

**SÜRDÜRÜLEBİLİRLİKTE İLERİ DÖNÜŞÜM VE KOLEKTİF İŞ BİRLİĞİ ÖRNEĞİ; “RE-LOVE”\*****AN UPCYCLING EXAMPLE AND COLLECTIVE COLLABORATION IN SUSTAINABILITY: “RE-LOVE”****Nuray Er Bıyıklı \*\* , Kenan Saatçioğlu \*\*\* , Seyhan Elvan Yaykiran Sezgin \*\*\*\* , Sinem Çelik \*\*\*\*\*****Öz**

Bu çalışmada, önemli bir hazır giyim markası olan Yargıcı'nın kolektif iş birliği sonucunda oluşturduğu “Re-Love” adlı ileri dönüşüm koleksiyonunun tanıtılması amaçlanmıştır. Amaç doğrultusunda, öncelikle ileri dönüşüm ve kolektif iş birliği kavramları açıklanmış ve tartışılmış, sonrasında ise ileri dönüşüm konusuna özgün bir yaklaşım getiren markanın koleksiyonuna ilişkin tasarım ve üretim süreçlerine kısaca değinilmiştir. Bu çalışmada, “örnek bir iş birliğiyle “Re-Love” koleksiyonu hazırlanırken sürdürülebilirlik kavramının önemli bir kısmını oluşturan ileri dönüşüm konusuna nasıl yaklaşılmış?” ve “bu kavram bir koleksiyon kapsamında nasıl değerlendirmiştir?” araştırma sorularına cevap aranmıştır. Markanın tasarım ekibi ve kolektif bir iş birliği süreci yürüttüğü diğer paydaşlarla görüşmeler yapılmış ve görüşmelerden elde edilen geri dönüşler, betimsel araştırma yönteminin bir parçası olarak çalışmada değerlendirilerek yansıtılmıştır. Yapılan çalışmanın önemli bir hazır giyim markasının sürdürülebilirlik kavramına yaklaşımını ortaya koymasından önem taşıdığı ve örnek olacağı düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Tekstil ve Hazır Giyim, Koleksiyon, Sürdürülebilirlik, İleri Dönüşüm, Kolektif İş Birliği.

**Abstract**

In this study, it is aimed to introduce the upcycling collection named "Re-Love", which was created as a result of the collective collaboration of Yargıcı, an important ready-to-wear brand. In line with this aim, the concepts of upcycling and collective collaboration were first explained and discussed in the study. Afterwards, the design and production processes of the collection of the brand, which brings a unique approach to upcycling, are briefly mentioned. In this study, while preparing the "Re-Love" collection with a collective collaboration, “how was the issue of upcycling, which constitutes an important part of the sustainability, approached?” and “how was this concept evaluated within the scope of a collection?” was sought. Interviews were held with the brand's design team and other stakeholders with whom the brand carries out a collective collaboration process. The data obtained from these interviews were evaluated and reflected in the study as part of the qualitative research method. It is thought that this study is important and an example in terms of revealing the approach of an important ready-to-wear brand to sustainability.

**Keywords:** Textile and Ready-to-Wear, Collection Process, Sustainability, Upcycling, Collective Collaboration.

---

*Araştırma Makalesi // Başvuru tarihi: 02.03.2024- Kabul tarihi: 04.04.2024*

\*Bu çalışma, Yargıcı Konfeksiyon İhracat ve Ticaret Anonim Şirketi, BluProjects, This is Mana ve Atölye Bez iş birliği kapsamında, bir ileri dönüşüm projesi olarak geliştirilen "Re-Love" adlı koleksiyonun tanıtılması amacıyla Tekstil ve Moda Tasarımı alanıyla ilişkili akademik ve sektörel yazarların kolektif bir çalışması olarak ortaya konulmuştur.

\*\*Doçent, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü, nuray.biyikli@msgsu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-6780-1724>, İstanbul/TÜRKİYE.

\*\*\*Doçent, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü, kenan.saatcioglu@comu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-1026-1090>, Çanakkale/TÜRKİYE.

\*\*\*\*Tasarım Direktörü, Yargıcı Konfeksiyon İhracat ve Ticaret Anonim Şirketi, elvan.yaykiran@yargici.com.tr, <https://orcid.org/0000-0002-1355-5510>, İstanbul/TÜRKİYE.

\*\*\*\*\*Marka Kurucusu ve Sürdürülebilirlik Danışmanı, BluProjects, sinem@bluprojects.com, <https://orcid.org/0009-0004-3463-0219>, İstanbul/TÜRKİYE.

## 1. Giriş

Tekstil ve hazır giyim endüstrisi, günümüzde tüketim döngüsü kapsamında izlediği atık ve yönetim süreçleriyle çevreye en çok zarar veren endüstrilerden birisi olarak tartışma konusudur (Diabat vd., 2014:392; Dzhengiz vd., 2023:1). Bu durumun oluşmasında 20. yüzyılın son çeyreğinde ortaya çıkıp, günümüze kadar ulaşan “hızlı moda” kavramının oldukça etkin bir rolü olduğu bilinmektedir (Djelic ve Ainamo, 1999: 624). Hızlı modanın desteklediği doğrultuda gün geçtikçe büyüyen tüketim topluluğunun temelleri atılmış ve bu toplulukta yer alan kişiler, yaşam dinamikleri içerisinde karşılaştıkları “kullan ve at” fikrini kolayca benimsemişlerdir (Saatçioğlu, 2021:578, Türkmen, 2011:99-100). Bu süreçte, tekstil ve hazır giyim endüstrisi içerisinde yer alan birçok markanın “hızlı moda” kavramına ayak uydurması ile tüketim olgusu ivme kazanmış, doğal kaynakların azalması ve özellikle katı atık oluşumunun artması sonucunda çevre için endişe verici durumlar ortaya çıkmıştır (Bhatt vd., 2019:118).

Bu gelişmeler sonucunda tekstil ve hazır giyim endüstrisinde üretim fazlasıyla ortaya çıkan katı atık sorunu ele alındığında, özellikle çevre kirliliği açısından ciddi bir gündem oluşturduğu görülmektedir (Fletcher, 2008; Indrie vd., 2023:1-2). İhtiyacından fazlasını tüketme alışkanlığıyla doğru orantılı bir şekilde gelişen ve günümüzde önemli bir sorun olarak nitelendirilen atık oluşumu (Kawamura, 2005) ve bu atıkların yok edilmesinde izlenen yanlış yöntemler insan ve diğer canlı türlerinin sağlığını tehdit etmeye devam etmektedir (Ruppert-Stroescu vd., 2015:168-169). Bilindiği gibi mevcut uygulamalar sonucunda ortaya çıkan bu ciddi ve endişe verici durumu birçok devlet, şirket, sivil toplum kuruluşu, çevre aktivisti vd. mekanizmalar bir araya gelerek geliştirdikleri çevre dostu politikalar kapsamında (Yetmen, 2022:1308) gündeme getirirken ve bu olumsuz duruma çeşitli çözüm önerileri sunmaktadırlar.

