

ARAŞTIRMA MAKALE

Yaşlı tüketiciler ve giyim estetiği: Sosyal ve psikolojik etkenlerin davranışa etkileri

Nesrin KACAR^{a1}

^aPamukkale Üniversitesi, Denizli Teknik Bilimler MYO, Tasarım Bölümü, Denizli / Türkiye
ORCID No: 0000-0002-6070-4339

Geliş Tarihi: 19 Haziran 2018, Kabul Tarihi: 28 Haziran 2019, Yayın Tarihi: 30 Haziran 2019

ÖZET

Çalışmanın amacı, yaşlı tüketicilerin giyime ilişkin estetik tercihlerinde sosyal ve psikolojik durumun davranışa olan etkilerini belirlemektir. Bu amaçla nitel araştırma yöntemi kullanılarak Denizli il merkezinde yaşayan 10 yaşlı kadınla görüşülmüştür. Araştırmada yaşlıların demografik bilgileri, sosyal ve kültürel durumları, yaşanan çevrenin giyinme biçimlerine etkileri, giysilerdeki renk tercihleri ve uyumu, yer ve zamana göre giyinme durumu, sosyal bir ortamda diğerlerinden farklı görünme arzusu, giysi tercihlerinde modanın etkisi, giysi konforunun önemi, giysi estetiği, kalite ve marka konusunda yaşlıların düşünceleri, giysi seçiminde çevre ya da aile bireylerinin fikirleri, giysi alma sıklıkları ve fiyat, giyim psikolojik etkisi ve katılımcıların giyinme alışkanlıkları konuları ele alınmıştır. Araştırma sonucunda ise yaşlıların büyük çoğunluğu yaşadıkları çevrenin giyinmeleri üzerinde büyük etkisi olduğunu ve bu etkilerin davranışlarına da etki ettiğini; özel günlerde, yerine göre temiz ve düzgün giyinmeye çalıştıklarını; yaşlıların bir kısmı sosyal bir ortamda diğerlerinden farklı, dikkat çekici, göze batıcı olmak istemediklerini, bakımlı, temiz ve güzel giyinmeyi sevdiğini, ön plana çıkmaktan ve abartıdan hoşlanmadıklarını, bir kısmı da modayı takip etmediklerini, ama güncel modada kendilerine uygun olan ve yakıştığını hissettikleri her şeyin kendileri için moda olduğunu; giysilerinin pamuklu olmasına dikkat ettiklerini; yarısından çoğu giysilerdeki estetiğin önemli olduğunu, kolay giyilip çıkarılan süslü, şık, estetik açıdan güzel kıyafetleri ve kullanışlı olanları beğendiklerini, giysilerdeki büzgü, pili ve nervürleri çok sevdiğini; giysilerinin kaliteli olmasının önemli olduğunu, aldıkları giysilerin vücutlarında düzgün durmasını istediklerini; giysi seçerken yakınlarından fikir alsalar da kendi beğendiklerini aldıklarını, bir kısmı da başkalarından fikir almadan kendi tercihlerini yaptıklarını; giysilerini belli bir sıklıkta değil, ihtiyaç hissettikleri zaman önce beğenip sonra fiyatını sorduklarını ifade etmişlerdir. Elde edilen bulgular doğrultusunda hangi yaşta olursa olsun güzel giyinmenin insanları mutlu etmek için önemli bir etmen olduğu görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yaşlı, estetik, yaşlı giyimi, giyim estetiği, yaşlı tüketici, sosyal ve psikolojik etkenler

Elderly consumers and clothing aesthetics: Effects of social and psychological factors on behaviour

ABSTRACT

The aim of the study, all of the aesthetic preferences of consumers aged social and psychological situation is to determine the effects of that behaviour. The purpose of this qualitative research using the method of Denizli City Center interviewed elderly woman living in 10. The study of the elderly demographic information, social and cultural effects of the environment on dressing cases, formats, colour preferences and compliance at clothes, space and time appear different from others in a social situation, dressing, dress up the importance of comfort clothes, clothes fashion influence, in aesthetics, quality and brand is about elderly people's thoughts, ideas of environmental or family members in choosing clothes, dress up and receiving frequencies, undergarments and participants discussed topics on the psychological effect of dressing habits. In the research results that have a big impact on the majority of their environment and the dressing of the elderly couple that influence the behaviour of these effects; on special occasions, they try to dress cleanly and properly according to the place; different from some others in a social environment of the elderly, striking, eye-stinging they want to be well-maintained, they love clean and beautiful dress, they do not like and trimmings come to the fore, some of them they do not follow fashion, but current fashion in accordance with their self and to everything they felt that befits they are fashionable for themselves; they pay attention to the fact that their clothes are cotton; More than half of the aesthetics of the clothes is important, easy wearing extracted fancy, stylish, aesthetically beautiful clothes and useful ones they liked, smocking on clothing, batteries and they love ribs; that the quality of their garments is important, they want the clothes they wear to stay right in their bodies; while choosing clothes, even though they get ideas from their relatives, they get their likes, some of them make their own choices without getting ideas from others; they stated that they did not like their clothes at a certain frequency but they liked it before they needed it and then asked for the price. According to findings obtained when the age at which you become if it is seen as an important factor for the beautiful dress to make people happy.

Keywords: Elderly, aesthetic, elderly clothes, clothing aesthetics, elderly consumer, social and psychological factors

¹ Sorumlu Yazar e-mail: nkacar@pau.edu.tr

1. GİRİŞ

Dünya Sağlık Örgütü yaşlılığı "*çevresel faktörlere uyum sağlayabilme yeteneğinin azalması*" olarak tanımlamaktadır. Yaşlılık, zaman faktörüne bağlı olarak kişinin değişen çevreye uyum sağlama kudretiyle organizmanın iç ve dış etmenler arasında denge sağlama potansiyelinin azalması ve böylece yaşlanma ile ölüm olasılığının yükselmesi, kişilerin fiziki ve ruhi güçlerinin bir daha bir araya gelmeyecek şekilde kaybedilmesidir. Yaşlanma ise canlının oluşumundan yaşamın bitimine kadar devam eden bir süreçtir (Yazıcıoğlu, 2011: 47-48). Bu araştırmanın temel konusu olan estetik ise felsefenin doğrudan doğruya, sanat, sanat eseri, sanat objesi, sanatçı bağlantısı vb. problemlerle uğraşan bunlara yeni bir yorum getiren disiplin dalıdır. Estetik sözcüğü Grekçe "*aisthanestha*" sözcüğünden gelir. Aisthanestha "*duygularla algılamak*" anlamına gelir. Estetik bu anlamda duyulur, algılanır veya duygusallığın sağladığı bilgiyle ilgili bilim dalı olarak düşünülür ve genel sanat bilimi olarak tanımlanmaktadır (Gündüz & Karahmet Balcı, 2015:735).

