



BİR MODA TASARIMCISININ KOLEKSİYON HAZIRLAMA SÜRECİ

Ve SİMAY BÜLBÜL ÖRNEĞİ*



Yrd. Doç.Dr. Nilay Ertürk¹



Uzman Duygu İrem Erdoğan²

ÖZ

Moda en genel tanımıyla toplum hayatına giren geçici yenilikleri ifade etmektedir. Genellikle moda sektöründe görülen değişimler diğer alanlara göre daha kolay ve ekonomiktir. Ürünler dönemsel olarak belirlenmekte ve moda tasarımcıları belli sezonlar için koleksiyon hazırlamaktadır.

Tasarımcının özgün, trendlere uygun koleksiyon hazırlamada belli aşamaları takip etmesi gerekmektedir. Bu araştırmada, moda sektöründe koleksiyon hazırlama sürecinde takip edilmesi gereken aşamalar ve bu aşamaların tasarım sürecine nasıl yansıdığı konusu incelenmiştir. Araştırmanın yöntemi betimsel araştırma yöntemlerinden biri olan Durum Çalışmasıdır. Araştırma verilerinin elde edilmesinde görsel ve yazılı kaynaklar taranarak, katılımsız gözlem, doküman incelemesi ve yapılanmamış görüşme yöntemleri kullanılmıştır. Araştırma, Simay Bülbül'ün "Attarti Ana", "Şaman Kadınları", "Zamanın Seslenişi" adlı koleksiyonlarını hazırlama süreci ile ilgili elde edilen verilerle sınırlıdır. Bu araştırmada elde edilen bulgular ilgili literatür ile karşılaştırıldığında moda tasarımcılarının koleksiyon hazırlama sürecinin, Simay Bülbül'ün koleksiyon hazırlama süreci ile büyük ölçüde benzer olduğu görülmektedir.

Araştırma verilerinin elde edilmesinde moda sektöründen tasarımcı Simay Bülbül'ün tasarım sürecinde izlediği yol, yaptığı çalışmalar ve defile süreci gözlemlenmiştir. Ulaşılan bulgular Literatür ışığında yorumlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Moda, Tasarım, Koleksiyon, Simay Bülbül

* Anadolu Üniversitesi Endüstriyel Sanatlar Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi. 2011

1 Anadolu Üniversitesi, Endüstriyel Sanatlar Yüksekokulu, Moda Tasarımı Bölümü, nilaye@anadolu.edu.tr

2 Anadolu Üniversitesi, Endüstriyel Sanatlar Yüksekokulu, Moda Tasarımı Bölümü, diredogan@anadolu.edu.tr



A FASHION DESIGNER'S COLLECTION PREPARATION PROCESS and SİMAY BÜLBÜL AS AN EXAMPLE

ABSTRACT

Fashion, in its most general description, expresses temporary innovations entering the societal life. Generally, when compared to other fields, the changes seen in the fashion sector are easier and more economic. Products are identified periodically and fashion designers prepare collections for predetermined seasons.

During the preparation of an original collection conforming to the trends, the designer must follow certain phases. This study investigates the required phases of collection preparation in the fashion sector and how these phases reflect upon the design process. The approach taken for investigation is Case Study, a method of descriptive research. Study data is obtained through review of visual and published resources, non-participatory observation, document analysis and structured interview methods. This study is limited to the data obtained during the preparation processes of Simay Bülbül's "Attarti Mother", "Shaman Women", and "Zema's Call" collections. When the findings of this study is compared with the literature, it is seen that the collection preparation processes of fashion designers show a significant similarity with Simay Bülbül's collection preparation process.

The path followed during the design process, work undertaken and fashion show process of fashion sector designer Simay Bülbül has been observed while acquiring data for this study. Findings reached have been interpreted in the light of available literature.

Key Words: Fashion, Design, Collection, Simay Bülbül

1.GİRİŞ

Günümüzde moda özellikle giyim sektöründe oldukça hızlı, değişken ve kendini yenileyen bir kavram olarak bilinmektedir. Çağdaş ve kültürel donanıma ulaşabilen toplumlarda var olması gereken ve modanın temeli olan tasarım etkinliğini, hem evrensel düzeyde bilimsel ve teknolojik, hem de yerel düzeyde kültürel ve folklorik bilgi, eğitim ve donanıma sahip moda tasarımcıları gerçekleştirmektedir (Gürsoy,2010).

Moda sektöründe, moda tasarımcıları, değişen yaşam şartlarına ve belirli dönemlere uygun koleksiyonlar hazırlamaktadır. Bir tasarım sürecinde, moda tasarımcısının, tasarlayacağı ürün çeşidini, hitap edeceği hedef kitesini tanımlaması, üreteceği koleksiyon için konsept, pazar ve materyal araştırması yapması gerekmektedir (Gehlar,2006).

