

Innovation in Textile Design: A Case Study of Marimekko

Lecturer Semra Gür Üstüner^{1,*}

¹Marmara University, Faculty of Fine Arts, Textile Department, Acıbadem 34660 İstanbul

*Corresponding author: semra.gur@marmara.edu.tr

Abstract: In the post war Europe, Marimekko which means 'Mari's dress' has been established as a small textile works, commercialized Finnish patterns which includes heart-warming large flower figures. Intermediate colours achieved by printing over different colours, are such a sign for Marimekko. Company re-set dynamics between upholstery and fashion fabrics. Counter to the 50's 'New Look' clothing fashion, created 'Moving Dresses' which lets women feel comfortable who is active in daily life. Idea of 'women is attractive not the dress' is emphasized. Not like other fashion companies led by fashion trends, Marimekko has always been faithful to its style by sustaining its tradition of innovation, which is challenging for a company who works with several designers. In this study, story of Marimekko has been expressed which has become a globally known fashion brand starting in a small workshop, in terms of answering the question what is innovation and creativity in textile.

Key Words: Marimekko, Innovation, Printing Design, Fashion Design

1. Introduction

Finland declared independence from Russia in 1917 and after the World War II, it passed through a rapid industrialization process in order to pay its war indemnity. Finland, which is a semi-industrialized country where half of its population earn their living by agriculture and forestry, has remained in between East and West. And Marimekko symbolizes the meeting of these two cultures. "During the postwar era, a renewed demand has occurred towards colours and patterns. Big and large-scaled patterns, which could be easily created by using screen printing, have been commonly used in decoration of new buildings" [1].

Screen printing is the basics of rotary printing and is also used by other art branches among other printing methods. By the usage of this screen printing method, big repeated patterns can be printed with extremely clear contours. Since the paint is not grinded, vivid colours can be acquired. In screen printing, achieving a third colour by printing two colours on top of each other is a creative solution for raw material shortage during the postwar era, and this forms the identity of Marimekko's printed textile products.

Scandinavian Modernism, which is developed within Modernism around 1930s, reflects Scandinavia's unique style based on hand-workmanship. Postwar stylists, even though they were influenced by Functionalism and Bauhaus, have used organic forms. This has caused designs to be modern but different, and has been identified as 'Swedish Modern'. Marimekko, which uses printed textiles on both home textiles and garment designs, is considered as the most outstanding name in Scandinavian design.

2. Marimekko's Origin and Mari Girl

The story of Marimekko started with Viljo Ratia's printing factory 'Printex' in 1949. Armi Ratia was finding new printing patterns for her husband's company which produces printings on cotton fabrics. When the customers demanded Armi to show how the fabrics could be used, she organized a fashion parade, by using some of the fabrics to create garments, forming them in an easy fashion and lightening them up with patterns. Since the customers wanted to buy the dresses rather than the fabrics, a new company named Marimekko was born in 1951 [2]. Marimekko is directly translated as Mari's dress. Mekko means 'little girl dress' in old Finnish language, and with this quality the brand has a connection with old Finnish tradition, and also it is Mari Armi's anagram. So, this links the company to the charismatic founder Armi Ratia [3]. Armi Ratia, together with Marimekko, has fulfilled the most part of her large-scaled dream of 'holistic design' which also includes 'Mari House'. The company has offered a holistic living concept, from textile designs to architecture, and applied this by observing and defining its target market to the slightest detail: At first, Mari Girl was used to define the ideal participants of the joint stock company Marimekko, which would be founded in the leadership of Armi Ratia. Mari Girl is a modern, open-minded woman with a sense of humor, who is highly preoccupied with her family, career and hobbies and has no time to think about the garments. Alongside of being humoristic and a great fisherman, Mari Girl can be taken as a talented cook, a domestic person and a mother. Mari Girl has stayed loyal to her family while taking her career as her first priority. Mari Girl is the woman of all ages, forms and sizes [4].

2.1. Printing Designs

In 1950s, most of the patterns were designed by two young designers: Maija Isola and Vuokko Eskolin-Nurmesniemi. Nurmesniemi's upholstery fabrics such as; 'Tiibet' and 'Rötti' are patterns which are extremely plain and simple, characterized by stripes, and printed only in two or three colours. But these are bold colours such as maroon (chestnut) and olive green. 'Tiibet' (1953) having an architectural quality, is a large-scaled pattern which reflects the geometric interaction of horizontals, verticals and colour planes. These patterns which are obtained by Nurmesniemi's creativity and by the usage of screen printing method form a third colour on the spots where two colours lap over each other and are the sign of Marimekko signature [5]. This effect can be seen clearly at vertical striped 'Piccolo' (1953) and in the visuals derived from Marimekko's 2014 Home Collection.

