56.8
Süslemelerin Vücuda Uyumlu Olması(Kullanımda Rahat Olması)	24	3	21	2.6	33	4.1	68	8.4	185	22.8	482	59.3
Süslemelerin Giysi Materyali ile Uyumu	33	4.1	23	2.8	59	7.3	121	14.9	152	18.7	425	52.3
Süslemelerin Sezon Trendleri ile Uyumlu Olması	49	6	53	6.5	83	10.2	130	16	161	19.8	337	41.5
Süslemelerin Giysi Çeşidine Uygun Olması	24	3	23	2.8	65	8	118	14.5	157	19.3	426	52.4
Süslemelerin Renginin Uygun Olması	17	2.1	20	2.5	59	7.3	90	11.1	173	21.3	454	55.8
Süslemelerin Fiyatının Uygun Olması	30	3.7	26	3.2	62	7.6	87	10.7	153	18.8	455	56
Süslemelerin İşçilik Kalitesi	23	2.8	18	2.2	54	6.6	87	10.7	168	20.7	463	56.9
Süslemenin Giyilecek Yere Uygun Olması	20	2.5	16	2	31	3.8	55	6.8	152	18.7	538	66.2

Katılımcıların, giysilerdeki süsleme tasarımlarında dikkat ettikleri özelliklere ilişkin bilgiler incelendiğinde kadın tüketicilerin; %7.3'ünün **süslemelerin sağlık açısından uyumlu olmasını** ve %6'sının **süslemelerin sezon trendleri ile uyumlu olmasını** “kesinlikle önemsiz” buldukları belirlenmiştir.

Kadın tüketicilerin “1” derecesinde süsleme tasarımlarında dikkat ettikleri özellikler; **süslemelerin sezon trendleri ile uyumlu olması** (%6.5) ve **süslemelerin sağlık açısından uyumlu olması** (%6.4) olarak ifade edilmiştir. “2” derecesinde süslemede dikkat edilen özellikler **süslemelerin sezon trendleri ile uyumlu olması** (%10.2), **süslemelerin giysi çeşidine uygun olması** (%8), **süslemelerin fiyatının**

uygun olması (%7.6), süslemelerin giysi materyali ile uyumu ve süslemelerin renginin uygun olması (%7.3) olmuştur. Katılımcıların süslemelerin sezon trendleri ile uyumlu olması (%16), süslemelerin giysi materyali ile uyumu (%14.9), süslemelerin giysi çeşidine uygun olması (%14.5), süslemelerin estetik görünmesi (%11.6), süslemelerin renginin uygun olması (%11.1), süslemelerin kullanışlı olması (%10.9), fiyatının uygun olması ve süslemelerin işçilik kalitesi (%10.7) özelliklerini “3” derecesinde tercih ettikleri görülmüştür. “4” derecesinde süslemelerin yıkama açısından uygun olması (%23.1), süslemelerin vücuda uyumlu olması (kullanımda rahat olması) (%22.8), süslemelerin kullanışlı olması (%21.4), süslemelerin renginin uygun olması ve süslemelerin ütüleme açısından uygun olması (%21.3), süslemelerin estetik görünmesi (%20.8), süslemelerin işçilik kalitesi (%20.7), süslemelerin sağlık açısından uyumlu olması (%20) seçenekleri tercih edilmiştir. Kadınlar tarafından süslemenin giyilecek yere uygun olması (%66.2), süslemelerin vücuda uyumlu olması (kullanımda rahat olması) (%59.3), süslemelerin işçilik kalitesi (%56.9), süslemelerin yıkama açısından uygun olması (%56.8), süslemelerin kullanışlı olması (%56.6), süslemelerin estetik görünmesi (%56.5), süslemelerin fiyatının uygun olması (%56), süslemelerin ütüleme açısından uygun olması ve süslemelerin renginin uygun olması (%55.8), süslemelerin giysi çeşidine uygun olması (%52.4), süslemelerin giysi materyali ile uyumu (%52.3), süslemelerin sağlık açısından uyumlu olması (%51.7), süslemelerin sezon trendleri ile uyumlu olması (%41.5) giysilerde süsleme tasarımlarında dikkat ettikleri özellikler arasında “kesinlikle önemli” olarak belirtilmiştir.

Elde edilen bulgulara göre; katılımcıların en fazla yığılmanın “4” ve “kesinlikle önemli” derecesinde olduğu görülmüştür. Katılımcıların süsleme tasarımlarında dikkat edilecek özelliklerin çoğunu önemli buldukları söylenebilir. En çok süsleme tasarımlarının giyilecek yere uygun olma özelliğine, en az ise süslemelerin sezon trendleri ile uyumlu olması seçeneğine önem verdikleri belirlenmiştir.

Tablo 28. Kadın Tüketicilerin Giysilerdeki Süsleme Tasarımlarında Dikkat Ettikleri Özelliklerin Çalışma Durumuna Göre Çapraz Tablo Sonuçları

ÇALIŞAN KADIN TÜKETİCİ												
Seçenekler	Kesinlikle Önemsiz		1		2		3		4		Kesinlikle Önemli	
	s	%	s	%	s	%	s	%	s	%	s	%
Süslemelerin Sağlık Açısından Uyumlu Olması	31	7,6	32	7,9	37	9,1	29	7,1	79	19,4	199	48,4
Süslemelerin Kullanışlı Olması	7	1,7	16	3,9	19	4,7	52	12,8	87	21,4	225	55,3
Süslemelerin Estetik Görünmesi	11	2,7	14	3,4	15	3,7	46	11,3	95	23,3	226	55,5
Süslemelerin Ütüleme Açısından Uygun Olması	12	2,9	19	4,7	24	5,9	40	9,8	94	23,1	218	53,6
Süslemelerin Yıkama Açısından Uyumlu Olması	14	3,4	8	2,0	19	4,7	45	11,1	105	25,8	216	53,1
Süslemelerin Vücuda Uyumlu Olması(Kullanımda Rahat Olması)	10	2,5	10	2,5	14	3,4	44	10,8	97	23,8	232	57,0
Süslemelerin Giysi Materyali ile Uyumu	14	3,4	10	2,5	34	8,4	69	17,0	69	17,0	211	51,8
Süslemelerin Sezon Trendleri ile Uyumlu Olması	26	6,4	28	6,9	43	10,6	65	16,0	91	22,4	154	37,8
Süslemelerin Giysi Çeşidine Uygun Olması	11	2,7	12	2,9	30	7,4	64	15,7	89	21,9	201	49,4
Süslemelerin Renginin Uygun Olması	6	1,5	9	2,2	30	7,4	49	12,0	100	24,6	213	52,3
Süslemelerin Fiyatının Uygun Olması	14	3,4	15	3,7	40	9,8	49	12,0	94	23,1	195	47,9
Süslemelerin İşçilik Kalitesi	11	2,7	8	2,0	31	7,6	47	11,5	98	24,1	212	52,1
Süslemenin Giyilecek Yere Uygun Olması	8	2,0	5	1,2	18	4,4	32	7,9	92	22,6	252	61,9
ÇALIŞMAYAN KADIN TÜKETİCİ												
Seçenekler	Kesinlikle Önemsiz		1		2		3		4		Kesinlikle Önemli	
	s	%	s	%	s	%	s	%	s	%	s	%
Süslemelerin Sağlık Açısından Uyumlu Olması	28	6,9	20	4,9	17	4,2	36	8,9	84	20,7	221	54,4
Süslemelerin Kullanışlı Olması	15	3,7	12	3,0	20	4,9	37	9,1	87	21,4	235	57,9
Süslemelerin Estetik Görünmesi	17	4,2	19	4,7	15	3,7	48	11,8	74	18,2	233	57,4
Süslemelerin Ütüleme Açısından Uygun Olması	14	3,4	16	3,9	22	5,4	39	9,6	79	19,5	236	58,1
Süslemelerin Yıkama Açısından Uyumlu Olması	12	3,0	9	2,2	21	5,2	35	8,6	83	20,4	246	60,6
Süslemelerin Vücuda Uyumlu Olması(Kullanımda Rahat Olması)	14	3,4	11	2,7	19	4,7	24	5,9	88	21,7	250	61,6
Süslemelerin Giysi Materyali ile Uyumu	19	4,7	13	3,2	25	6,2	52	12,8	83	20,4	214	52,7
Süslemelerin Sezon Trendleri ile Uyumlu Olması	23	5,7	25	6,2	40	9,9	65	16,0	70	17,2	183	45,1
Süslemelerin Giysi Çeşidine Uygun Olması	13	3,2	11	2,7	35	8,6	54	13,3	68	16,7	225	55,4
Süslemelerin Renginin Uygun Olması	11	2,7	11	2,7	29	7,1	41	10,1	73	18,0	241	59,4
Süslemelerin Fiyatının Uygun Olması	16	3,9	11	2,7	22	5,4	38	9,4	59	14,5	260	64,0
Süslemelerin İşçilik Kalitesi	12	3,0	10	2,5	23	5,7	40	9,9	70	17,2	251	61,8
Süslemenin Giyilecek Yere Uygun Olması	12	3,0	11	2,7	13	3,2	23	5,7	60	14,8	286	70,6

Çapraz tablo incelendiğinde **çalışmayan kadınların** giysilerdeki süsleme tasarımlarında dikkat ettikleri özelliklerden *süslemelerin sağlık açısından uyumlu olmasını* (%6.9), *süslemelerin sezon trenleri ile uyumlu olmasını* (%5.7) kesinlikle önemsiz buldukları “1” derecesinde *süslemelerin sezon trenleri ile uyumlu olması* (%6.2), *süslemelerin sağlık açısından uyumlu olması* (%4.9), *süslemelerin estetik görünmesi* (%4.7) seçeneklerini ifade ettikleri belirlenmiştir. “2” derecesinde süsleme tasarımlarında dikkat ettikleri özellikler *süslemelerin sezon trenleri ile uyumlu olması* (%9.9), *süslemelerin giysi çeşidine uygun olması* (%8.6), *süslemelerin renginin uyumlu olması* (%7.1) olmuştur. Katılımcıların *süslemelerin sezon trenleri ile uyumlu olmasını* (%16), *süslemelerin giysi çeşidine uygun olmasını* (%13.3), *süslemelerin giysi materyali ile uyumlu olmasını* (%12.8), *süslemelerin estetik görünmesini* (%11.8) “3” derecesinde önemli buldukları görülmüştür. “4” derecesinde dikkat ettikleri özellikler, *süslemelerin vücuda uyumlu olması*(kullanımda rahat olması) (%21.7), *süslemelerin kullanışlı olması* (%21.4), *süslemelerin sağlık açısından uyumlu olması* (%20.7), *süslemelerin yıkama açısından uyumlu olması* ve *süslemelerin giysi materyali ile uyumlu olması* (%20.4) seçeneklerini olmuştur. Kadınlar tarafından *süslemenin giyilecek yere uygun olması* (%70.6), *süslemelerin fiyatının uygun olması* (%64), *süslemelerin işçilik kalitesi* (%61.8), *süslemelerin vücuda uyumlu olması*(kullanımda rahat olması) (%61.6), *süslemelerin yıkama açısından uyumlu olması* (%60.6) giysilerdeki süsleme tasarımlarında dikkat ettikleri özellikler arasında kesinlikle önemli olarak belirtilmiştir. **Çalışan kadınların** “kesinlikle katılmıyorum” derecesinde *süslemelerin sağlık açısından uyumlu olmasını* (%7.6), *süslemelerin sezon trenleri ile uyumlu olmasını* (%6.4) tercih ettikleri görülmüştür. Katılımcıların *süslemelerin sağlık açısından uyumlu olmasını* (%7.9), *süslemelerin sezon trenleri ile uyumlu olmasını* (%6.9), *süslemelerin ütüleme açısından uyumlu olmasını* (%4.7) “1” derecesinde dikkat ettikleri belirlenmiştir. “2” derecesinde süsleme tasarımlarında dikkat ettikleri özellikler *süslemelerin sezon trenleri ile uyumlu olması* (%10.6), *süslemelerin fiyatının uygun olması* (%9.8), *süslemelerin sağlık açısından uyumlu olması* (%9.1) olmuştur. Katılımcıların *süslemelerin giysi materyali ile uyumlu olmasını* (%17), *süslemelerin sezon trenleri ile uyumlu olmasını* (%16), *süslemelerin giysi çeşidine uygun olmasını* (%15.7) “3” derecesinde tercih edilmiştir. “4”

derecesinde dikkat edilen özellikler *süslemelerin yıkama açısından uyumlu olması* (%25.8), *süslemelerin renginin uyumlu olması* (%24.6), *süslemelerin işçilik kalitesi* (%24.1), *süslemelerin vücuda uyumlu olması*(kullanımda rahat olması) (%23.8), *süslemelerin estetik olması* (%23.3), *süslemelerin fiyatının uygun olması* ve *süslemelerin ütüleme açısından uyumlu olması* (%21.1) seçeneklerini tercih ettikleri görülmüştür. Çalışan kadın tüketiciler *süslemenin giyilecek yere uygun olması* (%61.9), *süslemelerin vücuda uyumlu olması*(kullanımda rahat olması) (%57), *süslemelerin estetik olması* (%55.5), *süslemelerin kullanışlı olması* (%55.3) seçeneklerini kesinlikle önemli bulduklarını belirtmişlerdir.