Bu çalışmada moda tasarımcılarının koleksiyon hazırlama aşamaları genel olarak incelenmiş ve moda tasarımcısı Simay Bülbül'ün, koleksiyon hazırlama, geliştirme ve sonuçlandırma aşamalarında izlediği yol ve çalışma sistemi incelenmiştir.



2. Moda Tasarımı İle İlgili Temel Kavramlar

Tasarım terimi literatürde, tasarlamak işi veya tasarlanan biçim, tasavvur olarak kullanılmaktadır (MEGEP,2006). Bu anlam doğrultusunda çeşitli şekillerde tanımlanan tasarım:

“Bir sorun ya da çözüm karşısında üretmeye başlayacak olan zihnin ilk yaptığı düşüncedir ve bir düşünce süreci olarak ifade edilir (Olgaç, 1981)”.

“Tasarım, yapısal, işlevsel ve simgesel kısıtlamalar arasındaki bütünlüğü gerektiren ve bir biçim, bir sanatsal el ürünü yaratan bir süreçtir”(Veryzer, R W. and Brigitte de Mozota, 2005).

Tasarlama aşamasındaki süreç en az tasarım (ürün) kadar önem taşımaktadır.

Tasarım sürecinde tasarımcı, araştırma çalışmaları ile veri topladıktan sonra, fikir ve konsept belirleyerek ürün çözümleri geliştirmekte ve bunlar arasından en uygun çözümün seçimi ile bu süreci sonlandırmaktadır. Tasarımda yaratım süreci Veryzer ve Mozota (2005)'ya göre beş aşamada şöyle sıralanmaktadır:

Hazırlık Aşaması: Bir fırsatın veya potansiyel ihtiyacın tanımlandığı ve bu ihtiyacın bir tasarım konseptine dönüştürülebilirliğini görmek için fikirlerin oluşturulduğu, olasılıklara dayalı bir aşamadır.

1) **Araştırma:** Tasarımcının sorunu ve tasarım projesinin hedefini tanımladığı ve bu doğrultuda veri topladığı aşamadır.

2) **İnceleme:** Tasarımcının projenin alabileceği farklı olası biçimlerin eskiz çizimlerini yaparak konsepti ortaya çıkarmak için tüm yaratıcı kaynaklarını kullandığı aşamadır.

3) **Geliştirme:** Seçilen çözümlerin biçimsel olarak üç boyutlu tanıtılma aşamasıdır.

4) **Gerçekleştirme:** Tasarımcının prototip gerçekleştirme aşamasıdır.

5) **Değerlendirme:** Tasarım çözümünün marka değerleri, hedef kitle pazarı ve pazar payı hedeflerine uygunluğunun değerlendirildiği aşamadır.

Fikir oluşturmadan nihai ürüne dönüştürmeye kadar bu aşamaları gerçekleştiren kişi tasarımcıdır. Farklı çalışma alanlarında çalışan tasarımcılar içerisinde moda tasarımcıları için ‘stil yaratan insan’ anlamında ‘stilist’ kelimesi de kullanılmaktadır (Gürsoy, 2010).

Gürsoy (2010) moda tasarımcılarının tanımını “her modacı, hayal dünyasının/tasarım dünyasının doruklarında dolaşan, kendi kendini tüketen, bu konuda kültür ve eğitim almış, önemli kişilerdir” şeklinde yapmaktadır.



Moda Tasarımcısında olması gereken nitelikler ise farklı kaynak ve kişilerce şöyle tanımlanmaktadır:

Tommy Hilfiger moda tasarımcısında, yaratıcılık, iş yapma becerisi, yönetim becerisi ve adanmışlık olması gerektiğini söylemektedir. Büyük hayaller ve inançlarla başlatılan yaratıcılık süreci sonrasında oluşturulan ürünü, doğru araçlarla, iyi bir pazarlama planı yaparak alıcıya ulaştırmak gerektiğini ifade etmektedir. Bu sözleri ile Hilfiger, moda tasarımcısının sadece tasarım süreciyle değil, planlama, araştırma, iletişim, pazarlama planı ve bütün bunların yönetiminden de sorumlu olduğunu anlatmaktadır (Gehlar, 2006).

Donna Karan, moda tasarımcılığında en önemli niteliğin, müşteri profilinin iyi analiz edilmesi olduğunu belirtmektedir. Tasarımcının, kendi kimliğinden, yaptıklarından emin olarak, hedef aldığı kitleye, doğru ve sürekli bir mesaj vermesi gerektiğini vurgulamaktadır. Hedef kitleyi doğru tanımlamak, tasarımcının şahsi giyim tarzına yönelmesinden çok, müşterinin giyim tarzını benimseyerek, ona uygun tasarımlar yapmasını sağlamaktadır. Bir moda tasarımcısının iyi bir tasarım algısı olması gerektiği kadar, tasarımlarında özgünlüğü de koruması gerektiğini savunan Christian Louboutin, bu durumu, tasarımcının kendisini bağımsız ve özgür hissettiği sürece sürdürebileceğini ifade etmektedir (Gehlar, 2006).

