

KAYNAKÇASIZ TAM METİN Turistik Hediyelik Eşyalarda Geleneksel Motiflerin Disiplinleraras.docx

Ankara Üniversitesi

Document Details

Submission ID

trn:oid::3117:579243210

Submission Date

Apr 16, 2026, 11:52 AM GMT+3

Download Date

Apr 16, 2026, 11:54 AM GMT+3

File Name

KAYNAKÇASIZ TAM METİN Turistik Hediyelik Eşyalarda Geleneksel Motiflerin Disiplinleraras.docx

File Size

229.7 KB

9 Pages




2,503 Words

18,426 Characters

1% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Top Sources

- 1%  Internet sources
- 0%  Publications
- 0%  Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags




0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

Top Sources

- 1%  Internet sources
- 0%  Publications
- 0%  Submitted works (Student Papers)

Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1 Internet

docplayer.biz.tr

<1%



**ULUSLARARASI
GELENEKTEN GELECEĞE
ANADOLU MOTİFLERİ
SEMPOZYUMU**

**14 - 16
MAYIS**

**Turistik Hediyeelik Eşyalarda Geleneksel Motiflerin Disiplinlerarası
Yaklaşımına Değerlendirilmesi**

Özlem Berksan Atasoy¹

Fuat Atasoy²

Özet

Bu çalışma turistik hediyeelik moda ürünlerinde tüketilen geleneksel motiflerin, disiplinlerarası bakış açısıyla, nasıl yeniden yorumlandığını doküman temelli betimsel yöntemle incelemektedir. Moda ve turizm tanıtımında kullanılan görseller, müze ve hediyeelik eşya arşivleri, ilgili literatür incelenerek; motiflerin tasarım adaptasyonları, kullanım dinamikleri ve semantik dönüşümleri değerlendirilmiştir. Çalışma kapsamında özellikle Anadolu'ya özgü örnekler temel alınmış; Anadolu Halı Motifleri gibi kültürel sembollerin eşarp, şapka, atkı, örtü, saç bandı, çanta, tişört ve diğer aksesuar tasarımlarında minimalist formlarda ve çağdaş dünyaya ait estetik ilkeler ışığında bütünleştirilerek temsil edildiği sonucuna ulaşılmıştır. Bulgular, turistik hediye ürünlerinin grafik tasarım, moda tasarım ve turizm pazarlaması penceresinden değerlendirildiğinde, motiflerin sadece birer süs ve dekoratif obje olmadığını bununla birlikte kültürel kimliği temsil ettiği, turistik bölgelerin tanıtılmasında kullanıldığı ve dolayısıyla metalaşarak ekonomik değere bürünen bir tasarım bileşeni haline geldiğine işaret etmektedir. Nihayetinde disiplinlerarası bir yaklaşımla, Anadolu'nun kimliğini temsil eden motiflerin, sürdürülebilirlik çerçevesinde hem sosyo-kültürel hem de ekonomik olarak korunması ve turizm endüstrisine has moda objelerinin üretilmesi ve geliştirilmesine katkıda bulunduğu değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Turizm pazarlaması, moda tasarımı, geleneksel motifler, hediyeelik eşya, disiplinler arası tasarım*

¹ Öğr. Gör., Özlem Berksan Atasoy, Yozgat Bozok Üniversitesi, Akdağmadeni Meslek Yüksekokulu, Grafik Tasarım Programı, ozlem.berksan@yobu.edu.tr

² Öğr. Gör. Dr., Fuat Atasoy, Ankara Üniversitesi, Beypazarı Meslek Yüksekokulu, Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı, atasoyf@ankara.edu.tr