Çeşitli fizyolojik ve psikolojik ihtiyaçları karşılayan bir unsur olan giyim; tüm bireyler için sosyal etkileşim; fiziksel refah ve tatmin açısından büyük önem taşımaktadır (Bedük & Yıldız, 2004:2). Giyim olgusu insanın örtünme içgüdüsünden ve estetik öğelerinde bu faktörlere katılmasıyla insan yaşamının soyutlayamadığı bir kullanım aracı ve ihtiyacıdır. Sosyo-psikolojik ihtiyaçları karşılama açısından giyim bir topluma ya da bir kültüre ait olma hissini sağlar. Psiko-sosyal açıdan birey giysiyi; daha çok bir kimlik duygusu yaratabilmek, kim olarak algılanmayı arzu ettiğini belirtebilmek amacıyla kullanılmaktadır. İlk görünüşte giydiğimiz kıyafetler, aksesuarlar, takılar, hepsi birer amaçtır ve bunlarla çevremize çeşitli mesajlar iletiriz. Bu mesajlar kişinin ilgileri, zevkleri, değer yargıları, statüsü, gücü, ait olduğu meslek ve grubu, psikolojik durumu, kısaca kişiliği ve karakteri hakkında önemli bilgiler iletir. Bireyin tüm yaşantısında vazgeçilmez bir öneme sahip olan giyim, yaşlılıkta da aynı öneme sahiptir. İnsan vücudunda yaşlanmayla ortaya çıkan değişikliklere bağlı olarak giyim talebi, anatomik, fizyolojik, patolojik, psikolojik ve sosyal boyutlardan etkilenmektedir. Yaşlanma ile ortaya çıkan bu değişikliklerin, yaşlıların giyim özelliklerinde dikkate alınması, onların yaşamalarını kolaylaştırması ve yaşam kalitelerini artırması açısından önemlidir (Vural, Çivitçi & Ağaç, 2001:195).

Yaşlı tüketicilerde giyim estetiğinin önemi

Dünyada ve ülkemizde toplam nüfus içerisinde yaşlı nüfus oranının giderek artması ve yaşlıların fiziksel, psikolojik, sosyal ve ekonomik ihtiyaçlarının değişmesi ile değerler, alışkanlıklar ve davranışların farklılaşmasına neden olmaktadır. Yaşlılar yaşamlarını sosyal, psikolojik ve ekonomik açıdan bağımsız sürdürmek istemektedirler. Yaşlanmanın doğal yaşamın kaçınılmaz bir dönemi olduğu bilinmekle birlikte yaşamın her anında çok özel bir yere sahip olan giyim ise yaşlı bireyler açısından ayrı bir önem taşımaktadır. Yaşlılıkta vücuttaki fiziksel değişiklikler giyim önemi arttırmakta, buna bağlı olarak ortaya çıkan sınırlamalar tercihlerine de yansımaktadır (Özgen, & Ufuk, 1999:183).

Yaşlıların en temel ihtiyaçlarından olan giysiler, onların yaşam konforunu yükseltecek niteliğe sahip, bünyelerine uygun özellikler taşımalıdır. Yaşlı tüketicilere uygun üretilen giysiler, ısı değişikliklerine duyarlılığı artmış kolay üşüyen ya da terleyen, cildi hassaslaşmış, yaşlı bireylerin toplumda kendilerini mutlu ve yaşam koşullarına uyumlu hale gelmelerine de yardımcı olacaktır. Yaşam sürecindeki artış beklentileri dikkate alındığında giyim sorununun giderek daha fazla yaşlı insanı etkileyeceği, yaşlı insanların gün geçtikçe daha fazla pazar oluşturacakları açıktır (Üstün & Şener, 2001:219; Gürşahbaz & Aydın, 2001:209).

Yaşlanma sürecinde sosyal ve psikolojik değişiklikler

Biyolojik yaş ilerledikçe birey, psikolojik sıkıntılara ve sosyal rol kayıplarına uğrar. Bunlardan daha önemlisi yaşlandığının o kişiye hissettirilmesi ya da çevresinde yaşlı olduğuna dair mesajlar alması sosyal çevresi ile olan iletişimini ve psikolojisini etkilemektedir. Bireyler giysilerini seçerken sadece vücudu dış etkenlerden korumak için değil aynı zamanda insanın sosyal ihtiyaçlarını karşılamada örtünmek, güzel görünmek, süslenmek, dikkat çekmek, beğenilmek, yeni biçimler ortaya koymak, kişiliğini kabul ettirmek gibi duygularını tatmin etmek için de seçim yapmaktadırlar (Saygılı, 2011:10). Giysilerdeki renkler, modeller insanların psikolojik duyarlılığına cevap vermesi bakımından önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Giysilerin renkleri ve modelleri kişinin motivasyonunu etkileyen çevresel bir faktördür. Genç tüketicilere birçok farklı renk ve modelde giysiler üretilmektedir. Ancak yaşlı bireyler için seçenek bu kadar çok olmamaktadır. Üreticilerin yaşlı tüketici kitlesinin de yeni bir pazar oluşturduklarını bilmesi gerekmektedir. Yaşlı bireylerinde güzel görünmek, süslenmek, dikkat çekmek, beğenilmek, yeni biçimler ortaya koymak, kendini kabul ettirmek, mutlu olmak gibi duygularını tatmin etmeğe ihtiyaçları vardır.

2. YAŞLI TÜKETİCİLERDE GİYİM ESTETİĞİ KONUSUNDA YAPILAN ÇALIŞMALAR

Yaşlı bireylerin giyimlerine ilişkin sorunlar, uzun yıllar boyunca dikkate alınmamış olmasına rağmen son yıllarda çok sayıda çalışma yapılmaya başlanmıştır. Birçok alanda olduğu gibi giyim alanında da özel bir tüketici kitlesini oluşturan yaşlı bireylerin giyim ihtiyaçlarının karşılanması, giyim sektörünün ilgi alanına girmektedir.

