



## Erkek Gömleği Tasarım Süreci: Ramsey Markası Örneği

### Men's Shirt Design Process: The Ramsey Brand Example

Saliha Ağaç<sup>a</sup>, Meyrem Arga Şahinoğlu<sup>b</sup>, Dilan Dağ<sup>c</sup>, Günay Mecnunoğlu<sup>d</sup>

<sup>a</sup> Prof. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara, Türkiye  
agacsaliha@gmail.com

ORCID: 0000-0003-2507-2361

<sup>b</sup> Doç.Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara, Türkiye  
meyrem.arga@hbv.edu.tr

0000-0003-4265-681X

<sup>c</sup>Yüksek Lisans Öğrencisi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara, Türkiye  
dilansrules@gmail.com

0000-0002-3819-3464

<sup>d</sup> Fabrika Müdürü, Gürmen Giyim San. ve Tic. A.Ş., Karabük, Türkiye  
gunay.mecnunoglu@gurmen.com.tr

0000-0002-0931-0326

#### MAKALE BİLGİSİ

*Makale Geçmişi:*

Başvuru tarihi: 15.11.2021

Düzeltilme tarihi: 20.12.2021

Kabul tarihi: 30.12.2021

*Anahtar Kelimeler:*

Erkek Gömleği,

Moda Tasarım Süreçleri,

Hazır Giyim.

#### ARTICLE INFO

*Article history:*

*Received:* 15.11.2021

*Received in revised form:* 20.12.2021

*Accepted:* 30.12.2021

*Keywords:*

*Men' Shirt,*

*Fashion Design Processes,*

*Ready-to-Wear*

#### ÖZ

Moda tasarımı, temel bir ihtiyaç olan giysiye tasarım yolu ile çeşitli özellikler ve anlamlar katarak bağlamını değiştirir, giysiyi arzu nesnesine dönüştürür. Tasarlama eylemi giysi bağlamında değerlendirildiğinde ürüne katma değer kazandıran, giysinin benzerlerinden ayrılmasına ve satın alınabilirliğine etki eden önemli bir unsur olduğu bilinmektedir. Araştırma da durum çalışması yöntemi kullanılmıştır. Durum çalışması yöntemi kullanılarak, tarih boyunca önemli bir giysi olan erkek gömleği tasarım sürecini, Türk Hazır Giyim Sektörü erkek giyimi açısından önemli bir marka olan Ramsey örneği ile tanımlamak amaçlanmaktadır. Araştırma, Gürmen Giyim Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin markası Ramsey'in sadece erkek gömlek tasarım sürecini kapsamaktadır. Erkek gömleği tasarım sürecinin ayrıntıları ile tanımlanarak alanyazına kazandırmanın önemli olduğu düşünülmektedir.

#### ABSTRACT

Fashion design changes the context of clothing, which is a basic need, by adding various features and meanings through design, and transforms clothing into an object of desire. When the act of designing is evaluated in the context of clothing, it is known that it is an important factor that adds value to the product and affects the affordability of the garment. The case study method was used in the research. By using the case study method, it is aimed to describe the men's shirt design process, which has been an important garment throughout history, with the example of Ramsey, an important brand in terms of men's wear in the Turkish Ready-to-Wear Sector. The research covers only the men's shirt design process of Ramsey, the brand of Gürmen Giyim San. Tic. A.Ş. It is thought that it is important to define the men's shirt design process in detail and bring it to the literature.

#### Atıf Bilgisi / Reference Information

Ağaç, S., Arga Şahinoğlu, M., Dağ, D. ve Mecnunoğlu, G. (2021). Erkek Gömleği Tasarım Süreci: Ramsey Markası Örneği. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, 7(2), Kış, s.127-142..

\* DOI: 10.46442/intjcss.1024086

\*\* Sorumlu yazar: Meyrem Arga Şahinoğlu, meymem.arga@hbv.edu.tr

## Giriş

Tasarım, gün geçtikçe etkinlik alanını genişleterek birçok dalı bünyesinde barındıran çatı bir kavramdır. Bu çatı kavramın altındaki önemli dallardan biri de moda tasarımıdır. Moda tasarımı, temel bir ihtiyaç olan giysiye tasarım yolu ile çeşitli özellikler ve anlamlar katarak bağlamını değiştirir, giysiyi arzu nesnesine dönüştürür. Sektörel perspektiften bakıldığında ise amaç satılabilir giysiler üretmek bundan kar elde etmektir. Tasarım unsurunun, üretilen giysiyi piyasadaki benzerlerinden ayırdığı için satın alma kararını etkilediği bilinmektedir. Ancak sadece tasarım unsuru müşterinin o giysiyi satın alma kararı vermesi için yeterli olmayabilir. Bunun nedenleri ise sektördeki rekabetin gittikçe artması, hızlı moda döngüsü nedeniyle çok fazla üretimin yapılması, tasarımların kolayca kopyalanabilir oluşu ve benzer tasarımların farklı fiyat aralıklarında piyasada yer alması olarak gösterilebilir. Hazır giyim perakende sektörünün bu yapısı nedeniyle, giysilere tasarım dışında katma değer kazandırmanın gerekli olduğu bilinmektedir.

Moda perakendeciliği uluslararası anlamda operasyonları en çok gerçekleşen ağ olmasına rağmen Türk Hazır Giyim İhracatı Dış Ticaret (Türkiye Cumhuriyeti-Ticaret Bakanlığı, 2020: 2) verilerine göre, Türkiye'nin son yıllarda hazır giyim ihracatının toplam ihracat içindeki payı azalmıştır.

Hazır Giyim Perakende Küresel İhracat Haritaları (<https://www.ticaret.gov.tr>) incelendiğinde, 2020 öncesinde Çin, Hindistan, Vietnam gibi Uzak Doğu Ülkeleri öncü iken İspanya, Almanya, İngiltere gibi ülkeler de önemli bir noktadadır. Ancak pandemi ile birlikte düşünülerek 2020 grafiği incelendiğinde neredeyse tüm harita değiştiği halde İspanya, Almanya, İngiltere gibi ülkelerin ihracatlarını korudukları görülmektedir. Bilindiği üzere Çin, Hindistan gibi Uzak Doğu ülkeleri fason üretimle tanınır iken İspanya, Almanya, İngiltere gibi ülkeler markalaşma ile öne çıkan ülkelerdir. Dolayısıyla ülkeler açısından markalaşmaya bağlı sektörel yapılanmanın oluşturulmasının ve tasarım kültürünün geliştirilmesinin önemli olduğu görülmektedir. Bu nedenle marka perspektifinden tasarım süreçlerine dair yürütülen akademik araştırmaların hem moda tasarım alanyazını hem de sektörel bazda fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu araştırma kapsamında, tarih boyunca önemli bir giysi olan gömleğin, erkek giyimindeki tasarım sürecini, Türk Hazır Giyim Sektörü erkek giyimi açısından önemli bir marka olan Ramsey örneği ile tanımlamak amaçlanmaktadır.