**INTERNATIONAL
SYMPOSIUM ON
ANATOLIAN MOTİFS
FROM TRADITION TO THE FUTURE**



Interdisciplinary Approach to the Evaluation of Traditional Motifs in Tourist

Abstract

This study examines how traditional motifs used in fashion tourist souvenirs are reinterpreted from an interdisciplinary perspective, using a document-based descriptive method. By examining visuals used in fashion and tourism promotion, museum and souvenir archives, and relevant literature, the design adaptations, usage dynamics, and semantic transformations of the motifs are evaluated. The study focuses particularly on examples specific to Anatolia; it concludes that cultural symbols such as Anatolian carpet motifs are integrated into the designs of scarves, hats, neckerchiefs, headbands, bags, t-shirts, and other accessories in minimalist forms and in light of contemporary aesthetic principles. The findings indicate that when tourist souvenirs are evaluated from the perspectives of graphic design, fashion design, and tourism marketing, the motifs are not merely ornaments and decorative objects, but also represent cultural identity, are used in the promotion of tourist regions, and thus become a design component that has been commodified and acquired economic value. Ultimately, it is assessed that, through an interdisciplinary approach, the motifs representing the identity of Anatolia are preserved both socio-culturally and economically within the framework of sustainability, and contribute to the production and development of fashion objects specific to the tourism industry.

Keywords: *Tourism marketing, fashion design, traditional motifs, souvenirs, interdisciplinary design*

GİRİŞ

Turistik destinasyonların kültürel birikimini somutlaştıran hatıra ve hediyelik eşyalar, sadece ticari bir nesnenin dolaşımının ötesinde, bölgenin tescilli kimliğini ve toplumsal belleğini, küresel boyuta taşıyan stratejik göstergibilimsel araçlar olarak kabul edilmektedir (Sarı Gök ve Şalvarcı, 2025). Dolayısıyla turistik hatıra ve hediyelik eşyalar, bir destinasyonun kültürel belleğini somutlaştıran, ziyaretçi deneyimini tescilleyen, yerel ekonominin sürdürülebilirliğine katkı veren ve strateji avantajı sağlayan nesnelere olarak ele alınmaktadır



(Başar vd., 2019; Yanar, 2016). Diğer taraftan seyahat deneyimi sırasında yaşanan sıra dışı anların, bireyin günlük yaşamındaki sıradan akışı ile bütünleşmesini hizmet eden hatıra ve hediyelik eşyalar, alan yazında “olağanüstünün habercileri” şeklinde tanımlanmaktadır (Gordon, 1986; Liu vd., 2025). Buna göre bireyin seyahat sırasında deneyimlediği sıra dışı anlar, günlük yaşamın rutin akışına bu nesnelere aracılığıyla eklenmektedir. Tasarım disiplinleri, bu noktada sadece görsel bir estetik inşa etmekle kalmayıp, yerelliğin yeniden kurgulanması ve turizm pazarlamasının psikolojik katmanlarının yönetilmesi süreçlerinde merkezi birer katalizör işlevi görmektedir (Liu vd., 2025).

Tasarım disiplinlerinin kuramsal ve pratik dokunuşları, bu nesnelere basit birer ticari nesne olmasının dışında, bir bölgenin kültürel elçisine dönüşmesini sağlamaktadır (Tatlıdil ve Şahin, 2022; Sayın ve Karaalioglu, 2025). Özellikle moda tasarımı ve grafik tasarımı, hediyelik eşyaların pazarlanmasında estetik değer, özgünlük ve kültürel gösterge aktarımı süreçlerini yöneten iki temel disiplin olarak öne çıkmaktadır. Gürşahbaz ve Güngör’e (2014) göre bu disiplinler, geleneksel verileri çağdaş formlarla sentezleyerek hem yerel kimliğin korunmasını sağlamakta hem de küresel pazarda rekabet edebilir, katma değeri yüksek ürünlerin ortaya çıkmasına zemin hazırlamaktadır.

