

**BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEKSTİL VE MODA TASARIMI ANABİLİM DALI
MODA TASARIMI TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

**İNGİLTERE "CHARITY SHOP" ÖRNEĞİ ÜZERİNDEN
TÜRKİYE'DE YARDIM DERNEKLERİ İKİNCİ EL GİYSİ SATIŞ
MAĞAZALARI MODEL ÖNERİSİ**

**HAZIRLAYAN
BURÇİN ÖZENDER YÜCEL**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**TEZ DANIŞMANI
DR. ÖĞR. ÜYESİ PINAR TÜRKDEMİR**

ANKARA 2022

BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
YÜKSEK LİSANS ORJİNALLİK RAPORU

Tarih: 01 / 12 / 2021

Öğrencinin Adı, Soyadı: Burçin ÖZENDER YÜCEL

Öğrencinin Numarası: 21820148

Anabilim Dalı: Moda ve Tekstil Tasarımı Anabilim Dalı

Programı: Moda Tasarımı Yüksek Lisans Programı

Danışmanın Unvanı/Adı, Soyadı: Dr. Öğr. Üyesi Pınar TÜRKDEMİR

Tez Başlığı: İngiltere "Charity Shop" Örneği Üzerinden Türkiye'de Yardım Dernekleri İkinci El Giysi Satış Mağazaları Model Önerisi

Yukarıda başlığı belirtilen Yüksek Lisans tez çalışmamın; Giriş, Ana Bölümler ve Sonuç Bölümünden oluşan, toplam 125 sayfalık kısmına ilişkin, 01 / 12 / 2021 tarihinde şahsım/tez danışmanım tarafından Turnitin adlı intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan orijinallik raporuna göre, tezimin benzerlik oranı %14'dur. Uygulanan filtrelemeler:

1. Kaynakça hariç
2. Alıntılar hariç
3. Beş (5) kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

“Başkent Üniversitesi Enstitüleri Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Usul ve Esaslarını” inceledim ve bu uygulama esaslarında belirtilen azami benzerlik oranlarına tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Öğrenci İmzası:

ONAY

Tarih: 01 / 12 / 2021

Öğrenci Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Pınar TÜRKDEMİR

İmza:

TEŞEKKÜR

Bu araştırmada bana inanan, beni moda dñnyasında var eden ve bugñnlere gelmeme imkan veren değerli tez danışmanım Sayın Dr. Öğr. Üyesi Pınar TÜRKDEMİR Hocama, eğitim hayatım boyunca hiç düşünmeden maddi, manevi destek ve bana hem anne hem baba olan sevgili anneme ve tez çalışmam boyunca geceli gündüzlü bana yardımcı, hep destek olan sevgili eşime sonsuz teşekkür ederim.

ÖZET

Burçin ÖZENDER YÜCEL, İngiltere "Charity Shop" Örneği Üzerinden Türkiye'de Yardım Dernekleri İkinci El Giysi Satış Mağazaları Model Önerisi, Başkent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tekstil ve Moda Tasarımı Anabilim Dalı, Moda Tasarımı Yüksek Lisans Tezi, 2021.

Günümüzde tüketim kalıplarının ekolojik düzende etkilerinin vurgulandığı Brundtland Raporu (1987)'ndan beri, tüketimdeki aşırılık, sürdürülemez tüketim alışkanlıkları, tüketimde sürdürülebilir uygulamaların gerekliliği hem akademik hem de politik çevrelerde sıkça tartışılmaktadır. Bu araştırma kapsamında, sürdürülebilirlik kavramı ve moda endüstrisindeki sürdürülebilir uygulamalar örnekleri ile birlikte detaylandırılmıştır. Sürdürülebilirliğin belkide en çok ihtiyaç duyulduğu alanlardan biri olan moda endüstrisinde sürdürülebilir uygulamalarından bir tanesi de ikinci el tüketimdir. İkinci el giysi tüketimi sayesinde hem sıfır giysi satın alınmayarak üretimin azalması, enerji ve hammadde tüketiminde azalma yaşanması hem de kullanılmayan giysilerin çöpe atılmamasıyla yeniden değerlendirme yöntemi sayesinde ekosisteme katkıda bulunması sağlanmaktadır. İkinci el tüketim kültürünün en köklüsü İngiltere'de 100 yıla yakın zamandır yardım dernekleri ikinci el giysi satış mağazaları ile hayat bulmaktadır. Bu yardım derneklerinin mağazalarına insanlar kullanmadıkları giysileri bağışlayarak giysilerin gelirinin yardıma muhtaç kişilere ulaşmasını sağlamaktadırlar. Öte yandan yine bu yardım derneklerinden giysi satın alarak da destek olunabilmektedir. Türkiye'de de İngiltere yardım mağazası sistemi üzerinden böyle bir sosyal sorumluluk iş modeli geliştirilmesi için ön çalışma yapılarak bir yardım mağazası model önerisi sunulmuştur. Araştırma kapsamında soru formu (Ek 1) aracılığıyla Ankara ilinde yaşayan kişilerden elde edilen bilgilere göre, ülkemizde yaşayan insanların kullanmadıkları giysileri ihtiyaç sahipleri yararına bağışlamak istemekte olduğu ancak güvenebilecekleri bir kurum olmaması sebebiyle yeterince bağış yapamadıkları tespit edilmiştir. Çalışmada anlatılan iş modelinde bir yardım mağazası sistemi kurulduğu takdirde, hem daha az kullanılmış giysi çöpe gitmeyerek eko sistemi kirletmeyecek hem de yardıma muhtaç insanların yararına giysi ve nakdi yardımla fayda sağlanacağına inanılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, Sürdürülebilir Moda, İkinci El Giysi, Yardım Mağazası

ABSTRACT

Burçin ÖZENDER YÜCEL, Model Suggestion for Charity Societies Second Hand Clothes Sales Stores In Turkey Through The Example Of England "Charity Shop", Başkent University, Institute of Social Sciences, Department of Textile and Fashion Design, Master Thesis, 2021.

Today, since the Brundtland Report (1987), in which the effects of consumption patterns on the ecological order were emphasized, excessive consumption, unsustainable consumption habits, and the necessity of sustainable practices in consumption have been frequently discussed in both academic and political circles. Within the scope of this research, the concept of sustainability and sustainable practices in the fashion industry are detailed with examples. One of the sustainable practices in the fashion industry, which is perhaps one of the areas where sustainability is most needed, is second-hand consumption. Because of the consumption of second-hand clothing, it contributes to the ecosystem both by reducing the production by not purchasing new clothes and by reusing the unused clothes by not throwing them away. For nearly 100 years, charity associations have come to life with second-hand clothing stores in England, the most rooted in the second-hand consumption culture. By donating the clothes they don't use to the stores of these charity organizations, they ensure that the income of the clothes reaches the people in need. On the other hand, support can also be provided by purchasing clothes from these charities. A charity shop model proposal was presented by making a preliminary study to develop such a social responsibility business model through the UK charity shop system in Turkey. According to the information obtained from people living in Ankara through the questionnaire (Annex 1) within the scope of the research, it has been determined that people living in our country want to donate the clothes they do not use for the benefit of those in need, but they cannot donate enough because there is no institution they can trust. In the business model described in the study, it is believed that if a charity shop system is established, less used clothes will not pollute the eco system by not going to waste, and it will be beneficial for people in need with clothes and cash aid.

Key words: Sustainability, Sustainable Fashion, Second Hand Clothing, Charity Shop

İÇİNDEKİLER

TEŞEKKÜR.....	i
ÖZET	ii
ABSTRACT	iii
İÇİNDEKİLER.....	iv
TABLolar LİSTESİ	vi
ŞEKİLLER LİSTESİ	vii
GÖRSELLER LİSTESİ.....	viii
KISALTMALAR.....	x
1. GİRİŞ.....	1
1.1. Araştırmanın Amacı.....	3
1.2. Araştırmanın Önemi	4
1.3. Araştırmanın Kapsamı	5
1.4. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	5
1.5. Araştırmanın Soruları	6
2. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KAVRAMI	7
2.1. Sürdürülebilirliğin Boyutları	9
2.1.1. Sürdürülebilirliğin Çevresel Boyutu	10
2.1.2. Sürdürülebilirliğin Ekonomik Boyutu.....	11
2.1.3. Sürdürülebilirliğin Sosyal Boyutu.....	15
2.2. Sürdürülebilir Kalkınma Ve Kalkınma Hedefleri	16
2.2.1. Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları.....	17
2.3. Küresel Sürdürülebilirlik Çalışmaları ve Sürdürülebilir Anlaşmalar.....	18
2.3.1. Rio Çevre ve Kalkınma Bildirgesi (Rio Bildirgesi).....	18
2.3.2. Orman İlkeleri Bildirgesi	19
2.3.3. İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi	20
2.3.4. Biyolojik Çeşitlilik Sözleşmesi	21
2.3.5. Çölleşmeyle Mücadele Sözleşmesi	21
2.3.6. Gündem 21	21
2.3.7. Kyoto Protokolü	22
2.3.8. Moda Paktı (Fashion Pact)	23
2.4. Moda Endüstrisinde Sürdürülebilirlik.....	23

2.4.1. Sürdürülebilir Moda Kavramı	25
2.4.2 Moda Endüstrisinde Sürdürülebilir Uygulamalar	27
2.5. İkinci El Giysi Tüketimi	46
2.5.1. İngiltere’de İkinci El Giysi Tüketimi Ve Uygulamaları	46
2.5.2. Türkiye’de İkinci El Giysi Tüketimi ve Uygulamaları	62
3. İLGİLİ ARAŞTIRMALAR.....	73
4. YÖNTEM.....	76
4.1. Araştırma Modeli	76
4.2. Evren ve Örneklem	77
4.3. Veri Toplama Yöntemi	78
4.4. Verilerin Analizi	78
5. BULGULAR VE YORUM	79
5.1. Demografik sorulara ait bulgular	79
5.2. Kullanılmayan giysiler ve ikinci el giysi alımı	82
6. SONUÇ VE ÖNERİLER	94
6.1. Model Önerisi	97
KAYNAKLAR.....	100
EKLER	
EK 1: TÜRKİYE İÇİN İKİNCİ EL GİYSİ SATIŞI YAPAN YARDIM	
MAĞAZASI MODEL ARAŞTIRMA ÖLÇEĞİ	

TABLULAR LİSTESİ

	Sayfa
Tablo 1 Yeşil ekonomi avantaj/dezavantaj tablosu	14
Tablo 2 Hızlı moda ve yavaş moda karşılaştırması	29

ŞEKİLLER LİSTESİ

	Sayfa
Şekil 1 Sürdürülebilirliğin Boyutları	9
Şekil 3 Eğitim seviyesi bulguları.....	81
Şekil 4 Ortalama aylık gelir bulguları	82
Şekil 5 Ölçme aracı soru 1 bulguları	83
Şekil 6 Ölçme aracı soru 2 bulguları	84
Şekil 7 Ölçme aracı soru 3 bulguları	85
Şekil 8 Ölçme aracı soru 4 bulguları	86
Şekil 9 Ölçme aracı soru 5 bulguları	87
Şekil 10 Ölçme aracı soru 6 bulguları	88
Şekil 11 Ölçme aracı soru 7 bulguları	89
Şekil 12 Ölçme aracı soru 8 bulguları	90
Şekil 13 Ölçme aracı soru 9 bulguları	91
Şekil 14 Ölçme aracı soru 10 bulguları	92
Şekil 15 Ölçme aracı soru 11 bulguları	92

GÖRSELLER LİSTESİ

	Sayfa
Görsel 1. Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları	17
Görsel 2 Ananas yapraklarından üretilen lifler.....	31
Görsel 3 Ananas yapraklarından derinin kullanıldığı ürünler	32
Görsel 4 Geri dönüşüm örneği.....	33
Görsel 5 İleri dönüşüm Örneği	34
Görsel 6 Yeniden Kullanım Örneği.....	36
Görsel 7 Onarma Örneği.....	37
Görsel 8 Yeniden Tasarım Örneği.....	38
Görsel 9 Kullanımı Reddetme Örneği	39
Görsel 10 Reduce Görsel.....	40
Görsel 11 Atık pamuk kompostlama örneği.....	41
Görsel 12 Modüler tasarım çanta örneği	43
Görsel 13 Yeni teknolojiler örneği	44
Görsel 22 Oxfam giysi toplama kutusu	51
Görsel 23 OXFAM ürün etiketi örneği.....	52
Görsel 24 OXFAM mağazası	53
Görsel 25 British Red Cross mağazası	54
Görsel 26 Canser Research UK mağazası	55
Görsel 27 Age UK mağazası	55
Görsel 28 The Salvation Army mağazası	56
Görsel 29 ALALA Mağazası.....	57
Görsel 30 Bernardo's Mağazası	57
Görsel 31 Brandon trust mağazası.....	58
Görsel 32 FARA mağazası	58
Görsel 33 Middleton Elderly Aid mağazası	59
Görsel 34 Sense mağazası	60
Görsel 35 Shelter mağazası	60
Görsel 36 Traid mağazası	61
Görsel 37 Royal Trinity Hospice mağazası.....	61
Görsel 14 Türkiye Kızılayı giysi kutusu örneği	64
Görsel 15 Lösev 2. El bağış kılavuzu	65

Görsel 16 Çağdaş Yaşamı Destekleme Derneği İktisadi İşletmesi İkinci El Satış Mağazası Depo Örneği	66
Görsel 17 İstanbul Büyükşehir Belediyesi Kadın Koordinasyon Merkezi	67
Görsel 18 Kadıköy Belediyesi giysi toplama kumbarası ve aracı	67
Görsel 19 Dosteller mağazası görseli	68
Görsel 20 Sevgi Mağazası	69
Görsel 21 TİSVA Giysi Toplama Kutusu örneği	70

KISALTMALAR

KISALTMALAR

AÇIKLAMALAR

BM

Birleşmiş Milletler

CTR

Council for Textile Recycling,

ÇYDD

Çağdaş Yaşamı Destekleme Derneği

STK

Sivil Toplum Kuruluşu

UN

United Nations

US.EPA

United States Environmental Protection Agency

BMİDÇS

Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve

Sözleşmesi

1. GİRİŞ

Son yıllarda dünyanın geldiği durumda; kaynaklardaki azalma, hava kirliliği, nüfus artışı, hayvanların neslinin tükenmesi ve önüne geçilemeyen tüketim yoğunluğu her bir canlının yaşamını etkilemenin dışında karşı konulamaz zararlar vererek geri dönüşü olmayan sıkıntılara yol açmaktadır. Bununla beraber tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 pandemisi de verilen bu tüm zararların sebeplerinin aslında insan yaşamının birincil ihtiyacından oluştuğunu göstermektedir.

Günümüzde tüm dünyada özellikle doğal kaynaklar hızla tükenmektedir ve bunun başlıca sebebi insanlığın tüketim alışkanlıklarına her gün bir yenisini daha ekleyerek hızla ürettiğinden fazlasını tüketmesi ve bu üretim esnasında da hem doğal kaynaklara, hem çevreye hem hayvanlara hem de insan sağlığına zarar verecek yöntemlerin kullanılması yer almaktadır. Fosil yakıt kullanımı, ormanların sınırsızmış gibi tahrip edilmesi ve endüstriyel zararlı faaliyetler atmosferik karbondioksit yoğunluğunu arttırmaktadır. Bu artış yoğun hava kirliliğine ve iklim değişikliğini meydana getirmeye başlamıştır. Soyları tükenmek üzere olan vahşi hayvanlar etleri, dişleri, çeşitli 'tıbbî' ürünler için avlanmakta ve hala günümüzde derisi ve kürkünün moda ve tekstil endüstrisinde kullanımı için birçok hayvan katledilmektedir. Denizlerde ise, balık popülasyonu hızla azalmakta, dip trol ağı ve gırgır ağı teçhizatına sahip devasa endüstriyel balıkçılık gemileri tarafından yoğun balıkçılık faaliyetleri yürütülmektedir. Bu yoğun ve sürekli balıkçılık yapılması denizlerdeki florayı boarak doğal dengeye ciddi boyutlarda zarar verebilmektedir. Ayrıca, küresel çapta insan nüfusu hızla artmaya devam etmektedir. Gittikçe artan nüfus, refah düzeyiyle birleştiğinde, başta en önemli kaynaklardan biri olan su olmak üzere hayati önem taşıyan doğal kaynaklar üzerinde baskıya yol açmaktadır.

Covid-19 pandemisi sürecinde insanlığa önemli bazı değerleri vurgulamıştır; yeterli miktarda üretmek, ihtiyaç kadar tüketmek ve doğayı temiz bırakmak insanoğlu dahil her bir canlının avantajıdır. Pandemi sürecinde insanlar evde kapalı kalmak durumunda olunca, yeterli tüketim ve yeniden üretimin önemi gibi farkındalıklar yaşayarak bazı değerleri daha ön plana çıkarırken, bazı ihtiyaçların da yön değiştirmesine sebep olmuştur. Bu dönemde insanlar biraz mecburiyetten biraz da farkındalık sebebiyle daha az tüketmiş, evde kendi ekmeğini kendi yapmış, evdeki atıkları değerlendirme projeleri gerçekleştirmiş

ve hatta kullanılmayan giysilerinde dönüşümler yaparak sosyal mecralarda paylaşmışlardır. Kimileri bu yeniden tasarlama ve dönüştürme projelerini bir yarış haline getirerek takipçilerini de katılmaya davet etmiş, kimileri ise özellikle ünlü isimler evlerinde video konferans yöntemiyle mini sanat etkinlikleri düzenleyerek yaptıkları projeleri yaygınlaştırmışlardır. Bu süreçte satın alma çılgınlığı da farklı yönere gitmiş, daha bilinceli bir tüketici kitlesi ortaya çıkmıştır. İnsanlar daha az alarak ambalaj atıklarının artmasının önüne geçmeyi amaçlamış, çevreyi daha az kirletmeye başlamıştır. Dolayısıyla doğanın nimetlerinin farkındalığı atmış ve hatta doğanın gerçek cevherinin farkına varılarak doğa-insan ilişkisi gelişmiştir. Bu tür aydınlanmaların sonucunda doğa-yaşam döngüsünün insanların hayatını meşgul etmesi de sürdürülebilirlik kavramının önemini bir kez daha sahnenin en önüne çıkarmıştır.

Sürdürülebilirlik kavramı, Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu'nun (1987) yayınlamış olduğu "Ortak Geleceğimiz" başlığı altında yayınlamış olduğu isimli raporda, "*İnsanlık, doğanın gelecek nesillerin gereksinimlerine yanıt verme yeteneğini tehlikeye atmadan, günlük ihtiyaçları temin ederek, kalkınmayı sürdürülebilir kılma yeteneğine sahiptir*" olarak tanımlanmaktadır. Sürdürülebilirliğin optimum çalışabilmesi için çevresel, ekonomik ve sosyal alanların bir bütün halinde çalışması gerekmektedir. Çevresel sürdürülebilirlik, doğal çevreni maksimum seviyede korunmasını temel amaç güderek, üretim ve tüketim alışkanlıklarında daha sağlıklı ve daha yeşil bir dünya için uygulanması gereken hedefleri kapsamaktadır. Ekonomik sürdürülebilirlik ise; küresel ve yerel anlamda sürdürülebilir ekonomik politikalar ile çevre ile birlikte üretim-tüketim dengesinin korunması için faydalı bir sistem oluşturulmasını hedeflemektedir. Sosyal sürdürülebilirlikte ise, bahsi geçen üretim-tüketim zincirinde insani haklar, sosyal denge, hak ve özgürlüklerinde gözetildiği bir yapılanmaya odaklanmaktadır.

Bu çalışmada, pandemi süreci ile birlikte yıldızı parlayan sürdürülebilirlik konusu; sürdürülebilir tüketim uygulamalarının başında gelen ikinci el tüketim bağlamında ele alınmıştır. Moda dünyasında, tekstil hammadde üretiminden, ürün tasarımına, direkt ürün üretiminden son kullanıcıya ürünün ulaşmasına kadar tüm süreçlerde sürdürülebilirliği destekleyen çalışmalar yapılmaktadır. Moda dünyasındaki söz konusu çalışmalardan bazıları, atık haline gelmiş tekstil ürünlerinin geri dönüşümü ve yeniden üretilmesi, organik materyallerden üretim yapılması ve kullanılmış atık haine gelmiş giysilerin tekrar tasarlanarak kullanılma sunulması gibi çeşitli yöntemler bulunmaktadır. Sürdürülebilir

moda uygulamalarının son dönemlerde popüler olanlarından biri de ikinci el giysi tüketimidir. İkinci el giysi tüketimi kapsamında, daha önce kullanılmış olan giysilerin el değiştirerek yeni bir kullanıcı da hayat bulması olarak tanımlanabilir. İkinci el giysi tüketiminin birçok avantajı bulunmaktadır. Öncelikle ikinci el giysi tüketicisi olmak, sıfır giysi satın almayarak yeni bir üretimin çevreye verebileceği zararları önleyerek, kullanılmış olan giysilerin geri dönüşümünü sağlamak dolayısıyla atık kirliliğini önlemek demektir. Bir diğer avantajı ise, uygun fiyatlı giysi satın alarak bütçede ekonomik bir tasarrufa sebebiyet vermektedir. İkinci el giysi tüketmeyi tercih edenlerin sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Bu tüketimin birçok yolu vardır. Bu yollardan günümüzde en yaygın olanı ikinci el giysi satış yapan on-line sitelerdir. On-line satış siteleri vasıtasıyla insanlar kullanmadıkları giysilerin satışını gerçekleştirmektedir. Kullanıcılar da bu siteler vasıtasıyla giyim ihtiyaçlarını karşılayabilmektedir.

On-line satış sitelerinin yanısıra ikinci el giysi tüketim alanlarından bir diğeri de bit pazarı ve vintage dükkanlardır. Özellikle Avrupa’da oldukça popüler olan ve bu çalışmada önerilen model olan ikinci el giysi satışı yapılan yardım dernekleri mağaza sistemidir. İkinci el giysi satışı yapan yardım mağazalarında direk bağışlama yoluyla veya bir dernek üzerinden bağışlama yoluyla ürünler verilmekte bu kurumlar tarafından gerekli tadilat, temizlik ve yenileme çalışmalarından sonra ürünler satışa çıkarılmaktadır. Bu satışlardan elde edilen gelir de ihtiyaç sahiplerine ulaştırılmaktadır. Söz konusu sistemin ülkemizde çok yaygın olmadığı bilinmekte ve böyle bir sistem olduğu takdirde hem kullanılmış olan giysiler ikinci bir yaşam şansı bularak atık kirliliğinin önüne geçilecektir hem de muhtaç kişilere ihtiyaçlarını karşılayabilmeleri için yeterli ve gerekli yardım sağlanabileceği düşünülmektedir.

1.1. Araştırmanın Amacı

Son yıllarda tekstil ürünlerinin üretim ve tüketiminin artması ile çevre kirliliği hızla artmış, tekstil ve moda alanında sürdürülebilirlik çalışmaları önem kazanmıştır. Bu kapsamda çeşitli araştırmalar, tekstil üretiminin azaltılması ve ihtiyaç dışı tüketimi önlemeye yönelik birçok çalışma gerçekleştirilmiştir. Söz konusu üretim-tüketim zincirindeki aşırı tüketimi azaltmak için moda alanında çeşitli uygulamalar bulunmaktadır. Bu çalışmada, son dönemlerde popüler olan uygulamalardan biri olan ikinci el giysi tüketimi ele alınmıştır.

Kullanılmayan giysilerin birçoğunun çöpe atıldığı günümüzde, hem giysilere ikinci bir şans verilmesi hem de kullanılmayan giysilerin ihtiyaç sahiplerine ulaştırılması kapsamında ikinci el satış yapan yardım mağazalarının bilinirliğinin ülkemizde az olduğu tespit edilmiştir. Araştırmada ikinci el giysi tüketimi kültürünün en iyi örneği olan ve günümüzde 400'den fazla mağazası ile yerleşmiş bir sistem ile işleyişine devam eden İngiltere yardım dernekleri ikinci el satış mağazaları örneğinden yola çıkılmıştır. İkinci el giysi tüketiminde Türkiye'ye de ikinci el giysi bağışlama, satın alma konusundaki görüşlere ilişkin durum tespitinin yapılarak, Ülkemizde sürdürülebilir uygulamalardan biri olan ikinci el tüketimin teşvik edilmesi, kullanılmayan giysilerin atık halinden çıkması ve ihtiyaç sahiplerine ulaşması için uygulanmak üzere bağışçı ve kullanıcılara güven teşkil edebilecek yardım derneği ikinci el satış mağazası modeli önerilmesi amaçlanmaktadır.

1.2. Araştırmanın Önemi

Akademik literatürde ikinci el tüketimi ve yardım dernekleri ikinci el satış mağazaları sisteminin işleyişine ilişkin belirli çalışmalara rastlanmıştır. Ancak sürdürülebilir uygulamalar kapsamında Türkiye'de ikinci el tüketimde bir çıkış yolu olan ikinci el giysi satışı yapılan yardım mağazası olgusuna ilişkin çalışmalarda boşluk görülmüş ve bu konuda çalışma yapılması değerlendirilmiştir. Ayrıca, bu çalışma, sürdürülebilir moda uygulamaları kapsamındaki çalışmalardan biri olan ikinci el tüketim alanında Ülkemizde model önerisi sunan bilinen tek çalışma özelliğini taşımaktadır.

Türkiye'de gitgide yok olmaya yüz tutan nesilden nesile giysi aktarımı, kullanım ömrünü tamamlayan ve/veya kullanım ömrünü tamamlamadan atık haline gelen giysilerin değerlendirme sürecinde ikinci el giysi tüketiminin önem kazanması noktasında bu çalışma önemlidir. Aynı zamanda giysilerin değerlendirilmeleri açısından da literatüre katkısı olduğu kadar yardım dernekleri işleyiş sistemine de katkıda bulunacaktır. Ayrıca, çalışmanın yeni bir model önerisi olması sebebiyle hem akademik literatüre hem de moda endüstrisine katkı sağlayacağına inanılmaktadır.

1.3. Araştırmanın Kapsamı

Bu araştırmada öncelikle sürdürülebilirlik kavramı, moda endüstrisinde sürdürülebilirlik olgusu, sürdürülebilir moda uygulamaları ile ikinci el tüketim kavramları literatür taraması ile araştırılmıştır. Türkiye’de ki ikinci el tüketim konusu algılama biçimleri ile ele alınmış, İngiltere’deki ikinci el yardım mağazaları modelleri anlam, sistem ve işleyiş bakımından ele alınmıştır. Araştırmada Ankara ilinde yaşayan giysi satın alan kişilerin çevrimiçi oluşturulan soru formu (Ek 1) yoluyla görüşleri alınmıştır.

Tezin kapsamı doğrultusunda; “Ülkemizde kullanılmayan giysilerin ihtiyaç sahiplerine ulaştırılması konusunda ikinci el giysi satılan bir mağaza modeli olması durumunda, insanların ikinci el giysi bağışlama ve ikinci el giysi satın alma konusunda düşünce ve eylemlerinin nasıl olur? “sorusu bu araştırmada ele alınmış ve insanların ikinci el giysi satın alarak güvenebilecekleri bir mağaza modeline karşı duruşları en önemli araştırma sorusu olmaktadır.

İkinci olarak “Türkiye’de kullanılmayan giysilerin değerlendirilmesi konusunda hangi kurum ve kuruluşlar bulunmakta ve hangi çalışmalar yürütülmektedir?” diğer bir araştırma sorusudur.

Üçüncü olarak “İngiltere’nin yardım mağazası yapılanmasında, mağaza modeli nasıl işlemektedir?” bir diğer araştırma sorusu olmaktadır.

Dördüncü olarak da ‘Ülkemizde İngiltere’deki gibi bir yardım mağazası modeli olması durumunda kullanılmayan giysilerin ihtiyaç sahiplerine ulaştırılması nasıl olabilir?’’ konusu araştırılmıştır.

1.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırmanın sınırlılıklarını, yalnızca Ankara ilinde veri toplanması, ikinci elin sadece tüketim boyutu ile alınması ve İngiltere yardım dernekleri ikinci el satış mağazası örneği üzerinden değerlendirme yapılması oluşturmaktadır. Bunlar dışında Covid-19 pandemisi sebebiyle yaşanmakta olan süreç araştırmanın sınırlılıkları arasında sayılabilmektedir. Mevcut pandemi koşulları nedeniyle soru formu (Ek 1) katılımcılara ile yüz yüze görüşme ile gerçekleştirilememiştir. Araştırma kapsamındaki soru formu, sosyal medya platformu instagram üzerinden ve whatsapp çevrimiçi uygulaması üzerinden

paylaşmıştır. Ayrıca araştırma kapsamındaki ikinci el satış yapan örnek kurum ve kuruluşlara da pandemi dolayısıyla ziyaret gerçekleştirilememiştir. Kurumlara ilişkin verilere internet taraması yoluyla ve kurumlarla gerçekleştirilen kısa telefon görüşmeleri ile ulaşılmıştır.

1.5. Araştırmanın Soruları

Gerçekleştirilen çalışma kapsamında aşağıda yer alan sorular (demografik sorular dışında) araştırmaya katılım gösteren kişilere yönlendirilmiştir. Sorulan sorularda elde edilmek istenen, kullanılmayan giysilerin nasıl değerlendirildiğinin tespit edilmesi, kullanılmayan giysilerin ihtiyaç sahiplerine ulaştırılabilirliği, kullanılmayan giysilerin kurulacak bir kurum vasıtası ile ihtiyaç sahiplerine ulaştırılmasına bakış açısının tespit edilmesi, kullanılmayan giysilerin değerlendirilmesi sonucunda elde edilecek sosyal, ekonomik ve çevresel faydaların vurgulanarak potansiyel olabilecek bağışçıların görüşlerinin alınması ve ikinci el tüketim ile ikinci el tüketimin yardım mağazası vasıtası ile olması konusunda neler düşünülebileceği tespit edilmek istenmiştir.

- Kullanmadığım giysilerimi ihtiyaç sahiplerine ulaştırılabildiğimi düşünüyorum.
- Kullanmadığım giysilerimi ihtiyaç sahiplerine ulaştırılmasını isterim.
- Kullanmadığım giysilerimi ihtiyaç sahiplerine ulaştıracak güvенеbileceğim bir aracı kurum olmasını isterim.
- Belirtilen model de güvенеbileceğim bir kurum olur ise, kullanmadığım giysilerimi memnuniyetle o kuruma bağışlarım.
- Böyle bir kuruma kullanmadığım giysileri bağışlamayı sosyal sorumluluk olarak görür, duygusal tatmin hissederim.
- Günlük hayatımda ikinci el giysi kullanıyorum.
- Güvенеbileceğim böyle bir kurumdan ikinci el giysi satın alırım.
- Böyle bir kurumdan ikinci el giysi satın aldığımda sıfır giysi satın almayarak dolayısıyla az tüketerek eko sisteme katkıda bulunduğumu düşünürüm.
- Böyle bir kurumdan ikinci el giysi satın aldığımda, uygun fiyatlı giysi satın alarak bütçemde tasarruf yaparak iyi hissederim.
- Böyle bir kurumdan ikinci el giysi satın alarak, satın aldığım ürünün gelirinin büyük şirketler yerine yardım derneklerine gitmesi beni vicdanen iyi hissettirir.

2. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KAVRAMI

Sürdürülebilirlik, günümüzde ilk akla geldiği şekilde ‘çevrenin korunması’ önceliği ile varlığını sürdürmektedir. Ancak sürdürülebilirlik kavramı yalnızca çevreyi değil içerisinde sosyal ve ekonomik olguları da barındıran bir bütün olma özelliği ile dünyanın refahını amaçlayan bir bütündür.

Dünyanın bir 50 yıl daha doğal yöntemler ile varlığını sürdürmesi çoğu çevrelerin tartışma konusudur. Günümüzde insanların yaşam ömrünü yaşam biçimi şekillendirmektedir. Artan nüfus, tüketimin artışı, çevresel etkenler ve çevresel kirliliğin artışı sürdürülebilirlik kavramının doğuşuna neden olmuştur. Tüm bu karşılaşılan negatif durumlardan dolayı insanların çevreyi koruma yönünde ilgisi artmıştır. Bu ilginin artması ile beraber sosyal, ekonomik ve çevresel tüm konular birlikte tartışılmaya başlanarak sürdürülebilirliğin günümüzde çok önemli bir yer edinmesine sebebiyet vermiştir (Eşkin,2019).

Avrupa’da başlayarak 18. ve 19. yüzyılda etkisini sürdüren Endüstri Devrimi ile birlikte, hızlı üretim ve ekonomik büyüme beraberinde bilinçsiz olarak adlandırılacak doğal kaynak kullanımına neden olmuştur. Endüstri Devrimi, ülkelerin üretim yapısı ve ekonomilerde büyük ve köklü değişimlere sebep olurken, insanlığın hayatında her alanda derin etkilere sebep olarak bütünüyle değişim yaratan sonuçlar doğurmuştur (Türkmen, 2009).

Endüstri devriminin beraberinde gelen gelişmelerin sonucunda ise, hızla artan üretim de doğal olarak tüketimi artırmıştır. 20. yüzyılda ise, Endüstri Devriminin sonuçlarından biri olan nüfus artışının da etkisiyle hammadde, gıda ve enerji kaynaklarında sınırsız kullanan ülkelerin toplam tüketimi de ciddi artış göstermiştir. Tüketimdeki hızlı artış ve bu artışın önlenememesi temel kaynaklar olmak üzere birçok kaynakta azalmanın başlamasına yol açmış ve tüm dünya için bir uyarı niteliğini almıştır (Hayta, 2009). Böylelikle Endüstri Devrimi’nin sonuçlarından biri olan kaynaklardaki azalma ile sürdürülebilirlik kavramı önem kazanmaya başlamıştır. Sürdürülebilirlik, küresel ekosistemin bağlantılı ve düzenli işlemesi, canlı yaşamının ön planda tutularak gelecek için devamı sağlanabilir ilişkiler,

plan ve temel politikaları geliştirmeyi hedefleyen bir yaklaşımdır (Allwood, Bocken, Laursen ve Rodrigues, 2006).

Sürdürülebilirlik kavramının farkındalığı, İsveç'te 1972 yılında gerçekleştirilen Birleşmiş Milletler İnsan Çevresi Konferansında görüşülen konuların ışığında ortaya çıkmıştır. Kavram olarak sürdürülebilirlik literatürde ilk defa "Büyümenin Sınırları 2" adlı Club Of Rome 'un çalışmasında kullanılmasına rağmen, Brundlant Raporu (1987)'nda ki "Ortak Geleceğimiz" başlığı altında gündem olmaya başlamıştır (Cebeci, 2013; Mangır, 2016). Kavram önemli mecralarda resmi önemini ise, Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu (1987) tarafından detaylıca tartışılarak kazanmıştır. Söz konusu Brundtland Raporu kapsam bakımından, sürdürülebilirliğe ilişkin kural ve esasları bütünleyen ilk ve en önemli kaynak olma özelliğini de taşımaktadır. Raporda sürdürülebilirlik kavramı "*bugünkü neslin ihtiyaçlarının, gelecek nesillerin ihtiyaçlarından ödün verilmeksizin karşılanması*" şeklinde tanımlanmaktadır (Schaefer ve Crane, 2005).