### 1. Giysi Tasarım Süreci

Moda hakkında yapılmış çeşitli tanımlar bulunmaktadır. Moda, genellikle giyim ile özdeşleştirilen bir kavram olsa da aslında daha geniş kapsamlı bir kavramdır. Waquet ve Laporte (1999: 8) modayı “bir yandan biçim, malzeme ve renkleri, diğer yandan konum, meşguliyet, durum ve mizaçları; daha basit ifade edersek, bir yanda giysileri, diğer yanda dünyayı sonsuza düzenleyen bu bileşimin varyasyonlarıdır” şeklinde tanımlamıştır. Bu tanım modanın giysi tasarımı sürecini de ne şekilde etkilediğini ve dönüştürdüğünü en yalın hali ile ifade etmektedir.

Tasarım, bir ürünü oluştururken, bu ürünün kapsamı istenilen özellikler çerçevesinde gerçekleşen sistematik düşünsel bir sürecin çıktısı olarak tanımlanabilir. Tasarlama eylemi giysi bağlamında değerlendirildiğinde ürüne katma değer kazandıran, giysinin benzerlerinden ayrılmasına ve satın alınabilirliğine etki eden önemli bir unsur olduğu bilinmektedir. Rekabetin yoğun olduğu moda tasarım alanında yer edinebilmek için tasarlama eyleminde özgün ve yaratıcı olabilmek önemlidir.

“Veryzer ve Mozota (2005)’ya göre tasarımda yaratım süreci beş aşamadan oluşmaktadır:

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

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

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

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

4) Gerçekleştirme: Tasarımcının numune (prototip) gerçekleştirme aşamasıdır.

5) Değerlendirme: Tasarım çözümünün marka değerleri, hedef kitle pazarı ve pazar payı hedeflerine uygunluğunun değerlendirildiği aşamadır (akt. Ertürk ve Erdoğan, 2012: 3).”

Bayazıt’a (1994:72) göre, “Bir proje başlatılır, geliştirilir ve kronolojik bir düzen içinde örüntü şeklinde bir olaylar dizisi olarak tekrarlanır. Bu örüntü tasarlama sürecini oluşturur”. Bu bağlamda, tasarlama probleminin ilk ortaya çıkışından, tamamlanışına kadar olan sürece tasarım süreci denilmektedir (akt. Çağlar, Varol, 2021: 4).

“Giysi (moda) tasarımı sürecinin kapsadığı işlemler işletmelere göre farklılıklar göstermekle birlikte, genel olarak aşağıda verilmiştir:

- Moda olması öngörülen konu, stil, kumaş, desen, süsleme ve malzemelerin sezon öncesinden araştırılmasının yapılmasıyla gerekli bilgi ve dokümanın toplanması,
- Hikâye panosunun hazırlanması, moda doğrultusunda konu, stil, kumaş, desen, süsleme ve malzemeleri sınırlandırma,
- Özgün model geliştirme,
- Çizimleri estetik, maliyet, üretilebilirlik gibi açılardan inceleyerek aralarından seçim yapma,
- Deneme kalıbı oluşturma,
- Kalıbı kumaşa uygulayarak vücut üzerinde deneme, gerekli görülen değişiklikleri yapma ve çıkan değişiklikleri kalıba aktarma,
- Üretim kalıbı hazırlama,
- Üretim kalıbını diğer bedenler için serileştirme,
- Pastal planı hazırlama,
- Süreç analizi hazırlama,
- Numune giysi üretme,
- Maliyet hesabı yapmaktır (Vural, Çoruh, 2003).

Bu aşamaların yanı sıra tasarım yapılan markanın anlamı, kökleri, mesajı ve kültürünün özümsemesi, ilhamın bu doğrultuda doğru yorumlanması, algı ve imaja göre doğru fiyatlandırma politikası, nihai biçimlendirme (styling) (Gürsoy, 2010: Ertürk ve Erdoğan, 2012: 4) tasarım sürecini şekillendiren önemli aşamalardır. Dolayısıyla bir giysinin tasarımı yapılırken sadece o giysi bazında değil, genel çerçevede bir koleksiyon mantığı ve marka hikâyesine sadakat bağlamında düşünmenin önemli olduğunu söylemek mümkündür. Tasarım sürecinin aşamaları şu şekilde detaylandırılabilir;

Pazar araştırması, içinde müşteri talep ve yönelimlerini, piyasadaki rakiplerin analizlerini, piyasadaki fırsatları ve tehditleri barındıran geniş bir kavramdır. Renfrew, ve Renfrew (2014:14) pazar araştırmasını “Müşterilere dair bilgiler; bir önceki sezonda, koleksiyonun her bir parçasından kaç adet alındığı bilgisini kaydeden satış rakamları; sevkiyat ve stok durumu; ürün kalitesi; ayrıcalık durumu ve fiyat “ şeklinde tanımlamıştır (akt. Mehrali, 2015 : 69).

Araştırmalar sonucu elde edilen veriler doğrultusunda hedef kitle analizi yapılmaktadır. “Jones (2009)’a göre hedef kitle belirlenirken dikkat edilmesi gereken faktörler, yaş, cinsiyet, din demografik özellikler, yaşam tarzı, fiziksel özellikler, psikografik durum, sosyal sınıf, sosyal davranış, değerler-tutumlar ve ekonomik koşullardır (Ertürk ve Erdoğan, 2012:5).” Bu analizin yapılması, tasarım dilinin oluşturulması ve satılabilir bir koleksiyon kurgulanması açısından belirleyici rol oynamaktadır.

