Araştırma Makalesi
Sayı / Number: 26 (2025) **01-16**
DOI: 10.65082/akademiksanat.1616835

akademik sanat

TEKSTİL BASKI TASARIMINDA YARATICI FİKİR ÜRETME SÜRECİNİN ARAŞTIRILMASI

An Investigation into the Creative Idea Generation Process in Textile Print Design

Banu Hatice GÜRCÜM[1], Semiha KARTAL[2]

ÖZET

Yaratıcılık, yenilikçi ve özgün tasarımların temel unsurudur. Bu araştırmanın amacı, tekstil baskı tasarımcılarının yaratıcılık süreçlerini anlamak ve süreçteki düşünsel dinamikleri incelemektir. Araştırmada nitel durum çalışması yöntemi kullanılmış, Türkiye'de işletmelerde çalışan 10 baskı tasarımcısı çalışma grubu olarak belirlenmiştir. Araştırmada şu sorulara yanıt aranmıştır: Tekstil baskı tasarımcıları yaratıcılığı nasıl tanımlamaktadır? Tekstil baskı tasarımcılarının fikir üretme aşamasında düşünceleri-düşünüş kalıpları nelerdir? Tekstil baskı tasarımcılarını fikir üretme sürecinde kısıtlayıcı ve destekleyici faktörler nelerdir? Araştırma sonuçlarına göre yaratıcılık, yeni fikir üretmek, farklı düşünmek, özgün olmak, sınırları zorlamak, içten gelen bir güç ve hayal gücüne dayalı olma olarak tanımlanmıştır. Fikir üretme sürecinde katılımcıları kısıtlayan faktörler, müşteri, satılabilirlik, maliyet, zaman ve kaynakla bağlantı kuramamaktır. Katılımcıları fikir üretirken destekleyen en önemli yöntem ise esin kaynakları araştırmaktır.

Anahtar Kelimeler: Tekstil baskı tasarımı, yaratıcılık, fikir üretme, durum çalışması.

ABSTRACT

Creativity is a fundamental element for innovative and original designs. This study aims to understand the creative processes of textile printing designers and examine the cognitive dynamics involved. A qualitative case study method was employed, and 10 designers working in companies in Türkiye were selected as the study group. The research explores the following questions: How do textile printing designers define creativity? What thought patterns and cognitive processes do they exhibit during idea generation? What factors constrain or support their idea generation? According to the results, creativity is defined as producing new ideas, thinking differently, being original, pushing boundaries, stemming from an inner drive, and relying on imagination. Factors constraining idea generation included customers, marketability, cost, time, and limited access to resources, while the most important supporting factor was researching sources of inspiration.

Keywords: Textile printing design, creativity, generate ideas, case study.

*Araştırma bulguları, "Tekstil Tasarımında Esinlenme, Fikir Üretme ve Yansıtma Sürecinin Tanımlanması Üzerine Bir Araştırma" adlı doktora tezi kapsamında toplanan veriye dayanmaktadır.

21-22 Kasım 2024 tarihlerinde Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü tarafından gerçekleştirilen "Uluslararası Genç Bilim ve Sanat İnsanları Sempozyumu ve Sergisi 2'de" sözlü sunum olarak sunulmuştur.

[1] ORCID: 0000-0001-9687-9598, Prof. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Sanat ve Tasarım Fakültesi, banu.gurcum@hbv.edu.tr
[2] ORCID: 0000-0002-6343-5330, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, semihasmhkrtl@gmail.com

Makale Geliş Tarihi: **10 Ocak 2025** Makale Kabul Tarihi: **18 Aralık 2025**

GİRİŞ

Tasarım, Cross (2006)'a göre "insan zekâsının en yüksek biçimlerinden biri ve zihnin yeteneği ile ilgili bir olgudur". Bayazıt (1994, s.8) tasarımı "bir plan ya da eskizi yapmak üzere zihinde canlandırmak, biçim vermek ya da üretilmek üzere zihinde canlandırılan bir plan ya da bir şey" olarak tanımlamaktadır. Tasarım günümüzde kullanılan anlamına, Endüstri Devrimi sonrasında yaşanan zanaat ve makine birlikteliği ile ulaşmıştır (Gür Üstüner, 2017, s.49). Endüstri Devrimi sonrası yaşanan teknolojik, kültürel ve sosyal gelişmeler tasarımın bugün anlaşılan anlamı ile çalışılan analitik bir alan olmasına neden olmuştur.

Tasarım süreci, yaratıcı yapısından dolayı her zaman irdelenmeye maruz kalmış, sistemleştirme ve bilimselleştirme çabalarının odağında bulunmuştur (Atakan, 2014, s.2). Bauhaus ve Ulm Hochschule für Gestaltung gibi tasarım eğitimi veren kurumların etkisiyle temelleri atılan bilişsel yaklaşım, sezgisel ve rasyonel yaklaşımların bir sentezidir. Bilişsel yaklaşımla birlikte, tasarımcının yaratıcılık sürecinde neler düşündüğü ve düşüncelerini nasıl yansıttığı önem kazanmıştır. Uluoğlu (1988, s.22)'na göre sezgicilerin bulanıklığı rasyonel yaklaşımların her şeyin açıklanabileceğine dair aşırı güvenleri tasarlama sürecini açıklamaya yetmemiş, bu noktada enformasyon kuramına dayalı bilişsel modeller tasarım sürecine uygulanmıştır.

Bilişsel yaklaşımlarda sezgi, "herhangi bir akıl yürütme veya yargılama olmaksızın ani bir önsezi sıçrayışı değil, tasarımcıların hafıza veya geçmiş deneyimlerinden süzülüp çıkardıkları bir işlemdir" (Uluoğlu, 1988, s.22). Koçkan (2012, s.10) yaratıcılık sürecini, "aklın ve sezginin aktif olarak çalıştığı bir düşünme yapısıyla, bilgiler arası yeni ilişkiler kurarak yeni bilgiler üretme eylemi" olarak tanımlamıştır.

Yaratıcı süreç hem son derece karmaşık hem de oldukça bireyseldir. Yaratıcılığı anlamak için, ilgili rollerin etkisini (yaratıcı fikirlerin bağlamını şekillendiren), ilhamın (içeriğe ilham veren) yaratıcı süreçte nasıl rol oynadığını ve ilham verici kaynakların daha sonra projelere nasıl dönüştürüldüğünü anlamak önemlidir (Strickfaden, Stafiniak & Terzin, 2015, s.2). Tasarım sürecinin belirlenmesi ya da tasarımın analitiğinin modellenmesi özellikle tasarım eğitiminde önemli olmuş pek çok araştırmacının bu alanda araştırma faaliyetine yönelmesine neden olmuştur. Örneğin Gregory (1966, s.3)'ye göre tasarım süreci, ister bir katedralin inşasıyla isterse de Dante'nin İlahi Komedya'sının yazılmasıyla ilgili olsun modeli aynı olan bir süreçtir. Tasarım, insanların istediği şeyleri düşünmesiyle ve yapmasıyla ilgilidir. Bir düşünme faaliyeti ve bir yürütme faaliyeti içermektedir (Gregory, 1966, s.3).

