

Yerel Kimliğin Görsel Temsilcisi Sembollerin Bir Estetik Değer Olarak Hediyeelik Tekstil Yüzeylerine Yansıması: Çanakkale Örneği*

The Reflection of Symbols as Visual Representatives of Local Identity on Textile Surfaces as an Aesthetic Value: The Case of Çanakkale

ÖZET

Tasarım alanları arasında her zaman bir iş birliği söz konusu olmuştur. Disiplinlerarası etkileşim kavramına da örnek oluşturan bu iş birliği grafik tasarım ve tekstil tasarımı alanları arasında da sıklıkla gerçekleşmektedir. Bu iş birliği sonucunda ortaya çıkan ürünler sınırlı sayıda ya da seri olarak üretilmekte, mağazalarda, müzelerde ya da online olarak satışı gerçekleşmektedir. Farklı tekstil yüzeylerine uygulanan grafik çalışmalar, belirli bir tema üzerinden ya da özel günler ile alakalı, özellikle bir müzenin satış mağazasında sergilenen ürünler ise çoğu zaman o kente ya da ören yerine ait kültürel değerler ile alakalı olmaktadır. Bu tür çalışmalar aynı zamanda o kentin kimliğinin oluşmasında da büyük bir öneme sahiptir. Bu çalışmada Çanakkale'nin kültürel, turistik, tarihi ve arkeolojik değerlerinin stilizasyonu sonucu oluşan grafik desenlerin bez çanta, kırlent, runner gibi anı değeri taşıyan hediyeelik eşya kategorisindeki tekstil ürünlerinin yüzeylerine uygulanarak destinasyon markalaşmasına katkıda bulunmak ve bu doğrultuda sürdürülebilir bir yaklaşım benimsenerek ekonomik bir değer yaratmak amaçlanmaktadır.

Bu çalışma, disiplinler arası bir yaklaşımla bir kentin değerlerinin sembolleştirilerek tekstil ürünlerine aktarılmasını ve bu yolla kentin marka değerini görünür kılan estetik uygulamaların önemini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Literatür taraması, destinasyon marka kimliği ile tekstil ve grafik tasarım alanları arasındaki ilişkiyi bütüncül biçimde ele alan çalışmaların sınırlı olduğunu göstermektedir. Bu durum, söz konusu alanda daha fazla araştırma ve uygulama yapmanın gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Tekstil Grafikleri, Tekstil Tasarımı, Grafik Tasarım, Hediyeelik Eşya, Destinasyon Markalaşması.

ABSTRACT

There has always been collaboration between design fields. This collaboration, which is an example of the concept of interdisciplinary interaction, also occurs frequently between the fields of graphic design and textile design. The products resulting from this collaboration are produced in limited numbers or in series and are sold in stores, museums or online. Graphic works applied to different textile surfaces are related to a certain theme or special occasions, and especially the products exhibited in a museum's sales store are often related to the cultural values of that city or historical site. Such works are also of great importance in the formation of the identity of that city. In this study, we aim to contribute to destination branding by applying graphic patterns resulting from the stylization of Çanakkale's cultural, touristic, historical and archaeological values to the surfaces of textile products in the souvenir category, such as tote bags, throw pillows and runners, and to create economic value by adopting a sustainable approach in this direction.

This study aims to demonstrate the importance of aesthetic practices that, through an interdisciplinary approach, symbolize a city's values and translate them into textile products, thereby rendering the city's brand value visible. The literature review reveals that studies adopting a holistic perspective on the relationship between destination brand identity and the fields of textile and graphic design remain limited. This highlights the necessity for further research and practical applications in this area.

Keywords: Textile Graphics, Textile Design, Graphic Design, Souvenirs, Destination Branding.

GİRİŞ

“Günümüzde kentler, hedef kitlelerinin (yatırımcı, turist, vatandaş) ihtiyaçlarını karşılamak konusunda birbiri ile yarışmaktadır” (Çiçek ve Pala, 2017: 27). Bu doğrultuda kentler, bir destinasyon olarak kendilerine özgü olumlu

Deniz Kürşad¹
Didem Çatal²
Berna İleri³

How to Cite This Article

Kürşad, D., Çatal, D. & İleri, B. (2025). “Yerel Kimliğin Görsel Temsilcisi Sembollerin Bir Estetik Değer Olarak Hediyeelik Tekstil Yüzeylerine Yansıması: Çanakkale Örneği” International Social Sciences Studies Journal, (e-ISSN:2587-1587) Vol:11, Issue:12; pp: 2276-2289. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.18070876>

Arrival: 03 November 2025
Published: 27 December 2025

Social Sciences Studies Journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

* 4074 Proje ID numarasına sahip bu çalışma, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi BAP Birimi tarafından desteklenmiştir.