Çalışan ve çalışmayan kadın tüketicilerin, giysilerdeki süsleme tasarımlarında dikkat ettikleri özellikler tablosunun incelenmesi sonucunda, süsleme tasarımlarındaki özellikleri önemli buldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 29. Kadın Tüketicilerin Giysilerdeki Süsleme Tasarımlarında Dikkat Ettikleri Özelliklerin Çalışma Değişkenine Göre T-testi Analiz Sonuçları

	N	X	Ss	Sd	t	p
Çalışan	407	4.04	0.046	0.930	-1.098	0.272
Çalışmayan	406	4.11	0.051	1.026		

Tablo 29’da bulunan değerlerdeki çift taraflı anlamlılık düzeyi incelendiğinde, kadın tüketicilerin çalışma ve çalışmama durumları ile giysilerdeki süsleme tasarımlarında dikkat ettikleri özellikler arasında anlamlı bir farklılık ($p=0.272$) bulunmadığı görülmektedir. Seçeneklere verilen cevaplar her iki meslekte yakın katılım düzeyinde gerçekleşmiştir.

Tablo 30. Kadın Tüketicilerin Giysilerdeki Süsleme Tasarımlarında Dikkat Ettikleri Özelliklerin Yaş Değişkenine Göre ANOVA Testi Analiz Sonuçları

Yaş	N	\bar{X}	Ss	F	p
20-30	325	3.91	0.059	3.540	0.004
31-40	246	4.19	0.057		
41-50	143	4.10	0.080		
51-60	67	4.21	0.103		
61 ve üzeri	31	4.41	0.144		

Tablo 30'a göre kadın tüketicilerin süsleme tasarımlarında dikkat ettikleri özellikler ile yaş değişkenleri açısından anlamlı bir farklılık ($p=0.004$) bulunmaktadır. Bu nedenle kadın tüketicilerin yaş grupları değiştiğinde süsleme tasarımlarında dikkat ettikleri özelliklerin de farklılaştığı sonucuna ulaşılabılır.

Tablo 31. Kadın Tüketicilerin Giysilerdeki Süslemelere İlişkin Yaşadığı Problemler

Seçenekler	s	%
Süslemelerin Yıpranması	410	50.4
Süslemelerde Dikişlerin Atması	358	44
Süslemelerde Baskı ve Boyaların Dökülmesi	355	43.7
Kullanım Açısından Süslemelerin Problemlili Olması	217	26.7
Süslemelerin Ergonomik Olmaması (Vücuda Rahatsızlık Vermesi)	276	33.9
Ütülemede Zorluklar Yaşanması	418	51.4
Yıkamada Zorluklar Yaşanması	393	48.3
Süslemelerin Renk Vermesi	249	30.6

Kadın tüketicilerin giysilerdeki süsleme tasarımlarına ilişkin yaşadıkları problemler incelendiğinde; kadınların %51.4'ü **ütülemede zorluklar yaşanmasını**, %50.4'ü **süslemelerin yıpranmasını**, %48.3'ü **yıkamada zorluklar yaşanmasını**, %44'ü **süslemelerde dikişlerin atmasını**, %43.7'si süslemelerde baskı ve boyaların dökülmesini, %33.9'u **süslemelerin ergonomik olmamasını** (vücuda rahatsızlık vermesi), %30.6'sı **süslemelerin renk vermesini** problem olarak yaşadıklarını ifade etmişlerdir.

En çok süslemelerin ütülenmesi ve süslemelerin yıpranması konusunda problem yaşanırken, kullanım açısından süslemelerin zor olması konusu en az problem olarak görülmüştür. Bulgulara göre süslemelerin kadın tüketicilerde problem oluşturduğu söylenebilir.

Tablo 32. Kadın Tüketicilerin Giysilerdeki Süslemelere İlişkin Yaşadığı Problemlerin Çalışma Durumuna Göre Çapraz Tablo Sonuçları

Seçenekler	Çalışmayan Kadın Tüketici		Çalışan Kadın Tüketici	
	S	%	s	%
Süslemelerin Yıpranması	173	42,6	237	58,2
Süslemelerde Dikişlerin Atması	169	41,6	189	46,4
Süslemelerde Baskı ve Boyaların Dökülmesi	158	38,9	197	48,4
Kullanım Açısından Süslemelerin Problemlili Olması	110	27,1	107	26,3
Süslemelerin Ergonomik Olmaması (Vücuda Rahatsızlık Vermesi)	140	34,5	136	33,4
Ütülemede Zorluklar Yaşanması	209	51,4	209	51,4
Yıkamada Zorluklar Yaşanması	203	50,0	190	46,7
Süslemelerin Renk Vermesi	101	24,9	148	36,4

Çapraz tablo incelendiğinde **çalışmayan kadın** tüketicilerin, giysilerde en fazla yıgılma ile *ütülemede* (%51.4), *yıkamada* (%50), *süslemelerin yıpranmasında* (%42.6), *süslemelerde dikişlerin atmasında* (%41.6) zorluklar yaşadığı, **çalışan kadın** tüketiciler ise *süslemelerin yıpranması* (%58.2), *ütüleme* (%51.4), *baskı ve boyaların dökülmesi* (%48.4), *yıkama* (%46.7) ve *süslemelerde dikişlerin atması* (%46.4) ile ilgili problemler yaşadıklarını ifade etmişlerdir.

Çalışmayan kadınlar en fazla *ütülemede* problem yaşarken, çalışan kadınlar en fazla *süslemelerin yıpranmasında* problem yaşadıklarını belirtmişlerdir. Diğer seçeneklerin yüzde oranları da birbirine yakındır. Bu durum kadın tüketicilerin *süslemelerde* oldukça fazla çeşitlilikte problem yaşadıklarını ortaya çıkarmıştır.

Tablo 33. Kadın Tüketicilerin Giysi Süsleme Tasarımındaki Teknikleri Tanıma Durumları

Seçenekler	Kesinlikle Tanımıyorum		Kısmen Tanıyorum		Kesinlikle Tanıyorum	
	s	%	s	%	s	%
Baskı	52	6.4	223	27.4	538	66.2
Nakış	50	6.2	177	21.8	586	72.1
Büzgü	123	15.1	216	26.6	474	58.3
Pili	287	35.3	228	28	298	36.7
Ajur	515	63.3	163	20	135	16.6
Basit Nakış İğneleri	231	28.4	252	31	330	40.6
Antep İşi	539	66.3	151	18.6	123	15.1
Maraş İşi	554	68.1	142	17.5	117	14.4
Kanaviçe	296	36.4	191	23.5	326	40.1
Aplike	408	50.2	214	26.3	191	23.5
Gölge İşi	511	62.9	160	19.7	142	17.5
Piko	404	49.7	193	23.7	216	26.6
Beyaz İş	505	62.1	139	17.1	169	20.8
Kurdele Nakışı	295	36.3	203	25	315	38.7
Punch	532	65.4	139	17.1	142	17.5
Antika	482	59.3	157	19.3	174	21.4
Kapitone	475	58.4	148	18.2	190	23.4
Enkürüste	634	78	94	11.6	85	10.5
Kordon Tutturma	569	70	113	13.9	131	16.1
Nervür	627	77.1	80	9.8	106	13

Araştırma kapsamındaki katılımcıların giysi süsleme tekniklerini tanıma durumları incelendiğinde, kadınların %78'inin **enkürüste**, %77.1' inin **nervür**, %70'inin **kordon tutturma**, %68.1'inin **Maraş işi**, %66.3'ünün **Antep işi**, %65.4'ünün **punch**, %62.9'unun **gölge işi**, %62.1'inin **beyaz iş**, %59.3'ünün **antika**, %58.4'ünün **kapitone** tekniklerini kesinlikle tanımadıkları, %31'inin **basit nakış iğneleri**, %28'inin **pili**, %27.4'ünün **baskı**, %26.6'sının **büzgü**, %26.3'ünün **aplike**, %25'inin **kurdele nakışı**, %23.7'sinin **piko**, %23.5'inin **kanaviçe** tekniklerini kısmen tanıdığı, %77.1'inin **nakış**, %66.2'sinin **baskı**, %58.3'ünün **büzgü**, %40.6'sının **basit nakış iğneleri**, %40.1'inin **kanaviçe**, %38.7'sinin **kurdele nakışı**, %36.7'sinin **pili** seçeneklerini kesinlikle tanıdıklarını ifade etmişlerdir.

Kadınların giysi süsleme tasarımı tekniklerinden en çok nakış, baskı ve büzgü seçeneklerini bildikleri görülmüştür. En az tanıdıkları teknikler ise enkürüste, nervür, kordon tutturma, beyaz iş, maraş işi, antep işi, gölge işi, punch ve antika olmuştur. Elde edilen bulgulara göre; katılımcılarının süsleme tasarımındaki tekniklerin çoğunu bilmedikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 34. Kadın Tüketicilerin Giysi Süsleme Tasarımındaki Teknikleri Tanıma Durumlarının Çalışma Durumuna Göre Çapraz Tablo Yorumları

Seçenekler	ÇALIŞMAYAN KADIN TÜKETİCİ					
	Kesinlikle Tanımiyorum		Kısmen Tanıyorum		Kesinlikle Tanıyorum	
	s	%	s	%	s	%
Baskı	21	5,2	123	30,3	262	64,5
Nakış	21	5,2	87	21,4	298	73,4
Büzgü	58	14,3	100	24,6	248	61,1
Pili	153	37,7	104	25,6	149	36,7
Ajur	259	63,8	68	16,7	79	19,5
Basit Nakış İğneleri	92	22,7	126	31,0	188	46,3
Antep İşi	266	65,5	71	17,5	69	17,0
Maraş İşi	276	68,0	64	15,8	66	16,3
Kanaviçe	137	33,7	97	23,9	172	42,4
Aplike	194	47,8	102	25,1	110	27,1
Gölge İşi	263	64,8	74	18,2	69	17,0
Piko	184	45,3	100	24,6	122	30,0
Beyaz İş	240	59,1	73	18,0	93	22,9
Kurdele Nakışı	121	29,8	101	24,9	184	45,3
Punch	264	65,0	64	15,8	78	19,2
Antika	245	60,3	81	20,0	80	19,7
Kapitone	243	59,9	69	17,0	94	23,2
Enkürüste	318	78,3	39	9,6	49	12,1
Kordon Tutturma	291	71,7	54	13,3	61	15,0
Nervür	323	79,6	30	7,4	53	13,1
Seçenekler	ÇALIŞAN KADIN TÜKETİCİ					
	Kesinlikle Tanımiyorum		Kısmen Tanıyorum		Kesinlikle Tanıyorum	
	s	%	s	%	s	%
Baskı	31	7,6	100	24,6	276	67,8
Nakış	29	7,1	90	22,1	288	70,8
Büzgü	65	16,0	116	28,5	226	55,5
Pili	134	32,9	124	30,5	149	36,6
Ajur	256	62,9	95	23,3	56	13,8
Basit Nakış İğneleri	139	34,2	126	31,0	142	34,9
Antep İşi	273	67,1	80	19,7	54	13,3
Maraş İşi	278	68,3	78	19,2	51	12,5
Kanaviçe	159	39,1	94	23,1	154	37,8
Aplike	214	52,6	112	27,5	81	19,9
Gölge İşi	248	60,9	86	21,1	73	17,9
Piko	220	54,1	93	22,9	94	23,1
Beyaz İş	265	65,1	66	16,2	76	18,7
Kurdele Nakışı	174	42,8	102	25,1	131	32,2
Punch	268	65,8	75	18,4	64	15,7
Antika	237	58,2	76	18,7	94	23,1
Kapitone	232	57,0	79	19,4	96	23,6
Enkürüste	316	77,6	55	13,5	36	8,8
Kordon Tutturma	278	68,3	59	14,5	70	17,2
Nervür	304	74,7	50	12,3	53	13,0