Bu gelişmeler her yönü ile toplumda farkındalık oluştururken, günümüzde sıklıkla bahsettiğimiz, üzerinde düşünülmesi ve çalışılması gereken, geleceğimiz için bir gereklilik halini alan “sürdürülebilirlik” kavramının ortaya çıkarmıştır. Günümüz ve geleceğimiz açısından ciddi bir sorun olarak nitelendirilen katı atık oluşumunun en aza indirgenmesinde “sürdürülebilirlik” ana kapsamında “geri dönüşüm” ve “ileri dönüşüm”, “yeniden kullanmak” ve “yeniden tasarlamak” gibi kavramlar sıklıkla gündeme gelmektedir ve giderek anlam kazanmaktadır. Bu kavramlar doğrultusundaki gelişmeler ve tüketicinin yavaş da olsa bilinç düzeyinin giderek artması; tekstil

ve hazır giyim endüstrisi içerisinde konumlanmış olan markaların katı atıkları yeniden değerlendirilmesi gerekliliğini düşünmeye sevk ederek, markaların atıkları katma değerli ürünler haline getirmesini gerekli kılmaktadır (Brown, 2010). Bir diğer yandan, büyük bir endüstri olan tekstil ve hazır giyim üretim alanları açısından sürdürülebilirlik konusu çeşitli yaklaşım ve anlayışlarla şekillenirken, özgün ve yaratıcı yönleriyle yeni bir alan içinde üretimin mümkün olduğu düşüncesi de ortaya çıkmaktadır.

Özellikle günümüzde tekstil ve hazır giyim alanına hizmet eden markaların hedefledikleri tüketici gruplarının ürün gruplarına bilinçli bir farkındalık ve hassasiyet ile yaklaşımları, beraberinde satın alacakları ürünlerde sürdürülebilirlik kavramını arar hale gelmeleri, markaları ve tasarımcıları yeni arayışlara yönlendirmektedir (Er Bıyıklı vd., 2021:139). Bazı tekstil ve hazır giyim markalarının bu yönelimler doğrultusunda; sürdürülebilirlik ve “geri dönüşüm” başlıkları altında konumlanmış olan “ileri dönüşüm” kavramından yararlanarak koleksiyonlar geliştirdikleri görülmektedir. İleri dönüşüm, atık durumda olan veya kullanılmayan tekstil veya giysi ürünlere uygulanan yaratıcı dokunuşlarla veya eklemelerle katma değeri yüksek, kullanılabilir ve faydalı bir ürün durumuna ulaştırılması olarak açıklanmaktadır (Nayak vd., 2021:10-11). Üretim döngüsü büyük bir hacme sahip olan markalar için bu yöntem, tam anlamıyla yenilikçi bir model olarak çok uygun bir yerde konumlandırılmasa da (Han vd., 2016:72), tekstil ve hazır giyim markalarının bazılarının bu kapsamda çevreye duyarlı bir bakış açısı ile ileri dönüşüm projelerini geliştirme çabası içerisinde oldukları görülmektedir (Bhatt vd., 2019:118). Markaların bu ve benzeri çabalar doğrultusunda, sektörel ve/veya akademik kolektif iş birlikleri içerisinde girerek kendi açılarından daha önce deneyimlemedikleri bir sürecin içinde olma durumlarıyla karşılaşılmaktadır. Bu bağlamda, Türkiye'nin önemli bir firması olan “Yargıcı Konfeksiyon İhracat ve Ticaret Anonim Şirketi”ne ait “Yargıcı” markasının “Re-Love” başlıklı ileri dönüşüm projesi ile farkındalık yaratan bir koleksiyon oluşturduğu görülmektedir. Sürdürülebilirlik konusunda birçok proje üreten veya çalışmalara katkı sunan markalar “BluProjects”, “This is Mana” ve “Atölye Bez” ile “Yargıcı” markasının kolektif iş birliği içinde oluşturduğu ve gerçekleştirdiği projenin sonucu olan “Re-Love” koleksiyonunun sürdürülebilirlik bağlamında ileri dönüşüm konusuna iyi bir örnek olacağı düşünülerek bu makalenin hazırlanmasına karar verilmiştir. Makalenin içeriğinde öncelikle “ileri dönüşüm” ve “kolektif iş birliği” kavramları tekstil ve hazır giyim endüstrisi açısından ele alınarak açıklanmıştır. Sonrasında ise ileri dönüşüm kavramına özgün bir bakış açısıyla yaklaşan

kuruluşların kolektif iş birliği sonucunda ortaya çıkardığı bu koleksiyonuna ilişkin tasarım ve üretim süreçlerine kısaca değinilmiştir.

Bununla birlikte, çalışma içerisinde aşağıda yer alan araştırma sorularına cevap aranmıştır;

- “Yargıcı” markası sürdürülebilirlik kavramı içerisinde önemli bir yer edinmiş olan ileri dönüşüm konusunu nasıl ele almıştır?

- “Yargıcı”, “BluProjects”, “This is Mana” ve “Atölye Bez” markalarının kolektif iş birliği sonucunda ortaya çıkardığı “Re-Love” koleksiyonu tasarım, teknik vb. detaylar açısından nasıl kurgulanmış ve nasıl sonuçlanmıştır?

Ayrıca makale konusu belirlenip, çalışılmaya başlandığında markanın tasarım ekibi ve bu ekibin kolektif iş birliği süreci yürüttüğü diğer paydaşlarla görüşmeler yapılmış, bu görüşmelerde “Re-Love” koleksiyonunun tasarım ve üretim süreçlerine ilişkin çeşitli sorular sorulmuştur. Belirlenen sorular kapsamında elde edilen veriler, nitel araştırma yönteminin bir parçası olarak çalışmada değerlendirilerek, süreç ve koleksiyonu oluşturan ürünler seçilen örnek görsellerle yansıtılmıştır. Belirli bir kitle tarafından bilinirliği yüksek ve ilgiyle takip edilmekte olan Yargıcı gibi bir markanın sürdürülebilirlik kavramına yaklaşımının önemi, ileri dönüşüm kavramı ve farklı bakış açılarının ileri dönüşüme katkıları, beraberinde kolektif iş birliğinin sonuçları ile “Re-Love” koleksiyon süreci makale içeriğinde ele alınmıştır.