¹ Doç.Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Tasarımı Bölümü, Çanakkale, Türkiye. ORCID: 0000-0002-9824-5641

² Prof.Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Grafik Tasarımı Bölümü, Çanakkale, Türkiye. ORCID: 0000-0001-5060-808X

³ Doç.Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Geleneksel Türk Sanatları Bölümü, Çanakkale, Türkiye. ORCID: 0009-0002-7871-5156

özellikleri öne çıkarmak amacıyla çeşitli çalışmalar yürütmektedir. Destinasyon markalaşması bağlamında gerçekleştirilen pazarlama faaliyetleri, kentlerin de tıpkı birer ürün gibi, kimliklerini görsel yollarla ifade etmelerini gerektirmektedir. Bu çalışmalar arasında oldukça büyük bir öneme sahip olan kentin kimliğini yansıtırıcı grafik tasarım çalışmaları ile anı değeri taşıyan hediyelik eşya tasarımları da bulunmaktadır ve büyük bir öneme sahiptir. Çanakkale, ülkemiz için yüksek manevi değere sahip olmasının yanı sıra, uluslararası ölçekte tanınırlığı bulunan ve stratejik konumu ile öne çıkan kentlerimizden biridir. Ancak bir destinasyon olarak değerlendirildiğinde, kentte ziyaretçilere sunulan hediyelik eşyaların büyük ölçüde düşük nitelikli ve estetik açıdan zayıf ürünlerden oluştuğu görülmektedir (Şekil 1-2-3-4). Çanakkale’ye özgü pek çok kültürel, arkeolojik ve tarihi değer mevcut olsa da, bu ürünler genellikle sınırlı sayıda satış noktasında ziyaretçilerle buluşmakta; çoğu ise Truva Atı ve anıt temalı seri üretim ürünlerden oluşmaktadır. Bu çalışmanın amacı, bir destinasyon olarak Çanakkale kentinin marka değerini artırmak için, kentin değerlerini yansıtan ve ziyaretçilere anı niteliği taşıyan tekstil üzeri grafik desenli tasarım ürünlerinin hazırlanmasıdır. Ayrıca, bu ürünlerin hem fiziki hem de online platformlarda sergilenmesi ve satışının gerçekleştirilmesi konusunda farkındalık yaratmayı hedeflemektedir. Bu çalışma, disiplinler arası bir yaklaşım çerçevesinde, bir kentin değerlerinin sembolleştirilerek tekstil ürünlerine yansıtılmasının ve bu yol aracılığıyla kentin marka değerini anlatan estetik uygulamaların önemini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Yapılan literatür taraması, bu konuyla ilgili yayınlanmış kaynakların oldukça sınırlı olduğunu göstermektedir. Karşılaşılan kaynakların çoğunluğu, destinasyon marka kimliğini ayrı, tekstil ve grafik alanlarındaki iş birliğini ise ayrı bir biçimde ele almaktadır. Bu durum, söz konusu alanda yapılacak araştırmaların önemini ve gerekliliğini ortaya koymaktadır.



Şekil 1-2: Çanakkale Aynalı Çarşı’da satılan hediyelik eşyalardan görüntüler
Fotoğraf: Deniz Kürşad



Şekil 3-4: Çanakkale Aynalı Çarşı’da satılan hediyelik eşyalardan görüntüler
Fotoğraf: Deniz Kürşad

BİR DESTINASYON OLARAK KENTLERİN MARKALAŞMASI ÜZERİNE

Günümüzde kentler de ürünler gibi markalaştırılmaktadır. “Markalaşma (branding) teorilerinin turizm konuları çerçevesinde ele alınması ilk olarak 1998’de “destinasyon markalaşması” çerçevesinde ortaya çıkmıştır” (Akturan ve Oğuztimur, 2016: 117). Kentleri markalaşma kaygısına iten durum, küreselleşme sonucu insan hareketliliğinin artması, bununla birlikte ürün ve hizmetlerin de küresel çapta yayılması ve bu kentlerin aynı zamanda yatırımcı çekmeye olan isteği olmuştur. Bu uygulamalar kentin benzersiz özelliklerinin ön plana çıkartılarak diğer kentlerden ayrıştırılması üzerinden planlı bir şekilde tanıtılması sürecini gerektirmektedir.

Kentlerin tanıtımında iki farklı yaklaşımı ayırt etmek de mümkündür. Birincisi, pazarlama yaklaşımı, yani şehri veya şehrin bölümlerini ürün-hizmet olarak tanıtmak, satma ve dağıtma süreci veya tekniği. Bunlara yer

pazarlaması, destinasyon pazarlaması, şehirlerin tanıtımı ve kentsel pazarlama uygulamaları dahildir. İkinci temel yaklaşım markalaşmadır, yani bir şehre bağlı tüm bilgilerin, destinasyon markalaşması, bölgelerin markalaşması, yer markalaşması, şehir markalaşması, şehirlerin markalaşması ve şehir yerlerinin yeniden markalaşması, şehir imajı, konum ve bölgesel markalaşma açısından, şehir etrafında çağrışımlar ve beklentiler yaratmak amacıyla kasıtlı sembolik somutlaştırılmasıdır (Lucarelli ve Berg, 2011: 21).

Bir kentin markalaşması, o kente ait değerlerin yine o kente özgü bir konumlandırma ile tanıtılma sürecini kapsar. Akılda kalıcı, aidiyet hissi yaratan, kültürel mirasa sahip çıkan bir anlayışla hazırlanan görsel kimlik tasarımları doğrultusunda üretilen ürünler markalaşma yönünde oldukça önemli bir yere sahiptir.