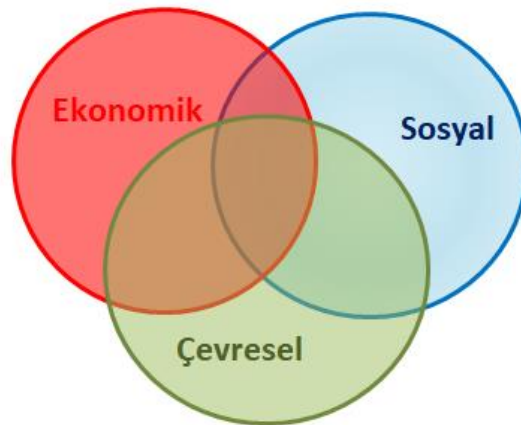
Günümüzde, sürdürülebilirlik dünyayı büyük ölçüde etkisi altına alan diğer devrimler gibi tartışılmaktadır. Sürdürülebilirlik devrimi ise Amerika Birleşik Devletleri'nde ve Avrupa Birliği ülkelerinde ortaya çıkmıştır. Diğer tarihi devrimler gibi henüz yeterli yayılımı sağlayamasa da, gelişmekte olan ülkelerde de hızla yayılmaktadır. Bu hareket yoluyla, iletişim (telefon, bilgisayar, internet, sosyal medya vb.), ekonomi/finans (uluslararası borsa, küresel ticaret yolları vb.), yapı sistemi (yenilenebilir enerji, yeşil yapılaşma vb.), tarım (organik üretim, tarım ilaçları, vb.), moda ve tekstil (yeşil tekstil, ikinci el, geri dönüşümlü konfeksiyon, vb.) gibi konularda büyük ve köklü değişim çalışmaları yapılması için organize olunduğu belirtilebilmektedir (Türkmen,2009). Sürdürülebilirlik kavramı ve beraberinde Sürdürülebilirlik Devrimi, Endüstri Devriminin çevreyi pasif duruma getirmesine tepki olarak doğmuştur. Çevre üzerindeki olumsuz etkiler ve doğal kaynakların tükenmekte olduğunun farkına varmak, sonunda sürdürülebilirlik devriminde de işlevselliğinin ön plana çıktığı ilkeler bütünü yaratmıştır. Bu ilkeler bütünü kapsamında sürdürülebilirlik üç ana bileşen ile ele alınmaktadır. Çevresel, sosyal ve ekonomik boyutları ile sürdürülebilirlik tam bir bütün olduğunda işlevini gösterebilmektedir.

2.1. Sürdürülebilirliğin Boyutları

Sürdürülebilirlik, insan yaşamı ve refahını benimserken, Küresel ve yerel olguları da kapsayan ekosistemin bütün olarak çalışmasını önemseyen bir bütün olarak da görülebilir (Andchan, Sherry, Venkatesh ve Wang, 2012).

Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu'nun (Brundtland-1987) raporunda sürdürülebilirlik sisteminin, çevresel (ekolojik), ekonomik ve sosyokültürel olmak üzere üç temel boyuttan meydana geldiği vurgulanmıştır (Türkdemir,2019). Söz konusu temel boyutların her biri ayrı ayrı değerlendirilmenin yanında diğer boyutlar ile kenetlenerek bir bütün olarak modellenmektedir (Honore, 2004). Raporda vurgulanan modele göre, ekonomik, sosyal ve çevresel kalkınma ancak eş zamanlı ve eşit sağlanır ise hedefe ulaşabilmektedir. (UN, 1987). Ayrıca bu model, “insanlar (sosyal), gezegen(çevresel) ve kar (ekonomik)” olarak da değerlendirilmektedir (Manfred, Matten, Visser ve Tolhurst, 2008).

Vurgulandığı üzere, sürdürülebilirlik ancak, ekonomik, sosyal ve çevresel kalkınmanın aynı anda gerçekleşmesi ile sağlanabilmektedir. Bu bileşenlerden herhangi bir tanesinde oluşabilecek negatif yönlü değişim diğer iki boyutun da uzun vadeli kayıplar ile karşılaşabileceğini sezdirmektedir. Bu sebeple, boyutlar arası denge bozulacağından dolayı sürdürülebilirlik ciddi zararlara uğrayabilecektir (Circles of Sustainability, 2017).



Şekil 1 Sürdürülebilirliğin Boyutları

Kaynak:<https://www.elsevier.com>

2.1.1. Sürdürülebilirliğin Çevresel Boyutu

Sürdürülebilirliğin çevresel boyutu kapsam olarak doğanın, doğal yaşamın ve fiziki çevrenin gelecek nesiller için korunması ve devamının sağlanmasıdır. Bu boyutta, endüstrilerde kaynak kullanımlarında toksik maddeli atıklar içermeyen, çevreye zarar vermeyen geri dönüştürülebilir maddelerin kullanılması ön plana çıkmaktadır. Çevresel boyutun amaçları arasında, eko sistemin bütünlüğünü koruyarak doğal kaynakların yönetiminin çevreye zarar vermeyecek şekillerde verimli yollarla yapılması, yaşam kalitesini maksimum seviyelere çıkarma, geri dönüşüme yüksek önem verme, çevreye zarar verebilecek tehlikeli ve kirletici maddelerin doğaya salınımını engelleme, yenilenemez kaynakların kullanımını kontrol altında tutma, doğaya ve biyolojik çeşitliliğe saygı yer almaktadır (Moldan, 2012).

Tekstil ve moda endüstrisi, dünyanın en büyük ve en eski sanayi sektörlerinden biridir. Üretim proseslerinde tarım dışındaki tüm sektörlerden daha fazla su kullanır ve çevreye çok miktarda toksik kimyasal salmaktadır. Küresel düzeyde tekstil ve moda üretiminin toplam hacminin yıllık 30 milyon tonun üzerinde olduğu tahmin ediliyor ve bu nedenle bu sektörün çevresel etkileri dikkat çekmektedir (Chen ve Burns 2006). Tüketim tarafında da hızlı büyüme görülmektedir. Batı'nın aşırı tüketimi, liflerin ekildiği, kumaşların dokunduğu, boyandığı ve kimyasallarla terbiye edildiği ve kötü çalışma koşullarında giysilere dikildiği dünyanın diğer tarafında çevresel ve sosyal sorunlara neden olmaktadır. Düşük maliyetli ülkelerdeki verimli seri üretim, düşük giysi fiyatlarına neden olmaktadır. Ucuz ürün fiyatları tüketicileri dürtüsel satın alımlara ve sürdürülemez tüketim davranışlarına yol açar: aşırı tüketim, ürünlerin çok kısa kullanım süresi ve ürünün erken elden çıkarılması gibi. Söz konusu giderek büyüyen tüketim anlayışı üretici tarafında büyüyen atıklara dönüşmektedir (Niinimäki, 2011).

Çöplüklerde çoğu tekstil ürünü ayrışmaz durumdadır örneğin, polyester bazı doğal malzemelerde çok yavaş olsa da hiç bozulmamaktadır ve sorun bunların kompostlaşmaya uygun olarak planlanmamasıdır. Lifler birçok toksik kimyasal, renk ve apre içerir ve çoğu giysi kompostlama için uygun olmayan harmanlanmış malzemelerden yapılmaktadır. Kompostlama, daha fazla sera gazı emisyonuna ve küresel ısınmaya katkıda bulunan çok fazla metan ürettiği için çevresel açıdan da sorunludur (Niinimäki, 2011).

Başka bir açıdan bakıldığında ise, tekstil bakımı, yıkama, kurutma ve ütülerde çok fazla enerji ve su kullanılmaktadır. Çamaşırların sadece %7,5'inin aslında çok kirli olduğunu bilinmektedir. Çoğunluk kültürel veya davranışsal nedenlerle daha fazla yıkanmaktadır (Catton, 2007). Helsingin Sanomat gazetesinin haberine göre, sık yıkanan giysilerin çevreye etkisi çok fazladır. AB enerji verimliliği politikasında amaç enerji kullanımını azaltmak iken, giyim bakımında da yeni sorunlar ortaya çıkmaktadır. AB, tüm yeni çamaşır makinelerinin 20°C sıcaklıkta yıkama programına sahip olmasını talep etmektedir (Niinimäki, 2011). Giysileri soğuk suda yıkamak enerji tasarrufu sağlar, ancak diğer yandan tüm kırı liflerden uzaklaştırmak için daha güçlü kimyasallara ihtiyaç vardır. Bu, yeni bir çevre sorununa neden olur çünkü atık sularda güçlü kimyasallar kalmaktadır. Ayrıca çamaşır yıkamada daha güçlü kimyasalların kullanılması alerjik reaksiyonları tetikleyebilir. Bu nedenle, daha güçlü yıkama tozları ile daha düşük sıcaklıklar yerine daha yüksek çamaşır yıkama sıcaklıkları kullanımının daha iyi olabileceği değerlendirilmektedir (Niinimäki, 2011). Genel olarak kimyasal kullanımı tekstil ve moda endüstrisinde artan bir sorundur. Üretim süreçleri, sadece tekstil fabrikalarının çalışanları için değil, aynı zamanda son kullanıcılar için de risk oluşturan birçok kimyasal içerebilmektedir.

Çevre düşüncesinin başladığı zamanlarda, 1970'lerde daha dar anlamda endüstriyel üretimin neden olduğu atık sorunlarının çözümüne odaklanılmıştır; şu anda sürdürülebilir düşünce, ekonomik, sosyal ve çevresel kaynakların kullanımında sürdürülebilir dengeyi bulmanın yollarını ararken, aynı zamanda gelecek nesillerin ihtiyaçlarını sürdürülebilir bir şekilde karşılama yeteneklerini yok etmemeye özen göstermektedir (Karalar ve Kiracı, 2011).

2.1.2. Sürdürülebilirliğin Ekonomik Boyutu

Sürdürülebilir bir ekonomik kalkınma ancak sürdürülebilir bir çevre desteğiyle sağlanabileceği temel olarak düşünülmektedir (Türkoğlu, 2019). Çevresel sürdürülebilirlik için ülke ekonomilerinin “yeşil ekonomi” olarak adlandırılan modele dönüştürülmesi değerlendirilmektedir (Al, 2019). Ekonomi kavramı doğasında kıt kaynakların en etkin şekilde kullanımını içeren bir kavramdır. Yeşil ekonomi yöntemi ile de mevcut sınırlı kaynakların etkin kullanımına ek olarak kullanım sonrası atıkların da etkin kullanımı ifade edilmektedir. Ayrıca üretim sürecinin sonunda ortaya çıkan negatif dışsallıklar yani

ekolojik yapıya zarar veren sonuçların da telafi edilmesi gerektiği yeşil ekonomi görüşünün içerisinde savunulmaktadır (Kuşat, 2013).

“Yeşil Ekonomi” olgusunun temel düşüncesi, sürdürülebilir kalkınma hedefine ulaşmaktır. Bu kapsamda da sürdürülebilir ekonomik bolluk oluşturmak için pratik her türlü planlama yapmak ve aynı zamanda da ülkenin doğal kaynaklarının en optimal düzeyde kullanılması gerekmektedir (Yalçın,2016). Döngüsel ekonomi de temelde olan yeşil ekonominin bir parçasıdır. Günümüzde yaygın olan doğrusal ekonominin negatif yönleri, eksiklikleri ve doğal çevreye vermiş olduğu zararlar aşıkardır. Bu doğrultuda döngüsel ekonomi modeli sıkça tartışılır hale gelmiştir. Bu ekonomi modelinde, üretilen bir ürünün tüm yaşam döngüsünü kapsayacak şekilde üretim, tüketim, ikincil ham maddeler, atık yönetimi, yenilenme ve yatırım gibi parçalar bir bütün halinde çalışmaktadır (Yalçın ve Negiz, 2020). “Kumar ve Kumar’a (2011) göre yeşil ekonomi, mal ve hizmetlerin tüm aşamalarında (üretim, dağıtım ve tüketimi) ile bağlantılı ekonomik aktivitelerin meydana getirdiği bir sistemdir. Söz konusu sistemin uzun vadede toplumlar adına olumlu sonuçlar meydana getirmesi beklenmektedir.

Günümüzde küresel ve doğal felaketlerin sıklığı, dünyadaki kaynakların hor kullanılması, çevresel dengenin bozulmasının bir sonucu olarak insanoğlunun yüzleştiği bir gerçek olmuştur. Aslında bu bozulmaların temeli 20. yy sonlarında ortaya çıkan hızlı küreselleşme ile atılmış, sonuçları ile başa çıkmak ve çözüm önerisi bulmak da 21. yy’da savaşılan bir unsur olmuştur. Karşılaşılan gelişmeler dünyadaki ulusların tek amaçlarının kalkınma ve daha da gelişme olmaması gerektiğini ve bu amaçlara ulaşırken sonuçlarının sürdürülebilir doğal kaynak kullanım çerçevesinde gerçekleşmesinin önemini vurgulamıştır (Kuşat, 2013). Sonuç olarak, çevreyi de gözeterik kalkınma ve gelişme politikaları oluşturulması görüşü yaygınlaşmıştır.

Son dönemlerde sürdürülebilirlik kavramının yeşil kavramıyla bir bütün oluşturarak anlam kazandığı aşıkardır. Sürdürülebilir kalkınma yapısında ise kalkınma ve çevre olguları yap boz parçaları gibi birbirini tamamlayan ayrılmaz bir bütün olarak varlığını sürdürmektedir. Ancak bu iki kavram bazı noktalarda çatışma içerisindedir. Hedeflenen kalkınma sürekli kaynak tüketimine ihtiyaç duymakta ve bu kaynaklar içinse çevrenin canlılara sunduğu unsurlara ihtiyaç duyulmaktadır. Daha çok üretim yapmak daha çok kaynak kullanımı ve daha çok çevresel olguların tüketimi anlamına gelmektedir. Çevresel kaynakların kendilerini yeniledikleri bilinen bir gerçektir ancak son dönemlerde çevre

yenilenmekte zorlanmakta ve bunun sebeplerinden biri ise üretim sonucu ortaya çıkan atıkların eko-sisteme uymamasıyla tam aksine bir de çevre kirliliği ortaya çıkmaktadır (Kuşat, 2013).

Tüm dünya ekonomilerinin reel ve finans piyasalarında köklü değişimlerin sebebi de yine 20.yy'ın son çeyreğinde ağırlıklı olarak varlığını hissettiren küreselleşme akımlarının sebebiyle yaşanmıştır. Bu değişimlerden hem gelişmiş hem de gelişmemiş, tüm ülke ekonomileri orantısız değişikliklere rağmen ciddi boyutta etkilenmiştir. Ülkelerin karşılaştıkları etkiye verdikleri tepki yalnızca farklılık göstermiştir. Gelişmiş ülkeler, bu süreçleri gerçekleştirdikleri aşırı üretimin çevreye verdiği zararı geliştirmekte olan ülkelere önce fark ederek kendi ülkeleri adına ön tedbirler almışlardır. Bu tedbirlerden en bilineni, üretim aşamasında çevreye en yoğun zararı verdiği tespit edilen üretim aşamalarının ve üretim alanlarının kendi ülkelerinden uzaklaştırarak geliştirmekte olan ülkelere yerleştirilmesidir. Ancak, gelişmiş ülkelere bu durumun geçici ve oldukça kısıtlı bir çözüm yolu olduğu kısa sürede tespit edilmiştir (Ceylan,2010). Sonuç olarak bahsi geçen ülkelere ekonomik kalkınmanın sürdürülebilir kılınmasının önemli bir zorunluluk olduğu anlaşılmıştır.

Uslu'ya (1997) göre sürdürülebilir kalkınmaya ulaşılması tüm dünya ekonomileri için ciddi bir zorunluluktur. Fakat bu amaca ulaşmak için, ekonomiyi ekolojik çerçeveler içine yerleştirmek, ekolojik yapıyı ekonomik çerçeveden bakarak bir bileşen olarak değerlendirmekten daha mantıklıdır (Uslu, 1997).

Son yıllarda sürdürülebilir ve yeşil ekonomiye geçişin avantaj ve dezavantajları en çok tartışılan olgular arasında yer almaktadır. Barbiroli (2011) çalışmasında yeşil ve sürdürülebilir ekonomilere geçiş sürecinde ve devamında toplumların karşılaşılabileceği avantaj ve dezavantajları anlatmaktadır.

Tablo 1 Yeşil Ekonomi avantaj/dezavantaj tablosu

AVANTAJLAR	DEZAVANTAJLAR
1. Çevreyle uyumlu ekonomik mallar ortaya çıkmaktadır.	1. Enerji ve maden kaynaklarının fiyatları yükselir.
2. Tüm faaliyet alanlarında yeni teknolojilerin gelişmesi ile küresel ve yerel ihtiyaçların daha uygun bir şekilde karşılanması mümkün olmaktadır.	2. Tarımsal gıda ve tarımsal endüstri kaynaklarında yüksek fiyatlar teşekkül eder.
3. Yeni ürünlerin sahip olduğu yeni işlevler, bu malların kullanım değerlerini maksimum düzeye çıkarır.	3. Tüm alanlarda yeni teknolojilerin geliştirilmesi için yüksek yatırım maliyetlerine ihtiyaç vardır.
4. Sürdürülebilir yönetim ölçütlerine adaptasyonun sağlanması ile ilgili olarak işletme rekabetleri gelişir.	4. Dayanıklı ürünlerin üretim maliyetleri ve pazar fiyatları artar.
5. Küçük ve orta ölçekli hizmet ve teknik yardım firmaları ortaya çıkar ve yeni iş imkanları yaratır	5. Şirket ilişkilerinde, ölçülerinde ve ürettikleri ürünlerin değerinde azalış ortaya çıkar.
6. Orijinal çevresel dengelerin restorasyonu sağlanır.	6. Genelde büyük ölçekli işletmelerde işsizlik artar.
7. Genel kaynak verimliliği artar, enerji ve diğer doğal kaynaklara olan talep azalır.	7. Muhtemelen küresel düzeyde kişi başına düşen gelirlere azalışlar ortaya çıkar.
8. Sürdürülebilir şehirlerde yaşam kalitesi büyük oranda artar	8. Ailelerin satın alma gücünde azalışlar meydana gelir.
9. Endüstrileşmiş ve endüstrileşmemiş ülkeler arasında gelişme aşaması uygun bir şekilde başlamışsa, geliri yeniden dağıtır.	9. Şehirleri ve metropollerini sürdürülebilir iş ve yaşam alanlarına dönüştürebilmek için gereken maliyetler büyüktür.
10. Kişisel ihtiyaçlar ve çalışma zamanındaki hareketlilik azalır, kaynak verimliliği artar, yeni malzemelere bağlı olarak kirlilik ve enerji yoğunluğu azalır.	10. Ekolojik ses getiren ve ekonomik avantajları olan yeni taşıma ve ulaşım sistemlerinin üretilmesi için gereken yatırım maliyetleri yüksektir.

Kaynak: Barbiroli, G. (2011:24)

Sonuç olarak, ekonomik sürdürülebilirlik, bir neslin sermaye birikiminin sonraki nesillere aynı seviyede veya birikimin arttırılarak aktarılması, yaşamın ve çevrenin korunması yoluyla ekonomik büyümenin sağlanmasıdır (Daily, 1997). Ayrıca, ekonomik sürdürülebilirliği sağlamanın amacı, hammadde kullanımı, enerji sarfiyatı ve iş gücü gibi ekonomik kaynakların aşırı tüketimini önlemektir. Aşırı kaynak tüketimi de ekonomik sürdürülebilirliği engellemektedir (Türkdemir, 2019). Karlar, tasarruflar, ekonomik büyüme, Ar-Ge faaliyetleri, ekonomik sürdürülebilirlik için giderek daha önemli hale gelmektedir.

2.1.3. Sürdürülebilirliğin Sosyal Boyutu

Sosyal sürdürülebilirlik insan hakları, adalet, eşitlik ve işçi haklarının dikkate alınarak bireyin temel ihtiyaçlarının karşılanmasıyla sağlanan sürdürülebilirliktir (Sahni, 2010). Ülkeler ölçeğinde eşitlik ve adalet ilkesi; yaşama hakkının yanı sıra beslenme, barınma, sağlık hak ve hizmetleri, eğitim ve iş imkanları gibi kaynakların adaletli dağılımını vurgulamaktadır. Küresel bakış açısında ise, açlık, evsizlik, yoksulluk ve yetersiz eğitim gibi sorunlar dünyadaki kaynak dağılımındaki adaletsizlikten dolayı ortaya çıkmaktadır (Türkmen, 2009). Son yıllarda önemli ölçülerde gerilemeler kaydedilmekle beraber küresel ölçekte çocuk işçiliği devam etmektedir. Sosyo-ekonomik krizler çocukların çalışmaya yönelmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Yoksul aileler temel ihtiyaçlarını karşılayabilmek için kendileri ile beraber çocuklarını da çalıştırmak zorunda kalmaktadır. Ülkelerin sosyal koruma sistemleri ve özellikle aileleri yoksulluk problemini çözmek ve çocuk işçiliğini azalmasında henüz yeterli kalmamaktadır. Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları, 2030 Gündemi kapsamında ulusal programda bu tespitlerden sonra yoksulluğun önlenmesi ile özellikle çocuk işçilerin sosyal korunması ve sosyal ağının genişletilmesine ilişkin stratejiler, faaliyetler, bu faaliyetlerin yerine getirilmesinden sorumlu kurum ve kuruluşlar belirlenmiştir (Aykaç ve Murat, 2018). Sosyal boyutta bu konular ile ilgili çözüm üretilerek sürdürülebilirliğin sağlanabileceğine inanılmaktadır.

Moda endüstrisinde sürdürülebilirliğin sosyal boyutunda üreticilerin rolü çok büyüktür. Üreticiler, üretim zincirinin tamamında sorumlu ve dikkatli davranarak destek sağlamalıdır. Günümüzde küresel olarak, giyim ihracatının yaklaşık %80'i az gelişmiş ülkelerden gelişmiş ekonomilere gönderilmektedir. Örneğin Finlandiya'da satılan giysilerin yaklaşık %90'ı Asya ve Uzak Doğu ülkelerinden, yaklaşık %5'i AB ve diğer ülkelerden ithal edilmekte ve yalnızca %5'i Finlandiya'da üretilmektedir. Bangladeşli tekstil fabrikalarındaki son kazalar ve yangınlardan, tedarik zincirindeki zayıf noktalar hakkında farkındalık eksikliğinden kaynaklı riskler olmaktadır (Niinimäki,2013). Üretici, tedarik zincirindeki sürdürülebilirlik konularını daha fazla ele almak istiyorsa, taşeronları iyi seçmeli, etik ve eşit uygulamalarda bulunmalıdır. Birleşmiş milletler bu soruna çözüm bulmak adına, taşeronlar için standartlar belirlemek için "Global Compact" adı verilen on ilke tanımlamıştır. Standartları belirleyen bu ilkeler, insan hakları, çalışma sorunları, çevre inisiyatifleri ve yolsuzlukla mücadele konularını dikkate almaktadır (www.unglobalcompact.org/aboutthegc/).

Moda alanında şeffaflık önemlidir ve tüketicilerin güvenini oluşturmak için tüm eylemler açık olmalıdır. Bu aynı zamanda tedarik zinciri, tedarikçilerin ve taşeron ortakların adları ve konumları hakkındaki tüm bilgilerin yayınlanması anlamına da gelebilmektedir. (Niinimäki, 2013). Sosyal Boyut kapsamında değerlendirmeler yapılırken, sürdürülebilirlik faaliyetlerinin çevre, ağır sanayi ve turizm gibi pek çok alanda gerçekleştirildiği bilinmektedir. Moda endüstrisi de bu alanların başında gelmektedir. Bu sayede insan ekolojisi üzerine de vurgu yapılmaktadır. İnsan vücudunu kaplayarak koruyan deriye en yakın temasta olan giysilerin, ter, solunum sistemi ve sindirim yoluyla hiçbir şekilde insan sağlığına zarar vermemesine yoğunlaşmıştır. Giysilerin yapısındaki boyarmadde, elyaf, üretim aşamasında arındırılmamış kimyasallar insan derisi ile reaksiyona girerek veya solunum yoluyla insan sağlığına zarar vermektedir (Kurtoğlu ve Şenol, 2004). Söz konusu zararların ortadan kaldırılması veya farklı yöntemler ile önlenmesi üzerine değerlendirme ve çalışmalar yapılmaya devam etmektedir.

2.2. Sürdürülebilir Kalkınma Ve Kalkınma Hedefleri

Kalkınma kavramı literatürde yalnızca sosyoekonomik bir ifadeyi anlatmasına rağmen sürdürülebilirlik ile daha kapsamlı ekonomik büyüme, sosyal gelişme ve çevrenin korunması hususlarını içeren ve gelişmeyi ifade eden bir yapı anlamına gelmektedir (Munier, 2005).

Uluslararası alanda, sürdürülebilir kalkınma kavramına ilişkin en geçerli ve resmi tanımın Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu'nun (1987) "Ortak Geleceğimiz" başlıklı yayımladığı çalışmada yer alan "bugünkü neslin ihtiyaçlarının, gelecek nesillerin ihtiyaçlarından ödün verilmeksizin karşılanması" tanımı olduğu kabul edilmektedir (Moldan ve ark.,2012).

Çevre sorunlarının engellenemeyen bir hızla artarak küresel boyut kazanmasından sonra sorunların çözümü konusunda uluslararası düzeyde ortak hareket edilmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır. Söz konusu küresel boyut, ülkeler ve uluslararası kuruluşların bir araya gelerek çevre konusunda hukuki altyapının hazırlanması ve bazı kuralların hayata geçirilmesi amacıyla aynı masa etrafında toplanmayı zorunlu kılmıştır. Bu kapsamda, Birleşmiş Milletler (UN), Avrupa Konseyi (COE), Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü

(OECD), Dünya Ticaret Örgütü (WTO) gibi uluslararası kuruluşlar, çevre sorunlarının tespiti ve çözüm yolları için politikalar oluşturmak üzere bünyelerinde ofisler açmışlardır. Çalışmalar sonucunda, ortak kurallar ve politikalar belirlenmiş, ilkeler geliştirilerek eylem planları uygulanmaya başlanmıştır (Ağca, 2002).

2.2.1. Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları

Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Zirvesinde (United Nations Sustainable Development Summit, 2015), 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri 193 ülkenin imzası ile kabul edilmiştir (Daha sonra ‘hedefler’ terimi ‘amaçlar’ olarak değiştirilmiştir). Söz konusu eylem planları, çevreyi, insanları ve dünya refahını ön planda tutarak kapsamı içerisine alan bir sisteme sahiptir. Bu planlar, aynı zamanda da dünya barışı olgusunu daha geniş özgürlük anlayışı içerisinde güçlendirmeyi amaçlayan planlardır (<https://www.tr.undp.org/content/turkey/tr/home/sustainable-development-goals.html>).

Hedeflerdeki en önemli nokta, her boyutu ile dünyada yoksulluğun tamamen ortadan kaldırılması kalkınma için vazgeçilmez bir gereklilik oluşturmuştur.



Developed in collaboration with TROLLBACK - COMPANY | tr@kalkinma.gov.tr | #1202081010
For updates on maps, content, design please contact: tr@kalkinma.gov.tr

Görsel 1. Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları

Kaynak: <https://www.tr.undp.org/content/turkey/tr/home/sustainable-development-goals.html>

2.3. Küresel Sürdürülebilirlik Çalışmaları ve Sürdürülebilir Anlaşmalar

Tüm dünyadan 178 ülkenin katılımıyla gerçekleşen BM Çevre ve Kalkınma Konferansı (1992), tüm ülkelerin ortak sorumluluk sembolü haline gelmiştir. Doğal kaynaklardaki tükenme sinyalleri, acil eylem planı gerektirmiş, çevre ve kalkınma ile ilgili politikalarda yeni ve önemli adımların işbirliği içerisinde yürütülmesinin temelleri atılmıştır. Çevre ve kalkınma politikasında en önemli alanları içerdiği ilan edilen eylem planlarından oluşan önemli belgeler benimsenmiştir (Spindler, 2013). Rio De Janerio’da 2012 yılında gerçekleştirilen Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Konferansında, Yeşil Ekonomi bölümüne özellikle değinilmiştir. Bu konferansta yeşil ekonomi konusuna ilk defa atıfta bulunulması sebebiyle önemli adımlar atılmıştır.

2.3.1. Rio Çevre ve Kalkınma Bildirgesi (Rio Bildirgesi)

Brezilya'nın Rio de Janerio kentinde 3-14 Haziran 1992 tarihlerinde gerçekleştirilen Dünya Çevre Zirvesi toplantıları sonucunda 27 maddelik eylem planı benimsenmiştir. Zirvede görüşülen Rio Bildirgesinin ana maddeleri aşağıda sıralanmaktadır (Birleşmiş Milletler [BM], 1992).

- Çevrenin korunması, kalkınma süreci ile birlikte bir bütün olarak benimsenmelidir. Tüm devletler ve halklar sürdürülebilir kalkınmanın sağlanabilmesi için yoksulluğa karşı mücadelede iş birliği yapacaktır.
- Eko-sistemin korunması ve iyileştirilmesi amacıyla tüm devletler global ortaklık ruhu ile hareket edecektir.
- Tüm insanlığın daha yüksek bir yaşam standartına kavuşabilmesi ve kalkınmanın sürdürülebilmesi için devletler çevreye zarar veren tüketim, ürelimi tarzlarını terk etmeli ve uygun, nüfus politikalarını teşvik etmelidir.
- Bilimsel ve teknolojik bilgi alışverişi ile kalkınmada iş birliği güçlendirilmelidir.
- Çevre sorunlarını da vurgulayan, tüm ülkelere ekonomik gelişme ve sürdürülebilir kalkınmayı gelecek uluslararası, açık ekonomik istemin teşvikinde iş birliği yapılmalıdır.

- Devletler, çevreye zarar veren ve kirliliğe karşı telafiyi öngören ulusal yasalarını geliştirecektir. Çevreyi ve insan sağlığını tehdit eden atıkların bir başka ülkeye transfer ve dökülmesine karşı önlem almada tüm devletler iş birliği yapmalıdır
- Başka devletlere de zarar verecek ulusal çevre felaketleri veya olağanüstü durumlar hakkında ilgililer derhal uyarılacak. Uluslararası topluluk bir faciaya sahne olan ülkeye yardım konusunda elinden geleni yapacaktır.
- Kadınların çevrenin yönlendirilmesinde ve gelişmesinde yaşamsal bir rolü bulunmaktadır.
- Dünya gençlerinin yaratıcılığı, idealleri ve cesareti, daha iyi bir gelecekte global sorumluluğu paylaşımları yönüne teşvik edilmelidir.
- Baskı ve işgal altındaki insanların doğal kaynakları ve çevresi de korunacaktır.
- Savaş, kalkınmanın yıkımıdır. Bu nedenle devletler silahlı çalışmalarda çevrenin gözetilmesi amacıyla uluslararası hukuka saygı göstereceklerdir.
- Devletler çevre sorunlarını Birleşmiş Milletler Bildirgesi çerçevesinde barışçı yollardan ve uygun yöntemlerle çözeceklerdir.
- Bu bildirgenin ilkelerini uygulanmasında herkes iyi niyet ve ortaklık ruhu ile iş birliği yapacaktır.

Rio bildirgesinden sonra Konferansın en önemli gündem maddesinin ormancılık olması sebebiyle, ormancılığa sahip çıkacak ve sorunlarla baş edilmesi için çözüm yoluna gidilmesini öneren başka bildirgelerde görüşülmüştür.

2.3.2. Orman İlkeleri Bildirgesi

Bildirge, tüm türdeki ormanların yönetimi, korunması ve sürdürülebilir gelişmesi üzerine küresel olarak anlaşmaya varılmış ilkeler için, hukuksal açıdan bir bağlayıcılığı olmayan nitelikteki bildirge, devletlerin sorumluluğundan bahsetmektedir (Pallemaerts, 1993). Ormanlar için küresel fikir birliği oluşturan ilkeleri kapsayan bildirge, ileriki yıllarda tüm dünya ormanlarının kullanımı hakkında uluslararası geçerliliği olan politikaları içerecek bağlayıcı bir sözleşmenin ön hazırlığı olarak değerlendirilmektedir. İmzacı ülkelerin bazı gelişmekte olan ülkelerin ormanları üzerindeki haklarından vazgeçmek istememelerinden dolayı bu ikinci ilke yasal bağlayıcılık olmadan görüşülmüştür (Şengün,2002).

2.3.3. İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi

Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi, 1994 yılı Mart ayında 194 tarafın katılımı ile, iklim değişikliği sorununa karşı küresel tepkinin temelini oluşturmak amacıyla kabul edilmiştir. Sözleşmenin amacı, atmosferde biriken sera gazının, insan kaynaklı olan çevre üzerindeki negatif etkisini önleyecek düzeylerde durdurmaktır. Sözleşme, başta sanayi ve diğer sektörlerden kaynaklı iklim sisteminin karbondioksit ve öteki sera gazı salınımlarından etkilenebilecek ortak bir alan olduğunu kabul etmektedir. Sözleşme kapsamında, ilgili tüm taraflar sera gazı salımları, hedeflenen ulusal politikalar ve en uygun uygulamalar ile ilgili bilgileri toplamak, derlemek ve paylaşmakla yükümlüdür. Sözleşme, tarafların ulusal salım için envanterleri geliştirmelerini, iklim değişikliği azaltım ve uyumu kolaylaştırma önlemleri içeren ulusal programlar hazırlamalarını ve uygulamalarına ilişkin görev vermektedir. Ayrıca taraflar, uygulama ile ilgili bilgileri Taraflar Konferansı'na bildirmelerini gerektirmektedir (Birleşmiş Milletler [BM], 2002).

Madde 2, Sözleşme'nin nihai amacını "Sözleşme'nin ilgili hükümlerine göre, atmosferdeki sera gazı birikimlerini, iklim sistemi üzerindeki tehlikeli insan kaynaklı etkiyi önleyecek bir düzeyde tutmayı başarmak" olarak tanımlamıştır. Bu amaç "Böyle bir düzeye, ekosistemlerin iklim değişikliğine doğal bir şekilde uyum sağlamasına, gıda üretimini tehdit etmeyecek ve ekonomik kalkınmanın sürdürülebilir şekilde devamına izin verecek bir zaman dahilinde ulaşılmalıdır" hükmü ile niteliklendirilmiştir.

Sözleşme'nin genel ilkeleri, Giriş bölümünde ve 3. Madde'de yer almaktadır. 3. Madde'de sayılan ilkeler şunlardır:

- Eşitlik ilkesi (Madde 3.1)
- Ortak fakat farklılaştırılmış sorumluluklar ilkesi (Madde 3.1)
- İhtiyatlılık ilkesi (Madde 3.3)
- Sürdürülebilir kalkınmayı destekleme hakkı ve yükümlülüğü (Madde 3.4)

Sözleşme yukarıda sayılanlara ek olarak, Giriş bölümünde ve diğer maddelerinde "insanlığın ortak kaygısı", "serbest ticaret" ve "maliyet etkinlik" gibi ilkelere yer vermiştir.

2.3.4. Biyolojik Çeşitlilik Sözleşmesi

Biyolojik Çeşitlilik Sözleşmesi'nin 1992 yılı Haziran ayında Rio de Janeiro'da 150 ülkenin katılımı ile düzenlenen Birleşmiş Milletler Çevre ve Gelişme Konferansı sırasında kabul edilmiştir. Biyolojik çeşitlilik yanında genetik çeşitlilik kavramı, küresel boyutta ilk kez bu sözleşme ile ele alınmıştır. Yine ilk kez biyo çeşitliliğin korunması, "insanoğlunun ortak çabasını gerektiren bir konu" olarak dile getirilmiştir (Karagöz, 1998).

2.3.5. Çölleşmeyle Mücadele Sözleşmesi

Birleşmiş Milletler Çölleşmeyle Mücadele Sözleşmesi, 1994 yılında Paris'te 197 ülkenin katılımı ile dünya üzerinde kuraklık ve çölleşmenin etkilerini azaltmayı amaç edinmiş uluslararası bir sözleşmedir. Bu sözleşmenin amacı, çölleşmeden etkilenen ülkelerde sürdürülebilir kalkınmanın en üst seviyelerde sağlanmasına katkıda bulunmak amacıyla Gündem 21 ile uyumlu bir yaklaşım çerçevesinde uluslararası iş birliği ve ortaklık çalışmaları kapsamında iş ve eylemlerden oluşmaktadır. Ciddi kuraklık ve/veya çölleşmeye maruz kalan ülkelerde özellikle Afrika'da olmak üzere mücadelede bulunmak ve kuraklığın etkilerini azaltmaktır. Bu amaca ulaşmak için, kuraklıktan etkilenen alanlar da hem arazinin verimliliğini iyileştirerek, hem de arazi ve su kaynaklarının rehabilitasyonunu sağlayarak sürdürülebilir yönetimin uygulanmasına çalışılacaktır. Özellikle yerel topluluklar düzeyinde yaşam koşullarının iyileştirilmesi üzerine odaklanan uzun dönemli stratejilerin uygulanması gerekecektir (UNCCD COP12, 2015).