Tunalı (2020, s.21-22) tasarımı, düşüncede var olan bir tasavvur ve bu tasavvurun biçim kazandırılarak somutlaştırılması olarak tanımlamıştır. Gürcüm ve Kartal (2018, s.612),

tasarımın soyut ve somut süreç içerdiğini, soyut sürecin tasarımcının yapmış olduğu problem analizleri sonucunda ortaya koyduğu zihinsel yaratım olduğunu, soyut süreçte yaratıcılık araştırmalarının etkin bir şekilde işe koşulması gerektiğini ifade etmişlerdir.

Bütün tasarım disiplinlerinde olduğu gibi tekstil tasarım sürecinde de zihinde yaratıcı fikir üretmek için düşünme ve bu fikirleri belli bir plana göre uygulama söz konusudur. Tekstil tasarımcısı tasarımının yaratıcı anlarında doğa, kültür veya güncel trendler gibi çeşitli kaynaklardan ilham alarak benzersiz desen ve dokular hayal ederken, daha sonra yaratıcılığının uygulama içeren sürecinde bu fikirleri uygun malzemeleri, üretim tekniklerini ve renkleri seçerek somut ürünlere dönüştürmektedir. Tekstil tasarımının soyut eylemleri, düşünme ve yaratıcılık aşamasında fikir üretmeyi, kavramsallaştırmayı, desenleri, renkleri ve dokuları keşfetmenin yanı sıra sanat, doğa, kültür veya trendler gibi farklı kaynaklardan ilham almayı da içerir. Tasarımcının konseptleri henüz hayata geçirmeden geliştirdiği bir hayal gücü ve planlama sürecidir. Tekstil tasarımındaki somut eylemler ise, bu soyut fikirlerin gerçek ürünlere dönüştürülmesini içerir. Bu süreç, malzeme seçimini, üretim tekniklerinin seçimini (dokuma, örme, baskı, boyama vb.), prototiplerin oluşturulmasını ve tasarımların teknik ve zanaatkar süreçlerle gerçekleştirilmesini kapsamaktadır. Başlangıçta tasarlanan fikirlerin fiziksel ve pratik uygulamasıdır. Her iki aşama da tekstil tasarımcısının hazır bulunuşluk durumu ve yaratıcılık seviyesiyle şekillendiği için yaratıcılığın anlaşılması tekstil tasarımının önemli dinamiklerinin anlaşılması anlamına gelmektedir. Bu bağlamda, tekstil tasarımının alt disiplinlerinden biri olan tekstil baskı tasarımı, yaratıcılığın somut ürünlere dönüşümünde kendine özgü süreçleriyle öne çıkmaktadır. Bu araştırmanın amacı, tekstil baskı tasarımcılarının yaratıcılık süreçlerini anlamak ve bu süreçteki düşünsel dinamikleri incelemektir. Tasarımcılarla yapılan görüşmeleri girdi kabul ederek elde edilen veri doğrultusunda aşağıdaki soruların yanıtları aranmıştır:

- Tekstil baskı tasarımcıları yaratıcılığı nasıl tanımlamaktadır?
- Tekstil baskı tasarımcılarının fikir üretme aşamasında düşünceleri-düşünüş kalıpları nelerdir?
- Tekstil baskı tasarımcılarını fikir üretme sürecinde kısıtlayıcı ve destekleyici faktörler nelerdir?

1. TASARIM VE YARATICILIK

Tasarım ve yaratıcılık arasındaki ilişkiyi ele alırken, bu kavramların kökenlerini, kavramlarla ilgili çeşitli analizleri irdelemek gerekmektedir.

İngilizcede "design" sözcüğünün karşılığı olarak kullanılan tasarım sözcüğünün etimolojik kökenlerine baktığımızda, Fransızca "dessiner" ve İtalyanca "disegno" sözcüklerinden İngilizceye Rönesans'tan sonra girdiği bilinmektedir (Barnard, 2010, s.92). Archer (1981, s.30) tasarımı, kompozisyonun, yapının, amacın, değerin ve anlamın birleşerek insan yapımı şeyler ve sistemlerde somutlaşmış hali olarak tanımlamıştır.

Wilson (2001, s.20)'a göre tasarımın dört boyutu vardır:

- Neye ihtiyaç duyulduğunun araştırıldığı bir araştırma süreci
- Sanat ve estetiği içeren yaratıcı fikirler geliştirilen yaratıcı bir süreç
- Önerilen çözümlerin, deneylerin, saha denemelerinin vb. kontrol ve test edildiği mantıksal akıl yürütmeyi içeren rasyonel bir süreç
- Bir karar verme süreci (Wilson, 2001, s.20).

Wilson gibi, Miller da tasarımın düşünce süreci ile başladığını ifade eder. Ona göre tasarım, bir ürünün yaratılmasını içeren düşünce sürecidir. Tasarım ürün değildir. Ürün (bir ev, bir otomobil, bir bilgisayar vb.) daha çok tasarımın çıktısıdır. Tasarım, ürünü yaratmak için kullanılan süreçtir. Düşüncenin üç yönünün (içgörü, sezgi ve akıl) de kullanılmasını ve sentezini içermektedir (Miller, 2004, s.1-2).

Tunalı (2020, s.21-22), tasarlayan kişinin özelliklerinin nesne ile kurduğu ilişki üzerinden tasarımına aktarıldığını şu sözlerle belirtir:

> Tasarımlayan süje, duyum, algı, düşünme, duygu ve hayal gücü gibi bilgi verileriyle kendisine verilmiş bir nesneyi üçboyutlu doğal düzen içinden çıkarır ve onu tasarımsal bir dünya içine yerleştirir. Bu nedenle, daha en yalın bir bilgi olayı bile, burada duyularla algılanan bir nesnenin bir obje haline getirilmesi söz konusu olduğuna göre, bir tasarımı ifade eder. Örneğin üzerinde yazı yazdığım ve duyularımla algıladığım şu masa dediğim nesne, bir masa-objesi haline geldiğinde, real dünyanın kategorilerinin dışına çıkar ve benim bir tasarımım olur. Schopenhauer'ı bu açıdan yorumlarsak, onun dediği gibi, 'Dünya benim tasarımımdır' (Die Welt ist meine Vorstellung). Buna göre tasarım, insanın nesnelerle kurduğu en temel iletişim kipidir (modus), modelidir. Bu kip, bilgi, etik, estetik ve teknik kategorileri içinde, kendini gösterir (Tunalı, 2020, s.21-22).

Bir tasarımcı, estetik, işlevsellik ve kullanıcı ihtiyaçlarını bir araya getirirken yaratıcı düşünme becerilerini kullanarak yeni yollar keşfeder. Aynı zamanda, yaratıcılık tasarımın sınırlarını genişletir, teknolojik yeniliklerin ve kültürel değişimlerin tasarıma entegrasyonunu kolaylaştırır.

