DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ GÜZEL SANATLAR FAKÜLTESİ ÖRNEĞİNDE MODA GİYİM TASARIMCILARININ EĞİTİM SÜRECİ

Öğr.Gör. Selda KOZBEKÇİ AYRANPINAR
s.kozbekci@deu.edu.tr

Öğr.Gör. Sevda DEMİR PARLAK
sevda.demirparlak@deu.edu.tr

Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü

ÖZET

Giyim modası, gençlerin kariyer seçiminde önceden olduğu gibi bugün de oldukça popüler noktada yer almaktadır. Özellikle bu kariyerin başlangıç kapısını açan yüksek eğitim kurumlarının moda giyim tasarım bölümleri en çok istenen alanlardan biridir. Gençler arasında oldukça ilgi ve istek gören bu eğitim kurumları ve programları için bütçe ayıramayan ya da destek olmayan işverenler, ihtiyaç duydukları eleman eksikliğini gidermek amacıyla bu kurumlara başvururlar ve yeni mezun ararlar. Moda endüstrisinde yer alacak, zorlu bir yolculuğun içinde olacak tasarımcı adaylarının temel ihtiyacı yetenek ve yaratıcılıktır. Moda tasarımı yeteneği, bireyin yaratıcılık ve becerisinin özümsenerek birleştirilmesidir. Yüksek eğitim, moda tasarımı alanında yetişmek isteyen öğrencileri, piyasada ihtiyaç duyulan ya da güçlendirilmeye çalışılan beceri ve bakış açısını kazandırmayı hedeflemektedir. Moda giyim tasarımı eğitimi bu başarıyı yüzde yüz garanti etmese de detaylı ve gerekli, amaca hizmet eden kaliteli bir eğitim sunmaktadır. Bu bakış açısı, yaklaşımı, ilham verici ve yaratıcılığı destekleyen moda giyim tasarımı dersleri, verdiği eğitimle birlikte sunduğu imkanlar açısından sektörde iş bulmayı en çok kolaylaştıracak eğitimi amaçlamaktadır. Bu eğitimin en önemli temeli ise giyim tasarım derslerini oluşturan, araştırma, eskiz, illüstrasyon, teknik çizim, kalıp, dikim ve sunumu kapsayan projelerdir.

Anahtar kelimeler: Eğitim, Tasarım, Moda, Giyim

FASHION DESIGNERS' EDUCATION PERIOD IN THE EXAMPLE OF DOKUZ EYLUL UNIVERSITY FINE ARTS FACULTY

ABSTRACT

Fashion clothing is quite popular in youths' career choice same as before. Especially the clothing fashion design departments of this career's initiative higher education institutions are one of the most demanded. Employees who do not budget or support these desired education institutions and programs, apply these institutions in order to make up lack of personnel. Basic needs of designer candidates who will go through a difficult period and take part in the fashion industry are talent and creativity. Fashion design talent is to combine individual's creativity and ability by internalizing. Higher education aims to bring in students, want to study in fashion design department, ability and perspective which are needed and aimed to be strengthened in market. Fashion clothing education offer a detailed, necessary and qualified efficacious education even if not guarantee this success a hundred percent. Supporting this perspective, approach and creativity fashion clothing design courses aim the most facilitating-finding a job with the education they offer as well as the opportunity. The most significant basis of this education are projects involving research, sketch, illustration, technical drawing, mould, sewing and presentation which compose clothing fashion courses.

1.GİRİŞ

Moda, hayati öneme sahip bir ilgi alanıdır; şehir merkezlerinde moda, özellikle gençlik için çok büyük öneme sahiptir. Giyim ve eğlence amaçlı alışveriş, edebiyat, tiyatro ve güzel sanatlar kadar çekici ve kabul edilebilir bir çalışma olacak kadar önemli bir sosyal, kültürel ve finansal fenomen haline gelmiştir. (Jones, 2002:6)

Bugün evrensel bir dil olan moda ve moda tasarımcıları tüm dünyada oldukça popülerdir ve gündemdedir. Böylece kimliklerini ve kendi ifade tarzlarını ortaya koyma çabasında olan genç moda tasarımcıları, bu dünya içinde yer almak için yeteneklerinin yanı sıra yaratıcılıklarını da geliştirmek zorundadırlar. Özellikle son yıllarda yüksek eğitimde en çok istenen alanlardan bir olan moda tasarımcılığı, gençler arasında ilk sıralarda yer alan, oldukça popüler bir kariyer seçeneğidir. Tarihe adını yazdırmış, bugün hala ününden bir şey kaybetmemiş olan önemli moda tasarımcılarının bir kısmı bu alanda çok az eğitim görmüş ya da hiç eğitim görmemiş olmasına rağmen artık iyi bir moda tasarımcısı olabilmek için yeteneğin yanı sıra yaratıcılığı artırmak, bakış açısını geliştirmek iyi bir eğitimden geçmektedir. Bir moda tasarımcısından istenen, yeteneğinin ve dikiş bilgisinin yanında öncelikle gerekli olan araştırma, fikir ve becerilerini özümseyerek birleştirebilme yeteneğidir. Moda alanında uzun ve zor bir kariyer yolculuğuna çıkacak adayların öncelikle güçlü ve zayıf yönleri hakkında gerçekçi fikirlere ve doğru özelliklere sahip olup olmadıkları konusunda kendilerini