## **2. İleri Dönüşüm**

Bilinçli olmayan bir şekilde oluşan aşırı tüketim sonucunda “kullan ve at” anlayışıyla ilerleyen doğrusal ekonominin yerini, kaynakların olabildiğince uzun süreli kullanımını ve var olan ürünlerin dönüşümünü hedefleyen ileri dönüşüm kavramı bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır (Dal ve Cengiz Gökçe, 2019:31). İlgili literatür değerlendirildiğinde “geri dönüşüm”, “ileri dönüşüm” ve “aşağı dönüşüm” gibi kavramların zaman zaman birbirleri yerine kullanılan fakat birbirlerinden farklı içerikleri tanımlayan kavramlar olduğu görülmektedir (Park, 2015: 38). Sürdürülebilirlik altında konumlanmış olan bu üç kavram şu şekilde açıklanabilir;

Geri dönüşüm: Kullanılmış veya atılmış olan ürünlerin çeşitli fiziksel veya kimyasal işlemlerden geçirilerek yeni işlevleriyle tekrar kullanılmasıdır. Geri dönüşüm sürecinde atık

malzeme yeniden ortaya çıkan ürünlerle aynı veya çok bezer bir yapıya sahip olmaktadır (Fletcher, 2008; Pandey vd., 2020:53-56).

**İleri dönüşüm:** Yaratıcı bir yeniden kullanım süreci olarak da bilinmektedir. Yaşam döngüsünü tamamlamış atık malzemelerin, işe yaramayan veya istenmeyen ürünlerin yeni materyallerle bir araya getirilerek daha iyi bir çevre için katma değeri ve tasarım değeri yüksek yeni bir ürün haline getirme işlemidir (Brown, 2013; Cassidy ve Han, 2013:148-163; Janigo vd., 2017:256-257). Sürdürülebilirlik kavramı için önemli bir konuma sahip olan bu yöntem, az enerji gerektiren ve hammadeden yeni bir ürün elde edilme ihtiyacını ortadan kaldıran bir çözümdür (Szaky, 2014).

**Aşağı dönüşüm:** Daha önce kullanılmış olan bir ürünün yapısının bozulup yeni bir ürün haline dönüştürüldüğü bir geri dönüşüm türüdür. Aşağı dönüşümde ürünler süreç içerisinde orijinal kalitesini yitirir ve daha düşük kaliteli bir ürüne dönüşmektedir. Aşağı dönüşüm genellikle orijinal ürünün son kullanımı için uygun olmayacak derecede hasar görmesi (lekelenme, yırtılma vb.) nedeniyle gerçekleşmektedir (Janigo ve Wu, 201:77). Aşağı dönüşüm sürecinde ürünler ileri dönüşüm süreçlerinin aksine katma değeri daha düşük ürünler hâline dönüşmektedir (Aishwariya, 2018:3; Sandin ve Peters, 2018:355).

Yıldırım (2017) ileri dönüşüm kavramını şu ifadelerle açıklamaktadır;

Atık konumuna dönüşmüş bir ürünün yeni bir işlemle değer kazandırılarak yeniden kullanıma girmesine ileri dönüşüm (upcycling) denmektedir. İleri dönüşüm; sözcüğün kaynağına sadık bir çeviri olsa da kavram olarak geri kazanım demek daha doğru bir kullanım gibi görünmektedir. Çünkü bu süreç iki yönlü işlemektedir. Atık durumundaki bir malzeme olabilecek bir ürün tekrar tasarlanarak hem bir değer kazanmakta hem de yeniden kullanıma sokularak geri kazanılmaktadır. Geri dönüşümde malzeme orijinaline göre daha düşük bir kalitede ya da birtakım kayıplarla geri kazanılmakta iken, ileri dönüşümde orijinal malzemenin tasarım yoluyla değerinin korunması ya da daha yüksek bir değer kazandırılması amaçlanmaktadır (Yıldırım, 2017:488).

Murray (2002:27) ileri dönüşüm kavramını; sadece malzeme üretiminde kullanılan kaynakların korunmasını sağlamakla kalmayıp, bunları bir yaşam döngüsüne uyarlayan, bilgi ve beceri ile yorumlayarak değer kazandırılmasına olanak sağlayan bir süreç olarak ifade etmektedir. McDonough ve Branguart (2002) ise, ileri dönüşüm kavramını geri dönüşüm kavramının daha da iyileştirilmiş bir hâli olduğunu belirtmekle birlikte, atıkları ortadan kaldırmak adına geliştirilmiş, “beşikten mezara” devam eden bir süreç olarak açıklamaktadırlar. İleri dönüşüm kavramının 1994 yılında ilk defa Alman mühendis Reiner Pilz tarafından ileri sürüldüğü bilinmektedir. Pilz

“kullanılan ürünlerin yaşam süresini uzatmak için çaba harcanmalı” fikrini savunmuştur (Demirtaş Öztürk, 2022:29). Sürdürülebilir bir yaklaşım olan ileri dönüşüm ile tüketim sonrası var olan atıklar değerlendirilerek farklı yorumlarla, atık durumdaki ürünlere yeni bir hayat sunulabilmektedir (Enes ve Binboğa, 2021:884).

Tekstil ve hazır giyim bağlamında ele alındığında, ileri dönüşüm kavramının geri dönüşüm kavramından en büyük farkının bir giysi veya tekstil ürününün kimyasal veya fiziksel bir işleme tabi tutulmadan, yaratıcı bir bakış açısı ile yeni bir ürüne dönüştürülmesi; aşağı dönüşüm kavramından farkının ise katma değeri yüksek giysi ve tekstil ürünü elde edilmesi olarak açıklanmaktadır. Janigo ve Wu (2015:78) “Collaborative Redesign of Used Clothes as a Sustainable Fashion Solution” adlı çalışmada ileri dönüşüm kavramının tekstil ve hazır giyim bağlamında birçok farklı yeniden tasarım yöntemine sahip olduğundan bahsetmektedirler. Bu yöntemler; bir giysiyeye dekoratif amaçlı süsleme gibi küçük tasarım detaylarının eklenmesinden, başka bir giysi parçasının ilave edilmesi ile mevcut giysinin silüetinin değiştirilmesine veya elbiseden üst giysiyeye dönüştürülmesi gibi bir giysinin asıl amacının tamamen farklılaştırılmasına kadar giysideki değişikliğin kapsamına göre değişebilmektedir. Bunun yanı sıra pastal başı veya pastal sonu kumaşlar, biçilen kumaşların atık kısımları, dokuma kenarları atıkları, az kullanılmış giysiler, seri sonu kumaşlar tekstil ve hazır giyim alanındaki markalar tarafından ileri dönüşüm ürünlerin üretiminde sıklıkla kullanılmaktadır (Ateş, 2023:20).

Ekolojik sürdürülebilirlik bilincinin yükselmesi tekstil ve hazır giyim endüstrisinde pek çok yasal düzenlemenin oluşturulmasını ve bazı adımların atılmasını sağlamıştır (Akdoğan Öne ve Bursalıgil, 2022:24). Bu bağlamda ileri dönüşüm kavramı ile fazla tüketim ve kontrol edilemeyen şekilde büyüyen tekstil ve giysi atığı oluşumuna çözüm önerisi getirmektedir. Birçok tekstil ve hazır giyim markasının giysi, aksesuar vb. ürünlerle ileri dönüşüm kavramını oluşturdukları koleksiyonlara dahil etme çabası içerisinde oldukları ile karşılaşılmaktadır (Hansen, 2010). Bu yaklaşım, Avrupa, Kuzey Amerika veya Uzak Doğu markaları açısından daha çok benimsenmiş olsa da özellikle son yıllarda Türkiye’de bulunan bazı tekstil ve hazır giyim markalarının da ileri dönüşüm yaklaşımı benimseme eğiliminde olduklarını ve bu doğrultuda stratejik planlarına bu kavramı dahil ettiklerini ortaya çıkmaktadır.