TASARIM ÜRÜNLERİNİN KENT MARKASI OLUŞTURMA SÜRECİNDEKİ ÖNEMİ

Kentlerin marka kimliğini inşa ederken kentin kimliğini yansıtır, kentle bağ kuran, akılda kalıcı olması hedeflenen tasarım uygulamaları gerçekleştirmektedir. Kente dair bir logo tasarımı, kenti anlatan bir slogan, afiş ve çeşitli tanıtım materyalleri, yönlendirme sistemleri, ürün tasarımları ve anı değeri taşıyan tasarım ürünleri bir kentin marka konumlandırması için gerçekleştirilmesi beklenen öğelerdir.

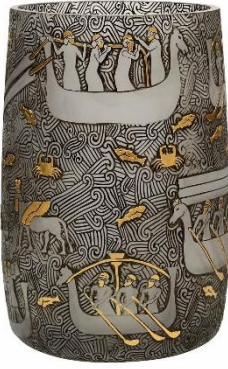
Kentlerin marka kimliği yaratılırken yararlanılan en önemli unsurlardan biri yerel değerlerin ön plana çıkartılmasıdır. Bu değerlere ait semboller ise kentle özdeşleşmiş öğelerdir ve ziyaretçi ile bağ kurmayı amaçlar. Paris temalı illüstrasyonların yer aldığı defterler, İspanya'da Gaudi temalı magnetler, Japonya'ya ait Anime karakterli ürünler, İstanbul'a ait Galata Kulesi temalı çantalar bu ürünlere örnek olarak verilebilir. Bu tür tasarım ürünleri çoğunlukla hediyelik eşya satan dükkanlarda, online satış platformlarında, müzelerin mağazalarında, yerel sanatçı, zanaatçı ve tasarımcıların atölyelerinde ziyaretçiler ile bir araya gelebilmektedir. Dünyada yalnızca o kentin marka kimliğini yansıtan ürünler satan mağazalar da bulunmaktadır. İngiltere'nin başkenti Londra'da 2001 yılından bu yana şehir ulaşımının büyük bir bölümünden sorumlu olan yerel yönetim organı olan Transport for London'ın bir yan kuruluşu olan London Transport Museum'a ait London Transport Museum Shop kapsamında özellikle Londra ve Londra'nın ulaşım sistemiyle ilgili vintage posterler, hediyelik ürünler, kıyafet ve hatta mobilyalar satılmaktadır (<https://www.ltmuseumshop.co.uk>).



Şekil 5: Londra'nın en ünlü sembollerinden olan Routemaster temalı oyuncak yastık
<https://www.ltmuseumshop.co.uk/homeware/category/cushions-throws/routemaster-bus-plush-toy>

Yerel Kimliğin Görsel Taşıyıcısı Olarak Hediyelik Tasarım Ürünlerinin Önemi

Hediyeleşme, bütün toplumların kültüründe var olan, aile içi ve arkadaş ilişkilerinde güçlü bağlar kuran işlevsel ve sosyal bir öğedir. Bireyler gittikleri seyahatlerde, gördükleri yerlerden veya müzelerden aldıkları hediyelik eşyalar ile o kültür ve tarihin başka yerlere taşınması ve tanıtımına da katkı sağlarlar. Özellikle müze mağazaları son yıllarda dünyada ve Türkiye'de büyük gelişmeler göstererek kültürel ve tarihsel aktarımın en önemli yerlerinden biri haline gelmiştir. Dünyada birçok önemli ülkede olduğu gibi kültürel ve yerel değerlerin birer tasarım ürünü olarak alıcıya sunulması ile ilgili Türkiye'de de gelişen bir özenin olduğu görülmektedir. "Kentlerin kendine has simgelerinin, tarihsel ve kültürel özelliklerinin özel tasarımlara dönüşmesi, tasarım açısından gelişen bir alan olmuştur" (İleri ve Aysever; 2021: 563, 564). Öyle ki, kültürel mirası ve tarihsel değerleri tasarımlara aktaran koleksiyonları piyasaya süren markalar bulunmaktadır. Örneğin "Paşabahçe Anadolu Medeniyetleri Koleksiyonu" Anadolu tarih ve kültürünü yansıtmaktadır.



Şekil 6: Asur Vazo. "Paşabahçe Anadolu Medeniyetleri Koleksiyonu"

<https://www.pasabahcemagazalari.com/asur-vazo-p-000000000010025508/>



Şekil 7: Kubad Abad Kase "Paşabahçe Anadolu Medeniyetleri Koleksiyonu"

<https://www.pasabahcemagazalari.com/kubad-abad-kase-p-000000000010027059/>

"Turizm sektörüne satış amaçlı üretilen ürünlerde kullanılan görsellerin, tasarımların, yörenin tarihi ve kimliğine dair bilgiler veren, kültürel tanıtım özelliklerini taşıyan, estetik değerlere sahip olması büyük önem taşımaktadır" (Anholt, 2011: 54). Bu doğrultuda yerel kimliğin hediyelik tasarım ürünlerinde görsel olarak ifade etme yollarından birisi bir iletişim dili olarak sembollerin kullanılmasıdır.