Yaratıcılık kavramının Batı dillerindeki karşılığı "kreativitaet, creativity"dir. Latince "creare" sözcüğünden gelir. Bu sözcük, "doğurmak, yaratmak, meydana getirmek" anlamındadır" (San, 2017, s.13). Yaratıcılık kavramının ilk olarak 1940'larda Amerikalı psikolog Alex F. Osborn

tarafından ortaya atıldığı bilinmektedir. Osborn'un savaş yıllarında Amerika'nın yaratıcı potansiyelini en üst düzeye çıkarmak için verdiği uğraş literatürde "Karanlık Çığlık" olarak geçmektedir. 1950'lere gelindiğinde, yaratıcılık konusunda araştırmaların deneme-yanılma süreçlerinin ve araştırma raporlarının oluşmaya başladığı, yaratıcılık çalışmalarının olgunlaşma dönemine girdiği görülmektedir (Orhon, 2014, s.2-3).

Yaratıcılıkla ilgili farklı disiplinlerde birçok teoriler üretilmiş ve sınıflamalar yapılmıştır. Sungur (1992, s.47-57), yaratıcı düşünceye ilişkin geliştirilen kuramları şu şekilde sınıflandırmıştır: Psikoanalitik Yaratıcı Düşünce Kuramı, Gestalt kuramları, Çağrışım kuramları, Algısal Kuram, İnsancıl Kuram, Bilişsel Kuram ve Karmaşık kuramlar.

Psikoanalitik yaratıcı düşünce kuramını Ernst Kris ve Lawrence Kubie tarafından geliştirilmiştir. Ernst Kris'e göre yaratıcılık süreci, esin ile ilgili aşama (inspirational) ve ayrıntılaşmış aşama (elaborational) olmak üzere iki aşamadan oluşmaktadır. Kris daha çok birinci aşamaya ağırlık vermektedir. Bu aşamada egonun geçici olarak bilinç öncesi düşünme düzeyine bir geri dönüşe izin vermek için düşünce süreci üzerindeki kontrolünü gevşettiği denencesini geliştirmiştir (Sungur, 1992, s.47-48; Onur, 2016, s.31).

Gestalt kuramı, bir psikoloji akımı olarak Max Wertheimer öncülüğünde Almanya'da ortaya çıkmıştır (Kaplan, 2003, s.3). "İnsanın düşünsel ve bilişsel süreçlerini açıklarken; bir olayın parça veriler ile değil, bütün olarak algılanıp düşünüldüğünü savunurlar. Bir nesnenin algılanması da onun diğer parçalarla ilişkisine bağlıdır" (Koçkan, 2012, s.44). Gestalt kuramına göre yaratıcılık yerine "üretken düşünce" ya da "sorun çözme" kavramları kullanılmaktadır (Onur, 2016, s.39).

Abraham Maslow, Carl Rogers, Erich Fromm, insancıl kuramın öncüleridir. Yaratıcılığın bireyin kendi ego kontrolü ile gerçekleşebileceği görüşünü öne süren bu yaklaşıma göre, yaratıcılık ürün ya da süreç temelli olmaktan çok bireyin iç ve dış yaşamının niteliği ile ilgilidir (Onur, 2016, s.33).

Piaget'in Bilişsel Gelişim Kuramında, bilişsel süreçler ile zekâ gelişimi açıklanmaya çalışılmıştır. Piaget zekayı, çevre ile uyum yapabilme yeteneği olarak tanımlamaktadır. Bilişsel yapıyı çevre ile bir bütün olarak görür ve bu yapıları oluşturanın da şemalar olduğunu söyler. Şema, bireyin, doğumundan itibaren çevresindeki olay, olgu ve nesneleri tanımlamak için, zihninde oluşturduğu algı çerçevesidir. Tasarımcı, tasarım problemi ile karşılaştığında, sahip olduğu şemaları duruma uyarlar, dönüştürür ve değiştirir (Koçkan, 2012, s.45-46).

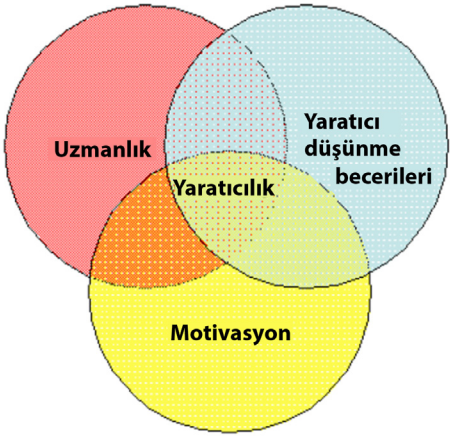
Yaratıcılık, farklı psikolojik kuramlar çerçevesinde çeşitli yönleriyle ele alınabilir. **Psikoanalitik Yaratıcı Düşünce Kuramı**, yaratıcılığı bilinçdışı süreçlerin bir yansıması olarak görür ve özellikle hayal gücü ve rüyalar yoluyla bilinçaltındaki çatışmaların dışa vurumunu

vurgular. **Gestalt Kuramı**, yaratıcılığı problem çözmede bireyin bir bütün olarak durumu algılayarak içgörü geliştirmesiyle açıklar. **Çağrışım Kuramları**, yaratıcı düşüncenin farklı fikirler arasında beklenmedik bağlantılar kurma süreci olduğunu savunur.

Algısal Kuram, bireyin çevresel uyarıcılara farklı ve yenilikçi tepkiler geliştirme kapasitesini yaratıcılıkla ilişkilendirir. **İnsancıl Kuram**, yaratıcılığı bireyin kendini gerçekleştirme sürecinin bir parçası olarak değerlendirir ve özgünlük ile kişisel ifade ön plandadır. **Bilişsel Kuram**, yaratıcılığı bilgi işleme süreçleri, problem çözme ve bellekten faydalanma yeteneği bağlamında inceler.

Son olarak, **Karmaşık Kuramlar**, yaratıcılığı dinamik, çok katmanlı ve sürekli değişen bir süreç olarak görerek bireyin, çevrenin ve kültürün etkileşimini vurgular. Bu kuramlar, yaratıcılığın yalnızca bireysel bir yetenek değil, aynı zamanda sosyal ve çevresel faktörlerin bir ürünü olduğunu savunur. Tüm bu kuramlar, yaratıcılığın çok boyutlu doğasını farklı bakış açılarıyla açıklayarak, bireysel ve toplumsal düzeyde yaratıcılığın nasıl ortaya çıktığını anlamaya katkı sağlar.

Harvard Üniversitesi'nde görevli, psikoloji doktorası olan Teresa Amabile (aktaran Adams, 2005, s.5)'e göre, yaratıcılık üç bileşenden oluşmaktadır (Görsel 1): Uzmanlık, yaratıcı düşünme becerileri ve motivasyon. Yaratıcılığı artırmak için bu bileşenlerin geliştirilmesi gerekmektedir.



Görsel 1. Yaratıcılığın bileşenleri (Adams, 2005, s.5)

Yaratıcı fikirlerin somut bir sonuca dönüşebilmesi için alanların, disiplinlerin, kültürlerin, yaşam deneyimleri ve eğitimin var olan kavramlar ile birleşerek yeni kavramlara dönüşmesi gerekmektedir (Johannson, 2013, s.16, aktaran Kurtuldu ve Önlü, 2018, s.108). Krom ve Turan (2016, s.29)'a göre tasarımcıların, bir problem çözümünde, fikir arayış sürecinde bilinçli ya da bilinçdışı zihniyle yöneldiği ilham nesnesi olan bir kişi, imge, olay, olgu, duygu ya da kavramın etkisiyle yaratıcı fikirler üretmesi mümkündür.