### 3. Kolektif İş Birliği

Kolektif kelimesi kökeni itibari ile Fransızca “collectif” kelimesinden dilimize geçmiştir. İki anlama sahip olan bu kelime birinci anlamında, “birçok kimseyi veya nesneyi içine alan; birçok kişi ve nesnenin bir araya gelmesi sonucu olan”, ikinci anlamında ise “ortaklaşa” anlamlarını karşılamaktadır (TDK, 1998:1344).

İş birliği kelimesi ise Türkçe bir kelime olup, “amaç ve çıkarları bir olanların oluşturdukları çalışma ortaklığı, teşrikimesai” ve “bir işin çeşitli işçilerce yapılması” anlamlarını karşılamaktadır (TDK, 1998:1115). Şener (1997:17) iş birliğini kavramını, “bir görevin gerçekleşmesi sürecinde oluşacak çıktıyı olumlu yönde etkileyeceğini düşünen kişilerin birlikte hareket etmesi ve yardımlaşması” olarak tanımlamaktadır. İş birliği, iki veya daha fazla kişi, kurum vb. arasında ortak amaç ve çıkarlar doğrultusunda gerçekleşecek süreçleri ifade etmektedir (Köse vd., 2021:2).

Günümüzde birçok firmanın rekabet ortamı ve gelişen teknoloji ile birlikte daha da gelişmek ve niteliği yüksek çalışmalar ortaya koyabilmek adına birbirinden farklı paydaşlarla kolektif iş birliği süreçleri içerisine girdikleri ve bu süreçleri yönetmeye çalıştıkları ile karşılaşmaktadır. Özellikle tasarım alanlarında birçok firmanın kolektif iş birliği süreçleri içerisine girerek disiplinler arası çalışmalara yöneldikleri görülmektedir. Bu durum, özellikle tasarım alanlarında var olan problemlerin karmaşık ve çok katmanlı çözümler gerektirmesi ile açıklanabilmektedir (Beşir Ertaş ve Dereci, 2021:454; Can vd., 2018:174; Köse vd., 2021:2).

Tasarım kavramı için önemli bir alan olarak nitelendirilebilecek tekstil ve hazır giyim sektörü açısından kolektif iş birliği stratejileri son zamanlarda çok önemli bir hale gelmiştir. Birçok marka ve tasarımcı iş sınırlarını genişletmek, üretim ve pazarlama maliyetlerini azaltmak, yeni tüketici gruplarını ulaşmak ve yeni ürünler ortaya koymak için çeşitli kolektif iş birliği stratejileri geliştirmektedir (Eun-Young, 2006:111). Er Bıyıklı (2021:31) “Tekstil ve Moda Tasarımı Eğitiminde Sektör İş Birliğiyle Yürütülen Tasarım Projelerinin Taraflar Açısından Önemi” adlı çalışmasında, tekstil ve hazır giyim sektöründe iş birliği süreçlerinin tüm paydaşlar açısından bilhassa tasarım verimliliği ve niteliği arttırdığına değinmektedir.

Tarihsel süreç ele alındığında, tekstil ve hazır giyim sektörü açısından kolektif iş birliği başlangıcının sanatçı ve moda tasarımcısı iş birlikleri ile 1900’lü yılların başında ortaya çıktığı görülmektedir. Belirtilen dönemde birçok tekstil ve moda tasarımcısının resim, heykel ve mimari

gibi alanlarda söz sahibi olan sanatçı ve mimar ile iş birliği süreçlerini yönettikleri karşımıza çıkmaktadır. Mevcut alandaki öncü kolektif iş birliği süreçlerine örnek vermek gerekirse en çarpıcı örneklerin Paul Poiret - Raoul Dufy, Sonia Delaunay – Robert Delaunay, Elsa Schiaparelli – Salvador Dali ve Yves Saint Laurent – Piet Mondrian iş birlikleri süreçleri olduğu söylenebilir (Atalay, 2018:49; Ayranpınar Kozbekçi, 2018:300; Yıldırım, 2010: 65-70). Günümüzde ise kolektif iş birliklerinin tekstil ve hazır giyim sektörü açısından birçok farklı sektör ile gerçekleştirildiği ortaya çıkmaktadır. Chun ve Niehm (2010:4-14) “Collaboration Strategies of Fashion Companies and Customer Attitudes”, Eun-Young (2006:110-121), “An Analysis on Cases of Fashion Collaboration Strategy” ve Mrad, Farah ve Haddad (2019: 567-582), “From Karl Lagerfeld to Erdem: A Series of Collaborations Between Designer Luxury Brands and Fast-Fashion Brands” adlı çalışmalarda tekstil ve hazır giyim markalarının kolektif iş birliği süreçlerinde hangi sektörlerle nasıl uygulamalar yapıldığı konusuna detaylı bir şekilde değinilmiştir.

Bu çalışmalar ele alındığında, günümüzde birçok hızlı moda markasının sürdürülebilirlik kavramı doğrultusunda çalışmalar gerçekleştirdikleri ve sürdürülebilirlik kavramına yönelik tekstil, giysi ve aksesuar koleksiyonları oluşturma çabası içerisinde oldukları gözlenmektedir. Bununla birlikte, birçok hızlı moda markasının sürdürülebilirlik kapsamında kendi bünyelerinde ekipler kurdukları, bu kavrama ilişkin çeşitli yatırımlar yaptıkları ve diğer marka, tasarımcı vb. dış paydaşlarla kolektif iş birliği içerisine girerek disiplinler arası çalışmalar yaptıkları görülmektedir.