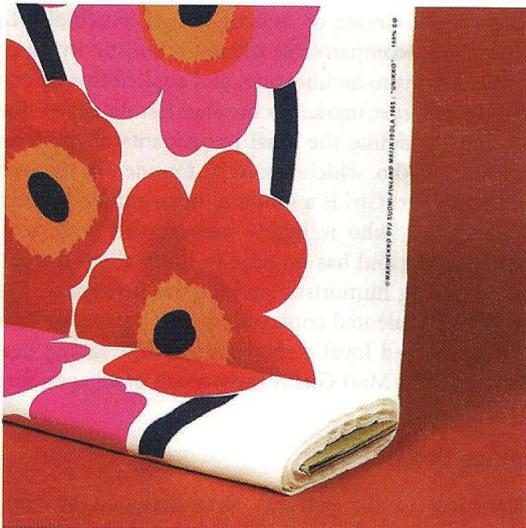
Just like the cow parsley silhouettes having a great importance in 'Putkinotko' (1957), Isola designed together with Kristina, some of her works are also detailed and delicate [6]. These overlapping parsley silhouettes in 'Putkinotko' are printed brighter by the usage of screen printing. At the beginning of 1960s, big coloured surfaces

were put into use. The line of 'Melooni' (1963), where melon shaped sight patterns spread throughout the fabric, is the best example of it. However, the merge of big surfaces with the commonly used floral patterns has become known worldwide by 'Unikko' (1964).

Even though Armi Rita insistently refused using floral patterns, Isola didn't care about her prohibition, causing Marimekko fabrics blossom [7]. Still in our day, Unikko which is one of the most popular patterns of Marimekko, has a wide range of products varying from garments to cup sets.



Picture 1. Marimekko's 2014 home collection catalog [8].



Picture 2. Maija Isola, 'Unikko'. Furniture fabric; cotton, printing screen [9].

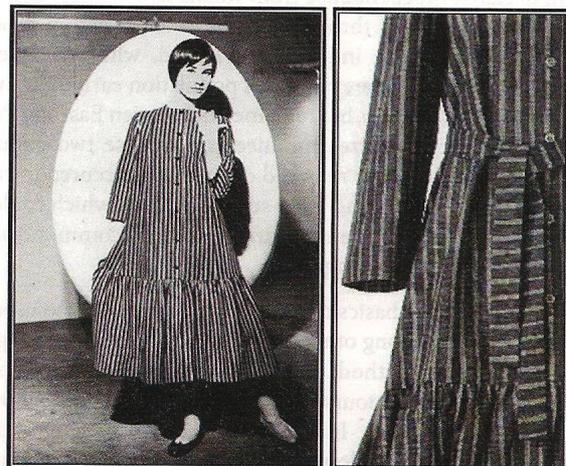
2.2. Marimekko Style on Garment Design: 'Flippy Garments'

Along with the first fashion show, the company has redefined the dynamics between upholstery fabric and garments; opening new and efficient channels for pattern design. While these garments are making age restrictions, style trends and body shapes seem insignificant, designed as easy and comfortable as a classical artist apron without a specific structure. For a question asked about the lack of structure in her designs, Armi replied as, 'Woman is sexy, not the dress'. Marimekko garments are defined as 'garments for those women who don't wanna think about clothes' [10]. "Vuokko's designs are created almost as an anti-design, as a reaction to 1950s' slim-waisted 'New Look' representative of Paris fashion centers. These designs are called 'Flippy Garments' which have plain and

simple forms that don't tighten the waist, can be worn every hour of the day, and suitable for mass production because of their simple cuts and forms" [11].



Resim 3. The first Marimekko fashion show [12].



Picture 4. Christian Dior, The birth of New Look, Bar jacket, 1947. [13].

Picture 5. Vuokko Nurmesniemi, Kivijalkamekko dress, 1957; Piccolo pattern, 1953 [14].

Marimekko fashion has reached a recognition at an international level through Jacqueline Kennedy: Kennedy who bought seven Marimekko garments at once, showed up in a lot of international magazines published on different fields during 60s. The reason why Kennedy chose these clothes is that Marimekko makes body shapes insignificant. Because at that time Kennedy was pregnant and she had to hide her belly during the election period [15]. One of the designers of these clothes is Nurmesniemi, and according to her,

'A dress should be plain and functional but never boring' [16]. While those cuts and forms give women the freedom of moving, the connective parts such as buttons, fasteners or touch and close fasteners make the dresses easy to take on and off.



Picture 6. Annika Rimala, Tortilla dress; Karakola and Raspa patterns, 1969 [17].

Picture 7. Annika Rimala, Sirkus dress; Petrooli pattern, 1963 [18].

Even though Marimekko was associated with women fashion, especially in 1960s men got also interested in casual wear. Jokapoika – means everyone – (1956) even though shirts were designed for men, became a unisex fashion [19]. In Finland while these shirts were used by all the intellectual men such as writers and architects, these shirts were defined as 'the uniform of the intellectuals' in an article published in New York Herald Tribune [20]. "Marja Suna who is known as 'virtuoso of knitwear' joined Marimekko in 1979, and the designs she made on knitwear by using her structural patterns and knittings, would be one of the favorite lines of the company. Marja Suna who says, 'A nice dress is a source of happiness for the one who wears it, has a classical and female style with a character and her dresses are the ones you don't get bored of even after many years' [21].