Yaşlanmaya bağlı oluşan problemler giysi açısından ele alınarak, kadın tüketicilerin giysilerde karşılaştıkları problemler ve giysi tercihlerini etkileyen durumların belirlenmesi amacıyla pek çok çalışma yapılmıştır. Yapılan bu çalışmalarda Gürşahbaz ve ark. (2009) yaşlı kadın tüketicilerin, yaşları büyüdükçe giysileri kendilerinin alma oranlarının azaldığı, vücutlarına uygun giysi satın alırken bluz/gömlek, ceket bulmada sorun yaşadıkları, rahat ve vücutlarına uygun, kullanışlı, önden açılıp kapanan, yere eğilerek çekmek zorunda kalmayacakları giysileri öncelikle tercih ettikleri belirlenmiştir. Aydın ve ark. (2003) yaptığı çalışmada da, yaşlı kadınların büyük bir çoğunluğunun giyim alışverişlerini kendilerinin yaptığı, yaşlı tüketicilerin giysilerini mağazalardan satın aldıkları ve satın alırken kendilerinin karar verdikleri görülmektedir. Yaşlanma sürecinde ve

sonrasında vücut formundaki bireysel farklılıklar ve değişimler sonucu giysilerde yaşadıkları sorunlar incelenerek, giysi tercih ve beklentilerini tespit etmek amacıyla yapılan çalışmaya göre, 65 yaş ve üzeri kadın tüketicinin (n=110) hazır giysilerde; model özelliği, giysi-vücut uyumsuzluğu, renk skalası yetersizliği vb. sorunlar yaşamakta oldukları tespit edilmiştir (Şener & Maraba, 2016). Ağaç, Ölçer & Dengin (2015) tarafından yapılan çalışmada da tüketicilerin markaya yönelik algıladıkları kişilik özellikleri ve giysi satın alma kararları değerlendirilmiş (n=163); marka kişilik özelliklerine ve tüketicilerin rasyonel ve duygusal satın alma kararlarına ilişkin ifadeler yer verilmiş ve araştırma kapsamına alınan yerli giyim markasını tercih eden kadın tüketicilerin satın alma kararlarında rasyonel davranıldığı ve marka kişiliğini, yenilikçi, seçkin ve istikrarlı olarak algıladıkları ortaya koyulmuştur.

Armağan ve Taşdelen (2012) tarafından yapılan çalışmada MYO öğrencilerinin (n=352) giyim tercihini etkileyen temel faktörler; psiko-sosyal faktörler, moda odaklılık, ürün özellikleri, fiyat, ödeme kolaylığı, personel, alışveriş ortamı ve diğer unsurlar incelenmiş; üniversite öğrencilerinin giyim tercihlerini belirlemede mağaza personelinin yaklaşımının önemli olduğu, kaliteli ürünleri uygun fiyata almak için daha önce memnuniyeti sağlamış mağazalara öncelik verdikleri, giysi tercihlerinde reklamlardan ve arkadaşlarından etkilendikleri, dini ve ahlaki inançlarının, gelenek ve göreneklerinin, aile yapısının giyim tercihlerinde etkili olduğu belirlenmiştir.

Şahin (2009)'ün yaptığı bir diğer çalışmada, giysi alışverişinde İstanbul ve Konya illerindeki tüketicilerin Haute Couture ve Hazır Giyim tercihlerinde farklılıkların olduğu; tercih nedenlerinde, beklentilerinde ve karşılaşılan problemlerde ise kısmen farklılıkların görüldüğü, tüketicilerin iyiyi ve güzeli seçme eğilimlerinde optimum düzeyde çeşitli alternatifler oluşturduğu belirlenmiştir. Benzer çalışmada da tüketicileri aile, örnek alınan yakın çevre veya onlar gibi olmak istenilen kişiler, kişinin toplumdaki rolü ve statüsü kişinin satın alma davranışlarını önemli ölçüde etkilediği görülmüştür. Çeşitli uyarıcılarla karşı karşıya olan tüketici, kişisel ve çevresel faktörlerinin etkisinde kalarak uyarıcıya tepki göstermektedir. Tüketici davranışlarını açıklamaya çalışan tüm modellerin ve yaklaşımların ortak noktası; tüketicilere etki eden değişkenlerin gruplandırılmasıdır. Tüketicinin satın alma kararlarını etkileyen referans gruplarına üyelik, aile yapısı ve kişinin toplumdaki konumu gibi etkenler bu noktada önem kazanmaktadır (Durmaz & Bahar Oruç, 2011).

3. MATERYAL VE YÖNTEM

Bu çalışmada, yaşlı tüketicilerin giyime ilişkin estetik tercihlerinde sosyal ve psikolojik durumun davranışa olan etkilerini belirlemek ve araştırma sonuçları dik-

kate alınarak tüketicilere ve üreticilere öneriler getirmek amaçlanmıştır. Bu amaçla yaşlıların algı düzeyindeki kayıplar gibi nedenlerle nicel yöntemle veri toplama yerine, yüz yüze sohbet tarzı görüşme ve ses kaydı çözümlenerek yapılmış nitel araştırmalarda kullanılan bu yöntem görünen gerçekliğin arkasında bulunan öznel durumların anlaşılabilmesi varsayımına dayandırılmaktadır (Yıldırım & Şimşek, 2008:121). Araştırma on yaşlı kadının katılımıyla, nitel araştırma yöntemi kullanılarak mülakat tekniğiyle gerçekleştirilmiştir. Görüşmede mülakat tekniği kullanılarak yaşlıya 11 soru sorulmuştur. Soruların dolaylı bir biçimde sorulmasının yanı sıra zaman zaman araştırmacının müdahale ederek sorulara yanıt vermesi için yaşlıyı yönlendirmesi gerekmiştir. Soruların oluşturulmasında Baran ve arkadaşlarının Ankara'da yaptıkları benzer bir çalışmadan yararlanılmıştır (Baran, Kalınkara, Aral, Akın, Baran & Özkan, 2005:27-30). Yaşlıların demografik bilgileri, sosyal ve kültürel durumları, giyim alışkanlıkları, giysi seçimindeki estetik tercihleri, giysi seçiminde çevre baskısı, konularında sorular oluşturulmuş, odak görüşmelerle geliştirilmeye çalışılmıştır. Araştırmanın materyalini Denizli il merkezinde yaşayan 65+ yaş üzerinde kadın tüketicilerden elde edilen veriler oluşturmaktadır. Görüşmeler yaklaşık altı ayda tamamlanmıştır.

4.BULGULAR

Çalışma Denizli'de 10 yaşlı kadının katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Yaşlıların oturduğu semtlere ilişkin bilgiler, yaş, medeni durum ve sosyo ekonomik durumları (SED) Tablo 1'de görüldüğü gibidir. Araştırma kapsamına alınan katılımcıların beşi evlidir, beşinin eşi vefat etmiştir. Eşlerin vefat zamanları on ile yirmi iki yıl arasında değişmektedir. Ankete katılan bireylerin hepsi maddi gelire sahiptir. Yaşlıların hepsi emekli aylığı alırken, altısı ek olarak kira gelirine de sahiptir. Eğitim durumlarına bakıldığında iki katılımcı öğretmen okulu, bir katılımcı sağlık koleji, bir katılımcı lise, beş katılımcı ilkokul mezunudur. Bir katılımcının okuma yazması olmakla birlikte okula gitmemiştir. Hepsinin de oturdukları evler kendilerine aittir, çocukları vardır ve evlidir, torunları vardır. Yedi katılımcının çocukları Denizli de, üç katılımcının çocuklarının bazıları başka şehirlerde yaşamaktadır. Katılımcıların 2'si öğretmen 1'si hemşire, 1'si laborant, 1'si memur emeklisi 5'i ev kadınıdır. Bunlardan 3 katılımcı da sigortadan emekli olmuş, 2'si eşinden emekli maaşı almaktadır. Tümü işlerini yürütebilecek durumda ve zihinsel açıdan da sağlıklı görünmektedirler. Katılımcıların 5'i 65-69 yaş arasında, 3'ü 70-79 yaş arasında, 2 katılımcı ise 80 yaş üzerindedir. Katılımcılara ilişkin bulgular topluca değerlendirildiğinde evli ya da dul oldukları, orta ve üst gelir düzeyine sahip oldukları, eğitim düzeylerinin düşük olmadığını, hepsinin evli çocukları ve torunları olduğunu söyleyebiliriz.