BİR GÖRSEL İLETİŞİM DİLİ OLARAK SEMBOLLER VE TEKSTİL YÜZEY TASARIMINDA KULLANIMI

"Semboller bir toplumun öğelerini oluşturan kültür değerlerinin yaşatılmasında, geleceğe aktararak halka mal olmasında büyük öneme sahiptir. Türkçede simge kelimesinin karşılığı olan sembol, maddi ve manevi anlamların karşılanması, zihinde ifadelerin çağrıştırılması amacı ile oluşturulmuş ve toplumda bir iletişim ürünü olarak ortaya çıkmıştır" (Koca, 2010: 88). İnsanlar yaşadıkları ortak toplumlarda ait oldukları kültür ve değerleri yaşama duygusu ile ortak işaretler benimseyerek bunları semboller haline getirmişlerdir. Tarih içerisinde bu sembolleşmelere pek çok örnek verilebilir. Örneğin Orta Asya- Orhun'dan Anadolu'ya kadar uzanan Türk damgaları bu semboller adına önemli bir tespittir. Bu semboller, günümüzde Anadolu'da farklı boy, soy, oymak, oba, aşiret, cemaat ve aileler tarafından kullanılmaya devam etmektedir. Zamanla mühür niteliği kazanan bu semboller; eşyalar üzerinde, mezar taşlarında, silahlarda ve insan bedeninde çeşitli amaçlarla yer almıştır. " Bu semboller "yiğitlik, cesaret, güç, kuvvet, mertlik, bolluk ve bereket anlamları" taşıyarak yüzyıllar boyu devam etmiştir" (Koca, 2010: 89).

Selçuklu çift başlı kartal örneği de tarihsel bir sembol olarak çok farklı tasarım ve kullanım teknikleri ile günümüze kadar gelmiştir. Çift başlı kartal sembolü kökenleri şaman geleneğine kadar gitmekle birlikte özellikle Türk dünyasında birçok alanda kullanılan önemli ve güçlü bir sembol olmuştur. "Günümüz tasarım anlayışında bile halen çift başlı kartal farklı yüzeylerde bir tasarım sembolü olarak görülmeye, kullanılmaya devam etmektedir" (Özel, 2018; 553).



Şekil 8: Korur Vazo, Divriği Ulucamii Batı Taçkapısı üzerindeki çiftbaşlı kartal motifinden esinlenilerek tasarlanmıştır. Paşabahçe Anadolu medeniyetleri koleksiyonu.
<https://tapistr.com/urun-kategori/symbols-of-anatolia/>

Semboller her toplumun yaşam biçimi, kültürü, yaşadığı coğrafyası ve tarihi, dili ve dini gibi özelliklerini yansıtan, toplumlara göre değişik anlamlar içeren öğeler olmuştur. Toplamlar yaşam alanlarına ve kullanım özelliklerine göre sembollerini farklı yüzeylere işlemişlerdir. Bir duvar cephesinde ya da bir cami kapısında olabildiği gibi, kap kacaklarda ya da seramik, ahşap, halı, kilim gibi el sanatlarında hem bir ifade aracı hem de bir süsleme aracı olarak semboller kullanılmıştır. Günümüzde farklı disiplinlerde çalışan tasarımcılar ürünlerinde sıklıkla sembollerden yararlanmaktadır. Yaptığı tekstil tasarımlarda geleneksel motifleri kullanan tekstil tasarımcı Ebru Sağlam, halı ve kilimlerde yer alan motifleri güncel bir tasarım anlayışı ile yeniden yorumlayarak tekstil yüzeylerine aktarmaktadır.



Şekil 9-10: Halı ve kilimlerde yer alan motifleri güncel bir tasarım anlayışı ile yorumlayan tasarımcı Ebru Sağlam'ın çalışmalarından



Şekil 11-12: TAPIS giyim firmasının “Symbols of Anatolia” adıyla sunduğu koleksiyondan giysi tasarımları

Topkapı Sarayı Müze Mağazası için Moda Tasarımcı Hatice Gökçe'nin Matrakçı Nasuh'un İstanbul minyatüründen esinlenerek hazırladığı ve Osmanlı minyatür sanatında yer alan peyzaj, hayvan ve çiçek tasvirlerinin yer aldığı koleksiyon çalışması, tekstil ve moda tasarımı açısından kültürel mirasın tanımı için oldukça önemli bir çalışma olmakla birlikte kültürel sembollerin tekstil yüzeylerde kullanımı ile ilgili çarpıcı bir örnektir.



Şekil 13 : Hatice Gökçe, Matrakçı Nasuh koleksiyonu-2019

Kaynak: <https://haticegokce.com/pages/matrakci-nasuh-koleksiyonu-2019>

Yerel kültürel değerlerin, tarih ve özgün kimliğin özel tasarımlara dönüştüğü bir başka koleksiyon ise tasarımcı Ezgi Aysever'e ait Hatay Arkeoloji Müzesinin mağazası için yapılan ve müzede bulunan arkeolojik eserlerden yola çıkılarak yapılan çalışmalardır.



Şekil 14: Suppiluliuma Tişört ve Bez Çanta Uygulamaları, Ezgi Aysever

Kaynak: Aysever, 2019: 573



Şekil 15: Suppiluliuma Tişört ve Bez Çanta Uygulamaları, Ezgi Aysever

Kaynak: Aysever, 2019: 575

Artisans Du Maroc, yerel zanaatkârları destekleyen bir Fas markasıdır ve markanın ürünleri arasında, yerel halkın dokumalarda kullandığı motifleri içeren el dokuması ürünler yer almaktadır.