Picture 8. Marja Suna, Kuningas dress ensemble, 1984. Machine-knitted wool [22].

Marimekko, working together with a lot of different designers who are successful in their fields, faced an economic crisis after its rapid growth in 60s and 70s. This was also caused by the stress inside the firm caused by Armi being loyal to the idea of designs covering every aspects of life, and excessive growth. The downfall that started in 70s, accelerated after the death of Armi. Amer Group

bought the company in the mid 80s, but couldn't save it. After that, Kirsti Paakkanen bought the company in 1991. The company that was founded by a woman, again would be pushed over the top by another woman. Marimekko has risen from its ashes, not only by conserving the characteristic Marimekko style or offering previous patterns and designs, but also by creating new patterns, new garment collections, new stores, and a wide range of accessories products. And lastly, Mika Ihamuotila bought most of its shares and took over the management of the company in 2007.

3. Results

Marimekko introduced Finnish printing textiles to the world as a brand and is the symbol of Finnish life style; with its designs giving us the opportunity to enjoy both the city and the country life, has preserved the identity of the lands it was born. By the creative solutions it offered for the raw material shortage during the postwar era, kept on producing hand printed textiles until 1973. Moreover, the faults occurred in screen printing was started being used as original, and transformed into an identity. In those hands searching for the new, cheap cotton sheeting turned into a unique image which liberated women and could be a rival to Paris 'haute couture'. The biggest success of Marimekko company is preserving its style in spite of working with different designers. And this is the result of Armi Ratia identifying its target market in clear terms. Marimekko's creativity and innovation does not only derive from its textile designs, but also from expressing a new and independent life style at that time through textile materials.

References

- [1] Jackson, Lesley. **Twentieth-Century Pattern Design: Textile&Wallpaper Pioneers**, New York: Princeton Architectural Press, (2002), p. 95-96.
- [2] Gura, Judith. Marimekko: Resurgence of a Finnish Phenomenon, Available from <http://www.amscan.org/SRWinterSpring04p34-40.pdf> Accessed 2015.07.02, p. 36.
- [3]. Aav, Marianne (Ed.). **Marimekko: Fabrics, Fashion, Architecture**, Yale University Press, New Haven and London, (2012), s. 17.
- [4] Rousi, Rebekah. Marimekko: Women, Publicity and the Information, Available from http://www.helsinki.fi/genderstudies/3rdchristinaconference/pdf/Rousi_doc.pdf Accessed 2015.07.02, p. 2.
- [5] Jackson, Lesley. **Twentieth-Century Pattern Design: Textile&Wallpaper Pioneers**, New York: Princeton Architectural Press, (2002), p. 128.
- [6] Jackson, Lesley. **Twentieth-Century Pattern Design: Textile&Wallpaper Pioneers**, New York: Princeton Architectural Press, (2002), p. 128.
- [7] Forbidden Flowers, Available from <https://www.marimekko.com/marimekko/design/forbidden-flowers> Accessed 2014.06.03
- [8] Home Collection, Available from http://www.e-julkaisu.fi/marimekko/141_Moments/ Accessed 2014.02.01
- [9] Marimekko History, Available from <https://www.marimekko.com/about-us/history> Accessed 2014.06.03
- [10] Gura, Judith. Marimekko: Resurgence of a Finnish Phenomenon, Available from <http://www.amscan.org/SRWinterSpring04p34-40.pdf> Accessed 2015.07.02, p. 36.



- [11] Alyanak, Şermin, Marimekko: Fin Tekstilcileri, **Arredamento Mimarlık Dergisi**, No. 137 (June 2001), p. 115.
- [12] Marimekko History, Available from <https://www.marimekko.com/about-us/history> Accessed 2014.06.03
- [13] Seeling, Charlotte. **Fashion The Century of the Designer 1900-1999**, Könemann, (2000), s. 260.
- [14] Aav, Marianne (Ed.). **Marimekko: Fabrics, Fashion, Architecture**, Yale University Press, New Haven and London, (2012), p. 216.
- [15] Özdemir, Saltuk. Mari'nin Giysisi, Marimekko, **Yapı Dergisi**, No. 363 (February 2015), p. 105.
- [16] Alyanak, Şermin. Marimekko: Fin Tekstilcileri, **Arredamento Mimarlık Dergisi**, No. 137 (June 2001), s. 115.
- [17] Aav, Marianne (Ed.). **Marimekko: Fabrics, Fashion, Architecture**, Yale University Press, New Haven and London, (2012), p. 257.
- [18] Aav, Marianne (Ed.). **Marimekko: Fabrics, Fashion, Architecture**, Yale University Press, New Haven and London, (2012),p. 230.
- [19] Aav, Marianne (Ed.). **Marimekko: Fabrics, Fashion, Architecture**, Yale University Press, New Haven and London, (2012), p. 85.
- [20] Özdemir, Saltuk. Mari'nin Giysisi, Marimekko, **Yapı Dergisi**, No. 363 (February 2015), p. 105.
- [21] Alyanak, Şermin. Marimekko: Fin Tekstilcileri, **Arredamento Mimarlık Dergisi**, No. 137 (June 2001), p. 118.
- [22] Aav, Marianne (Ed.). **Marimekko: Fabrics, Fashion, Architecture**, Yale University Press, New Haven and London, (2012), p. 276.