2. YÖNTEM

Araştırmada nitel durum çalışması yöntemi kullanılmıştır. Durum çalışması, araştırmacının zaman içerisinde sınırlandırılmış bir veya birkaç durumu çoklu kaynakları içeren veri toplama araçlarıyla derinlemesine incelediği, durumların ve duruma bağlı temaların tanımlandığı nitel bir araştırma yaklaşımıdır (Creswell, 2007, s.73; Subaşı ve Okumuş, 2017, s.420).

Türkiye'de tekstil sektöründe tasarım faaliyeti yürüten işletmelerde baskı tasarımcısı olarak çalışan 10 kişi çalışma grubu olarak belirlenmiştir. Veri toplanmasına izin veren işletmeler ve görüşme tarihleri Tablo 1'de yer almaktadır.

Tablo 1. Veri toplanan işletmeler ve görüşme tarihleri

Veri Toplanan İşletmeler	İşletmelerin Bulunduğu İller	Veri Toplanan Alan	Görüşme Tarihi
Kipaş Holding, Kipaş Tekstil	Kahramanmaraş	Baskı	14.03.2024
Zorlu Holding, Zorluteks	Kırklareli	Baskı	08.03.2024
Moripek Tekstil A.Ş.	Bursa	Baskı	24.04.2024
Barutçu Tekstil San. ve Tic. A.Ş.	Bursa	Baskı	26.04.2024
Lami Transfer Tekstil San. ve Tic. Ltd. Şti.	İstanbul	Baskı	29.04.2024
TBA Tasarım Reklam Tekstil ve Dijital Baskı Ltd.Şti.	İstanbul	Baskı	03.05.2024
Timeart Dijital Baskı ve Kumaş Ltd. Şti.	İstanbul	Baskı	06.05.2024
Gülcemal Tekstil San. ve Tic. A.Ş.	Bursa	Baskı	09.05.2024

Katılımcılar baskı tekniğiyle giyim, ev tekstili gibi alanlarda kumaş tasarlayan tasarımcılardır. Katılımcılar seçilirken, özgün bir koleksiyon üretme, koleksiyonla fuar etkinliklerine katılma, müşteri talebine yönelik tasarım yapma gibi yaratıcılık gerektiren faktörler dikkate alınmıştır. Katılımcılardan 4 kişi sadece dijital baskı tasarımı yaparken, 6 kişi hem dijital hem de rotasyon baskı tasarımı yapmaktadır.

Tasarımcıların zihinsel süreçleri ve tasarım davranışları, yarı yapılandırılmış görüşme ve katılımcı gözlem veri toplama teknikleriyle sistemli biçimde araştırılmıştır. Bu araçlardan elde edilen veri kodlar aracılığı ile çözümlenmiştir. Nitel araştırmada elde edilen verinin incelenmesinde araştırmaya katılanların kavramlara yüklediği anlamın ortaya konması için "kod" adı verilen temalar, kavramlar, kalıplar, söz öbeklerinden faydalanılmaktadır. Araştırmacının kodlamayı ortaya koyması için veriyi okuması, kodları seçmesi, kodları organize etmesi ve bu kodları sınıflayarak daha geniş kategoriler olan temaları belirlemesi gerekir.

Araştırmada veri analizinde NVivo 14/ NVivo 15 yazılımından faydalanılmıştır. Kodlanan veri betimlenmiş ve gerekli yerlerde katılımcıların doğrudan alıntılarıyla desteklenmiştir. Katılımcıların ifadeleri tırnak içerisinde ve italik olarak belirtilmiştir.

3. BULGULAR VE YORUM

3.1. Yaratıcılığın Tanımı Ve İlişkili Kavramlar

Tekstil baskı tasarımcılarının yaratıcılığı nasıl tanımladığının belirlenmesi amacıyla, "Yaratıcılık kavramını nasıl ifade edersiniz? Ne tür insanları yaratıcı bulursunuz? Yaratıcılık ile yeni fikir üretme becerisi arasında ilişki var mıdır?" soruları yöneltilmiştir. Katılımcılardan elde edilen veriye göre ortaya çıkan kodlar, örnek ifadeler ve frekans sayısı Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2. Yaratıcılığın tanımı ve ilişkili kavramlar

Tema	**Kod**	**İkincil kod**	**Örnek ifade**	***f***
Yaratıcılık kavramına bakışın belirlenmesi	Yeni fikir üretmek	İlişkili	*"Yaratıcı insan zaten her zaman yeni bir şeyler üretebiliyor, çok daha yatkın oluyor. Yaratıcılık gücünüz ne kadar yüksekse ortaya yeni bir ürün çıkarma, yeni bir fikir atma ihtimaliniz daha yüksek oluyor her zaman"* (B1-Kayıt 20:43).	9
		Aynı	*"Yaratmak, üretmek, bunlar aynı şey. Birçok kültürde yaratıcılık, sadece yoktan var etmek falan gibi. Bunlar tamamen kavramsal şeyler ama üretmek, yaratmak, oluşturmak, adına ne derseniz deyin bunların hepsi aynı potada aslında"* (B10-Kayıt 43:09).	1
	Farklı düşünmek		*"Görünmeyeni görendir her şeyden önce. Farklı bakış açısı vardır muhtemelen"* (B9-Kayıt 24:46).	4
	Özgün olmak		*"Yaratıcılıkla özgünlük bence eşit. Yani özgün olmak, diğerlerine benzememek, taklitten uzak olmak. Yaratıcılığın temeli özgün olmak bence. Ama maalesef tekstil sektöründe sizden tamamen özgün olmanızı beklemiyorlar genelde"* (B4-Kayıt 37:07).	2
	Sınırları zorlamak		*"Kendini zorlayan insanlar. Bence sınırlarını zorlayan insanlar yaratıcı olabilir. Oldu bitti, bunu yapayım diyen insanlar yaratıcı olamaz bence. Bence diyeceksin ki ben bu kadar değilim, daha iyisini yapabilirim diyebildiğin zaman kendin yaratıcı olursun. Yani kendi kendini aşman lazım, sınırlarını zorlaman lazım"* (B7-Kayıt 27:42).	2
	İçten gelen bir güç		*"Yani az önce dedim ya derdi olmalı bir insanın diye. Bence bu insanı bir şey yapıyor, içten bir güç veriyor. Yani ben mesela kendi şeyimi söyleyeyim. Ben normalde bir grafik tasarımcısıydım ama bir gün bu işi de yapmak istedim. Böyle bir şey olsa güzel olur gibi bir şey istedim. Yani böyle bir şey hissettim ve bunu yaptım"* (B8-Kayıt 28:27).	1
	Hayal gücüne dayalı olma		*"Yaratıcı olmak bütün bunca konuştuklarımız aslında hayal gücüne dayalı olması, başka kaynaklardan esinlenmek. Yani yaratıcılık aslında o. Yani olan bir şeyi yaratmak değil de olmayan bir şeyden. Yine doğa diyeceğiz aslında doğa tekstil değildir ama doğadan esinlenerek iplikler yapılıyor, tasarımlar desenler üretilebiliyor. Farklı bir şeyden bunu yapabilmek yaratıcılıktır"* (B6-Kayıt 22:01).	1

Tablo 2'ye göre, katılımcıların çoğunluğu yaratıcılık ile yeni fikir üretmenin ilişkili kavramlar (*f* 9) olduğunu, 1 katılımcı ise aynı olduğunu düşünmektedir. Tespit edilen diğer kodlar, farklı düşünmek (*f* 4), özgün olmak (*f* 2), sınırları zorlamak (*f* 2), içten gelen bir güç (*f* 2), hayal gücüne dayalı olmadır (*f* 1).