Şekil 16: Artisans Du Maroc

Sembollerin kullanıldığı hediyelik tekstil ürünlerinden özellikle fular, runner, masa örtüsü, tshirt, bez çanta, yastık kılıfı en yaygın görülen ürünlerdir. Tekstil ürünleri özellikle kente dışarıdan gelen ziyaretçiler için taşınması kolay ve fazla yer kaplamayan ürünler olması açısından satın almada tercih edilmektedir. Tshirt, sweatshirt, bez çanta, fular gibi ürünler kişinin günlük yaşamında üzerine taşıyabildikleri ürünler olması nedeniyle anı değeri taşıması

açısından oldukça önemlidir. Kentin hikayesini üzerinde taşımak isteyen ziyaretçilerin tercih sebebi olabilmektedirler. “Bir kentin kimliğine ait tasarım ürünleri, o kentin marka değerine akılda kalıcılık, marka sadakati, farkındalık, bilgilendirme, anı değeri taşıma ya da estetik bir değer sunma gibi olumlu bir katkı sağlamaktadır” (İleri ve Aysever, 2021: 563, 564).

Çanakkale Değerlerinin Tekstil Ürünleri Aracılığıyla Yaşatılması

Çanakkale'nin yerel kimliğini sembollerle temsil eden hediyeelik tekstil ürünlerinin, bölgede yaygın olarak karşılaşılan standart hediyeelik eşya kategorisinden niteliksel olarak ayrışacağı düşünülmektedir. Bu ayrışmanın temelini, kullanılan sembollerin ve oluşturdukları kompozisyonların özgünlüğü ile profesyonel tasarımcı/sanatçı tarafından üretilmiş olması oluşturur. Kültürel miras öğelerine atfedilen özgün yorumlar, ürünlere derin bir anlamsal bağlam kazandırarak estetik bir düzlemde sunulur. Bu yaklaşımın ardındaki stratejik amaç, tüketicinin sadece bir anı değeri taşıyan nesne edinmesi değil, aynı zamanda Çanakkale kültürel mirasını somut olarak sahiplendiği hissiyatını deneyimlemesini sağlamaktır.

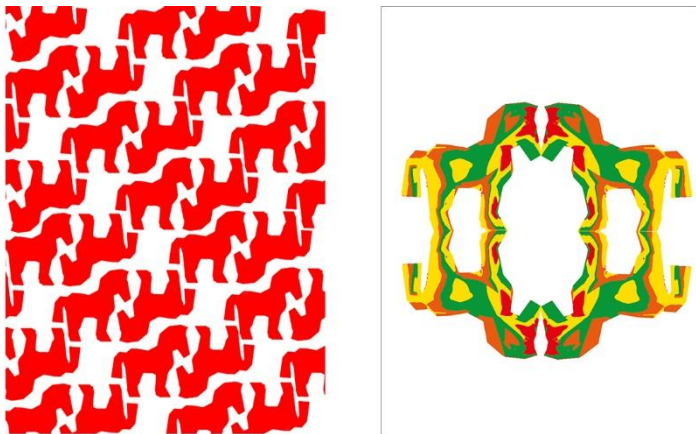
Hediyeelik eşya alım motivasyonunun merkezinde yer alan duygusal bağ kurma ihtiyacı, bu yüksek sembolik değere sahip desenler aracılığıyla daha etkili bir biçimde karşılanmaktadır. Ürünlerin barındırdığı biricik ve özgün desenler, tüketici tarafından algılanan yüksek değer yaratır. Bu durum, ürün fiyatı standart emsallerine göre yüksek bir prim taşısa dahi, bu fiyat farkının tüketici nezdinde makul karşılanmasını sağlayan rasyonel bir gerekçe oluşturur.

Sonuç olarak, destinasyon markası oluşturma sürecinin önemli bileşenlerinden biri olan kente dair simgelerle yaratılmış özgün hediyeelik tekstil ürünleri, kentin bütüncül marka değerine anlamlı katkılar sağlar. Ayrıca, tekstil ürünlerinin kişisel kullanım aracılığıyla kamuya açık alanlarda sergilenme potansiyeli, bu ürünleri viral pazarlama aracı olarak konumlandırarak, kentin görsel kimliğinin yayılımını maksimize eder.

Projenin amacını oluşturan Çanakkale kentinin değerlerine öykünen stilize grafik motif ya da desenlerle tekstil ürünler ortaya koyma sürecine başlamadan önce disiplinler arası bu çalışmada Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Seramik ve Cam Bölümü, Grafik Tasarımı Bölümü ve Geleneksel Türk El Sanatları Bölümü'nden akademisyenler, konu ile ilgili araştırmalar yapmışlardır. Çanakkale'ye ait endemik bitkiler, tarihi, doğal, kültürel miras temalarına dair değerlere ait desenler üretmişlerdir. Bu semboller oluşturulduktan sonra çizimler bilgisayar ortamına geçirilmiş, Adobe Illustrator programında vektörel olarak çizilmiştir.