Moda tasarımcıları, her zaman giyimle ilgili son gelişmelerden, renk ve kumaş trendlerinden haberdar olmalı ve toplumun ihtiyaçlarını analiz ederek tasarımlarını gerçekleştirmelidir (Burke, 2006).

3. Tasarım Süreci

Tasarımcı oldukça karmaşık bir süreç sonucunda tasarımlarını gerçekleştirmektedir. Gürsoy (2010)'a göre Tasarım süreci şu şekilde tanımlanmıştır:

- Markanın anlamı, kökleri, mesajı ve kültürünün özümsemesi,
- İlhamın doğru yorumlanması,
- Pazar araştırması,
- Ürün ve malzemelerin araştırılması/yaratılması,
- Ana çizgilerin ve gidişin doğru yorumlanması,
- Algı ve imaja göre doğru fiyatlandırma,
- Nihai biçimlendirme (stayling),
- Mağazanın verdiği imaj,



Jones (2009)'e göre ise tasarım süreci; pazar araştırması, hedef kitle, konsept araştırması, artistik ve teknik çizimlerin oluşturulması, kumaş ve malzeme, üretim planı ve maliyet gibi aşamalardan oluşmaktadır.

Tasarım süreci aşamaları ve tasarımcının bu süreç içerisinde yaptığı çalışmalar ayrıntıları ile şöyledir:

Pazar Araştırması

“Moda tasarımcıları koleksiyon oluşturmadan önce pazar araştırması yapmaktadırlar. Bu araştırma için, tüketicilerin giyim ürünü için gelirlerinden ayıracakları para miktarının, nüfus ve milli gelirdeki gelişmelerin, yaş guruplarındaki kaymaların, moda akımlarının iyi incelenmesi gerekmektedir” (Çivitçi, 2004).

Pazar araştırmasında verilerin sistematik olarak toplanması, işlenmesi ve düzenli olarak yapılması gerekmektedir. Pazar araştırması, modayla ilgili yayınlardan, stil ve renk tahmin servislerine, rakip firmaların ürünlerinden, müşterilerin fikirlerine kadar birçok faktörü kapsamaktadır (Carr ve Pomeroy, 1992; Gürsoy, 2010).

- Hedef Kitle

Jones(2009)'a göre hedef kitle belirlenirken dikkat edilmesi gereken faktörler, yaş, cinsiyet, din demografik özellikler, yaşam tarzı, fiziksel özellikler, psikografik durum, sosyal sınıf, sosyal davranış, değerler-tutumlar ve ekonomik koşullardır.

Gürsoy (2010)'a göre giysi tasarımında hedef kitle açısından dikkat edilecek nitelikler ise şöyle sıralanmaktadır:

1)Giysi tasarımcısı, insan vücudunu ve anatomiyi iyi bilmek zorundadır. Sahip olduğu bu bilgi ile yaratmayı düşündüğü giysinin insan vücudu üzerinde nasıl duracağını zihninde canlandırmalıdır.

2)Yaratılacak giysi her fonksiyonu yerine getiremeyeceği için, giyimin ihtiyacın hangisini karşılayacağına karar vermelidir. Bir gece elbisesinin, günlük iş kıyafetiyle ilgisi yoktur.

3)Hangi kitle, hangi tüketici grubu ve hangi coğrafi bölge için tasarımda bulunacağını bilmek zorundadır.

4)Ülkelerin ve milletlerin zevkleri birbirlerine zıt olabilir. Bir ülke içinde bile, çeşitli bölgelerin zevkleri farklı olabilir. Bu nedenle, yaratılan tasarımın hangi ülke/bölge için geçerli olduğunu baştan bilmek gerekir.

5)Modaya ve estetikliğe uygunluk önemlidir.

6)Toplumda o anda geçerli olan sosyolojik ve psikolojik faktörler ve toplumda o anda ihtiyaç hissedilen/boşluğu olan bir tasarımın yaratılması gerekir.



Buna bağlı olarak hedef kitlenin iyi tanınması ve araştırılması bir tasarımcı için oldukça önemlidir.

- *Konsept Araştırması*

Konsept araştırması yapılırken tasarımcı, giysi tarihinden, kavramlardan, moda akımlarından, kostümlerden, değişik kültürlerin giyim tarzlarından, mimariden, sahne sanatlarından, bitki ve hayvanların renklerinden, dokularından ve formlarından kısacası seçebileceği herhangi bir şeyden yola çıkarak yeni fikirler ve tasarımlar ortaya çıkarmaktadır (Carr ve Pomeroy, 1992; Seivewright, 2007).