Tespit edilen faklı düşünmek ve özgün olmak kodlarına benzer şekilde, Akgün (2002, s.108) de bir mimari üründeki yaratıcılık performansının en belirgin özelliklerini, farklı düşünebilmek, özgün olmak, kendine ait bir dil kullanmak ve kullanıcı ihtiyaçlarına cevap vermek şeklinde sıralamıştır.

3.2. Fikir Üretme Aşamasındaki Düşünceler

Tekstil baskı tasarımcılarının fikir üretme aşamasında neler düşündüğünün belirlenmesi amacıyla, katılımcılara "Fikir ürettiğiniz aşamada nasıl hissediyorsunuz? Fikir ürettiğiniz aşamada kendinizle konuşuyor musunuz? Düşünürken zihninizde resimler görüyor musunuz?" soruları yöneltilmiştir. Katılımcılardan elde edilen veriye göre ortaya çıkan kodlar, örnek ifadeler ve frekans sayısı Tablo 3'te sunulmuştur.

Tablo 3. Fikir üretme aşamasındaki düşünceler

Tema	**Kod**	**Örnek ifade**	***f***
Fikir üretme aşamasındaki düşüncelerin belirlenmesi	Zihinde resimler görme	*"Zihnimde zaten görsel hafızamda gözümün önünde oluşuyor o desen. O gözümün önünde oluşan desene göre zaten done topluyorum ben. Mesela yine nevresimden örnek vereyim. Bebe nevresimi yaparken çok yumuşak hissediyordum kendimi ama genç nevresiminde daha hareketli hissediyordum mesela çizerken. Çünkü neden donelerimi ona göre seçiyorum"* (B4-Kayıt 36:05).	*5*
	Kendi kendine konuşma	*"Aklımda böyle fikirler uçuşuyor, sonra biri birine şey oluyor, böyle mantıksız, mantıklı, yok bu olmaz, bu saçma oldu gibi şeylerle böyle kendimle çeliştiğim noktalar oluyor. Daha çok kendi iç sesimle konuşuyorum diyebilirim"* (B2-Kayıt 25:18).	3
	Stresli hissetme	*"O aşamada bazen eğer zamanla yarışıyorsam, kendimi çok stres ve baskı altında hissettiğim için çok aşırı böyle istediğim gibi şeyler çıkmayabiliyor. Ama bazen benim o stres altında çıkardığım şeyi müşteri çok beğenebiliyor. Yani o kadar farklı şeyler ki yaşadıklarımız. Benim bir saat içerisinde böyle sırf bir şey çıksın diye müşteriye verelim diye yaptığım, diğer tasarımcıların da yaptığı işler oluyor ama garip bir şekilde ben kendim beğenmezken müşteri beğenmiş oluyor. Yani çok farklı durumlar yaşayabiliyoruz"* (B1-Kayıt 19:12).	2
	Ruh hali uygun olmalı	*"Öncelikle o gün bir hayal gücüne dayalı bir tasarım yapacaksam, bir koleksiyonun ana parçası olacaksa o gün enerjimin iyi olması gerekiyor"* (B6-Kayıt 21:18).	2
	Esin kaynakları araştırma	*"Önce bir araştırma yapıyorum. Mesela bir çiçek kullanacağım ama farklı bir çiçek olsun, görülmemiş olsun. Bulamıyorsam ressama çizdiriyorum, şöyle bir şey düşünüyorum diye. Böyle bir arayışlarda oluyorum, eğer vaktim varsa, çok acil bir şey değilse. Genelde sosyal medyayı kullanıyorum"* (B9-Kayıt 23:17).	2

	Mutlu hissetme	*"Mutlu. Enerjik bir başlangıç yapıyorsam, tabii ki mutlu ilerleyerek devam ediyorum. Çünkü hayal gücüne dayalı bir şey yapınca insanı mutlu ediyor bu. Mest oluyorsunuz, dolayısıyla bunun da devamı geliyor"* (B6-Kayıt 21:38).	2
	Heyecanlı hissetme	*"Mesela şu an mayo yapıyoruz. Bir şey gördüm geçen gün, ya ne tatlı bir şey. Sonra desenler seçtim, yolladım, geri geldiler. Bu beni acayip zıplatıyor yani. Çok heyecanlandırıyor yeni bir şey üretmek. Burada makineler de benim için aynı şey. Makine de çok acayip heyecan veriyor bana. Bir kadın olarak çok ilginç. Yani bir şeyin üretilme hali bana acayip haz veriyor"* (B8-Kayıt 26:05).	1

Tablo 3'e göre, katılımcıların fikir üretme aşamasındaki düşüncelerinde, zihinde resimler görme (*f* 5), kendi kendine konuşma (*f* 3), stresli hissetme (*f* 2), ruh hali uygun olmalı (*f* 2), esin kaynakları araştırma (*f* 2), mutlu hissetme (*f* 2), heyecanlı hissetme (*f* 1) kodlarına ulaşılmıştır.

3.3. Fikir Üretme Aşamasını Kısıtlayan Ve Destekleyen Faktörler

Tekstil baskı tasarımcılarını fikir üretme sürecinde kısıtlayıcı ve destekleyici faktörlerin belirlenmesi amacıyla, katılımcılara, "Fikir üretirken sizi kısıtlayan faktörler var mı? Fikir üretirken ne kadar özgür olabiliyorsunuz? Fikirlerinizin tükendiğini düşündüğünüz anlar var mı? Varsa bu anlarda ne yaparsınız? Fikir geliştirmenize katkı sağlayan yöntemleriniz nelerdir? Esin kaynaklarından faydalanmak yeni fikir üretmeyi destekler mi?" soruları yöneltilmiştir. Katılımcılardan elde edilen veriye göre ortaya çıkan kodlar, frekans sayısı Tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 4. Fikir üretmeyi kısıtlayan ve destekleyen faktörler

Tema	**Alt tema**	**Kod**	**İkincil kod**	***f***
Fikir üretme aşamasını kısıtlayan ve destekleyen faktörlerin belirlenmesi	Kısıtlayan faktörler	Müşteri		6
		Satılabilirlik		4
		Maliyet		3
		Zaman		2
		Kaynakla bağlantı kuramama		1
		Teknik		1
	Tükenme durumu	Tükenme yaşanır	Araştırma	4
			Ara verme	3
			Ortam değiştirme	3
			Sosyal aktivite	1
			Başka bir projeye geçme	1
	Destekleyen faktörler	Esin kaynakları araştırmak		10
		Çalışma arkadaşlarıyla iletişim		1

Tablo 4'e göre, fikir üretme sürecinde katılımcıları kısıtlayan faktörler, müşteri (*f* 6), satılabilirlik (*f* 4), maliyet (*f* 3), zaman (*f* 2), kaynakla bağlantı kuramamak ve tekniktir.