Tekstil Tasarımında Yenilik: Marimekko Örnek Çalışması

Öğr. Gör. Semra Gür Üstüner*

Marmara Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Tekstil Bölümü, Acıbadem 34660 İstanbul

*Sorumlu Yazar: semra.gur@marmara.edu.tr

Özet: Savaş sonrası Avrupa'sında, küçük bir tekstil atölyesi olarak kurulan ve 'Mari'nin elbisesi' anlamına gelen Marimekko, insanın içini ısıtan renklerdeki büyük çiçek desenleri ile Fin baskılarını markalaştırmıştır. Film baskı tekniğinde iki rengin üst üste binmesiyle elde edilen ara renkler, Marimekko'nun imzası niteliğindedir. Firma, döşemelik kumaşlar ve giysi arasındaki dinamikleri yeniden belirlemiştir. 50'li yılların modası 'New Look' giysi kalıbına karşı çıkarak, hayatının içinde aktif rol alan kadının rahat hareket edeceği düz kılıfları olan 'Haraketli Elbise'leri üretmiştir. Tasarım anlayışı olarak 'giysinin değil kadının çekici olduğu' vurgusu hâkimdir. Modanın eğilimleriyle tasarımlarına yön veren markaların aksine Marimekko, yarattığı yeniliğin geleneğini sürdürerek biçimine sadık kalır. Bu dönem dönem farklı tasarımcılarla çalışan bir firma için oldukça zorlayıcıdır. Bu çalışmada yaratıcı fikirlerini cesaretle uygulayan Marimekko'nun yerel bir tekstil üretiminden uluslararası tanınırlığı olan geniş bir ürün yelpazesine sahip bir markaya dönüşme süreci tekstilde yeniliğin ve yaratıcılığın ne olduğu sorusuna cevap bulmak amacı ile anlatılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Marimekko, Yenilik, Baskı Tasarımı, Giysi Tasarımı

1. Giriş

1917'de Rusya'dan ayrılarak bağımsızlığını ilan eden Finlandiya, II. Dünya Savaşı'nın ardından, savaş tazminatlarını ödeyebilmek için hızlı bir endüstrileşme sürecinden geçmiştir. Nüfusunun büyük bir çoğunluğu tarım ve ormancılık ile uğraşan yarı-endüstrileşmiş bir ülke olan Finlandiya, Doğu ile Batı arasında kalmıştır. Marimekko da bu iki kültürün buluşmasını temsil eder. "Savaş sonrası, renk ve desene karşı yenilenmiş bir talep oluşmuştur. Film baskıyla kolaylıkla elde edilen büyük, geniş ölçekli desenler yaygın olarak yeni binaların dekorasyonunda kullanılmıştır" [1]. Film baskı rotasyon baskının temelidir ve tekstil baskı yöntemleri içerisinde diğer sanat dalları tarafından da kullanılır. Bu yöntemle, büyük raportlu desenler, son derece net kontürlerle basılabilmektedir. Boya ezilmediği için canlı renkler elde edilmektedir. Film baskıda üst üste basılan iki renkten üçüncü rengin elde edilebilmesi, savaş sonrası hammadde sıkıntısına yaratıcı bir çözümdür ve bu Marimekko'nun baskılı tekstillerinin kimliğini oluşturmaktadır. 1930'larda Modernizm'in içinde gelişmiş olan İskandinav Modernizmi; İskandinav'ın kendine özgü el işçiliği üzerine kurulu stilini yansıtır. Savaş sonrası tasarımcılar, İşlevselcilik ve Bauhaus'tan çok etkilenmişlerse de biçimleri organiktir. Bu durum tasarımları modern ama farklı kılmış ve 'İsveç Moderni' olarak tanımlanmıştır İskandinav tasarımının en önemli ismi de baskılı tekstilleri hem ev tekstilinde hem de giysi tasarımında ustaca kullanan Marimekko'dur.