Tablo 1. Katılımcıların demografik özellikleri

Demografik özellikler	Kişi sayısı	Oturulan Semt	Kişi sayısı
65-69	5	Kıbrıs Şehitleri	1
70-79	3	Üçler	1
80+	2	Çaybaşı	1
Yaş		Çınar	1
Evli	5	Sırapapılar	1
Dul	5	İstiklal	1
Medeni Durumu		Yenimahalle	1
Öğretmen okulu mezunu	2	Sergazigazi	2
Sağlık koleji mezunu	1	Yenişehir	1
Lise mezunu	1	Meslek durumu	
İlkokul mezunu	5	Öğretmen emeklisi	2
Okula gitmemiş	1	Hemşire emeklisi	1
Sosyo-Ekonomik Durumu		Laborant Emeklisi	1
Emekli aylığı alanlar	10	Memur emeklisi	1
+Kira geliri olanlar	6	Ev hanımı	5

Yaşlıların, giyim estetiği: sosyal ve psikolojik etkenlerin davranış etkilerini değerlendirmeleri

Katılımcıların giyimde estetik, sosyal ve psikolojik etkenlerin giyinme davranışlarını etkilemesi konusunu değerlendirmeleri istenmiştir. Buna göre katılımcıların genel özellikleri ve değerlendirmeleri şu şekildedir:

71 yaşındaki K1, kendi evinde oturmaktadır. Eşini 10 yıl önce kaybetmiş ve eşinden emekli maaşı almaktadır. Ayrıca kira geliri olduğunu belirtmiştir. 4 çocuğunun da Denizli'de yaşadığını ifade etmiştir.

Giyislerde büzgü, pili ve nervürleri çok severdim. Rahat, topluma uygun her yerde giyebileceğim kıyafetleri, dikkati çekmeyecek renk ve desenleri tercih ederim. Kıyafetimin yün ya da pamuklu olmasına dikkat ederim. Kıyafet alırken çocuklarımla önerdiklerini ve kendi beğendiğimi alırım. Giyinme alışkanlıklarımı değiştirebilirim. Modayı takip etmem, kolay giyilip çıkarılan, süslü, sık estetik kıyafetleri ve kullanışlı olanları beğenirim. Kıyafetlerimin kaliteli olması benim için önemlidir, çünkü uzun süre giyerim. Aldığım giysilerde genelde tecrübe ettiğim markaları tercih ederim. Toplulukta farklı olmak istemem. Bakımlı olmayı, temiz ve güzel giyinmeyi severim ama dikkat çekmek istemem. Severek giydiğim kıyafetler beni çok mutlu eder. Gençken de güzel giyinmeyi severdim hala çok severim. Çok sık giysi almam ihtiyaç hissettiğimde alırım. Önce beğenirim sonra fiyatını sorarım.

K2, 65 yaşında ve eşiyle birlikte kendilerine ait evde yaşamaktadır. Eşi ve kendisi emeklidir. Çocuklarından biri Denizli'de, diğeri İstanbul'da yaşamaktadır. İki çocuğunun da evli ve bir torunlarının olduğunu belirtmiştir.

Genelde klasik giyinmeyi, giyimde abartıyı değil estetiğin yerinde kullanılmıyışını severim. Kendime uygun olanı giyinirim çevre beni etkilemez. Sosyal yaşantılar giyimimi etkiler. Her yerde her zaman giyebileceğim şekilde kıyafet alırım ve uzun süre kullanırım. Giyside kalite ve sadelik benim için önemlidir. Giysilerimi seçerken moda etken değildir ama güncel modanın kendime uygun olanını seçerim, be-

ğendiğimi giyerim. Bedenimi çok sardığı ve vücut hatlarını ortaya çıkardığı için sentetik giysiler istemem. Marka benim için çok önemli değildir, kaliteli ve güzel olsun yeter. Marka giyinmek psikolojik tatmindir bence, gösteriştir. Giysilerimi seçerken aile fertlerinin fikrini sorarım ama yine de kendi fikrime göre alırım. Giysilerimi belirli bir sıklıkta değil, uygun bulduğum zamanlarda, ihtiyaç hissettiğim ya da beğendiğimde alırım. Kolay giyip çıkarmak isterim, değişik kapama araçlarından (agraf, cırt bant, cırt cırt, düğme, vb.) çok hoşlanmam. Giyinme alışkanlıklarından da kolay kolay vazgeçmem. Giysiyi çok beğendiysen pahalıda olsa alırım.

K3, 82 yaşında ve 20 yıl önce eşini kaybetmiştir. Hiç okula gitmemiş ancak okuma yazmayı öğrendiğini söylemiştir. Oturdukları evin kendisine ait olduğunu, oğlu, gelini ve beş torunu ile birlikte yaşadıklarını, ayrıca kendisinin ve oğlunun emekli maaşlarının olduğunu belirtmiştir.

Eskiden kısa kollu giyiliyordu, ben de bir kere giydim, babam o elbisemi kesmişti, sonradan kısa kollu giymez olduk artık. Daha sonraları eşarplar çıktı ve üstümüze de pardösü veya manto giyerdik. Önceden giyinme zevkim vardı, temiz ve düzgün giyinmeyi çok severdim, ama şimdi canım giyinmek istemiyor. Şatafatlı, süslü, şaşalı, gösterişli giyinmeyi sevmem, sade ve temiz giyinmeyi severim. Elbiselerimin modellerinin, renginin yakışıp yakışmadığını kimseye sormam kendim karar veririm. Kendime güvenim çoktur, beğenmediğimi giymem. Giysilerimde süsü değil ama dış estetiğini severim ve yaşıma uygun ne varsa onları giyiyorum.

80 yaşındaki K4 emekli öğretmendir. 10 yıl önce eşini kaybetmiş ve kendine ait evinde oturmaktadır. Dört oğlu, gelinleri ve torunları olduğunu, kendisini sıkça ziyaret ettiklerini ifade etmiştir.