Tespit edilen kısıtlayıcı faktörlere benzer şekilde Bayat (2020), kurumsal firmalarda çalışan moda tasarımcılarının, koleksiyon oluşturma sürecinde ticari kaygılar sebebiyle özgürlüklerinde kısıtlanmalar hissettiği; üretilebilirlik, satılabilirlik, kullanılabilirlik ve müşteri beğenilerinin önemli bir ölçüt olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Kısıtlayan faktörlere yönelik bazı örnek ifadelere aşağıda yer verilmiştir.

"Zaman çok kısıtlıyor. Müşteri mesela diyor ki 3 renk kullanalım, bu beni kısıtlıyor. Mesela kumaş seçeceğim, örneğin çok spesifik 5 doları geçmesin kumaş maliyeti. Tabii ki bir tasarımcıyı kısıtlayan ticari düşünceler" (B9-Kayıt 25:41).

"Ticari kaygılar kesinlikle başta geliyor. Çünkü ben mesela, bu da işte profesyonelliğe adım atmayı kolaylaştıran bir şey olmuştu. Çok önceki firmamda, daha eski hikâyelerimden bir tanesiydi. Mesela inanılmaz tatlı bir tasarım yapmışım, ben bile kendim âşık olmuştum ona, çok bayılmıştım. Genelde alçak gönüllü olmaya çalışırım ama dedim harika bir şey yaptım. Patronum gelmişti, o zamanki patronum. Ne güzel şey yapmışsın dedi. Sonra döndü bana, çok cool bir şekilde, yalnız ben bunu satamam, sanat yapma olur mu dedi. O zaman anlamıştım, yani bu iş sanat temelli olmayabiliyor" (B10-Kayıt 43:28).

"Önümdeki görselle, böyle bir şey yapman gerekiyor diye bana verildiğinde o iş, bana bir şey geçmediyse o görselden ortaya bir şey çıkarmak çok kilit oluyor benim için" (B1-Kayıt 21:48).

"Mesela en basitinden maliyet gibi bir alanı düşünmek zorundasınız. Bir müşteri size rotasyon baskıda bir desen istiyorum dediğinde kendinizi rahat bir şekilde o desene bırakamıyorsunuz. Çünkü tekniklerini düşünmeye başlıyorsunuz" (B2-Kayıt 27:04).

Tablo 4'e göre, tasarım sürecinde katılımcılar tükenme durumu yaşamaktadır. Bu durumda katılımcılar, araştırma (*f* 4), ara verme (*f* 3), ortam değiştirme (*f* 3), sosyal aktivite (*f* 1), başka bir projeye geçme (*f* 1) eylemlerini yaptıklarını belirtmişlerdir. Bazı örnek ifadelere aşağıda yer verilmiştir.

"Tıkandığımız, durduğumuz anlarda esin kaynaklarından tekrar ilham alarak kendimizi motive edip yeniden başlayabiliriz" (B6-Kayıt 24:19).

"Öyle dönemlerde mümkün olduğunca sık ara vermeye çalışıyorum. Bizim çalışma ortamımız, dışarısı da birazcık buna elverişli. Hani o an tıkandığım an bırakırım, kalkarım, birazcık dolaşırım ya da giderim ofistekilerle sohbet ederim, biraz kafamı dağıtırım. Ya da en basit bir kahve alırım, dışarı çıkarım, kendi kendime otururum, müzik dinlerim. Kafamı dağıtıp sonra tekrar işimin başına dönüp odaklanmaya çalışırım" (B1-Kayıt 23:06).

"Kendimi rahatlatıcı doğaya çıkıyorum, dolaşıyorum. Örnek, gidiyorum balık tutuyorum veya bisiklet biniyorum. Yani sosyal aktivitelere kendimi veriyorum ki biraz zihnim boşalsın ki daha rahat çalışabileyim" (B3-Kayıt 22:21).

Tablo 4'e göre, fikir üretme sürecinde katılımcıları destekleyen faktörler, esin kaynakları araştırmak (*f* 10) ve çalışma arkadaşlarıyla iletişimdir (*f* 1). Destekleyen faktörlere yönelik bazı örnek ifadelere aşağıda yer verilmiştir.

"Kesinlikle destekliyor. Sohbetin ortalarında bir yerlerde söylediğim gibi (...) (Hani böyle bir şeyi oluşturursunuz ya, bir cümleyi kurarsınız da o doğru kelimeye ihtiyacınız vardır. Onu oraya koysanız aslında her şey daha da yolunda olacak. Benim için esinlenmek bu. Zaten benim kafamda dönen bir şeyler oluyor. Ben sadece o son artık cümleyi toparlayacak doneyi arıyorum esinlendiğim şeylerde) (...) Yani o cümle tamamlanmıyorsa ama tamamlanmamam da gerekiyorsa, ki bence gerekiyor, tamamlanmalı kurulan cümle, o yüzden de o kaynaklar bana bu konuda yardımcı oluyorlar" (B10-Kayıt 44:53).

"Bazen ben bir desen yaptığım zaman arkadaşlarımı çağırıyorum. Varyantçı arkadaşımı çağırıyorum, patronu çağırıyorum. Bir de siz bakar mısınız? Belki benim gözümden kaçan bir yer vardır veya sizin kafanızda farklı bir şey olur onu ekleyelim. O zaman bence kombinasyon, beyin fırtınasıyla çok daha güzel şeyler çıkıyor ortaya" (B4-Kayıt 39:43).

Katılımcıları fikir üretme sürecinde destekleyen yöntemlerden en yüksek frekansa sahip kod esin kaynakları araştırmaktır. Benzer şekilde Goncalves (2016), yaratıcı çözümler geliştirirken tasarımcıların düşünme süreçlerine ve davranışlarına odaklandığı araştırmasında hem öğrenciler hem de profesyoneller için ilham aramanın fikir üretme sırasında çok önemli olduğu sonucuna ulaşmıştır. Malik & Azhar (2015), tekstil tasarımında bir ilham kaynağının önemine işaret ettikleri deneysel araştırmalarında, esin kaynağının farklı unsurlarının bir araya getirilmesi ve yeni motiflerin eklenmesiyle yaratılan desenlerin daha yaratıcı ve yenilikçi tasarımları oluşturduğu sonucuna ulaşmıştır.

Tasarım sürecinde kullanılan esin kaynaklarının belirlenmesi amacıyla katılımcılara, "Tasarımlarınızı oluştururken yararlandığınız esin kaynaklarınız nelerdir?" sorusu yöneltilmiştir. Elde edilen veri NVivo programında kelime bulutu şeklinde görselleştirilmiştir (Görsel 2).



