

ÜNLÜ MODA MARKALARINDA ÖNE ÇIKAN MOTİFLERİN İNCELENMESİ

Özge KILIÇ
Çankırı Karatekin Üniversitesi, Türkiye
ozgekilic@karatekin.edu.tr
https://orcid.org/0000-0002-0094-0508

Pınar ARSLAN
Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Türkiye
pinar.arslan@hbv.edu.tr
https://orcid.org/0000-0002-6917-3642

<i>Atıf</i>	Kılıç, Ö & Arslan, P. (2023). Ünlü Moda Markalarında Öne Çıkan Motiflerin İncelenmesi. The Turkish Online Journal of Design Art and Communication, 14 (1), 128-.147.
-------------	--

ÖZ

Marka kavramı, bir şirket ya da firmayı diğerlerinden ayırt etmeyi sağlayan özelliklerin bütünü olarak ifade edilebilir. Moda ve tekstil sektöründe ürün satışının en önemli unsurlarından biri markalaşmadır. Markalaşmış ve lüks tüketim algısına hitap etmeyi süreklilik haline getirmiş firmalar tüketicinin ihtiyaç ve beklentilerini iyi analiz ettiklerinden koleksiyonlarını bu amaç doğrultusunda planlamaktadırlar. Bu planlanmış durum moda markaları arasında kendilerine özgü logo, monogram, motif, renk gibi bazı özelliklerin de gelişmesine ve sürekliliğini korumasına neden olmaktadır. Marka, bu kendine özgülük durumuyla tüketici açısından lüks ve marka ürün algısının devamlılığını ve yarattığı marka imajının tüketici zihninde diğerlerinden ayrışmasını sağlamaktadır. Bu çalışmada lüks moda markalarının baskılı giysi ürünlerinde yaygın olarak kullanılan motif özelliklerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışmada yöntem olarak tarama yöntemi kullanılmıştır. Araştırma kapsamında Gucci, Christian Dior, Chanel, Louis Vuitton, Giorgio Armani, Dolce Gabbana, Hugo Boss gibi moda markalarının 574 baskılı giysi ürünü incelenmiş, bu ürünlerin desen tasarım özellikleri (motif, renk vb.) değerlendirilmiştir. Ulaşılabilen ürünlerin desen tasarım özellikleri incelendiğinde lüks moda markalarının kendilerine ait logo, sembol ve monogramlar dikkat çekerken, bitkisel, geometrik, resimli ve figüratif, sembolik, nesneli, yazılı olmak üzere çeşitli motiflerin kullanıldığı saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Moda markası, Motif, Baskı.

EXAMINATION OF PROMINENT MOTIFS IN FAMOUS FASHION BRANDS

ABSTRACT

The concept of brand can be expressed as the set of features that distinguish a company or firm from others. One of the most important elements of product sales in the fashion and textile industry is branding. Companies that have become brands and have made it a point to appeal to the perception of luxury consumption plan their collections in line with this purpose, as they analyze the needs and expectations of the consumer well. This planned situation causes some features such as unique logos, monograms, motifs and colors among fashion brands to develop and maintain their continuity. With this uniqueness, the brand ensures the continuity of the luxury and brand product perception for the consumer and the brand image it creates distinguishes itself from others in the consumer's mind. Within the scope

of the research, it was aimed to examine the motif features commonly used in the printed clothing products of luxury fashion brands. Scanning method was used in the study. In this study, 574 printed clothing products of fashion brands such as Gucci, Christian Dior, Chanel, Louis Vuitton, Giorgio Armani, Dolce Gabbana, Hugo Boss were examined and the pattern design features (motif, color, etc.) of these products were evaluated. When the pattern design features of the available products are examined, it has been determined that while the logos, symbols and monograms of luxury fashion brands attract attention, various motifs, including herbal, geometric, pictorial and figurative, symbolic, object and written are used.

Keywords: *Fashion brand, Motif, Print.*

GİRİŞ

Dünyada teknolojinin her geçen gün gelişmesi, internet ve iletişim konusunda yapılan yeniliklerin artmasına ve ulaşım ağlarının kolaylaşmasına yardımcı olmuş, böylece yüksek rekabet gücünü benimseyen bir ticaret anlayışı oluşmuştur. Bu durum tüketicilerin bilinçli ve yüksek farkındalıkla hareket etmesini sağlayarak istek, beklenti ve taleplerinde değişimlere neden olmuştur. Küreselleşmenin etkisi ile ülkeler arası sınırların kaldırılması, her sektörde olduğu gibi tekstil ve moda sektöründe de uluslararası erişilebilirlik imkânı ve iletişim ağında kolaylıklar sağlamış, sektörün ihtiyaçları doğrultusunda yeni pazar imkanları artmıştır. Uluslararası tanınırlığa sahip olmaya yönelik yaşanan bu gelişmeler, küresel marka olma yolunu tekstil ve moda firmalarına açmıştır. Ancak yeni dünya düzeninde firmaların rekabet edebilmesi için farklı ve özgün olması, aynı zamanda bir marka değerine sahip olması önemlidir. Bu durum markalaşmayı zorunlu hale getirmiştir (UTİB, 2017:22).

Sektörel alanda bir firmanın markalaşması kendi özgünlüğünü ortaya koyabilmesi ve ayrıcalıklı olabilmesi anlamına gelmektedir. Marka kavramı, bir ürün veya hizmetin üreticisini veya satıcısını tanımlayan bir isim, terim, işaret, sembol, tasarım veya bunların birleşimi olarak ifade edilmektedir. Marka ürüne değer katan ayrılmaz bir parçadır. Tüketicilerin marka ile aralarında kurdukları bağ satın alım süreçlerini ve tüketicilerin tercihlerini olumlu anlamda etkilemektedir (Kotler, Armstrong ve Balasubramanian, 2023: 255).

Marka, ürün ve tüketici arasında güçlü bağın kurulması sonucunda aidiyet, saygınlık, sadakat ve özgün bir kimlik inşa edilmektedir. Özellikle inşa edilen sembolik kimliğin en önemli temel unsurunu marka kavramı oluşturur. Ürünün kimliği, aynı zamanda markasıdır. Tekstil ve moda sektöründe firmaların piyasaya sundukları ürünleri ile birlikte güçlü marka imajını oluşturması, sürdürülebilirliği ve markalaşması son derece önemlidir ancak bu durum uzun bir süreç dayanmaktadır. Ürün, piyasada kabul gördükçe, kendine özgü alanı oluşturdukça markalaşmaktadır (İnaç ve Yacan, 2018: 318).