değerlendirmek zorundadırlar. Bunun için, öğrenmeye açık, çok çalışkan, hızlı görme, problem çözme algısına sahip, bağımsız düşünceye, ekip içinde iyi geçinebilen ve iletişim kurabilen, zorluklar karşısında yılmayan, verilen görevlere uyum sağlayabilecek çok yönlülüğe, bakış açısını açıkça ifade edebilen, kendine güvenen, hızlı karar veren, sorumluluk alan, renk duygusuna ve pratik becerilere sahip olan, orijinal, yeni fikirler oluşturan ve yeni şeyler yaratmaktan zevk alan vb. birçok kişisel özeliklere ve becerilere sahip olmak gerekir. Bütün bu kişisel özelliklerin yanı sıra tarih, coğrafya, psikoloji, felsefe, iktisat ve sosyal açıdan kapsamlı bilgiye sahip olmadan iyi bir tasarımcı ya da stilist olmak mümkün değildir. Böylece kültürel ve sanatsal geniş bir yelpazede çalışma yapmak gerekmektedir.

Moda yaratıcılığı, yüzlerce yıllık vücudu giydirme sorununa yönelik yeni çeşitler ve çözümler üretebilmek, bunun için çağdaş kapsamda yenileyici ve heyecan verici bir farkındalık yaratmaktır.
"Tasarımcı, uzun mesafe koşucusu gibi dayanıklı olmak ve sanatçı, bilim adamı, psikolog, siyasetçi, matematikçi, ekonomist, satıcı gibi birçok rolü oynamak zorundadır." Helen Storey, Tasarımcı. (Jones, 2002:6-8)

Bir moda tasarımı eğitiminde en etkin ve başarılı yol, iki ila altı hafta arasında değişen, hem araştırma hem de pratik becerilerin artması amaçlanarak verilen projelerdir. Proje, önemli bir çalışma sürecidir ve belirli gereklilikler karşısında yaratıcı yeteneğin geliştirilmesi amaçlanır.

Proje size ilham vermeyi amaçlar; fakat aynı zamanda sizden, bazıları moda piyasasındaki gerçek hayat koşullarıyla alakalı, bazıları ise akademik gerekliliklerle alakalı çeşitli koşulları ve kısıtlamaları da düşünmenizi ister. Muhtemelen projelerin hepsinden zevk almayacaksınız. Özet, kendi gelişmenizi ölçebilmenizi sağlamak için size genelde bir projenin asıl hedeflerinin ne olduğunu ve gerçekleştirebilmeniz gereken hedefleri söyler. (Jones, 2002:167)

Verilen projenin süresi ne olursa olsun yapılacak vurgu, amaca ve hedefe göre değişiklik gösterir. Bir projede en önemli kriterlerden bir tanesi araştırma ve uygulayabilme yeteneğidir. Bunun için yaratıcı ve bağımsız düşünceye ihtiyaç vardır. Yaratıcı güç, inceleme, tasarım problemlerini analiz etme ve çözümleme, çözümlemede risk alma, hayal gücü ve orijinallik, tek başına ya da ekip olarak çalışma yeteneği, zaman yönetimi bir projenin değerlendirilmesinde rol oynayan en önemli noktalardır. Proje konusu ne olursa olsun bir moda tasarımı öğrencisi öncelikle moda tarihi sürecini, klasik kıyafetleri ve detayları incelemiş olmalı ve öğrenmelidir. Öğrendiklerinin daha fazlasını görmeli, var olanı farklı açılardan değerlendirmeli, istenenin ve arzulananın ne olduğu tahmin edilerek yeni çizgiler, farklı kombinasyonlar ve malzemelerin arayışına girmelidir.

Bir moda tasarımı öğrencisi, kendisine verilen projede hangi durum, gün ve sezon için tasarım yapacağı konusunda bir fikre sahip olmalıdır. Bunun ardından bir sonraki adıma hazır olmalı ve ikinci aşamayı görme yeteneğini geliştirmelidir. Genellikle belli yaşta ve cinsiyette, belli gelir seviyesine sahip tüketici tipi üzerine tasarım yapılması istenir. Bundan dolayı öğrencilerden her projenin başında pazar analizi yapmaları ve tasarımlarını bu çizgiye yerleştirmeleri beklenir.

Projede öğrenciden çözmesi istenen bir başka problemde malzeme ve kumaş seçimidir. Genelde verilen kumaş listesinden seçmesi ya da temaya uygun kumaşta kendisinin karar vermesi beklenen öğrencinin, tasarımlara en uygun kumaşı seçmesi ya da kumaşa uygun tasarımlar yaratması değerlendirilir.

Moda, zamanın ruhunu ifade eder ve dolayısıyla toplumdaki değişimlere ayna tutar. Tasarımcılar, arayışlarında gözlerini ve kulaklarını açık tutmayı öğrenmek zorundadırlar: şovlara, mağazalara, kulüplere, cafelere, galerilere ve filmlere gitmek; dergi, gazete ve roman okumak; parti yapmak ve müzik dinlemek ve her şeyin ötesinde insanları izlemek ve toplumda meydana gelen ufak fakat etkili estetik değişimleri özümsemek. Yeni fikirler oluşturmanın yolu, etkileyen şeyleri bir eskiz defterine not almak ve karıştırmak ve daha sonra bu ilham verici şeyleri kumaş, moda detayı ve hedef piyasa bilgilerinizle harmanlamaktır. (Jones, 2002:169-170)