Giysilerim ve renkleri uyumlu olmalı. Yaşadığım çevre giyinme şeklimi etkilemez. Hasta bakmaya veya başsağlığına giderken farklı, düğüne giderken farklı giyinirim. Modayı gençliğimden beri takip etmem, hareketlerimi kısıt-

lamayan, yumuşak, terletmeyen giysileri tercih ederim. Genelde sade, bütçeme uygun, kaliteli markalardan almaya çalışırım. Giysi alırken gelinlerimin fikirlerine değer veririm. İhtiyacım oldukça giysi alırım. Eskiden daha sık giysi alırdım ama yaşlanınca daha seyrek alıyorum. Sosyal bir ortamda diğerlerinden farklı, göze batıcı olmak istemem. Genelde etek- bluz şeklinde giyinirim ama rahatlık açısından elbise giymemin daha uygun olacağını düşünüyorum. Temiz, düzgün ve güzel giyindiğim zaman kendimi çok mutlu hissederim.

K5, 69 yaşında ve eşiyle birlikte kendilerine ait evde yaşamaktadırlar. Aynı zamanda kira gelirlerinin olduğunu söylemiştir. Kendisi ev kadını, eşi emeklidir. İki oğlu, beş torunu olduğunu, çocuklarının ikisinin de Denizli' de yaşadıklarını ve her Pazar ziyaret ettiklerini belirtmiştir.

Güzel ve değişik giysilerden çok hoşlanırım. Giysilerimin başkalarından farklı, güzel olmasını isterim ama vücudum müsait değil. Giysilerdeki estetik benim için önemlidir. Piliyi, kupu, nervürü, kruvazeyi, süslemeleri, işlemleri severim, renk uyumuna da dikkat ederim. 16-17 yaşlarındayken elbisenin üzerine dış kıyafeti olarak peştamal de edindim. Çevremizde dışarı çıkarken herkes peştamal ve üstlük giyinirdi. Daha sonra peştamal yerine siyah etek giyilmeye başlandı. Modayı takip etmem, hangisi yakışıyorsa benim için o modadır. En çok pamukluları ve penyeleri severim. Birde giysilerimi maddi durumum ölçüsünde kaliteli ve eskiden beri bildiğim, tanıdığım yerlerden, markalardan almaya çalışırım. Giysi alırken kendi fikrime göre, ihtiyaç hissettikçe, dolaşırken denk gelirse alırım. Giyinme alışkanlıklarımı, tarzımı değiştirmem. Kıyafeti giydiğimde aynaya bakarım ve kendimi mutlu hissedersem alırım.

67 yaşındaki K6, emekli ve 22 yıl önce eşini kaybetmiştir. Kendine ait evde büyük torunuyla birlikte yaşamaktadır. İki oğlu ve dört torununun Denizli' de yaşadıklarını, sık sık ziyarete geldiklerini ilave etmiştir.

Genç kızken giyinip süslenmeyi çok severdim. Dügün, hasta ziyareti, arkadaş toplantıları gibi yerlere giderken temiz ve düzgün giyinmeye çalışıyorum. Önceden giyimimle dikkat çekici olmak, farklı olmak isterdim, fakat artık çok dikkat çekmek istemiyorum. Mesela süslü olan giysileri, uyumlu renkleri değişik modelleri çok severim. Enkrüste, biye, incili kıyafetleri severim. Kıyafet alırken zevkime uygun olanı alırım. Kendime yakışanı bilirim. Yakıştığını hissettiğim her şey benim için modadır. Giyinme stilim bellidir. Etek, pantolon, bluz, triko, değişik modellerde penyeleri çok severim, kaliteli ve güzel olmasına dikkat ederim. Güzel giyindiğim zaman kendimi bir başka hissederim, ruhum okşanır. İnsanoğlu işte, bunlar bile mutlu etmeğe yetiyor.

77 yaşındaki K7, 21 yıl önce eşini kaybetmiştir. Büyük oğluyla birlikte kaldığını, ayrıca üç oğlu daha olduğunu

belirtmiştir. Sigortadan emekli, kiralık ev ve dükkânlarının olduğunu, ekonomik olarak muhtaç olmadığını da ilave etmiştir.

Eskiden dışarı çıkarken elbisenin üzerine peştamal bağlanırdı. Başımıza marma edinirdik, namaz örtüsü gibi. Giyinmeyi çok severdim, hala da severim. Sonradan eşarplar çıktı onları kullandık. Güzel giyinince de mutlu olurum. Yaşlandık ama şimdide güzel şeyler giyince tabii ki hoşumuza gidiyor. Eskiden süslü, nervürlü, pilili, taşlı, boncuklu modeller güzel görünürdü severdim. Renkli giyinmeyi, kırmızı, yeşil, patlıcan moru ve tarçın renklerini de severim. Hala terziye kıyafet diktirir giyerim.

K8, 70 yaşında ve eşiyle birlikte kendilerine ait evlerinde oturmaktadırlar. Yanı sıra kira gelirlerinin de olduğunu belirtmişlerdir. Eşi ve kendisi sigorta emeklisidir. Bir kız ve bir oğlu ve üçte torunlarının olduğunu ifade etmiştir.

Güzel giyindiğim zaman mutlu olurum. Eskiden kırmızı, yeşil ve kahvenin tüm tonlarını, sarıyı çok severdim şimdi de severim. Giysilerimdeki renk uyumu önemlidir. Giysilerimi kendim tasarlar dikerim. 70 yaşında olmama rağmen ayıplarlar diye düşünmem istediğimi giyerim. Kendime yakışanı bilirim kimseye fikir sormam. Yer ve zamana göre giysilerimi değiştiririm. Aman ne olacak şunu giyip gidevereyim demeden bana yakışan her şeyin moda olduğunu düşünerek giyinirim. Giysilerdeki pili, nervür, biye, nakış ve taş işlemleri çok severim. Marka merakım yok, kaliteli olmasıyla çok ilgilenmem hoşuma gitsin, göze hoş görünsün, uyumlu olsun benim için yeter. Beni rahat ettirebilecek giysileri daha çok kullanıyorum. Giyinme alışkanlıklarım değişebilir; elbise, etek bluz, takım elbise, tayyör, pantolonda giyebilirim. Terzilik yaptığım zamanlarda drapeli, volanlı, nervürlü yani her türlü modeli kendim tasarlayıp dikip giydim. Ancak şimdilerde rahatsızlıklarım olduğu için giysilerimin kolay giyilip çıkarılması benim için önemlidir.

66 yaşındaki K9, eşinin sağ, çocuklarının biri Denizli' de, diğerinin farklı bir kentte oturduğunu, kendisinin öğretmen emeklisi, eşinin banka müdürlüğünden emekli olduğunu, kendi evlerinde oturduklarını ve üç torunu olduğunu söylemişlerdir.