Moda tasarımcısı Marc Jacobs tasarımları ile ilgili fikirlerini, insanlardan, kendinden, izlediği filmlerden yola çıkarak oluşturduğunu belirtmektedir.(The Teen Vogue HandBook)

GAP markasının baş tasarımcısı Patrick Robinson konsept belirlemede tasarımcı için en önemli ilham kaynağının, “dışarının ve sokağın bir parçası olarak dünyayla bütünleşmek” olduğunu söylemektedir. Tasarımcıların hep aynı kitapları, moda dergilerini okuyarak ve aynı filmleri izleyerek, modayı cansız ve donuk hale getirebileceklerini belirtmektedir. Moda dünyasında özellikle farklı hikayeler anlatan ve farklı bakış açılarına sahip kişilerin başarılı olabildiklerini vurgulamaktadır.(The Teen Vogue HandBook)

Karl Lagerfeld, tasarımcıların ilham aldıkları noktaları sadece moda ile kısıtlamalarını, bunun yanında, sanat, tarih, müzik gibi ayrı alanlardan da faydalanmaları gerektiğini belirtmektedir. Tasarımcıya göre, özellikle internet ile artık birçok bilgiye ulaşabilmek daha kolaydır. Ayrıca, moda dünyasındakilerin, yaratıcılıklarını beslemesi adına her konuya merak duyması ve öğrenme isteklerinin devamlı olması gerektiğini savunmaktadır. (The Teen Vogue HandBook)



Resim 1: Hikaye Panosu Örneği (Seivewright,2007)



Resim 2: Tema ile ilgili esinlenilen görsel çalışmalar(Seivewright,2007)

- *Artistik ve Teknik Çizimlerin Oluşturulması*

Moda tasarımında, kumaşın insan vücuduna uyumu ve nasıl duracağını iyi bilinmesi model geliştirme de önemlidir. Tasarımcı, model geliştirirken tasarımlarının tarzı, tasarım yaptığı vücut türü ve vurgulamak istediği detaya göre, uygun bir moda figürü çizmektedir. Moda Tasarımcılar tasarımlarını somutlaştırmada iki farklı çizim kullanmaktadır. Bunlardan ilki ölçülü olarak yapılan ve üretim detaylarının gösterildiği “teknik çizim” ikincisi ise abartılı bir görsel anlatım ve sunumun hedeflendiği, “artistik çizim”dir (Burke, 2006).

Artistik çizimlerde çarpıcı, göze hoş görünen bir sunuş amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda silüetlerde deformasyon yapılmakta ve giysilerin silüete giydirilmesinde abartılı çizimler kullanılmaktadır. Bu durum modelist ve işçiler tarafından, giysiye ait model ve dikiş detaylarının anlaşılmasında zorlaştırmıştır. Bu zorluğu ortadan kaldırmak için teknik çizimler tercih edilmiştir (Varol:2004).



Resim 3: Artistik Çizim Örneği (Drudi ve Paci,2005)



Resim 4: Teknik Çizim Örneği (Drudi ve Paci,2005)

- *Kumaş ve Malzeme*

Tasarımcının tasarladığı ürünü oluşturma aşamasında tasarımına uygun kumaş ve malzemeyi seçmesi önemlidir. Bir kumaşın tasarıma uygunluğu, işleme kolaylığı, fiyat, kolay bulunabilirlik, kalite ve zamanla ilişkilidir. Tasarımcının kumaş ve malzeme konusundaki donanımı, ürünü oluşturma sürecinde, doğru bir yön çizmesine olanak sağlamaktadır (Jones, 2009).

Ürünün amacına uygun kumaş seçimi önemlidir. Kumaşın karakteristik özellikleri tasarımcıya, onu hangi modellerde kullanacağına dair bilgi vermektedir. Denim kumaşın dayanıklı olması nedeni ile jeanlerde ve işçi kıyafetlerinde kullanılması, teflon kaplı kotonun ise spor giyimde ve yağmurluklarda kullanılması buna örnek olarak gösterilebilir (Seivewright 2007;Keiser ve Myrna, 2003).

Tasarımın, “estetığe hakim ve görselliği iyi dengelenmiş” çizim aşamasından sonra kumaş ve aksesuar bir araya getirilerek ürüne dönüştürülme süreci başlamaktadır. Tüketici için kumaşın dokusu ve kalitesi kadar rengi de önem taşımaktadır. Kumaş ve renk açısından yanlış tasarlanmış bir giysi doğru bir tasarım olarak sonuçlanmamaktadır (Gürsoy, 2010).