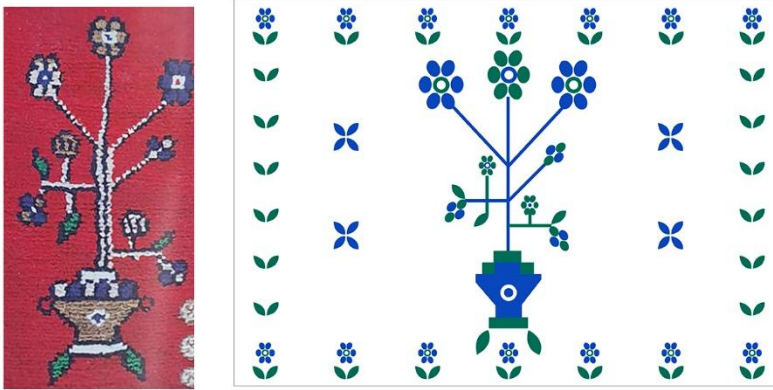
Şekil 17-18-19-20: Geleneksel Çanakkale seramiklerinde kullanılan Çanakkale kentine dair sembollerin farklı yorumları. Soldan sağa: Nar motifi, cami-köşk tasvirli tabak motifi, kuş ve bitkisel desenli tabak motifi, çini motifi (Tasarım: Yeşim Zümrüt)



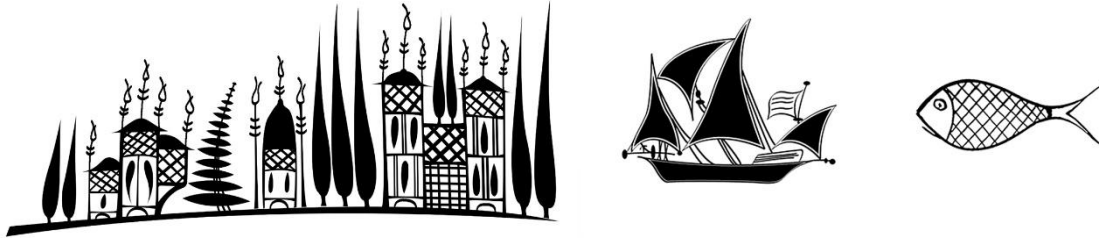
Şekil 21-22: Truva atının farklı biçimlerde yorumlanması (Tasarım: İlkan Devrim Dinç)



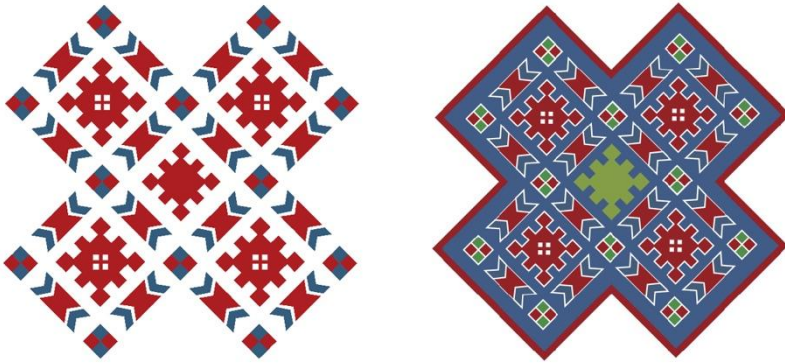
Şekil 23-24-25: Kazdağları bölgesinin endemik bitkilerinden karanfil, peygamber çiçeği ve domuz kuyruğu bitkilerinin stilize edilerek yorumlanması
(Tasarım: Deniz Kürşad)



Şekil 26-27: Çanakkale'nin Yenice ilçesinde dokunan halılardan vazo ve çiçek motifinin stilize edilerek yorumlanması (Tasarım: Berna İleri)



Şekil 28-29-30: Geleneksel Çanakkale seramiklerinde kullanılan Çanakkale kentine dair köşk tasviri, yelken ve balık tasviri (Tasarım: Şule Öztürk)



Şekil 31-32: Geleneksel Çanakkale halılarında yer alan bordür motifinin farklı yorum (Tasarım: Didem Çatal)

Bu çalışmalar kapsamında üretilen ürünler, ticari amaç taşımayan, tasarım odaklı birer demo niteliğindedir. Üretim sürecinde temel hedef, tekstil yüzey tasarımlarının farklı tekniklerdeki uygulanabilirliğini ve malzeme-baskı ilişkilerini ortaya koymaktır. Bu doğrultuda serigrafi baskıya en uygun tekstil yüzeyleri olan pamuk ve keten

kumaşlar tercih edilmiştir. Kullanılan pigment ve reaktif bazlı kumaş boyalarının teknik özellikleri, özellikle bu doğal lifli kumaşlarda yüksek dayanım, renk tutuculuğu ve net desen aktarımı sağlamaya elverişlidir.

Geliştirilen tasarımlar, dijital tekstil baskı teknolojilerinin sunduğu esneklik sayesinde lif içeriğinden bağımsız olarak çok çeşitli kumaş türlerine uygulanabilir niteliktedir. Bu uygulamalar, tasarımın üretim süreçlerine entegrasyonunu ve güncel tekstil teknolojilerinin yaratıcı pratiklerle nasıl ilişkilendirilebileceğini göstermeyi amaçlamaktadır. Dolayısıyla ortaya konulan ürünler, bir koleksiyon ya da satış odaklı bir üretimden ziyade, tasarımın tekstil ürünü üzerindeki ifade olanaklarını görünür kılmaya yönelik deneysel örneklerdir.