Görsel 2. Tekstil baskı tasarımcılarının fikir üretirken yararlandıkları esin kaynakları

Görsel 2'ye göre, katılımcıların fikir üretme sürecini desteklemek için en fazla yararlandığı kaynaklar sırasıyla doğa, kültür, sanat, mimari, tasarım, teknoloji, toplumsal olaylar ve konulardır. Kategorilerin alt başlıklarında, çiçek, hayvan, gökyüzü, halı, kilim, resim, heykel, barok, moda, yapay zekâ gibi kaynaklardan yararlanılmaktadır. Görselde, doğa kelimesinin kullanım sıklığı doğrultusunda yazı boyutu büyük ve merkezde olacak şekilde düzenleme yapıldığı görülmektedir.

SONUÇ

Tasarımda yaratıcılık, yalnızca soyut bir zihinsel aktivite olmanın ötesinde, duygusal durumlar, çevresel etmenler ve ticari kısıtlamalarla şekillenen dinamik bir süreçtir. Yaratıcılıkla ilgili farklı disiplinlerde birçok kuram geliştirilmiştir. Bu kuramlar, yaratıcılığın çok boyutlu doğasını farklı bakış açılarıyla açıklayarak, bireysel ve toplumsal düzeyde yaratıcılığın nasıl ortaya çıktığını anlamaya katkı sağlamaktadır. Bilişsel yaklaşım, tekstil tasarımcılarının yaratıcı süreçlerini anlamak için önemli bir çerçeve sunmakta ve süreci somut bir hale getirmemizi sağlamaktadır.

Tekstil tasarımı, bir problemin çözümüne yönelik olarak yaratıcı fikir geliştirme ve bu fikirleri tekstil malzemeleri ve teknikleri kullanarak uygulama faaliyetidir. Tekstil baskı tasarımcıları da çevrelerinden aldıkları veri olan esin kaynaklarını, kişisel özellikleri ve kültürel birikimlerine göre işleyerek yaratıcı çözümler üretirler. Tasarım süreci, tasarımcının hazır

bulunuşluk durumu ve yaratıcılık seviyesiyle şekillendiği için yaratıcılığın anlaşılması tekstil baskı tasarımının önemli dinamiklerinin anlaşılması anlamına gelmektedir.

Yaratıcılığın tanımı ve ilişkili kavramlar temasında, katılımcıların çoğu yaratıcılığı yeni fikir üretmekle ilişkilendirmiştir. Bu bulgu, yaratıcılığın genellikle bir yenilik ve keşif süreci olarak algılandığını göstermektedir. Yaratıcılık kavramıyla ilgili tespit edilen diğer kodlar, farklı düşünmek, özgün olmak, sınırları zorlamak, içten gelen bir güç ve hayal gücüne dayalı olmadır. Farklı düşünmek kodu, alışılmış düşünme kalıplarını aşarak daha önce düşünülmemiş olanı görme yeteneğiyle ilgilidir. Özgün olmak kodu, tasarımcının kendisine ait benzersiz fikir geliştirmesiyle ilgilidir. Sınırları zorlamak kodu, cesaret ve risk almayı gerektiren yenilikçi çözümler üretmekle ilişkilidir. İçten gelen bir güç kodu, yaratıcılığın dışsal bir motivasyondan değil bireyin içsel dünyasından kaynaklandığını ifade etmektedir. Hayal gücüne dayalı olma kodu, yaratıcı sürecin hayal kurma ve soyut düşünme yeteneğiyle derinden bağlantılı olduğunu ortaya koymaktadır.

Fikir üretme aşamasındaki düşünceler temasında, süreçte zihinsel imgelemenin önemli bir yer tuttuğu tespit edilmiştir. Fikir üretme süreci, katılımcıların duygusal durumlarıyla da bağlantılıdır. Tasarımcılar fikir üretme esnasında stresli, mutlu veya heyecanlı hissedebildiklerini ifade etmişlerdir. Stres, bazen tasarımcıların yaratıcılığını tetikleyen bir faktörken bazen de engelleyici bir faktördür. Diğer yandan heyecan ve mutluluk duyguları ise tasarımcılara içsel motivasyon sağlamaktadır. Ayrıca katılımcılar, yaratıcı süreçte iç sesle konuşmanın ve ruhsal durumun uygun olmasının önemli olduğunu vurgulamışlardır.

Fikir üretme sürecinde kısıtlayan faktörler, müşteri, satılabilirlik, maliyet, zaman, kaynakla bağlantı kuramamak ve tekniktir. Bu faktörler yaratıcı süreçleri sınırlayan ve tasarımcıları zorlayan etmenler olarak belirlenmiştir. Tasarım sürecinde katılımcıların zaman zaman tükenme durumu yaşadıkları tespit edilmiştir. Bu durumda katılımcılar, araştırma, ara verme, ortam değiştirme, sosyal aktivite ve başka bir projeye geçme eylemlerini yaptıklarını belirtmişlerdir. Katılımcıları fikir üretirken destekleyen en önemli yöntemin ise esin kaynakları araştırmak olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların en fazla yararlandığı esin kaynakları sırasıyla doğa, kültür, sanat, mimari, tasarım, teknoloji, toplumsal olaylar ve konulardır.

EXTENDED ABSTRACT

Textile design is the process of developing creative ideas aimed at solving a problem and implementing those ideas. A textile designer imagines unique patterns and textures, drawing inspiration from various sources such as nature and culture during the creative phases of design. During the application phase, designers transform these ideas into tangible products by selecting appropriate materials, production techniques, and colors. The abstract phase, where creativity is most intense, involves numerous factors including mental, emotional, and environmental influences. This phase involves imagination and planning before the concepts are actualized. The concrete actions in textile design involve transforming these abstract ideas into real products. This process includes material selection, choice of production techniques (weaving, knitting, printing), prototype creation, and realizing designs through technical and craft processes. Both phases are shaped by the designer's readiness and level of creativity, highlighting the critical role of understanding creativity in textile design.

Textile design can be conceptualized as a two-stage process involving abstract conceptualization and practical realization. During the abstract stage, designers engage deeply with mental simulations, ideation, and problem-solving strategies, influenced by their experiences, knowledge, and environmental stimuli. This allows them to explore multiple creative possibilities and refine ideas prior to practical implementation.

The aim of this research is to understand the creative processes of textile designers and to examine the cognitive dynamics involved. A qualitative case study approach has been used in this research, with a group of 10 printing designers working in companies in Türkiye being selected. Based on interviews with textile designers, the following questions were explored: How do textile printing designers define creativity? What are the thought patterns of textile printing designers during the idea generation phase? What are the limiting and supporting factors for textile printing designers during the idea generation process? These questions allow for a comprehensive understanding of individual and contextual influences on creativity in textile design.