2. Marimekko'nun Doğuşu ve Mari Girl

Marimekko'nun hikâyesi 1949 yılında Viljo Rati'a'nın tekstil baskı fabrikası 'Printex' ile başlamıştır. Armi Ratia, pamuklu kumaşlar üzerine baskı üreten kocasının şirketi için yeni baskı desenleri bulmaktaydı. Müşteriler kumaşların nasıl kullanılacağına gösteril-

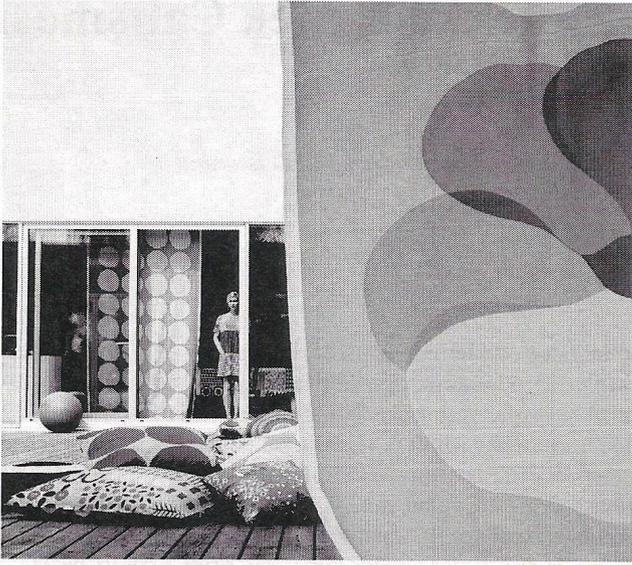
mesini talep ettiklerinde Armi bazılarını basit şekillerle yapılan ve desenlerle ışıklandırılan giysiler tasarlayarak defile yaptı. Müşterilerin kumaşlar yerine giysileri almak istemeleri üzerine 1951 yılında Marimekko isimli yeni bir şirket doğdu [2]. Marimekko'nun birebir çevirisi Mari'nin elbisesidir. Mekko eski Fince'de 'küçük kız elbisesi' demektir ve bu yanı sıra da markanın eski Fin geleneğiyle de bağlantısı vardır. Aynı zamanda Mari Armi'nin anagramıdır. Bu da şirketi karizmatik kurucusu Armi Rati'a'ya bağlar [3]. Armi Ratia, Marimekko ile içinde 'Mari House' da bulunan geniş ölçekli 'bütüncül tasarım' rüyasının büyük bir kısmını gerçekleştirmiştir. Firma, tekstil tasarımından mimariye kadar bütünlüklü bir yaşam konsepti sunmuş ve bunu hedef kitlesini en ince ayrıntısına kadar tanımlayarak yapmıştır: Mari Girl başlangıçta Armi Ratia liderliğinde kurulacak anonim şirket Marimekko'nun ideal katılımcılarını tanımlamak için kullanılmıştır. Mari Girl, modern, mizah duygusu olan, serbest fikirli, ailesini, kariyerini ve hobilerini düşünmekle çok meşgul olan ve giysiler hakkında düşünmeye zamanı olmayan bir kadındır. Mari Girl şakacı ve harika bir balıkçı olmasının yanı sıra yemek pişirmede yetenekli, evcimen ve bir anne olarak da düşünülebilir. Mari Girl profesyonelliğe öncelik verirken aileye de sadık kalmıştır. Mari Girl, tüm yaşların, şekillerin ve bedenlerin kadınıdır [4].

2.1. Baskı Tasarımları

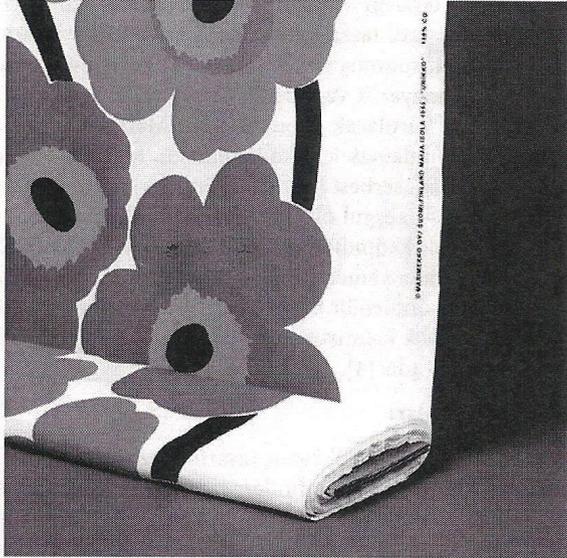
1950'lerde desenlerin çoğu iki genç tasarımcı Maija Isola ve Vuokko Eskolin-Nurmesniemi tarafından tasarlanmıştır. Nurmesniemi'nin 'Tiibet' ve 'Rötti' gibi döşemelik kumaşları aşırı sadelikte, çizgiyle karakterize edilmiş, yalnızca iki ya da üç renkte basılmış desenlerdir. Fakat bu renkler, kestane rengi, zeytin yeşili gibi cesur renklerdir. Mimari özelliklere sahip 'Tiibet' (1953), yatayların, dikeylerin ve renk düzlemlerinin geometrik etkileşimini taşıyan büyük ölçekli bir desendir. Nurmesniemi'nin yaratıcılığıyla film baskı yönteminin sonucu elde edilebilen bu desenler, iki rengin üst üste bindiği yerlerde üçüncü bir rengin oluştuğunun ve Marimekko imzasının göstergesidir [5]. Boyuna çizgili, 'Piccolo'da (1953) ve Marimekko'nun 2014 ev koleksiyonundan alınan görselde bu etki açıkça görülmektedir.