Bayramlarda resmigeçitten geçmek için pembe döpiyes diktirmiştım. Annem lacivert bari diktirseydin, dikkati çekmesin küçük yer laf gelirse ben bunu kaldıramam dedi. İşte toplum baskısı, giyimimizde bile etkiliydi. Etekler diz altı olurdu. Giysi alırken kimsenin fikrini almam, bakarım aynada yakıştıysa saçıma, rengime, bedenime oturdysa, hoş durdysa alırım. Nervürlüleri, biyelileri severim ama taşlıları çok severim, sık duruyor. Giyimimle dikkat çekmek istemem. Görünüşte abartısız estetiğe, renk uyumuna önem veririm. Pamukluyu, rahat giyilip çıkarılan ve bana yakışan giysileri tercih ederim. Modayı takip etmem yakışanı giyerim. Giysi alırken önce fiyatına

bakarım beğendiysen alırım. Arkadaşlarım ne kadar güzel giyiniyorsun derler, ne de olsa insanız ruhum okşanır, beğenildiğimi duyunca mutlu oluyoruz tabii. Hastaneye giderken sade, spor, ama arkadaş toplantımıza biraz daha şık giyerim. Çünkü arkadaşlarımla bir şeyler paylaşmayı çok severim. Benim sosyal faaliyetimdir o.

K10, 69 yaşında, evli ve eşyle birlikte oturmaktadır. Eşi ve kendisinin emekli olduğunu, belirtmiştir. Bir kızı, bir oğlu ve torunları olduğunu, kendi evlerinde oturduklarını söylemişlerdir.

Dışarı çıkarken daha çok koyu renkli manto, eşarp giydim. Şimdi ise eskisi gibi çevredekiler ne der demeden istediğim gibi giyiniyorum. Genellikle pantolon, tunik giyiyorum. Parlak renkleri giymeyi seviyorum. Alışverişe kızımınla birlikte gitmeyi tercih ediyorum. Çünkü onun fikirleri benim için önemlidir, ama kendi beğendiğimi alırım. Giysilerimde kaliteye önem veririm. Giysilerdeki estetikte, pili, nervür gibi süslemeleri severim. Gösterişliden ziyade sade ama güzel olanları, içinde kendimi rahat hissedeceğim kıyafetleri satın alırım. Güzel giyinerek kendimi mutlu ederim. Yerine göre giyinmeyi bilirim. Alışkanlıklarından kolay kolay vazgeçmem. Bana yakışan her şey modadır. Bir toplulukta giyimimle ön plana çıkmak istemem yani abartıdan hoşlanmam.

Katılımcılar, görüşme sırasında sıkça anılarından bahsetmişler ve geçmişte hatırlamanın, başkalarıyla paylaşmanın onları mutlu ettiğini, farklı bir atmosfer yaşadıklarını belirtmişlerdir. Katılımcılar, kendilerinden ve zevk aldıkları, hoşlandıkları şeyleri anlatmaktan çok büyük haz aldıklarını, geçmişte doğru bir gezinti yaptıklarını ve önemsendikleri için mutlu olduklarını belirtmişlerdir. Dolayısıyla onları dinlemek ve mutlu olduklarını görmek beni de çok mutlu etmiştir.

5.TARTIŞMA

Yaşlı kadın tüketicilerin giyime ilişkin estetik tercihlerinde sosyal ve psikolojik durumun davranışa olan etkilerini belirlemek için planlanıp yürütülen bu çalışmada giysi satın alırken yaşadıkları sorunlar ve giysi tercihlerine ilişkin tartışma aşağıda sunulmuştur.

Bir bireyin fizyolojik ve psikolojik ihtiyaçları karşılayan unsurlardan biri olan giyim; her yaşta tüm bireyler için sosyal etkileşim; fiziksel refah ve tatmin açısından büyük önem taşımaktadır. Bireyin tüm yaşam sürecinde vazgeçilmez bir öneme sahip olan giyim, yaşlılıkta da aynı öneme sahiptir. İnsan vücudunda yaşlanmayla ortaya çıkan değişikliklere bağlı olarak giyim talebi, anatomik, fizyolojik, patolojik, psikolojik ve sosyal boyutlardan etkilenmektedir. Yaşlanma ile ortaya çıkan bu değişikliklerin, yaşlılar için üretilen giyim özelliklerinde dikkate alınması, onların yaşamlarını kolaylaştırması ve yaşam kalitelerini artırması açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Yaşlı bireylerin giyimlerine ilişkin sorunlar son yıllara kadar dikkate alınmamış olmasına rağmen son yıllarda çok sayıda çalışma yapılmaktadır. Birçok alanda olduğu gibi giyim alanında da özel bir tüketici kitlesini oluşturan yaşlı bi-

reylerin giyim ihtiyaçlarının karşılanması, giyim sektörü açısından ciddi bir tüketici potansiyelini oluşturmaktadır.

Yapılan araştırmalar incelendiğinde ise; yaşlanmaya bağlı oluşan problemler giysi açısından ele alınarak, tüketicilerin giysilerde karşılaştıkları problemler ve giysi tercihlerini etkileyen durumlarla birlikte yaşlı tüketicilerin, yaşları ilerledikçe giysileri kendilerinin alma oranlarının azaldığı, vücutlarına uygun giysi satın alırken bluz/gömlek, ceket bulmada sorun yaşadıkları, rahat ve vücutlarına uygun, kullanışlı, önden açılıp kapanan, yere eğilerek çekmek zorunda kalmayacakları giysileri öncelikle tercih ettikleri belirlenmiştir.

Bazı çalışmalarda da yaşlı kadınların büyük bir çoğunluğunun giyim alışverişlerini kendilerinin yaptığı, yaşlı tüketicilerin giysilerini mağazalardan satın aldıkları ve satın alırken kendilerinin karar verdikleri görülmektedir. Yaşlanma sürecinde ve sonrasında vücut formundaki bireysel farklılıklar ve değişimler sonucu giysilerde yaşadıkları sorunlar da dikkat çekmektedir. Yaşlıların aynı zamanda hazır giysilerde; model özelliği, giysi-vücut uyumsuzluğu, renk skalası yetersizliği vb. sorunlar yaşamakta oldukları tespit edilmiştir. Bununla birlikte marka kişilik özelliklerine ve tüketicilerin rasyonel ve duygusal satın alma kararlarına bakıldığında yerli giyim markasını tercih eden kadının tüketicilerin satın alma kararlarında rasyonel davrandığı ve marka kişiliğini, yenilikçi, seçkin ve istikrarlı olarak algıladıkları ortaya koyulmuştur.