Çapraz tablo incelendiğinde **çalışmayan kadın** tüketicilerin giysi süsleme tasarımındaki teknikleri tanıma durumları incelendiğinde; *nervür* (%79.6), *enkürüste* (%78.3), *kordon tutturma* (%71.7), *maraş işi* (%68), *antep işi* (%66.5), *punch* (%65), *gölge işi* (%64.8), *ajur* (%63.8) tekniklerini kesinlikle tanımadıkları belirlenmiştir. Çalışmayan kadınlar *basit nakış iğneleri* (%31), *baskı* (%30.3), *pili* (%25.6), *aplike* (%25.1), *kurdele nakışı* (%24.9), *büzgü ve piko* (%24.6), *kanaviçe* (%23.9), seçeneklerini kısmen tanıdıklarını ifade etmişlerdir. Çalışmayan kadın tüketicilerin %73.4'ü nakış, %64.5'i baskı, %61.1'i büzgü, %46.3'ü basit nakış iğneleri, %45.3'ü *kurdele nakışı*, %42.4'ü kanaviçe seçeneklerini kesinlikle tanıdıklarını belirtmişlerdir. **Çalışan kadın** tüketicilerin *enkürüste* (%77.6), *nervür* (%74.7), *kordon tutturma* (%68.3), *maraş işi* (%68.3), *antep işi* (%67.1), *punch* (%65.8), *beyaz iş* (%65.1),'unun *ajur* (%62.9) ve *gölge işi* (%60.9) seçeneklerini kesinlikle tanımadıkları ortaya çıkmıştır. Çalışan kadınların %31'i *basit nakış iğneleri*, %30.5'i *pili*, %28.5'i *büzgü*, %27.5'i *aplike*, %25.1 *kurdele nakışı*, %24.6 *baskı* seçeneklerini kısmen tanımaktadırlar. Çalışan kadınların *nakış* (%70.8), *baskı* (%67.8) ve *büzgü* (%55.5) tekniklerini kesinlikle tanıdıkları belirlenmiştir.

Çalışan kadın tüketiciler süsleme tasarımlarını çalışmayan kadınlara göre daha çok tercih etmelerine rağmen, çalışmayan kadın tüketicilere göre giysi süsleme tasarımındaki tekniklerini daha az oranda tanıdıkları görülmüştür. En çok nakış, baskı ve büzgü, en az ise enkürüste, nervür ve kordon tutturma süslemeleri tanınmaktadır.

Tablo 35. Kadın Tüketicilerin Giysi Süsleme Tasarımındaki Teknikleri Tanıma Durumlarının Çalışma Değişkenine Göre T-testi Analiz Sonuçları

	N	X	Ss	Sd	t	p
Çalışan	407	1.77	0.022	0.450	-1.582	0.114
Çalışmayan	406	1.82	0.051	0.022		

Tablo 35'de bulunan değerlerdeki çift taraflı anlamlılık düzeyi incelendiğinde, kadın tüketicilerin çalışma ve çalışmama durumları ile giysi süsleme tasarımındaki teknikleri tanıma durumları arasında anlamlı bir farklılık ($p=0.114$) bulunmadığı görülmektedir. Dolayısıyla ifadelere verilen cevaplar her iki grup açısından da birbirine benzer katılım düzeyinde gerçekleşmiştir.

Tablo 36. Kadın Tüketicilerin Giysi Süsleme Tasarımındaki Teknikleri Tanıma Durumlarının Yaş Değişkenine Göre ANOVA Testi Analiz Sonuçları

Yaş	N	\bar{X}	Ss	F	p
20-30	325	1.73	0.021		
31-40	246	1.78	0.030		
41-50	143	1.91	0.043	6.328	0.000
51-60	67	1.90	0.057		
61 ve üzeri	31	2.01	0.091		

Tablo 36'ya göre kadın tüketicilerin çalışma ve çalışmama değişkenleri ile süsleme tasarım tekniklerini tanıma durumları arasında anlamlı bir farklılık ($p=0.000$) bulunmaktadır. Bu nedenle kadın tüketicilerin yaş grupları değiştiğinde süsleme tasarım tekniklerini tanıma durumlarının da farklılaştığı sonucuna ulaşılabilir.

BÖLÜM V

SONUÇ ve ÖNERİLER

6.1. Sonuçlar

İstanbul’da Avrupa ve Anadolu yakasında çalışan ve çalışmayan kadınların giysilerdeki süslemelere yönelik görüşlerinin belirlenmesi amacıyla planlanıp yürütülen araştırmanın bulgularına göre; 813 katılımcınının 407’si çalışan kadın ve 406’sı çalışmayan kadındır. Yaş grupları arasında en çok katılımcı 20-30 yaş, en az katılımcı grubu ise 61 ve üzeri yaş aralığındadır. Katılımcılar çoğunlukla genç kadın tüketicilerden oluşmaktadır.

Kadınlar tarafından giysi alışverişi için aylık yapılan harcama miktarları incelendiğinde; en çok 101-200 TL harcadıkları ortaya çıkmıştır. Araştırma kapsamındaki çalışan kadınların giysi alışverişi için aylık yapmış oldukları harcama miktarları ise en çok 201-300 TL, çalışmayan kadınların ise 101-200 TL olduğu görülmüştür. Çalışan kadınların giysi alışverişi için harcadıkları aylık miktar çalışmayan kadınlara göre yüksek olsa da kadın tüketicilerin giysi alışverişi için yüksek rakamlar harcamadıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Kadınların tercih ettikleri giyim tarzları incelendiğinde; çalışan ve çalışmayan katılımcıların en çok günlük rahat giyimi ve spor giyimi tercih ettikleri görülmüştür. Bu durumun sebebinin günlük yaşamın hızlanması ve rahat hareket etme ihtiyacından kaynaklandığı söylenebilir. Ayrıca çalışan kadınların klasik giyime çalışmayan kadınlara göre daha çok önem verdikleri çalışmayan kadınların ise çalışan kadınlara oranla kadınsı giyimi daha çok seçtikleri görülmüştür. Koca ve Koç (2008: 182)’ un çalışan kadınlar üzerine yapmış oldukları araştırmalar çalışan kadınların çoğunlukla klasik giyimi ve spor giyimi tercih ettikleri görülmüştür. Bu bağlamda, ilgili araştırmalarda incelendiğinde çalışan kadınlar genel olarak “klasik ve spor” giyim ürünlerini tercih etseler de rahatlık ve konforun klasik giyimin önüne geçtiği söylenebilir.

Kadınların giysileri satın aldıkları yerler ile ilgili tercihleri incelendiğinde; her iki tüketici grubunda alışveriş merkezleri en çok tercih edilen seçenek olmuştur. Her iki tüketici grubunun en az giysi temin etme şekli ise kişiye özel dikimdir. Budak (2012: 107) tarafından tüketicilerin giysi satın alma alışkanlıkları üzerine yapılan araştırmada, katılımcılardan büyük çoğunluğunun benzer şekilde daha çok tercih ettikleri görülmüştür. Tüketiciler göze hitap edecek şekilde tasarlanmış alışveriş merkezlerinde konforlu ve güvenilir alışveriş yapabildiklerinden dolayı bu tür mekânlarda daha fazla vakit geçirmek isterler. Tüketicilere bir seferde toplu alışveriş yapma olanağı sunan modern alışveriş merkezlerinin sağlamış olduğu avantajların bazıları: daha az çabayla her şeye toplu şekilde sahip olabilmek, ürün ve marka çeşitliliği, otopark kolaylığı, olumsuz iklim koşullarından etkilenmemek, aynı zamanda yemek ve eğlenceye de ulaşabilmek şeklinde sıralanabilir (Aktaran: Ayvaz, 2018: 105; Akgün, 2010: 156). Bu avantajlar tüketicilerin alışveriş için en çok tercih ettikleri yerlerin alışveriş merkezleri olmasını sağlar. Çağman (2010: 56)'ın çalışan kadınlar üzerine yapmış olduğu çalışmada çalışan kadınların en az sipariş ile giysi diktirdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu bağlamda, ilgili araştırmalar incelendiğinde çalışan kadınların kişiye özel dikimi tercih etmedikleri belirlenmiştir.

Sonuçlar değerlendirildiğinde alışveriş merkezleri dışında çalışan kadınların internet ve sosyal medyayı, çalışmayan kadınların ise semt pazarlarını diğer gruba oranla giysi satın alamada daha çok kullandıkları ortaya çıkmıştır. Çalışan kadınların çalışmayanlara oranla internet alışverişini daha fazla, semt pazarlarını daha az tercih etmeleri giyim alışverişine zaman ayıramamaları ile ilişkili olabilir. Online alışveriş; zamandan tasarruf sağlaması, ürün seçeneklerindeki genişlik, alışveriş kolaylığı, her saat alışveriş imkânı, alışveriş sıralarında beklemekten kurtarma, internete özel indirimler gibi avantajlara sahip olmasından dolayı son on yılda alışveriş için tercih edilen bir kanal olmuş ve perakende mağazacılık sektörüne yeni bir değer katmıştır. Gerçekleştirilen çeşitli araştırmalarda da internetten en çok satın alınan malların giyim eşyaları olduğu görülmektedir (Ağaç vd., 2018: 57,58). Aktuğlu ve Temel (2006: 56) çalışmalarında tüketicilerin giysi alışverişi için çarşı-semt pazarlarını tercih ettiklerini ortaya koymuştur.

Kadın tüketicilerin giyim alışverişi yapma durumları incelendiğinde; en çok ihtiyacı olduğunda, en az ise sezon başlarında alışveriş yaptıkları görülmüştür. Çakmak ve Tekinyıldız (2016: 153)'ın kadın tüketiciler üzerine yapmış oldukları araştırmada benzer şekilde bütçelerini düşündükleri ve ihtiyaçları olduğunda alışveriş yaptıkları görülmüştür. Aktuğlu ve Temel (2006: 54) tarafından yürütülen araştırmada da tüketicilerin her zaman ihtiyaç duydukları için giysi satın aldıkları belirlenmiştir. Benzer konu üzerinde yapılan birçok araştırma bu sonucu desteklemektedir. Çağman (2010: 55)'ın yapmış olduğu çalışmada çalışan kadınların giysi satın alma davranışları benzer şekilde en yüksek oranla gerekli olduğu zaman giysi satın aldıkları sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmada her iki tüketici grubunda da en çok ihtiyaç olduğunda giysi alışverişi yapılırsa da, çalışmayan kadınlar bütçe uygunluğunu çalışanlara oranla daha çok dikkate almaktadır. Çalışan kadınlar beğendikleri giysi olmasını bütçeye uygunluğundan daha çok önemsemişlerdir.