Isola'nın kızı Kristina ile birlikte tasarladığı, 'Putkinotko'da (1957) önemli rolü olan yaban maydonuzu silüetleri gibi bazı işleri detaylı ve narindir [6]. 'Putkinotko'da üst üste binen maydanöz desenleri, film baskının kullanımıyla daha parlak elde edilmiştir. 60'ların başında büyük renkli yüzeylere geçiş yapılmıştır. Kavun-şekilli nişangâh motifi kumaş genişliğince yayılan 'Melooni' (1963) serisi bunun en güzel örneğidir. Fakat büyük yüzeyler ve o döneme kadar herkesin kullandığı çiçek motifinin birleşerek tüm dünyada tanınması 'Unikko' (1964) ile gerçekleşmiştir.

Armi Rati'a'nın ısrarla çiçek deseni istememesine rağmen Isola, bu yaşağı dinlememiş ve Marimekko kumaşlarında çiçek açmıştır [7]. Günümüzde halen Marimekko'nun en popüler desenlerinden biri olan Unikko'nun giysiden fincan takımına kadar geniş bir ürün çeşidi bulunmaktadır.



Resim 1. Marimekko 2014 ev koleksiyonu kataloğu [8].

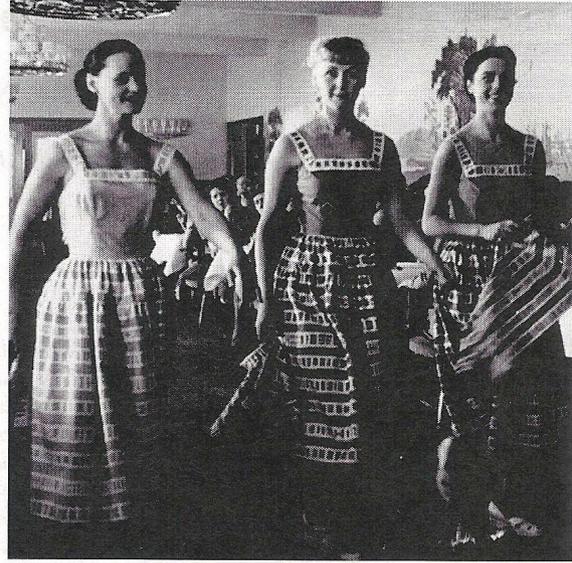


Resim 2. Maija Isola, 'Unikko'. Döşemelik kumaş; pamuklu, film baskı [9].

2.2. Giysi Tasarımında Marimekko Stili: 'Hareketli Giysiler'

İlk defile ile birlikte firma, döşemelik kumaşlar ve giysi arasındaki dinamikleri yeniden belirlemiş; desen tasarımı için verimli yeni kanallar açmıştır. Giysiler, yaş sınırlamalarını, stil trendlerini ve vücut şekillerini önemsizleştirirken nerdeyse klasik sanatçı önlüğü gibi rahat, yapısız tasarımlardır.

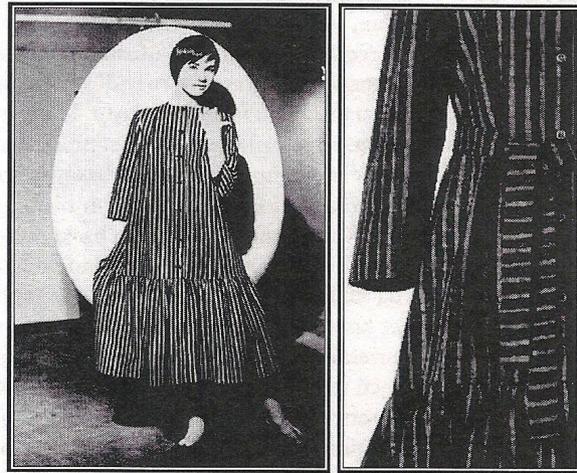
Tasarımlardaki şekilsizliğe dair bir soruya Armi 'Kadın seksidir, giysi değil' yanıtı vermiştir. Marimekko giysileri, 'kıyafetler hakkında düşünmek istemeyen kadınlar için giysiler' olarak tanımlanmıştır [10]. "Vuokko'nun tasarımları 1950'li yılların ince belli 'New Look' temsilcisi Paris moda merkezlerine bir tepki, adeta bir anti design olarak çıkar. İnsanın belini sıkmayan düz ve rahat kalıplarıyla günün her saatinde giyilebilecek, basit kesimleri nedeniyle de seri üretime uygun 'Hareketli Elbise' adını verdiği tasarımlardır" [11].



Resim 3. İlk Marimekko defilesi [12].