Yaşlılarda giyim tercihini etkileyen temel faktörler; psiko-sosyal faktörler, moda odaklılık, ürün özellikleri, fiyat, ödeme kolaylığı, personel, alışveriş ortamı ve diğer unsurlar incelenerek; mağaza personelinin yaklaşımının önemli olduğu, kaliteli ürünleri uygun fiyata almak için daha önce memnuniyeti sağlamış mağazalara öncelik verdikleri, giysi tercihlerinde çevreden etkilenedikleri, dini ve ahlaki inançlarının, gelenek ve göreneklerinin, aile yapısının giyim tercihlerinde etkili olduğu görülmektedir.

Ayrıca yaşlı tüketicileri aile, örnek alınan yakın çevre veya onlar gibi olmak istenilen kişiler, kişinin toplumdaki rolü ve statüsü kişinin satın alma davranışlarını önemli ölçüde etkilediği görülmüştür. Çeşitli uyarıcılarla karşı karşıya olan yaşlı tüketiciler, kişisel ve çevresel faktörlerinin etkisinde kalarak uyarıcıya tepki göstermektedir. Tüketici davranışlarını açıklamaya çalışılan tüm modellerin ve yaklaşımların ortak noktası; tüketicilere etki eden değişkenlerin gruplandırılmasıdır. Tüketicinin satın alma kararlarını etkileyen referans gruplarına üyelik, aile yapısı ve kişinin toplumdaki konumu gibi etkenler bu noktada önem kazanmaktadır.

6.SONUÇ VE ÖNERİLER

Niteliksel yöntem kullanılarak gerçekleştirilen çalışmada; yaşlı kadınların yaşadığı çevrenin ve sosyal yaşantılarının giyimlerine etkileri, giysi seçiminde kalite ve markaya verdikleri önem, yakınlarının ve çevredekilerin etkisi, hangi sıklıkta giysi satın aldıkları, giysi konforu hakkındaki düşünceleri, giyinme alışkanlıkları, giysi alırken fiyat etkeninin önemi, modanın etkisi, giysilerde estetik, sosyal ve psikolojik etkenlere yönelik verilere ulaşılmıştır. Bunlara ilişkin değerlendirme sonuçları ayrı ayrı paragraflar halinde sunulmuştur.

Yaşadıkları çevrenin giyinme şekilleri üzerindeki etkileri; yaşlıların büyük çoğunluğu yaşadıkları çevrenin giyinmeleri üzerinde büyük etkisi olduğunu ve bu etkilerin davranışlarına nasıl etki ettiği tespit edilmiştir. Ayrıca yaşadıkları toplumun etik değerleri doğrultusunda giyindikleri belirtilmiştir.

Yer ve zamana göre giyinme; katılımcıların çoğu (7 kişi) özel günlerde yerine göre temiz, düzgün ve dikkat çekmeyecek renk ve desenlerde giyinmeye çalıştıklarını söylemişlerdir.

Sosyal Bir Ortamda Diğerlerinden Farklı Görünme Arzusu; yaşlıların yarıya yakını sosyal bir ortamda diğerlerinden farklı, dikkat çekici, göze batıcı olmak istemediklerini fakat bakımlı olmayı, temiz ve güzel giyinmeyi sevdiğini, ön plana çıkmaktan ve abartıdan hoşlanmadıklarını ifade ederken, bazıları da giysilerinin başkalarından farklı, güzel ve değişik olmasından çok hoşlandıklarını söylemişlerdir.

Giysi Tercihlerinde Modanın Etkisi; katılımcıların tamamına yakını güncel modanın kendilerine uygun olanını seçip, beğendiklerini giydiklerini, modayı takip etmediklerini, ama güncel modada kendilerine uygun olan ve yakıştığını hissettikleri her şeyin kendileri için moda olduğunu ifade etmişlerdir.

Giysi Konforunun Önemi; Yaşlıların yaklaşık yarısı giysilerinin pamuklu olmasına dikkat ettiklerini, giysilerinin yumuşak, terletmeyen yaşına ve vücuduna uygun, hareketlerini kısıtlamayan özellikte olması gerektiğini söylemişlerdir.

Giysi estetiği; katılımcıların çoğunluğu kolay giyilip çıkarılan giysileri tercih etmekte ve değişik kapama araçlarının kullanılmasından hoşlanmamaktadırlar. Ayrıca modelli giysilerden hoşlandıkları, süslü, şık, estetik açıdan güzel kıyafetleri ve kullanışlı olanları beğendikleri, giysilerdeki süslemelerden büzgü, pili, biye, drape, volan, nakış, taş işlemeleri ve nervürleri sevdiğini görülmektedir. Yaşlıların çoğunluğunun giyside estetiğe önem verdikleri anlaşılmaktadır.

Kalite ve Marka hakkında katılımcılarımızın Düşünceleri; yaşlıların bir kısmı giysilerinin kaliteli olmasının onlar için önemli olduğunu, genelde tecrübe ettikleri, tanıdıkları iyi markaları tercih ettiklerini ve uzun süre giydiklerini söylerken, bir kısmı da markanın onlar için çok önemli olmadığını, giysinin beğenilerine uygun, göze ve karşıdan bakana hoş görünmesi ve uyumlu olmasının onlar için yeterli olduğunu ifade etmişlerdir.

Giysi seçiminde çevre ya da aile fertlerinin fikirlerinin önemi; yaşlıların yarıya yakını giysilerini seçerken yakınlarına danıştıklarını fakat yine de kendilerine yakışanı ve beğendiklerini aldıklarını, bir kısmı da kimseye fikir sormadıklarını, kendilerine yakışanı bildiklerini, kendi beğendiklerini aldıklarını söylemişlerdir.

Giysi alma sıklıkları ve fiyat; katılımcıların çoğunluğu giysilerini belli bir sıklıkta değil, ihtiyaç hissettikleri zaman ve bütçelerine de uygun ise aldıklarını söylemişlerdir.

Giyimin psikolojik olarak etkisi; yaşlılar severek giydikleri kıyafetlerin onları çok mutlu ettiğini, gençken de, şimdide giyinmeyi sevdiğini, güzel giyindiklerinde kendilerini mutlu hissettiklerini belirtmişlerdir. Buda gösteriyor ki hangi yaşta olunursa olunsun güzel

giyinme insanları mutlu etmek için önemli bir etmendir.

Katılımcılarımızın Giyinme Alışkanlıkları; katılımcıların yarısına yakını giyinme alışkanlıklarından kolay kolay vazgeçmediklerini, giyinme stillerinin belli olduğu ve tarzlarını değiştirmeyeceklerini söylemişlerdir.

Genel olarak değerlendirdiğimizde katılımcıların tercihlerinin kişisel özelliklere göre farklılık gösterdiğini söyleyebiliriz.