2.3.6. Gündem 21

Rio Yeryüzü Zirvesi'nde 1992 yılında Birleşmiş Milletler Üyelerince benimsenen Eylem planı, "sürdürülebilir kalkınma" vurgusuyla tüm insanlığın 21. yüzyıldaki ortak hedefi olarak benimsenmiş ve bu doğrultuda, 21. yüzyılda çevre ve kalkınma sorunlarıyla başa çıkılmasına ve sürdürülebilir kalkınma hedefine ulaşılmasına yönelik ilkeleri ve eylem alanlarını ortaya koymuştur (Pallemaerts, 1993).

Gündem 21'in temel hedefi, iyileştirme ve geliştirme kapsamındaki tüm program alanlarına yönelik finansman politikalarının belirlenmesi, ihtiyaç duyulan yeni kaynakların

yaratılması, uygulanabilir teknik ve ekonomik araçların belirlenmesidir. Ayrıca, merkezi yönetim ve yerel yönetim ilişkilerinin “yerinden yönetim” anlayışı doğrultusunda güçlendirilmesi, hükümetler arası ve hükümet dışı kuruluşlar arasında iş birliğinin geliştirilmesine çalışılması ve halkın etkin katılımının sağlanması gibi öncelikler üzerinde şekillendirilmiştir (Birleşmiş Kentler ve Yerel Yönetimler Dünya Teşkilatı, 1992).

Johannesburg’da 2002 yılında gerçekleştirilen ‘Dünya Sürdürülebilir Kalkınma Zirvesi’ sonucunda önemli iki belge çıkmıştır; “Sürdürülebilir Kalkınma için Johannesburg Bildirgesi” ve “Johannesburg Uygulama Planı”dır. Söz konusu uygulama planının hedefleri aşağıda belirtilmektedir (Akgül, 2010).

- I. Yoksulluğun ortadan kaldırılması,
- II. Sürdürülebilir olmayan üretim ve tüketim kalıplarının değiştirilmesi,
- III. Ekonomik ve sosyal kalkınmanın doğal kaynak temeline göre korunması ve yönetilmesi,
- IV. Küreselleşen dünyada sürdürülebilir kalkınma,
- V. Sağlık ve sürdürülebilir kalkınma,
- VI. Gelişmekte olan küçük ada ülkelerinin sürdürülebilir kalkınması,
- VII. Afrika için sürdürülebilir kalkınma,
- VIII. Uygulama araçları

2.3.7. Kyoto Protokolü

Sera gazı salımlarının dünyanın her yerinde önlenemez bir şekilde artmaya devam etmesi iklim değişikliğinin olumsuz etkilerinin giderek daha fazla hissedilir hale gelmesine sebep olmuştur. Özellikle gelişmiş ülkelerin bağlayıcı yükümlülükler almaları amacıyla Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi'ne taraf ülkeler mevcut Sözleşme'yi güçlendirmek amacıyla, 2,5 yıl süren müzakerelerin ardından 1997 yılının Aralık ayında Kyoto’da gerçekleştirilen BMİDÇS 3. Taraflar Konferansı’nda bir protokol imzalamışlardır. Kyoto protokolü kapsamında yer alan ülkelerin sera gazı salımlarını, 2008–2012 yılları arasındaki ilk taahhüt döneminde, 1990 yılındaki seviyenin % 5 altına düşürülmesi hedeflenmiştir.

2.3.8. Moda Paktı (Fashion Pact)

Fransa hükümeti öncülüğünde 2019 yılında ünlü Fransız markaların da desteği ile ‘Moda Pakt’ı imzalanmıştır. Küresel ısınmanın mevcut ısısından 1.5 derece altında tutulmasını ve 2050’ye kadar sıfır sera gazı emisyonu hedefine ulaşılması amaçlanmıştır. Doğal ekosistemin korunması, biyo çeşitliliğin korunması ve artırılması ile tek kullanımlık plastik tüketiminin önüne geçilerek okyanusların korunması da hedefler arasında yer almaktadır. Günümüzde Pakt’ın üyeleri arasında hızlı modanın öncü markalarının da yer alması ile üye sayısı 60’ı aşmıştır (Gürler, 2019).

Her ülkenin kendi ulusal koşullarına ve önceliklerine uygun olarak, kapsayıcı hedef olan üç boyutunda (çevresel, ekonomik, sosyal) sürdürülebilir kalkınmayı gerçekleştirmek için farklı yaklaşımlar, vizyonlar, modeller ve araçlar bulunduğu teyit edilmiştir. Bu bağlamda, sürdürülebilir kalkınma ve yoksulluğun ortadan kaldırılması bağlamında yeşil ekonomiyi, sürdürülebilir kalkınmaya ulaşmak için mevcut önemli araçlardan biri olarak ve politika oluşturma için seçenekler sunabileceğini ancak katı bir kurallar dizisi olmaması gerektiğini vurgulanmıştır. Sürdürülebilir ekonomik büyümenin yanı sıra yoksulluğun ortadan kaldırılmasına, sosyal içermenin artırılmasına, insan refahının iyileştirilmesine ve herkes için istihdam ve insana yakışır iş fırsatları yaratılmasına katkıda bulunurken, Dünya’nın ekosistemlerinin sağlıklı işleyişine katkıda bulunması gerektiği vurgulanmıştır (UNCSD, 2012).

Görüldüğü üzere, 18. yy’dan günümüze kadar sürdürülebilirlik için her sektörde önemli çalışmalar gerçekleştirilmiş, strateji ve planlar belirlenerek sözleşmeler yapılarak çevrenin korunması için önemli farkındalıklar yaşanmıştır.

2.4. Moda Endüstrisinde Sürdürülebilirlik

Teknolojik yenilikler, üretim kapasitesindeki artış ve ekonomik gelişmelerin yaşandığı Endüstri devrimi ile birlikte makineleşme ve fabrikalar üzerine kurulmuş bir sanayi toplumuna doğru kalıcı bir değişim gerçekleşmiştir. Bu değişim ile birlikte küçük ev endüstrisinden buharlı makinelerle fabrika sistemine geçiş yaşanmıştır. Değişimin

etkilerini ilk hissedilen tekstil endüstrisi olmuştur. Devrim sırasında kadınlar evden giysi üretimini bırakarak fabrikalarda çalışmaya başlamış, çocuklar da fabrikalarda çalışmak için okuldan ayrılmışlardır çünkü evde mal yaparak ve satarak kazandıklarından daha fazla parayı fabrikalarda kazanabilmektelerdi (Ağaoğlu, 2016). Sayısız olumlu sosyal değişime yol açmış olan Devrim, yaşam standartlarının yükselmesiyle insanların yaşama yönelik beklentileri de artırmıştır. Bütün bu olumlu görünen gelişmelere rağmen, modern üretim sisteminin lineer (tek yönlü) bir model olarak tasarlanmış olması üretimi çok büyük harcamalar ve işgücü gerektiren değerli materyallerden oluşan birçok ürün ayrıştırılmadan çöp haline gelmiş ve doğaya atılarak çevre kirliliğine yol açmıştır. Ayrıca, tek yönlü üretim modeli çoğu ürünün yalnızca kısa dönemde işlevini sürdürebilecek şekilde tasarlanmış ve tüketiciyi de hızlı tüketime teşvik ederek yeni bir ürün satın alma anlayışına iten bir sistem olmuştur (Türkmen, 2009). Bu gelişmelerin sonucunda da moda endüstrisi emin adımlarla yavaş moda akımından hızlı moda akımına doğru ilerlemeye başlamıştır.

Moda endüstrisinde tüketim kültürü 18.yy'da ortaya çıkmış bir olgu olsa da, günümüzde tekstil tüketimi özellikle hız kazanmıştır. Tekstil sektöründeki aşırı tüketim moda endüstrisinin yönlendirmesinden kaynaklanmaktadır. Moda, tanımı ve yapısı gereği; yeniliğe, değişikliğe ve yeni ürünlere olan talebi artırmaktadır. Moda perakendecileri 80'li yılların sonlarında ilkbahar/yaz ve sonbahar/kış olmak üzere genellikle yılda iki koleksiyon çıkarmaktaydı. Ancak 90'lı yıllara gelindiğinde bu durum değişerek yerini "süper ucuz ve hızlı" fenomenine bırakmıştır. Modanın hızla değişen doğası, küresel ekonomilerin ucuz giysi üretme keşifleri ile birleşince, modern moda endüstrisi ticaretinde dönüm noktası yaşandığı söylenebilmektedir (Slater,1997).

Moda endüstrisi en yaygın küresel endüstrilerden biri olup, insanlar üzerindeki etkisi kadar çevre üzerinde de büyük etkilere sahiptir. Küresel ölçekte bakıldığında, tekstil ve hazır giyim üretimi yıllık toplam 80 milyon tonun üzerinde olması sebebiyle endüstrinin çevresel performansının iyileştirilmesi önem taşımaktadır (Chen ve Burns, 2006). Bu sebeplerden dolayı, sürdürülebilirlik kavramının varlığı tekstil ve moda endüstrilerinde büyük önem taşımakta ve sürdürülebilir uygulamaların hayata geçirilmesi ivedilik gösterebilmektedir.

2.4.1. Sürdürülebilir Moda Kavramı

Sürdürülebilir moda kavramı, ayrıştırılabilir maddeler ile üretim, çevreye ve işçilere zarar vermeyecek maddelerden yapılmış ürünler ile uzun ömürlü kullanım amaçlanan tasarımların kurallara uygun olarak ticaret ilkelerinin takip edilmesiyle oluşturulan moda sistemini anlatmaktadır (Fletcher, 2008).

Sürdürülebilir moda, üretimin çevreye olumsuz etkisinin olmaması veya çok az olması, üretim ve tüketim sonrası atıkların geri dönüştürülebilmesi, geri dönüştürülmüş malzemelerin kullanılması vb. gibi geleneksel moda göre farklılaşan özelliklere sahiptir (Joergens, 2006).

Sürdürülebilir moda, tüm aşamaları dikkate alan yaşam döngüsü düşüncesini içermektedir. Bu aşamalar: tasarım, üretim, lojistik, perakende, kullanım ve bertaraf etmek olarak sıralanabilmektedir. Son yıllarda sektörel çevrelerce ürünler yerine yaşam döngüleri tasarlanmanın daha iyi olduğu tartışılmaktadır (Türkdemir,2019). Sürdürülebilir tasarım, kullanım aşaması ve yaşam sonu düşüncesinin dikkate alınması konularını içermektedir. Ürünün birkaç yaşam döngüsüne sahip olma olasılığı vardır: Ürünün ilk yaşam döngüsü bittikten sonra nasıl kullanılabileceği tasarlanmalıdır. Çevre açısından ürünü olduğu gibi kullanmak en iyisidir, ikinci en iyi seçenek ondan yeni bir ürün tasarlamaktır (örneğin küçük değişikliklerle) ve üçüncü seçenek malzemeleri geri dönüştürmektir (Fletcher, 2008; Beard, 2008).

Giyim üretiminde tedarik zincirinin parçalarının hem küresel hem de karmaşık olması sürdürülebilir yaklaşımın da aynı ölçüde karmaşıklaşmasına sebebiyet vermektedir. İmalat süreçleri diğer endüstrilere oranla az şeffaftır. Bu nedenle, çevreci giyimde sürdürülebilirlik ve etik gibi konular değerlendirilirken sınırlar ile karşılaşabilmektedir. Örneğin; Malzeme kullanımında çevre dostu bir malzeme veya çevre dostu üretim yönteminin kullanılması (Fletcher, 2008; Beard, 2008).

Sürdürülebilir tekstilin de bu süreçte rolü en büyüklerin içerisinde yer alabilir. Tekstil endüstrisinde atıkların imha edilmesi önemli konulardan biridir. Tonlarca tekstil atığı her yıl evsel atıkların içerisinde çöplüklere dökülmektedir. Araştırmalara göre, çöplere atılan giysilerin %95'i yeniden kullanılarak veya geri dönüştürülerek hayata döndürülebileceği tahmin edilebilmektedir. Doğal kaynaklardaki hızlı tükenme ve orantılı

olarak atık imha etme maliyetlerinin artmasından dolayı tekstil atıklarının tekrar kullanımı veya geri dönüştürülmesi tüm dünyada yükselerek önemini arttırmaktadır (Preuit,2016).

Birleşik Devletler Çevre Koruma Ajansı (United States Environmental Protection Agency, USEPA), çöplük alanlarında tekstil atık oranının %5 olduğunu, tekstil endüstrisinde geri dönüşüm oranının yılda %15 olarak geri dönüşüm sağlanabildiğini ve kalan %85'lik atığın çöpe atıldığını vurgulamaktadır. Tekstil Geri Dönüşüm Kurumu (Council for Textile Recycling, CTR) ve birçok benzeri kuruluş, tekstil atıklarının önemi ve bertarafına ilişkin farkındalık çalışmaları yürütmektedir. Kurumların hedefi, 2037 yılında çöplüklerde '0'(sıfır) tekstil atığı bulunması yönündedir (Mangır,2016).

Tekstil Geri Dönüşüm Kurumu'nun (Council for Textile Recycling) çalışmalarına göre, geri dönüşüm malzemeleri tekstilde tüketici öncesi ve sonrası atıklardan oluşan iki grup şeklinde listelenebilmektedir. Tüketici öncesi atıklar; ip-iplik, teknik tekstil, lif, tekstil, yüzey (dokusuz), hazır giyim ve ayakkabı üretiminde ortaya çıkan tekstil atıklarından meydana gelmektedir. Tüketici sonrası atıklar; ürünün tamamlanmasından sonra atılan tekstil malzemeleridir. Tüketicilerin kullanımdan dolayı eskime, bedeni küçük gelme veya modası geçme olarak adlandırabilecek özelliklerini kaybetme gibi nedenlerden ötürü ihtiyaç duyulmayan ve kullanılmadan atılan giysi ve ev tekstili ürünleri de tüketici sonrası tekstil atıkları grubunda yer almaktadır. Bu atıkların hacmi diğer atıklara oranla oldukça yüksektir. Tüketici sonrası tekstil atıkları tekrar kullanılabilir düzeyde kaliteli özellikler taşıdığı durumlarda ikinci el giysi formunda diğer tüketicilerce alınarak kullanılmakta veya ihtiyaç sahibi ülkelere satılmaktadır. İkinci el giyime uygun olmasan ürünler ise, liflerine ayrılarak yeni ürünlerin üretiminde kullanılabilir (Ağca, 2002).

Çevreye karşı duyarlılığın artması ve çevreyi koruma hareketlerinin başlaması pek çok endüstriyi etkilediği gibi moda sektörünü de etkilemiştir. Giyim sektöründe üretim yapan birçok ünlü firma tamamen organik hammadde ile çevre dostu ürün üretmeyi amaçlayan eko-moda yaklaşımını desteklemektedir. Moda tasarımcıları ve dünyanın önde gelen moda devleri, yarattıkları çevre dostu ürünlerle, neredeyse büyük çevreci örgütlerden daha bilinçli ve daha yoğun çalışmaktadırlar. Tekstil üreticileri ise bambu ve soyadan üretilen iplikler kullanırlarken, modacılar tasarımlarında nesli tükenmekte olan hayvanların derisi yerine, sentetik ve kolayca elde edilen balık pullarını kullanmaktadırlar (Türkmen,2009).

Sürdürülebilir moda ile amaçlanan hızlı moda akımının sebebiyet verdiği hızlı tüketim davranışının en aza indirilmesi ve çevreci, sosyal ve ekonomik sürdürülebilirliğin üst seviyelerde sağlanmasıdır (Türkdemir,2019). Bu yöntemle, kaynakların ihtiyaç dışı kullanılmaması, gereksiz tüketimin azaltılması ve kaynakların gelecek nesillere de aktarılabilmesi hedeflenmektedir. Bu nedenle sürdürülebilir ürün tasarlarken tasarımcı, sürdürülebilirliğin bütün boyutlarını ele alarak çalışmalarına yön verebilmelidir (Mangır,2016).

Son yıllarda dünyada olduğu kadar ve ülkemizde de çevreye karşı hassasiyet, çevresel kaynakların tüketilmemesi, geri dönüştürülmesi hareketleri ortaya çıkmıştır. Giyim sektörü de doğaya en çok zarar veren sektörlerden birisi olarak ekolojiyi dengede tutmak, zararı en aza indirmek çabasına girmiştir. Bu çabaların ışığında giyim sektöründe ‘Yavaş Moda’ kavramını desteklerken ‘Eko-Moda, Ekolojik Moda, Yeşil Moda’yı hayatlarının bir parçası haline getirmişlerdir. Giyim sektörü ve giyim sektöründe çalışan tasarımcılar hem doğaya olan etik tutum çerçevesinde hem de toplumsal duyarlılığı artırmak için farklı arayışlar içine girmişlerdir (Kılıç, 2013). Bu arayışlar çerçevesinde moda dünyasının sürdürülebilir bir dünyaya katkısı için çeşitli uygulamalar geliştirilmiştir.

2.4.2 Moda Endüstrisinde Sürdürülebilir Uygulamalar

Günümüzde tekstil atıkları ve giysi atıklarının sürdürülebilir uygulamalar ile dönüşümü giysilerin sadece atık değil hala yaşayan kullanılabilir ürünler olduğunu açıkça ortaya koymaktadır (Yıldırım,2017). Tekstil atıkları, tekstil endüstrilerinde üretim süreçlerinden sonra artık olan parçalar ve tüketicilerin kullanımı sonrası atık haline geldiğini düşündükleri giysilerden oluşmaktadır. Son yıllarda artan atık değerlendirme bilinci özellikle moda sektöründe farklı kavramların önemine vurgu yapmış ve yeni uygulamalara da ışık tutmuştur. Bu uygulamalardan bazıları, sıfır atık, yavaş moda, eko-moda, ekolojik moda ve yeşil modadır (Ceylan, 2010).

Söz konusu atıkların kullanılması ve değerlendirilmesi çalışmaları her ne kadar günümüzde yaygınlaşmış gibi görünse de geçmişi bulunan bir çalışma yöntemidir (Fletcher,2007). Kaynakların Korunması ve İyileştirilmesi Hareketi (1976) olarak

adlandırılan 3R kavramı, “Recycle (Geri Dönüşüm), Reuse (Tekrar Kullanım), Redesign (Yeniden Tasarım) ve Upcycle (İleri Dönüşüm) olarak ortaya çıkmıştır. Yıllar içerisinde sürdürülebilirlik hakkında toplumun bilinç düzeylerinin artması ve daha fazla üretme arayışı 3R kavramı yerini 7R kavramına bırakmıştır. 3R kavramına ek olarak, Refuse (Kullanımı Reddetme), Reduce (Tüketimi Azaltma) ve Rot (Çürütme/Yok Etme/Bozunum) kavramları hayata geçmiştir. Söz konusu 7 R kavramının yanı sıra, yavaş moda, eko moda, ekolojik moda, yeşil moda, ikinci el tüketim, onarma, modüler tasarımlar ve yeni teknolojiler de uygulamalar arasında yer almaktadır. Bu kavramlar sürdürülebilir uygulamaların en yaygın olanları olarak bilinmektedir. Gün geçtikçe bu kavramlar çoğalmaktadır. Tüm bu kavram ve uygulamaların amacı, ürünlerin ömrünü uzatmak ve azami ölçüde fayda sağlamaktır (Fletcher, 2008). Yavaş moda, eko moda, ekolojik moda ve yeşil moda uygulamaları sürdürülebilir moda uygulamalarının en bilinenleri olarak sıralanmaktadır.

Yavaş moda

Yavaş Moda kavramı, sürdürülebilir hareket kapsamında ilk olarak Kate Fletcher (2007) tarafından ifade edilmiştir. Fletcher (2007), yavaş moda sürecinin sadece üretim ve tüketimde etkisinin olmasıyla kalmayıp işçilerin, çevrenin ve tüm toplumun faydasını sağlamakla kalmadığını tüketicilerin algısında da madde olmaktan çıkıp farklı bir kalite bakış açısı yarattığını savunmaktadır. “Yavaş Moda” tasarımcı lügatında daha özenli tasarlamak, üretmek, tüketmek ve daha iyi bir yaşam demektir. Yavaş Moda fikrinin temelini denge oluşturmaktadır. Bir taraftan da hızlı bir yaratıcılıkla değişiklik oluşturma gayesiyle tasarlanmış ürünler, diğer yanda da materyalde uzun ömürlülüğü ve duygusal bağı vurgulayan ürünler ile yavaş moda, farklı derinlikleri olan bir harekettir (Türkmen, 2009).

Tekstil ve moda endüstrisindeki yanlış uygulamalar konusundaki bilinçlenme, özel beceri ve geleneksel sanatların değer ve öneminin günümüzde tekrar yer almasını sağlamıştır. Japonya gibi bazı Asya ülkeleri ile iş birliği yapan tekstil firmaları geleneksel Asya tekstil el sanatlarını içeren ‘yavaş moda’ önerilerini müşterilerine sunarken, ticari olarak da kazanç sağlamayı başarmışlardır. Bu farklı moda felsefesi basit ve rahat fakat aynı zamanda da sofistike ürünleriyle hızlı moda kavramının da tam tersi bir yönde gelişim göstermektedir. Bir başka deyiş ile, hızlı modanın sürdürülebilirlik anlamında alternatif

yavaş moda olmuştur, çünkü giysilerin daha uzun süre kullanımı tüketicilerde duygusal bağ kurulmasına sebebiyet vermektedir, bu sebeple de tüketiciler daha az giysi atmaya başlamıştır (Preuit,2016). Hızlı moda Cachon'a (2011) göre; "Hızlı moda kavramı tasarımdan mağazaya ürünlerin hızlı üretim sürecine dayalı ve piyasanın ihtiyaçlarına anında cevap veren bir iş modelini ifade etmektedir."

Hızlı Moda ve Yavaş moda kavramları Jung ve Jin'e (2016) göre aşağıda yer alan tablodaki gibi karşılaştırılabilmektedir.

Tablo 2 Hızlı Moda ve Yavaş Moda Karşılaştırması

Hızlı moda	Yavaş moda
<p>Güçlü yönler,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hızlı moda tüketicilerin moda tercih ve isteklerine hızlı cevap verir. • Yüksek kalite düşük fiyat mümkündür, • Küresel piyasalarda oldukça karlıdır. 	<ul style="list-style-type: none"> • Yavaş moda kaynakların tüketimini ve atık miktarının azalmasına neden olur. • Çalışanların yaşam kalitesi artıracaktır, • Ürün kalitesini arttırır, • Ürün kullanım ömrü artacaktır.
<p>Zorlukları,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hızlı imalat çalışma koşulları hiçe sayılmasına yol açar, • Moda eğiliminin hızlı bir şekilde değişmesine neden olur, 	<ul style="list-style-type: none"> • Küçük miktarda düşük hızlı firmaların ölçek ekonomileri stratejilerini kullanamamalarına neden olur, • Ürünler diğer ürünlere göre daha pahalıdır.
<p>Moda açısından son eğilimlere hitap eden bir modadır.</p>	<p>Moda bireysel kimlikleri yansıtan tekil stillerdir.</p>
<p>Kar modeli,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hacim bütçe modeli, • Hızlı ve yüksek miktarda ucuz ürün, • Tüketicilerin tek kullanımlık çok ürün almaları hedeflenir. 	<p>Katma değerli model,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Az miktarda yüksek ürünler, • Tüketicilerin az ama yüksek kalitede ürün alması hedeflenir.

Kaynak: Jung ve Jin, 2016:4

Eko-moda / Ekolojik moda /Yeşil moda/ Etik moda

Eko-moda, ekolojik moda, yeşil moda, etik moda, geleceğin modası, sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk gibi kavramlar, moda sektöründe çevre konularının ele alındığı kavramlar olarak karşılaşılmaktadır.

Eko-moda, tanım olarak etik, organik, yeşil, üreticilerin hakkı ödenerek sağlanan, sürdürülebilir, geri dönüşümlü, yeniden kullanılabilir, çevre dostu gibi terimleri içermektedir. Her bir kelime farklı anlamlara sahip olsalar da eko-moda içinde birbirleriyle eş görülmektedir (Cervellon, Hjerth ve Ricard, 2006).

Çevre dostu giyim anlayışı, bir giysinin iplik içeriğinden daha fazlasını kapsamaktadır. Yeşil moda, çevreye uyumlu kumaşların kullanılmasından elde edilen, moda ve trendlere uygun giyinme fikrinin yapısını oluşturmaktadır. Çevreyle uyumlu kumaşların yanı sıra, bu kumaşların yapım aşaması da göz önünde bulundurulmaktadır (Cebei,2013). Yeşil moda yaklaşımı, modave tekstil endüstrisinde çalışan insanları, tüketicilerin sağlığını ve çevreyi de dikkate alan giyim üzerinde odaklanmaktadır. Ek olarak, çevre uyumlu giyim ayrıca tarım ilaçlarını kullanmadan pamuk üretimini, plastik kutuların geri dönüşümünü ve zararlı kimyasallar ve beyazlatıcılar kullanmadan kumaş boyanmasını da kapsamaktadır (Simpson, 2006).

Eko-moda, etik bir üretim sistemi doğrultusunda, uzun ömürlü kullanım için tasarlanmış giysiler olarak tanımlanabilmektedir (Joergens, 2006; Fletcher, 2008). Eko-moda, hızlı moda trendleri ve trendlerinin etkisi altında, aşırı tekstil üretiminin doğaya, çevreye ve ekonomik kaynaklara, çevreye ve diğer kaynaklara zarar vermesini önlemeyi amaçlamaktadır. Sosyal boyuttan değerlendirildiğinde ise, endüstride çalışanların sağlığına, yaşama uygun ve elverişli koşullarda çalıştırılmasına destek olan akım özelliğini taşımaktadır. Pamuk, yün, ipek, keten, soya, bambu vb. üretim operasyonlarında çiftlik hayvanlarının desteklenmesi, kumaş sistemlerine eko sertifikasyonuna önem verilmesi, üretim faaliyetlerinde insan sağlığı ve haysiyetine göre süreç ve standartların sınıflandırılması ve profesyonelce seçilmiş gibi doğal lifler kullanılarak eko-moda yapılabilmektedir (Gürçüm ve Yüksel, 2012). Tasarımcıların ve üreticilerin üretim sırasında ortaya çıkan çevre sorunlarına ve bu konuda bilgi alışverişinde olabildiğince duyarlı olmaları konusunda ısrar etmek eko-moda için gerekli bir adım olarak değerlendirilebilmektedir. Tüketicinin talepte bulunmadan önce hangi tekstil lifinin üretimi

sırasında çevreye ne kadar zarar verildiğinin bilinmesi bilinçlenmeyi destekleyecektir (Türkmen, 2009).

Sürdürülebilir ekolojik uygulamalara iyi bir örnek deri uzmanı Carmen Hijosa tarafından kullanılmıştır. Hijosa, Filipinler’de deri şirketleri ziyareti esnasında iki problem tespit etmiş ve bu problemlere çözüm aramak için gözlem yapmaya başlamıştır. Bölgede kullanılan deri ürünlerinin kalitesizliği ve üretim esnasında hem doğanın hem de çalışanların zarar görmesinin büyük bir problem olduğuna kanaat getirmiştir. Deri şirketlerini ziyarete gittiği ülkelerde ananas tarımı yapıldığına ve yaprakların atık halinde çöpe atıldığına şahit olmuştur. Ananas yapraklarının bükülebilir ve dirençli bir yaprak türü olmasından yola çıkarak bu yapraklardan deri ürünlerine alternatif kullanılabilecek bir ürün projesi geliştirmiştir (Görsel 2). Carmen Hijosa Filipinlerde, ananas kabukları ve yapraklarından lif oluşturarak deri görünümünde “Piñatex” adını verdiği bir çeşit deri üretimini gerçekleştirmiştir (Kaya, 2021).



Görsel 2 Ananas yapraklarından üretilen lifler

Kaynak: <https://www.yesilist.com/bu-harika-surdurulebilir-deri-ananas-yapraklarindan-uretiliyor/>



Görsel 3 Ananas yapraklarından derinin kullanıldığı ürünler

Kaynak: <https://www.yesilist.com/bu-harika-surdurulebilir-deri-ananas-yapraklarindan-uretiliyor/>

Ananas kabularından üretilen bu derinin avantajlarından birisi tarımsal bir üretimden dolayı atık olan madde ile üretim yapılması ve ürünün üretimi için tekrardan toprak, su ve gübre kullanılmayacak olmasıdır (Görsel 3). Bir diğer avantajı, hayvansal deri ürünlerine bir alternatif kullanabilir olmasıyla birlikte hayvansal deri üretim ve kullanımının azaltılmasına destek olacaktır (Gömeç, 2016). Bu ve benzeri materyallerin kullanılması etik moda kavramı içerisinde de değerlendirilebilmektedir.

Etik moda kavramı içerisinde, üretilen giysilerin nasıl üretildiği, hangi koşullarda kimler tarafından yapıldığı, üretimde kullanılan tekstil hammaddelerinin üretimden tüketime kadarki süreçte çevrenin ne kadar gözetildiği gibi önemli konulara odaklanmaktadır (Tekin Akbulut, 2012). Bu kavram kapsamında giysiler, geri dönüşümlü malzemeler ve organik liflerin kullanımı ile adil ticaret ilkeleri takip edilerek üretilir. Adil ticaret, gerçekleştirilen ticarete yalnızca ekonomi odaklı olmadan çevre, insan ve ahlaki değerlerin de ön planda olduğu bir yapılanmayı savunmaktadır (Odabaşı, 2007). Günümüzde etik moda'nın adımlarını izleyen moda tasarımcıları ve giyim markaları bulunmaktadır. Etik moda kavramı çerçevesinde birçok hazır giyim markası koleksiyonlar hazırlamıştır. Bu alanda çalışmalar yürüten moda tasarımcılarının da etik modaya desteği oldukça önemlidir. Moda tasarımcıları, sürdürülebilirlik kavramını öne çıkarmak, bölgesel üretimleri desteklemek, sosyal sorumluluğa vurgu yapmak gibi konularda farkındalık yaratmayı hedeflemektedirler (Göklüberk Özlü ve Saatçioğlu, 2015). Ayrıca, etik moda kapsamında ekolojik materyallerin tekstil ile ilişkisini betimleyen fuarlar da düzenlenmektedir (Göklüberk Özlü ve Saatçioğlu, 2015).

Recycle (geri dönüşüm)

Geri dönüşüm, ürünün yeni malzeme veya lifler olarak geri dönüştürülmesi anlamına gelir. Geri dönüşüm, down cycling (aşağı dönüşüm) veya upcycling (ileri dönüşüm) anlamına gelebilir. Geri dönüşüm süreçlerinde malzemenin bir kısmı kaybedilmektedir ve bu nedenle kalite orijinal malzemedен daha düşük olabilmektedir. Bu nedenle, aşağı dönüştürülmüş malzeme esas olarak doldurma amacıyla kullanılır. Tersine ileri dönüşüm, ürünün kalitesini yüksek tutmayı amaçlar ve hatta malzemenin değerini artırmak anlamına gelebilir, örn. tasarım yoluyla (Niinimäki, 2013).



Görsel 4 Geri dönüşüm örneği

Kaynak: https://www.uniqlo.com/jp/en/contents/sustainability/planet/sustainable_clothing/special/recyclepolyester/

Tekstil endüstrisinde geri dönüşüm kavramı değerlendirildiğinde, üretim işleminden tüketime ve tüketim sonrası iş ve işlemler ile birlikte geniş bir kapsama alınandan söz etmek mümkündür. Üretim esnasında açığa çıkan lif, ip, iplik ve kumaş atıkları tekstil ve benzeri geri dönüşüm fabrikalarında endüstriyel keçe ürünü ve çeşitli dolgu malzemesi gibi geri dönüştürülmüş ürünlere ve farklı alanlarda kullanılabilecek endüstriyel ürünlere dönüştürülmektedir. Görsel 4'te de görüldüğü üzere, bir giyim markası imalatını yaptığı ürünlerin %38'ini geri dönüştürülmüş polyesterden üretmektedir. Günümüz teknolojisinin desteği ile karışım lif kaynaklı birçok tekstil ürünü de kolayca ayrıştırılarak dönüşüm

sürecine dahil olmakta ve faydalanılmak üzere hayata geri kazandırılabilir (Kurtuldu, 2009). Geri dönüşüm teknolojileri 4 grupta incelenebilmektedir;

Birincisi, ürünün orijinal olarak kullanılan haline geri dönüştürülmesi. İkincisi, atığın orijinal özelliklerinden farklı özellikte kullanabileceği daha az güç harcanarak farklı yeni bir ürüne dönüştürülmesidir. Üçüncüsü, ürünün basit kimyasal ve gazlara dönüştürülmesi işleminin yanında atığa hidroliz ve gazlaştırma işlemi uygulanmasıdır. Dördüncü geri dönüşüm teknolojisi ise, katı olan atıkların yakılma işlemi sonucunda çıkan ısıdan yararlanılması olarak adlandırılmaktadır.

Upcycle (ileri dönüşüm)

Sürdürülebilirlik kapsamında ileri dönüşüm (upcycle), kullanılan malzemenin tasarım yoluyla ürünün değerinin korunması veya daha yüksek değer kazanmasını hedefleyen faaliyetleri içermektedir (Yıldırım, 2017). İleri dönüşüm kavramı ilk defa, 2002 yılında McDonough ve Braungart tarafından yazılan ‘Beşikten Beşiğe (Cradle to Cradle)’ başlıklı kitapta konuşulmaya başlamıştır. Kitapta ileri dönüşüm, geri dönüşümün ötesinde bir amaca sahip olan bir olgu olarak vurgulanmıştır. Bu dönüşüm modelinin temiz havaya, suya ve toprağın var oluş gücü ile ekonomik olarak eşit, güvenli ve sağlıklı bir dünya yaratmak amacını içerdiği şeklinde ifade etmişlerdir (McDonough ve Braungart, 2013).



Görsel 5 İleri dönüşüm Örneği

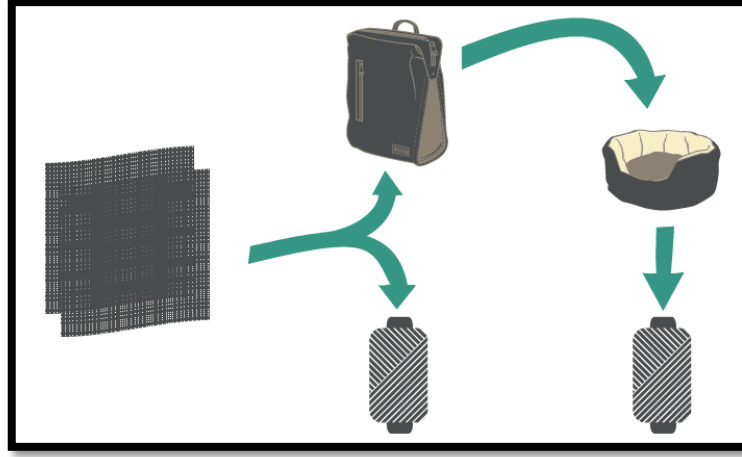
Kaynak: <http://craftandcreativity.com/blog/2013/12/02/upcycledglassbottles/>

İleri dönüşüm, tek kullanımlık olan bir maddenin daha değerli bir yapıya dönüştürme pratiğidir. Bu nedenle, dönüşüm yükseltilerek, mevcut maddeler ile daha üst bir ürün yaratılmaktadır. İleri dönüşüm, bir nesnenin elden çıkarıldıktan sonra hiçbir değeri olmadığı veya yeni bir üretim ve değer yaratma döngüsüne yeniden girmeden önce yok edilmesi gerektiği argümanına da karşı çıkan bir sistemdir (Wegener,2016). İleri dönüşüm uygulamaları genellikle bir giyim ürününden başka bir giyim ürününe dönüştürme olarak moda dünyasında karşımıza çıkabilmektedir. Bu uygulama örneklerinden bir tanesi Görsel 5'te de görüldüğü üzere, yetişkin bir kişinin kullanılmayan kot kumaşından bir gömleğinden bebek tulumuna dönüştürülerek yeniden kullanıma geçilmesidir.