2.MODA GİYİM TASARIMI EĞİTİM SÜRECİ

Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümünde yaklaşık 23 yıldır eğitim veren Moda Giyim Tasarımı Programı 2009-2010 Eğitim yılı güz döneminden itibaren aynı bölüm içerisinde Anasanat dalı olarak yer almaktadır. Evrensel düşünce ve değerlere sahip, yaratıcı, yenilikçi ve üretken ulusal ve uluslararası düzeyde moda endüstrisine yönelik Giysi Tasarımcıları yetiştirmeyi öngörmektedir. Eğitim ve öğretim çalışmalarımızı sektörle işbirliği ve etkileşim içerisinde gerçekleştirip, teori ve uygulama dengesini objektif bir biçimde kurarak ders

çıktıları ile sektörel beklentileri bir uyum içerisinde gerçekleştirmektir. Eğitim-Öğretim programları, sanat değerleri ve değişen teknolojiyi göz önünde bulundurarak ulusal ve uluslararası ölçütlerde yeniden düzenlenmekdetir. Ülkemizin lokomotif sektörü olarak ifade edilen tekstil ve hazır giyim alanında sanatsal kapasitesi yüksek, piyasa şartları çerçevesinde sektörün beklentilerine cevap verecek, markalaşma süreçlerinde, özgün tasarımlar üretmeye katkıda bulunacak öğrenciler yetiştirmektir.

Moda Giyim Tasarımı Anasanat Dalı Temel Sanat Eğitimine dayalı olarak tasarıma kaynak olabilecek öğelerin araştırılması ve bu kaynakların teknik bilgiler ışığında ürüne dönüşmesini sağlayan bir eğitim programına sahiptir. Moda Tasarımı, hazır giyim sanayine yönelik giysilerin tasarımını konu aldığı kadar, Haute Couture tarzı özel giysilerin tasarımını da konu alır. Giysi tasarımcılarının değişik yaşam tarzları ve safhaları için uygun giysileri tasarlama gibi çok önemli görevleri vardır.

Teorik ve pratik bilgilerin öğretildiği ve uygulatıldığı anasanat dalında; teknolojik gelişime uygun donanımlarla eğitim sürdürülmektedir. Moda Giyim Tasarımı Anasanat Dalı, hazır giyim ve houte couture yönelik bayan, erkek ve çocuk ürün gruplarının (İç giyim, dış giyim, üst giyim, spor giyim, ev giysileri, abiye) el işçiliği ve seri üretim teknikleriyle birlikte; tasarım, form, fonksiyon, teknoloji, malzeme ve estetik açılımları konusunda eğitim vermektedir.

Moda Giyim Tasarımı Anasanat Dalı'nda görev alan akademik kadro ve dışarıdan görevlendirmeli öğretim görevlilerini tecrübeli moda tasarımcılarından, konfeksiyon ve hazır giyim uzmanlarından, ürün geliştiricilerden oluşmaktadır. Öğrencilerin eğitimi, çeşitli modaevlerine, tekstil ve hazır giyim firmalarına yapılan alan araştırmaları, moda fuarları, teknik geziler, staj ve pratik çalışmalarla desteklenmektedir.

Eğitim sisteminde, ilk yıl Tekstil ve Moda Tasarımı Bölüm dersleri ve bunların yanı sıra diğer tüm bölümlerin aldığı ortak sanat ve kültür derslerini almaktadırlar. Ayrıca Temel Moda Tasarımı Eğitimine, tekstil ürünlerinde kullanılan liflerin, genel özellikleri ve kullanım alanları görsel örneklerle incelenmektedir. Tasarım elementlerinden olan kumaş, nitelikleri ve genel özelliklerine ilişkin bilgilerle birlikte, dokuma ve örme kumaşların temel yapıları, türleri, özellikleri ve kullanım alanları detaylı bir şekilde ele alınmaktadır. Temel Giyim Bilgisi dersi ile giysi üretiminde işlem akışları göz önünde bulundurularak, konfeksiyon makinelerinin tanıtımı ve eğitimi, farklı dikiş teknikleri, giysinin temel formları, ürün çeşidi gözetilmeksizin ayrıntılarıyla ele alınmaktadır.

İkinci yıla geldiklerinde Moda kavramı, moda olgusunun güncel gelişmelerle olan ilişkileri analiz edilmektedir. Moda tasarım genel kriterleri doğrultusunda, belirlenen trend ve hedef kitle çerçevesinde; stil, renk, desen, materyal / elyaf, form ve doku gibi tasarım değişkenleri temel alınarak, koleksiyon yaratım aşamaları anlatılmaktadır. Giysi temel kalıplarının müller, metrik, vb. kalıp hazırlama sistemleri ile birebir ve ölçekli çizimleri oluşturularak model uygulama çalışmaları yapılmaktadır. Giysi tasarım ürünlerinde teknik çizim kriterleri baz alınarak, teknik tasarım detayları açılımlarının ölçekli çizimi ve model uygulama metotları incelenmektedir. Ayrıca Moda illüstrasyon ilke ve yöntemleri üzerinde durularak, moda çizimleri için gerekli veriler aktarılmaktadır. Tasarımda bireysel stillerin oluşturulmasında kullanılan grafiksel anlatım yöntemleri işlenmektedir. Moda ürünlerinin form, renk, desen, malzeme çeşitliliği gibi temel tasarım ilkeleriyle ele alınarak, tasarımın figür ergonomisine uygun olarak uyarlanma aşamaları; renklendirme ve düzenleme çalışmaları yapılmaktadır. Bilgisayar teknolojileri yardımıyla giysi tasarımlarının ve sunumlarının hazırlanması ve orjinal fikirlerin üretilmesi esas alınmaktadır. Öğrenciler CAD programlarıyla rahatlıkla her türlü teknik ve artistik çizim yapabilme yetisine kavuşmaktadırlar.