Çalışmanın önemi, geleneksel el sanatlarını sadece statik unsurlar olarak korumak yerine, değerlerin ortaklaşa yaratımı ve teknolojik entegrasyon kanalları aracılığıyla modern tüketici beklentilerine uyarılma stratejilerini belgelemesinden kaynaklanmaktadır (Michopoulou, 2021). Bu noktadan hareketle, hatıra eşyalarının niteliksiz kopyalar olmasını engelleyen yerellik niteliğinin, turistlerin seyahat sonrası ruhsal olarak kendini iyi hissetmesini destekleyen duygusal çırpalar olma işlevine nasıl hizmet ettiğini gözler önüne serilmektedir. Bu bağlamda, turistik hatıra üretiminin kolektif hafızanın, nesnel otantikliği temel alan kuramsal bir derinliğe sahip olduğu ve hatıra ve hediyelik eşyayı stratejik bir sembolik kaynak olarak konumlandırıldığı anlaşılmaktadır (Liu vd., 2025).

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Moda Tasarımının Rolü ve Geleneksel Verilerin Yeniden Yorumlanması

Moda tasarımı disiplini, turistik hediyelik eşya bağlamında sadece giysi üretimiyle sınırlı kalmayıp, aksesuar, tekstil yüzey tasarımları ve form arayışları üzerinden geniş bir yelpazede etkisini hissettirmektedir (İşgören vd., 2018). Moda tasarımcıları, geleneğin günümüzü ya da yarınımıza yorumlanması sürecinde yerel motifleri, modern estetik anlayışıyla birleştirerek ulusal bir moda kimliği inşasına hizmet etmektedirler (Tatlıdil ve Şahin, 2022). Bu durumun en



somut örneklerinden biri Beypazarı kültürel örgelerinin moda ürün aksesuarlarına aktarılmasıdır (Gürşahbaz ve Güngör, 2014). Çalışma sonucunda elde edilen bulgular 19. ve 20. yüzyıl Beypazarı evlerinin mimari dokusunda yer alan geometrik ve bitkisel bezemelerin, moda tasarımcıları tarafından analiz edilerek ve sentezlenerek; takı, broş, kolye gibi aksesuarlara dönüştürüldüğünü ortaya çıkarmıştır. Analiz sonuçları tasarımcının, sadece bir süsleme elemanını kopyalamadığını; analiz, sentez, seçim ve modelleme aşamalarını tükettikten sonra etnik unsurlar temasını modern trendlerle uyumlu hale getirdiğine işaret etmektedir (Gürşahbaz ve Güngör, 2014). Siirt yöresine özgü tiftik battaniyelerinin hammadde özelliklerinin korunarak yelek ve çanta formunda yeniden kurgulanması, geleneksel bir materyalin moda tasarımı aracılığıyla nasıl prestijli bir turistik nesneye dönüştürülebileceğini kanıtlamaktadır (Yanar, 2016). Benzer şekilde, Burdur alacası ve Yeşilova kilimleri gibi coğrafi işaretli dokumaların modern çanta tasarımlarına entegrasyonu, ürünün sürdürülebilirliğini sağlarken turistin bölgeyle kurduğu duygusal bağı dokunsal bir hatıra üzerinden pekiştirmektedir (Yanar ve Tağı, 2014).

Moda tasarımının bir diğer önemli rolü formun sembolik aktarımında görülmektedir. Akçakale ve Somçağ (2022) incelediği ayakkabı biçimindeki objelerin, antik uygarlıklardaki riton (içecek kabı) geleneğinden beslenerek günümüzde kalemlik, yüzüklük, kumbara veya anahtarlık gibi fonksiyonel hediyeliklere dönüştüğünü tespit etmiştir (Akçakale ve Somçağ, 2022). Tasarım disiplini tam bu noktada devreye girmiş, geleneksel Çapula veya Yemeni formlarını 5-10 cm'lik ölçeklere indirgeyerek, yerel hammadde (çam, kavak gibi yumuşak dokulu ağaçlar) kullanmak şartıyla ürününe otantik değer kazandırılmıştır (Akçakale ve Somçağ, 2022). Bu tür tasarımlar, turist için sadece anı değeri olan estetik bir obje değil, aynı zamanda o yörenin zanaat kültürüne dair bir sertifika niteliğindedir (Erdem, 2013; Sarı Gök ve Şalvarcı, 2025).