Desenlerin serigrafi yöntemiyle üzerine uygulanması için tekstil yüzeyleri olarak runner, Amerikan servisi, kırlent, bez çanta seçilmiştir. Bu ürünlerin çeşitliliği daha da artırılabilir. Her ürün için uygun kumaş seçimleri yapılmış, uygun ölçülerde kesilmiştir. Belirlenen tekstil yüzeyleri hazırlarak serigrafi tekniği için hazırlıklar yapılmıştır. Öncelikle vektör çizimler, PNG formatında aydınlar kağıtlara siyah beyaz olarak çıktısı alınmıştır. Siyah beyaz çıktı alınmasının sebebi serigrafi baskıya geçmeden önceki aşama olan pozlama aşamasında, siyah yerlerden ışık geçmeyeceği için kalıplara boş yansıtacak yani o kısımlara sürülecek olan boya kumaşa aktarılabilmesidir. Çünkü pozlama öncesinde çıktıda beyaz kalan yerlere emisyon sürülecektir. Serigrafi kalıpları oluşturulurken, ipek kumaş kalıplara zimba yardımıyla çakılmıştır. Her desen için ayrı kalıp hazırlanmış, ipek germe yöntemine devam edilmiştir. İpekler gerildikten sonra aydınlar çıktılar uygun kalıpla üst üste bırakılarak ÇOMÜ Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü'ndeki pozlama odasındaki pozlama makinasında 1 saat boyunca bekletilmiştir. Böylece aydınlar çıktılardaki desenler ipek gerilen kalıplara aktarılmış duruma gelmiştir. Bu halde iken kalıplara emisyon sürülerek bir süre bekletilmiş, sonrasında su ile emisyon sürülen yerlerin temizlenmesi sağlanmıştır.



Şekil 33-34: Pozlama öncesi kalıplara emisyon sürme aşaması



Şekil 35: Kalıpların pozlama makinasında pozlanma aşamasından

Temizlenen kalıplar baskı öncesi, bant yardımıyla kenarları kapatılmıştır. Pozlamada hata verilen kısımlar boya ile kapatılmıştır. Daha sonra pat ile karıştırılan boyalarla desenlere uygun renkler elde edilerek kalıplara sürülmüştür. Kauçuk yardımıyla yüzeye dağıtılan boya ile aydınlar çıktılarda siyah gözükten desenler pozlama sonrası beyaz kaldığı için sürülen boya vasıtasıyla bu kısımlar kumaşa renkli aktarılmıştır. Kumaşlar, baskı öncesinde bez çanta, runner, kalemlik, kırlent ve perde için uygun ölçülere göre kesilmiştir. (Görsel 24).



Şekil 36-37-38: Serigrafi baskı süreci



Şekil 39: Serigrafi baskı süreci



Şekil 40: Dikim öncesi baskısı tamamlanan runner ve Amerikan servis örneği



Şekil 41: Baskısı biten kumaşların dikim için hazırlanması
(Dikim işlemleri Öğr. Gör. Emel Gür tarafından gerçekleştirilmiştir)



Şekil 42-43: Baskısı biten ve dikilen bez çantalar



Şekil 44-45: Baskısı biten ve dikilen Amerikan servisler



Şekil 46-47-48: Baskısı biten ve dikilen Amerikan servisler



Şekil 49-50-51-52: Baskılı alternatif bez çantalar



Şekil 53: Baskılı kumaş kaplı defter tasarımları



Şekil 54-55-56-57: Baskılı kalemlik tasarımları

DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Bir kentin kimliğine ait tasarım ürünleri, o kentin marka değerine akılda kalıcılık, marka sadakati, farkındalık, bilgilendirme, anı değeri taşıma ya da estetik bir değer sunma gibi olumlu bir katkı sağlamaktadır. “Bu obje ya da ürünlerin tasarım özellikleri bakımından kentin kimliğini tanımlayan, bölgenin karakteristik özellikleriyle uyumlu ve estetik özelliklere sahip olmaları oldukça önemlidir” (Aysever, 2019: 39,40). Yurtdışında da marka kentlerin hediyeelik eşya türü tasarım ürünlerinin pazarlandığı mağazaların olması, müzelerde o müze ya da bulunduğu kent ile alakalı sanat ve tasarım içerikli ürünlerin satıldığı mağazalarının gittikçe yaygınlaşması, bir kente gelen yerli ya da yabancı turistlerin tur kapsamında ya da serbest zamanlarında mutlaka o kente dair tasarlanmış ürünleri almaları ya da yönlendirilmeleri bunun bir ispatı gibidir. Birçok şehirde olduğu gibi Çanakkale’de de bu tür tasarım ürünlerin satışının gerçekleştiği nokta oldukça azdır. Bu ürünlerin de seri üretim, ucuz, niteliksiz, kente dair belirli birkaç formdaki (Truva atı gibi) ürünlerdir. Çanakkale gibi manevi değeri yüksek, kültürel ve tarihi önemi tartışılmaz bir kente dair daha nitelikli ve estetik ürünlerin de üretilmesi oldukça önemlidir. Özellikle Troya Müzesi’nin ve 1915 Çanakkale Köprüsü’nün açılmış olması, kentin markalaşmasına daha da önem vermesini gerektiren unsurlardır. Bunun yanında hali hazırda her yıl binlerce ziyaretçi çeşitli turlarla kente gelmektedir. Nitelikli hediyeelik eşyaların ülkemizde çoğunlukla çok az sayıdaki turistik destinasyonlarında bulunduğu görülmekte, ziyaretçi sayısının gittikçe daha da artacağı öngörülen Çanakkale’nin de bu tür bir ihtiyacının olduğunun kaçınılmaz olduğu düşünülmektedir. Grafik desenlerin çeşitli tekstil yüzeylere serigrafi tekniği ile, çok renkli desenlerin ise gerektiği zaman dijital teknikle basılarak uygulanması sayesinde ürün skalasının oldukça geniş olması düşünülmektedir. Bu nitelikli ve kentin marka kimliğini vugulayarak tanıtımına yardımcı olan ürünlerin kentin önemli satış noktalarında ya da online platformlarda satışının sağlanması ile kentin ekonomisine katkı sağlanacağı düşünülmektedir. Bu ürünler aynı zamanda kente gelen önemli kişi, kurum ya da kuruluş temsilcilerine alternatif bir hediye olacağı da düşünülmektedir.