Eğilim (trend) araştırması, sezonun öne çıkan, renk, desen, form, kumaş özelliklerinin belirlendiği aşamadır. Bu aşamada WGSN, Nelly Rodi, Pantone ve benzeri küresel şirketlerin yayınladığı eğilim tahmin raporları araştırılır ve sezonun eğilimlerinden haberdar olunur. Tungate eğilimlerin belirlenmesinin yararlarından şu şekilde bahsetmiştir:

“Giysileri tasarlayan, satan, kumaşları üreten ve satın alan herkes aynı anlayışa sahip olursa bu kumaş üreticileri için çok iyi bir avantaj sağlayacaktır. Üreticiler, hangi malzemelerin talep göreceğini bilecek ve çabalarını buna göre yoğunlaştıracaklardır. Buna ek olarak, eğer perakendeciler bir sezon hep lila rengi stoklarsa kaçınılmaz olarak bu renge talep olacak, bu renk satılacaktır. Yapılmak istenen, moda gibi son derece riskli bir alanda hata payının düşürülmesidir (Tungate, 2006:105; akt. Şahin, 2020: 14).”

Eğilim araştırmaları ile ön araştırması yapılan kumaş, malzeme ve üretim teknikleri gibi unsurlar detaylı bir şekilde araştırılmaktadır. Bu araştırmalar için tasarımcılar, her yıl bazı ülkelerde düzenlenen üreticilerin yeni ürün ve teknolojileri tanıttığı fuarlara katılıp koleksiyon tasarımı sürecinde kullanmak için numuneler sipariş etmektedirler.

Temanın belirlenmesi, tasarımcının ilham aldığı her şeyi konseptte dönüştürmesi olarak tanımlanabilir. Bir nesne, duygu, akım, fikir vb. somut ya da soyut her şey tasarımcının ilhamı olabilir ve koleksiyonun konseptine dönüştürülebilir. Belirlenen ilham öğeleri görsellerle ifade edilerek hikaye/duygu durum panosu, renk ve kumaş panosu gibi panolar hazırlanır.

Hikaye/duygu durum panoları tek başına yapıldığı gibi renk ve kumaş panoları ile birlikte de yapılır. Burada en önemli husus; tasarım yapılan giysinin esin kaynağının (temasının) doğru olarak vurgulanmasıdır. Panoda, tasarımı yapılan giysinin; kullanılacağı ortam, hazırlanan sezon, etkilenilen model, düşünce, duygu vb, esinlenen renk ve kumaşlar, olası süsleme araç gereçleri, düğme, bant, fermuar, dantel; tasarım yapılan giysinin üretiminde kullanılacak olan dikiş teknikleri; tasarımı yapılan giysinin üretim akış bütünü ve bölümleri; çalışma çizimleri vb. bilgileri içeren çizim; kullanılacak aksesuar, resim gibi materyaller yer almalıdır (Megep,2006: 44).

Bu panolardan alınan ilhamla tasarımcılar koleksiyon için eskiz çizimleri hazırlar. Bu çizimler artistik çizim şeklindedir. Eskizler arasından üretilmesi düşünülen versiyon kumaş ve aksesuarları da seçilerek detaylı bir şekilde çizilir. Bu çizim teknik çizim olarak adlandırılmaktadır. Teknik çizimin bire bir orantıda olması, tüm teknik detayların anlaşılır olması, tasarımın 2 boyutlu halden 3 boyutlu hale getirildiği süreçleri önemli ölçüde etkilemektedir. Teknik çizimin yapılmasıyla ürünün tasarım süreci tamamlanır. Numune üretimi ile tasarımın son hali ortaya çıkar. Bu tasarım süreci kadın, erkek ve ya çocuk giyim açısından bir farklılık göstermemekle birlikte, daha özel ihtiyaca yönelik ve ya kişiye özel tasarımlarda değişkenlik gösterdiğini söylemek mümkündür.

## 2. Erkek Gömleği Tarihiçesi

Gömlek kısaca; bedenin üst kısmına ait bir giysi olarak tanımlanabilir Bu tanım genişletilecek olursa gömlek; genelde önden boydan boya düğmeli pata sahip, uzun veya kısa kollu, bir veya iki göğüs cepli erkek üst giysisi olup, hafif gramajlı, kumaşlardan (viskon, poplin, baskılı veya jakar desenli hafif kumaşlar) üretilen, değişik yaka, cep, manşet ve pat formlarının uygulanabildiği bir giysi türü olarak tanımlanabilir (Akgül, 2006: 70). Klasik erkek gömleği erkek giyiminin en önemli ve vazgeçilmez parçalarından biri olup, her mevsim kullanılan, dokunmuş kumaştan imal edilmiş ceket altında kravatlı veya kravatsız giyilebilen bir giysidir (Vural, Ağaç, 1995: 64).

Türk Standartlar Enstitüsü, gömlekleri kullanım amacına ve kullanacak kişiye göre iki grupta sınıflamaktadır. Gömlekler kullanım amacına göre resmi ve spor gömlekler olarak ikiye ayrılmaktadır. Kullanacak kişiye göre ise, erkek gömlekleri, kadın gömlekleri, erkek çocuk ve kız çocuk gömlekleri olarak dörde ayrılmaktadır. (TSE,1995:1; akt. Baylavlı, 2011: 52).

Eskiden mintan da denilen gömlek, yarım beden anlamına gelen farsça 'mim ten' kelimesinden gelmektedir. İç gömleği üzerine giyilen mintan yakasız uzun kollu erkek gömleğidir (Muratoğlu, Kılınc, 2004:8).

Gömlek ilk olarak 3. yüzyıl başlarında Roma'da "tunica interior" adıyla kullanılmıştır. Bu dönemde gömlekler, bir kumaş parçasının ortasına kafanın geçebileceği kadar bir delik açılarak dikilmiş ve düğmesiz oldukları için kemerle birlikte kullanılmıştır. Daha sonra Fransa'da da yaygınlaşmaya başlayan gömleğe, 8. yüzyılın sonlarına doğru "chemise" (şömiz) adı verilmiştir. Ortaçağ'a gelindiğinde ise gömlek bütün batı ülkelerinde asillerin en çok kullandığı giysi olmuştur. Kılıç turnuvalarında ve savaşlarda zırhlarının üzerine gömlek giyen erkekler; savaş dönüşü, kanla lekelenmiş olan gömleklerini, cesaretlerinin ve aşklarının bir simgesi olarak sevdikleri kadınlara armağan etmişlerdir (Uludağ, 2005:59, 60).