Kimi zaman tamamen özgün ve modern çizgiyi benimseyerek değişen ve gelişen, kimi zaman geçmiş dönemlerden esinlenme olarak kendini tekrar eden moda kavramı geçmişten günümüze kullanıcıya veya tüketiciye kendi tarzını yansıtmaya ve bireyselliğini ifade etme olanağı sunmaktadır. Bir moda markasının başarılı olabilmesi ve uzun yıllar adından söz ettirebilmesi için tüketicinin güven ve kalite arayışını karşılamalı ve tarzına, duygularına hitap etmeli ve bunun sonucunda marka ve tüketici arasında güçlü bir bağ kurulabilmelidir. Bunun için tekstil ve moda endüstrisinde firmaların yüksek rekabetle baş edebilmesinin temelini oluşturan markalaşma sürecinin iyi yönetilmesi, tüketici istek, talep ve beklentileri hakkında detaylı araştırma yapılması gerekmektedir (Završnik ve Potočan, 2020: 485).

Moda markalaşması tasarımcıların, üreticilerin, stratejistlerin, kreatif direktörlerin, perakendecilerin vb. sorumlu kişilerin sürece dahil olarak marka bilinci oluşturmak amacıyla moda ürünlerine kimlik kazandırılmasını ifade etmektedir. Ürün açısından oluşturulan markalaşma, şirket vizyonu, stratejisi ve imajının oluşmasına katkı sağlar. Tüketicilerin yeni ürün alımına teşvik edilmesi ve markanın tüketiciler tarafından anlaşılmasına da destek olur. Örneğin; herhangi bir moda markasına ait olmayan tişört, kot pantolon, etek, süveter vb. giysi ürünü diğer ürünler arasında sönük kalabilir veya ayırt edilemeyebilir.

İnce işçilikle üretilen Couture giysilerin satışında zanaatkarlığa güvenilirken, seri üretilen ürünlerin rakipleri ile rekabet edebilmesi, rakipleri arasında öne çıkabilmesi markalaşma sürecinin iyi yönetilmesi ile mümkündür. Özellikle markalaşma lüks markaların daha fazla çekicilik kazanmasını sağlar (Hancock, 2022: 6-7).

Fionda ve Moore (2009:357-359) tarafından yapılan Lüks Moda Markasının Anatomisi çalışmasında araştırma bulgularından elde ettikleri lüks moda markasına özgü çeşitli bileşenleri içeren bir model geliştirilmiştir. Lüks bir moda markası yaratmanın doğasında 9 temel bileşen ve buna bağlı olarak alt kategoriler yer almaktadır. Araştırma kapsamında yapılan görüşmeler doğrultusunda; şirketlerin her biri marka imzasının ve ikonik ürünlerin önemini kabul ettiği ve bunlara "tasarımcının stili", "el yazısı" veya "marka DNA'sı" adını verdiği, tüm markaların ürettiği koleksiyonlarda tasarım ekibinin önemli olduğunu, seçkin tasarımcılara koleksiyonlarındaki çeşitli ürünler üzerinde çalışmalarını için yatırım yaptıklarını ve böylece tüm koleksiyonun net bir imzaya sahip olmasını sağladıkları ifade edilmiştir. Özetle; ürün gamı içinde ikonik ürünler, seçkin tasarımcılar ve marka görünümü ile birlikte tasarım imzasının önemi, lüks bir markanın yaratılmasında hayati önem taşımaktadır.

Lüks markalar kullanıcı odaklı, yenilik, yaratıcılık, gelenek, tarih, üstün kalite, işçilik, yüksek fiyat, ayrıcalık, müşteri memnuniyeti, kişiye özel olma vb. özellikleri bir araya getiren eşsiz bir deneyim sunar. Özellikle lüks markaların kullanıcı odaklı olma prensibi ve marka imajlarına korumaya yönelik marka adı, kimlik, statü, itibar, kaliteli malzeme, yenilikçi, yaratıcı, nadir, kendine münhasır gibi ürün ve tasarım özellikleri göze çarpar (Cabigiosu, 2020: 220).

Moda ile marka arasındaki ilişkiye bakıldığında, özellikle günümüz dijital çağında moda küresel markaları yönlendirdiği gibi markalar da modaya yön verebilmektedir. Günümüzde her kesimden tüketicilerin çoğunluğu lüks ve pazarda bilinen moda markaları tüketme eğilimi göstermektedir. Çünkü tüketiciler için bir giysiyi satın alırken, gereksinimlerinin yanı sıra imaj yaratma, ayrıcalıklı olma da önemlidir. Modayı takip eden tüketiciler için önemli olan modayı takip etmenin yanı sıra o modanın kendisi açısından toplumdaki yerini ve konumunu nasıl ortaya koyacağıdır (Öndoğan ve Öndoğan, 2021:113-114).

Moda markalarına ait giysi ürünlerinde tüketiciyi bahsedilen imaj yaratma sürecine yönlendiren önemli unsurlardan biri de kumaşlarında kullandıkları ayrıştırıcı sembolleri, marka yazıları ya da motifleridir. Bu motifler markanın markalaşma süreci boyunca kimliğini yansıtan bir öge (monogram, logo, sembol gibi) olarak öne çıkabildiği gibi, dönemin moda trendlerine göre tasarlanan kumaş desenlerinde farklı motifler olarak da kullanılabilir.

Tüketici ihtiyaçları yaşanan döneme göre değişiklik ve çeşitlilik göstermektedir. Tekstil veya moda tasarımcılarının bir ürünü tasarlarlarken dönemin ihtiyaçları, beklentileri, beğenileri, talepleri göz önünde bulundurulduğunda motif ve desen seçimi buna göre şekillenmektedir. İlham kaynakları, yaratıcı fikirler ve özgün yaklaşımlar doğrultusunda tasarlanacak ürünün motif ve desen özelliklerinde sosyal, kültürel, teknolojik, ekonomik, estetik ve fiziksel olmak üzere çeşitli faktörler belirleyici rol oynamaktadır (Sezgin ve Önlü, 1992: 89).

Farklı dönemlerde yaşayan toplumların özelliklerini yansıtan, yaşamdan izler taşıyan ve toplumların sembolik dilini oluşturan motifler, geçmiş medeniyetlerin mimari, heykel, dekoratif sanatlar, tekstil, moda vb. çeşitli sanat ve tasarım alanlarına ait eserlerinde yer alırken, günümüzde de özellikle lüks moda markalarının desen tasarımlarında göze çarpmaktadır (Uğurlu, 1991: 78). Desen tasarımında geometrik (çizgi, kare, dikdörtgen vb.), bitkisel (çiçek, dal, yaprak vb.), figürlü (insan figürü, hayvan figürü), sembolik (soyut anlatımlar), nesneli (somut anlatımlar vb.), yazılı (kufi yazılar vb.) olmak üzere çeşitli kültürel kimliği yansıtan motif türleri yaygın olarak yer almaktadır (Akpınarlı, 2009: 20). Ayrıca Wilson (2001: 113) çalışmasında figürlü motifleri, resimli ve figüratif motif adı altında yer vermiştir. Bu bağlamda ünlü moda markalarının desen tasarımlarında figürlü motiflerin yanı sıra manzara resimleri

de yer aldığından incelenen örnekler makale içerisinde resimli ve figüratif motif kapsamında değerlendirilmiştir.