Araştırma kapsamındaki kadınların giysi alışverişi yapma sebepleri incelendiğinde genel olarak en fazla şık ve güzel görünmek, kullanılan giysilerin eskimesi ve fiyatların uygun olması en az ise marka sadakati/bağımlılığı seçeneklerini tercih ettikleri görülür. Kadınların giysi satın alma davranışlarında giysilerin eskimesine ve fiyatların uygun olmasına dikkat etmelerine rağmen, şık ve güzel görünme isteklerinin daha fazla olduğu belirlenmiştir. Çalışmayan kadın tüketicilerin giysilerin eskimesi ve fiyatların uygun olmasına öncelikli olarak dikkat ettikleri görülmüş ve kadın tüketicilerin gerekli olduğu durumlarda giysi alışverişi yaptığı sonucuna ulaşılmıştır. Yapılan araştırmada çalışan kadın tüketicilerin ise şık ve güzel görünmek istedikleri ve alışveriş yapmayı sevdikleri için giysi satın aldıkları sonrasında fiyatların uygunluğunu ve giysilerin eskimesini dikkate aldıkları ortaya çıkmıştır. Çetin, (2016: 31) tarafından gerçekleştirilen araştırmada kadın öğrencilerin giysinin markasından çok, uygun fiyatlı olmasını tercih ettikleri ve buna bağlı olarak satın alma davranışı gösterdikleri görülmektedir.

Kadın tüketicilerin giysilerde süslemeye ilişkin yenilikleri takip etme durumları incelendiğinde; en fazla giysilerde ve süslemelerde modayı takip etmedikleri, markaları tercih etmedikleri, markaların süslemelerinde ne varsa satın almadıkları

belirlenmiştir. Çağman (2010: 63) tarafından yapılan çalışmada da çalışan kadınların modayı takip etmedikleri sonucuna ulaşılmıştır. Çalışan ve çalışmayan kadın tüketicilerin giysilerde süslemeye ilişkin yenilikleri takip etme durumları karşılaştırıldığında çalışmayan kadın tüketicilerin giysilerde ve süslemelerde modayı takip etmediği ya da giysilerde modayı takip etse de süslemelere dikkat etmediği ortaya çıkmıştır. Çalışan kadın tüketiciler için ise hem giysi modasının hem de giysi süslemelerinin özellikle dikkatlerini çektiği belirlenmiştir. Özellikle çalışan kesimdeki kadınların çalışmayanlara oranla daha çok süslemeye dikkat etmeleri dikkat çekici bir sonuçtur.

Tüketicilerin giysilerdeki seçimini etkileyen faktörler değerlendirildiğinde; katılımcıların en çok kendim karar verir alırım seçeneğini en az ise reklamlar ve satış danışmanlarının tercihlerini etkilediği belirlenmiştir. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda çalışan veya çalışmayan kadın tüketicilerin süsleme seçimlerinde dış faktörlerin etkili olmadığı ortaya çıkmıştır. Çalışmayan kadınlarda aile faktörü giysi seçimlerinde etkili olurken, çalışan grupta aile etkili olmamıştır. Çalışan kadınlarda çalışmayanlardan farklı olarak moda ve stil ikonları düşük oranlarda da olsa süsleme seçimlerine etkilidir. Çakmak ve Tekinyıldız (2016: 152) tarafından yürütülen araştırmada benzer şekilde kadınların alışverişe yalnız çıktıkları belirlenmiştir. Araştırma sonuçları birbirlerini destekler niteliktedir. Kadın tüketicilerin alışverişte çevresinden etkilenmediği sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırma sonuçlarına göre katılımcıların en çok nakış ve işlemler ile yapılan süslemeleri ve en az ise, baskı/boyalar ile yapılan süslemeleri tercih ettiği görülür. Diğer süsleme çeşitlerinin benzer dağılım oranları göstermesi kadın tüketicilerin süsleme çeşitlerini tercih etme konusunda farklılıklar taşıdığını gösterir. Çalışmayan kadın tüketicilerin en çok örme tekniği ile yapılan süslemeleri, çalışan kadınların ise nakış ve işlemler ile yapılan süslemeleri tercih ettikleri görülür. Çalışmayan kadınlar dikiş teknikleri ile yapılan süslemeleri öncelikli görürken çalışan kadınlar hazır gereçlerle yapılan süslemelere öncelik vermiştir.

Katılımcıların süsleme bulunmasını tercih ettiği ürün gruplarına ilişkin bilgiler incelendiğinde kadın tüketicilerin; eşofman, kazak, pantolon ve etek ürün gurubunda

süsleme olmasını kesinlikle istemedikleri sonucuna ulaşılmıştır. Çalışan ve çalışmayan kadın tüketicilerde alt beden giysi türlerinde, hırka ve kazakta süsleme istemedikleri ve en fazla abiye, bluz ve elbise ürün gurubunda süsleme tercih ettikleri saptanmıştır. Bulgulara göre çalışmayan kadınların elbise ve abiye dışında diğer ürün guruplarında süsleme tercih ettikleri belirlenmiştir. Çalışmayan kadınlar çalışan kadınlara göre giysilerde süslemeyi daha az tercih etmişlerdir.

Kadın tüketicilerin giysilerde süsleme tasarımlarını tercih etme nedenlerine ilişkin sonuçlar değerlendirildiğinde; süsleme tasarımlarını en çok giysileri güzel gösterdiği için tercih ettikleri ve süslemeler ile ilgili olumlu yaklaşımlara sahip oldukları görülmüştür. Katılımcıların giysilerde süsleme tercih etmeme sonucuna rağmen süsleme tasarımlarına ilişkin olumlu görüşler bildirmeleri dikkat çekici bir sonuçtur. Araştırma göre çalışan kadınların çalışmayan kadınlara göre süslemeleri daha çok oranda tercih ettikleri ve tercih etme nedenlerinin daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Kadınların, giysilerdeki süsleme tasarımlarında dikkat ettikleri özellikler değerlendirildiğinde; en çok süsleme tasarımlarının giyilecek yere uygun olmasına, en az ise süslemelerin sezon trendleri ile uyumlu olmasına önem verdikleri belirlenmiştir. Bu durum kadın tüketicilerin giysi ve süsleme modasına önem vermedikleri sonucu ile tutarlıdır.

Araştırma kapsamındaki kadın tüketicilerin giysilerdeki süsleme tasarımlarına ilişkin yaşadıkları problemler değerlendirildiğinde; çalışmayan kadınlar en fazla ütülemede problem yaşarken, çalışan kadınların en fazla süslemelerin yıpranmasında problem yaşadığı ortaya çıkmıştır.

Kadınların giysi süsleme tekniklerini tanıma durumları değerlendirildiğinde; kadınların giysi süsleme tasarımı tekniklerinden en çok nakış, baskı ve büzgü seçeneklerini bildikleri görülmüştür. En az tanıdıkları teknikler ise enkürüste, nervür, kordon tutturma, beyaz iş, maraş işi, antep işi, gölge işi, punch ve antika olduğu belirlenmiştir. Elde edilen bulgulara göre; katılımcılarının süsleme tasarımındaki tekniklerin çoğunu bilmedikleri sonucuna ulaşılmıştır. Çalışan kadın tüketicilerin

süsleme tasarımlarını çalışmayan kadınlara göre daha çok tercih etmelerine rağmen, çalışmayan kadın tüketicilere göre giysi süsleme tasarımındaki tekniklerini daha az oranda tanıdıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmada kadın tüketicilerin çalışma durumlarına göre yapılan T-testi sonuçları incelendiğinde kadın tüketicilerin süsleme bulunmasını tercih ettiği ürün gurupları arasından bluz, etek, pantolon, elbise, abiye, hırka, gömlek, t-shirt, eşofman, kazak seçeneklerinde anlamlı farklılık olduğu ortaya çıkmıştır.

Araştırmada kadın tüketicilerin yaş değişkeni dikkate alınarak yapılan ANOVA testi sonuçlarına bakıldığında kadınların süsleme bulunmasını tercih ettiği ürün guruplarından bluz, etek, pantolon, elbise, abiye, hırka, gömlek, t-shirt, eşofman, kazak seçeneklerinde, giysilerde süsleme tasarımlarını tercih etme nedenlerinden süslemeler giysileri güzel gösterir, süslemeler kişiliği yansıtır, süslemeler giysilere farklılık kazandırır, süslemeler moda uyum sağlamayı kolaylaştırır, süslemeler kişiye mutluluk verir, süslemeler gösteriş unsurudur, süslemeler popüler kültürü temsil eder, süslemeler bulunan ortamda etkili görünmeyi sağlar, süslemeler kişilerde şık ve güzel görünme hissi yaratır, süslemeler kişinin özgüvenini artırır, süslemeler giysileri basitleştirir, süslemeler giysinin kullanımını zorlaştırır, giysilerde süsleme olmaması tercihimdir, kadın tüketicilerin giysilerdeki süsleme tasarımlarına dikkat ettikleri özelliklerden süslemelerin sağlık açısından uyumlu olması, süslemelerin kullanışlı olması, süslemelerin estetik görünmesi, süslemelerin ütüleme açısından uyumlu olması, süslemelerin yıkama açısından uyumlu olması, süslemelerin vücuda uyumlu olması, süslemelerin giysi materyali ile uyumu, süslemelerin sezon trendleri ile uyumu, süslemelerin giysi çeşidine uygun olması, süslemelerin renginin uygun olması, süslemelerin fiyatının uygun olması, süslemelerin işçilik kalitesi, süslemelerin giyilecek yere uygun olması ve kadın tüketicilerin giysi süsleme tekniklerini tanıma durumları arasından baskı, nakış, büzgü, pili, ajur, basit nakış iğneleri, Antep işi, Maraş işi, kanaviçe, applike, gölge işi, piko, beyaz iş, kurdele nakışı, punch, antika, kapitone, enkürüste, kordon tutturma, nervür seçeneklerinde anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür.

Araştırmanın bulguları değerlendirildiğinde; katılımcıların giyimde süslemeleri az oranda tercih ettikleri fakat süslemeyi estetik ve önemli buldukları sonucuna ulaşılmıştır. Bunun yanı sıra süsleme tasarımlarında problem yaşadıkları, özellikle alt giysi grubunda süslemenin tercih edilmediği sonucu ortaya çıkmıştır. Araştırma sonucuna göre kadın tüketicilerin süsleme tekniklerinden bir çoğunu bilmedikleri sonucuna ulaşılmıştır. Özellikle giyim sektöründe satılan ürünler değerlendirildiğinde süsleme tekniklerinin bol miktarda kullanıldığı görülür. Araştırmada kadınların süsleme tercih etmediklerini belirtme nedeninin süsleme tekniklerini tanımamalarından kaynaklı olduğu düşünülmektedir.

6.2. Öneriler

Modanın hızlı bir şekilde değişmesi, nüfusun artması, insanların farklı beğenilere sahip olması ve artan talep hızlı modayı yani modellerin hızlı bir şekilde pazara sunulması kavramını ortaya çıkarmıştır. Bu da tekstil sektörün sürekli yeni tasarımlar ve ürünler oluşturmaya neden olmaktadır. Hızlı değişim sonucu hazır giyim de üretilen giysilerin pazarda rakiplerini geride bırakabilmesi ve marka sadakatini artırması için özgün giysi tasarımlarına gereken önem verilmelidir. Hazır giyimde süsleme, farklı tasarımlar oluşturulması ve pazarda ön plana çıkılması açısından büyük öneme sahiptir. Bu nedenle işletmeler ve tasarımcıları tarafından süsleme çeşitleri ve teknikleri öğrenilmeli, farklı giysi gruplarında uygulanarak farkındalık yaratılmalıdır.

Kişiyeye özel giysi tasarımında kişinin beğenisine göre birebir tasarlanması ve el işçiliği ile yapılıyor olmasından dolayı süsleme tasarımı çok daha fazla kullanılmaktadır. Bu nedenle tasarımcılar süslemelere daha çok önem vermeli, süsleme çeşitlerine ait tekniklerin hepsine hakim olmalı ve uygulayabilmelidir.

Gelişen iletişim teknolojileri sayesinde her türlü bilgiye kolaylıkla erişme fırsatı bulan kadın tüketiciler için işletmelerin doğru kanalları ve mesajları kullanarak onları etkilemeleri önemlidir. Gelişen çevre koşulları sebebiyle daha bilinçli ve duyarlı hareket eden tüketicilerin, istedikleri firmaların ve markaların giysilerine ulaşabilmesi ve tercih etme seçeneklerini artırmaktadır. Bu sebeple; kadınları

anlamak, giysilerdeki süslemelerde ne aradıklarını, süslemelerden beklentilerini, süsleme kullanımında karşılaştıkları problemlerini belirlemek yol gösterici olması açısından önemlidir.