Ayrıca, moda endüstrisinin etik tasarım ve sürdürülebilirlik yaklaşımları, hediyelik eşya üretiminde yapay elyaftan daha ziyade doğal elyaf kullanımını ve çevre dostu yaklaşımları teşvik etmektedir (Saatçioğlu, 2011). Şile Bezi, Rize Bezi (Feretiko) ve Ödemiş İpeği gibi geleneksel dokumaların moda tasarımcıları tarafından aksesuar veya giysi parçası olarak yeniden kurgulanması, hem kültürel mirasın devamlılığını sağlamakta hem de çevre bilinci yüksek (Saatçioğlu, 2011) turist kitlesi için çekicilik barındıran turistik ürün arz unsuru oluşturmaktadır. Diğer taraftan teknoloji ile bütünleşen moda tasarımı, giyilebilir teknoloji ve kinetik yaklaşımlar üzerinden interaktif hediyeliklerin kapısını aralamaktadır (Geyik Değerli, 2019; Yetişen Demirci ve Ceylan, 2022). Örneğin, vücut sıcaklığına veya stres düzeyine göre



renk değiştiren lüks aksesuarlar (The Unseen örneği), geleneksel hediyelik anlayışını inovatif bir boyuta taşıyarak destinasyonun teknolojik ve yaratıcı imajını güçlendirmektedir (Geyik Değerli, 2019).

Grafik Tasarımın Etkisi ve Kültürel Göstergebilim

Grafik tasarım, hediyelik eşyanın pazarlanmasında bir "sessiz satıcı" rolü üstlenerek, tüketicinin dikkatini çeken disiplinlerden bir tanesidir. Ürün ambalajı, tipografi seçimi ve yüzeyindeki illüstrasyonlar, turistin ürünle kurduğu ilk bağı şekillendirmektedir (Guo vd., 2024). Grafik tasarımın pazarlamadaki özgün bir etkisi tipografi ve el yazısı kullanımı olarak görülmektedir. Guo vd. (2024) tarafından yapılan çalışma, hediyelik eşya paketlerinde makine yazısı yerine el yazısı kullanımının insan varlığı algısı oluşturduğu ve ürünün algılanan otantikliğini artırdığını ortaya koymaktadır. Özellikle sembolik ve kültürel anlamı yüksek hediyeliklerde, grafik tasarımcının seçtiği yazı stili, ürünün el yapımı olduğu ve üreticisinin kişisel emeğini barındırdığı imajını pekiştirerek satın alma niyetini doğrudan olumlu yönde etkilemektedir (Guo vd., 2024). Bir pazarlama unsuru olarak; ürün ambalajının yazı tipi tasarımı, tüketici algıları ve davranışları üzerinde önemli bir etkiye sahiptir (Chen vd., 2022). Yazı tipi ürüne; marka üstünlüğü sağlama, değer oluşturma ve ürüne kişilik kazandırma gibi avantajlar sağlamaktadır (Yu vd., 2022; Grohmann vd., 2013).

Müze mağazalarındaki hediyelik eşyalar üzerinde yapılan göstergebilimsel (semantik, sentaktik, pragmatik) analizler, grafik tasarımın kültürel belleği aktarmadaki gücünü de kanıtlamaktadır (Sayın ve Karaalioğlu, 2025). Sayın ve Karaalioğlu (2025) tarafından irdelenen British Museum örneğindeki 'Aşil Yunan Vazosu' temalı USB bellek tasarımı, grafik tasarımın tarihi bir formu (vazo formu ve sepya tonları) modern bir teknolojiyle nasıl ustalıkla birleştirdiğini göstermektedir. Bu tasarımda sentaktik olarak vazo betimlemesi ürün yüzeyine altın oran ve denge ilkelerine göre yerleştirilirken; pragmatik olarak hem işlevsel bir veri depolama aygıtı hem de bir estetik obje sunulmaktadır.