Üçüncü yıl, moda akım ve eğilimlerindeki değişim faktörleri irdelenerek moda pazarlama konusunda, bilgi sisteminin oluşumu, çalışması, tüketici davranışları incelemektedir. Trend analizleri ve pazar verileri doğrultusunda konseptten tüketiciye kadar olan tüm aşamalar ele alınmaktadır. Seçilen hedef kitleye yönelik teknik tasarım eskizlerinin hazırlanmasından, materyal seçimine, kalıp hazırlamadan dikimine ve bitim işlemlerinden sunumuna kadar tüm yaratma, geliştirme, üretim ve sunum aşamaları moda koleksiyonu bütünlüğü içindele alınır. Üçüncü sınıfta öğrenci, hem tasarımını oluşturmakta, teknik problemlerini, kalıplarını ve teknik çizimlerini çözümleyebilmekte, hem de bunları dikip ürün haline getirebilmektedirler. Bu sayede verilen projelerle mini koleksiyonlar hazırlamaya başlayan öğrenciler, bu projelerle sektörün istediği ayağı yere basan giysi tasarımlarının yanı sıra, yaratıcılığını en iyi sergilediği çarpıcı, olabildiğince özgür, yenilikçi ve geleceği yakalayan giysiler de yapabilmektedir. Öğrenciler projelerini gerek tasarım sergilerinde ve gerekse Moda Giyim Tasarımı Anasanat Dalı'nın geleneksel hale gelmiş yılsonu defilelerinde de sunabilmektedir.

Son sınıf olan dördüncü sınıfta, giyim ürünlerinin geliştirilmesi, koleksiyon hazırlama disiplini ve tasarım bölümünde çalışma süreçleri, marka oluşumu ve pazarlama konuları ile ilgili teorik ve uygulamalı dersleri de aldıktan sonra, ikinci yarıyılda uzmanlaşılması düşünülen alana yönelik olarak tez yazımı ve uygulama çalışmaları belirlenen bir danışman öğretim üyesi ile birlikte yürütülmektedir. Bu Tez'in amacı; öğrencinin eğitim hayatı boyunca edindiği bilgileri ve araştırma yetisini kullanarak, seçtiği konuda inceleme yapıp çalışmalarını Moda Giyim Tasarımı ile bütünleştirerek, bir koleksiyon oluşturmaktır. Tezde, teorik bilgilerin anlatıldığı bölümleri takiben konuyla ilgili olarak oluşturulan koleksiyon ait tasarım paftaları, temayı anlatan tanıtım paftası, ürünler ve ürün fotoğrafları yer almaktadır. Öğrencinin sözlü olarak sunduğu bu çalışma sonucu Lisans Geçme Notu'nu belirler. Mezun olan bir Moda Giyim Tasarımı Anasanat Dalı öğrencisi Giysi Tasarımcısı olarak sektöre ya da bireysel olarak çalışmaya hazırdır.

Moda Giyim Tasarımı Anasanat Dalı öğrencileri Moda alnında, aşağıda adı geçen unvanlarda çalışmaktadır:

Moda Tasarımcısı
Stilist
Moda Pazarlama Elemanı
Prezantasyon sorumlusu (Vitrin-Mağaza-Fuar Dekoratörü)
Müşteri Temsilcisi
Moda Danışmanı
Ürün Geliştirme ve Üretim Sorumlusu

Anasanat dalı Tekstil ve moda dünyasında vizyon sahibi bireyler Tekstil ve Giyim Endüstrisinin profesyonel moda tasarımcısı ihtiyaçlarını karşılamak üzere geleceğe umutla bakan, günü ve yenilikleri yakalayabilen tasarımcılar yetiştirmeği, Tekstilin ve Giyim Tasarımının toplumda gerçek değerini bulmasına ve geliştirilmesine öncü olmayı hedeflemektedir.

3.PROJE DOĞRULTUSUNDA KOLEKSİYON HAZIRLAMA PRENSİPLERİ

Moda, yoğun emek gerektiren bir sanayi dalıdır. Moda trendleri, sezonlar ve tüketicilerin beğeni ve satın alma tercihleri sürekli değişim göstermektedir. Moda ürünlerinin tasarım ve üretim süreci amansız bir yarış içindedir ve bu yarış içerisinde doğru zamanlama en önemli faktörlerden biridir. Bundan dolayıdır ki hazırlanan bir koleksiyonda tasarımcının en önemli amacı ve rolü sonuca doğru ve sağlıklı ulaşabilmesidir.

Bir eğitim programında modayı öğrenmenin ve öğretmenin en temel yolu projelerdir. Bir proje hem araştırma hem de pratik becerilerin kazanıldığı ve kullanıldığı çalışma sürecidir. Projenin teması, görevleri, hedefleri ve amacı önemli adımlardır. Bir projenin en önemli amacı ise belirli gereklilikler ve kriterler karşısında yaratıcı düzeyde cevap verebilme yeteneğinizi geliştirmektir. Proje öğrenciye, okuldan ayrılıp işe girdiği zaman ihtiyaç duyacağı becerileri ve bakış açısını uygulama şansı verir. Tabiî ki bazı temel farklılıklar vardır.