Kadınların giysilerdeki süsleme seçimlerinde dış faktörlerin etkilenmediği az oranda etkilediği belirlenmiştir. Kadınların giysi süsleme seçimlerinde daha çok kendilerinin karar verdiği göz önüne alınarak işletmeler ve tasarımcılar kadınların, en çok tercih ettikleri giyim tarzlarını ve ürün gruplarını dikkate alarak süsleme tasarımları yapmalı, farklı iletişim kanalları kullanılarak kadın tüketicilerin beklentilerine hitap edilmelidir.

Çok fazla süsleme tekniğinin olmasına rağmen bilinmedikleri dikkate alındığında tüketiciler süsleme teknikleri ve uygulamaları konusunda uzman kişiler tarafından seminer ve eğitimler verilerek bu konuda bilgilendirilmelidir. Farklı süslemeler bulunan ürün gruplarında süsleme tekniklerine ve kullanım koşullarına ilişkin bilgi kartlarına yer verilebilir.

Çalışmanın sonuçları, ürün pazarlayan işletmeler ve tasarımcılar için önemli bilgiler sağlamaktadır. Kadın tüketicilerin istekleri, süslemelerden beklentileri ve yaşadıkları problemler doğrultusunda çalışmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

- ACUN, Y. F., (2008). *Ankara Olgunlaşma Enstitüsü Sırma Atolyesinde Uygulanan Maraş İşi(Dival İşi) İğne Tekniklerinin Ürün Çeşitleri ve Öğretim Analizi Yönünden İncelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- AÇIMUZ, N., (2013). *Mimarlık ve Moda Tasarımı Arakesitinde Bir Okuma*, Doktora Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- AĞAÇ, S., Dengin Sevinir S., Yılmaz T., (2018). Online Giyim Alışverişinde Tüketicilerin Karşılaştıkları Sorunların Cinsiyet Değişkenine Göre İncelenmesi, *Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Dergisi*, Yıl: 8 Sayı: 15, 57-71.
- AKÇİN, S., (2006). *Gazi Üniversitesi Mesleki Eğitim Fakültesi Bünyesinde Yer Alan Ülker Muncuk Müzesindeki Geleneksel İşlemeli Ürünlerin Değerlendirilmesi ve Eğitime Katkısının Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- AKGÜN, B., (2008). Türk Süsleme Sanatında Hatailer, 38. *ICANAS*, 1(1): 45-59, Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Yayınları, Ankara.
- AKGÜN, V, Ö., (2010). Modern Alışveriş Merkezlerinin Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkisi ve Konya İlinde Bir Uygulama, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 12 (19): 153-163, 2010ISSN: 1309-9132
- AKPINARLI, H, F., Baykasoğlu N., Kurt, G., Yılmazoğlu H., Yıldız E., (2014). *Kahraman Maraş El Sanatları*, Cilt 1, Ankara: Hangar Marka İletişim Reklam Hizmetleri Yayıncılık, Kahraman Maraş Belediyesi.
- AKPINARLI, H, F., Develioğlu, Y., Ortaç, H, S., Özder, L., Yalçınkaya, T., Büyükyazıcı, M., Tozun, H., Develioğlu, G., (2008). *Çankırı El Sanatları*, Ankara: Hazar Reklam Matbaa.
- AKPINARLI, H, F., Seçim, E., (2018). Geleneksel Dantel Motiflerinin Lazer Kesim Yöntemi İle Tekstil Yüzeyine Aktarılması, *Kesit Akademi Dergisi (The Journal of Kesit Academy)* Yıl: 4, Sayı:15, Haziran, 192-202.
- AKTUĞLU I. K., Temel, A., (2006). Tüketiciler Markaları Nasıl Tercih Ediyor? (Kamu Sektörü Çalışanlarının Giysi Markaları Tercihini Etkileyen Faktörlere

- Yönelik Bir Araştırma), *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı:15, 43-59.
- ALGÜL, İ., (2007). *Samsun ve Çevresi İşlemelerinin Geleneksel Türk-İslam İşleme Sanatındaki Yeri*, Yüksek Lisans Tezi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Samsun.
- ALPASLAN, S, A., (2003). *Tasarım Mesleki Resim*. (I. Baskı), İstanbul:Ya-Pa Yayın Pazarlama.
- ALPAT, F., (2010). "Osmanlı İmparatorluğunun 15. Yüzyıl ve 18. Yüzyıllar Arası Saray Kumaşlarında Kullanılan Bitkisel Üslup". *Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4 (1), 26-49.
- ALTUN, G., (2004). Konya Meram İlçesi Karadiğın Kasabası'nda Kanaviçe İşlemeler, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı:11, 55-66.
- ALYÜZ, A., (2007). *Geleneksel Türk İşlemelerinde Türk İşinin Bilgisayar Destekli Nakış Makineleri İçin Desen Kalıbı Hazırlanması ve Öğretim Programı Önerisi*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- AMBROSE, G., Harris, P., (2012). *Görsel Moda Tasarım Sözlüğü*. (Çeviren: Çiğdem Sirkeci). İstanbul: Birinci Basım, Ömür Matbaacılık.
- ARDA, G., (2015). *Kırklareli Müzesinde Bulunan Hesap İşİ ve Türk İşİ Tekniğı İle Çalışılmış Ürünlerin Değerlendirilmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- ARSEVEN, C, E., (1983). *Sanat Ansiklopedisi*, İstanbul: Milli Eğitim Basımevi.
- ARSLAN, S., (2011). *Aplike Tekniğinin Bilgisayar Destekli Nakış Makineleri İçin Eos-Compucon Nakış Desen Programında Desen Kalıbı Hazırlanması ve Öğretim Programı Önerisi*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- ASLANPALA, O., (1999). *Türk Sanatı*, İstanbul: Remzi Kitapevi.
- ATILGAN, Ç., (2015). *Hızlı Moda Kavramının Üretici ve Tüketici Açısından Değerlendirilmesi* , Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

- ATLAMIŞ, G., (2008). *Hazır Giyim İşletmelerinde Giyim Süsleme Aşamaları Uygulamaları*, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- AVADAN, T., (2014). “Dijital Baskı Sürdürülebilirlik Sağlıyor”, *Tekstil Terbiye Dergisi*, İstanbul: Matsis Matbaa, 44-47.
- avÜSTÜNER, G, S., (2017). 20. Yüzyıl Tekstil Baskı Tasarımında Sanatçı İzleri. *Yıldız Journal of Art and Design*, 4 (1), 66-87.
- AYAYDIN, A., (2010). Desen Eğitiminde Ölçme ve Değerlendirme Üzerine Bir Araştırma. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11 (2), 159-172.
- AYDIN, S., (2009). *Kültür ve Turizm Bakanlığı Türkiye Kültür Portalı Projesi*, Halk Bilimi El Sanatları Geleneği Giyim Kuşam ve Süslenme, Ankara
- AYTAÇ, A., (1999). *Geleneksel El Dokumalarında Yanış(Motif)*. 2. Ulusal Türk El Dokumalarına Yaklaşım ve Sorunları Sempozyumu Bildirileri, Selçuk Üniversitesi Mesleki Eğitim Fakültesi, Konya.
- AYVAZ, K, M., (2018). *Öğretmenlerin Gömlek Satın Alma Davranışları ve Gömleklere Yönelik Geri Dönüşüm Konusundaki Görüşleri: Konya Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- BABAYİĞİT, T., (2013). *Batik Sanatı*. İstanbul: İstanbul Gelişim Üniversitesi Yayınları.
- BAHAR, T., (2013). Beypazarı’da Geleneksel Kadın Giyim Kuşamında İşlemeli Başörtüleri, *Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Hakemli Dergisi*, 6 (12), 139-152.
- BARBAROSOĞLU, F., (2016). *Moda ve Zihniyet*, (5. Baskı), İstanbul: İz Yayıncılık.
- BARIŞTA, Ö., (1984). *Türk İşleme Sanatı*, Ankara.
- BIYIK, A., (2016). *Tekstil ve Baskı Projesinde Karşılaşılan Tehlike ve Risklerin Belirlenmesi ve Çözüm Önerileri*, T.C Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı İş Sağlığı ve Güvenliği Genel Müdürlüğü, İş Sağlığı ve Uzmanlık Tezi, Ankara.

- BİLKİ, H., Güzel, S., (2008). “*Giyim Süsleme Tarihi Sürecinde İşlemenin Önemi ve Kullanım Alanları*”, 38. ICANAS, Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi, Cilt: II, Ankara, 669- 681.
- BLANC, C., (1877). *Art in Ornament and Dress*, Chapman and Hall, (193). Piccadilly, London.
- BUDAK, E., (2012). *Hazır Giyim Sektöründe Tüketicilerin Satın Alma Davranışlarını Etkileyen Psikolojik Faktörlerin Bütünleşik Analizi*, Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- CAN, M., (2018). Osmanlı İmparatorluğu Dönemi İşlemelerinde Kordonla Yapılan Kenar Süslemelerinin İncelenmesi. *International Journal of Eurasian Education and Culture*, 3(4), 33-43.
- COCK, V., (1992). I, *Dressmaking Simplified*, Oxford BSP Professional Book, London.
- COLES M., (1995). *Dikim Teknikleri*. (1. Baskı), Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları.
- ÇAĞDAŞ, M., (2002). *Kadın Giyiminde Kapanma Payı ve Yaka Çizim Teknikleri*, (1.Baskı) Ankara: Nobel Yayıncılık.
- ÇAĞLITÜTÜNCİGİL, E., (2013). *Türk Süsleme Sanatında Nar: Form, Köken ve İkonografik Anlamı*. TÜBAR(Türk Bilimleri Araştırmaları). Sayı:33, 61-92.
- ÇAĞMAN, D, S., (2010). *Çalışan Kadınların Giysi Kullanım Süreleri ve Kullanım Sonrası Giysileri Değerlendirme Yöntemleri*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- ÇAKAR G., Kişoğlu, S., Bayraktar F., (2003). *Temel Tasarım Bilgisi, Tasarım Araştırması, Tasarım Aşamaları ve Giysi Tasarım Süreci*. (I. Baskı), İstanbul YA-PA Yayın Pazarlama.
- ÇAKMAK, A., Tekinyıldız, G., (2016). Çeşitli Mesleklerden Kadın Tüketicilerin Plansız Satın Alma Davranış Düzeyinin Ölçülmesi: Karabük Şehir Merkezinde Bir Araştırma. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3 (1), 147-162.
- ÇELEBİLİK, G., (2016). Milas ve Çevresinde Bulunan Kanaviçe İşlemelerinin Tür Özellikleri, *Vocational Education (NWSAVE) Dergisi*, 11(4), 1-20.

- ÇETİN, K., (2016). Kadın Tüketicilerin Giysi Satın Alma Davranışları Ve Marka Bağımlılığı, *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(2), 22-40.
- ÇİVİTÇİ, Ş., Küçükikiz, E., (2010). *E-Journal of New World Sciences Academy Vocational Education*. 5(2), 91-112.
- ÇOBANLI, Z., Kanışkan, E., (2013). Osmanlı Çini ve Seramiklerinde Giyim Kuşam Kültürü ve Özellikleri, *Anadolu Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 4 (4), 95-108.
- ÇOLAKOĞLU, E., (2006). 20.YY. *İskenderun Merkez ve Köylerinde Bulunan Kanaviçe İşlemeler*. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Konya.
- DAMAR, Y, D., (2016). Kişiyi Özel Giysi Tasarımında ve Üretiminde Keçe Sanatının Yeni Yaklaşımlarla Uygulanması, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, İzmir.
- DEMİRBAĞ İ., (2016). Geleneksel Türk Kadın Giyiminde Dival İşi ve Örnekleri, *Motif Akademi Halk Bilimi Dergisi*, 9(18), 291-296.
- DIAMOND, J., Diamond E., (1997). *The World Of Fashion*, (2. Baskı), New York: Fairchild Publications.
- DİLLMONT, T., (1996). *The Complete Encyclopedia of Needlework*. (3.Baskı) Philadelphia London : An Imprint of Running Press Courage Books.
- DUR E, F., (2007). *Halk Eğitim Merkezlerinde El Nakışı Kurs Programına İlişkin Antep İşi Öğretim Programının Etkinliğinin Saptanması*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- ERCAN E., (1994). Konfeksiyon Sanayinde Kullanılan Giysi Süsleme ve Nakış Makineleri. *Tekstil ve Mühendis Dergisi*, 8(45-46), 19-23.
- ERCAN, D., (2017). *5-10 Yaş Arası Çocuk Tüketicilerinin Giysi Tercihleri ve Giysi Satın Alma Davranışlarına Etki Eden Faktörler*, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- ERCAN, E., (2010). Giysi Satın Almada Tüketicinin Kararına Etki Eden Faktörler. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*. 9(33), 1-17.
- ERONÇ, P., (1984). “Giyim Süsleme Teknikleri”, Milli Eğitim Bakanlığı (MEB), İstanbul.