Bu çalışmada lüks markaların koleksiyonlarında yer alan baskılı giysi ürünlerinin desen tasarım özellikleri (motif, renk vb.) değerlendirilmiştir. Lüks markaların kendi kimliğini yansıtan ürün tasarım özelliklerinde kullandıkları motiflerin tespiti ile, tasarım alanında çalışan uzmanlara, araştırmacılara ve tasarım okullarında okuyan öğrencilere, markalarda tercih edilen motif skalasının neler olduğu hakkında bilgi verilmesi, bununla birlikte desen tasarımı konusunda çalışan kişilerin tasarlayacakları desenlerde ön tasarım fikirlerinin oluşabilmesi amacıyla hazırlanan bu çalışma ile literatüre katkı sağlanması amaçlanmıştır.

YÖNTEM

Araştırmada tarama yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın evrenini 2023/24 yılı sezonuna ait Gucci, Christian Dior, Chanel, Louis Vuitton, Giorgio Armani, Dolce Gabbana Hugo Boss moda markalarının kadın-erkek-çocuk giysi koleksiyonları oluştururken, araştırmanın örneklemini 2023/24 yılı sezonuna ait Gucci (86 adet ürün), Christian Dior (55 adet ürün), Chanel (15 adet ürün), Louis Vuitton (54 adet ürün), Giorgio Armani (55 adet ürün), Dolce Gabbana (69 adet ürün), Hugo Boss (240 adet ürün) moda markalarının kadın-erkek-çocuk giysi koleksiyonlarından elde edilen 574 adet ürün örneği oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında ele alınan giysi ürün adedinin fazla olması nedeniyle sadece ön plana çıkmış olan motif gruplarına ait görsellere yer verilmiştir.

BULGULAR

Araştırma kapsamında Chanel, Christian Dior, Dolce Gabbana, Giorgio Armani, Gucci, Hugo Boss, Louis Vuitton gibi dünyaca ünlü 7 moda markasının dijital ortam koleksiyonlarındaki farklı motiflere sahip 574 adet baskılı giysi ürünü incelenmiş ve buna ilişkin veriler Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1. Moda markalarındaki baskılı giysi ürünlerine ilişkin veriler

MARKA ADI	GİYSİ SAYISI	ÜRÜN KATEGORİSİ	KOLEKSİYON ADI/SEZONU	KULLANILAN MOTİF VE SAYISI					
				Bitkisel	Geometrik	Soyut/Sembolik	Resimli/figüratif	Nesneli	Yazılı
CHANEL	15	Bayan	Spring/Summer 2023 Métiers D'art 2022/23 Fall/Winter 2023/24 Cruise 2023/24	7	6	1	2	-	2
CHRISTIAN DIOR	55	Bay/Bayan/ Çocuk	Ready to Wear FALL 2023 Autumn-Winter 2023/24	27	4	8	24	4	13
DOLCE GABBANA	69	Bay/Bayan/ Çocuk	Maolica Collection 2023/24 Carretto Collection 2023/24 Kim Kardashian Collection 2023/24 Roma Collection 2023/24 Re-Edited Collection 2023/24 Pelayo Díaz Collection 2023/24	32	28	14	11	8	35
GIORGIO ARMANI	55	Bay/Bayan	Spring/Summer 2023 Fall/Winter 2023/24	13	31	9	5	-	1
GUCCI	86	Bay/Bayan/ Çocuk	Ready-to-wear 2023/24	22	11	15	32	20	26
HUGO BOSS	240	Bay/Bayan/ Çocuk	Clothing Women/Men 2023/24	57	30	23	45	7	65
LOUIS VUITTON	54	Bay/Bayan	Fall Winter 2023/24	7	11	11	9	8	9

*Bir giysi ürününde birden fazla motif bulunabildiğinden, giysi sayısı ile kullanılan motif sayısının toplamı birbirlerine eşit olmamaktadır.

Tablo 1 incelendiğinde; Chanel ve Christian Dior markalarında bitkisel motiflerin, Dolce Gabbana markasında yazılı motiflerin, Giorgio Armani markasında geometrik motiflerin, Gucci markasında resimli/figüratif motiflerin, Hugo Boss markasında yazılı motiflerin, Louis Vuitton markasında geometrik ve soyut/sembolik motiflerin kullanımının ön plana çıktığı görülmektedir.

Araştırma kapsamında ünlü moda markalarının söz konusu koleksiyonlarında öne çıkan motifler yönünden incelendiğinde, markaların çok sayıda ürününde estetik görünüm sağlayan motif tasarımlarına ilaveten kendilerine ait sembol, logo yada yazıları entegre ederek (Şekil 1) hem tüketicinin beğenisini kazanmayı hem de kendi marka değerlerini ön plana çıkarmayı hedefledikleri görülmüştür. Bu yolla markaların, ürünleri için lüks marka algısı yaratarak tüketicinin, satış konusunda ikna sürecini kolaylaştırdığı, ürün hakkında fiyat, kalite vb. açısından öngörü edinmesini sağladığı düşünülmektedir.



Şekil 1. Gucci Ready to Wear ve Dolce Gabbana Carretto Koleksiyonlarına Ait Marka Vurgusu Yapan Giysi Örnekleri (2023)

Koleksiyonlarda tasarım değişkenlerinden biri olarak görülen desenlerdeki motifler, söz konusu her bir moda markası açısından ayrıntılı olarak değerlendirilmiş ve örnekleri görsellerle aktarılmıştır.

Christian Dior

Christian Dior, Sonbahar 2023/24 koleksiyonunda 'Toile de Jouy' adını verdiği (Şekil 2) resimli ve figüratif motif gruplarından hayvan ve doğa manzarasını konu alan motifleri ile ön plana çıkmıştır. Bu motifler genel olarak açık zemin rengi üzerine tek renk (monokromatik) basılmıştır. Bu motif grubu için koleksiyonda pembe-kırmızı-siyah, mavi-beyaz, siyah-beyaz renk grupları tercih edilmiştir. Motiflerin yerleşiminde kurgu tüm bedende birim desen yansıtılacak şekilde tasarımsal planlama yapılmıştır.