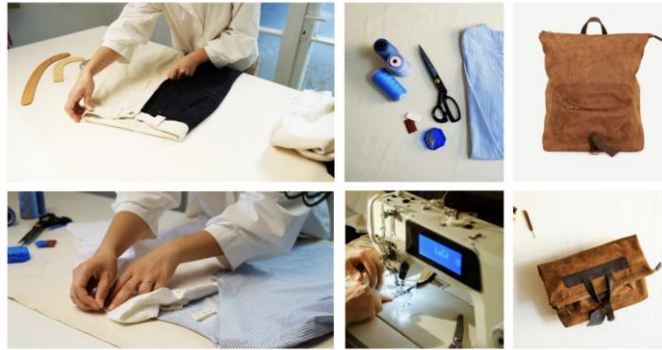
#### **4. “Re-Love” Koleksiyonu**

Yargıcı markasının “Re-Love” koleksiyonu, sürdürülebilirlik konusunda birçok çalışma gerçekleştiren ve gerçekleştirmeye devam eden “BluProjects” markası koordinatörlüğünde yürütülen, sürdürülebilirlik konusunda çeşitli çalışmalara olanak sağlayan bir sivil toplum kuruluşu olan “This is Mana” ve sürdürülebilirlik çalışmalarına birçok yönden katkı sunan “Atölye Bez” ile iş birliği içinde elde edilen bir ileri dönüşüm koleksiyonudur. Bu projenin başlangıcında, Yargıcı'nın tasarım ekibi sezon içinde koleksiyon tamamlandıktan sonra çeşitli nedenlerle kullanıcılarla buluşamamış hazır giyim ve diğer ürünlerinin ileri dönüşümle tekrar talep edilir veya tercih edilir konuma gelen ürünler haline getirmeyi hedefleyerek harekete geçmiştir. Markanın koleksiyonu yöneten tasarım ekibi burada çeşitli nedenlerle kullanıcı ile buluşamamış ürünler kavramını aşağıdaki açıklamalarla ifade etmektedir;



- Çeşitli üretim hataları (dikiş, kalıp, kumaş vd. hatalar),
- Mağazalarda ürünlerin sergilenmesi esnasında gerçekleşen hatalar (ürünlerin eskimesi, iplik çekmesi vd.),
- Numune olarak kalan ve seri üretime girmemiş ürünler,
- Bir bedende sınırlı sayıda kalan “tekleme” olarak nitelendirilen ürünler,
- Stok fazlası ürünler,
- Müşteri iadesi vb. olarak ifade edilmektedir.

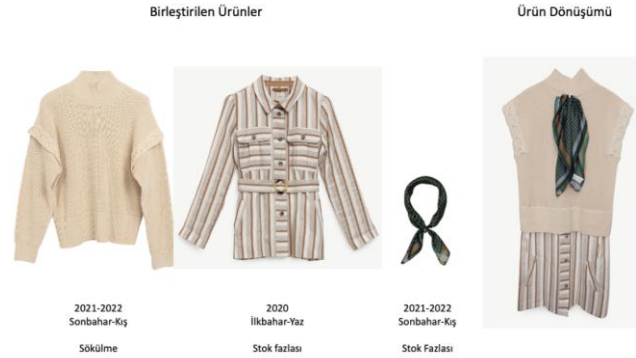
“Re-Love” koleksiyonunda markanın çeşitli sebeplerle elinde kalan 30 farklı giysi ve diğer ürünleri markanın tasarım ekibinin özgün bakış açısı, yaratıcı düşünceleri ve önerileriyle birer yeni ürüne elde edilmiştir. Ekip bu koleksiyonun bütününde dışarıdan herhangi bir eklemenin (kumaş, tekstil aksesuarı vb.) yapılmaması şartını benimsemiş, projede yer alan üretici paydaşların kolektif çalışmalarıyla üretimler gerçekleştirilmiştir. Makalenin konusu olan bu ileri dönüşüm koleksiyonunda; bluz, çanta, ceket, elbise, etek, fular, kazak, pantolon ve yastık kılıfı gibi tekstil ve hazır giyim ürünleri tekrar ele alınarak geliştirilen fikirlerle, kalıp deformasyonu ve dikiş işlemleri vb. yöntemlerle yeniden tasarlanarak 19 farklı yeni ürüne dönüştürülmüştür. “Re-Love” koleksiyonunu oluşturan bu yeni ürünler; bluz, ceket, etek gömlek, pantolon, tunik ve şort gibi ana giysi unsurlarının yanı sıra çanta gibi giysi tamamlayıcı aksesuarlardan oluşmaktadır.



**Görsel 1.** “Re-Love” Koleksiyonunun Üretim Aşamasından Bir Kesit, Yargıcı Arşivi.

İleri dönüşüm amacıyla elde kalan ürünlerin dönüşümüne başlanırken öncelikle yeni bir ürüne ait düşünceyi ve yeni görünüme ait taslağı zihinde geliştirme aşamasından sonra genellikle kalıp deformasyonlarına gidilerek şekil-form değişiklikleri yapılma eğiliminde olduğu ve beraberinde gereklikçe çeşitli dikiş teknikleri de kullanılarak yeni ürünlerin oluşturulduğu görülmektedir. Örneğin, 2020-2021 Sonbahar-Kış Sezonunda üretilmiş bir triko kazak sökülme

problemi nedeniyle mağazaya iade edilmiştir. 2020 İlkbahar-Yaz Sezonunda üretilmiş bir gömlek ile 2020-2021 Sonbahar-Kış Sezonunda üretilmiş bir fular stok fazlası olarak elde kalmıştır. Bu iki ürün; triko kazak, gömlek ve fular çeşitli kalıp, kesim ve birleştirme özellikleri ile bir bluz olarak yeniden tasarlanarak elde edilmiştir. (Görsel 2).



**Görsel 2.** “Re-Love” Koleksiyonu Bluz Örneği, Yargıcı Arşivi.

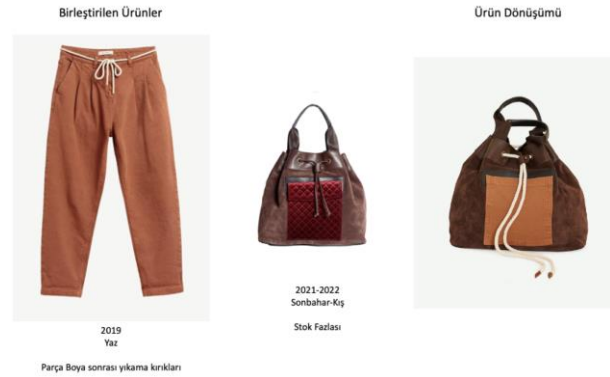
Diğer bir örnekte ise 2021 İlkbahar-Yaz Sezonunda üretilmiş ve stok fazlası olarak elde kalmış ceket ile 2020-2021 Sonbahar-Kış Sezonunda üretilmiş ve bollaşma nedeniyle mağazaya iade edilmiş pantolon bir araya getirilerek sıra dışı bir ileri dönüşüm önerisi geliştirilmiştir (Görsel 3).



**Görsel 3.** “Re-Love” Koleksiyonu Ceket Örneği, Yargıcı Arşivi.

Bunun yanı sıra “Re-Love” koleksiyonunda sadece ana giysi ürünleri ortaya konulmamış bununla birlikte aksesuar ürün önerileri de getirilmiştir. Örneğin, 2019 İlkbahar-Yaz Sezonunda üretilmiş ve kumaşında boya problemi olan bir pantolon ile 2020-2021 Sonbahar-Kış Sezonunda üretilmiş bir stok fazlası nedeniyle elde kalmış bir çanta bir araya getirilmiş ve yeni bir çantaya

dönüştürülmüştür (Görsel 4). Koleksiyonda yer alan tüm ürünlere “Re-Love” içerikli yeni ürün etiketleri dikilmiş ve bu ürünler yer aldıkları koleksiyonun tüm unsurları ile satışa sunulmuştur.