Within the context of defining creativity and related concepts, the majority of participants explicitly associate creativity with the generation of new ideas. This finding indicates that creativity is often perceived as a process of innovation and discovery. Additional codes related to creativity include "thinking differently," "being original," "pushing boundaries," "inner drive," and "imagination-based." The "thinking differently" code refers to the ability to perceive what has not been considered before by overcoming conventional thought patterns. The "being original" code pertains to the designer's development of unique, individual ideas. The "pushing boundaries" code is associated with producing innovative solutions that require courage and risk-taking. The "inner drive" code emphasizes that creativity originates from the individual's internal motivation rather than external factors. Finally, the "imagination-based" code reveals that the creative process is deeply connected to the capacity for daydreaming and abstract thinking. Creativity is influenced by both intrinsic cognitive abilities and external factors. Designers rely on prior experiences and accumulated knowledge to navigate challenges and develop innovative solutions. Creativity is not linear; it involves iterative reflection, adaptation, and experimentation to transform abstract concepts into practical outcomes.

Regarding the thoughts of textile designers during the idea generation phase, it was found that mental imagery plays a significant role in the process. Mental imagery refers to the designer mentally shaping and visualizing their ideas. The idea generation process is also influenced by the emotional states of the designers; participants reported experiencing stress, happiness, or excitement during this phase. While stress can sometimes act as a catalyst for creativity, it can also serve as an impediment. Conversely, feelings of excitement and happiness provide internal motivation for the designers. Additionally, participants emphasized the importance of inner dialogue and having an appropriate mental state during the creative process.

In terms of the limiting and supporting factors during the idea generation phase, participants identified constraints on creativity such as "customers," "marketability," "cost," "time," "lack of access to resources," and "technical limitations." These factors are perceived as challenging elements that restrict designers' creativity. It was also found that participants occasionally experience "burnout" and "creative blocks" during the design process. To cope with these situations, participants employ various strategies. When feeling burned out, they engage in "research," "taking breaks," "changing their environment," "participating in social activities," or "switching to another project." Subsequently, they regain the motivation to return to the idea generation process. The most important supporting method during idea generation is seeking inspiration. The sources of inspiration most frequently cited by participants include "nature," "culture," "art," "architecture," "design," "technology," and "social events and issues."

In conclusion, textile design is a multifaceted process influenced by cognitive, emotional, and environmental factors. Understanding how designers generate ideas, overcome challenges, and draw upon inspiration provides insights into the mechanisms of creativity in applied design contexts. These findings have important implications for both educational programs and professional practices in textile design, highlighting strategies to foster innovation and enhance creative performance.

KAYNAKÇA

Adams, K. (2005). "The Sources Of The Innovation And Creativity", *National Center on Education and Economy*.

Akgün, A. (2002). *Mimari Tasarımda Yaratıcılık ve Cinsiyet* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Archer, L. B. (1981). *A View of the Nature of the Design Research*. Eds. R. Jacques, J. A. Powell. Design: Science: Method, 30-47, Guilford, Surrey: IPC Business Press Ltd.

Atakan, G. (2014). *Yaratıcı Tasarım Sürecinde Bilişsel Yaklaşım ve Üstbilişsel Farkındalık* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, Ankara.

Barnard, M. (2010). *Sanat, Tasarım ve Görsel Kültür*. Art, Design and Visual Culture. Çev. G. Korkmaz. Ankara: Ütopya Yayınları.

Bayat, M. (2020). *Bireysel Moda Tasarımcıları ile Kurumsal Firmalarda Çalışan Moda Tasarımcıların Koleksiyon Oluşturma, Geliştirme ve Üretim Aşamalarının Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Arel Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.

Bayazıt, N. (1994). *Endüstri Ürünlerinde ve Mimarlıkta Tasarlama Metotlarına Giriş*. İstanbul: Literatür Yayınları.

Creswell, J. W. (2007). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches*. USA: SAGE Publications.

Cross, N. (2006). *Designerly Ways of Knowing*. London: Springer.

Goncalves, M. G. (2016). *Decoding Designers' Inspiration Process* (Yayımlanmamış Doktora Tezi), TU Delft, Delft.

Gregory, S. A. (1966). *Design and the Design Method*. The Design Method (Ed. S. A. Gregory), 3-10, Springer.

Gür Üstüner, S. (2017). "Tekstil Tasarım Tarihine Genel Bir Bakış", *Sanat-Tasarım Dergisi*, (8), 49-56.

Gürcüm, B. H. ve Kartal S. (2018). "Tekstil Tasarımında Esinlenme ve Bir Örnek Uygulama: Johannes Itten", *İdil*, 7 (45), 611-618.

Kaplan, S. (2003). *Gestalt Görsel Algı Teorilerinin Bauhaus Ekolü İçinde Seramik Temel Teknikleriyle Uygulanması* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

Koçkan, P. (2012). *Tasarım Araştırmaları Bağlamında Tasarımcı Düşünme ve Tasarım Süreci* (Yayımlanmamış Sanatta Yeterlik Tezi), Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Krom, P. ve Turan, G. (2016). "Mücevher Tasarımcılarının Bakış Açısıyla Yaratıcı Unsur Olarak İlham: Fenomenografik Bir Araştırma", *Akademik Bakış Dergisi*, 56, 16- 47.

Kurtuldu, E. ve Önlü, N. (2018). "Tasarımda Yaratıcılık, Yaratıcı Düşünce, Gelecek ve Öngörü", *Çukurova Üniversitesi II. Uluslararası Sanat Araştırmaları Sempozyumu*, 11-14 Nisan, 105-112.

Kyaga, S. (2022). *Yaratıcılık ve Akıl Hastalığı, Mevzubahis Deli Deha*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Malik, B. S. & Azhar, N. (2015). "Role Of Inspiration In Creating Textile Design", *International Journal of Engineering Research and Applications*, 5(5), 01-07.

Miller, W. R. (2004). *Definition Of Design*. Environmental Systems Research Institute Redlands, California.

Onur, D. (2016). *Tasarım Eğitiminde Farkındalık ve Yaratıcılık Gelişimine Yönelik Bir Öneri* (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Karadeniz Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Trabzon.

Orhon, G. (2014). *Yaratıcılık: Nörofizyolojik, Felsefi ve Eğitsel Temeller*. Ankara: Pegem Akademi.

San, İ. (2017). *Sanat ve Eğitim: Yaratıcılık, Temel Sanat Kuramları, Sanat Eleştirisi Yaklaşımları*. Ankara: Ütopya Yayınevi.

Strickfaden, M., Stafiniak, L. & Terzin, T. (2015). "Inspired And Inspiring Textile Designers: Understanding Creativity Through Influence And Inspiration", *Clothing and Textiles Research Journal*, 33(3), 213-228.

Subaşı, M. ve Okumuş, K. (2017). "Bir Araştırma Yöntemi Olarak Durum Çalışması", *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(2), 419-426.

Sungur, N. (1992). *Yaratıcı Düşünce*. Ankara: Özgür Yayın Dağıtım.

Tunalı, İ. (2020). *Tasarım Felsefesi, Tasarım Modelleri ve Endüstri Tasarımı*. Ankara: FOL Kitap.

Uluoğlu, B. (1988). "Tasarım Stüdyosuna Bir Bakış", *Planlama*, 88 (2), 21-26.

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