Şekil 2. Christian Dior Sonbahar 2023 Koleksiyonuna Ait 'Toile De Jouy' Motif Baskılı Giysi Örnekleri (2023)

Dior'un tarihi Avenue Montaigne adresi etrafında yapılandırılmış beyaz zemin üzerine siyah (monokromatik) Paris mimari planı (Şekil 3) ile oluşturulmuş şehir manzarasını veren resimli ve figüratif motif grubu ile marka sezonda oldukça dikkat çekici olmuştur. Mimari plana ilişkin motiflerin yerleşimi giysinin tüm bedenini kaplayacak şekilde tasarlanmıştır.



Şekil 3. Dior'a Ait Plan De Paris Motifli Giysi Örneği (2023)

Bunun yanında Dior, Hint hayvan motifleri, Melothesia motifleri (vücudun çeşitli bölgelerinin Zodyak burçları ve gezegenler ile ilişkilendirilmesini konu alan motif) el çizimi insan ve hayvan motifleri ilaveten çok renkli etkilerle tasarlanan insan figürlü motifleri (Şekil 4) ile farklılık yaratmıştır.



Şekil 4. Dior Melothesia Motifli, El Çizimi İnsan Figürlü Giysi Örnekleri (2023)

Sıradışı, farklı ve ilginç temalarla üretilmiş bu motiflerin yanı sıra özellikle insan ve hayvan baskılı ürünler için; resimli ve figüratif, çiçek, yaprak baskılı ürünler için; bitkisel, gazete ve marka adı baskılı ürünler için; yazılı (Şekil 5) ve logo ve monogramları içeren ürünler için sembolik motif gruplarının da sezonda yerini aldığı görülmüştür.



Şekil 5. Dior Gazete ve Marka Baskılı Giysi Örneği (2023)

Dior koleksiyonlarındaki baskılı giysilerde modeller genel anlamda sade tutulmuş, motif ve desenin ön plana çıkması sağlanmış, marka vurgusunun da giysideki güçlü yerleşimine dikkat edilmiştir.

Chanel

Chanel, İlkbahar Yaz 2023, 2022/23 Métiers D'art, İlkbahar Yaz 2023 Ön Koleksiyon, Sonbahar-Kış 2023/24, Cruise 2023/24 koleksiyonlarındaki baskılı ürünlerinde puantiyeleri, ekoseleri, yazılı motifleri ve çiçek motiflerini (Şekil 6) kullanarak klasik yapıyı sürdürmüştür. Bunun yanında az sayıda da olsa resimli ve figüratif motiflerden (Şekil 7) yararlanılmıştır. Tasarlanan motifler genellikle elbise ve alt-üst giysilerde tekrarlanarak kullanılmış, ürünlerin bazı bölgelerinde marka adı (Şekil 7) ya da marka sembolü verilerek dikkat çekiciliği artırılmıştır. Motiflerde kullanılan açık-koyu tonlar ile kontrast uyum yakalanmaya çalışılmış, giysilerdeki model uygulamaları ile motiflerin görünümü daha etkileyici hale getirilmiştir.



Şekil 6. Chanel Ekoseli ve Çiçek Motifli Giysi Ürünleri (2023)



Şekil 7. Resimli ve Marka Adının Olduğu Yazılı Motifli Giysi Örnekleri (2023)

Chanel'in 2023/24 yılı koleksiyonlarındaki baskılı giysi örneği sayısı diğer markalara oranla az olup genellikle koyu tonlarda planlanmıştır.

Dolce Gabbana

Dolce Gabbana 2023/24 yılı, Carretto, Majolica, Roma, Pelayo Díaz koleksiyonları ile sezona sıradışı bir giriş yapmıştır. Marka, ürünlerinde genellikle çarpıcı, canlı tonları kullanmıştır. Özellikle Carretto koleksiyonunda canlı yeşil, sarı, kırmızı ve mavi renkleri ön plana çıkarmıştır. Kullanılan motiflere bakıldığında üçgen, daire, kare ve çizgilerden oluşan geometrik motifler olduğu görülmüştür.

Söz konusu bu motiflerin tasarımlarında Sicilya Carretto at-eşek arabalarından ilham alınmıştır (Şekil 8). Marka tarafından renklerin, 60'ların deneysel ve provokatif sanat eserlerinin yeniden işlenerek tasarımcılar tarafından yorum kazandırılmasıyla oluştuğu ifade edilmektedir (<https://www.dolcegabbana.com/en/fashion/women/clothing/dresses/short-carretto-print-poplin-dress-multicolor-F6ADYTFI5GVHH4KT.html>).



Şekil 8. Sicilya Carretto Arabası ve Dolce Gabbana Carretto Koleksiyonuna Ait Giysi Örneği (2023)

Dolce Gabbana'ya ait bir diğer koleksiyon olan Majolica koleksiyonunda, Caltagirone Mayolika çinilerini süsleyen 'kaligrafik-natüralist' etkilerini ve süslü Sicilya bahçelerini konu alan beyaz zemin

üzerine fuşya veya mavi olarak tek renk (monokromatik) tasarlanan motifler yer almıştır (<https://www.dolcegabbana.com/en/fashion/women/highlights/maiolica>). Genellikle bitkisel ve geometrik motiflerin yer aldığı kompozisyonların yerleşiminde, tüm bedende kapaklama raport kullanılmıştır.



Şekil 9. Dolce Gabbana Majolica Koleksiyonuna Ait Giysi Örnekleri (2023)

Bu markaya ait motif açısından farklı bir koleksiyon ise ‘Roma’ adlı erkek giyim koleksiyonudur. Marka Roma dönemine ait vurgularla para motiflerini birleştirip sunarak giysilere sıradışı, özgün ve eğlenceli bir görünüm katmıştır (Şekil 10). Söz konusu para motiflerinde hem Roma dönemine ait insan figürlerine hem de marka yazısına yer verilmiştir. Kullanılan para motiflerini nesnel motifler grubunda değerlendirmek mümkündür. Ürünlerde genellikle siyah, beyaz yada toprak tonlarında düz zemin üzerine bronz rengi para motifleri tekrarlarla (serbest, yarım raport vb.) yerleştirilmiştir.