Downcycle (aşağı dönüşüm)

Yeniden Kullanım (downcycling); Kullanılmış ürünlerin yani işlem görmüş ürünlerin mevcut kalitesinin altında az kalitede olan yeni ürünlere dönüştürülmesidir. Bu uygulama her ne kadar iyi sonuçlar için yapılmakta olsada, daha az kalitede üretilen ürünlerin sağlık standartlarına uyup uymadığı tartışma konusudur. Örnek olarak; plastik şişelerden üretilmiş olan bir giysinin insan sağlığını tehdit eden kimyasal maddeler ve toksinler içerebileceği görüşü çok yaygındır. Sonuç olarak, materyalin geri dönüşümlü olması, ürünün ekolojik olarak zararsız olduğunu göstermemektedir ki özellikle de geri dönüştürülerek kullanımı tasarlanmış değilse (Azaklı, 2018).

Yeniden kullanım uygulaması kapsamında, aşağıda yer alan görselde (Görsel 6) da görüldüğü üzere, daha önce kullanılmış olan bir kumaş, çantaya veya yeniden üretim için ipliğe dönüşebilir. Ve aynı şekilde daha önce kullanılmış olan bir çanta, evcil hayvan yatağına veya sökülerek yeniden üretim için ipliğe dönüşebilmektedir.



Görsel 6 Yeniden Kullanım Örneği

Kaynak: <https://www.looptworks.com/blogs/looptworks-blog/34391171-upcycling-downcycling-and-recycling-explained>

Reuse (tekrar kullanım)

Tüketim sonrasında ortaya çıkan atıklar, yalnızca kullanım ömrünü tamamlamış veya kullanılmayacak durumdaki ürünlerden oluşmamakta ‘modası geçmiş/demode’ olarak belirtilen, kullanım ömrü devam etmekte ancak tüketici tarafından kullanılmak istenmeyen tekrar kullanıma kazandırılabilir ürün ve tekstillerden oluşmaktadır. Tekrar kullanım (reuse) ürünlerin aynı kullanım amacıyla, yeniden değerlendirilmesini ifade etmektedir (Kurtuldu,2019). Çevresel açıdan önemli tasarruflara sebebiyet veren yöntem, bir giysinin toplanması, tamir edilmesi ve ikinci el ürün olarak yeniden değerlendirilmesi için tüketilen enerji, yeni bir ürün üretimine harcanandan daha azdır (Yıldırım, 2017).

Bu nedenlerden ötürü, tekrar kullanım yönteminin en önemli aktörü ‘ikinci el’ olarak değerlendirilmektedir. İkinci el kelime anlamı olarak; İkinci el, önceden, geçmiş ve kültürel önem taşıyan ürünlerin satılması, hediye verilmesi ve bağış edilmesiyle yeniden kullanılmasına denilmektedir (Gabbot, 1991). Günümüzde Avrupa’da başlayan akım ile Ülkemize kadar gelen, ikinci el giyinmek ekonomik olmasının yanı sıra duygusal güçlenmeler ile harekete geçirilen tüketici arzuları talebe dönüşmekte ve mahalle pazarı, ikinci el giysi mağazası, bağış kurumu mağazası ve sosyal mecralardan satış ile yeni bir sektör oluşmuştur (Çakır ve Dedeoğlu, 2019).

Repair (onarma)

Giysi tasarımında onarım, kullanılmayan ve zarar görmüş bir ürünün yeniden kullanımını sağlayacak bir işlemi belirtmektedir. Endüstri şartlarının ve tüketime dayalı yönelimlerin sonucunda yıllar içinde hızla değişen talep ve eğilimler, kullanıcıların kolaylıkla elde ettikleri giysilere verilen değeri azaltmıştır. Bu nedenle de onarma bir gereklilikten çok bir seçenek haline almıştır. Hızlı tüketim alışkanlıklarının da etkisiyle yeni bir ürüne ulaşmak, eski ve zarar görmüş bir ürünü onararak kullanma seçeneğinden daha çok tercih edilmemektedir. Ancak, giysilerin kullanım sürelerinin onarım yoluyla uzatılması atık giysi miktarının azaltılmasına destek olacaktır (Akdoğan, 2019). Çok sayıda giyim markası sürdürülebilir tüketimi desteklemek amacıyla daha uzun ömürlü giysiler sunmak ve tüketicileri yüksek kaliteli giysilere yatırım yapmaya teşvik etmek amacıyla giysilerini onarmaktadır (Diddi ve Yan, 2019). Görsel 7’de gösterildiği gibi, eskimiş ve zara görmüş (yırtılmış, yanmış, vb.) giysiler yeniden renklendirilerek veya farklı yöntemler ile (boyama, yeniden dikme, işleme vb.) yenilerek tekrar kullanılabilir.



Görsel 7 Onarma Örneği

Kaynak: <https://www.boredpanda.com/>

Fletcher (2010), tüketicilerin bakım ve kullanım yoluyla giysilerin ürün yaşam döngüsünü uzatmada da hayati bir rol oynadığını iddia etmektedir. Fashion Association (Moda Derneği) tarafından geliştirilen çerçeve ve Ellen McArthur Vakfı'nın tekstil ve giyimde döngüsel ekonomi hakkındaki son raporu endüstride giysi onarımını ve onarımını ürün yaşam döngüsünü uzatmak için önemli bir unsur olarak tanımlamıştır (Fletcher,2010).

Redesign (yeniden tasarımı)

Tekstillerin yeniden değerlendirilmesi kapsamında bir diğer önemli yöntem, Redesign; yeniden tasarlamaktır. Eski malzemelerin yeni moda ürünlere dönüştürülmesi, 21. yüzyılın başında popüler hale geldi. Yeniden kullanım ve yeniden tasarım bazen ekoverimlilik yaklaşımı olarak adlandırılır (Fletcher, 2008).

İkinci el kıyafetlerin aksine yeniden tasarlanan kıyafetlerde bazı değişiklikler yapılmaktadır. Bu değişiklikler kullanıcının fiziksel özelliklerine, kullanım alanına ve/veya ihtiyaçlarına göre planlanabilmekte ve farklı amaçla kullanılabilir bir ürüne dönüştürülerek yeni işlevler kazandırılmaktadır (Akdoğan,2019). Görsel 8'deki örnekte; kullanılmayacak olan bir erkek gömleği yeniden tasarlanarak ve ölçeklendirilerek bir kadın eteğine dönüştürülmüştür. Bu dönüşüm yeniden tasarım uygulamasına iyi bir örnek gösterilebilmektedir.



Görsel 8 Yeniden Tasarım Örneği

Kaynak: <http://www.trashtocouture.com/p/before-after.html>

Moda pazarları aşırı doymuş ve son derece etkili seri üretim sistemi nedeniyle dünya sadece yeni moda ürünleri ve moda dükkanları ile değil, aynı zamanda satılmamış giysilerle de dolu. Çoğu marka satılmayan ürünlerine çöpe atmakta ve atık olarak çöplerde yok olmasına izin vermektedir. Ancak bazı moda şirketleri, bu satılmayan giysilerle tasarımcılarla yeni bir şekilde birlikte çalışarak olumlu bir itibar oluşturmaya çalışıyor. Bazı durumlarda genç tasarımcılar satılmayan giysilerden oluşan benzersiz moda

koleksiyonları yaratmaya davet edilmektedir. Yeniden tasarlanan bu koleksiyonlar, medya yardımıyla sosyal etkinliklerde sunulmaktadır. Bu olgunun bir örneği, on üç genç tasarımcının moda markası bağışlarından elde ettikleri benzersiz modalarını, tüketici öncesi giysileri yeni giysilere dönüştürdüğü Helsinki'deki (8-9 Nisan 2011) ikinci ReUse Republic (yeniden kullanım) etkinliğinde gerçekleşmiştir (Niinimäki, 2013).

Bazı modacılar yaratıcı sürecin bir parçası olarak ikinci el giysileri kullanmayı tercih ederken, bazı tüketiciler ise çevresel duyarlıklarından dolayı yeniden tasarlanarak hayata geçirilmiş ikinci el ürünleri tercih etmektedirler. Üretimde ekonomik açıdan da değerlendirildiğinde İkinci el giysi stoklarını kullanmak yeni üretimlerde maliyet azaltmaktadır. Ayrıca, kullanım ömrü uzatılamayan ürünlerin geri dönüşüme aktarılması da atık miktarının azalmasında önemli rol almaktadır (Yıldırım, 2017).

Refuse (Kullanımı Reddetme)

Tekstilde sürdürülebilirlik kapsamında son yıllarda en çok ilgiyi toplayan bir diğer uygulama ise, refuse (kullanımı reddetme)dir. Bu anlayışta, kimyasal madde içeren, kullanılmış, doğada yok olmayan ve etik şolarak üretilmemiş ürünlerin kullanılmasının reddedilmesine vurgu yapılmaktadır. Bu prensipte etik şekilde üretilen; insan, doğa ve diğer canlılara zarar vermeyen, işçi haklarını önemseyen, ekolojik, geri dönüşümlü ürünlerin kullanımı tercih edilmektedir. Ayrıca, etik üretim kapsamında ipek kumaş ve hayvan kürkleri kullanımı da reddedilmektedir (Kurtuldu 2019). Aşağıda yer alan Görsel 9'da; ünlü bir giyim markasının gerçek hayvan kürkü kullanmadan ürettiği bir koleksiyondan örnek etiket gösterilmektedir. Marka bu koleksiyonunda ürettiği tüm hayvan kürkü görünümlü yapay ürünlerin üzerinde bu etiketi kullanmıştır.



Görsel 9 Kullanımı Reddetme Örneği

Kaynak: <https://style.nine.com.au>

Teknolojik gelişmelerin de desteği ile sosyal medyanın yaygınlaşması, tüketicilerin çevreye zararlı ürünleri kullanmak yerine daha uzun ömürlü ürünleri kullanılması için teşvik edici bir unsur olmuştur (Yıldırım, 2017).

Reduce (tüketimi azaltma)

Tüketimi azaltma(reduce) anlayışı kapsamında amaç daha az tüketmek, ihtiyaç dışı yeni ürün alımını engellemek, ekolojik veya ikinci el ürün alımına teşvik etmek, mevcudu daha verimli kullanmak, ihtiyaç dışı kalan ürünü atık değerlendirme döngüsüne dahil etmek gibi uygulamalar vurgulanmaktadır (Azaklı, 2018).



Görsel 10 Reduce Görsel

Kaynak: <https://www.femina.in>

Bu uygulama da kaynakların korunmasına katkı sağlanması hedeflenmektedir. Ancak ürünlerin geri kazanımı ve yenileme safhaları için malzeme ve işçilik gerektirmektedir. Bu yöntem, geçmişte gerek evlerde gerekse sanayide yaygın olarak uygulanmaktaydı. Günümüzde ise, yeni üretim ürünlerin düşük fiyatlarda tüketiciye sunulmasından dolayı bu uygulama yok olmuştur (Fletcher,2008).

Rot (çürüme, yok etme, bozunum)

Sürdürülebilirliğin çalışmalarından bir tanesi de doğada kendini yok edebilme özelliğine sahip olan ürünler üzerine çalışmalar gerçekleştirilmesidir. Bu kapsamda

organik, hammaddeye sahip tekstillerden faydalanılmakta, kullanım ömrü sona eren atık değerlendirme veya geri dönüştürme işlemleri uygulanamayan ürünlerin çürümesi, bozunması ve yok olması sağlanmaktadır (Sherburne, 2009).

Bu işlemin adına atık kompostlama denilmektedir. ‘Kompostlama, mikrobiyolojik faaliyetler ile kızıışmaya tabi tutulan katı atıkların içindeki organik maddelerin termofilik koşullarda biyolojik olarak bozuşturulmasını ve stabilizasyonunu sağlayan bir katı atık bertaraf yöntemidir (Erdin, 1981). Kompostlanmış pamuklar ile mantar yetiştirilebilmektedir. Kompostlanan Boya maddeleri ve kimyasallar içermeyen pamuk atıkları bazı yenilebilir mantarların özellikle istiridye mantarlarının büyümesi için ideal bir substrat oluşturmaktadır(Oh, Park ve ark.,2004) (Görsel 11).



Görsel 11 Atık pamuk kompostlama örneği

Kaynak: <https://istiridyemantaritohumu.wordpress.com/2019/05/19/saman-ve-pamuk-kompost-farklari-nelerdir-2/>

Günümüzde bazı markalar artık ürünlerini kompostlama yöntemi ile yok olacak bir başka değişle bozunacak şekilde tasarım ve üretim süreçlerini yönetmektedir. Örneğin Margreth Freitag markası, ürünlerinin maddelerini %100 biyobozunur kenevir, pamuk, keten gibi lifler ile üretmektedir (Kurtuldu, 2019).

Minimalizm

Minimalizm, en temel anlamıyla “değer sorgulama” olarak ifade edilebilmektedir. Bu anlayış bireylerin hayatlarına değer katan veya fazlalık olan şeylerin sorgulanmasına yardımcı olmaktadır. Karmaşadan uzaklaşarak yaşanan hayatın önemli noktalarına odaklanmayı sağlamayı amaçlamaktadır. Minimalist yaşam tarzını benimsemiş olan bireyler, sahip oldukları eşyaları ve yapılması gereken işlerin azaltılma için yollar aramaktadır. Minimalizm sadelik ve nesnelliği ön plana çıkmaktadır. Minimalist tüketimi benimseyen kimseler, daha az eşya olarak ihtiyaç dışı tüketimden kaçınmaktadır. Tüketilen ürünlerin sayısının azaltılması, doğal kaynak kullanımının azaltılması anlamına gelmektedir (Çetindağ, b.t.). Ayrıca, minimalist moda hızlı moda kavramına karşı çıkarak yavaş modayı savunmakta ve ihtiyaç dahilinde olan ne fazla tüketim ne de yetersiz alıma sebebiyet vermeden denge kurulmasını sağlayarak tüketimi azaltma kapsamına girdiği düşünülmektedir (Şenol, 2018).

Modüler tasarım

Fletcher’a (2008) göre, modüler ürünler tüketim mekanizmasının farklılığı, yeniliği ve çeşitliliği bakımından diğer tasarım fikirlerine göre daha çok tercih edilebilecek ürünlerdir. Modüler tasarım bir ürünün parçaları çıkartılabilir, tekrar takılabilir ve değiştirilebilir özellikleri sayesinde yeni bir ürün tasarlanmasına olanak sağlamaktadır. Bir başka ifade ile modüler tasarım çift yönlü, amaçlı kullanım anlamını da taşıyabilmektedir.

Rotem Lewinsohn tarafından tasarlanan “Wear Me Bag” ürünü, çok fazla plastik poşet kullanılmasını önlemek amacıyla alışveriş esnasında kullanım için tasarlanmıştır. Tasarlanan çanta günlük yaşamda kullanılabilen bir ürün olarak, fermuar yardımıyla yelek formuna dönüşebilir olarak tasarlanmıştır (Kaya, 2021).



Görsel 12 Modüler tasarım çanta örneği

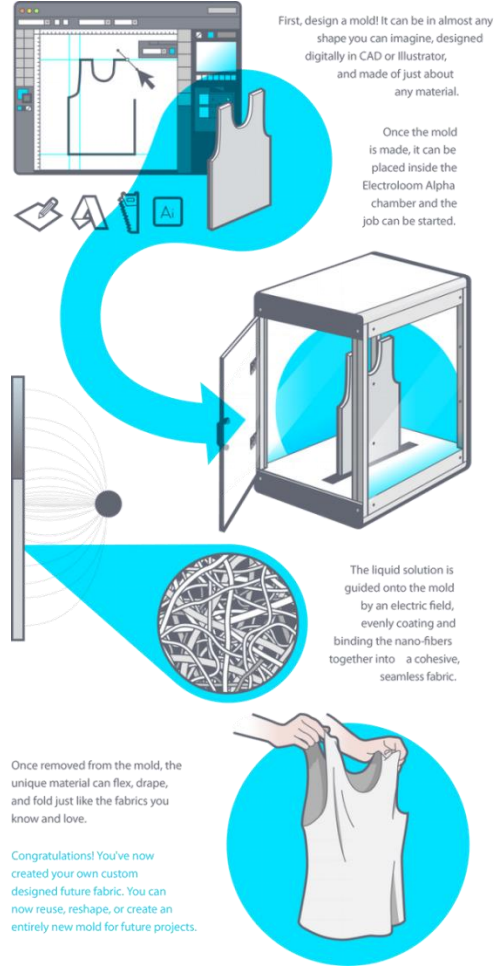
Kaynak: <https://www.designboom.com/project/wear-me-bag/>

Yeni teknolojiler

Sürdürülebilir uygulamalarda günümüz teknolojilerinden faydalanmak gerekmektedir. Yeni dijital teknolojiler, yerel olarak ve geleneksel endüstriyel seri üretime göre daha düşük çevresel etkiyle üretim imkanı sunmaktadır. Yeni dijital makineler büyük yatırımlar değildir ve yerel olarak üretime başlamayı kolaylaştırmaktadır. Tekstil baskı ve 3D (3 boyutlu) örme gibi dijital teknolojiler ile daha küçük miktarlarda üretim yapmak, fazla üretimden kaçınmak ve hatta sadece siparişe göre üretim yapmak mümkündür. Üstelik dijital üretim, bireysel ve benzersiz tasarımların üretilmesine olanak tanımaktadır (Mowbray, 2013).

Görsel 13'te de resmedildiği gibi, 3D üretim aşamaları şu şekildedir; İlk önce bir kalıp CAD veya İllustrator programında dijital olarak herhangi bir malzemeden olacak şekilde tasarlanmalıdır. Kalıp hazırlandıktan sonra baskı makinesinin özel bölmesine yerleştirilir ve üretim başlanabilir. Sıvı çözelti, bir elektrik alanı tarafından kalıba yönlendirilir, sonunda nano lifleri kaplar ve birbirine yapışan dikişsiz bir kumaşa bağlar.

Ürün kalıptan çıkarıldıktan sonra, benzersiz malzeme tıpkı bildiğimiz kumaşlar gibi esneyebilir, sarılabilir ve katlanabilir (<https://3dprintingindustry.com>).



Görsel 13 Yeni teknolojiler örneği

Kaynak: <https://3dprintingindustry.com>

Dijital tekstil baskısı, tasarımları farklı şekilde üretme şansı sunmaktadır. Yerli üretim, sınırlı sayıda veya siparişe göre üretim yapma, kişiye özel ve özgün tasarımla üretim yapma imkanı sağlamaktadır. Geleneksel baskı sistemleri büyük miktarlarda kimyasal, boya ve kumaş kullanmaktadır. Örneğin endüstriyel rotasyon baskı tekniği, baskı kalitesi ve renkler olması gerektiği gibi görünecek şekilde ayarlanmadan önce baskı sürecinin başlangıcında birkaç metreye ihtiyaç duyar (kusurlu ön baskı 15-20 metre bile sürebilir). Böylece dijital tekstil baskısı, karşılaştırmalı olarak çevresel faydalar sunmaktadır (Niinimaki, 2013).

Rotasyon baskıya kıyasla dijital tekstil baskısının çevresel faydaları aşağıdaki gibidir:

- %60'a varan enerji tasarrufu
- %80'e varan su tasarrufu
- %90'a varan mürekkep tasarrufu
- %90'a varan renk israfı tasarrufu
- %70'e varan stok azalması.

Dijital baskıda kumaş üzerine uygulanan boya miktarı hassas bir şekilde kontrol edilmekte ve bu da boya kullanımından tasarruf sağlamaktadır. Sadece ihtiyaca göre veya siparişlere göre baskı da yapılabilmekte ve bu sayede fazla üretimin önüne geçilmektedir. Ayrıca az miktarda kumaş ve hatta giysinin desenlerinin içine bile baskı yapmak mümkündür. Bu, kumaşın yanı sıra boyadan da tasarruf sağlamaktadır (Mowbray, 2013).

Second hand (ikinci el tüketim)

İkinci el, kelime anlamıyla daha önce başkası tarafından alınmış ve kullanılmış ürün demektir (Lawinsider dictionary,2021). İkinci el kıyafet denildiğinde, kıyafetin kirlî, eskimiş, kullanılamaz derecede hasarlı ürün olduğu düşünülmektedir ancak ikinci el kıyafet yeni, sıfır üründen hiçbir farkı olmayan kıyafet demektir. İkinci el kıyafet, birkaç kez giyilmiş veya hiç giyilmeden, etiketi üzerinde bulunan ürünlerden de oluşabilmektedir. İkinci el kullanımı ile hem sıfırdan yeni bir giysi tüketmeyerek doğaya ve çevreye zarar önlenmekte (bir çeşit geri dönüşüm yöntemi olarak ta değerlendirilebilir), hem uygun fiyatlı alışveriş ile bütçe tasarrufu yapılmakta hem de ihtiyaç sahiplerine yardım amaçlı satılan ikinci el ürünlerin alınması ile sosyal yardımda bulunulabilmektedir (İşçioğlu ve Yurdakul, 2018).

2.5. İkinci El Giysi Tüketimi

Sanayi devrimi öncesi ve hazır giyim endüstrisinin ortaya çıkmasından önce giysiler insanların genellikle en değerli eşyalarından biri olarak sayılmaktaydı. Ekonomik durumu kötü olanlar yeni giysilere ulaşamamakta, kullandıkları giysiler onların eline ulaşmadan önce birçok kez farklı ellerde kullanılmış olmaktadır. Yeni giysiler alabilecek kadar zengin olanlar ise sahip oldukları gardroplarına paha biçemez, giysilerini akraba ve hizmetçilerine miras olarak bırakabilecekleri değerli eşyalardan biri olarak görürlerdi (Crane,2003). Giysiler, çok pahalı ve değerli olmalarından dolayı bir ödeme yöntemi olarak altın yerine kullanılabilirdi. Hatta borçlanmalarda mücevher ve benzeri eşyaların yanında giysilerde rehin olarak verilmekteydi. 20. Yüzyılda teknolojik gelişmeler ve ülke ekonomilerindeki büyüme dalgası seri üretime geçilmesi ile giysilerin ucuzlaşmasına yol açmıştır. Böylelikle, ekonomik durum gözetmeksizin tüm kesimler tarafından rahatça ulaşılabilen giysiler vücudu kaplama, görevi dışına çıkmış sembolik bir anlam kazanmaya başlayarak bağımlılık nesnesine dönüşmüştür (Crane, 2003).

İkinci el giyim tüketimi tekstil atıklarının azaltılmasının yanı sıra sürdürülebilir yaşam çalışmalarının da önemli bir rol oynayan tüketim biçimidir. İkinci el giysi tüketimi, kullanılmayan eşyaların geri dönüştürülmesinin çevre dostu bir yolu olarak görülebilmektedir. Ayrıca bireylerin kullanmadıkları kıyafetlerinin israf edilmemesini sağlamaktadır (Gürsoy, 2010). İkinci el giysi tüketimine günümüzde hala insanlar birçok sebeplerle çekinerek yaklaşmaktadır ancak bu uygulamanın en iyi örneği İngiltere’de yardım mağazası uygulaması ile hayatını sürdürmektedir.

2.5.1. İngiltere’de İkinci El Giysi Tüketimi Ve Uygulamaları

İkinci el kültürünün tüm dünyada yayılmasından bugüne kadar özellikle yardım mağazası olgusu (charity shop) İngiliz toplumunda büyük kültürel öneme sahip olmuştur. Yardım mağazalarının işleyişi yasalarca belirlenmiş, belirli vergi muafiyetleri sağlanmış ve toplum içerisinde gönüllü çalışma ve bağış yapma gibi unsurlarında desteği ile kurum olarak sahiplenilmiştir. Günümüzde yaklaşık 400’den fazla yardım mağazasına sahip olan İngiltere’nin sistem olarak örnek alınması doğal bir sonuç olarak karşımıza

çıkılmaktadır (Özdemir, Özdemir, Furkan, 2009). İngiltere'nin en ünlü yardım mağazarından biri olan bugünkü adıyla Salvation Army kurucusu William Booth, İngiltere'nin savaş yıllarında üst düzey gelir grubuna sahip kişilerin ihtiyaç sahiplerine kullanmadıkları eşyaları ulaştırmak üzere bir kampanya başlatmıştır. Bu kampanya sebebiyle İngiltere'nin Lizbon şehrinde Salvage Store adı altında ilk ikinci el kıyafet ve eşyaların ucuza satıldığı mağaza açılmıştır. Ancak bu mağaza yalnızca gelir düzeyi düşük olan kişilere yardım amaçlı giysi sunulmasını sağlayan bir yapıya sahip olması nedeniyle bugünkü anlamı ile bir yardım mağazası sayılamamaktadır fakat temellerini attığı söylenebilmektedir (Hibbert, Horne ve Tagg, 2005). Oxford'da 1947 yılında açılan oxfam adlı mağaza kuruluş amacı, yapısı ve satış sistemi ile İngiltere'nin ilk yardım mağazası olma özelliğine sahiptir (Horne,2000). Oxfam günümüzde de Oxford'un Broad caddesindeki aynı yerde faaliyetine devam etmektedir.

Günümüzde İngiltere'de yaklaşık 11.200 mağaza: %84' ü İngiltere'de; % 8'i İskoçya'da; % 5'i Galler'de; % 3'ü Kuzey İrlanda'dadır. İrlanda Cumhuriyeti'nde 400'den fazla mağaza bulunmaktadır (Irish Charity Shops Association, 2019).

- Yönetimi ve Çalışanlar

İngiltere'de yardım mağazaları bir Sivil Toplum Kuruluşu (STK)'ya bağlı olarak çatı bir kurum tarafından yönetilmektedir. Bir STK'ya bağlı olmalarına rağmen birçok konuda inisiyatif alarak plan oluşturabilen mağaza yöneticileri tarafından her bir mağazayönetilmektedir. Mağazalarda da diğer çalışanlar, kasa görevlisi, mağaza içi görevlisi vb. genellikle gönüllü çalışanlardan oluşmaktadır (Horne, 1998). Ayrıca, mağazanın bütçesi ve ihtiyacı dahilinde ücretli çalışanlarda bulunmaktadır. Mağaza yöneticisinin görevleri arasında, çalışma saatlerini düzenleme, iş bölümü yapma, ürün kontrolü, raf düzenlemeleri ve ürünlerin fiyatlandırılması gibi işler bulunmaktadır. Diğer perakende mağazaları ile karşılaştırıldığında, yardım mağazalarında çalışanların ücretleri daha azdır ancak çalışma saatleri daha esnek olabilmektedir. Mağaza yöneticileri ve ücretli çalışanların yardım mağazalarını seçme nedeni ise, “anamlı bir şeyler yapmak” arzusuyla bu sistemde çalışmak istemeleri şeklinde yorumlanmaktadır (Broadbridge ve Parsons, 2005).

Gönüllü çalışanların bu mağazalarda çalışma kararı almalarının temelinde dini inanç ve sorumluluk motivasyonu var iken, günümüzde gönüllü çalışanları yardım mağazalarında çalışmaya teşvik eden birçok sebep bulunmaktadır (Horne ve Maddrell, 2004). Toplumdan bir neden ile uzaklaşmış kişilerin topluma yeniden kazandırılması unsuru temel amaçlardan biridir. İngiltere’de ilaç bağımlılığı, obezite gibi problemleri olan kişiler bu mağazalarda çalışarak toplum arasına karışmayı hedeflemektedirler. Ayrıca, genç işsiz olarak tabir edebileceğimiz maddi ihtiyaçlarını karşılayamayan gençlere iş tecrübesi sağlanması, ağır hastalıklar geçirmiş kişilerin sosyalleşmesi ve özellikle 60-65 yaş ve üzeri bireylerin toplumdan soyutlanmaması için gönüllü çalışması konusunda yardım mağazaları büyük destek vermektedir (Parsons,2004).

-Müşteri kitlesi

Yardım mağazalarından alışveriş yapan müşteri kitlesi de çalışanlar kadar önemli ve çeşitlilik göstermektedir. İngiltere de yardım mağazalarından alışveriş yapan müşteriler iki gruba ayrılmaktadır. Birinci grup; ürünlerin ucuzluğu sebebi ile mağazaları tercih eden gelir düzeyi düşük alım gücü az olan kimseler. İkinci grup; ürünlerin antika olması, nadir bulunan ürünler olması ve eski moda kıyafetleri tercih etmesi sebebiyle bu mağazaları tercih eden kişilerdir (Alexander, Cryer ve Wood, 2008). Yardım mağazalarından alışveriş yapan kesimin yaş aralığına ilişkin yapılan bir araştırmada İngiltere’nin güney batısında bulunan Bristol kentinde bir mağaza örneklendirilmiştir. Araştırmaya göre, müşterilerin 45 yaş ve üstünün %64, 25-44 yaş arasındakilerin %31, 25 yaş altındakilerin ise %5 olduğu tespit edilmiştir (Parsons, 2000).

Ayrıca araştırmada bahsi geçen müşterilerin %78’inin en az haftada bir kez yardım mağazasına uğradığı ve her gelişinde ortalama 2,14 pound (yaklaşık 27,18 TL) harcadığı belirlenmiştir. Ek olarak, müşterilerin yardım mağazalarına sadece alışveriş yapmak için değil, ürünleri incelemek, müşteriler ve çalışanlarla sohbet etmek açısından rahatlatıcı bir ortam olduğunu düşündükleri için gittiklerini belirtmişlerdir (Parsons, 2000).

-Bağışlanma nedeni

İngiltere’de yardım mağazalarına ürünlerin bağışlanma nedeni ile ilgili yapılan araştırmalardan biri 2005 yılında yapılmıştır (Hibbert, Horne ve Tagg, 2005). Bu

araştırmaya göre, insanların evlerinde yaptıkları büyük temizlikler sonrası istenmeyen, kullanılmayan fazla eşyalarını bağışlaması birinci sırada yer almıştır. Diğer bağışlanma nedenleri çokta farklı olmamakla birlikte temelinde eşyalardan en iyi ve faydalı şekilde kurtulma mantığının yattığı söylenebilir. Söz konusu araştırmada bağışlanma nedenlerinden ikincisi, eski eşyaların yerine yeni eşyaların alınması için yer açma, üçüncü sırada taşınma ve dördüncü sırada ise kaybedilen yakının eşyalarının bağışlanması yer almaktadır (Chattoe,2000).

-Mağazaların fiziki yapısı

Yardım mağazalarının fiziki yapısı incelendiğinde diğer perakende satış yapan mağazalardan farklı değildir. Ancak mağazalara dikkatlice bakıldığında ürün çeşitliliğinden dolayı normal bir mağaza olmadığı anlaşılmaktadır. Özellikle son yıllarda yardım mağazalarının vitrin tasarımlarındaki görsellik perakende mağazalar ile yarışacak kadar dikkat çekici olmaya başlamıştır. Dahası, yardım mağazaları kendi aralarında dekorasyon ve düzen gibi konularda yarışmalar düzenleyerek ödüller almaktadırlar (Özdemir, Özdemir, Furkan, 2009).

Ayrıca, daha önceki yıllarda ara sokaklarda yer alan yardım mağazalarının ana caddelere taşınması diğer perakende mağazalar ile eşit şartlarda varlıklarını sürdürmelerine yardımcı olan unsurlardan biridir. Fakat ana cadde de mağaza olmasının avantajları olduğu gibi dezavantajları da vardır. Depolama sistemi ile çalışan yardım mağazaları için ürün nakletme işlemi ana caddelerde daha rahat olsa da, bağışlanma yöntemi ile ürün toplayan mağazalar için ana cadde de bağışçının ürünleri araçlarından indirip taşımaları zorluklara sebep olmaktadır (Chattoe,2000). Bunun yanı sıra bağışlanma usulü ile ürün alan mağazalar için kira gideri de büyük önem taşımaktadır. Yardım faaliyetleri yürütmekte olan kuruluşlar için genel olarak kira karar verme süreçlerinde çok önemlidir. Mağazanın kirası ne kadar az olur ise ürünlerden toplanacak olan gelirin o kadar az bir miktarı kira gideri için sarf edilmiş olacaktır. Ana caddelerde kiralar daha yüksekken, ara sokaklarda daha ehvenişer oranlarda kiralar olması çoğu mağazanın ara sokakta kalmayı tercih etmesine yol açmıştır (Horne ve Maddrell, 2004). Ayrıca, mağaza bölgesi seçilirken müşteri kitlesine dikkat edilmiştir. Örneğin yardım amaçlı ürün alan kesimin yaşadığı ya

da yaşayabileceği gelir düzeyi orta ve iyi olan bölgelere ağırlıklı olarak ürün geliri yardım kuruluşuna gidecek olan mağazalar açılmıştır (Alexander ve Cryer, 2008).

- Ürün toplama yöntemi

İngiltere’de yardım mağazalarında ürünlerin toplanma yolu çeşitlilik göstermektedir. Bu yöntemlerden en yaygın olanı, bağışçının ürünü doğrudan mağazaya getirmesidir. Bunun yanı sıra yardım mağazaları bağış kutuları (Görsel 22), bağış konteynırları gibi yöntemleri de tercih etmektedirler. Bu kutular genellikle insanların yoğun trafiğinin olduğu alışveriş merkezleri, kilise, okul, kreş gibi yerlere bırakılması İngiltere’de aktif bir bağış toplama yöntemi olarak kullanılmaktadır. İşlek caddelerde ki mağazalarda ise, çalışanların yoğunluğu veya mağazanın içerisindeki yoğunluk göz önünde bulundurularak bağış kutularının mağaza önüne de yerleştirildiği bilinmektedir (Horne ve Maddrell, 2004).

Diğer bir bağış toplama yöntemi ise kapılar bırakılan büyük bağış toplama poşetlerdir. Bu poşetlerin üzerinde bağışı toplayan STK’nın adı, bağış çeşidi ve ne zaman poşetlerin gelinerek toplanacağı belirtilmektedir. Bu yöntem ile zengin sınıfa nazaran orta sınıfın yaşadığı bölgelerden daha çok verim alındığı gözlenmiştir (Horne ve Maddrell, 2004).

Ayrıca yardım mağazaları okullar aracılığı ile de bağış toplamaktadır. Bu yöntemde, toplanan bağışlarda hazırlanan broşürler ve bağış poşetleri öğrenciler aracılığı ile evlerine gönderilmekte ve evlerden bağışlar toplanarak okulda biriktirilerek ilgili STK’nın belirteceği tarihte gelip alınmak üzere bekletilmektedir (Parsons, 2004).



Görsel 14 Oxfam giysi toplama kutusu

Kaynak: <https://commons.wikimedia.org/wiki>

- Ürün satış öncesi hazırlık ve fiyatlandırma

Bağış için toplanan bu ürünlerin tadilat, tamirat ve temizliği de önemli bir konudur. Eskiden yardım mağazalarının arka bölümlerinde ürünler yıkanıp, tamir edilip, ütülenip satışa hazır hale getirilirken günümüzde hem mağaza sayılarının artması hem ürünlerin çokluğu hem de istihdam edilen çalışanların yetişememesi sebebiyle bu yöntem oldukça zordur. Bu sebeple bu tür bir hazırlık aşaması bağışçılardan talep edilerek, getirdikleri ürünleri yıkanmış şekilde bağışlamaları rica edilmektedir. Her bağışçı bu şekilde bir titizlik göstermediğinden bu tip durumlarda kuru temizlemelerden hizmet alınmaktadır (Horne ve Maddrell, 2004).