Terziliğin çok önemli ve ciddiye alınan bir meslek olduğu Gotik Dönemde, terziler erkeği görkemli ve gösterişli yapmak için ellerinden gelen her şeyi yapmıştır. Büyük toprak sahibi olan soylular halka yukarıdan bakmaya başlayınca, boyna daha dik ve onurlu bir hava vermek için erkek gömleklerinin yakaları çeneye kadar uzatılmıştır (Gürsoy, 2004, s. 82; akt. Sezer,2006:15). Barok dönemde manşetler ceket kolunun dışına taşmış, dantelâlı, farbalı, bol ve sarkık, yakalar çok geniş fularlar veya dantel biçiminde uygulanmış iken, Rokoko'da erkek gömlekleri önde farbalalarla toplanmış, üzerinde bol miktarda garnitür dikiş ve aplikasyon kullanılmıştır (Sezer, 2006:15).

Erkek gömleği, Osmanlı Döneminde bir özgürlük hareketinin başlangıcı sayılan Tanzimat Hareketi ile birlikte Türkiye'de görülmeye başlamıştır. Osmanlı Dönemi'nde kullanılmaya başlayan gömlek, başta belli bir kesim tarafından kullanılmasına; kolalı ve sert yakası, manşetleri ile halk arasında rahatsız bir giyim olarak ilgi görmesine karşın; Cumhuriyet dönemiyle gerçek popüleritesine kavuşmuştur (Terli, 2011:76).

Zaman içinde değişime uğrayan gömlek erkek giyiminin değişmez bir parçası olarak günümüze ulaşmıştır. Dönem ve yaşama şartlarına göre özellikleri, kumaşı, süslemeleri değişen gömlek, özellikle takım elbise ve ceketlerin içine giyilen bir üst giysi olarak kullanılmaktadır.

### 3. Yöntem

Araştırmada durum çalışması yöntemi kullanılmıştır. Durum çalışması; tek bir durum ya da olayın derinlemesine boylamsal olarak incelendiği, verilerin sistematik bir şekilde toplandığı ve gerçek ortamda neler olduğuna bakıldığı bir yöntemdir (Davey, 1991; akt. Subaşı ve Okumuş, 2017: 420). Durum çalışmaları gerçekte ortamda neler olduğuna bakma, sistematik bir biçimde verileri toplama, analiz etme ve sonuçları ortaya koyma yoludur (Davey, 1991; akt. Aytaçlı, 2012: 3).

Durum çalışması yöntemi kullanılarak, tarih boyunca önemli bir giysi olan erkek gömleği tasarım sürecini, Türk Hazır Giyim Sektörü erkek giyimi açısından önemli bir marka olan Ramsey örneği ile tanımlamak amaçlanmaktadır. Araştırma, Ramsey'in sadece erkek gömlek tasarım sürecini kapsamaktadır. Erkek gömleği tasarım sürecinin ayrıntıları ile tanımlanarak alanyazına kazandırmanın önemli olduğu düşünülmektedir.

Erkek gömleği tasarım sürecine dair sektörel bir örneği verileri ile analiz etme, yorumlama ve ortaya koymanın amacına uygun olması nedeniyle bu araştırmanın yöntemi durum çalışması olarak belirlenmiştir. Bulgular bölümünde Ramsey markası hakkında bilgi verildikten sonra, erkek gömleği tasarım sürecinde izlediği aşamalara değinilmiştir.

Araştırma kapsamında hazırlanan mini koleksiyon, işbirliği yapılan Ramsey markası için hazırlanan erkek gömlek koleksiyon hazırlama aşamalarına uygun olarak gerçekleştirilmiş ve aşağıda takip edilen tasarım aşamalarına yer verilmiştir.



- Marka hakkında bilgi toplama
- Hedef kitle analizi
- Tema belirleme
- Hikaye panosu/Duygu durum panosu hazırlama
- Eskiz çizimlerinin hazırlanması
- Model geliştirme çizimlerinin hazırlanması
- Üretimi yapılacak olan modelin belirlenmesi
- Seçilen modelin numunesinin firma tarafından üretilmesi
- Tasarımın doğrulanması

Bu süreçte tema, hedef kitle tanımına ilişkin veriler firmadan edinilmiştir. Belirlenen tema doğrultusunda erkek gömlek tasarımları oluşturulmuş, üretimi yapılacak olan modele araştırmacılar ve firma çalışanları tarafından ortak karar verilmiş, malzeme seçimi ve üretimi ise firma tarafından gerçekleştirilmiştir.

## 4. Bulgular

### 4.1. Ramsey Markası

Kuruluş hikayesi 1970'li yıllarda dünyanın moda başkentlerinden Londra'ya uzanan Ramsey, şık, kaliteli, yenilikçi ve tasarım odaklı koleksiyonları ile erkek modasında farklılaşan bir markadır. Gürmen Giyim Ticaret AŞ markası olan Ramsey, aynı zamanda sahip olduğu yüksek üretim kapasitesi ve gücünü geleneksel el işçiliğinin zarafetinden alan detaycı üretim anlayışıyla da öncü bir konuma sahip olması ile bilinmektedir. Dünya moda eğilimlerini yakından gözleyen ve erkeğin gündüzdün geceye moda da dair tüm beklentilerine cevap veren koleksiyon anlayışıyla Ramsey markası, erkeklere aynı zamanda bir yaşam tarzı sunmaktadır. Günümüzde sadece Türk erkeklerinin değil Rusya ve Türk Cumhuriyetleri'nden Kuzey Afrika ve Balkanlar'a kadar geniş bir coğrafyanın çekim merkezi haline gelen Ramsey, 26 ülkede 155 satış noktası ile faaliyet göstermektedir (<https://www.ramsey.com.tr>).

### 4.2. Hedef Kitle Analizi

Gürmen Giyim Ticaret AŞ tarafından üretilen Ramsey markası, A- B grubu tüketicisi, plazalarda çalışan ve ya kendi işinin sahibi, hayattan zevk almayı bilen entelektüel donanımlı erkekleri hedef kitlesi olarak görmektedir (Şekil 1). Hedef kitlenin yaşam konseptleri içerisinde kullanacağı, onların fiziksel, estetik ve statülerine uygun gömlek tasarımları yapmak amaçlanmaktadır.