Şekil 10. Dolce Gabbana ‘Roma’ Koleksiyonuna Ait Giysi Örneği (2023)

Bahsedilen bu koleksiyonlara ilaveten popüleritesi ile resimli motiflerin kullanıldığı ‘Kim Kardashian Koleksiyonu’, çarpıcı renkleri ve Hawai teması ile manzara motifli (resimli ve figüratif motif grubu) ‘Siyah Sicilya Koleksiyonu, çocukluk anıları, yeniden işlenen şekiller ve kumaşları konu alan (nesnel, resimli ve figüratif motif grubu) ‘Pelayo Díaz’ koleksiyonu (Şekil 11), yine diğer markalarda da olduğu gibi tüketici tarafından sıklıkla tercih edilen geometrik ve yazılı motifli ürünler Dolce Gabbana markasında yerini almıştır.



Şekil 11. Dolce Gabbana 'Siyah Sicilya' ve 'Pelayo Día'z Koleksiyonlarına Ait Giysi Örnekleri (2023)

Dolce Gabbana markasının farklı temalarla ve çok sayıda koleksiyon ile çalışmış olması, diğer markalara kıyasla motif açısından daha farklı ve zengin ürün yelpazesi elde etmesini sağlamıştır.

Giorgio Armani

Giorgio Armani'nin 2023/24 koleksiyonlarına bakıldığında genellikle çiçek (bitkisel), mandala, ekose ve özellikle erkek ürünlerinde geometrik motiflerin, Sonbahar Kış 2023/24 koleksiyonunda özellikle hayvan derilerinden esinlenen motiflerin (Şekil 12) ön plana çıktığı görülmektedir.



Şekil 12. Giorgio Armani Çiçek Motifli, Mandala Motifli ve Hayvan Derisinden Esinlenerek Hazırlanan Giysi Örnekleri (2023)

Markanın koleksiyonlarında genellikle mavi tonları hâkim olmakla birlikte pembe, bordo, yeşil, füme de kullanılmıştır. Kompozisyonlar açısından bakıldığında, koleksiyonlarda motiflerin genellikle serbest kompozisyon düzenine göre yerleştirildiği görülmüştür.

Gucci

Gucci 2023/24 yılı koleksiyonlarında motif açısından oldukça renkli ve zengin ürünler ortaya çıkarmıştır. Ready-to-wear koleksiyonunda (bay-bayan-çocuk) bakıldığında, bitkisel, geometrik gibi alışıldık motiflerin yanı sıra sembolik motif olarak değerlendirebileceğimiz markanın ilk harfi olan 'G' üzerinden birçok motif tasarımı yapıldığı görülmüştür (Şekil 13).



Şekil 13. Gucci Çapa-GG Motifli ve Köşeli G Motifli Giysi Örnekleri (2023)

Gucci'nin özellikle binicilikle ilgili olan ve markasıyla özdeşleşen bir diğer tanınan motiflerinden biri olan 'Horsebit' adını verdikleri at, gemi, kayış detaylarıyla birlikte koleksiyonda yerini almıştır. Canlı mavi, kırmızı, sarı renklerle birlikte kompozisyonları oluşturulan bu motifler koleksiyona farklılık katmıştır. Yine paralel tema doğrultusunda marka tarafından 100 yılı aşkın bir tarihten ilham alarak kullanılan 'Equestrian' adını verdikleri atlı ya da binici motifi söz konusu koleksiyonu daha zengin hale getirmiştir (Şekil 14).



Şekil 14. Gucci Horsebit ve Equestrian Motifli Giysi Örnekleri (2023)

Farklı, tasarımsal özellikleri güçlü ve markanın sembolik unsuru haline gelmiş, bahsedilen bu motiflerin yanı sıra hayvan motifli, bitkisel, geometrik, figüratif, nesneli, yazılı, sembolik motiflerle hazırlanmış baskılı kumaş tasarımları da sezonda geniş yer kaplamaktadır. Genel anlamda koleksiyonlarda eğlenceli temaların ve canlı renklerin dikkat çektiği görülmüştür (Şekil 15). Kompozisyonların yerleşiminde ise farklı tekrar sistemlerinin (serbest, yarım, diyagonal raport vb.) kullanıldığı görülmüştür.



Şekil 15. Gucci Hayvan Motifli, Nesneli Motifli ve Gucci El Yazısı Motifli Giysi Örnekleri (2023)

Hugo Boss

Hugo Boss 2023/24 yılı sezonunda diğer markalara oranla daha sakin, kullanışlılığı ön plana çıkaran motif tasarımları üzerinde durmuştur. Marka, ürünlerinde genel olarak yazılı motiflerle birlikte floral (bitkisel) ve hayvan derilerinden esinlenen motifleri (Şekil 16) ön plana çıkarmıştır. Sulu boya efektli motifler, monogramlar markanın farklılığını ortaya koyan ürünler olmuştur (Şekil 18). Markada kullanılan renkler fazla sayıda olup genellikle floral motiflerde canlı tonlar tercih edilmiştir. Monogram ve hayvan derilerinden esinlenerek oluşturulan motiflerde daha koyu tonlar kullanılmıştır.



Şekil 16. Bitkisel Motifli ve Hayvan Derilerinden Esinlenerek Oluşturulan Motifli Giysi Örnekleri (2023)



Şekil 17. Monogram Motifli ve Yazılı Motifli Giysi Örnekleri (2023)

Louis Vuitton

Louis Vuitton 2023/24 yılı 'Ready to wear' koleksiyonunda öne çıkan en önemli motif detaylarından biri monogramlar olmuştur. Genellikle kırmızı, mavi siyah, beyaz renklerden ve ikonik Louis Vuitton sembollerinden olan monogram karo motiflerini içeren motif detayları oldukça fazla kullanılmıştır (Şekil 18).



Şekil 18. Louis Vuitton sembollerinden olan monogram motifli Giysi Örnekleri (2023)

Louis Vuitton'ın Ready to wear koleksiyonunda yer alan ve motifleriyle ön plana çıkan neşeli Louis Vuitton - Yayoi Kusama kapsülüne ait ürünler de oldukça dikkat çekici olmuştur. Bu ürünlerde çarpıcı renkler, Yayoi Kusama çalışmalarından alınan neşeli görüntüler (puantiyeler, yüzler) oldukça fazla kullanılmıştır (Şekil 19).



Şekil 19. Louis Vuitton-Yayoi Kusama Çalışmalarından İlham Alınarak Motiflendirilen(puantiyeler, yüzler) Giysi Örnekleri (2023)

Bunun yanında markada farklı olarak canlı kırmızı mavi renklerden oluşan deniz temalı motifler (zincir, düğüm motifleri), eşarp motifi (markanın deri ürünler arşivindeki klasik ve çağdaş detaylardan oluşan), resimli/figüratif ve nesneli motifler de yer almıştır (Şekil 20).