- FANNING, R., Fanning T., (1986). *The Complete Book Of Machine Embroidery*. Radnor, Pennsylvania: ChiltonBookCompany.
- FRASER-LU, S., (1986). *Indonesian Batik*, . (1. Baskı), Singapore Oxford University : Press, New York
- GEZER, H., (2008). Üretim Alanında Tekstil ve Mimari Arasındaki Etkileşim, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 7 (13), 21-50.
- GIACOBELLO, J., (2000). *Choosing a Career in the Fashion Industry*, (1. Baskı), New York: TheRosen Publishing Group.
- GİLİK, A., (2013). *Burdur İli Suzeni(İlme- Kasnak İşi) Örnekleri ve Suzeni Program Önerisi*. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- GÖKAYDIN N., (1997). Kumaş Desenlemede Yaratıcı Çalışmalar - İthaf ve İmzalı - / Kalıpla Baskı, Bağlama Boyama Batik, Serigrafi, Yazmacılık, Gazi Üniversitesi Yayını, Ankara.
- GÖKLÜBERK ÖZLÜ, P., Dengin, Sevinir S., (2017). Yaratıcı Uygulama Temelli Giysi Tasarımlarının Görsel Nitelikli Göstergeler Üzerinden Betimlenmesi. *Art-e Sanat Dergisi*, 10 (19), 216-241.
- GÜLDÜR M. M., Bayram S., (2016). “Disiplinler Arası Etkileşim Üzerine Bir Çalışma: Moda ve Mimari Arasındaki Etkileşim”, *The Journal of International Lingual, Social and Educational Sciences*, Vol.2, N.2, 59-73.
- GÜLENSOY B., (2007). *Türkiye Giyim-Kuşam ve Süslenme Sözlüğü*. İstanbul: Motif Vakfı Yayınları, 595-602.
- GÜLER, N., (2003). “Baskı Cinsleri Özellikleri ve Makineleri”, Bitirme Tezi, Adıyaman.
- GÜNDÜZ F., (1996). Tayyör de Drapenin Önemi ve Bir Çalışma, *Tekstil ve Konfeksiyon Dergisi*, İzmir: Ege Üniversitesi Basım Evi, sayı:5, 359-363.
- GÜRÇAN, Y, K., (2016). Osmanlı Dönemi Dokuma Sanatı Ürünlerinden Örnekler. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, 2(1), 219-241.
- GÜRÇÜM, B., Baykasoğlu, N., Yerdenova, A., (2019). Bir Suzeni Sanatçısı Zeynelkhan Mukhamedzhanuly. *Art-Sanat Dergisi*, (11), 225-239.

- GÜRCÜM, B., Üner, İ., (2016). Tekstil Tasarımında Kavramsal Tasarım Adımlarının Uygulanması: Bir Örnek Kumaş Koleksiyonu. *SDÜ ART-E Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Dergisi*, 9(17), 26-52.
- GÜREL, O., (2005). "Kimyanın Tarihi (Kuşbakışı Kimya)". *Bilim, Eğitim ve Düşünce Dergisi*, 5(1), Ankara.
- GÜZEL, E., (2015). Tunceli İli Oya Örnekleri. *Türk ve İslam Dünyası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, sayı 5, yıl 2, 93-104.
- HAMLYN., (1991). *Art Treasures Of The World*. The Hamlyn Publishing Group İtaly.
- HARMANKAYA, H., (2010). *Performans Yönetim Aracı Olarak Balanced Scorecard Sisteminin Hazır Giyim İşletmesinde Uygulanması ve Bir Model Geliştirme*, Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Ankara.
- HARMANKAYA, H., Güzel, S., (2008). "Giyim Süsleme Tarihi Sürecinde İşlemenin Önemi ve Kullanım Alanları", 38. ICANAS, Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi, Cilt: II, Ankara, 669- 681.
- HARMANKAYA, H., Yılmaz, A., Ercan, D., Çetin, A., (2012). "Giysi Süsleme Teknikleri İçinde Pul-Boncuk Kullanımının Yeri ve İşleme Teknikleri", 18-20 Nisan Uluslararası Batman Bilim ve Kültür Sempozyumu, *Yaşam Bilimleri Dergisi*, 1(1), Batman, 627-638.
- HAZIR, M., (2006). *Giysi Tasarımında Görsel ve Dokusal Elementler: Pilise ve Drapeler*, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, İzmir.
- ILGAZ, Y., (1991). *Batik Sanatı*, (2.Baskı) İstanbul: Dilem Yayın Evi.
- ISAAC, C., Bowles, M., (2013). *Digital Tekstil Tasarımı: (Çeviri: Canan Eyi)*. İzmir: Lamineks Matbaacılık.
- İBİCİOĞLU, H., Cerit, E., Çitçi, M., (2008). *Giyimde Renklerin Uyumunu*, Gaziantep: Nokta Matbaacılık.
- JONES, S., (2013). *Moda Tasarımı*, (Çeviri: Hüseyin Kılıç). İstanbul: Güncel Yayıncılık

- JOYCE, C., (1993). *Tekstile Design The Complete Guide to Printed TextilesforAppareland Home Furnishing*. New York : Watson-Guptill Publications.
- KARAARSLAN Ö., (2015). *Hazır Giyim Parakendeciliğinde Görse Tasarım Faaliyetlerinin İncelenmesi(Zincir Mağzalar Örneği)*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- KARAÇORLU, H., (2013). *Amasra Müzesinde Bulunan Tel Kırma(Bartın İşi) ve Hesap İşi Ürünler Üzerine Bir Araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- KEÇİCİ, F., (2013). *Konya İli Çeltik İlçesi İğne Oyaları*, Gazi Üniversitesi Dekoratif Ürünler Eğitim Bilimi Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- KILINÇ, K., (1994). *Sanatsal İş ve Teknik Eğitimi*, İstanbul: İnkilap Kitap Evi.
- KİREÇCİ, A, N., (2015). *Giyim Modasında Yeni Lüks ve Genç Tüketicilerin Davranışlarına Etkisi*, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İstanbul.
- KOCA E., Koç F., (2012). *Giysi Yüzey Tasarımına Disiplinler Arası Bir Yaklaşımında Tasarımcının Rolü*. 1.Uluslararası İstanbul Tekstil Sanatı - Tasarımı Sempozyumu, (64-75).
- KOCA, E., Koç, F, Şahinoğlu, M., Pamuk, B., (2009). *Toplumsal Statü Açısından Kadının Giysi Tercihlerini Etkileyen Etmenler*, Uluslararası Multidisipler Kadın Kongresi, İzmir.
- KOÇ, F, Koca, E., (2016). Türk Halk Giyiminde Kullanılan Süslemelere Tipolojik Bir Yaklaşım. *İdil Dergisi*, 5(19), 237-262.
- KOÇ, F., (1999). Türk Giyim-Kuşamında Kullanılan Süslemeler, *Erdem Dergisi*, 29(10), 397.
- KOÇAK, E., (2013). *İstanbul Nakış Sanayi İşletmelerinde Üretim Sürecindeki Kalite Kontrol Uygulamaları Üzerine Bir Araştırma*, Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- KOÇHAN, Ü., (2007). *Konya İli Müze ve Özel Koleksiyonlarında Bulunan Geleneksel Türk Giysi Süsleme Tekniklerinden Örnekler*, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

- KOPACZ, J., (2004). *Color in Three-Dimensional Design*, New York: McGraw-Hill.
- KOPAN, D., (2008). *Anadolu'da Deri Giyim Tarihi*, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- KORKUSUZ, S., (1976). '*Makine Nakışları*'(1.baskı), İstanbul: Milli Eğitim Basım Evi.
- KOZBEKÇİ A, S., (2017). *The Applique Method That Adds Dimension and Texture to Clothing Fashion*. Inonu University Journal of Arts and Design, 7(16). 202-217.
- KÖKLÜ, H., (2012). *El İşlemeleri*, İstanbul: YA-PA Yayın Pazarlama.
- KURNAZ, A., (2013). *İstanbul Tarihi Yarım Adanın Tarihi Çeşmelerinde Bulunan Motiflerin Takı Tekniklerinde Uygulanması*, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- KUTLU M., Özmen A., (2008). *Kimlikler Sembolü Olarak Giyim Kuşam ve Süslenme*, Halk Kültüründe Giyim Kuşam ve Süslenme Uluslararası Sempozyumu Bildirileri, Eskişehir: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Basımevi, 309-314.
- LO, D, C., (2013). *Modelist: Kalıp Çıkarmanın Püf Noktaları*. (Çeviren: Can Evren Topaktaş), İzmir: Kerasus Yayıncılık.
- MACKENZIE, M., (2017). *İzmler Modayı Anlamak*, (Çeviren:Mahmut Tuna), (1. Baskı) İstanbul:Hayalperest Yayınevi.
- MEGEP., (2007). *El Sanatları Teknolojisi: Elde Çin İğnesi*, Ankara.
- MEGEP., (2009). *El Sanatları Teknolojisi: Kudela İşi*, Ankara.
- MEGEP., (2011). *Giyim Üretim Teknolojisi: Giyimde Süsleme*, Ankara.
- MEGEP., (2012). *El Sanatları Teknolojisi: Desen Tasarımları*, Ankara.
- MEGEP., (2013). *Tekstil Teknolojisi: Özel Baskı Efektleri I*, Ankara.
- MEILACH, D, Z., (1985). *Macrame Creative Design İn Knotting*, New York: CrownPublishers, Inc,
- MERT, A., (2008). *Süsleme Sanatlarında Hatai Motifi ve Tarihsel Gelişimi*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

- MUTAF, A., (2015). İnanç-Statü-Tarz Üçleminde Osmanlı Kadınlarının Giyim-Kuşam Kültürü VE Sosyal Hayattaki Fonksiyonelliği: 17. Yüzyıl Edremit Örneği. *Balıkesir Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 1(2), 283-289.
- NEWMAN, A., Zakee, S., (2013). *A'dan Z'ye Moda Sözlüğü*. (Çeviren: Deniz Büyükonat, Tuncer Büyükonat), İzmir: Lamineks Matbaacılık.
- OCAKOĞLU, N., (2018). Osmanlı Sarayı Kadın Giysileri Ve Günümüz Giysi Tasarımına Bir Uyarılama. *Ulakbilge*, 6 (30), 1537-1548.
- ODABAŞI, E., (2011). *Keçiören Belediyesi Estergon Kalesi Türk Kültür Müzesinde Bulunan Hesap İşi Ürünleri*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- ODABAŞI, E., Kandemir, M., (2018). Kanaviçe İğne Tekniğinin Günümüz Teknolojisinde Tasarım ve Uygulama Süreçleri. *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, 11 (24), 435-447.
- ONUK T., Akpınarlı, H, F., Ortaç, H, S., Alp, K, Ö., (1998). *İçel El Sanatları*, Ankara:Kültür Bakanlığı Yayınları.
- ORANSAY, L., (2012). Geleneksel Türk El Sanatlarının Çağdaş Türk Seramik Sanatına Yansımaları. *Mesleki Bilimler Dergisi (MBD)*, 1 (3), 13-21.
- ÖLGEN H., Çaltılı, H., (2012). *Dantelam*, İstanbul: Bilnet Matbaa, Tuva Yayıncılık,.
- ÖN, G., (2017). *Kırklareli İli Tığ Dantelleri ve Yeni Tasarımlar*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Geleneksel Türk Sanatları Anasanat Dalı, Ankara.
- ÖNDER, M., (1969). *Türk Sanatı Tarihi Araştırma ve İncelemeleri*, İstanbul: İstanbul Devlet Güzel Sanatlar Akademisi Türk Sanatı Tarihi Enstitüsü Yayınları 2, Milli Eğitim Basımevi.
- ÖNER, M., (2017). Türk El Sanatlarının Kültürel Belleği: El Emeği Göz Nuru Antep İşi. *Al Farabi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 1 (2), 233-272.
- ÖZCAN, F., (1994). *Türk Nakışları Öğrenim Yaprakları*, Ankara: Önder Matbaacılık.
- ÖZDER, L., (1999). *İç Anadolu Bölgesi Geleneksel Kadın Başlıkları*, Ankara: Ekip Grafik Yayınları.
- ÖZDER, L., Kurt, G., (2008). *Yozgat İli Geleneksel Baş Süslemeleri ve Giysilerinde Boncuğun Kullanımı*, Gazi Üniversitesi I. Ulusal El Sanatları Sempozyumları