Tasarımda kumaş seçimi kadar fonksiyonel ve süsleme amaçlı malzemelerin seçimi ve kullanılması da önemlidir. Giysi tasarımında kemerler, düğmeler, fermuarlar, aplikeler, farklı renklerdeki şeritler, danteller, el yapımı çiçekler, boncuklar, pullar fonksiyonel ve süsleme amaçlı kullanılan malzemelere örnek olarak verilebilir (Varol:2004).

- *Üretim Planı ve Maliyet*

Üretim planı, koleksiyon oluşturulurken yapılması gereken önemli aşamalardan biridir. Tasarımcı; koleksiyonu oluştururken; tasarlama, model geliştirme işlerinin yanı sıra, numuneden, dağıtıma kadar üretimi baştan sonra kadar takip etmek durumundadır. Giyim sektöründe, maliyet hesaplamasının iyi yapılması, personel ve genel yönetime dair iyi bir bilgi



birikiminin olması gerekmektedir. Bir tasarımcının pazarlama, imalat ve muhasebe konularından iyi anlaması, koleksiyon sürecinde oldukça önemlidir. Ayrıca, üretim aşamasında, zamanlamaya ve maliyetlerin hesaplanmasına da dikkat edilmelidir (Keiser ve Myrna, 2003; Gehlar, 2006; Gürsoy, 2010).

Tasarlanan giysilerin üretiminde kullanılacak kumaşların, yardımcı malzemelerin, aksesuarların, süsleyici ve fonksiyonel diğer malzemelerin, birim fiyatlarını, miktarlarını, niteliklerini ve toplam maliyetin ne olacağını içeren maliyet raporu hazırlanmaktadır. Bu karar işletmenin üretim kararı üzerinde doğrudan etkilidir (Tansoy ve diğerleri:1994).

4.MATERYAL ve YÖNTEM

Bu araştırmanın yöntemi betimsel araştırma yöntemlerinden biri olan Durum Çalışmasıdır. Araştırma verilerinin elde edilmesinde görsel ve yazılı kaynaklar taranarak, katılımsız gözlem, doküman incelemesi ve yapılanmamış görüşme yöntemleri kullanılmıştır. Yapılanmamış görüşme, konuşmalarda amacın ne olduğu, temel soruların neler olacağı, nasıl hareket edileceği saptanmakla beraber, görüşmeceye hangi konular üzerinde davranış serbestisi sağlanacağı belirtilmiş olacaktır (Kaptan,1998).

“Gözlem; kendiliğinden oluşan ya da bilinçli olarak hazırlanan olayları, belirledikleri sırada sistemli ve amaçlı bir biçimde inceleyerek bilgi toplama yöntemidir”. “Katılımsız gözlem: gözlemcinin gözlemlediği gruba katılmadan bu grubu dışarıdan gözlemesidir” (İslamoğlu, 2009). Araştırmacı katılımsız gözlem yöntemi ile Simay Bülbül atölyesinde tasarımcının çalışma sürecini gözlemlemiştir. Ulaşılan veriler doküman incelemesi ve görüşme sonucunda elde edilen veriler ile bütünleştirilerek Bulgular bölümünde sunulmuştur.

Atölye çalışmaları video kamera ve fotoğraf çekimleri ile kayıt altına alınmış ve elde edilen dokümanlar araştırma problemi yönünde betimsel olarak analiz edilmiştir.

Araştırmada tasarım süreci incelenen Simay Bülbül ile araştırma alt problemleri doğrultusunda ayrıca görüşme yapılmıştır. Elde edilen bu veriler betimsel bir yöntem izlenerek analiz edilmiş ve belirlenen temalara göre yorumlanmıştır.

Araştırma ile ulaşılan tüm bulgular araştırma alt problemleri altında toplanmış; görüşme kayıtlarından dolayı alıntılar yapılarak desteklenmiş ve ilgili literatürle bütünleştirilerek yorumlanmıştır.

Araştırma, Simay Bülbül’ün “Attarti Ana”, “Şaman Kadınları”, “Zamanın Seslenişi” adlı koleksiyonlarını hazırlama süreci ile ilgili elde edilen verilerle sınırlıdır.