Bu uygulamalı akademik çalışma, tasarlanan özgün desenler aracılığıyla Çanakkale’nin yerel kimliğini sembollerle görselleştirerek tekstil malzemesi ile nitelikli hediyeelik ürün uygulamaları önermektedir. Bu yönüyle proje, kentin kültürel mirasını estetik ve modern bir yaklaşımla yeniden yorumlandığı tasarım ürünlerle önemli bir kültürel köprü oluşturma görevini üstlenmektedir. Bu çalışma kapsamında üretilen ürünler aynı zamanda yerel sembollerin tasarım yoluyla ekonomik bir değer oluşturarak destinasyon markalaşmasına katkı sunmasına örnek oluşturup, birer prototip niteliğindedir. Çanakkale gibi manevi değeri yüksek kentlerin kültürel sürdürülebilirlik hedefini ve duyarlılığını destekleyen, anı değeri taşıyan nitelikli hediyeelik ürün üretilmesine dikkat çekmek amaçlanmıştır. Hem tekstil tasarımı hem de grafik tasarımı disiplinleri için ortak bir çalışma konusu olup aynı zamanda kültürel miras alanındaki literatüre de önemli bir katkı sağlayan bu çalışma son olarak kentin marka değerinin bütüncül olarak değerlendirilerek, kentte satışı yapılan hediyeelik ürünlerin özgün ve profesyonel kişilerce tasarlanmasının gerekliliğini de göstermektedir.

KAYNAKÇA

- Aaker, D. (2014). Markalama, İstanbul: Mediacat Yayınları. - Ambrose, G. ve Harris, P. (2010). Görsel Grafik Tasarım Sözlüğü. İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Akturan ve Oğuztimur. (2016). Kent Markalaşması Kavramının İçeriği ve Gelişimi: Farklı Disiplinler Farklı Yaklaşımlar, Planlama, 26(2):117-129
- Ambrose, G. ve Harris, P. (2012). Grafik Tasarımın Temelleri, Akademik Temeller Dizisi: 06. İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Anholt, S. (2011), Yerlerin Markalaşması Kimlik, İmaj ve İtibar, İstanbul: İstanbul Ticaret Odası.
- Aysever, E. (2019). Hatay Arkeoloji Müzesi örneğinden yola çıkarak hediyeelik (hatıra) eşya üretiminde kullanılmak üzere hazırlanan tasarım önerileri, Yüksek Lisans Tezi Erişim Adresi: 590448 (3).pdf
- Becer, E. (2011). İletişim ve Grafik Tasarım (8. Baskı). Ankara: Dost Kitabevi.
- Çiçek, E. ve Pala, U. (2017). Destinasyon Markalaşması Üzerine Bir Araştırma: Tarsus Örneği, Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 14(2)
- İleri, B. ve Aysever, E. (2021). “Hediyeelik (Hatıra) Eşya Tasarımı: Hatay Arkeoloji Müze Mağazası İçin Bir Uygulama”. idil, 80 (2021 Nisan): s. 563–577. doi: 10.7816/idil-10-80-02
- Koca, S. K. (2010-II). Genel Hatları ile Kültür ve Sembol İlişkisi, SAÜ Fen Edebiyat Dergisi (2010-II), p. 87-94

Kocaman, S. (2012). Destinasyon Yönetimi Kapsamında Marka Kimliğine Etki Eden Faktörlerin Marka İmajına Etkisi: Alanya Örneği, Doktora Tezi
<http://acikerisim.akdeniz.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/1946/T03063.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Lucarelli A, Berg PO. (2011). City Branding: A State-of-the-art Review of the Researc Domain. Journal of Place Management and Development 4(1): 9–27.

Okay, A. (2013) Kurum Kimliği, İstanbul: Derin Yayınlar

Özel, N. (2018). Grafik Bir Sembol Olarak Anadolu Selçuklularında Çift Başlı Kartal, The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication – TOJDAC, ISSN: 2146-5193, July 2018 Volume 8 Issue 3, p. 551-559.

Özkan, Ş., Turan, B.O. (2019). “Sayısal Tasarım Sürecinin Tekstil Baskı Trendleriyle Etkileşimi”, Online Journal of Art and Design volume 7, issue 3, July 2019, s.113- 127. Erişim Adresi:
<http://www.adjournal.net/articles/73/739.pdf>

Tanyer, S. ve Başaran, F.. (2021). Tekstil Tasarım Süreci ve Tasarımcının Rolü, AART Uluslararası Anadolu Sanat Sempozyumu, Tam Bildiri Kitabı

Çanakkale Seramikleri Suna ve İnan Kıraç Koleksiyonu, Antalya Kaleiçi Müzesi, Ece Güneş Erten