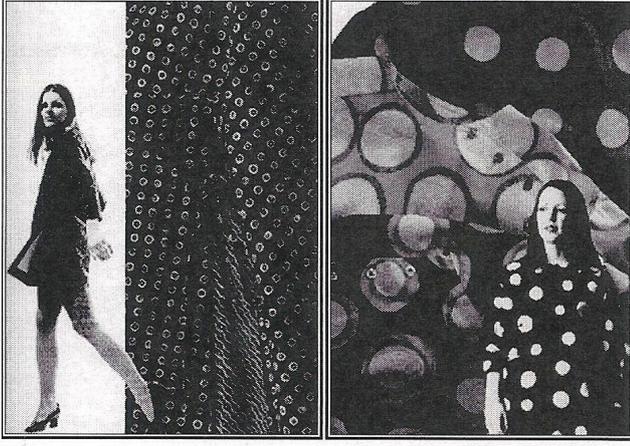
Resim 4. Christian Dior, New Look'un doğuşu, Bar ceket, 1947. [13].



Resim 5. Vuokko Nurmensniemi, Kivijalkamekko giysi, 1957; Piccolo deseni, 1953 [14].

Marimekko modasının uluslararası düzeyde tanınırlığı Jacqueline Kennedy ile olmuştur: Tek seferde yedi Marimekko elbisesi alan Kennedy, bu giysilerle 60'larda farklı alanlarda birçok uluslararası dergide görünmüştür. Kennedy'nin bu giysileri tercih etmesi Marimekko'nun vücut şekillerini önemsizleştirmesidir. Çünkü o sırada hamiledir ve seçim dönemi olduğundan göbeğini gizlemesi gerekmektedir [15]. Bu giysileri tasarlayanlardan biri de Nurmes-

niemi'dir ve ona göre 'Bir elbise yalın ve işlevsel olmalıdır, ama hiçbir zaman can sıkıcı değil' [16]. Kadını özgür bırakan, hareketi kolaylaştıran kesimlerle, giysilerde düğme, çıtçırt veya cırt bant gibi birleştiriciler kullanılması giyip çıkarmayı kolaylaştırmıştır.



Resim 6. Annika Rimala, Tortilla giysi; Karakola ve Raspa deseni, 1969 [17].

Resim 7. Annika Rimala, Sirkus giysi; Petrooli deseni, 1963 [18].

Marimekko kadın modasıyla ilişkilendirilmesine rağmen erkekler de özellikle 1960'larda rahat giyime ilgi duymuşlardır. Jokapoika - herkes - (1956) gömlek aslında erkekler için tasarlanmışsa da unisex bir moda olmuştur [19]. Finlandiya'da özellikle mimar, yazar gibi bütün aydın erkeklerin gömleği iken New York Herald Tribune'deki bir makalede de 'aydınlara için bir üniforma' tanımlaması yapılmıştır [20]. "1979 yılında Marimekko'ya katılan 'triko giyim vürtiözü' olarak adlandırılan Marja Suna'nın strüktürel desenleri ve örgüleri yan yana kullanarak tasarladığı triko giysiler şirketin en çok beğenilen çizgilerinden biri olacaktır. 'Güzel bir giysi, taşıyanı için bir mutluluk kaynağıdır' diyen Marja Suna'nın tarzı klasik ve dişi olduğu kadar kişiliktir ve yıllar geçse de bıkmadığınız giysilerdendir" [21].



Resim 8. Marja Suna, Kuningas döpiyes, 1984. Yünlü örme. [22].

Alanlarında iyi birçok farklı tasarımcıyla çalışan Marimekko, 60'lı ve 70'li yıllarda hızlı büyümenin ardından ekonomik kriz yaşa-

mıştır. Bunda Armi'nin hayatın her alanını çevreleyen tasarımlar fikrine olan bağlılığının şirkette yarattığı gerginlik ve aşırı genişlemenin etkisi vardır. 70'lerde başlayan düşüş, 79'da Armi'nin ölümünden sonra hızlanmıştır. 80'lerin ortasında şirketi satın alan Amer Group da şirketin durumunu düzeltermemiştir. Marimekko, 1991'de Kisti Paakkanen tarafından satın alınmıştır. Bir kadın tarafından kurulan şirket yine bir kadının elleriyle zirveye taşınacaktır. Karakteristik Marimekko tarzını koruyarak sadece önceki desenlerin ve tasarımların sunulmasıyla değil; yeni desenler, yeni giysi koleksiyonları, yeni mağazalar ve geniş bir yelpazesi olan aksesuar üretimiyle neredeyse küllerinden doğmuştur. 2007 yılında Mika Ihamuotila Marimekko'nun hisselerin çoğunluğunu satın alarak yönetimin başına geçmiştir.