**Görsel 4.** “Re-Love” Koleksiyonu Çanta Örneği, Yargıcı Arşivi.

Ürün geliştirmede tasarım süreçlerinde yaratıcılık ile bir arada çözüm odaklı olma esasından yola çıkılarak hazırlanan “Re-Love” koleksiyonunda yer alan her üründe yoğun olarak el işçiliği kullanılarak ürünlerin kalıpları üzerinden değişikliğe gidilerek yeniden kullanıma uygun duruma getirme aşamaları ile gerçekleştirildiği görülmektedir. Bu koleksiyonun ana unsurları ileri dönüşüm sonuçlarına yönelik tasarım fikirleri öngörmek, aynı zamanda bu öngörülerini doğru planlanmış ve doğru yönetilmiş süreç kapsamında, amaca uygun proje ortakları ile sonuca ulaştırarak kullanıcıya sunma hedefi benimsenmiştir.

Bu projede sürdürülebilirlik konusunda birçok çalışma yürüten “BluProjects” markası, koleksiyonun sürdürülebilirlik konusunda danışmanlığını üstlenmiş ve Yargıcı markasının diğer paydaşlarla buluşmasına öncülük etmiştir. Kadın istihdamını önemli derecede destekleyen bir sivil toplum kuruluşu olan “This is Mana”, üretim süreçlerinin tüm aşamalarını “Atölye Bez”in atölyelerinde, tamamen el işçiliğiyle kadın üreticilerin üretmesini sağlamıştır. Ayrıca, sürdürülebilirlik kavramının önemli bir parçasını oluşturan ileri dönüşüm üzerine özgün ve yaratıcı bir bakış açısıyla kurgulanan, “This is Mana partnerliğinde ve Bluprojects öncülüğünde gerçekleştirilen “Re-Love” projesi, Kale Grubu İbrahim Bodur Sosyal Girişimcilik 2022 yılı Ödülleri’nden birisi olan, İş Birliği kategorisinde ödüle layık görülmüştür. Bu ödülle birlikte söz konusu koleksiyonun kollektif iş birliği ve elde edilen sonuçları ile tekstil ve hazır giyim sektörü başta olmak üzere tüm sektörler için örnek bir ileri dönüşüm modeli sunduğu görülmektedir.

Kolektif iş birliğinin sonucu olan bu koleksiyonun yenilikçi yönü kullanıcıya ürüne ve tüketime yaklaşımı sorgulatan yeni bakış açıları kazandırmak ve sorunlara karşı toplumsal bir farkındalık yaratmak olarak vurgulanabilir.

## 5. Sonuç

Günümüzde stok fazlası ve atık süreci yönetimleri ile çevreye en çok zarar veren endüstrilerden biri olduğu kabul edilen tekstil ve hazır giyim endüstrisi, üretim ve tüketim döngüsünde artık çözüm odaklı olma zorunluluğu içindedir. Özellikle hızlı moda markaları günümüzde tekstil, giysi ve aksesuar koleksiyonları ile kullanıcıyı sürdürülebilirlik konusunda bilinçlendirmek üzere dikkat çekici iş birlikleri ile çeşitli projeler geliştirmektedir. Bu doğrultuda markalar; tasarımcılar, sivil toplum kuruluşları, kadın kooperatifleri vb. dış paydaşlarla kolektif iş birlikleri içerisinde sektör açısından çok yönlü ve sonuçları olumlu olan projeler ortaya koymaktadırlar.

Yargıcı markası tasarım ekibi tarafında, tasarım ve üretim süreçlerinin verimliliğinin gözden geçirildiği, sektörde iyileştirmeler ve geliştirmelere duyulan ihtiyaçlar gibi çözüm önerileriyle hayata geçirirken “Re-Love” koleksiyonu da bu bağlamda sürdürülebilirlik amaçlı kolektif iş birliğine iyi bir örnek olarak görülmektedir. 45 yıllık geçmişi ile tüketici açısından bilinirlik düzeyi yüksek olan “Yargıcı”nın “Re-Love” koleksiyonu; “BluProjects”, “This is Mana” ve “Atölye Bez” isimli dış paydaşlarla kolektif iş birliği içinde üretilmiştir. Yargıcı tasarım ekibi, koleksiyon sürecinde zamansız moda ve uzun ömürlü ürün değerleri ile sürdürülebilirlik felsefesini bütüncül bir yaklaşımla sahiplenerek, tasarımın bir araç olarak kullanıldığı ürünler geliştirmiş, atık sorununa çözüm üretme çabası içerisinde girmiştir.

Proje tasarım ekibi, proje sonunda elde edilecek ileri dönüşüm ürünlere süreç boyunca olabildiğince deneysel yaklaşmayı öngörürken, temalardan ve marka kimliğini belirleyen sınırlardan ne kadar uzaklaşılabilirdiğini deneyimlemeyi tercih ettiği görülmektedir. Hali hazırdaki tekstil markalarının sürdürülebilirlik adı altında uyguladığı yanıltıcı pazarlama ve ürün odaklı politikalarla sonsuz üretim döngüsünün yanlışlığını gözlemlemek, tasarım ekibinde eldeki ürünü yeniden nasıl değerlendirebileceği üzerine odaklanma isteği doğururken, bu durum ekibin tümünde önemli bir motivasyon kaynağı olmuştur. Proje ekibinden edinilen yazılı ve sözlü bilgilerle, “tasarım ekibinin koleksiyona başlarken hedefinin; ticari baskılardan ve kaygılardan

uzak, yaratıcı bir bakış açısıyla yeniden tasarlanan ürünlerle kullanıcıda yeni bir heyecan yaratıp, ürünlerin tekrar tercih edilmelerini sağlamak” olarak benimsediği öğrenilmiştir. Proje sonuçlarının birçok platformdan yer alarak başarılı bulunması, ödüllendirilmesi de belirlenen amaca ulaşıldığını desteklemektedir.