Ürünlerin satılacak pozisyona gelmesi aşamasının önemli bir bölümü de fiyatlandırmadır. Ürünler hak ettiği ve ederi kadar fiyatlandırılmalı, uzun süre satılmadığı takdirde fiyatlandırma gözden geçirilmelidir. Fiyatlandırma yapıldıktan sonra ürünün fiyatının müşteriye sunulması da önemlidir. Profesyonel görünümlü fiyat etiketleri satışta etkili olmaktadır. Örnek olarak, İngiltere'nin OXFAM mağazası logosunu yansıtan beyaz etiket üzerine yeşil renk ile fiyatları belirtmektedir(Görsel 23). Araştırmacıların görüşleri, bu logonun kurumun temel politikasını da çok iyi yansıttığı yönündedir (Parsons, 2004).



Görsel 15 OXFAM ürün etiketi örneği

Kaynak: <http://rosengl.blogspot.com/2015/05/oxfam.html>

Yardım mağazalarının satış politikaları arasında, dönemsel indirimler, çoklu satışlara özel fiyatlandırmalar, sepet içerisinden satış (bu sepetin içerisindeki ürünler yalnızca 1 pound vb.) gibi yöntemler yaygınlıkla kullanılmaktadır. Bu yöntemler sayesinde hem müşterilerin ilgisi çekilmekte hem de satışlarda artış gözlenmektedir. Ayrıca satılmayan ürünler diğer zincir bağış mağazalarına gönderilerek sirkülasyonu sağlanmaktadır. Bu yöntem hem depoda yeni ürünlere yer açılmasına hem de ürün satışının diğer mağazalara gönderilmesi ile artışına destek vermektedir (Croft, 2003).

İngiltere Yardım Mağazası Örnekleri

İngiltere’de 100 yıla yakın zamandır yardım derneklerinin ikinci el satış yapan mağazaları bulunmaktadır. Söz konusu mağazalar gerek vitrinleri ile gerek verdikleri çeşitli reklamlar ve gerek ise öncü oldukları organizasyonlar ile popülerliklerini günden güne arttırmaktadır. İngiltere’nin önde gelen yardım derneği mağazalarına ilişkin bilgilendirmeler aşağıda detaylandırılmaktadır.

OXFAM

Oxfam, 1942’de kurulan ve Oxfam International tarafından yönetilen İngiltere’nin en eski ve köklü yardım mağazası zinciridir. Küresel yoksulluğun azaltılmasına odaklanan 20

bağımsız yardım kuruluşundan oluşan Oxfam, İngiliz merkezli bir konfederasyondur. Yerelden küresele tüm bölgelerde, kalıcı bir değişim sağlamak için çalışmalarını yürütmektedir (<https://www.oxfam.org.uk/>).



Görsel 16 OXFAM mağazası

Kaynak: <https://www.bedfordindependent.co.uk>

Oxfam'ın dünyanın her yerinde, 1948'de ilk yardım mağazasının açılmasından bu yana birçok bağışlanmış ikinci el ürün satan mağazaları bulunmaktadır. Stoklarının çoğu kamu bağışlarından gelmektedir. 2010 itibarıyla, Oxfam'ın dünya çapında 1.200'den fazla mağazası (Görsel 32) vardır. Bunların yarısından fazlası, kitap, müzik, mobilya ve gelinlik gibi özel mağazalar da dahil olmak üzere yaklaşık 750 mağazası bulunmaktadır (<https://www.oxfam.org.uk/>).

Geri dönüşüm tesisi Wastesaver yoluyla, mağazalarda satılmayan ürünlerini geri dönüştürerek tüketimi de en aza indirmektedir. Kuruluş, Oxfam On-line Mağazasında, Oxfam Festival Mağazalarımızda satılmak üzere veya kıyafetleri yeniden biçimlendiren ve kumaşları yeniden kullanan moda tasarımcılarına satılmak da dahil olmak üzere, her ürün yoksulluğu ortadan kaldıran proje için gelire dönüşmektedir (<https://www.circularonline.co.uk/news/cross-party-mps-support-oxfams-second-hand-september/>).

British Red Cross (İngiliz Kızılhaç Derneği)

Dernek, dünya çapındaki tarafsız insani yardım ağı Uluslararası Kızılhaç ve Kızılay Hareketi'nin Birleşik Krallık organıdır. Çalışmalarının merkezinde, hem Birleşik Krallık'ta hem de denizaşırı ülkelerde krizdeki insanlara yardım sağlamak bulunmaktadır. Kızıl Haç, etnik kökenleri, milliyetleri, siyasi inançları veya dinleri ne olursa olsun ayırım gözetmeksizin insanlara yardım etmeyi hedeflemektedir (<https://www.redcross.org.uk/>).



Görsel 17 British Red Cross mağazası

Kaynak: <https://www.eccleshoppingcentre.co.uk/shops/british-red-cross/>

Satış mağazalarında (Görsel 28), ikinci el kullanılmayan giysileri kabul eden kuruluş, tercihen temiz ve kullanılabilir giysileri istemektedir. İkinci el giysilerin yanında eski ve kullanılmayan tekstil ürünlerini de kabul eden kuruluş, tekstil geri dönüşümü yoluyla da para toplayarak yardıma dönüştürmektedir(<https://www.redcross.org.uk/>).

Cancer Research Center (Kanser Araştırma Merkezi)

Kanser tedavisi için stratejiler geliştiren kanser araştırma merkezi, tüm gelirini kanser araştırmalarına aktarmaktadır. Merkezin elde ettiği gelir yollarından bir tanesi ikinci el ürün satış yoluyla gerçekleşmektedir. Merkezin ikinci el mağazası (Görsel 29), İkinci el giyim ve aksesuarlar bağışlarını elden teslim mağazaya kabul ederek satışını gerçekleştirmektedir (<https://www.cancerresearch.org/en-us/join-the-cause/other-ways-to-give/shop-online>).



Görsel 18 Canser Research UK mağazası

Kaynak:<https://www.thirdsector.co.uk/cancer-research-uk>

AGE UK

Age UK, yardıma muhtaç olan yaşlı insanlara yardımcı olmayı amaçlamaktadır. Satılan ikinci el giysilerin geliri, yaşlı kişilere yardım ve destek amacıyla kullanılmaktadır. Kuruluş, ürün bağışlarını direk mağazaya (Görsel 24) getirilmesi yoluyla kabul etmektedir (<https://www.thirdsector.co.uk/age-uk>).



Görsel 19 Age UK mağazası

Kaynak:<https://www.thirdsector.co.uk/age-uk>

Mağazalarda giyim, aksesuarları ve ayakkabı satışı bulunmaktadır. Hasarlı, kırılmış, eksik veya güvensiz eşyalar, güvenlik ekipmanları, videokasetler ve kasetler, gerçek kürk, elbise askıları ve yorgan, yastık ve büyük perdeler gibi büyük ev eşyalarını kabul etmemektedir (<https://www.ageuk.org.uk/>).

Salvation Army International

Salvation Army'nin ticaret kolu Salvation Army Trading Company Ltd. (SATCOL), Birleşik Krallık ve İrlanda Cumhuriyeti'ndeki muhtaç kişilere yardım etmeyi hedefleyen bir kuruluştur. Kuruluş, kullanılmayan giysi ve eşyaları yeniden kullanılması için yardım mağazalarında (Görsel 35) satışa çıkarmakta ve kullanılamayacak durumda olan ürünleri de geri dönüşüm için bağış olarak kabul etmektedir. Bağışları giysi toplama bankaları, yardım kurumları ve bağış merkezleriyle toplayan kuruluş, satışlardan elde ettiği geliri ihtiyaç sahipleri ile paylaşılmaktadır (<https://www.salvationarmy.org.uk/>).



Görsel 20 The Salvation Army mağazası

Kaynak: <https://www.alamy.com>

ALALA (All for Love And Love For All)

Kuruluş, doğal veya insan kaynaklı afetler nedeniyle kayıp ve travma yaşayan öksüz çocukları desteklemek ve onlara yardım etmek amacı ile çalışmaktadır. Yaşanmış olabilecek travmayı hafifletmek için sanat, drama, müzik gibi atölye çalışmalarını kolaylaştırmak için yardım toplamaktadır Bu çocuklara yiyecek ve giyecek sağlayarak maddi destek sunmak hedeflerinden biridir.



Görsel 21 ALALA Mağazası

Kaynak: <http://www.alala.org.uk/>

Sürdürülebilir yetimhaneler inşa etmek veya mevcut olanlara sürdürülebilirliği dahil etmekte hedefleri arasında yer almaktadır. ALALA mağazaları(Görsel 25) bağışlanan giysileri direk olarak mağazalardan teslim almakta ve gelirini derneğe direk aktarılmaktadır (<http://www.alala.org.uk/>).

Barnardo's

Kuruluş, uyuşturucu kullanımından, engelliliğe, cinsel istismardan, aile içi şiddete kadar çok çeşitli sorunlarla karşı karşıya kalan çocukları ve gençleri desteklemek ve korumak amacıyla kurulmuştur. Yardım mağazaları (Görsel 26) bulunan kuruluşun satışlardan elde edilen gelir ile çocuklara, gençlere, ebeveynlere ve ihtiyaç sahibi kişilerin bakıcılarına yardım amaçlamaktadır. Barnardo's mağazalara direk götürülen veya gönderilen ürünler ile bağışları kabul etmektedir (<https://www.barnardos.org.uk/>).



Görsel 22 Barnardo's Mağazası

Kaynak: <https://www.thirdsector.co.uk/income-barnardos-charity-shops>

Brandon Trust

Brandon Trust, öğrenme güçlüğü, otizm veya her ikisine birden sahip çocukların, gençlerin ve yetişkinlerin hayatı seçtikleri şekilde yaşamalarını sağlamak amacıyla kurulmuş bir yardım derneğidir. Direk mağazalara (Görsel 27) getirilerek bağışlanan ikinci el ürünlerin satışından elde edilen gelir derneğin hesabına aktarılarak ihtiyaç sahiplerine yardım amaçlı kullanılmaktadır (<https://www.brandontrust.org>)



Görsel 23 Brandon trust mağazası

Kaynak: <https://www.brandontrust.org/support-us/charity-shops/>

Fara

Romanya'da istismar ve ihmale uğrayan çocuklara yardımcı olmak amaçlı fon oluşturmak için satış yapan kuruluş, İngiltere'nin önde gelen ikinci el satış mağazalarının arasında yerini almaktadır. Fara mağazaları (Görsel 30), ikinci el, eskimiş ve vintage giysileri kabul ederek satışını yapmaktadır (<https://www.faracharity.org/>).



Görsel 24 FARA mağazası

Kaynak: <https://www.allinlondon.co.uk/directory/charity-shops/110535-the-fara-charity-shop>

Middleton Elderly Aid

Kuruluş mağazaları aracılığı ile, kullanılmayan giysileri bağış olarak kabul etmekte ve ihtiyaç sahibi 60'yaş üstü inşalara yardımda bulunmaktadır. Genellikle kullanılabilir durumda olan temiz giysileri kabul eden kuruluş, kirli, hasarlıve kullanılamaz durumda olan ürünleri de kabul etmekte ancak bu ürünlerin ayrı olarak paketlenmiş bir biçimde teslim edilmesini talep etmektedir. Gönüllü insanların çalıştığı Middleton Elderly Aid mağazalarında (Görsel 31), kullanılamaz halde getirilen ürünler temizlenerek tamir edilmekte ve yenilenmiş halleri ile mağazada satışa çıkarılmaktadır (<https://middletonelderlyaid.org.uk>).



Görsel 25 Middleton Elderly Aid mağazası

Kaynak: <https://middletonelderlyaid.org.uk/shop/>

Sense

Sense kuruluşu, işitme engelli veya karmaşık engelleri olan çocuklar ve yetişkinler için yardım toplayan bir yapılanmadır. Kuruluş, kullanılmayan giysileri toplayarak kendinin kurmuş olduğu yardım mağazalarında satmakta ve gelirini temsil ettikleri engellilere vermektedir. Sense, kullanılmayan giysileri belirli alanlarda kurmuş olduğu toplama alanlarından almakta ve ayrıca bağışları mağazalara (Görsel 33) teslim yoluyla da kabul etmektedir (<https://www.sense.org.uk/>).



Görsel 26 Sense mağazası

Kaynak:<https://www.leaderlive.co.uk/news>

Shelter

Shelter kuruluşu, kötü barınma koşullarında yaşayan kişiler ve evsiz ailelerin ihtiyaçları için yardım toplamaktadır. Kullanılmayan ve ikinci el giysileri toplayarak mağazalarında (Görsel 34) satışını gerçekleştiren kurum, ürünlerden elde ettiği geliri temsil ettiği ihtiyaç sahiplerine vermektedir (<https://england.shelter.org.uk/>).



Görsel 27 Shelter mağazası

Kaynak:<https://www.pattoncharityshops.co.uk>

Textile Reuse And International Development (TRAID)(Tekstilin Yeniden Kullanımı ve Uluslararası Gelişim)

TRAID, giysilerin atılmasını önlemek için çalışan bir yardım kurumudur. Giysilerin çevresel ve sosyal etkilerini azaltmak için kıyafet atıklarını fon ve kaynağa dönüştürmektedir. Sürdürülebilirlik adına, eğitimden, uluslararası kalkınma, kıyafetlerin ömrünü uzatma ve dönüştürmeye kadar moda endüstrisindeki çevre ve çalışma uygulamalarını iyileştirmek için finanse edilen projeleri olan kuruluşun amaçları arasında; Birleşik Krallık'ta giysilerin yeniden kullanımını artırmak, atıkları, karbon emisyonlarını

ve tüketimi azaltmak, tekstil endüstrisindeki koşulları ve çalışma uygulamalarını iyileştirmek için uluslararası geliştirme projelerini finanse etmek, her yaştan insanı tekstil ürünlerinin çevreye ve insanların yaşamlarına etkileri ve nasıl daha sürdürülebilir seçimler yapabileceği konusunda eğitmek hedefi ile çalışmalarını yürütmektedir (<https://www.traid.org.uk/about-traid/>). Giysi onarım merkezi olmayan kuruluş, temiz ve iyi durumdaki giysileri önceden randevu ile ağırlama yöntemi ile kendi araçlarıyla adresten almakta ve mağazalarında (Görsel 36) satışa sunmaktadır.



Görsel 28 Traid mağazası

Kaynak:<https://www.buildington.co.uk>

Kuruluş, yardıma muhtaç hasta ve hasta yakınlarına bakım ve yardımda bulunmayı amaçlamaktadır. Nakdi bağış toplamanın yanı sıra yardım mağazaları (Görsel 37) bulunan yapı, ikinci el giysi satışı gerçekleştirmekte ve elde ettiği gelir ile yardımlarını sağlamaktadır (<https://www.royaltrinityhospice.london/>).



Görsel 29 Royal Trinity Hospice mağazası

Kaynak:<http://positivelyputney.co.uk/listings/royal-trinity-hospice-2/royal-trinity-hospice-high-street/>

2.5.2. Türkiye’de İkinci El Giysi Tüketimi ve Uygulamaları

İkinci el giysi tüketimi yüzyıllardır Avrupa ve Amerika’da yaygın olarak tüketiciler tarafından tercih edilen ve benimsenmiş bir kültür olmasına rağmen Türkiye’de henüz tam olarak yerleşmiş bir ikinci el kültürü olduğu söylenememektedir (Bal, 2018). Türkiye’de ikinci el kavramı dört başlık altında incelenebilmektedir.

Kültürel ikinci el kullanımı (nesilden-nesile aktarım)

Ülkemizde ikinci el giysi kullanımının en eski yöntemi nesilden nesile giysi aktarımıdır. Türk kültürünün yerleşmiş en yaygın paylaşma olgusu kullanılmayan giysilerin eş, dost, akraba diyebileceğimiz çevrelere verilerek sürdürülmesinin sağlanmasıdır. Geçmişten günümüze birçok çocuk ve genç kendinden sonra gelen nesle küçülmüş veya kullanmadığı giysilerini vermiştir. Yapılan gözlemler ve deneyim aktarımı sonucunda, Türkiye’de yaşayan insanlarda hala devam eden bir nesilden nesile aktarım uygulaması olduğu söylenebilmektedir (Kipöz,2019). Bu nesilden nesile aktarım, aile içerisinde kardeşten kardeşe veya yaşça küçük akrabaya verme veya yakın çevrede ihtiyaç sahiplerine dağıtma olarak gözlenmektedir (Hilooğlu, 2011).

Sosyal yardımlaşma (ihtiyaç sahiplerine verme)

Toplumsal yardımlaşma olgusu Osmanlı Devleti döneminden bu yana Türk kültürüne yerleşmiş bir kavram olmuştur. Osmanlı Devletindeki vakıf sistemi bu yardımlaşmanın en somut örneklerinden birini oluşturmaktadır. Geçmiş dönemlerde söz konusu yardımlaşmaları sağlayan vakıf müesseseleri eşya yardım almakta ve o dönemlerde müesse tarafından bilinen ihtiyaç sahiplerine ulaştırılmaktaydı. Bu vakıf sistemi, değişen dünya şartları ve ekonomik gelişmelere uyum sağlayamamış ve zaman içerisinde modern toplumunda gereklilikleri doğrultusunda daha farklı yardımlaşma türlerine dönüşmüş ve Sivil Toplum Kuruluşları aracılığı ile nakdi yardıma dönüşmüştür (Özdemir, Özdemir, Furkan, 2009).

Ülkemizde yardımlaşma için farklı farklı kurumlarca giysi bağışları toplanmakta hatta bireysel olarak vatandaşlar da yardımları toplayarak ihtiyaç sahiplerine iletmektedir. Ancak yapılan araştırmalar sonucunda bu toplama çeşitliliği hem yeterince henüz yaygınlaştırılmamış durumda hem de tek bir sistem olmayışı insanlarda güven olgusunda soru işaretleri bırakabilmektedir (Çarkoğlu ve Aytaç, 2016).

Türkiye’de ikinci el giysilerin değerlendirilerek ihtiyaç sahiplerine ulaştırılması amacıyla toplayan kurum, kuruluş ve bireysel girişimlere ilişkin bazı örnekler aşağıda detaylandırılmaktadır.

Türk Kızılayı

Türk Kızılayı’nın kuruluş amacı, afetlerde ve olağan dönemlerde ihtiyaç sahiplerine yardım desteği vermek, toplumda yardımlaşmayı vurgulayarak geliştirmek ve güvenli ve ulaşılabilir kan teminini gerçekleştirmektir. Ülkemizde en yaygın bilinen kullanılmış/ikinciel giysi projesi kamu kuruluşu olan, Türk Kızılayı Kurumu’nun ‘Giysi Kutusu’ projesidir. Afetlerde ve ihtiyaç sahiplerinin acil barınma ve beslenme ihtiyaçlarının karşılanması için kurulan Türk Kızılayı, pilot bir uygulama ile Ankara ilinde tekstil ürünleri geri dönüşümü için bir çalışma başlatmıştır. Bu çalışma kapsamında insanların kullanmadığı ikinci el kıyafetleri toplama kutuları (Görsel 14) vasıtası ile toplayarak, giyilebilir olan tekstil malzemelerini, gerekli aşamalardan geçirdikten sonra yardıma muhtaç olan insanlara ulaştırmaktadır (<https://giysikutusu.kizilay.org.tr/proje-hakkinda.html>). Kurum, toplanan bağışları ayrıştırarak kullanılabilir durumda olan giysileri ihtiyaç sahiplerine vermektedir. Ayrıştırma sonrası kullanılamaz durumda olan tekstil malzemelerinin ise geri dönüşüme kazandırılmak üzere satışı yapılarak elde edilecek olan gelir ile projenin devam etmesi planlanmaktadır. Bu kapsamında öncelikle Ankara’nın bazı ilçelerinde toplama kutuları bulunmaktadır (<https://giysikutusu.kizilay.org.tr/proje-hakkinda.html>). Bağışçılar söz konusu kutuların konumlarına kurumun web sitesi üzerinden ulaşabilmektedir.



Görsel 30 Türkiye Kızılayı giysi kutusu örneği

Kaynak: <https://giysikutusu.kizilay.org.tr/proje-hakinda.html>

Lösemili Çocuklar Vakfı (Lösev)

Lösemili çocuklar vakfının kuruluş amacı, lösemili ve kan hastası çocukların, sağlık ve eğitim başta olmak üzere her türlü ihtiyaçlarının sağlanmasına yardımcı olmanın yanısıra kalıtsal ve edinsel kan hastalıkları konusunda ulusal düzeyde tedavi, eğitim ve araştırma kurumları kurmak ve işletmektir. Vakıf, hastalığa yakalanmış olan ihtiyaç sahibi çocukların ve ailelerine ulaştırılmak üzere kullanılmış giysileri, oyuncakları ve diğer ihtiyaçları toplamaktadır. İkinci el kullanılabilir durumda giyim eşyalarını, temizlenmiş ve ütülenmiş bir şekilde kabul eden kurum, bağışları merkezlerinde kabul etmekte ve herhangi dışarıda bir toplama noktası tercih etmemektedir. Lösemili Çocuklar Vakfı, ikinci el yardımlar ile ilgili bir bağış kılavuzu (Görsel 15) oluşturmuş ve resmi web sitesinde bağış yöntemlerini detaylı içeren kılavuzu yayımlamaktadır(<https://www.losev.org.tr/duyurular/yardim.htm>).



Yardıms severler için 2. el bağış kılavuzu

Neler gönderelim:

Buzdolabı, çamaşır makinesi, televizyon, ütü, genç odası mobilyaları, kanep ve koltuk takımları, bisiklet, play station, bilgisayar, oyuncak, çizme, bot, kaban, palto, mont, ayakkabı, pantolon, etek, elbise, tişört, kazak, hırka, gömlek, bluz

Nasıl gönderelim:

- İkinci El Yardımlarda, kullanılabilir durumda giyim eşyalarını, temizlenmiş ve ütülenmiş bir biçimde (eğer yapılırsanız, poşetlenmiş olarak) teslim almayı ilke olarak benimsemiş bulunmaktayız. Bu doğrultuda mevsime uygun giyim eşyaları ailelerimizin talepleri doğrultusunda ve gereksinimleri göz önüne alınarak onlara ulaştırılmaktadır.
- Yardımların doğrudan vakıf adresine teslim edilmesi gerekmektedir.
- Elektrikli aletler ve beyaz eşyalar çalışır durumda ve temiz olmalıdır.
- Mobilya bağışları bağışçıdan alınarak doğrudan aileye aktarılmaktadır. İlgili eşyaya gereksinim duyan ailenin belirlenmesi amacıyla Vakfımız ile telefon görüşmesi yapılması uygun olacaktır.
- Telefon görüşmesi ardından eşyanın işlevselliğinin kontrol edilmesi amacıyla sosyal hizmetler departmanında görevli arkadaşlarımızın ziyaretine hazır olmalısınız. Bu amaçla sizden randevu talep edilecektir.
- Ziyaretinize gelecek arkadaşlarımız bağışlayacağınız eşyayı ailemizin ihtiyaçlarına uygun buldukları takdirde teslim alacaktır.
- Eşyaların nakli için araç ve taşıma konusunda destek beklenmektedir.

Bazı ricalarımız var:

- 2. el kitap ve ansiklopedileri bağışlamak istiyorsanız, imkanları sınırlı okullara yapacağımız gönderimlerle bağışlarımızın amacına daha uygun değerlendirilmesini sağlayabilirsiniz.
- Yırtığı söküğü olan yada yıpranmış kıyafetler, iç çamaşırı, kırık oyuncak, büyük parçalı ev eşyaları, kullanılmış nevresim takımı, yatak yorgan gibi eşyaları kabul edemiyoruz.
- Ankara dışından yapılacak yardımlarda gönderim ücretlerinin gönderici tarafından karşılanmasını rica ediyoruz. Aksi halde gönderimlerin teslim alınamayacağına üzülecek belirtiriz.

Görsel 31 Lösev 2. El bağış kılavuzu

Kaynak: <https://www.losev.org.tr/duyurular/yardim.htm>

Türkiye Çağdaş Yaşamı Destekleme Derneği

Türkiye Çağdaş Yaşamı Destekleme Vakfı, kardeş kuruluşu olan Çağdaş Yaşamı Destekleme Derneği, eğitim, kültür ve sanat projeleri geliştiren bir eğitim vakfıdır. Çeşitli organizasyon ve projeler ile ihtiyaç sahibi öğrencilere burs desteğinin yanı sıra, sosyal yardımda bulunan dernek, öğrencilerin kişisel gelişim çalışmalarına katkıda bulunmayı hedeflemektedir. Ayrıca, Çağdaş Yaşamı Destekleme Derneği İktisadi İşletmeleri belirli illerde Çağdaş Yaşam'a yönelik projeler tanıtılarak toplumda farkındalık yaratmak için kendi proje ve ürünleri hayata geçirmektedir(<https://www.cydd.org.tr/>).



Görsel 32 Çağdaş Yaşamı Destekleme Derneği İktisadi İşletmesi İkinci El Satış Mağazası Depo Örneği

Kaynak: ÇYDD-Çağdaş Yaşamı Destekleme Derneği Resmi Facebook Sayfası

Bu kapsamda, Ankara, İstanbul ve İzmir derneğin İktisadi İşletmesi'nin hediye ve ikinci el eşya mağazası bulunmaktadır (Görsel 16). Bu mağazalarda satılan ürünlerin hem geliri ihtiyaç sahibi çocukların ve gençlerin geleceğine katkı amaçlı derneğe aktarılmaktadır hem de giyilebilir durumdaki giysiler ihtiyaç sahibi gençlere ulaştırılmaktadır. Bağışlanan ürünler, derneğin resmi görevlisi gözetiminde komisyon gönüllüleri ve gönüllü çalışan öğrenciler tarafından ayrıştırılır, satışa uygun olanlar iktisadi işletmenin mağazasında ve kermeslerde satışa ayrılmaktadır. İhtiyaç sahibi öğrencilerin kullanabileceği ürünler onlara ulaştırılmak üzere depolanmaktadır (<https://www.facebook.com/CagdasYasamDD>)

İstanbul Büyükşehir Belediyesi Kadın Koordinasyon Merkezi

Kadın Koordinasyon Merkezi, İstanbul Büyükşehir Belediyesi bünyesinde Belediye'ye sosyal yardımlara yönelik atfedilmiş görevlerin yerine getirilmesini ve ihtiyaç sahiplerine uygun sosyal yardım ve hizmet modelinin belirlenmesini sağlamak amacıyla kurulmuştur. Bu görev kapsamında Merkez, kullanılmayan, eskimiş giysileri toplayarak ihtiyaç sahiplerine ulaştırmayı amaçlayan bir proje yürütmektedir. Eskimiş, yıpranmış veya kirli giysileri de bağış olarak kabul eden merkez, giysileri temizleyerek ve tamir ederek ihtiyaç sahiplerine ulaştırma hizmeti sunmaktadır. Bağışlar koordinasyon merkezine bağışçı tarafından ulaştırılabilmenin yanı sıra çağrı merkezinden (Görsel 17) ekip

çağırılması usulü ile de ürünleri adresten teslim almaktadır (https://www.ibb.istanbul/Permission/Detail/69).



Görsel 33 İstanbul Büyükşehir Belediyesi Kadın Koordinasyon Merkezi

Kaynak: <http://www.ibbkkm.org/>

Kadıköy Belediyesi Giysi Kumbaraları

Kadıköy Belediyesi, ilçede belirli noktalara yerleştirdiği giysi kumbaraları vasıtasıyla topladığı kullanılmayan giysi, ayakkabı ve tekstilleri kullanılabilir hale getirerek ihtiyaç sahiplerine ulaştırmaktadır. Kumbaralara bırakılan giysiler bu işlem için belediye tarafından tahsis edilen toplama araçları (Görsel 18) ile toplanarak tamir alanına götürülmektedir (https://www.kadikoy.bel.tr/).



Görsel 34 Kadıköy Belediyesi giysi toplama kumbarası ve aracı

Kaynak: <https://www.kadikoy.bel.tr/>

Toplanan giysiler daha sonra kullanılabilir olanlar ve olmayanlar şeklinde ayrılarak, kullanılabilir durumda olmayanlar geri dönüşüme gönderilmektedir. Kullanılabilir

durumda olan giysiler ihtiyaç sahiplerine belediye tarafından ulaştırılmaktadır (<https://www.kadikoy.bel.tr/>).

Beylikdüzü Belediyesi Dost Eller Mağazası

Dost eller mağazası, Beylikdüzü Belediyesi bünyesinde kurulan giyim ve eşya alanında çeşitli malzemelerin mağazada (Görsel 19) ihtiyaç sahiplerine sergileme usulü ile ulaştırılması amaçlanmaktadır. İhtiyaç sahipleri, Belediyenin Kadın ve Aile Hizmetleri Müdürlüğü'ne bizzat başvuruda bulunarak veya arayarak yardım taleplerini iletmektedir. Bağışçılar ise, giysi ve eşyaları mağazaya getirerek kayıt usulü ile teslim etmektedir. Mağazaya gelen kişiler sosyal durumları araştırılarak belirlenen sayı sınırı ve Beylikdüzü sınırları içerisinde yaşayan kişiler olmak kaydıyla mağazadan ihtiyaç ürünlerini alabilmektedir. İlçe sınırları dışında ikamet eden ve durumu kötü olan vatandaşlar hakkında araştırma yapılarak bir kereye mahsus olmak üzere mağaza destek vermektedir (<https://www.beylikduzu.istanbul/icerik/dost-eller-magazasi-hizmeti>).



Görsel 35 Dosteller mağazası görseli

Kaynak: <https://www.beylikduzu.istanbul/icerik/dost-eller-magazasi-hizmeti>

Sevgi Mağazası Yardımlaşma ve Dayanışma Derneği

İstanbul'un Kadıköy ilçesinde yer alan dernek, 'sevgi mağazası' aracılığı ile kullanılmayan, ikinci el giysi, ayakkabı ve eşyaları toplayarak ihtiyaç sahiplerine ulaştırmaktadır. İhtiyaç sahibi olduğunu belgeleyen kişiler bu mağazadan ürünler alabilmektedir. Kişiler bağlı oldukları kaymakanlıktan veya muhtarlıktan fakirlik belgesi

olarak ibraz ettikleri takdirde bir ailenin üç ayda bir yardım alması koşulu ile bağışları alabilmektedir (<https://www.sevgimagazasi.org/>).



Görsel 36 Sevgi Mağazası

Kaynak: <https://www.sevgimagazasi.org/>

Sokakta yaşayan evsiz vatandaşlar ise, Valilik veya Kaymakamlık Sosyal Yardımlaşma Vakfı'ndan alacakları belge ile iki ayda bir kez kıyafet ihtiyaçlarını bu mağazadan karşılayabilmektedir. Mağaza, kullanılabilir durumda olan ve temiz her türlü giysi ve eşyayı elden teslim olarak kabul etmektedir. Ayrıca, destek vermek isteyen kişiler, ürün bağışının dışında mağaza ile irtibat kurarak acil ihtiyaç malzemeleri satın alarak bizzat ihtiyaç sahibine dağıtabilmektedir (<https://www.sevgimagazasi.org/>).

Türkiye İsrافی Önleme Vakfı (TİSVA)

Türkiye İsrافی Önleme Vakfı Sosyal İşletmesi, Mikro kredi üyesi kadınların satabilecekleri ürünleri tespit ederek, satış yapmalarını sağlamak ve kadınların gelir elde etmesine yardım etmektedir (<http://www.israf.org/>). Mikro kredi, yoksullukla mücadele konusundaki çalışmalar kapsamında dah çok kadınları desteklemek amacıyla tasarlanmış bir kredi türüdür. Kredi ihtiyacı bulunan kadınlara uygun sebepler göstermesi hâlinde verilen bir çeşit ihtiyaç kredisi olarak da kabul edilebilmektedir (<https://www.hangikredi.com/bilgi-merkezi/mikro-kredi-nedir-nasil-alinir/#mikro-kredi-nedir>). Üyelik sistemi ile çalışan sosyal işletme, ürün katalogları oluşturmakta ve

kadınların katalogdan seçtikleri ürünleri sipariş edip satabilmelerine imkan vermektedir (<http://www.israf.org/>).



Görsel 37 TİSVA Giysi Toplama Kutusu örneği

Kaynak: <http://www.israf.org/>

Vakıf ayrıca, Ankara ilinde çeşitli yerlere ‘Giysi Toplama Kutusu’(Görsel 21) aracılığıyla, bağışçıların kullanmadığı temiz giysileri toplayarak yardıma muhtaç kişilere dağıtmaktadır. Kutuların üzerinde yer alan bilgilendirme yazılarında, kullanılabilir durumda olan giysilerin konması konusuna özellikle vurgu yapılmaktadır (<http://www.israf.org/>).

Acil İhtiyaç Projesi Vakfı

Vakfın amacı, yardıma ihtiyacı olan kişiler ile bağışçıları bir araya getirmektir. Vakıf, kıyafet ihtiyacını karşılayamayan aileler için düzenli kıyafet desteği sağlamaktadır. İhtiyaç sahibi aileler için toplu sıfır ve kullanılmış giysi toplayan vakıf, gönüllü çalışanları ile çeşitli projeler yürütmektedir. Vakfın projeleri kapsamında çeşitli gönüllü görevler bulunmaktadır. Bu görevler; ofis çalışmaları gönüllüsü, tanıtım ve sosyal medya gönüllüsü, saha gönüllüsü ve kültürel, sosyal etkinlik gönüllüsü olarak çeşitlenmektedir. Saha gönüllüleri, ihtiyaç sahiplerini belirlemek ve bağışların ihtiyaç sahiplerine ulaştırılmasında araçlar ile destek vermektedir (<https://www.aipvakfi.org/v2/>).

Bitpazarı ve vintage dükkanlar

Bitpazarı kavramı, tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de kökleri çok eskilere dayanan, kullanılmış her çeşit eşyanın satıldığı ekonomik bir sistemdir. Kelime anlamı tam olarak bilinmemekle beraber, bitpazarı birden fazla anlam ifade etmektedir. Albert La Farge tarafından 1998 yılında yayımlanan ‘Bitpazarı Nedir?’ isimli makalesinde ilk olarak bitpazarı anlamına gelen 1860’larda “marche aux puces” olarak bilinen Paris’te bir sokak pazarı hakkındaki hikâyede geçtiğini belirtmiştir. Fransa’da kurulan ikinci el pazarından gelen bu ismin verilmesinin nedeni bitlerin musallat olduğu türden eski eşyaların satıldığı bir pazar olması düşünülmektedir. İngilizcedeki çevirisi ise, «flea market» olarak belirtilmektedir (Aygün, 2012).

Türkiye’deki en eski ve köklü bitpazarı Topkapı bitpazarıdır. Bu Pazar tarihi Topkapı surları arasında kurulan ve 2009 yılına kadar faaliyetini sürdürmüş ikinci el eşya satışına ev sahipliği yapmış bir merkezdi. Bu pazarda iğneden, ipliğe denilebilecek çeşitlilikte ikinci el eşya satışı yapılmakta ve tüketici kitlesi ile şehrin en yoksul insanlarından oluşmaktaydı.

2009 yılında Topkapı bölgesindeki çevre düzenlemeleri sebebiyle Pazar tamamen kapatılmıştır. Kapanma sebebiyle tarihi Pazar bölünüp İstanbul’un farklı bölgelerinde kurulmaya başlamıştır (<https://www.fatihhaber.com/fatihhaber/bitpazari.htm>).

