

T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TASARIM ANA BİLİM DALI
TASARIM BİLİM DALI

**ÖĞRETMENLERİN GÖMLEK SATIN ALMA DAVRANIŞLARI VE
GÖMLEKLERE YÖNELİK GERİ DÖNÜŞÜM KONUSUNDAKİ
GÖRÜŞLERİ: KONYA ÖRNEĞİ**

Kartal Murat AYVAZ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Danışman

Doç. Dr. Hatice HARMANKAYA

KONYA- 2018



T. C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Bilimsel Etik Sayfası

Öğrencinin

Adı Soyadı : Kartal Murat Ayvaz

Numarası : 134263002001

Anabilim Dalı : Tasarım

Bilim Dalı : Tasarım

Programı: Tezli Yüksek Lisans
 Doktora

Tezin Adı: Öğretmenlerin Gömlek Satın Alma Davranışları ve Gömleklere Yönelik Geri Dönüşüm Konusundaki Görüşleri: Konya Örneği

Bu tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

Öğrencinin Adı Soyadı
(İmza)

Kartal Murat Ayvaz



T. C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



YÜKSEK LİSANS TEZİ KABUL FORMU

Kartal Murat Ayvaz tarafından hazırlanan "Öğretmenlerin Gömlek Satın Alma Davranışları ve Gömleklere Yönelik Geri Dönüşüm Konusundaki Görüşleri: Konya Örneği" başlıklı bu çalışma 30.05.2018 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oybirliği ile başarılı bulunarak, jürimiz tarafından yüksek lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Ünvanı, Adı Soyadı

Dr. Öğretim Üyesi Selda GÜZEL ÖZTÜRK

Başkan

İmza

Ünvanı, Adı Soyadı

Doç.Dr. Hatice Hormankaya

Üye

İmza

Ünvanı, Adı Soyadı

Dr. Öğr. Üyesi ÖZGÜN CAN

Üye

İmza

ÖNSÖZ

Son dönemde önemini giderek artıran sürdürülebilirlik, ekoloji ve geri dönüşüm uygulamaları tüm sektörleri olduğu gibi Tekstil ve Hazır giyim sektörünü de etkisi altına almaktadır. Ekolojik kaygılardan uzak bir anlayışla faaliyetlerini sürdüren tekstil ve hazır giyim sektörü ürünleri ve bunların tüketimleri hem gelecek nesillere hem de dünyanın ekosistemine ciddi zararlar vermektedir. İnsanlığın en önemli ihtiyaçlarından olan tekstil ürünlerinin üretimi, tüketimi ve tüketim sonrasındaki durumları tüm gelişmiş dünya ülkelerinde sorgulanmaya başlamıştır. Bu bağlamda araştırmada; “Konya’da Milli Eğitim Bakanlığına bağlı okullarda görev yapan öğretmenlerin gömlek satın alma davranışları ve gömleklerin geri dönüşümüne yönelik görüşleri, tekstil ve hazır giyim sektörü açısından sürdürülebilirlik, atık ekolojisi, geri dönüşüm ve yeniden kullanım kavramlarına dair bilgi ve yaklaşımları” üzerinde durulmuştur.

Bu çalışmanın planlanması, araştırılması ve uygulanması esnasında bilgi, rehberlik ve tecrübelerini esirgemeyen kıymetli hocam Sayın Doç. Dr. Hatice HARMANKAYA’ ya teşekkür eder saygılarımı sunarım. Kıymetlerini ifade de sözlerin kifayetsiz kaldığı, yaşamın her anında bana destek olan aileme sonsuz teşekkür ederim.

K. Murat AYVAZ

Mayıs 2018, Konya



T. C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Öğrencinin	Adı Soyadı:	Kartal Murat Ayvaz	Numarası: 134263002001
	Anabilim/ Bilim Dalı:	Tasarım/ Tasarım	
	Programı:	Tezli Yüksek Lisans <input type="checkbox"/>	Doktora <input type="checkbox"/>
	Danışmanı:	Doç. Dr. Hatice Harmankaya	
Tezin Adı:		Öğretmenlerin Gömlek Satın Alma Davranışları ve Gömleklere Yönelik Geri Dönüşüm Konusundaki Görüşleri: Konya Örneği	

**ÖĞRETMENLERİN GÖMLEK SATIN ALMA DAVRANIŞLARI VE
GÖMLEKLERE YÖNELİK GERİ DÖNÜŞÜM KONUSUNDAKİ
GÖRÜŞLERİ: KONYA ÖRNEĞİ**

ÖZET

Sanayileşme, hızlı tüketim kültürü, nüfus artışı, küreselleşme, kentleşme ve teknolojik gelişmeler dünyaya ve insanlara kalıcı zararlar vermektedir. Özellikle 20. yy. ile birlikte giderek artan hızlı tüketimin ortaya çıkardığı olumsuz sonuçlara karşı bilinçli tüketicilerin ve sosyal toplum kuruluşlarının tepkileriyle tüm ürünlerin sürdürülebilirlik temelli bir anlayışla üretilmesi, insan sağlığına ve doğal çevreye uygun olması talep edilmeye başlamıştır. Sürdürülebilirlik temelli “Ekoloji ve Geri Dönüşüm” uygulamaları tüm sektörlerde olduğu gibi Tekstil ve Hazır giyim sektöründe de giderek etkili olmaktadır. Tekstil ve Hazır giyim sektöründeki atık çeşitlerinden biri olan tüketicinin kullanımı sonrası oluşan giyim eşyası atıklarının geri dönüşümü, yeniden kullanımı ve geri kazanımı araştırmanın ana unsurunu oluşturmaktadır. Bu araştırmanın amacı, Konya da bulunan milli eğitim bakanlığına bağlı okullarda görev yapan öğretmenlerin gömlek satın alma davranışları ve gömleklere yönelik geri dönüşüm konusundaki görüşlerini belirlemektir. Betimsel araştırma yönteminin kullanıldığı çalışmanın evrenini, Konya ili merkez ilçelerde bulunan MEB’e bağlı okullarda görev yapan öğretmenler; örneklemini ise bu okullarda görev yapan ve rastlantısal olarak seçilen 373 öğretmen oluşturmaktadır.

Araştırma da veri toplama aracı olarak anket formu kullanılmıştır. Araştırmadan elde edilen veriler istatistiksel analizleri yapılmak üzere SPSS programına aktarılmıştır. Bulguların frekans ve yüzdeler dağılımları, cinsiyet değişkenine göre çapraz tablo analizleri, t-testi ve anova testleri yapılmış ve gerekli görülen test sonuçları ilgili kısımlarda verilmiştir. Araştırmanın; dünya ve insanlığın geleceği açısından önemli olan “Tekstil, Sürdürülebilirlik, Çevre, Ekoloji ve Geri Dönüşüm” gibi konular üzerine yapılmış olması sebebiyle önemi yüksektir. Araştırmaya göre öğretmenlerin, geri dönüşüm ve yeniden kullanım konusunu önemli görmelerine rağmen zamanlarının kısıtlı olması, dikiş bilgilerinin olmaması ve hazır giyim ürünlerinin ucuz olması gibi sebeplerle geri dönüşüm için gerekli faaliyetleri kendilerinin yapmak istemedikleri/ yapamadıkları/ yapmadıkları ancak geri dönüşümü sağlanmış bir ürünü satın alıp kullanabilecekleri sonuçlarına ulaşılmıştır.

Anahtar kelimeler: Sürdürülebilirlik, Tekstil ve Ekoloji, Atık Ekolojisi, Gömlek, Geri Dönüşüm, Yavaş Moda.



T. C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Öğrencinin	Adı Soyadı:	Kartal Murat Ayvaz	Numarası: 134263002001
	Anabilim/ Bilim Dalı:	Tasarım/ Tasarım	
	Programı:	Tezli Yüksek Lisans <input type="checkbox"/>	Doktora <input type="checkbox"/>
	Danışmanı:	Doç. Dr. Hatice Harmankaya	
Tezin İngilizce Adı:	Teachers' Shirts Purchasing Behavior and Recycling Towards Shirts Opinions: Konya Example		

**TEACHERS' SHIRTS PURCHASING BEHAVIOR AND RECYCLING
TOWARDS SHIRTS OPINIONS: KONYA EXAMPLE**

SUMMARY

Industrialization, rapid consumption culture, population growth, globalization, urbanization and technological developments cause permanent damage to the world and people. Especially with 20th century, it was demanded a sustainability based approach for the production of all products and a suitability for human and nature, by the reactions of conscious consumers and social community organizations, as opposition to negative results of increasing rapid consumption. Sustainability-based 'Ecology and Recycling' applications are becoming more and more effective in the Textile and ready made clothing sectors as well as in all sectors. The recycling, reuse and recovery of clothing which is appeared after the using of consumer that is one of the waste types in the Textile and Ready Made Clothing, is the main component of the research. The aim of this research is underlining the views of the teachers working at the schools connected to National Education Ministry in Konya, about behaviors of buying shirt and the recycling of shirts. The universe of this study in which the descriptive research method was used, was composed by the teachers working at the schools connected to National Education Ministry in the central

districts of Konya; and the sampling was composed by 373 teachers, working at these schools and chosen coincidentally. Survey form was used as data collection tool in the research. The data gotten from the research was conveyed to SPSS programme to make statistically analyses. It was done the frequency and percentage distributions, cross table analysis according to gender variable, t-test and anova tests of the findings. The importance of the research is high because it was done on 'Textile, Sustainability, Environment, Ecology, and Recycle' which are important subjects for the future of world and human. According to research, it was reached the result that although the teachers regard as important recycle and reuse, they do not want to/cannot do/ do not do the necessary activities for recycle because they have limited time, they do not know sewing, and regard as cheap the ready-made clothing products, however they buy and use recyclable products.

Key Words: Sustainability, Textile and Ecology, Waste Ecology, Shirt, Recycle, Slow Fashion.

İÇİNDEKİLER

	Sayfa No
BİLİMSEL ETİK SAYFASI.....	i
TEZ KABUL FORMU.....	ii
ÖNSÖZ.....	1
ÖZET.....	2
SUMMARY.....	4
İÇİNDEKİLER.....	6
KISALTMALAR LİSTESİ.....	10
TABLolar LİSTESİ.....	11
RESİMLER LİSTESİ.....	13
BÖLÜM I.....	15
1. GİRİŞ.....	15
1.1. Konu.....	15
1.2. Problem Cümlesi.....	15
1.3. Alt Problemler.....	15
1.4. Araştırmanın Amacı.....	16
1.5. Araştırmanın Önemi.....	16
1.6. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	18
1.7. Araştırmanın Sayıltıları.....	18
1.8. Tanımlar.....	18
BÖLÜM II.....	20
2. TÜKETİCİ SATIN ALMA DAVRANIŞLARI.....	20
2.1. Tüketim ve Tüketici Kavramları.....	20
2.2. Tüketici Davranışları ve Özellikleri.....	22

2.3. Tüketici Davranış Modelleri	23
2.3.1. Açıklayıcı (Geleneksel- Klasik) Davranış Modelleri	24
2.3.1.1. Marshall'ın Ekonomik Modeli	24
2.3.1.2. Freud'un Psikoanalitik Modeli	25
2.3.1.3. Pavlov'un Öğrenme Modeli	25
2.3.1.4. Veblen'in Toplumsal Modeli	26
2.3.2. Tanımlayıcı (Çağdaş-Modern) Davranış Modelleri	27
2.3.2.1. Engel, Kollat ve Blacwell Modeli	27
2.3.2.2. Howard ve Sheth Modeli	27
2.3.2.3. Nicosia Modeli	28
BÖLÜM III.....	30
3. TEKSTİL VE HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE GERİ DÖNÜŞÜM.....	30
3.1. Ekoloji ve Ekolojik Yaklaşımlar	30
3.2. Sürdürülebilirlik	37
3.3. Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe Ekolojik Yaklaşımlar	44
3.4. Sürdürülebilir Moda Tasarımı.....	51
3.5. Kullanılmış Giysilerde Geri Dönüşüm Yeniden Kullanım Geri Kazanım	58
3.6. Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe Sürdürülebilir Tasarım Yapan Modacı ve Markalar.....	65
3.6.1. Bossa.....	66
3.6.2. Yeşim Tekstil	67
3.6.3. Boa Markası	69
3.6.4. Nejla Güvenç/ Nej Markası.....	71
3.6.5. Gretchen Jones	72
3.6.6. Marci Zaroff	73

3.6.7. Sürdürülebilir Tasarım Yapan Diğer Modacı ve Markalar	74
BÖLÜM IV	85
4. GÖMLEK VE GERİ DÖNÜŞÜMÜ	85
4.1. Gömleğin Tanımı.....	85
4.2. Gömleğin Tarihçesi	87
4.3. Gömlekte Model Özellikleri	94
4.4. Gömlekte Geri Dönüşüm-Yeniden Kullanım-Geri Kazanım	103
4.5. Konu İle İlgili Araştırmalar.....	112
BÖLÜM V	123
5. YÖNTEM.....	123
5.1. Araştırma Modeli.....	123
5.2. Evren Örneklem	123
5.3. Veri Toplama Tekniği.....	124
5.4. Veri Analizi.....	125
BÖLÜM VI.....	126
6. BULGULAR VE YORUM.....	126
6.1. Araştırma Kapsamındaki Öğretmenlerle İlgili Demografik Özellikler	126
6.2. Araştırma Kapsamındaki Öğretmenlerin Gömlek Satın Alma Davranışları	127
6.3. Araştırma Kapsamındaki Öğretmenlerin Gömlekte Geri Dönüşüm ve Yeniden Kullanım Konusundaki Görüş ve Yaklaşımları	145
BÖLÜM VII	153
7. SONUÇLAR VE ÖNERİLER	153
7.1. Sonuçlar	153
7.2. Öneriler	157
KAYNAKÇA.....	160
ANKET SORULARI.....	176

Özgeçmiş.....	183
---------------	-----



KISALTMALAR LİSTESİ

BUTEKOM	: Bursa Tekstil ve Konfeksiyon Arge Merkezi
BSTB	: T.C. Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı
DTÖ	: Dünya Ticaret Örgütü
EÇP	: Ekolojik Bir Çalışmanın Planlanması
ISO	: Çevre Yönetim Sistemi Standartları
İSO	: İstanbul Sanayi Odası
İAOSB	: İzmir Atatürk Organize Sanayi Bölgesi
İTKİB	: İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri
KHA	: Küresel Hektar
MH	: The Ministry of Housing, Spatial Planning and Environment,
MEGEP	: Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi
OHSAS	: İş Sağlığı ve Güvenliği Yönetim Sistemi
TDK	: Türk Dil Kurumu
THD	: Tekstil- Hazır Giyim- Deri
UNEP	: Birleşmiş Milletler Çevre Programı

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo No:	Tablo Adı:	Sayfa No:
Tablo 1.	Öğretmenlerin Demografik Özellikleri	126
Tablo 2.	Öğretmenlerin Yaş Gruplarının Cinsiyet Değişkenine Göre Dağılımları.....	127
Tablo 3.	Öğretmenlerin Gömlek Alışverişi Yapma Sıklıklarının Cinsiyet Değişkenine Göre Dağılımları	128
Tablo 4.	Öğretmenlerin Gömlek Alışverişi İçin Harcadıkları Aylık Miktarın Cinsiyet Değişkenine Göre Dağılımı	129
Tablo 5.	Öğretmenlerin Kullandıkları Gömlek Tarzlarının Cinsiyet Değişkenine Göre Dağılımı	130
Tablo 6.	Öğretmenlerin Gömlek Satın Aldıkları Yerlerin Cinsiyet Değişkenine Göre Dağılımı	131
Tablo 7.	Öğretmenlerin Gömlek Alışverişi Yapma Nedenlerinin Cinsiyet Değişkenine Göre Dağılımı	133
Tablo 8.	Öğretmenlerin Gömlek Alışverişlerinde Tercihlerini Yönlendiren Etkenler.....	135
Tablo 9.	Öğretmenlerin Gömlek Alışverişlerinde Tercihlerini Yönlendiren Etkenlerin Cinsiyet Değişkenine Göre t-Testi Analiz Sonuçları	137
Tablo 10.	Öğretmenlerin Gömlek Alışverişlerinde Tercih Ettikleri Faktörler	137
Tablo 11.	Öğretmenlerin Gömlek Alışverişlerinde Tercih Ettikleri Faktörlerin Cinsiyet Değişkenine Göre t- Testi Analiz Sonuçları	139
Tablo 12.	Öğretmenlerin Gömlek Modellerinde Dikkat Ettikleri Özellikler .	140
Tablo 13.	Öğretmenlerin Gömlek Modellerinde Dikkat Ettikleri Özelliklerin Cinsiyet Değişkenine Göre t-Testi Analiz Sonuçları	142
Tablo 14.	Öğretmenlerin Gömlek Satın Alırken Karşılaştıkları Problemlerin Cinsiyet Değişkenine Göre Dağılımı	142
Tablo 15.	Öğretmenlerin Gömlek Kullanımında Karşılaştıkları Problemlerin Cinsiyet Değişkenine Göre Dağılımı	144

Tablo 16. Öğretmenlerin Kullanılmış Giysileri Değerlendiren Herhangi Bir Organizasyon, Kurum veya Projeden Haberdar Olma Durumlarının Cinsiyet Değişkenine Göre Dağılımı	145
Tablo 17. Öğretmenlerin Geri Dönüşüm (Yeniden Kullanım) Konusundaki Görüşleri	147
Tablo 18. Öğretmenlerin Geri Dönüşüm(Yeniden Kullanım) Konusundaki Görüşlerinin Cinsiyet Değişkenine Göre t- Testi Analiz Sonuçları.....	150
Tablo 19. Öğretmenlerin Gömleklerin Yeniden Değerlendirilmesi Konusundaki Görüşleri.....	151
Tablo 20. Öğretmenlerin Gömleklerin Yeniden Değerlendirilmesi Konusundaki Görüşlerinin Cinsiyet Değişkenine Göre t- Testi Analiz Sonuçları ..	152

RESİMLER LİSTESİ

Resim No:	Resim Adı:	Sayfa No:
Resim- 1:	Atık Giysi Kutusu	64
Resim- 2:	Ülkemizden Atık Giysi Kutuları Örnekleri	64
Resim- 3:	Bossa Üretimden Örnekler	67
Resim- 4:	Yeşim Tekstil Üretimden Örnekler	68
Resim- 5:	BOA Tasarım Örnekleri	70
Resim- 6:	BOA Tasarım Örnekleri	70
Resim- 7:	BOA Tasarım Örnekleri	70
Resim- 8:	NEJ Koleksiyonundan Örnek	72
Resim- 9:	NEJ Koleksiyonundan Örnek	72
Resim- 10:	Jones 2012 Bahar Mercedes Benz Koleksiyonundan	73
Resim- 11:	Zaroff/ Üretilen Bazı Doğal Ürünler	73
Resim- 12:	Gary Harvey, 2008, Beyzbol Ceketleri ve Levi's Kot Pantolon....	74
Resim- 13:	Gary Harvey, 2008, Beyzbol Ceketleri ve Levi's Kot Pantolon....	74
Resim- 14:	Paco Rabanne, "On iki Giyilemez Elbise	75
Resim- 15:	Paco Rabanne, "On iki Giyilemez Elbise	75
Resim- 16:	Şölen Kipöz, "Naif", Ahimsa: Giysilerin Öteki Yaşamı	76
Resim- 17:	Şölen Kipöz "Serin", Sandıktan Çıkan Erkek Gömleği	76
Resim- 18:	Sümeyya Kılıç, "Artıklar, Artık Çöp Değil Koleksiyonu"	77
Resim- 19:	Gönül Paksoy, ham yün, ham ipek ceket.....	78
Resim- 20:	Jil Danyelle, Fiftyrx3 projesi	79
Resim- 21:	Jurgen Lehl tasarımı, Elde eğrilip dokunmuş ipek/pamuk ceket ...	80
Resim- 22:	Jurgen Lehl tasarımı, Shetland yününden manto	80
Resim- 23:	Lakal/ Geri Dönüştürülmüş Ayakkabı	81
Resim- 24:	Nike/ Çevre Dostu Ayakkabı	81
Resim- 25:	Elif Sözkese, Moment/ Atık Malzemelerden Takı Tasarımı	82
Resim- 26:	Ters gömlek 1, 2.....	91
Resim- 27:	Ters gömlek 1, 2.....	91
Resim- 28:	Gömlek Yaka Çeşitleri 1	98
Resim- 29:	Gömlek Yaka Çeşitleri 2	99

Resim- 30: Manşet Çeşitleri	100
Resim- 31: Pat/ Kapama Çeşitleri	101
Resim- 32: Cep Çeşitleri	102
Resim- 33: Pile Çeşitleri.....	103
Resim- 34: Gömlek Geri Dönüşüm Örnekleri.....	105
Resim- 35: Gömlek Geri Dönüşüm Örnekleri.....	105
Resim- 36: Gömlek Geri Dönüşüm Örnekleri.....	106
Resim- 37: Gömlek Geri Dönüşüm Örnekleri.....	106
Resim- 38: Gömlek Geri Dönüşüm Örnekleri.....	106
Resim- 39: Gömlek Geri Dönüşüm Örnekleri.....	106
Resim- 40: Gömlek Geri Dönüşüm Örnekleri.....	107
Resim- 41: Gömlek Geri Dönüşüm Örnekleri.....	107
Resim- 42: Gömlek Geri Dönüşüm Örnekleri.....	108
Resim- 43: Gömlek Geri Dönüşüm Örnekleri.....	108
Resim- 44: Gömlek Geri Dönüşüm Örnekleri.....	108
Resim- 45: Gömlek Geri Dönüşüm Örnekleri.....	109
Resim- 46: Gömlek Geri Dönüşüm Örnekleri.....	109
Resim- 47: Gömlek Geri Dönüşüm Örnekleri.....	110
Resim- 48: Gömlek Geri Dönüşüm Örnekleri.....	110
Resim- 49: Gömlek Geri Dönüşüm Örnekleri.....	111
Resim- 50: Gömlek Geri Dönüşüm Örnekleri.....	111

BÖLÜM I

1. GİRİŞ

1.1. Konu

Bu bölümde araştırmanın konusunu oluşturan problem cümlesi, amaçları, alt problemleri, önemi, sayıltıları, sınırlılıkları ve tanımları üzerinde durulmuştur.

1.2. Problem Cümlesi

Araştırmada; Öğretmenlerin gömlek satın alma davranışları ve gömleklere yönelik geri dönüşüm konusundaki görüşleri nelerdir? problem cümlesine cevap aranmak istenmiştir.

1.3. Alt Problemler

1. Sosyal ve ekonomik açıdan öğretmenlerin dinamik ve yapısal özelliklerini belirleyebilmek,
2. Öğretmenlerin gömlek satın alma sıklıklarını ve satın alma nedenlerini belirlemek,
3. Öğretmenlerin gömlek tarzlarını ve nerelerden gömlek satın aldıklarını belirlemek,
4. Öğretmenlerin gömlek satın alırken tercihlerini yönlendiren etkenleri ortaya çıkarmak,
5. Öğretmenlerin gömleklere olmasını tercih ettikleri model, kumaş ve marka özelliklerini belirleyerek tasarım açısından gömleklere beklentilerini ortaya koymak,
6. Öğretmenlerin gömlek modellerinde karşılaştıkları problemleri saptamak,
7. Öğretmenlerin kullanmadıkları gömleklere nasıl değerlendirdiklerini belirlemek,

8. Kullanım sonrasında gömleklerin geri dönüşümüne dair öğretmenlerin sahip olduğu bilgi, düşünce ve yaklaşımları belirleyebilmek,
9. Gömleklerin yeniden kazanılmasında kullanılabilir yöntemleri belirlemek,
10. Yaş ve cinsiyet faktörleri ile öğretmenlerin gömlek satın alma davranışları arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmak,
11. Cinsiyet faktörleri ile gömleklerin geri dönüşümüne yönelik öğretmen görüşleri arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmak amaçlanmıştır.

1.4. Araştırmanın Amacı

Bu araştırma; öğretmenlerin, gömlek satın alma davranışlarını belirleyerek kullanım sonrasında gömleklerini nasıl değerlendirdiklerini ve gömlek geri dönüşümüne yönelik görüşlerini ortaya çıkarmak amacıyla planlanmış ve bu doğrultuda yürütülmüştür.

1.5. Araştırmanın Önemi

Son yüzyılda, seri üretimlerin hız kazanarak ihtiyaç fazlası tüketimlerin artması sonucunda ekonomik zarar oluşmakta, doğal kaynaklar tükenmekte ve doğanın ekosistemi bozulmaktadır. Bu olumsuz durumların bir an önce sonlandırılarak daha insani ve çevreci bir sistemin kurulması için bireylerin ve toplumların bilinçlenmesi gerekmektedir. İnsanlığın çevreye vermiş olduğu bu zararları asgari düzeye indirmek için hem üretimler hem de tüketimler ekolojik bir anlayışla yapılmalıdır.

Tüketim sonrasında da ekolojik bir yaklaşımla hareket edilip “atık” haline gelen giysi ürünleri geri dönüşüm yöntemleri ile değerlendirilmelidir. Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe oluşan atıklar genel olarak; tüketici öncesi atıklar (üretim esnasında oluşan) ve tüketici atıkları (tüketim sonrası oluşan) şeklinde gruplandırılabilir. Sıvı atıklar açısından değerlendirildiğinde; tekstil üretiminde yüksek miktarlarda su kullanımı yapılmaktadır. Bu üretim işlemleri sonucunda önemli miktarlarda kirli su açığa çıkmaktadır. Yıllık 40 milyon ton tekstil elyafi üretildiği düşünülürse boşa harcanacak atık olarak salınacak suyun yılda 4-8 milyar

metreküpü aşacağı tahmin edilmektedir. Üretim artığı olarak ortaya çıkan katı atıklar çoğunlukla geri dönüşümlüdür. Geri dönüşümlü olmayanlar ise; hurda ıskarta parça zımpara ve şardon elyaf, deneme amacı ile boyanmış bez parçaları, kağıt ve diğer laboratuvar malzemeleridir. Avrupa'dan toplam on dört enstitü ve organizasyonun katıldığı bir araştırma sonucunda evsel atıkların içinde 70- 80 milyon kilo civarında kullanılabilir tekstil atığı olduğu ortaya çıkmıştır. Avrupa Birliğinde, yıllık ortalama 5,8 milyon ton tekstil ürünü, tüketiciler tarafından atılmaktadır. Bu tekstil ürünlerinden sadece 1,5 milyon tonu (%25) hayır kuruluşları ve endüstriyel işletmeler tarafından geri dönüştürülür. Kalan 4,5 milyon ton atık, çöpe veya atık yakma tesislerine gönderilir. Ülkemizde Antalya, Denizli, İzmir ve İstanbul'da katı atık depolama ve atıkları toprağa kazandırma işlemlerini gerçekleştiren kuruluşlar mevcuttur. Bu kuruluşlar içinde en yüksek kapasitede depolama gerçekleştiren İstanbul Büyükşehir Belediyesi Geri Dönüşüm Tesisi, 2009 yılı istatistiklerine göre, alınan her 100kg katı atığın içinde tekstil atığının oranı 4, 63 kg' dır. Bu oran; yiyecek (49.54 kg), kâğıt (16.35 kg) ve plastik (8.25 kg) gibi günlük yaşamımızda sık kullandığımız temel materyallerden sonra en yüksek miktardaki dördüncü atık türüdür. Türkiye'de TOBB kapasite verilerine göre yılda 500 bin ton civarında üretim atığı meydana gelmektedir. Yaklaşık 500 bin tonda evsel atık oluşmakta ve yıllık 1 milyon ton civarında tekstil atığı ortaya çıkmaktadır.

Diğer taraftan hammadde yetiştirilmesi sırasında kullanılan tarım ilaçları ve fabrikasyon üretimler esnasında kullanılan kimyasal maddelerin insan sağlığı ve çevre için oldukça zararlı olduğu araştırmacılar tarafından kanıtlanmış durumdadır. Tüm bu durumlar, üzerinde çalışmış olduğumuz konunun önemini artırmaktadır.

Ayrıca araştırma konusunun tüm insanların ve dünyanın geleceğini yakından ilgilendiriyor olması araştırmanın önemini artırmaktadır. Bunların dışında, bu araştırma ile birebir benzeşen başka bir çalışmanın bulunmuyor olması da önemi artıran faktörlerdendir.

1.6. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırma:

- Konya ili merkez ilçelerde bulunan Milli Eğitim Bakanlığına bağlı okullarda görev yapan öğretmenlerle,
- Veri toplama aracı olarak kullanılan anketlerden elde edilen verilerle,
- 28/ 09/ 2015 ile 15/ 04/ 2018 tarihleri arasındaki çalışma süresi ile sınırlıdır.

1.7. Araştırmanın Sayıtları

Araştırmada geçerli olabilecek varsayımlar aşağıda belirtilmiştir:

- Araştırma alan uzmanlarının ve toplumun ilgisini çekecektir.
- Araştırma toplumda giysi geri dönüşümüne dair bir farkındalık oluşturacaktır.
- Literatür taramalarından elde edilen bilgiler doğru kabul edilmektedir.
- Araştırmaya katılan öğretmenler veri toplama aracına doğru ve samimi cevaplar vermişlerdir.
- Veri toplama aracında yer alan sorular problemin tümünü kapsayan ve alt problemleri çözümlenecek niteliktedir.
- Çalışmaya katılan örneklem grubu evreni temsil edecek niteliktedir.

1.8. Tanımlar

Sürdürülebilirlik: “Sürdürülebilirlik, ekosistemdeki çeşitliliğin ve yenilenemez kaynakların gelecek nesillere aktarılabilmesi için, bugünkü neslin yenilenemez kaynak kullanımını sınırlandırması ve ekosistem üzerindeki olumsuz etkilerinin sistemin kapasitesinin üzerine çıkmayacak düzeyde tutulmasıdır” (Ercoşkun, 2007: 9).

Ekoloji: “Canlıların birbiriyle ve çevreleriyle ilişkilerini, etkileşimlerini inceleyen bir bilim dalı” (Salur, 2014: 41) olarak tanımlansa da son dönemlerde ekolojik krizin, çevre sorunlarının, hızlı tüketimin artmasıyla birlikte toplumun yakından ilgilendiği bir kavram haline gelmiştir (Bilgen, 2011:15).

Çevre: “1. Bir organizma ya da organizmanın bir parçası üzerine etki yapan dış etkenler topluluğu” (BSTS/ Zooloji Terimleri Sözlüğü 1963)” ya da “2. Bireyi etkileyen canlı ve cansız varlıklar ile bütün güç ve koşulların toplamı. 3. Organizmayı içten ya da dıştan uyaran şeylerin toplu adı. 3. Varlığın, içinde olduğu ve yaşamını sürdürdüğü ortam” (BSTS / Eğitim Terimleri Sözlüğü 1974).

Çevrebilim: “Canlıların yaşadıkları çevreyle olan karşılıklı ilişkilerini inceleyen bilim” (BSTS / Budunbilim Terimleri Sözlüğü 1973).

Geri dönüşüm: “Geri dönüşüm; tekrar işlenebilir özellikli atıkların, fiziksel ve kimyasal işlemlerden geçirildikten sonra ikincil hammadde olarak üretim sürecine sokulmasıdır” (Özgen, 2005: 34).

Yeniden kullanım- Geri Kazanım: “Atıkların temizleme dışında hiçbir işleme tabi tutulmadan aynı şekliyle defalarca kullanılması yeniden kullanım; atıkların özelliklerinden yararlanılarak içindeki bileşenlerin başka ürünlere ve enerjiye çevrilmesi ise geri kazanım şeklinde tanımlanmaktadır” (Sayıştay Başkanlığı, 2007: 76).

Gömlek: “Genellikle ayaklı gömlek yakalı, kol ağzı yırtmaçlı ve manşetli ya da kısa kollu, ön ortasından ilik-düğme ile kapanmalı, boyu kalçada bittiği gibi değişen uzunluklarda da olabilen, çeşitli kumaşlardan yapılan, erkek ve kadın dış giyimlerinde yer alan giysidir” (Sezer, 2006: 8).

BÖLÜM II

2. TÜKETİCİ SATIN ALMA DAVRANIŞLARI

2.1. Tüketim ve Tüketici Kavramları

Tüketim olgusu tüm ekonomik sistemlerin ve pazar denen arenanın varlık nedenidir. İnsanın ihtiyaç, istek ve arzuları ise tüketim olgusunun itici gücüdür (İslamoğlu ve Altunışık, 2010: 3).

İnsan, tüketim işlevini bilinçli olarak yerine getiren tek varlıktır (Bilge ve Göksu, 2010: 54). Sosyal, biyolojik ve kültürel bir varlık olan insanın istek ve ihtiyaçları; tüketim ve tüketici olgularının gelişmesini sağlamıştır. Tüketim; insanın bahsedilen bu özelliklerinden kaynaklanan ihtiyaçlarını gidermek için mal ve hizmet satın alması anlamına gelmekte ve dolayısıyla her insan bir tüketici olmaktadır (Akyüz, 2009: 3).

TDK sözlüklerine göre tüketim:

- Tüketme işi, üretilen veya yapılan şeylerin kullanılıp harcanması, yoğaltım, istihlak, üretim karşıtı,
- Mal ve hizmetlerin insan isteklerini gidermek üzere son kullanılışı,
- Gereksinimlerin dolaysız bir biçimde karşılanması amacıyla mal ve hizmetlerin kullanılması gibi anlamlara karşılık gelmektedir.

Tüketim, mal ve hizmetlerin insan ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla kullanılması anlamına gelmektedir. Diğer bir ifadeyle tüketim, belirli bir ihtiyacı tatmin etmek için bir mal veya hizmeti edinme, sahiplenme, kullanma veya tüketmedir (Arslan, 2014: 9). Tüketim, istek ve ihtiyaçları karşılamak üzere çeşitli mal ve hizmetlerin kullanılmasıyla sağlanan faydaları ifade etmektedir. Bu faydalar, ürün ve hizmetin faydalarına yönelik veya haz amaçlı olabilmektedir (Gümrül, 2015: 4).

Tüketim yapan her insan dolayısıyla tüketicidir. Tüketici, kişisel veya ailede kullanım amacıyla mal ve hizmet satın alan ve kullanan kişilere denir (Arslan, 2014: 10). Tam anlamıyla tüketici; ihtiyaçlarla donatılmış, zevkleri olan ve tercih yapabilen, iktisadi kaynakları ihtiyaçlarını satın almak adına kullanan ve sonuçta tatmine ulaşan bireydir (Bilge ve Göksu, 2010: 55).

Tüketiciler genel olarak satın alma amaçlarına göre iki kategoriye ayrılmaktadır. Bunlar mal ve hizmetleri kendisi veya ailesinin ihtiyaçları için satın alan nihai tüketiciler ile ticari faaliyetleri için satın alan endüstriyel tüketicilerdir (Gümrül, 2015: 6). Tüketicilerde var olan tüketme arzusu kitle iletişim araçlarının, modanın, reklamın ve piyasayı dolduran tüketim nesnelерinin etkisi ile daha da çoğalmaktadır (Çubukçu ve Çınar, 2009: 278).

Günümüzde nesnelерin, hizmetlerin ve maddi malların çoğaltılmasıyla oluşturulmuş akıl almaz bir tüketim ve bolluk gerçekliği vardır. Bolluk içindeki insanlar nesnelер tarafından kuşatılmış durumdadır (Baudrillard, 2015: 15).

Günümüzde tüketim, fizyolojik ihtiyaçları tatmin etme sürecinden daha çok psikolojik tatmin, çevre ve dış dünya ile kurulan bir iletişim aracı olarak görülmektedir (Koç, 2012: 28).

Pazarın sürekli ve hızlı gelişimi için insanlar hem maddi hem de manevi sebeplerle tüketime yönlendirilmişlerdir. Tüketicinin zaruri sebeplerle, ekolojik ve ölçülü bir anlayış çerçevesinde yapmış olduğu tüketimler dünya açısından zararsız olarak değerlendirilebilir (Can ve Ayvaz: 2017: 111). İnsanın zaruri veya keyfi ihtiyaç ve isteklerinin sonucunda tüketim olgusu ortaya çıkar. Tüketimin, yalnızca fizyolojik zorunlu ihtiyaçları kapsadığını düşünmek büyük bir yanılgı olur. Günümüzde insan, içsel sebeplerle veya dış çevreden psikolojik olarak etkilenmesi sonucuyla tüketim yapar hale gelmiştir. Tüketimi gerçekleştiren birey dolayısıyla tüketici, çoğu zaman ihtiyacı olmamasına rağmen dış dünyaya bazı mesajlar verebilmek için alışveriş ve tüketim yapabilmektedir.

2.2. Tüketici Davranışları ve Özellikleri

Tüketici davranışları, tüketicilerin ihtiyaç ve isteklerini tatmin etmek için, tüketim sürecinde yürüttükleri davranışların tümü olarak tanımlanabilir (İslamoğlu ve Altunışık, 2010: 7). Günümüzde tüketici davranışı sadece satın alma sırasında gerçekleşenleri değil bu süreçten önce ve sonraki durumları da incelemektedir (Koç, 2012: 29). Diğer bir ifadeyle, tüketici davranışları bireylerin özellikle ekonomik ürünleri ve hizmetleri satın alma ve kullanmadaki kararlarıdır (Bilge ve Göksu, 2010: 53).

İnsanların ihtiyaçlarını fark ettikleri anda başlayan tüketici davranışları, bilgi arama, değerlendirme, karar verme gibi süreçleri takip ederek, bu süreçlerle ilgili tüm bilişsel, duygusal ve davranışsal olayları kapsamaktadır (Budak, 2012: 4).

Tüketim süreci, satın alma öncesi yapılan karşılaştırmalar, alternatif ürünler arasından yapılan seçimler, ürünün sipariş edilmesi, kullanılması, satın alma sonrası elde edilen deneyimler ve bu deneyimlerin sonraki satın almalarda kullanılması süreçlerini kapsamaktadır (Gümrül, 2015: 6). Tüketici konumundaki kişi ve grupların ihtiyaç ve isteklerini tatmin etmek için mal, hizmet ve fikirleri seçme, satın alma, kullanma ve elden çıkarma süreciyle ilgilidir. Dolayısıyla sadece satın alma anını değil, satın alma öncesi karar aşaması ve satın alma sonrası değerlendirme, elden çıkarma gibi aşamaları da kapsamaktadır (Akyüz, 2009: 3).

Tüketiciler tüm iç ve dış faktörlerden etkilenirler. Bunlar, aile, referans grupları, sosyal sınıf, kültür gibi faktörler olarak sayılabilir. Ancak tüketici genellikle içinde bulunduğu duruma uyum gösterme eğilimindedir. Özetle tüketici, etkisinde kaldığı faktörler doğrultusunda karar vermektedir (Budak, 2012: 6). Tüketici davranışları, kültür başta olmak üzere diğer çevresel faktörlerden oldukça etkilenmektedir (Demir ve Kozak, 2013: 7).

Tüketici davranışlarının özelliklerini şu şekilde özetleyebiliriz (Odabaşı ve Barış, 2010: 30).

1. Tüketici davranışı güdülenmiş bir davranıştır.

2. Tüketici davranışı dinamik bir süreçtir.
3. Tüketici davranışı çeşitli faaliyetlerden oluşur.
4. Tüketici davranışı karmaşıktır.
5. Tüketici davranışı farklı rolleri kapsar.
6. Tüketici davranışı çevre faktörlerinden etkilenir.
7. Tüketici davranışı farklı kişiler için farklılıklar gösterebilir.

Sonuç olarak tüketici davranışı; bireylerin istek ve ihtiyaçlarını karşılamak üzere ürün ve hizmetleri seçme, satın alma, kullanma ve elden çıkarmadaki kararları ve bunlarla ilgili hareketlerini, davranışlarını içeren bir süreçtir (MEGEB, 2012: 4).

2.3. Tüketici Davranış Modelleri

Tüketici davranış modellerinin geliştirilmesinin iki amacı bulunmaktadır (Demir ve Kozak, 2013: 8):

- Tüketici davranışlarının araştırılmasına rehberlik edecek bir teori geliştirmeye yardımcı olmak
- Tüketici davranışları hakkında şu anda ne bilindiğinin anlaşılmasına katkı sağlamak

Tüketici davranışlarını açıklamak için en önemli model önerisi Kurt Lewin tarafından geliştirilmiştir. Burada davranış şu şekilde formüle edilmiştir (Odabaşı ve Barış, 2010: 47):

$$D=f(K<Ç)$$

D: Davranış

K: Kişisel etki

Ç: Çevre faktörleri olarak tanımlanmıştır.

Formül de davranış, kişisel faktörler ile çevresel faktörlerin bir fonksiyonu olarak açıklanmaktadır. Bu model literatüre “kara kutu” veya “uyarıcı- tepki” modeli olarak geçmiştir.

Tüketici davranışlarını anlamaya yönelik birçok çalışma yapılmış ve bunların sonucunda farklı modeller geliştirilmiştir. Dolayısıyla genel kabul görmüş bir tüketici davranış modeli bulunmamaktadır (Budak, 2012: 6).

Tüketici davranış modellerini iki grupta inceleyebiliriz. Birinci grupta, tüketici davranışlarını önceden belirlenmiş kalıplara göre açıklayan, açıklayıcı (geleneksel-klasik) davranış modelleri, ikinci grupta ise oldukça davranışsal ayrıntılara sahip ve derleme bir yaklaşımla ele alınmış modeller olan tanımlayıcı (modern) davranış modelleri bulunmaktadır (Aktaran; Karabacak, 1993: 79; Kotler, 1972: 7).

2.3.1. Açıklayıcı (Geleneksel- Klasik) Davranış Modelleri

Açıklayıcı modeller direkt olarak tüketici davranışını açıklama amaçlı değil insan davranışını açıklamaya yönelik olarak geliştirilmiş modellerdir. Bu modellerin ortak özelliği tüketici davranışını güdüler aracılığıyla açıklamış olmalarıdır. Güdüler, insan da harekete doğru bir eğilim meydana getirir. Gudu insanın amacını belirlemekte ve onu bir eylem yapmaya itmektir (İslamoğlu ve Altunışık, 2010: 25- 27).

2.3.1.1. Marshall'ın Ekonomik Modeli

Bu modele göre tüketicinin kendisine en fazla fayda sağlayacak şekilde harcamalarda bulunacağı ve fiyatları eşit olan ürünlerden seçim aşamasında yine kendisine en fazla fayda sağlayacak olan ürünü seçeceği düşünülmektedir (Gümrül, 2015: 9).

Klasik iktisatçılara göre insan, ekonomik ve rasyonel davranan bir varlıktır. Tüketici davranışlarını belirleyen de insanın bu özelliğidir. Bu kabule göre, satın alma kararları rasyonel ve ekonomik hesaplara dayanır. Tüketici bütçesini harcarken, en yüksek tatmine ulaşacak şekilde hareket eder. Marshall bu yaklaşıma marjinal fayda boyutunu eklemiş, bugün ise modern fayda kuramı şeklini almıştır. Model ekonomik hesaplar dışındaki faktörleri dikkate almadığı için eleştiriler almış ve tüm satın alma davranışlarını açıklamada yetersiz kalmıştır (İslamoğlu ve Altunışık, 2010: 28- 29).

Tüketiciler satın alma konusunda iki ürün arasında kararsız kaldıklarında, ürünün hem fiyatını hemde kendisine sağlayacağı faydayı göz önünde bulundurmaktadır. Elde edilen faydanın maksimize edilmesi ise tüketici dengesi olarak ifade edilmektedir (Yıldırım, 2009: 50). Bu model tüketicilerin, ekonomik güdülerine göre satın alma davranışını gerçekleştirdiklerini savunmaktadır. Özetle model, ekonomik adam varsayımına göre fayda maksimizasyonu sağlamaya çalışan tüketiciyi esas alır (Bilge ve Göksu, 2010: 88).

2.3.1.2. Freud'un Psikoanalitik Modeli

Freud'a göre kişilik ve insan davranışları üç benlik tarafından yönetilmektedir. Bunlar; id (ilkel benlik), ego (benlik) ve süper ego (üst benlik) şeklinde adlandırılır (Yürük, 2010: 55).

İlkel benlik, çocukluk döneminden beri tatmin edilmemiş duyguların ve güdülerin barınağıdır. İlkel benlik kişiye “şu eylemi yap” komutu vermektedir. Üst benlik vicdan ve ülkü gibi üst seviyedeki değerleri kapsar. Benlik ise, bu iki benlik arasındaki dengeyi kurmak için vardır. Freud'un bu psikolojik çözümlenmeleri, tüketicilerin satın alma davranışlarının altında yatan bir kısım sebeplerin psikolojik olduğunu göstermesi açısından önemlidir (İslamoğlu ve Altunışık, 2010: 30-31).

İd (ilkel benlik), insanoğlunun ilk ruhsal bileşeni, dürtü ve güdülerinin kaynağıdır. Kişiliğin en ilkel bölümüdür. Süper ego, toplum tarafından yerleştirilen değerlerdir. Ego ise bu ikisini dengelemeye çalışır. Freud'un bu tüketici davranış modeline göre, kişi kendi davranışının asıl sebebini bilemeyeceği için gözlemle bile tüketicinin davranış analizi yapılamayacaktır (Bilge ve Göksu, 2010: 92, 93).

2.3.1.3. Pavlov'un Öğrenme Modeli

Model, Rus fizyolog Pavlov'un “Şartlandırılmış Öğrenme” kuramına dayanmaktadır. Uzun yıllar boyunca geliştirilmiş olan bu model dört temel kavram üzerine kuruludur. Bunlar; Uyarıcı, istek, tepki ve pekiştirme. Bu model tüketici tercihlerinde öğrenmenin rol oynadığını, markaların tercihinde öğrenmenin etkili olduğunu göstermektedir (İslamoğlu ve Altunışık, 2010: 32).

Bu modelde dış uyarıcılara maruz kalınması ve bu uyarıcıların tekrarlanması ile ilk gösterilen tepkiler zamanla davranışa dönüşmektedir. Burada uyarıcıların tekrar edilerek verilen tepkilerin sıklaşması sonucunda öğrenme gerçekleşmektedir (Gümrül, 2015: 10).

Pazarlamacılar Pavlov'un şartlandırılmış öğrenme modeline dayanarak tüketicilere belirli markaları tekrara dayalı bir yöntemle öğretmeye çalışmakta ve sonuçta tüketicileri karar vermeye yöneltmek istemektedirler. Model, tek başına tüketici satın alma davranışlarını modelleyebilecek kapasitede değildir (Bilge ve Göksu, 2010: 92).