- Bildirileri, Ankara: Gazi Üniversitesi Türk El Sanatları Araştırma ve Uygulama Merkezi Yayınları-1, 418-424.
- ÖZEL, M., (1992). *Folklorik Türk Halk Kıyafetleri*, Ankara.
- ÖZKAN, M., (2014). Türkiye’de Hazır Giyim Sektöründe Kullanılan Bilgisayar Destekli Kalıp Hazırlama Sistemlerinden Assyst, Konsanad ve Lectra Sistemlerinin Karşılaştırması. *The Journal of Academic Social Science Studies Dergisi*, Sayı:26, 457-471, Summer 2.
- ÖZPULAT F., Yurt, D., (2013). Günümüz Baskı Desenli Kumaşlarında Desen Tarzları ve Teknikleri, *Akdeniz Sanat Dergisi*, 4(7), 29-32.
- ÖZSARI, E., (2014). *Afyonkarahisar Arkeoloji Müzesinde Bulunan Türk İşi ve Hesap İşi İşlemeli Ürünler*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- ÖZŞAHİN, S., (2014). *Bursa İlinde Bulunan Türk İşi İşlemeli Ürünler Üzerine Bir Araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- ÖZTÜRK, M., (2013). *Asya Hunlarında İktisadi Hayat*, Yüksek Lisans Tezi, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ.
- ÖZTÜRK, Ş., (2015). *Desen Oluşturulması ve Porselen, Seramik, Cam Ürünlerine Uygulanması*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- PAMUK, B., (2002). *Temel Kalıp ve Dikim Uygulama Teknikleri*, İstanbul: YA-PA Yayınları.
- PAMUK, B., (2009). *Giysi Moda Eğilimlerini Etkileyen Faktörler ve Bir Model Önerisi*, Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- PARLAK, D, S., (2006). *Giyim Modasında Gerçeküstü Yaklaşımlar*, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, İzmir.
- PICKEN, B, M., (2015). *The Language of Fashion A Dictionary and Digest Of Fabric Sewing & Dress*, Funk& Wagnalls Company new york London.
- POLAT, A, F., (2009). *Antep Yöresi İşlemeleri ve Öğretim Programı Önerisi*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

- SAATÇIOĞLU, K., (2012). *Geleneksel Türk El Dokumalarından Rize Bezi'nin (Feretiko) Süsleme Teknikleri ile Giysiye Uygulanması*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- SALMAN F., (2006). Gaznelilerde Giyim Kuşam Özellikleri. *Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi*, Sayı:16, 111-126.
- SALMAN F., (2006). Göktürk Dönemi Kıyafetleri. *Sanat Dergisi*, Sayı 9, 12-34.
- SALMAN, F., (1990). Tarihi Türk Kumaşlarında Desen ve Renk Anlayışı. *Halı Dergisi*, Sayı:50, 141-154.
- SALMAN, F., (1998). Tarihi Türk Kumaşlarında Desen ve Renk, *Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi*, Sayı:4, 141-154.
- SALMAN, F., Atmaca, Z., (2010). *Erzurum'da Geleneksel Kadın Giysilerinin Özellikleri*, Sanat Dergisi, 0 (15), 11-17.
- SAYAR, R., (1991). Aşındırma ve Rezerve Baskı, *Tekstil ve Mühendis*, Yıl:5, Sayı:27, 170-173.
- SEÇKİNÖZ M., Alpaslan S., Komşuoğlu Ş., İmer A., Etike S., (1986). 'Süsleme Resmi ve Süsleme Sanatları Tarihi', Ankara: , 2. Baskı, Türk Tarih Kurumu Basım Evi.
- SEMİZ, M., (2011). *Örnekleme Yöntemleri*, Konya Dizgi Ofset.
- SOYSALDI A., Tekkılıç E., Kılıç Ö., (2016). Geleneksel Türk Motiflerinin Ev Tekstili Tasarımındaki Uygulama Alanları. *Akademik Sanat; Sanat, Tasarım ve Bilim Dergisi*, 13-18.
- SÖNMEZ, K., (2005). *Gaziantep İli, Nizip İlçesinde Bulunan Geleneksel Antep İşlemeleri*, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- SÖNMEZ, V., Alacapınar, F, G., (2011). *Örneklendirilmiş Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Anı Yayınları.
- SÖZEN, M., Güner, Ş., (1998). *Geleneksel Türk El Sanatları*, İstanbul: Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık.
- STOKOE, S., (2004). *Batik*.
- SÜRÜR, A., (1976). *Türk İşleme Sanatı*, Türk Süsleme Sanatı Serisi 4. İstanbul: Ak Yayınları.

- SÜSLÜ, Ö., (1989). *Tasvirlerle Göre Anadolu Selçuklu Kıyafetleri*, Ankara. Atatürk Kültür Merkezi Yayınları.
- ŞAHİN A., (2009). *Giysi Alışverişinde Tüketicilerin Haute Couture ve Hazır Giyim Tercihleri İstanbul-Konya İllerinde Örnek Bir Çalışma*, Yüksek Lisans Tezi Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- ŞAHİNBAŞKAN, T., (2009). Kumaş Baskısında Serigrafi Baskı Elek Sıklığının ve Rakle Açısının Tram Nokta Yapısına Etkisinin İncelenmesi. *Politeknik Dergisi*, 12(3), 137-142.
- ŞENTÜRK C.A., Hann M, A., (1992). Geleneksel Türk İşlemeleri: Leeds Üniversitesi Clothworkers Koleksiyonunda Bulunan Türk İşlemeleri ile İlgili Bir Çalışma. *Tekstil ve Konfeksiyon Dergisi*, 6(34), 179-187.
- ŞİRİN, N., (2002). *Kumaş Yüzeylerinde Yenilikçi Etkiler*, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- TAİN, L., (1998). *Portfolio Presentation ForFashionDesigners*. Fairchild Publications, New York.
- TALAS M., Aksoy, N., (2006). Osmanlı Süsleme Sanatlarının Türk Kültür Tarihi Ekseninde Değerlendirilmesi. *Türklük Bilimi Araştırmaları Dergisi*, Sayı 19. 457-470.
- TAŞTEPE, Ç., (2014). *Moda Fotoğraflarındaki Giysi İmgelerinin Tüketiciler Tarafından Algılanmasına Yönelik Göstergibilimsel Bir Araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- TATHAM C., Seaman J., (2003). *Fashion Design Drawing Course*. London: Qarto Publishing.
- TAVŞAN, F., Sönmez, E., (2018). *Mekan ve Moda İlişkisi: Bir Workshop Deneyimi*. Art-e Sanat Dergisi, 11 (21), 157-170.
- TEZCAN, H., (2010). *Saray Kıyafetlerinin Hazırlanma Süreci ve Halk Giyiminde Sarayın Rolü*. Ankara : XVI. Türk Tarih Kongresi, 545-551.
- TÜRKOĞLU, S., (2002). *Anadolu'da Giyim Kuşam*, İstanbul: Atılım Kağıt Ürünleri ve Basım ve Yayıncılık.
- UĞURLU, A., (1992). *Osmanlı Dokumalarında Süs ve İhtişam*, Tekstil ve Mühendis Dergisi, 6(36), 326-329.

- WAQUET D., Laporte, M., (2011). *La Mode*, (Çeviren Işık Ergüden), (1.Baskı), Ankara: Dost Kitapevi Yayınları,.
- YAVUZ, Ş., (2008). *Süsleme Sanatlarında Rumi Motif ve Tarihsel Gelişimi*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- YEGİN, M., (2014). *Farklı Kumaş kalitelerindeki Baskı Tekniklerinin Modaya Etkileri*, Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- YEŞİLMEN, N., Sevim, S., (2016). Kırkyama'nın Seramik Sanatına Yansıması: Zoe Hillyard Örneği, *Anadolu Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 6 (1), 180-190.
- YETMEN, G., (2016). Moda Tasarımında Temel Tasarım Öğelerinin Önemi. *İdil Dergisi*, 5(22), 735-748.
- YILDIRIM, E., (2013). *Ankara İli Piyasalarında Bulunan Deri Giyim Aksesuarları Üzerine Bir Araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Ankara.
- YILDIRIM, K., (2008). *Süslenmenin Felsefi Temelleri-Niçin Süslüyoruz?*, Halk Kültüründe Giyim Kuşam ve Süslenme Uluslararası Sempozyumu Bildirileri. Eskişehir: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Basımevi, 263-270.
- YILDIRIM, L., (2003). *Günümüzde Yeni Baskı Teknikleri Üzerine Araştırma ve Alternatif Tasarımlar*, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, İzmir.
- YILMAZKURT, G., (2002). *Makine Nakışları*, Ankara: Kozan Ofset Matbaacılık.
- YÜCEKUL, Y, K., (2013). *Doğu Karadeniz Bölgesindeki Etnoğrafya Müzelerinde Bulunan Geleneksel İşlemelerin İncelenmesi*, Yüksek Lisans Tez, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- YÜKSEL, D., (2009). *Farklı Özelliklerdeki Tekstil Desenlerinin Günümüzdeki Baskı Stilleri ile Basılması*, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, İstanbul.
- ZAIMOĞLU, Ö., (2014). Türk Medeniyetinde Kazak El Sanatlarının Yeri. *Akdeniz Sanat Dergisi*, 3(5), 145-152.
- ZAYIF, N., (2013). *Kahraman Maraş İli Maraş İşi(Dival) İşlemeleri*, Yüksek Lisans Tezi Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

ZENGİN, S., (2014). *Ordu İli Ünye İlçesinde Bulunan İğne Oyası Ürünlerinin Değerlendirilmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.