Son zamanlarda ikinci el ürün çeşitlerinden retro ve vintage mağazalarına yoğunluğun arttığı görülmektedir. Özellikle İstanbul’da, Beyoğlu, Eminönü, Kadıköy ve Suadiye’de örnekleriyle karşılaşmaktadır. Bu mağazalar genellikle nostalji tutkuları, eski dönemlere ait giysilere olan hayranlıkları ve birçok markayı uygun fiyata buldukları için her kesim tarafından tercih edilmektedir. Ayrıca bu mağazalarda ciddi anlamda bir çeşitlilik söz konusudur. Yalnızca kullanılmış ürünler değil, yurtdışından getirilen vintage ürünler de satışa sunulmaktadır veya vintage tarzı kumaşlarla yeni ürünler elde edilmektedir (Pektaş ve Dengin, 2017).

İkinci el e-ticaret siteleri

Ülkemizde hem ekonomik sebepler hem de kaynakların az tüketilmesi amacıyla yürütülen kampanyalar sayesinde ikinci el eşya kullanımını artmaktadır (Davranış Enstitüsü, 2017). Söz konusu ikinci el eşyaların eski sahiplerinden yeni sahiplerine geçmesi için aracılık eden ikinci el e-ticaret siteleri büyük ilgi görmektedir. İnsanlar e-ticaret sitelerini ya ihtiyacı dışında kalan eşyalarını nakit paraya çevirmek ya da evlerinde yer açmak için bu siteler aracılığı ile eşyalarını satışa çıkarmaktadır. Günümüzde ikinci el giysilerin bu yöntem ile satılarak, giysilere ikinci bir şans verilmesi çok popülerdir. Ülkemizde birçok ünlü isim de söz konusu e-ticaret siteleri aracılığı ile kullanmadıkları giysi ve aksesuarlarını satışa çıkarmakta ve hatta günümüz modasına yön vermektedirler. Kimi alıcılar ünlü isimlerden bu ürünleri satın alarak onlar gibi olduklarını ve aynı tarz giyim ile modayı takip ettiklerini düşünmektedir (<https://www.hurriyet.com.tr/kelebek/stil/ikinci-el-moda-furyasina-kapilan-unluler>). Ayrıca, bu sitelerde tüketiciler ünlü ve pahalı markaların ürünlerini de ulaşabilmekte, sıfır üründen daha uygun fiyatlar ile bu markalara erişebilmektedir (Pektaş ve Dengin, 2012).

Dünyada birçok Avrupa Ülkesinde de olduğu gibi İngiltere’de de ikinci el giyim kültürü oldukça yaygındır. İngiltere’de ticaret amaçlı ikinci el giysi alım-satımı yapılmasının yanı sıra yardım amaçlı da ikinci el giysi satışı yapılmaktadır (Özdemir, Özdemir, Furkan, 2009).

3. İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

Söz konusu terzin araştırma esnasında gerçekleştirilen literatür taramasında tez konusuna ilişkin direkt bir çalışma bulunamamış, araştırma kapsamındaki konulara ilişkin aşağıda yer alan tez, araştırma makale ve bildiriye ulaşılmış, izledikleri yollar incelenerek tez yazısının hazırlanmasında kaynak olarak faydalanılmıştır.

Hibbert, Horne ve Tagg (2005) çalışmasında; tüketicinin kullanmakta olduğu giysileri elden çıkarma davranışını inceleyerek hayır işi ticaretinin ve ikinci el mallar için rekabetin zorlukları hakkında bilgi vermiştir. Çalışmada anket yöntemi uygulanarak sorular posta yoluyla 210 kişiye ulaştırılmıştır. Anket sonucu göstermiştir ki, ikinci el giysi elden çıkarmanın üç ana sebebi, dekorasyon sebebiyle evde yer açma, yeni ürün satın alma ve yas sebebiyle vefat eden kişilerin giysilerinin verilmesi. Çalışmanın sonucu, yardım kurumu perakendecilerinin tedariki iyileştirmek için hedefleme faaliyetlerini nasıl genişletip iyileştirebileceklerini ve böylece giderek daha karmaşık perakende stratejilerinin takibini nasıl kolaylaştırabileceklerini göstermiştir.

Ö. Özdemir, M. Özdemir ve Beşel'in (2019) çalışmasında; İngiltere'de yer alan hayır dükkanları incelenmiş ve hem Türkiye hem de İngiltere'de yaşayan Türklerin bu tür bir hayır kurumuna bakış açıları anket yolu ile araştırılmıştır. Çalışma kapsamında İngiltere'de yer alan belirli hayır dükkanları ile görüşmeler gerçekleştirilmiş, dükkanların yönetim biçimleri, ürün seçimleri, ürün temizlik-tamirleri, dükkanların konumları gibi konular hakkında bilgiler toplanmıştır. Çalışmada amaç, Türkiye'de halihazırda bulunan vakıf kurumlarına kültürel olarak böyle bir dükkan modelinin uygulanması konusunda model olması değerlendirilmiştir.

İşçioğlu ve Yurdakul (2018) çalışmasında; Türkiye'de ikinci el giysi tercih eden ve tercih etmeyen tüketicilerin sürdürülebilirlik algıları ve tüketim motivasyonları üzerine bir araştırma yapılmıştır. Türkiye'nin farklı illerinden seçilen yirmi tüketici ile birebir mülakatlar gerçekleştirilerek veriler toplanmıştır. Araştırma bulguları, ikinci el giysi tüketimi konusunda tüketim motivasyonlarının literatür ile paralellik göstererek; ekonomi yapma, eğlenme ve nostalji odaklı olduğunu çıkarmıştır. Araştırma katılımcılarının

sürdürülebilirlik sorunları hakkında bilinçli olduklarını ancak bu durumun ikinci el giysi tercihlerini doğrudan etkilemediğini tespit etmiştir.

Pektaş ve Dengin (2012) çalışmasında; Türkiye'deki ikinci el pazarlar incelenerek Türkiye'deki Pazar durumu tarama-değerlendirme yöntemi kullanılarak incelenmek istenmiştir. İstanbul ve Konya'daki ikinci el mağazalar, bitpazarlarında ve yardım derneklerinde gözlemler ve görüşmeler ile internet siteleri üzerinden yapılan araştırmalar sonucunda elde edilen veriler değerlendirilmiştir. Araştırmanın sonucuna göre, fiziki ikinci el mağazalarının bilinirliğinin tüketici tarafından az olduğu, bitpazarlarında kalitesi düşük ürünlerini satışının olduğu ve Türkiye'de genellikle ikinci el giysiye internet siteleri üzerinden ulaşıldığı ve ikinci el giysi pazarlarının gelişmeye açık olduğu vurgulanmıştır.

Osterley ve Williams (2019) çalışmasında; İngiltere'de yer alan yardım kurumları perakende satış mağazalarının ürünlerin yeniden kullanımı konusunda çok önemli aktörler olduklarından yola çıkarak yardım mağazası sektörü hakkında araştırma yapılmıştır. Çalışmada, giysi yardım mağazaları sayesinde tekstil ürününün çöp sahasından uzaklaştırılarak ya geri dönüştürüldüğü ya da yeniden kullanıldığı ve yardım kurumlarının sosyal faydaya nasıl katkıda bulunduğu, yardım anlayışı ve döngüsel ekonominin gelişimine nasıl katkıda bulunabileceklerini ölçmek, yeniden kullanımın teşvik edilmesi konuları araştırılmış ve değerlendirilmiştir.

Parsons (2002) çalışmasında; İngiltere'deki perakende yardım mağazalarının tarihi, mevcut durumu ve geleceği araştırılmıştır. Çalışmaya göre, hayır işi perakendeciliği, ticari perakende ekonomisinin nispeten küçük bir kısmını oluştururken, mağazaların kendileri, müşteriler, gönüllüler ve yöneticiler de dahil olmak üzere çok çeşitli katılımcıların yaşamlarında önemli yer tutmaktadır. Araştırmaya göre ayrıca, mağazalar genel olarak hayırsever faaliyetler için hayati bir finansman kaynağı sağlamaktadır. Sonucunda, yardım kurumlarının yerel topluluklarındaki rolünü inceleyen çalışma, sektörün olası geleceği hakkında bazı önerilerde bulunmuştur.

Brown (2019) çalışmasında; yardım kurumlarının daha geniş ikinci el pazarları sınıfının bir parçası olduğu anlatılmıştır. Bu çalışma, gönüllü çalışmanın ayırt edici doğası ve yardım kurumu tüketicilerinin kimlikleri gibi yardım kurumlarının diğer özellikleri üzerine araştırmalara katkı sağlamayı hedeflemiştir. Çalışmada ayrıca ikinci el pazarlarının

işleyişinin, geleneksel tüketici davranışı modellerinde bazı sınırlamaları olduğunu tartışıldığı ve bu durumun yardım kurumlarına daha etkili tüketim teorileri geliştirmede önemli bir rol verdiği değerlendirilmiştir.

S.C. Curkan ve Ö. Curkan (2019) çalışmasında; Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanımı Teorisi 2 (BTKKT2) ile yardım kurumlarına bağlı kurulan yardım mağazalarından alışveriş yapan tüketicilerin on-line alışveriş yapma niyetlerini belirleyen faktörler araştırılmıştır. Çalışma kapsamında mevcut ve potansiyel on-line yardım mağazası tüketicilerinin bu mağazalardan hangi sıklıkta alışveriş yaptığı incelenmiştir. Sonuçta, performans beklentisi faktörünün genel olarak yardım mağazalarından alışveriş yapan tüketicilerinin kullanım niyetini doğrudan etkilediğini göstermiştir.

4. YÖNTEM

Araştırmada ikinci el giysi tüketimi kültürünün en iyi örneği olan İngiltere yardım dernekleri ikinci el giysi satış mağazaları örneğinden yola çıkılarak, ikinci el giysi tüketiminde Türkiye'ye yardım mağazası modeli oluşturulması amacıyla nicel araştırma yöntemleri ile hazırlanmış olup, teorik alt yapının desteklenmesi için kapsamlı bir literatür taraması gerçekleştirilmiştir. Literatür taramasına ek olarak soru formu (Ek 1) desteği ile Ülkemiz'de ikinci el giysi kullanım durumu ve belirtilen mağaza modeline yaklaşım öğrenilmek istenmiştir.

Bu çalışmanın, İngiltere yardım mağazası örneğinden yola çıkılarak, Türkiye'de kurulabilecek olan ikinci el giysi satışı yapan yardım derneği mağaza modelinin Ülkemizde hem kullanılmış giysilerin değerlendirilmesi hem de ihtiyaç sahiplerine ulaşılması yolunda faydalı bir sistem olabileceğine inanılmaktadır.

4.1. Araştırma Modeli

Çalışma kapsamında literatür taramasına ek olarak nitel araştırmanın desenlerinden biri olgu bilim tekniği (fenomenoloji) kullanılmıştır. Olgubilim araştırmalarında ele alınan olgunun, yaşantılardaki özü, yapısı ve anlamının bireylerin deneyimleri yoluyla keşfedilmesi amaçlanmaktadır (Daymon ve Holloway, 2003; Patton, 2002). Olgu bilim deseni, aslında farkında olduğumuz ancak derin ve detaylı bir anlamlandırmada bulunmadığımız olgulara odaklanmaktadır. Bu olgular günlük hayatımızda karşılaştığımız olaylar, algılamalarımız, deneyimlediklerimiz kavramlar ve durumlar olarak çeşitli biçimlerde karşımıza çıkabilmektedir. Günlük hayatımızda karşılaşmış olmamız, bu olguları tam anlamı ile algıladığımız anlamına gelmemektedir. Olgu bilim; tümüyle yabancı olunmayan ancak aynı zamanda da tam anlamıyla kavrayamadığımız olguları araştırmayı amaçlayan uygun bir araştırma zemini hazırlamaktadır (Tekindal ve Arsu, 2020). Bu bağlamda yürütülen bu çalışmada, sürdürülebilirlik kapsamında ikinci el uygulamalar ışığında İngiltere'deki yardım mağazası modeli üzerinden Türkiye'deki ikinci el algısı, uygulamaları ve ikinci el kıyafetlerin ihtiyaç sahiplerine ulaştırılması konusunun incelenmesi amacıyla olgubilim deseni tercih edilmiştir (Yıldırım ve Ekin, 2016).

Ülkemizde gerek kalıtsal, gerek kültürel gerek ise aile içi alışkanlıklardan dolayı ikinci el giysi kullanımına bakış değişiklik göstermektedir. Aslen hayır işleri kültüründen gelen bilinçaltı kalıplarımızda kullanılmayan eşya bağışına ilişkin vicdani bir unsur bulunmakta ve ‘yardım etme’ duygusu ağır basmaktadır (Tazebay, 1997). Bu araştırma kapsamında da olgu bilim tekniği seçilme sebeplerinden biri de kültürel yapımızın desteği ile derinlerde gizlenmiş olan duyguları uyarmaktır. Araştırma kapsamında hazırlanan soru formu (Ek 1) desteği ile kullanılmayan giysilerin bağışlanması ve önerilen model aracılığı ile ikinci el giysi satın alma konusunda algı oluşturularak bu deneyimin gücüyle eylemden kaynaklı sonuçların önemi anlatılmak istenmiştir.

4.2. Evren ve Örneklem

Evren kelime anlamıyla, araştırılan konuyu oluşturan elemanların tamamı olarak tanımlanmaktadır (Özen ve Gül, 2007). Bu araştırmanın evreni, yaş, sınıf, din, dil, ırk ve eğitim durumu gözetmeksizin giysi kullanan Ankara ilinde yaşayan rastgele seçilmiş kişilerden oluşmaktadır. Evren grubunun Ankara ilinden seçilme sebebi, Ankara’da eğitim seviyesinin yüksek olması, gelir düzeyi oranının yüksek olması, büyükşehir olması sebebiyle kozmopolit bir yapısı ile ulaşılabilecek kesimlerin genişliğidir. Ayrıca Ankara’nın Türkiye’nin Başkent olmasından dolayı, bu ilde yaşayan kişilerin sivil toplum kuruluş yapısına daha aşina olması sebebiyle sistemin daha net anlaşılacağı düşüncesi Ankara’nın bu araştırmanın evreni olmasında önemli bir yer tutmaktadır. Araştırmacının Ankara ilinde ikamet etmesi de örnekleme ulaşılabiliirliğin hızlı, kolay ve masrafsız olmasını sağlamaktadır. Bu durumda araştırma, maliyeti ve araştırma süresi açısından verimli bulunmuştur

Örneklem ise, evreni temsil etmek üzere çeşitli araştırma teknikleri ile evreni oluşturan elemanlarından seçilen ve inceleme yapılan grubu tanımlamaktadır (Özmen 1999). Araştırmanın örneklemini, Ankara ili içerisinde yaşayan, giysi kullanım ve satın alımı yaptığı varsayılan rastgele yöntemi seçilmiş 388 kişi oluşturmuştur.

4.3. Veri Toplama Yöntemi

Araştırma kapsamında veri toplama aracı olarak bir soru formu (Ek1) oluşturulmuştur. Soru formunda öncelikle kullanılmayan giysilerin yeniden kullanımı konusunda araştırma kapsamında İngiltere'deki yardım mağazası örneklendirmesi üzerinden önerilen yardım mağazası modeli hakkında kısa bir bilgilendirme yapılmıştır. Ön bilgilendirmeden sonra sorular katılımcıların bilgi ve değerlendirmesine sunulmuştur. Araştırmada veri toplama aracı olarak kullanılan ölçme aracı kendi içerisinde 4 bölüm ve 14 sorudan oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların yaş, cinsiyet, öğrenim durumu ve aylık gelirine ilişkin demografik veriler toplanmıştır. İkinci bölümde katılımcıların ikinci el giysi konusundaki bilincini anlamak için sorular sorulmuş ve kendilerinin ikinci el giysilerini bertaraf konusu anlaşılacak istenmiştir. Üçüncü bölümde, katılımcıların ikinci el giysi kullanım konusundaki yaklaşımları alınmak istenmiştir. Son bölümde ise, ikinci el giysilerin ihtiyaç sahiplerine ulaştırılması ile ilgili bir yöntem olsa ne düşünecekleri ve katkılarının olup olmayacağı öğrenilmek istenmiştir.

Ölçme aracı, giysi kullanan Ankara ilinde yaşayan rastgele yöntemi ile seçilmiş kişilere 11.11.2021-10.12.2021 tarihleri arasında uygulanmıştır.

4.4. Verilerin Analizi

Araştırma katılımcılarının olgular hakkındaki duygu, düşünce ve görüşlerinin alınması, algı ve değerlendirmelerini ölçülmesi amacıyla içerik analizi yapılmıştır. Katılımcılara sorular e-posta, sosyal medya hesabı (instagram), whatsapp grupları ve direkt whatsapp uygulaması üzerinden mesaj atılarak iletilmiştir. Soru formundan (Ek1) elde edilen cevaplar Microsoft Excel aracılığıyla analiz edilmiştir. Boş bırakılan cevaplar değerlendirmeye alınmamıştır. Analiz edilen veriler grafikler halinde sunularak detaylı yorumlanmıştır. Ulaşılan verilerin, oluşturulan ikinci el giysi satışı yapan dernek mağazası modelini destekleyip desteklemeyeceği öğrenilmek istenmiştir.

5. BULGULAR VE YORUM

Araştırma kapsamında kullanılmayan ikinci el giysilerin değerlendirilmesi amacıyla İngiltere Yardım mağazası modeli üzerinden Türkiye’de uygulanabilecek bir ikinci el giysi satışı yapan mağaza modelinin Ülkemize uyumluluğu öğrenilmek istenmiştir. Bu amaçla bir soru formu (Ek1) hazırlanmış ve ön bir bilgilendirme ile katılımcılara model önerisinden kısaca bahsedilmiştir. Soru formunda, kullanılmayan giysilerin nasıl değerlendirildiği, kullanılmayan giysilerin ihtiyaç sahiplerine ulaşabilirliği, ikinci el giysi kullanımının durumu, kullanılmayan giysilerin güvenilir bir kurum aracılığı ile ihtiyaç sahiplerine ulaştırılması konusunda değerlendirmeler alınmıştır. Ölçme aracı olarak kullanılan soru formundan alınan bulgular, literatür taraması kapsamında kaynaklardan alınan bilgilerle, daha önce gerçekleştirilen ilgili araştırmalardan toplanan kuramsal verilerle, yaşantılarla edinilen bilgilerle ve araştırmacının ilgi alanı olması sebebiyle yorumlanmıştır. Her bir bulgu, tek tek soru numaraları başlığı altında aktarılmıştır.

5.1. Demografik sorulara ait bulgular

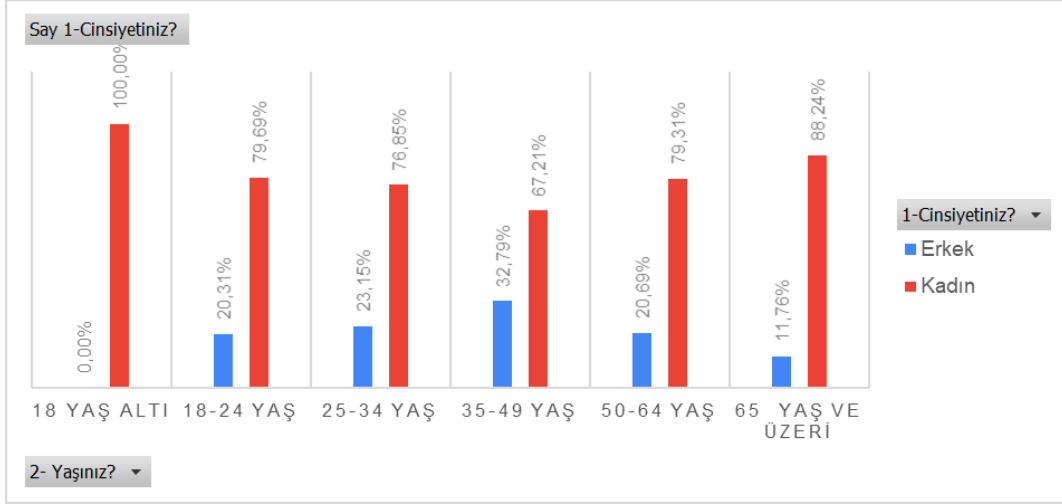
Araştırmada ölçme aracı olarak kullanılan soru formunun demografik soruları aşağıda sıralanmaktadır.

- Soru 1-Cinsiyetiniz?
- Soru 2-Yaşınız?
- Soru 3-Eğitim seviyeniz?
- Soru 4-Ortalama aylık geliriniz?

Soru formunu cevaplandıran katılımcıların cinsiyeti ve yaşı yüzde olarak verilmektedir; Katılımcıların %25’i erkek, %75 kadınlardan oluşmaktadır. Katılımcıların yaş aralıkları aşağıda yer alan tabloda cinsiyetleri ile birlikte ayrı ayrı belirtilmektedir. Araştırma katılımcı kitlesinin kadınlardan oluşması önemli bir avantajdır çünkü giyim alışverişi konusunda kadınların erkeklerden çok daha ilgili olduğu bilinmektedir(Karahan ve Adak, (2019). Bu durum da araştırmada verilen cevapların geçek alım yapan kesim tarafından değerlendirildiği düşüncesini doğurmaktadır. Ayrıca, ülkemizdeki ata erkil yapı geleneğinden dolayı ev ve evdeki giyim kuşam işleri, giysi temizlik ve tamir,

kullanılmayan giysilerin bertarafı ve ayrımı genellikle kadınlar tarafından gerçekleştirilmektedir(Günay ve Bener, 2011). Bu bilgiler doğrultusunda araştırmadan elde edilen cevaplar daha net bir biçimde genelleme yapılmasına imkan sunmaktadır.

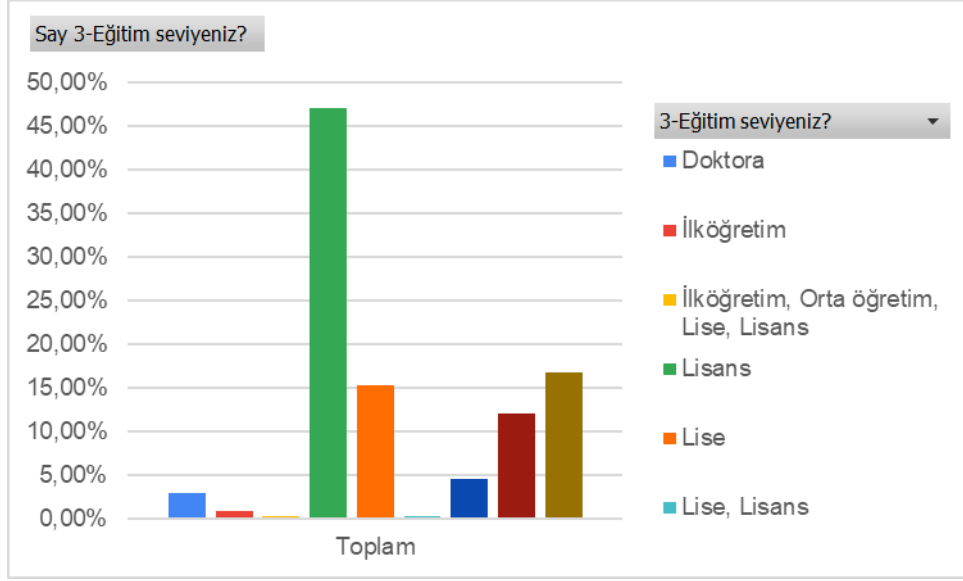
Soru 1-2



Şekil 1 Cinsiyet ve yaş bulguları

Soru 3

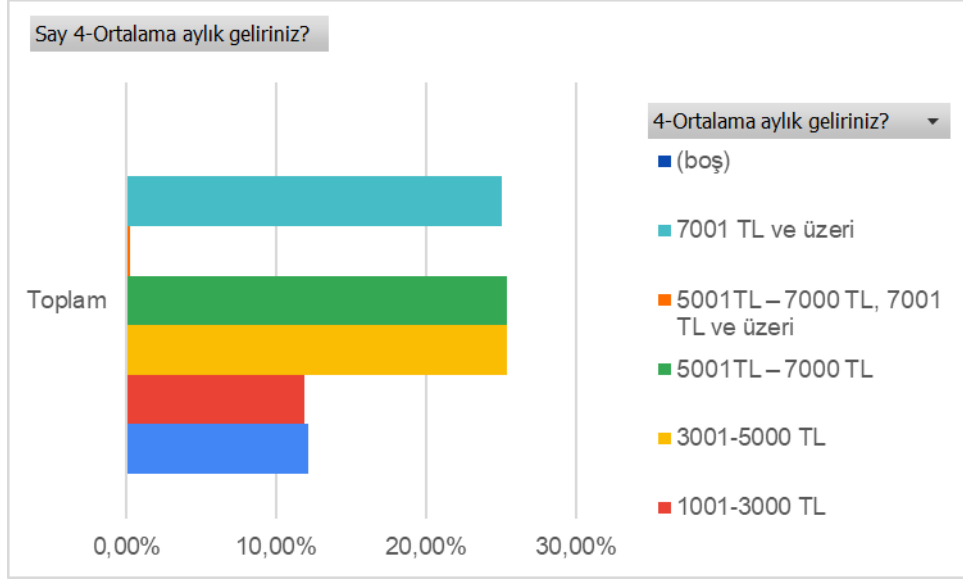
Katılımcıların eğitim durumlarını gösteren şekil aşağıda sunulmaktadır. Katılımcıların %1'ü ilköğretim, yaklaşık %5'i ortaöğretim, %16'sı lise, %12'si ön lisans, %47'si lisans, yaklaşık %17'si yüksek lisans ve %3'ü doktora mezunu olduğu görünmektedir. Genel çerçeveye bakıldığında katılımcıların ortalama %50'ye yakın kadarının lisans mezunu, %15'inin Lise mezunu olduğu görülmektedir. Araştırma katılımcılarının eğitim seviyelerinin yüksek olması ihtiyaç sahibi ayrımı yapılması ve önerilen modelin işleyişine ilişkin daha anlamlı değerlendirme yapılmasına destek olacağı düşünülmektedir.



Şekil 2 Eğitim seviyesi bulguları

Soru 4

Aşağıda yer alan şekil 4 'te araştırma katılımcılarının ortalama aylık gelirleri belirtilmektedir. Katılımcıların %12'sinin aylık geliri 0 ile 1000 TL arasında, diğer %12'sinin geliri 10001 ile 3000 TL arasında, %25'inin 3001 ile 5000 TL arasında, diğer %25'inin 5001- ile 7000 TL arasında ve %25'nin 7001 TL vce üzeri gelire sahip olduğu gözlenmiştir. Bu oranlar göstermektedir ki araştırma katılımcılarının büyük bir çoğunluğu ihtiyaçlarını karşılayabilecek oranda gelir elde etmekte ve ihtiyaç sahiplerine yardım ediyor veya edebilecek konumda kişilerdir. Sorulara cevap veren kesimin gelir düzeyinin yüksek olması, model önerisindeki bir kurum olması takdirde bağışçısı olabilecek insan topluluğununun duygu ve düşüncelerinin anlaşılmasına olanak sağlayacaktır.



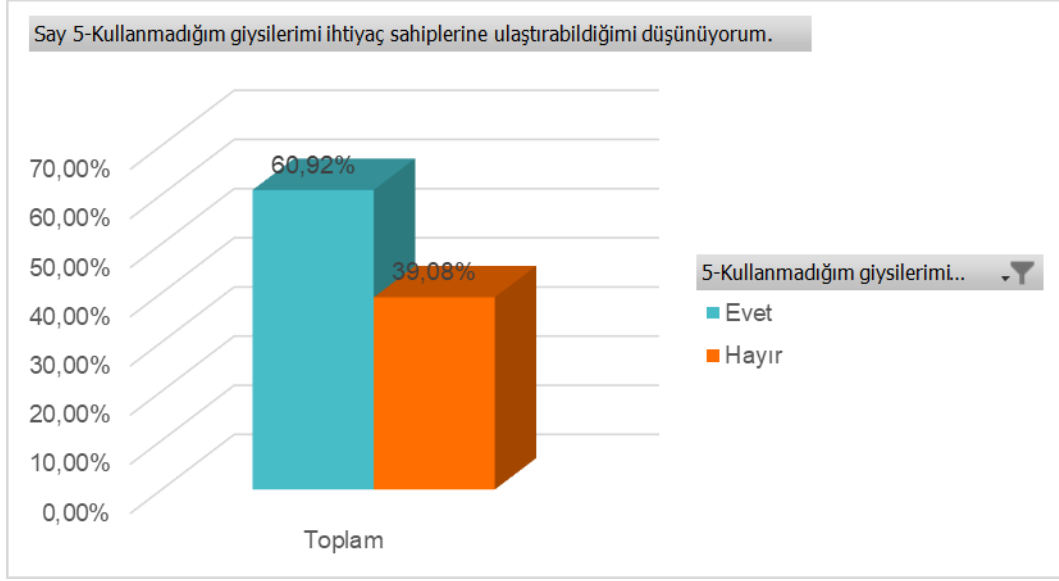
Şekil 3 Ortalama aylık gelir bulguları

5.2. Kullanılmayan giysiler ve ikinci el giysi alımı

Bu bölümde araştırma katılımcılarının kullanmadıkları giysilerin ihtiyaç sahiplerine ulaştırılması konusu irdelenmiş ve katılımcıların ikinci el giysi konusundaki yaklaşımları ölçülmek istenerek, ikinci el giysi satın alma konusundaki değerlendirmeleri alınmak istenmiştir. Veriler ikili likert ölçeğinde ‘evet’ ve ‘hayır’ olarak net cevaplar alınması planlanarak düzenlenmiştir.

Soru 5

Araştırma katılımcılarına sorulan “**Kullanmadığım giysilerimi ihtiyaç sahiplerine ulaştırabildiğimi düşünüyorum**” sorusunun yanıtlarından elde edilen bilgiler aşağıda görselleştirilmiştir.



Şekil 4 Ölçme aracı soru 1 bulguları

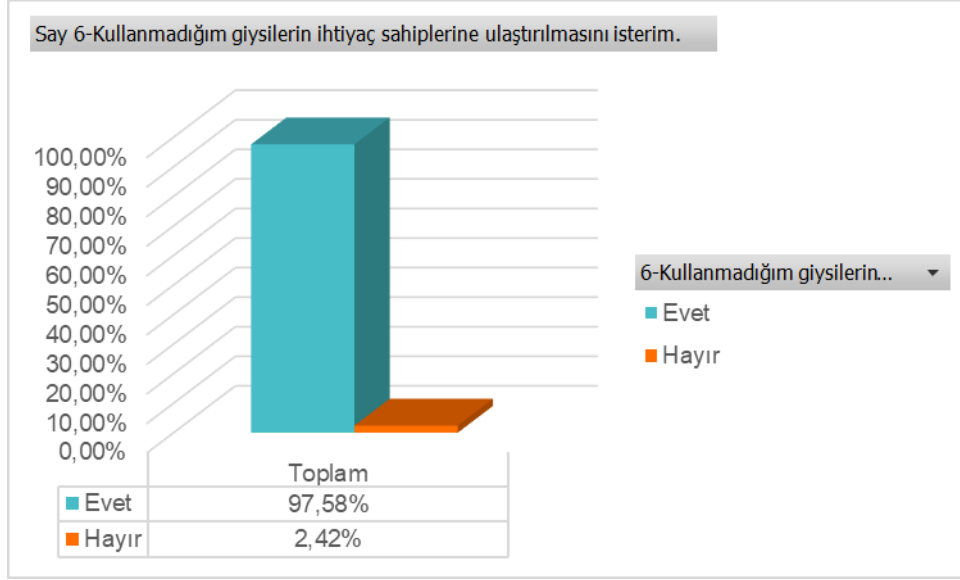
Araştırma katılımcılarının %61'nin kullanmadığı giysileri ihtiyaç sahiplerine ulaştırabildiğini düşündüğü görülmektedir. Bu cevap, aslında bağışçının ürünlerini ihtiyaç sahiplerine ulaştıran ilgili mercilere verdiği ve/veya direk ihtiyaç sahibi olduğunu düşündüğü kişilere verdiğini düşündürmektedir. Ancak kullanmadığı giysileri ihtiyaç sahiplerine ulaştıramadığını düşünen % 39'lu kesimin görüşü, yardımların ilgili kitleye ulaşip ulaşmaması konusunda belirsizlik olduğunu düşündürmektedir.

Katılımcıların %39'u ise kullanmadığı giysilerini ihtiyaç sahiplerine ulaştıramadığını ve/veya gerçek ihtiyaç sahiplerine bağışlarının iletilmeme ihtimalini göz önünde bulundurduğunu düşündürmektedir.

Bu sorudan elde edilen cevaplardaki 'evet' ve 'hayır' oranlarının birbirinin yarısı düzeyde oluşu göstermektedir ki insanlar kullanmadıkları giysileri henüz gerçekten ulaştırıp ulaştıramadıkları konusunda tereddütler yaşamakta ve model önerisinin aslında işleyebileceğin ilk göstergesi olabilmektedir.

Soru 6

Katılımcılara yönlendirilen **“Kullanmadığım giysilerin ihtiyaç sahiplerine ulaştırılmasını isterim”** sorusu ile, katılımcıların kullanmadığı giysilerinin ihtiyaç sahiplerine ulaştırılması konusundaki niyetleri ölçülmek istenmiştir.

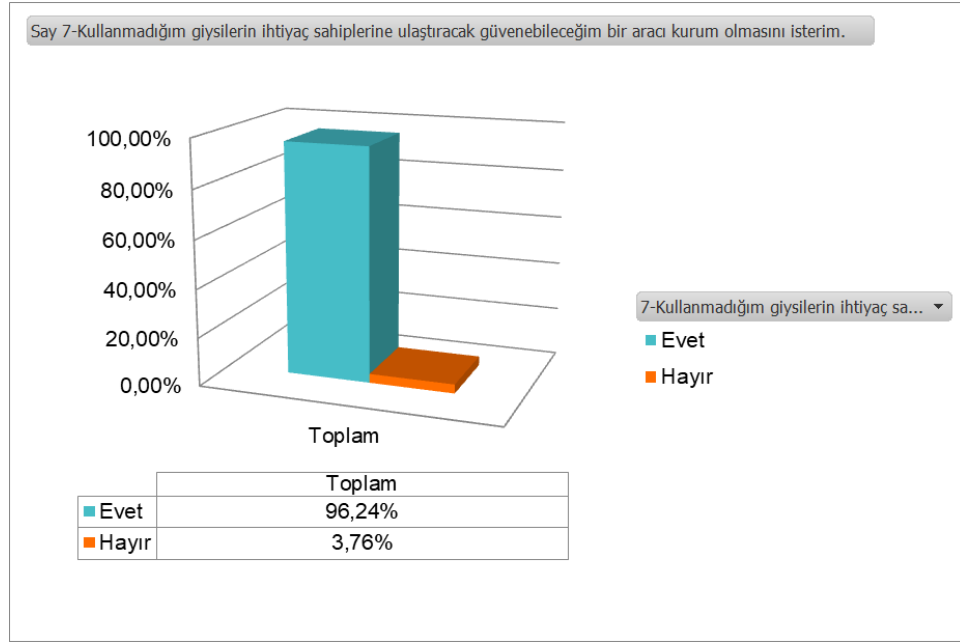


Şekil 5 Ölçme aracı soru 2 bulguları

Araştırma katılımcılarının büyük bir çoğunluğu %97 ile kullanmadığı giysilerini ihtiyaç sahiplerine ulaştırmak istemektedir. Katılımcılar arasında, kullanmadığı giysileri hali hazırda ihtiyaç sahiplerine ulaştırabilenler olmasının yanı sıra büyük bir çoğunlukta henüz ulaştırmamasına rağmen, kullanmadığı giysileri bağışlama niyetinde olduğu düşünülebilir. Kullanmadığı giysilerin ihtiyaç sahiplerine ulaşmasını istemeyen %2’lik bölümün azlığı yeterli bilgilendirmeler ve güven ortamı oluşturulması ile belirtilen modelde bir yapı aracılığıyla bu kesimin de kullanmadığı giysileri verme niyetinde olabileceği düşünülmektedir.