Görsel 1. Ramsey Markası Hedef Kitle

### 4.3. Erkek Gömleği Tasarım Süreci

Ramsey markası, tasarım sürecine eğilim (trend), kumaş ve malzeme araştırması ile başlamaktadır.

#### 4.3.1. Tema Belirleme

Global fuarlardan veya tedarikçilerden yeni sezon kumaş, malzemeleri araştırılmakta ve koleksiyon sürecinde kullanmak için numuneleri almaktadır. WGSN aracılığı ile yeni sezon için kumaş, şekil, detay, doku, kumaş ve üretim teknolojilerine yönelik eğilimler araştırılmaktadır. Ramsey markası geleneksel el işçiliğini modern üslupta yorumlayan marka kimliğine uygun eğilimleri belirlemektedir. Firmanın hedef kitlesi, markanın kimlik ve kişiliği esas alınarak yaptığı eğilim (trend) araştırmasında belirlediği temalardan biri olan, 2020/2021 Erkek Giyim Eğilim Konseptlerinden “Yeni Mitolojiler” bu araştırmanın teması olarak seçilmiştir (Görsel 2).



Görsel 2. WGSN 20/21 Erkek Stil Konsepti, Yeni Mitolojiler

#### 4.3.2. Hikaye Panosu/Duygu Durum Panosu Hazırlama

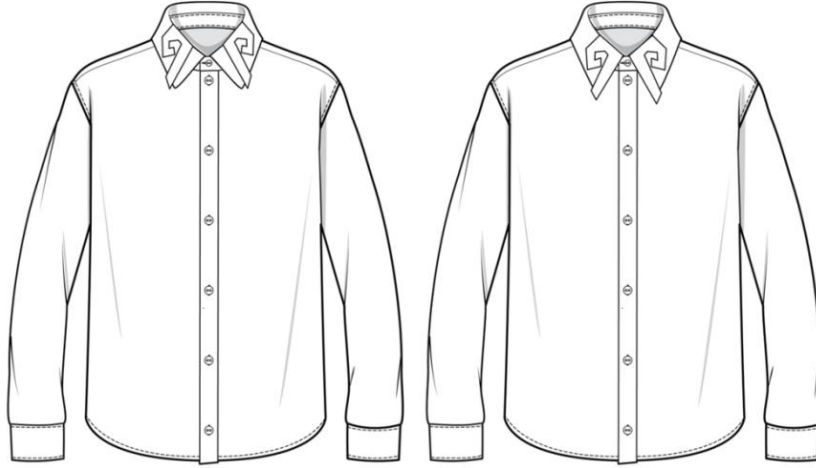
‘Yeni Mitolojiler’ teması, yerel değerleri ve teknikleri öne çıkarmayı önermekte, bunu yaparken dijital kimlikler, dokunsal internet, doğada yapılma ve dekolonizasyon kavramlarını sahiplenmektedir. Küresel güç değişimi ve göçmen desenlerini içeren bu temanın mottosu “*Belirsizliğin ortasındaki bir dünyada antik bilgelikte teze anlam bulmak*” şeklindedir. Bu doğrultuda Ramsey markası temasını Türk Kültürünün motiflerinde aramak üzere araştırma yapmıştır. Bunun sonucunda elde edilen bilgiler ve görsellerle oluşturulan hikaye panosuna Görsel 3’te yer verilmiştir.





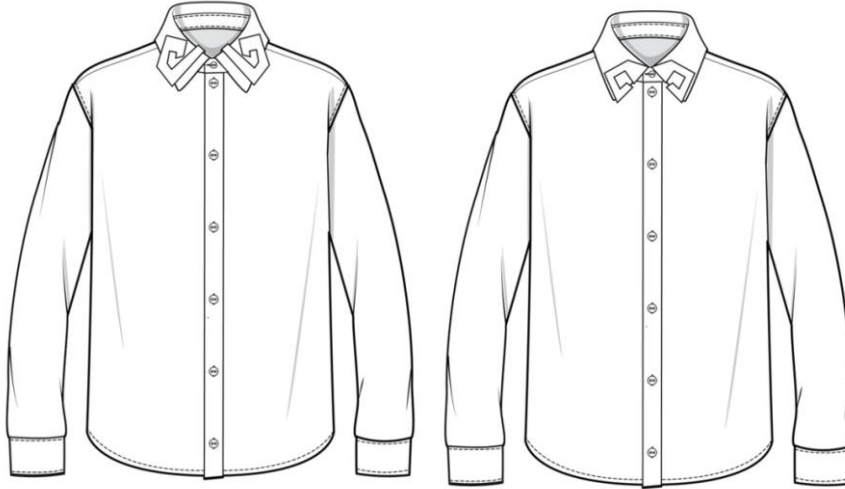
anlamına gelen, erkeklikle özdeşleşen koçboynuzu figürünün kullanımı ise maskülen, güçlü iş adamı vurgusunu belirginleştirmek ve sembolize etmek içindir.

Geliştirme çizimleri hazırlanırken üretim teknikleri hakkında da gerekli detaylara yer verilmiştir. Aşağıda araştırma kapsamında hazırlanan geliştirme çizimlerine yer verilmiştir.



Model No: 1

Model No: 2



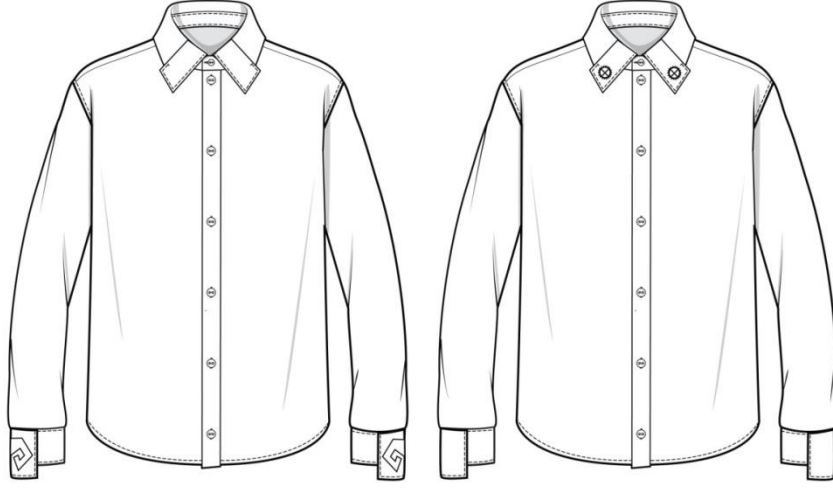
Model No: 3

Model No: 4

Modeller tasarlanırken her birinin ne şekilde dikileceği ve nasıl detaylara sahip olacağı düşünülerek anlaşılır şekilde teknik çizimler yapılmıştır. Model 1, 2, 3 ve 4 için üretim süreci şu şekilde planlanmıştır;

1. yöntem: Eğer iki parçada dokuma kumaş ise yaka üstü koç deseni kesilir, yaka üstündeki kısmın kenarları nakışla temizlenir, yaka ayağına tutturularak dikildikten sonra yakaya tutturulur.