Şekil 20. Louis Vuitton Deniz temalı zincir motifli, Scarf motifli ve insan figürü motifli Giysi Örnekleri (2023)

Bunun yanında markada gerçek zincir görüntülerinden elde edilen motifler de kullanılmıştır. Canlı sarı rengiyle yine bu ürünler koleksiyonda vurgu yapan ürünlerden olmuştur (Şekil 21). Markanın kompozisyon yerleşimlerinde serbest kompozisyon düzeninin yaygın olarak kullanıldığı görülmüştür.



Şekil 21. Louis Vuitton Zincir Motifli Giysi Örneği (2023)

SONUÇ

Tüm sektörlerde olduğu gibi tekstil ve moda sektöründe de uluslararası alanda rekabet edebilmenin yolu iyi bir marka olabilmekten geçmektedir. Küresel marka olabilme yolunda firma ve şirketler, kendilerine özgü birtakım stratejiler belirlemekte, bu stratejilerden dönütler sağlamakta, elde ettikleri dönütlere göre de var olan durumu nasıl şekillendireceklerini ya da sürdüreceklerini saptamaktadırlar.

Küresel anlamda doğru strateji belirlemiş ve marka imajını sürdürmeyi başarmış ünlü moda markaları tüketiciler açısından güven, kalite ve şık bir görünüş sağladığı için özellikle tercih edilmektedirler. Gerek kumaş kalitesi ve malzeme yönünden, gerekse model yönünden tüketiciyi tatmin etme eğilimi gösteren bu markalarda en önemli hedef ilk olarak marka ismini öne çıkarmak, özgünlüğü ve tanınırlığı sağlamaktır.

Lüks moda markaları, kendi koleksiyonlarında marka kimliğine ve imajına yönelik özgün tasarım ürünlerine yer vermeyi öncelikli kılmaktadır. Özellikle ürünlerde sembol, logo, monogram, marka yazıları olmak üzere çeşitli görsel ifadeler, motifler, renkler, desenler vb. kullanılarak marka kimliği ve imajı yansıtılmaktadır. Bunun yanında markaların kendilerine özgü süregelen motifleri de bulunmaktadır. Gucci'nin geçmişten bu yana 'Binicilik' temasıyla oluşturduğu motifler buna en güzel örnektir. Ayrıca dönemin moda trendleri göz önünde bulundurularak belirlenen, temalara göre tasarlanan, yenilikçi desenlerde motif çeşitliliği de koleksiyonlarda yerini almaktadır.

Araştırma kapsamında 2023/24 yılı sezonuna ilişkin dünyaca ünlü moda markalarından Gucci, Christian Dior, Chanel, Louis Vuitton, Giorgio Armani, Dolce Gabbana Hugo Boss'a ait 574 baskılı ürün örneği incelenmiştir. Söz konusu markaların kendi kimlik ve imajlarına yönelik logo, sembol ve monogramları dışında bitkisel, geometrik, resimli ve figüratif, sembolik, nesneli, yazılı olmak üzere 6 farklı motif türünü yaygın olarak kullandıkları saptanmıştır.

Ünlü moda markalarının koleksiyonlarında öne çıkan detaylar aşağıda yer almaktadır;

Christian Dior'un, Fransız kültürünün etkilerini taşıyan koleksiyonunda 'Toile de Jouy' adını verdiği hayvan ve doğa manzaralarını yansıtan desenler, Paris'in tarihi Avenue Montaigne caddelerinden esinlenen mimari planlar ile karakterize edilirken, Hint hayvan motifleri, vücudun çeşitli bölgelerinin Zodyak burçları ve gezegenler ile ilişkilendirilmesini ifade eden Melothesia motifleri, el çizimi insan ve hayvan motifleri olmak üzere farklı kültürlerden öğeler de desenlerde kullanılmaktadır. Çiçek, yaprak vb. yer aldığı bitkisel desenlerin yanı sıra gazete yazıları, marka ismi olarak yazılı motif ile logo ve monogramları kapsayan sembolik motifler de desenlerde görülmektedir.

Chanel'in İlkbahar Yaz 2023, 2022/23 Métiers D'art, İlkbahar Yaz 2023 Ön Koleksiyon, Sonbahar-Kış 2023/24, Cruise 2023/24 koleksiyonlarında geometrik desen tarzını oluşturan puantiyeler, ekoseler ve bitkisel ağırlıklı desenler yoğun olarak yer alırken, yazılı, soyut/sembolik ve resimli/figüratif motifler az sayıda kullanılmıştır. Genellikle koyu tonlarda hazırlanan koleksiyonlarda baskılı giysi örneği diğer markalara göre sayıca daha azdır.

Canlı renklerin yoğun kullanımı ile dikkat çeken Dolce Gabbana Carretto, Majolica, Roma, Pelayo Díaz koleksiyonlarında başlıca üçgen, daire, kare ve çizgiler vb. olmak üzere geometrik motif detaylar ile harmanlanmış olduğu görülmektedir. Desenler Sicilya Carretto at-eşek arabalarından, renklerin ise 60'ların deneysel ve provokatif sanat eserlerinin yorumlanması ile ortaya çıktığı ifade edilmektedir. Majolica koleksiyonunda Caltagirone Mayolika çinileri ve süslü Sicilya bahçelerinden ilham alınarak tasarlanan desenlerde 'kaligrafik-natüralist' etkilerin yanında geometrik motifler de dikkat çekmektedir. Aynı markanın 'Roma' adlı erkek giyim koleksiyonunda ise çeşitli boyutlardaki para motifleri, marka ismi ve insan figürleri ile sıradışı tasarım anlayışı ortaya konulmaktadır. Bunların yanında Dolce Gabbana markasının farklı temalarda çok sayıda koleksiyona sahip olmasından dolayı diğer markalara kıyasla motif açısından desen çeşitliliği göze çarpmaktadır.

Giorgio Armani'nin İlkbahar-Yaz 2023, Sonbahar Kış 2023/24 koleksiyonlarında bitkisel motifler ile mandala, ekoselerin kullanıldığı geometrik motifler ile Sonbahar Kış 2023/24 koleksiyonunda özellikle desenlerde hayvan derilerinden oluşan etkiler dikkat çekmektedir.