Proje danışmanı olan Sinem Çelik öncülüğünde, yenilikçi bir yaklaşımla markanın faaliyet gösterdiği alanda “This is Mana”, “Atölye Bez” gibi amaca uygun paydaşlarla kolektif iş birlikleri yapıldığı; “ileri dönüşüm” konusunda bir deneyim önerisi ile duyarlı tüketim bakış açısını yansıtacak somut ürünleri kullanıcıya sunma kapsamında elde edilen çıktılar bu makalenin verilerini oluşturmuştur. Makaleye konu olan “Re-Love” koleksiyonunun, tasarım ve ürün geliştirme aşamasında geçmişte sürdürülebilirlik bağlamında deneyimi veya pratiği olmayan bir ekip ile gerçekleştirildiği tespit edilmiştir. Sadece bu yönüyle bile bu koleksiyon öncü bir önermedir. Çok yönlü kolektif iş birliği ürünleri içeren “Re-Love” koleksiyonu ile hızlı moda olgusuna hizmet eden bilinir bir marka kimliği altında da sürdürülebilirlik kavramı doğrultusunda atık konumdaki veya stok fazlası ürünlere çözüm geliştirilebileceği ve de başarılı olunabileceği ortaya konulmuştur. Makalede genel olarak tekstil ve hazır giyim sektöründe ürüne ve tüketime yaklaşım sorgulanırsa, “Re-Love” koleksiyonu örneklenerek “sürdürülebilirlik” ve “ileri dönüşüm” kavramları kapsamında sektöre ve akademik camiaya yeni bakış açıları önermek ve çözüm gerektiren sorunlara karşı toplumsal bir farkındalık yaratmak benimsenmiştir. Tarafların bu deneyim sürecinin sonuçları ile öncü bir bakış açısı kazandığı görülürken, bu sebeple makalede özellikle kolektif iş birliği bir bölüm kapsamında ele alınmış ve önemi vurgulanmıştır. Geleceğin sorunlarına yönelik yaratıcı bakış açısının lider markaların yaklaşımı ve yaratıcı projeleri ile geniş kitlelere ulaşmasının sürdürülebilirlik kapsamındaki çözümlerden biri olabileceği tespit edilmiştir. Örnek bir model uygulaması ile hem bireylerin gündelik hayatlarında hem de tekstil ve hazır giyim firmaların profesyonel bakış açılarında atık yönetimine yönelik çözümlere dikkat çekilmiştir. Bu koleksiyonda yürütülen paydaş iş birliğinde uygulanan çalışma metodunun aynı zamanda toplumsal fayda sağlama yönüyle de sürdürülebilirlik ilkeleriyle örtüştüğü tespit edilmiştir. Bilinirliği yüksek bir marka bünyesinde sürdürülebilirlik yaklaşımı “Re-Love” koleksiyonu ele alınırken, genele yayılmış bir farkındalığı tetiklemek amacıyla kolektif bir hareketle sürdürülebilirlik ilkelerine ulaşabileceği bilinmelidir.

**Kaynakça**

Aishwariya, S. (2019). "Waste Management Technologies in Textile Industry", *Innovative Energy & Research*, 7(3), pp.1-4. doi:10.4172/2576-1463.1000211.

Akdoğan Öneme, A. ve Bursalıgil, G. (2022). "Giyside Görünür Onarım ile Kişiselleştirilmiş Uygulama Denemeleri". *Yedi: Sanat, Tasarım ve Bilim Dergisi*, 28, s.23-38. doi:10.17484/yedi.1017090.

Atalay, V. (2018). *2000 Yılı İtibari ile Moda-Sanat Etkileşimi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Işık Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tekstil ve Moda Tasarımı Anasanat Dalı.

Ateş, T. (2023). *Sorumlu Tasarım Yaklaşımı ile Giysi Tasarımında Geri ve İleri Dönüşüm Uygulamaları*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: İstanbul Aydın Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Görsel Sanatlar Anasanat Dalı.

Ayranpınar Kozbekçi, S. (2018). "Elsa Schiaparelli Örneğinde Moda-Sanat İlişkisi", Çukurova Üniversitesi 2. Uluslararası Sanat Araştırmaları Sempozyumu, 11-14 Nisan, Adana: Çukurova Üniversitesi Yayınları, s. 298-304.

Beşir Ertaş, Ş. ve Dereci, Ş. (2021). "Bauhaus Döneminde Mobilya ve Tekstil Atölyeleri Arasındaki Disiplinlerarası İş Birliği: Marcel Breuer Örnekleme", *SDÜ ART-E Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Dergisi*, 27(14), s.453-472. doi:10.21602/sduarte.893955.

Bhatt, D., Silverman, J. & Dickson, M. A. (2019). "Consumer Interest in Upcycling Techniques and Purchasing Upcycled Clothing as an Approach to Reducing Textile Waste", *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 1, pp.118-128. doi:10.1080/17543266.2018.1534001.

Brown, S. (2013). *Refashioned: Cutting-Edge Clothing from Upcycled Materials*, First Edition, London: Laurence King Publishing.

Brown, S. (2010). *Eco Fashion*, First Edition, London: Laurence King Publishing.

Cassidy, D. T. & Han, S. L. C. (2013). "Upcycling Fashion for Mass Production", M. A. Gardetti & A. L. Torres (Ed.), in *Sustainability in Fashion and Textiles: Values, Design, Production and Consumption* (pp. 148-163). London: Routledge, Taylor & Francis Group.

Can, N. N., Öztürk, İ. ve Kaygan, P. (2018). "Çocuklar İçin Tasarlarken Birbirinden Öğrenmek: Tasarımda Disiplinler Arası İş Birliği", 3. Ulusal Tasarım Araştırmaları Konferansı, Ankara: Orta Doğu Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi Yayınları, s. 173-189.

Chun, E. & Niehm, L. S. (2010). "Collaboration Strategies of Fashion Companies and Customer Attitudes", *Journal of Global Academy of Marketing Science*, 20(1), pp.4-14. doi:10.1080/12297119.2010.9707339.

Dal, İ. ve Cengiz Gökçe, G. (2019). "Sürdürülebilirlik Yolunda İleri Dönüşüm: Bir Atölye Çalışması", *İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 9(20), s.30–38. doi: 10.16950/iujad.654300.

Demirtaş Öztürk, P. (2022). "Bir Dönüşüm Yaklaşımı Olarak Tasarımın Katkısal Değeri: PET Üzerinden Değerlendirme", *Journal of Recycling Economy & Sustainability Policy*, 1(1), s.27–31. doi:10.21602/sduarte.305698.

Diabat, A., Kannan, D. & Mathiyazhagan, K. (2014). "Analysis of Enablers for Implementation of Sustainable Supply Chain Management-A Textile Case". *Journal of Cleaner Production*, 83, pp.391-403. doi:10.1016/j.jclepro.2014.06.081.

Djelic, M. L. & Ainamo, A. (1999). "The Coevolution of New Organizational Forms in The Fashion Industry: A Historical and Comparative Study of France, Italy, And the United States", *Organizational Science*, 5, pp.622-637. doi:10.1287/orsc.10.5.622.

Dzhengiz, T., Haukkala, T. & Sahimaa, O. (2023). "(Un)Sustainable Transitions Towards Fast and Ultra-Fast Fashion", *Fashion and Textiles*, 19, pp.1-33. doi:10.1186/s40691-023-00337-9.

Er Bıyıklı, N. (2021). "Tekstil ve Moda Tasarımı Eğitiminde Sektör İş Birliğiyle Yürütülen Tasarım Projelerinin Tarafı Açısından Önemi", *Yıldız Sanat ve Tasarım Dergisi*, 8(1), s.23–32. doi:10.47481/yjad.850266.

Er Bıyıklı, N., Saatçioğlu, K. ve Yaykırın Sezgin, S. E. (2021). "Tasarımda Sürdürülebilirlik Anlayışı ile Bir Değer Yaratmak: Kültürel Miras Kavramı", *STAR Sanat ve Tasarım Araştırmaları Dergisi*, 2(3), s.138–156.