2. yöntem: Eğer üstteki parça suni deri bir kumaşla lazer kesilirse yaka ayağına tutturulduktan sonra yakaya oyulgama nakışı ile tutturulur.

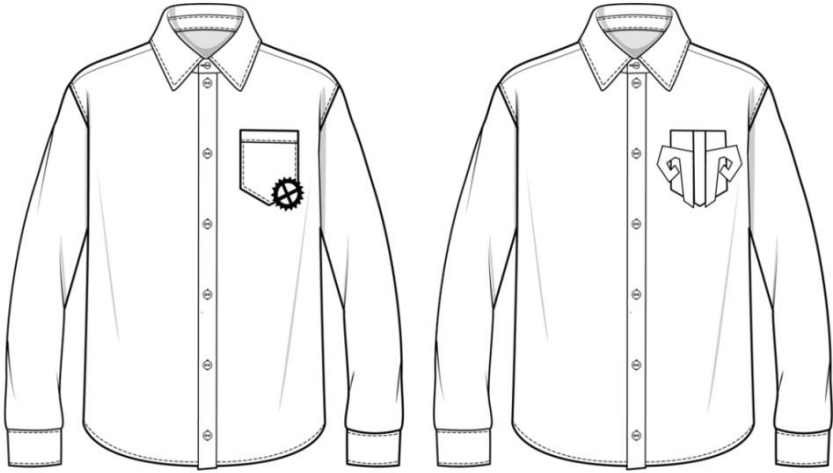


Model No: 5

Model No: 6

5. Tasarımın kol manşetindeki koçboynuzu deseni için deri parça lazer kesimle kesilip oyulgama ile tutturulabilir. Dokuma kumaştan kesilip nakışla tutturulur ve ya sadece makine nakışı ile yapılabilir.

6. Tasarımın yakasındaki damga detayı, yakadaki desen makine nakışı olarak yaka parçasına nakışla işlenerek yapılır.



Model No: 7

Model No: 8

7. Tasarımda yer alan cep detayı, cep dikildikten sonra desen makine nakışıyla üretilir.

8. Tasarımdaki koçboynuzu motifi için cep ortasında kanun pili arasına, lazer kesim ile hazırlanan parça gömleğe aplike yöntemi ile tutturulur ve ya kenarları nakış makinesiyle temizlenmiş parça kanun pili arasına dikildikten sonra belli noktalardan cebe ve gömleğe tutturulur.

#### 4.3.4. Gömlek Üretimi



Üretim için Model No 8 seçilmiştir. Üretim için belirlenen gömleğin model analizi ve parça listesine aşağıda yer verilmiştir.

##### Model Analizi

- Gömlek bedene tam oturan (slim fit) dar kalıplıdır.
- Uzun kolludur. Kol ucu manşetle temizlenmiş olup düğme ile kapama sağlanmıştır.
- Robalıdır.
- Ön ortası patlıdır. Pat üzerinde ilik düğme çalışılmıştır.
- Klasik ayaklı yakalıdır. Yaka ucunda balen kullanılmıştır.
- Sağ ön parçada cep çalışması yapılmıştır. Bu cep kanun pili arasına applike ile çalışılmıştır.

##### Parça Listesi

- 2 adet yaka
- 2 adet yaka ayağı
- 4 adet manşet
- 2 adet kol
- 2 adet ön beden
- 2 roba
- 2 adet apartura
- 1 adet cep
- 2 adet applike parçası

Firma tarafından numunesi hazırlanan gömleğin, ön arka ve detaylarına ilişkin çizim ve fotoğraflara Görsel 4'te yer verilmiştir.



Görsel 4. Sunum Panosu (Üretimi Gerçekleştirilen Gömlek Ön, Arka ve Detay)

Tasarımın uygun aşamalarında, tasarım çıktılarının girdi şartlarını karşılaması için tasarım doğrulaması yapılmalıdır ([https 3](https://3)). Gürmen Giyim Ticaret AŞ'de tasarlanan ürünün numunesi hazırlandıktan sonra tasarım doğrulaması aşaması gerçekleştirilmektedir. Teknik müdür, kalıphane sorumlusu ve bant sorumlusundan oluşan üretim grubu ve tasarımcı tarafından tasarım doğrulaması gerçekleştirilir. Bu aşamada, hazırlanan numune renk, kullanılan ana-yardımcı malzeme ve üretim teknikleri açısından aşağıda verilen kriterlere uygun olarak incelenir.

**Renk:** Kullanılan renklerin tasarıma uygunluğuna ve renk varyantlarına karar verilir.

**Ana ve yardımcı malzeme:** Kullanılan kumaşın tasarıma uygunluğuna karar verilir. Aynı zamanda kullanılan, iplik, düğme ve tela gibi yardımcı malzemelerin yapılan tasarıma ve ana malzemeye olan uygunluğu kontrol edilir.