Eğitim sürecinde verilen bir projede çözülmesi gereken bir problem olabileceği gibi, bu proje becerilerin, bakış açısının ve yorumun geliştirilmesine de hizmet eder. Verilen projelerde öğrencinin kişisel tarzının yansıtılması beklenir. Projeler ilk adımda öğrenciye ilham vermeyi amaçlar ve bu süreç içersinde moda piyasası ve hayat şartları göz önünde bulundurulmalıdır. Ayrıca eğitimin gerektirdiği akademik gerekliliklerin göz ardı edilmemesi istenir ve değerlendirme kriterleri arasında yer alır.

İster "Designer Markası" denen ürün gruplarını oluşturan bağımsız moda tasarımcıları olsun isterse hazır giyim sektöründe müşteri odaklı ya da kendi firmasına ait marka koleksiyonu hazırlayan tasarımcılar olsun hepsi seri sonu, trendleri hedef kitleyi, malzemeyi rengi vb. etkenleri inceleyerek, tahlil ederek başarıya ulaşabilir. Haute Couture ve bağımsız moda tasarımcıları güncel moda eğilimlerini belirleyerek hazır giyim sanayisinde çalışan tasarımcılara, yeni fikirler ve ilhamlar verirler.

Sezona, trendlere, hazır giyim ya da avangarde çizgiye göre farklı başlıklarda verilen projelerde amaca ve hedefe göre yapılan vurgu değişiklik gösterir. Ancak buna rağmen sunumda aranan ve beklenen belirli, değişmez kriterler vardır.

Projeler doğrultusunda, araştırabilme ve araştırdıklarını yorumlayarak uygulayabilme yeteneği, tasarımları analiz etme ve problem görebilme-çözebilme gücü, tasarımlarla teknik, malzeme ve renklerle hayal gücü ve orijinalliği birleştirebilme becerisi, gerek bireysel gerekse ekip

çalışmalarında yer alabilme çabası, görsellik, konuşma ve sunum yeteneği gereken parametreleri belirler.

3.1.Trendlerin Araştırılması Sentezi

Bir tasarımcı adayının hangi durum ve sezon için tasarım yaptığı hakkında bir fikre sahip olması gerekir. Bu yüzdendir ki, proje doğrultusunda yeni bir koleksiyonun tasarımlarına geçmeden önce yapılması gereken araştırmalardan ve alınması gereken karalardan en önemlileri, çalışcılacak sezonun ve geçmiş sezonun değerlendirilmesi, güncel trendlerin sentezi, hedef kitlenin, genel temaların, koleksiyonu oluşturacak parçaların sayısının, satış sezonunun belirlenmesi, fiyat politikasının oluşturulması, ölçü ve uyum standartlarının kabaca planlanmasıdır.

Koleksiyon, hazırlamada önem verilmesi gereken konuların başında moda eğilimlerinin doğru tahminlenmesi gelir. Bunun için, moda tasarım öğrencisinin daha önceki sezonlarda nelerin moda olduğunu bilmek, çeşitli moda dergilerini ve fuarları yakından takip etmek durumundadır. Aynı zamanda kendi belirlediği hedef kitlenin eğilimlerini de yakından takip ederek onların geçmiş sezonlarda neleri tercih ettikleri ve neleri daha az popüler bulduklarını bilmek durumundadır. Pazarlama ve satış temcilerinden, satış durumları, müşteri talepleri, pazardaki durum ve rekabete yönelik gelen bilgilerde tasarımcıların yeni bir ürünün oluşturulmasına yönelik alacağı kararlarda oldukça önemli bir yer tutar.

Bugün pek çok moda tasarımcısı, çıkış noktası olarak kumaşları kullanırken, bazıları da güncel eğilimleri, yakından takip ederek bu yönde çalışmalarına başlarlar. Buna dayanarak bir öğrenci verilen proje temasına göre kendi çıkış noktasını belirleyerek kumaş çıkışlı ya da kavramsal-soyut bir başlık seçebilir. Ayrıca koleksiyon hazırlayan bir tasarımcı renklerdeki, modellerdeki ve materyallerdeki ileriye dönük trendleri daha doğru izleyip, incelemek için modaya yönelik dergileri, yerli ve yabancı fuarları, her türlü yayın ve etkinliği yakından takip eden profesyonel trend araştırma kuruluşlarına üye olmalıdır. Ve hatta bu süreç moda tasarım öğrenciliğinin ilk yıllarında başlamalıdır.

3.2.Hedef Kitlenin Belirlenmesi

Tasarım eğitiminin önemli parçalarından biri de farklı hedeflere hizmet veren sektörlerden haberdar olmaktır. Öğrencilerden projeye başlamadan önce sağlam bir piyasa analizi yapmaları istenir ve koleksiyonu oluşturacak tasarımların bu bağlamda yer alması beklenir. Her öğrenci projenin kişisel çıkış noktasına göre kendilerine farklı hedef kitleleri seçebilirler. Kimisi orta sınıf fiyat düzeyleri için tasarım yapmayı tercih ederken kimisi kişisel tarzlarından ödün vermeden oluşturdukları koleksiyonlardan zevk alırlar. Bazıları ise spor giyim, iç giyim ya da gece giysisi gibi farklı pazarlarla ilgilenir.