2.3.1.4. Veblen'in Toplumsal Modeli

İnsan, içerisinde yaşamış olduğu toplumun kültürel özelliklerinden etkilenen sosyal bir varlıktır. İnsanın gereksinimleri ve davranışı, üyesi olmayı arzuladığı, dâhil olmak istediği grup, zümre, topluluk ile üyesi olduğu grup, zümre, topluluk tarafından belirlenmektedir (Bilge ve Göksu, 2010: 89).

Veblen aristokratların satın alma davranışlarını incelemiş ve yapmış oldukları alışverişlerin genellikle gösteriş amaçlı olduğu sonucuna ulaşmıştır. Günümüzde bu modeli daha iyi gözlemleyebiliriz. İnsanlar, içerisinde yaşamış oldukları toplumdan etkilenerek, ekonomik durumunu, mensup olduğu yeri, kişiliğini yansıtmak, göstermek amaçlı giyim, eğlence alışkanlıklarında, ikamet ettikleri mekânlarda değişiklik ve yenilikler yapabilmektedirler (İslamoğlu ve Altunışık, 2010: 33). Veblen'in tespitlerine göre, tüketici, ait olduğu grupta lider olmak, referans olarak aldığı grubun değerlerine ulaşmak, onlar gibi olmak amacıyla satın alma davranışını gerçekleştirmektedir. Kişinin içinde yaşadığı ortam hangi ürünlerin satın alınacağı konusunda kişiye yol göstermektedir. Kişi çevresindekilerden daha üstün olmanın yollarını gösteriş amaçlı satın alma davranışı sergilemekle aramaktadır (Yürük, 2010: 58).

2.3.2. Tanımlayıcı (Çağdaş-Modern) Davranış Modelleri

Tanımlayıcı davranış modelleri başlığı altında incelenebilecek yaygın modeller ise: Assael modeli, Howard Sheth modeli, Engel, Kollat ve Blackwell modeli ve Nicosia modeli olarak sınıflandırılabilir. Tanımlayıcı modellerde, klasik modellerin aksine tüketici davranışının, ağırlıklı olarak satın alma davranışının nasıl gerçekleştiği üzerinde durulmaktadır. Tüketici davranışı, bir süreç olarak satın alma ve tüketim olgusunun nasıl geliştiğini de anlamaya ve tanımlamaya çalışmaktadır (İslamoğlu ve Altunışık, 2010: 35- 36).

2.3.2.1. Engel, Kollat ve Blacwell Modeli

Bu model Engel, Kollat ve Blacwell tarafından 1968 yılında geliştirilmiştir. Modelin merkezinde; problem tanıma, bilgi arama, alternatiflerin değerlendirilmesi, satın alma ve sonuç olmak üzere, beş temel karar verme aşaması vardır. Bu model; kişilik, kültür, yaşam tarzı, değer gibi tüketicilerin kararlarını etkileyen birçok ögeyi içermektedir (Demir ve Kozak, 2013: 14, 16).

Model, tüketicilerin karar verme sürecinin problemlerin çözümüne rehberlik eden iç ve dış uyarıların etkisinde olan ardışık bir süreçtir. Tüketici davranışları bir karar işlemi şeklinde değerlendirilir. Modelin, düşünme ve bellekten oluşan merkez kontrol ünitesi en önemli kısımdır (Bilge ve Göksu, 2010: 87).

Engel-Kollat- Blackweel modeli, birçok pazarlamacı açısından çok kapsamlı ve faydalı bir model olarak görülmüştür. Fakat hangi sonuçların hangi şartlar altında oluşacağı açıklanmadığı için yetersiz görülmüştür (Yürük, 2010: 55).

2.3.2.2. Howard ve Sheth Modeli

Bu model tüketici davranışları konusunda oldukça kapsamlıdır. Howard ve Sheth (1969) modeli dört grup değişkeni içermektedir (Demir ve Kozak, 2013: 12; Bilge ve Göksu, 2010: 86):

- 1) Girdi değişkenleri (ürün, fiyat, marka, servis gibi)
- 2) Davranışsal öğeler

- 3) Çıktı değişkenleri (dikkat, niyet, algılama, tutum ve satın alma)
- 4) Dış değişkenler (finansal durum, kişilik değişkenleri, sosyal sınıf gibi)

Bu modelin en önemli özelliği her satın alma davranışının aynı derecede önemli görülmemesidir. Tüketicilerde üç tür satın alma davranışı görülmektedir: yoğun sorun çözüme, rutin karar verme ve sınırlı sorun çözüme kararlarıdır (Gümrül, 2015: 12).

Howard ve Sheth, kültür ve öğrenme kuramına dayalı değişkenler arasında bir ilişki olduğunu belirtir ama bu ilişkinin ölçülebilmesinde kültürel boyutlar üzerinde durmazlar (Bilge ve Göksu, 2010: 86).

2.3.2.3. Nicoso Modeli

Bu model Francesso Nicoso tarafından geliştirilmiştir. Modelde hiç reklamı yapılmamış ürüne karşı tüketici tepkileri ölçülmekte ve reklamı yapılmış ürünün işletmeden satın alınacağı varsayılmaktadır (Aktaran; Karabacak, 1993: 83; Bulut, 1988: 101). Model daha çok işletmeler ile tüketiciler arasındaki ilişki üzerine yoğunlaşmıştır. İşletmeler pazarlama araçları ile tüketicilerle iletişim kurarlar. Tüketiciler satın alma davranışları ile tepki verirler. Bu model dört temel alandan oluşmuştur. Birinci alanda işletmenin mesaj ve özellikleri ile tüketicilerin psikolojik özellikleri yer alır. Bu aşamada işletmeler mesajları ile tüketicinin tutumu üzerinde etkili olmaya çalışırlar. İkinci alan olan arama ve değerlendirme alanında tüketiciler arama faaliyeti ile bilgi toplarlar. Üçüncü alanda satın alma işi yapılır. Dördüncü alan ise geri bildirimdir (Demir ve Kozak, 2013: 11-12).

Bu modeli diğerlerinden ayıran en önemli özellik, satın alma davranışından ziyade satın almanın öncesi ve sonrasını da içine alarak karar sürecini kapsamasıdır. Modelde satın alma davranışına büyük ölçüde duygusal motiflerin sebep olduğu fakat bununla birlikte ürünlerin karşılaştırılması ve ürünün kullanılmasından sonra ortaya çıkan deneyim aşamalarında rasyonel motiflerinde etkili oldukları ifade edilmiştir (Bilge ve Göksu, 2010: 84). Bu modelde karşılıklı bir etkileşim söz konusudur. Sonraki satın almalarda tüketici bu aşamalardan elde ettiği deneyimle

karar verecek, işletme ise tüketiciden aldığı geri bildirimler doğrultusunda pazarlama kararlarını belirleyecektir (Gümrül, 2015: 13).



BÖLÜM III

3. TEKSTİL VE HAZIR GİYİM SEKTÖRÜNDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE GERİ DÖNÜŞÜM

3.1. Ekoloji ve Ekolojik Yaklaşımlar

Ekoloji, genel olarak canlıların birbiriyle ve çevreleriyle ilişkilerini, etkileşimlerini inceleyen bir bilim dalı olarak tanımlansa da son dönemlerde ekolojik krizin, çevre sorunlarının artmasıyla birlikte toplumun yakından ilgilendiği bir kavram haline gelmiştir. Dolayısıyla ekolojinin hem bir kavram hem de bir bilim dalı olarak tanımlanması gerekmektedir.

Bilimsel bir terim olan ekoloji zaman içerisinde ortaya çıkan çevresel sorunlarla toplum içerisine dahil olmuş ve politik söylemler, sosyo- kültürel gelişmeler ve ekonomik gelişmelerin etkisiyle değişerek bir kavram haline gelmiştir (Bilgen, 2011:15). Bilimsel olarak ekolojiyi incelediğimizde; ekoloji için ilk tanım 1963 yılında Andre Wartha tarafından: “organizmaların dağılımını ve bolluğunu araştıran bilimsel çalışmaların tümüdür” şeklinde yapılmıştır (Ekolojik Bir Çalışmanın Planlanması, 2006: 3).

Ekoloji için ilk etapta birçok tarif yapılmışsa da günümüzde: “Canlıların birbiriyle ve çevreleriyle ilişkilerini, etkileşimlerini inceleyen bilim dalı” olarak açıklanmaktadır (Akın, 2009: 7). Ekoloji; canlıların birbiriyle ve maddi çevreleriyle olan çok yönlü ilişkilerini inceleyen; en uygun çevresel koşullar altında yaşayabilmeleri için araştırmalar yürüten bilim dalıdır (Feyzioğlu, 2011: 4).

Ekolojinin başlangıç aşamasında, hayvan ve bitki türlerinin çevreleriyle olan ilişkilerini inceleyen bir bilim dalı olduğunu belirtmek gerekir (Kışlalıoğlu ve Berkes, 2010). İlk dönemlerde Ekoloji kavramı sadece hayvan ve bitki türleri ile ilişkili olarak sınırlı tutulmuş ancak dünyadaki gelişmelere paralel olarak giderek geniş anlamları içerisinde barındıran bir kavram olarak karşımıza çıkmıştır. Günümüzde ekoloji, insan ve çevre ile bir bütün olarak değerlendirilmektedir.

Fizyolog J.S. Burdon Sanderson, İngiliz Bilim Derneği'nde 1893 yılında yaptığı bir konuşmada ekolojinin, fizyoloji ve morfoloji ile birlikte biyolojinin bir alt dalı olduğunu ilk defa dile getirmiştir (Aktaran; Yardımcı, 2006: 26; Ronan, 2003: 65) Ekolojinin bir bilim olarak kabul edilmesi ise 1940'lı yıllarda gerçekleşmiştir (Kışlalıoğlu ve Berkes, 2010: 26).

Ekoloji, TDK Büyük Türkçe Sözlükte; Canlıların hem kendi aralarındaki hem de çevreleriyle olan ilişkilerini tek tek veya birlikte inceleyen bilim dalı olarak tanımlanmaktadır. Yine TDK'nın Kimya Terimleri Sözlüğünde; Organizmaların çevre ile ilişkilerini ve davranışlarını konu edinen bilim dalı olarak tanımlanır (BSTS / Kimya Terimleri Sözlüğü (II) 2007).

Ekoloji, TDK'nın yer bilimleri (BSTS / Yerbilim Terimleri Sözlüğü 1971), su ürünleri (BSTS / Su Ürünleri Terimleri Sözlüğü) ve biyoloji (BSTS / Biyoloji Terimleri Sözlüğü 1998) terimleri sözlüğünde ise; çevrebilim olarak karşımıza çıkmaktadır. Aynı sözlükte çevre bilimleri; Çeşitli bilim dallarını içerisinde toplayan, insan doğa ilişkilerini ve çevre sorunlarını inceleyen, uygulamalı ve disiplinler arası bilimler şeklinde açıklanmaktadır.

TDK'nın alanlara özel sözlüklerinde çevrebilim ise;

“Canlıların yaşadıkları çevreyle olan karşılıklı ilişkilerini inceleyen bilim” (BSTS / Budunbilim Terimleri Sözlüğü 1973).

“Dünyada bulunan canlı varlıkların ısı, ışın, yel gibi doğa koşullarına uymada karşılaştıkları sorunlar ile bitki, hayvan ve insanların fiziksel ve doğal çevreyle olan karşılıklı ilişkilerini inceleyen bilim” (BSTS / Eğitim Terimleri Sözlüğü 1974).

“Araştırmalarını, insanla çevrenin karşılıklı etkileşimleri üzerinde yapan bilim kolu” (BSTS / Halkbilim Terimleri Sözlüğü 1978).

“Tüm canlıların birbirleriyle ve çevreleriyle olan ilişkilerini inceleyen bilim dalı” (BSTS / Kentbilim Terimleri Sözlüğü 1980).

“Canlı varlıkları, yaşadıkları doğal ortam, toprak, iklim, yerleşme, hayvan, bitki vb. yönünden inceleyen bilim dalı” (BSTS / Uygulayım Terimleri Sözlüğü 1980).

“İnsan yerleşmelerinin oluşmasını, biçimlenmesini ve yerleşme alanlarına ilişkin çoğal, toplumsal konuları, sorunları inceleyen toplumbilim dalı” (BSTS/ Yöntembilim Terimleri Sözlüğü 1981).

“Canlıların aralarındaki bağlantıları ve ortamlarıyla olan ilişkilerini inceleyen biyoloji dalı” (BSTS / Yerbilim Terimleri Sözlüğü 1971) şeklinde tanımlanmaktadır.

Ekolojiyi kavram olarak da ayrıca incelemek gerekir.

1990’lı yıllardan itibaren moda haline gelen Ekoloji kelimesi 1866 yılında Alman biyologu Ernest Haeckel tarafından Yunanca “yaşanılan yer” anlamına gelen oikos ile “bilim” anlamına gelen logia kelimelerinden türetilerek oluşturulmuştur. Ekoloji kavramı etimolojik olarak “yerleşme bilimi” manasına karşılık gelmektedir (Yalçın, 2010: 6). Bir organizmanın veya organizmalar bütünüünün yaşamı üzerinde etkili olan tüm unsurların bütünüünü ifade eden bir terimdir (İslam, 2000: 50). Geniş kapsamlı bir konu olan ekolojiyi şu şekilde sınıflandırmak mümkündür (Şişli, 1999: 26).

- a) Tür ekolojisi
- b) Popülasyon ekolojisi
- c) Kommünite ekolojisi
- d) Ekosistem ekolojisi

Günümüzdeki kullanımıyla ekoloji, canlı varlıkların hem çevreleri hem de birbirleri ile olan ilişkilerini inceler ve bütün çevre sorunlarını konu edinir (Muslu, 1983: 42). Ekoloji hem kendi kavramsal içeriğini hem de çevre kavramını içeren bir hal almıştır. Çünkü ekoloji kavramı, doğanın ve insanlığın doğal dünya ile ilişkisi ile ilgili olarak çevre kavramına göre daha geniş bir anlayış getirmektedir (Yalçın, 2010: 6).

Bu çıkarımdan hareketle çevre kavramını da incelemek gerekmektedir.

“Çevre” kavramı esasen günümüz Türkçesinde ki birçok kelimenin yaşadığı problemleri yaşamış ve adeta içi boşaltılmış, yıpranmış bir kavram bir kelime haline gelmiştir. Bu sebeple, Ekolojik konularda “çevre” kavramını kullanmak karışıklıklara sebep olabilir veya konunun özüne ulaşmaktan ilgilileri uzaklaştırabilir.

Çevre kavramı TDK Güncel Türkçe Sözlükte ise;

“1. Bir şeyin yakını, dolayı, etraf, periferi 2. Kişinin içinde bulunduğu toplumu oluşturan ortam gibi anlamlara karşılık gelmektedir.

TDK'nin alanlara özel olarak hazırlanmış olan sözlüklerinde çevre kavramı incelendiğinde;

“Bir organizmanın ya da bir parçasının üzerinde etki yapan dış etkenler topluluğu” (BSTS / Biyoloji Terimleri Sözlüğü 1998).

“1. Bireyi etkileyen canlı ve cansız varlıklar ile bütün güç ve koşulların toplamı. 2. Organizmayı içten ya da dıştan uyaran şeylerin toplu adı. 3. Varlığın, içinde olduğu ve yaşamını sürdürdüğü ortam” (BSTS / Eğitim Terimleri Sözlüğü 1974)

“Yaşamın gelişmesinde etki yapan doğal, toplumsal, kültürel dış koşulların toplamı” (BSTS/ Felsefe Terimleri Sözlüğü 1975).

“İnsanla onun yarattığı kültürün coğrafyasal ve yaşambilimsel dış çevresi” (BSTS/ Halkbilim Terimleri Sözlüğü 1978).

“Bireye dıştan etki yapan bütün nesne, güç ve uyarımların toplamı” (BSTS/ Ruhbilim Terimleri Sözlüğü 1974).

“Bir organizmanın veya bir parçasının üzerinde etki yapan dış etkenler topluluğu” (BSTS / Su Ürünleri Terimleri Sözlüğü).

“Bir bireyin, bir toplumsal kümenin ya da bir toplumun dirimbilimsel, toplumsal, ekinseel yaşamnı etkileyebilecek dış etmenlerin tümü” (BSTS/ Toplumbilim Terimleri 1975).

“Bir organizma ya da organizmanın bir parçası üzerine etki yapan dış etkenler topluluğu” (BSTS/ Zooloji Terimleri Sözlüğü 1963) olarak tanımlanmaktadır.

Çevre; insanların ve diğer canlıların yaşamları boyunca ilişkilerini sürdürdükleri ve karşılıklı olarak etkileşim içinde buldukları fiziki, biyolojik, sosyal, ekonomik ve kültürel ortamdır (Sanal 1, 2016: 2). Çevre, canlıların birbirleriyle ve cansız varlıklarla ilişkilerinin ve birbirleriyle ilişkili olmaları nedeniyle birbirlerine yaptıkları etkilerin toplamıdır (Yalçın, 2010: 5).

İnsan, hayvan ve bitkilerden oluşan canlılar ve bunlar dışında kalan cansızlar için çevre, ortak bir alandır. Ekoloji canlılara ait belirli organları ve bu organlardaki yaşam süresini değil, canlıların içinde buldukları ortamla olan karşılıklı ilişkilerini inceler (Feyzioğlu, 2011: 5).

Ekoloji genel olarak canlıların birbiriyle ve çevreleriyle olan ilişkilerini inceleyen bir bilim dalı şeklinde tanımlansa da günümüz dünyasında ekolojik krizin giderek artması sebebiyle tüm çevre sorunlarını inceleyen, eleştiren ve bunlara karşı çözüm yolları arayan bir hale gelmiştir. Çevre sorunlarıyla da ilgilenmesi sebebiyle genellikle çevrecilik kavramı ekoloji kavramı ile eş anlamlı gibi düşünülmektedir.

TDK Büyük Türkçe Sözlükte Çevrecilik; “Çevrecinin yaptığı iş”, Çevreci ise; “Çevre kirliliği sorunlarıyla uğraşan kimse veya topluluk” şeklinde tanımlanmaktadır. Görüldüğü gibi çevrecilik kavramı ekoloji kavramını karşılayamamakta ve çok kısıtlı bir bölümünü oluşturmaktadır.

Çevrecilik, temelde çevre problemleri ile uğraşmak anlamına gelmektedir. Yaşadığımız dünyada fiziki, biyolojik, sosyal, ekonomik ve kültürel anlamda gerçekleşen her şey insanların etrafında yani “çevre”sinde gerçekleşmiş demektir ve ilgi alanına dâhildir. Günümüzde ise, çevre ve çevre sorunları denildiğinde ilk akla gelen fiziki dünya ve bu fiziki dünyanın hava, su ve toprak temelli ortaya çıkmış

sorunlarıdır. Daha anlaşılır bir ifadeyle, çevre sorunlarına örnek “su kirliliği” iken; ekolojik sorunlara örnek “Tekstilde kullanılan zararlı boyar maddeler ve bunların kullanılmasına izin veren sistem, yönetim veya rejimler” olabilmektedir.

Buradan hareketle nasıl ki çevre ve ekoloji kavramları birbirinden ayrı anlamlar içermekte aynı şekilde çevrecilik ve ekolojik hareketler/ekolojizm de birbirinden ayrılmakta ve farklı şeyleri savunmaktadırlar. Çevrecilik kapitalist kökenli bir anlayışla hareket eder ve sorunları çözerken ekonomik getirileri önceler. Ekolojik hareketler ise insanı ve dünyayı önceleyen bir yaklaşımı savunur (Yalçın, 2010).

Ekoloji bir bilimden öte bir kavram olarak hem çevreciliğin alanını kapsar hem de insan, bitki, hayvan gibi canlı ve toprak, hava, su gibi her şeyle ilgilidir. Ekoloji; insan ve doğa, insan ve bitki, insan ve dünya gibi geniş açılımlar getirir ve tüm bunların birbirlerine karşı ilişkilerini inceler, eleştirir, tanımlar ve çözüm önerileri getirir.

Ekolojinin bu durumu maneviyatçı, düşünsel, felsefi, siyasi, ideolojik, sosyal ve ekonomik yönleri olduğunu göstermektedir. Hem teolojik hem de bazı insani doktrinleri temel alan Ekoloji, birtakım akımların, yaklaşımların ortaya çıkmasına sebep olmuştur.

Yaklaşık olarak son 3 yüzyıldır dünyanın siyasal, sosyal, bilimsel, ekonomik, düşünsel, psikolojik vb hemen her alanında söz sahibi olan Batı dünyası, 16-17. Yy. dan itibaren tüm geleneksel anlayışları terk ederek mekanist bir yaklaşımla dünyayı tanımladı. Ortaçağ düşünürlerinin geleneksel düşüncesinde; madde ve mana, iç ve dış, görünen ve görünmeyen, hakikat ve yansıma, doğa ve insan birbiri ile bağlantılı ve bir bütün olarak algılanmaktaydı. Ancak Descartes ve Newton’un keşifleri ve Bacon’un yorumlamaları ile başta Batı dünyasının ve ardından tüm dünya toplumlarının evrene, dünyaya, insana, doğaya ve maddeye bakışı değişti. Yeni mekanist evren anlayışı her şeyin temelinde maddeyi ve bilimi gördü. Şüphecilik temel felsefe kabul edildi. Artık bu yeni anlayışta insan her şeyin sahibi ve her şeyi kendi faydası için terbiye edebilir, değiştirebilir, dönüştürebilir ve sömürebilirdi.

İnsanın; gelenekle, kadim ilimlerle, mana, hakikat ve irfanla ilgisi yoktu. Evren canlı, organik olmaktan uzak sadece bir makineydi. Artık bilim ve bilgi evrene hükmetmek, doğayı ve hatta insan dışındaki her şeyi bir köle gibi kullanmak, sömürmek için vardı (Can, 2009: 101- 112).

İnsanın kutsal olanla, manayla, aşkın değerlerle, Tanrı ile kısaca bilimsel yöntemlerle kanıtlanamayan her şeyle irtibatının kesilmesi günümüz kapitalist, emperyalist, gayri insani sistemini ortaya çıkararak, insanın sürekli ve ihtiyacı olmadan tüketmesine, şüpheciliği ve korku kültürünü ön planda tutarak insanın insana güvenememesine, bencil bir anlayışla hareket edip bir değerini düşünmek gibi duyguların terk edilmesine, insanın sadece fiziki görünüşü, dış güzelliği ile değerlendirilerek hem moda ve kozmetik sektörünün geliştirilmesi hem de psikolojik yönünün ihmal edilmesi ile antidepresan ilaçlarla yaşayabilen uyuşturulmuş kendi sorunlarını bile çözemez hale gelmiş insan toplulukları oluşmasına; evrenin, doğanın hatta bazı insan topluluklarının bazıları için bir araç ve sömürülebilir olduğu gibi tamamen insaniyetten, hakikatten, doğrudan ve ilahi değerlerden uzak bir dünya görüşü ve anlayışına sebep olmuştur. Bu anlayışa göre insan, içinde yaşadığı evrenden kopuk, ayrı bir varlıktır.

Dünyanın içerisinde bulunduğu bu mevcut durumlara karşı bazı dernekler, kulüpler ve partiler kurulmuştur ve bazı hareketler, yaklaşımlar ortaya çıkmıştır (Yardımcı, 2006: 26-33);

- İngiltere’de kurulan Alpçilik Kulübü (1857), Açık Alanları Koruma Derneği(1865),Kraliyet Kuşları Koruma Derneği(1865), ve ABD’de kurulan Apalachian DağcılıkKulübü (1876), Portland Dağcılık Kulübü (1876), Ulusal Audubon Topluluğu (1885), Sierra Klüp (1892)
- 19.yy. ikinci yarısında Almanya’da ortaya çıkan, etnik merkezlik ve doğa mistizmini birleştiren “Völkisch Hareketi”
- Almanya’da, 1930’lardaki Völkisch’e benzer duyarlılıklara sahip “Wandervögel Hareketi”

- 1968 öğrenci hareketleri
- 1969 yılında, Greenpeace, 1971 yılında ise, Friends of Earth örgütleri
- 1973'te İngiltere'de kurulan Ekoloji Partisi
- 1983'te Almanya'da Yeşiller Partisi

Bu tarihlerden sonra artık yavaş yavaş devletler bazında çevre ve ekoloji konferansları düzenlenip, ekolojik krizin küresel ve evrensel bir boyutta olduğu ve bu krizin çözümü için önlemler alınması gerektiği kararına varılmıştır. Zaman içerisinde ekolojik krizden kaynaklı olarak bilinçli tüketiciler, düşünürler, yazarlar, siyasetçiler ve bazı dernek, kulüp gibi kesimler sürdürülebilirlik temelli bazı ekolojik yaklaşımlar/ hareketler ortaya çıkardı. Bunlardan bazıları; Derin ekoloji, Sosyal ekoloji, Ekofeminizm, Ekososyalizm, Ekomarksizm, Ekofaşizm, Ekosefe gibi hareketler/ yaklaşımlardır (Yalçın, 2006:14).

3.2. Sürdürülebilirlik

Mevcut dünya düzeni kaynakları hızla tüketmekte, doğayı yok etmekte ve birçok ekonomik, sosyal problem ortaya çıkarmaktadır. Sanayileşme, hızlı tüketim kültürü, hava, su ve toprakların bilinçsizce kullanılması, kaynakların sınırsızmış gibi kullanılıp atıkların doğaya terk edilmesi, giderek artan dünya nüfusu gibi birçok sorun dünyanın sürdürülebilirliğini tehdit etmektedir.

Doğanın hayat zinciri mahvedildiğinde ve insan sağlığı tehdit altına girdiğinde, doğanın korunması ve sürdürülebilirliği ön plana çıkmış oldu (Sayhan vd., 2013: 521). Bunların yanında bazı yanlış felsefi anlayışlar doğanın, insanın kölesi olduğunu insanogluna empoze etmiş ve insan yalnızca kendi ihtiyaçlarını karşılamak ve maddi kazançlarını artırmak adına doğayı isteyerek veya istemeyerek yok etmeye başlamıştır.

Bu durum ise karşımıza şu sonucu çıkarmıştır (Selamet, 2012: 126):

1. Doğanın kaynakları sınırsız değildir.

2. Doğa çöplerimizi yok edemiyor ve bu atıklar yaşadığımız sistem üzerinde geri döndürülmesi zor bozulmalara sebep oluyor.

3. Başka dünya yok.

Bu kötü gidişe bir şekilde müdahale edilip dünyanın ve insanoğlunun geleceği için bir şeyler yapma isteği toplumlarda çeşitli hareketler ortaya çıkarmıştır. Yeşil Hareketler, Sürdürülebilir Moda, Eko Moda, Yavaş Moda, Slow Design vb. hareket ve yaklaşımlar dünyanın içerisinde bulunduğu problemlere bir tepki olarak ve çözümler üretmek için ortaya çıkmıştır. Sürdürülebilirlik de bu hareketlerin temeli ve en önemlileri arasında bulunmaktadır.

Sürdürülebilirlik hareketi 1972 yılında İsveç'te gerçekleşen "United Nations Human Environment Conference"(Birleşmiş Milletler İnsan Çevresi Konferansı Deklarasyonu)'nda ortaya konan ilkelerden yola çıkmıştır (Aktaran: Cebeci, 2013: 151; Edwards, 2006: 4-8). 1987 yılında yayınlanan Brundlant Raporu'nda yer alan "Ortak Geleceğimiz" (Our Common Future) ile ünlenmeye başlamıştır (Cebeci, 2013: 151).

Sürdürülebilirlik hareketinden önceki çevreci yaklaşımlarda var olan ve bugünkü hareketin şekillenmesinde önemli rol oynayan 4 temel unsur vardır (Türkmen, 2009: 11);

1. İnsanoğlu ile doğa arasındaki spirüüel bağlarla ilgili bir bilinç oluşması,
2. Doğanın tüm parçalarının birbirleriyle olan biyolojik bağlantısı hakkında derinlemesine bir bilgi birikimi,
3. İnsanoğlunun çevreye verdiği ve vereceği potansiyel zararlarla ilgili kaygı oluşması,
4. Etik değerlerin tüm çevreci eylemler için gerekli olduğuna ilişkin güçlü bir taahhüt.

Sürdürülebilirlik devrimi açısından gelişmenin dönüm noktası ise, 1992 “Rio de Janeiro Dünya Zirvesi” ile ve bilgisayar ve internetin yaygınlaşması ile olmuştur. Rio zirvesi 182 dünya liderini bir araya getirmiş ve sürdürülebilirlik kavramını uluslararası sahneye taşımıştır. Sürdürülebilirlik devrimi A.B.D’ de ve Avrupa Birliği ülkelerinde ortaya çıkmış ve giderek gelişmekte olan ülkelere yayılmaktadır. Bu anlamda en yenilikçi projelerin gelişmekte olan ülkelere yapılmaktadır. Örneğin Tayland’da hayvan dışkısından elektrik üretimi için metan gazı stoklanması üzerine kurulmuş ulusal biogaz programı bu projelere örnektir (Cebeci, 2013: 151- 152). Sürdürülebilirlik, insan geçim ve refahını etkileyen, hem küresel hem de yerel olarak ekolojik, ekonomik ve sosyopolitik boyutları kesişen, karmaşık çevresel dinamikleri içerir (Joy vd., 2012: 274).

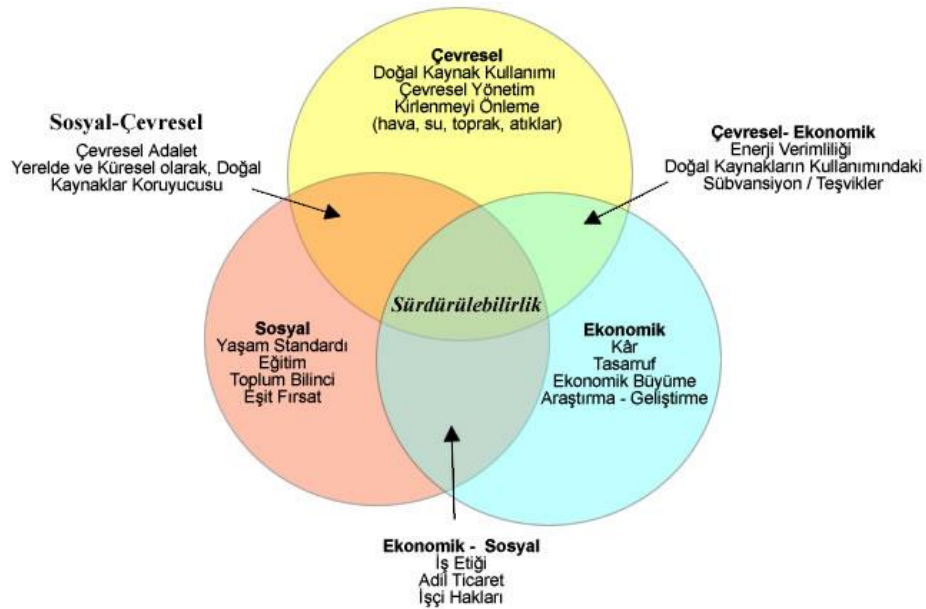
Sürdürülebilirlik, ekosistemdeki çeşitliliğin ve yenilenemez kaynakların gelecek nesillere aktarılabilmesi için bugünkü neslin yenilenemez kaynak kullanımını sınırlandırması ve ekosistem üzerindeki olumsuz etkilerinin sistemin kapasitesinin üzerine çıkmayacak düzeyde tutulmasıdır (Ercoşkun, 2007: 9).

Sürdürülebilirlik; çeşitlilik ve üretkenliğin devamlılığı sağlanırken, daimi olabilme yeteneğini korumak olarak tanımlanır. Doğanın, gelecek nesillerin ihtiyaçlarına cevap verme yeteneğini tehlikeye atmadan, günlük ihtiyaçları temin etmek ve kalkınmayı devam ettirmektir (Sanal 2, 2017: 1). Bir ekosistemin enerji ve maddeler anlamında dengeli bir girdi- çıktı sistemi varsa besinlerini kaybetmez (Sanal 3, 2017: 1). Sürdürülebilirlik, şimdi ve gelecekteki herkes için fayda vaat ediyor. Doğal sermaye (doğanın malları ve hizmetleri) bu vizyonun tek içeriği değildir. Fakat bu tip bir sermaye olmadan sürdürülebilirlik mümkün değildir. Sürdürülebilirlik, doğal sermayenin aşırı kullanımdan korunmasına bağlıdır. Aksi halde doğa artık toplumun temel hizmetlerini sağlayamayacaktır (Wackernagel, 2004: 2).

Sürdürülebilirlik konusu birçok farklı alanda ele alınıp yeniden değerlendirilebiliyor. Kentler açısından bakıldığında, gerek kentsel gerekse mimari düzeyde, küresel ekosistemlerin taşıma kapasitelerini aşmadan toplumların yaşam kalitesinin yükseltilmesi olarak ifade edilebilir. Sürdürülebilirlik için, ekolojik açıdan

incelendiğinde kaynaklara yönelirken, ekonomik açıdan bakıldığında sermayeye de değinilir. Michigan Üniversitesinden Doç. Campbell sürdürülebilirliği, bir sistemin kendini devam ettirmek için uzun vadeli yeniden üretimi olarak tanımlamaktadır (Sanal 4, 2017: 30).

Sürdürülebilirliğin çevre, sosyal ve ekonomik olmak üzere 3 temel ayağı bulunmaktadır (Mangır, 2016: 146). Sürdürülebilirliğin gerçekleşmesi için ekolojik, ekonomik ve sosyal/etik olmak üzere var olan bu üç boyutunun da sağlanması gerekmektedir. Sürdürülebilirlik kavramı birçok disiplinle ve alanla bağlantılı olduğu için tek bir tanım üzerinde anlaşma sağlanamamıştır.



Şekil- 1: Sürdürülebilirlik

Kaynak:<http://benkoltd.com/suyapo/surdurulebilirlik>

Ekolojik sürdürülebilirlik ile, doğanın ve çevrenin gelecek nesiller için korunması, toksik olmayan, fiziksel çevreye zarar vermeyen dönüştürülebilir kaynakların kullanılması; ekonomik sürdürülebilirlik ile hammadde, enerji ve insan gücü gibi ekonomik kaynakların ihtiyaç olduğu kadar kullanılması; sosyal sürdürülebilirlik ile insan hakları, işçi hakları göz önünde bulundurularak bireyin temel ihtiyaçlarının karşılanması amaçlanmaktadır (Aktaran: Gürcüm vd., 2012: 50; Sahni, 2010: 86).

Son dönemlerde, sürdürülebilirliği değerlendirebilmek için en objektif, toplu, tek boyutlu ve önyargısız göstergelerden olarak “Ekolojik Ayak İzi” kavramı önerildi. Ekolojik ayak izi dünya üzerinde insanın bıraktığı olumsuz etkileri somut delillerle sayısal verilerle ifade ettiği için toplumda bir farkındalık oluşturması açısından önemlidir (Bergh and Verbruggen, 1998: 1). Ekolojik ayak izi, küresel biyolojik kaynaklar üzerindeki insan talebini açıklayan bir göstergedir (Wiedman ve Barrett, 2010: 1646). Kavram pek çok bilim adamı ve politika yapıcı tarafından ve özellikle çevre kuruluşları tarafından herhangi bir eleştiri yapılmaksızın kabul edilmektedir (Berg ve Verbruggen, 1999: 25).

Tüm dünya ülkelerinde ekolojik ayak izi bulunmakta ve bu oranlar hızla artmaktadır. Herkesin dünya üzerinde bir etkisi vardır. Çünkü bir bireyden şehir ya da ülkelere kadar herkes doğanın ürün ve hizmetlerini tüketir. Tüm bunların ekolojik etkisi yaşamak için sahip oldukları doğadaki miktara karşılık gelmektedir. Ekolojik ayak izi alanı nüfus büyüklüğüne, maddi yaşam standartlarına, kullanılan teknoloji ve ekolojik verimliliğe bağlı olarak değişir (Wackernagel vd.,1999: 376, 377).

2007 yılında Türkiye’de kişi başına düşen tüketimin Ekolojik Ayak İzi 2,7 kha (küresel hektar) ile kişi başına küresel biyolojik kapasitenin %50 üzerindeydi. Diğer bir ifadeyle; dünyadaki herkes ortalama bir Türkiye vatandaşı kadar tüketmiş olsaydı yaklaşık 1,5 gezegene ihtiyacımız olacaktı (GHA, 2012: 6). Bunun yanında ilgili literatür incelendiğinde, insan kaynaklı iklim değişikliğinden kaynaklanan küresel atmosferik sıcaklığın iki veya daha fazla yükselmesi "tehlikeli iklim değişikliği" olarak kabul edilmektedir (Wiedman ve Barrett, 2010: 1653).

Ekolojik ayak izi; “Mevcut teknoloji ve kaynak yönetimiyle bir bireyin, topluluğun ya da faaliyetin tükettiği kaynakları üretmek ve yarattığı atığı bertaraf etmek için gereken biyolojik olarak verimli toprak ve su alanıdır. Ekolojik Ayak İzi “küresel hektar” (kha) ile ifade edilir. Buna altyapı ile atık karbondioksitin (CO₂)emilimini sağlayacak bitki örtüsü için gerekli alanlar da dâhildir (GHA, 2012:6). Bazı çalışmalarda ise ekolojik ayak izinin öncelikle toprak bozulması ile ilgili olması önerilmektedir. Böyle bir yaklaşım, insan arazisinin verimliliğinden bağımsız olarak ya da insanlara sağlayabileceği hizmetler dışında, tüm ekosistemler

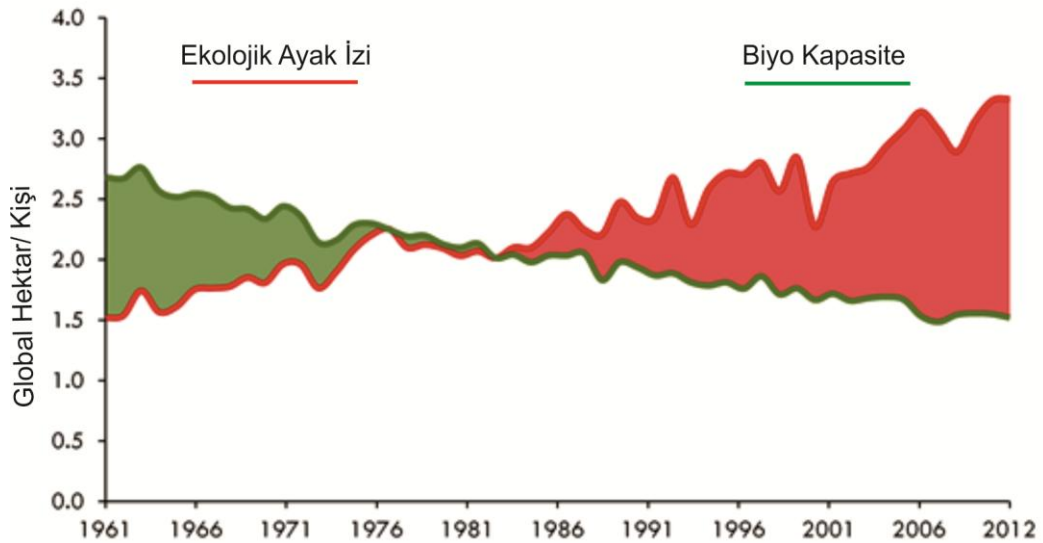
ve türler üzerindeki etkileri tanımladığı için, arazideki "iz" imgesini daha iyi yansıtabilecektir (Lenzen ve Murray, 2001: 231).

Ekolojik ayak izi hesaplamalarında, iki temel çerçeve belirlenmiştir (Akıllı vd., 2008: 6):

- 1) Tüketilen kaynakların ve üretilen atıkların izlenebilmesi
- 2) Gerekli olanların üretimi ve atıkların yok edilmesi için gereken biyolojik üretken alanın ölçülebilmesi şeklindedir.

Ekolojik ayak izinde ulusal ölçek hesaplama formülü şu şekildedir:

$$\text{Ekolojik Ayak İzi (ha)} = \text{Tüketim} \times \text{Üretim Alanı} \times \text{Nüfus}$$



Şekil-2: Türkiye'de Ekolojik Ayak İzi

Kaynak: <http://www.footprintnetwork.org/en/index.php/GFN/page/trends/turkey/>

Yukarıdaki şekilde, Türkiye'de 1961-2012 yılları arası kişi başı ekolojik ayak izi ve biyo-kapasite ölçümlerini göstermektedir. Şekil incelendiğinde 70'li yıllardan itibaren ekolojik ayak izi genellikle artış göstermiştir. 90'lu yıllardan sonra ise çok daha hızlı bir yükseliş görülmektedir. Bunun karşılığında ise biyo-kapasite giderek azalmaktadır.

Gerek yukarıdaki şekilde görüldüğü üzere gerekse birçok uluslar arası raporda, konferansta ve sempozyumda belirtildiği gibi ekolojik kriz giderek artmaktadır. Ekolojik ayak izi toplumların bilinçlenmesini sağlamak ve bu krizin durdurulması yönünde adımlar atılması için ortaya çıkarılmış önemli gelişmeler arasındadır.

Son yıllarda daha belirgin olarak hissedilen küresel iklim değişiklikleri, ozon deliği, asit yağmurları, toksik kimyasal maddeler ve zararlı atıklar, hava ve su kirliliği gibi çevre problemlerinin oluşumuna her sanayi dalı gibi tekstil sanayi de az veya çok olumsuz etkide bulunmaktadır (Özdoğan vd., 2007: 148). Yaşadığımız dünyada küresel iklim değişiklikleri, çevre kirliliğinin ve büyük doğa felaketlerinin artması, nüfusun ve sanayileşmenin artması ile kaynakların sınırsızmış gibi tüketilmesi, atık miktarındaki artış herkesi endişelendirmekte ve bu olumsuzluklara karşı önlem almaya zorlamaktadır.

Bilinçli tüketici, kirletilen çevreyi ve bozulan doğal dengeyi kurtarmak için üretilen, yenilen ve içilen kadar giyilen kıyafetlerin de çevreye zarar verip vermediğini sorgulamaya başlamıştır (Oral vd., 2012 :31). Bunun yanında devletler tarafından da bu sektörde faaliyet gösteren tüm şirketlerin uymak zorunda olduğu bazı standartlar belirlenmiştir. Tekstil ve hazır giyim sektöründeki firmaların ISO 9000 Kalite Yönetim Sistemi belgeleri, ISO 14000 Çevre Yönetim Sistemi ve OHSAS 18000 İş Sağlığı ve Güvenliği Yönetim Sistemi belgelerine sahip olmaları gerekmektedir. Bunun yanında ISO 9000 sisteminin dokümantasyon yapısı diğer ISO 14000, OHSAS 18000 gibi standartların temel yapısını oluşturduğundan, ISO 9000 sisteminin öncelikle firmada kurulması gerekir (Halkbank, 2010: 25). Avrupa Teknoloji Platformunun gerçekleştirdiği “Avrupa’da Tekstil Araştırmaları ve Yeniliğin Geleceğini Planlamak” başlıklı uluslar arası sempozyum da tekstilin geleceğine dair bir takım öngörülere varılmıştır (Sanal 5, 2013):

- AB ülkelerinin tekstil sektörünü geleceğe yönelik olarak araştırma ve yenilik alt yapısını güçlendirmek ve işbirliklerini artırmak suretiyle yeniden yapılandırma çalışmaları devam etmektedir. Bu yeni yapılanmada yaşam kalitesini arttırmayı ve çevresel sorunları çözmeyi hedeflemektedir.

- Bu programda nanoteknoloji, gelişmiş materyaller, mikro ve nano ve elektronikler, biyoteknoloji gibi gelişmiş üretim yöntemlerine aynı zamanda üretilen ürünlerin tekrar kullanılabilirliği üzerinde durulmuştur.
- Doğal kaynakların hızla tükenmekte olduğu ve bundan dolayı sürdürülebilir hammadde kullanımının ön plana çıkması gerekmektedir.
- 2030 yılında yeryüzünde daha iyi bir yaşam için tekstil materyalinin önemli bir rol oynayacağı düşünülmektedir. Gelecekteki tekstil sanayi açısından hammaddeler, üretim işlemleri ve iş modelleri anlamında sürdürülebilirlik ve geri dönüşüm öne çıkmaktadır.

3.3. Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe Ekolojik Yaklaşımlar

İnsanoğlunun en önemli ihtiyaçlarından biri olarak görülen giyim; geçmişin farklı yaşam şekillerini yansıtan, siyasi, ekonomik ve sosyo- kültürel şartlarına göre şekillenen, dönemin sanatsal yönlerini betimleyen bir araçtır (Şahin, 2009: 1).

Temel ve fizyolojik ihtiyaçlardan biri olan giyinme, vücudu iç ve dış etkenlerden koruma ve rahatlık sağlamanın yanında bireyin kendini topluma kabul ettirmesi ve beğeni kazanması açısından da önem taşımaktadır (Hançerlioğulları, 2009: 1).

Giyim, teknik bir süreç sonunda iki boyutlu bir tekstil yüzeyini üç boyutlu hale getirme işi iken moda, bu süreç sonunda ulaşılan giysilerin gündemde kalma süresi olarak karşımıza çıkmaktadır (Pamuk, 2009: 2).

Moda; Latince “modus” kelimesinden gelmektedir. Modus oluşmayan sınır anlamındadır. İngilizce karşılığı fashion’dur (Barbarosoğlu, 1995: 26). Modacı Piorret modayı; insanların bir süre önce beğenerek giydikleri bir giysiyi bir süre sonra gülünç bulacaklarını bildikleri halde vazgeçemedikleri bir salgın olarak vurgulamaktadır (İSO, 2010: 13). Moda, herhangi bir zamanda görülebilir olan ve zamanla bir sosyal sistem ya da topluluklarda değişen, maddi ya da maddi olmayan bir fenomende, kültürel olarak desteklenmiş bir anlatıdır (Ertürk, 2011: 6). Bir moda doğar, büyür, yaygınlaşır ve söner. Bir vakitler hayranlık duyulan, taklit edilen,

yükseltilen, yaygınlaştırılan şey günün birinde modası geçmiş olur (Waquet ve Laporte, 2011: 7). Psikologlar modaya bireysellik arayışı olarak, sosyologlar sınıflar arası rekabet ve giyim normlarına sosyal uyum gösterme olarak, ekonomistler kit olanın aranması olarak, estetikçiler sanatsal ve güzellik ideali olarak, tarihçiler tasarımdaki değişmelere evrimsel bir açıklama olarak yaklaşmışlardır (İSO, 2010: 29). Moda döngülerinde rol oynayan kişilerin davranışlarını yönlendiren motifler genellikle insanların sosyal, ekonomik, siyasi şartları ile toplumdaki pozisyonlarına bağlı olarak gelişen arzuları içine yerleşir (Atik, 2013: 837). Moda her yerdedir. Onu giyeriz, onu kullanırız, onun içerisinde sürükleniriz, ona bakarız, onu okuruz, onu dinleriz. Böylece moda ile nefes alırız (İSO, 2010: 32).

Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü üretim ve işgücü açısından dünyadaki en büyük ve en önemli endüstrilerden bir tanesini oluşturmaktadır. Bu sektör sadece 7 milyar insanın ikinci derisi olan giysileri değil aynı zamanda insanların üçüncü derisi olan evlerine de oldukça büyük katkıda bulunmaktadır (Özdoğan vd., 2007: 148).

Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü, sanayi devrimi sonrasında İngiltere’de bir sanayi kolu olarak ortaya çıkmıştır. 18. yüzyılın ikinci yarısında mekanik iplik eğirme yöntemleri geliştirilmiştir. İlk mekanik dokuma tezgâhının patentini İngiliz Edward Cartwright 1785’de almıştır. Üretim tekniklerindeki gelişmeye paralel tekstil üretimi gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Daha sonra moda endüstrisinin artan önemiyle Fransa, ABD ve İtalya’da bu sanayi gelişmiştir. 1830’da dikiş makinesi, 1900’lerde de sentetik elyafların geliştirilmesi, tekstil kimyası ve makinesi alanlarındaki çeşitli gelişmelerle sektör gelişmeye devam etmiştir (Halkbank, 2010: 15- 16).

Birleşmiş Milletler tarafından geliştirilen ve dünyada yaygın bir şekilde kullanılan Tüm Ekonomik Faaliyetlerin Uluslararası Standart Sanayi Sınıflaması (International Standard Industrial Classification – ISIC) üçüncü revizyonunda, Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü 17. ve 18. bölümlerde yer almaktadır (Halkbank, 2010: 3).

17	Tekstil ürünleri imalatı
171	Tekstil iplikçiliği, dokumacılığı ve aprelenmesi
1711	Tekstil elyafının hazırlanması ve iplik haline getirilmesi; tekstil dokumacılığı
1712	Dokumanın aprelenmesi
172	Diğer tekstil ürünleri imalatı
1721	Giyim eşyası dışındaki hazır tekstil ürünleri imalatı
1722	Halı ve kilim imalatı
1723	Halat, ip, sicim ve ağ imalatı
1729	Başka yerde sınıflandırılmamış tekstil ürünleri imalatı
173	Trikotaj (örme) ürünleri imalatı
1730	Trikotaj (örme) ürünleri imalatı
18	Giyim eşyası imalatı; kürkün işlenmesi ve boyanması
181	Kürk hariç, giyim eşyası imalatı
1810	Kürk hariç, giyim eşyası imalatı
182	Kürkün işlenmesi ve boyanması; kürk mamulleri imalatı
1820	Kürkün işlenmesi ve boyanması; kürk mamulleri imalatı

Şekil-3: Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü Faaliyet Alanları

Kaynak:(Halkbank, 2010: 3-4)

Dünyada tekstil ve hazır giyim sektörü son 40 yılda 60 kat büyüme göstermiştir. Sektörün üretim kapasitesinin talebin iki katından daha fazla olduğu tahmin edilmektedir (İAOSB, 2012: 5). Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) verilerine göre, dünya tekstil ve hazır giyim sektörü ihracatı 2010 yılında 2009 yılına göre %14,5 büyüyerek 526 milyar dolardan 602 milyar dolara yükselmiştir. Bu rakamın 251 milyar doları %19'luk büyüme ile tekstil sektörüne ait olup, 351 milyar doları %11'lik büyüme ile hazır giyim sektörüne aittir. İki sektörün 2010 yılında dünya mal ticaretindeki payı %4,1 olarak gerçekleşmiştir (BSTB, 2012: 12).

2012 yılında ise bir küçülme olduğu görülmektedir. Üç sektörde de (THD/ Tekstil- Hazır Giyim- Deri) dünya ihracatı 905 milyar dolar olarak gerçekleşerek bir önceki yıla göre %1,7 performans kaybetmiştir. Her üç sektörde dünya ticareti payı %5 olarak gerçekleşmektedir (BSTB, 2014: 21).

Son dönemde açıklanan veriler, küresel ekonominin durgunluk döneminden kısa sürede çıkabileceğini göstermektedir. Bu gelişmeler doğrultusunda başta ABD ve birçok Avrupa perakende firması stoklarını önemli ölçüde eritmekte ve yenilemektedirler (İSO, 2010: 16).

Dünyada son yıllarda yaşanan ekonomik gelişmelerin etkisiyle az gelişmiş ülkeler ve gelişmekte olan ülkeler hazır giyim üretiminin merkezi durumuna gelmiş ve gelişmiş ülkeler de bu ülkelerin pazarları olmaya başlamıştır (Ener ve Yelkikalan, 2004: 63).

Tekstil ve Hazır giyim sektörü ülkemiz içinde en önemli sektörlerdendir. Toplam olarak 60 milyar dolar cirosu, yaklaşık 29 milyar dolar ihracatı ve 1 milyon kişiye sağlamış olduğu (kayıtlı) istihdamla en önemli sektörlerden kabul edilir. Bu durum ile sektörler, küresel pazarda da bizi ön sıralara taşımaktadır (BSTB, 2014).

Hızla gelişen teknoloji günümüzde malların hızla eskimesine ve yerine yeni malların piyasaya sürülmesine neden olmaktadır. Ayrıca bir mal teknolojik olarak eskimese de psikolojik olarak eskiebilir ki bu durum modası geçmek olarak ifade edilir (Alagöz, 2009: 536).

Düşük fiyatlar tüketicide daha fazla satın alma alışkanlığı oluşturmuştur. Ana cadde mağazaları Sonbahar/ Kış, İlkbahar/ Yaz yılda 2 ürün stoku yaparken artık hemen her hafta ürünler değişmektedir. Yılda 2 sezon sunmak yerine, moda eğilimleri şimdi neredeyse hafta da bir yeni ürün sunmaktadır. Hızlı moda tüketicie 6 hafta önce podyumda görülen son moda ürünleri birinciyi, ikinciyi, üçüncüyü alabilecekleri fiyatlarla sunmaktadır (Sanal 6, 2017: 16-23). 2004'te Tungate tarafından yapılan bir çalışmaya göre; yılda ortalama 11.000 adet ürün seçeneği sunan Zara'nın ürün gamının yüzde 70'ini her 15 günde bir yenilediği ve üretim aşamasında günde 8.000 adet ürünün kesildiğini belirlenmiştir (Gürcüm ve Yüksel, 2012: 49).

Sektörde önde gelen ülkelere bakıldığında, Çin hem tekstilde hem de hazır giyimde en büyük üretici ve ihracatçı konumunu devam ettirmektedir. En büyük deri ürünleri ihracatçısı Çin ve İtalya liderliği birlikte yürütmektedir. Deri ürünlerinde en

büyük ithalatçılar büyük ihracatçı konumundaki AB ve ABD'dir. Ticaret hacmi bakımından en yoğun tekstil ve hazır giyim ticareti Asya ülkelerinde gerçekleşmektedir. Bunun en büyük sebebi halen ucuz işgücünün bu kıtada yer almasıdır (BSTB, 2014: 13).

Sektörün büyüklüğünün etkisi sadece ekonomik alanlarla sınırlı değildir. İnsan dünyaya geldiği ilk günden itibaren dünya ile sürekli olarak etkileşim içerisinde olmuştur. İnsan bu etkileşimde kendisine yaşam imkânı bulabilmek için sürekli olarak çevresini değiştirmektedir. Özellikle sanayi devriminden sonra hissedilirliği artan ve küreselleşmenin de etkisiyle önu alınamaz bir hal alan hızlı tüketim kültürü doğanın sınırlı kaynakları ve ekosistem üzerindeki etkiyi kat kat artırmıştır.

Küreselleşme ülke sınırları kalmaksızın ekonomik, sosyal, siyasal ve kültürel olarak tüm dünya ülkelerinin birbirlerini etkilemeleri anlamına gelmektedir. Burada karşımıza çıkan en önemli sonuç; teknolojinin her geçen gün biraz daha gelişmesi, kolay ulaşım ve medyanın da etkisiyle insanların yeme, içme, eğlenme ve giyim alışkanlıklarının tek türleşmesidir (Akyol, 2010: 187). Bu duruma maruz kalan toplumlar kendi kültürlerini kaybedip sürekli olarak kitle iletişim araçları ile kendilerine dayatılan popüler kültüre uyum sağlamak için amaçsız bir şekilde tüketme alışkanlığı kazanmaktadır. İnsanlık tarihinin ilk dönemlerinde korunma ve örtünme için kullanılan yani zaruri bir ürün olan giysi, hızlı dünya düzeni ile birlikte asıl kullanım amacından sıyrılıp siyasi, ekonomik, sosyal, ideolojik, psikolojik birçok anlamı ifade eden ve birçok amaca hizmet eden bir moda ürünü haline gelmiştir. Giysi modasının dolayısıyla Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün son yüzyılda yüklendiği anlamların bu kadar fazla olması sebebiyle üreticiler giyim eşyalarını kapitalist sistemin bir aracı olarak kullanmakta ve daha fazla tüketilmesini istemektedirler. Hızlı tüketim sebebiyle giderek artan enerji tüketimi, doğal kaynakların kullanımı ve atık sorunu sürdürülebilirlik açısından olumsuz etkiler oluşturmaktadır.

20. yüzyılın özellikle ikinci yarısından itibaren yaşanan hızlı nüfus artışı ve sanayileşme ile ortaya çıkan çevre sorunları ciddi tehditler oluşturmuştur. Atıkların artması, doğal kaynakların tükenmesi, doğal ortamın yok olması, ozon tabakasının

incelmesi ve iklim değişikliği bu tehlikelerden bazılarıdır. Çevresel etkilerin yasal uygulamalardan ziyade piyasa kuvvetleri ile kontrol edilmesi ihtiyacını da beraberinde getirmiştir (Halkbank, 2010: 39). Ekolojik denge bozulmaya başlamıştır. Modern insan daha çok tüketmekte ve kullanılan ürünler henüz işlevini tamamlamadan atık haline gelmektedir. Ayrıca üretim esnasında da çok çeşitli atıklar oluşmaktadır. Ekolojik dengenin bozulmasına neden olan atıklar arasında tekstil ürünlerinin azımsanmayacak seviyede olduğu bilinmektedir. ABD’de başlayan tüm dünyada yaygınlaşan çevre hareketi tekstil sanayisini de etkilemiştir. Bunun sonucu olarak “tekstil ekolojisi” kavramı ortaya çıkmıştır.

Tekstil ekolojisi, tekstil üretiminde ekoloji, insan ekolojisi ve atık ekolojisini kapsamakta olup, elyaf üretiminden başlayarak giysi elde edilinceye kadar olan tüm üretim aşamalarında çevreye ve insanlara zarar verilmemesi amacına yöneliktir (Kurtoğlu ve Şenol, 2004; 26). Ekolojik tekstil veya eko tekstil ifadesi elyaf halinden bitmiş halde ürün oluncaya kadar ki tüm işlem basamaklarında çevre gözetilerek üretilmiş, kullanım aşamasında kullanıcıya zarar vermeyen ve kullanıldıktan sonra atılacak olan ürünün tekrar geriye kazanılır olmasıdır (İTKİB, 2005: 1).

Tekstilde ekoloji yaklaşımına göre; üretimler ekolojik etik çerçevesinde yapılmalı, ürünler insan sağlığı açısından zararlı olmamalı ve ömrünü tamamlayıp atık haline gelen ürünler sürdürülebilirlik felsefesine uygun olarak değerlendirilmelidir. Tekstil sektöründe sürdürülebilirliği, ekolojiyi tehdit eden en önemli sorunların başında “atık” meselesi gelmektedir (Can ve Ayvaz, 2017: 114).

İşlevini yerine getiren her malzeme atık olarak kabul edilir. Atık ekolojisi kavramı ise kullanımı sona eren tekstil ürünlerinin zararlı maddeler yaymaksızın yok edilmesi esaslarına dayandırılmıştır. Eskiyip çöpe atılan tekstil ürünlerinin, yakılarak, çürümeye bırakılarak, depolanarak veya başka bir şekilde yok edilirken çevreye ve insanlara zarar vermemesi şarttır. Bu alanda en önemli çözüm “recycling”dir. Yani eskiyen tekstil ürünlerinin liflerinin tekrar kullanılmasıdır (İTKİB, 2005, 4). Atıkların değerlendirme yolları gömme, yakma, gazlaştırma ve piroliz yöntemleridir. Geri dönüşüm için ise en önemli değerlendirme metodu piroliz yöntemidir (Üçgül

vd., 2014: 41). Bunun dışında atıkların dişlilerle parçalanıp, taranıp tekrar elyaf haline getirilmesi işlemi de geri dönüşüm açısından oldukça kazançlı bir yöntemdir.

80'lerin sonu ve 90'ların başında bazı tekstiller, boyarmaddeler ve bitim işlemi maddeleri sağlığa zararlı maddeler olarak kabul edilmeye başlamıştır. Medyanın bu tür yayınları ve insanların gittikçe artan bilgi talebi üzerine çevre dostu tekstiller moda haline gelmiştir. Sonuç olarak, eko tekstil ürünlerine olan talep bugünkü seviyeye ulaşmıştır (Özdoğan vd., 2007: 148). Ekoloji konusu tüm yönleri ile üzerinde durulması gereken bir durumdadır. Yüzyıllar boyunca, bir tarafta "ekonomi" ve "kalkınma", diğer tarafta "doğanın korunması" ve "ekoloji" olarak adlandırılan şeylerin arasında genellikle örtük bir tartışma hakim olmuştur (Colby, 1990: 6). Ancak nihayet tüm bunlar karşısında özellikle son dönemlerde Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe çevresel sürdürülebilirlik konuları önem kazanmaktadır. Birincil uygulamalar, zararlı kimyasalların çevre dostu maddelerle değiştirilmesi ve giyim eşyalarının geri dönüştürülmesiyle atık ve kaynak tüketiminin azaltılmasını içerir (Jung ve Jin, 2014: 510).

Tekstil sektöründe "ekoloji" uygulamaları ile birlikte "geri dönüşüm" kavramı da etkili olmaya başlamıştır 1990'ların başında bu yaklaşımlara toplam kalite yaklaşımı ve son dönemde de "temiz üretim" yaklaşımı eklenmiştir. Toplam kalite yaklaşımı, atıkların azaltılması, enerji verimliliği ve malzemelerin yeniden kullanılması ve geri kazanımı alanlarında yeni olanaklar yaratmayı içerir (Yücel ve Ekmekçiler, 2008: 322).

Temiz üretim (Sanal 7, 2017: 27);

- Hammadde, enerji ve doğal kaynakları daha az kullanmayı,
- Yeniden kullanım ve geri dönüşümü artırmayı,
- Daha az atık oluşturmayı,
- Tehlikeli atık miktarını azaltmayı amaçlayan, çevresel fayda yanında ekonomik getirileri de olan bir üretim stratejisidir.

Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP) tarafından yapılan tanımlamaya göre temiz üretim; “toplam etkinliği artırmak, insan ve çevre üzerindeki riskleri azaltmak için entegre ve önleyici bir çevre stratejisinin proseslere, ürünlere ve hizmetlere sürekli olarak uygulanması” şeklindedir (Butekom, 2014: 23). Temiz üretim atık oluşumunu kaynağında önleyerek ya da azaltarak üretimden kaynaklanan çevresel etkileri en aza indirme amacı taşır.

Temiz üretim; bir ürünün üretiminde kullanılan hammaddelerin elde edilmesinden başlayarak üretim, dağıtım, tüketici tarafından kullanım ve kullanım sonrası ortaya çıkan atıkların bertarafını kapsayan ürün yaşam döngüsünün tüm aşamalarında ortaya çıkan çevresel etkileri ve insan sağlığına yönelik riskleri azaltmak amacıyla uygulanan bir üretim stratejisidir (BSTB/ Temiz Bilgi Platformu, 2017: 1).

Temiz üretimi; üretim süreçlerine dayalı, ürünlere dayalı ve hizmete dayalı temiz üretim olarak değerlendirilebilir (Yücel ve Ekmekçiler, 2008: 325).;

1. Üretim süreçlerine dayalı temiz üretim: Kaynakların (Hammadde, su ve enerjinin) etkin kullanımı, kirlilik yaratacak hammaddelerin (toksik ve tehlikeli hammaddelerin) kullanılmaması ve bütün atıkların miktar ve kirlilik oranlarının üretim süreci esnasında azaltılmasıdır.

2. Ürünlere dayalı temiz üretim: Ürünün hammaddeden son kullanımına kadar ki yaşam süresi boyunca çevreye olan olumsuz etkilerini azaltmaktır.

3. Hizmete dayalı temiz üretim: Ürünün yaşam süresi boyunca sağlanan hizmetlerin olumsuz çevresel etkisini azaltmaktadır.

3.4. Sürdürülebilir Moda Tasarımı

Bütün sektörlerde son derece önemli olan sürdürülebilirlik, Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü için de oldukça önemlidir. İnsanın adeta ikinci derisi olan giysileri üreten bu sektörde üretilen ürünlerin doğal liflerle üretilmesi, ömrünün daha uzun olması ve geri dönüşümünün sağlanabilmesi doğal kaynakların hızla tükendiği ve dünyamızın ekolojik açıdan giderek yaşanamaz bir hale geldiği şu an ki süreçte ihmal edilemez bir durumdadır.

Sektörde; hem üretimde çalışan işçilerin çalışma şartları ve üretimde kullanılan kimyasal maddeler ile ilgili sorunlar hem de moda sektörü özelinde yaşanan kültürel, sosyal, ekonomik ve ekolojik problemler her geçen gün artmaktadır.

Moda kavramı sadece giyimle sınırlı tutulamaz. Belli bir tarz müzik dinlemek, belirli tatil beldelerinde tatil yapmak, belli diyetleri uygulamak veya belirli bir marka telefonu kullanmak modalara örnek olarak sayılabilir. Ancak giyim, modanın çıkış noktasını oluşturmaktadır (Akyol, 2010: 188).

Günümüzde moda terimi genellikle giysi sunumundaki yeniliği ve daha genel olarak giysi yaratıcılığını, kreasyonu ve tekstil dünyasını belirtmektedir (Waquet ve Laporte, 2011:8).

Giysilerin bir moda aracı ve modanın da günümüzdeki duruma gelmesinde hızlı dünya sisteminin etkisi büyüktür. Hızlı dünya sisteminden bütün sektörler olduğu gibi elbette moda sektörü de etkilenmiştir.

Hızlı modanın kaynaklı çevresel atıklar, adaletsiz ticaret, kalitesiz ve sağlıksız giysiler, etik ve ekolojik olmayan üretimler bilinçli tüketicilerin tepkisini çekmektedir. Hızlı dünya sistemi ile evde yenen yemeklerin yerini dışarıda yenen ucuz ancak kısa zamanda ihtiyacı gideren yemekler aldı. Bu yemeklerin besin değerleri ve kalitelerine dair modern insan bir sorgulama ihtiyacı hissetmedi ve Fast Food hayatımızda yerini aldı. İşte Fast Fashion 'da böyle bir şeydir. Yani hızla tüketilen, kalitesi konusunda beklentilerin çok yüksek olmadığı az para ile moda ihtiyacını gideren yani fast food gibi bir alışkanlıktır (İSO, 2010: 30-33). Ucuz moda “kullanılıp atılabilen” moda demektir ve daha fazla tüketimi körükleyerek bir kısır döngü oluşturur. Hızlı moda, giysi üreticileri ve tedarikçilerine daha kısa sürede daha fazla ürün konusunda baskı yapar ve üretim zincirindeki çalışanlar üzerinde olumsuz etkilere yol açar (Cebeci, 2013: 162). Bununla birlikte, düşük maliyetli ucuz tekstil ve giyim üretimi tüm ülkelerde kötü bir şöhret kazandı ve bu yavaş yavaş tüketicilerin tutumlarını değiştiriyor (Niinimäki, 2009: 125).

Günümüz hızlı modası insana ve toplumlara maddi ve manevi zararlar vermektedir. Hızlı moda bir alternatif olan ve insanı, doğayı merkeze alan yavaş

moda akımı birçok araştırmacı veya uzman tarafından faydalı bulunmakta ve desteklenmektedir (Yıldız ve Ayvaz, 2018: 50).

Moda ve özellikle hızlı moda sınıf tabakalaşmasını pekiştirerek toplumdaki sınıf ayrımına vurgu yapar. Zenginlik ve sağlığın ya da tam aksinin göstergesi olarak hareket eder. Marka sahipliği veya ürün etiketleri toplum içinde sosyo-ekonomik sınıflar arasında ayrım yapan işaretler gibidir. Örneğin yüksek sınıfa sahip insanlar zenginliklerini ve sosyal konumlarını belli etmek için yüksek modayı ya da son çıkan ürünleri kullanırlarken düşük sınıftaki insanlar herkesin kullandığı ürünleri ve sokak modasını kullanırlar (Sanal, 2017: 12).

Hızlı yaşam kaynaklı oluşan çevresel, ekonomik, sosyal, kültürel ve psikolojik sorunlara karşı “hayata yavaş” akımı savunulmaya başlanmıştır.

“Hayata Yavaş” hareketi hızlı ve modern hayatı eleştiren ve hayatın farklı alanlarında yeme-içme biçimi, giyinme alışkanlıkları, insanlar arasındaki ilişkiler gibi hızlı tüketimi eleştiren bir harekettir. Hareketin felsefesi yaşamın çeşitli alanlarında uygulanmış ve bunun sonucunda Yavaş Tasarım (Slow Design), Yavaş Moda (Slow Fashion), Yavaş Yemek, Yavaş Ebeveynlik, Yavaş Kent, Yavaş Mimari, Yavaş Okuma gibi alt türleri ortaya çıkmıştır (Alpat, 2012: 45).

Yavaş moda akımının asıl kaynak noktasını, 1989 yılında Fast Food ve hızlı yaşam tarzına, yerel geleneklerin yok oluşuna ve insanların ne yediklerine, yedikleri yemeğin nereden geldiğine, tadının nasıl olduğuna ve yaptıkları yemek tercihlerinin dünyanın kalanını nasıl etkilediğine dair ilgilerinin azalmasına karşı Carlo Petrini tarafından kurulmuş bir hareket olan Slow Food hareketi oluşturmaktadır (Sanal 8, 2015: 1). Bazı araştırmalara göre gıda için alışveriş yaparken sürdürülebilir ürünler sıklıkla aranmaktadır. Ancak adil ticaret ve organik giysiler, başlıca perakendecilerle buluşmadığı gibi moda tüketimine de transfer edilememiştir (Ritch, 2014: 25).

Moda kavramı günümüzde insanın olduğu tüm alanlarda kendini gösteren ve geniş kitleleri etkileyebilen bir hareket haline gelmiş durumdadır. İnsanın en temel ihtiyaçlarından olan giyim ürünlerini kaynağı olan, moda ve tekstil-hazır giyim

sektörü, insan için böylesi önemli bir görevi yerine getirirken maalesef çok daha büyük zararları yine insana ve doğaya vermektedir.

Hem üretim sırasında kullanılan malzemeler ve hammaddeler insan sağlığı için zararlı olmakta hemde kaynakların sınırsızmış gibi harcanıyor olması dünyanın sınırlı kaynaklarını tüketmekte ve sonrasında bu ürünlerin doğaya çöp olarak terk edilmesi ile ekosistem ciddi zararlar görmektedir. Bunun yanında sektörde çalışan insanların maddi ve manevi olarak bir sömürü haline getirilmiş olması da araştırmacılar tarafından ortaya konulmuş bir gerçektir. Ayrıca tüketicilerin satın aldıkları ürünleri henüz kullanım ömrünü tamamlamadan çöp olarak atıyor olması da çok büyük tehlikeler doğurmaktadır. Hem bireylerin hem de devletlerin bütçeleri bu durumlardan zarar görmektedir. Yavaş moda bu ve benzeri olumsuz durumlara bir tepki olarak doğmuş ve gelişmiştir.

Yavaş moda hareketi tüketicilerin giydikleri giysinin kökeni ve materyali hakkında düşünmelerini sağlamayı amaçlamaktadır. Yavaş moda, neyi satın aldığımızı, ürünü kimin ürettiğini ve bu bilgilerin ürünün kalitesini nasıl etkilediğini sorgulayarak sosyal bir sorumluluk oluşturmaktadır. Günümüzdeki moda akımları ve hızlı üretime karşı doğmuş bir hareket olan yavaş modanın temel felsefesi, uzun süre giyilebilecek, kalitesi yüksek ve modası geçmeyecek ürünler üretmektir. Bu üretim ise, yerel kaynaklar, yerel moda tarzları ve doğal malzemelerle yapılmalıdır (Alpat, 2012: 44- 46).

Tekstil ve giyim endüstrisinde mevcut sistem; sürekli üretimi, yeni müşteri ihtiyaçlarını ve yeni ürünleri amaçlayan moda akımlarının hızlı döngüsüne dayanır. Ürünlerin ömürleri kısalmakta ve şirketler ürünlerinin daha yüksek bir hızda değiştirilmesini istemektedirler (Niinimäki ve Hassi, 2011: 1878).

Yavaş moda yavaş üretim ve tüketimi kapsar (Jung ve Jin, 2014: 510). Tekstil üretim ve tüketimini azaltarak sisteme daha az hammadde girişini sağlamak, ekolojik döngü üzerindeki baskıyı azaltırken, üretiminde doğa döngüsü ile daha uyumlu bir ritimde olmasını sağlayabilir. Kültürel ve sosyal çeşitliliğin devamlılığını savunan yavaş moda anlayışı etik ve insani değerlere üretim ve tüketim aşamasında önem verir (Sanal 9, 2017: 2). Yavaş moda büyük bir özenle ve yerel zanaata duyarlı

olarak üretilmiş uzun ömürlü, sürekliliği olan, otantik ve çevreye duyarlı ürünlerle daha insani ve etik bir geleceği savunur ve destekler (Sanal 10, 2017:1).

Sürdürülebilirliği destekleyen sivil toplum kuruluşu Earth Pledge'nin verilerine göre; bugün hammaddeleri tekstil ürünlerine dönüştürmek için sekiz binden fazla kimyasal madde kullanılırken, böcek ve tarım ilaçlarının %25'i organik olmayan pamuk üretimi için kullanılmaktadır. Bu şekilde üretilmiş bir ürün doğaya zarar vermekle kalmayıp insan sağlığına da ciddi zararlar vermektedir (Sanal 11, 2017: 1). Hazır giyim ürünlerinde tercih edilen Polyester, elastan, likra gibi sentetik liflerin üretimi de çevre kirliliğine neden olmaktadır ve bu liflerin doğada yok olması 30- 40 yıl sürmektedir (Aktaran; Gürcüm ve Yüksel, 2012: 49; Fletcher, 2008).

Üretimlerde çok çeşitli ve yüksek oranlarda hammadde, malzeme, ürün kullanılması sınırlı kaynakların daha hızlı tüketilmesine sebep olmaktadır. Tekstil sektöründe üretim sırasında kullanılan malzemeler insana sağlığına zararsız, doğaya uyumlu ve geri dönüşümü mümkün olan malzemelerden seçilmelidir. İnsana ve doğaya ait kaynakların idareli bir şekilde kullanılması ve doğaya bırakılan malzemelerin zararsız olması gelecek nesiller için elzem noktadadır.

Üretim ve tüketim arasındaki ilişkilerde; sürdürülebilir gelişmeyi sağlamak, tüketicinin ihtiyaçlarını karşılamak ve daha sürdürülebilir yollar bulmak için üretici, tüketici ve tasarımcılar arasında yeni radikal bir zihniyete ihtiyaç vardır (Niinimäki ve Hassi, 2011: 1876). Bu bağlamda, sürdürülebilir moda Black'e göre; dayanım ve klasik tasarım yoluyla ürün ömrünü artırmak, suni ve sentetik lif kullanımını tamamen bırakmak ya da çok düşük seviyelere çekmek, geri dönüşümlü ve doğada çözünebilir materyaller kullanmak, yeni tasarım ve üretim süreçleri ortaya koymak daha az ama daha akıllı giysiler tasarlamak, sürdürülebilir tarımı teşvik etmek ve moda endüstrisinin etiklerine hitap etmek gibi konuları kapsamaktadır (Aktaran; Gürcüm vd., 2012: 50; Black, 2008). Sürdürülebilir moda, geri dönüştürülmüş materyallerin ve biyolojik olarak parçalanabilir liflerin kullanımını teşvik eder (Shen vd., 2013: 135). Moda, temelde sürekli olarak ve hızlı değişen eğilimlerle ilgiliyken sürdürülebilirlik "uzun sürmek" anlamına gelmektedir. Sürdürülebilir moda ilgi

çekici olmayı, modağa bağlı kalmayı, tüketim çılgınlığını reddetmektedir (Gürcüm ve Yüksel, 2012: 50).

Tekstil ve modada sürdürülebilirlik 4 başlıkta özetlenebilir (Aktaran; Ayanoğlu ve Ağaç, 2017: 256; Fletcher, 2008).:

1. Elyaftan kumaşa kadarki tasarım süreçlerinde kullanılacak tüm malzemelerin bilincinde olmak, uzun süreli kullanım imkânı olan, ekosisteme zararlı olmayan ve geri dönüşümü mümkün olan malzemelerin kullanılması,

2. Üretimde rol oynayan çalışanların haklarından atıkların yol açtığı hava ve su kirliliği gibi birçok etik kaygı,

3. Kıyafetlerin üretimi dışında yıkanması, kolay yıpranması gibi durumların yol açtığı ekonomik kayıplar, giyim süresinin kısalmasını engelleyebilecek akıllı kumaş fikirleri veya kullanım önerileri,

4. Kıyafetlerin yeniden ve uzun süreli kullanımı, değişimi, daha önceden var olan tekstil malzemeleriyle yeni ürünlerin yaratılması, modüler tasarımlar, kumaşta fire vermeyen yeni kalıp fikirleri geliştirmek veya fire veren parçaları başka alanlarda değerlendirmek gibi tüm bu maddeler sürdürülebilir modanın oldukça kapsayıcı bir kavram olduğunu göstermektedir.

Sürdürülebilir moda da amaç, süresiz olarak devam ettirilebilir sistemler oluşturmak ve çevrecilik ile sosyal sorumluluk ilkelerine uygun hareket etmektir. Sürdürülebilir moda aynı zamanda sürdürülebilir tasarım kavramının bir alt kümesi olarak da konumlandırılabilir. Bu anlayışa göre yapılan bir tasarım ise, çevresel etkiler ve karbon ayak izi hesaplanıp doğaya en az zarar verilerek yapılabilir (Sanal 13, 2017).

Sürdürülebilir moda tasarımında başlıklar arasında kesin ve net ayrımlar yapmak mümkün olmasa da genel bir sınıflandırma yapılmak istendiğinde; “malzeme odaklı tasarım, kalıp odaklı tasarım ve modüler tasarım” şeklinde 3 farklı başlık oluşturulabilir (Ayanoğlu ve Ağaç, 2017: 257).

Genel anlamda sürdürülebilir tasarım, eko tasarım; daha iyi ürün tasarımı ile tüm yaşam döngüsü boyunca çevresel etkilerin azaltılmasıdır. Eko-tasarım, bir ürünün tasarlanma aşamasından başlayarak, tüm aşamalarının çevreye duyarlı olarak tasarlanmasını savunan bir yaklaşımdır. Ürünlerin doğaya daha duyarlı olması, kaynakların en etkin biçimde kullanılması ve geri dönüşümün teşvik edilmesini kapsar (Sanal 12, 2017: 1).

Eko materyal, etik üretim ve eko yeterlilik son yılların tekstil sanayisinde popüler olmaktadır. Dahası 21. yüzyılın başlarında moda ürünlerinin tasarımında birçok tasarımcı “yeniden kullanma ve yeniden tasarlama” konseptlerini kullandılar (Niinimäki ve Hassi, 2011: 1878).

Eko moda; gereğinden fazla yapılan tekstil üretiminin doğaya, çevreye ve ekonomik kaynaklara verdiği zararı engellemeyi hedefleyen; sosyal boyutta ise, endüstride çalışanların uygun ve elverişli koşullarda çalıştırılmasını destekleyen bir akımdır (Gürcüm ve Yüksel, 2012: 50).

Eko moda da; Pamuk, yün, ipek, keten, soya, bambu gibi ekolojik liflerin kullanılması, üretim süreçlerinde organik tarımın desteklenmesi, tekstil proseslerinde eko sertifikasyonuna önem verilmesi, üretim süreçlerinde insan sağlığına ve insan haysiyetine uygun tasarlanmış süreçlerin, şartların düzenlenmesi ve sertifikalı tedarikçilerin seçilmesini kapsamaktadır (Gürcüm ve Yüksel, 2012: 50). Eko modanın bir eğilimi olarak, dünya çapındaki sosyal kurumlar moda endüstrisindeki toplumsal meseleleri kapsamlı bir şekilde düşünmeye odaklandı. Eko moda, sağlıklı ve çevre dostu giysiler olarak algılanmalıdır (Yanmi, 2012: 21).

Chanel, Alexander McQueen, Marc Jacobs, Banana Republic, Levi's gibi ünlü markalar eko moda destek vermektedir (Sanal 14, 2017). “The National Association of Sustainable Fashion Designers” gibi dernekler moda sektöründeki girişimcilere sürdürülebilir ve çevreci moda alanlarında yol göstermektedirler (Sanal 15, 2017).

3.5. Kullanılmış Giysilerde Geri Dönüşüm Yeniden Kullanım Geri Kazanım

20. yüzyılın başlarına kadar yaygın bir şekilde kullanılan depolama yaklaşımı çevre sağlığı ve koku problemleri sebebiyle giderek terk edilmiş ve düzenli depolama ve yakma yöntemlerine geçilmiştir. Özellikle 70'li yıllarda enerji ve hammadde sıkıntısının yaşanması ile birlikte yeni enerji kaynaklarına ve hammadde tasarrufuna ihtiyaç duyulmuştur (Çelik, 2011: 24).

Günümüzde birçok insanın günlük faaliyetlerinden endüstriyel atıklar ortaya çıkmaktadır. Bazı kalıntılar endüstriyel alanda yeniden kullanılmaktadır. Tekstil sektöründe de geri dönüşüm faaliyetleri oldukça yaygınlaşmıştır (Ye, Azevedo vd., 2004: 2072). Dünyanın sahip olduğu kaynakların sınırlı olduğu ve bir gün tükeneceğinin farkına varılması ile yeni enerji kaynaklarına ve kullanılan tüm malzemelerin, ürünlerin geri dönüşümüne yönelme başlamıştır. Bu alanda kullanılan ortak kavram “geri dönüşüm” ve bileşenleri olan “yeniden kullanım geri kazanım” şeklinde olmuştur. Geri dönüşüm; tekrar işlenebilir özellikli atıkların, fiziksel ve kimyasal işlemlerden geçirildikten sonra ikincil hammadde olarak üretim sürecine sokulmasıdır (Özgen, 2005: 34).

Geri dönüşüm; cam, plastik, kâğıt, beton, pil, giyim eşyası, elektronik malzemeler gibi ömrünü tamamlayarak katı atık haline gelen ürünlerin yeniden değerlendirilebilmesi için farklı geri dönüşüm yöntemleri ile tekrar üretim sürecine dâhil edilebilmesi ya da yalnızca temizleme işlemi ile tekrar kullanılabilir hale getirilmesi olarak tanımlanabilir (Sanal 16, 2015: 1). Genel olarak tüm katı atıkların değerlendirilmesi için kullanılan “geri dönüşüm (recycle)” kavramını daha iyi anlamak için diğer bileşenleri olan “geri kazanım” ve “yeniden kullanım” kavramlarının da üzerinde durmak gerekir.

Yeniden kullanım; atıkların temizleme dışında hiçbir işleme tabi tutulmadan aynı şekliyle defalarca kullanılması anlamına gelir. Geri kazanım (recovery); atıkların özelliklerinden yararlanılarak içindeki bileşenlerin başka ürünlere ve enerjiye çevrilmesi şeklinde tanımlanmaktadır. Bir başka ifadeyle, tekrara kullanım, geri dönüşüm ve enerji üretimi yoluyla kullanım dışı kalmış atığın geri

kazanılmasıdır (Sayıştay Başkanlığı, 2007: 76). Geri kazanım; toplama, tamir, yükleme ve dağıtım gibi birden çok bileşenden oluşan bir kavramdır.



Şekil- 4: Reuse/Yeniden Kullanım, Reduce/Azalma, Recycle/Geri Dönüşüm
Kaynak: <http://letsgogreenbyrossyamhadidec5a.blogspot.com.tr/2015/08/3rconcept.html>.



Şekil 5- : Reuse/Yeniden Kullanım, Reduce/Azalma, Recycle/Geri Dönüşüm-2
Kaynak: <http://letsgogreenbyrossyamhadidec5a.blogspot.com.tr/2015/08/3rconcept.html>.

Geri dönüşümde çevreciliğin temel ilkelerinden sayılan “3R” kavramı, Brennan’a göre, sürdürülebilir bir dünya yaratılabilmesi için önem taşımaktadır. Malzemenin tüketimini azaltmak “Reducing”, yeniden kullanmak “Reusing”, değerlendirilebilir nitelikli atıkları geri dönüştürerek “Recycling” doğal kaynakların

verimli olarak kullanılabilmesi sağlanabilir (Aktaran: Salur, 2014: 30-31; Brennan, 2012: 1).

Geri kazanımda; kaynak koruma, çevre koruma ve enerji koruma şeklinde üç temel hedef bulunmaktadır. Geri kazanımdaki avantajlar; geri kazanılan malzeme ekonomiye katkı sağlamakta ve taşınacak, imha edilecek malzeme azalmış olmaktadır. Depolama sahasının kullanım ömrü uzamakta, sanayi için gerekli hammaddenin bir kısmı sağlanmış ve çevre kaynakları korunmuş olur. Bu yöntemin dezavantajları ise; geri kazanım maliyeti ve geri kazanılan malzemenin ilk baştaki kadar temiz, kaliteli olmamasıdır (Atmaca, 2004: 25).

Tekstil ve Hazır giyim sektörü “Avrupa Topluluğu’nda Ekonomik Faaliyetlerin İstatistikî Sınıflaması” (NACE) sisteminde 13. bölümde yer alarak sınıflandırılmıştır (İAOSB, 2012:1):

- Tekstil ürünlerinin imalatı;
 - Tekstil elyafının hazırlanması ve bükülmesi,
 - Dokuma,
 - Tekstil ürünlerinin bitirilmesi,
 - Diğer tekstil ürünlerinin imalatı.
- Giyim eşyalarının imalatı;
 - Kürk hariç, giyim eşyası imalatı,
 - Kürkten eşya imalatı,
 - Örme (trikotaj) ve tığ işi (kroşe) ürünlerin imalatı şeklindedir

Tekstil ve Hazır giyim sektörü oldukça büyük ve kapsamlı bir sektördür. Böylesi büyük ölçekli bir sektör olan Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü, ülke ekonomilerine büyük faydalar sağlamakta ancak çevreye ve sonuç olarak dünyamıza

ciddi zararlar vermektedir. Kullanım ömrü tamamlanan veya tamamlanmayan ürünler kişisel veya çevre kaynaklı sebeplerle atık haline gelmektedir. Hem dünyada hem de ülkemizde Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe atık miktarları oldukça yüksektir.

Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe oluşan atıklar genel olarak; tüketici öncesi atıklar (üretim esnasında oluşan) ve tüketici atıkları (tüketim sonrası oluşan) şeklinde gruplandırılabilir.

Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe üretim esnasında oluşan atıkları katı atıklar, sıvı atıklar ve gaz atıklar olmak üzere üç ana başlık altında inceleyebiliriz.

Sıvı atıklar açısından değerlendirildiğinde; tekstil üretiminde yüksek miktarlarda su kullanımı yapılmaktadır. Bu üretim işlemleri sonucunda önemli miktarlarda kirli su açığa çıkmaktadır. Yıllık 40 milyon ton tekstil elyafı üretildiği düşünülürse boşa harcanacak atık olarak salınacak suyun yılda 4-8 milyar metreküpü aşacağı tahmin edilmektedir. Bununla birlikte atık sular içerisinde problemlere sebep olduğu bilinen kimyasal maddeler bulunmaktadır. Bunlar daha az tehlikeli olanlarla değiştirilmeli veya süreç yeniden düşünülmelidir (Bechtold, Burtscher vd., 2004: 379).

Üretim artığı olarak ortaya çıkan katı atıklar çoğunlukla geri dönüşümlüdür. Bunlar pamuklar, sentetik ve diğer elyaf ve kumaşlardır. Geri dönüşümlü olmayanlar ise; hurda iskarta parça zımpara ve şardon elyaf, deneme amacı ile boyanmış bez parçaları, kağıt ve diğer laboratuvar malzemeleridir (Butekom, 2014: 14- 15). Tüketim sonrası oluşan atıklar ise, tüketicinin herhangi bir sebeple atmaya karar verdiği herhangi bir tekstil ürünü olarak tanımlanabilir.

Amerika Birleşik Devletleri'nde 2002'de kişi başına 28,5 kg (63 pound) olan tekstil materyali tüketimi büyük bir artışla 2007'de kişi başına 38 kg (83,9 pound)'a çıkmıştır (Aktaran; Gürcüm ve Yüksel, 2012: 49; Hawley, 2006). Tüketimdeki bu ani ve yüksek artışlar atık oranlarına da yansımaktadır. Avrupa'dan toplam on dört enstitü ve organizasyonun katıldığı bir araştırma sonucunda, rastgele seçilen atık örnekleri, evsel atıkların içinde 70 ila 80 milyon kilo civarında kullanılabilir tekstil

atığı ortaya çıkmıştır (Aktaran: Doğan, 2012: 25; Ministry of Housing, Spatial Planning and Environment, 2010: 11).

Avrupa Birliğinde, yıllık ortalama 5,8 milyon ton tekstil ürünü, tüketiciler tarafından atılmaktadır. Bu tekstil ürünlerinden sadece 1,5 milyon tonu (%25) yardım kuruluşları ve endüstriyel işletmeler tarafından geri dönüştürülür. Kalan 4,5 milyon ton atık, çöpe veya atık yakma tesislerine gönderilir (Aktaran: Üçgül ve Elibüyük, 2014: 40; Briga vd., 2012).

Ülkemizde Antalya, Denizli, İzmir ve İstanbul'da katı atık depolama ve atıkları toprağa kazandırma işlemlerini gerçekleştiren kuruluşlar mevcuttur. Bu kuruluşlar içinde en yüksek kapasitede depolama gerçekleştiren İstanbul Büyükşehir Belediyesi Geri Dönüşüm Tesisi, 2009 yılı istatistiklerine göre, alınan her 100kg katı atığın içinde tekstil atığının oranı 4, 63 kg'dır. Bu oran; yiyecek (49.54 kg), kâğıt (16.35 kg) ve plastik (8.25 kg) gibi günlük yaşamımızda sık kullandığımız temel materyallerden sonra en yüksek miktardaki dördüncü atık türüdür (Aktaran: Doğan, 2012: 25; Sezer, 2010: 96). Türkiye'de toplamda yıllık 364.432 ton atık oluşumu yaratan tekstil ürünleri imalatında %77'lik, giyim eşyası imalatında %78'lik oranla atıkların satılması ve hibe edilmesi şeklinde değerlendirilmesi yoluna gidilmektedir (Aral, 2009: 15).

Türkiye'de TOBB kapasite verilerine göre yılda 500 bin ton civarında üretim atığı meydana gelmektedir. Yaklaşık 500 bin tonda evsel atık oluşmakta ve yıllık 1 milyon ton civarında tekstil atığı ortaya çıkmaktadır. Kullanılmış tekstil atıkları bu miktara dahil değildir, geri kazanım döngüsüne girmemektedir (Şule, t. y. :20). Başka bir kaynağa göre; Ülkemizde günde 68000 ton yılda toplam 28,4 milyon ton civarında atık olduğu ve bu atıkların %4,8 inin tekstil atıkları olduğu saptanmıştır (Üçgül ve Elibüyük, 2014: 40).

Ülkemizde yılda 250.000 tonun üzerinde üretim atığı çöplüklere dökülmektedir. Yalnızca pamuk ve polyester açısından bile değerlendirecek her yıl 150 milyon TL çöplüklere atılmaktadır (Şule, t.y.: 25). ERM (2007)' nin raporu, tüketicilerin istenmeyen kıyafetlerin atılması ve depolanması hususunun çevresel

etkileri bağlamında daha iyi eğitilmesini tavsiye etmektedir. Nitekim tüketiciler düşük maliyetler, çalışma şartları ve adil ticaret gibi konular arasındaki potansiyel bağların giderek farkına varmaktadır. Bununla birlikte, ömrü tükenmiş giysilerin ve tekstillerin çevresel etkileri hakkında tüketiciye daha fazla bilgi verilmesine ihtiyaç vardır (Hussey, 2009: 210).

Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü sebebiyle oluşan yüksek miktarlardaki atıklar, sürdürülebilirlik temelli ekolojik üretimlerin ve geri dönüşüm uygulamalarının önemini artırmaktadır.

Tekstil atıkları büyük oranda geri kazanılabilmektedir. Tekstil atıklarının geri dönüşümü de atık kâğıtların geri dönüşümüne benzemektedir. Geri dönüşüm prosesi atıkların dişlilerle parçalanması, taranması ve tekrar pamuk haline getirilmesi şeklindedir (Ağdağ, 1998: 10). Bunun dışında, tekstil atıkları hurdacılar tarafından toplanarak şekil ve tiplerine göre sınıflandırılıp tiftikleme makinesine atılmakta ve bazı tekstil atıklarından keçe ve temizlik aracı yapılmaktadır (Kalın, 2005: 3).

Hazır Giyim Sektöründe geri dönüşümü sağlanabilen katı atıklar; kumaş atıkları, iplik atıkları, yardımcı malzeme atıkları, plastik ve plastik ürünü ambalaj atıkları, kâğıt ve kâğıt ürünü ambalaj atıkları ve kullanılmış giysiler olarak sınıflandırılabilir (Arabacı, 2010: 13). Hazır giyim işletmelerinde üretim esnasında ortaya çıkan atıklar yeniden üretim hattına döndürülmekte veya geri kazanım işletmelerinde geri kazanılmaktadır.