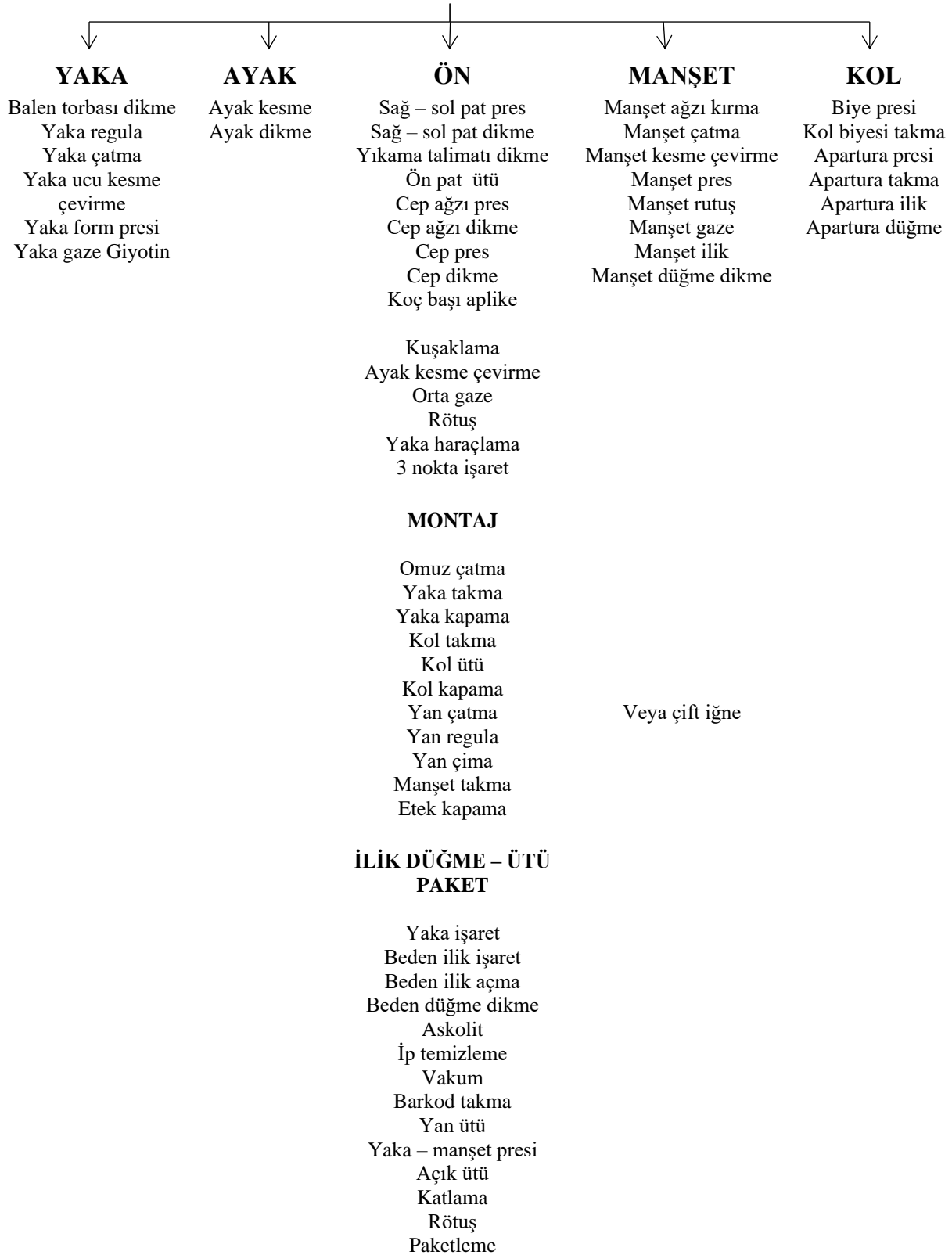
**Üretim teknikleri:** Numune hazırlanırken kullanılan dikim tekniğinin tasarıma ve ana malzemeye uygunluğu kontrol edilir. Örneğin araştırma kapsamında hazırlanan numunede cep üzerinde aplike şeklinde yer alan desenin uygulanmasına ilişkin tekniklerin (aplike, dijital baskı, işleme vb.) uygunluğuna bu aşamada karar verilir.

Gömleğin numunesi hazırlanırken aynı zamanda iş akış planı da oluşturulmaktadır. Tasarlanan gömleğin üretim aşamalarını içeren iş akış planına Şema 1'de yer verilmiştir.





## HAZIRLIK



Şema 1. Gömlek İş Akışı

Firma tarafından hazırlanan üretim kartı Görsel 5’te yer almaktadır. Üretim kartında, kumaş, yardımcı malzeme ve model özelliklerine ilişkin detaylara yer verilmektedir.

ARTİKEL	RENK	DROP	BEDEN	40	TOPLAM				
211348	500	GÖMLEK(38)	ADET	1	1				
<b>TOPLAM ADET :</b> 1									
<b>NOTLAR</b> ROMA YAKA-KOÇ BAŞI DETAYI İÇİN GÖRSELE BAKINIZ									
<b>GÖMLEK / SİPARİŞ ÖZELLİKLERİ</b>									
YIKAMA TİPİ	YOK	YAKA DÜĞME SAYISI	1	BALEN	TORBALI	APATURA	BİYELİ		
APATURA İLİĞİ	DUZ İLİK	MANSET MODEL	7CM KESİK KÖŞELİ	MANSET İLİK SAYISI	1 İLİK 2 DÜĞME	ETEK UÇGEN PARÇA	YAN KAPAMALAR ÇİFT İĞNE KUŞ YOK	NAKİS	YOK
GARNİ	VAR	DÜĞME	APATURA 14" - ON 18" - MANSET 18"						
<b>GÖMLEK / MODEL ÖZELLİKLERİ</b>									
YAKA MODEL	KALIBA ÖZEL	ÜST PAT	3CM PATSIZ	ALT PAT	2.5CM DİKİŞLİ				
ON PAT İLİK SAYISI	7 İLİK DÜĞMELİ	ROBA	ROBALI						
ARKA PENS	PENSİZ	KOL	UZUN	KOL AĞZI ÇALIŞMASI	MANŞETLİ				
KOL AĞZI PİLESTİ	TEK PİLE								

Görsel 5. Gömlek Üretim Kartı

## 5. Sonuç

Erkek gömleği tasarım sürecini örneğiyle birlikte açıklanmak isteyen bu araştırmada, Türk Hazır Giyim Sektörünün erkek giyimi alanında önemli bir ismi olan RAMSEY markasının tasarım süreci incelenmiştir. Sürecin ve tasarıma bakışın anlaşılması açısından Ramsey markası ve tasarım süreci hakkında toplanılan veriler bulgular bölümünde sunulmuştur. Markanın özellikleri, vizyon ve misyonu incelendiğinde, bu bilgiler ile tasarım tavrı arasındaki bağlantı görülmektedir. El işçiliği ile zamanın eğilimlerini birleştiren marka, tasarımlarında modernlik, yenilikçilik ve kaliteyi ön planda tutmaktadır. Bu kapsamda tasarım sürecinde küresel eğilimleri kendi çizgisinde kullandığını söylemek mümkündür.