Soru 7

“Kullanmadığım giysileri ihtiyaç sahiplerine ulaştıracak güvenileceğim bir aracı kurum olmasını isterim” sorusu ile, katılımcıların kullanmadıkları giysilerini verebilecekleri ve gerçek ihtiyaç sahiplerine ulaştırılması konusunda güven verebilecek bir kurumsallaşmış yapı olması konusunda istekleri tespit edilmek istenmiştir.

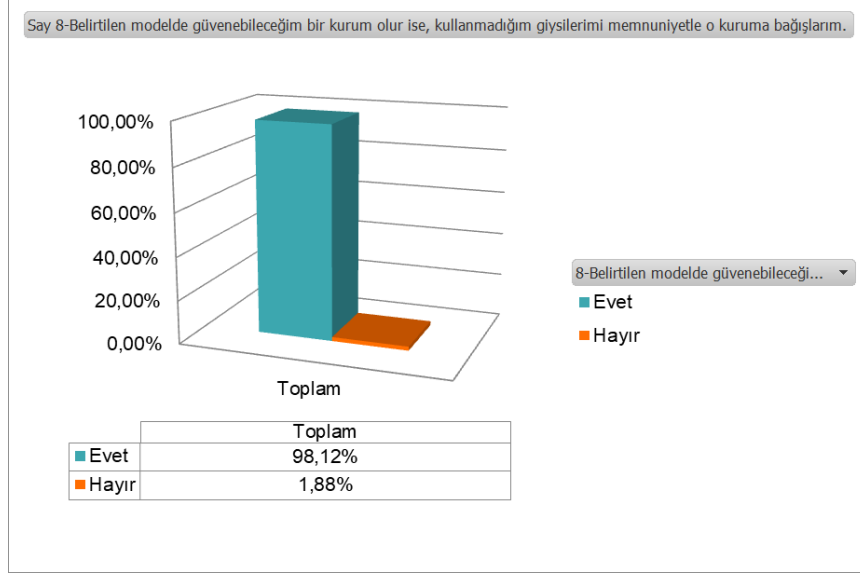


Şekil 6 Ölçme aracı soru 3 bulguları

Katılımcıların %96'sı güvенеbileceği bir kurum olması dahilinde kullanmadığı giysileri bu kuruma ihtiyaç sahiplerine dağıtılmak üzere verebileceğini belirtmiştir. Bu soru le elde edilen yüksek oranlı olumlu cevap göstermektedir ki, toplumun güveninin sağlanacağı, şeffaf, düzenli ve istikrarlı bir yapılanma ile kullanılmayan giysiler ihtiyaç sahiplerine toplumun katılımı sağlanabilir. Yaklaşık %4'lük bir kesiminin bu konudaki 'hayır' cevabı, model önerisinin gerçek hayata geçirilmesi durumunda güven verebilecek kurum yapısı konusunda topluma açıklayıcı bir bilgilendirme olması gerektiği konusunda bir ışık olmuştur.

Soru 8

Araştırma katılımcılarına sorulan; "**Belirtilen modelde güvенеbileceğim bir kurum olur ise, kullanmadığım giysilerimi memnuniyetle o kuruma bağışlarım**", sorusuna verilen cevaplara göre; kullanmadığı giysileri ihtiyaç sahiplerine ulaştırmak isteyen ancak nereye vermesi gerektiği konusunda hem bilgi hem de ilgili merciiye güven duymayabilen katılımcıların belirtilen modele yaklaşımı ölçülmek istenmiştir.

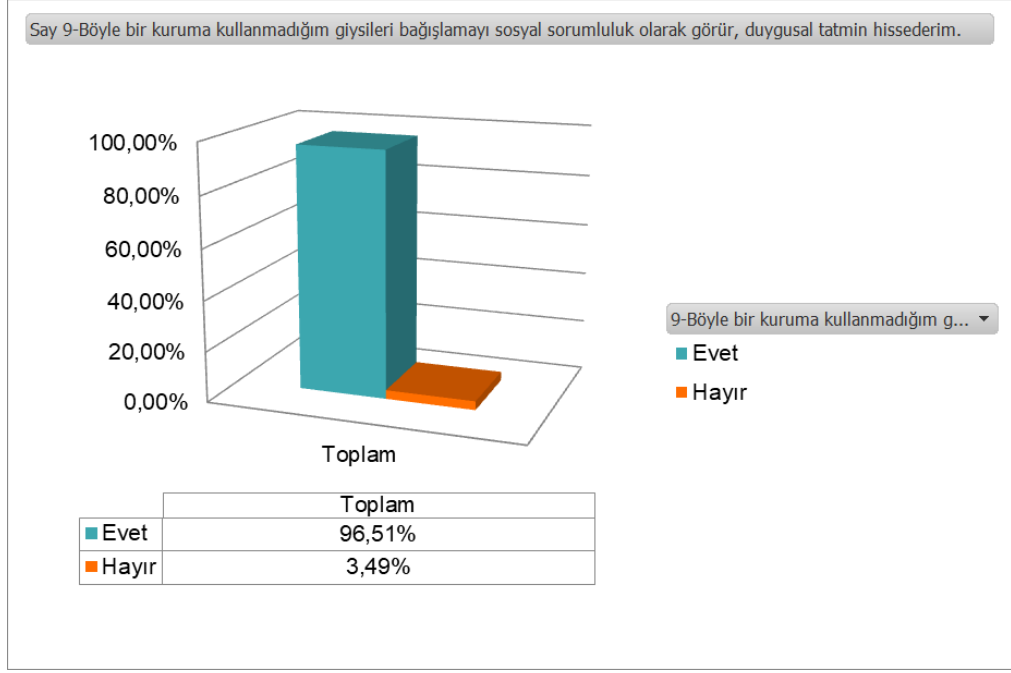


Şekil 7 Ölçme aracı soru 4 bulguları

Katılımcıların büyük bir bölümü olan %98’lik bir kesim, kullanmadığı giysilerini ihtiyaç sahiplerine ulaştırılması üzerine önerilen modeldeki gibi güvenilir bir kurum olur ise bağış yapacağını belirtmiştir. Katılımcıların yaklaşık %2’lik bölümü güvenebileceği bir kurum olsa bile kullanmadığı giysileri bağışlamayacağını belirtmiştir. Bu oranın az olması modelin ülkemizde uygulanabilir bir sistem olabileceğini düşündürmektedir. Araştırma katılımcılarının bu soruya vermiş olduğu genel cevaplardan çıkan sonuç, belirtilen modelde bir kurum desteği ile bir yardım mağazası sistemi olduğu takdirde kullanılmayan giysiler sistematik olarak gönüllü bağışçılardan ihtiyaç sahiplerine ulaştırılabilecektir.

Soru 9

“Böyle bir kuruma kullanmadığım giysileri bağışlamayı sosyal sorumluluk olarak görür, duygusal tatmin hissederim” sorusu ile, katılımcıların kullanmadıkları giysileri bağışladıkları takdirde hem sosyal sorumluluk çalışması olacağı hem de duygusal tatmin yaşayabilecekleri hissettirilmek istenmiş ve bağışlama sonucunda belirtilen eylemlerin kendi içlerinde gerçekleşmesi ihtimali anlaşılacak istenmiştir.

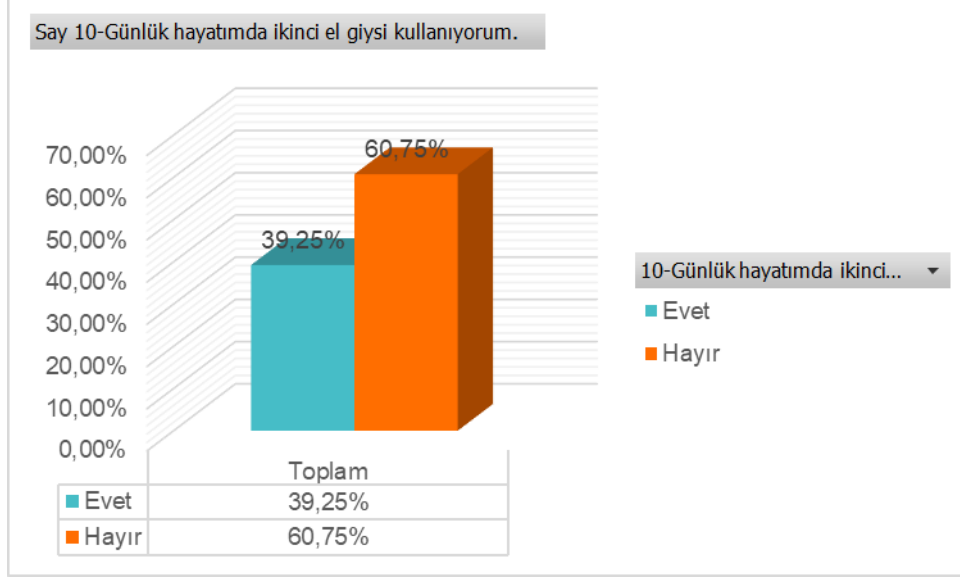


Şekil 8 Ölçme aracı soru 5 bulguları

Araştırma katılımcılarının %96'lık büyük bir kesimi giysileri bağışladığında sosyal sorumluluk gerçekleştireceğine inandığını ve duygusal tatmin hissedeceğini belirtmiştir. Katılımcıların %3'lük bir kesiminin belirtilen modeldeki bir kuruma bağış yapmayı sosyal sorumluluk olarak görmediği sonucu çıkmıştır. Model hayata geçirildiği takdirde kullanılmayan giysilerin bağışlanmasının sosyal sorumluluk kapsamında olduğuna ilişkin toplumda daha eğitici ve detaylı eğitimler verilmesi önerilebilir. Bu sorudan elde edilen tüm cevaplar sayesinde, toplumumuzda yardımlaşma kültürünün ve aile içi yetiştirilme geleneklerinin de yol göstermesi ile bağışlama ve yardım etme içgüdüsünün yol gösterildiği takdirde doğru ve olumlu amaçlar üzerinden sosyal sorumluluk güdüsüyle ilerleme kaydedilebileceği gözlenmektedir.

Soru 10

Katılımcılara yönlendirilen **“Günlük hayatımda ikinci el giysi kullanıyorum.”** sorusu ile, katılımcıların ikinci el giysi kullanım durumları ölçülmek istenmiştir.

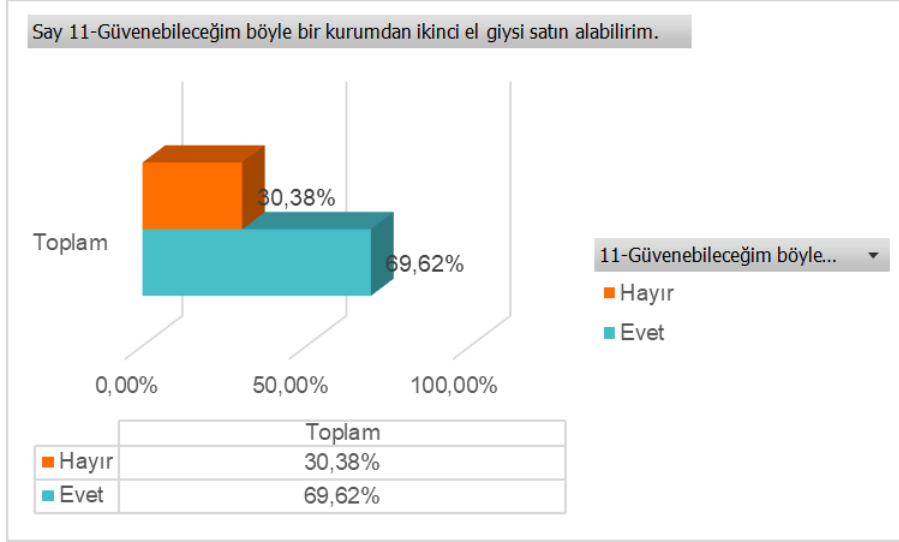


Şekil 9 Ölçme aracı soru 6 bulguları

Katılımcıların %39'luk kısmı günlük hayatında ikinci el giysi kullandığını belirtmiştir. %61'lik bir kesim ise ikinci el giysi kullanmadığını belirtmiştir. Bu sorudan elde edilen sonuçlar beklenen şekilde gelmiştir çünkü toplumumuzda kullanılmış giysi kavramına bakış açısı henüz diğer toplumlar kadar gelişmemiş ve yaygınlaşmamıştır. Bunun sebeplerinin içerisinde kullanılan giysinin temiz olmadığı düşüncesi, giysilerin ilk sahibinin enerjisini taşıdığı düşüncesi ve kullanılmış giysinin yalnızca gelir düzeyi düşük kimselerce kullanıldığı yanılgısı gibi anti düşünceler bulunmaktadır (Habertürk Hayat, 2020). Bu sonuç göstermektedir ki, ikinci el giysi kullanımı ve önemi konusunda daha detaylı ve açıklayıcı bilinçlendirmelere ihtiyaç duyulabilmektedir.

Soru 11

“Güvenebileceğim böyle bir kurumdan ikinci el giysi satın alırım.” sorusu ile, katılımcıların belirtilen modelde bir kurum olması durumunda ikinci el giysi satın alma niyetleri ölçülmek istenmiştir.

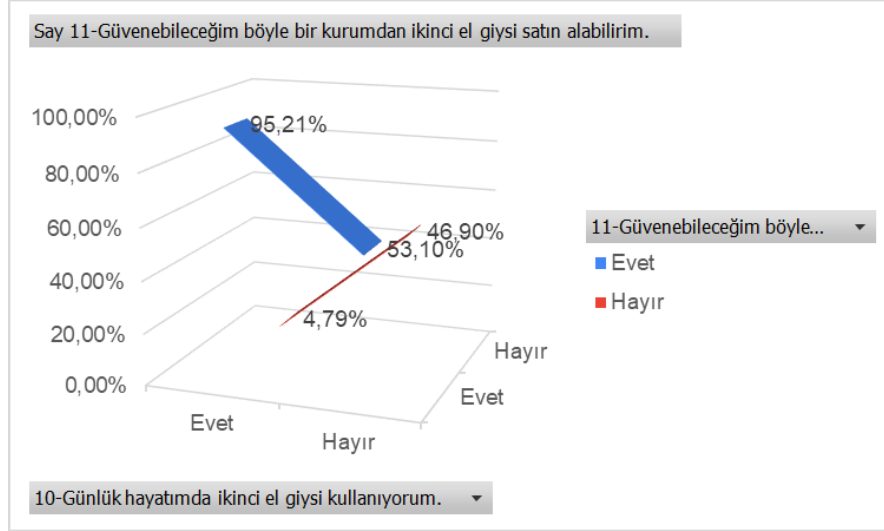


Şekil 10 Ölçme aracı soru 7 bulguları

Araştırma katılımcılarının yaklaşık %70'i belirtilen modelde bir kurum olur ise, ikinci el giysi satın alabileceğini, %30'u ise böyle bir kurum olsa bile ikinci el giysi satın almayacağını belirtmiştir. Bu soru ile elde edilen sonuç ifade etmektedir ki katılımcıların büyük kesimi, ürünün temizliğine, bakımına ve kurumun güvenilirliği doğru biçimde sağlandığında ikinci el giysi satın alarak ihtiyaç sahiplerine destek olma niyetindedir.

Soru 10, 11

“Günlük hayatımda ikinci el giysi kullanıyorum.” Sorusuna hayır yanıtı veren katılımcılar ile ***“Güvenebileceğim böyle bir kurumdan ikinci el giysi satın alırım”*** sorusuna evet yanıtı veren katılımcıların cevapları analiz edilerek aşağıda yer alan tablo ile görselleştirilmiştir.



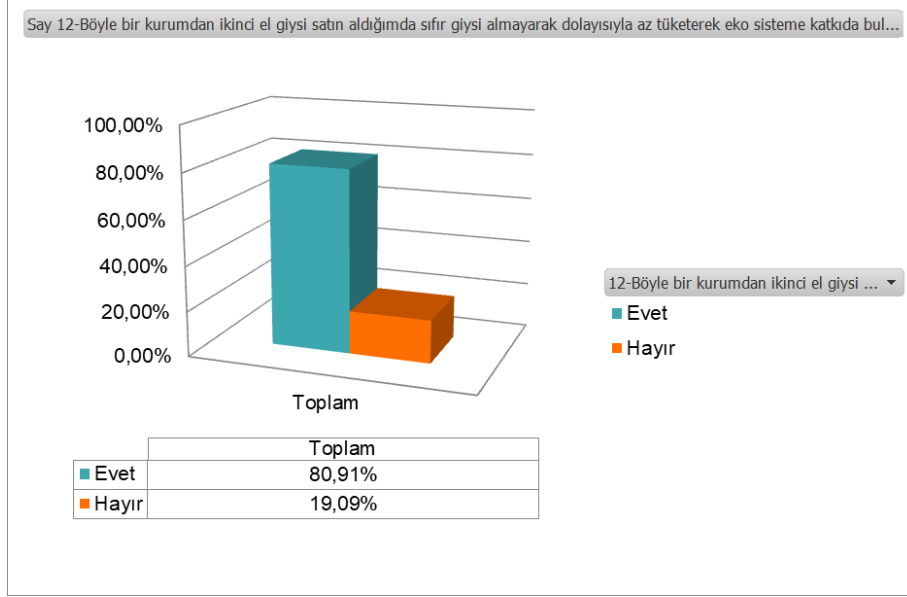
Şekil 11 Ölçme aracı soru 8 bulguları

Bu karşılaştırmalı analiz ile, günlük hayatında ikinci el giysi kullanmıyorum diyen katılımcıların güvenebileceği bir kurum aracılığı ile kurulan bir ikinci el giyim mağazasından alışveriş yapıp yapmayacakları tespit edilmek istenmiştir. Elde edilen sonuca göre, katılımcıların yaklaşık %50'si günlük hayatında ikinci el giysi kullanmamasına rağmen belirtilen modeldeki gibi güvenilir bir kurum olur ise, ikinci el giysi satın alabileceğini belirtmiştir. Bu sonuç anlatmaktadır ki topluma sunulacak yeterli bilgilendirme, sağlanacak güven ortamı ve işlevsel bir yapılanma ile yardım mağazasından ikinci el giysi satın alma konusundaki algı olumlu yönde değişikliğe uğrayabilmektedir.

Aşağıda izleyen 3 soruda, katılımcıların ikinci el giysi satın aldığı hem daha az tüketeceği, eko sisteme katkıda bulunacağı hem bütçesinde tasarruf yapacağı hem de satıştan elde edilen gelirin ihtiyaç sahiplerine yardım yapan diğer büyük şirketler yerine yardım derneklerine gitmesi konusunun önemine değinilerek bilinçlendirme yapılmak istenmiştir. Ayrıca, katılımcıların bahsi geçen ikinci el satın alım konusundaki sonuçlar hakkında düşünceleri ölçülmeye çalışılmıştır.

Soru 12

“Böyle bir kurumdan ikinci el giysi satın aldığımda sıfır giysi almayarak dolayısıyla az tüketerek eko sisteme katkıda bulunduğumu düşünürüm.”

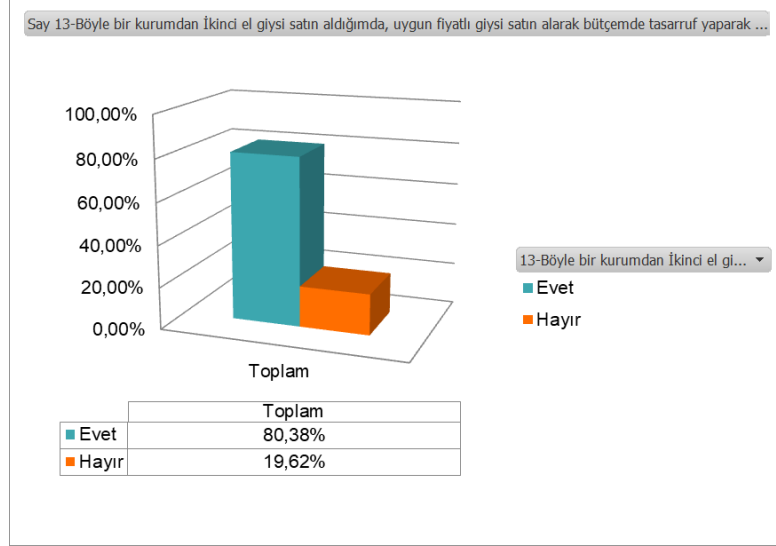


Şekil 12 Ölçme aracı soru 9 bulguları

Katılımcıların yaklaşık %81 belirtilen modeldeki bir kurum yapısından ikinci el giysi satın alarak sıfır giysi satın alma ile eko sisteme katkıda bulunacağına inandığını belirtmiştir. Bu soruya verilen cevaplardaki olumlu yüzdenin yüksek olması, çevre bilinci konusunda toplumumuzda aydınlanma olduğunu ve doğru yönlendirmeler ile bilgi ve değerlerin daha da yaygınlaştırılabileceği yönünde yorumlanabilmektedir.

Soru 13

“Böyle bir kurumdan ikinci el giysi satın aldığımda, uygun fiyatlı giysi satın alarak bütçemde tasarruf yaparak iyi hissedirim.”

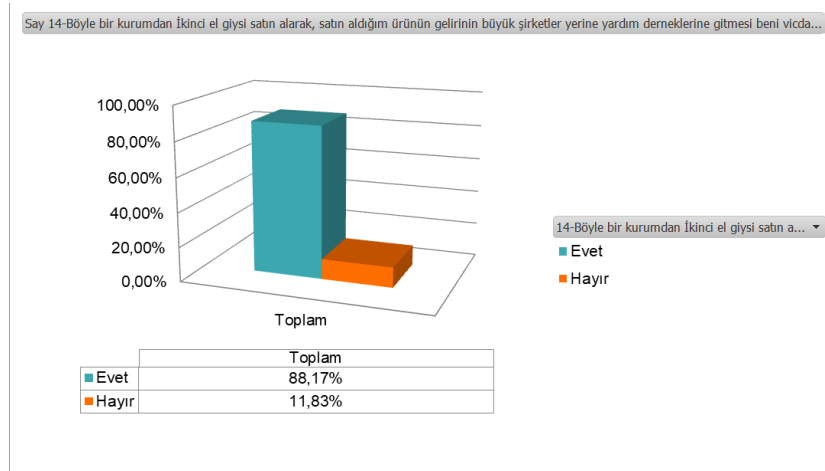


Şekil 13 Ölçme aracı soru 10 bulguları

Katılımcıların %80'i belirtilen modeldeki bir kurum yapısından ikinci el giysi satın alarak, almış olduğu uygun fiyatlı giysi ile bütçesine katkı sağlayacağını düşünmektedir. Bu sorudan elde edilen 'evet' cevabını yüzdesel olarak yüksek oluşu, model önerisinin hayata geçtiğinde doğru anlaşılacağı ve çevrenin korunması konusunda da toplumun bilinç düzeyinin yüksek olduğunu belirtmektedir.

Soru 14

“Böyle bir kurumdan ikinci el giysi satın alarak, satın aldığım ürünün gelirinin büyük şirketler yerine yardım derneklerine gitmesi beni vicdanen iyi hissettirir.”



Şekil 14 Ölçme aracı soru 11 bulguları

Araştırma katılımcılarının %88'i belirtilen modeldeki bir kurum yapısından ikinci el giysi satın aldığıında, satın alınan ürünün gelirinin büyük şirketler yerine ihtiyaç sahiplerine dağıtım yapan derneklere gitmesinden dolayı vicdanen iyi hissedeceğini belirtmiştir. Elden edilen cevaplar göstermektedir ki toplumda büyük markaların projeleri olan ikinci el giysi kampanyalarına güven bulunmamakta ve daha takip edilebilir, topluma daha fazla güven veren yardım organizasyonlarına ihtiyaç bulunduğu yorumlanabilmektedir.

Araştırma kapsamında elde edilen sonuçlar doğrultusunda, kullanılmayan giysilerin ihtiyaç sahiplerine bağışlanması konusunda olumlu yaklaşım olduğu söylenebilmektedir. Katılımcıların oran olarak büyük bir bölümü önerilen model de bir mağaza yapılanması olmasına olumlu yaklaşmış ve böyle bir yapılanma olması durumunda kullanmadığı giysileri bağışlamak isteyeceğini belirtmiştir. Kullanmadığı giysileri ihtiyaç sahiplerine bağışlamayı sosyal sorumluluk projesi olarak gördüğünü belirten katılımcıların oranı yüksek çıkmıştır. Her ne kadar ikinci el kullanım konusunda katılımcılar arasında oran az görünse de güvenilir bir kurumdan satış olduğunda ikinci el giysi satın alacağını belirtenlerin oranı yüksek gözlenmiştir. Sıfır giysi satın almayarak, ikinci el giysi tüketimi ile daha tüketim yaparak eko sisteme katkıda bulunacağını düşünen katılımcıların oranı yüksek çıkmıştır. Bununla beraber, ikinci el giysi satın aldığıında uygun fiyatlı alışveriş sebebiyle bütçesinde tasarruf yapacağını bu durumun iyi hissettireceğini düşünen katılımcıların oranı da oldukça yüksek gözlenmiştir. Ayrıca, ikinci el giysi satın alarak, satın alınan ürünün gelirinin büyük şirketler yerine yardım derneklerine gitmesinin vicdanen iyi hissettireceğini belirten katılımcıların oranı oldukça yüksek gözlenmiştir.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmada elde edilen bulgulara göre, katılımcıların büyük bir çoğunluğu (%60) kullanmadığı giysilerini ihtiyaç sahiplerine ulaştırabildiğini düşünmektedir. Ancak ulaştırabildiğini düşünen kesimin oranının en az yarısı kadarı da (%39) ulaştıramadığını düşünmektedir. Bu oran kullanılmayan giysilerin ihtiyaç sahiplerine ulaştırılmasındaki yöntemler henüz yeterli olmadığını göstermektedir. İnsanlar kullanmadıkları giysileri hedef kitlelerine ulaştıramadığını düşünmektedir. Bunun yanı sıra kullanmadığı giysileri ihtiyaç sahiplerine ulaştırılmasını isteyen kesimde oldukça yüksek oran gözlenmiştir. Giysilerini ihtiyaç sahiplerine ulaştırmak isteyip ancak güvenebileceği bir mecra olmaması veya yöntem olarak nasıl bir yol izlemesi gerektiğini bilmeyen bir kesim olduğu aşıkardır. Katılımcılara yönlendirilen sorulardan elde edilen sonuçlar, güvenilir bir aracı kurumun varlığı halinde, insanların kullanmadıkları ve elden çıkarmayı düşündükleri giysilerini bu aracı kuruma vererek ihtiyaç sahiplerinin yararına kullanılmasını arzu etmekte olduğunu göstermektedir.

Gerçekleştirilen araştırma kapsamında katılımcılara yöneltilen sorulardan bazıları ön bilgilendirme ile anlatılmış olan ikinci el giysi satışı yapan yardım mağazası modeline ilişkin sorulardan oluşmuştur. Katılımcılara belirtilen modelde güvenilir yani bağışları veya bağışlanan ürünlerinin gelirinin gerçek ihtiyaç sahiplerine ulaştıracak bir yapı olması durumunda kullanmadığı giysileri bağışlama konusundaki düşünceleri alınmıştır. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu modele sıcak bakmış ve böyle bir kuruma memnuniyetle bağışta bulunacağını belirtmiştir. Bu sonuç, Ö. Özdemir, M. Özdemir ve Beşel'in (2019) araştırması ile benzer olumlu sonuç vermiştir.

Araştırma kapsamında katılımcılara kullanmadıkları giysileri bağışladıklarında hissedebilecekleri duygu, düşünce ve sosyal sorumluluk desteği hakkında bilgi verilerek, bağışlama eylemi sonucunda edinecekleri geri bildirim hakkındaki düşünceleri sorulmuştur. Belirtilen yardım mağazası modeline kullanılmayan giysiler bağışlandığında sosyal sorumluluk çalışmasının bir parçası olunacağı ve bu çalışma sonucunda duygusal tatmin hissedileceği önermesine katılan çoğunluğun fazla olması aslında ikinci el giysilerin sürdürülebilir yaşamdaki yerine ilişkin bilincin yüksek olduğunu ve doğaya karşı sorumluluk hissiyatının güçlü olduğunu anlatabilmektedir. Bu sonuç, Ö. Özdemir, M.

Özdemir ve Beşel'in (2019) araştırmasındaki, yardım mağazalarının geri dönüşüme olan katkısının farkında olduğu sonucu ile benzerlik göstermektedir.

Belirtilen model önerisinin toplum tarafından nasıl karşılanacağı konusundaki araştırmanın yanı sıra ikinci el giysi konusunda toplumun görüşleri de bir o kadar önem taşımaktadır. Hazırlanan soru formunda katılımcıların günlük hayatlarında ikinci el giysi kullanım durumları da sorulmuş ve gerçekleştirilen literatür ve çeşitli kaynakların haberlerinden yapılan çıkarımlar sonucunda Türk toplumunun yapısı gereği ikinci el giysi konusunda henüz Avrupa ve diğer ülkeler kadar yaygın bir kullanım olmadığı görülmektedir. Yapılan soru formu kapsamında ikinci el giysi kullananların oranı oldukça düşük olduğundan bu konuda toplumun sıfır ürün tüketimi konusunda meyilinin daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır. İşçioğlu ve Yurdakul'un gerçekleştirmiş olduğu araştırma (2018) ve gazete haberine (Habertürk Hayat, 2020) göre; ikinci el tüketim oranının düşük olması sebeplerin arasında toplumsal kültürel kalıp yargıların baskın olması olduğu söylenebilmektedir. Bu yargılar arasında, kullanılmış olan giysilerin ilk kullanıcının olumsuz enerjisini taşıdığına inanılması ve bu etkisi sebebiyle giyinilmekten kaçınılması yer almaktadır. Ayrıca, kullanılmış olan giysilerin hijyen kurallarına uygun olmadığı konusunda önyargılar bulunmakta ve bu nedenle ikinci el giysilerden uzak durulmaktadır (İşçioğlu ve Yurdakul, 2018) ve (Habertürk Hayat, 2020).

Katılımcılara yönlendirilen bir grup soruda ise, güvенеbileceği belirtilen model ve benzeri bir kurum olduğu takdirde bu mağazalardan ikinci el giysi satın alıp almayacağı yönünde görüşlerini almak üzere planlama yapılmıştır. Halihazırda ikinci el kullanan veya kullanmayan kişilerden oluşan katılımcı profili yoğunlukla güvенеbileceği bir kurum olur ise kullanılmış ürün satın alacağını belirtmiştir. Bu konuda daha spesifik bir sonuç elde etmek amacıyla günlük hayatında giysi kullanmadığını belirten kişi yüzdesinin, güvенеbileceği bir kurum olursa ikinci el giyim satın alma sorusuna vermiş oldukları cevaplar analiz edilmiş ve ikinci el giysi kullanmayan kişilerin %50'si kadarı güvенеbileceği bir kurum olduğu takdirde ikinci el giysi satın alarak kullanacağını belirtmiştir. Toplumda yeterince güven teşkil edilir, kullanılmış giysilerin temizlik, tamir, ürün temini ve bağışlanacak kesim konusunda yeterince açıklayıcı ve sürekli bir bilgi akışı sağlandığında ikinci el ürün kullanımı konusunda fikirler olumlu yönde değiştirilebilir.

Amerika Birleşik Devletleri Çevre Koruma Ajansı (US-EPA)'ya göre, her yıl 10 Milyon ton'dan fazla dayanıksız tekstil atığı (ör. Giyim ve çarşaf) çöp kutusuna atılmaktadır(<https://www.epa.gov/facts-and-figures-about-materials-waste-and-recycling/textiles-material-specific-data#TextilesTableandGraph>). İkinci el giysiler kullanmak, geri dönüşüm ve yeniden satış uygulamalarının sürdürülmesine yardımcı olarak biraz daha az maddenin atılması anlamına gelmektedir. Kullanılmış giysi tüketimi sayesinde sıfır giysi alımında olduğu gibi aşırı tüketim önlenmekte ve dolayısıyla eko sisteme katkı üst seviyelerde olmaktadır. Bu konuda farkındalık yaratılmasını da amaçlayan bu araştırmanın soru formunda, katılımcılarda farkındalık yaratmak amaçlı ikinci el giysi satın alımında eko sisteme katkıda bulunulacağı belirtilmiş ve sonucunda kişinin iyi hissedebileceği yansıtılmıştır. Bakış açısına yeni bir yol açıldığına inanılan katılımcıların %80 gibi bir çoğunluğu, ikinci el giysi satın alım eyleminden sonra eko sisteme katkıda bulunma fikrinden hoşnut olacağını belirtmiştir. Ayrıca, ikinci el giysi satın almanın avantajlarından biri olan uygun fiyatlı giysi alımının hane bütçesine destek olacağı vurgulanmıştır. Bu konuya da olumlu cevap veren katılımcı sayısı %80 gibi bir oran ile oldukça fazladır.

Günümüzde bazı büyük konfeksiyon markaları kullanılmış giysileri toplamakta ve bu giysileri ihtiyaç sahiplerine dağıttığını belirtmektedir ancak bu sosyal yardım kampanyası konusunda oldukça fazla spekülasyon yaratılarak bu yardım kampanyalarının amacının sadece reklam olduğu ve toplanan giysilerin çöplüklere atıldığı iddia edilmektedir. Bir diğer yandan diğer başka büyük ölçekli giyim markaları kullanılmış giysileri toplayarak geri dönüşüme göndererek çevreye katkı sağladıklarını vurgulamaktadır. Bu durum her marka için söylenememektedir ancak bazı markaların kullanılmış giysileri toplayarak ilgili geri dönüşüm merkezlerine satışından gelir sağladığı söylentiler arasındadır. Bu varsayımların ışığında, araştırma katılımcılarına model önerisi hayata geçtiğinde kullanmadıkları giysileri bağışladıklarında veya ikinci el giysi satın aldıklarında satın aldıkları ürünün gelirinin büyük giyim markalarına gitmesi yerine yardım derneklerine gideceği ve bu sistemin vicdanen iyi hissettireceği vurgulanmıştır. Bu soru kapsamında katılımcılar olumlu yanıtlar vermiş ve %88 gibi bir oran ile belirtilen fikre katıldıkları gözlenmiştir.

Çalışma kapsamında araştırmalar sonucunda Türkiye’de kullanılmayan giysilerin değerlendirilmesi konusunda çeşitli kurum ve kuruluşların çalışmaları olduğu tespit edilmiştir. Bu kurumlardan bazıları kendi bünyelerinde bir takım nakdi ve giysi bağışları toplamakta ve ihtiyacı olan kimselere vermekte bazıları ise geri dönüşüm amaçlı giysileri topladıklarını resmi internet sitelerinde belirtmektedir. Bahsi geçen kurum ve kuruluşların yeterli olması veya toplum içinde nasıl karşılandığı ayrı bir araştırma konusu olmakla birlikte, bu çalışmada değerlendirmeye alınmamıştır. Bu araştırmada İngiltere yardım mağazası örneği üzerinden önerilen mağaza modeline uygun bir yardım mağaza sistemine rastlanmamıştır.

Gerçekleştirilen literatür araştırmasında, İngiltere’deki yardım mağazalarının yönetimi, çalışanları, ürün kabulü ve ihtiyaç sahiplerine dağıtımı konusunda sistemin oldukça sağlam olduğu görölmüştür. En yaygın yardım mağazalarının yönetiminin başında mutlaka bir yönetici ve düzenli bir temizlik ve tadilat sistemi olduğu öğrenilmiştir (örn. OXFAM). Bu mağazalarda gelen ürünler düzenli ayrılmakta, kullanılamayacak durumda olan ürünler geri dönüşüme aktarılmaktadır. Kimi mağazalarda gönüllülük esasına dayalı bir çalışma sistemi olmakta kimilerinde ise maaşlı personel çalışmaktadır.