Projeyi oluşturacak koleksiyonun hedef kitlesinin belirlenmesi, öncelikli konulardan biridir. Hedef kitle, kısaca, bir grup ürünün ve onların pazarlama programının yönlendirdiği seçilmiş bir popülasyon olarak tanımlanabilir. Tasarımcı adayı seçtiği hedef kitlenin ihtiyaçlarını, isteklerini iyi anlamış ve yorumlamış olması gerekmektedir. Bir hedef kitle yaş, cinsiyet, gelir düzeyi, coğrafi yerleşim ve meslek gibi karakteristik terimlerle tanımlanır. Bu anlamda tasarımcı kendi hedef grubunu saptarken, yaşadığı mekân, yaş grubu, yaşam standardı, geliri ve eğlence tarzı gibi değişkenleri göz önünde bulundurmalıdır.

Giyim Sanayinin hizmet ettiği giyim gruplarına bağlı hedef kitleler; bayan dış giyim, erkek dış giyim, çocuk dış giyim, spor giyim, iç giyim, iş giysileri ve diğerleri olarak sıralanmaktadır. Diğer taraftan ürünün kalitesi, fiyatı ve diğer özellikleri üzerinde değişiklikler yapılarak, alım gücüne göre de hedef grupları farklı şekilde sınıflandırılmaktadır. Bunlar üst sınıf, yükselen orta sınıf, orta sınıf ve alt sınıf olarak tanımlanmaktadır. Proje sürecini gerçekleştiren öğrencinin yapacağı tasarımlarda hangi hedef grubuna hangi mesajları iletmek istendiğine iyi karar vermesi gerekir. Günümüzde tüketiciler, beğendikleri, kendine yakışan, kişiliğini ve kimliğini sergileyebildiği ve moda olan giysileri taşımak istemektedirler.

3.3. Ürün Temasının Seçilmesi

Tema olarak bilinen, bir koleksiyonun etkilenme aşaması, kişi üzerinde etki bırakan güçlü bir görsel, bir yer, belirli bir tarihsel dönem ya da herhangi soyut bir kavram olabilir. Orijinal tasarımlar yaratılırken soyut olan pek çok farklı kaynak ve etkileşimlerden ilham alınır. Pazarın ihtiyaçlarını ve modayı yakından takip eden iyi bir tasarımcı, farklı kaynak ve etkileşimlerden ilham alarak kendine

özgü bir harmonide tasarımlarını oluşturur. Moda tasarımcılarının çoğu kendi hedef kitlelerinin tutum ve yaşam tarzlarını etkileyen kültürel ve sosyal olaylardan, bazı tarihsel olaylardan etkilenilir.

Tasarımda önemli olan kararlar, siluet, renk, kumaş, aksesuar veya yapısal detaylar gibi bazı ortak görsel elementlere sahip olan bir grup ürünün ya da diğer bir deyişle koleksiyonun etrafında yoğunlaşır. Diğer bir deyişle hazırlanacak olan ürün grubunun tasarımında bazı ortak görsel efektler aranır. Bir koleksiyona dışarıdan bakıldığında ortak çizginin ne olduğu ilk bakışta anlaşılmaktadır. Bir koleksiyonda bulunan ortak görsel elementler o günün modası ile yakından bağdaşacak şekilde seçilen temaya direk ilgilidir.

Giysi tasarımlarının yaratılması aşamasında, daha önceden yapılan trend ve hedef kitle araştırması doğrultusunda öğrenci çalışacağı ürün çizgisi belirler ve sırasıyla şu işlemleri yapması beklenir.

1- Modellerin yaratılması
2- Renk paletlerinin oluşturulması ve kullanılacak desenlerin seçimi
3- Kullanılacak materyallerin belirlenmesi

Stil, renk, desen, materyal/elyaf ve doku giyim modasını oluşturan tasarım değişkenleri olarak görülmektedir. Bu değişkenlerden "renk" her sezon değişiklik gösterirken, "model" "materyal" ve "desen" sezondan sezona küçük değişiklikleri gösterir.

3.4.Tasarım Öğeleri

Moda tasarımının temel öğeleri silüet, doku ve çizgidir. Bu öğelerin kullanılarak oluşturulacağı tasarımlarda ise tekrar, ritim, yayılma, zıtlık, denge ve oran gibi prensipler aranır. Giyim modasındaki renk, çizgi, form, oran, denge, uyum, vurgu, silüet, desen ve doku gibi temel tasarım prensipleri tasarımcının yaratıcılığı ile birleşerek görsel ve fonksiyonel bir değere, ürüne dönüşmektedir. Bu süreçte tasarımcının yeteneklerini sergileyip başarısını ortaya koyuşunda, kullanacağı giysi tasarım prensiplerinin çok büyük yeri vardır. Tasarımcı bu prensipleri kullanarak tasarım ilkelerini en iyi, en doğru ve en güzel bir biçimde uygulayarak başarıya ulaşır. Tasarımların öğeleri ve prensipleri hakkındaki farkındalık kişinin kendi tasarımlarını ve diğer tasarımcıların çalışmalarını değerlendirebilme ve değişiklikleri görebilme yetisine yardımcı olur. Eğitim sürecinde bu prensipler ve öğeler kuramsal yoldan öğretilebileceği gibi proje çalışmaları içinde de uygulamalı olarak verilebilir.

Yeni bir ürün grubunun tasarlanmasında ilk yapılan işlem bu gruba ait model özelliklerinin belirlenmesidir. Daha sonra yeni ve orijinal tasarımlar sıfırdan yaratmak, geçmiş sezonlarda çalışan stillerin incelenmesi gibi metotlar izlenir. Bu metotların hangisinin kullanılacağı ürün grubuna, modaya, ulaşılabilecek verilere göre değişir.

Tekrar, ritim, yayılma, zıtlık, denge ve oran gibi tasarım prensipleri öğretilerle ya da eleştirilerle ortaya konmasalar da tasarımlarda bilinçli olarak uygulanmasalar da bunların nerelerde uygulanabileceğini ve nasıl değiştirilebileceğini bilmek, tasarımlara objektif bakılmasında yardımcı olur. Bir özelliğin düzenli ya da düzensiz olarak tekrar edilmesiyle yaratılan çoklu etki koleksiyonu oluşturan tasarımların bütünleşmesinde yardımcı olur. Müzikte olduğu gibi düzenli özelliklerin tekrarıyla elde edilen ritim güçlü bir etki yaratabilir. Kıyafetin özelliklerinin artan ya da azalan adımlarla ya da ölçütlerde kullanılmasıyla ortaya çıkan karmaşık derecelendirme istenen noktadaki vurguyu artırabilir ya da tasarım özelliklerini değiştirerek ya da dikişleri ve detayları taşıyarak vücut şekli üzerinde çeşitli illüzyonlar oluşturulabilir.

Proje teması ne olursa olsun tasarımcı adayının insan vücudunu ve kumaşla etkileşimini, rengin etkisini bilerek değerlendirmesi ve tasarımlarında kullanması gerekir. Gözlem, moda fotoğrafçılığı, eskiz aşaması, vücudun nasıl hareket ettiği ve iletişim sağladığı, kesim, beden ve kumaş nüanslarının çizgi ve hacimle nasıl etkileyici ve büyüleyici bir ifade yarattığını anlatması beklenir ve bu kişisel tasarım tanımlamaları kritik edilir.

3.5.Koleksiyonda Kullanılacak Renk ve Kumaş Seçimi

Araştırmalar tüketicinin ilk tepkisini renge verdiği ortaya koymaktadır. İnsanların renklere karşı içgüdüsel, duygusal ve hatta fiziksel tepkiler verdiği gözlemlenişir.

Tasarımlarda kullanılacak renk tercihleri genellikle mevsimlere ve iklimlere göre değişiklik gösterir. Ayrıca renklere gönderme yapan birçok sosyal gelenek ve anlamlar vardır. Bu yüzden tasarımcı koleksiyonunda kullanacağı renklere karar verme aşamasında hedef kitlenin özelliklerini göz

önünde bulundurmalıdır. Bu aşamada tasarımcının renk tonları, değer ve yoğunluğu hakkında detaylı renk bilgisine sahip olması beklenir.

Yapılan trend araştırmaları ve kişisel tercihler doğrultusunda proje koleksiyonunda çalışılacak renkler tasarımcı tarafından belirlenir, renk kartelaları oluşturulur. Koleksiyonda kullanılacak renk seçimlerinin sağlıklı ve doğru olabilmesi için renk trendlerinin yakından takibi önemlidir. Kumaş desenleri ise yeni trendleri yansıtacak tarzda veya belirlenen hedef kitlenin sosyal ya da kişisel özelliği doğrultusunda seçilebilir. Bazen de özel desenler kumaş tasarımcıları ve moda tasarımcılarının ortak çalışmaları sonucunda yaratılabilir.

Ressam için boya ne ise moda tasarımcısı için de kumaş odur, yaratılarında hissettiklerini gösterebilme ve istediği etkiyi yakalayabilme ve karşı tarafa bunu hissettirebilmesindeki en önemli materyaldir kumaş. Projelerin oluşum sürecinde tasarım öğrencilerinin bazıları doğrudan kumaşla çalışmayı tercih ederken bazıları da önce eskizlerini oluşturup sonra tasarımlarına uygun kumaş ararlar. Bir tasarımın başarılı sonuca ulaşabilmesi için en temel yol doğru kumaş seçimidir. Bir tasarımcı için önemli olan farklı kumaş kategorileri, lifleri, fiyat yapıları ve farklı kullanımlara uygunlukları ve kullanım alanları hakkında deneyimli olması, öğrenciliğinden itibaren kazanacağı bilgi birikimine sahip olmasıdır.

Projenin koleksiyonunu oluşturan tasarımların ürüne dönüşüm aşamasında materyallerin belirlenmesi ise moda trendleri doğrultusunda kullanılacak olan kumaş ve yardımcı malzemelerin seçimi, hammadde ve doku öğeleri dikkate alınarak yapılır. Kumaş, tasarımların gelişmesinde önemli bir yer tutar ve ayrıca maliyeti en çok etkileyen kararlardan biridir.

Toplam üretim maliyetinin yarısına yakını kumaş oluşturur. Bu yüzden karar verme aşamasının çok dikkatli ve sağlıklı yapılması gerekir. Ayrıca kumaşın çekme değerleri serilmesi, pastalın hazırlanması, düz ip çizgisinin tolerans sınırlarının çok iyi bilinmesi gerekir ki kumaş sarfiyatı, işçilik vb. gibi harcamalar en aza indirilebilsin. Kumaş kullanım miktarını doğrudan etkileyen özellikler şunlardır;

a) Kumaşın tersi ve yüzünün farklı olması,
b) Kumaşın boyuna simetrisinin farklı olması,
c) Kumaşın enine simetrisinin farklı olması,
d) Giyside desen raporlarının tutturulma zorunluluğu,
e) Kumaşın eni,

Koleksiyonda kullanılacak kumaşların seçiminde bu özelliklere dikkat etmek önemlidir. Bir tasarımcı adayı, tasarımlarında ya da koleksiyonlarında kullanacağı kumaşları seçerken, üretici tarafından sunulan malzemenin yalnızca görsel ve teknik özelliklerini değil aynı zamanda yarattığı etkiyi de göz önünde bulundurması gerekir. Bir kumaşın dökümünü, yüzey özelliklerini ve ağırlığını değerlendirmek için kumaşı hissetme yetisine sahip olmalıdır. Tasarımların en eğlenceli aşamalarından biri olan kumaş seçiminde tecrübe çok önemlidir. Bu tecrübenin en önemli bölümlerinden biri kumaş firmalarının ve mağazalarının sık sık gezilmesi ve kumaş fuarlarının ziyaret edilmesidir.