İNTERNET KAYNAKLARI

- Sanal 1 (2017). *Desen*, <https://www.turkcebilgi.com/desen#bilgi/> Erişim Tarihi: 06.09.2017.
- Sanal 2 (2017). *Desen Nedir?, Desen Çeşitleri Nelerdir?* <https://ismetcabuk.blogspot.com/2015/04/desen-nedir-desen-cesitleri-nelerdir.html/> Erişim Tarihi: 06.08.2017.
- Sanal 3 (2018). *Giyimde Süsleme*, <https://giyimuretimteknolojisi.wordpress.com/2017/04/04/3-ders-plani-giyimde-susleme/> Erişim Tarihi: 10.06.2018.
- Sanal 4 (2018). *Tarihte Türk Kadınının Giyimi, Kuşamı ve Süslenmesi Hakkında Bilgi* <http://ganiyusufoglu.blogcu.com/tarihte-turk-kadininin-giyimi-kusami-ve-suslenmesi-hakkinda-bilg/3231578/> Erişim Tarihi: 13.03.2018.
- Sanal 5 (2018). *Türk Giyim Tarihi*, <http://www.tekstildershanesi.com.tr/bilgi-deposu/turk-giyim-tarihi.html/> Erişim Tarihi: 15.05.2017.
- Sanal 6 (2018). *Osmanlı Kumaşlarında Desen ve Renkler ve Desenler*, <http://www.motiftr.com/L/TR/mid/157/> Erişim Tarihi: 10.06.2017.
- Sanal 7 (2018). *Osmanlı Dönemi Türk Kumaş Sanatı*, <https://www.tarihtarih.com/?Syf=26&Syz=384552/> Erişim Tarihi: 17.06.2017.
- Sanal 8 (2018). *Haute-couture*, <https://tekstilsayfasi.blogspot.com/2010/11/haute-couture-modann-en-ust-duzeyi.html/> Erişim Tarihi: 30.05.2018.
- Sanal 9 (2018). *Makrome*, http://www.tarimkutuphanesi.com/MAKROME_00513.html/ Erişim Tarihi: 15.05.2019.
- Sanal 10 (2018). *Dantel nedir ve Anadolu'da Dantel Tarihi*, <https://mimuu.com/dantel-nedir-ve-anadoluda-dantel-tarihi/> Erişim Tarihi: 14.05.2019.
- Sanal 11 (2018). *Kudde Nakışı*, <http://www.uzmantv.com/kurdele-cesitleri-nelerdir/> Erişim Tarihi: 03.05.2018.
- Sanal 12 (2018). *Türk İşleme Sanatı, İzmir Özel Türk Koleji İzmir Büyükçığı Kampüsü 2.Geleneksel Türk Günü Etkinlikleri*,

http://ww3.ozelturkkoleji.com/images/files/turk_gunu_kitapc%C4%B1k.pdf/
Erişim Tarihi: 03.05.2018.

Sanal 13 (2019). *Giyim Süsleme Teknikleri*,
https://acikders.ankara.edu.tr/pluginfile.php/100747/mod_resource/content/1/10.%20HAFTA%20HAZIR%20GERE%C3%87%20HAR%C3%87%20KORDON.pdf/ Erişim Tarihi: 16.05.2019.

Sanal 14 (2019). *Tekstil Baskıcılığı*, <http://www.tekstilteknik.com.tr/teknik-baskiciligi/> Erişim Tarihi: 03.05.2018.

Sanal 15 (2019). *Pigment Baskılı Kumaşlar*, <https://www.akelmoda.com/pigment-baskili-kumaslar-neden-tercih-ediliyor/> Erişim Tarihi: 16.05.2019.

Sanal 16 (2019). *Krep Baskı*, <http://www.neokur.com/abc/28227/krep-baski-nedir>
Erişim Tarihi: 30.05.2018.

EKLER

EK-1. Anket Soruları

Sayın Katılımcı,
Bu anket “*Kadınların Giysi Süsleme Tasarımlarına Yönelik Görüşlerinin Belirlenmesi*” amacıyla hazırlanmıştır. Anket sorularına verilecek tüm yanıtlar sadece bilimsel araştırmalarda kullanılacak olup, yanıtlar gizli tutulacaktır. Çalışmanın güvenilirliği açısından ankette yer alan soruların tam ve doğru yanıtlanması önemlidir. Katkılarınızdan dolayı teşekkür ederiz.

Derya SARDI

1-Mesleğiniz?
.....

2-Yaşınız?

- a) 20-30
- b) 31-40
- c) 41-50
- d) 51-60
- e) 61- ve Üzeri

3-Aylık Gelir Düzeyiniz Nedir?

- a) 1000-1500 TL
- b) 1501-2000 TL
- c) 2001-2500 TL
- d) 2501-3000 TL
- e) 3001 TL ve Üzeri

4- Giysi Alışverişiniz İçin Harcadığınız Aylık Ortalama Miktar Ne Kadardır?

- a) 0- 50
- b) 51-100 TL
- c) 101-200 TL
- d) 201- 300 TL
- e) 301-400 TL
- f) 401-500 TL
- g) 501-600 TL
- h) 600 TL ve üzeri

5- Giyim Tarzınızı Nasıl Nitelendirirsiniz?(Birden çok işaretleme yapabilirsiniz)

- a) Basic giyim
- b) Klasik giyim
- c) Günlük rahat giyim
- d) Spor giyim
- e) Etnik Giyim
- f) Kadınsı () Giyim

- g) Erkeksi () Giyim
- h) Punk (Rock-Metal) Giyim
- i) Vintage ve Retro Giyim

6- Giysilerinizi Genellikle Nerelerden Satın Alırsınız?(Birden çok işaretleme yapabilirsiniz)

- a) Alışveriş Merkezleri
- b) Outlet Mağazalar
- c) Cadde Mağazaları
- d) Kişiyeye Özel Diktiririm
- e) İnternet / Sosyal Medya
- f) Semt Pazarları
- g) Pasajlar

7- Giyim Alışverişi Yapma Durumunuz Ortalama Olarak Nasıldır?(Birden çok işaretleme yapabilirsiniz)

- a) Sezon başlarında
- b) Sezon sonu indirimlerinde
- c) İhtiyacım olduğunda
- d) Bütçem uygun olduğunda
- e) Beğendiğim giysi olduğunda
- f) Özel gün ve geceler için
- g) Çok indirimli ürün gördüğümde

8- Giysi Satın Alma Nedenleriniz Nelerdir?(Birden çok işaretleme yapabilirsiniz)

- a) Beden ölçülerindeki değişiklik
- b) Sezona uygun giyinmek
- c) Modayı takip etmek
- d) Kullandığım giysilerin eskimesi
- e) Mesleğime uygun giyinmek
- f) Fiyatların uygun olması
- g) Alışveriş yapmayı sevmek
- h) Marka sadakati/bağımlılığı
- i) Kendimi ödüllendirmek
- j) Şık ve güzel görünmek

9- Giysilerde Süslemeye İlişkin Yenilikleri (Modayı) Takip Eder Misiniz?

- a) Giysilerde modayı takip ederim fakat süslemelere dikkat etmem.
- b) Hem giysi modası hem de giysi süslemeleri özellikle dikkatimi çeker.
- c) Markaları takip ettiğim için süslemelerinde ne varsa alırım.
- d) Giysilerde ve süslemelerde modayı takip etmem.

10- Giysilerdeki Süsleme Seçimlerinizi En Fazla Etkileyen Faktörlerden Size En Uygun Olan İfadeyi İşaretleyiniz?

- a) Aile
- b) Arkadaş Çevresi
- c) Reklamlar

- d) Mağazalardaki Satış Danışmanları
- e) İş Ortamı
- f) Moda ve Stil İkonları
- g) Kendim Karar Veririm

11- Giysilerde En Fazla Tercih Ettiğiniz Süsleme Tasarımları Hangisidir?(Birden çok işaretleme yapabilirsiniz)

- a) **Baskı / Boyalarile yapılan süslemeler**(flok, digital, varak, transfer, batik, mürekkep, devore, krep)
- b) **Nakış ve işlemelerile yapılan süslemeler**(kurdele nakışı, piko, ajur, kanaviçe, pul boncuklar vb.)
- c) **Hazır süsleme malzemeleri ile yapılan süslemeler**(sutaşları, kurdeleler, danteller, şeritler,kordonlar vb.)
- d) **Dikiş tekniği ile yapılan süslemeler**(aplike, kapitone, nervür, büzgüler, biyeler, enkürüste)
- e) **Örme tekniği ile yapılan süslemeler** (trikodan ve penyeden yapılan süslemeler)

12- Süslemenin Bulunmasını Tercih Ettiğiniz Ürün Grubu Hangisidir? Olumsuzdan Olumluya Doğru Derecelendirme İçinde Seçiniz.

	Kesinlikle Süsleme Olmasını İstemem	1	2	3	4	Kesinlikle Süsleme Olmasını İsterim
Bluz						
Etek						
Pantolon						
Elbise						
Abiye						
Hırka						
Gömlek						
T-shirt						
Eşofman						
Kazak						

13- Giysilerde Süsleme Tasarımlarını Tercih Etmenizdeki Nedenler Nelerdir?

	Kesinlikle Katılmıyorum	1	2	3	4	Kesinlikle Katılıyorum
Süslemeler giysileri güzel gösterir.						
Süslemeler kişiliği yansıtır.						
Süslemeler giysilere farklılık (özgünlük) kazandırır.						
Süslemeler moda uyum sağlamayı kolaylaştırır.						
Süslemeler kişiye mutluluk verir.						
Süslemeler gösteriş unsurudur.						
Süslemeler popüler kültürü temsil eder.						
Süslemeler bulunulan ortamda etkili görünmeyi sağlar.						
Süslemeler kişilerde şık ve güzel görünme hissi yaratır.						
Süslemeler kişinin özgüvenini artırır.						
Süslemeler giysileri basitleştirir.						
Süslemeler giysilerin kullanımını zorlaştırır.						
Giysilerde süsleme olmaması tercihimdir.						

14- Giysilerdeki Süsleme Tasarımlarında Dikkat Ettiğiniz Özellikler Nelerdir?

	Kesinlikle <u>Önemsiz</u>	1	2	3	4	Kesinlikle Önemli
Süslemelerin sağlık açısından uyumlu olması						
Süslemelerin kullanışlı olması						
Süslemelerin estetik görünmesi						
Süslemelerin ütüleme açısından uygun olması						
Süslemelerin yıkama açısından uygun olması						
Süslemelerin vücuda uyumlu olması (kullanımda rahat olması)						
Süslemelerin giysi materyali ile uyumu						
Süslemelerin sezon trendleri ile uyumlu olması						
Süslemelerin giysi çeşidine uygun olması						
Süslemelerin renginin uygun olması						
Süslemelerin fiyatının uygun olması						
Süslemelerin işçilik kalitesi						
Süslemenin giyilecek yere uygun olması						

15-Giysilerde Süsleme Tasarımlarına İlişkin En Çok Yaşadığınız Problemler Nelerdir?(Birden çok işaretleme yapabilirsiniz)

- Süslemelerin yıpranması
- Süslemelerde dikişlerin atması
- Süslemelerde baskı ve boyaların dökülmesi
- Kullanım açısından süslemelerin problemlili olması
- Süslemelerin ergonomik olmaması (vücuda rahatsızlık vermesi)
- Ütülemede zorluklar yaşanması
- Yıkamada zorluklar yaşanması
- Süslemelerin renk vermesi

16- Giysi Süsleme Tasarımına İlişkin Aşağıdaki Tekniklerden Hangilerini Tanıyorsunuz?

	Kesinlikle Tanımıyorum	Kısmen Tanıyorum	Kesinlikle Tanıyorum
Baskı			
Nakış			
Büzgü			
Pili			
Ajur			
Basit nakış iğneleri			
Antep işi			
Maraş işi			
Kanaviçe			
Aplike			
Gölge işi			
Piko			
Beyaz iş			
Kurdele nakışı			
Punch			
Antika			
Kapitone			
Enkürüste			
Kordon tutturma			
Nervür			



T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı:	Derya Sardı
Doğum Yeri:	Amasya
Doğum Tarihi:	14.07.1993
Medeni Durumu:	Evli

Öğrenim Durumu

Derece:	Okulun Adı	Program	Yer	Yıl
İlköğretim:	Şenlikköy	-	İstanbul	2000
Ortaöğretim:	Şenlikköy	-	İstanbul	2005
Lise:	Küçükçekmece Atatürk Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi	Giyim Üretim Teknolojisi	İstanbul	2008
Lisans.	Gazi Üniversitesi	Moda Tasarım	Ankara	2011
Yüksek Lisans.	Selçuk Üniversitesi	Tasarım	Konya	2015

Becerileri:	
İlgi Alanları:	
Halen Yaptığı İş:	
İş Deneyimi:	Süleyman Demirel Üniversitesi/ Güzel Sanatlar Fakültesi/ Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü/ Ücretli Öğretim Görevlisi (2016- 2017 Güz Bahar Dönemleri) İstanbul Aydın Üniversitesi/ Anadolu Bil Meslek Yüksek Okulu/ Moda Tasarımı Bölümü/ Sözleşmeli Öğretim Görevlisi (2017-2018 Güz Dönemi)
Aldığı Ödüller:	
Hakkımda bilgi almak için önerebileceğim şahıslar:	
Tel:	-
E-mail:	deryacelepp@gmail.com
Adres:	Mamak/Ankara

İmza: