

T.C.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ
TEKSTİL VE MODA TASARIM ANASANAT DALI
Yüksek Lisans Tezi

**OKUL ÖNCESİ YAŞ GRUBU ÇOCUK GİYİMİNDE TASARIM SÜRECİNİ
ETKİLEYEN FAKTÖRLER**

Hazırlayan
SEDAT YALÇIN

Danışman
DR. ÖĞR. ÜYESİ MELTEM OK

İZMİR /2021

YEMİN METNİ

Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Tekstil ve Moda Tasarımı Anasanat Dalı Yüksek Lisans tez çalışması olarak sunduğum “Okul Öncesi Yaş Grubu Çocuk Giyiminde Tasarım Sürecini Etkileyen Faktörler” adlı çalışmanın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

Tarih

...../...../.....

Sedat YALÇIN

TUTANAK

Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü' nün / / tarih ve sayılı toplantısında oluşturulan jüri, Lisansüstü Öğretim Yönetmeliği' nin maddesine göre Tekstil ve Moda Tasarımı Anasanat Dalı, Yüksek Lisans öğrencisi **Sedat YALÇIN**'nin **“Okul Öncesi Yaş Grubu Çocuk Giyiminde Tasarım Sürecini Etkileyen Faktörler”** konulu tezi incelenmiş ve aday / / tarihinde, saat’da jüri önünde tez savunmasına alınmıştır. Adayın kişisel çalışmaya dayanan tezini savunmasından sonra dakikalık süre içinde gerek tez konusu, gerekse tezin dayanağı olan anabilim dallarından jüri üyelerine sorulan sorulara verdiği cevaplar değerlendirilerek tezin olduğuna oy ile karar verilmiştir.

BAŞKAN

ÜYE

ÜYE

ÜYE

ÜYE

ÖZET

Moda özellikle giyim sektöründe oldukça hızlı, sürekli değişen ve kendini yenileyen bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle kadın giyim ağırlıklı moda dünyasında erkek giyimin yanında çocuk giyim de oldukça önemli bir yere sahiptir. Öyle ki Gucci, Zara, H&M, GAP gibi dünyaca ünlü pek çok marka “kids” ürün kategorileriyle çocuk giyim alanlarını oldukça genişletmişlerdir. Parti giyimi, günlük giyim, şık giyim, okul giyimi, plaj giyimi, gece giyimi, iç giyim gibi geniş ürün yelpazesine sahip çocuk giyim tasarımcılarının koleksiyonlarını hazırlarken yaş, cinsiyet, kültürel, çevresel, toplumsal, demografik ve sağlık gibi pek çok faktörü dikkate almaları gerekmektedir. Özellikle sağlık çocuk giyiminde oldukça önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır.

Trend analizleri ile başlayan tasarlama süreci, hedef kitlenin belirlenmesi, temanın seçilmesi, eskizlerin çizilmesi, modellerin oluşturulması, malzemelerin renklerin, desenlerin belirlenmesi ile devam etmekte; maliyet hesaplamaları ve ürün geliştirme çalışmaları ile sonuçlanmakta, ebeveynlerin ve çocukların beğenisine sunulmaktadır. Kendilerinden önce çocuklarının sağlığını ve konforunu düşünen ebeveynler çocuklarının giyimlerine de büyük önem vermekte, kendine güvenli çocuklar yetiştirmek adına giysi seçimlerini çocukların kendilerine bırakmaktadırlar. Fiziksel ve sosyal gelişimlerinin davranışları, fikirleri üzerinde etkili olduğu gibi giyim seçimleri üzerinde de oldukça etkili olduğu bilinmektedir.

Yapılan tüm bu araştırmalar doğrultusunda, 4-6 yaş kız ve erkek çocuklar için özgün bir koleksiyon oluşturulması amaçlanmış ve kültürel miraslarımızdan biri olan “Karagöz ve Hacivat” gölge oyunu bu koleksiyona ilham vermiştir. Gölge oyunlarında yer alan karakterlerin kostümleri, desenler ve figürler tasarımlara esin kaynağı olmuş, kültürel mirasımıza ait detaylar özgün bir koleksiyona dönüştürülmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Çocuk giyimi, tasarım süreci, tasarımı etkileyen faktörler

ABSTRACT

Fashion, especially in the clothing industry, emerges as a rapidly changing and renewing concept. Especially in the fashion world that women's clothing is predominant, children's clothing has an important place in addition to men's clothing. So much so that many world-famous brands such as Gucci, Zara, H&M, GAP have greatly expanded their children's clothing fields with their "kids" product categories. Children's clothing designers, who have a wide range of products such as party wear, daily wear, stylish clothing, school wear, beach wear, evening wear, underwear, need to consider many factors such as age, gender, cultural, environmental, social, demographic and health while preparing their collections. Especially health is a very important factor in children's clothing.

The design process, which starts with trend analysis, continues with determining the target audience, selecting the theme, drawing sketches, creating models, determining the colors and patterns of the materials; It results in cost calculations and product development studies, and is offered to parents and children. Parents, who consider the health and comfort of their children before themselves, attach great importance to their children's clothing and leave their choice of clothes to the children in order to raise self-confidence of their children. It is known that their physical and social development has an impact on their behavior and ideas as well as their clothing choices.

In line with all these researches, it was aimed to create an original collection for girls and boys aged 4-6 and the shadow play “Karagöz and Hacivat”, one of our cultural heritage, inspired this collection. The costumes, patterns and figures of the characters in the shadow plays inspired the designs, and the details of our cultural heritage were tried to be transformed into an original collection.

Key Words: kids clothing, design process, factors affecting design

ÖNSÖZ

İnsanlığın başlangıcından itibaren temel gereksinimler içerisinde yer alan giyim; günümüzde farklılık yaratma, sosyal statü göstergesi, estetik, işlevsellik, moda konularında ön planda olma istekleri ile güncelliğini hep korumaktadır. Bu temel gereksinim çocuk giyiminde de geçerlidir.

Yüksek lisans tez çalışması olarak hazırlanan bu araştırma, okul öncesi yaş grubu çocuk giyiminde tasarım sürecini etkileyen faktörlerin neler olduğunun incelenmesi ve tasarım sürecinin bu doğrultuda yönlendirilmesi amacı ile yapılmıştır.

Araştırmamın planlanıp yürütülmesinin her evresinde bana yardım ve desteklerini esirgemeyen değerli hocam Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Tekstil ve Moda Tasarımı Anasanat Dalı Dr. Öğr. Üyesi Meltem OK'a, Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Tekstil ve Moda Tasarımı Anasanat Dalı emekli Dr. Öğr. Üyesi Füsun ÖZPULAT'a; Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Tekstil ve Moda Tasarımı Anasanat Dalı, Sanatta Yeterlilik öğrencisi Minara GULİYEVA'ya, Giresun Üniversitesi Öğr. Gör. Leyla KAYA DURMAZ'a, Ali Şükrü YAZICI'ya, Spot Tekstil Modelhane şefi Gülgün Zehra ÜLKÜCÜ'ye ve laboratuvar teknisyeni Aysun UÇ'a, tasarımcılar Dilek DEMİR KUDUĞ'a, Pınar ER'e, Serap Pelin MEÇ'e, Nur Çakın KUTLUAY'a, maddi manevi her zaman yanımda olup desteğini esirgemeyen değerli eşim Zamina BABAYEVA YALÇIN'a ve manen yanımda olduklarını hissettiğim aileme teşekkür ederim.

Sedat YALÇIN

İÇİNDEKİLER

YEMİN METNİ	ii
TUTANAK	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
ÖNSÖZ	vi
İÇİNDEKİLER	vii
KISALTMALAR	ix
RESİMLER LİSTESİ	x
GİRİŞ	1

1.BÖLÜM

OKUL ÖNCESİ ÇOCUKLARDA FİZİKSEL, SOSYAL GELİŞİM VE GİYİMİN PSİKO-SOSYAL GELİŞİMLERİ ÜZERİNE ETKİSİ

1.1. 04-06 Yaş Çocuklarda Fiziksel Gelişim	6
1.2. 04-06 Yaş Çocuklarda Psiko-Sosyal Gelişim.....	9
1.2.1. Çocuğun Psiko-Sosyal Gelişiminde Ailenin Önemi	10
1.2.2. Çocuğun Psiko-Sosyal Gelişiminde Arkadaş İlişkilerinin Önemi	10
1.2.3. Çocukta Temel Güven Duygusunun Gelişimi	12
1.2.4. Çocukta Benlik Duygusunun Gelişimi	12
1.3. 04-06 Yaş Çocuklarda Giyimın Psiko-Sosyal Gelişim Üzerine Etkisi	13

2. BÖLÜM

ÇOCUK GİYİMİNDE TASARIMI ETKİLEYEN FAKTÖRLER VE TASARIM SÜRECİ

2.1. Çocuk Giyiminde Tasarım Sürecini Etkileyen Faktörler	19
2.1.1. Tarihsel Faktörler	20
2.1.2. Kültürel Faktörler	34
2.1.3. Toplumsal Faktörler.....	34
2.1.4. Demografik Faktörler	35
2.1.4.1. Yaş	36
2.1.4.2. Cinsiyet	36

2.1.4.3. Gelir	37
2.1.4.4. Aile	38
2.1.5. Çevresel Faktörler.....	39
2.1.6. Ekonomik Faktörler	40
2.1.7. Teknolojik Faktörler	40
2.1.8. Sağlık	41
2.2. Çocuk Giyiminde Tasarım Süreci.....	42
2.2.1.Trendlerin Araştırılması ve Sentezi	42
2.2.2. Hedef Kitlenin Belirlenmesi.....	43
2.2.3. Konsept Araştırması.....	43
2.2.4. Tasarımların Oluşturulması.....	43
2.2.5. Renk paletlerinin ve desenlerin belirlenmesi	44
2.2.6. Kullanılacak Materyallerin belirlenmesi.....	44
2.2.7. Maliyetlerin Hesaplanması.....	44

3. BÖLÜM

DÜNYACA ÜNLÜ ÇOCUK GİYİM MARKALARINA GENEL BİR BAKIŞ VE

“HAYALBAZ”ADLI KİŞİSEL KOLEKSİYON ÇALIŞMASI

3.1. Dünyaca Ünlü Çocuk Giyim Markalarına Örnekler	48
3.1.1. ZARA Kids	48
3.1.2. H&M Kids	49
3.1.3. GAP Kids	50
3.1.4. Catimini.....	51
3.1.5. Jacadi.....	52
3.2. “Hacivat ve Karagöz” Gölge Oyunundan Esinlenerek Hazırlanan “Hayalbaz” Adlı Kişisel Hazır Giyim Koleksiyonu	52
3.2.1. “Hayalbaz” Adlı Kişisel Koleksiyonun Teması ve Hikâyesi	52
3.2.2. “Hayalbaz” Adlı Kişisel Koleksiyonun Oluşum Süreci, Renk ve Kumaş Bütünlüğü	56
3.2.3. “Hayalbaz” Adlı Kişisel Koleksiyon Tasarımları	58
3.2.3.1. Tasarım ve Uygulama 1	58

3.2.3.2. Tasarım ve Uygulama 2	62
3.2.3.3. Tasarım ve Uygulama 3	66
3.2.3.4. Tasarım ve Uygulama 4	70
3.2.3.5. Tasarım 5	74
3.2.3.6. Tasarım 6	77
3.2.3.7. Tasarım 7	80
3.2.3.8. Tasarım 8	83
SONUÇ	86
KAYNAKÇA	88
İNTERNET KAYNAKLARI.....	95
ÖZGEÇMİŞ	96
CD.....	

KISALTMALAR

a.g.e.	: adı geçen eser
agm.	: Adı geçen makale
çev.	: çeviren
E.T.	: Erişim Tarihi
ss.	: sayfa sayısı
TBMM	: Türkiye Büyük Millet Meclisi
TSE	: Türkiye Standartları Enstitüsü
vb.	: ve benzeri
vd.	: ve diğerleri
TDK	: Türk Dil Kurumu
Öğr.	: Öğretim
yy.	: yüzyıl
s.	: sayfa
WHO	: Dünya Sağlık Örgütü (World Health Organization)

RESİM LİSTESİ

Resim 1: Kız Çocuklarda Boy ve Kilo Çizelgesi.....	7
Resim 2: Erkek Çocuklarda Boy ve Kilo Çizelgesi.....	7
Resim 3: Çocukların arkadaşları ile ilişkisi	11
Resim 4: Kendisi giyinen çocuklar.	14
Resim 5: Kendisi giyinen çocuk	15
Resim 6: Giyinme oyunu.....	16
Resim 7: Giyinme oyunu.....	17
Resim 8: Kinder Tunica.	22
Resim 9: Osmanlı’da Benzer Kıyafet Giyen Kadın ve Kız Çocuğu.24	
Resim 10: Asker baba ve çocukları.....	25
Resim 11: Avrupa modasına göre giydirilen çocuklar	25
Resim 12: Osman Hamdi Bey ve Kızı Nazlı	27
Resim 13: Osmanlı XVIII. yy. şehzade kaftanı	27
Resim 14: Osmanlı hükümdar I. Ahmet’in çocukluk kaftanı.....	28
Resim 15: Osmanlı dönemi çocuk kıyafeti.....	29
Resim 16: Cumhuriyet dönemi ilk öğrenci kıyafeti	31
Resim 17: 1990 yıllarında uygulanan okul kıyafetleri	32
Resim 18: Türkiye'nin ve Dünya'nın çocuk giyim modası.....	33
Resim 19: Çocuk giysilerinde yanlış aksesuar kullanımı.....	41
Resim 20: ZARA-KIDS, Sonbahar Kış 2019-2020	49
Resim 21: H&M, İlkbahar 2020	50
Resim 22: Gap, “ <u>Sarah Jessica Parker</u> ” adlı Sonbahar koleksiyonu 2018	51
Resim 23: Catimini, İlkbahar Yaz 2020	51
Resim 24: Jacadi çocuk giyim koleksiyonu	52
Resim 25: “Hayalbaz” adlı kişisel koleksiyonun hikâye panosu.....	56
Resim 26: Sedat Yalçın, “Hayalbaz” koleksiyonu.....	59
Resim 27: Tasarım I. Teknik Çizim.....	60
Resim 28: Tasarım I. Ürün Fotoğrafı.	61
Resim 29: Sedat Yalçın, “Hayalbaz” koleksiyonu.....	63
Resim 30: Tasarım II. Teknik Çizim.	64

Resim 31: Tasarım II. Ürün Fotoğrafi.....	65
Resim 32: Sedat Yalçın, “Hayalbaz” Adlı kişisel koleksiyon.....	67
Resim 33: Tasarım III. Teknik Çizim.	68
Resim 34: Tasarım III. Ürün Fotoğrafi.	69
Resim 35: Sedat Yalçın, “Hayalbaz” Adlı kişisel koleksiyon.....	71
Resim 36: Tasarım IV, Teknik çizim.....	72
Resim 37: Tasarım IV. Ürün Fotoğrafi.	73
Resim 38: Sedat Yalçın, “Hayalbaz” koleksiyonu, SS/ 21-22, Tasarım V.	75
Resim 39: Tasarım V. Teknik Çizim.	76
Resim 40: Sedat Yalçın, “Hayalbaz” koleksiyonu, SS/ 21-22, Tasarım VI.....	78
Resim 41: Tasarım VI. Teknik Çizim.	79
Resim 42: Sedat Yalçın, “Hayalbaz” koleksiyonu, SS/ 21-22, Tasarım VII.....	81
Resim 43: Tasarım VII. Teknik Çizim.	82
Resim 44: Sedat Yalçın, “Hayalbaz” koleksiyonu, SS/ 21-22, Tasarım VIII.	84
Resim 45: Tasarım VIII. Teknik Çizim.....	85

GİRİŞ

İnsanın doğumuyla başlayan, büyüme serüveninin ilk aşaması olan çocukluk dönemi kategorize edildiğinde; “Yeni Doğan”, “Yeni Yürüyen Çocuk”, “Kız-Erkek Çocuk”, “Ergen Kız-Erkek” olmak üzere dört gruba ayrılmaktadır (Sorger, Udale, 2013:158).

“Yeni Doğan” grubu 0-1 yaş bebeğidir. On iki ayın sonunda bebek çocukluk devresine ulaşır. İlk adımların atılmaya başladığı bu dönemde konuşma gayreti ve tek aşamalı komutları yerine getirme çabaları görülür.

2-3 aralığında hedefe yönelik bilinçli davranışlar oluşur. Dikkat süresi bir önceki yıla göre uzamıştır.

3-4 yaştan başlayarak çocuk oyun çağına girer. Motor becerileri gelişmiştir. Bilinçsel dil gelişimi de ilerlemektedir. Sayı sayar, renkleri tanımaya başlar. Direktifleri yerine getirme de beceri sahibi olan grup 0-4 yaş grubudur. Sosyalleşmeye eğilim konusunda anaokullarından ve aile içinden destek alır.

5-6 yaş çocukları sosyaldir. Kas hakimiyeti gelişmiştir. Kararlarını çabuk verir. Altı yaş çocukları fiziksel enerjilerini çeşitli etkinliklerle ortaya koyar.

“Okul Öncesi” dönem olarak adlandırılan bu evrede çocuğunun iletişim becerilerinin gelişmesi için gerekli olanakların sağlandığı koordinasyonlarının güçlendiği ve ilkokul hazırlığının başladığı dönemdir (<https://www.cocukdunya.com> E.T. 02.11.2019).

“Okul Öncesi Yaş Grubu Çocuk Giyiminde Tasarım Sürecini Etkileyen Faktörler” başlıklı bu tezin amacı; söz konusu yaş gruplarından özellikle 4-6 yaş aralığındaki çocukların giyim konusundaki farkındalıkları, onların gelişimine uygun, beğenilerini karşılayacak, hikâyesi olan, bir koleksiyonun tasarlanmasındaki sıra düzeni üzerine uygulamalı bir çalışmadır. Koleksiyon; tasarımdan dikişe, bitim işlemlerine kadar uzayan işlemler zincirini kapsamaktadır.

Bin yıllarının insanlık tarihi içinde kadın-erkek-çocuk yerleşik hayata geçene kadar göçebe insan toplulukları olarak yaşamışlardır. İnsanın doğal çevresiyle etkileşimi incelendiğinde ilk insanların büyük ölçüde uyum sorunları yaşadıkları bilim insanları ve araştırmacılar tarafından her yönüyle hala araştırılmaktadır.

İlerleyen zamanda çok parçalı, özel amaçlı aletler kullanarak sorunlarını çözmeye çalışan insan çevreyle etkileşiminde aklının önemli bilişsel alanını kullanmıştır (Mithen, 1996:145).

İnsan için yiyecek, barınmak, ısınmak gibi temel gereksinimlerini bir araya getirmek son derece zorlayıcı olmuştur. Bu durum teknolojik eksiklikler yüzünden daha da şiddetlenmiştir.

İnsan çıplak bedenini avladığı hayvan postlarına sararak sert hava koşullarından ve bölge coğrafyasındaki olumsuzluklardan korunmaya çalışmıştır (Mithen, 1996:45).

Yarı göçebe olan Neanderthal insanının giysilerinin gelişmemiş olmasının sebebi dikilmiş giysiler üretebilecekleri teknolojiden henüz yoksun olmalarıdır. Kemik iğneler ilk kez 18.000 yıl önce ortaya çıkmıştır (Mithen, 1996:145). Bu durum Avcı-Toplayıcı insanın yerleşik hayata geçişiyle birlikte değişmiştir. Toprağı işleyen, ekip-biçen, bitkisel, hayvansal lifleri gereksinimleri için dokuyarak, örerek kullanan insan Neolitik çağda anne-baba ve çocuktan oluşan adeta çekirdek ailedir. Neolitik çağda bu kavram geçici ve dönemseldir.

Yarı göçebe olan Avcı-Toplayıcılar dış etkenlere karşı dayanıksızdırlar. Doğan çocukların dörtte üçü daha olgunluk yaşına gelmeden hastalıktan, kötü beslenmeden ve açlıktan ölmüşlerdir.

Neolitik çağda ömürleri oldukça kısa olan çocukların bedenlerini örtme sebebinin erişkinlerdeki gibi korunmaya yönelik olduğu düşünülebilir.

Antik kültürlerde dikdörtgen şeklinde bir şal bedene sararak ve vücut üzerinde drapelerle şekillendirerek kullanmışlardır. Dikdörtgen kumaşların biçilmeden, “T”

formunu koruyarak dikilmesiyle oluşan “Tunik” adlı temel giysi hem kadınlar, hem erkekler hem de çocuk giysisi olarak benzer bir şekilde günümüzde de giyilmektedir.

Kumaş ömürlük bir nesne olduğundan eskimeye mahkûmdur. Tarih boyunca çocuk giysileri büyüklerin giysilerinin küçültülmüş benzerleridir. Çocukların ebeveynlerini kendilerine örnek almaları, onlara benzeme arzuları sebebiyledir.

Tarihin özellikle ekonomik kriz dönemlerinde yetişkinlerin yıpranmış giysilerinin sağlam parçaları dikiş teknikleri kullanarak birbirlerine eklenmiş, çocuk giysisine dönüştürülmüştür.

Bazen de moda eğilimleri anne-kız, baba-oğulun bir örnek giyimine imkan sağlamıştır.

Çocuk giyim sektörü günümüzdeki boyutuna ulaşmadan önce çocuk giyimi, ev içi ortamlarda kadınlar tarafından, mahalle ortamında terziler tarafından dikilmiştir.

Giyim erkeklerden çok kadınların ilgisini çeken bir konudur. Kız çocuğunun giyimi erkek çocukların giyimine kıyasla çeşit ve model zenginliğine sahip olmuştur. Erkek çocukların giyiminin daha sınırlı kaldığı görülür.

Günümüzde çocuk giyim pazarı daha sağlıklı, daha konforlu gündelik giyime doğru giderek kaymaktadır. Bir çok ülkede okul üniformaları gibi resmi kıyafetlere duyulan ihtiyaç azalmakta, çocuk kıyafetlerinde gündelik giyim ön plana çıkmaktadır (Jones, 2009:59).

“Okul öncesi Yaş Grubu Çocuk Giyiminde Tasarım Sürecini Etkileyen Faktörler” başlıklı tez çalışması üç bölümden oluşan bir araştırmadır.

Birinci bölümde, okul öncesi çocukların fiziksel ve sosyal gelişimleri üzerinde durulmuş ve giyimin psiko-sosyal gelişimleri üzerine etkisi irdelenmeye çalışılmıştır.

İkinci bölümde, giyim modasını etkileyen faktörler araştırılmış, çocuk giyiminde faktörler tarihsel, kültürel, toplumsal, demografik, çevresel, ekonomik, teknolojik ve sağlık olarak ele alınmış ve tasarım süreci aktarılmaya çalışılmıştır.

Tezin üçüncü bölümü, “Karagöz-Hacivat” temalı “Hayalbaz” adlı çocuk giysi koleksiyonu hazırlığıdır. Bu aşamada tasarımın çıkış noktası olan ve geleneksel gölge oyunundan esinlenerek temel figürlerinden olan Karagöz ve Hacivat’ın kimlikleri üzerine bir araştırmanın yapılması, koleksiyon adının belirlenmesi, koleksiyonla ilgili eskiz çalışmalarının yapılması, modellerin oluşturulması, renk paletlerinin oluşturulması, kullanılacak desenlerin seçimi ile kumaş ve malzemelerin belirlenmesi aynı zamanda ürün geliştirme çalışmalarını kapsamaktadır.



1.BÖLÜM

OKUL ÖNCESİ ÇOCUKLARDA FİZİKSEL, SOSYAL GELİŞİM VE GİYİMİN PSİKO-SOSYAL GELİŞİMLERİ ÜZERİNE ETKİSİ

1. BÖLÜM

OKUL ÖNCESİ ÇOCUKLARDA FİZİKSEL, SOSYAL GELİŞİM VE GIYİMİN PSİKO-SOSYAL GELİŞİMLERİ ÜZERİNE ETKİSİ

Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Sözleşmesi'nin 1. Maddesi çocukluğun tanımıyla ilgilidir ve bu maddede “Her birey on sekiz yaşına kadar çocuk olarak kabul edilir” ifadesi yer almaktadır (UNICEF, 2004).

On sekiz yaş altındaki her birey çocuk kabul edilmekte ve bu çocukların bedensel, bilişsel, dil ve sosyal-duygusal gelişimleri büyük önem taşımaktadır. Özellikle 0-6 yaş arası okul öncesi dönem, hem fiziksel hem psiko-sosyal pek çok gelişimsel deneyimin ve becerinin kazanıldığı dönemdir.

1.1. 04-06 Yaş Çocuklarda Fiziksel Gelişim

Bireyin sağlıklı yaşaması ve olumlu davranışlar kazanması bedensel gelişimi ile yakından ilgilidir. Okul öncesi dönemde çocuklar bir bütün olarak büyüme göstermektedir. Bebeklik döneminde çok hızlı olan fiziksel gelişim, dört-altı yaş arasında biraz daha yavaşlamaktadır.

Boy: Erken çocukluk döneminde, boy uzunluğundaki artış gittikçe yavaşlamaktadır. İki-dört yaş arasındaki bir çocuk her yıl yaklaşık yedi cm uzarken 4 yaştan 10 yaşa kadar yılda yaklaşık beş-altı cm uzamaktadır. Dört yaşında boy yaklaşık 1 metre civarında iken, altı yaşında yaklaşık 105-115 cm ye ulaşmaktadır. Bu dönemde kız çocukların boyu erkek çocuklara oranla daha düşüktür.

KIZ ÇOCUKLARDA BOY VE KİLO CETVELİ						
KİLO			YAŞ	BOY		
Alt Sınır	Ortalama	Üst Sınır		Alt Sınır	Ortalama	Üst Sınır
	3.3		Doğum		50.0	52
4.0	5.4	7.0	3 Ay	54.0	58.5	62.5
5.4	7.4	9.2	6 Ay	58.0	64.5	66.5
6.4	8.6	10.3	9 Ay	61.5	69.5	73.5
7.1	9.9	12.1	1 yaş	64.5	73.0	77
7.7	10.4	13.0	1 yaş 3 ay	68.0	76.5	81
8.3	11.0	13.7	1 yaş 6 ay	71.0	79.5	84.5
8.7	11.6	14.4	1 yaş 9 ay	73.5	83.0	88
9.2	12.2	15.1	2 yaş	76.5	85.5	91
9.5	12.7	15.7	2 yaş 3 ay	79.0	88.5	93
9.9	13.1	16.3	2 yaş 6 ay	81.5	90.5	96
10.2	13.5	16.9	2 yaş 9 ay	83.5	92.5	98
10.6	14.0	17.5	3 yaş	85.5	95.0	100
10.9	14.4	18.3	3 yaş 3 ay	87.0	96.5	103
11.2	15.0	19.0	3 yaş 6 ay	89.0	98.5	105
11.4	15.5	19.8	3 yaş 9 ay	90.5	100.0	106.5
11.6	16.0	20.6	4 yaş	92.0	102.0	108
12.0	17.1	22.0	4 yaş 6 ay	94.7	105.0	111.5
12.6	18.2	23.8	5 yaş	97.5	108.0	114.5
13.2	19.2	25.2	5 yaş 6 ay	100.5	111.0	116.5
13.7	20.2	26.5	6 yaş	103.0	114.0	121
14.4	21.3	28.3	6 yaş 6 ay	105.5	117.0	124

Resim 1: Kız Çocuklarda Boy ve Kilo Çizelgesi

(Kaynak: <https://www.turkiyegazetesi.com.tr/saglik/642417.aspx>, E.T.19.10.2019)

ERKEK ÇOCUKLARDA BOY VE KİLO CETVELİ						
KİLO			YAŞ	BOY		
Alt Sınır	Ortalama	Üst Sınır		Alt Sınır	Ortalama	Üst Sınır
2.8	3.4	4.0	Doğum	47.0	50.0	52.0
4.1	5.9	7.5	3 Ay	54.5	60.5	64.5
5.6	7.8	9.7	6 Ay	59.5	66.5	70.5
6.5	9.0	11.3	9 Ay	64.0	71.0	75.5
7.4	10.0	12.5	1 yaş	68.0	74.7	80.5
8.1	10.8	13.5	1 yaş 3 ay	71.5	78.0	84
8.6	11.5	13.8	1 yaş 6 ay	75.0	81.5	88
9.1	12.1	15.0	1 yaş 9 ay	77.0	84.0	92.5
9.5	12.7	15.7	2 yaş	79.5	86.5	93.0
9.9	13.1	16.3	2 yaş 3 ay	81.5	89.0	97.5
10.3	13.5	17.0	2 yaş 6 ay	83.5	91.0	100.0
10.7	14.1	17.7	2 yaş 9 ay	85.3	93.5	102.5
11.1	14.6	18.3	3 yaş	86.7	95.3	105.0
11.4	15.1	18.9	3 yaş 3 ay	88.3	97.4	107.3
11.7	15.6	19.6	3 yaş 6 ay	89.7	99.0	109.5
12.0	16.2	20.8	3 yaş 9 ay	91.0	101.0	111.5
12.3	16.7	21.2	4 yaş	92.5	102.5	114.0
12.7	17.7	22.6	4 yaş 6 ay	95.5	106.4	118.0
13.4	18.7	24.0	5 yaş	98.0	109.5	121.5
14.1	19.7	25.6	5 yaş 6 ay	101.3	113.0	125.0
14.8	20.0	26.8	6 yaş	104.0	116.0	127.5
15.6	22.0	28.4	6 yaş 6 ay	106.7	119.0	130.5

Resim 2: Erkek Çocuklarda Boy ve Kilo Çizelgesi

(Kaynak: <https://www.turkiyegazetesi.com.tr/saglik/642417.aspx>, E.T. 19.10.2019)

İki-altı yaş döneminde fiziksel gelişim hızı, 0-2 yaşa göre azalma göstermektedir. 5 yaşın sonunda kilo, doğum ağırlığının yaklaşık altı katına ulaşarak 20 kilograma, 6 yaşında ise yedi katı yani yaklaşık 23-14 kg'a ulaşmaktadır (Dinçer ve Tutkun, 2019).

Kemik ve Dişler:

İki ile altı yaşlar arasında, yaklaşık olarak 45 yeni kemik ucu ya da kırkırdak sertleşerek kemiğe dönüşmektedir. Yine 5-6 yaşlarında el ve ayak bileklerindeki kemik sayısı da artmaktadır. Ayrıca 5 yaştan sonra çocuklar süt dişlerini kaybedip, yeni dişler çıkarmaktadırlar (Dinçer ve Tutkun, 2019).

Gallahue (1982), çocuklardaki hareket gelişim dönemlerini şu şekilde tanımlamıştır;

- Refleksif hareketler dönemi (Yeni doğan dönemi)
- İlkel hareketler dönemi (2 yaşın sonuna kadar olan dönem)
- Temel Hareketler dönemi (3-7 yaş dönemi)
- Sporla ilgili hareketler dönemi (7 yaş ve üzeri) (Gallahue, 1982: 12)

Fiziksel büyüme ve merkezi sinir sisteminin gelişimine dayalı olarak organizmanın isteğe bağlı hareketlilik kazanması ise motor gelişim olarak tanımlanmaktadır (Erşan, 2020: 130).

Motor gelişimin iki çeşidi bulunmaktadır. Büyük kas motor gelişimi ve küçük kas motor gelişimi. Çocuklarda öncelikle büyük kas becerileri gerektiren davranışlar (yürüme, koşma gibi) görülmekte, küçük kas gelişimi gerektiren ince motor beceriler (nesne kontrol becerileri ve elin yönetimi) ise daha sonra gelişmektedir (Bayhan ve Artan, 2007). Buna göre;

- 2,5 yaşındaki bir çocuk giysilerini çıkarmaya başlar.
- 3 yaşında kendisi giyinebilir ancak düğmeleme konusunda yardıma ihtiyaç duyar.

-4-5 yaşlarında yardımsız kendisi giyinip soyunabilir ve kaşık çatalı becerikli bir şekilde kullanabilir

-5-6 yaş çocuklar resim çizme, kesme yapıştırma katlama gibi becerilerini rahatlıkla yapabilir ve tamamen yardımsız giyinip soyunabilirler (Oktay, 2004).

1.2. 04-06 Yaş Çocuklarda Psiko-Sosyal Gelişim

İnsan Sosyal bir varlıktır ve bu sosyalleşme sürecinde çeşitli aşamalar yaşamaktadır. Bu aşamalarla hayata bakışı şekillenmekte ve kendi öz benliği oluşmaktadır. Sosyalleşme, içinde bulunulan toplumsal yapının kültürünü, inançlarını ve değerlerini içine alır, kişinin bunları özümsemesini sağlar.

İnsanın sosyalleşmesini psikolojik temeller içerisinde ele alan Erik H. Erikson, psikososyal gelişim kuramını ortaya atmıştır. Erikson'a göre kişilik gelişimi, ard arda gelen sekiz aşamayla gerçekleşmektedir. Her aşamada birbirinin zıttı olan iki duygu ayrılmakta ve gelişmektedir. Zıt duygular arasındaki çatışma, ortaya çıktığı aşamaya özgü krizin temelini oluşturmaktadır. Aşamanın sonunda üstünlük sağlayan duygu, sonraki aşamanın alt yapısını da belirlemektedir (Dereboy,1993: 49-50).

Erikson, 0-1 Yaş Aralığını Temel Güven Duygusuna Karşı Güvensizlik Dönemi,

1-3 Yaş Aralığını Özerk Olmaya Karşı Kuşku Duyma Dönemi,

3-6 Yaş Aralığını ise Girişimcilik Duygusuna Karşı Suçluluk Duyma Dönemi olarak gruplamaktadır.

Çocuk bu aşamada yakın ve uzak çevresindeki yetişkinlerin sahip olduğu rolleri fark eder. Yetişkin davranışlarına ilişkin her şeyi irdelemeye başlar. Yaşamda birçok farklı rolün olduğunu fark eden çocuk, oynadığı oyunlarda ve daldığı hayallerde özdeşim kurarak yetişkin rollerine bürünmeye çalışır. Bu davranışlar, çocuğa hem girişimcilik becerisi kazandır hem de hayallerinin peşinde koşmayı öğretir (Erikson, 1984: 122).

Erikson'a göre çocuğun motor ve dil gelişimi, onun fiziksel ve sosyal çevresini daha fazla araştırmasına katkı sağlamaktadır.

1.2.1. Çocuğun Psiko-Sosyal Gelişiminde Ailenin Önemi

Çocuğun yaşamındaki en etkili sosyalleştirme kurumu ailesidir. Toplumun kültür değerlerinin bir kuşaktan diğerine aktarılması şeklindeki temel eğitimsel işlerinin yanında, aile özellikle okul öncesi dönemde çocuğun yaşamında etkili bir sosyalleştirme görevi yapmaktadır. Anne babanın ve aile içindeki diğer bireylerin çocukla etkileşimi, onun aile içindeki yerini belirler. Aile çocuğun ilk sosyal deneyimlerini edindiği yerdir. Bu dönemde çocuk sosyal bir birey olmaya çabalarırken, Aynı zamanda en küçük ayrıntıya kadar kopya edebileceği bir modele gereksinim duyar. Bu özdeşleştirme kişiliğin oluşumu için büyük önem teşkil eder; bunun da en sağlıklı aile içindeki üyelerle gerçekleştirilebilmektedir (Yavuzer, 1993:145).

Çocuklar hayatla başa çıkma yollarını ailede öncelikle de anne ve babadan öğrenirler. Bütünüyle tüm araştırmalar ve gözlemler destekler ki çocuk ve gençlerin ruhsal sağlığı, problemleri ile ailenin durum ve tutumu arasında büyük bir ilişki söz konusudur. (Ekşi, 1990:15).

Anne baba tutumunun çocukların gelişimindeki etkileri üzerinde durulan araştırmalardan biri Parker tarafından yapılmıştır. Parker, çocuklukta aşırı koruyucu tutum ile yetişkin yaşamdaki durum arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Aşırı denetim ve baskının sevgi azlığı ile bulunduğu zaman çocukları çok olumsuz yönde etkilediğini göstermiştir. Yine onun araştırması anne babaların aşırı koruyuculuğu, çocukta ilerde duygusal problemlere yol açabileceğini göstermiştir (Parker, 1983: 62).

Aşırı otoriter tutum ise çocuğun kendine olan güvenini ortadan kaldıran, onun kişiliğini hiçe sayan bir tutumdur.

1.2.3. Çocuğun Psiko-Sosyal Gelişiminde Arkadaş İlişkilerinin Önemi

Çocuklarda arkadaşlık gereksinmesi bebeklik dönemine kadar uzanmaktadır. Çocuklar arkadaşlarıyla birlikte iken grup isteklerini ve kabul edilen davranışı öğrenirler. Çocukların ev dışı çevrelerindeki arkadaş ve diğer erişkinlerle olan ilişkileri olumlu ve doyum verici ise onlar bu ilişkiden memnun kalacaklar ve aynı ilişkilerin

yinelenmesini isteyeceklerdir. Aksi gerçekleştiğinde ise dış dünyayla ilişkilerini kesecekler ve aile üyelerine döneceklerdir.

Okul öncesi dönemde, akran ilişkilerinin temel niteliklerine bakıldığında, bu dönem çocuğu için onaylanmanın önemli bir sosyal destek olduğu görülmektedir. Arkadaşlardan gelen yardımı kabullenme ve gerekli durumlarda akranlara yardım etme de ilişkileri geliştirecek diğer unsurlardandır. Olumsuz duyguların uygun biçimde ifade edilmesi de ilişkileri olumlu yönde etkileyebilmektedir. Nezaket, ilişkileri olumlu yönde pekiştirirken, çatışmalardan kaçınma da akran ilişkileri açısından önem taşımaktadır (Gülay, 2009: 85).



Resim 3: Çocukların arkadaşları ile ilişkisi

(Kaynak: <https://www.purewow.com/family/types-of-play> E.T.06.03.2019)

Bu dönem çocuklarında oyun arkadaşları da onlara birtakım kavramlar kazandırmaktadır. Bunlardan bir bölümü doğru bir bölümü yanlıştır. Bir gruba ait olma, çocuğa sadece arkadaş ve eğlence sağlamakla kalmayıp aynı zamanda ona gurur ve statü duygusu da vermektedir.

1.2.4. Çocukta Temel Güven Duygusunun Gelişimi

Çocuğun temel güven duygusuna sahip olması, ruh sağlığı açısından oldukça önemlidir. Anne-baba ve bebek arasında oluşan ilk bağlar güvenin temelini oluşturmaktadır. Çocuklar ancak sevildiği, olumlu iletişim ve tutarlı ilişkilerin bulunduğu bir aile ortamında temel güven duygusu geliştirebilirler. Böyle bir aile ortamında çocuk kendini güven içinde hissettiği gibi başkalarına ve dünyaya nasıl güveneceğini öğrenir. Güven içinde büyüyen çocuklar çevresine kolay uyum sağlarlar (Erşan, 2020: 131).

Çocukluğunda temel güven duygusu sağlıklı gelişen insan ilerde de kendine güvenir; ileriki yaşamlarında da alışkanlık ve kuşuklara çok daha az kapılırlar. Ailesinde sevgi içinde büyüme olanağı bulamayan ya da bu konuda süreklilik göremeyen çocuklarda temel güven duygusu sağlıklı gelişemez. Böyle temel güven duygusundan yoksun çocuklarda içe kapanma, şüphecilik ve aşırı derecede alınganlık görülmekte ve çocuk kişiliğini tam olarak bulamayabilmektedir (Erikson, 1968:50).

1.2.5. Çocukta Benlik Duygusunun Gelişimi

Kişinin benliği, kendisini ayrı bir birey olarak tanımlama deneyiminden oluşmaktadır. Kişinin kendi varlığının bilincinde olmasını sağlamayan fikirler tutumlar, yapısına katılımla geçen özelliklerinin de yardımıyla çocukluğunda oluşmaya başlayarak ona hayat yolunu açmaktadır. Benlik, çocuğun bilen ve düşünebilen bir kişi olduğunun bilincine varmasını sağlayan tanıma unsurlarını içine alır. Bu tanıma unsurları çocuğun kendini kavraması ve fiziki özelliklerini algılamasını sağlamaktadır. Kendini kavraması kim ve ne olduğu, bir insan olarak nitelikleri, yetenekleri, amaçları, inanışları, ahlak yükümlülükleri ve bilinçli olarak elde ettiği değerleri demektir. Çocuğun kendini kavraması yalnızca halindeki durumunu kavramasından ibaret değildir aynı zamanda kendine bakış açısını da kapsamaktadır. Çocukluğun sonuna doğru kendini tanıma unsuru yalnızca bilme durumundan ibaret olmayıp, insanın kendi fikir, duygu ve atılımlarını düzenlemeye düşüncelerinin konularını seçme yeteneğini sağlayan düşünme gücünü de içine alır. Bu düşünme yeteneği, insan zihninin en üstün niteliğinin ve benliğinin işleyişi içinde en ince uğraşısını ortaya koyar. Bu yetenek eğitildiğinde

insan fikirlerini irdeler, güdülerini araştırır, benliğin algısal ve kavramsal dokusunu inceden inceye araştırır. Benlik, duygusal durumları da içine alır ve insanın his, duygu ve ruh hallerinin tümünü kapsar (Jersild, 1979: 178).

Sullivan, çocuktaki benlik sisteminin bir çeşit yansıyan değer verme süreci ile oluştuğunu öne sürmektedir. Başkaları tarafından değerli bulunan çocuk zamanla kendisine değer vermeye başlar. Hayatında önemli olan kişilerin özellikle annesinin onaylaması öz onaylamanın başlangıcı olduğu gibi, diğer kişilerin onaylamaması da çocuğun kendini onaylamamasına götürmektedir (Sullivan, 1947: 32).

Benliğin en önemli yönlerinden biri de büyüyen çocuğun kendini gelecekte ne olarak görmek istediğidir. Çocuklar geleceğe yönelik umutlar beslemekte ve henüz gücünün yettiği sınırlar içinde olmayan hedeflere doğru ilerlemeye çalışmaktadır. Çocuğun geleceğe bakışını belirleyen güçlü bir etmen, onun kendini değerlendirirken takındığı tutumda aranmalıdır.

Yapılan araştırmalar çocuğun kendini değerlendirmesi ile anne babanın ona bakış açısı arasında önemli ölçüde tutarlılık olduğunu göstermiştir. Çocuğun kendini değerlendirmesini etkileyen bir diğer etken de çevresidir. Çevresindeki kişiler de anne-baba kadar çocuğun kendini değerlendirmesi üzerinde oldukça etkili olduğu bilinmektedir.

1.3. 04-06 Yaş Çocuklarda Giyimin Psiko-Sosyal Gelişim Üzerine Etkisi

Çocuk doğduğu andan itibaren hem fiziksel hem sosyal gelişme içindedir. Bu gelişim devam ettikçe çocuğun hayatındaki pek çok şeye etkileri de devam eder. Fiziksel ve sosyal gelişim onların davranışlarının fikirlerinin üzerinde etkili olduğu gibi onların giyim seçimleri üzerinde de etkilidir. Çocuğun giyim seçimi, onun fiziksel yapısı, psikolojisi ve sosyal düşünceleriyle doğru orantılıdır.

Kendine güvenen benlik duygusu gelişmiş bir çocuğun giyim seçimi kendine güvensiz bir çocuktan farklıdır. Kendine güvenen çocuklar ne istediğini bilir ve

giysilerini kendileri seçmek isterler. Bunun yanında kendine güvensiz çocuklar her zaman kararsız ve çevresine bağımlıdır.

Giyim yetişkinlerde kimlik ifadesi olurken çocukların gelişiminde de oldukça önemlidir. Aile çocuğa giysi alırken ona da seçme şansı tanımaya önem vermelidir. Hoşlanmadığı, giymek istemediği giysileri giymesi için zorlanmamalı ve bu durumun nedenleri araştırılmalıdır. Çocuğun yaşına göre, kendisinin giyip çıkabileceği giysiler alınmasına özen gösterilmeli, kendi kendine giyinmesi konusunda teşvik edilmelidir.



Resim 4: Kendisi giyinen çocuklar.

(Kaynak: https://www.123rf.com/photo_4100311_adorable-young-boy-getting-dressed-putting-his-socks-on.html E.T.06.03.2019)

Çocuğun, bağımsız ve sorumluluk sahibi, kendi kendine karar verebilen, güvenli bir çocuk olmasında da giysi seçimi yardımcı olabilir. Ne giyeceğine, hangi giysiyi alacağına kendi karar veren bir çocuk, kendini ilgilendiren özel bir konuda da sorumluluk alarak birey olma yolunda adım atar. Bu nedenle ebeveynlerin, çocuğun onayını almadan onu giyim konusunda zorlamaları çocuktaki benlik algısını olumsuz yönde etkileyebilir. Aynı şekilde bir kıyafeti giymesi için herkes bunu çok beğenecek tarzında bir ikna yoluna giden ebeveyn çocuğuna kendisinin değil başkalarının

beğenisinin önemli olduğu mesajını verebilir. Bu da onun bağımlı, güvensiz, benlik algısı zayıf, yetersiz ve isyankâr bir çocuk olmasına neden olabilmektedir (Satı, 1999:197).

Çocuğun kendi kendine giyinmesi giyim konusunda anne babanın dikkat edecekleri noktalardan biridir. Kendi kendine giyinme kol-vücut koordinasyonunu geliştirebileceğı gibi, çocukların kendi kendine yeterli olma, bağımsızlık güven gibi özellikler kazanmalarına yardımcı olmaktadır.



Resim 5: Kendisi giyinen çocuk.

(Kaynak:<https://www.trendyol.com/adawall/ada-kids-8932-2-lola-bunny-kiz-cocuk-odasi-duvar-kagidi-p-6936836> E.T. 06.03.2019)

Çocukların vazgeçilmezi oyun da çocukların hem fizyolojik hem psikolojik gelişimlerinde büyük öneme sahiptir. Çocuğun kas sistemini geliştiren aktif oyunun aynı zamanda çocukta biriken enerjinin boşalmasını sağladığı gibi, bu enerjinin harcanmamasının ise çocuğun içe dönük ve alıngan bir yapıya sahip olmasına neden

olabilmektedir. Oyun çocuğa içinde bulunduğu yaşamı kavramasını, gerçekte gerçek olmayanı ayırabilmesini öğretir, çocuğu yetişkinlik hayatına hazırlar.



Resim 6: Giyinme oyunu.

(Kaynak: <https://www.alamy.com/little-princess-wearing-moms-clothes-image153052213.html> E.T. 06.03.2019)

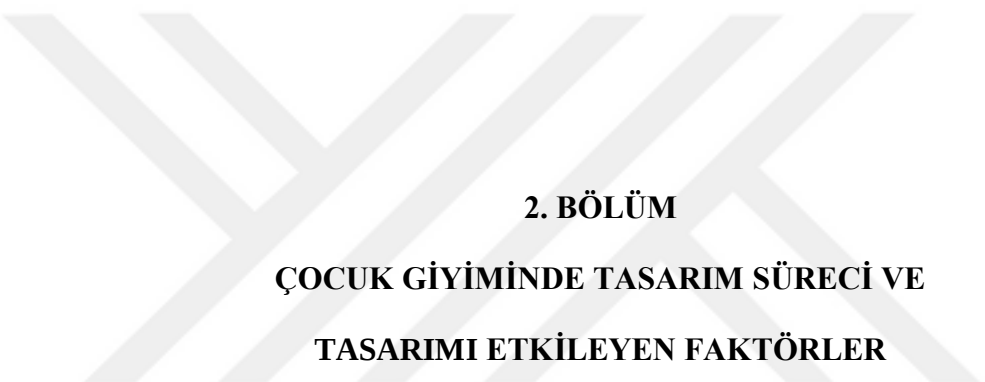
Çocuklar giyinme oyunlarında büyükler gibi kendi sahip olamadıkları denetimi elde ederler. Hayal güçlerini kullanarak olayları yönlendirip istedikleri herhangi bir olayın olmasını sağlarlar. İstedikleri kişilerin rollerine bürünürler. 4-6 yaşlarındaki çocuklar genelde anne ve baba kimliğine bürünür; oynadıkları bebekler, köpekler, kediler ise kendilerini temsil eder. Anne ve babaları kendilerine nasıl davranıyorsa bu davranışları oyunlarına yansıtırlar. Çocuklar aynı zamanda başkalarını giydirmeyi de çok severler.



Resim 7: Giyinme oyunu.

(Kaynak: <https://www.dailymail.co.uk/femail/article-2265510/How-big-business-stealing-little-girls-childhoods> E.T. 06.03.2019)

Çocukların, büyüklerin giysilerini giyip onları taklit etmeleri, eğlenmeleri, öğrenmeleri ve duygusal, sosyal, fiziksel gelişimleri açısından oldukça önemlidir.



2. BÖLÜM

ÇOCUK GİYİMİNDE TASARIM SÜRECİ VE TASARIMI ETKİLEYEN FAKTÖRLER

2. BÖLÜM

ÇOCUK GİYİMİNDE TASARIM SÜRECİ VE TASARIMI ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Günümüzde moda özellikle giyim sektöründe oldukça hızlı, değişken ve kendini yenileyen bir kavramdır. Çağdaş ve kültürel donanımına 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 donanımına sahip moda tasarımcıları gerçekleştirmektedir (Ertürk, Erdoğan, 2012: 2).

Oldukça sıkı bir çalışma gerektiren koleksiyon süreci belli aşamalara dayanmaktadır. Bu süreçte tasarımların oluşmasını etkileyen çeşitli faktörler vardır kültürel, çevresel, toplumsal, demografik, sağlık gibi adlandırabileceğimiz bu faktörler mutlaka göz önünde tutulmalıdır. Trend analizleri ile başlayan süreç, hedef kitlenin belirlenmesi, temanın seçilmesi, eskiz süreci modellerin oluşturulması malzemelerin renklerin, desenlerin belirlenmesi ile devam eder ve maliyet hesaplamalarının yapılp ürün geliştirme çalışmaları ile sonuca bağlanmaktadır.

2.1. Çocuk Giyiminde Tasarım Sürecini Etkileyen Faktörler

Bir koleksiyonun oluşma sürecinde talepleri karşılayabilmesi için dikkat edilmesi gereken önemli unsurlar vardır. Tüketicilerin tercihlerinde kalite, fiyat, gelir seviyesi, demografik yapı, iklim, nüfus, coğrafi konum, tasarım çeşitliliği, marka, sosyal statü, gibi özellikler tüketicilerin tercihlerinde önem arz etmektedir (Öngüt, 2007: 11). Bu unsurların başında ailenin geliri, mesleği, sosyal statüsü, yaşanılan çevre gibi etkenler gelmektedir. Bu etkenler satın almada, önemli rol oynamaktadır (Ateşoğlu, Türkkahraman, 2009: 216-217). Bunun yanında tarihsel, kültürel toplumsal ve demografik faktörlerden söz edilebilir. Özellikle çocuk giyiminde sağlık önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Örneğin, dikiş ve kumaş özelliklerinin çocukların hassas tenlerini incitmeyecek özellikte ve sıkça yıkamaya elverişli olmaları gerekmektedir (Koç, 1997:111). Çocuğa seçilecek kıyafetin üç temel üzerine oturtulması gerekir: sağlık, güvenlik ve rahatlık. Bu temelde bir çocuğun kıyafet

uygunluğu giysinin içeriği, büyüklüğu, kullanılan aksesuarları, tasarımı ve hava durumuna uygunluğu yönleri ile ele alınmalıdır (Örün, 2014, 43-44).

2.1.1. Tarihsel Faktörler

Giyim, doğanın etkilerinden koruyan, görünümde farklılık kazandıran, kişi ile paralel; sosyal, ekonomik ve teknolojik gelişmelerle birlikte değişip, gelişebilen yapıda olup, farklı cins kumaşların kullanım biçimidir (Çağdaş ve Özkan, 2005: 182).

Yıllardır insan temel ihtiyaçlarını bulunduğu ortamdan sağlamış, giysi materyali olarak bitkisel lifleri, ağaç kabuklarını olduğu kadar hayvan deri ve tüylerini de giysi yapımında kullanmıştır. Hayvan kemiklerinden yapılan iğneleri kumaş ve deri malzemenin dikiminde kullanan insanın tarihi Antik dönemlere kadar uzanmaktadır (Carter, 1981: 7). Bununla ilgili bir diğer kaynakta giysi, ilkel insanların yaşadıkları çevre şartlarından korunma içgüdüleriyle oluşturdukları malzemeler olarak karşımıza çıkmaktadır. Kendilerinin üretemediklerini, doğada hazır bulunan otlar, yapraklar, hayvan postları gibi materyalleri kullanarak, üzerlerine hayvan dişleri, kuş tüyleri, kemikler de süsleme aracı olarak seçtiler. Zaman içerisinde kullanılan materyallerin dış etkenlerden dolayı çabuk bozulması, yıpranması sebeplerinden dolayı insanlar ağaç kabuklarından, otlardan aldıkları lifleri örme yoluna gittiler ve kumaş türü malzemeler yapmayı öğrendiler. 10 bin sene önceki insanlar keten lifinden kumaş dokumayı keşfetmişlerdir (Paşayev, 2008, 9).

İnsan kültürünün önemli unsurlarından biri olan giyim, başlangıçta vücudu korumayı amaçlamıştır. Bin yıllar içinde gelişen teknoloji insanın temel ihtiyacı olan giysilerin toplumda statü, sınıf, kimlik, cinsiyet, belirlemedeki önemini göstermektedir. İnsanın üstüne giydiği eşyaların tümüne giyim adı verilmektedir (Bayraktar, 1983: 1).

2004 yılında yayımlanan Nur Onur “Moda Bulaşıcıdır!” adlı kitabında bu bilgilere dayanarak mağara resimlerinden ilkel çağ insanının vücudunun tüylerle kaplı olduğu görülebilir. Bu nedenle, örtülmeleri gerekmez. Daha sonra, fiziksel değişikliklerin etkileri nedeniyle, insanlar kendilerini dış faktörlerden korumak için avladıkları gizlemeleri yapmaya başlamışlardır. Tarihin başında giyim işlevseldir ve

daha sonra kıyafetlerde sosyal sınıflandırma izleri ortaya çıkar. Örneğin, avcılar vahşi doğada çalıştıklarında, avcılar doğal koşullara göre giyinir, ancak kıyafetlerini giydikten sonra, çiftçilerin, soyluların ve papazların kıyafetlerinde bazı farklılıklar vardır. Bu nedenle, giyim sosyal sınıfın sembolü haline gelmiş ve sosyal statüsünü temsil etmeye başlamış olduğunu söylemek mümkündür (Onur, 2004: 28).

İlk çağlara ait bilgilerde Nil Nehri etrafında yerleşik hayat süren Mısırlıların, hava sıcaklığından dolayı çocuklara genellikle elbise giydirmedikleri ve saçlarının kısa kesildiği bilinmektedir (Marlow 1977: 4).

Sümerlerde erkek ve kadın kıyafetlerinde örme bir tunik kullanılmıştır. Mezopotamya Babil ve Asur’lu kadınların-erkeklerin de dairesel bir şekilde vücudu saran kenarları bol saçaklı zengin süslemeli şallar kullanmışlardır. En eski Akdeniz uygarlıklarından biri olan Mısır, medeniyetlerin en zenginlerinden biriydi ve nemli, sıcak bir iklimi olması dolayısıyla hafif ve serin tutan keten türü kıyafetler kullanmışlardır. Yunan Uygarlığı giyiminde dökümlü kumaşlar ve bu kumaşların meydana getirdiği bol çizgiler tercih edilmiştir. Alt giysileri olan “Chiton” (kiton) ve üst giysilerin en önemlisi olan “himation” ve “peplos” olarak adlandırılan dökümlü kumaşlar kullanılmıştır. Roma sanatı Yunan sanatının yoğun izlerini taşımaktadır (Onur, 2004: 28-32).

Mısır Ahmin-Panapolis’te bulunan çocuk entarisi tahta kalıptan bez üzerine basılmış en eski baskı örneğidir. İsa’dan sonra dördüncü yüzyıldan kalan bu baskı keten kumaş üzerine yapılmıştır (Aslıer, 1987: 1). 4. yy’la ait Kinder Tunica adı verilen çocuk giysisi iklimin kuru olmasından dolayı iyi korunmuştur (İşmal, Yıldırım, 2012: 22).



Resim 8: Kinder Tunica.

Düz dokuma keten veya pamuk boyalı boya, Mısır 500-700 yy.

(Kaynak: Forrer Koleksiyonu, Müze numarası:1522-1899, Victoria ve Albert Müzesi, Londra)

İnsan yaşamı ile bütünleşmiş olan giyim; desen, renk, biçim, estetik gibi unsurlar ile zaman içerisinde etkinliğini sürdürmüştür.

Zeki Tez'e göre,

“Giyim biçimini, genel olarak coğrafi koşullar ve maddi temele dayalı gelenekler belirlemektedir. İslam dünyasında erkek ve kadınların başı kapatan giyimlerini, Arap coğrafyasının insan fizyolojisini derinden etkileyen çöl sıcaklığı, kuraklık, kum fırtınası vb.gibi iklim koşulları belirlemiştir.” (Tez, 2009: 227).

Günümüze kadar ulaşan çeşitli kumaş örnekleri bize, dokumanın keşfiyle başlayan kumaş üretimiyle fiziksel ihtiyaçlarına karşılık bulduğu düşünülen eski dönem uygarlıklarının, zamanla estetik değerlerin de arayışına girdikleri düşünülmektedir (Özbel, 1945: 7).

Zaman içerisinde tüylü hayvanlar ile lifli bitkilerin özelliklerinden faydalanıp iplik üreten insan, dokuma ve örme teknikleri geliştirip tekstil malzemeleri üretimini başarmıştır. Yün elyafının Taş Devri sonlarında bükülüp dokunduğu, yapılan araştırmalarda koyun yapağı, geyik, ceylan, öküz ve tavşan kıllarından yapıldığına dair bilgiler mevcuttur (Özbel, 1945: 5).

İnsanın üç temel ihtiyaçlarından olan giyinme, barınma ve beslenme ile hayatlarını devam ettirme sürecinde önemli işleve sahip olan giyim insanın kültür ve gelişmişlik seviyesi göstergesidir. Sosyal statü gibi çevresel faktörlerle kendini göstermiştir (Onur, 2004: 28).

Osmanlı dönemi kıyafetlerinde özellikle saraylı çocukların giyim kuşamları önemsenmektedir. İki cins olarak ayrılan çocuklar; giyinme, beslenme, arkadaşlık, doğduğu yere göre doğum, sünnet gibi kültürel farklılıklar oluşturmaktaydı. (Ceranoğlu, Özlü, 2017: 611-612).



Resim 9: Osmanlı'da Benzer Kıyafet Giyen Kadın ve Kız Çocuğu.
(Kaynak: Ceranoğlu, Özlü, 2017: 611)

Tekstil teknolojisinde Osmanlı İmparatorluğu devrinde kumaşların özellikleri damask, brokar ve kadife teknikleri ile dokunmasına rağmen tanımları belirlenememiştir (Baker, 1991:132).

Osmanlı döneminde çocuklar, her şeyden önce kültürel özelliklerini günlük yaşamda öğrenmiştir. Geliri yüksek ailelerin çocukları, avrupa modasını takip eden ebeveynler gibi giydirilmiş, özellikle kızlar tüylü taşlarla süslü başlıklar ile, ceket, iç yelek, manto gibi giysileri giymişlerdir (Özer, 2006: 328).



Resim 10: Asker baba ve çocukları

(Kaynak: Ceranoğlu ve Özlü, 2017: 616).



Resim 11: Avrupa modasına göre giydirilen çocuklar

(Kaynak: Ceranoğlu, Özlü, 2017: 613).

1961 yılında yapılan “Çocuk Elbiseleri” adlı sergide Osmanlı padişahlarından Kanuni, III.Murat, I.Ahmet, II.Osman, IV.Mehmet, III.Mustafa ve III.Selim gibi padişahların çocukluk kıyafetlerinin de bulunduğu sergide 175 parça çocuk eşyası sergilenmiştir. Osmanlı dönemi geleneklerinde çocuğa verilen önem doğumdan itibaren başlamaktadır. Her yaştaki çocuklara ayrı bir önem verilir, iyi bir eğitim görmesi için gayret edilmiştir. Bu durum çocukların evlenme çağına gelinceye kadar devam etmiştir. 19.yy.’dan itibaren batı tarzı hâkimiyeti, çocuk kıyafetlerine yansımıştır. Genellikle çocuklar, ailelerin ait olduğu sınıfa ve meslek gruplarına göre elbise giymişlerdir. Tarikat mensuplarının çocukları derviş kıyafetleri, saray mensupları baba ve dedelerinin kıyafetlerini giymişlerdir. Kız çocukları annelerinin giysilerine benzeyen kürklü ceketler, katlı etekler, kaşmir şalvarlar, erkek çocuklar da babalarının giysilerine benzer giysiler giymişlerdir. 2 yaşında bir çocuk ile ebeveynleri arasında elbise farkı yoktu, aynı mücevher aynı biçim, aynı kumaşlar, sadece ölçü olarak farklılıklar bulunurdu. (Şehsuvaroğlu, 1961:2)

Son Osmanlı döneminde farklı dinlere ait çocuk kıyafetlerinde bir takım belirleyici unsurlar bulunmaktadır. Bununla yanı sıra 1828 yılında II. Mahmut'un devlet çalışanlarına cübbe, kürk ve sarık gibi giysilere yasak getirip, günümüz modasına yakın giysilerin tercih etmesi önce karşı çıkılsa da sonradan kabul edilip uygulamaya koyulmuştur (Mumcu, 1993:59). Çocukların etnik kökeni ya da dinsel farklılıkları kıyafetlerine de yansımaktadır. Türk çocuklarının Rum, Ermeni ya da Yahudi çocukları ile iletişim kurmak için onların dillerini öğrenmeye çalıştıkları görülmektedir. “Şapka”nın hristiyanlık işareti olduğu, açık yaka gömlek ve kısa pantolonun Türk ve Müslümanlar arasında yaygın olmadığı anlaşılmaktadır. Cumhuriyet döneminde yapılan giysi devrimi ile çocukların giyim tercihleri de benzerlik göstermektedir (Ahioğlu, 2012: 47).



Resim 12: Osman Hamdi Bey ve Kızı Nazlı
(Kaynak ve İzin: Osman Hamdi Bey Müzesi, Gebze, İstanbul).



Resim 13: Osmanlı XVIII. yy. şehzade kaftanı
(Kaynak: Salman, 2011:145).



Resim 14: Osmanlı hükümdar I. Ahmet'in çocukluk kaftanı
(Kaynak: Salman, 2011: 126).

Çocuk giyimi konusunu araştıran yerli ve yabancı kaynaklarla birlikte kronolojik sırayla olmak üzere 1961 yılında Şehsuvaroğlu, 1977 yılında Sedat Veyis Örnek, 1979 yılında Fikret Altay, 1980 ve 1993 yılında Sabiha Tansuğ, 1981 ve 1993 yılında Örcün Barışta, 1986 yılında Gerry Cooklin, 1987 yılında Winifred Aldrich, 1988 yılında Nevber Gürsu, 1989 yılında Özden Süslü, 1990 yılında Patricia Baker, 1990 yılında Jennifer Wearden, 1990 yılında Ann French, 1991 ve 1992 yılında Hülya

Tezcan, 1992 yılında Nurhan Atasoy, 1992 yılında Mehmet Özel, 1993 yılında Cemal Kafadar ve 1994 yılında Necdet Sakaoğlu şeklinde belirtmek mümkündür (Koç, 1997:48-53).



Resim 15: Osmanlı dönemi çocuk kıyafeti

(Kaynak: 32.Uluslararası İstanbul Anne Bebek Çocuk Ürünleri Fuarı, İstanbul Fuar Merkezi CNR Expo Center, 11-14 Ocak 2017, Sedat Yalçın kişisel arşivi)

Bu döneme baktığımızda, kızlar genellikle annenin, erkekler babanın kıyafetlerini taklit etmişlerdir. Ketten, yün ve pamuk gibi hammaddelerle dokunan kumaşlar sarayda ipek, altın veya gümüş iplerle dokunmuştur. Sıradan insanlar kumaş dokuma özellikleri ve dekoratif giyim sanatını önemsemese de saraydaki insanlar değerli taşlarla süslenmiş ipek, atlas, serenk, kemha, kutnu, lahuraki, seraser, selimiye, sevai, canfes, kadife ve diğer çeşitli kumaşları kaftan, çakşır, pelerinler, entari, zıbın, hırka ve benzeri kıyafetler yapmak için kullanmışlardır.

Seri giysi üretimi dikiş makinesinin icadıyla 1829'da mümkün hale gelmiştir. Dikiş makinesinde dikilen ilk eşyalar erkek kıyafetleri ve askeri üniformalardır. 1850'lerde modern işçilerin giydiği denimden yapılmış işçi kıyafetleri kesilip ayrı gruplar halinde gruplandırılarak evdeki dikiş makinecilerine gönderilmiştir. Bu

kıyafetler ev ortamında çalışan makinecilere gönderilen işçi kıyafetleriydi. Pedallı dikiş makinelerinin piyasaya sürülmesiyle birlikte evlerde ve işyerlerinde dikiş makinelerinin kullanımı yaygınlaşmıştır. Elektrikli dikiş makineleri piyasaya 1921'de girdi. Çocuk kıyafetlerinin üretimi büyük ölçüde artmış ve büyük mağazalar aynı anda bulundukları ülke genelinde aynı ürün yelpazesine sahip olabilmıştır. Böylesine büyük bir gelişme, her şeyi tamamen aynı ve mükemmel hale getirmiş ve "ev yapımı" ilk kez aşağılayıcı bir ifade olmuştur.

19.yy. sonuna kadar ebeveyn giyim tarzı ile tasarlanan çocuk giysileri, aile bireyleri veya terziler tarafından dikilmiştir. Basit ve az miktarda üretimine 1870'li yıllarda başlanmışsa da 1920'den itibaren yapılan tasarım çalışmaları ile birlikte iyi gelirli ailelerin ilgi odağı olmuş 20.yy.'da artma eğilimine gitmiştir (Karayel, 2018: 205-206).

1980 yılından itibaren büyük bir gelişme kaydeden sektör, ülke ekonomisine en fazla katkı sağlar konumuna gelmiştir (Arı vd. 2004: 197). Dolayısıyla, teknolojinin ilerlemesi, gelişen bilgi ile birlikte hazır giyim sektörünün dünya ekonomisi içerisindeki yeri giderek artmaktadır.

Türkiye'de giyim sektörünün, diğer sektörlerle göre öncü olma nedeni ülkede doğal elyafların ve hammaddelerin bulunurluğu, ucuz iş gücü, Avrupa pazarlarına yakınlık, büyüyen ve gelişen iç pazarlar olarak sıralanabilir (Artelt, 1990: 31).

“Parça işi” veya “kısım işi” adı verilen yöntem, günümüzde halen kullanılmakta olan yaygın üretim sistemidir. Geliştirilen üretim modelinde, giysilerin kişisel ölçülere göre bilgisayar destekli tasarım, CAD teknolojisi ve lazer kesim kullanarak üretim hızını artırmıştır.

Tekstil endüstrisi erkek, kadın ve çocuk giyim üretiminde büyük rekabet yaşamaktadır. Hedef pazarın belirlenmesinde kültürel değişiklikler dikkate alınmaktadır. Çocuk giyimi, sektördeki en küçük segmenttir ve yaşa göre serilerle tanımlanmaktadır. Ebeveynler çocuk giyim sektöründe güvenlik, dayanıklılık ve çeşitlilik açısından yüksek talepleri vardır. Bu durum, çocukların çok küçük yaşta moda

ve markayı sevmesi anlamına gelmektedir. Arkadaş gruplarını tetiklemeleri moda ve marka satın almada önemli bir rol oynamaktadır (Jones, 2009:56,59).

Aşina Gülerarslan “*Tüketici Olarak Çocuk ve Satınalma Kararlarına Etkisi*” adlı makalesinde çocuklara yönelik pazarların büyümekte olduğu vurgusunu yaparak, çocuk hala rahimdeyken, tüketim kararlarını etkili bir şekilde verebilir ve çocuğun ailesinin satın alma ihtiyaçlarının ve tercihlerinin çeşitlendirilmesini ve şekillendirilmesini bekleyebilir. Çocuklar sadece yiyecek, giyecek, sağlık ve diğer ihtiyaçlar üzerinde doğrudan veya dolaylı bir etkiye sahip olmakla kalmaz, aynı zamanda araba ve ev aletlerinin seçimi üzerinde doğrudan veya dolaylı bir etkiye sahiptir. Çocukların istek ve tercihleri pazarlama iletişimlerinde (ebeveynlere reklam vermek gibi) genellikle daha etkili olabilir (Gülerarslan, 2011: 135).

Toplumsal gelişim ile aynı zamanda hareket eden moda, 1923 yılından başlayarak Türkiye’de politik, sosyal ve kültür konumunda değişkenlikler getirmiş ve Avrupa moda akımlarına uygun giysiler üretilmiştir. 1925-1934 yıllarında Atatürk tarafından çıkarılan Kıyafet İnkılâbı kanunu ile köklü değişimler gerçekleştirilmiştir (Ağaç ve d, 2007:5-6). Burcu Özcan “Basına göre Şapka ve Kılık Kıyafeti İnkılâbı” adlı yüksek lisans tezinde şöyle belirtmektedir:

“Tirebolu Belediyesi 7 Ekim 1926’da aldığı kararla ilçede peçe takılmasını yasakladı ve peçesini 48 saat içinde çıkarmayan kadınların cezalandırılacağını ilan etti; Trabzon Vilayet Meclisi Aralık 1926’da aldığı bir kararla peçeyi yasakladı, peçe takmaya devam edenlerin karakola sevkedileceğini açıkladı. 1934 yılı sonunda Bodrum Kent Konseyi kadınların çarşaf ve peçe takmasının yasaklanmasına, yasağa uymayanların belediyece cezalandırılmasına karar verdi.” (Özcan, 2008:71)



Resim 16. Cumhuriyet dönemi ilk öğrenci kıyafeti

(Kaynak: Atatürk Adana'da İsmet Paşa Kız Enstitüsü'nde tarih dersi dinlerken. (19 Kasım 1937), “Atatürk'ü anlattı” adlı Remziye Tatlı ile reportaj NTV,10.11.2009)

1925 yılında çiçeklenmeye başlayan Cumhuriyet Anayasası ile Atatürk önderliğinde giyilen şapka, sonradan Avrupa giyim kuşamının etkisinde yeni giyim tarzı olan ceket, pantolon ve kravata yer vermiştir (Özel, 1992:11-12). Okul giysilerinde de yapılan değişiklikler bu devrim zamanı yapılmış, öncelikle, merkez şehirlerde sonra kırsal kesimlerde okullara tek tip giysi giyilmesi başlamıştır. 1990'lı yıllarına kadar maddi gücü yetmeyen ailelerin çocuklara okula gittiğinin temsili olarak günlük kıyafetlerin üzerine beyaz yaka takarak gönderdiği bilinmektedir (Koç,1997:45). Bu uygulama, Orta Çağ Avrupa Kültürü'nde Cizvit papazlarının yönetmenliğinde olan okulların diğer okullarda eğitim alan okullardan farklı görünmesi için kendi öğrencilerine çözüm olarak siyah önlük ve beyaz yaka kullanımı temeline dayanmaktadır (Coyle ved., 1908:142).



Resim 17: 1990 yıllarında uygulanan okul kıyafetleri
(Kaynak: Kahramanmaraş / Onikişubat - Ilıca Yeniyapan İlkokulu,
Sedat Yalçın kişisel arşivi)

1989-1990 yılında yayımlanan genelge ile ilkokullarda kullanılan siyah önlüklerin değiştirilmesinin onun yerine deniz mavisi, lacivert, siyah ve gri renklerden birinin önlük rengi olarak seçilmesinin kararlaştırıldığı belirtilmiş, siyah önlüklerin yerini mavi önlükler almıştır (Tan, 2007:38-48).

2002 yılında ise liselerdeki kız öğrencilerin pantolon giyebilmelerine imkan tanıyan genelge yayımlanmıştır (Tekin, 2002:3).

27 Kasım 2012 yılında Resmi Gazete’de yayımlanan Bakanlar Kurulu kararı ile Milli Eğitim Bakanlığı’na bağlı okul öğrencilerinin kılık ve kıyafetlerine dair yönetmeliğin yürürlüğe konulması ile yıllardır tartışmalara sebep olan kıyafet serbestliği resmi ve özel okul öncesi, ilkokul, ortaokul ve lise öğrencilerine yönelik usul ve esaslarla düzenlenmiştir (Resmî Gazete, 2012: 2-3).

Bununla ilgili, 1959 yılında kabul edilen “Çocuk Hakları Evrensel Bildirgesi”nde (Erkut vd. 2017: 17), her çocuğun yaşına ve yaşadığı yere uygun bir şekilde

giyinmesi en doğal hakkıdır. Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Sözleşmesi Madde 27-1'e göre "Taraflar Devletler her çocuğun bedensel, zihinsel, ruhsal, ahlaksal ve toplumsal gelişmesini sağlayacak yeterli bir yaşam düzeyine hakkı olduğunu kabul eder". Çocukların iyi bir yaşam düzeyine ulaşmaları için iyi şekilde beslenmeleri, uygun ortamlarda yaşamaları ve uygun şekilde giyinmeleri gerekir. Birçok maddede çocukların yaşama ve gelişme hakkının bir parçası olarak düşünebileceğimiz giyinmenin ihmal edilmemesi gerektiği yönünde vurgu yapılmaktadır (Örün, 2014: 43).

Dolayısıyla, TV programları ve gelişen sosyo ekonomik (Karayel, 2018: 205-206) yapı ile birlikte çocukların ailelerinden farklı giyim istekleri artmış, yeni bir çocuk giyim sektörünün doğmasına ve günümüze kadar süregelen bir değişime neden olmuştur.



Resim 18: Türkiye'nin ve Dünya'nın çocuk giyim modası.

(Kaynak: Little Style Çocuk Giyim Ve Moda Sektörünün Uluslararası E-Dergisi, Sayı 2, Kasım / Aralık / Ocak 2017)

2.1.2. Kültürel Faktörler

Kültür, Ziya Gökalp'in tarifinde daha açık bir şekilde ifade edilmektedir: “Kültür, bir ülkenin dini ahlaki değerleri, yasal entelektüelleri, estetik dili, ekonomi bilimi uyum dergisi olarak tanımlanmaktadır. “*Kültür, bireyleri kolektif ve kapsamlı bir şekilde etkiler.*” (David Krech vd, 1970: 98-99). İnsan vücut ölçülerinin şekillenmesinde ve gelişmesinde sosyal, ekonomik, çevresel ve kültürel etmenler vardır (Tuncer, 2004:234). Bu, sosyal istikrarı ve kültürel sürekliliği sağlayabilmektedir.

Svensson'a göre, kıyafetler, kültürel değerler içerisinde, cinsiyet, etnik köken, yaş, statü gibi çeşitli kimlik özellikleri ile iletişim kurmaya yarayan araç olarak ifade edilmektedir (Svensson, 1992:62).

Bireylerin yan yana gelmeleriyle oluşturdıkları topluluklar diğer topluluklara göre farklı yaşam biçimlerini, kültürlerini meydana getirmişler, dolayısıyla yaşamlarını kıyafetlerine de yansıtmışlardır (Onur, 2004: 28). Grant'e göre, kültür gelenekleri, görenekleri, inançları, el sanatlarını, yaşam tarzına ilişkin alışkanlıkları, ibadeti, aileyi, ekonomik alışverişi, bilgiyi ve başka birçok şeyi içeren geniş bir alandır (Grant, 2006: 54).

Belli bir aralıkta, insanlar çevrelerini hor görebilir ve kendi amaçları için değiştirebilmektedirler. Değer etki alanı sosyal çevre koşullarıdır. Kültürün yayılma özellikleri düşünüldüğünde, kültürel değişimler bir kültürün diğeriyle temas ve etkileşimi ile meydana gelmektedir. İster başka bir toplum tarafından yönetilen bir toplum olsun, ister kültürünü ona dayatmaya çalışın, ya da iki kültürün bir arada var olması ya da göç etmesi, bu temas kültürel değişikliklere yol açacaktır. Çoğu sosyal tercih modaya yansımaktadır. Günümüzde moda söz konusu olduğunda, öncelikle giyim modasının akla geldiği bilinmektedir.

2.1.3. Toplumsal Faktörler

Modayı tarihsel dönem açısından tanımlamak gerekirse, sosyal evrimin bir yansıması olup toplumun değişim hızına göre değişkenlik gösteren aynı zamanda giyimi, cinsiyet, kültür, coğrafi konum insan yaşamındaki farklı maddi ve kültürel unsurlardan biri olarak da dememiz mümkündür.

Kıyafetler sosyal sınıfı yansıtmaktadır. Lüks mağazalarda üst düzey moda, giyim alışverişinin sembolü olarak kabul edilmektedir. İnsanlar belirli bir sosyal sınıfa dahil olmayı ve benzer satın alma gücüne sahip tüketicilerle alışveriş yapmayı severler (Jones, 2009:64).

Yetişkinlerin çocuklara yüklediği roller ve anlamlar tarihsel dönemlere, kültür ve medeniyetlere göre değişim göstermiş, çocuğa dönemsel olarak farklı yaklaşımlar sergilenmiştir (Balcı vd. 2017: 18). Çocuk, toplumsal ve kültürel değerleri aile yaşantısı içerisinde öğrenir.

Her bireyin gelişimi, istek ve beklentileri, ihtiyaçları farklılık göstermektedir. Giyim; özellikle çocuk ve gençler üzerinde toplumsal onay, kişisel duygu ifadesi amacını güden araç olarak görülmektedir (Bayraktar, 1992: 22-26).

Arkadaşlık, ortak davranış ve tutumların oluşturulduğu, paylaşıldığı, aile dışı hayatın her alanında paydaş kabul edilen toplumsal bir birimdir. Bu nedenle arkadaş çevresi tarafından sevilme ve beğeni görmek amacındadırlar. Onlar için kimlik ifadesi, sosyal kabul, imaj ifadesi olduğundan, toplumsal onay almada dış görünümüne önem vermektedirler (Akça vd, 2011: 176, 182). Giyinmedeki bu dürtüler ile yaşlılarına benzemek, büyüdüğünü, heyecanını, toplumla olan uyumunu ya da asiliğini fark ettirmek isterler.

2.1.4. Demografik Faktörler

Demografik faktör, pazar bölümlemesine ilişkin istatistiklerin dağılımını incelemek için kullanılan bir pazar terimidir: yaş, cinsiyet, gelir seviyesi ve yaşam tarzından etkilenmektedir (Jones, 2009: 64,222). Nüfus dağılımı araştırması, sosyoekonomik grupları, etnik grupları, gelir düzeylerini ve boş zamanları karşılaştırırken, istikrarlı bir sosyal yapıya sahip kasabaların kıyafetleri ile canlı tatil köylerinin kıyafetleri arasındaki farkı gösterecek kadar açıktır.

Çocukların bireysel olarak giyimini etkileyen demografik faktörleri kendi içinde dört gruba yaş, cinsiyet, gelir ve aile şeklinde ayırmak mümkündür (Özlen, 1995: 85-91).

2.1.4.1. Yaş

Yaş, insanların satın alma alışkanlıklarını, nüfusu bilmek ise potansiyel pazar büyüklüğünü belirlemeye yardımcı olmaktadır (Jones, 2009:64). Okul öncesi yaş dönemindeki çocuklar çevresini keşfedici işler yapmak isterler. Bu dönemde arkadaşları ile oyun oynamayı, eşyalarını korumayı, evcilik oynamayı, grup etkinliklerine katılımı ve cinsiyet ayrımlarını bilecek sosyal becerilere sahip olurlar.

Çocuk giyimi, bir dizi yaşta tanımlanan ve yaş grubunun ihtiyaçlarına göre değişen küçük bir kısımdır. Çocuk giyim pazarı giderek daha fazla günlük giyime yönelmektedir. Pazarlamacılar, satın alımları tetiklemek için akran gruplarının baskısını ebeveynler ve bilgilendirilmiş çocuklar üzerinde araştırma yaparak kullanmaktadırlar (Jones, 2009:59).

Çocukların tüketici olarak sosyalleşmesi algısal dönem olarak ifade edilen 3-7 yaş aralığıdır. Bu dönem çocukları, nesneleri algısal olarak anlamlandırmaktadırlar. Belli başlı marka ve mağaza tercihlerine yakınlık gösterebilirler, bilgisini ayırtırma ya da karşılaştırma düzeyleri yeterli olmadığından, deneyimleri ile bütünleştirirler (John, 1999: 186).

2.1.4.2. Cinsiyet

Aile yapısına göre hareket eden çocuğun yaşı, bilgi ve tecrübesi, cinsiyeti gibi özellikler farklı ürün gruplarına yönelmede, satın alma sürecinde etkili olmaktadır (Dal ve Dal, 2015: 377). Aile yapısı, çocukların tercihlerinde de etkili olmaktadır. Modern aileler, tek ebeveynli aileler, çift gelirli ya da eğitim düzeyi yüksek olan ailelerde çocukların rolleri değişebilmektedir. Tüketim farklılıklarından birisi de cinsiyet nedeni fiziksel görünüş ve giyimle alakalıdır. Sektör kabaca 3 farklı satış departmanına bayan giyim, erkek giyim ve çocuk giyimine bölünmüştür. Yakın zamana kadar çoğu erkek ve

kadın giyim mağazası ayrılmıştır. Şimdi, alışveriş yapan erkeklerin sayısı arttıkça, büyük zincir mağazalarda ve günlük giyim mağazalarında üç giyim grubunu da müşterilerine sunma eğilimi vardır.

Kadın giyimi pazarın yaklaşık %57'lik paya sahip olan en büyük kısmıdır ve tasarımcı şirketlerinin %75'i bu alana odaklanmaktadır (Jones, 2009:59). Dolayısıyla, kadın giyimi piyasasında çok büyük bir rekabet vardır. Kadın modası diğer sektörlerden çok daha hızlı değişmektedir.

Erkek giyimi, kadınlarla kıyaslamada pazarın yaklaşık %24'ünü oluşturmaktadır. Erkekler kıyafetlere daha az para harcayıp teknolojiye, sporlara ve tatillere daha fazla para harcarsa da, genellikle moda ürünü satın almakta ve günlük kıyafetleri tercih etmektedir (Jones, 2009: 59).

Çocuklar küçük yaşlarda moda ve markalar hakkında bilgi sahibi olmaktadır. Araştırmalar dört yaşındaki çocukların markaları bildiklerini göstermiştir. Çocuk giyimi, kadın ve erkek giyiminde olduğu gibi karmaşık olabilir (Sorgor, Udale, 2013:158). Tasarımcıların ayrıca sağlık ve güvenlik kısıtlamalarına ve giysilerin uygunluğuna da dikkat etmesi gerekir.

Giyim konusunda yapılan araştırmalarda erkek çocukları kız çocuklarına oranla daha az ilgilidirler. Fiziksel çekiciliğe önem veren kız çocukları arkadaş çevresi tarafından kabul edilme ihtiyacı nedeniyle giyime daha fazla önem vermektedirler (Özbek, 2002: 38). Cinsiyetlerine göre çocukların giysi seçimlerini etkileyen bir diğer unsur da renktir (Varol, ve Civitci, 2010: 5). Erkek çocukların en çok sevdiği giysi rengi mavi, sarı ve turuncu iken kız çocuklarının ise pembe mor ve yeşil rengi tercih ettikleri bilinmektedir.

2.1.4.3. Gelir

Gelir, kültür ve eğitim ile birlikte, meslek, sosyal statü, yaşanılan çevre şartları, genel olarak tüketim alışkanlıklarında belirleyiciliği olan, çocukların da sosyalleşme sürecini etkileyen faktörlerin temelini oluşturmaktadır. Ekonomik düzeyin reklamlarla

ve bilgi alışveriş kaynakları ile desteklenmesi, marka ve mağaza tercihlerini etkilemektedir (Özlen, 1995: 86). Çoğu tüketici için fiyat en önemli satın alma kriteridir. Yüksek gelirli pazarlarda tasarım ürünleri küçük miktarlarda üretilmekte ve daha pahalı kumaş ve aksesuarlar kullanılmaktadır.

Gelir düzeyi yüksek olan ailelerde sosyal statüyü koruma, alışılmışlık içindeki yaşam tarzları satın almayla doğru orantılı yapılmaktadır. Tanınan marka tercihleri, üst model otomobil, farklı tatil mekanları gibi sınıf farklılıklarını simgeleyen kriterler ayırt edici özellikleri haline gelmiştir (Bayraktar ve Özkan, 2002: 20). Bu tüketim modeli çocuklarına da yansımaktadır.

2.1.4.4. Aile

Veblen, insanı, *“yaşanılan grup ve kültürlerin standart ve normlarına uyarak hareket eden varlık olarak nitelemekte, insan ihtiyaç ve istekleri büyük ölçüde gruplar ve kültür tarafından belirlenmektedir”* görüşündedir (İslamoğlu, 2003: 14). Ailenin çocuklara getirdiği tutum ve davranışlar, yetişkinliğe kadar sosyal etkileşimlerini içerir. Aile, tüketime yönelik mekanizma içerisinde önemli etkiye sahiptir.

Aile, hem kazanan ve tüketen, hem de çocuğu şekillendiren bir yapıdan oluşur (Akın, 1998: 29). Tüketim ile ilgili konularda çocuklar ebeveynlerini taklit ederler ve sosyal sorumluluk bilinçlerinin gelişiminde önemli rol oynarlar (Dursun, 1993: 100).

İşletmeler, üretilen ürün veya hizmetin sunumunda müşteri isteklerinin karşılanıp, rekabet düzeylerini iyileştirerek maliyetlerin düşmesini sağlamada yeni yöntem ve teknikler geliştirmek zorundadırlar (Kafadar, 2009: 104). Yeni ürün tasarlamaya yönelik firmalar, tasarımı destekleyici organizasyon ve kültürün, işletmenin her alanında sürece dahil etmesi ve yaygınlaştırması gerekmektedir (Manzakoğlu, 2009: 22).

Esen Alpana göre, tekstil bugünün moda trendlerini içeren ve alıcıların ihtiyaçlarını karşılayabilecek fonksiyonel özelliklere sahipse, tekstilin kullanıma uygun olduğunu gösterir. Yüksek kaliteli tasarım yapılmadığı sürece, yüksek kaliteli ürünler

hakkında konuşmak imkansızdır. Ürün tasarımı sırasında müşterilerin konseptleri, üretim maliyetleri, ürün satış fiyatları, şirket karları, üretimde kullanılan malzemeler, üretim yöntemleri ve diğer konular belirlenmelidir. Tasarım sürecinde verimlilik sağlanacağı için zaman ve maliyet kayıplarından kaçınılabılır. Aksi takdirde, kaçınılmaz olarak yanlış yapı veya üretimin neden olduğu sonuçlarla karşılaşır ve bireyin en basit gereksinimleri bile kullanım aşamasında karşılanamaz, bu da bazı özel durumlarda kullanıcıya zarar verebilir. Tekstil tasarımı her zaman gündemdedir ve yaratıcılığa ve işlevselliğe elverişli boyutları ile önemini korumaktadır (Alpan, 2005:20).

2.1.5. Çevresel Faktörler

Çocuk gelişimi, çevresel, kalıtsal ve içgüdüsel etkenlerle yol çizen doğum öncesinden başlayıp hayat boyu devam eden bir süreç olarak ele alınmaktadır (İnanç vd. 2007: 59). Sosyal ilişkiler, kültürel koşullar içerisinde toplumları, kültürü ve bireylerin yapısını etkileyerek bireyin tüm hayatını, çevresine karşı uyum gösterme çabası içerisinde gelişme gösterir (Yavuzer, 1994: 49). Çocuğun sosyal ve psikolojik gelişimlerinin giyim üzerinde etkilerine inanılmaktadır (Akarslan, 2008: 18). Bu sebeple giyim üreticileri, çocuğun cinsiyetine, mevsime, yaşına, kullanım alanlarına, malzemeye göre giyimleri sınıflandırmaktadırlar.

1990'larda tüketiciler, iklim değişikliği ve diğer ilgili çevresel konularda (pestisit kullanımı, etiketleme ve atık gibi) büyük değişiklikler yaşamıştır. Küresel ısınma giderek daha çok tanınan bir sorun haline geldiğinden, moda endüstrisi çevre dostu giysiler ve yeşil modayla yanıt vermeye başlamıştır. Organik pamuk gibi çevre dostu kumaşları kullanarak bu alana öncülük etmiş ve daha sonra çevre dostu moda markaları bu alanda daha yaygın hale gelmiştir. Bugünün yeşil modası çok büyük bir sektör. 1995'ten beri insanların doğal organik liflere (pamuk, ipek ve keten gibi) ilgisi artmış ve geri dönüştürülebilir ve ikinci el giysiler teşvik edilmiştir (Worsley, 2018: 204).

2.1.6. Ekonomik Faktörler

Maliyet hesaplaması şirket için çok önemlidir. Şirket normal çalışmalı ve kar sağlamalıdır. Şirket yönetiminde riskler vardır. Makul bir fiyat, kullanılan kumaşın değerini ve üretim yöntemini yansıtmalıdır. Perakende alıcılar her sezon sipariş verdiklerinde, mağazalardaki fiyat direncini karşılaştırmalar yaparak ölçer. Perakendecinin fiyat aralığı, indirim dönemlerinde bile müşterilere göre özelleştirilir. Yüksek kar marjları, müşterilerin daha yüksek fiyatlar aramasına neden olur. Son yıllarda ekonomik koşullarda yaşanan değişiklikler, artan tüketici bilinci ve İnternetin sağladığı tercihler nedeniyle, tüketicinin fiyat ve kaliteye yönelik tutumları büyük değişikliklere uğradı (Jones, 2009: 71). Günümüzde giyim harcamalarına ekonomik davranmak “trend” sayılmaktadır.

2.1.7. Teknolojik Faktörler

İnternet ve televizyon gibi bilişim araçlarının günümüz çocuklarının sosyalleşme sürecinde etkin rol oynamaktadır (Fan, 2009: 6). Televizyon reklamları ve internetin tüketici olan çocuklar üzerinde bilgi akışı sağlamaları sosyalleşmeye katkıda bulunurken, gereksiz tüketimi, beslenmeyi, milli kültür ve ahlaki davranışlardan da olumsuz yönde etkilenmelerine sebep olmaktadır (Doğan, 2003: 37).

Bireyin tüketimde sosyalleşme sürecinde televizyon, radyo, gazete, bilgisayar gibi kitle iletişim araçları önemli rol oynamasıyla birlikte, markalar, ürünler hakkında verilen bilgilerle çocuğun öğrenme hızı ve sahip olma imkanı da tüketim davranışlarını etkilemektedir (Dursun, 1993: 26).

Teknolojik açıdan kumaştaki modern gelişmelerin büyük bir kısmı askeriye ve uzay araştırmalarında ortaya çıkmıştır. Gore-Tex markası ilk defa uzay yolculuğu yapan Neil Armstrong tarafından giyilmiştir.

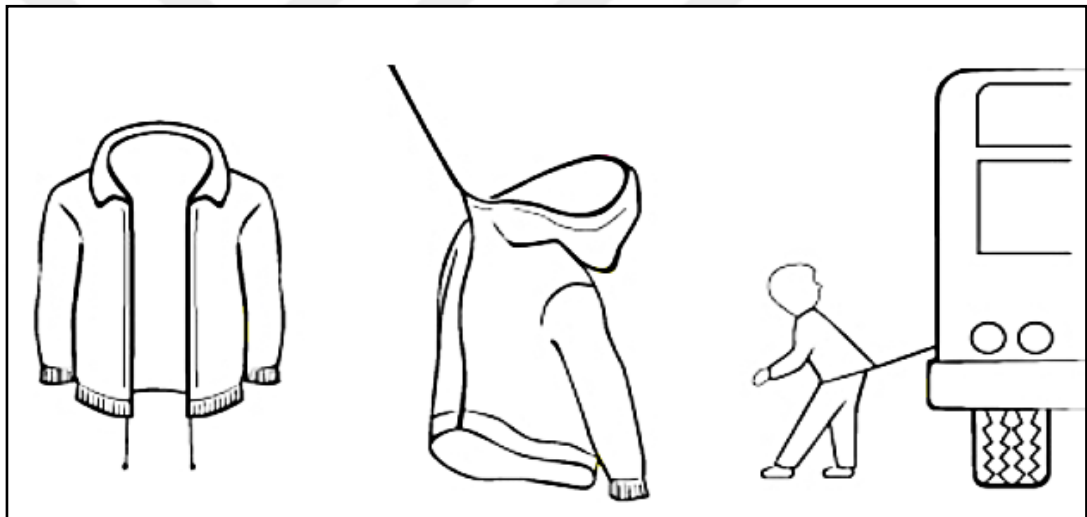
Günümüzde bilgisayar teknolojisinin bir ürünün tekstil tasarımından imalatına, pazarlamasına ve satışına moda üzerinde önemli bir etkisi vardır. Bilgisayar destekli tasarım (CAD) ve bilgisayar destekli imalat (CAM) moda endüstrisinin ana araçları arasında yer almaktadır (Worsley, 2018:168).

2.1.8. Sağlık

Çocuk giysilerinde erişkinlere göre dikkat edilmesi gereken daha fazla kriter vardır ve bunların başında sağlığa uygun olması gelmektedir. Çocuğun giysisi öncelikle iklime uygun olmalı onu sıcaktan ve soğuktan korumalıdır. Bunun yanında boncuk, fiyonk, düğme, bağcık, kordon, lastik, metal toka, rivet, ponpon, fermuar, kurdele ve şeritler, stopper, kapüşon, gibi çocuk giyiminde sıkça kullanılan aksesuarların güvenli olması gerekmektedir.

Resim 19: Çocuk giysilerinde yanlış aksesuar kullanımı

(Kaynak: Dirgar, Oral, 2020: 4)



Giysi tasarlanırken çok detaylı incelense dahi, eğer giysi için uygun aksesuar seçilmediyse kazalara ve hatta ölüme sebebiyet verebilir. Bu nedenle üreticilerin, bebek ve çocuklar için giysi üretiminde aksesuar seçiminde de hassas davranmaları gerekmektedir (Dirgar E., Oral O, 2020: 9).

2.2. Çocuk Giyiminde Tasarım Süreci

Moda, belirli bir zaman aralığında belirli bir kesim tarafından kabul gören giysi modellerinin değişimleridir. Moda sektöründe, değişen şartlara ve belirli dönemlere uygun koleksiyonları moda tasarımcıları hazırlamaktadır. Bir koleksiyonun oluşum süreci liflerin üretilmesi, iplik ve kumaşa dönüştürülmesi, modellerin tasarlanması, üretilmesi ve tüketici tarafından kabul görmesine kadarki tüm basamakları içermektedir.

2.2.1. Trendlerin Araştırılması ve Sentezi

Bir koleksiyonun güncel ve tüketici tarafından kabul görebilmesi adına ilk olarak trendlerin araştırılması ve sentezlenmesi büyük önem taşımaktadır.

Modaya uygun bir giyim tarzının yakalanabilmesinin en temel unsuru değişen eğilimleri yansıtabilecek şekilde farklılıkları keşfedebilmektir. Her bir nitelik kendi gerçeği olan, çok güçlü bir moda trendini yansıtabilme potansiyeline sahiptir. Bu nitelikler renk, kumaş, boyama, silüet, stil ve süslemedir (Kaiser, 1995; 172).

Moda trendi tahmin ajansları ya da trendsetterler moda tasarımcılarına renk, kumaş, şekil konusundaki değişikliklerle ilgili ön rehberlik yapar ve onlara hedefler sunarlar. Tahminciler, dünya üzerindeki moda etkilerini açıklar ve bu etkilerin renk, kumaş ve tarz bakış açılarına nasıl yansıtılması gerektiği ile ilgili önerilerde bulunurlar. Moda sürekli değişen bir iş olduğu için, yeni fikirler, mutlaka tam zamanında, tasarım ve üretimden sorumlu olan firmalara ulaştırılmalıdır. Moda öngörücüleri, müşterilerini bilgilendirmek için raporlar kullanmaktadırlar. Bu raporlar bir sayfadan, bir broşür ve hatta kitaba kadar değişebilir ve hatta yıl boyunca ilaveler yapılabilir. Büyük firmalar bu kitapları yılda iki defa yayınlayabilirler. Bazı firmalar moda sektöründeki birçok önemli gelişmelerin tartışmalarını çok amaçlı baskılarında sunabilirler. Diğerleri, daha özelleşmiş yaklaşım gösterirler, modadaki özelleşmiş bölümlere yoğunlaşan bireysel kitaplar hazırlarlar (Yetmen: 2006: 6).

2.2.2. Hedef Kitlenin Belirlenmesi

Hedef kitle kısaca bir grup ürünün ve onların pazarlama programının yönlendirildiği seçilmiş bir kitle olarak tanımlanabilmektedir. Ürünlerin modelleri, renkleri, kalite düzeyleri hedef kitleye göre belirlenmelidir.

Giyim sanayide giyime bağlı olarak hedef kitleler kadın giyim, çocuk giyim, erkek giyim, spor giyim gibi kategorilerle belirlenmekte, alım gücüne, yaşam tarzlarına vb. gibi alt bölümlere ayrılmaktadır.

Tasarlanacak koleksiyonun hedef kitlesi belirlenirken yaş, cinsiyet, demografik özellikler, yaşam tarzı, fiziksel özellikler, sosyal sınıf, sosyal davranış gibi faktörler göz önüne alınmalıdır (Jones, 2009: 32).

2.2.3. Konsept Araştırması

Bir koleksiyonun temel dayanağı olarak da betimleyebileceğimiz konsept seçimi tarihsel bir periyot, bir yer, bir olay ve bunun gibi güçlü etki bırakabilecek herhangi bir şey de olabilmektedir. Bu doğrultu yapılan trend araştırmaları, basılı veya dijital yayınlardan, moda sitelerinden yapılabilmektedir. Ayrıca konserler, müzeler, tiyatrolar, filmler ve bunun gibi çeşitli aktiviteler de konsept araştırmasında önemli bir yer tutmaktadır (Burns ve Bryant, 1997: 18).

Bunun yanında vitrinlerdeki giysiler, sokak modası, saç ve makyaj trendleri, kumaş ve malzemelerdeki yenilikler, aksesuarlar ile ilgili yapılan araştırmaların da konsept oluşturma evresinde büyük fayda sağladığı bilinmektedir (Goworek, 2006: 22).

Konsept belirlendikten sonra tasarım sürecine geçilmekte, tasarımlar oluşturulmaya başlanmaktadır.

2.2.4. Tasarımların Oluşturulması

Giysi tasarımlarının oluşturulması sırasında yapılan trend araştırması ve hedef kitlesi dikkate alınarak çalışılacak ürün çizgisi ve kategorisi belirlenmektedir. Yapılan tüm araştırmaların ve analizlerin sonrasında tasarımların oluşturulmasında dikkat

edilmesi gereken faktörler de (toplumsal, demografik, çevresel faktörler, sağlık vb.) göz önünde tutularak modellerin tasarlanması sürecine geçilmektedir. Bu süreçte renkler, desenler, kumaşlar, malzemeler de devreye girer ve üretim için seçilen modellerin numune aşamasına geçilir.

Bazı tasarımcılar; model, renk ve desenlendirmeleri kağıt veya dijital bir platform üzerinde hazırlarken, bazıları tasarımlarını drapaj yöntemi ile oluşturmaktadır.

2.2.5. Renk paletlerinin ve desenlerin belirlenmesi

Yapılan trend araştırmaları, belirlenen konsept, hedef kitle ve tasarlanan modeller doğrultusunda o sezona ait koleksiyonda kullanılacak renkler, desenler belirlenir ve renk kartelaları oluşturulur. Renklerin belirlenmesinden sonra tasarımcılar, seçilen bu renklere ve desenlere uygun kumaş ve malzeme arayışına geçerler.

2.2.6. Kullanılacak Materyallerin Belirlenmesi

Kullanılacak modellere uygun materyallerin seçimi aşamasında yine moda trendleri, hedef kitle, hammadde ve doku öğeleri göz önüne alınmalıdır.

Bir kumaşın, elyaf özelliği, ağırlığı, dokusu, rengi, parlaklığı, tasarımcıya, kumaşın belirli bir tarza, mevsime ve hedef kitleye uygun olup olmadığını anlatabilmektedir. Kumaşın karakteristik özellikleri tasarımcıya, onu hangi modellerde kullanacağına dair de bilgi vermektedir. Bu bağlamda tasarımcı kumaşları tanımalı kumaşın kullanışlılığı, estetik görünümü, işlevselliği özellikle çocuk giyimi için sağlıklı olup olmadığını değerlendirebilmelidir. Kumaş seçimini tasarladığı ürüne ve hedef kitleye uygun olacak şekilde bilinçli bir şekilde seçmelidir (Erdoğan, 2011: 31).

2.2.7. Maliyetlerin Hesaplanması

Tasarlanan modellerin numune üretimlerinin tamamlanmasının ardından maliyet hesaplarının yapılması oldukça önemlidir. Fiyatların hedef kitlenin alım gücüne uygun olması büyük önem taşır. Aynı zamanda maliyet hesaplarının yapılması, ön ve son maliyetlerin karşılaştırılarak, kar ve zarar paylarının anlaşılması açısından da önemlidir.

Eğer gerekirse model özellikleri tekrar gözden geçirilir ve gerekli düzeltmeler yapılır. Bu aşamadan sonra ürün kalıpları hazırlanır, materyal testleri yapılır, dikim teknikleri kesin olarak belirlenir çok daha detaylı maliyet hesapları yapıp fiyatlar oluşturur.





3. BÖLÜM

DÜNYACA ÜNLÜ ÇOCUK GİYİM MARKALARINA GENEL BİR BAKIŞ

VE

“HAYALBAZ”ADLI KİŞİSEL KOLEKSİYON ÇALIŞMASI

3. BÖLÜM

DÜNYACA ÜNLÜ ÇOCUK GIYİM MARKALARINA GENEL BİR BAKIŞ

VE

“HAYALBAZ”ADLI KİŞİSEL KOLEKSİYON ÇALIŞMASI

Moda kavramı, “sınırlanamayan” anlamında kullanılan moda, latince “modus” kökeninden gelmektedir (Ertürk, 2011: 6). Gündelik hayatımızda sıkça kullandığımız modanın kavramına yönelik olarak bazı tanımlamalarda:

Bir döneme damgasını vuran, belirli konseptlerden daha fazla değişen, kültür ve yaşam tarzına ilişkin beğeniler bütünü (Çeliksap, 2015: 60) olarak ifade edilen moda, Türk Dil Kurumu'nda, “Değişiklik gereksinimi veya süslenme özentisiyle toplum yaşamına giren geçici yenilik”, “Belirli bir süre etkin olan toplumsal beğeni, bir şeye karşı gösterilen aşırı düşkünlük”, “Geçici olarak yeniliğe ve toplumsal beğeniye uygun olan” tanımlamalarıyla açıklanmıştır. (TDK, 2011)

Moda denildiğinde akla ilk gelen giysi ve aksesuarlar olmasının altında yatan sebepler içerisinde, birçok kombinasyonu barındıran renk, desen ve formdaki değişkenler gelmektedir. Tekstilin biçimsel olarak kendini ifade etmesi; moda ile özdeşleşmesine, dolayısıyla bu sayede sektöre yerleşmesine de neden olmaktadır (Alpan, 2005: 15).

Hızla gelişen ve değişebilen bir kavram olarak moda, toplumda meydana gelen farklılıklara tepki vererek eskiyi yenileyen veya ortadan kaldırabilen etkisi ile kendini insan topluluklarının birbirleriyle olan etkileşimleri ile göstermektedir (Üstüner, 2014: 2).

Sanatçılar farklı kombinasyonlar ile düşüncelerini yaşantılarına yansıtmakta, tasarımcılar da sanatçıdan aldığını modaya sunmaktadırlar. Bu bağlamda moda ile tasarım; insan kültürü ve gelişimini için önem arz etmektedir.

Literatürde tasarım kavramı için; "tasarlama işi, tasarlanan biçim, tasavvur, zihinde canlandırma-tasavvur etme", "tasarı, dizayn etmek", "meydana getirilecek bir

ürünün çizimini, kalıbını ve planını yaparak geliştirmek"(TDK, 2011) olarak kullanılmaktadır.

Tasarımın temeli, tasarımcıya yaratma isteğinde bulunmayı teşvik etmekte, genel anlamda tasarım süreci düşüncesinde, var olan probleme çözüm arayışında birçok farklı yaklaşımla hareket edilmektedir. Çözümü elde etmede çok sayıda ayrıntı ve düşünce sürecinin var olduğudur (Yılmaz, 2014: 89). Dolayısıyla, çözüme ulaşmadaki aktiviteler (iletişim, yazı, çizmek, model vb.) de düşünce sürecini oluşturmaktadır. Bu bakış açısıyla bakıldığında tasarım, bir ürün değil, gerçekleştirme evresi olarak algılanmalıdır demek mümkündür.

Tasarımcılar yaş, cinsiyet, gelir, aile, hedef kitle, sağlık, ekonomik, teknolojik, kültürel, çevresel faktörler gibi pek çok kriterleri göz önünde tutarak konsept araştırması, renk ve desenlerin oluşturulması modellerin belirlenmesi, materyallerin tespiti gibi çeşitli aşamalardan geçirerek koleksiyonlarını oluştururlar. Her sezon özellikle trendleri dikkate alarak oluşturdukları bu koleksiyonları firmalar kendi markalarıyla satışa sunarlar.

Günümüz giyim sektöründe oldukça önemli bir yere sahip olan çocuk giyimi, dünyaca ünlü markaların çocuk kategorileriyle ya da yalnızca çocuk giyim üretimi yapan markalarla pazarda yerini almıştır. Bu firmaların bazılarını kısaca değinmek gerekirse;

3.1. Dünyaca Ünlü Çocuk Giyim Markalarına Örnekler

Tekstil tasarımcıları görev aldıkları firmaların üretim tarzına, pazar kesimine ve trendlere uygun olan yeni kumaşlar veya desenler tasarlarken tasarımlarının diğer firmaların ürünlerinden ayrılan özgün niteliklere sahip olmasına dikkat etmek durumundadır diyebiliriz. Endüstriyel ürünler tasarlayan tekstil tasarımcıları, amaçlarına uygun ve tüketici beklentilerine cevap veren benzersiz ürünler üretmelidir. Bu sorumluluğu yerine getirmedeki başarı genellikle kendisine verilen fırsatlar ve özgürlükler çerçevesinde elde edilir. Koşullar ortama göre değişir; örneğin, atadığı

şirketin sağladığı malzeme ve teknik olanaklar ile hedeflenen pazar alanının niteliği ve kapsamı tasarımcının başarısını etkileyecektir (Alpan, 2005:37),

Tekstil ve moda tasarımında kullanıcılar üzerinde giyilebilmeli veya kullanılabilmelidir. Yazar Sue Jenkyn Jones'un farklı bakış açılarıyla özetlediği gibi, moda tasarımı, mevcut estetiği okuma ve değiştirme, çağdaş kapsamda hayali sonuçları ideal ve lezzetli bir şekilde insan vücuduna uyarlar, güncellenir ve insan giyinme problemini çözmek için yeni çeşitler ve çözümler sunar (Jones, 2009:8).

Türkiye ve dünyada çocuk giyim üretimi yapan firmalardan Pierre Cardin, Ramon&Artos Kıds Textile, H&M, Akar Tekstil, Spot Tekstil, Narkon, Simurg, Artı Socks, Baby Deco, Trenddeyince, Verscon, Gazıteks, Bebeban, Bambam Kıds, Cgt Tekstil, Pancho, Gap, Moncler, Vakko, Lc Waikiki, Zara ve diğerlerinin isimlerini söyleyebiliriz.

Çocuk giyiminde her dönem sezonu ve trendleri belirleyen başlıca öncü firmalar vardır. ZARA, H&M, GAP, Catimini, Jacadi vb. tasarımcılar koleksiyon çalışmalarına başlamadan önce bu öncü firmaların öngörülerini yakından takip ederler. Sezonun trend olacak olan kumaşlar, renkler, aksesuarlar hakkında bilgi sahibi olurlar ve bu doğrultuda müşterilerinin hedef kitlesinin pazarına(beğenisine) uygun koleksiyonlar geliştirebilirler.

3.1.1. ZARA Kids:

1975 yılında Amancio Ortega Gaon tarafından kurulan firma, 1963' yılında La Coruna'da konfeksiyon atölyesi şeklinde İspanyol bazlı giysi ve aksesuar, özellikle gece kıyafetleri üretimi yaparak ilk atılımını yapmıştır. İlk ismi "Zorba The Greek" filminden esinlenerek "Zorba" koyulmuş, sonradan Zorba'dan Zara'ya çeviren Ortega, bu ismini markasına daha uygun bulmuştur. İlk yurtdışı mağazasını 1988 senesinde Portekiz'in Porto şehrinde açan Zara, 1989 senesinde ABD, 1990 senesinde de Fransa mağazalarını açarak, uluslararası pazarlardaki ağını genişletmiştir. Zara, İspanyol moda sektörünün benimsediği "fast fashion" (anlık moda) stratejisini başarıyla uygulayan marka olma özelliğini de taşımaktadır. Zara çocuk koleksiyonu, modanın sürekli değişen stil ve

bireysellik kavramını yansıtan, kendine özgü nesil için giyinme sanatında bir ustalık sınıfı sunmaktadır. Aynı zamanda kız ve erkek bebek tasarımlarında unisex tarzını renklerle yansıtmaktadır. (Tungate, 2006:68)



Resim 20:. ZARA-KIDS, Sonbahar Kış 2019-2020

(Kaynak: <https://www.zara.com> E.T. 06.03.2019)

3.1.2. H&M Kids:

1947 yılında Erling Persson tarafından İsveç'in Vasteras kentinde kurulan şirket, ilk ismini Hennes "dişilere yönelik" olarak koymuştur. Çünkü o dönemler marka sadece kadın kıyafetleri satıyordu. Bununla birlikte, 1968'de marka, av kıyafetleri satan Mauritz Widforss markasını içine kattıktan sonra markanın adı H&M olarak değiştirilmiştir. Böylelikle H&M, erkek ve kadın kıyafetlerini aynı anda satan bir giyim markası haline gelmiş ve böylece ilk yurtdışı mağazaları Norveç ve Danimarka'da açılmıştır. 1998 yılında ilk internet mağazacılığını açarak en çok kullanan markalardan biri olmuştur. 2004 yılında Chanel, Fendi gibi markaların ünlü Alman tasarımcısı Karl Lagerfeld ile birlikte çalışmış sınırlı sayıda çocuk tasarım ürünlerini de sunma hedefini gerçekleştirmiştir. Şık ürünleri son derece ekonomik fiyatlara satmayı başaran şirket,

genel tüketici kitlesine “tasarım ürünü gömlek, pantolon, etek giymek için” para saçmak gerekmediğini tasarımcı serisini hayata geçirerek göstermiştir (<https://hmgroupp.com/about-us/history.html> E.T. 28.11.2020).



Resim 21: H&M, İlkbahar 2020

(Kaynak: <https://www.popsugar.com/family/affordable-kids-clothes-spring-2020-hm-47274761> E.T. 03.01.2020)

3.1.3. GAP Kids:

1969 yılında merkezi San Francisco, California olan firma, Donald Fisher ve Doris F. Fisher tarafından kurulmuş ve Amerika Birleşik Devletleri'ndeki en büyük uzmanlık perakendecisidir. Kot pantolonu aynı zamanda beyaz pamuklu tişörtleri de GAP markası moda yapmıştır. 1980'lerde denim popülarlığı yitirmesi sonucunda şirketinin küresel bir standart marka olması yolunda Fischer, şirkete yönetici olarak Millard Drexler'ı işe almış, 1987 yılında kendi tasarım bölümünü kuran Drexler, aynı yılda Gap Kids mağazası ve 1990'da çocuklar için BabyGap açmıştır. Tasarımları casual giyim tarzını yansıtmaktadır (Joslin, 2010:1-18).



Resim 22: Gap, “Sarah Jessica Parker” adlı Sonbahar koleksiyonu 2018.

(Kaynak: <https://variety.com/2018/biz/lifestyle/sarah-jessica-parker-kids-gap-collection-1202948735/> E.T. 28.11.2020)

3.1.4. Catimini:

1972 yılında Cholet'tede Monique ve Pal Salmon tarafından kurulan Fransız çocuk giyim markası Catimini, tasarımları seyahat ve kültürel bağlantılardan ilham almaktadır. Bohem ve rahat kıyafetler, modern ve bireysel bir dokunuşla Fransız yaşam tarzını yansıtmaktadır (<https://catiminiusa.com/pages/history> E.T. 28.11.2020).



Resim 23: Catimini, İlkbahar Yaz 2020

(Kaynak: <https://www.lebook.com/creative/catimini-advertising-2020> E.T. 03.06.2020)

3.1.5. Jacadi:

Jacadi – 1976 yılında Paris’te Patrick Hamelle ve Christina Hamelle tarafından 0-12 yaş çocuk hazır giyim firmasıdır. Klasik Fransız geleneklerinden ve tarzlarından esinlenen her parça kendi bünyesinde üretilmekte ve el işlemleri, geleneksel terzilik ve özel baskı gibi güzel detaylar içermektedir (<http://www.jacadi.com/> E.T. 03.06.2020).



Resim 24: Jacadi çocuk giyim koleksiyonu

(Kaynak: <http://www.jacadi.com/> E.T. 03.06.2020)

3.2. Karagöz ve Hacivat Gölge Oyunundan Esinlenerek Hazırlanan “Hayalbaz” Adlı Kişisel Hazır Giyim Koleksiyonu

Yapılan araştırmalar doğrultusunda 4-6 yaş arası kız ve erkek çocuk için “Karagöz ve Hacivat” gölge oyunundan esinlenerek “Hayalbaz” adlı kişisel hazır giyim koleksiyonu tasarlanmaya çalışılmıştır.

3.2.1. “Hayalbaz” Adlı Kişisel Koleksiyonun Teması ve Hikâyesi

Bir toplumun kültürünün belirlenmesi ve yapısını tanımak için giyim kuşam, aksesuarlar, gelenek ve göreneklere ihtiyaç vardır. Giyim her dönemde tarihsel açıdan incelediğimizde toplumların yaşam biçimlerini etkilemiş giyim tarzlarıyla etnik farklılıklarını karşı tarafa yansıtmışlardır. Kültürel açıdan baktığımızda bu inikâslar tiyatrodaki kişilerin tipik özelliklerini oluşturmuştur. Koleksiyonun ana teması gölge oyununun temel figürleri olan Karagöz ve Hacivat’tan esinlenmiştir.

Karagöz ve Hacivat, gölge oyunun iki temel figürüdür. Gölge oyunu, içinde hem komedi ve mizah hem de trajediyi barındıran, aynı zamanda müzik dans, şiir gibi sanatsal eserlerle desteklenen bir gösteri sanatıdır.

1582’de III. Murad döneminde (1574-1595) ilk kez bir gölge oyunu olarak Karagöz padişahın oğlu için düzenlediği sünnet düğününde oynatılmış olup, Nakkaş Osman tarafından çizilen minyatürler ve İntizami tarafından yazıldığı “Surname-i Hümayun” (Tecer, 1959: 1917) adlı eserinden bilinmektedir.

Diğer bir kaynak olan Metin And’ın konuyla ilgili, gölge oyunu ilk olarak Osmanlı İmparatorluğu zamanı ortaya çıktığını, Mısır’ın zaferinden sonra getirilen zanaatkâr ve sanatkârlar beraberinde gölge tiyatrosu ustalarını da İstanbul’a getirdiği bilinmektedir. Osmanlı kültürüne göre gölge tiyatrosu özel tiplerle yeniden yorumlanarak Karagöz ve Hacivat Perde oyunlarını ortaya çıkartmıştır (And, 2004:40).

Karagöz – kişilik olarak kötü birisi olmamasına rağmen, zayıf, cahil, tembel, sabırsız ve aldatıcıdır. Kaba sesine ve gerçekçi olmayan tonlamasına rağmen çok sempatik, kaba ve kibar insanlar hakkında ise ironiktir. Karakteristiksel olarak herkesle alay eden, ancak kuvvet karşısında boyun eğen, biraz kabadayı, biraz korkak, biraz uysal ve bir hayli muzip bir tiptir (Nurettin, 1968: 53-54). Fiziksel olarak saçsız, başına bir ışırlak giyer. Sakalı da ışırlağı gibi toptur. Omuzunun kamburu da bunlara uyacak şekilde yuvarlaktır. Özensiz karakterini dış görünüşüne yansıtmak için ışırlağı kol oyunlarındaki soytarıların giydiğine benzer. Karagözün ışırlağı kırmızıdır. ışırlağın önünde sorguç gibi bir çiçek vardır. Elbisenin ana rengi kırmızı, diz altına uzanan dizlik mavidir. Çakşırında ve dizliğinde kutsal bir renk olduğundan yeşil renk kullanılmamıştır.

Hacivat – şahsiyet olarak resmi yazılarını Farsça ve Osmanlıca yazan aynı zamanda Selçuklu aydınlarının dilinden konuşan, çevresindeki herkesin ona saygı gösterip itibar etmesi, her yerde hatırı geçer olması Hacivat’ın çağının bütün aydınları gibi yetiştiğinden kaynaklanmıştır. Karakteristiksel olarak dürüstlüğü, erdemin, inceliğin, zarıflığın, iyiliğin timsalidir. Ona verilen "Çelebi" kelimesi kutsal, tanrısal anlamına da gelmektedir (Nurettin, 1968: 55-56). Dış görünüşü olarak elbisesi ve

başlığı yeşil, yalnız üzerindeki süsleri sarı ve kırmızıdır. Hacivatın yeşil dolaması da, Karagözün kırmızı dolaması gibi, diz kapaklarından biraz yukarıya kadar gelir. Fiziksel olarak Nakşiliğinin bir alameti olan sivrilik, sakal ve külahında kendini göstermektedir. Eski Hacivat tiplerinde pabuçlarının uçlarında da sivrilik görülmektedir.

Merkez Milli Kütüphane ve Halk Kültürü Bilgi / Belgelerinde gölge oyunuyla ilgili 437 figür bulunmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı arşivlerindeki temsilciliklerin yanı sıra, "Hayali" lakaplı Karagöz ustaları tarafından yapılan örnekler, yurt içi ve yurt dışında satın alınarak bağışlarla arşivlere eklenmiş ve böylelikle rakam sayısı 1.458'e yükselmiştir (Anameriç, 2016:362-363). Bu iki rol yalnızca sosyal eğlence faaliyetleri değil, aynı zamanda bilgi, kültür ve dünya görüşü üzerinde ciddi bir etkiye sahiptir.

Günümüzde Karagöz, eski metinlere yenileri de ilave edilerek, usta-çırak ilişkisiyle yetişen karagöz ustaları tarafından oynatılarak yaşatılmaktadır (Aykılç,2006). Eski İstanbul'da Karagöz oyunları büyük-küçük herkese, özellikle bazı özel saray ve konak gösterilerinde yalnızca büyüklere oynatıldığı, bu nedenle bazı Karagöz metinlerinin politik ve müstehcen tarafları bulunduğu fakat çağımızda Karagöz oyunlarının daha çok çocukları hedeflediği görülmektedir. Bu değişim süreci içinde Karagöz oyunlarının hazırlanışından sunumuna kadar tüm aşamalarında olduğu gibi, elbiselerinde de değişiklikler olduğu bilinmektedir. Oyunlardaki tasvirlerle bütünleşmiş elbise ve elbise tamamlayıcılarının özüne bağlı kalınmakla birlikte, yapan kişilerin yaratıcılık ve hayal gücüyle farklılıklar gösterdiği ve bazı özelliklerinin kaybolmaya yüz tuttuğu bir gerçektir.

Gölge oyununu oluşturan karakterlerin özelliklerini vurgulayarak keskin çizgilerle belirten önemli unsurlardan biri de giyim kuşamıdır. Toplumun her seviyesini temsil eden figürlerin hangi etnik gruba ait olduğu Karagöz ve Hacivat gösterisinde giyim kuşamlarıyla yansıtılmaktadır. Karagöz'ün masumiyeti, gerçeklik, cehalet, oportünizm, Hacivat'ın emsalsizliği, düzenliliği, Yahudi'nin kurnazlığı, seçkinliği, Tiryaki'nin nezaketi, Çelebi'nin mirasçılığı, Züppe'liği, Külhan Bey'in zulmü, Kastamonulu Türk'ün algılama güçlükleri, Zenneler'in dolapları, barbekü avlusu,

Acem'in övünmesi, Laz'ın tartışma canlılığı ve telaşı toplumun her seviyesini temsil etmektedir.

Başrol kahramanları olan Karagöz ve Hacivat'ın giysilerinde şalvar ve beli bel kuşağıyla toplandığında etek görüntüsü veren uzun ceketler kullanılmaktadır. Karagöz oyununda kullanılan giysi türleri incelendiğinde, dikkat çekici özelliklerinden olan bel kuşaklarına para keseleri ve tiplerle bütünleşmiş şapka taktıkları görülmüştür.

Karagöz'ün belirli bir terimi var. Bu terminolojide, gölge oyunu "Hayal-i Zıll" veya "Zıll-î Hayal", gölge oyununun icracısına "Hayalî", gölge oyunundaki tüm karakterlere tasvir veya imge, kuklaların betimlendiği beyaz perdeye ise ayna denmektedir (Anameriç, 2016:361). Perdeyi hazırlayan, görüntüleri oyundaki sıraya göre dizen, tef çalan, şarkı söyleyen yardımcıları ile birlikte Hayalbaz, oyunu eylem ve ses yönünden yürüten tek sanatçıdır. Koleksiyon hikâyesi adını işte bu gölge kuklaları tasarlayan ve oynatan Hayalbaz'dan almıştır.

Yapılan tüm bu araştırmalar doğrultusunda, 4-6 yaş kız ve erkek çocuklar için hazır giyim koleksiyonu tasarlanmaya çalışılmıştır. Kaybolmaya yüz tutmuş kültür miraslarımızın yaşatılmasına katkıda bulunmak amaçlanmış, oyunlarda yer alan simgeler tasarımları oluşturmada esin kaynağı olmuş ve günümüz modasına uyarlanarak özgün bir koleksiyon oluşturulmaya çalışılmıştır.



Resim 25: “Hayalbaz” adlı kişisel koleksiyonun hikâye panosu, 2021

3.2.2. “Hayalbaz” Adlı Kişisel Koleksiyonun Oluşum Süreci Renk ve Kumaş Bütünlüğü

Yapılan araştırmalar doğrultusunda teması belirlenen kişisel koleksiyonum **tasarım süreci** başlamıştır. Belirlenen hikâye ve tema içerisinde oluşturulan modellerin renk, kumaş, desen ve aksesuar kombinasyonu tüm özellikleriyle birbiriyle uyumlu olmasına dikkat edilmiştir. Koleksiyon çalışmasında çocuk giysileri tasarlanırken

öncelikle belirli bir konsepte uygun eskiz çizimleri yapılmış, renk, doku, kumaş uyumuna özen gösterilmiştir. Tasarımların başarılı bir şekilde ürüne dönüştürülebilmesi için tüm ayrıntılarıyla çizimler oluşturulmuş, modellerde kullanılması düşünülen kumaş, desen ve aksesuarlar belirlenmiştir. Model oluşturulurken öncelikle 04-06 arası okul öncesi kız ve erkek çocuklarının kostümlerinin eskiz tasarımına odaklanılmıştır. Aynı zamanda iki nitelikte olan Karagöz-Hacivat gölge oyunundaki karakterler ve yaşadıkları dönemin giyim kuşamı dişil ve eril figürleri olarak gösterilmiştir. Karagöz-Hacivat gölge oyununu süsleyen dekorlardan iki katlı cumbalı, çatısı kiremit kaplı ahşap evler, limon sepeti, bakkal dükkânı, Şirin'in evi gibi mimari öğelerin yanı sıra gökyüzünün süsü beyaz bulutlar, Selvi gibi hep yeşil kalan ağaçlar, iri yapraklı ağaçlar, çiçekler, gemiler ve deniz simgeleri applike ve nakış desenleri olarak kullanılmıştır. Kumaşın üzerine transfer baskı işlemi uygulanarak desen kumaşa applike edilmiştir.

Koleksiyonun kahramanları olan Karagöz ve Hacivat'ın **renk** teması belirli bir tarihi döneme işaret etmektedir. Bu oyunda kahramanlar giysi değişikliğiyle farklı karakterlere geçebilmektedir. Örneğin, Gelin Karagöz, Davulcu Karagöz, Defli Karagöz, Satıcı Karagöz, Pehlivan Karagöz vb. Saray kıyafetlerinin renkleri, Türk süsleme sanatlarında görülen lale, çiçek, hatai, rumi vb. geleneksel desen ve biçimleri tarihi kostümlerde varlığını sürdürürken tasarımlarda bu orijinallik korunmaya çalışılmıştır. Giysilerde Karagöz ve Hacivat estetiğine bağlı olarak Türk süsleme sanatında görülen geleneksel motifler kullanılmıştır. Renk seçiminde gölge oyunu gösterisi içerisinde yer alan tonlar tercih edilmiştir. İncelediğimiz kaynaklarda kültürümüzde sıkça kullanılan sarı, yeşil, kırmızı ve mavi renkler sıcak, kirli sarı, kirli yeşil renkler ise soğuk renkler olarak betimlenmiş ve farklı anlamlar yüklenmiştir. Karagöz gölge oyununda karakterlerin kendine has renkleri vardır. Temel renkleri kırmızı ve yeşil olan karakterlerde aynı zamanda koyu ve açık tonlar da kullanılmaktadır. Yeşil renk, Osmanlı Devleti bilginlerinin eşsiz rengi olarak bilinmektedir. Osmanlı İmparatorluğu döneminde kırmızı, çoğu zaman toplumun orta sınıfı, siyah elbise dekorasyonu, beyaz ise genellikle tasarım ve desen işlevinde kullanılmıştır.

Öncelikle, çalışılacak koleksiyonun sezonu belirlenip ve sezona uygun **kumaş** tespiti, giysinin kullanım alanı, hedef kitlenin cinsiyet ve yaş grubu dikkate alınmıştır. Bu adaptasyonu sağlamak için geçmiş sezon trend ve markaların analizlerinden yararlanılmıştır. Malzeme olarak çocukların hareketliliği göz önünde bulundurularak denim, patiska, kadife, tül bent ve saten kumaş tercih edilmiştir. Tasarımlara göre kalıp hazırlama ve modelleme aşamasında alternatif kalıp tekniğiyle kalıplar çıkartılmıştır. Kumaşlar kesilerek model özelliğine göre dikim işlemleri ve nakış teknikleri uygulanmıştır. Koleksiyonu kumaşlar, renkler ve desenler ile koordine etmek için amaca ve yöneme bağlı olarak tamamlayıcı aksesuarlar şapka ve çanta kullanılmıştır. Rahat kullanım için düğmeler, lastikler, fermuarlar, estetik görünümü zenginleştirmek için aplikler, bağcıklar ve nakış desenleri kullanılmıştır.

3.2.3. “Hayalbaz” Adlı Kişisel Koleksiyon Tasarımları

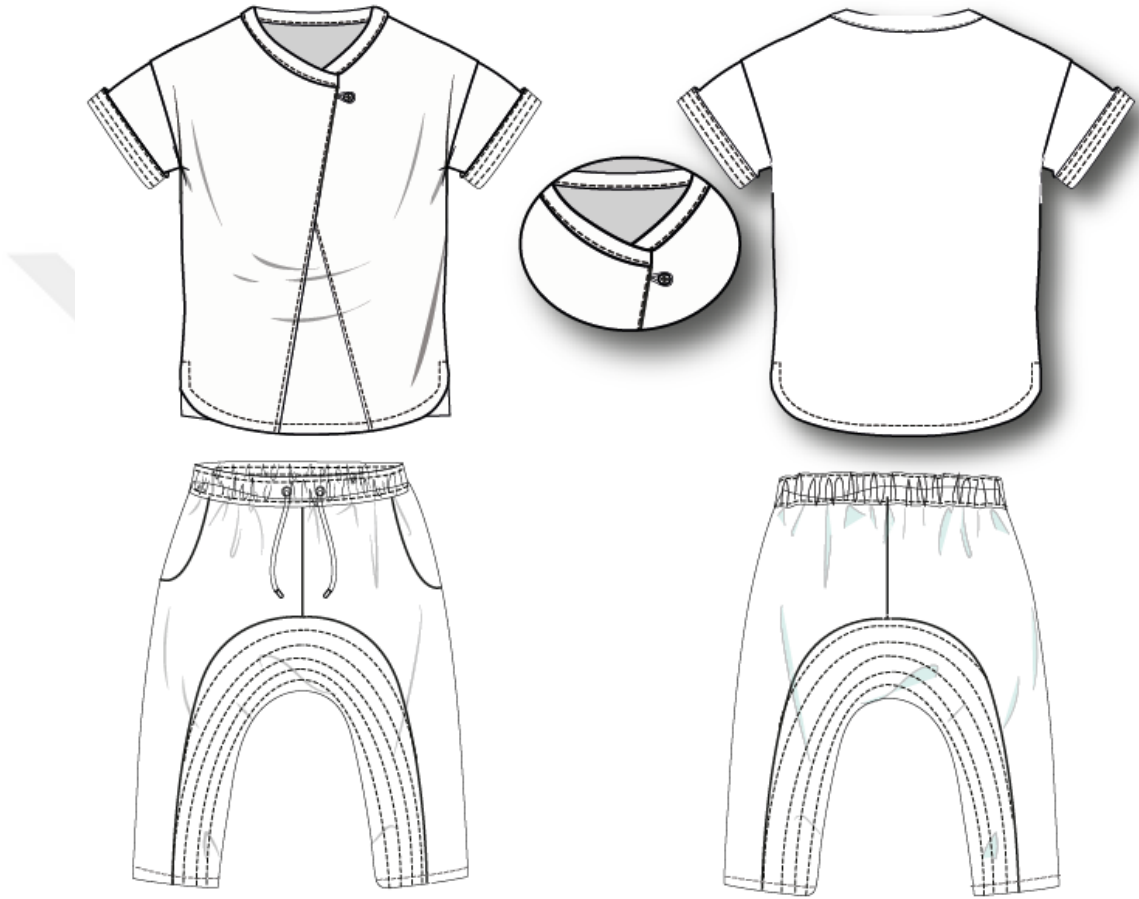
Karagöz ve Hacivat gölge oyunundan esinlenilerek hazırlanmış olan “Hayalbaz” adlı kişisel koleksiyon, 4 erkek çocuk ve 4 kız çocuk olmak üzere 8 tasarımdan oluşmaktadır. Bunlardan I, II, III, IV nolu tasarımlar uygulamaya geçirilmiştir. Her tasarımın teknik çizim paftası ve uygulanan ürünlerin fotoğrafları yer almaktadır.

3.2.3.1. Tasarım ve Uygulama 1

Birinci tasarım, patiska kumaştan kısa kollu gömlek ve denim kumaştan yüksek bel şalvar pantolondan oluşmaktadır. Hayalî Memduh’un “Aşçılık” ve Hayalî Küçük Ali’nin “Bakkallık” adlı oyunlarından esinlenilmiştir. Gömleğin orta kısmında koleksiyonla bütünlük sağlaması açısından Hacivat’ın evinin rengi turkuaz tercih edilmiştir. Gömlek manşetleri ve pantolon ağındaki paralel renkli düz dikişler dikkat çekmektedir. Bol kesim pantolon, gömlekte uygulanan asimetric kesim Hacivat’ın evinin tasvir edildiği nakış deseni ve şapka detayı gölge oyunundaki gelenekselliği modern bir görünümle yansıtmaktadır. Bu tasarım sarı, yeşil, turuncu, mavi ve kırmızı iplerle süs dikişleri ve nakışlarla zenginleştirilmiştir.



Resim 26: Sedat Yalçın, “Hayalbaz” koleksiyonu, SS/ 21-22, Tasarım I.



Resim 27: Tasarım I. Teknik Çizim.



Resim 28: Tasarım I. Ürün Fotoğrafı.

(Kaynak: Sedat Yalçın, “Hayalbaz” koleksiyonu, SS/ 21-22. Fotoğraf: Onur Yılmaz)

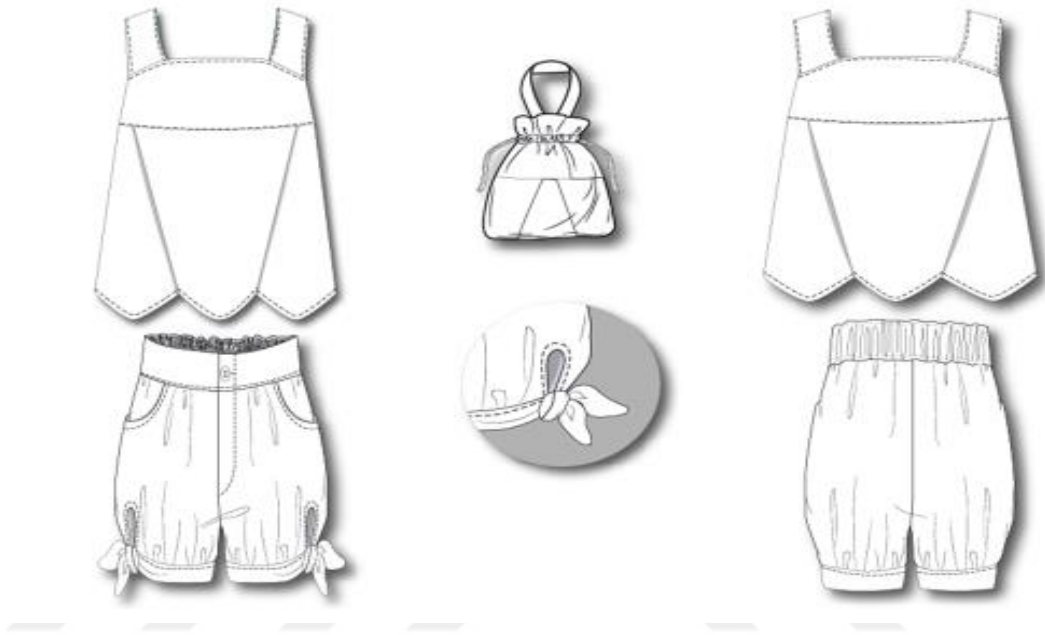
3.2.3.2. Tasarım ve Uygulama 2

İkinci tasarım şort, atlet ve çantadan oluşmaktadır. Bu kombindeki desenlerde Karagöz ve Hacivat Gölge Oyunun “Büyük Evlenme” veya “Karagöz’ün Bedava Dayak Yemesi” adlı sahnesindeki Zenne karakterlerinden esinlenilmiştir. Bluzun ön bedeninde ve pantolonun cep kenarlarında yer alan çiçek nakışı aplikeler Zennelerin giyimindeki floral desenlere gönderme yapmaktadır. Şort tasarımında, oyunda yer alan gelin arabalarının formundan esinlenilmiş, tasarlanan desenler pamuklu patiska kumaş üzerine işlenmiş ve applike tekniği ile bedene tutturulmuştur.

Bu kombinde denim ve pamuklu patiska kumaş kullanılmıştır. Şortun beli rahatlık sağlaması açısından lastikli tasarlanmıştır.



Resim 29: Sedat Yalçın, “Hayalbaz” koleksiyonu, SS/ 21-22, Tasarım II.



Resim 30: Tasarım II. Teknik Çizim.



Resim 31: Tasarım II. Ürün Fotoğrafı.

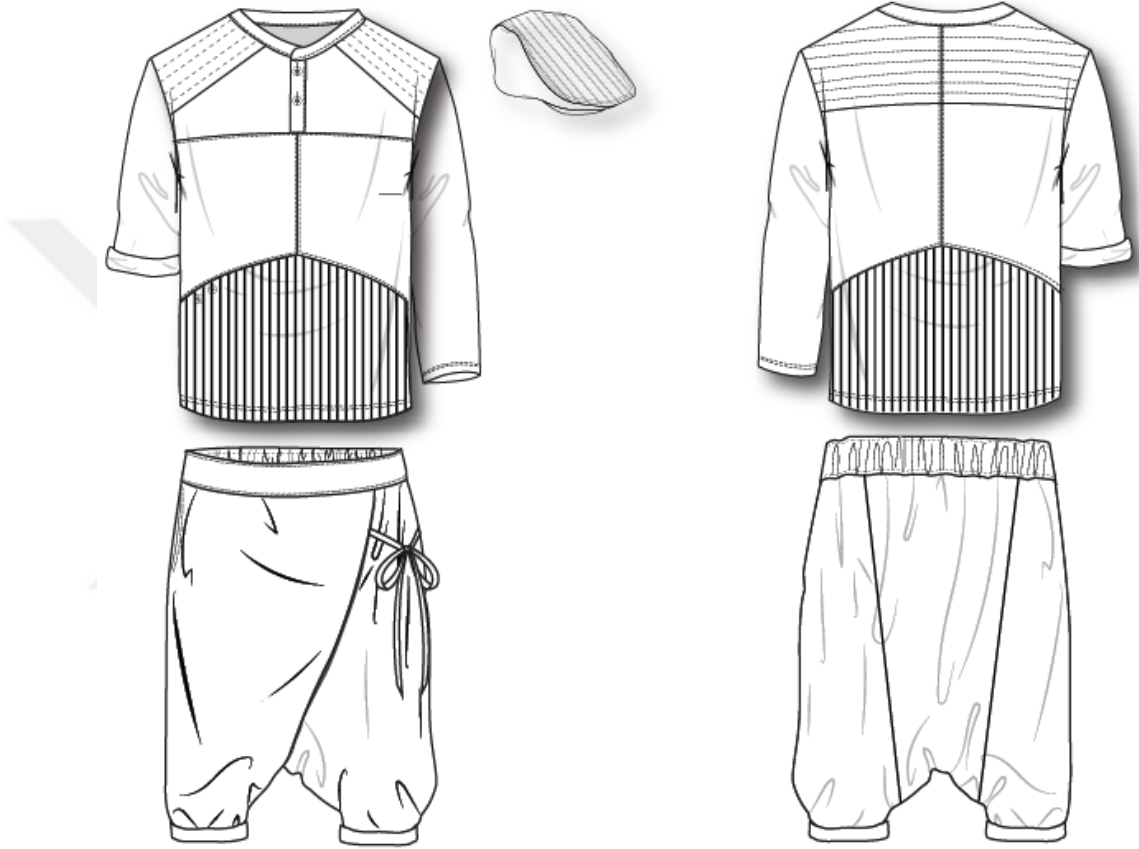
(Kaynak: Sedat Yalçın, “Hayalbaz” koleksiyonu, SS/ 21-22. Fotoğraf: Onur Yılmaz)

3.2.3.3. Tasarım ve Uygulama 3

Üçüncü tasarımda dik hâkim yakalı uzun kollu gömlek, şalvar pantolon ve şapka ile bir kombin oluşturulmuştur. Bu tasarımda Karagöz yapımcısı ve kukla koleksiyoncusu Murat Hutten, ressam Nuri Abaç anısına yaptığı “Abaç Reis Teknesi” göstermeliği, “Balık Oyunu” ve Hayali Küçük Ali’nin “Karagözün Bakkallık Oyunu” adlı gösterisinden esinlenilmiş; yine bu oyunda yer alan fıcı, terazi, yangın tulumbası, kayık ve çamaşır teknesi nakış desenlerine ilham vermiştir. Gömlekte pamuklu patiska, denim, çizgili dokuma kumaş ve tela kullanılmıştır. Oyundaki semayı göstermek için omuzlarda arkalı-önlü denim kumaş, sol göğsünde bakkal dükkânını anımsatan simgeler; denizi yansıtmak için çizgili dokuma kumaş, üzerinde gemi ve deniz desenli aplike; pantolonda ise denizin derinliklerini simgelemek için koyu tonlu denim kumaş ve gemi desenli aplike kullanılmıştır. Karagöz’ün oltası pantolonun sol tarafında bağcıkla sembolize edilmiştir. Yapılan tasarımlara sembolik ifadeler ve anlamlar yüklenmeye çalışılmıştır.



Resim 32: Sedat Yalçın, “Hayalbaz” Adlı kişisel koleksiyon, SS/ 21-22, Tasarım III.



Resim 33: Tasarım III. Teknik Çizim.



Resim 34: Tasarım III. Ürün Fotoğrafı.

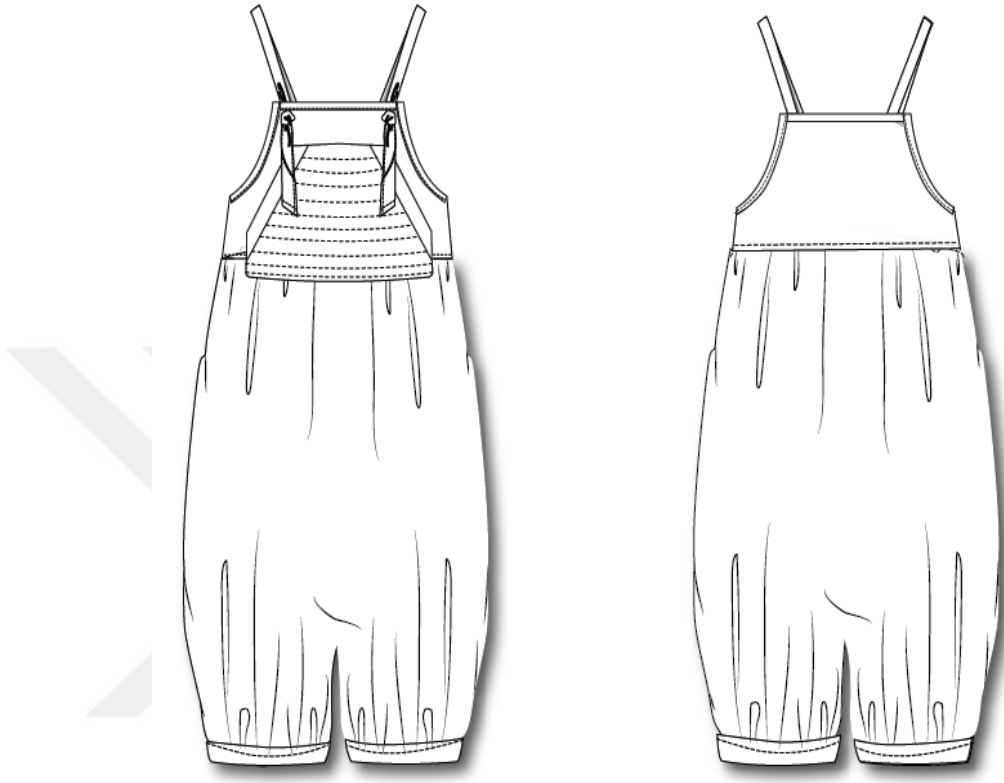
(Kaynak: Sedat Yalçın, “Hayalbaz” adlı kişisel koleksiyon, SS/ 21-22. Fotoğraf: Onur Yılmaz)

3.2.3.4. Tasarım ve Uygulama 4

Dördüncü tasarım denim kumaşlı askılı tulumdan oluşmaktadır. Ömrünü Karagöz sanatına adayan usta Hayalî Küçük Ali olarak bilinen Mehmet Muhiddin Sevilen'in limon ağacı Türk göstermeliği “Karagöz’ün Çifte Hamam Oyunu” adlı eserinden esinlenmiştir. Gelenekselliği göstermek için şalvar formu olarak paça kısmına vurgu yapılmıştır. Tulumun sağ tarafından limonlar yukarıda cepten aşağıya dökülürmüşçesine, sağ ayağında ise limon ağacı eseri görülmektedir. Tulum dikiminde denim, patiska kumaşlar tercih edilmiş ve transfer baskı tekniği ile desenlendirilmiş aplikelerle süslenmiştir. Tulumun göğüs kısmında renkli süs dikişleri ile zenginleştirilmiş kanguru cep yer almaktadır.



Resim 35: Sedat Yalçın, “Hayalbaz” Adlı kişisel koleksiyon, SS/ 21-22, Tasarım IV.



Resim 36: Tasarım IV, Teknik çizim



Hayalbaz SS 21/22



Resim 37: Tasarım IV. Ürün Fotoğrafı.

(Kaynak: Sedat Yalçın, “Hayalbaz” koleksiyonu, SS/ 21-22. Fotoğraf: Onur Yılmaz)

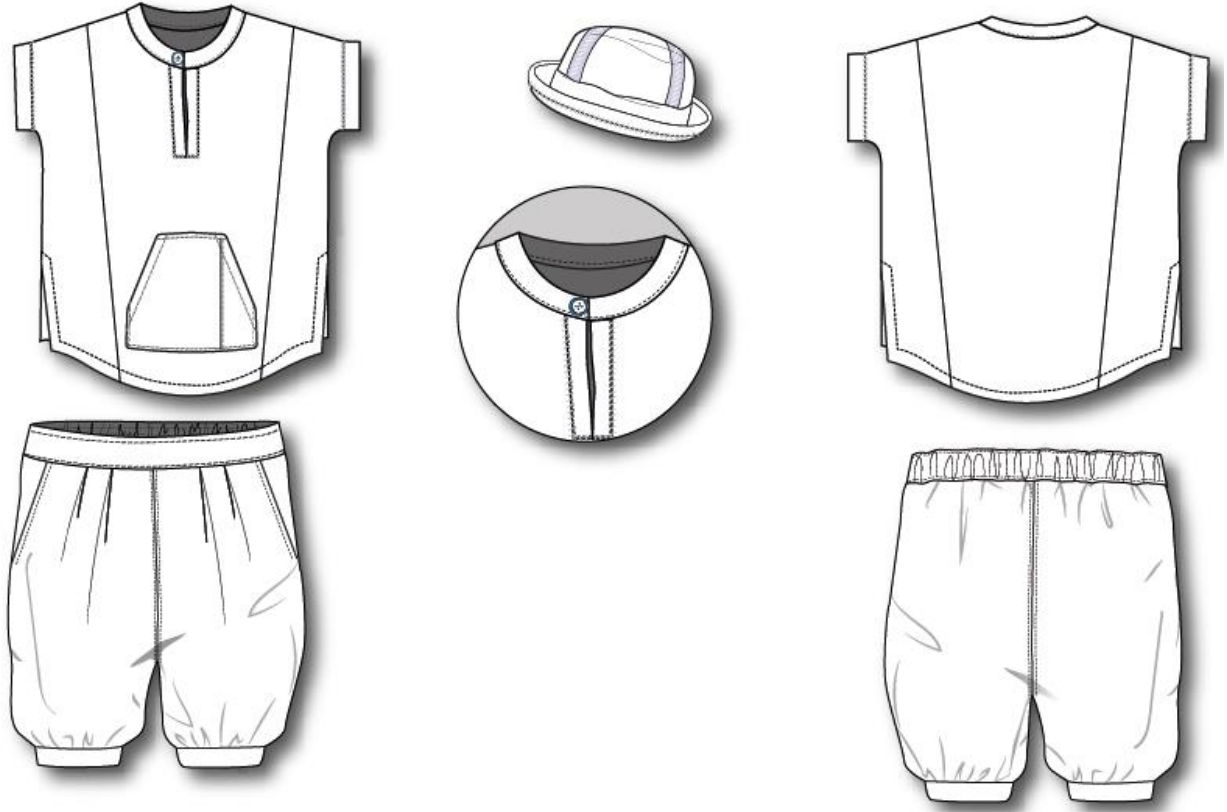
3.2.3.5. Tasarım 5

Beşinci tasarım, patiska kumaştan kısa kollu gömlek ve denim kumaştan klasik cepli şort modelinden oluşmaktadır. Karagöz sanatının tasvir yapım tekniğiyle yaklaşık 60 yıldır uğraştığı kaybolmaya yüz tutmuş olan “Ferhat ile Şirin” ve “Leyla ile Mecnun” isimli oyunları yeniden hayal perdesine taşıyan Hayali Safderi olarak bilinen Metin Özlen’nin Karagöz’ün evi çiziminden esinlenmiştir.

Gömleğin orta kısmında kanguru tipli cepte Karagöz’ün evine vurgu yapılmış, beizing patlı yaka olarak tasarlanmıştır. Bitiş kısmında yırtmaçlar mevcuttur. Şort ise pileli model olup bel kısmında ve manşetlerinde lastik uygulanmıştır. Pat kenarı, kanguru cep ve şapkada beyaz pamuklu iplikle çoban dikişi dikilmiştir. Tasarım detayları tıpkı Karagöz’ün evi ve fötr şapka modeli gölge oyunundaki geleneksel Hacivat’ı yansıtmakla beraber onun renk tonlarına modern yaklaşım sergilemiştir. Bu tasarımda, Karagöz’ün evi aplikesi, düğme, sarı, beyaz ve mavi iplerle nakış tekniği uygulanmıştır.



Resim 38: Sedat Yalçın, “Hayalbaz” koleksiyonu, SS/ 21-22, Tasarım V.



Resim 39: Tasarım V. Teknik Çizim.

3.2.3.6. Tasarım 6

Altıncı tasarım, patiska kumaştan bağcıklı asimetrik yakalı, kısa kol gömlektir ve körüklü cep, pileli etek modelinden oluşmaktadır. İhsan Rahim tarafından yayımlanan 20. yy.'ın başlarında Şarkılı Kantolu Karagöz Oyunları serisi çağdaşlaşma çabalarının bir örneği olarak “Karagöz’ün Evlenmesi Yahut Bedava Dayak Yemesi” adlı oyununda yer alan tiplerden Karagöz, Zenne ve Karagöz’ün Karısı tasarımında esin kaynağı olmuştur. Gömleğin sağ tarafında Karagöz’ün evi transfer baskı olarak tercih edilmiştir. Gömlek ve etekte kullanılan bağcıklar, etek cebindeki nakış çiçek motifleri, oyundaki Karagöz’ün çeyiz takımını yansıtmaktadır.



Resim 40: Sedat Yalçın, “Hayalbaz” koleksiyonu, SS/ 21-22, Tasarım VI.



Resim 41: Tasarım VI. Teknik Çizim.

3.2.3.7. Tasarım 7

Bu tasarım denim kumaşlı askılı pantolon ve transfer baskılı tişörtten oluşmaktadır. Ömrünü Karagöz sanatına adayan usta Hayalî Küçük Ali olarak bilinen Mehmet Muhiddin Sevilen'in Karagöz ve Hacivat karakterlerinden esinlenilmiştir. Gelenekselliği göstermek için pantolon şalvar kesimi ve tişört ise basit patlı sıfır yaka olarak tasarlanmıştır. Tişörtün üzerinde 15.yy.'la ait Karagöz ve Hacivat'ın tasvirlerini transfer baskı ile gösterilmiştir. Denim, örme kumaş ve aksesuar olarak düğme, askı ve şapkada Hacivat tasviri tela üzerine applike şeklinde kullanılmıştır. Pantolonun ağ kısmında birbirine paralel olarak renkli iplerle düz dikiş süslemesi ilgi çekmektedir. Tişörtün sarı renk olması sahne ışığını vurgulamıştır.



Resim 42: Sedat Yalçın, “Hayalbaz” koleksiyonu, SS/ 21-22, Tasarım VII.



Resim 43: Tasarım VII. Teknik Çizim.

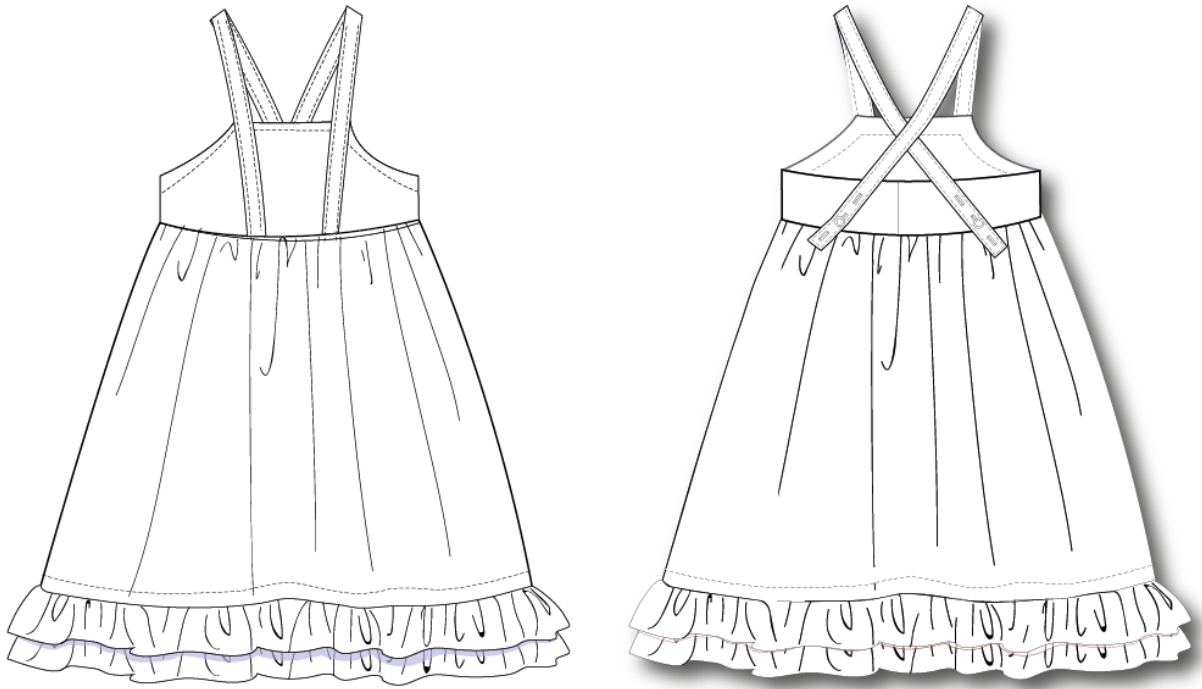
3.2.3.8. Tasarım 8

Sekizinci tasarım, askılı ve firfırlı elbiseden oluşmaktadır. Tasarımda pamuklu saten ve denim kumaş kullanılmıştır. Elbisenin sağ tarafında çiçek desenleri nakış olarak uygulanmıştır. Pamuklu satenden elbisenin tamamı ve etek ucunda firfırın birinci sırası, denim kumaştan ise tasarımın bağcıkları ve firfırın ikinci sırası tasarlanmıştır. Tasarımda kullanılan çiçek motifleri, İhsan Rahim tarafından “Karagöz’ün Evlenmesi Yahut Bedava Dayak Yemesi” adlı oyununda yer alan Karagöz’ün çeyiz takımında olan nesnelerden esinlenilmiştir.





Resim 44: Sedat Yalçın, “Hayalbaz” koleksiyonu, SS/ 21-22, Tasarım VIII.



Resim 45: Tasarım VIII. Teknik Çizim.

SONUÇ

Geçen yüzyıllar içinde sadece elit gruplara hitap eden giyim modası, daha fazla kadını hedeflemesine rağmen, çocuk giyimini de etkilemektedir. Moda endüstrisinin gelişmesiyle birlikte kısa aralıklarla değişen hazır giyim, daha geniş kitleye hitap etmeye başlamış, kadın ve erkek giyiminin yanında çocuk giyimi de oldukça önemli bir paya ulaşmıştır.

Günümüzde kendisinden önce çocuğunun sağlığını ve konforunu düşünen ebeveynler çocuklarının giyimlerine de oldukça önem vermektedir. Öyle ki kendine güvenli çocuklar yetiştirmek isteyen ebeveynler giyim seçimlerini de çocuklarının kendilerine bırakmaktadır. Çocuklar doğdukları andan itibaren hem fiziksel hem sosyal gelişme içindedirler. Fiziksel ve sosyal gelişim onların davranışlarının, fikirlerinin üzerinde etkili olduğu gibi onların giyim seçimleri üzerinde de etkilidir. Çocuğun giyim seçimi, onun fiziksel yapısı, psikolojisi ve sosyal düşünceleriyle doğru orantılıdır. Ne giyeceğine, hangi giysiyi alacağına kendi karar veren bir çocuk, kendini ilgilendiren özel bir konuda da sorumluluk alarak birey olma yolunda adım atar.

Yalnızca bir ihtiyaç olmaktan çıkıp, karakter gelişimi için de oldukça önemli bir paya sahip olan çocuk giyimi gün geçtikçe çeşitlenmekte ve dünyaca ünlü pek çok firma “kids” (Burberry-kids, Dolce & Gabanna kids, Gucci kids vb.) bölümüyle çocuk giyiminde de adını duyurmaktadır. Bu doğrultuda çocuk giyim trendleri her sezon sunulmakta ve çocuk giyim fuarları düzenlenmektedir. Oldukça geniş bir ürün yelpazesine sahip çocuk giyim tasarımcıları tasarımlarını oluştururken kültürel, çevresel, toplumsal, demografik, sağlık gibi pek çok faktörü göz önünde bulundurmaktadırlar. Trend analizleri ile başlayan süreç, hedef kitlenin belirlenmesi, temanın seçilmesi, eskiz süreci modellerin oluşturulması malzemelerin renklerin, desenlerin belirlenmesi ile devam eder ve maliyet hesaplamalarının yapılp ürün geliştirme çalışmaları ile sonuca bağlanmaktadır.

Yapılan bu araştırmalar doğrultusunda hazırlanan kişisel çocuk giyim koleksiyonun tasarım sürecinde tüm bu faktörler dikkate alınmaya çalışılmıştır. 04-06

yaş kız ve erkek çocuklarına hitap eden koleksiyonda kültürel miraslarımızdan biri olan “Karagöz ve Hacivat” gölge oyunundan esinlenilmiştir. Gölge oyununu oluşturan karakterlerin özelliklerini vurgulayarak keskin çizgilerle belirten önemli unsurlardan biri de giyim kuşamlarıdır. Karagöz ve Hacivat gösterisinde figürlerin hangi etnik gruba ait olduğu giyim kuşamlarıyla yansıtılmaktadır. Bu karakterlerin kostümleri, oyunlardaki figürler tasarımlara ilham kaynağı olmuş, kültürel mirasımıza ait detaylar özgün bir koleksiyona dönüştürülmeye çalışılmıştır.

Sektörün gelişiminde moda tasarımcılarının üreteceği çocuk giyim ürünlerinin tasarım sürecine etki eden faktörleri göz önünde bulundurarak, yozlaştırılmadan kültürümüzden kopmadan, tarihi kaynakları çerçevesinde de araştırma yaparak aktif katkılar yapmaları gerekmektedir. Kültürel mirasımızın bir parçası olan kıyafetler özgün işlevlerini yeni ve orijinal ürünlerde kullanılarak gelecek nesillere aktarılması amacımız ve temennimizdir.

KAYNAKÇA

–Kitaplar:

- AND, Metin (2004), *Başlangıcından 1983'e Türk Tiyatro tarihi*, İstanbul, İletişim Yayınları
- BAYHAN, P. ve ARTAN, İ.(2007), *Çocuk Gelişimi ve Eğitimi*, İstanbul, Morpa Kültür Yayınları
- BAKER, Patricia L. (1991), *An Abbasid Silk Fragment: Mesopotamia 9th-10th Century AD*”, in Halı 59, october
- BURNS, Bryant Leslie Davis Nancy O. (1997) *The Business of Fashion*, New York, Amerika Fairchild Books Publications Inc.,
- DEREBOY Ferhan İ. (1993), *Kimlik Bocalaması, Anlamak, Tanımak, Ele Almak*, Malatya, Özmert Ofset
- DURSUN Yunus (1993), *Gençlerin Tüketicilik Rolünü Kazanmaları*, Doktora Tezi, Kayseri, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- ERİKSON, Erik H. (1968), *Identity, Youth And Crisis*, New York, W. W. Norton Company
- ERİKSON, H. E. (1984), *İnsanın Sekiz Çağı* (Çev. T.B. Üstün vd.), Ankara, Birey ve Toplum Yayıncılık
- FAN, Ying Yixuan Li (2009), *Children's Buying Behaviour in China*, Marketing Intelligence and Planning
- GALLAHUE, D. (1982). *Understanding Psiko-Motor Development in Children: Jhon W.*, Kanada, Sons, Inc
- GRANT, J. (2006), *Markaların İnovasyon Manifestosu*, Çev: Aytül Özer, İstanbul, MediaCat Yayınları
- GOWOREK, Helen (2006), *Careers In Fashion&Textiles*,UK, Blackwell Publishing Ltd
- YAVUZER, Haluk (1993), *Çocuk Psikolojisi*, İstanbul, Remzi Kitabevi
- HENRY, Coyle, MAYHEW, Theodore, HİCKEY Frank S. (1908), *Our Church, Her Children and Institutions*, editör Henry, Boston, Coyle, Angel Guardian Press

- JERSILD A.T. (1979), *Çocuk Psikolojisi*, Ankara, Ankara Üniversitesi Basımevi
- JONES, Sue Jenkyn (2009), *Moda Tasarımı*, İstanbul, Güncel Yayıncılık
- KRECH, Crutchfield, Ballachey (1970), *Cemiyet İçinde Fert (Individual In Society)*, Çeviren Prof. Dr. Mumtaz Turhan, İstanbul, Millî Eğitim Basımevi
- MARLOW, D.R. (1977), *Textbook of Pediatric Nursing*, London, W.B. Saunders Co
- MUMCU, Ahmet (1993), *Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi II*, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları No. 42, Açık Öğretim Fakültesi Yayın No. 14
- NUREDDİN, Sevin (1968), *Türk Gölge Oyunu*, İstanbul, Mili Eğitim Basımevi
- ONUR, Nur (2004), *Moda Bulaşıcıdır!*, İstanbul, Epsilon Yayıncılık
- OKTAY, Ayla (2004), *Yaşamın Sihirli Yılları: Okul Öncesi Dönem*, İstanbul, Epsilon Yayınları
- ÖZEL, Mehmet (1992), "Turkish Folkloric Costumes", çeviren Ellen Yazar, hazırlayan Ozan Sağdıç ve Nail Tan, Ankara, Türkiye Güzel Sanatları Geliştirme Vakfı
- PARKER, Gordon (1983), *Parentat Over Protection: A Risk Fictor in Psvchosexuat Devetonment*, New York, Grune and Stration Publisher
- PAŞAYEV, Nazım (2008), *Genel Konfeksiyon Teknolojisi*", İstanbul, Birsan Yayınları
- SATI, N.D. (1999), *Anne Baba ve Çocuk Rehberi*", İstanbul, Beyaz Gemi Yayınları
- SEİVEWRİGHT, Simon (2013), *Moda Tasarımında Araştırma ve Tasarım*, İstanbul, Litertaür Yayınevi
- SULLİVAN H.S. (1947), *Conceptions of Modern Phychiatr*", New York
- TEZ, Zeki (2009), *Tekstil ve Giyim Kuşamın Kültürel Tarihi*", İstanbul, Ayhan Matbaası
- TUNGATE, Mark (2006), *Fashion Brands: Branding Style from Armani to Zara*, çev: Gülhan Günay, İstanbul, Rota Yayınları
- UDALE, Jenny (2014), *Moda Tasarımında Tekstil ve Moda*, İstanbul, Literatür Yayınevi

UNICEF (2004), *Çocuk Haklarına Dair Sözleşme*, Ankara, UNICEF

– Dergiler ve Makaleler:

AĞAÇ, Saliha, ÇİVİTCİ, Şule, BOĞDAY SAYĞILI, Başak (2007), “”Cumhuriyet’ten Günümüze Kadın Giyim Kültüründeki Değişimler Üzerine Bir Araştırma”, Ankara, *Icanas* 38

AHİOĞLU, Nihal, E. (2012). “Çocuk Yetiştirme Açısından Türkiye’de Çocukluğun Tarihi”, *Pamukkale Üniv. Eğit. Fak. Dergisi*, Sayı: 31/I

AKÇA, Peşken; BARAN, Gülen; BIÇAKÇI, Müdriye Yıldız (2011). “15-18 Yaş Grubu Ergenlerde Giysi Seçimini Etkileyen Faktörler”, *e-Journal of New World Sciences Academy*, Volume: 6, Number: 2

AKIN, Murat (1998). “Günümüzde Kullanılan Nihai Tüketicinin Satın Alma Davranış Modelleri”, *Pazarlama Dünyası Dergisi*, Cilt 12

ANAMERİÇ, Hakan (2016). “Bilginin Toplumsallaşmasında Bir Bilgi Kaynağı Olarak Gölge Tiyatrosu”, *Karağöz ve Hacivat, Uluslararası Kültürel Mirasın ve Kültürel Bellek Kurumlarının Yönetimi Kongresi* ss. 360 -375.

ASLIER, Mustafa (1987). “Türk Özgün Baskı Resim Sanatında Tahta OymaBasmanın Yeri, Türkiye’de ve Almanya’da Ağaç Baskı Sanatı”, *Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Yayınlar*: 6, Ankara

ATEŞOĞLU, İrfan, TÜRKKAHRAMAN, Mimar (2009). “Çocukların Tüketici Olarak Sosyalleşmesi”, *Süleyman Demirel Üniv.İktisadi ve İdari Bilm.Fakültesi Dergisi*, C.14, S.3

BALCI Serap, YILDIZ, Suzan, ERKUT, Zeynep (2017). “Tarihsel Süreç İçinde Çocuk”, *Çocuk ve Medeniyet Dergisi*, Cilt 2, Sayı 3

BAYRAKTAR, Meltem, ÖZKAN, Yasemi (2002). “Gösterişe Yönelik Tüketim Davranışları”, *Standart Dergisi*, Sayı 41

CERANOĞLU, Mine, ÖZLÜ, Pınar Göklüberk (2017). “1850-1923 Yıllarında Osmanlı Devleti’nin Farklı Vilayetlerinde Bulunan Kız Çocuk Kıyafetlerinin İncelenmesi”, *SOBİDER, Sosyal Bilimler Dergisi*, Yıl 4, Sayı 11

- ÇELİKSAP, Sefa (2015). “Giyim ve Modanın Kısa Öyküsü”, *Aydın Sanat Dergisi*, Yıl: 1, Sayı 1
- DAL, Nil, Esra; DAL, Veysel (2015), “Çocukların Tüketici Olarak Sosyalleşme Sürecinde TV Reklamlarının ve Aile Rolü Hakkında Teorik Bir Uygulama”, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 1, Sayı, 13
- DİRGAR, Esra, ORAL, Okşan (2020). “Evaluation of Baby and Child Clothes in Terms of Health and Safety”, *TJFMD*, 2 (1): 1-10
- ERKUT, Zeynep; BALCI, Serap; YILDIZ, Suzan (2017). “Tarihsel Süreç İçinde Çocuk”, *Çocuk ve Medeniyet Dergisi*, Cilt: 2, Sayı 3
- ERTÜRK, Nilay (2011). “Moda Kavramı, Moda Kuramları ve Güncel Modal Eğilimi Çalışmaları”, *DergiPark, E-Sanat Dergisi*, Cilt 4, Sayı 7
- ERTÜRK, Nilay, ERDOĞAN, Duygu İrem (2012). “Bir Moda Tasarımcısının Koleksiyon Hazırlama Süreci ve Simay Bülbül Örneği”, *Akademik Bakış Dergisi, Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi*, Sayı 29 Mart – Nisan
- GÜLERARSLAN, Aşina (2011). “Tüketici Olarak Çocuk ve Ailenin Satın Alma Kararlarına Etkisi”, *Selçuk Üniv. Dijital Arşiv Sistemi*, Cilt 6, Sayı 4
- HAE, Jin Gam, BANNİNG, Jennifer (2020). “Teaching Sustainability in Fashion Design Courses Through a Zero-Waste Design Project”, *Clothing and Textiles Research Journal*, 1-15
- HÜLYA, Gülay (2009). “Okul Öncesi Dönemde Akran İlişkileri”, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 12, Sayı 22, S. 82-93
- JOHN, Deborah Roedder (1999). “Consumer Socialization of Children: A Retrospective Look at Twenty-Five Years of Research”, *Journal of Consumer Research*, 6
- İŞMAL, Özlenen Erdem, YÜKSEL, Ebru (2016). “Tekstil ve Moda Tasarımına Teknolojik Bir Yaklaşım: Akıllı ve Renk Değiştiren Tekstiller”, *Yedi Sanat, Tasarım ve Bilim Dergisi*, Sayı 16
- JOSLİN, Richard ved, (2010). “Gap, Inc. Has the RetailerLost Its Style?”, *Understanding Bussiness Strategy: Consept and Cases*, Cengage Learning Acquisitions, Inc., Arizona State University

- KAİSER, S.B., NAGASAWA, R.H., HUTTON, S.S. (1995). “Construction Of Sı Theory Of Fashion: Part 1: Ambivalenee And Change”, *Clothing And Textiles Research Journal*, Sayı 13/3, S. 172-183
- KARAYEL, Fatma, S. (2018). “Şilebezinin Çocuk Giyiminde Kullanımı ve Marka Faktörü”, *Kalemişi Dergisi*, Cilt 6, Sayı 12
- ÖZBEK, Tezel (2002). “12-14 Yaş Adölesan Çağındaki Kız Çocukların Giysi Seçimi ve Modayla İlgilenme Durumları”, *Standart Dergisi*, Sayı 41
- ÖZLEN, Özgen (1995). “Tüketicinin Sosyalleşmesine Yaşam Dönemi Yaklaşımı”, *Standart Dergisi*, Sayı 402, Cilt 34, s. 85-91
- TECER, A. K. (1959). “Karagöz ve kuklaya ait kısa notlar”, *Türk Folklor Araştırmaları Dergisi*, 5(119), 1917-1920
- TEKİN, Necdet (2002). “Okul Öncesi Eğitim Kurumları Yönetmenliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmenlik”, *Millî Eğitim Bakanlığı Tebliğler Dergisi*, Cilt: 65, Sayı 2541
- TUNCER, Işık (2004). “Konya İl Merkezinde İlköğretim Okulu Öğrencilerinde Bazı Antropometrik Ölçümler ile Büyüme ve Gelişme Değerlendirilmesi”, *İnönü Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 11(4)
- VAROL, Esra; CİVİT, Şule (2010). “Okulöncesi Çocukların Giyim Tercihlerini Kolaylaştırmaya Yönelik Giysi Tasarımları”, *e-Journal of New World Sciences Academy*, Volume 5, Number 1

–Basılmamış Kaynaklar:

- AKARSLAN, Zeynep (2008). *0-12 Yaş Arası Çocuk Giysilerinin Online Satışını Yapan İşletmelerin Ölçü Tablolarının Değerlendirilmesi*, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya
- ALPAN, E. (2005). *Hazır Giyim Sanayiinde Koleksiyon Hazırlama ve Geliştirme Yöntemleri*, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Fen Bilimleri Entitüsü Tekstil Eğitimi Ana Bilim Dalı, İstanbul

- DOĞAN, Mehtap (2003). *Televizyon Reklamlarının Çocuklar Üzerindeki Etkisi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar
- ERDOĞAN, Duygu İrem (2011). *Bir Moda Tasarımcısının Koleksiyon Hazırlama Süreci ve Simay Bülbül Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Endüstriyel Sanatlar Anabilim Dalı, Eskişehir
- ERDOĞAN, D.İ. (2011). *Bir Moda Tasarımcısının Koleksiyon Hazırlama Süreci ve Simay Bülbül Örneği*, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Fen Bilimler Enstitüsü Endüstri Sanayi Anabilim dalı, Eskişehir
- ERŞAN, Şule (2020). *Okul Öncesi Çocuklarının Gelişimsel Özellikleri Ve Temel İhtiyaçları*, Ders Notları, Sinop Üniversitesi Eğitim Fakültesi Okul Öncesi Eğitim Anabilimdalı, Sinop
- KAFADAR, O (2009). *Rekabetçi Üstünlüğün Sağlanmasında Ürün Tasarımı. Türk Mobilya Sektöründe Bir Uygulama*, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı Pazarlama Programı, İzmir
- KOÇ, Fatma (1997). *Osmanlı İmparatorluğu Dönemi Türk Çocuk Giysileri Üzerine Bir Araştırma*”, Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara
- KOÇ, Fatma, KOCA, Emine (2006). *Karagöz (Gölge Oyunu) Tasvirlerindeki Giysi Özellikleri*”, Somut Olmayan Kültürel Miras Yaşayan Karagöz Uluslararası Sempozyumu, Gazi Üniversitesi, Ankara
- MANZAKOĞLU, B.T. (2009) *Organizasyonel Kültürün, Firmaların Yeni Ürün Tasarımı Anlayışlarına ve Yapılanmalarına Etkisinin, Tasarım Denetim Araçları Kullanılarak Araştırılması*, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Endüstri Ürünleri Tasarım Ana Bilim Dalı Endüstri Ürünleri Tasarım Programı, İstanbul
- TAN, Derya (2007). *Milli Eğitim Bakanları Ve Eğitim İcraatları (1980-1999)*, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İlköğretim Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Aydın

ÜSTÜNER, C. (2014). *21.Yüzyılda Moda ve Sosyal Medyanın Moda Üzerindeki Etkisi*, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tekstil ve Moda Tasarım Ana Sanat Dalı, İstanbul

YETMEN, Gözde (2006). *Moda Trendlerinin Oluşumu: Trend Tahmnciliği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, DEÜ Güzel Sanatlar Enstitüsü, İzmir

YILMAZ, P. (2014). *Günümüz Tekstil ve Moda Tasarımında Tasarım, Tasarımcı ve Tüketici Açısından Tasarım Kültürü*”, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Mimar Sinan Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü Tekstil ve Moda Tasarım Ana Sanat Dalı, Tekstil ve Moda Tasarım Programı, İstanbul

–Gazeteler:

Resmî Gazete (T.C.) Karar Sayısı: 2012/3959, *Millî Eğitim Bakanlığına Bağlı Okul Öğrencilerinin Kılık Ve Kıyafetlerine Dair Yönetmelik*, Sayı: 28480, 27 Kasım 2012

Resmî Gazete (T.C.). 13.12.1934. sayı: 2879. *Bazı kisvelerin giyilemeyeceğine dair kanun*. Kanun No: 259.

Resmî Gazete (T.C.). 7.12.1981. sayı: 17537. *Millî Eğitim Bakanlığı ile diğer bakanlıklara bağlı okullardaki görevlilerle öğrencilerin kılık kıyafetlerine ilişkin yönetmelik*. 22.7.1981–8/3349 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı

ŞEHSUVAROĞLU, Haluk Y. (1961). *Çocuk Elbiseleri Sergisi*, Cumhuriyet gazetesi, sayfa 2, Taha Toros Arşivi, Dosya No: 22, 16 Şubat

İNTERNET KAYNAKLARI

<https://www.turkiyegazetesi.com.tr/saglik/642417.aspx>, (E.T.19.10.2019)

<http://cocukvemedeniyyet.cocukvakfi.org.tr/index.php/CMD/article/view/33>

(E.T.12.05.2019)

http://www.unicefturk.org/public/uploads/files/UNICEF_CocukHaklarinaDa

[irSozlesme.pdf](#) (E.T.12.05.2019)

<http://earsiv.sehir.edu.tr:8080/xmlui/handle/11498/17879> (E.T.08.06.2019)

https://www.researchgate.net/publication/344127090_okul_onesi_cocuklarinin_gelisi

[msel ozellikleri ve temel ihtiyaclari#fulltextfilecontent](#) (E.T. 08.07.2020)

http://auzefkitap.istanbul.edu.tr/kitap/cocukgelisimilisans_ao/fizikselbuyumevmotorg.p

[df](#)

(E.T. 07.07.2019)

<http://acikerisim.selcuk.edu.tr:8080/xmlui/handle/123456789/12300> (E.T. 28.04.2019).

<http://cocukvemedeniyyet.cocukvakfi.org.tr/index.php/CMD/article/view/33>

(E.T.12.05.2019)

<https://www.zara.com> (E.T. 06.03.2019)

<https://www.popsugar.com/family/affordable-kids-clothes-spring-2020-hm-47274761>

(E.T.03.01.2020)

<https://variety.com/2018/biz/lifestyle/sarah-jessica-parker-kids-gap-collection-1202948735/>

(E.T. 28.11.2020)

<https://www.lebook.com/creative/catimini-advertising-2020> (E.T. 03.06.2020)

<http://www.jacadi.com/> (E.T. 03.06.2020)

ÖZGEÇMİŞ

Adı Sedat
Soyadı YALÇIN

Eğitim:

Yüksek Lisans

2017-2021 Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü
Tekstil ve Moda Tasarım Ana Sanat Dalı

Lisans

2011-2016 Giresun Üniversitesi
Şebinkarahisar Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu
Moda Tasarım Bölümü

Orta Öğretim

2000-2004 Kahramanmaraş Anadolu Tekstil Meslek Lisesi (1 Yıl İngilizce Hazırlık)
1997- 2000 Kahramanmaraş Yunus Emre İlköğretim Okulu
1992-1997 Kahramanmaraş Yeni Yapan İlk Okulu

İş Deneyimi:

2020 Bayraklı Halk Eğitim Merkezi (Bayraklı/ İzmir)
2019 Bayraklı Halk Eğitim Merkezi (Bayraklı/ İzmir)
2018 Bayraklı Halk Eğitim Merkezi (Bayraklı/ İzmir)
2017 ZA-Sa Tekstil (Bornova/ İzmir)
2016 Egedeniz Tekstil (Alsancak/İzmir)
2015 Öykü Gelinlik-Nişanlılık (Çankaya/İzmir)
2009 Hascevher Tekstil ve Metal A.Ş. (Organize Sanayi B./ Kahramanmaraş)
2005 Matesa Tekstil A.Ş. (Dulkadiroğlu / Kahramanmaraş)

Bilgisayar Bilgileri:

Microsoft Office	Word
	Excel
	Power Point
Adobe	Photoshop CS5
	Corel DRAW X6
	Illustrator CS6

StyleCAD Giysi Kalıp Çizim – Pastal Düzenleme Programı

NedGraphics	Color Reduction and Cleaning
	Design and repeat
	Easy Coloring
	Storyboard and Cataloguing Pro
	Easy Knit
	Easy Weawe
	Fashion Studio Suite

Stajlar:

2013	Üretim Stajı (Roy Robson / Gaziemir /İzmir)
2014	Tasarım Stajı (Lee Cooper / Küçük Çekmece /İstanbul)

Sertifikalar:

2011	Türkiye Cumhuriyeti Gençlik Ve Spor Bakanlığı, Yüksek Öğretim Ve Yurtlar Kurumu Liderlik Okulu
2014	Giresun Üniversitesi Eğitim Fakültesi Pedagojik Formasyon Eğitimi Sertifikası
2017	T.C. İzmir Valiliği İl Sağlık Müdürlüğü İlk Yardımcı Belgesi

2019	Çalışanların İş Sağlığı ve Güvenliği Belgesi
2019	Google Online Pazarlama Temel Eğitim Belgesi

Yarışmalar ve Sergiler:

2020	Dünya Sanat Günü “Karantina” adlı Online Sergi, Binali Yıldırım Üniversitesi, (Erzincan/Türkiye)
2019	IX International Festival-Contest “Gold Star-2019”- yarışma, I Place (Birincilik), Resim Sanatı (Batumi/ Gürcistan)
2018	Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Disiplinlerarası Karma Sergi & Panel (Karaman/ Türkiye)
2018	3. Uluslararası “ Türk Dünyasının Ortak Dili-Nakışlar” Sempozyumu & Sergisi, Keçe Sanatında Kesişme Noktaları (Bakü/ Azerbaycan)

Defileler:

2014	Giresun Üniversitesi Şebinkarahisar Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu İstanbul Temalı Defile (Giresun/ Türkiye)
2012	Giresun Üniversitesi Şebinkarahisar Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Kardelen Temalı Defile (Giresun/ Türkiye)

Yayınları ve Sunumlar:

2019	“Museums Textile Collections and Perspectives of Mutual Cooperation”, 14 - 15 November, Azerbaijan National Carpet Museum, “First Women's Museum İn Turkey” adlı bildiri sunumu ve makale yayını, Bakü, Azerbaycan
------	--