Yaşlı tüketicilerin giyime ilişkin estetik tercihlerinde sosyal ve psikolojik durumun davranışa olan etkilerini belirlemek amacıyla yapılan bu çalışma bulguları ile literatür taraması sonucu elde edilen bulgular karşılaştırıldığında; yaşlıların giysi tercihlerinde, giysi kullanımı ve rahatlığı ile ilgili tercihlerin örtüştüğü, vücutlarına uygun, kullanışlı, mümkün olduğunca kapama araçları kullanılmadan ya da kolay açılıp kapanan giysileri öncelikle tercih ettikleri görülmektedir. Ayrıca yaşlı kadınların büyük bir çoğunluğunun giyim alışverişlerini kendilerinin yaptığı, yaşlı tüketicilerin giysilerini mağazalardan satın aldıkları ve satın alırken kendilerinin karar verdikleri belirlenmiştir. Bunun yanı sıra yaşlıların vücut formundaki bireysel farklılıklar ve değişimler sonucu giysilerde yaşadıkları sorunlarda dikkat çekmektedir. Aynı zamanda daha önce memnuniyeti sağlamış mağazalara öncelik verdikleri, giysi tercihlerinde çevreden etkilendikleri, dini ve ahlaki inançlarının, gelenek ve göreneklerinin, aile yapısının giyim tercihlerinde etkili olduğu görülmektedir. Yaşlılar severek giydikleri kıyafetlerin onları çok mutlu ettiğini, giyinmeyi sevdiğini, güzel giyindiklerinde kendilerini mutlu hissettiklerini belirtmişlerdir. Buda gösteriyor ki hangi yaşta olunursa olunsun güzel giyinme insanları mutlu etmek için önemli bir etmendir. Yaşlıların çoğunluğunun giyside estetiğe önem verdikleri, modelli giysilerden hoşlandıkları, süslü, şık, estetik açıdan güzel kıyafetleri ve kullanışlı olanları beğendikleri, giysi süslemelerinin onlar için estetik açıdan önem arz ettiği görülmektedir. Yaşlılar için giysilerde kullanılan tekstil yüzeylerinin önemli olduğu ve çoğunlukla da pamuklu kumaş olmasına dikkat ettiklerini, giysilerinin yumuşak, terletmeyen yaşına ve vücuduna uygun, hareketlerini kısıtlamayan özellikte olması gerekmektedir. Katılımcıların modayı takip etmedikleri, ancak güncel modada kendilerine uygun olan ve yakıştığını hissettikleri her şeyin kendileri için moda olduğu açıkça görülmektedir.

KAYNAKÇA

- Ağaç, S., Ölçer, H., & Dengin, S. (2015). *Yerli giyim markası tüketicilerinin algıladıkları kişilik özellikleri ve giysi satın alma kararları, IV. Uluslararası Türk Dünyası Ekonomi Forumu*, 07-09 Mayıs 2015, Çorum. (s. 77-85).
- Armağan, E., & Taşdelen, M. (2012). Üniversite öğrencilerinin giyim tercihlerini etkileyen faktörlerin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4(1), 85-95.
- Aydın, S., Bölüt, S. A., & Arga, M. (2003). Yaşlı tüketicilerin giyim tercihleri. *II. Ulusal Yaşlılık Kongresi*, 9-12 Nisan 2003, Denizli. (s.111-120).
- Baran, A.G., Kalınkara, V., Aral, N., Akın, G., Baran, G., & Özkan, Y. (2005). *Yaşlı ve Aile İlişkileri: Ankara*

- Örneği*. Ankara: Başbakanlık Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü Yayınları No:127.
- Bedük, S., & Yıldız, Ş. (2004). Giysi tasarımında drapaaj. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11,169-177.
- Büyükcoşkun, A. (1990). *Yaşlı Bireylerin Sorunları ve Bakım Gereksinimlerinin Saptanması*. Hacettepe Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi. Ankara.
- Durmaz, Y., & Bahar Oruç, R. (2011). Tüketicilerin satın alma davranışları üzerinde sosyolojik faktörlerin etkisinin incelenmesine yönelik bir çalışma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(37),60-77.
- Gündüz, Y., & Karaahmet Balci, S. (2015). The necessity of visual culture training to develop aesthetic perception on individuals who takes art training. *Proceedings of Intcess15 - 2nd International Conference on Education and Social Sciences*, 2-4 February 2015, Istanbul, Turkey. (p. 733-743).
- Gürşahbaz, N., & Aydın, S. (2001). Teknik tekstillerin yaşlı giysilerinde kullanılması ile ilgili bazı öneriler. *1.Ulusal Yaşlılık Kongresi*, 10-11 Ekim 2001, Ankara. (s. 204-216).
- Gürşahbaz, N., Özelmas Kahya, S., & Arga Şahinoğlu, M. (2009). Yaşlı kadın tüketicilerin hazır giyim ürün tercihlerini etkileyen unsurların belirlenmesi üzerine bir araştırma. *Yaşlı Sorunları Araştırma Dergisi*, 2(2),146-157.
- Özgen, Ö., & Ufuk, H. (1999). *Yaşlıların giysi tüketimine yönelik davranışları ve sorunları*. Hacettepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 17(2),181-199.
- Saygılı, A. (2011). *Gençlerin Tüketim Davranışlarını Etkileyen Sosyo-Kültürel Faktörler: Sakarya Üniversitesi ve Kırgızistan - Türkiye Manas Üniversitesi Örneği*. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Sakarya.
- Şahin, A. (2009). *Giysi Alışverişinde Tüketicilerin Haute Couture ve Hazır Giyim Tercihleri İstanbul-Konya İllerinde Örnek Bir Araştırma*. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Giyim Endüstrisi ve Giyim Sanatları Eğitimi Anabilim Dalı Giyim Sanatları Eğitimi Bilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya.
- Şener, H. F., & Maraba, B. (2016). Yaşlılık döneminde vücut formu değişimlerine bağlı olarak kadın giyiminde yaşanan sorunlar. *Yaşlı Sorunları Araştırma Dergisi*, 9(2), 20-32.
- Üstün, G., & Şener, F. (2001). Yaşlı kadın tüketicilerin kullandığı hazır giyim ürünlerinin kumaşları ile ilgili görüşleri: Yaşlı tüketiciler için fonksiyonel giysi tasarımları ve örnek bir çalışma. *1.Ulusal Yaşlılık Kongresi*, 10-11 Ekim 2001, Ankara. (s. 217-229).
- Vural, T., Çivitci, S., & Ağaç, S. (2001). Yaşlı tüketiciler için fonksiyonel giysi tasarımları ve örnek bir çalışma. *1.Ulusal Yaşlılık Kongresi*, 10-11 Ekim 2001, Ankara. (s.194-203).
- Yazıcıoğlu, C. T. (2011). Yaşlılık hukuku. *VI. Ulusal Yaşlılık Kongresi*, 12-14 Mayıs 2011. Yozgat. (s.45-53).
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.