4.SONUÇ

Moda farklı bakış açılarını, anlayışları temsil eder. En iyi tasarım bireysellik, orijinallik ve özgünlüğü yansıtan tasarımlardır. Özgünlük modanın temel direklerinden biridir. Kişi ne kadar özgür olabilirse, tasarımları da o denli bağımsız olacaktır. Her zaman ama her zaman hayal gücü her şeyin üstünde tutulmalıdır. Teknik daima hayal gücüne hizmet eder. Yaratıcılık her şeydir, diğer tüm yetenekler yaratıcılığı destekler. Bir tasarımcının yaratıcılığını sergileyecek bir yer bulması kadar güzel bir şey yoktur ve ayakta kalmayı sağlar. İnsanların neyi beğendiğini ve tam olarak neyi giyeceğini bilmek önemli bir ayrıcalıktır.

Başarılı bir moda tasarımcısı olarak adlandırılmak sadece harika giysiler yapmaktan çok daha öte bir şeydir. Bir işletmeyi yürütmek, büyük bölümünün sorumluluğunu almak demektir; bu da çeşitli becerilerin bir arada bulunmasını gerektirir. İyi bir moda tasarımcısı olmak için yaratıcılık, iş yapma becerisi, sosyal beceriler, yönetim becerisi ve en önemlisi adanmışlık gerekmektedir.

Ürün geliştirme, moda tasarımının ayrılmaz bir parçasıdır. İyi bir tasarımcı olmak bakış açısı ve bütünlüğüyle giysi satışı arasında dikkatli bir denge kurmayı gerektirir. Bu iki özellik karşılıklı olarak birbirine tabiidir. Başarılı moda tasarımcıları her bir koleksiyonu geliştirirken piyasadaki gelişmeleri de takip etmelidir. Hedef müşteri kitlelerini derinlemesine anlamalı, aynı zamanda moda editörlerinin ve alıcıların karar alma şekillerini değerlendirme yetisine sahip olmalıdır.

Yeni yeteneklere dönük ilgi, istek ve destek her geçen yıl biraz daha artmaktadır. Firmalar en iyi tasarımcıyı keşfeden olmak ve bünyelerinde çalıştırmak için yarışıyorlar. Tüketici bugün büyük markaların sunduğu aynılıklardan bıkmış ve kendi farkını ortaya koyacak yeni tarzların arayışına girmişlerdir. Ancak tasarımcılar bugün hiç olmadığı kadar zorlu bir dönem içinde bulunmaktadırlar. Rekabetin körüklendiği ve en büyük olma iddiasıyla sektöre adım atan işletme sayısı günden güne artmaktadır. Bu durum büyüyen rekabet ortamında bulunan büyüklü küçüklü işletmeler ve markalarda çalışan tasarımcılar üzerindeki baskıyı arttırmaktadır.

Tasarımcıların fikirleri onları başarıya götürsün ya da götürmesin önemli olan kararlı bir şekilde cesaretle ellerini taşın altına koymaları gerekmektedir. Moda endüstrisi sürekli evrim geçiren bir sektördür ve başarılı olmanın yolu, bakış açısına sadık kalmak ve dürüstlükten sapmamak şartıyla, değişimden ve adaptasyondan geçer.

"Önemli olan yaptığınız şeye inanmaktır. Büyük hayallerin peşinde ama adımlarınızı küçük küçük atın." Diane Von Fustenberg

KAYNAKLAR

Agains, T. (1999). *The End of Fashion-How Marketing Changed the Clothing Business Forever*. USA: Harper Collins Publisher

Callan, G. O'Hara. (2002). *The Thames & Hudson Dictionary of Fashion and Fashion Designer*. Italy: Thames & Hudson

Crane, D. (2000). *Fashion and Its Social Agendas*, London: The University of Chicago Press

Çivitçi, Şule. (2004). *Moda Pazarlama*. Ankara: Asil Yayıncılık

Fukai, A.(2002). *Fashion*. Italy: Taschen

Gehlhar, Mary. (2005). *The Fashion Designer Survival Guide*. United States of America: Dearborn Trade Publishing

Jones, Sue J. (2002). *Fashion Design*. London: Laurence King Publishing

Kawamura, Y. (2004). *The Japanese Revolution in Paris Fashion, Fashion Theory*, Cilt. 8 Sayı: 2, United Kingdom,

Wilcox, C.(2001). *Radical Fashion, Victoria & Albert Museum*. Londan

EK

Nilgün GÜRSOY, "Young Victoria", Tanıtım Paftası



Nilgün Gürsoy, "Young Victoria", Tasarım Paftaları



Nilgün GÜRSOY, "IF Wedding Fashion" Fuar Projesi