Gucci koleksiyonlarında renk ve motif çeşitliliği hakimdir. Özellikle ready-to-wear koleksiyonunda resimli/figüratif, bitkisel, geometrik motiflerin yanı sıra, sembolik motif olarak ifade edilen markanın ilk harfi olan 'G' üzerinden birçok motif tasarımı desenlerde kullanılmaktadır. Ayrıca Gucci markası ile özdeşleşen 'Horsebit' adını verdikleri at, gemi, kayış detaylarının yer aldığı motifler dikkat çeken desenler arasındadır. 'Equestrian' adını verdikleri atlı ya da binici motifi ise bir diğer göz alıcı motif detayıdır. Genel olarak Gucci'nin bitkisel, geometrik, figüratif, nesneli, yazılı, sembolik motiflerle hazırlanmış baskılı kumaş tasarımları ile zengin koleksiyon çeşitliliğine sahip olduğu anlaşılmaktadır. Hugo Boss koleksiyonunda daha sade tarzı benimseyen motiflere sahip desen tasarımları yer almaktadır. Ürünlerde genellikle bitkisel, hayvan derilerinden esinlenen motifler kullanılırken, sulu boya etkili motifler, monogramlar ve marka isminin olduğu yazılı motiflerle de desenlerde çeşitlilik görülmektedir.

Louis Vuitton 'ready to wear' koleksiyonu ikonik Louis Vuitton sembollerinden olan monogram karo motifleri ve geometrik detaylar ile bütünleşen desenler dikkat çekmektedir. Louis Vuitton-Yayoi Kusama kapsül koleksiyonunda ise Yayoi Kusama renkli çalışmalarından ilham alınan desenlerde puantiyeler, yüzler vb. yer almaktadır. Ayrıca markada deniz temalı motifler (zincir, düğüm motifleri), eşarp motifi (markanın deri ürünler arşivindeki klasik ve çağdaş detaylardan oluşan), nesneli, resimli ve figüratif motifler de görülmektedir.

Araştırma kapsamında incelenen ünlü moda markalarına ait ürünlerin estetik ve görsel açıdan desen özelliklerinin genel değerlendirilmesi sonucunda; her markanın kendi kimliğini ürünlerine yansıtırken sembol, logo, monogram veya farklı yazı fontlarından yararlandıkları dikkat çekmektedir. Floral ve bitkisel ağırlıklı motiflerin hemen hemen her markanın koleksiyonunda özellikle kullanıldığı anlaşılmaktadır. Bununla birlikte her markanın adeta imzasını taşıyan, özellikle kültürel temalar, geleneksel etkiler ve ikonik vurgulara sahip motifler de koleksiyonlarda yerini almıştır.

KAYNAKÇA

Akpınarlı, H. F. (2009). *Çankırı Geleneksel Kadın Giysilerinde Kullanılan Kumaş Özelliklerinin İncelenmesi*. Resimden Tezhibe, Ağaç Baskıdan Çiniye, Kilimden Giysiye. Geleneksel Türk Sanatları Sempozyumu, 4-6 Haziran. [Bildiri sunumu]. Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Erzurum.

Chanel. (2023, 28 Eylül). Ekoseli ve Çiçek Motifli Giysi Ürünleri,
<https://www.chanel.com/tr/moda/p/P74837V66298NN336/elbise-baskili-ipek/>,
<https://www.chanel.com/tr/moda/p/23K-PODIUM-063/look-63/>).

Chanel. (2023, 28 Eylül). Resimli ve Marka Adının Olduğu Yazılı Motifli Giysi Örnekleri,
<https://www.chanel.com/tr/moda/p/P74802K10742NN550/tisert-pamuk/>,
<https://www.chanel.com/tr/moda/p/24C-PODIUM-032/look-32/>.

Cabigiosu, A. (2020). *Digitalization in the Luxury Fashion Industry Strategic Branding for Millennial Consumers*. Palgrave Macmillan.

Christian Dior. (2023, 28 Eylül). Sonbahar 2023 Koleksiyonuna Ait 'Toile De Jouy' Motif Baskılı Giysi Örnekleri, <https://bit.ly/3uW8v7A>

Dior. (2023, 28 Eylül). Dior'a Ait Plan De Paris Motifli Giysi Örneği,
https://www.dior.com/en_int/fashion/products/321B61A3141_X0930-short-buttoned-blouse-lightweight-white-and-black-cotton-and-silk-poplin-with-plan-de-paris-motif?objectID=321B61A3141_X0930&query=321B61A3141_X0930&queryID=ef52734231086f20cc411abb5033a23d.

Dior. (2023, 28 Eylül). Melothesia Motifli, El Çizimi İnsan Figürlü Giysi Örnekleri,
https://www.dior.com/en_int/fashion/products/323T06A4400_X0810-t-shirt-white-cotton-jersey-with-melothesia-motif?objectID=323T06A4400_X0810&query=323T06A4400_X0810&queryID=5aebc7568f3afb85f6bc75d0eadf06e5.

Dior. (2023, 28 Eylül). Gazete ve Marka Baskılı Giysi Örneği,
https://www.dior.com/en_int/fashion/products/.

Dolce Gabbana. (2023, 28 Eylül). Carretto Koleksiyonu Poplin Elbise,
<https://www.dolcegabbana.com/en/fashion/women/clothing/dresses/short-carretto-print-poplin-dress-multicolor-F6ADYTFI5GVHH4KT.html>.

Dolce Gabbana. (2023, 28 Eylül). Majolica Koleksiyonu,
(<https://www.dolcegabbana.com/en/fashion/women/highlights/maiolica>).

Dolce Gabbana. (2023, 28 Eylül). Majolica Koleksiyonuna Ait Giysi Örnekleri,
<https://www.dolcegabbana.com/en/fashion/women/clothing/trousers-and-shorts/majolica-print-poplin-shorts-multicolor-FTAL1THH5ASHA3TN.html>,
<https://www.dolcegabbana.com/en/fashion/women/clothing/dresses/short-majolica-print-brocade-dress-multicolor-F68A8TFPTAHHE3TN.html>).

Dolce Gabbana. (2023, 28 Eylül). 'Roma' Koleksiyonuna Ait Giysi Örneği,
<https://www.dolcegabbana.com/en/fashion/men/clothing/t-shirts-and-polos/coin-print-linen-and-cotton-t-shirt-beige-G8QQ5TFP4MZH4RI.html>).

Dolce Gabbana. (2023, 28 Eylül). 'Siyah Sicilya' ve 'Pelayo Día'z Koleksiyonlarına Ait Giysi Örnekleri, <https://www.dolcegabbana.com/en/fashion/men/clothing/sweatshirts/jersey-hoodie-with-hawaiian-print-multicolor-G9ZU0THI7QAHH4JL.html>,
<https://www.dolcegabbana.com/en/fashion/men/new-in/pelayo-diaz-collection/silk-habotai-hawaiian-shirt-with-closet-print-multicolor-I5A24MGH176S9000.html>.

Dolce Gabbana. (2023, 28 Eylül). Sicilya Carretto Arabası ve Dolce Gabbana Carretto Koleksiyonuna Ait Giysi Örneği, <https://www.paperdiorama.com/paper-models/sicilian-cart-paper-model-1-25-scale/>, <https://www.dolcegabbana.com/en/fashion/women/clothing/shirts-and-tops/carretto-print-twill-pajama-shirt-red-F5Q03THI1MKHH4KV.html>.