Altun ve Ulucay (2009)' ın çalışmalarında belirttiklerine göre; kullanılmış hazır giyim atıklarında durum daha farklıdır. Türkiye'de yaygın olmamakla birlikte, bazı gelişmiş ülkelerde kullanılmış tekstil atıkları; tekstil atık kutuları veya evlerden atıkların alınması yöntemleri ile toplanmaktadır. Toplanan bu atıklar öncelikle sınıflandırılmakta, kullanılabilir durumda olanlar ayrılarak ikinci el giysi olarak değerlendirilmekte, kullanılamayacak durumda olanlar da geri kazanım işletmelerine gönderilmektedir (Aktaran: Arabacı,2010: 12; Altun ve Ulcay, 2009: 11).



Resim- 1: Atık Giysi Kutusu

Kaynak: <http://www.yesim.com/assets/galleries/photos/>



Resim- 2: Ülkemizden Atık Giysi Kutuları Örnekleri

Kaynak: <http://www.yesim.com/assets/galleries/photos/>

Giyim ürünleri modasının geçmesi, eskimesi, yıpranması, beden ölçülerinin değişmesi, kişisel tercihler vb. sebeplerle bir süre kullanımdan sonra atık haline gelirler.

Genel olarak Türkiye de pek yaygın olmayan “kullanılmış giysilerin geri dönüşüm, yeniden kullanım ve geri kazanımı” uygulamaları gelişmiş ülkelerde başarılı bir şekilde yer tutmaktadır (Sanal 17, 2015: 1). Geri dönüştürülmüş ürünler geri dönüşümlü malzemeler kullanılarak üretilmektedir (Shen, 2013: 136).

Ülkemizde ise sayısı az olmakla birlikte son yıllarda sayıları gün geçtikçe artan giysi toplama merkezleri yeniden kullanım açısından büyük önem taşımaktadır. Buralarda toplanan giysiler temizleme işlemleri sonrasında ihtiyaç sahiplerine dağıtılmaktadır.

Ülkemizde nadir olarak bazı büyük şehirlerde gönüllü kişiler tarafından gerçekleştirilen takas usulü ile giysilerin değerlendirilmesi yöntemi de yine büyük kazançlar sağlamaktadır (Sanal 18, 2015: 1). Son dönemde ise Üniversiteler ve Belediyelerin işbirliği yapması sonucu ülkemizin bazı şehirlerinde giysi toplama merkezleri oluşturulmaya başlanmıştır. Bu merkezlerde toplanan giysiler temizlendikten sonra ihtiyaç sahiplerine ulaştırılmaktadır.

3.6. Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe Sürdürülebilir Tasarım Yapan Modacı ve Markalar

Günümüzde birçok tasarımcı veya marka sürdürülebilirliğe destek vermektedir: “Gary Harvey, Lamine Kouyaté, Giorgio Armani, Stella McCartney, Anya Hindmarch, Akira Minagawa, Paco Rabanne, Mina Perhonen, Issey Miyake, Manel Torres, Suzanna Lee, Nejla Güvenç, Marci Zaroff, Sandy Joe Karpetz ve Chanel, Alexander McQueen, Marc Jacobs, Banana Republic, Levi’s, Nej, Boa, H&M, Mavi, Prada, GAP, Puma, Adidas, Nike, Marks&Spencer bunlardan bazılarıdır” (Sanal 19, 2017). Bunun dışında Yeşim Tekstil, Bossa, Akın, Zorlu, Söktaş ve Tüsa ülkemizde

Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe faaliyet gösteren ve ekolojik üretim yapan markalar arasında bulunmaktadır (Cebeci, 2013: 171).

3.6.1. Bossa

1951 yılında kurulan Bossa, Adana'daki üretim tesisleri ile Türkiye'nin en büyük entegre tekstil kuruluşlarından biridir. Bossa, faaliyet gösterdiği denim alanındaki ürün yelpazesi ve yüksek üretim kapasitesi ile iplik, dokuma, boyama ve terbiye prosesleriyle pazara yüksek kalitede ürün ve servisler sunar (Sanal 20, 2017: 1- 2).

Küreselleşme ile değişen tüketici davranışlarının getirdiği yüksek rekabet koşullarını yakalamak ve müşterinin ihtiyacını en iyi şekilde karşılamak amacıyla ISO 9001 Kalite Güvence Sistemi kapsamında toplam kalite uygulama ve çalışmalarına önem vermektedir. Son 15 yılda yapılan yatırımların toplamı yaklaşık 200 milyon ABD dolarına ulaşmıştır. Bossa, 2006 yılı Aralık ayında TURQUALITY® sertifikasına hak kazanarak yurtdışında Türk tekstilini temsil eden marka olma hakkı kazanmıştır. Ekolojik bir felsefe benimseyen Bossa bu amaçla şu noktalara dikkat etmektedir;

- İşletme içindeki su arıtma ön işlemleri ve tüm biyolojik işlemler,
- Enerji geri dönüşümü sağlamak,
- Zararlı emisyonların yok edilmesi için doğalgaza dönüştürülmesi
- Tüm katı atıkların geri dönüşümünün ayrıştırılması ve tesis içinde ya da dışında kullanılması,
- Üretim döngüsünde doğa dostu ham madde, boyarmadde ve üretim maddesi kullanılması,

Firma, Oeko Tex 100, Küresel Organik Tekstil Standardı (GOTS), Organik Değişim 100 & Karışımları, Küresel Geri Dönüşüm Standardı (GRS), ISO 14001 (Küresel Sertifika) ile sertifikalandırılmıştır (Sanal 20, 2017: 1- 5).



Resim- 3: Bossa Üretimden Örnekler
Kaynak: <http://bossa.com.tr/tr>

3.6.2. Yeşim Tekstil

Üretimine 1983 yılında başlayan Yeşim Tekstil'in günlük üretim kapasitesi 50 ton örme, 60 ton boyama, 100 bin metre baskı ve 150 bin adet hazır giyim ile 100 bin adet ev tekstilidir. Yeşim, dünyada hazır giyim sektöründe aynı çatı altında iplikten mamul ürüne kadar tüm işlemleri kendi bünyesinde yapabilen en büyük dört entegre tesisten biri olmasının yanı sıra, Türkiye'de yarattığı istihdam alanıyla da en büyük firmalar arasında yer almaktadır (Sanal 21, 2017: 1- 2).

Dünyanın en ünlü markalarına üretim yapan Yeşim Tekstil, hazır giyimde Nike, Esprit; ev tekstilinde ise Matheis Schlafgut gibi firmalarla stratejik ortaklık yapmaktadır. Diğer üretim yaptığı markalar ise Zara, Pull&Bear, Bershka, Hugo Boss, Esprit, Calzedonia, Hurley, Tchibo, Converse, Tommy Hilfiger, Mavi, Uniqlo ve Celio'dur.

Yeşim Tekstil, 2016 yılında sürdürülebilir üretim yapmanın en önemli taahhütlerinden biri olan OEKO-TEX STEP (Sürdürülebilir Tekstil Üretimi) belgesini en iyi seviye olan 3. seviyede almaya hak kazanarak, Türkiye'de bu belgeye sahip ilk ve tek firmadır (Sanal 21, 2017: 1- 5).



Resim- 4: Yeşim Tekstil Üretimden Örnekler
Kaynak: <http://www.yesim.com/assets/galleries/photos/>

Organik pamuk, bambu ve soyadan elde edilen iplikle, müşterilerine doğa dostu kumaşlar üreten Yeşim, 2001’den bu yana sürdürdüğü organik üretimini uluslararası bir sertifika ile belgelendirmiş ve dünyada az sayıda firmanın sahip olduğu “Sustainable Textile Certificate” (Sürdürülebilir Tekstil Sertifikası)’sını almıştır.

Türkiye’de pamuklu kumaşta geri dönüşümü uygulayan ilk firmalardan biri olan Yeşim, bu alanda yaptığı çalışmaları da “Yeşim Recycle” adıyla markalaştırdı. Yeşim Recycle adıyla ürettiği bu ürünlerde maksimum yüzde 50 oranında geri dönüşümlü iplik kullanan Yeşim, bu kumaşla pamuğun yetiştirilmesinin zorluğu göz önüne alarak, var olan kaynakların tekrar değerlendirilmesini hedefliyor. Böylece genellikle daha çok kalın ipliklerin kullanıldığı halılarda uygulanan geri dönüşüm özelliği, artık daha ince ipliklerle tişörtlerde de karşımıza çıkmış oluyor.

Geliştirilen kumaş çeşitleri;

- Organik, sürdürülebilir, geri dönüşümlü, ekolojik ve biyolojik olarak parçalanabilir kumaşlar
- İnce ve seyrek yapılı pamuk kumaşlar
- Rejenere selüloz iplikler (modal, mikro modal, viskon, tensel, bambu, lenpur)
- Compact & Siro bükümlü ipliklerle üretilen kumaşlar

- Yün, kaşmir, angora, ipek ve keten karışımı kumaşlar
- Düzenli ve düzensiz çizgi efektlerine sahip kumaşlar
- Çift yüzlü örgü yapılar
- Yeni nesil üç iplikler
- Yeni nesil likralı süpremler
- Yeni nesil dry-fit süpremler (sürdürülebilir, yakma baskılı ince+hafif gramajlılar)
- Metraj + parça baskılı ve beden yıkamalı ürünler
- Farklı yüzey efektine sahip kumaşlar
- Yeni nesil hibrid kumaşlar (anti-bakteriyel, aloe-vera etkili, uv korumalı, koku nötralize edici)
- Nem kontrolü sağlayan kumaşlar (Sanal 21, 2017: 1- 8).

3.6.3. Boa Markası

Ülkemizde bulunan ekolojik bir kimliğe sahip olan “Boa” markası, 2007 yılında Sena Çevik Z. ve Seray Cengiz tarafından, doğayla uyumlu, estetik olarak doyurucu ve gündelik hayatın bir parçası olacak keyifli ürünler tasarlama amacıyla kuruldu. 2008 yazında, sadece %100 organik pamuk ile hazırladığı ilk koleksiyonunu çıkartan Boa, bu koleksiyonu çeşitli tasarım butiklerinde satışa sundu. Boa süreç içerisinde tasarımları ile grafik detayları arasındaki bağı daha da kuvvetlendirdi ve kendini “eko-grafik” bir marka olarak tanımlamaya başladı. Sadece ekolojik kumaşlar ve buna uyumlu boya kullanmasıyla tasarım çevresi ve moda basınının ilgisini çekti (Sanal 22, 2017: 1-3).

Özellikle Avrupa ve Amerika’da her geçen gün daha büyük ilgi gören “Ekolojik moda” alanında Türkiye’nin ilk markalarından biri olan Boa, 2008 yaz koleksiyonuyla uluslararası eko-tasarım sitesi www.inhabitat.com 'da, 2009 yaz koleksiyonu ile de www.treehugger.com’da yer aldı. 2008 Eylül ayında Rotterdam’da gerçekleşen “Bridges to Fashion” etkinliğinde sokak modası bölümünde Türkiye'yi temsil etti.

2009 Aralık ayında British Council ve İMA tarafından düzenlenen “Yılın Genç Moda Girişimcisi Yarışması”nda “sürdürülebilir” tasarımlarıyla jüri özel ödülünü alan Boa, 2010 Ekim’de de Hong Kong’da düzenlenen Eco-Chic Asia fuarında

catwalk'da Türkiye'yi temsil eden 2 isimden biri oldu. Boa yurtdışında da Berlin ve Kuala Lumpur'da özel mağazalarda satışa sunuluyor (Sanal 22, 2017: 1- 7).



Resim- 5: BOA Tasarım Örnekleri

Kaynak: <http://www.boastudio.org/BOA/we.biz.html>



Resim- 6 ve Resim- 7: BOA Tasarım Örnekleri

Kaynak: <http://www.boastudio.org/BOA/we.biz.html>

3.6.4. Nejla Güvenç/ Nej Markası

1969 yılında İstanbul’da doğan Nejla Güvenç, uzun yıllar Derishow, Beymen Business gibi markaların tasarım ekiplerinde yer aldı. 2002 yılında kendi markası NEJ’i oluşturdu. Organik kumaşlardan hazırladığı ve ekolojik hareket olarak değerlendirdiği koleksiyonlarını pek çok ülkede satışa sundu. İTKİB’in desteklediği tasarımcı, dünyanın devlet destekli ilk ve tek markalaşma programı “Turquality®” tarafından yetkilendirilmiş tasarım danışmanı kabul edildi. Moda Tasarımcıları Derneği ve Türkiye Moda ve Hazır Giyim Federasyonu yönetim kurulu üyesi Güvenç, Almanya’da Hugo Boss; Paris’te Zapa, Iro ve Pierre Cardin; New York’ta Rogan; İspanya’da Gloria Estelles SL, Zara ve Massimo Dutti gibi markalara tasarım ve üretim danışmanlığı desteği vermektedir (Sanal 23, 2017: 1- 5).

Yaratıcı Endüstriler Konseyi Derneği (YEKON) Asbaşkanı olan Nejla Güvenç; Garanti Bankası’nın, Ekonomist Dergisi ve Türkiye Kadın Girişimcileri Derneği’nin (KAGİDER) işbirliğiyle 2011’de düzenlenen “Türkiye’nin Kadın Girişimci” yarışmasında “Gelecek Vaat Eden Kadın Girişimci” dalında ikinci olmuştur. Birleşmiş Kültür organizasyonun düzenlediği “Hope Couture” projesinde farklı ülkelerden seçilen dört tasarımcıdan birisi olan Nejla Güvenç; barış, kültür ve moda elçisi olarak Türkiye’yi temsil etmiştir. 2013’de Türkiye’de ilk kez gerçekleştirilen UNESCO’nun desteklediği Dünya Kültür Expo’da Nejla Güvenç ülkemizi temsil etmiştir. Nejla Güvenç girişimcilik hikâyesi ile Wharton School of The University of Pennsylvania Joseph H. Lauder Institute’da girişimcilik dersinde okutulan “Yükselen ve Gelişmekte Olan Ekonomilerde İlham Veren Hikâyeleri olan Kadın Girişimciler” kitabında yer aldı (Sanal 24, 2018:1- 2).

2011 yılında Goldman Sachs tarafından desteklenen, Harvard University ve The Wharton School of The University of Pennsylvania tarafından yürütülen “10.000 Kadın Girişimci” projesinde, rol model olarak seçilen tek Türk kadın girişimci oldu. Kitapta başarı hikayesi yayınlanan 24 kadın arasına girme başarısını gösteren Nejla Güvenç, 2002 yılında yarattığı markası NEJ’i, “ekolojik bir serüven” olarak konumlamakta ve tasarımlarında organik malzeme kullanmaktadır (Sanal 24, 2017:

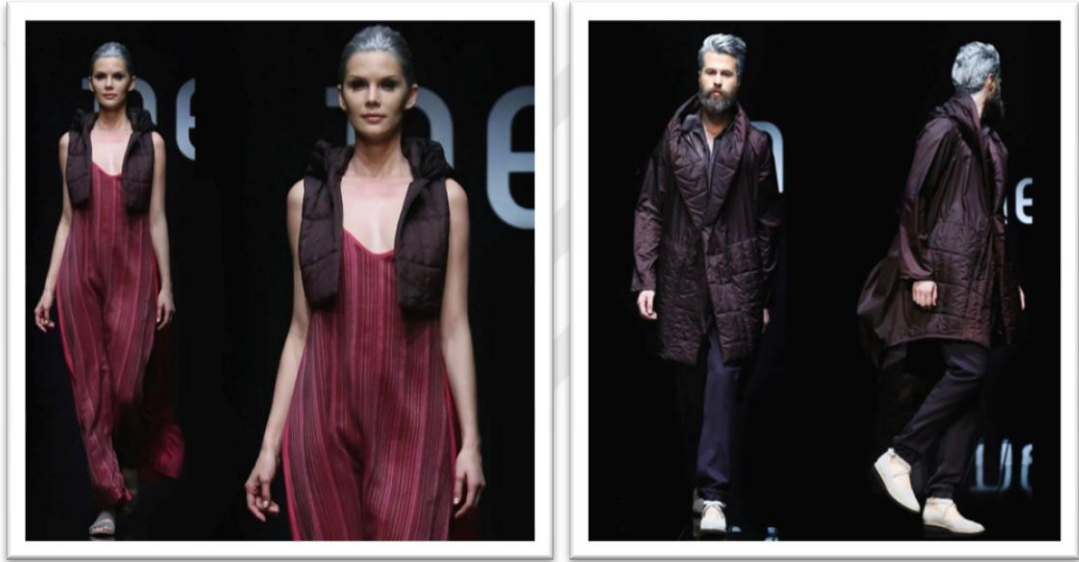
2- 4). Nej'in 2011 / 2012 yılındaki koleksiyonu üçlü bir kompozisyondan oluşmaktadır.

-Aeon 2011 İlkbahar / Yaz

-Self Century 2011-2012 Sohbahar / Kış

-Parallel Lives 2012 İlkbahar / Yaz

- Naturel Duraganlık 2012-2013 Sonbahar / Kış (Cebeci, 2013: 173).



Resim- 8 ve Resim- 9: NEJ Koleksiyonundan Örnek

Kaynak: <https://NejFashion/photos>

3.6.5. Gretchen Jones

1980 doğumlu Amerikalı moda tasarımcısıdır. Gretchen Jones, tasarımlarında organik yollarla üretilmiş doğal kumaşlara ve el işçiliğine önem vermektedir. Tasarımcının 2011 Sonbahar koleksiyonu incelendiğinde tasarımlarını günlük yaşam içindeki kadınlara yönelik olarak feminen çizgilerde ve rahatlık prensibiyle yansıttığı görülmektedir (Sanal 25, 2017: 1- 3).



Resim- 10: Jones 2012 Bahar Mercedes Benz Koleksiyonundan
Kaynak: <http://www.zimbio.com/pictures/NMtBwXvTbzw/Gretchen+Jones>

3.6.6. Marci Zaroff

Marci Zaroff Californiya Berkeley Üniversitesi Haas School Of Business'dan mezun olmuştur.1996'da, "Eko fashion" terimini markalaştırma fırsatı yakaladı. Zaroff organik, giyim ve ev tekstili pazarına öncülük etmiştir. Ekoloji alanında uluslar arası otoriteler tarafından kabul görmüş bir kişidir. Marci dünya genelinde birçok sempozyum, konferans, festival, Tv programlarına katılmış ve konuşmalar yapmıştır. Konuşmaları genel olarak; organik / sürdürülebilir moda, stratejik vizyon, sosyal yenilik ve yeşil iş / tasarım konularında olmaktadır (Sanal 26, 2017: 1- 2).



Resim- 11: Zaroff/ Üretilen Bazı Doğal Ürünler
Kaynak: <http://www.alamy.com/stock-photo-jun-07-2006>

Zaroff üniversitede organik tarım, sağlık ve çevre konuları üzerine çalışmalar yapmış ve 1990'da New York'ta Profesyonel Holistik Eğitim programını başlatmıştır. 1996 yılında ise; ECOfashion kavramını yaratmıştır 1996'da organik elyaftan yapılan ürünler sunan bir yaşam tarzı markası olarak Under the Canopy'yi kurmuştur (Sanal 27, 2017: 5).

3.6.7. Sürdürülebilir Tasarım Yapan Diğer Modacı ve Markalar

Bu örnekler dışında da sürdürülebilir moda tasarımı anlayışıyla birçok akademisyen, tasarımcı veya marka örnek uygulamalar, çalışmalar ve üretimler yapmaktadır. Bazı çalışmalardan örnekler:



Resim- 12 ve Resim- 13: Gary Harvey, 2008, Beyzbol Ceketleri ve Levi's Kot Pantolon
Kaynak: (Sanal 28, 2018: 1-3)

Gary Harvey, Levi's 501'lerden başlayıp geri dönüştürülmüş askeri üniformalara, beyzbol ceketlerine ve gelinliklere kadar sürdürülebilirliğe vurgu yapan birçok dönüştürülmüş tasarım yapmıştır. Her yeni giysi, ikonik giysileri dramatik ve güzel dönüştürücü yaratımlara yeniden bağlamlandırır (Sanal 29, 2018: 2). Gary Harvey'in 42 adet Levi's 501 marka kot pantolonları bozup yeniden düzenleyerek couture giysiler hazırladığı koleksiyonu, eski kıyafetlerin dönüşümü çatısı altında değerlendirilebilir (Ayanoğlu ve Ağaç, 2017: 260).



Resim- 14 ve Resim- 15: Paco Rabanne, “On İki Giyilemez Elbise
Kaynak: (Sanal 30, 2018: 1)

Giysi üretiminde sadece kumaş kullanılması anlayışı yıkan ilk tasarımcı olarak Paco Rabanne karşımıza çıkmaktadır. Paco Rabanne’in tel ve pense ile yapılmış “Chainmail” zincir zırlı elbiseleri iğne ve ipliği gereksiz kılmış ancak üretim maliyetlerini artırmıştır. Rabanne, üretimde dikiş makinesi yerine metal keski, pense ve lehim kullanmıştır. Tasarımcının “Güncel Malzemelerden Yapılmış On İki Giyilemez Elbise” ismini verdiği terzilik tekniğinden kaçındığı koleksiyonu, malzemelerin geri dönüşümüne öncülük etmiş ve döneminde modada fütürist bir görünüm olarak anılmıştır (Aktaran: Ayanoğlu ve Ağaç, 2017: 261; Fogg, 2014: 377).



Resim- 16: Şölen Kipöz, “Naif”, Ahimsa: Giysilerin Öteki Yaşamı
Resim- 17: Şölen Kipöz “Serin”, Sandıktan Çıkan Erkek Gömleği
Kaynak: (Kipöz, 2015: 63- 79).

Kullanılmış giysilerin, yeni tasarımların hammaddesi olarak değerlendirilmesi de oldukça basit ve maliyeti düşük yöntemlerle mümkündür. Bu alanda Şölen Kipöz’un çalışmaları başarılı örneklerdendir.

Tasarımcı, “Ahimsa: Giysilerin Öteki Yaşamı” koleksiyonunda eski giysilerin belli parçalarını kullanarak yeni tasarımlar oluşturmuştur. Kipöz, 1940’lardan kalmış bir giysi ile dolabında bulunan diğer giysiler üzerinde adeta bir laboratuvar çalışması yaparak, günümüz modasının olumsuz tutumuna bir tepki olması için ve hiçbir canlıya zarar vermeme felsefesi çerçevesinde yeni kimlikler kazanmış tasarımlarını oluşturmuştur (Sanal 31, 2018: 1- 3)



Resim- 18: Sümeyya Kılıç, “Artıklar, Artık Çöp Değil Koleksiyonu”
Kaynak: (Kılıç, 2013: 100).

Giyim sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin üretim artıklarından yeni tasarımlar oluşturulabileceği üzerine yoğunlaşmış çalışmalarını bu alanda yapan Kılıç; “Artıklar, Artık Çöp Değil” temalı bir koleksiyon yapmıştır. İlgili firmalardan üretim artıklarını toplayarak tasarımlarını oluşturmuştur (Kılıç, 2013: 90- 110).



Resim- 19: Gönül Paksoy, ham yün, ham ipek ceket
Kaynak: (Aktaran; Türkmen, 2009: 134; Paksoy, 2003: 136).

Eski Türk kumaş ve aksesuar parçalarını yeni kumaş ve malzemelerle, farklı boyama teknikleriyle biraraya getirerek, benzersiz ve zamansız ürünler tasarlayan Paksoy, sahip olduğu kimya bilgisi ve geniş arkeoloji koleksiyonuyla kendine özgü bir tasarım dili oluşturmuştur. Tekke giysileri tasarımlarına çıkış noktası olmuş ve bu değerli kumaşları çok sade kesimlerle biraraya getirerek geleneksel ve çağdaşın rafine bir sentezini oluşturmuştur. Tasarımcı, üretimin bir bölümünü Adana’ da daha önce hiç profesyonel iş tecrübesi olmayan bir grup kadın çalışan ile gerçekleştirerek, meslek sahibi olmayan bu kadınlara iş olanağı da sağlamıştır (Türkmen, 2009: 133-134).



Resim- 20: Jil Danyelle, Fiftyrx3 projesi

Kaynak: (Sanal 32, 2018: 1)

Jil Danyelle'in Fiftyrx3 adlı moda projesi, bir yıl boyunca her gün en az %50 geri dönüştürülmüş giysi kullanma temelli bir projedir. Projede ki amaç, yeni ürün satın almadan önceden kullanılmış bir giysiyi ya da giysi parçalarını dönüştürmektir (Sanal 32, 2018: 1- 3).



Resim- 21: Jurgel Lehl tasarımı, Elde eğrilip dokunmuş ipek/pamuk ceket
Resim- 22: Jurgel Lehl tasarımı, Shetland yününden elde dokunarak üretilen manto
Kaynak: (Türkmen, 2009: 126- 127).

Japonların yüzyıllardır kimono yapımında kullandığı geleneksel dokuma, boyama ve baskı mirasları bazı çağdaş tekstil tasarımcıları tarafından yeniden yorumlanmıştır. Bu tasarımcılar, dokuma, boyama ve nakış ustalarının birikimlerini temel alarak, küçük zanaat temelli üretim ünitelerinde üretim yapmaktadırlar. Bu modern dönem tasarımcıları hem seri üretim için tasarlayıp üretim yapmakta hem de zanaatkarlığa duydukları saygıyı tasarımlarına yansıtmaktadırlar (Türkmen, 2009: 125).



Resim- 23: Lakaı/ Geri Dönüştürölmüş Ayakkabı
Kaynak: (Sanal 33, 2018: 1)



Resim- 24: Nike/ Çevre Dostu Ayakkabı
Kaynak: (Sanal 34, 2018: 1)

Lakai ve Nike (Resim 23- 24) markaları da sürdürülebilirlik temelli tasarımlar yapmaktadır. Lakaı geri dönüşüm programı başlatarak, atık kumaşlardan patchwork tarzı çalışmalarla çevre dostu ayakkabılar üretmiştir. Nike markası da çevre dostu ayakkabılarında zararlı yapıştırıcı ve malzemeleri kullanmadan oldukça özgün tasarımlar yapmaktadır.



Resim- 25: Elif Sözkese, Moment Koleksiyonu, Atık Malzemelerden Takı Tasarımı
Kaynak: (Sanal 35, 2018: 1)

Elif Sözkese, üretim sonrası ortaya çıkan atıklardan geri/ ileri dönüşüm tasarımlar oluşturmaktadır. İnsanın çevreye olan olumsuz etkisini azaltması gerektiğini savunana Sözkese, herhangi bir yeni malzeme kullanmadan atık haline gelmiş malzemelerle oldukça beğenilen feminen ve maskülen tasarımlar yapmaktadır (Sanal 35, 2018: 1- 2).

Patagonia, 1990'ların başında sürdürülebilirlik adına çalışmalar başlatan ilk hazır giyim firmalarından biridir. 1993 yılında geri dönüştürülmüş plastik şişelerden geliştirdiği polar fleece® giysileri ile çevre dostu giysi üretiminin öncülerinden olmuştur. Firmanın müşteri farkındalığı üzerinde olumlu etkiler yaratan sürdürülebilirlik kampanyaları da bulunmaktadır (Eser vd., 2016: 56).

H&M, 1990'ların ortasında organik pamuk liflerini kullanarak sunduğu Bilinçli Koleksiyon ile yeşil modayı başlatan birkaç firma arasındadır. İkinci Bilinçli Koleksiyonlarında ise geri dönüştürülmüş poliester ve organik pamuk kullanarak parti kıyafetleri üretmişlerdir. H&M'in mağazalarındaki plastik müşteri çantaları da %50 tüketici öncesi ve %50 tüketici sonrası atıklardan geri dönüştürülmüş polietilen içermektedir (Sanal 36, 2018: 4). Firma küresel hazır giyim girişimi başlatmıştır, bu kapsamda Giyim Eşyası Toplama programı ile müşterilerin herhangi bir markadan alıp kullandıkları ürünü geri toplamaktadır. Geri toplanan ürünler için üç seçenek bulunmaktadır. İkinci el giysi olarak satılmak, farklı bir amaç için tekrar kullanmak

ya da tekstil lifi gibi başka bir amaca uygun hale getirilmek. Firma bu sayede 7600 tondan fazla hazır giyim eşyası topladığını ve bunun yaklaşık 38 bin tişört olduğunu bildirmiştir. Geri dönüşümlü polyester üretiminde PET şişelerden yararlanılmaktadır ve bugüne kadar yaklaşık 40 milyon PET şişe kullandıklarını, böylece hem pet şişe hem de geri dönüşümsüz polyester atıklarının azalmasına ve yeniden kullanılabilirliğini sağlamışlardır (UİB, 2017: 35).

Marks & Spencer, 2007 yılında Plan A “Çünkü Plan B Yok!”, Unilever, 2010 yılında “Sürdürülebilir Yaşam Planı”, Sainsbury’s 2011 yılında, “2020’ye kadar 20 Sürdürülebilirlik Planı”, isimli sürdürülebilirlik strateji planlarını yayınlamışlardır. Patagonia misyon tanımlamasını “Varoluş sebebimiz, en iyi ürünleri üretmek, hiçbir şekilde çevremize zarar vermemek, çevre krizine çözümler üretmeyi özendirmek ve bunları uygulamak amacıyla ticareti bir araç olarak kullanmaktır” şeklinde yapmıştır (UİB, 2017: 13).

Levi’s hazır giyim sektöründe sürdürülebilirliğe önem veren ve faaliyete geçiren ilk firmadır. Susuz Üretim Projesi ile Jean üretiminde 40 yılda 1 milyar ton daha az su kullandıklarını duyurmuşlardır. Bugün ürettikleri jeanlerin %25’i bu yöntemle üretilmektedir. 2020 yılına kadar bu rakamın %80’e çıkmasını hedeflemektedirler (UİB, 2017: 33).

Nike, 2010 FIFA Dünya Kupası için geri dönüştürülmüş plastik şişelerden ürettiği spor giysiler ile tüm dünyada sürdürülebilirlik anlamında önemli bir farkındalık yaratmıştır. Ayrıca ayakkabılarında, örme kumaşlarda atık miktarını azaltan yenilikçi bir üretim teknolojisi olan Flyknit teknolojisini kullanmaktadır (Eser vd., 2016: 56).

Dünya hazır giyim sektöründeki öncü firmalarından biri olan Forever 21, satış mağazalarında enerji tasarrufu sağlayan LED ışıklar, karbon salınımını azaltmak için malların havayoluyla değil deniz yoluyla sevkiyatının yapılması, dağıtım merkezlerindeki bütün kutuların geri dönüşümlü olması gibi sürdürülebilirlik faaliyetler gerçekleştirmektedir (UİB, 2017: 36).

Puma'nın "Bring Me Back" programı geri dönüşüm süreçlerinde önemli bir rol oynamaktadır. Puma'nın InCycle sürdürülebilir koleksiyonu ayakkabı, giyim eşyası, aksesuar ve ev yalıtım malzemeleri içermektedir. Koleksiyon biyolojik olarak parçalanabilir polimerlerden, geri dönüştürülmüş polisterden veya organik pamuktan üretilmiştir (Eser vd., 2016: 57).

İsveçli moda zinciri Lindex, çoğu ürününde geri dönüşümlü ve sürdürülebilir materyaller kullanmaktadır. Ünlü yoga kıyafeti üreticisi PrAna, tüm pamuklu kıyafetleri için organik pamuk kullanmaya başlamıştır. PrAna'nın son koleksiyonunda organik pamuk kullanımını %11 artış göstermiştir (Sanal 37, 2018: 1-5).



BÖLÜM IV

4. GÖMLEK VE GERİ DÖNÜŞÜMÜ

4.1. Gömleğin Tanımı

Türk tarihi açısından en önemli eserlerden olan Türk dilinin ilk sözlüğü olarak bilinen Dîvânu Lugâti't Türk'te gömlek kelimesi; “Könlek (738)” şeklinde geçmektedir (Tek, 2016: 262- 266). Başka bir önemli eser olan Kamus-ı Türki de gömlek şu şekilde tanımlanır: “Gömlek denilir ama doğrusu gönlek'tir. Gön; deri, ten demektir. Gönlek; çıplak tene giyilen şey demektir. Erkek gömleklerinin etek boyu diz hattında yukarıda kalır. Belden aşağı iç donunun içine sokulur. Kadın gömlekleri ayak bileklerine kadar uzun olur ama aslında bu çamaşır bedeninin üst kısmını örter. Yalnız setri avret etmiş esvapsız kılık için bir don bir gömlek denilir” (Koçu, 1969: 125).

O dönemlerde Türkçe ismi gömlek olan bu giysi türü farsça karşılığı olan “piraher” şeklinde anılmıştır. Gömleklik bezler düz beyaz ya da beyaz üstüne kırmızı, sarı, mavi renklerin uçuk tonları ile çubuklu olarak dokunmaktaydı. Kadın ve erkek kibar gömlekleri de bürüncük den olur ve “helali gömlek” diye isimlendirilirdi. Amele, ırgat, uşak ve kayıkçı gibi ayak takımının gömlekleri ise kaba bezden dokunurdu (Koçu, 1969: 125).

Gömlek eski Türkçe de “göynek” kelimesinden gelmektedir. Eski Türk giyimlerinde gömlek tene giyilmekte olup, gömleğin boyu dizlere kadar uzanır ve gömlek yakasızdır. Daha sonraki devirlerde erkek gömleği “mintan” olarak anılmıştır (Terli, 2011: 26).

Gömlek, halk ağzıyla Azericede olduğu gibi “köynek” Orta Türkçe devrinden beri bilinen bir sözcüktür. “Gön” yani “ten” üstüne giyilen bir giysidir. İlk dönemlerde erkekler dizden yukarı, kadınlar ise ayak bileğine kadar uzanan gömlekler giymişleridir. İlerleyen dönemlerde ise gömlek boyları pantolon ve eteklerin yaygınlaşmasıyla bele kadar çıkmıştır (Sanal 38, 2017: 1).

Türk Dil Kurumu Güncel Türkçe Sözlükte gömlek; “1. Vücudun üst kısmına giyilen kollu veya yarım kollu, yakalı giysi. 2. Kadınların giydikleri ince kumaştan yapılmış kolsuz, yakasız iç çamaşırı, kombinezon. 3. Vücudun üst kısmına giyilen iç çamaşırı” olarak tanımlanmıştır (Sanal 39, 2016: 1).

Gömlek kısaca; bedenın üst kısmına ait bir giysi olarak tanımlanabilir. Diğer bir ifadeyle gömlek; genelde önden boydan boya düğmeli pata sahip, uzun veya kısa kollu, bir veya iki göğüs cepli erkek üst giysisi olup, hafif gramajlı, kumaşlardan üretilen, değişik yaka, cep, manşet ve pat formlarının uygulanabildiği bir giysi türüdür (Akgül, 2006: 70). Diğer bir tanımlamaya göre gömlek; “Genellikle ayaklı gömlek yakalı, kol ağzı yırtmaçlı ve manşetli ya da kısa kollu, ön ortasından ilik-düğme ile kapanmalı, boyu kalçada bittiği gibi değişen uzunluklarda da olabilen, çeşitli kumaşlardan yapılan, erkek ve kadın dış giyimlerinde yer alan giysidir” (Sezer, 2006: 8).

Tarihin eski çağlarında “örtünme” den “giyinme” aşamasına geçilmesinden sonra gömlekler erkek giyimi içinde önemli bir yer edinmişlerdir. Bu gömlekler sade biçimli ve doğal orijinli kaba el dokumadan yapılmaktaydı (Akgül, 2006: 70).

Erkek gömleği; iç giyim üzerine ve bedenın üst kısmına giyilen, genellikle pamuklu kumaştan mamul, önden düğmeli, kollu, gömlek yakalı, manşetli ve sol göğsü üzerinde cebi olan erkek üst giyimidir (Sezer, 2006: 14). Dokunmuş kumaştan imal edilen, ceket içine giyilebilen ve erkek giyiminin yaz-kış değişmeyen önemli bir parçasına, erkek gömleği denilmektedir (Baylavlı, 2011: 50). Daha genel bir ifadeyle gömlek; Bedenin üstüne giyilen, önden düğmeli, kollu, yakalı hem kadın hemde erkeklerin kullandığı bir giysi olarak da tanımlanabilir (Karaman: 1993: 1).

Önceleri düz ve uzun biçimde kullanılan gömlekler, zamana ve yere göre değişerek farklı model uygulamaları yapıp farklı isimler almışlardır. Görüldüğü gibi zaman ilerledikçe gömleğin yaşam tarzı ile doğru orantılı olarak model uygulamaları ve kullanılış amaçları değiştiği için kaynaklardaki tanımlamalarda değişiklik göstermiştir. Gömleğin tarih sahnesine çıktığı ilk dönemlerde çıplak tene giyilen bir iç giyim eşyası olduğu ve etek boylarının ayak veya dizlere kadar uzandığı

görülmektedir. Son dönemlerde ise artık hemen hemen tüm gömlek çeşitleri etek boyu olarak kalça hattında kalmaktadır. Diğer bir ayrıntı ise gömlek günümüzde bir iç çamaşır, iç giysi olarak değil iç giysinin hemen üzerine giyilen bir giyim ürünü olarak kullanılmaktadır.

Gömlek hem erkek hem de kadın giysi eşyası olarak değerlendirilmektedir. Ancak gömlek üzerine yapılan çalışma ve araştırmalar genellikle “erkek gömleği” üzerine yoğunlaşmaktadır. Bunun sebeplerinden en başta geleni olarak gömleğin erkek giyiminin vazgeçilmez bir parçası olması sayılabilir. Özellikle resmi bir toplantı veya organizasyonda erkek giyiminde takım elbise kullanımı oldukça yaygındır. Takım elbise de ise kravatla birlikte gömlek kullanmak dünyanın birçok ülkesinde toplumun geneli tarafından kabul görmüş bir davranış biçimi ve adeta bir gelenektir. Bunun dışında ülkemizde çalışma hayatı içerisinde özellikle de memur kesiminin çoğunlukla tercih etmiş olduğu bir giysi türü olması da bu sebepler arasında sayılabilir. Son dönemlerde kalıp ve tasarım boyutundaki değişiklik ve gelişmelerle birlikte spor gömlekler özellikle genç kesimler tarafından yaygın bir şekilde kullanılmaya başlamıştır.

4.2. Gömleğin Tarihçesi

Gömlek ilk olarak 3. yüzyıl başlarında Roma’da “tunica interior” adıyla kullanılmıştır. Bu sebeple gömlek deyince ilk olarak İtalya akıllara gelmektedir. Bu dönemde gömlekler, bir kumaş parçasının ortasına kafanın geçebileceği kadar bir delik açılarak dikilmiş ve düğmesiz oldukları için kemerle birlikte kullanılmıştır (Uludağ, 2005: 59). Daha sonra Fransa’da da yaygınlaşmaya başlamış ve 8. yüzyılın sonlarına doğru "chemise" (şömiz) adı verilmiştir (Gafuroğulları, 2010: 25).

Arkeolojik buluntular ise gömleğin tarihinin Eski Mısır uygarlıklarına kadar uzandığını gösteriyor. Mısırlılar kolların ve başın geçebilmesi için bırakılan boşluklardan oluşan dikdörtgen bir keten parçası şeklinde kullanmışlardır (Sanal 40, 2016: 1).

Ortaçağ’a gelindiğinde ise gömlek bütün batı ülkelerinde asillerin en çok kullandığı giysi olmuştur. Kılıç turnuvalarında ve savaşlarda zırhlarının üzerine

gömlek giyen erkekler; savaş dönüşü, kanla lekelenmiş olan gömleklerini, cesaretlerinin ve aşklarının bir simgesi olarak sevdikleri kadınlara armağan etmişlerdir (Gafuroğulları, 2010: 25).

Gömleğin geçmişten günümüze kadar olan gelişim ve tarihçesi kısaca şu şekilde incelenebilir;

1530-1539; Gömlek iç giyim olarak erkeklerde kullanılmıştır. Oldukça bol ve kabarık kollu, kol ağzı firfırlı, hakim yaka ve şömiziye yakalı modeller şeklinde kullanılmıştır.

1550; Gömlekte görülen aşırı bolluk yerini normal bolluğa bırakmıştır.

1568; Kullanılan kumaşlarda sade olmayan desenler bulunmaktadır.

1572; Sifon kumaştan kollar kullanılmaya başlandı. Kollarda haç şekli görülmektedir.

1574; kol ağzları üç düğmeli oldu ve pat çalışması yapılmıştır.

1583; İşlemeli şömiziye yakalar, yakadan kalça hizasına kadar düğmeli modeller kullanılmaya başlandı. Kollar kabarık ve Japone kol çalışması başlamıştır.

1598; Vücuda oturan parlak kumaştan yapılmış, yakada dantel kullanılmış, kollardaki abartılar sona ermiştir.

1613; Transparan kumaştan yakalar. Kollar iyice daralmaya başlamıştır.

1625; Transparan kol ağzları ve süslemeler dikkati çekiyor.

1642; Çok abartılı ve süslü gömlekler modası görülmektedir.

1645; Klasik gömlek yakaları belirginleşmeye başladı.

1650-1655; Yakalar sade fakat büyükçe yapıldı.

1790-1791; Yaka fiyonk şeklinde bağlanıyor. Patlar firfırla süslenmiştir.

1792; Kruvaze kapamalarda beden rahat bir görünümdeydi.

1795; Gömlek dış giyim olmaya başlıyor. Kollar düşük şekildedir.

1799; Uzun şömiziye yakalar mevcuttur.

1813; Yaka uçları orta ve sivri bir biçimdeydi.

1846; Gömlek yakaları papyon ve fularlarla süslenmiştir.

1872; Yakalar oldukça küçük ve kolalı, kravat kullanılmaya başlanmıştır.

1901; Minik hâkim yaka ve minik şömiziye yakalar kullanılmaktaydı.

1912; Fantezi modeller ve fantezi kumaşlı gömlekler kullanılmaktaydı.

1936; Kadınlar döpiyes içine gömlek kullanıyordu.

1950; Gömlek ciddi kalıplardan sıyrılıp rahat, spor bir havaya burundu. Kısa kollu modeller, manşetler, cepler görülmeye başlamıştır.

1962; Aplike cepler, gömlekte etek uçları belde toplanmış, düğümlenmiştir.

1967; Pilise yapılmış kumaşlar, büyük filkulağı tarzı yakalar kullanılmaya başlandı.

1976; Safari gömlekler kadın ve erkekler tarafından beğenilip kullanılmaya başlandı.

1978; bu dönemde gömlek yakaları uzamış, kadın gömlek yakaları fularlarla süslenmiştir. Kollar bol ve manşet kol ağzına doğru genişliyordu.

80'li ve 90'lı yıllarda oldukça rahat, bol, manşetli, cepli spor modeller tercih edilmiştir (Akgül, 2006: 71).

2000'li yıllarda geçmişe dönüş modası başlamıştır. 1970'li yılların sonlarında moda olan uzun yakalı gömlekler tekrar kullanılmaya başlanmıştır. 2001 yılı ortalarında başlayan piti kareli ve ekoseli gömlek modası 2002 yılında popülerliğini

korumuştur (Gafuroğulları, 2010: 25). Bu yıllarda firmalar koyu renkli ekosele ve piti kareli kumaşlardan yapılmış gömlekler üretmeye başladılar. Beyaz, mavi, gri tonları ile bej ve toprak tonları ağırlıklı olarak kullanılırken yaz sonunda pembe ve lila renkleri de kullanılmıştır. Gömleklerdeki değişim yaka, manşet ve düğmelerde de görülmüştür (Akgül, 2006: 73).

2005-2006 yıllarında ise klasik gömlekler genellikle beyaz, mavi, pembe ve çizgili pamuklu kumaşlardan hazırlanmıştır. Bunun dışında kendinden desenli düz renk gömleklerde tekrar kullanılmaya başlamıştır (Akgül, 2006: 74).

Son dönemlerde özellikle ekonomik seviyesi ve statüsü toplumun geneline oranla biraz daha üstte olan kesimlerde kişiye özel dikime olan ilginin arttığı görülmektedir. Geçmiş yıllarda hazır giyim için üretilen kumaşlar toplam üretimin yüzde 95'ini oluştururken, son 2 yılda bu oranın yüzde 85 hazır giyim kumaşı, yüzde 15 özel dikim olarak değiştiği belirtilmektedir (Sanal 41, 2016: 1). Bu durum gömlek üretiminde de geçerli hale gelmiştir. Hem erkekler hem de son dönemlerde çalışan kadınlar kişiye özel dikilen gömlekleri tercih etmektedir.

Yine son dönemlerde gündemde olan gömlekle ilgili bir başka önemli ayrıntı ise “tersten gömlek giyme” modası şeklinde karşımıza çıkmaktadır. İnternet üzerinden hem yazılı hem de görsel basında bununla ilgili birçok örneğe ulaşmak mümkündür. Genellikle erkek gömlekleri tercih edilmekte ve gömleğin ön kısmı (düğmeli kısmı) arkaya gelecek şekilde giyilmekte, üstten veya alttan birkaç düğme açık bırakılmaktadır. Gömlek etek boyuna ve model özelliğine göre kimi zaman etek ucu alt giyimin (pantolon, etek vb) içerisine sokulmakta veya kişinin ön bedeninde görülecek pililer oluşturacak şekilde etek uçlarından bağlanmaktadır (Sanal 42, 2016: 1).



Resim- 26 ve Resim- 27: Ters gömlek 1, 2

Kaynak: [https:// www. google. com. tr/ search =http:// www.+ kadinvetrend](https://www.google.com.tr/search=http://www.+kadinvetrend)

Türkiye için gömleğin tarihi Osmanlılar döneminde başlamaktadır. Osmanlı Devletinde Batıya özgü giyimin Tanzimat Devrinde yaygınlaşmasıyla gömlek giyilmeye başlanmıştır.

Osmanlının son döneminde yaşanan batıyı birçok alanda örnek alma durumu dönemin önemli devlet adamlarından olan Ahmet Cevdet Paşanın da “Tezakir” adlı eserinde belirtilmiştir (Cevdet, 1986: 20). Ahmet Cevdet Paşa saray ve çevresini iyi tanıyan biri olarak saray hayatı, devlet adamları ve toplumun sosyal hayatı hakkında

bilgiler vermiştir. Paşa bu yeni dönemdeki yeni tarzı “moda” olarak nitelendirmiştir (Oğuz, 2012: 112). Gömlekte bu dönemlerde Osmanlı kültürüne girmiş bir giysi türüdür.

Avrupa’dan gelen bir moda olması sebebiyle gömlek "Frenk Gömleği" şeklinde anılmaktaydı. Şarklı giyimin rahat giysilerine alışmış olan kişiler için gömlek ilk zamanlarda sıkıntı verici bir giysi türü olarak görülmüştür. Bu sebeple halk arasında yayılması güç olmuştur. Batılılaşmaya, aşırı hevesli gençler tarafından rağbet görmüştür. O dönemde bu giysiyi giyen kişilere pek hoş gözle bakılmamıştır. O zamanın muhafazakârları Frenk gömleği giyenleri dinsizlikle suçlamışlardır (Karaman, 1993: 1).