Enes, E. ve Binboğa, E. B. (2021). "Atık Kot Giysilerden İleri Dönüşüm Yöntemi ile Sanat Eseri Oluşturulması: Deniz Sağdıç'ın Portre Çalışmalarının İncelenmesi", *SDÜ ART-E Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Dergisi*, 28(14), s.882–901. doi:10.21602/sduarte.989035.

Eun-Young, J. (2006). "An Analysis on Cases of Fashion Collaboration Strategy", *Journal of Fashion Business*, 6(10), pp.110-121.

Fletcher, K. (2008). *Sustainable Fashion and Textile Design: Design Journeys*, First Edition, London: Earthscan.

Han, S. L. C., Chan, P. Y. L., Venkatraman, P., Apeageyi, P., Cassidy, T. & Tyler, D. J. (2016). "Standart vs. Upcycled Fashion Design and Production", *Fashion Practice Journal of Design, Creative Process & the Fashion Industry*, 9, pp.69-94. doi:10.1080/17569370.2016.1227146.

Hansen, K. T. (2010). "Second Hand Clothing", J. B. Eicher (Ed.), in Berg Encyclopedia of World Dress and Fashion. Vol. 10. (pp. 232–237). London: Bloomsbury Publishing.

Indrie, L., Ilieva, J., Zlatev, Z., Tripa, S. & Sturza, A. (2023). "Development of An Algorithm for Textile Waste Arrangement", *Sustainability*, 15, pp.1-14. doi:10.3390/su151411399.

Janigo, K. A., Wu, J. & DeLong, M. (2017). "Redesigning Fashion: An Analysis Categorization of Women's Clothing Upcycling Behavior", *Fashion Practice Journal of Design, Creative Process & the Fashion Industry*, 9(2), pp.254-279. doi: 10.1080/17569370.2017.1314114.

Janigo, K. A. & Wu, J. (2015). "Collaborative Redesign of Used Clothes as a Sustainable Fashion Solution", *Fashion Practice Journal of Design, Creative Process & the Fashion Industry*, 7(1), pp.75–97. doi:10.2752/175693815X14182200335736.

Kawamura, Y. (2005). *Fashion-Ology: An Introduction to Fashion Studies*, First Edition. Oxford: Berg Publishers.

Köse, İ., Güner, Ş. ve Gevrek, F. (2021). "Sağlıkta Kalite Çalışmalarında Sektörler Arası İş Birliği Düzeyi", *Türkiye Sağlık Enstitüleri Başkanlığı Dergisi*, 2(4), s.1–13.

McDonough, W. & Braungart M. (2002). *Cradle to Cradle: Remaking The Way We Make Things*, First Edition, New York: North Point Press.

Mrad, M., Farah, M. F. & Haddad, S. (2019). "From Karl Lagerfeld to Erdem: A Series of Collaborations Between Designer Luxury Brands and Fast-Fashion Brands", *Journal of Brand Management*, 26, pp.567-582. doi: 10.1057/s41262-018-00146-2.

Murray, C. P. (2002). *Zero Waste*, First Edition. London: Greenpeace Publications.

Nayak, R., Nguyen, L., Patnaik, A. & Khandual, A. (2021). "Fashion Waste Management Problem and Sustainability: A Developing Country Perspective", R. Nayak & A. Patnaik (Ed.), in *Waste Management in the Fashion and Textile Industries* (pp. 3-29), Cambridge: Woodhead Publishing.

Pandey, R., Pandit, P., Pandey, S. & Mishra, S. (2020). "Solutions for Sustainable Fashion and Textile Industry", P. Pandit et al (Ed.), in *Recycling From Waste in Fashion and Textiles: A Sustainable and Circular Economic Approach* (pp. 33-72), New Jersey: Wiley Publishers.

Park, H. H. (2015). "The Influence of LOHAS Consumption Tendency and Perceived Consumer Effectiveness on Trust and Purchase Intention Regarding Upcycling Fashion Goods", *International Journal of Human Ecology*, 16(1), pp.37–47. doi: 10.6115/ijhe.2015.16.1.37.

Ruppert-Stroescu, M., LeHew, M. L. A., Connell, K. Y. H. & Armstrong, C. M. (2015). "Creativity and Sustainable Fashion Apparel Consumption", *Clothing and Textiles Research Journal*, 33, pp.167–182. doi:10.1177/0887302x15579990.

Saatçioğlu, K. (2021). "Sürdürülebilir Bir Aksesuar Markası: Freitag", 4. Uluslararası Sanat ve Tasarım Eğitimi Sempozyumu, Ankara: Başkent Üniversitesi Yayınları, s. 576-582.

Sandin, G. & Peters, G. M. (2018). "Environmental Impact of Textile Reuse and Recycling - A Review", *Journal of Cleaner Production*, 184, pp.353-365. doi:10.1016/j.jclepro.2018.02.266.



Szaky, S. (2014). *Outsmart Waste: The Modern Idea of Garbage and How to Think Our Way Out of It*, First Edition. California: Berrett-Koehler Publishers.

Şener, B. (1997). *Modern Otel İşletmelerinde Yönetim ve Organizasyon*, 2. Baskı. Ankara: Gazi Kitabevi.

Türk Dil Kurumu (1998). *Büyük Türkçe Sözlük*, 9. Baskı. Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.

Türkmen, N. (2011). "Yeni Yüzyıl İçin Alternatif Bir Bakış Açısı: Yavaş Tasarımlar", *MSGSÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 3, s.98–105.

Yetmen, G. (2022). "Geleneksel Şile Bezi'nin Sürdürülebilir Tasarım Anlayışı ile Yeniden Markalaşma Önerisi", *SDÜ ART-E Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Dergisi*, 30(15), s.1306–1333. doi:10.21602/sduarte.1176580.

Yıldırım, L. (2017). "Geri Dönüşüm/İleri Dönüşüm/Tekrar Kullanım Kapsamında İkinci El Giysiler ve Sürdürülebilirlik", *SDÜ ART-E Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Dergisi*, 20(10), s.484–503. doi:10.21602/sduarte.305698.

Yıldırım, L. (2010). "Tekstil Tasarımında Bir Dönüm Noktası: Sonia Delaunay", *Yedi: Sanat, Tasarım ve Bilim Dergisi*, 4, s.63-71.

### **Görsel Kaynaklar**

Görsel 1. Yargıcı Arşivi, "Re-Love" Koleksiyonun Üretim Aşamasından Bir Kesit", 2023, İstanbul.

Görsel 2. Yargıcı Arşivi, "Re-Love" Koleksiyonu Bluz Örneği", 2023, İstanbul.

Görsel 3. Yargıcı Arşivi, "Re-Love" Koleksiyonu Ceket Örneği", 2023, İstanbul.

Görsel 4. Yargıcı Arşivi, "Re-Love" Koleksiyonu Çanta Örneği", 2023, İstanbul.