Fionda, A. M. & Moore, C. M. (2009). *The Anatomy of the Luxury Fashion Brand*. Journal of Brand Management, 16 (5-6), 347–363.

Giorgio Armani. (2023, 28 Eylül). Çiçek Motifli, Mandala Motifli ve Hayvan Derisinden Esinlenerek Hazırlanan Giysi Örnekleri, https://www.armani.com/Search/Index?textSearch=+3SHCC05ET03YJ1PZ01&siteCode=ARMANIGROUP_TR&langId=19&textSearchFilters=3074457345616680530, https://www.armani.com/en-tr/short-coat-in-a-mandala-print-organza_cod1647597298972564.html, https://www.armani.com/en-tr/animal-print-silk-twill-shirt_cod1647597313159982.html.

Gucci. (2023, 28 Eylül). Ready to Wear ve Dolce Gabbana Carretto Koleksiyonlarına Ait Marka Vurgusu Yapan Giysi Örnekleri, https://www.gucci.com/tr/en_gb/pr/women/ready-to-wear-for-women/activewear-for-women/gg-animal-print-silk-zip-jacket-p, <https://www.dolcegabbana.com/en/fashion/women/clothing/t-shirts-and-sweatshirts/cropped-carretto-print-jersey-t-shirt-multicolor-F8S21TGDBUES9000.html>.

Gucci. (2023, 28 Eylül). Çapa-GG Motifli ve Köşeli G Motifli Giysi Örnekleri, https://www.gucci.com/tr/en_gb/pr/women/ready-to-wear-for-women/tops-and-shirts-for-women/tops-for-women/double-g-anchor-print-cotton-top-p-739431ZAMTV9306, https://www.gucci.com/tr/en_gb/pr/women/ready-to-wear-for-women/tops-and-shirts-for-women/shirts-for-women/square-g-print-silk-shirt-p-741337ZAOCI6283.

Gucci. (2023, 28 Eylül). Horsebit ve Equestrian Motifli Giysi Örnekleri, https://www.gucci.com/tr/en_gb/pr/women/ready-to-wear-for-women.

Gucci. (2023, 28 Eylül). Hayvan Motifli, Nesneli Motifli ve Gucci El Yazısı Motifli Giysi Örnekleri, https://www.gucci.com/tr/en_gb/pr/women/ready-to-wear-for-women/tops-and-shirts-for-women/tops-for-women/gucci-bird-print-silk-shirt-p-744792ZAN624580, https://www.gucci.com/tr/en_gb/pr/women/ready-to-wear-for-women/tops-and-shirts-for-women/shirts-for-women/gucci-script-print-shirt-p-739421ZAMWR9376.

Hugo Boss. (2023, 28 Eylül). Bitkisel Motifli ve Hayvan Derilerinden Esinlenerek Oluşturulan Motifli Giysi Örnekleri, https://www.hugoboss.com/tr/en/relaxed-fit-shirt-in-floral-print-cotton-poplin/hbeu50491789_441.html, https://www.hugoboss.com/tr/en/cotton-poplin-shirt-dress-with-zebra-print/hbeu50491034_982.html.

Hancock, J. H. (2022). *Fashion Brand Stories*. Bloomsbury Publishing.

Hugo Boss. (2023, 28 Eylül). Monogram Motifli ve Yazılı Motifli Giysi Örnekleri, https://www.hugoboss.com/tr/en/regular-fit-jacket-with-digitally-printed-monograms/hbeu50488129_972.html, https://www.hugoboss.com/tr/en/mock-neck-top-with-asymmetric-ruffle-detail/hbeu50502423_964.html.

İnaç, H. & Yacan, İ. (2018). *Ülkelerin Markalaşma Süreci ve Marka Kavramı*. Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi. 1 (3), 317–331.

Kotler, P., Armstrong, G. & Balasubramanian, S. (2023). *Principles of Marketing*. Pearson.

Louis Vuitton. (2023, 28 Eylül). Louis Vuitton Sembollerinden Olan Monogram Motifli Giysi Örnekleri, <https://ca.louisvuitton.com/eng-ca/products/monogram-tile-t-shirt-nvprod4350080v/1ABQE6>, <https://ca.louisvuitton.com/eng-ca/products/monogram-flower-tile-midi-skirt-nvprod4350067v/1ABQ37>.

Louis Vuitton. (2023, 28 Eylül). Louis Vuitton-Yayoi Kusama Çalışmalarından İlham Alınarak Motiflendirilen (Puantiyeler, Yüzler) Giysi Örnekleri, <https://ca.louisvuitton.com/eng-ca/products/lv-x-yk-painted-dots-pajama-shirt-nvprod4060127v/1AB7Y3>, <https://ca.louisvuitton.com/eng-ca/products/lv-x-yk-faces-print-t-shirt-nvprod4080010v/1AB858>.

Louis Vuitton. (2023, 28 Eylül). Deniz Temalı Zincir Motifli, Scarf Motifli Ve İnsan Figürü Motifli Giysi Örnekleri, <https://ca.louisvuitton.com/eng-ca/products/nautical-print-wide-leg-pajama-pants-nvprod4230211v/1ABBY5>, <https://ca.louisvuitton.com/eng-ca/products/scarf-print-silk-shirt-nvprod3440200v/1AA218>, <https://ca.louisvuitton.com/eng-ca/products/printed-cotton-fil-coupe-overshirt-nvprod4460035v/1ABY4K>.

Louis Vuitton. (2023, 28 Eylül). Zincir Motifli Giysi Örneği, <https://ca.louisvuitton.com/eng-ca/products/short-sleeves-crop-tshirt-nvprod3970157v/1AB7H6>.

Öndoğan, Z. & Öndoğan, E. N. (2021). *Moda ve Marka*. İksad Yayınevi.

Sezgin, Ş. & Önlü, N. (1992). *Tekstilde Tasarım Olgusu*. Tekstil ve Mühendis Dergisi. 6 (32), 84–89.

Uğurlu, A. (1991). *Anadolu Dokumalarında Motif Felsefesi*. Tekstil ve Mühendis Dergisi. 5 (26), 76–82.

UTİB. (2017). *Hazır Giyim Sektöründe Marka ve Markalaşmanın Önemi*. Uludağ İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Ar-Ge Şubesi.

Wilson, J. (2001). *Handbook of Textile Design: Principles, Processes and Practice*. Woodhead Publishing.

Završnik, B. & Potočan, V. (2020). *Clothing Fashion Brands*. Industria Textila. 71 (5), 482–486.