Araştırma kapsamında İngiltere örneği üzerinden katılımcılara anlatılan model önerisine yönelik sorular ilgiyle karşılanmış ve edinilen bulgular doğrultusunda ölkemizde hayata geçirilmesi muhtemel olabilecek ikinci el giysi satışı yapılan yardım mağazası model önerisinin iyi bir sistem ışığında doğru ve şeffaf bir anlatımla toplumda yer etmesi mümkün görönmektedir.

6.1. Model Önerisi

Tez kapsamında gerçekleştirilen gerek literatür araştırmaları gerekse soru formu yoluyla edinilen veriler doğrultusunda hem sürdürülebilir moda çalışmalarına destek hem de ihtiyaç sahiplerine ulaşma amacıyla Türkiye’de ikinci el giysilerin istenilen seviyelerde verimli sonuçlara ulaşamadığı görölmektedir. Bu kapsamda, ikinci el giysilerin değerlendirilerek bağış yolu ile aracı bir mağaza vasıtasıyla ihtiyaç sahiplerine ulaşması için bir model önerisi sunulmaktadır. Bu model önerisinin Türkiye’de çok önemli bir rol oynayacağı ve diğer kurum ve kuruluşlar verimli bir örnek teşkil edeceğine inanılmaktadır.

Türkiye için ikinci el giysi satışı yapan mağazanın tepe kuruluşu muhakkak bir Sivil Toplum Kuruluşu (STK) veya belediye önderliğinde hayata geçmesi önem taşımaktadır. Öncelikli olarak belediyelerin öncülüğünde bu sistemin kurgulanması önerilmektedir. Belediyelerin seçilmesinin sebebi bu kuruluşların kar amacı gütmemesi, halk güvenoyunu almaları ve bu kuruluşların yönetim ve çalışma yapısı gereği halkın tüm kesimlerine ulaşılabilen verilere sahip olmaları ve hitap eden yapılar olmasından kaynaklanmaktadır.

Önerilen mağaza modelinde iki yönlü bir yardım biçimi planlanmıştır; ilk olarak bağışlanan ikinci el kıyafetlerin satışından elde edilen gelirin kurumlar tarafından belirlenen ihtiyaç sahiplerine nakdi yardım yapılmasıdır. İkinci olarak ise bağışlanan giysilerin belirli bir kısmının ayrılarak yine belirlenen ihtiyaç sahiplerine giysi olarak verilmesi düşünülmektedir. İhtiyaç sahiplerinin belirlenmesi konusunda Belediyelerde kayıtlı ‘fakirlik belgesi’ sahibi kişiler veya ilgili kurumların araştırmaları veya almış oldukları başvurular sonucunda tespit edilen giysi ihtiyacı bulunan kişilerden oluşabilmektedir.

Model önerisi kapsamında bağışlanan giysiler mağazalara getirilerek, belediyelerin uygun göreceği bir toplama noktalarına getirilerek toplanabilir ve ilerleyen süreçlerde toplumun sisteme uyumu sağlandıktan sonra İngiltere örneğinde olduğu gibi giysi toplamaya özel tasarım poşetler ile çöpten ayrıştırılmış olarak belirli günlerde muhtarlıklar veya her mahallenin belli bir noktasından toplanma sağlanabilir. Bu poşetler bağış yapmak isteyen herkese belirli noktalarda bulunan kutulardan temin aracılığı ile ulaştırılabilir. Bağışlanan giysilerin durumu da çok önemlidir. Temiz, kullanılabilir giysilerin bağışlanması sağlanmalı veya sökülmüş az hasarlı giysiler toplanarak gönüllü temizlik ve tamir firmalarının desteği ile giyilebilir duruma getirilme yoluyla mağazalarda satışa sunulmalıdır.

Model mağazaların ihtiyaç sahiplerinin yararına olmasının yanı sıra tüm topluma faydası gözetmesi gerekmektedir. Söz konusu mağazalarda çalışanlar öncelikle gönüllülük esasına göre seçilmelidir. Ek olarak bu mağazalarda çalışacak kişiler emekli ve belirli bir yaş üstünde bireylerden seçilir ise bu kişiler hayata dahil edilmesi söz konusu olacaktır. Bahsi geçen bireylerin çalışma hayatına yeniden dahil olması İngiltere örneklerinde de görüldüğü üzere hem sosyal hem de fizyolojik olarak pozitif destek sağlaması hedeflenmektedir. Sistem oturması ve doğru çalışmasından sonra ilerleyen dönemlerde

mağazaların gelirlerinin oranına bakılarak ücretli çalışanlar eklenmesi değerlendirilebilir. Yardım mağazalarının fiziki konumu da istenilen işleve ulaşması için büyük önem taşımaktadır. Mağazalar genellikle en işlek, ulaşımı kolay ve kapasitesi orta büyüklükte mağazalar seçilerek hem insan hem giysi yığınlarının oluşmasının önüne geçilmesi sağlanabilmektedir.

Yardım mağazalarının işlevi kadar bilinirliği de oldukça önemlidir. Belirli dönemlerde kampanya veya ünlülerin desteği ile yardım organizasyonları düzenlenerek mağazaların bilinirliği artırılabilir. Gerekli durumlarda özel günlerde yardım kampanyaları kapsamında konserler ve destek amaçlı reklam çalışmaları ile toplumda farkındalık artırılabilir. Ayrıca, böyle bir sistemden haberi olmayan ihtiyaç sahiplerinin de bu gibi yöntemler aracılığı ile yardım alabilecekleri bir sistemin varlığı hakkında bilgilendirilmesi sağlanabilir.

Ayrıca, yardım mağazalarının üst kuruluşu olacak kurum/kuruluş tarafından tüm vatandaşların erişebileceği bir web sitesi oluşturularak, aylık bağışlanan giysi oranları, satılan giysi oranları, ihtiyaç sahibine ulaştırılan yardım ve gelir gider tablosu yayımlanarak topluma şeffaflık çerçevesinde bilgi aktarımı yapılabilir. Bu işlem ile hayata geçirilen yardım mağazası hem güvenilirlik sağlanmış olarak bağış oranı artırılabilir hem de gerçekten sistemin çalışıp çalışmadığı tüm Türkiye tarafından takip edilebilecektir.

Sonuç olarak, gerçekleştirilen araştırma kapsamında gerek literatür taraması gerek ise araştırma modelindeki soru formu aracılığıyla elde edilen bulgular; İngiltere yardım derneği dükkanı modeli üzerinden örneklendirilerek oluşturulması önerilen Türkiye ikinci el giysi satışı yapan yardım mağazası modelinin faydalı olacağını göstermiştir. Bu sayede, kullanılmış olan giysilerin değerlendirilmesi amacıyla hem elde edilen gelir ihtiyaç sahiplerine ulaştırılmış olacak hem sıfır ürün tüketimi azalacak hemde doğaya ve insana olan sosyal sorumluluğun en faydalı yöntem ile gerçekleşmesine sebebiyet vereceğine inanılmaktadır.

KAYNAKLAR

- Ağaoğlu, Ö. (2016). Sanayi devriminin tekstil sektörüne etkisi. Bilgi Ustam. 19 Aralık 2021, <https://www.bilgiustam.com/sanayi-devriminin-tekstil-sektorune-etkisi/>
- Ağca, B. (2018). Dünya sürdürülebilir kalkınma zirvesi (Johannesburg, 26 Ağustos- 4 Eylül 2002). Dış İşleri Bakanlığı. https://www.mfa.gov.tr/dunya-surdurulebilir-kalkinma-zirvesi_johannesburg_-26-agustos---4-eylul-2002_.tr.mfa
- Akdoğan, A. (2019). Yavaş moda akımında giysi dönüştürme yaklaşımları ve onarım yöntemleri. Mimar Sinan Üniversitesi, İstanbul.
- Akgül, U. (2010). Sürdürülebilir kalkınma: uygulamalı antropolojinin eylem alanı. Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi Antropoloji Dergisi, 24, 133-164.
- Al, İ. (2019).” Sürdürülebilir kalkınma ve yeşil ekonomi: türkiye için bir endeks önerisi”. Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 12(1), 112-124. doi: 10.17218/hititsosbil.473413
- Alexander, A., Cryer, D. & Wood, S. (2008). location planning in charity retailing. international journal of retail & distribution management, 36(7), 536–550. doi:10.1108/09590550810880570
- Allwood, J. M., Laursen, E., Rodrigues, C. M. & Bocken, N. M. P. (2006). Well dressed? the present and future sustainability of clothing and textiles in the United Kingdom. Cambridge: University Of Cambridge, Institute Of Manufacturing.
- Andchan, R., Joy, A., Sherry, J. F., Venkatesh, J. A. & Wang, J. (2012). Fast fashion, sustainability, andtheethicalappeal of luxurybrands, fashiontheory, 16(3), 273-296. <https://doi.org/10.2752/175174112X13340749707123>
- Aygün, M. (2017). Bomonti bit pazarı/Feriköy antika pazarı'nın etnografik analizi. Mimarizm. 10 Eylül 2021, http://www.mimarizm.com/makale/nereden-gelir-ki-bu-isim_115222).
- Aykaç M. ve Murat G. (2018). Sürdürülebilir kalkınma 2030 gündemi bağlamında çocuk işçiliğinin önlenmesinde sosyala koruma tabanları. Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, Özel Sayı, 93-118.

- Azaklı, H. (2018). Tekstil ve moda tasarımı açısından sürdürülebilirlik. Beykent Üniversitesi, İstanbul.
- Bal, Ş. (2018). Vintage kıyafet akımı İzmir’de giderek yayılıyor, Haber Ekspres. 14.11.2021, <http://www.haberekspres.com.tr/izmir/vintage-kiyafet-aki-mi-izmir-de-giderek-yayiliyor-h116964.html>
- Barbiroli, G. (2011) Economic consequences of the transition process toward green and sustainable economies: costs and advantages, *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 18 (1), 17–27.
- Beard N. (2008). The branding of ethical fashion and the consumer: a luxury niche or mass-market reality? *Fashion Theory*, 12(4), 447–468.
- Birleşmiş Kentler ve Yerel Yönetimler Dünya Teşkilatı Raporu, http://arsiv.uclg-mewa.org/doc/rio-20_GrSon.pdf. Erişim: 21 Kasım 2021
- Birleşmiş Milletler (BM) Çölleşmeyle Mücadele Sözleşmesi 12. Taraflar Konferansı (UNCCD COP12), 2015, Ankara.
- Broadbridge, A. & Parsons, E. (2005). Gender and career choice: experiences of UK charity retail managers. *Career Development International*, 10(2), 80–97. doi:10.1108/13620430510588293
- Cachon, G. & Swinney, R. (2011). The value of fast fashion: quick response, enhanced design, and strategic consumer behavior. *Management Science*. 57(4), 778-795.
- Catton, G. (2007). Sustainable cleaning, fast, affordable and sustainable Fashion. 17th May 2007, ASBcI conference proceedings.
- Cebeci, D. (2013). Ekolojik tekstillerin moda tasarımı üzerine etkileri. Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, Sanatta Yeterlilik Tezi, 350, İstanbul.
- Cervellon, C., Hjerth, H., & Ricard, S. (2006). Green in fashion, University of Monaco. 24 Eylül 2021, http://blog.zeit.de/gruenegeschaefte/files/2010/11/Cervellon_Green-fashionsept10pdf
- Ceylan, Ö. (2010). Tüketicilerin çevresel sürdürülebilirlik ve ekolojik moda konusunda bilgi düzeyi, tutum ve davranışlarının belirlenmesine yönelik bir araştırma, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme (Pazarlama) Anabilim Dalı, Eskişehir.

- Chattoe, E. (2000). Charity shops as second hand markets. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 5(2) 153-160. Doi: 10.1002/nvsm.107
- Chen, H. L. & Burns, L. D. (2006). Environmental analysis of textile products, *Clothing and Textiles Research Journal*, 24(3),248–261.
- Circles Of Sustainability. 23 Şubat 2017, <Http://Www.Circlesofsustainability.Org>.
- Crane, D. (2003). Moda ve gündemleri (Çev. Ö. Çelik), *Ayrıntı Yayınları*, s. 13-14, 17,
- Croft, N. (2003). Product quality strategy in charity retail: a case study. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 8(1), 89–98. doi:10.1002/nvsm.203
- Çakır, İ. ve Dedeoğlu, A. (2020). İkinci el giyim sitelerinde algılanan risklerin satın alma niyeti üzerine etkisi. *Uluslararası İktisadi Ve İdari İncelemeler Dergisi*, (27),56-57.
- Çarkoğlu, A. ve Aytaç, S.E. (2016). Türkiye’de bireysel bağışçılık ve hayırseverlik. *Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı*, İstanbul.
- Çetindağ, M.(b.t.). Sürdürülebilirlik ve minimalizm. 19 Aralık 2021 <https://medium.com/tag/minimalizm>.
- Daily, G. (1997). *Nature’s services societal dependence on natural ecosystems*. Washington: Island Press.
- Daymon, C., & Holloway, I. (2003). *Qualitative research methods in public relations and marketing communications*. London: Routledge.
- Diddi S.&Yan, R. (2019). Consumer perceptions related to clothing repair and community mending events: a circular economy perspective department of design and merchandising, College of Health and Human Sciences, Colorado State University.
- Digital inkjet textile finishing (2013). *Ecotextile News*, Vol. 56 (August/September), p. 35.
- Ellen MacArthur Foundation. A new textiles economy: Redesigning Fashion’s Future. 05.06. 2021, <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/publications>
- Erdin, E. (1981). Atık Suların Sulamada, Kullanılması Su Teknolojisindeki Semineri 8-12 Haziran1981, İzmir.
- Fletcher K. (2008). *Sustainable fashion and clothing*. Design Journeys. Earthscan: Malta.

- Fletcher, K. (2007). Slow fashion. *The Ecologist*, 37(5), 61.
- Fletcher, K. (2010). Slow fashion: an invitation for systems change. *Fash. Prac.*,2,259–265.
- Gabbot, M. (1991). The role of product cues in assessing risk in second-hand markets. *European Journal of Marketing*, 25(9), 38–50.
- Göklüberk Özlü P. ve Saatçioğlu K. (2015). Etik moda kavramı ve tasarımcılar. *İdil Dergisi*, 15(4), 87-110.
- Gömeç, G. (2016). Bu harika, sürdürülebilir ‘deri’ ananas yapraklarından üretiliyor, Yeşilist. 1 Aralık 2021, <https://www.yesilist.com/bu-harika-surdurulebilir-deri-ananas-yapraklarindan-uretiliyor/>
- Günay, G. ve Bener, Ö. (2011). Kadınların toplumsal cinsiyet rolleri çerçevesinde aile içi yaşamı algılama biçimleri. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 15(3),157-171.
- Gürcüm, B. H., Yüksel, C. (2012, Ekim). Moda Sektörünü Yavaşlatan Eğilim: Eko Moda ve Moda’da Sürdürülebilirlik. I. Uluslararası Moda ve Tekstil Tasarımı Sempozyumu, Antalya.
- Gürler, C. (2019). Sürdürülebilir moda: geri dönüştür, tekrar kullan, *Fashion World Türkiye*. 1 Aralık 2021, <http://fashionworldtr.com/moda/surdurulebilir-moda-geri-donusturtekrar-kullan/>
- Gürsoy, A. (2010). *Giyim kültürü ve moda*, Ömür Matbaacılık, İstanbul.
- Hayta, B. (2009). Sürdürülebilir tüketim davranışının kazanılmasında tüketici eğitiminin rolü, Ateş Bayazıt Hayta, Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi,12.
- Hibbert, S. A., Horne, S. & Tagg, S. (2005). Charity retailers in competition for merchandise: examining how consumers dispose of used goods. *Journal of Business Research*, 58(6), 819–828. doi:10.1016/j.jbusres.2003.09.011
- Hilooğlu, S. (2011). Kardeşler arası ilişkiler. 18 Aralık 2021, <https://www.tavsiyedyorum.com>.
- Honore, C. (2004). *In praise of slowness: how a worldwide movement is challenging the cult of speed*. New York, Ny: Harper Collins Publishers.
- Horne, S. (1998). Charity shops in the UK. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 26(4),155-161.

- Horne, S. (2000). The charity shop: purpose and change. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 5(2), 113–124. doi:10.1002/nvsm.104
- Horne, S. & Maddrell, A. (2004). Charity shops: retailing, consumption and society. http://books.google.com/books?id=JOiXlxUGm_kC&dq=ethical+shopping+thrift+stores&lr=&source=gbs_navlinks_s
- İşçiöğlü, T.E. ve Yurdakul D. (2018). İkinci el giyim motivasyonları ve sürdürülebilirlik üzerine keşifsel bir araştırma, *Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi*, 4(2),253-280.
- Joergens, C. (2006), Ethical fashion: myth or future trend ?, *Journal Of Fashion Marketing And Management*, 10 (3), 360-371.
- Jung, S. & Jin, B. (2016). Sustainable development of slow fashion bussinesses: customer value approach. *Sustainability*. 8(6), 540
- Karagöz A. (1998). Biyolojik Çeşitlilik Sözleşmesi, *Tarla Bitkileri Merkez Araştırma Enstitüsü Dergisi*,7.
- Karahan, F.D. ve Adak, N. (2019). Tüketicinin cinsiyeti: tüketim toplumunda gençlerin tüketim eğilimleri, *Akdeniz Kadın Çalışmaları ve Toplumsal Cinsiyet Dergisi*. 2 (1),118-148.
- Karalar, R. ve Kiracı, H. (2011). Çevresel sorunlara karşı bir çözüm önerisi olarak sürdürülebilir tüketim düşüncesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 30, 63-76.
- Kaya, A. (2021). Sürdürülebilir moda küresel bir yaklaşım. *İstanbul Arel Üniversitesi, İstanbul*
- Kılıç, S. (2013). Giyim sektöründeki üretim atıklarının sürdürülebilir moda yaklaşımı ile değerlendirilmesi ve örnek bir uygulama. *Gazi Üniversitesi, Ankara*.
- Kipöz, Ş. (2019). Sürdürülebilir moda (2. Baskı). *İstanbul: Yeni İnsan Yayınevi*.
- Kumar, B. & Kumar, P. (2011), Green economy: policy framework for sustainable development, *Current Science*,100, (7), 960-962.
- Kurtoğlu N., Şenol D. (2004), Tekstil ve ekolojiye genel bakış, karsinojen ve allerjik etki yapabilen tekstil kimyasalları, *KSÜ Fen Ve Mühendislik Dergisi*, 7(1).

- Kurtuldu, E. (2019, Nisan). Sürdürülebilir Tekstil Tasarımında Atık Yönetimi ve 6 R Prensinin Uygulanması. III. Uluslararası Uygulamalı Sosyal Bilimler Kongresi/C-iaso, Çeşme, İzmir.
- Kuşat, N. (2013). Yeşil sürdürülebilirlik için yeşil ekonomi: avantaj ve dezavantajları-Türkiye incelemesi. Yaşar Üniversitesi E-Dergisi, 29(8), 4896-4926.
- Manfred, P., Matten, D., Tolhurst, N. & Visser, W., (2008). The a to z of corporate social responsibility. New York: John Wiley And Sons.
- Mangır A. F. (2016). Sürdürülebilir kalkınma için yavaş ve hızlı moda. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi.19 41.Yıl Özel Sayısı, 143-154
- Mcdonough, W., & Braungart, M. (2013). the upcycle: beyond sustainability-designing for abundance, New York.
- Moldan, B.&Janousková, S. & Hak, T. (2012). How to understand and measure environmental sustainability: indicators and targets, Ecological Indicators,(17),4 13.
- Mowbray, J. (2013). First digital inkjet machine for textile finishing,(56),35.
- Munier, N. (2005) Introduction to sustainability. Dordrecht, Netherland: Springer.
- Niinimäki, K. & Hassi, L. (2011). Emerging design strategies in sustainable production and consumption of textiles and clothing, Journal of Cleaner Production, 19 (16), 1876-1883.
- Niinimäki, K.(2013). Sustainable fashion: new approaches (1st. Ed.).Helsinki:Aalto University.
- Oh, S. J. & Park, S.J. & Shin, P.G.& Yoo, Y.B. & Jhune, J.S. (2004). An improved compost using cotton wate and fermented sawdust substrate for cultivation of oyster mushroom, The Korean Society of Mycology, 32(3),115-118.
- Özdemir, Ö., Özdemir M. Beşel F. (2019). Vakıftan hayır dükkânına: İngiltere'deki "charity shop" kurumu üzerinden Türkiye'deki yardım kuruluşları için bir model önerisi. Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi,19 (44),655-693.

- Özen, Y. ve Gül, A. (2007). Sosyal ve eğitim bilimleri araştırmalarında evren-örneklem sorunu. *Population-Sampling Issue On Social And Educational Research Studies*, (15).
- Özmen, A. (1999). Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri. A. Bir (Yay. Haz.). Örneklem. Eskişehir Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1081, 25-50.
- Özurgancı Eşkin, P. (2019). Sürdürülebilirlik nedir?.*Ekolojist.net*. 1 Kasım 2019, <https://ekolojist.net/surdurulebilirlik-nedir/>
- Pallemaerts, M. (1993). *International law from stockholm to rio: back to the future?. Greening International Law* (Der. Philippe Sands), Eartscan Publications Limited, London.
- Palm, D., (2011), Improved waste management of textiles. <http://www.ivl.se/download/18.7df4c4e812d2da6a416800080103/B1976.pdf>,
- Parsons, E. (2000). New goods, old records and second-hand suits: charity shopping in south-west England. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 5(2), 141–151. doi:10.1002/nvsm.106
- Parsons, E. (2002). Charity retail: past, present and future. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 30(12), 586–594. doi:10.1108/09590550210453066
- Parsons, E. (2004 a). Charity shop managers in the UK: becoming more professional? *Journal of Retailing and Consumer Services*, 11(5), 259–268. doi:10.1016/S0969-6989(03)00052-3
- Parsons, E. (2004b). Charity retailing in the UK: a typology. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 11(1), 31–40. doi:10.1016/S0969-6989(03)00039-0
- Pektaş, H. ve Dengin S. (2012), İkinci el giysi pazarları ve Türkiye’deki durumu, 1. Uluslararası Moda ve Tekstil Tasarımı Sempozyumu, Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Preuit, R. (2016). Fashion and sustainability: in creasing knowledge about slow fashion through an educational module. Forthe Degree Of Master Of Science Colorado State University Fort Collins, Colorado.
- Sahni, H., (2010). Towards sustainable fashion, Computer Technology Integration For A Green Fashion Value-Chain, 20 Şubat 2021, www.fibre2fashion.com

- Schaefer, A. & Crane, A. (2005). Addressing sustainability and consumption, *Journal of Macromarketing*, 25(1),76- 92.
- Sherburne, A. (2009). Achieving sustainable textiles: a designer's perspective, *Sustainable Textiles Life Cycle and Environmental Impact*, Ed. R. S. Blackburn, Woodhead Publishing in Textiles 98, 3-32.
- Simpson, P. (2006). Global trends in fibre prices, Production and consumption. *Textiles Outlook International*. 125,82–106
- Spindler, E. A. (2013). The history of sustainability the origins and effects of a popular concept, *Sustainability in Tourism*,9.
- Şengün, S. (2002). Ormancılıkta Uluslararası Sözleşmeler, *Eko Turizm Grubu*
- Tazebay, U. (1997). Türk örf ve adetlerine göre sosyal yardım kurumları, *Bilig Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*, 6,80-183.
- Tekin Akbulut, A.S. (2012, Ekim). Türkiye’de etik moda üzerine bir araştırma. I. Uluslararası Moda ve Tekstil Tasarımı Sempozyumu, Antalya.
- Tekindal M. ve Uğuz Arsu Ş. (2020). Nitel araştırma yöntemi olarak fenomenolojik yaklaşımın kapsamı ve sürecine yönelik bir derleme. *Ufku Ötesi Bilim Dergisi*, 20 (1), 153-182.
- Tojo, N. & Kogg, B. & Kiorboe, N.& Kaer, B. & Aalto, K. (2012). Prevention of textile waste: material flows of textile in three nordic countries and suggestions on policy instruments. Copenhagen: Nordic council of Ministers.
- Türkmen, N. (2009). Tekstil ve moda tasarımı açısından sürdürülebilirlik ve dönüşüm, *Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, İstanbul*.
- Türkdemir, P. (2019). Sürdürülebilir giysi tüketim davranışının incelenmesine yönelik bir araştırma, *Gazi Üniversitesi, Ankara*.
- Wegener, C. (2016). *Creativity, a new vocabulary* (1. Baskı). New York: Palgrave Macmillan.
- World Commission on Environment and Development (1987). *Our Common Future*, Oxford: Oxford University Press.

- Yalçın, A. Z. (2016). Sürdürülebilir kalkınma için yeşil ekonomi düşüncesi ve mali politikalar. Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 6(1), 749-775.
- Yalçın, Ö. ve Nergiz N. (2020). Türkiye’de kentsel alanlarda döngüsel ekonomi uygulamaları üzerine bir yazın incelemesi, Academia Doğa ve İnsan Bilimleri Dergisi.6 (1), 25-44.
- Yıldırım, A., Ekin, H.Ş. (2016). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yaklaşımları, Seçkin Yayınevi,10(3),432
- Yıldırım, L., (2017). Geri dönüşüm/ileri dönüşüm/tekrar kullanım kapsamında ikinci el giysiler ve sürdürülebilirlik. Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Dergisi, 10(20), 487-491.

İnternet Kaynakları

Acil ihtiyaç projesi vakfı projeler. Acil İhtiyaç Projesi Vakfı resmi internet sitesi. <https://www.aipvakfi.org/v2/projeler.php>

Age UK about. Official webpage.<https://www.ageuk.org.uk/>

Age UK cut 400 jobs and closed a third of its shops last year. Third Sector.<https://www.thirdsector.co.uk>

Alala about. Official webpage.<http://www.alala.org.uk/>

Barnardo’s about. Official webpage.<https://www.barnardos.org.uk/>

Before and after. Trash to Couture. <http://www.trashtocouture.com/p/before-after.html>

Bernardo’s. <https://www.barnardos.org.uk/>

Brandon Trust about. Official webpage.<https://www.brandontrust.org/>

British Red Cross.<https://www.eccleshoppingcentre.co.uk/shops/british-red-cross/>

Cancer Research UK about. Official webpage.<https://www.cancerresearchuk.org/>

Charity shops FAQs. Cahrity Retail Association. <https://www.charityretail.org.uk>.

Charity shops. All in London official webpage <https://www.allinlondon.co.uk>.

Çağdaş yaşamı destekleme derneği hakkında,2019[çevrim içi], Facebook yayını,17 Ekim.

Çevre ve gelişim hakkında Rio deklarasyonu, Kumid. Net, www.kumid.net/euproject/admin/userfiles/dokumanlar/cevreilave02.

Darülaceze hakkında. <https://www.darulaceze.gov.tr>

Design for all, Designboom. <https://www.designboom.com/project/wear-me-bag/m>

Dosteller mağazası hizmeti. Beylikdüzü belediyesi resmi internet sitesi.<https://www.beylikduzu.istanbul/icerik/dost-eller-magazasi-hizmeti>

Ekonil (Econyl) Kumaş Özellikleri, (b.t.), <https://tekstilbilgi.net/ekonil-econyl-kumas-ozellikleri.html>

England Shelter What We Do. Shelter Official webpage.<https://england.shelter.org.uk/>

Fara Charity about. Official webpage.<https://www.faracharity.org/>

Fara Charity Shop. <https://www.faracharity.org/>

Find charity shops near you. Elsevier. <https://www.pattoncharityshops.co.uk>

Giysi kutusu projesi hakkında. Türk Kızılayı. <https://giysikutusu.kizilay.org.tr/proje-hakkinda.html>

Habertürk Hayat, “İkinci el giysilerin enerjisini sıfırlamanın 4 Yolu”, 21 Ekim 2020, <https://hthayat.haberturk.com/ikinci-el-giysilerin-enerjisini-sifirlamanin-4-yolu-1074849>

How small fabrication companies can compete with large on-line services.3D printing Industry. <https://3dprintingindustry.com>

İkinci el alışverişinde ana motivasyonumuz: “tamamen duygusal”, Davranış Enstitüsü, <http://brandtalks.org/2017/03/ikinci-el-alisverisinde-ana-motivasyonumuz-tamamen-duygusal/>

İstanbul Büyükşehir Belediyesi Kadın Koordinasyonları Merkerzi Etkinlikleri. Merkez resmi internet sitesi. <http://www.ibbkkm.org/>

Kadıköy Belediyesi Giysi Toplama Kumbarası. Belediye resmi internet sitesi.<https://www.kadikoy.bel.tr/>

Lösev Yardımlar. <https://www.losev.org.tr/duyurular/yardim.htm>

Middleton Elderly Aid about. Official webpage. <https://middletonelderlyaid.org.uk/>

Mikro Kredi nedir? Nasıl alınır?. <https://www.hangikredi.com/bilgi-merkezi/mikro-kredi-nedir-nasil-alinir/#mikro-kredi-nedir>

Oxfam about. Official webpage. <https://www.oxfam.org/en>

Oxfam shops. Bed For Independent. <https://www.bedfordindependent.co.uk>

People Repairing Their Clothes In The Most Stunning Ways. Bored Panda. <https://www.boredpanda.com>

Redcross. Official webpage. <https://www.redcross.org.uk/>

Reduce your carbon footprint. Femina. <https://www.femina.in/lifestyle/better-living/reduce-your-carbon-footprint-3661.html>

Salvation Army about. Official webpage. <https://www.salvationarmy.org/>

Secondhand. Law Insider on-line dictionary. <https://www.lawinsider.com/dictionary/secondhand>

Sense about. Official webpage. <https://www.sense.org.uk/>

Sevgim mağazası hakkında. Yardımlaşma ve Dayanışma Derneği internet sitesi. <https://www.sevgimagazasi.org/>

Stella McCartney makes a fur you can get behind, <https://style.nine.com.au>

Sustainable Development Goals, (2021), <http://www.tr.undp.org>

Topkapı bit pazarı. <https://www.fatihhaber.com/fatihhaber/bitpazari.htm>

TRAID about. Official webpage. <https://www.traid.org.uk/>

Trinity Hospital projects. Official webpage. <https://www.trinityhospice.co.uk/>

Türkiye İsrافی Önleme Vakfı Hakkında. Türkiye İsrافی Önleme Vakfı. <http://www.israf.org/>

U.S. Environmental Protection Agency environmental topics. Official webpage. <https://www.epa.gov/>

UN Global compact, (n.d.), www.unglobalcompact.org/aboutthegc/

Upcycled crafts. Craft and Creativity. <http://craftandcreativity.com>.

YouTube's Streamys Go Upcycled. Loopt Works. <https://www.looptworks.com>

EKLER

EK 1: TÜRKİYE İÇİN İKİNCİ EL GİYSİ SATIŞI YAPAN YARDIM MAĞAZASI MODEL ARAŞTIRMA ÖLÇEĞİ

Değerli Katılımcı,

Bu soru formu, Başkent Üniversitesi Tekstil ve Moda Tasarımı Ana Bilim Dalı, Moda Tasarımı Tezli Yüksek Lisans Programı kapsamında yazılan bir yüksek lisans tezinin araştırma boyutu için kullanılacaktır. Sizden soru formunda herhangi bir kişisel bilgi istenmemektedir. Genel anlamda bu çalışma, ikinci el giysi tüketimi konusundaki görüşlerinizi almak istemektedir. Katılımınız ve desteğiniz için teşekkür ederim.

Araştırmacı

Burçin ÖZENDER YÜCEL

Başkent Üniversitesi, Tekstil ve Moda
Tasarımı A.B.D. Moda Tasarımı
Yüksek Lisans Öğrencisi

Lütfen aşağıda yer alan kısa bilgilendirici metni okuduktan sonra devamındaki sorulara cevap veriniz.

İngiltere'de 100 yıla yakın zamandır yardım derneklerinin ikinci el giysi satış mağazaları bulunmaktadır. Bu yardım derneklerinin mağazalarına insanlar kullanmadıkları giysileri bağışlayarak giysilerin gelirinin yardıma muhtaç kişilere ulaşmasını sağlamaktadırlar. Öte yandan yine bu yardım derneklerinden giysi satın alarak da destek olabilmektedirler. Bu mağazalardan giysi satın alan kişiler hem bütçelerine uygun düşük fiyatlı giysi satın almış olmakta, hem bu paranın yardıma muhtaç kişilere iletileceğini bilmekte, hem de sıfırdan yeni bir giysi tüketmeyerek doğaya ve çevreye zarar vermedikleri için vicdani bir iç huzur hissetmektedirler... Bu modelde hem giysi bağışlayan kişi, hem giysi satın alan kişi, hem de yardıma muhtaç kişiler açısından her tarafın kazandığı sosyal dayanışma ve yardımlaşma temelli bir iş modeli yaratılmıştır.

Türkiye'de Belediyeler, Yardım dernekleri ve önde gelen Sivil Toplum Kuruluşlarının vb. kurumlar böyle bir sosyal sorumluluk iş modeli geliştirirlerse sizlerin bu konudaki görüşleri neler olur? Bu sorularla öğrenilmek istenen budur. Soru formu sadece 14 kısa sorudan oluşmaktadır. Cevaplamanız yaklaşık 1 dk. sürecektir.

Aşağıdaki sorularda size uygun olan seçeneği işaretleyiniz.

1. Cinsiyetiniz?

- a. Kadın b. Erkek

2. Yaşınız?

- a. 18 yaş altı
b. 18-24 yaş

- c. 35-49 yaş
- d. 50-64 yaş
- e. 65 yaş ve üzeri

3. Eğitim seviyeniz?

- a. İlköğretim
- b. Ortaöğretim
- c. Lise
- d. Ön lisans (yüksek okul)
- e. Lisans
- f. Yüksek lisans
- g. Doktora

4. Ortalama aylık geliriniz?

- a. 0 TL -1000 TL
- b. 1001 TL-3000 TL
- c. 3001 TL-5000 TL
- d. 5001 TL-7000 TL
- e. 7001 TL ve üzeri

5. Kullanmadığım giysilerimi ihtiyaç sahiplerine ulaştırabildiğimi düşünüyorum.

- a. Evet
- b. Hayır

6. Kullanmadığım giysilerin ihtiyaç sahiplerine ulaştırılmasını isterim.

- a. Evet
- b. Hayır

7. Kullanmadığım giysilerin ihtiyaç sahiplerine ulaştıracak güvenebileceğim bir aracı kurum olmasını isterim.

- a. Evet
- b. Hayır

8. Belirtilen modelde güvenebileceğim bir kurum olur ise, kullanmadığım giysilerimi memnuniyetle o kuruma bağışlarım.

- a. Evet
- b. Hayır

9. Böyle bir kuruma kullanmadığım giysileri bağışlamayı sosyal sorumluluk olarak görür, duygusal tatmin hissederim.

- a. Evet
- b. Hayır

10. Günlük hayatımda ikinci el giysi kullanıyorum.

- a. Evet
- b. Hayır

11. Güvenebileceğim böyle bir kurumdan ikinci el giysi satın alabilirim.

- a. Evet
- b. Hayır

12. Böyle bir kurumdan ikinci el giysi satın aldığımda sıfır giysi almayarak dolayısıyla az tketererek eko sisteme katkıda bulunduğumu düşünürüm.

- a. Evet
- b. Hayır

13. Böyle bir kurumdan İkinci el giysi satın aldığımda, uygun fiyatlı giysi satın alarak btçemde tasarruf yaparak iyi hissederim.

- a. Evet
- b. Hayır

14. Böyle bir kurumdan İkinci el giysi satın alarak, satın aldığım ürünün gelirinin büyük Şirketler yerine yardım derneklerine gitmesi beni vicdanen iyi hissettirir.

- a. Evet
- b. Hayır

Sorularımız bitti. Zaman ayırıp araştırmaya katıldığınız için teşekkür ederim.