3. Sonuç

Fin baskı tekstillerini marka olarak dünya tanıtan Marimekko, Fin yaşam tarzının sembolüdür; hem kent hem de kırsal yaşamın tadını çıkarmamızı sağlayan tasarımlarıyla doğduğu toprakların kimliğini korumuştur. Savaş sonrası yaşanan hammadde kıtlığına bulunan yaratıcı çözümlerle 1973 yılına kadar el baskılı tekstiller üretmeye devam etmiştir. Hatta film baskıdaki hatalar orijinal olarak devam ettirilmiş ve bir kimlik haline dönüştürülmüştür. Yeni arayışta ucuz pamuklu çarşaf bezi ile Paris 'haute couture'ne rakip olabilecek kadını özgürleştiren eşsiz bir imaj yaratmışlardır. Marimekko firmasının en büyük başarısı ise farklı tasarımcılarla çalışmasına rağmen markanın stilini korumasıdır. Bu da Armi Rati'a'nın hedef kitlesini net çizgilerle belirlemiş olmasının sonucudur. Marimekko'nun yeniliği ve yaratıcılığı sadece tekstil tasarımını değil dönemine göre yeni ve bağımsız bir yaşam tarzını tekstil malzemesiyle ifade etmesinde gizlidir.

Kaynakça

- [1] Jackson, Lesley. **Twentieth-Century Pattern Design: Textile&Wallpaper Pioneers**, New York: Princeton Architectural Press, (2002), s. 95-96.
- [2] Gura, Judith. Marimekko: Resurgence of a Finnish Phenomenon, **Ulaşım** <http://www.amscan.org/SRWinterSpring04p34-40.pdf> Erişim 2015.07.02, s. 36.
- [3] Aav, Marianne (Ed.). **Marimekko: Fabrics, Fashion, Architecture**, Yale University Press, New Haven and London, (2012), s. 17.
- [4] Rousi, Rebekah. Marimekko: Women, Publicity and the Information, **Ulaşım** http://www.helsinki.fi/genderstudies/3rdchristinaconference/pdf/Rousi_doc.pdf Erişim 2015.07.02, s. 2.
- [5] Jackson, Lesley. **Twentieth-Century Pattern Design: Textile&Wallpaper Pioneers**, New York: Princeton Architectural Press, (2002), s. 128.
- [6] Jackson, Lesley. **Twentieth-Century Pattern Design: Textile&Wallpaper Pioneers**, New York: Princeton Architectural Press, (2002), s. 128.
- [7] Forbidden Flowers, **Ulaşım** <https://www.marimekko.com/marimekko/design/forbidden-flowers> Erişim 2014.06.03
- [8] Home Collection, **Ulaşım** http://www.e-julkaisu.fi/marimekko/141_Moments/ Erişim 2014.02.01
- [9] Marimekko History, **Ulaşım** <https://www.marimekko.com/about-us/history> Erişim 2014.06.03
- [10] Gura, Judith. Marimekko: Resurgence of a Finnish Phenomenon, **Ulaşım** <http://www.amscan.org/SRWinterSpring04p34-40.pdf> Erişim 2015.07.02, s. 36.
- [11] Alyanak, Şermin. Marimekko: Fin Tekstilcileri, **Arredamento Mimarlık Dergisi**, Sayı 137 (Haziran 2001), s. 115.
- [12] Marimekko History, **Ulaşım** <https://www.marimekko.com/about-us/history> Erişim 2014.06.03



- [13] Seeling, Charlotte. **Fashion The Century of the Designer 1900-1999**, Könemann, (2000), s. 260.
- [14] Aav, Marianne (Ed.). **Marimekko: Fabrics, Fashion, Architecture**, Yale University Press, New Haven and London, (2012), s. 216.
- [15] Özdemir, Saltuk. Mari'nin Giysisi, **Marimekko, Yapı Dergisi**, Sayı. 363 (Şubat 2015), s. 105.
- [16] Alyanak, Şermin. Marimekko: Fin Tekstilcileri, **Arredamento Mimarlık Dergisi**, Sayı. 137 (Haziran 2001), s. 115.
- [17] Aav, Marianne (Ed.). **Marimekko: Fabrics, Fashion, Architecture**, Yale University Press, New Haven and London, (2012), s. 257.
- [18] Aav, Marianne (Ed.). **Marimekko: Fabrics, Fashion, Architecture**, Yale University Press, New Haven and London, (2012), s. 230.
- [19] Aav, Marianne (Ed.). **Marimekko: Fabrics, Fashion, Architecture**, Yale University Press, New Haven and London, (2012), s. 85.
- [20] Özdemir, Saltuk. Mari'nin Giysisi, **Marimekko, Yapı Dergisi**, Sayı. 363 (Şubat 2015), s. 105.
- [21] Alyanak, Şermin. Marimekko: Fin Tekstilcileri, **Arredamento Mimarlık Dergisi**, Sayı. 137 (Haziran 2001), s. 118.
- [22] Aav, Marianne (Ed.). **Marimekko: Fabrics, Fashion, Architecture**, Yale University Press, New Haven and London, (2012), s. 276.