Resim 5: İstanbul Fashion Week 2011
Simay Bülbül “Zemanın Seslenişi” Defile (Dilek,2011)



Resim 6: İstanbul Fashion Week 2010
Simay Bülbül “Atari Ana” Defilesi (Dalyan,2010)



Resim 7: Simay Bülbül“ Şaman Kadınları”(2010)
<http://www.tasarimgazetesi.com/haber/20072>

5.BULGULAR

Araştırma bulguları literatürdeki koleksiyon hazırlama sürecindeki sıralama da göz önünde bulundurularak şu temalar altında sunulmuştur (Jones,2009; Gehlar, 2006):

- Hedef Kitle
- Konsept Araştırması
- Artistik ve Teknik Çizimlerin Oluşturulması
- Kumaş ve Malzeme
- Üretim Planı ve Uygulaması

Simay Bülbül’ün Koleksiyonlarını Hazırladığı Hedef Kitlenin Nitelikleri:

Simay Bülbül tasarımların, “belirlenen bir hedef kitleye yapılmasının önemini” belirtse de, “markasının hedef kitlesinin oldukça geniş bir kesime hitap ettiğini” belirtmiştir. “Her meslek ve yaş gurubundan insanın tasarımlarını giyebildiğini, çünkü fiyatların ve tasarımların buna göre belirlendiğini” açıklamıştır. Araştırma bulguları incelendiğinde tasarımcının hedef kitlesini sadece belli bir gruba bağlı kalarak sınırlandırmak istemediği düşünülebilir. Ancak tasarımcının müşteri profili incelendiğinde, sosyal ve ekonomik açıdan belli bir refah düzeyinde olduğu da görülmektedir. Buna bağlı olarak literatürde hedef kitlenin sınırlandırılması ile Simay Bülbül’ün hedef kitleye olan yaklaşımının benzerlik taşıdığı görülmektedir. Tasarımcının hedef kitlesinin; öğrencilerden, A plus bir kesime kadar oldukça



geniş olduğu görülse de, bu profil kendi içinde ekonomik, sosyal ve kültürel olarak sınırlandırılmıştır. İlgili literatür incelendiğinde de giysi tasarımları, toplumun ihtiyaçlarına cevap verecek şekilde oluşturulduğu için, tasarımcının hedef kitleyi iyi belirlemesi ve tanınması önemli bulunmaktadır. Ürünlerin tasarlanacağı hedef kitlenin; kültür, yaş, cinsiyet ve yaşam tarzı, sosyal statüsü gibi özelliklerinin iyi bilinmesi, tasarımın doğru yerlere ulaşmasında yardımcı olmaktadır (Çivitci, 2004; Jones, 2009).

Konsept Araştırma Yöntemleri ve Simay Bülbül Örneğiyle Karşılaştırılması:

Simay Bülbül, konsept araştırmasında “hayatın içindeki her şeyden ilham aldığını belirtmiş ve bir tasarımcının sadece moda ile ilgilenmemesi gerektiğini, ayrıca felsefe, tarih, sanat ve diğer konularla da ilgili olmasının önemli olduğunu” söylemiştir. Örneğin, “Şaman Kadınları” konseptli koleksiyonunu, çevresinde sağlık sorunları olan insanlardan ve iyileşme yöntemlerinden yola çıkarak hazırlamıştır. İlgili literatüre göre de konsept araştırması sırasında tasarımcı pek çok konudan ilham almaktadır. Bunlar sanat, tarih, müzik, mimari, sosyal ve politik olaylardır. Tasarımcının trend araştırmaları yapması ve hayatın içinde bulunması konsept seçiminde önemli bir rol oynamaktadır. (Gehlar 2006). Tüm bulgular incelendiğinde literatürde bahsedilen konsept araştırma tekniklerinin ve yöntemlerinin, Simay Bülbül’ün ilham aldığı noktalar ile benzerlik taşıdığı görülmektedir.

Simay Bülbül’ün Tasarımlarını Somutlaştırma Süreci:

Araştırmada Simay Bülbül’ün tasarımlarını hem çizim hem de drapaj tekniği kullanarak somutlaştırdığı gözlemlenmiştir. Tasarımcı çizim tekniğini kullandığında eskizler oluşturmakta ve bunları daha çok açıklayıcı cümlelerle desteklemektedir. Tasarımcı ile yapılan görüşme sonucunda da bu tekniklere yönelik bulgulara ulaşılmıştır. Simay Bülbül “drapaj tekniğinin kısa süre içerisinde tasarımda değişiklik ve yenilik yapılabilmesi açısından olumlu olduğu” düşünmektedir. Moda tasarımcıları, model hazırlamak, kalıp üretmek için bir çok değişik yöntem kullanırlar. Özellikle moda evlerinde, bu konuda yeterli eğitime sahip kişilerin en çok kullandıkları kalıp elde etme tekniklerinden birisi de drapaj yoluyla modeli hazırlayarak, kalıp elde etme yöntemidir (Gener, 1996). Drapaj, (draper) kelimesinde türetilmiş, giysilere uygulanan çeşitli büzgüler, pililer, verilen şekiller ve bolluklar anlamına gelen Fransızca bir sözcüktür.(MEGEP: 2006)

Simay Bülbül sektörde teknik veya artistik çizim ile tasarımlarını somutlaştıran tasarımcılara göre drapaj tekniği kullanarak tasarımlarını oluşturmaktadır.