Özellikle yaşlı kesim için kolalı gömlek içine girmek, boğazına kaskatı kolalı yakayı takmak, onun üstüne boyun bağı, kravatı bağlamak alışılması güç bir iş olmuştur. Sarayda resmi kabullerde, yabancıların da bulunduğu toplantılarda, çoğu yaşlı olan devlet erkânı ile yüksek memurlar redingot içinde sıkıntı çekecekleri için sivil memurlara resmi giysi olarak, kolalı gömlek ve kravata gerek duyulmayan önü tamamen kapalı, İstanbulun denilen bir kıyafet giydirilmiştir (Koçu, 1969: 134). Osmanlılar döneminde gömleğin “frenk gömleği” olarak anılıp bu giysi türüne karşı olumsuz bir refleks gösterilmiş olmasının sebeplerine bakıldığında dini yaşam şeklinin etkisi karışımıza çıkmaktadır. Osmanlıda Müslüman nüfus çoğunlukta olduğu için konuya Müslümanlar açısından baktığımızda, İslam dini ibadetlerinin günlük yaşamı şekillendirdiğini söyleyebiliriz. Gün içerisinde sürekli olarak abdest almak ve namaz kılmak durumunda olan insanlar kullanmış olduğu kıyafetlerinde buna uygun olmasını istemektedir. Oysa gömlek kolalı yakalı, manşetli ve düğmeli olduğu için bu tarz bir yaşam biçimi için rahatsız edici olmaktadır.

Gömleğin ilk şekli milli kıyafetler altında da giyilen mintan'dır. II. Mahmut döneminde yeniçeri ocağının kaldırılmasından sonra, ordudaki yenileşme hareketlerine paralel olarak askeri giyim de batılı anlamda değişimler olmuştur. Tüm resmi, dini ve askeri kurumlarda "setre" denilen uzunca ceketin altına beyaz gömlek giyilmeye başlanmıştır. Sonradan gömleğin yaka kısmına ensiz yakalık ve küçük bir

fiyong takılmıştır. Batı kıyafetlerinin yerleşmeye başlamasıyla devrik yakalı gömlekler mintanın yerine geçmiştir (Gafuroğulları, 2010: 27).

T. Vural ve S. Ağaç'a göre; Osmanlılar Döneminde yaşanan Tanzimat Hareketi bir özgürlük hareketinin başlangıcı olarak görülmüştür. Giyim alışkanlıkları giderek değişen erkekler, ülkede üretiminin olmaması nedeniyle "Frenkgömleği" diye bildikleri bu giyim malzemesini temin etmek için sık sık yurt dışına çıkmak durumunda kalmışlardır (Aktaran: Akgül, 2006: 72; Vural ve Ağaç, 1995). Osmanlı erkeğinin günlük yaşamındaki genel kıyafeti altta şalvar, üstte gömlek veya iç entarisi, üzerine kısa kaftan veya uzun kaftan şeklinde olmuştur (Koca, 2009: 64). İmparatorluğun genelinde olduğu gibi İstanbul'da da erkek kıyafeti asıl olarak sırasıyla üst üste giyilen don, çakşır /şalvar, gömlek, entari / dolama, kaftan kürk ve başlıktan oluşmuştur (İpşirli, 2015: 231).

Gömlek yalnızca erkekler tarafından kullanılmış değildir. Osmanlı kadın giyiminde zaman içinde entari, şalvar ve gömlek ile ceket ve etek olarak üç tip kıyafet kullanılmıştır. Görüldüğü gibi Osmanlı kadınları da günlük hayat içerisinde gömlek kullanmışlardır (Aysal, 2012: 5).

Osmanlı Sultanlarının da gömlek kullandıklarını Ögel'in şu ifadelerinden de görmekteyiz: "Sultanlar günlük yaşamlarında altta şalvar, üstte gömlek veya iç entarisi üzerine de kısa veya uzun kaftan giyerlerdi" (Ögel, 1993: 14).

Osmanlı Döneminde gömleklerle ilgili diğer bir önemli konu ise tılsımlı gömlekler olarak karşımıza çıkmaktadır. Önceleri sadece özel günlerde ve törenlerde giyilen Osmanlı sultanlarının ayet, hadis ve sembollerle süslü her biri üç-dört yılda dokunabilen tılsımlı gömleklerinin sırrı hala çözülememiştir. Osmanlı padişahlarının savaşta galip gelmek, nazardan korunmak ve şifa bulmak için giyindikleri tılsımlı gömleklerin üzerindeki harf ve rakamların işaret ettiği manalar incelemelere rağmen çözülebilmemiş değildir. Bunu yanında kumaşların nasıl olup da 8 bin çözüğü ipliyle dokunduğu da anlayamamıştır (Gafuroğulları, 2010: 25).

1978 yılından beri Topkapı Sarayı Müzesi'nde Osmanlı tekstili ve padişah giysileri üzerine çalışmalar yapan Doç. Dr. Hülya Tezcan, tılsımlı gömlekleri grafik

sanatının zirvesi olarak tanımlamaktadır (Sanal 43, 2017: 1).Şu an Topkapı Sarayı Kaftanlar bölümünde Seferli koşuşlarında sergilenen tılsımlı gömleklerdeki Gurbari hatla yazılan Arapça metinler uzmanlar tarafında okunamamış durumdadır. 8 bin çözümlü teliyle dokunmuş gülüstani kemha tekniği kumaşların sırrı hala çözülememiştir (Sanal 44, 2017: 1).

Topkapı Sarayında padişahlara ait 87 adet tılsımlı gömlek bulunmaktadır. Bu gömleklerin Padişah ve Vezirlerin savaşa ve sefere giderken üzerlerine giydiklerini bilinmektedir. Gömlek hazırlanmadan önce sarayın Müneccimbaşı kişi ve gömleğin hazırlanma amacına uygun bir zaman belirler. Daha sonra devrin ünlü hocaları istenen amaca göre ayet ve duaları seçerler. Seçilen ayetler ve diğer yazılar devrin ünlü hattatları tarafından gömlek üzerine yazılır. Daha sonra da terziler dikim işlemini gerçekleştirirler. Böylece bir tılsımlı gömlek; müneccimbaşı, din adamı, hattat ve terzinin işbirliği ile ortaya çıkmış olur (Sanal 45, 2017: 1).

Türkiye’de gömleğin seri üretimine ise 1950 yılında Sultan hamam da başlanmıştır. Gömleğin halk arasında yaygınlaşmasından sonra erkek gömleğinde çeşitli akımlar ve modalar ortaya çıkmıştır (Karaman: 1993: 2).

1950’lerde A.B.D.’den gelen moda hareketlerinin etkisi ile naylon gömlekler giyilmiştir. Daha sonraları ise pamuklu giysilerin sağlık açısından olumlu etkilerinin ortaya çıkması ile gömlekte pamuklu kumaş tercih edilir hale gelmiştir (Aktaran: Akgül, 2006: 72; Vural ve Ağaç, 1995).

4.3. Gömlekte Model Özellikleri

Gömlek için TSE tarafından yapılan sınıflandırma şu şekildedir:

a) Giyecek kişiyeye göre sınıflandırılması;

1. Erkek Gömleği

2. Kadın Gömleği

3. Erkek Çocuk Gömleği

4. Kız Çocuk Gömleği

b) Kullanım amacına göre sınıflandırılması;

1.Resmi Gömlekler

2.Spor Gömlekler

Gömleğin sınıflandırılmasına dair yapılan araştırmalarda erkek gömleği sınıflandırmasında daha ayrıntılı sonuçlara ulaşılmaktadır. Erkek gömleğinin giyildiği yere ve zamana göre sınıflandırılması (Sezer, 2006: 17).;

1. Klasik Erkek Gömleği: Toplantılarda, organizasyonlarda ceket içerisine giyilebilen veya tek başına kullanılabilen düğmeli, kollu, gömlek yakalı, manşetli, tek göğsü üzerinde cep bulunan, pamuklu kumaştan üretilen ve kravat, kravat iğnesi ve kol düğmeleriyle de zenginleştirilebilen erkek giysisidir.

2. Spor Erkek Gömleği: Genellikle günlük giyilen rahat ve kullanışlı, değişik renklere sahip ve spor model özelliği taşıyan, pamuklu veya kot kumaştan üretilen, modanın etkisiyle şekillenen erkek giysisidir.

3. Fantezi Erkek Gömleği: Genellikle  zel gün ve gecelerde veya sahnede giyilen, değişik renkte ve modelde, farklı fantezi kumaşlardan üretilen, aksesuarlarla kullanılabilen erkek giysisidir.

Erkek gömleğinin sınıflandırılması bazı kaynaklarda da şu şekildedir; (Gafuroğulları, 2010: 27).

1) Kol şekillerine göre;

- Kısa kollu

- Uzun Kollu

2) Boyutlarına göre;

- Erkek gömlekleri

- Erkek çocuk gömleklikleri

3) *Hatalarına göre;*

- Birinci

- İkinci

- Üçüncü

4) *Çeşitlerine göre;*

- Klasik gömlek

- Spor gömlek

- Spor kravat gömlek

- Dik yakalı gömlek

- Frak gömlek

- Yarı düğmeli gömlek

- Denizci gömleği

- Binici gömleği

- Gemici gömleği

- Şiton gömlek

- Lido gömleği

- Kar gömleği

- Polo gömlek

- Korsan gömlek

- Jivago (Rus, kazak) gömleği

- Smokin gömlek

“Bu sınıflamaların yanında Türk Standartlar Enstitüsünce belirlenen ‘TS 9690/Nisan 1995 Tekstil Mamulleri-GÖMLEK’ standartlarında tüm detaylar yer almaktadır. Gömleklik kumaşların; ‘TS 10250/Nisan 1992 Tekstil- Gömleklik Kumaşlar-Dokunmuş’ ve ‘TS 11612/Nisan 1995 Tekstil Mamulleri- Spor Gömleklik

Kumaşlar – Dokunmuş ve Örülmüş’ standartlarına uygun olması istenmektedir. Yapım özelliklerinden dikiş özelliğinin; “TS 606/Mayıs 1990 Pamuk-Dikiş, Nakış ve Dantel İplikleri” ile “TS 8288/Nisan 1990 Kısmen veya Tamamen Sentetik Liflerden Yapılmış Dikiş İplikleri” standartlarında belirtilen ipliklere uygun olması belirtilmektedir. 10cm de 40–60 dikiş adımı için; “TS 7565/Ekim 1989 Dikiş İplikleri Sınıflandırma ve Terimleri” ve TS 7566/Ekim 1989 Dikim Tipleri Sınıflandırma ve Terimleri standartlarına uygun olması belirtilmektedir (Baylavlı, 2011: 52).

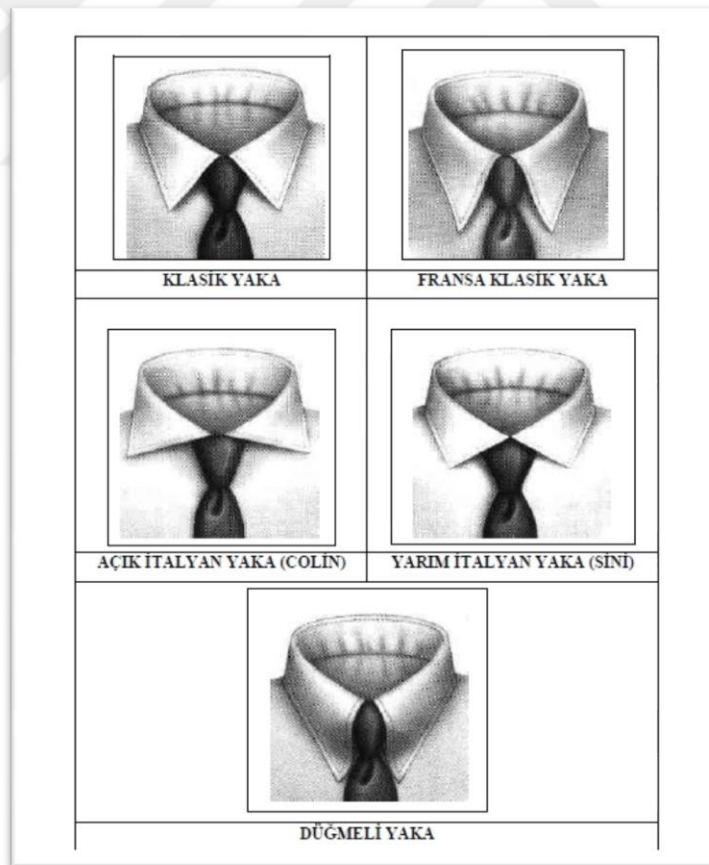
Hem erkek hem de kadın gömleklerinde çok çeşitli model özellikleri görülmektedir. Model uygulamalar moda ve kişinin tercihine göre değişebilmektedir. Bazı kaynaklarda bu model özellikleri “gömlek çeşitleri” şeklinde değerlendirilmiştir. “Yaka çeşitlerine göre gömlek çeşitleri” bunlara örnek olarak gösterilebilir.

Gömlek sınıflandırma konusundaki değerlendirmelerin, daha önceki kısımda da belirttiğimiz gibi, TSE tarafından tanımlandığı şekilde olmasının daha isabetli olduğu düşünülmektedir. Gömleklerde model uygulama özellikleri ise;

- Yaka çeşitleri,
- Manşet çeşitleri,
- Kapama çeşitleri,
- Cep çeşitleri,

- Kol çeşitleri,
- Ön veya arka omuzdaki roba,
- Pile çeşitleri olarak sayılabilir.

Bunun dışında bulunduğumuz dönemde teknoloji ve küreselleşmenin de etkisiyle hemen her gün yeni bir model uygulama ortaya çıkabilmektedir. Mevcut olanlar ve yeni tasarlanacak tüm uygulamaları genel bir başlık altında “gömlerde model uygulama özellikleri” şeklinde değerlendirmenin daha doğru olduğu düşünülmektedir. Özellikle kadın tüketicilerin kullandığı gömlelerde model uygulama çeşitleri giderek artmaktadır. Bu modellerden sıklıkla karşımıza çıkabilecek olanlar; nervürlü, pileli, robada dantelli, belden bağlamalı, kolsuz, yaka detaylı vb. şekilde sıralanabilir.



Resim- 28: Gömlek Yaka Çeşitleri 1

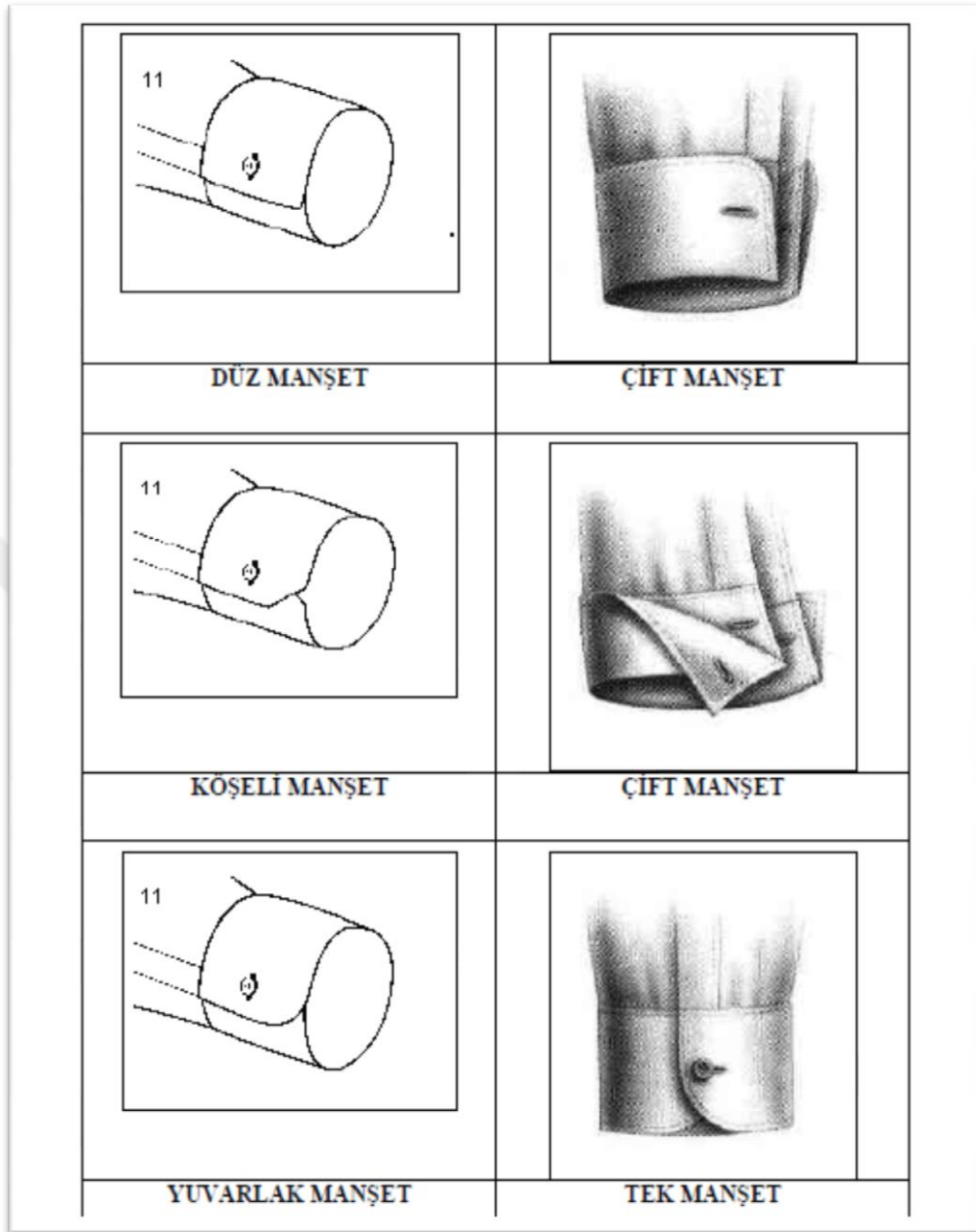
Kaynak: (Akgül, 2006: 80).



Resim- 29: Gömlek Yaka eşitleri 2

Kaynak: <http://adamgibigiyin.com/takim-elbise-icin-gomlek-yaka-cesitleri>

Manşetler genel olarak düz, yuvarlak ve köşeli olarak sınıflandırılır. Model özelliğine göre tek veya çift (duble) manşet çalışması yapılabilmektedir.



Resim- 30: Manşet Çeşitleri

Kaynak: (Akgül, 2006: 85).

Kapama çeşitleri patlı, patsız ve gizli pat şeklinde olabilmektedir. Bunlar dışında kalan pat çeşitlerini “model uygulamalı pat” şeklinde isimlendirilebilir.



Resim- 31: Pat/ Kapama Çeşitleri

Kaynak: <https://www.morhipo.com/beymen-club-100575373-gizli-pat>.



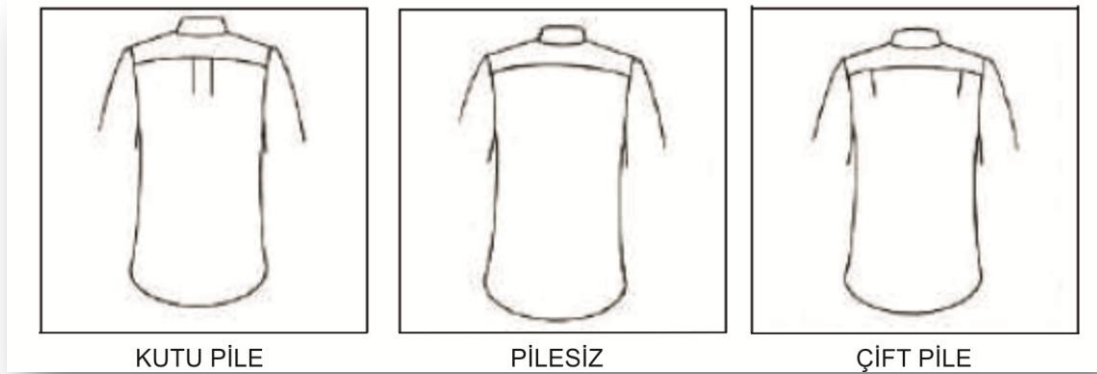
Resim- 32: Cep Çeşitleri

Kaynak: <http://www.abiyeonlinesatis.com/urunler/avva/erkekgomlek.html>.

Gömlelerde kol çeşitleri;

- Tek parça kol
- İki parçalı kol
- Uzun kol
- Kısa kol
- Düğme ile kısaltılabilen kol şeklinde sınıflandırılabilir.

Arka bedende temelde mevcut bulunan penslerde yapılan model uygulamalar ile pileler elde edilebilir. Genel olarak kullanılan 3 teknik bulunmaktadır;



Resim- 33: Pile Çeşitleri
Kaynak: (Akgül, 2006: 83).

4.4. Gömlekte Geri Dönüşüm-Yeniden Kullanım-Geri Kazanım

Gömlek hem erkekler hemde kadınların günlük hayat içerisinde en fazla kullandıkları giysi çeşitlerinden biridir. Resmi yerlerde, çalışma hayatında, özel günlerde, tatilde vb. günlük hayat içerisinde tüm alanlarda kullanılabilir ve diğer giyim eşyaları ile çok rahat bir şekilde kombin edilebilir. Bu kadar çok alanda kullanılma imkânı olması sebebiyle gömlek en çabuk yıpranan, eskiyen ve modadan etkilenen bir üründür. Bu ve benzeri sebeplerden ötürü gömleğin kullanım ömrünü uzatmak, ömrü tamamlandığında geri dönüşümünü sağlamak, tamir edilebilecek durumda ise tamir ettirmek veya asıl amacı dışında bazı giyim eşyalarına dönüşümünü gerçekleştirmek, hem aile hem devlet bütçesi açısından hem de doğaya, çevreye ve gelecek nesillere katkı sağlamak açısından önemlidir.

Eski dönemlerde gömlek ve birçok giyim eşyası; yıpranma, eskime, modasının geçmesi veya herhangi bir sebeple kullanılmaktan vazgeçildiğinde bir ihtiyaç sahibine kişisel çabalarla ulaştırılabiliyordu.

Ancak yeni dönemde Hazır Giyim Sektörünün hızla gelişmesi ile her türlü giyim eşyasına kolay bir şekilde ulaşılmakta ve oldukça düşük fiyatlara halkın tüm kesimleri tarafından satın alınabilmektedir. Ürünlerin kolay ulaşılabilir ve uygun

fiyatlara satılıyor olması ilk etapta doğru ve iyi bir imkânlar bütünü olarak görülebilir. Bu yeni dönem de en önemli etki “endüstrileşme ve sanayileşme” sebebiyle gerçekleşmiş olarak kabul edilebilir. Endüstrileşme ve sanayileşmenin Türk tekstiline olan etkileri özellikle cumhuriyet ve sonrası dönemlerde yoğun olarak yaşanmıştır. Endüstrileşmenin etkileri her sanayi ve sanat dalında olduğu gibi tekstil endüstrisinde de birtakım olumsuzluklara sebep olmuştur (Can ve Özkartal, 2010: 122). Endüstrileşme ve sanayileşme sayesinde daha kolay, hızlı ve ucuz olarak üretilen ürünlerin doğaya, çevreye ve insan sağlığına olan zararları bilinen bir gerçektir.

Diğer taraftan modern dünya sisteminin insanlara empoze ettiği olumsuz psiko-sosyal meziyetler, kişilerin bir başkasının kullandığı ürünü kullanmasına içsel ve dışsal bazı faktörlerinde etkisiyle engel olmaktadır.

Kapitalist sistem faydacılık ve tamamen kazanma temelli olarak kurulmuştur. Üreticiler ürünlerini tüketicilere pazarlamak ve ürünlerin satın alınmasını sağlamak için çeşitli yöntem ve teknikler kullanmaktadır. En önemli olanı da psikolojik olarak tüketiciyi etkileyip alışveriş işlemini gerçekleştirmektir. Tüketicinin güdeleri bir şekilde harekete geçirilip ürün, mal ya da hizmetin satılması temel amaçtır.

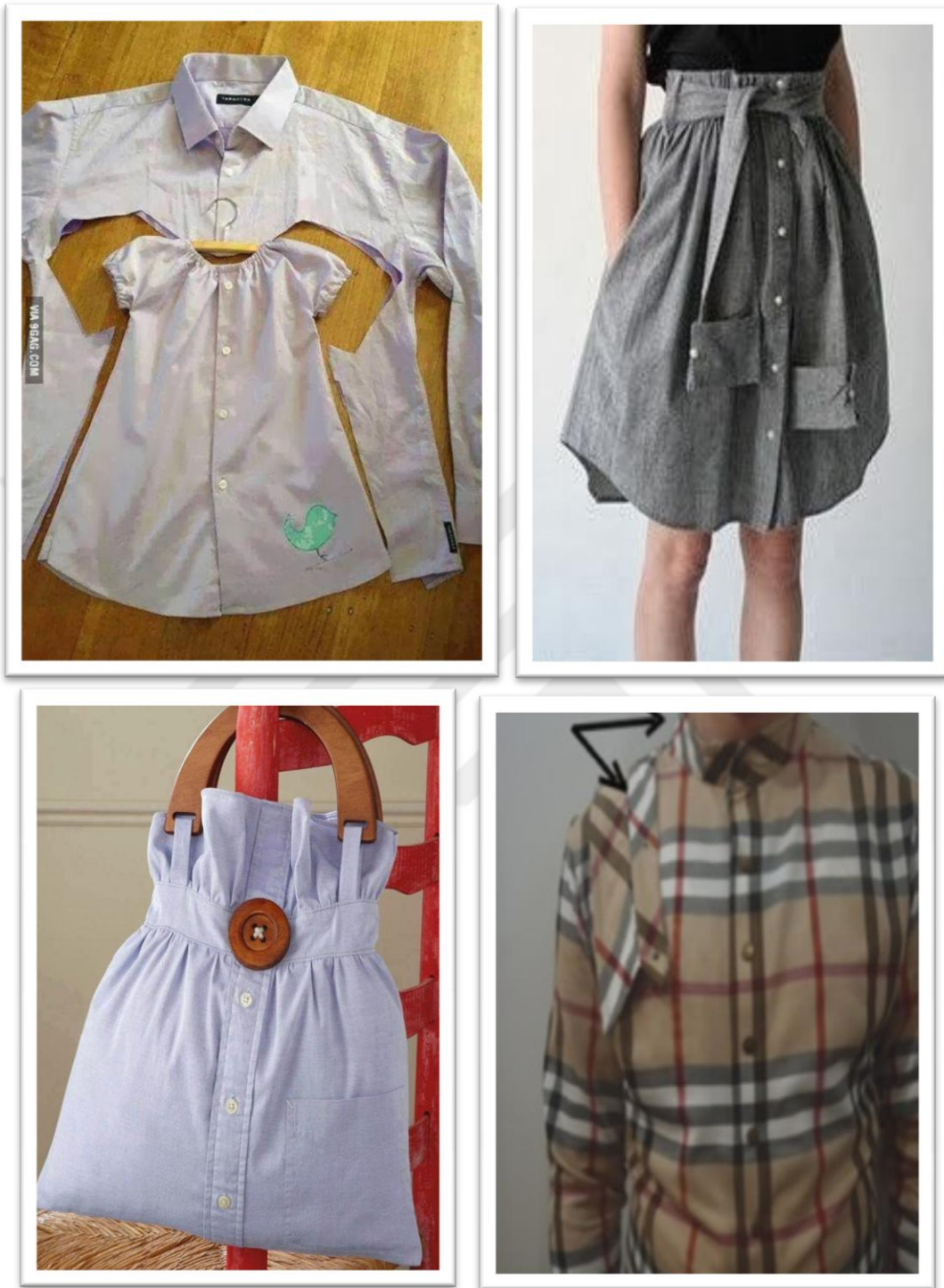
Kolay yöntemlerle gömleklerin eskimiş, yıpranmış parçalarının tamir edilmesi ile yeniden uzun süreler kullanılabilirdiğini bilmekteyiz. Fakat yine modern dünyanın kişiler üzerinde oluşturduğu etkiler sebebiyle, giyim eşyalarının tamiri ile uğraşmak zaman kaybı veya gereksiz bir iş olarak görülmektedir. Diğer bir sebep ise toplumun gelenekten kopuşu olarak karşımıza çıkmaktadır. 2000’li yıllar ile birlikte artık hemen her evde görmeye alışık olduğumuz dikiş makineleri, iğne, iplik kaybolmaya başlamış ve kişiler giyim eşyalarını tamir edecek mahareti ve bilgiyi kazanmaktan yoksun kalmışlardır.

Gömlekte geri dönüşüm oldukça basit yöntemlerle sağlanabilmektedir. Tüketiciler basit bir biçki dikiş kursu ile geri dönüşüm için gerekli olan bilgi ve beceriyi edinebilirler. Tüketicilere ve konu ile ilgilenen araştırmacılara faydalı

olması açısından çalışmanın bu bölümünde gömleklerin geri kazanımı/ yeniden kullanımına dair bazı örnekler (Resim 34- 50) sunulmuştur.



Resim- 34 ve Resim- 35: Gömlek Geri Dönüşüm Örnekleri



Resim- 36, Resim- 37, Resim- 38, Resim- 39: Gömlek Geri Dönüşüm rnekleri



Resim- 40 ve Resim- 41: Gömlek Geri Dönüşüm rnekleri



Resim- 42 ve Resim- 43: Gömlek Geri Dönüşüm rnekleri
Kaynak: (Sanal 46, 2016: 1-5).



Resim- 44: Gömlek Geri Dönüşüm rnekleri



Resim- 45 ve Resim- 46: Gömlek Geri Dönüşüm rnekleri



Resim- 47 ve Resim- 48: Gömlek Geri Dönüşüm rnekleri
Kaynak: (Sanal 47, 2017: 1-8).



Resim- 49 ve Resim- 50: Gömlek Geri Dönüşüm rnekleri
Kaynak: (Sanal 48, 2017: 1-2).

Gömleklerin ömrünü uzatmanın yollarını şu şekilde sıralamak mümkündür:

- Yıkama ve ütöleme talimatlarına uyulmalıdır.
- Gerekmedikçe yıkama ısısı40 derecenin üzerine çıkarılmamalıdır.
- Gömlekler aynı özelliklere sahip ürünlerle birlikte yıkanmalıdır.
- Hem gömleğin kolay ütölenebilmesi hem de daha uzun ömürlü olması için yıkama sonrasında gömlek sıkılmadan askıda kurutulmalıdır.
- Gömlek hafif nemliyken, talimatlara uygun ısıda ve buhar vererek ütülenmelidir.

4.5. Konu İle İlgili Araştırmalar

Arabacı (2010) Türk hazır giyim sektöründeki atık yönetimine dair yapmış olduğu çalışmada; hazır giyim işletmelerinde atıkları geri kazanım şekilleri ve geri kazanım işlemine tabi tutulan atıklardan ne tür ürünler elde edildiği konularına değinmiştir. Tarama modeli kullanılan çalışmada Türkiye'deki büyük ölçekli hazır giyim işletmelerinde oluşan katı atık çeşitlerinin miktarlarının tespit edilmiş ve değerlendirme oranları ile yöntemleri ve geri kazanım firmalarının işleyişlerinin incelenmiştir. Araştırmanın verileri, 70 adet büyük ölçekli hazır giyim işletmesi ile 33 adet geri dönüşüm işletmesinden anket yoluyla toplanmıştır. Araştırma kapsamındaki işletmelerden elde edilen veriler ışığında; hazır giyim işletmelerinin büyük bir bölümünün geri kazanılabilir atıklarını kaynağında ayırma işlemine tabi tutup geri dönüşüm işletmelerine satarak hem firma bütçelerine ekonomik katkı sağladıkları hem de çevre kirliliğini önlenmeyi hedefledikleri görülmüştür. Geri dönüşüm işletmeleri açısından bakıldığında ise çeşitli yollarla temin ettikleri kumaş atıklarına ayıklama ve ayrıştırma işlemlerini uygulayarak geri dönüşüm sürecine soktukları görülmüştür. Geri dönüşüm işletmelerinin üretim faaliyetlerini %86 ile %100 verimlilik arasında gerçekleştirip, çevreyi ve doğal kaynakları korumayı hedef alarak, bu kumaş atıklarından iplik, keçe, temizlik bezi ve battaniye gibi geri kazanılmış ürün elde ettikleri sonuçlarına ulaşılmıştır.

Çağman (2010) çalışan kadınların giysi kullanım süreleri ve kullanım sonrası giysileri değerlendirme yöntemleri adlı çalışmada; çalışan kadınların, yeni giysi satın alma sıklıkları ve nedenleri, sosyal çevresinin giysi kullanım sürelerine etkisi, kullanmadıkları giysilerini nasıl değerlendirdikleri, çevre ekolojisine bakış açıları ve giysi değerlendirme davranışları belirlenmiş, bu konu ile ilgili görüşleri dikkate alınarak kullanım sonrası giysilerini değerlendirme yöntemlerinin neler olduğu belirlenmeye çalışılmıştır. Tarama modeli uygulanan çalışmada veriler anket formlarıyla toplanmıştır. Kamu kurum ve kuruluşları ile özel sektörde çalışan kadınların evreni oluşturduğu araştırmanın örneklem grubunu Ankara, Çorum ve Samsun il merkezi, ilçe ve köylerinde (okul, sağlık ocağı) kamu ve özel sektörde çalışan 505 kadın oluşturmaktadır. Çalışan kadınların çoğunlukla ihtiyaçları olduğu zaman ve sezon sonlarında giysi alışverişi yaptıkları, yeni giysi satın alma davranışları üzerinde kişisel ve çevresel faktörlerin etkili olduğu belirlenmiştir. Çalışan kadınların giymedikleri giysileri giyebilecek kişilere vererek değerlendirdikleri, atık değerlendirme ve geri dönüşüm (recycling) konusunda yeterince bilgiye sahip olmadıkları ve organizasyonel bir destek alamadıkları tespit edilmiştir. Çalışan kadınlara ekoloji bilincinin geliştirilmesi ve kullanılmayan giysilerin değerlendirilmesi ile ilgili olarak eğitim verilmesi, tekstil geri dönüşümü konusunda toplumun bilinçlendirilmesi ve konuyla ilgili olarak devlet kademeleri, yerel yönetimler, odalar, tüketici birlikleri ve diğer gönüllü kuruluşların aynı hedefe yönelik olarak işbirliği yapması hakkında öneriler getirilmiştir.

Durmaz, Bahar ve Kurtlar (2011) tarafından yapılan, kişisel faktörlerin tüketici satın alma davranışlarına etkisi üzerine bir araştırma, adlı çalışmada tüketicilerin davranışlarını etkileyen kişisel faktörler ortaya koyulmuştur. Çalışmada, tüketici davranışını etkileyen kişisel faktörlerin Türkiye'deki tüketicilere nasıl etki ettiğini incelemek için belli illerde 1286 kişi ile yapılan yüz yüze anket çalışması yürütülmüş ve elde edilen veriler yorumlanmıştır. Sonuç olarak; “işletmelerin, müşterilerinin ihtiyaçlarını ve davranışlarını daha yakından tanımaları ve bilgi sahibi olmaları gerektiği, işletmelerin devamlılıklarını sürdürebilmelerinin çevrelerine uyum sağlayabilmelerine, çevrelerindeki değişiklikleri tahmin edebilmelerine ve tüketici davranışlarını iyi analiz edebilmelerine de bağlı olduğu” görülmüştür.

Çelik (2011) ilköğretim müfredatında ambalaj atıklarının geri dönüşümü eğitiminin yerini ve ilköğretim kurumlarındaki geri dönüşüm uygulamalarını araştırdığı çalışmada; ilköğretim müfredatında ambalaj atıklarının geri dönüşümü eğitiminin ayrıntılı olarak incelenmesi ve farklı sosyoekonomik düzeye sahip ilçelerden seçilen ilköğretim okullarındaki geri dönüşüm uygulamalarının araştırılması amaçlanmıştır. Çalışmanın uygulama kısmında öğrencilerin geri dönüşüme olan ilgilerini, geri dönüşüm konusunda bilgi sahibi olup olmadıklarını, geri dönüşüm ile ilgili bilgi aldıkları kaynakları, geri dönüşüme yönelik davranış ve duyarlılıklarını belirlemek amacıyla bir anket hazırlanmıştır. Hazırlanan anket, İstanbul ilinin Şişli, Fatih ve Esenyurt ilçelerindeki resmi ilköğretim okullarının 3., 4. ve 5. sınıflarında öğrenim gören toplam 944 öğrenciye uygulanmıştır. Anket verilerinin analizinde ki-kare testi uygulanmış ve belli değişkenlere göre anket sorularına verilen yanıtlar değerlendirilerek sonuçlar elde edilmiştir. Çalışmanın sonucunda, ambalaj atıklarının geri dönüşümüne yönelik bilgilerin, müfredat içerisinde yetersiz olduğu ve mevcut bilgilerin sürekliliğinin olmadığı tespit edilmiştir.

İlgili çalışma sonuçlarına göre; geri dönüşüme yönelik eğitim ve öğretimin müfredatlarda yetersiz olduğunu göstermektedir. Geri dönüşüm uygulamalarının gerçekleştirilmesi için en önemli kaynak bilgi ve bilinçlenmedir. Bireylerin ve toplumun bilinçlenmesi için gerekli eğitim ve öğretim faaliyetleri temel ve sürekli olarak eğitim kurumlarında yapılmaktadır. Gerekli bilgi ve bilinçlenmenin ilköğretim okullarındaki müfredatlarda sağlanmış olması ilerleyen yaşamlarında kişilerin geri dönüşüme katkılarını artıracak ve dolayısıyla çevreye olumsuz etkilerini en aza indirecektir.

Bozkurt (2012), evsel nitelikli katı atıkların geri dönüşüm olasılıkları ve bertaraf yöntemlerini araştırdığı çalışmada; Seyhan-Çukurova ilçelerinde bir atık kompozisyon çalışması yürütülmüştür. Atık kompozisyon çalışması toplam 55 hane ile hafta içi-hafta sonu, yaz-kış dönemleri için yürütülmüştür. Çalışmada atık kompozisyonu; organik atık (% 75,6), kâğıt (% 7,7), plastik (% 11,7), metal (% 2,9), cam (% 1,5) olarak hesaplanmıştır. Ortalama kişi başı atık miktarı ise 0,76 kg/kişi

gün olarak hesaplanmıştır. Çalışmada, gerekli istatistikî analizler yapılmıştır. Kişi başı atık üretim oranlarının sosyo-ekonomik faktörlerden etkilendiği görülmüştür.

İlgili çalışma sonuçlarında, kişi başına düşen atık oranları incelenmiş ve atık oranlarının kişilerin sosyo- ekonomik durumlarından etkilendiği görülmüştür. Geri dönüşüm faaliyetleri için plan, proje ve uygulamalar yapılırken birey ve toplumların sosyo- ekonomik durumlarının göz önünde bulundurulması gerekmektedir.

Doğan (2012) tekstil sektöründe atık ekolojisi uygulamaları adlı çalışmada; ülkemizde ve dünyada hızlı değişim döngüsüne sahip olan tekstil sektörünün son yıllarda ortaya çıkardığı katı atık miktarını, bu atıkların geri dönüşüme uygunluğunu, geri dönüşüm ve imha oranlarını ortaya koymak amaçlanmıştır. Araştırma verileri için ulusal ve uluslararası literatürden yararlanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre; Ülkemizde Antalya, Denizli, İzmir ve İstanbul'da olmak üzere, katı atık depolama ve atıkları toprağa kazandırma işlemlerini gerçekleştiren dört kuruluş olduğu, bu geri dönüşüm kuruluşları içinde en yüksek kapasitede depolama gerçekleştiren İstanbul Büyükşehir Belediyesi Geri Dönüşüm Tesisinin olduğu, 2009 yılı istatistiklerine göre, alınan her 100kg katı atığın içinde tekstil atığı oranının 4, 63 kg olduğu, bu oranın yiyecek (49.54 kg), kâğıt (16.35 kg) ve plastik (8.25 kg) gibi günlük yaşamımızda sık kullandığımız temel materyallerden sonra en yüksek miktardaki dördüncü atık türü olduğu tespit edilmiştir. Çalışmada yayınlanan strateji ile 2025 yılından itibaren çöp sahasına gönderilen tekstil atıklarının %95 oranda geri dönüştürülmesi öngörülmektedir.

Göksel ve Yanmaz (2012) modası geçmiş giysilerin yeniden kullanımına yönelik yaptıkları çalışma da; modası geçmiş, eski olarak tabir edilen, bir kenara atılmış giysilerle, yeni tasarımlar oluşturmayı amaçlamışlardır. Araştırmada kullanılan veriler, 6 bölüm ve 30 sorudan oluşan veri toplama aracı (anket) ile toplanmıştır. Bu proje kapsamında öncelikle yüksekokul düzeyindeki 18- 25 yaş arası gençlerin giysi satın alma alışkanlıklarına, tercihlerine yönelik istatistiksel bir araştırma yapılmıştır. Araştırma sonuçlarında; “gençlerimizin sürekli yeni bir giysi almak yerine modası geçmiş olarak kabul edilen giysilerini, yapacağı bazı

değişiklikler, onarımlar, ekleme veya çıkarımlarla yeniden kullanıma kazandırmaları” önerilmektedir.

Koca ve Çağman (2012) kullanılmayan giysilerin değerlendirilmesinde çalışan kadınların ekolojik yaklaşımları adlı çalışmaların da; çalışan kadınların kullanım sonrası giysilerini değerlendirmede ekolojik yaklaşımlarını ve kullanmadıkları giysilerini nasıl değerlendirdiklerini belirlemek amacıyla, 505 çalışan kadının konu ile ilgili görüşleri veri toplama aracı ile alınmıştır. Araştırma sonuçlarında; çalışan kadınların çoğunlukla ihtiyaçları olduğu zaman ve sezon sonlarında giysi alışverişi yaptıkları, giymedikleri giysilerini giyebilecek kişilere vererek değerlendirdikleri, atık değerlendirme ve geri dönüşüm (recycling) gibi ekolojik yaklaşımlar konusunda yeterince bilgiye sahip olmadıkları ve organizasyonel bir destek alamadıkları tespit edilmiştir.

İlgili araştırmaya göre, araştırma kapsamındaki kişilerin geri dönüşüm konularında yeterli bilgiye sahibi olmadıkları görülmüştür. Sonuç, literatür de bulunan diğer çalışmalarla aynı doğrultudadır. Kişilerin ve toplumun sürdürülebilirlik, geri dönüşüm ve ekoloji gibi konularda gerekli eğitimleri almaları gerekmektedir.

Oral, Dirgar ve Erdoğan (2012), tekstil ve hazır giyim üretiminde ekoloji adlı çalışmalarında; tekstil ve hazır giyim ürünlerinde ekolojinin önemini ve bir tekstil ürününün Eko-Tex olabilme koşullarını incelemişlerdir. Çalışmanın sonuçlarında belirtilen önerilere göre; “Gelecek nesillere sağlıklı, yaşanabilir bir ortam bırakmak için herkesin üzerine düşen görevi yapması ve her alanda olduğu gibi tekstil ve hazır giyim ürünlerinde de ekolojik olanları tercih etmesi gerektiği” söylenebilir.

Cebeci (2012) ekolojik tekstiller ve üniversite öğrencilerinin ekolojik tekstiller konusundaki farkındalıklarının incelenmesi adlı çalışmada; doğal olanın değerinin fark edilmesi hem üreticilerin, hem de tüketicilerin ekolojik ürünlere olan ilgisini artması gibi amaçlarla, Marmara Üniversitesi’nde 2011-2012 akademik eğitim-öğretim yılında öğrenim gören yaklaşık 350 kişi üzerinde anket çalışması uygulamıştır. Elde edilen sonuçlara göre öğrencilerin % 42’sinin “Ekolojik Tekstil”

kavramını bilmesine karşın, % 65'inin Eko-etiketleri bilmediği görülmüştür. Katılımcıların satın alma davranışlarını en çok etkileyen faktörün ürün modeli olduğu, marka olmasındansa ekolojik olmasını tercih ettikleri, ancak ekolojik ürünlerin pahalı olduğunu düşündükleri görülmüştür. İnsan sağlığına ve çevreye en çok zarar veren maddenin büyük oranda kimyasallar olduğu, zarar veren maddelerinde ülkemizde yeterince denetiminin yapılamadığını düşünmektedirler.

Pektaş ve Dengin (2012) ikinci el giysi pazarları ve Türkiye'deki durumu adlı çalışmada, tarama-değerlendirme yöntemi kullanmışlardır. İstanbul ve Konya'daki ikinci el mağazalarında, bitpazarlarında, hayır derneklerinde yapılan gözlemler ve görüşmeler, internet sitelerinde yapılan incelemeler yoluyla elde edilen veriler değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda; "günümüzdeki bitpazarlarında büyük çoğunlukla erkek giysileri satıldığı ortaya konmuş, son zamanlarda gerçek anlamda ikinci el alım satımı internet üzerinde yapıldığı görülmüş, maddi durumu iyi olmayan ailelere yönelik sosyal çalışmalar yapan dernek ve vakıfların ihtiyaç fazlası, kullanılmayan, temiz eşyaları toplayıp ihtiyaç sahibi insanlara dağıtarak onlara yardımcı oldukları tespit edilmiştir. Kaliteli, az kullanılmış veya hiç kullanılmamış giysilerin ve abiye elbise, gelinlik, nişanlı gibi tek kullanım değeri olan giysilerin satış ya da bağış yoluyla elden çıkarılması, bu ürünlere ikinci hatta üçüncü defa yeniden kullanımına fırsat yaratılması hem sosyo-ekonomik bakımdan zayıf olan kişilere destek olmak hem de giysi israfı ile mücadele açısından çok önemli bir uygulama olduğu" görülmüştür.

Necef, Seventekin ve Pamuk (2012) hazır giyim sektöründeki kumaş kırpıntılarının geri dönüşümü üzerine yaptıkları çalışmada, kumaş kırpıntılarının değerlendirilmesiyle elde edilen geri dönüşümlü giysilerin kullanımının araştırılmasını amaçlamışlardır. Çalışmada bir hazır giyim firmasının kumaş kırpıntılarında Ne 28 %50 geri dönüşümlü pamuk-%50 poliester iplikler elde edilmiş, Ne 28 %50 pamuk-%50 Poliester ipliklerle karşılaştırılmıştır. Bu ipliklerden aynı üretim şartlarında süprem kumaşlar örülmüş ve bu kumaşlardan giysiler dikilmiştir. Test sonuçları, geri dönüşümlü giysilerin kalitesi ve yeni materyaller kullanılarak elde edilen giysilerin kalitesi arasında belirgin bir fark olmadığını

göstermektedir. Çalışmanın sonucunda, kumaş kırpıntılarında elde edilen geri dönüşümlü giysilerin hazır giyim sanayinde kullanılabileceği belirlenmiştir.