Konuyla ilgili diğer önemli bir nokta ise göstergebilimin semantik, sentaktik ve pragmatik katmanlardan oluşmasıdır (Sayın ve Karaalioğlu, 2025). Grafik tasarımı perspektifinden bakıldığında, bir hatıra nesnesi üzerindeki görsel dil, destinasyonun algılanan imajını stabilize eden sembolik bir kodlama olarak anlaşılabilir. Böylece, nesnelere sadece birer yüzey düzenleme alanı değil, destinasyonun mitolojik figürlerini, mimari dokusunu ve tarihsel söylemlerini zihinden zihine hatta kuşaktan kuşağa taşıyan platformlar haline dönüşmektedir. Örneğin, Burdur yöresine özgü antik kent silüetlerinin dijital araçlarla takı ve aksesuarlara



aktarılması, coğrafi işaretlerin korunmasında göstergebilimsel bir teknik güç sergilemektedir (Yanar ve Tağı, 2014). Turistik ürünlerin yalnızca estetik birer obje değil, aynı zamanda yüksek katma değerli ve satın alma niyetini etkileyen pazarlama enstrümanları olduğu gerçeği (Guo vd., 2024), disiplinlerarası bir analizle daha belirgin hale gelmektedir. Destinasyon kimliğinin inşası sürecinde grafik tasarımı görsel bir iletişim dili kurarken, moda tasarımı bu dili dokunsal ve taşınabilir bir anlatı katmanına taşımaktadır.

Turistik destinasyon kimliğinin inşasında grafik tasarım, sembolleri ve logoları birer marka bileşeni olarak kurgulanmaktadır (Aaker, 1997). Kapadokya örneğinde görüldüğü üzere, peri bacaları, sıcak hava balonları ve bölgenin mistik havasını yansıtan görsel betimlemeler, hediyeliklerin (magnet, kartpostal, seramik yüzeyler vb.) temel grafik materyallerini oluşturmaktadır (Sarı Gök ve Şalvarcı, 2025). Yanar ve Tağı (2014) ise Burdur iline yönelik tasarım önerilerinde, bölgeye özgü hayvanların (dikkuyruk ördeği, yağ balığı) ve endemik bitkilerin (sığıla ağacı yaprağı) illüstrasyon yoluyla kupa, tişört ve anahtarlık gibi ürünlere aktarılmasının, turiste hem koruma farkındalığı yaratacağını hem de bölge imajına katkı sağlayacağını belirtmektedir. Bu süreçte grafik tasarımcı, doğa unsuru veya tarihi yapı niteliğindeki ham veriyi, estetik bir göstergeye dönüştürerek taşınabilir bir anı haline getirmektedir (Sayın ve Karaalioglu, 2025).

Tasarım Disiplinlerinin Önemli Rolü: İnteraktif Deneyim, Otantiklik ve Ekonomik Katma Değer

Teknolojik inovasyonun tasarım disiplinleriyle kesiştiği nokta, modern turizm pazarlamasının dinamik bir parçası haline gelmiştir. Artırılmış gerçeklik uygulamalı hediyelik eşyalar, durağan ve salt görsel olan hatıraları; dinamik ve sarmalayıcı deneyimlere dönüştürmektedir. Bir tişört veya kartpostal üzerindeki illüstrasyonun dijital içeriklerle canlanması, turistin ürünle olan etkileşimini maksimize etmekte ve ürünün yenilik değerini artırmaktadır (Putri vd., 2025). Ayrıca, 3D baskı teknolojileri, üretici-tüketici kavramını turistik perakendeye dâhil ederek turistlerin kendi hatıralarını kişiselleştirmelerine olanak tanımaktadır. Bu durum, objeye duyulan sahiplik duygusunu artırırken, tasarımı pasif bir anı nesnesinden aktif bir yaratım süreci çıktısına dönüştürmektedir (Anastasiadou ve Vettese, 2019). Pazarlama stratejilerinde kullanılan "eudaimonic anlatılar", tasarım disiplinlerinin ürettiği görsel öğelerle desteklendiğinde, turistin ürüne atfettiği duygusal değer maksimize edilmektedir. Turistin destinasyondan ayrıldıktan sonra bile ürün aracılığıyla bölgeyle bağını sürdürmesi, gezi sonrası psikolojik iyi oluş halinin devam etmesini sağlamakta; bu da destinasyon sadakatini ve tekrar ziyaret niyetini tetikleyen en güçlü pazarlama çıktıları arasında yer almaktadır (Liu vd., 2025).