Moda sektöründe hazır giyim alanında modelistlerle çalışan moda tasarımcıları, tasarımların üretilmesi aşamasında detay ve ölçülendirme yaptıklarından dolayı teknik çizimi tercih etmektedir. Artistik çizim daha çok kendi markasını kurmuş tasarımcılar tarafından yapılmaktadır(Burke,2006).



Simay Bülbül’ün Tasarımda Kumaş-Malzeme Seçimi ve Kullanımına Yönelik Görüşleri:

Simay Bülbül, “kumaş ve malzeme seçiminin en az tasarım aşaması kadar önemli olduğunu” söylemektedir. “Bir tasarımcının kumaşa göre modelin nasıl duracağını bilmesi, yorumlayabilmesi gerektiğini ve bütün bu aşamalarla kendisinin ilgilendiğini” belirtmektedir. Malzeme olarak daha çok deri kullanan tasarımcı, “renkleri ve diğer kumaşları derilere göre belirlediğini ve genellikle; natürel, ince ve mat renkler kullandığını” söylemektedir. Ayrıca “Derinin kumaş gibi metrelerce olmamasından kaynaklanan sorunların tasarıma yansıdığını” ifade etmektedir. Buna bağlı olarak tasarımcı, “tasarımlarındaki en büyük farklılığın deri ve tekstilin uyumlu kombinlenmesinden kaynaklandığını” belirtmektedir.

Tasarımcı için önemli olan “malzemeye ulaşımın kolay olması, malzemenin devamlılığı ve uygun fiyatlı” olmasıdır. İlgili literatürde de tasarımcının tasarımına uygun kumaş ve malzemenin hangisi olduğunu bilmesi gerektiği konusu üzerinde durulmaktadır. Tasarımcının, kumaş ve malzeme konusundaki donanımı, hayal ettiği tasarımı oluşturma aşamasında doğru bir yol çizmesini sağlamaktadır (Keiser ve Myrna, 2003). Buna bağlı olarak tasarımcıların kumaş ve malzeme konusundaki bilgi ve deneyimlerinin tasarımları üzerindeki etkisine verilen önem, Simay Bülbül’ün kumaş ve malzeme konusunda yaklaşımı ile örtüşmektedir.

Tasarım Sürecinde Üretim ve Simay Bülbül’ün İzlediği Yol:

Araştırmada Simay Bülbül’ün tasarımlarının çiziminden, modeliste verilip kalıp çıkartılmasına ve numunenin dikilip kontrollerinin yapılmasına kadar her aşama ile ilgilendiği gözlemlenmiştir. Bu durum ilgili literatür ile de örtüşmektedir. Tasarımcı üretim aşamasında, numuneden dağıtıma kadar her aşamayla ilgilenmek durumundadır. Tasarımcının buna bağlı olarak, maliyet hesaplamalarını iyi yapması, pazarlama, imalat ve muhasebe konularında bilgi sahibi olması, üretim aşamasında ona kolaylık sağlamaktadır (Keiser ve Myrna, 2003; Gehlar, 2006; Gürsoy, 2010).

6. SONUÇ ve ÖNERİLER

Giysi tasarımı alanında koleksiyon hazırlama sürecinin genel olarak belli aşamaları bulunmaktadır. Tasarımcılar, koleksiyonlarında dil birliği oluşturacak bir konsept belirlemektedir (Burns ve Bryant, 1997). Oluşturdukları konsept doğrultusunda, trend araştırması ve eskiz çalışmaları yapmaktadır. Teknik çizimlerde detaylarıyla belirtilen giysi tasarımları sonrası, koleksiyona ve trendlere uygun kumaş ve materyallere karar verilmektedir (Burke, 2006). Tasarımcı koleksiyonu hazırlama aşamasında; tasarlama süreci dışında, kumaş, kalıp, numune ve kalite kontrol gibi aşamalarla da ilgilenmektedir (Gürsoy, 2010).



Bu araştırmada elde edilen bulgular ilgili literatür ile karşılaştırıldığında moda tasarımcılarının koleksiyon hazırlama sürecinin, Simay Bülbül'ün koleksiyon hazırlama süreci ile büyük ölçüde benzer olduğu görülmektedir.

Bulgular doğrultusunda ulaşılan sonuçlar şöyledir:

Tasarımcı “hedef kitlesinin geniş bir kesime hitap ettiğini” belirtse de, sosyal ve kültürel olarak müşteri profilinin ortak noktaları olduğu tespit edilmiştir.