Bu örnek çalışmada yapılan “Damga” isimli gömlek tasarımında Türk kültürünün köklerine atıfta bulunulmuştur. Tasarım sürecine başlarken öncelikli olarak müşteri kitlesi analiz edilmiştir. Bu sayede müşteri profiline uygun satılabilir bir gömlek tasarımı için araştırma yapılmaya başlanmıştır. Yapılan eğilim araştırmaları sonucunda antik kültürün mirasını günümüz dünyasına uyarlayan ve lokal kültüre dikkat çeken tema, kullanılmak üzere seçilmiştir. Bu temadan yola çıkılarak Türk kültürünün tarihine yönelik yapılan araştırmada, Türklerin motifleri ve giyim kuşamına dair bulunan görsellerden bir hikaye panosu oluşturulmuştur. “Damga” adı verilen bu hikâyenin eskiz çizimleri yapılmış, modelden model geliştirilerek tasarım aşaması tamamlanmıştır. Yapılan tasarımlardan seçilen biri üretilerek çalışmanın bulguları tamamlanmıştır.

Sonuç olarak, sektörel örneğiyle erkek gömlek tasarım sürecinde, her bir aşamanın bir sonraki adım açısından önemli ve gerekli olduğu görülmüştür. Her aşamanın kendi içinde tutarlı olmasının tema, tasarım ve ürün içinde uyum sağlanması açısından önemli olduğunu söylemek mümkündür.

## Kaynakça



- Akgül, M., (2006). Klasik Erkek Gömleği Üretiminde Kalite Özelliklerinin Belirlenmesi ve Kalite Talimatlarının Hazırlanması. T.C. Marmara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tekstil Eğitimi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Aytaçlı, B., (2012). Durum Çalışmasına Ayrıntılı Bir Bakış. *Adnan Menderes Üniversitesi Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, Haziran 2012, 3 (1), 1-9.
- Baylavlı, M. (2011). Erkek Gömleği Üretiminde En Uygun Üretim Süreci Belirlemede Analitik Hiyerarşi Süreci ve Örnek Bir Uygulama. Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Giyim Endüstrisi ve Giyim Sanatları Eğitimi Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Çağlar, S., Varol, E. (2021). Moda Tasarımı Öğrencilerinin Tasarım Biliş Türlerinin Belirlenmesi. *Sanat ve Tasarım*, Cilt: 11, Sayı: 1.  
<https://std.anadolu.edu.tr/sites/std.anadolu.edu.tr/files/dergiler/SAYI%2020.pdf> (8.11.2021 tarihinde erişim sağlanmıştır.)
- Ertürk, N., Erdoğan, D.İ. (2012). Bir Moda Tasarımcısının Koleksiyon Hazırlama Süreci ve Simay Bülbül Örneği. *Akademik Bakış Dergisi*, Sayı: 29 Mart-Nisan. Erişim adresi: <https://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423868036.pdf> (12.10.2021 tarihinde erişim sağlanmıştır.)
- Merhali, N., (2015). Moda Akımlarının, Giysi Koleksiyonu Oluşum Sürecine Etkisinin Araştırılması. İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Moda ve Tekstil Tasarımı Programı, Yüksek Lisans Tezi.
- Muratoğlu, Y., Kılınç, N. (2004). *Erkek Giysi Üretimi*. Ankara: Bizim Büro Basımevi.
- Qurbanov, A., (2013). Damqalar Rəmzlər Mənimsemələr. Strateji Araşdırmalar Mərkəzi. Erişim Adresi: <http://turuz.com/book/title/damqalar-remzler-menimsemeler-araz-qurbanov> (10.08.2021 tarihinde erişim sağlanmıştır.)
- Sezer, B., (2006). Müller Kalıp Sistemi 46-52 Beden (38-41 Yaka) Klasik Erkek Gömleği Kalıplarının Antropometrik ve Ergonomik Uyumunun İncelenmesi, Geliştirilmesi. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Giyim Endüstrisi ve Giyim Sanatları Eğitimi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Subaşı, M., Okumuş, K., (2017). Bir Araştırma Yöntemi Olarak Durum Çalışması. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Haziran 2017 21(2): 419-426 Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/474049> (12.10.2021 tarihinde erişim sağlanmıştır.)
- Şahin, K., İ., S., (2020). Moda Eğilimlerinin İncelenmesi (Giyim ve Ev Tekstili Örneği) . Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Moda Tasarım Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Terli, A. (2011). Hazır Giyimde Erkek Gömleği ve Kalite Unsurları, *Türk Sanatları Araştırmaları Dergisi Sayı 2/Cilt* . Erişim adresi: <https://docplayer.biz.tr/21200741-Hazir-giyimde-erkek-gomlegi-ve-kalite-unsurlari.html> (18.10.2021 tarihinde erişim sağlanmıştır.)
- Uludağ, S., I., (2005). Hazır Giyim Sanayiinde Klasik Erkek Gömleği Üretiminin Standart Sürelerinin MTM Yöntemi İle Belirlenmesi. Marmara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tekstil Eğitimi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Vural, T., Ağaç, S. (1995). Hazır Giyim Erkek Gömleği Üretimi ve Kontrol Noktaları. *Tekstil ve Konfeksiyon*. Yıl: 5. Ocak. Sayı: 1.
- Vural, T., Çoruh, E. (2003). *Bilgisayar Destekli Moda Tasarımı*. İstanbul: YA-PA Yayınları.
- Https 1. <https://www.ramsey.com.tr/tr/k/Hakkimizda>. (02.08.2021 tarihinde erişim sağlanmıştır.)



Https 2. <https://egitim.tarimorman.gov.tr/elazig/Sayfalar/Detay.aspx?OgeId=9&Liste=Slogan> (10.08.2021 tarihinde erişim sağlanmıştır.)

Https 3. Alpay, H.R. <https://www.slideshare.net/kayahandede/tasarm-ynetimi> (13.11.2021 tarihinde erişim sağlanmıştır.)