İşmal ve Yıldırım (2012) tekstil tasarımında çevre dostu yaklaşımlar adlı çalışmalarında, güncel gelişmeler ve kavramlar ışığında ekolojik tekstil ve tasarım yaklaşımına, bir tasarımcının tasarlama sürecinde hangi ölçütleri göz önünde bulundurması gerektiğine ve sorumluluğuna değinmişlerdir. Çalışmanın sonuçlarına göre; tasarımcıların yüksek satış rakamlı estetik ürünleri tasarlarken ekolojik yaklaşımları ve malzeme seçimleri ile tüketicilerin bilinç ve beğenilerini etkileyebileceklerine dair göstergelere ulaşılmıştır. Ayrıca teknolojik gelişmelerin, gelecekte tasarımcıları üretici ve tüketici arasında köprü görevi üstlenen, disiplinler arası çalışan bireyler olmaları konusunda zorlayacağı öngörülmektedir.

Kılıç (2013) giyim sektöründeki üretim artıklarının sürdürülebilir moda yaklaşımı ile değerlendirilmesine yönelik yapmış olduğu çalışmanın örneğini Ankara ilinde faaliyet gösteren küçük ve orta ölçekli giyim firmaları arasından random yöntemi ile seçilen 32 giyim firması oluşturmaktadır. Araştırmanın ilk bölümünde, araştırmacı tarafından hazırlanan anket formu yardımıyla işletmelerin demografik özellikleri, artık miktarları ve artıkları elden çıkarma yöntem ve görüşleri belirlenmiştir. İşletmelerin büyük bir kısmının üretim artıkları ile ilgili problem yaşadıkları ve artık oluşturma nedenlerini tespit ederek önlemler almaya çalıştıkları, buna rağmen önemli bir bölümünün üretim artıklarını değerlendirmedikleri, artıkları gelişigüzel çevreye bıraktıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Üçgül ve Elibüyük (2014) tekstil atıklarının piroliz ile değerlendirilmesi üzerine yaptıkları çalışmada, akrilik, pamuk ve yün elyaf atıkları piroliz işlemine tabii tutulmuştur. Bu işlem sonucu oluşan katı ürünlerin değerlendirilmesi yapılmıştır. Yapılan piroliz işlemi sırasında pamuk elyafının katı ürün oluşmadığı, akrilik ve yünün katı atıklarının oluştuğu gözlenmiştir. Çalışmada; pamuk elyaf atığının piroliz sonucu kalmadığı, yün elyaf atığının pirolizinden kalan külün ise sadece verimsiz tarım arazilerinin karbonca beslenmesi amacıyla gübre olarak kullanılacağı, akrilik elyafın pirolizinden oluşan katı ürünlerin ise karbon karası olarak kullanılabileceği sonuçlarına ulaşılmıştır.

Üner ve Başaran (2016) tekstilde sürdürülebilirlik için yöresel ürünlerin yaşam döngüsü değerlendirmesindeki rolü: çaput dokumacılığı örneği adlı çalışmalarında, tekstil atıklarının önemli bir sorun olduğundan hareketle, dünyayı kirleten sanayilerden biri olan tekstil ve hazır giyim sektöründe giderek artan atık sorunun çözümü için, sürdürülebilir malzemelerin ve üretim yöntemlerinin kullanılmasının önem taşıdığına dikkat çekmişler ve çalışmada, Aydın ili Bozdoğan yöresinde gerçekleştirilen çaput dokumacılığının, tekstilde sürdürülebilirliğe katkısı incelemişlerdir. Araştırmada; “farklı yörelerde çaput dokumacılığı yapan bireylerin tespit edilmesi gerektiği, çaput dokumacılığında markalaşmanın gerektiği, tekstil atıklarının kumbaralarda toplanmasının sağlanması gerektiği, günümüz modasına ve değişen ihtiyaçlara cevap verebilecek çeşit yelpazesinde fonksiyonel, çağdaş yeni tasarımların yapılmasının gerektiği” gibi sonuç ve önerilere ulaşılmıştır.

Mangır (2016) tarafından yapılan, sürdürülebilir kalkınma için yavaş ve hızlı moda adlı çalışmada, yavaş ve hızlı moda incelenmiştir. Araştırmada konuyla ilgili literatür taraması yapılmıştır. Araştırma da şu önemli tespitler yapılmış ve önerilerde bulunulmuştur: “Moda hızla gelişmiş ve tercihler çeşitlenmiştir. Ancak bu hız arttıkça ürünün kalitesi çevreye olan zararlar ve hızlı tüketim artışı ortaya çıkmıştır. Bu yüzden firmalar yavaş moda kullanımını arttırarak kitlesel üretim ve hızlı tüketim ağlarını değiştirmeli, sürdürülebilirliğe odaklı ve çevre dostu üretim desteklenmelidir.”

Taştekin (2009) tarafından yapılan, alışveriş merkezlerinde markalı mağazalar ve bağımsız mağazalardan satın alan tüketicilerin satın alma davranışlarının incelenmesi ve araştırılması adlı çalışmada, iki farklı tüketici grubu incelenmiştir. Birinci grup, ayakkabılarını büyük alışveriş merkezlerindeki markalı mağazalardan satın almayı tercih ederken, ikinci grupta bağımsız perakendecilerden satın aldıklarını belirtmişlerdir. Anket 354 kişiye yapılmış, bu kişilerden 198’i büyük alışveriş merkezlerindeki markalı mağazaları, 156’sı da bağımsız perakendecileri tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Ankete katılan tüketiciler, ayakkabı satın alırken ayakkabı özellikleriyle ilgili birinci sırada rahatlığın, ikinci sırada kalitenin, üçüncü sırada görüntünün, dördüncü sırada fiyatın ve son olarak markanın geldiğini

belirtmişlerdir. Ankete katılanlar; markalı mağazaların bağımsız mağazalara göre daha pahalı ve bununla beraber bu merkezdeki ayakkabıların daha kaliteli olduğunu, bu mağazalarda çeşidin daha fazla ve mağazaların daha temiz olduğunu, hizmet kalitesinin daha iyi olduğunu ve güvenilirliğin daha yüksek olduğunu belirterek alışveriş merkezlerindeki markalı mağaza isminin kendilerine güven verdiklerini belirtmişlerdir.

Budak (2012) tarafından yapılan, hazır giyim sektöründe tüketicilerin satın alma davranışlarını etkileyen psikolojik faktörlerin bütünleşik analizi, adlı çalışmada hazır giyim sektöründe tüketicilerin satın alma davranışlarını etkileyen psikolojik faktörlerin tanımlaması, birbirleriyle ve diğer faktörlerle bütünleşik analizi yapılmıştır. Böylece hazır giyim sektörünün markalaşma sürecindeki firmalarına, tüketicileri anlamaları ve buna uygun stratejiler geliştirmeleri yolunda önerilerde bulunarak, rekabet avantajı sağlamaları amaçlanmıştır. Anket kapsamında İzmir’de yaşayan, 15-64 yaş arasında, %55,5’i kadın, %44,5’i erkek olmak üzere 587 katılımcıya ulaşılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre; “Alışveriş yapma sıklıkları artan katılımcılar, giyim harcamalarına daha fazla bütçe ayırmaktadır. Katılımcıların gelir düzeyleri arttıkça daha çok alışveriş merkezlerini tercih etmektedir. Erkek katılımcılar giyim alışverişlerinde kadın katılımcılara göre daha fazla oranda alışveriş merkezlerine gitmektedirler. Alışveriş merkezleri dışında cadde mağazaları, pazar yerleri ve bölümlü mağazalara kadın katılımcılar daha fazla oranda gitmektedir. Katılımcılar arasında giyim harcamalarına daha fazla bütçe ayıranlar kadınlar olmuştur. Bekâr katılımcıların alışveriş sıklıkları evli katılımcılara oranla daha fazladır. Yaşça daha genç olan tüketicilerin diğerlerine göre duygusal zevk güdülerine daha fazla sahip olduğu söylenebilir.”

Akıncı (2014) tarafından yapılan, moda trendlerinin giysi seçimi ve satın almaya etkileri, adlı çalışmada moda trendlerinin takibi, yaş ve gelir düzeylerine göre 20-50 yaş aralığındaki çalışan kadınların moda trendlerinden nasıl etkilendiğini saptayarak, bu değişkenlerin giysi seçimi ve satın almaları arasındaki ilişki belirlenmeye çalışılmıştır. Tarama modelindeki bu araştırma, Ankara Büyükşehir merkez ilçelerinde rastlantısal yöntemle seçilmiş 384 çalışan kadının katılımı ile

gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonuçları, çalışan kadınların çoğunluğunun modayı “izleyiciler” olarak takip edenler kategorisinde yer aldıklarını göstermiştir. Bununla beraber moda trendlerini takip etmeleriyle “relaxingcasual”, “feminen giyim” ve “etnik giyim” tarzı arasında anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur. Araştırmaya katılan kadınların moda trendlerini şık ve güzel görünmek, güncel ve popüler olmak için belli bir marka, giysi katalogları ve internetten takip ettikleri sonuçlarına ulaşılmıştır. Kadınların giyim alışverişini mağazalardan ve arkadaş ya da ailesinin görüşlerini alarak yaptıkları belirlenmiştir.

Gümül (2015) tarafından, tüketicilerin internetten alışveriş davranışını etkileyen faktörler yüzüncü yıl üniversitesi öğretim elemanları üzerinde bir uygulama, adlı bir çalışma yapılmıştır. Çalışma Yüzüncü Yıl Üniversitesinde görev yapan öğretim elemanları üzerinde uygulanan bir anketle gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre ürün özelliklerinin tüketicilerin internetten alışveriş davranışı üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı tespit edilmiştir. Buna göre farklı duyu organları ile algılanan ürünlerin tüketicilerin internetten alışveriş davranışını etkilemediği söylenebilir.

Üner ve Başaran (2016) tekstilde sürdürülebilirlik için yöresel ürünlerin yaşam döngüsü değerlendirmesindeki rolü: çaput dokumacılığı örneği adlı çalışmalarında, tekstil atıklarının önemli bir sorun olduğundan hareketle, dünyayı kirleten sanayilerden biri olan tekstil ve hazır giyim sektöründe giderek artan atık sorunun çözümü için, sürdürülebilir malzemelerin ve üretim yöntemlerinin kullanılmasının önem taşıdığına dikkat çekmişler ve çalışmada, Aydın ili Bozdoğan yöresinde gerçekleştirilen çaput dokumacılığının, tekstilde sürdürülebilirliğe katkısı incelemiştir. Araştırmada; “farklı yörelerde çaput dokumacılığı yapan bireylerin tespit edilmesi gerektiği, çaput dokumacılığında markalaşmanın gerektiği, tekstil atıklarının kumbaralarda toplanmasının sağlanması gerektiği, günümüz modasına ve değişen ihtiyaçlara cevap verebilecek çeşit yelpazesinde fonksiyonel, çağdaş yeni tasarımların yapılmasının gerektiği” gibi sonuç ve önerilere ulaşılmıştır.

Mangır (2016) tarafından yapılan, sürdürülebilir kalkınma için yavaş ve hızlı moda adlı çalışmada, yavaş ve hızlı moda incelenmiştir. Araştırmada konuyla ilgili literatür

taraması yapılmıştır. Araştırma da şu önemli tespitler yapılmış ve önerilerde bulunulmuştur: “Moda hızla gelişmiş ve tercihler çeşitlenmiştir. Ancak bu hız arttıkça ürünün kalitesi çevreye olan zararlar ve hızlı tüketim artışı ortaya çıkmıştır. Bu yüzden firmalar yavaş moda kullanımını arttırarak kitlesel üretim ve hızla tüketim ağlarını değiştirmeli, sürdürülebilirliğe odaklı ve çevre dostu üretim desteklenmelidir.”



BÖLÜM V

5. YÖNTEM

Bu bölümde; araştırmanın modeli, evren ve örnekleme, verilerin toplanması ve verilerin analizi ile ilgili bilgilere yer verilmiştir.

5.1. Araştırma Modeli

Öğretmenlerin gömlek satın alma davranışları ve gömleklerin geri dönüşümüne yönelik görüşlerini belirleyebilmek amacıyla yapılmış olan bu çalışmada betimsel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Betimsel yöntem, araştırılmak istenen problemin var olan mevcut durumunu ortaya koymaya yöneliktir. Mevcut durumu kendi koşulları içerisinde ve olduğu gibi çalışmak betimsel yöntemlerin en temel özelliği olarak kabul edilir (Sönmez ve Alacapınar, 2011: 46).

5.2. Evren Örnekleme

Araştırmanın evreni, Konya ili merkez ilçelerde ki (Selçuklu, Karatay, Meram) MEB'e bağlı okullarda görev yapan öğretmenlerden oluşmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise; MEB'e bağlı bu okullarda görev yapan ve random (tesadüfi) yöntemi ile seçilen 373 gönüllü öğretmen oluşturmaktadır. Örnekleme sayısı aşağıda belirtilen formül ile hesaplanmıştır (Semiz, 2011: 85).

Kurum	Evren(Sayı)	Örnekleme(Sayı)
Konya İl (merkez ilçeler) Milli Eğitim Müdürlüğüne Bağlı Okullar	13.359 (öğretmen)	373 (öğretmen)

N= Evrendeki Birey Sayısı

Z= Güvenilirlik Katsayısı (%95 için): 1.96

D= Standart Hata: 0.05

Değişkenin Varyansı: 0,5

$$\frac{N.Z^2 \cdot (0.5)^2}{(N-1).D^2 + Z^2 \cdot (0.5)^2}$$

$$\frac{13.359 \times (1.96)^2 \times (0.5)^2}{(13359-1) \times (0.05)^2 + (1.96)^2 \times (0.5)^2}$$

$$n=373$$

Verilerin formüle uygulanması sonucunda istenilen güven aralığında araştırmada olması gereken örneklem büyüklüğü 373 kişi olarak belirlenmiştir.

5.3. Veri Toplama Tekniği

Araştırma ile ilgili olarak katılımcılardan verileri elde etmeye yönelik anket formu geliştirilmiş ve uygulanmıştır.

Araştırma da; katılımcıların gömlek satın alma davranışları, atık ekolojisi ve gömleklerin geri dönüşümüne yönelik yaklaşım ve görüşleri ölçülmüştür. Araştırmanın kuramsal temelini oluşturmak ve ankette yer alacak soruları belirlemek amacıyla alanla ilgili literatür taraması yapılmıştır.

Anket üç ana bölümde toplam 116 sorudan oluşmaktadır. Anket formunun başlangıcında araştırmının amacı ve anketin ne şekilde cevaplandırılacağı açıklanmıştır.

Birinci bölümde katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek amacıyla iki soru bulunmaktadır. Bu sorular kapalı uçlu çoktan seçmeli olarak hazırlanmıştır.

İkinci bölümde, gömlek satın alma davranışları ve bu konulardaki düşüncelerini öğrenmek amacıyla 10 soruya yer verilmiştir. Soruların yedisi kapalı uçlu çoktan seçmeli, üçü “Önemsiz- 2- 3- 4- Çok önemli” şeklinde derecelendirilmiş 5’li likert olarak verilmiştir.

Üçüncü ve son bölümde ise; katılımcıların atık ekolojisi ve gömleklerin geri dönüşümüne yönelik bilgi ve düşüncelerinin ölçülmesi amacıyla üç soruya yer verilmiştir. Sorulardan biri kapalı uçlu çoktan seçmeli, ikisi ise “Kesinlikle

katılmıyorum- 2- 3- 4- Kesinlikle katılıyorum” şeklinde derecelendirilmiş 5’li likert sorulardır.

Anketler 10.10.2015- 10. 01. 2018 tarihleri arasında araştırmacı tarafından uygulanmıştır.

5.4. Veri Analizi

Anket formu oluşturulduktan sonra 50 kişiye pilot uygulama yapılmıştır. Bu pilot uygulamalar esnasında anlaşılmayan sorular ve maddeler yeniden dzenlenmiştir. Uygulanan anketler kontrol edilip eksik ya da hatalı olanları ayrılmış ve doğru olan anketler üzerinde istatistiksel analizler yapılmak üzere veriler SPSS (Statistical Package For Social Sciences) 17 paket programına aktarılmıştır.

SPSS programına aktarılan verilerin frekans, yüzdelerik dağılımlar, aritmetik ortalama, çapraz tablo analizi, t-testi, anova, korelasyon ve faktör analizlerinden yararlanılmıştır. Bu testlerin gerekli görülenleri ilgili kısımlarda verilmiştir. Tablolarda sayı ve yüzde şeklinde gösterilen bulgular yorumlanmıştır. Ayrıca bulgular cinsiyet değişkeni dikkate alınarak çapraz tablolarda verilmiştir. Likert sorulardan elde edilen verilerin toplamları alınarak ortalamaları elde edilmiştir. Değişkenler arasındaki istatistiksel ilişkinin anlamlı olup olmadığını tespit etmek için T testi yapılmıştır. T testinin sonuçları ilgili kısımlarda kullanılmıştır.

İlişi testi için hipotezler aşağdaki şekilde yapılandırılmıştır:

H^0 : Örnekleme cinsiyet veya yaş faktörleri ile gömlek satın alma davranışları ve gömleklerin geri dönüşümüne yönelik görüşlerine ilişkin değişkenler arasında istatistiksel bir ilişi **yoktur**.

H^1 : Örneklemin cinsiyet veya yaş faktörleri ile gömlek satın alma davranışları ve gömleklerin geri dönüşümüne yönelik görüşlerine ilişkin değişkenler arasında istatistiksel bir ilişi **vardır**.

Hipotezlerin kabul ya da reddi için olasılık değeri $(P) < \alpha = 0.05$ ise H^1 kabul edilir.

BÖLÜM VI

6. BULGULAR VE YORUM

Çalışmanın bu bölümünde; araştırmanın alt problemleri dikkate alınarak hazırlanmış ve katılımcılara uygulanmış olan anketlerden elde edilen bulgular ve bu bulguların yorumlamaları yer almaktadır.

6.1. Araştırma Kapsamındaki Öğretmenlerle İlgili Demografik Özellikler

Araştırmaya katılan örneklem grubunun demografik özelliklerine ilişkin bulgular aşağıdaki tablolarda verilmiştir.

Tablo 1. Öğretmenlerin Demografik Özellikleri

SEÇENEKLER		s	%
Cinsiyet	Kadın	120	34.2
	Erkek	231	65.8
Yaş	25-30	34	9.7
	31-40	102	29.1
	41-50	152	43.3
	51-60	49	14
	61 ve üzeri	14	4

n: 351

Tablo 1’de katılımcıların demografik özellikleri verilmiştir. Cinsiyet grubu incelendiğinde katılımcıların %65.8’i (231) erkek ve %34.2’si (120) kadındır. Yaş grubu dağılımları incelendiğinde ise 41-50 yaş grubunda %43.3 (152), 31-40 yaş grubunda %29.1 (102), 51-60 yaş grubunda %14 (49), 25-30 yaş grubunda %9.7(34), 61 ve üzeri yaş grubunda %4 (14) katılımcı bulunduğu görülmüştür. Yaş grubu dağılımları arasında en çok katılımcı 41-50 yaş grubundadır. En az katılımcı ise 61 ve üzeri yaş grubundadır.

Tablo 2. Öğretmenlerin Yaş Gruplarının Cinsiyet Değişkenine Göre Dağılımları

SEÇENEKLER		Kadın		Erkek	
		s	%	s	%
Yaş	25-30	9	26.5	25	73.5
	31-40	40	39.2	62	60.8
	41-50	59	38.8	93	61.2
	51-60	11	22.4	38	77.6
	61 ve Üzeri	1	7.1	13	92.9

n: 351

Tablo 2’de katılımcıların yaş dağılımları cinsiyete göre verilmiştir. Öğretmenlerin yaş dağılımları incelendiğinde; hem kadın hemde erkek katılımcılarda en yüksek yığılmanın olduğu yaş gruplarının 41-50 ve 31-40 yaş arası olduğu görülmüştür. Erkek katılımcılarda 61 ve üzeri yaş arasında olanlar varken kadın katılımcılarda bu oran yok denecek kadar azdır. Konya merkez ilçelerde gerçekleştirilen bu araştırma da 25-30 yaş arası öğretmenlerin az olması beklenen bir durum iken 61 ve üzeri yaş grubunda az katılımcı olması dikkat çekicidir.

Yaş ve cinsiyet dağılımları incelendiğinde; 41-50 yaş grubunun %61.2’ si erkek (93) ve %38.8’ i kadın (59), 31- 40 yaş grubunun %60.8’ i erkek (62) ve %39.2’ si kadın (40) 51-60 yaş grubunun %77.6’ sı erkek (38) ve %22.4’ ü kadın (11), 25-30 yaş grubunun %73.5’ i erkek (25) ve %26.5’ i kadın (9), 61 ve üzeri yaş grubunun %92.9’ u erkek (13) ve %7.1’ i kadın (1) olarak belirlenmiştir.

6.2. Araştırma Kapsamındaki Öğretmenlerin Gömlek Satın Alma Davranışları

Araştırmaya katılan örneklem grubunun; gömlek satın alma davranışlarına ilişkin bulgular bu bölümde yer almaktadır.

Tablo 3. Öğretmenlerin Gömlek Alışverişi Yapma Sıklıklarının Cinsiyet Değişkenine Göre Dağılımları

SEÇENEKLER		Ayda Bir	Üç Ayda Bir	Altı Ayda Bir	Yılda Bir	Belirsiz
Kadın	s	2	34	60	7	17
	%	1.7	28.3	50	5.8	14.2
Erkek	s	13	53	105	21	39
	%	5.6	22.9	45.5	9.1	16.9

n: 351

Tablo 3’de öğretmenlerin gömlek alışverişi yapma sıklıklarının cinsiyet değişkenine göre dağılımı verilmiştir.

Katılımcıların gömlek alışverişi yapma sıklıkları incelendiğinde; “altı ayda bir” seçeneğinin %47 (165), “üç ayda bir” seçeneğinin %24.8 (87), “belirsiz” seçeneğinin %16 (56), “yılda bir” seçeneğinin %8 (28), “ayda bir” seçeneğinin ise %4.3 (15) tercih edildiği görülmüştür. Toplamda en çok tercih edilen alışveriş sıklığı %47 (165) ile “altı ayda bir”, en az tercih edilen alışveriş sıklığı ise %4.3 (15) ile “ayda bir” olmuştur. Hem kadınlar (%50) hem de erkekler (45.5) tarafından en çok tercih edilen alışveriş sıklığı “altı ayda bir” seçeneğidir. Kadınlar (%1.7) ve erkekler (%5.6) tarafından en az tercih edilen gömlek satın alma sıklığı ise “ayda bir” seçeneğidir.

Öğretmenlerin yaklaşık %50’sinin genel olarak “altı ayda bir” gömlek alışverişi yaptığı ortaya çıkmıştır. Katılımcıların %16’ sının ise gömlek alışverişlerini yaparken düzenli herhangi bir sıklık takip etmedikleri belirlenmiştir.

Aktuğlu ve Temel (2006: 53)’in “kamu sektörü çalışanlarının giysi markalarını tercihini etkileyen faktörlere yönelik bir araştırma” adlı çalışmalarında tüketicilerin %42.2’si “altı ayda bir kez” ve %8.6’sı “yılda bir kez” giyim ihtiyacını karşılamak için alışverişe çıktıkları sonucuna ulaşılmıştır. Gömlek, kamu sektöründe çalışan özellikle öğretmenler için en çok kullanılan giysi türlerindedir. Araştırmada elde

edilen bulgular diğer araştırmalardaki giysi satın alma sıklıklarındaki sonuçlarla benzer dağılımlar göstermektedir.

Herhangi bir cinsiyetin daha fazla kullandığı bir giysi türüne sabitlenmeden yapılmış olan giysi satın alma alışkanlıklarını ölçen araştırmalarda, kadın tüketicilerin giysi alışverişı yapma sıklıklarının daha dar aralıklı zamanlarda olduğu görölmektedir. Örnek olarak Budak (2012: 115) tarafından yapılmış olan araştırmada da kadın ve erkek katılımcılar içerisinde genel giyim alışverişı yapma sıklıklarına bakıldığında kadın tüketicilerin daha sık giysi alışverişı yaptıkları belirlenmiştir. Ancak mevcut çalışmada satın alma sıklığı ölçülen gömleğin, erkek tüketiciler tarafından daha fazla kullanılan bir giysi türü olması sebebiyle araştırma sonuçlarında erkeklerin daha sık gömlek satın aldıkları görölmüştür. Erkek tüketicilerin satın alma sıklıkları incelendiğinde “ayda bir ve üç ayda bir” gibi sıklıkların kadın tüketicilere oranla daha yüksek oranlarda tercih edildiği ortaya çıkmıştır.

Tablo 4. Öğretmenlerin Gömlek Alışverişı İçin Harcadıkları Aylık Miktarın Cinsiyet Değişkenine Göre Dağılımı

SEÇENEKLER		0-100 TL	101-200 TL	201-300 TL	301-400 TL
Kadın	s	51	58	11	-
	%	42.5	48.3	9.2	-
Erkek	s	106	121	4	-
	%	45.9	52.4	1.7	-

Tablo 4’ de araştırma kapsamındaki öğretmenlerin gömlek alışverişı için aylık harcadıkları miktarın cinsiyet değişkenine göre dağılımı verilmiştir.

Öğretmenlerin gömlek alışverişi için harcadıkları aylık miktarlar incelendiğinde; %51'inin (179) 101-200 TL, %44.7'sinin (157) 0-100 TL, %4.3'ünün (15) ise 201-300 TL harcama yaptıkları belirlenmiştir. En çok tercih edilen seçenek 101-200 TL olmuştur. 301 TL ve üzeri seçeneğini ise tercih eden katılımcı olmamıştır. Gömlek alışverişi için yapılan aylık harcama miktarının kadınlarda en çok %48.3 (58) ve %42.5 (51) ile "101-200 TL"; erkeklerde ise en çok %52.4 (121) ve %45.9 (106) ile "101-200 TL" olduğu görülmektedir.

Toplamda bakıldığında en çok tercih edilen aylık harcama miktarı seçeneği %51(179) ile "101-200 TL" olmuştur.

Tablo 5. Öğretmenlerin Kullandıkları Gömlek Tarzlarının Cinsiyet Değişkenine Göre Dağılımı

SEÇENEKLER	Kadın		Erkek	
	s	%	s	%
Klasik Gömlekler	83	69.2	154	66.7
Spor Gömlekler	71	59.2	142	61.5
Etnik Gömlekler	5	4.2	9	3.9
Vintage ve Retro Gömlekler	7	5.8	9	3.9
Sıra Dışı Gömlekler	13	10.8	7	3
İçinde Rahat Hissedilen Gömlekler	16	13.3	1	0.4

n: 351

Tablo 5'de öğretmenlerin kullandıkları gömlek tarzlarının cinsiyet değişkenine göre dağılımı verilmiştir.

Gömlek tarzlarında kadınların en çok %69.2 (83) ile klasik ve %59.2 (71) ile spor; erkeklerin ise en çok %66.7 (154) ile klasik ve %61.5 (142) ile spor gömlekleri tercih ettikleri ortaya çıkmıştır. Gömlek tarzlarıyla ilgili erkek ve kadın tercihleri incelendiğinde her iki cinsiyet grubunun da en çok "klasik ve spor" gömlekleri tercih

ettikleri görülmektedir. Bu durumun sebebi; cinsiyet farkı olmaksızın kamu sektöründe çalışan kesimin klasik giyinme zorunluluğu hissetmesi ve bu klasikliğin vermiş olduğu sıkıntı ile iş dışı yaşamda spor olma ihtiyacı olarak düşünülebilir.

Kullandıkları gömlek tarzları incelendiğinde; öğretmenlerin toplamda klasik gömlekleri %67.5 (237), spor gömlekleri %60.7 (213), sıra dışı gömlekleri %5.7 (20), içinde rahat hissedilen gömlekleri %4.8 (17), vintage ve retro gömlekleri %4.6 (16), etnik gömlekleri %4 (14) tercih ettikleri görülmüştür.

Koca ve Koç (2008: 182)' un çalışan kadınlar üzerine yapmış oldukları araştırmada da benzer şekilde, çalışan kadınların %63.3'ünün klasik giyimi, %59.7'sinin çoğunlukla spor giyimi tercih ettikleri görülmüştür. Bu bağlamda, ilgili araştırmalarda incelendiğinde çalışanların genel olarak "klasik ve spor" giyim ürünlerini kullandıkları söylenebilir. Araştırmada en çok tercih edilen gömlek tarzları %67.5 (237) ile "klasik gömlekler"; en az tercih edilen gömlek tarzları ise %4.6 (16) ile vintage ve retro gömlekler, %4 (14) ile "etnik gömlekler" olmuştur.

Tablo 6. Öğretmenlerin Gömlek Satın Aldıkları Yerlerin Cinsiyet Değişkenine Göre Dağılımı

SEÇENEKLER	Kadın		Erkek	
	s	%	s	%
Alışveriş Merkezleri	104	86.7	200	86.6
Outlet Mağazaları	11	9.2	25	10.8
Cadde Mağazaları	3	2.5	3	1.3
Kişiyeye Özel Dikim	-	-	5	2.2
İnternet/ Sosyal Medya	5	4.2	7	3
Semt Pazarları	-	-	6	2.6
Pasajlar	2	1.7	3	1.3

n: 351

Tablo 6’da öğretmenlerin gömlek satın aldıkları yerlerin cinsiyet değişkenine göre dağılımı verilmiştir

Öğretmenler gömlek alışverişlerin de her iki cinsiyet grubunda da en çok “alışveriş merkezleri” seçeneğini tercih etmişlerdir. Kadınların %86.7’si (104) erkeklerin ise %86.6’sı (200) alışveriş merkezlerini tercih etmişlerdir. Outlet mağazaları yüksek oranlarda olmasa da kadınlar tarafından %9.2 (11), erkekler tarafından %10.8 (25) ile ikinci sırada tercih edilen alışveriş mekanlarındandır.

Araştırma kapsamındaki öğretmenlerin gömlek satın alma yerleri incelendiğinde, toplamda alışveriş merkezleri seçeneğini %86.6 (304), outlet mağazalarını %10.3 (36), internet/sosyal medyayı %3.4 (12), semt pazarlarını %1.7 (6), cadde mağazalarını %1.7 (6), kişiye özel dikimi %1.4 (5), pasajları ise %1.4 (5) tercih ettikleri belirlenmiştir. Toplamda ise en çok tercih edilen seçenek %86.6 (304) ile alışveriş merkezleri olmuştur. En az tercih edilen seçenek ise %1.4 (5) ile pasajlar olmuştur.

Araştırmaya katılan öğretmenlerin yaş dağılımları daha çok orta yaş grubu olmasına rağmen internet ve sosyal medya seçeneğinin düşük oranda tercih edilmesi teknolojinin hâkim olduğu küresel alışveriş koşullarında dikkat çekici bir sonuçtur.

Budak (2012: 107) tarafından tüketicilerin giysi satın alma alışkanlıkları üzerine yapılan araştırmada, katılımcılardan büyük çoğunluğunun alışveriş merkezlerini daha çok tercih ettikleri görülmüştür. Çetin (2016: 30) tarafından giysi satın alma davranışları üzerine yapılmış olan çalışmada, tüketicilerin bir giysi markasını satın alırken tercih ettikleri yerler arasında alışveriş merkezleri %54.6 tercih edilmiştir. Benzer konu üzerinde yapılan birçok araştırma bu sonucu desteklemektedir.

Tablo 7. Öğretmenlerin Gömlek Alışverişi Yapma Nedenlerinin Cinsiyet Değişkenine Göre Dağılımı

SEÇENEKLER	Kadın		Erkek	
	s	%	s	%
Beden Ölçülerinde Değişiklik	53	44.2	95	41.1
Sezon Geçişlerinde	10	8.3	20	8.7
Modayı Takip Etmek	48	40	39	16.9
Gömleklerin Eskimesi	105	87.5	195	84.4
Mesleğe Uygunluk Açısından	32	26.7	41	17.7
Gömlek Alışverişi Yapmayı Sevmek	11	9.2	23	10
Kendimi Ödüllendirmek	7	5.8	3	1.3
Önemli Günlerde İhtiyaç Olması	7	5.8	3	1.3
Çok İndirimli Olması	8	6.7	11	4.8
Beğenilen Bir Ürün Olması	17	14.2	39	16.9
Sezon Sonu İndirimleri Olması	9	7.5	6	2.6

n: 351

Tablo 7’de araştırma kapsamındaki öğretmenlerin gömlek alışverişi yapma nedenlerinin cinsiyet değişkenine göre dağılımı verilmiştir.

Her iki cinsiyet grubunda da öğretmenlerin gömlek alışverişi yapma nedeni olarak en çok “eskimesi” seçeneği tercih edilmiştir. Kadınlarda bu oran %87.5 (105) erkeklerde ise %84.4 (195) olmuştur. Kadınlarda en az %5.8 (7) ile “kendimi ödüllendirmek, önemli günlerde ihtiyaç olması”, erkeklerde de en az %1.3 (3) ile “kendimi ödüllendirmek, önemli günlerde ihtiyaç olması” seçenekleri tercih edilmiştir.

Cinsiyet açısından gömlek alışverişi yapma nedenleri incelendiğinde hem kadınların (%87.5) hem de erkeklerin (%84.4) en çok gömlekler eskidiğinde alışveriş yaptıkları görülmüştür. Benzer oranlarda hem kadınların (%44.2) hem de erkeklerin (%41.1) beden ölçülerinde değişiklik olduğunda gömlek almaya ihtiyaç duydukları

ortaya çıkmıştır. Kadınların %40' ı modayı takip etmek için ve %26.7' si mesleğe uygunluk açısından gömlek satın aldıklarını ifade ederken erkeklerde bu oran oldukça düşüktür.

Öğretmenlerin gömlek alışverişi yapma nedenleri incelendiğinde; “%85.5’ inin (300) gömleklerin eskimesi, %42.2’ sinin (148) beden ölçülerimde değişiklik, %24.8’inin (187) modayı takip etmek, %20.8’inin (73) mesleğe uygunluk açısından, %16 (56) beğenilen bir ürün olması, %9.7’ sinin (34) gömlek alışverişi yapmayı sevmek, %8.5’inin (30) sezon geçişlerinde, %5.4 (19) çok indirimli olması, %4.3 (15) sezon sonu indirimleri nedeniyle, %2.8’inin (10) kendimi ödüllendirmek ve önemli günlerde ihtiyaç oluşması” seçeneklerini tercih ettikleri belirlenmiştir.

Öğretmenler en fazla yığılma ile %85.5 (300) “gömleklerin eskimesi” ve %42.2 (148) “beden ölçülerimde değişiklik” seçeneklerini; en az ise %2.8 (10) “önemli günler ve kendimi ödüllendirmek” seçeneklerini tercih etmişlerdir. Araştırma kapsamındaki öğretmenlerin genel olarak eskimesi ve beden ölçülerinde değişiklik olması durumlarında gömlek alışverişi yaptıkları görülmüştür. Bu nedenle katılımcıların ancak gerekli olduğu durumlarda gömlek alışverişi yaptığı söylenebilir.

Çağman’ın (2010: 55) çalışan kadınlar üzerine yaptığı çalışmada, kadınların %67,3’ ünün gerekli olduğu zaman giysi satın aldığı ve %16.6’sının işi gereği giysi satın aldığı görülmektedir. Budak(2012: 126)’ın tüketicilerin giysi satın alma davranışları üzerine yaptığı araştırmada da katılımcıların yarısından fazlası (%56.5) giyim ürünlerini satın almalarında ihtiyaç olma durumunun birinci derecede etkili olduğunu ifade etmişlerdir. Katılımcıların %13.5’lik kısmı ikinci derecede etkili olduğunu, %8.7’lik kısmı ise üçüncü derece etkili olduğunu belirtmişlerdir. Toplamda katılımcıların 78.7’lik kısmı giysileri 1., 2. veya 3. derecede ihtiyaç olduğu için satın aldıklarını ifade etmişlerdir.

Çınar ve Çubukçu(2009: 293) tarafından yapılan araştırmada tüketime eğilimle ilgili olarak ulaşılan sonuçlara göre: tüketicileri; “kredi kartı, alışveriş ortamının rahatlığı, modanın sürekli değişmesi, boş zaman, ambalaj, gösteriş, satıcıların tutumları, özel günler, reklamlar, tüketimin statü olarak görülmesi, kitle iletişim

araçlarının etkileri gibi birçok faktör tüketime yönlendirmektedir. Yapılan araştırmada tüketicilerin, boş zamanlarında bile tüketimi düşündüklerinin göstergesi olarak, alışveriş merkezlerine sadece gezmek amacıyla da gitmekte oldukları ve sadece satış yeri reklamlarının, ambalajın, ortam ve atmosferin etkisi altında kalarak da mamul satın alabildikleri görülmektedir.

Tablo 8. Öğretmenlerin Gömlek Alışverişlerinde Tercihlerini Yönlendiren Etkenler

SEÇENEKLER	Etkilemez		2		3		4		Çok Etkiler	
	s	%	s	%	s	%	s	%	s	%
Ailem	3	0.9	53	15.1	289	82.3	4	1.1	2	0.6
Çevrem	49	14	86	24.5	55	15.7	80	22.8	81	23.1
Arkadaşlarım	65	18.5	82	23.4	55	15.7	81	23.1	68	19.4
Mesleğim	-	-	21	6	27	7.7	264	75.2	39	11.1
Kültürel Öğeler	157	44.7	135	38.5	30	8.5	18	5.1	11	3.1
Dini İnançlar	284	80.9	28	8	39	11.1	-	-	-	-
Satış Danışmanları	309	88	3	0.9	39	11.1	-	-	-	-
Görsel Medya	250	71.2	61	17.4	36	10.3	4	1.1	-	-
Yazılı Medya	307	87.5	12	3.4	32	9.1	-	-	-	-
Reklamlar	-	-	40	11.4	299	85.2	12	3.4	-	-

n: 351

Tablo 8’de araştırma kapsamındaki öğretmenlerin gömlek alışverişlerinde tercihlerini yönlendiren etkenler verilmiştir.

Gömlek alışverişlerinde tercihleri yönlendiren etkenler incelendiğinde; öğretmenlerin, etkilemez derecesinde satış danışmanları %88 (309), yazılı medya %87.5 (307), dini inançlar %80.9 (284), görsel medya %71.2 (250), kültürel öğeler %44.7 (157), çevre %14 (49) ve aile %0.9 (3) şeklinde tercihleri olduğu görülmüştür.

2 derecesinde kültürel öğeler %38.5 (135), çevre %24.5 (86), arkadaşlar %23.4 (82); “3” derecesinde reklamlar 85.2 (299), aile %82.3 (289); “4” derecesinde meslek %75.2 (264) öğretmenler tarafında tercih edilmiştir. Çok etkiler derecesinde ise öğretmenlerin gömlek alışverişlerinde en çok çevrelerinden %23.1 (81) ve arkadaşlarından %19.4 (68) etkilendikleri görülmüştür.

Tüketicilerin alışveriş tercihlerini yönlendiren birçok faktör bulunmaktadır. Satın alma davranışı üzerinde diğer insanların etkisi “sosyal faktörler” olarak ifade edilmektedir. Sosyal faktörler aile, referans grupları, roller ve statüler olmak üzere üç grupta toplanabilir (Durmaz ve Bahar, 2011: 62).

Çağman (2010: 58)’ın çalışan kadınlar üzerine yapmış olduğu araştırmada yakın bir şekilde katılımcıların %47.7’sinin giysi alışverişlerinde çevresinden etkilenmediği az etkilendiği şeklinde yorumlanabilecek bir sonuç çıkmıştır.

Öğretmenler gömlek alışverişlerinde tercihleri yönlendiren faktörlerden, meslek seçeneğinin 4 derecesinde yüksek oranda tercih edilmiş olması araştırmayı destekler bir sonuç olarak karşımıza çıkmaktadır. En çok tercih edilen seçenekler çok etkiler derecesinde çevrem ve arkadaşlarım; en az tercih edilenler ise etkilemez derecesinde satış danışmanları, görsel medya, yazılı medya, kültürel öğeler ve dini inançlar şeklinde olmuştur.

Koca ve Koç (2008: 182)’ un çalışan kadınlar üzerine yaptıkları araştırmada da katılımcıların benzer şekilde, %85.7 giysi renk seçiminde dini ve ahlaki inançlardan, %65.7 ise gelenek ve göreneklerden, hiçbir zaman etkilenmedikleri ortaya çıkmıştır.

Tablo 9. Öğretmenlerin Gömlek Alışverişlerinde Tercihlerini Yönlendiren Etkenlerin Cinsiyet Değişkenine Göre t-Testi Analiz Sonuçları

CİNSİYET	N	X	Ss	Sd	t	p
Kadın	120	2,30	0.389	349	0.363	0.717
Erkek	231	2,28	0.316			

n: 351

Tablo 9’da bulunan değerlerdeki çift taraflı anlamlılık düzeyi incelendiğinde, genel olarak cinsiyet ile “gömlek alışverişlerinde tercihleri yönlendiren etkenler” arasında anlamlı bir farklılık ($p>0,05$) bulunmadığı görülmektedir. Dolayısıyla ifadelerle verilen cevaplar her iki cinsiyette birbirine yakın katılım düzeyinde gerçekleşmiştir.

Tablo 10. Öğretmenlerin Gömlek Alışverişlerinde Tercih Ettikleri Faktörler

SEÇENEKLER	Önemsiz		2		3		4		Çok Önemli	
	s	%	s	%	s	%	s	%	s	%
Markası	-	-	5	1.4	283	80.6	61	17.4	2	0.6
Modaya Uygunluğu	313	89.2	15	4.3	1	0.3	9	2.6	13	3.7
Modeli	3	0.9	9	2.6	32	9.1	221	63	86	24.5
Yaşa Uygunluğu	6	1.7	19	5.4	30	8.5	222	63.2	74	21.1
Fiyatı	-	-	21	6	285	81.2	29	8.3	16	4.6
Kalitesi	-	-	1	0.3	34	9.7	251	71.5	65	18.5
Kumaşı	-	-	-	-	56	16	282	80.3	13	3.7
Rengi	14	4	94	26.8	109	31.1	86	24.5	48	13.7
Deseni	27	7.7	281	80.1	43	12.3	-	-	-	-

n: 351

Tablo 10’da araştırma kapsamındaki öğretmenlerin gömlek alışverişlerinde tercih ettikleri faktörler verilmiştir.

Gömlek alışverişlerinde tercih edilen faktörler incelendiğinde; öğretmenlerin “önemsiz derecesinde” moda uygunluğunu %89.2 (313), “2” derecesinde desenini %80.1 (281), “3” derecesinde fiyatını %81.2 (285), markasını %80.6 (283), rengini %31.1 (109), “4” derecesinde kumaşını %80.3 (282), kalitesini %71.5(251), yaşa uygunluğunu %63.2 (222), modelini %63 (221), “çok önemli” derecesinde ise modelini %24.5 (86) ve yaşa uygunluğunu %21.1 (74) tercih ettikleri görülmüştür.

Öğretmenler gömlek alışverişinde en çok modeli, yaşa uygunluğu ve daha sonrada kalitesi ve kumaşı faktörlerini tercih etmişlerdir. En az ise moda uygunluğunu dikkate almışlardır. Öğretmenlerin gömlek alışverişi yaparken en çok tercih ettikleri özelliklerin modeli ve yaşa uygunluğu olması tasarımcılar açısından önemle üzerinde durulması gereken noktalardandır. Yine azımsanmayacak derecede tercih edilen kumaş ve kalite faktörleri de üretimler esnasında dikkat edilmesi gereken faktörlerdendir. Modaya uygunluk faktörünün ise oldukça yüksek oranda “etkilemez” şeklinde tercih edilmiş olması kamu sektöründe kullanılan giysilerde moda kaygısının güdülmediği şeklinde yorumlanabilir. Diğer taraftan “fiyatı, kalitesi, kumaşı ve markası” faktörlerinin de hemen hemen hiçbir katılımcı tarafından önemsiz bulunmamış olmasının da üzerinde durulması gerekir. “Kalite ve kumaş” faktörlerinin hem “4” hem de “çok önemli” derecesinde tercih edilmiş olması ve ters bir okumayla “kalite ve kumaş” faktörlerinin hemen hemen hiçbir katılımcı tarafından “önemsiz” derecesinde tercih edilmemiş olması bu faktörlerin oldukça önemli görülüyor olduğunu göstermektedir.

Çağman (2010: 55)’in çalışan kadınlar üzerine yapmış olduğu çalışmada da giysi satın alan çalışan kadınların %56.4’ ünün modayı takip etmediği görülmektedir. Aktuğlu ve Temel (2006: 53)’in kamu sektörü çalışanlarının giysi markalarında tercihini etkileyen faktörlere yönelik bir araştırma adlı çalışmalarında tüketicilerin giysi satın alma tercihlerini etkileyen faktörlerden rengi/modeli/stili ve kalitesi her zaman etkili olur sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma sonuçları birbirlerini destekler niteliktedir.

Tablo 11. Öğretmenlerin Gömlek Alışverişlerinde Tercih Ettikleri Faktörlerin Cinsiyet Değişkenine Göre t- Testi Analiz Sonuçları

CİNSİYET	N	X	Ss	Sd	t	p
Kadın	120	3.21	0.298	349	0.742	0.459
Erkek	231	3.19	0.216			

n: 351

Tablo 11’de araştırmaya katılan öğretmenlerin gömlek alışverişlerinde tercih ettiği faktörlerin cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için gerçekleştirilen t-testi sonucunda kadın ve erkek öğretmenler için $p = 0.459 > 0.05$ olduğundan, cinsiyet ile gömlek alışverişinde tercih edilen faktörler arasında anlamlı bir farklılık oluşmadığı belirlenmiştir. Seçeneklere verilen cevaplar, her iki cinsiyette birbirine yakın katılım düzeyinde gerçekleşmiştir.