Üretim planı ve uygulaması aşamasında Simay Bülbül'ün tasarımların çiziminden, modeliste verilip, kalıp çıkartılmasına ve numunenin dikilip, kontrollerinin yapılmasına kadar her aşamayla ilgilendiği gözlenmiştir.

Simay Bülbül trend araştırması yapmasına rağmen, konsept ve koleksiyonlarını trendlere bağlı kalmadan, tamamen öznel seçimlerine göre oluşturmaktadır. Bu yolla tasarımcının farklı ve özgün olduğu ve konsept, renk, kumaş seçiminde serbestlik sağladığı düşünülmektedir.

Simay Bülbül tasarımlarını, çizimin yanı sıra, drapaj tekniğiyle gerçekleştirmektedir. Drapaj tekniğiyle kumaş üzerinden tasarım yapması tasarımcı tarafından yaratıcılık yönünde daha geniş bir alan sağladığı ve fikirlerin sonuçlarının daha kısa bir sürede görüldüğü düşünülmektedir.

Türkiye’de deri atölyesi bulunan ve bluzdan gelinliğe kadar her tasarımında deri kullanan Simay Bülbül, moda sektörüne farklı bir bakış açısı kazandırdığı söylenebilir. Koleksiyonlarında, deriyi inceltip, yumuşatması farklı modellerin uygulanmasına olanak sağlamaktadır.

Çalışma kapsamında elde edilen bulgular doğrultusunda sunulabilecek öneriler şunlardır:

- 1) Moda sektöründe çalışan farklı tasarımcıların çalışma süreçleri gözlemlenerek karşılaştırılabilir.
- 2) Simay Bülbül'ün bir moda tasarımcısı olarak Türkiye’deki deri sektörüyle işbirliği içinde olması, sektör ve tasarımcı işbirliği anlamında gerçekleştirilecek farklı çalışmalar arttırabilir.
- 3) Simay Bülbül'ün çalışma sistemindeki farklılıklar, moda tasarımı alanındaki kişilere, yeni çalışma yöntemleri geliştirmeleri açısından yönlendirici olabilir.

KAYNAKÇA

Burke,S.(2006). Fashion Artist Drawing Techniques to Portfolio Presentation,Burke Publishing,China,

Burns, L. D. , Bryant, N. O. (1997) The Business of Fashion , Fairchild Publications, Inc., New York, Amerika.



Carr,H. ve Pomeroy, J. (1992). Fashion Design and Product Development, Blackwell Science LTD.,UK.

Çivitci, Ş.(2004). Moda Pazarlama. Asil Yayın Dağıtım, Ankara

Drudi, E. ve Paci, T., (2005). Figure Drawing For Fashion Design,The Pepin Press, Singapore,

Gener, N. (1994). “Giysi Tasarımında Drapajın Yeri ve Önemi Manken Üzerinde Bir Model Örneği”, Tekstil ve Konfeksiyon, Sayı:2, İzmir.

Gürsoy,A.T.(2010). Giyim Kültürü ve Moda,Türkiye Tekstil Sanayi İşverenleri Sendikası,İstanbul,

İslamoğlu, A.H.(2009). Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri : (SPSS uygulamalı). Beta Basım Yayın, İstanbul

Jones,S.J. (2009). Moda Tasarımı,Güncel Yayıncılık,İstanbul.

Kaptan. S. (1998). Bilimsel Araştırma ve İstatistik Teknikleri. Tekişik Web Ofset Tesisleri. Ankara

Keiser,S.J.,Myrna,B.G.(2003),Beyond Design, Fairchild Publications, Inc., New York,ABD

MEGEP.(2006). Giyim Üretim Teknolojisi. Drapaj tekniği ile Etek kalıpları. Ankara

MEGEP. (2006). Giyim Üretim Teknolojisi. Model Araştırmaları. Ankara

Olgaç,P.(1981).Moda Resmi,YA-PA Yayın Pazarlama San. Tic. A.Ş.İstanbul

Seivewright,S. (2007) ResearchAndDesign,AVA Publishing SA.Switzerland.

Tansoy.Y, Vural. T,ve Ağaç.S,(1994). “Özgün Giysi Tasarımında Temel İşlemler ve Örnek Bir Çalışma”, Tekstil Konfeksiyon Dergisi, 1,72-81.

The Teen Vogue Hand Book An Insider’s Guide to Careers in Fashion,Penguin Group,New York,2009.

Veryzer, R W. and Brigitte de M. (2005), “The Impact of User-Oriented Design on New Product Development: An Examination of Fundamental Relationships, *Journal of Product Innovation Management*, 22, 128-143.

Varol, E.(2004). Türk Hazır Giyim İşletmelerinde Ürün Tasarımı Süreci ve Bu Süreç İçerisinde Moda Tasarımcısı, Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü. Eskişehir.

<http://www.tasarimgazetesi.com/haber/20072>