Geleceğin tasarım trendlerinde ise yapay zekâ ve giyilebilir teknolojiler, moda ve grafik tasarımın sınırlarını daha da iç içe geçirmektedir. Yapay zekâ destekli sosyo-kültürel desen analizleri ve derin öğrenme sistemleri, geçmişin motiflerini geleceğin trendleriyle harmanlayan özgün desenler oluşturabilmektedir (Boğday Saygılı ve Güven, 2024). Kinetik moda yaklaşımları ve akıllı tekstiller, turistin çevresel uyaranlarına tepki veren canlı hatıralar tasarlanmasına imkân sunmaktadır (Yetişen Demirci ve Ceylan, 2022). Bu teknolojik entegrasyonlar, hatıra eşyanın bellek tutma işlevini dijital bir arayüze dönüştürerek, destinasyon ile turist arasındaki bağı çağın gerekliliklerine göre yeniden yapılandırmaktadır (Değerli, 2019).

Accor Otel markasının ‘The Seeker’ adlı projesinde, konvansiyonel giyilebilir cihazların hantal yapısı terk edilerek, moda tasarımının ergonomik prensiplerini estetik bir saç aksesuarı formunda içselleştiren, hibrit bir aygıt tasarlanmıştır. Saç toplama tacına benzeyen bu aksesuar, kullanıcı üzerine ek bir bilişsel veya fiziksel yük olmadan, entegre optik algılayıcılar ve sensörler aracılığıyla kalp ritmi varyabilitesi gibi kritik biyometrik verileri, web kamerasındaki cilt kontrast değişiklikleri yoluyla ölçmekte, insan-bilgisayar etkileşimini moda nesnesi üzerinden takip ve analiz etmektedir. Böylece giyilebilir teknolojilerin en büyük sorunu olan teknolojik yük algısı, tasarımın sunduğu ergonomik ve estetik değerler sayesinde bertaraf edilmektedir. Grafik tasarım boyutunda ise bu ham verilerin sayısal değerleri estetik görsel çıktılara dönüştürülmektedir. Bireyin duygusal yansımaları, yüksek çözünürlüklü grafik animasyonlar ve dinamik görsel katmanlar aracılığıyla somutlaştırılmakta, bu veriler kullanıcı arayüzü disiplini çerçevesinde işlenerek, öznenin anlık psiko-duygusal durumuna en uygun Accor Otel markasına ait mekânsal destinasyonu belirleyen bir karar destek mekanizmasına dönüştürülmektedir. Kullanıcı arayüzü aracılığıyla gerçekleşen bu veri işleme süreci, bireyin içsel durumunu (ruh hali) dışsal bir çıktıya (otel destinasyonu) dönüştürerek, konaklama tecrübesini yüksek düzeyde kişiselleştirilmiş bir performans olarak yeniden kurgulayan semantik bir köprü görevi üstlenmektedir. Neticede, moda tasarımının görsel zarafeti ile grafik tasarımın etkileşimli iletişim gücünün sentezi, konaklama tecrübesini statik bir hizmet alımından, kişiselleştirilmiş bir dijital performans ve tecrübe aktarımı zeminine taşımaktadır (Wild, 2026).

Hediyelik eşya pazarında karşılaşılan en büyük tehditlerden biri, yerel kültürden kopuk, kalitesiz ve çoğunlukla Çin menşeli yozlaşmış hediyelik ürünlerin yaygınlaşmasıdır (Yanar ve Tağı, 2014). Bu noktada moda ve grafik tasarım disiplinlerinin uzmanlığı, ürünlerin coğrafi olarak yerinden edilmiş olmasını engellemek adına hayati önem taşımaktadır (Anastasiadou ve Vettese, 2019). Tasarımcılar, yerel hammadde ve geleneksel tekniklerin (örneğin telkâri,



döküm, dokuma) modern formlarla birleştirilmesini koordine etmek usulüyle, ürünün objektif ve yapısal otantikliğini korumaktadırlar (Sarı Gök ve Şalvarcı, 2025).

Ekonomik açıdan değerlendirildiğinde, tasarım odaklı hediyelik eşya üretimi, destinasyonun toplam turizm gelirlerindeki payını ciddi oranda artırma potansiyeline sahiptir. Hong Kong örneğinde turizm gelirlerinin yarısının hediyelik eşya satışından elde edilmesi, tasarımın ticari başarısının bir kanıtı olarak gösterilmektedir (Başar vd., 2019). Tasarım disiplinleri, ürünün sadece ne olduğunu değil, nasıl sunulduğunu (ambalajlama, kimlik kartları, bilgilendirme metinleri) da belirleyerek turistte güven duygusu oluşturur (Yanar ve Tağı, 2014). Yanar (2012) tarafından vurgulanan ürün kimlik kartı önerisi, grafik tasarımın ürün üzerine eklediği üretim tekniği, kullanım alanı ve etnografik anlam gibi verilerle, turistin aldığı nesneye karşı duyduğu tinsel bağı ve sadakati yüceltmektedir (Yanar ve Tağı, 2014; Yanar, 2016).

YÖNTEM

Çalışma nitel araştırma deseninde dizayn edilmiş, doküman analizi ve örnek olay incelemesi yöntemleri kullanılmıştır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Sonuç olarak, turistik hediyelik eşyaların pazarlanmasında moda ve grafik tasarım disiplinleri; estetik, kültürel ve işlevsel bir bütünlük oluşturarak destinasyon kimliğini evrensel boyuta taşımaktadır. Moda tasarımı, turistik ürün geliştirme süreçlerinde yerel etnografik mirası çağdaş giyim ve aksesuar formlarına aktararak, ürünün dokusunu, formunu, vücutla olan giyilebilirlik ve taşınabilirlik ilişkisini belirleyerek, giyilebilir anlatılar oluşturma misyonunu üstlenmektedir. Grafik tasarımı ise ürünün yüzey dilini, sembolik anlamlarını ve görsel iletişim stratejisini kurgulamaktadır. Liu vd. (2025) göre bu iki disiplinin iş birliği, turistlerin sıradışı seyahat deneyimlerini sıradan ev yaşamlarına aktarabilmelerine olanak sağlayan köprüler kurmaktadır.

Elde edilen bulgular ışığında, Türkiye gibi zengin kültürel mirasa sahip bir ülkede bu alandaki yozlaşmayı gidermek için devlet politikası düzeyinde tasarım projelerinin desteklenmesi elzem olarak görülmektedir. Üniversitelerin güzel sanatlar fakültelerinde hediyelik eşya tasarımı derslerinin yaygınlaştırılması ve yerel üreticilerle profesyonel moda ve grafik tasarımcılarının bir araya getirildiği iş birliği platformlarının organize edilmesi, ürün kalitesinin ve çeşitliliğin artmasına, otantikliği zedelemeyecek ürün tasarımlarının yapılmasına katkıda bulunacaktır. Özgün tasarımlar, sadece birer anı objesi değil, aynı zamanda istihdam odaklı olarak kadın işgücü ve kültürel belleğin temsilcileri olan zanaatkarların desteklenmesi, kırsaldan kente göçü yavaşlatması ve ulusal imajın güçlendirilmesi açısından stratejik araçlar



olarak kullanılabilir. Tasarım disiplinlerinin bu sürece dâhil edilmesi, geleneksel değerlerin geçmişe takılı kalmadan modern dünyanın turistik destinasyonlarının nefes almasını ve gelecek kuşaklara aktarılmasını garanti altına alan en güvenilir yol olarak değerlendirilmektedir.