Tablo 12. Öğretmenlerin Gömlek Modellerinde Dikkat Ettikleri Özellikler

SEÇENEKLER	Önemsiz		2		3		4		Çok Önemli	
	s	%	s	%	s	%	s	%	s	%
Yaka Modeli	-	-	-	-	287	81.8	58	16.5	6	1.7
Manşet Modeli	-	-	12	3.4	170	48.4	68	19.4	101	28.8
Cep Modeli	-	-	-	-	83	23.6	245	69.8	23	6.6
Kapanma Modeli	71	20.2	109	31.1	117	33.3	35	10	19	5.4
Kesiminin Vücuda Uygunluğu	-	-	-	-	49	14	279	79.5	23	6.6
Süsleme Modeli	-	-	21	6	269	76.6	25	7.1	36	10.3
Çizgili veya Kareli Olması	-	-	-	-	23	6.6	66	18.8	262	74.6
Desen. Motif. Resim Olması	-	-	23	6.6	264	75.2	31	8.8	33	9.4
Kırıxmazlık Özelliği Olması	10	2.8	22	6.3	66	18.8	105	29.9	148	42.2
Kumaşının Pamuklu Olması	13	3.7	24	6.8	76	21.7	126	35.9	112	31.9
Kolay Ütülenebilir Olması	-	-	-	-	-	-	71	20.2	280	79.8
Terletmemesi	12	3.4	21	6	68	19.4	114	32.5	136	38.7
Arma, Logo veya Markanın Görünmesi	89	25.4	95	27.1	88	25.1	67	19.1	12	3.4
Bilindik Bir Markaya Ait Olması	16	4.6	106	30.2	125	35.6	104	29.6	-	-
Pahalı Bir Markaya Ait Olması	24	6.8	109	31.1	145	41.3	73	20.8	-	-
Markanın Sezon Ürünü Olması	8	2.3	27	7.7	167	47.6	139	39.6	10	2.8
Markanın Sezon Sonu veya Geçmiş Sezon Ürünü Olması	279	79.5	31	8.8	41	11.7	-	-	-	-
Marka Kimliğinin Düşünce Yapıma Uygun Olması	15	4.3	36	10.3	221	63	70	19.9	9	2.6

n: 351

Tablo 12'de araştırma kapsamındaki öğretmenlerin gömlek modellerinde dikkat ettikleri özellikler verilmiştir.

Öğretmenler, markanın sezon sonu veya geçmiş sezon ürünü olması özelliğini %79,5 (279) ile “önemsiz” derecesinde; arma, logo veya markasının görünür olması özelliğini %25.4 (89) ile “önemsiz” derecesinde; pahalı bir markaya ait olması özelliğini %31.1 (109) ile “2” derecesinde; bilindik bir markaya ait olması özelliğini %30.2 (106) ile “2” derecesinde; arma, logo yada markanın görünür olması özelliğini %27.1 (95) ile “2” derecesinde; yaka modeli özelliğini %81.8 (287) ile “3” derecesinde; süsleme modeli özelliğini %76.6 (269) ile “3” derecesinde; desen, motif, resim olması özelliğini %75.2 (264) ile “3” derecesinde; marka kimliğinin kendi düşünce yapıma uygun olması özelliğini %63 (221) ile “3” derecesinde; manşet modeli özelliğini %48.4 (170) ile “3” derecesinde; markanın sezon ürünü olması özelliğini %47.6 (167) ile “3” derecesinde, pahalı bir markaya ait olması özelliğini %41.3 (145) ile “3” derecesinde, patlet (kapama) modeli özelliğini %33.3 (117) ile “3” derecesinde; kesiminin vücuduma uygunluğu özelliğini %79.5 (279) ile “4” derecesinde; cep modeli özelliğini %69.8 (245) ile “4” derecesinde; kolay ütülenebilir olması özelliğini %79.8 (280) ile “çok önemli” derecesinde, kırışmazlık özelliği olması özelliğini %42.2 (148) ile “çok önemli” derecesinde, terletmemesi özelliğini %38.7 (136) ile “çok önemli” derecesinde; kumaşının pamuklu olması özelliğini %31.9 (112) ile “çok önemli” derecesinde tercih etmişlerdir.

Katılımcılar gömlek modellerinde en çok “manşet, çizgili kareli olması, kırışmazlık, kolay ütülenebilir olması, terletmemesi, kumaşın pamuklu olması” özelliklerini tercih etmişlerdir. En az ise “arma, logo veya markasının görünür olması, markanın sezon sonu veya geçmiş sezon ürünü olması, pahalı bir markaya ait olması, bilindik bir markaya ait olması” özelliklerini önemli bulmuşlardır.

Öğretmenlerin arma, marka ya da logonun görünmesini istemedikleri ve marka faktörüne pek önem vermedikleri söylenebilir. Katılımcıların “önemsiz” derecesinde hiç tercih etmediği seçenekler olan “yaka, manşet, cep, süsleme modeli, kesimin vücuda uygunluğu, çizgili/ kareli olması, kolay ütülenebilir olması” özelliklerinin katılımcılar tarafından önemli görüldüğü şeklinde yorumlanabilir. Bir diğer dikkat çeken özellik ise öğretmenlerin gömleklere “bilindik, pahalı bir marka” faktörünü “çok önemli” olarak değerlendirmemiş olmalarıdır.

En fazla dikkat edilen özelliklerden incelenerek bir gömleğin tasarım ve üretiminde tüketiciler tarafından hangi özelliklerin daha önemli kabul edildiği görülebilir. Bunun dışında tüketicilerin arma, marka ya da logonun görünmesini istemedikleri ve marka faktörüne pek önem vermedikleri söylenebilir.

Tablo 13. Öğretmenlerin Gömlek Modellerinde Dikkat Ettikleri Özelliklerin Cinsiyet Değişkenine Göre t-Testi Analiz Sonuçları

Seçenekler	Cinsiyet	N	X	Ss	Sd	t	p
	Kadın	120	3.40	0.256	349	1.156	0.249
	Erkek	231	3.36	0.281			

n: 351

Tablo 13’de bulunan değerlerdeki çift taraflı anlamlılık düzeyi incelendiğinde, genel olarak cinsiyetler ile “gömlek modellerinde dikkat edilen özellikler” arasında anlamlı bir farklılık ($p>0,05$) bulunmadığı görülmektedir. Seçeneklere verilen cevaplar her iki cinsiyette birbirine yakın katılım düzeyinde gerçekleşmiştir.

Tablo 14. Öğretmenlerin Gömlek Satın Alırken Karşılaştıkları Problemlerin Cinsiyet Değişkenine Göre Dağılımı

SEÇENEKLER	Kadın		Erkek	
	s	%	s	%
Farklı modellerde gömlek bulamıyorum.	40	33.3	85	36.8
Beden ölçülerime uygun gömlek bulamıyorum.	77	64.2	146	63.2
Kumaş özellikleri açısından uygun gömlek bulamıyorum.	5	4.2	9	3.9
Süsleme özellikleri açısından uygun gömlek bulamıyorum.	3	2.5	13	5.6
Gömlek giymekten hoşlanmıyorum.	2	1.7	5	2.2

n: 351

Tablo 14’de araştırma kapsamındaki öğretmenlerin gömlek satın alırken karşılaştıkları problemlerin cinsiyet değişkenine göre dağılımı verilmiştir

Gömlek satın alırken karşılaşılan problemler cinsiyete göre değerlendirildiğinde, hem kadınlar da (%64.2) hem de erkekler de (%63.2) beden ölçülerine uygun gömlek bulunamadığı; ikinci olarak ise yine benzer oranlarda kadınlar da (%33.3) ve erkekler de (%36.8) farklı modeller de gömlek bulunamadığı problemleri ortaya çıkmıştır.

Araştırma kapsamındaki öğretmenlerin gömlek satın alırken karşılaştıkları problemler toplam olarak incelendiğinde; %63.5 (223) beden ölçülerime uygun gömlek bulamıyorum, %35.6 (125) farklı modellerde gömlek bulamıyorum, %4.6 (16) süsleme özellikleri açısından uygun gömlek bulamıyorum, %4 (14) kumaş özellikleri açısından uygun gömlek bulamıyorum, %2 (7) gömlek giymekten hoşlanmıyorum seçeneklerinin tercih edildiği görülmüştür.

Berber (2009: 32) tarafından yapılan genç büyük beden kullanıcısı bayanların da satın aldıkları gömlek-bluzun vücuda uyumunda karşılaştıkları sorunlar:

- Beden genişliğinde daraltma ve genişletme,
- Beden boyunda uzatma ve kısaltma,
- Kol genişliğinde daraltma,
- Kol boyunda uzatma ve kısaltma,
- Yaka genişliğinde daraltma ve genişletme olarak ifade edilmiştir.

Araştırma bulgularına göre, tüketicilerin gömlek satın alırken karşılaştıkları problemleri dikkate alarak üreticilerin bedenlere uygun ölçülerde üretimler yapmalarını beklenmektedir.

Tablo 15. Öğretmenlerin Gömlek Kullanımında Karşılaştıkları Problemlerin Cinsiyet Değişkenine Göre Dağılımı

SEÇENEKLER	Kadın		Erkek	
	s	%	s	%
Yakalarının Çabuk Aşınması	115	95.8	220	95.2
Kumaşlarının Yıpranması	55	45.8	94	40.7
Dikişlerinin Yıpranması	8	6.7	18	7
Manşetlerinin Yıpranması	31	25.8	70	30.3
Kumaşlarının Çekmesi	4	3.3	16	6.9
Kumaşlarının Leke Tutması	6	5	22	9.5
Ütü Tutmaması Çabuk Kırışması	47	39.2	70	30.3
Kumaşlarının Teri Emmemesi	17	14.2	35	15.2
Gömlek Kullanımında Problem Yaşamıyorum.	1	0.8	3	1.3

n: 351

Tablo 15’de araştırma kapsamındaki öğretmenlerin gömlek kullanımında karşılaştıkları problemlerin cinsiyet değişkenine göre dağılımı verilmiştir.

Araştırmaya katılan öğretmenlerin gömlek kullanımında karşılaştıkları problemler cinsiyet açısından incelendiğinde; her iki cinsiyet için kadınlarda %95.8 erkeklerde ise %95.2 ile yakaların çabuk aşınması en büyük problem olarak ifade edilmiştir. İkinci sırada gömlek kullanımında karşılaşılan problem kadınlar da %45.8 ve erkekler de %40.7 kumaşların yıpranmasıdır. Kadınlar %39.2 erkekler ise %30.3 ile gömleklerin ütü tutmaması ve çabuk kırışmasını, kadınların %25.8’i, erkeklerin ise %30.3’ü manşetlerin yıpranmasını problem olarak ifade etmişlerdir.

Öğretmenlerin gömlek kullanımında karşılaştıkları problemler incelendiğinde; toplam olarak %95.4 (335) oranında yakalarının çabuk aşınması, %42.5 (149) kumaşlarının yıpranması, %33.3 (117) ütü tutmaması çabuk kırışması, %28.8 (101) manşetlerinin yıpranması, %14.8 (52) kumaşlarının teri emmemesi, %8 (28) kumaşlarının leke tutması, %7.4 (26) dikişlerinin yıpranması, %5.7 (20) kumaşlarının çekmesi, %1.1 (4) gömlek kullanımında problem yaşamıyorum seçeneklerinin ifade edildiği görülmüştür.

Öğretmenlerin gömlek kullanımında karşılaştıkları problemler değerlendirildiğinde; kullanıcıların en çok gömlek üretiminde kullanılan hammadde olan kumaştaki yıpranmalar sebebiyle problem yaşadıkları görülmektedir. Gömleklerin üretiminde kalite standartları açısından daha nitelikli hatta nano özellikli kumaşların kullanılması giysilerin sürdürülebilirliği açısından önem taşımaktadır. Daha uzun ömürlü giysiler yeniden değerlendirmeye de değer olacaktır.

6.3. Araştırma Kapsamındaki Öğretmenlerin Gömlekte Geri Dönüşüm ve Yeniden Kullanım Konusundaki Görüş ve Yaklaşımları

Araştırmaya katılan örneklem grubunun, gömlekte geri dönüşüm ve yeniden kullanım konusundaki görüş ve yaklaşımlarına ilişkin bulgular bu bölümde yer almaktadır.

Tablo 16. Öğretmenlerin Kullanılmış Giysileri Değerlendiren Herhangi Bir Organizasyon, Kurum veya Projeden Haberdar Olma Durumlarının Cinsiyet Değişkenine Göre Dağılımı

SEÇENEKLER	Kadın		Erkek	
	s	%	s	%
Evet Var	2	1.7	4	1.7
Hayır Yok	18	15.0	28	12.1
Olabilir Bilmiyorum	100	83.3	199	86.1

n: 351

Tablo 16’da öğretmenlerin kullanılmış giysileri değerlendiren herhangi bir organizasyon, kurum veya projeden haberdar olma durumlarının cinsiyet değişkenine göre dağılımı verilmiştir.

Öğretmenlerin kullanılmış giysileri değerlendiren herhangi bir organizasyon, kurum veya projeden haberdar olma durumları cinsiyete göre değerlendirildiğinde; erkekler de “olabilir bilmiyorum” seçeneği %86.1 (199) kadınlarda ise %83.3 (100), kadınlarda “evet var” seçeneği %1.7 (2) erkeklerde ise yine %1.7(4), kadınlarda “hayır yok” seçeneği %15 (18) erkekler de ise %12.1 (28) tercih edilmiştir.

Araştırma kapsamındaki öğretmenlerin kullanılmış giysileri değerlendiren herhangi bir organizasyon, kurum veya projeden haberdar olma durumları incelendiğinde; “olabilir bilmiyorum” seçeneği %85.2 (299), “hayır yok” seçeneği %13.1 (46), “evet, var” seçeneği ise %1.7 (6) şeklindedir.

En az tercih edilen seçenek “evet var”, en çok tercih edilen seçenek ise “olabilir bilmiyorum” seçeneği olmuştur. Katılımcıların büyük çoğunluğunun kullanılmış giysileri değerlendiren herhangi bir organizasyon, kurum veya projeden haberdar olmadıkları görülmektedir.



Tablo 17. Öğretmenlerin Geri Dönüşüm (Yeniden Kullanım) Konusundaki Görüşleri

SEÇENEKLER	Kesinlikle Katılmıyorum		2		3		4		Kesinlikle Katılıyorum	
	s	%	s	%	s	%	s	%	s	%
Atık ekolojisi, tekstilde/ konfeksiyonda geri dönüşüm kavramı hakkında bilgim var.	-	-	10	2.8	71	20.2	102	29.1	168	47.9
Gömlerinin yeniden kullanılabilir hale getirilmesi aile ve ülke ekonomisine katkı sağlar.	-	-	11	3.1	68	19.4	92	26.2	180	51.3
Gömlerinin yeniden kullanılabilir hale getirilmesi yeni istihdam alanları oluşturur.	13	3.7	35	10	92	26.2	133	37.9	78	22.2
Kullanılmayan gömlerinin atık hacmi oldukça büyüktür.	54	15.4	14	4	185	52.7	85	24.2	13	3.7
Gömlerinin yeniden değerlendirilmesine yönelik projeler geliştirilmesi önemlidir.	26	7.4	49	14	167	47.6	97	27.6	12	3.4
Gömlerde geri dönüşüm çevreye karşı duyarlılığı artırır.	45	12.8	14	4	179	51	97	27.6	16	4.6
Gömlerde geri dönüşüm sürdürülebilir modaın yaygınlaşmasına katkı sağlar.	-	-	59	16.8	252	71.8	26	7.4	14	4
Kamu ve özel kurumların bu konuda önemli faaliyetler gerçekleştirdiğini düşünüyorum.	48	13.7	68	19.4	159	45.3	62	17.7	14	4
Gömlerini yeniden değerlendirmeyi maddi durumu düşük olanların yapması gerektiğini düşünüyorum.	54	15.4	59	16.8	180	51.3	48	13.7	10	2.8
Hazır giyim ürünleri ucuz olduğu için gömlerinin yeniden değerlendirilmesine ihtiyaç olmadığını düşünüyorum.	61	17.4	15	4.3	202	57.5	56	16	17	4.8
Aynı zamanda sosyal bir sorumluluk olan geri dönüşüm yöntemleri ile kullanılabilir hale getirilmiş gömlerini giyerim.	21	6	20	5.7	72	20.5	162	46.2	76	21.7
Gömlerinin yeniden değerlendirilmesi için dikiş ve tasarım bilgisine ihtiyaç vardır. Bu nedenle herkes yapamaz.	26	7.4	23	6.6	78	22.2	135	38.5	89	25.4
Zamanım olmadığı için giysilerin yeniden kullanımına yönelik faaliyetler yapamam.	26	7.4	23	6.6	82	23.4	131	37.3	89	25.4

n: 351

Tablo 17’de öğretmenlerin kullanılmış gömleklerin geri dönüşümü (yeniden kullanım) konusundaki görüşleri verilmiştir.

Öğretmenlerin, olumsuz bir görüş olan “kesinlikle katılmıyorum” derecesinde “gömlelerde geri dönüşüm sürdürülebilir moda için yaygınlaşmasına katkı sağlar, gömleklerin yeniden kullanılabilir hale getirilmesi aile ve ülke ekonomisine katkı sağlar, atık ekolojisi, tekstilde/ konfeksiyonda geri dönüşüm kavramı hakkında bilgim var” seçeneklerini “hiç” tercih etmemiş olmaları ve yüksek oranlarda bu seçenekleri “kesinlikle katılıyorum” şeklinde tercih etmeleri geri dönüşüme önem verdiklerini gösterir. Öğretmenlerin %71.8 (252)’ i “gömlelerde geri dönüşüm sürdürülebilir moda için yaygınlaşmasına katkı sağlar”, %57.5 (202)’ i “hazır giyim ürünleri ucuz olduğu için gömleklerin yeniden değerlendirilmesine ihtiyaç olmadığını düşünüyorum”, %52.7 (185)’ si “kullanılmayan gömleklerin atık hacmi oldukça büyüktür”, %51.3 (180)’ ü “gömlekleri yeniden değerlendirmeyi maddi durumu düşük olanların yapması gerektiğini düşünüyorum”, %47.6 (167)’ sı “gömleklerin yeniden değerlendirilmesine yönelik projeler geliştirilmesi önemlidir”, %51 (179)’ i “gömlelerde geri dönüşüm çevreye karşı duyarlılığı artırır”, %45.3 (159)’ ü “kamu ve özel kurumların bu konuda önemli faaliyetler gerçekleştirdiğini düşünüyorum” ifadelerine “3” derecesinde katılmışlardır. Öğretmenlerin %46.2 (162)’ si “aynı zamanda sosyal bir sorumluluk olan, geri dönüşüm yöntemleri ile kullanılabilir hale getirilmiş gömlekleri giyerim”, %38.5 (135)’ i “gömleklerin yeniden değerlendirilmesi için dikiş ve tasarım bilgisine ihtiyaç vardır bu nedenle herkes yapamaz”, %37.9 (133)’ u “gömleklerin yeniden kullanılabilir hale getirilmesi yeni istihdam alanları oluşturur”, %37.3 (131)’ ü zamanım olmadığı için giysilerin yeniden kullanımına yönelik faaliyetler yapamam” ifadelerine “4 derecesinde” katılmışlardır. Öğretmenlerin %51.3 (180)’ ünün “gömleklerin yeniden kullanılabilir hale getirilmesi aile ve ülke ekonomisine katkı sağlar”, “%47.9 (168)’ unun “atık ekolojisi, tekstilde/ konfeksiyonda geri dönüşüm kavramı hakkında bilgim var” düşüncelerine kesinlikle katıldıkları belirlenmiştir.

Katılımcılar, gömleklerin yeniden kullanılabilir hale getirilmesinin aile ve ülke ekonomisine olumlu katkılar sağlayacağını, yeni istihdam alanları oluşturacağını ve

gömlerlerin yeniden değerlendirilmesine yönelik projeler geliştirilmesinin önemli olduğunu belirtmişlerdir. Bunların dışında gömlerlerde geri dönüşümün sürdürülebilir modaın yaygınlaşmasına katkı sağlayacağı ve çevreye karşı olan duyarlılığı artıracığı da katılımcılar tarafından belirtilmiştir.

Gömleri yeniden değerlendirmeyi maddi durumu düşük olanların yapması gerektiğini düşünüyorum seçeneğinin %57.5 (202) ile “3” derecesinde ve %13.7 (48) ile “4” derecesinde tercih edilmiş olması oldukça dikkat çekicidir. Aynı şekilde “hazır giyim ürünleri ucuz olduğu için gömlerlerin yeniden değerlendirilmesine ihtiyaç olmadığını düşünüyorum” seçeneğinin %57.5 (202) ile “3” derecesinde ve %16 (56) ile “4” derecesinde ve “zamanım olmadığı için giysilerin yeniden kullanımına yönelik faaliyetler yapamam” seçeneğinin %37.3 (131) ile “4” derecesinde tercih edilmiş olması üzerinde durulması gereken noktalardandır. “Geri dönüşüm yöntemleri ile kullanılabilir hale getirilmiş gömleri giyerim” seçeneğinin %46.2 (162) ile “4” derecesinde ve %21.7 (76) ile “kesinlikle katılıyorum” derecesinde tercih edilmiş olması geri dönüşüm ve yeniden kullanım konusunda önemli kabul edilebilecek olumlu bir sonuçtur.

Çağman (2010: 55)’ın araştırmasında çalışan kadınların %98.8’ inin giysilerini hazır aldıkları, %0.6’sının kendisinin diktiği, %0,4’ünün sipariş diktirdiği ve %0.2’sinin başkalarından aldığı giysileri düzelterek giydikleri tespit edilmiştir.

Her iki çalışma karşılaştırıldığında katılımcıların, geri dönüşüm ve yeniden kullanım konusunu önemli görmelerine rağmen zamanlarının kısıtlı olması, dikiş bilgilerinin olmaması ve hazır giyim ürünlerinin ucuz olması gibi sebeplerle geri dönüşüm için gerekli faaliyetleri kendilerinin yapmak istemedikleri/ yapamadıkları/ yapmadıkları ancak geri dönüşümü sağlanmış bir ürünü satın alıp kullanabilecekleri sonuçlarına ulaşmıştır.

Tablo 18. Öğretmenlerin Geri Dönüşüm(Yeniden Kullanım) Konusundaki Görüşlerinin Cinsiyet Değişkenine Göre t- Testi Analiz Sonuçları

Seçenekler	Cinsiyet	N	\bar{X}	Ss	Sd	t	p
	Kadın	120	3.23	0.432	349	-0.863	0.389
	Erkek	231	3.27	0.373			

n: 351

Tablo 18’de bulunan değerlerdeki çift taraflı anlamlılık düzeyi incelendiğinde, genel olarak cinsiyetler ile “gömlerle geri dönüşüm (yeniden kullanım) konusundaki görüşler” arasında anlamlı bir farklılık ($p>0,05$) bulunmadığı görülmektedir. Dolayısıyla ifadelere verilen cevaplar, her iki cinsiyette birbirine benzer katılım düzeyinde gerçekleşmiştir.

Tablo 19. Öğretmenlerin Gömleklerin Yeniden Değerlendirilmesi Konusundaki Görüşleri

SEÇENEKLER	Kesinlikle Katılmıyorum		2		3		4		Kesinlikle Katılıyorum	
	s	%	s	%	s	%	s	%	s	%
Kullanılmayan gömleklerin/ yakaları, manşetleri değiştirilerek yeniden kullanılabilir.	2	0.6	10	2.8	274	78.1	43	12.3	22	6.3
Kullanılmayan gömleklerin kumaşları kullanılabilir.	13	3.7	35	10	137	39	109	31.1	57	16.2
Kullanılmayan gömleklere farklı model özellikleri kazandırılarak yeni giysiler elde edilebilir(etek, elbise, çocuk giysisi, aksesuar vb.)	15	4.3	67	19.1	64	18.2	159	45.3	46	13.1
Kullanılmayan gömleklerin problemleri yerleri terziye tamir ettirilebilir.	15	4.3	43	12.3	97	27.6	117	33.3	79	22.5
Kullanılmayan gömlekler ilgili kurum yada kişilere bağışlanabilir.	1	0.3	8	2.3	184	52.4	85	24.2	73	20.8
Bu konu hakkında fikir sahibi değilim ve geri dönüşüm konusu ilgimi çekmez.	56	16	38	10.8	184	52.4	58	16.5	15	4.3

n: 351

Tablo 19’da öğretmenlerin, gömleklerin yeniden değerlendirilmesi konusundaki görüşleri verilmiştir.

Öğretmenlerin gömleklerin yeniden değerlendirilmesi konusundaki görüşleri incelendiğinde; %78.1 (274) ile “kullanılmayan gömleklerin yakaları/ manşetleri değiştirilerek yeniden kullanılabilir”, %52.4 (184) ile “kullanılmayan gömlekler ilgili kurum ya da kişilere bağışlanabilir”, %52.4 (184) ile “bu konu hakkında fikir sahibi değilim ve geri dönüşüm konusu ilgimi çekmez”, %39 (137) ile “kullanılmayan gömleklerin kumaşları kullanılabilir” seçeneklerine “3” derecesinde katıldıkları belirlenmiştir. Öğretmenlerin %45.3 (159) ile “kullanılmayan gömleklere farklı model özellikleri kazandırılarak yeni giysiler elde edilebilir (etek, elbise, çocuk

giysisi, aksesuar vb.)”, %33.3 (117) ile “kullanılmayan gömleklerin problemlı yerleri terziye tamir ettirilebilir” seçeneklerini “4” derecesinde ifade ettikleri görülmüştür.

Katılımcılar, gömleklerin yaka ve manşetlerinin değiştirilerek yeniden kullanılabilir hale getirilmesi, kumaşlarının yeniden kullanılması, problemlı yerlerinin terziye tamir ettirilmesi, ihtiyaç sahiplerine bağışlar yapılarak gömleklerin yeniden değerlendirilmesi şeklindeki öneri ve yöntemleri oldukça yüksek oranlarda önemsedikleri ortaya çıkmıştır.

Katılımcıların vermiş oldukları cevaplar dikkate alındığında, geri dönüşüm ve yeniden kullanım konusunda oldukça olumlu yaklaşımlar içerisinde oldukları görülmektedir. Geri dönüşüm ve yeniden kullanımın sağlanıp yaygınlaştırılabilmesi için tüketicilerin teşvik edilmesinin ve ilgili imkânların kendilerine sunulmasının yeterli olacağı düşünülmektedir.

Tablo 20. Öğretmenlerin Gömleklerin Yeniden Değerlendirilmesi Konusundaki Görüşlerinin Cinsiyet Değişkenine Göre t- Testi Analiz Sonuçları

Seçenekler	Cinsiyet	N	X	Ss	Sd	t	p
	Kadın	120	3.42	0.465	349	0.287	0.774
	Erkek	231	3.41	0.473			

n: 351

Tablo 20’de bulunan değerlerdeki çift taraflı anlamlılık düzeyi incelendiğinde, t-testi sonucunda kadın ve erkek öğretmenler için $p = 0.459 > 0.05$ olduğundan, cinsiyet ile gömleklerin yeniden değerlendirilmesi konusundaki görüşler arasında anlamlı bir farklılık oluşmadığı belirlenmiştir. Seçeneklere verilen cevaplar, her iki cinsiyette birbirine yakın katılım düzeyinde gerçekleşmiştir.

BÖLÜM VII

7. SONUÇLAR VE ÖNERİLER

7.1. Sonuçlar

Konya’da Milli Eğitim Bakanlığı’na bağlı okullarda görev yapan öğretmenlerin gömlek satın alma davranışlarının ve gömleklere yönelik geri dönüşüm konusundaki görüşlerinin belirlenmesi amacıyla planlanıp yürütülmüş olan araştırmaya göre; 351 katılımcının 120’si kadın ve 231’i erkektir. Yaş dağılımları açısından incelendiğinde 25-30 yaş grubunda %9.7 (34), 31-40 yaş grubunda %29.1 (102), 41-50 yaş grubunda %43.3 (152), 51-60 yaş grubunda %14 (49), 61 ve üzeri yaş grubunda %4 (14) katılımcı bulunmaktadır. Araştırma da katılımcılar en fazla 41-50 ve 31-40 yaş aralığındadır. En az katılımcı ise 61 ve üzeri yaş aralığındadır.

Öğretmenlerin gömlek alışverişi yapma sıklıkları incelendiğinde; herhangi bir cinsiyetin daha fazla kullandığı bir giysi türüne sabitlenmeden yapılmış olan giysi satın alma alışkanlıklarına ilişkin araştırmalarda, kadın tüketicilerin giysi alışverişi yapma sıklıklarının daha dar aralıklarda olduğu görülmektedir. Örnek olarak, Budak (2012: 115) tarafından yapılmış olan araştırmada genel giyim alışverişi yapma sıklıklarına bakıldığında “kadın tüketicilerin” daha sık giysi alışverişi yaptıkları belirlenmiştir. Ancak mevcut çalışmada satın alma sıklığı ölçülen ürün erkek tüketicilerin daha fazla kullanmakta olduğu bir giysi türü olan gömlektir. Bu nedenle araştırma sonuçlarında gömlek satın alma aralıklarının erkeklerde daha sık olduğu görülmüştür. Erkek tüketicilerin satın alma sıklıklarında “ayda bir ve üç ayda bir” seçeneklerinin kadın tüketicilerle oranla daha fazla tercih edildiği görülmüştür.

Öğretmenler tarafından gömlek alışverişi için aylık yapılan harcama miktarı incelendiğinde; en çok tercih edilen seçenek “101-200 TL” aralığı olmuştur. Araştırma kapsamındaki örneklem grubu olan öğretmenlerin gömlek alışverişi için aylık yapmış oldukları harcama miktarının en çok 300 TL olduğu görülmüştür.

Öğretmenlerin tercih ettikleri gömlek tarzları incelendiğinde; her iki cinsiyet grubunun da en çok “klasik ve spor gömlekler” en az ise “etnik gömlekler” tercih

edildiği belirlenmiştir. Koca ve Koç (2008: 182)' un çalışan kadınlar üzerine yapmış oldukları araştırmada da benzer şekilde, çalışan kadınların çoğunluğunun “klasik ve spor giyimi” tercih ettikleri görülmüştür. Bu bağlamda, ilgili araştırmalar incelendiğinde sonuçların birbirine paralel olduğu ve kamu da çalışanların genel olarak “klasik ve spor” giyim ürünlerini tercih ettikleri söylenebilir. Bu durumun sebebi; cinsiyet farkı olmaksızın kamu sektöründe çalışan kesimin klasik giyinme zorunluluğu hissetmesi ve bu klasikliğin vermiş olduğu sıkıntı ile iş dışı yaşamda spor olma ihtiyacı olarak düşünülebilir.

Öğretmenlerin gömlek satın alma yerleriyle ilgili tercihleri incelendiğinde en çok “alışveriş merkezlerini” ve en az “pasajları” tercih ettikleri görülmektedir. Budak (2012: 107) tarafından tüketicilerin giysi satın alma alışkanlıkları üzerine yapılan araştırmada, katılımcılardan büyük çoğunluğunun “alışveriş merkezlerini” daha çok tercih ettikleri görülmüştür. Çetin (2016: 30) tarafından giysi satın alma davranışları üzerine yapılmış olan çalışmada da, tüketici grubun bir giysi markasını satın alırken tercih ettikleri yerler arasında en fazla “alışveriş merkezleri” bulunmaktadır. Benzer konu üzerinde yapılan ilgili birçok araştırma sonucu bu durumu desteklemektedir. Tüketiciler özenle tasarlanmış bir alışveriş merkezinde rahat ve güvenilir alışveriş yaptıkları için bu tür mekânlarda daha çok vakit geçirirler. Modern alışveriş merkezleri tüketicilere bir kerede toplu alışveriş yapma olanağı sunmaktadır. Tüketiciler için alışveriş merkezlerinin sağlamış olduğu avantajlardan bazıları: “Daha az çabayla her şeyi toplu halde bulabilmek, otopark kolaylığı, kapalı organize alışveriş merkezlerinde olumsuz iklim koşullarından etkilenmemek” olarak sıralanabilir (Akgün, 2010: 156). Tüm bu sebepler tüketicilerin en fazla tercih ettikleri alışveriş mekânlarının “alışveriş merkezleri” olmasını sağlamaktadır.

Araştırma kapsamındaki öğretmenlerin gömlek alışverişi yapma sebepleri incelendiğinde genel olarak “eskimesi ve beden ölçülerinde değişiklik olması” durumlarında alışveriş yaptıkları görülmüştür. Dolayısıyla katılımcıların büyük çoğunluğunun gerekli olduğu durumlarda, ihtiyaç halinde gömlek alışverişi yaptıkları söylenebilir. Çağman (2010: 55)' in çalışan kadınlar üzerine yaptığı çalışmada, kadınların büyük çoğunluğunun gerekli olduğu zaman giysi satın aldığı sonucuna

ulaşmıştır. Budak (2012: 126)'ın tüketicilerin giysi satın alma davranışları üzerine yaptığı araştırmada da katılımcıların yarısından fazlası giyim ürünlerini satın almalarında “ihtiyaç olma durumunun” birinci derecede etkili olduğunu ifade etmişlerdir.

Tüketicilerin alışveriş tercihlerini yönlendiren birçok faktör bulunmaktadır. Satın alma davranışı üzerinde diğer insanların etkisi sosyal faktörler olarak ifade edilmektedir. Sosyal faktörler üç grupta toplanabilir: aile, referans grupları, roller ve statüler. Durmaz ve Bahar (2011: 62) tarafından tüketicilerin satın alma davranışları üzerine yapılmış olan araştırmada da, katılımcıların büyük çoğunluğunun ailenin beğenmesinin en önemli faktörlerden biri olduğunu belirttikleri görülmektedir.

Öğretmenler gömlek alışverişinde en çok modeli, yaşa uygunluğu, kalitesi ve kumaşı faktörlerini tercih etmişlerdir. En az ise moda uygunluğu seçeneğini önemli bulmuşlardır. Çağman (2010: 55)'in çalışan kadınlar üzerine yapmış olduğu çalışmada giysi satın alan çalışan kadınların yarısından fazlasının modayı takip etmediği görülmektedir. Aktuğlu ve Temel (2006: 55)'in, “kamu sektörü çalışanlarının giysi markalarını tercihini etkileyen faktörlere yönelik bir araştırma” adlı çalışmalarında tüketicilerin giysi satın alma tercihlerini etkileyen faktörler incelendiğinde: “rengi/modeli/stili” ve “kalitesi” faktörleri büyük oranda “her zaman etkili olur” şeklinde tercih edilmiştir. Araştırma sonuçları birbirlerini destekler niteliktedir.

Öğretmenler gömlek modellerinde en çok yaka, manşet, çizgili kareli olması, kırışmazlık, kolay ütülenebilir olması, terletmemesi, kumaşın pamuklu olması özelliklerini tercih etmişlerdir. En az ise “arma, logo veya markasının görünür olması, markanın sezon sonu veya geçmiş sezon ürünü olması, pahalı bir markaya ait olması, bilindik bir markaya ait olması” özelliklerini tercih etmişlerdir.

Öğretmenlerde gömlek satın alırken karşılaştıkları problemler incelendiğinde; en çok beden ölçülerine uygun ve farklı modellerde gömlek bulamadıkları belirlenmiştir.

Öğretmenlerde gömlek kullanımında ise en çok “yakalarının çabuk aşınması, kumaşların yıpranması ve manşetlerin yıpranması” sorunları ile karşılaşıldığı görülmüştür. Öğretmenlerin en çok gömlek üretiminde kullanılan hammadde olan kumaştaki yıpranma sebebiyle problem yaşadıkları söylenebilir.

Öğretmenlerin kullanılmış giysileri değerlendiren herhangi bir organizasyon, kurum veya projeden haberdar olma durumları incelendiğinde; katılımcıların büyük çoğunluğunun kullanılmış giysileri değerlendiren herhangi bir organizasyon, kurum veya projeden haberdar olmadıkları görülmektedir.

Öğretmenler, gömleklerin yeniden kullanılabilir hale getirilmesinin aile ve ülke ekonomisine olumlu katkılar sağlayacağını, yeni istihdam alanları oluşturacağını ve gömleklerin yeniden değerlendirilmesine yönelik projeler geliştirilmesinin önemli olduğunu belirtmişlerdir. Bunların yanında gömleklerde geri dönüşümün sürdürülebilir modanın yaygınlaşmasına katkı sağlayacağı ve çevreye karşı olan duyarlılığı artıracığı da katılımcılar tarafından belirtilmiştir.

Öğretmenler, gömleklerin yaka ve manşetlerinin değiştirilerek yeniden kullanılabilir hale getirilmesi, kumaşlarının yeniden kullanılması, problemleri yerlerinin terziye tamir ettirilmesi, ihtiyaç sahiplerine bağışlar yapılarak gömleklerin yeniden değerlendirilmesi şeklindeki öneri ve yöntemlere yüksek oranlarda katılmışlardır.

Araştırmanın bulguları değerlendirildiğinde; katılımcıların geri dönüşüm ve yeniden kullanım konusunda oldukça olumlu yaklaşımlar içerisinde oldukları görülmektedir. Geri dönüşüm ve yeniden kullanımın yaygınlaştırılabilmesi için tüketicilerin teşvik edilmesinin ve ilgili imkânların kendilerine sunulmasının gerekli olduğu düşünülmektedir.

Katılımcıların atık haline geldiğini düşündükleri giysilerini, gömleklerini bazı basit biçki, dikiş teknikleri uygulayarak “yeniden kullanıma” devam edebilecekleri söylenebilir. Katılımcıların, geri dönüşüm ve yeniden kullanım konusunu önemli görmelerine rağmen, mevcut şartlarda ve durumda, zamanlarının kısıtlı olması, dikiş bilgilerinin olmaması ve hazır giyim ürünlerinin ucuz olması gibi sebeplerle geri

dönüşüm için gerekli faaliyetleri kendilerinin yapacaklarını söylemek gerçekçi olmaz. Yıpranma, eskime, beden ölçülerinde değişiklik veya modasının geçmesi ile ömrü tamamlandığı düşünülen bir giysinin basit biçki- dikiş teknikleri ile yeniden kullanıma alınabilmesi mümkünken modern zamanın getirmiş olduğu meşguliyet, alışkanlık ve kabuller sebebiyle, insanlar bir “geri dönüşüm veya yeniden kullanım” faaliyetine mesafeli yaklaşıyor olabilirler.

Katılımcıların, geri dönüşüm ve yeniden kullanım konusunu önemli görmelerine rağmen zamanlarının kısıtlı olması, dikiş bilgilerinin olmaması ve hazır giyim ürünlerinin ucuz olması gibi sebeplerle geri dönüşüm için gerekli faaliyetleri kendilerinin yapmak istemedikleri/ yapamadıkları/ yapmadıkları ancak geri dönüşümü sağlanmış bir ürünü satın alıp kullanabilecekleri sonuçlarına ulaşılmıştır

7.2. Öneriler

Son yüzyılda hızla dünyayı etkisi altına alan ekolojik kriz, sürdürülebilir yaklaşımların önemini artırmış ve yaşamın tüm alanlarında “sürdürülebilirlik” kaçınılmaz bir duruma gelmiştir. İnsanların, satın alıp kullanmayı ihmal edemeyeceği en önemli ürünlerin başında gelen giyim eşyalarını üretmekte olan Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü, ekonomik sistemlerin araçlarından birisi haline gelmiştir. Sektör sürdürülebilirliğe taban tabana zıt bir yaklaşım olan “Hızlı Moda” uygulamalarıyla; adaletsiz ticaret, sömürülen işçi hakları, sınırlı kaynakların tüketimi, doğanın kirletilmesi ve insan sağlığına zararlı kimyasal maddelerin kullanılması gibi birçok olumsuz duruma sebep olmaktadır. Dünya ve insanlığın geleceğini ilgilendiren bu büyük tüketim krizinin en doğru yöntemlerle ve sağlıklı bir şekilde çözüme ulaşabilmesi için sektörde ki bu problemi; “üretim öncesi, üretim esnası, tüketim esnası ve tüketim sonrası” tüm yönleriyle değerlendirmek gerekmektedir.

Araştırma konusu olan “gömlüklerin geri dönüşümü, yeniden kullanımı ve geri kazanımı” ile ilgili olarak gerekli literatürle katılımcıların bilgi ve yaklaşımları incelendiğinde;

Üretim öncesinde tekstil hammaddelerinin yetiştirilmesi ve üretim esnasında oluşan tekstil ve hazır giyim atıklarının geri dönüşümüyle ilgili olarak;

- Tekstil ve hazır giyim sektörünün hammaddeleri olan doğal liflerin yetiştirilmesi için kullanılan tarım ve böcek ilaçlarının insan sağlığına ve çevreye zararsız bir içeriğe sahip olması gerektiği,
- Tekstil ve hazır giyim sektöründe üretimde kullanılan hammadde, malzeme, yardımcı malzeme ve kimyasalların insan sağlığına ve çevreye zararsız olması gerektiği,
- Üretimlerin ekolojik bir planlama çerçevesinde yapılarak ekolojik ürünler üretilmesi ve ömrünü tamamlayan ürünlerin geri dönüşüm maliyetlerinin düşürülmesi gerektiği,
- Üretim süreci içerisinde etkin bir geri dönüşüm sistemi kurularak, atık hale gelen iplik, döküntü, telef, kumaş parçaları, yardımcı malzemeler, ramöz artıkları, plastik ve plastik ürünü ambalaj atıkları gibi maddelerin üretime tekrar dâhil edilmesi veya dâhil edilemiyorsa ilgili geri dönüşüm tesislerine gönderilmesi gerektiği,

Tüketim sonrasında oluşan tekstil ve hazır giyim atıklarının geri dönüşüm, yeniden kullanım ve geri kazanımıyla ilgili olarak ise;

- Bu atıkların, atık kutuları veya evlerden atıkların alınması yöntemleri ile toplanarak sınıflandırılmaları ve kullanılabilir durumda olanların ikinci el giysi olarak değerlendirilmeleri, kullanılmayacak durumda olanların ise geri kazanım işletmelerine gönderilmeleri gerektiği,
- Giysi toplama merkezlerinin yeniden kullanım açısından büyük önem taşıdığı ve atık hale gelmiş giysilerin toplama, tasnif, tamir ve temizleme işlemlerinden giysi toplama merkezlerinde ihtiyaç sahiplerine ulaştırılabileceği,
- Takas usulü yöntemi ile giysilerin yeniden kullanıma sunulabileceği şeklinde öneriler sunulabilir.

Giyim eşyalarını “yeniden kullanılabilir” hale getirebilecek donanım ve anlayışta insanlar ancak eğitim- öğretim faaliyetleriyle yetiştirilebilir. İlköğretimden itibaren eğitim- öğretim müfredatımızda sürdürülebilirlik, ekoloji, geri dönüşüm ve bu bağlamda biçki- dikiş uygulamalarının yer alması önerilebilir.

Diğer taraftan, atık haline gelmiş giysi veya gömleklerin bir terzi yardımıyla yeniden kullanıma kazandırılmaları gerektiği; giysilerin atık kutuları veya benzeri yöntemlerle belediyeler ve sosyal yardım kuruluşları vasıtasıyla toplanarak ihtiyaç sahiplerine ya da geri dönüşüm işletmelerine ulaştırılmaları gerektiği öneri olarak sunulabilir.



KAYNAKÇA

- AĞDAĞ, O. N., (1998). *Denizli Organize Sanayi Bölgesi'nde Endüstriyel Katı Atık Yönetimi*, Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Denizli.
- AHMED Cevdet Paşa, (Yay. Cavid Baysun). *Tezahir, 1-12*, TTK Yayınları, Ankara. 1986.
- AKGÜL, M., (2006). *Klasik Erkek Gömleği Üretimde Kalite Özelliklerinin Belirlenmesi ve Kalite Talimatlarının Hazırlanması*, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- AKGÜN, V. Ö., (2010). *Modern Alışveriş Merkezlerinin Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkisi ve Konya İlinde Bir Uygulama*, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 12 (19): 153-163, 2010ISSN: 1309-9132.
- AKTUĞLU, I. K., ve TEMEL, A., (2006). *Kamu Sektörü Çalışanlarının Giysi Markalarını Tercihini Etkileyen Faktörlere Yönelik Bir Araştırma*, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 15, 43- 59.
- AKYOL Kasapoğlu, P., (2010). *Küreselleşen Moda Bağlamında Blucin Kültürü Üzerine Bir Araştırma*, *Millî Folklor*, 2010, 22 (86).
- AKIN, G., (2009). *Ekoloji- Çevrebilim ve Çevre Sorunları*. Ankara: Tiydem Yayıncılık.
- AKILLI H., KEMAHLI F., OKUDAN K. ve POLAT F., (2008). *Ekolojik Ayak İzinin Kavramsal İçeriği ve Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde Bireysel Ekolojik Ayak İzi Hesaplaması*. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*. (15), 1-25.
- ALAGÖZ, S., (2009). *Pazarlamada Yükselen Trend: Moda*, *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, Sayı 18, 533- 560.
- ARAL, N., (2009). *Tekstil Atıklarından Oluşturulan Kompozitlerin Performans Özelliklerinin İncelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul,

- ARABACI, H., (2010). *Türk Hazır Giyim Sektöründe Atık Yönetimine Yönelik Bir Araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- ARSLAN, M. (2014). *Tüketici Davranışları Ders Notları*, Harran Üniversitesi Birecik Meslek Yüksekokulu, Şanlıurfa.
- ALPAT, F., E., (2012). *Yavaş Moda Nedir, I. Uluslararası Moda ve Tekstil Tasarımı Sempozyumu*, Akdeniz Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Antalya.
- ATİK, D., (2013). *Fashion Creation And Diffusion: The Institution Of Marketing*, Journal Of Marketing Management, 29 (7-8), 836-860, Http: //Dx. Doi. Org/10. 1080/ 0267257x. 2012.729073.
- ATMACA, E., (2004). *Sivas İl Merkezi Katı Atık Yönetiminin İrdelenmesi ve Yeniden Planlanması*, Doktora Tezi, Cumhuriyet Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Sivas.
- AYSAL, N., (2012). *Tanzimat'tan Cumhuriyet'e Giyim ve Kuşamda Çağdaşlaşma Hareketleri, Dokuz Eylül Üniversitesi Atatürk İlkeleri ve İnkılâp Tarihi Enstitüsü Çağdaş Türkiye Tarihi Araştırmaları Dergisi, Cilt X, 22 (5)*.
- AYANOĞLU, S. G., ve AĞAÇ, S., (2017). *Sürdürülebilir Moda Kavramına Yönelik Tasarım Fikirleri*, SDÜ ART-E Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Dergisi Mayıs/ Haziran'17 Cilt: 10 Sayı:19 ISSN 1308-2698.
- BARBAROSOĞLU, F. K. (1995). *Modernleşme Sürecinde Moda ve Zihniyet*. İz Yayıncılık. İstanbul.
- BAYLAVLI, M., (2011). *Erkek Gömleği Üretiminde En Uygun Üretim Süreci Belirlemede Analitik Hiyerarşi Süreci ve Örnek Bir Uygulama*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- BERBER, G., (2009). *Genç Büyük Beden Tüketicisi Bayanlarının Gömlek Bluz Ve Pantolonda Karşılaştıkları Model ve Kalıp Kaynaklı Sorunlara İlişkin Görüşlerinin İncelenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

- BECHTOLD, T., BURTSCHER E., ve HUNG Y., (2004). *Treatment Of Textile Wastes.*(Editör:). *Handbook Of Industrial And Hazardous Wastes Treatment*, NewYork- Basel: Marcel Dekker Publisher.
- BERGH, JEROEN C. J. M. VAN DEN ve VERBRUGGEN, H., (1999). *Spatial Sustainability, Trade And Indicators: An Evaluation Of The “Ecological Footprint”*, *Ecological Economics*, 29 (1), 61–72. [https:// www. econstor. eu/ bitstream](https://www.econstor.eu/bitstream)
- BLACK, S., (2008). *Eco-chic: The Fashion Paradox*, Black Dog Publication, London.
- BİLGE A., ve GÖKSU N., (2010). *Tüketici Davranışları*, Ankara, Gazi Kitapevi.
- BİLGİN, S., (2011). *Ekolojik Mimarlık: Anti-Ekolojik Bir Eylem ile “Ekoloji” Söyleminin Bir Araya Gelme Biçimleri*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- BRİGA-SA, A., NASCIMENTO, D., TEIXEIRA, N., PINTO, J., CALDEIRA, F., VARUM, H., PAIVA, A., 2012. Textile Waste as an Alternative Thermal Insulation Building Material Solution. *Construction and Building Materials*, 38, 156.
- BRENNAN, J., (2012). *What Does Reduce, Reuse & Recycle Mean?*, <http://homeguides.sfgate.com/reduce-reuse-recycle-mean-79717.html>.
- BOND, S., (2002). *Ecological Footprint A Guide For Local Authorities*, Published By WWF-UK Panda House, Godalming, Surrey .
- BSTB (T.C. Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı). *Sanayi Genel Müdürlüğü Sektörel Raporlar ve Analizler Serisi Tekstil*, Hazır Giyim ve Deri Ürünleri Sektörleri Raporu 2012/1.
- BSTB (T.C. Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı). *Sanayi Genel Müdürlüğü Sektörel Raporlar ve Analizler Serisi Tekstil*, Hazır giyim ve Deri Ürünleri Sektörleri Raporu 2014/1.

- BSTB (T.C. Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı). *Verimlilik Genel Müdürlüğü, Temiz Üretim Bilgi Platformu*, <http://www.temizuretim.gov.tr/h241215.aspx/>
Erişim Tarihi: 17.01.2017.
- BUDAK, E., (2012). *Hazır Giyim Sektöründe Tüketicilerin Satın Alma Davranışlarını Etkileyen Psikolojik Faktörlerin Bütünleşik Analizi*, Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- BULUT, A. (1988). *Pazarlama Ders Notları*, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Araştırma Merkezi, Erzurum.
- BUTEKOM (Bursa Tekstil ve Konfeksiyon Arge Merkezi). *Tekstil Terbiye Sektöründe Temiz Üretim İçin Örnek Modellerin Oluşturulması Projesi*, Teknolojik Değerlendirme Raporu, Bursa, 2014.
- CAN, N., (2009). *Mekanistik Evren Anlayışı Yada Hakikatin Bilgisinden Fenomenler Bilimine*, Uludağ Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Felsefe Dergisi Kaygı, Sayı: 13, 2009.
- CAN, Ö., ve AYVAZ, K. M., (2017). *Tekstil ve Modada Sürdürülebilirlik*, *Akademia Sosyal Bilimler Dergisi*, 3 (1), 110-120.
- CAN, Ö., ve ÖZKARTAL, M., (2010). *Endüstrileşmenin Cumhuriyet Dönemi Sonrası Tekstil -Moda Tasarımında Kimlik Arayışına Etkileri*, *Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Hakemli Dergisi ART-E* Mayıs-Haziran'13 Sayı: 11.
- CEBECİ, D., (2013). *Ekolojik Tekstillere Moda Tasarımı Üzerine Etkileri*, Sanatta Yeterlilik Tezi, Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, İstanbul.
- COLBY, M. E., (1990). *Ecology, Economics, And Social Systems: The Evolution Of The Relationship Between Environmental Managmpnt And Development*, Presented to the Graduate Faculties of the University of Pennsylvania in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Doctor of Philosophy.
- ÇAĞMAN., D., S., (2010). *Çalışan Kadınların Giysi Kullanım Süreleri ve Kullanım Sonrası Giysileri Değerlendirme Yöntemleri*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Ankara.

- ÇETİN, K., (2016). *Kadın Tüketicilerin Giysi Satın Alma Davranışları ve Marka Bağımlılığı*, Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2 (2), 22- 40.
- ÇELİK, Z. (2011). *İlköğretim Müfredatında Ambalaj Atıklarının Geri Dönüşümü Eğitiminin Yeri ve İlköğretim Kurumlarındaki Geri Dönüşüm Uygulamalarının Araştırılması (İstanbul İl Örneği)*, Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- ÇINAR, R. ve ÇUBUKÇU, İ., (2009). *Tüketim Toplumunun Şekillenmesi ve Tüketici Davranışları*, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 13 (1): 277-300.
- DAL, V. ve GÜRPINAR, M. (2010). *Hazır Giyim Sanayinde Hızlı Moda Kavramı ve Bir Model Önerisi*, İstanbul Sanayi Odası Marmara Üniversitesi Doktora/ Yüksek Lisans Tezlerine Sanayi Destek Projesi, Ömür Matbaacılık, İstanbul.
- DEMİR, Ş. ve KOZAK, M., (2013). *Tüketici Davranışları*, Ankara, Detay Yayıncılık.
- DOĞAN, Z., (2012). *Tekstil Sektöründe Atık Ekolojisi Uygulamaları*, Akdeniz Üniversitesi G.S.F. Moda ve Tekstil Tasarımı Bölümü I. Uluslar Arası Moda ve Tekstil Tasarımı Sempozyumu, Antalya
- DURMAZ, Y. ve BAHAR, R., (2011). *Tüketicilerin Satın Alma Davranışları Üzerinde Sosyolojik Faktörlerin Etkisinin İncelenmesine Yönelik Bir Çalışma*, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi Yaz- Cilt:10, 10 (37), 60-77.
- EDWARDS, R. A., (2006). *The Sustainability Revolution*, New Society Publishers, Canada.
- EKOLOJİ Laboratuvar Kitabı, (2006). *Ekolojik Bir Çalışmanın Planlanması*, <http://yunus.hacettepe.edu.tr/~cagasan/Documents/BOLUM%2001.pdf>.
- ERCOŞKUN, Ö. Y., (2007). *Sürdürülebilir Kent İçin Ekolojik-teknolojik (Eko-tek) Tasarım: Ankara-güdül Örneği*. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

- ESER, B., ÇELİK, P., ÇAY, A. ve AKGÜMÜŞ D., (2016). *Tekstil ve Konfeksiyon Sektöründe Sürdürülebilirlik ve Geri Dönüşüm Olanakları*, *Tekstil ve Mühendis*, 23: 101, 43-60.
- ENER, M., ve YELKİKALAN, N., (2004). *Çin'in Dünya Ticaret Örgütü'ne Üyeliğinin Türkiye'nin Tekstil Ve Konfeksiyon Sektörüne Etkileri - Swot Analizi Yöntemiyle Değerlendirilmesi*, *Yönetim Bilimleri Dergisi* (2: 2) Journal of Administration Sciences, 63-79.
- ERTÜRK, N., (2011). *Moda Kavramı, Moda Kuramları ve Güncel Moda Eğilimi Çalışmaları*, *Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Hakemli Dergisi*, ART-E MAYIS 2011- 07.
- FEYZİOĞLU, E., (2011). *Ekoloji, İnsan ve Din*, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- FLETCHER, K. (2008). *Sustainable Fashion and Textiles: Design Journeys*, Earthscan Publications, London.
- GAFUROĞULLARI YANIK, C., (2010). *Erkek Gömlek Üretimi, Tasarım, İşlem Basamakları Analiz ve Profil Araştırmaları*, Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- GHA (Global Footprint Network Advancing the Science of Sustainability), (2012) *Türkiye'nin Ekolojik Ayak İzi Raporu*, http://www.footprintnetwork.org/images/article_uploads/Turkey_Ecological_Footprint_Report_Turkish.pdf/ Erişim Tarihi: 20.01.2017.
- GÜMRÜL, F., (2015). *Tüketicilerin İnternette Alışveriş Davranışını Etkileyen Faktörler: Yüzüncü Yıl Üniversitesi Öğretim Elemanları Üzerinde Bir Uygulama*, Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Van.
- GÜRCÜM, B., Yüksel, C. (2012). *Moda Sektörünü "Yavaşlatan" Eğilim: Eko Moda ve Moda'da Sürdürülebilirlik*, "1. Uluslar arası Moda ve Tekstil Tasarımı Sempozyumu, Akdeniz Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Antalya.
- HALKBANK Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projesi (2010). *Tekstil ve Hazır Giyim Sektör Raporu*, 2010.

- HANÇERLİOĞULLARI, M., (2009). *Büyük Bedenli Genç Kızların Giysi Tercihlerinde Tasarımdan Beklentileri*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- HAWLEY, J. M., (2006). *Textile Recycling: A systems Perspective*. In Y. Wang (Ed). *Recycling in Textiles*, Woodfield Publishing Press, Cambridge, England.
- HUSSEY, C., SINHA, P. and KELDAY, F., (2009). *Responsible Design: Re-Using/Recycling of Clothing*, 8th European Academy Of Design Conference - 1st, 2nd & 3rd April 2009, The Robert Gordon University, Aberdeen, Scotland
- İAOSB (İzmir Atatürk Organize Sanayi Bölgesi), *Tekstil Ürünleri İmalatı ve Giyim Eşyalarının İmalatı*, Proje ve İş Geliştirme Birimi, *İAOSB Haber Dergisi* Temmuz.
- İSLAM, Beyhan, (2000), *Ekoloji Terimleri Sözlüğü*, İstanbul: Birleşik Yayıncılık.
- İPŞİRLİ, Argıt, B., (2015). *Osmanlı İstanbul'unda Giyim Kuşam*, Büyük İstanbul Tarihi, Cilt IV, 231, İstanbul.
- İTKİB (2005). *Tekstil Konfeksiyon Sektöründe Ekoloji ve Ekolojik Etiketler*, İTKİB AR&GE ve Mevzuat Şubesi.
- JOY, A., SHERRY, J. F., VENKATESH, J. A., WANG, J., and CHAN, R., (2012). *Fast Fashion, Sustainability, and the Ethical Appeal of Luxury Brands*, Fashion Theory, 16 (3), 273 – 296.
- JUNG, S., ve JIN, B., (2014). *A Theoretical Investigation Of Slow Fashion: Sustainable Future Of The Apparel Industry*, International Journal Of Consumer Studies 38, 510–519.
- KALIN, V., (2005). *Tekstil Atıkları ve Pamuk Linterinden, Kâğıt Hamuru ve Kâğıt Üretim Koşullarının Belirlenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Sütçü İmam Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Kahramanmaraş.
- KARAMAN, M., (1993). *Klasik Erkek Gömlek Üretimini Etkileyen Faktörler*, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. İstanbul.

- KIŞLALIOĞLU, M. ve BERKES F., (2010). *Çevre ve Ekoloji*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- KOCA, E., (2009). *18. ve 19. Yüzyıl Osmanlı Erkek Modası, Türk İslam Medeniyeti Akademik Araştırmalar Dergisi*, Sayı 7/Kış, Konya.
- KOCA, E. ve KOÇ E., (2008). *Çalışan Kadınların Giysi Seçimleri ve Renk Tercihleri, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (24), 171-200.
- KOÇ E., (2012). *Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri*, Ankara, Seçkin Yayıncılık.
- KOÇU, R., E., (1969). *Türk Giyim Kuşam ve Süslenme Sözlüğü*, Sümerbank Kültür Yayınları.
- KOTLER, P., (1972). *Marketing Manegament- Analysis, Planing and Control*, London.
- KURTOĞLU N. ŞENOL D., (2004). *Tekstil ve Ekolojiye Genel Bakış, Karsinojen ve Alerjik Etki Yapabilen Tekstil Kimyasalları, K.S.Ü. Fen ve Mühendislik Dergisi*,7, 26-38.
- LEZZEN, M., ve MURRAY, S. A., (2001). *A Modified Ecological Footprint Method And Its Application To Australia*, Ecological Economics 37, 229–255. https://www.researchgate.net/profile/Shauana_Murray/
- MANGIR A. F., (2016). *Sürdürülebilir Kalkınma İçin Yavaş ve Hızlı Moda, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi Cilt:19 41.Yıl Özel Sayısı*, 143-154.
- MEGEP. (2007). *Giyim Üretim Teknolojisi: Tekstil Lifleri*. Ankara.
- MEGEP. (2012). *Aile ve Tüketici Hizmetleri Tüketici Davranış Modelleri*. Ankara.
- MUSLU, Y. (1983). *Ekoloji*. İstanbul: Yeni Asya Yayınları.
- NİİNİMÄKİ, K., Hassi, L., (2011). *Emerging Design Strategies İn Sustainable Production And Consumption Of Textiles And Clothing*, Journal Of Cleaner Production, 19 (2011) 1876-1883, Journal Homepage: www.elsevier.com/locate/jclepro.

- NİİNİMÄKİ, K., (2009). *Future of the Consumer Society*, 28–29 May 2009 Proceedings of the Conference, Tampere-Finland.
- ODABAŞI, Y. ve BARIŞ, G. (2010). *Tüketici Davranışı*, İstanbul: MediaCat Akademi.
- OĞUZ, A., (2012). *Ahmed Cevdet Paşa'nın Gözüyle XIX. Asır Osmanlı Toplumunu: İstanbul ve Adana Örneği*, NEÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 1, 109-124.
- ORAL, O., DİRGAR, E., ERDOĞAN, Ç., (2012). *Tekstil Ve Hazır Giyim Üretiminde Ekoloji*, Akdeniz Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi I. Uluslar Arası Moda ve Tekstil Tasarımı Sempozyumu Bildiri, 31-33.
- ÖGEL, B., (1993). *Türk Kültür Tarihine Giriş-Türklerde Giyecek ve Süslenme*, İstanbul, Zaman Kitaphanesi.
- ÖZDOĞAN, E., KORKMAZ, A., SEVENTEKİN, N., (2007). *Eko-Teks ve AB Çevre Etiketleri*, *Tekstil ve Konfeksiyon Dergisi*, Mart, 148-152.
- ÖZGEN, I., (2005). *Büyük Ölçekli Otel İşletmelerinde Atık Yönetimi ve İber Otel Sarıgerme Park Örneği*, Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- PAMUK, B., (2009). *Giysi Moda Eğilimlerini Etkileyen Faktörler ve Bir Model Önerisi*, Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- RITCH, E. L., (2014). *Extending Sustainability From Food To Fashion Consumption: The Lived Experience of Working Mothers*, *International Journal Of Management Cases*, 17-31
- RONAN A. C., (2003). *Bilim Tarihi Dünya Kültürlerinde Bilim Tarihi ve Gelişmesi*, (Çev.) Ekmeleddin İhsanoğlu, Feza Günergun, Tübitak Yayınları.
- SAHNI, H., 2010, *Towards Sustainable Fashion – Computer Technology Integration for a Green Fashion Value-Chain*, www.fibre2fashion.com (27.07.2012).
- SANAL, (2007). *Environmental Impact Of The Clothing Industry*, *Environmental Health Perspectives* Cilt 115, Number 9, September A 449.

- SANAL, (2017). Economic Analysis Of Fashion Retail, <https:// Wiki. Nus. Edu. Sg/ Display/ Fashion/ Economic+Analysis+Of+Fashion+Retail>, Erişim Tarihi: 15.02.2017.
- SAYHAN, H., SAYHAN, S., ve DEMİRBAŞ, Ç. Ö., (2013). *Ecological Footprints of Primary School Students And Recommendations To Diminish Them*, American-Eurasian J. Agric. & Environ. Sci., 13 (4), 521-530.
- SALUR, N., (2014). *Sürdürülebilirlik ve Geri Dönüşüm Açısından Grafik Tasarım, Tez ve Sanatta Yeterlilik Çalışması*, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- SHEN, D., RICHARDS, J., ve LIU, F., (2013). *Consumers Awareness Of Sustainable Fashion*, The Marketing Management Journal 23(2), 134-147.
- SELAMET, S., (2012). *Sürdürülebilirlik ve Grafik Tasarım*. ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi, 8 (15), 126- 148.
- SEZER, K, ARIKAN, O., (2010). *Waste Characterization at Mixed Municipal Solid Waste Composizg and Recycling Facility Units*, International Workshop on Urbanization, Land use, Land Degradation and Environment, September 28- October 1, Denizli.
- SEZER, B., (2006). *Müller Kalıp Sistem46-52 Beden (38-41 Yaka) Klasik Erkek Gömleği Kalıplarının Antropometrik ve Ergonomik Uyumunun İncelenmesi Geliştirilmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- ŞAHİN, A., (2009). *Giysi Alışverişinde Tüketicilerin Haute Couture Ve Hazır Giyim Tercihleri İstanbul-Konya İllerinde Örnek Bir Araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- ŞULE, A., (t.y.). *Türkiye'deki Tekstil Ve Hazır Giyim Atık Miktarları ve Geri Kazanım İmkanları*, <http ://www. temizuretim. gov.tr/> Erişim Tarihi: 18.01.2017.
- ŞİŞLİ, M.N., (1999). *Çevre Bilim Ekoloji*, Ankara: Gazi Kitabevi.

- TASLAMAN. C., (2008) *Kuantum Teorisi Felsefe ve Tanrı*, İstanbul: İstanbul Yayınevi.
- T.C. SAYIŞTAY BAŞKANLIĞI. (Ocak 2007). *Türkiye’de Atık Yönetimi Ulusal Düzenlemeler ve Uygulama Sonuçlarının Değerlendirilmesi: Performans Denetim Raporu*. www.sayistay.gov.tr, Erişim Tarihi: 16.05.2015
- TEK, R., (2016). *Dîvânu Lugâti’t Türk’te Giyim Kuşam Kültürü İle İlgili Kelimeler*, Karabük Üniversitesi/ Mahmud Kaşgari Barsgani Doğu Üniversitesi/ TÜRK Dünyası Belediyeler İşbirliğiyle Düzenlenen II. Uluslar arası Kaşgarlı Mahmud Sempozyumu: Bilim Dünyasına Katkıları, Kırgızistan/ Bişkek.
- TERLİ, A., (2011). *Hazır Giyimde Erkek Gömleği ve Kalite Unsurları*, Türk Sanatları Araştırmaları Dergisi 1 (2),75-85.
- THE Ministry of Housing, Spatial Planning and Environment, (2010). *Getting Ahead with a Successful Chain Approach*. Available on: <http://www.oecd.org/dataoecd/61.12.46352717>.
- TÜRKMEN, N., (2009). *Tekstil ve Moda Tasarımı Açısından Sürdürülebilirlik ve Dönüşüm*, Sanatta Yeterlilik Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- UİB (ULUDAĞ İHRACATÇILAR BİRLİĞİ). *Hazır Giyim Sektöründe Sürdürülebilir Trendler*, Uludağ Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Ar-Ge ve Pazara Giriş Şubesi Nisan, 2017.
- İSLAMOĞLU A. H. ve ALTUNIŞIK R. (2010). *Tüketici Davranışları*, İstanbul, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- UZUNOĞLU, H., (2010). *Tekstil Sektöründe Çevre Akımı: Ekolojik Tekstil*, Arge Bülteni, İzmir Ticaret Odası, İzmir.
- ULUDAĞ SUNAY, I., (2005). *Hazır Giyim Sanayinde Klasik Erkek Gömleği Üretiminin Standart Sürelerinin Mtm Yöntemi İle Belirlenmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- VURAL, T. ve AĞAÇ, S., (1995). *Hazır giyim Erkek Gömleği Üretimi ve Kontrol Noktaları*, *Tekstil ve Konfeksiyon Dergisi*, Ocak.

- YALÇIN, O., (2010). *Çevre Koruma Fikrine Radikal Yaklaşımlar; Derin Ekoloji, Sosyal Ekoloji ve Ekofeminizm*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- YANMI, T. M. Y., (2012). *Consumers Purchasing Intention Towards The Eco-Fashion*, A Thesis Submitted In Partial Fulfillment Of The Requirements For The Degree Of Bachelor Of Arts (Honors) In Fashion & Textiles, Institute Of Textiles & Clothing The Hong Kong Polytechnic University
- YARDIMCI, S., (2006). *İnsan-Doğa İlişkisi Ekseninde Derin Ekoloji ve Toplumsal Ekoloji*, Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- YE , T.H., AZEVEDO, J., COSTA, M., ve SEMIAO, V., (2004). *Co-Combustionof Pulverized Coal, Pine Shells, And Textile Wastes In A Propane-Firedfurnace: Measurements Andpredictions*, Combust. Sci. And Tech.,176: 2071^2104, 2004 Copyright#Taylor & Francis Inc.
- YILDIRIM, K. (2009). *İktisada Giriş*, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını.
- YILDIZ, Ş. ve AYVAZ, K. M., (2018). *Yavaş Moda Akımına Üniversite Öğrencilerinin Yaklaşımları: Selçuk Üniversitesi Örneği*, Akdeniz Sanat Dergisi, 21 (11), 39- 53.
- YÜCEL, M., EKMEKÇİLER, Ü., S., (2008). *Çevre Dostu Ürün Kavramına Bütünsel Yaklaşım; Temiz Üretim Sistemi, Eko-Etiket, Yeşil Pazarlama, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 26 (7), 320-333.
- YÜRÜK, P., (2010). *Kriz Dönemlerinde Tüketicilerin Satın Alma Davranışlarındaki Değişiklikler: Edirne İlinde Bir Uygulama*, Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- WACKERNAGEL, M., ONİSTO L., BELLO, P., LİNARES, A. C., FALFA'n I. S. L., GARCÍ'a, J. M., GUERRERO, A. I. S., GUADALUPE, S. G. M. (1999). *National Natural Capital Accounting With The Ecological Footprint Concept*, Ecological Economics 29 (1999) 375–390.

WACKERNAGEL, M., MORAN, D., ve GOLDFINGER, S., (2004). *Ecological Footprint Accounting: Comparing Resource Availability With An Economy's Resource Demand*, Submission for Ecological Economics Conference in Montreal, <http://www.footprintnetwork.org>.

WAQUET, D. ve LAPORTE, M. (2011). *Moda*, (Çev. Işık Ergüden). Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.

WIEDMANN, T., ve BARRETT, J., (2010). *A Review Of The Ecological Footprint Indicator- Perceptions And Methods*, Sustainability, 2, 1645-1693, www.mdpi.com/journal/sustainability.

İNTERNET KAYNAKLARI

Sanal 1 (2016). *Çevre*, http://cevremuhendisligi.org/index.php?option=com_content&view=article&id=17:cevre-nedir&catid=4:bunlari-biliyormusunuz/ Erişim Tarihi: 02.11.2016.

Sanal 2 (2017). *Sürdürülebilirlik*, <http://www.bilgiustam.com/surdurulebilirlik-nedir/> Erişim Tarihi: 22.01.2017.

Sanal 3 (2017). *Sürdürülebilirlik*, <http://www.ruhsalyasam.com/surdurulebilirlik-nedir/> Erişim Tarihi: 22.01.2017.

Sanal 4 (2017). *Sürdürülebilirlik*, <http://www.yesilist.com/surdurulebilirlik-nedir/> Erişim Tarihi: 22.01.2017.

Sanal 5 (2013). *Tekstil ve Konfeksiyonun Geleceği İçin Avrupa Teknoloji Platformunun “Avrupa’da Tekstil Araştırmaları Ve Yeniliğin Geleceğini Planlamak”* Başlıklı Yıllık Genel Konferansı, 20-21 Mart 2013, Brüksel// [http:// Docplayer. Biz. Tr/ 8005445- Bilgi- Notu- Konferans- Fuayesinde- Prosumer- Net- Corenet- Crosstexnet- Textile- 2020- Html/](http://Docplayer.Biz.Tr/8005445-Bilgi-Notu-Konferans-Fuayesinde-Prosumer-Net-Corenet-Crosstexnet-Textile-2020-Html/) Erişim Tarihi: 17.01.2017.

Sanal 6 (2017). *Fast Fashion Cheap Fashion*, [http:// www. slideshare. net/ kkrishnasj/ Fast- Fashion- Cheap-Fashion](http://www.slideshare.net/kkrishnasj/Fast-Fashion-Cheap-Fashion), Erişim Tarihi: 21.01.2017.

Sanal 7 (2017). *Temiz Üretim*, [https:// www. verimlilik haftasi. gov. tr/uploads/files/ VGM-Temiz%20Uretim](https://www.verimlilikhaftasi.gov.tr/uploads/files/VGM-Temiz%20Uretim), Erişim Tarihi: 17.01.2017.

- Sanal 8 (2015). *Gıda Maddeleri Slow Food Akımı*, [http:// www.brandday.net/](http://www.brandday.net/)Erişim Tarihi: 20.04.2015.
- Sanal 9 (2017). *Yavaş Moda*,<https://gaiadergi.com/surdurulebilir-bir-dunya-icin-gardirop-devrimi-yavas-moda-akimi>, Erişim Tarihi: 18.01.2017.
- Sanal 10 (2017). *Yavaş Moda*,<http://www.yeniinsanyayinevi.com/haberler/87-ahimsa-yavas-moda-eko-tasarim.html>, Erişim Tarihi: 17.01.2017.
- Sanal 11 (2017). *Eko Tasarım*,[http:// ab. immib. org. tr/AB- Mevzuati- ve- Politikalari/ Cevreye-duyarli-tasarim-Eko-tasarim](http://ab.immib.org.tr/AB-Mevzuati-ve-Politikalari/Cevreye-duyarli-tasarim-Eko-tasarim), Erişim Tarihi: 19.01.2017.
- Sanal 12 (2017). *Sürdürülebilir Moda*, [http://www. haberturk. com/ yasam/ haber/ 1045593- moda-nasil-surdurulebilir](http://www.haberturk.com/yasam/haber/1045593-moda-nasil-surdurulebilir), Erişim Tarihi: 21.01.2017.
- Sanal 13 (2017). *Sürdürülebilir Moda*, [http://www. limitsiz enerji. com/ surdurulebilir- moda-nedir/](http://www.limitsizenerji.com/surdurulebilir-moda-nedir/) Erişim Tarihi: 21.01.2017
- Sanal 14 (2017), *Eko Tasarımcılar*, [http://www. haberturk.com/ yasam/haber/ 1045593-moda-nasil-surdurulebilir](http://www.haberturk.com/yasam/haber/1045593-moda-nasil-surdurulebilir), Erişim Tarihi: 19.01.2017.
- Sanal 15 (2017). *Moda Yaşam*, [http:// www. haberturk. com/ yasam/ haber/ 1045593- moda-nasil- surdurulebilir](http://www.haberturk.com/yasam/haber/1045593-moda-nasil-surdurulebilir), Erişim Tarihi: 21.01.2017.
- Sanal 16 (2015). *Geri Dönüşüm*, <http://www.fenokulu.net/portal/> Erişim Tarihi: 14.10.2015.
- Sanal 17 (2015). *Geri Dönüşüm*, <http://sozcu.com.tr/kadin/giysiler-de-geridonusur.html>/ Erişim Tarihi: 09.10.2015.
- Sanal 18 (2015). *Giysi Takası*, <http://giysitakasi.blogspot.com.tr/> Erişim Tarihi: 10.10.2015.
- Sanal 19 (2017). *Sürdürülebilirlik*, [https:// www. gardrops. com/blog/ tag/ surdurulebilir- moda](https://www.gardrops.com/blog/tag/surdurulebilir-moda), Erişim Tarihi: 20.01.2017.
- Sanal 20 (2017). *Bossa*, [http:// bossa.com.tr/tr/ surdurulebilirlik/ felsefe](http://bossa.com.tr/tr/surdurulebilirlik/felsefe), Erişim Tarihi: 24.01.2017
- Sanal 21 (2017). *Yeşim Tekstil*,<http://www.yesim.com/anasayfa/>, Erişim Tarihi: 24.01.2017.

- Sanal 22 (2017). *Boa*, <http://www.boastudio.org/BOA/we.biz.html>, Erişim Tarihi: 23.01.2017.
- Sanal 23 (2017). *Nejla Güvenç*, <http://voguekimkimdir.com/projects/nejla-guvenc/>, Erişim Tarihi: 23.01.2017.
- Sanal 24 (2017). *Nejla Güvenç*, <http://www.milliyet.com.tr/nejla-guvenc-ten-organik-saodu--pembenar-detay-stil-2041930/>, Erişim Tarihi: 23.01.2017.
- Sanal 25 (2017). *Gretchen Jones*, https://en.wikipedia.org/wiki/Gretchen_Jones, Erişim Tarihi: 23.01.2017,
- Sanal 26 (2017). *Zaroff*, <http://marcizaroff.com/engage/>, Erişim Tarihi: 24.01.2017.
- Sanal 27 (2017). *Marci Zaroff*, <http://www.milliyet.com.tr/-genc-nesil-organik-modayi-sahipleniyor-/cafe/haberdetay/20.06.2008/878429/default.htm>, Erişim Tarihi: 24.01.2017.
- Sanal 28 (2018). *Sustainable*, <https://www.treehugger.com/sustainable-fashion/gary-harvey-couture-fashion/> Erişim Tarihi: 12.02.2018.
- Sanal 29 (2018). *Ethical Fashion*, file:///C:/Users/PC/Desktop/Gary%20Harvey%20-%20Environmental%20Advocacy%20&%20Upcycling%20_%20Ethical%20Fashion%20Blog%20_%20Ally%20Bee%20Knitwear,%20London.html/ Erişim Tarihi: 12.02.2018.
- Sanal 30 (2018). *Dress*, <http://sauceydogs.com/2013/08/12-unwearable-dresses-pacorabanne/> Erişim Tarihi: 15.03.2018.
- Sanal 31 (2018). *Sürdürülebilir Yaklaşımlar*, <http://yesilyama.com/surdurulebilir-moda/surdurulebilirmodakitap/> Erişim Tarihi: 19.01.2018.
- Sanal 32 (2018). *Fiftyrx3*, <http://fiftyrx3.blogspot.com/> Erişim Tarihi: 24.02.2018.
- Sanal 33 (2018). *Geri Dönüşüm*, <https://www.highsnobiety.com/2008/01/28/lakai-recycled-program/> Erişim Tarihi: 01.03.2018.
- Sanal 34 (2018). *Çevre Dostu*, <https://solecollector.com/news/2015/04/the-history-of-nike-considered/> Erişim Tarihi: 01.03.2018.

- Sanal 35 (2018). Atık Aksesuar, <http://yesilyama.com/markalar/elifsozkesen/> Erişim Tarihi: 04.02.2018.
- Sanal 36 (2018). *H&M*, <https://www.campaigntr.com/moda-dunyasinda-surdurulebilirlik/> Erişim Tarihi: 12.01.2018.
- Sanal 37 (2018). *Sürdürülebilir Moda Dünyası* <https://www.campaigntr.com/moda-dunyasinda-surdurulebilirlik/> Erişim Tarihi: 01.05.2018.
- Sanal 38 (2016). *Gömlek Tarihi*, <http://www.on5yirmi5.com/haber/yasam/moda/395/gomlek-tarihi.html/> Erişim Tarihi: 06.11.2016.
- Sanal 39 (2016). *TDK*, <http://www.tdk.gov.tr/> Erişim Tarihi: 25.12.2016.
- Sanal 40 (2016). *Gömleğin Tarihçesi*, <http://arsiv.ntv.com.tr/news/189614.asp/> Erişim Tarihi: 10.12.2016.
- Sanal 41 (2016). *Kişiyeye Özel Dikim*, http://www.cafesiyaset.com.tr/kisiye-ozel-giyim-pazari-buyuyor_220230.html/ Erişim Tarihi: 13.12.2016.
- Sanal 42 (2016). *Ters Gömlek*, <http://www.kadınve.trend.com/yeni-bir-trend-ters-gomlek-ve-kazak-giyim/> Erişim Tarihi: 14.12.2016.
- Sanal 43 (2017). *Padişah Gömlekleri*, <http://www.sabah.com.tr/galeri/yasam/padisah-gomleklerinin-inanilmaz-sirri/> Erişim Tarihi: 05.12.2016.
- Sanal 44 (2017). *Topkapı Sarayı*, <http://topkapisarayimuzesi.blogspot.com.tr/2014/03/tlsmli-gomlekler.html/> Erişim Tarihi: 14.12.2017.
- Sanal 45 (2017). *Tılsımlı Gömlek*, <http://www.sarrafoğlu.com/osmanli-padisahlarının-tlsmli-gomleklerinin-sirri/> Erişim Tarihi: 14.12.2017.
- Sanal 46 (2016). *Erkek Gömleği Neler Yapılır*, <http://nowacraft.blogspot.com.tr/2015/02/kocanızın-eski-gomleginden-ne.html/> Erişim Tarihi: 05.10.2016.
- Sanal 47 (2017). *Eski Gömlekler*, <https://www.hamaratabla.com/resim/684,eski-gomleklerden-14-mukemmel-elbise-bluz/> Erişim Tarihi: 05.08.2017.
- Sanal 48 (2018). *Geri Dönüşüm*, <https://onedio.com/haber/geri-donusum-candir-esinin-gomleklerini-kizlarina-elbise/> Erişim Tarihi: 10.03.2018.

EK-1**ANKET SORULARI**

Bu anket Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tasarım Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans programında yürütülmekte olan “**Öğretmenlerin Gömlek Satın Alma Davranışları ve Gömleklere Yönelik Geri Dönüşüm Konusundaki Görüşleri: Konya Örneği**” adlı yüksek lisans tez çalışmasının verilerinin toplanabilmesi amacıyla hazırlanmıştır. Araştırmanın bilim dünyasına ve insanlığa katkı sağlayabilmesi, sizlerin samimi cevaplar vermesi ile gerçekleşecektir. Siz değerli katılımcılara teşekkür eder, saygılarımı sunarım.

K. Murat AYVAZ

1. Yaşınız

- a) 25-30
- b) 31--40
- c) 41-50
- d) 51-60
- e) 61 ve üzeri

2. Cinsiyetiniz

Kadın Erkek

3. Gömlek Alışverişi Yapma Sıklığınız Nedir? (Birden çok işaretleme yapabilirsiniz)

- a) Ayda Bir b) Üç Ayda Bir c) Altı Ayda Bir d) Yılda Bir e) Diğer

4. Gömlek Alışverişi İçin Aylık Harcamış Olduğunuz Miktar Ne Kadardır?

- a) 0- 100 TL
- b) 101-200 TL
- c) 201- 300 TL
- d) 301-400 TL
- e) 401-500 TL
- f) 501-600 TL
- g) 600 TL ve üzeri

5. Gömlek Tarzınızı Nasıl Nitelendirirsiniz?

- a) Klasik gömleklere seçerim.
- b) Spor gömleklere seçerim.
- c) Etnik gömleklere seçerim.
- d) Vintage ve retro gömleklere seçerim.
- e) Sıra dışı model özelliklerine sahip gömleklere seçerim.
- f) İçinde rahat hissettiğim sürece her türdeki gömlek modellerini seçerim.

6. Gömlelerinizi Genellikle Nerelerden Satın Alırsınız?(Birden çok işaretleme yapabilirsiniz)

- a) Alışveriş Merkezleri
- b) Outlet Mağazalar
- c) Cadde Mağazaları
- d) Kişiyeye Özel Diktiririm
- e) İnternet / Sosyal Medya
- f) Semt Pazarları
- g) Pasajlar

7. Gömlek Alışverişi Yapma Sebepleriniz Genellikle Nelerdir?(Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)

- a) Beden ölçülerimde değişiklik olduğunda
- b) Sezona uygun giyinmek için / Sezon geçişlerinde
- c) Modayı takip etmek için
- d) Kullandığım gömleklere eskidiğinde
- e) Mesleğime uygun giyinebilmek için

- f) Gömlek alışverişi yapmayı sevdiğim için
- g) Kendimi ödüllendirmek için
- h) Önemli günler için
- i) Çok indirimli bir ürün gördüğümde
- j) Beğendiğim bir ürün gördüğümde
- k) Sezon sonu indirimlerini kaçırmamak için

8. Gömlek Alışverişinizde Tercihlerinizi Yönlendiren Etkenler Nelerdir? (“Etkilemez”den çok etkilere” doğru dereceleme yapınız)

Lütfen kutucukları katılma derecenize göre (X) işaretleyiniz.	Etkilemez	2	3	4	Çok Etkiler
1. Ailem					
2. Çevrem					
3. Arkadaşlarım					
4. Mesleğim (İş Ortamı)					
5. Kültürel Öğeler					
6. Dini İnançlar					
7. Mağazalardaki Satış Danışmanları					
8. Görsel Medya (Televizyon, İnternet)					
9. Yazılı Medya (Dergi, Gazete, Kitap)					
10. Reklamlar, Tanıtımlar (Billboard, Afiş vs.)					

9. Gömlek Alışverişinizde Tercih Ettiğiniz Faktörler Nelerdir?(Önemsizden çok önemliye doğru dereceleme yapınız)

Lütfen kutucukları katılma derecenize göre (X) işaretleyiniz.	Önemsiz	2	3	4	Çok Önemli
1. Gömleğin Markası Tercihimi Etkiler.					
2. Gömleğin Modaya Uygun Olması Tercihimi Etkiler.					

3. Gömleğin Modeli Tercihimi Etkiler.					
4. Gömleğin Yaşıma Uygun Olması Tercihimi Etkiler.					
5. Gömleğin Fiyatı Tercihimde nemli Bir Kriterdir.					
6. Gömleğin Kalitesi nemli Bir Kriterdir.					
7. Gömleğin Kumaşı Tercihimi Etkiler.					
8. Gömleğin Rengi Tercihimi Etkiler.					
9. Gömleğin Deseni Tercihimi Etkiler.					

10. Gömlek Modellerinde Dikkat Ettiğiniz zellikler Nelerdir?(nemsizden Çok önemliye doğru dereceleme yapınız)

	Lütfen kutucukları katılma derecenize göre (X) işaretleyiniz	önemsiz	2	3	4	çok önemli
MODEL ÖZELLİĞİ	Yaka Modeli					
	Manşet Modeli					
	Cep Modeli					
	Patlet (Kapama) Modeli					
	Kesiminin Vcuduma Uygunluğu					
	Süsleme Modeli					
KUMAŞ TÜRÜ	izgili veya Kareli Olması					
	Desen, Motif, Resim Olması					
	Kırışmazlık zelliği Olması					
	Kumaşının Pamuklu olması					
	Kolay tlenebilir olması					
	Terletmemesi					

MARKA	Arma, Logo veya Markasının Görünür Olması					
	Bilindik Bir Markaya Ait Olması					
	Pahalı Bir Markaya Ait Olması					
	Markanın Sezon Ürünü Olması					
	Markanın Sezon Sonu veya Geçmiş Sezon Ürünü Olması					
	Marka Kimliğinin Kendi Düşünce Yapıma Uygun Olması					

11. Satın Alırken Gömlelerde Karşılaştığınız Problemler Nelerdir?

- Farklı modellerde gömlek bulamıyorum.
- Beden ölçülerime uygun gömlek bulamıyorum.
- Kumaş özellikleri açısından uygun gömlekler bulamıyorum.
- Süsleme özellikleri olarak uygun gömlek bulamıyorum.
- Gömlek giymekten hoşlanmıyorum.

12. Gömlek Kullanımında Karşılaştığınız Problemler Nelerdir?

- Gömleklerin *yakaları* çabuk aşınıyor.
- Gömleklerin *kumaşları* yıpranıyor.
- Gömleklerin *dikişleri* yıpranıyor.
- Gömleklerin *manşetleri* yıpranıyor.
- Gömleklerin *kumaşları çekiyor*
- Gömleklerin *kumaşları leke tutuyor*.
- Gömleklerin *kumaşları ütü tutmuyor, çabuk kırışıyor*.
- Gömlekler *teri emmiyor*.
- Giysi türü olarak gömlek kullanımında problem yaşamıyorum.

13. Çevrenizde Kullanılmış Giysileri Toplayarak Değerlendirecek Herhangi Bir Organizasyon/Kurum veya Proje Biliyor musunuz?

- Evet Var
- Hayır Yok
- Olabilir Ama Farkında Değilim

14. Kullanılmayan Gömlelerde Geri Dönüşüm (Yeniden Kazanım) Konusundaki Görüşleriniz Nelerdir?

Lütfen kutucukları katılma derecenize göre (X) işaretleyiniz	Kesinlikle Katılmıyorum	2	3	4	Kesinlikle Katılıyorum
1. Atık ekolojisi, tekstilde/ konfeksiyonda geri dönüşüm kavramı hakkında bilgim var.					
2. Gömleklerin yeniden kullanılabilir hale getirilmesi aile ve ülke ekonomisine katkı sağlar.					
3. Gömleklerin yeniden kullanılabilir hale getirilmesi yeni istihdam alanları oluşturur.					
4. Kullanılmayan gömleklerin atık hacmi oldukça büyüktür.					
5. Gömleklerin yeniden değerlendirilmesine yönelik projeler geliştirilmesi önemlidir.					
6. Gömlelerde geri dönüşüm çevreye karşı duyarlılığı artırır.					
7. Gömlelerde geri dönüşüm sürdürülebilir modaın yaygınlaşmasına katkı sağlar.					
8. Kamu ve özel kurumların bu konuda önemli faaliyetler gerçekleştirdiğini düşünüyorum.					
9. Gömlekleri yeniden değerlendirmeyi maddi durumu düşük olanların yapması gerektiğini düşünüyorum.					
10. Hazır giyim ürünleri ucuz olduğu için gömleklerin yeniden değerlendirilmesine ihtiyaç olmadığını düşünüyorum.					
11. Aynı zamanda sosyal bir sorumluluk olan, geri dönüşüm yöntemleri ile kullanılabilir hale getirilmiş gömlekleri giyerim.					
12. Gömleklerin yeniden değerlendirilmesi için dikiş ve tasarım bilgisine ihtiyaç vardır. Bu nedenle herkes yapamaz.					
13. Zamanım olmadığı için giysilerin yeniden kullanımına yönelik faaliyetler yapamam.					

15. Gömleklerin Yeniden Değerlendirilmesi Konusundaki Görüşleriniz Nelerdir?

Lütfen kutucukları katılma derecenize göre (X) işaretleyiniz	Kesinlikle Katılmıyorum	2	3	4	Kesinlikle Katılıyorum
1.Kullanılmayan gömleklerin yakaları, manşetleri değiştirilerek yeniden kullanılabilir.					
2.Kullanılmayan gömleklerin kumaşları kullanılabilir.					
3.Kullanılmayan gömleklere farklı model özellikleri kazandırılarak yeni giysiler elde edilebilir (etek, elbise, çocuk giysisi, aksesuar vb.).					
4.Kullanılmayan gömleklerin problemlı yerleri terziye tamir ettirilebilir.					
5.Kullanılmayan gömlekler ilgili kurum yada kişilere bağışlanabilir.					
6.Bu konu hakkında fikir sahibi değilim ve geri dönüşüm konusu ilgimi çekmez.					

EK-2



T.C.
KONYA VALİLİĞİ
İl Millî Eğitim Müdürlüğü

Sayı : 83688308/605.99/3818785

09/04/2015

Konu: Araştırma İzni

SELÇUK ÜNİVERSİTESİNE
(Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı)

İlgi : 26/03/2015 tarihli ve 25669789-044/5888 sayılı yazımız.

Üniversiteniz Sosyal Bilimler Enstitüsü Tasarım Anasanat Dalı Tasarım Sanat Dalı yüksek lisans programı öğrencisi Kartal Murat AYVAZ'ın "Tüketicilerin Erkek Gömleği Satın Alma Davranışları ve Geri Dönüşümüne Yönelik Görüşleri" konulu araştırmasının uygulama talebi incelenmiştir.

Üniversiteniz tarafından kabul edilen ve onaylı bir örneği Müdürlüğümüzde muhafaza edilen araştırmanın Selçuklu, Meram, Karatay ilçelerindeki okullarda görev yapan erkek öğretmenlere uygulanmasında sakınca görülmemektedir.

Araştırmada Müdürlüğümüz tarafından onaylanarak gönderilen nüshalar kullanılacak olup, sonucun CD ortamında iki nüsha olarak gönderilmesi gerekmektedir.

Bilgilerinizi ve adı geçene tebliğini arz ederim.

Mukadder GÜRİSOY
İl Millî Eğitim Müdürü

EK: Anket Formu(4 Sayfa)

Akçeşme Mah. Garaj Cad. 42020 Karatay/KONYA
Tel : 0332 353 30 50 Faks : 0332 351 59 40
Web : <http://konya.meb.gov.tr>
E-Posta : konyamem@meb.gov.tr

Strateji Geliştirme:
Bilgi:F.GÖRES
Tel : 0332 353 30 50 /1250
istatistik42@meb.gov.tr



T. C.

SELÇUK ÜNİVERSİTESİ

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü

**Özgeçmiş**

Adı Soyadı:	Kartal Murat Ayvaz
Doğum Yeri:	Kütahya
Doğum Tarihi:	23. 11. 1987
Medeni Durumu:	Bekar

Öğrenim Durumu

Derece:	Okulun Adı:	Program:	Yer:	Yıl:
İlköğretim:	Selçuklu	-	Isparta	1994
Ortaöğretim:	Fatih	-	Isparta	1999
Lise:	Gazi	-	Isparta	2002
Ön Lisans:	Süleyman Demirel Üniversitesi	Tekstil Teknolojisi	Isparta	2006
Lisans:	Selçuk Üniversitesi	Hazır Giyim Öğretmenliği	Konya	2009
Yüksek Lisans:	Selçuk Üniversitesi	Tasarım	Konya	2014
Becerileri:				
İlgi Alanları:				
İş Deneyimi:	Süleyman Demirel Üniversitesi/ Güzel Sanatlar Fakültesi/ Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü/ Ücretli Öğretim Elemanı (2016- 2017/ 2017- 2018 Güz Bahar Dönemleri)			
	Yüntex Tekstil (2008-2010)			
	Yumak Tekstil (2007)			

Aldığı Ödüller:	
Hakkımda bilgi almak için önerebileceğim şahıslar:	Haşim Karpuz Enderhan Karakoç Şerife Yıldız
Tel:	0553 968 72 72
E- Posta	muratayvaz_42@hotmail.com
Adres:	Davraz Mahallesi 3921 Sokak No:21 Merkez/ Isparta

İmza:

