

**ARAŞTIRMA  
MAKALESİ  
(Research  
Article)**

**Tüketicilerin Sürdürülebilir Giysi Kullanımı için Giysi Bakım Etiketlerine  
Yönelik Farkındalığı**

Awareness of Consumers on Clothing Care Labels for Sustainable Clothing Use

DOI: 10.54976/tjfdm.1117927

Alınış (Received): 17.05.2022

Kabul Tarihi (Accepted): 24.06.2022

**ÖZ**

Endüstri devriminden sonra ortaya çıkan hazır giyim sektörü ile birlikte insanlar giysiye kolayca ulaşma imkânı elde eder olmuştur. Dünyadaki küresel gelişmelerle birlikte teknolojinin gelişmesi, iletişim ve ulaşımındaki hızlı ilerlemeler nedeniyle hazır giyim ve moda sektörü de büyük bir ivme kazanmıştır. Moda ve hazır giyim sektörünün döngüsü ile insanlar giysilere farklı anlamlar yüklemeye başlamıştır. İnsanlar giyimi artık sadece korunma ve örtünme amaçlı değil aynı zamanda kendilerini ifade etme biçimi olarak görmeye başlamıştır. Bu durumlar bir araya geldiğinde ise insanlığın sadece tüketimle ilgilendiği bir tablo karşımıza çıkmaktadır. Bu yaklaşımla birlikte sürdürülebilirlik kavramı önem kazanmaya başlamıştır. Sürdürülebilirlik giysiyi uzun süre kullanma ya da dönüştürerek tekrar kullanma çabalarının bir bütünü olarak ele alınabilir. Sürdürülebilirliğin pek çok çeşidi bulunmaktadır. Bu çalışmada giysilerin sürdürülebilirliği ele alınmış olup giysi bakım etiketlerinin sürdürülebilirliğe katkısı konu alınmıştır. Araştırmanın amacı tüketicilerin giysi kullanımında, ne ölçüde bakım etiketlerine göre giysilerin bakımını gerçekleştirdiklerini, sürdürülebilirlik kavramı hakkındaki genel bilgi düzeylerini tespit ederek, bakım etiketlerinin giysi sürdürülebilirliğine katkılarını ortaya koymaktır. Araştırmanın evrenini Konya'daki devlet üniversitelerinde okuyan öğrenciler oluşturmaktadır. Örneklem olarak Konya Teknik Üniversitesi, Selçuk Üniversitesi ve Necmettin Erbakan Üniversitesinden; kolay örnekleme yoluyla toplam 350 öğrencinin katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Bu çalışma tarama modeli nicel bir araştırma olup araştırmada literatür tarama yöntemi ve anket yöntemi ile veriler toplanmıştır. Bulgularda anketten elde edilen veriler SPSS programında frekans ve ki kare değerleri ile anlamlılık düzeylerine bakılmıştır. Buna göre kadın katılımcıların çoğunun, giysi kullanırken bakım etiketini kullanmaya ihtiyaç duydukları, erkek katılımcıların çoğunun ise bakım etiketini kullanmaya ihtiyaç duymadıkları, çoğu kadın katılımcının yıkama ve ütüleme işlemlerini bakım etiketine göre yaptıkları, erkek katılımcıların çoğunun ise yıkama ve ütüleme işlemlerini bakım etiketinde yer alan bilgilere göre gerçekleştirmedikleri tespit edilmiştir. Kadın katılımcıların büyük bir çoğunluğu bakım etiketini amacına uygun kullanmanın giysinin ömrünü uzatacağını, erkek katılımcıların bir kısmının da bakım etiketini amacına uygun kullanmanın giysinin ömrünü uzatacağını ve bakım etiketindeki talimatların giysiyi uzun süre kullanabilmek için gerekli olduğunu düşündükleri tespit edilmiştir.

**ABSTRACT**

With the ready-made clothing sector that emerged after the industrial revolution, people have the opportunity to easily access clothing. With the global developments in the world, the development of technology, due to the rapid progress in communication and transportation, the ready-made clothing and fashion industry has also gained a great momentum. With the cycle of the fashion and ready-made clothing industry, people have begun to attribute different meanings to clothes. People have begun to see clothing not only for protection and covering, but also as a way of expressing themselves. When these situations come together, a picture emerges in which humanity is only interested in consumption. With this approach, the concept of sustainability has started to gain importance. Sustainability can be considered as a whole of efforts to use clothing for a long time or to reuse it by transforming it. There are many types of sustainability. In this study, the sustainability of clothing is discussed and the contribution of clothing care labels to sustainability is discussed. The aim of the research is to reveal the contribution of care labels to the sustainability of clothing by determining the extent to which consumers care for clothes according to care labels, and their general knowledge level about the concept of sustainability. The population of the research is students studying at state universities in Konya. As samples, from Konya Technical University, Selçuk University and Necmettin Erbakan University; It was carried out with the participation of 350 students in total through easy sampling. This study is a quantitative research with a scanning model and the literature is included in the research. Data were collected by scanning method and survey method. In the findings, the frequency and chi-square values and significance levels of the data obtained from the questionnaire were examined in the SPSS program. It has been determined that most of the woman participants need to use the care label while using their clothes, most of the male participants do not need to use the care label, most of the female participants do the washing and ironing according to the care label, and most of the male participants do not perform the washing and ironing processes according to the information on the care label. A majority of the female participants said that using the care label for its intended purpose would extend the life of the garment, while some of the male participants said that using the care label for its intended purpose would increase the life of the garment, and the instructions on the care label are necessary to use the garment for a long time.

Şerife Yıldız<sup>1</sup>,  
Orcid: 0000-0002-  
7234-983X

Emine Erkoyuncu<sup>2</sup>,  
Orcid: 0000-0001-  
8779-9385

<sup>1</sup>Prof.Dr., Selçuk  
University, Faculty of  
Architecture and Design,  
Department of Fashion  
Design, Konya, Türkiye

<sup>2</sup>Fashion Designer,  
Selçuk University,  
Graduate Faculty of  
Social Science,  
Department of Fashion  
Design, Konya, Türkiye

**Sorumlu Yazar  
(Corresponding  
Author):**

Şerife YILDIZ  
gulcu@hotmail.com

**Anahtar Kelimeler:**

Bakım etiketi,  
Sürdürülebilirlik, Giysi,  
Tüketici

**Keywords:**

Care label,  
Sustainability, Clothing,  
Consumer

**Kaynak gösterimi:** Yıldız, Ş., Erkoyuncu, E. (2022). "Tüketicilerin Sürdürülebilir Giysi Kullanımı için Giysi Bakım Etiketlerine Yönelik Farkındalığı", *Turkish Journal of Fashion Design and Management (TJFDM)*, 2022, 4 (2): 137-158  
**How to cite:** Yıldız, Ş., Erkoyuncu, E. (2022). "Awareness of Consumers on Clothing Care Labels for Sustainable Clothing Use", *Turkish Journal of Fashion Design and Management (TJFDM)*, 2022, 4 (2): 137-158

## 1. Giriş

İnsanlığın oluşumuyla beraber, giyinme ihtiyacı da doğmuştur. Tekstil ve hazır giyim sektörlerinde ileri teknolojilerin gelişmesi ve yenilikleri, üretim süreçlerinde olduğu kadar ürünlerde de çeşitli değişimlere yol açmıştır. Kumaşlardaki yeni tekstil malzemeleri ve apreler, çeşitli türde giysiler üretmeyi mümkün kılmıştır. Birden fazla işlevi ve kullanımı olan ürünler; dokuma, boyama ve terbiye gibi karmaşık aşamalardan geçerek üretilir. Sonuç olarak tüketicilerin satın alma kararı verebilmek veya satın aldıktan sonra onlara iyi bakabilmek için hazır giyim ürünlerinin karmaşık özellikleriyle uğraşmaları gerekmektedir (Shin, 2000). Tüketicilerin aldıkları giysilerin çeşitli özelliklerini tanımak ve giysinin ömrünün uzatılmasında bakım etiketlerini kullanmaları önem arz etmektedir. Teknolojinin ilerlemesi, yeterli hammaddenin ve iş gücünün artması daha fazla çeşitlilik, sonsuz seçim haklarının oluşması, değişiklik arayışı, yenilik gibi etkenler giyime yeni anlamlar yüklemiştir. İnsanlar giyimi artık sadece korunma ve örtünme amaçlı değil aynı zamanda kendilerini ifade etme biçimi olarak da görmeye başlamıştır. Doğal liflerin kullanımının yanında yapay liflere artan ilginin bir sonucu olarak hammaddelerin düzensiz kullanımının yaygınlaştığı ve tüketici bir toplum bilinci oluşmaya başlamıştır.

İnsanlar tüketim çılgınlığında devam ettikleri müddetçe, yaşam kaynakları azalmaya başlayabilir ve gelecek nesiller için tehdit oluşabilecektir. Tüketim sektöründe ise tekstil ve hazır giyimin çok büyük bir payı bulunmaktadır. Kullan at ürünlerin yanı sıra uzun süre kullanılabilen giysiler tercih etmek, giysinin bakımını doğru yapabilmek sürdürülebilirlik adına etkili bir yaklaşım olacaktır. Giysilerin üretim hammaddesine göre yapay liflerden, doğal liflerden veya karışım liflerden oluşması, boyar malzemelerin çeşitliliği, değişik süsleme tekniklerinin kullanılması gibi farklı özellikli giysiler pazarda yer alarak, tüketicilerle buluşmaktadır. Sürdürülebilirlik adına, bu ürünlerin uzun süre sağlıklı olarak kullanılabilir olmasında bakım etiketleri oldukça önemli bir etkiye sahiptir. Bu araştırmada tüketicilerin bakım etiketlerini tanımaları ve kullanma durumları ile bakım etiketlerinin giysi sürdürülebilirliğine katkılarını ortaya koymak amaçlanmıştır.

## 2. Sürdürülebilirlik

Sürdürülebilirlik kavramı olarak bir şeyler üretirken kendini ve çevresini tüketmeyen, yenilenebilir, gelecek kuşakların yaşam hakkını ve ortamını koruyan bir olgudur (Alioğlu, 2018). Dünyada insanların sürekli bilinçsiz tüketim yapması dünyanın yaşanabilir bir yer olmasından çıkmasına sebep olabilecektir. Gelecek nesillere daha az zararla dünyada yaşam hakkı sunabilmek için, sürdürülebilirlik kavramına ciddiyetle yaklaşılması gerekmektedir.

*“Sürdürülebilirlik kavramı ilk olarak 1972 yılında Birleşmiş Milletler konferansında geliştirilmiştir. Kavramsal olarak, üç konuyu kapsıyordu: insanın ve doğal çevrenin birbirine bağımlılığı; ekonomik kalkınma, sosyal kalkınma ve çevre koruma arasındaki*

*bağlantılar; ve küresel bir vizyon ve ortak ilkelere duyulan ihtiyaç” (Nature in town, 2010; Akt: Mallin ve Munos, 2013).*

1992 yılında Brezilya'nın Rio de Janerio kentinde toplanan “BM, Çevre ve Kalkınma Konferansı” (UNCED), sürdürülebilir kalkınma kavramının gelişmesi için, ülkeler bazında ulusal sürdürülebilir kalkınma stratejilerinin oluşturulmasına yönelik ilk girişimdir (Yıldırım, 2011). Sürdürülebilir kalkınma için yapılan tanımlarda ekonomik, sosyal ve çevresel olarak üç yönüyle incelenmiştir (Başülmez, 2018). 2. dünya savaşından sonra ekonomik büyüme ve hızlı endüstrileşme, doğal kaynakların bilinçsizce kullanımıyla gereksiz atıkların olması çevresel ve ekolojik sorunlara neden olmaktadır. Küresel ısınmanın iklim değişikliğine neden olması, hava kalitesinin bozulması, çölleşme nedeniyle karadan denize ulaşan kirli atıkların çoğalması; deniz ve okyanusların kirlenmesine, içme suyu ve balıkçılık için kullanılan tatlı suların bile tükenmesine sebep olduğu bilinmektedir (Poyraz, 2015). Sürdürülebilir kalkınma konulu görüşlerin birçoğunda, çevre tahribatının önlenmesi ve şirket karlılığının artırılması önem kazanmaktadır (Yüksel, 2012).

*“Birleşmiş Milletler Çevre Raporu'na göre küresel ısınma neticesinde 21. Yüzyılda dünyada tahmin edilen tehlikeler şu şekilde özetlenebilir;*

- Ortalama hava sıcaklığı 1,4 °C ile 5,3 °C arasında artacaktır.*
- Buzullar yavaş yavaş eriyecek ve buzulların erimesiyle deniz seviyesi her yıl ortalama 0,5 cm yükselecektir. Bu nedenle çok sayıda küçük ada ve kıyı kentleri sular altında kalacaktır.*
- Dünyanın fiziksel yapısında geri dönüşü olmayan değişiklikler ortaya çıkacaktır.*
- Genel olarak tüm kıtalarda tarım rekoltesi düşecek, ortalama yıllık yağış miktarı azalacak, toprak bozulmaları görülecek, su sıkıntısı yaşanacaktır.*
- Bazı bölgelerde aşırı kuraklık bazı bölgelerde ise sık sık sellerin yaşanacağı tahmin edilmektedir.*
- Bitki ve hayvan türlerinin sayısı ve dağılımı etkilenecektir” (Kaya, 2018).*

İnsanlığın benimsemiş olduğu üretim ve tüketim şekli, bitki ve hayvanların yaşam alanlarına zarar vererek, dünyanın ekolojik dengesini tehdit etmektedir (Manzini ve Vezzoli, 2008; Akt: Gökmen, 2018). Sürdürülebilir yaşam ve gelişim süreci büyükölçüde bilinçli tüketici davranışlarına odaklanmaktadır.

Bilinçli tüketim davranışlarının kazandırılmasında gerekli eğitimlerin verilmesi gelecek için hayati önemler taşımaktadır. Üretim yapan firmaların birçoğu doğal dengeyi korumaktan ziyade kâr marjı için uğraş verse bile tüketiciler bu konularda gerekli bilgiye sahip oldukları takdirde tüketim ve israf çılgınlığı yavaşlayabilecektir. Tüketici ekonomisi açısından da tüketiciye bilinçli alışveriş alışkanlığı kazandırılmasının sürdürülebilirliğe çok önemli katkıları olacaktır.

## 2.1. Tekstilde Sürdürülebilirlik Kavramı

Tekstil sektörü üretim ve tüketimin en hızlı geliştiği sektörlerden bir tanesidir. Bu yüzden evrensel ve ekonomik zararların azalmasına sağlamaya katkıda bulunan çözümler üretmek gerekmektedir (Mangır, 2016). Hem üretici firmaların gerekli özeni göstermesi hem de tüketicinin payına düşeni yapması gerekmektedir. Bu zincirin en önemli halkası yine tüketicilerdir. Tüketim çok olmazsa yani bilinçli tüketim olursa üretim de ona göre düzenlenebilir. Tüketicinin sürdürülebilirlik ilkesiyle hareket etmesi hem çevresel yönden hem de ekonomik yönden lehine sonuçlanabilecektir. Tüketicinin moda döngüsünden çıkıp aldığı ürünleri uzun süreli kullanabilmesi sürdürülebilirliğe katkı sağlayabilecektir. Giysilerin bakım şartlarına uyularak kullanıldığı takdirde daha uzun süreli kullanma imkânı olabilecektir.

Sürekli tercih edilen bir kot pantolonun üretim sırasındaki verdiği zarar şu örnekle açıklanabilir: *“Sadece üretim aşaması açısından ele alınırsa, örneğin Levi’s yaşam döngü analizi verilerine göre bir adet jean, üretimi boyunca 33,2 kg karbondioksit salınımına neden olmakta, 3.480 lt su ve 400,1 megajul enerji tüketmektedir. Bu miktarlar, bir araba ile 78 mil yol almaya, 53 kez duş almaya ve 318 saat boyunca plazma ekranlı televizyon izlemeye eşdeğerdir”* (www.ethicalstyle.com 29.01.2016; Akt: Azaklı, 2018). Bu yüzden alınan bir giysinin, tüketici tarafından çok iyi korunması ve bakımının yapılması sürekli tüketim ihtiyacının ortadan kalmasına neden olabilecektir.

Giyim ürünleri üzerindeki bakım etiketleri, nasıl kullanılacağına dair doğru bilgileri içermelidir. Bakım etiketini doğru uygulamak giysinin, daha uzun ömürlü olmasını sağlar (Park, 1999, Akt: Shin, 2000). Uzun ömürlü kullanılan giysiler sürdürülebilirliğe katkı yapacaktır. Örneğin; 1kg pamuk (ortalama 5 T-shirt yapmak için yeterli miktar) üretebilmek için en az 8.000 litre su kullanılmalıdır (bu miktar iklime göre artabilir; Sudan’da 1 kg pamuk üretimi için 29.000 litre su tüketilmektedir). Polyester üretiminde ise çok az veya hiç su harcanmamaktadır fakat bunda da harcanan enerji pamuğa göre çok fazladır (Azaklı, 2018). Yani üretim söz konusu olduğunda mutlaka enerji harcanmaktadır. Bu yüzden öncelik tüketilen enerjiyle üretilen ürünlerin uzun ömürlü ve kaliteli olmasını sağlamak ve enerji sarfiyatını en aza indirgeyerek yaşamsal döngüye katkı verilmektir.

## 3. Bakım Etiketi

Bakım etiketleri yıkama, ağartma, kurutma, ütüleme, kuru temizleme ile ilgili çeşitli bilgilendirme sembollerinin yer aldığı, tüketicilerin süreç boyunca ne yapmaları ve ne yapmamaları gerektiği konusunda oluşturulmuş kombinasyonlardır (Çalışır ve ark., 2013).

Tekstilde bakım talimatları üzerine yürütülen çalışmalar ilk olarak yirminci yüzyılın sonunda başlamıştır. Şirketler tüketici memnuniyeti için daha fazla endişelenmeye başladığında bakım etiketleri ortaya çıkmıştır. Zamanla bakım etiketleri giysilerde

zorunluluk haline gelmiştir. Tüketiciler giysileri ile ilgili ne yapıp ne yapmamaları gerektiğine ilişkin bilgileri bakım etiketleri üzerinde bulmuşlardır (Çalışır ve ark., 2013). Giyim ürünleri, ürünün markasını ve kalitesini gösteren bir etiket ile işaretlenir. Etiketleme iki kategoride incelenebilir; ticari marka etiketi ve bakım etiketi olarak. Ticari marka etiketi tüketicilere bir ticari marka sağlayan, rakam ya da amblem gibi belirli bir markayı ifade eder. Bakım etiketi ise giysinin nasıl kullanılması gerektiği ile ilgili sembolleri ifade eder (Soon-Boon, 2009). Türk Dil Kurumu'nda bakım kelimesi; *“Bir şeyin iyi gelişmesi, iyi bir durumda kalması için verilen emek”* anlamında kullanılmaktadır. Etiket ise Fransızca “etiquette” kelimesinden gelmektedir. Türk Dil Kurumunda etiket kelimesi; *“bir malın tür, miktar, fiyat vb. nitelikleri veya kitap, defter vb. şeylerin kime ait olduğunu belirtmek için üzerlerine konulan küçük kağıt”* olarak yer almaktadır (www.tdk.gov.tr). Kısacası bakım etiketleri, giysiyi daha uzun süre kullanabilmek için tüketicilere ürün hakkında bilinmesi gerekenleri iletmek için kullanılır. Bu bakım etiketlerinde, üretim yeri bilgisi yani menşei, kullanılan lif oranları, üretici firmanın adı, nasıl bakımının yapılması gerektiği bilgilerinin yer alması “Kullanım ve bakım etiketleriyle ilgili yasal gereklilikler Tekstil Ürünlerinin İşlenmesi ve Etiketlenmesine İlişkin Tebliği”nde yer almaktadır.

*“4822 sayılı ve 6.3.2003 kabul tarihli “Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun” unun 26. maddesine göre; “Tüketicie sunulan mal ve hizmetler; ilgili bakanlıklar tarafından Resmi Gazetede yayımlanarak mecburi uygulamaya konulan standartlar dâhil olmak üzere uyulması zorunlu olan teknik düzenlemeye uygun olmalıdır.” Ülkemizde hazır giyim bakım talimatı etiketlerinin kullanımı TSE (Türk Standartları Enstitüsü) tarafından oluşturulmuş ve 2007 tarihinde yayınlanan TS EN 3758 “Tekstil-Sembollerle Bakım Kılavuzu Kodunun Tayini” standardı ile belirlenmiştir (www.intweb.tse.org.tr). Bu standart; tekstil mamullerinin en uygun şekilde bakımının yapılması için üzerlerine kalıcı şekilde konulan grafik sembollerle işaretlenmesi yolu ile kullanılan, bir grafik semboller sistemini oluşturmaktadır (www.tekstildershanesi.com.tr).*

Önceki zamanlarda doğal liflerle ve karışım olmadan giysi üretildiği için bu giysilerin bakımı, temizliği insan eliyle yapılmaktaydı. Günümüz şartlarında yapay liflerin üretiminin artması, doğal liflerle beraber karışımlarının oluşması ürün çeşitliliğini arttırmıştır.

1980’li yılların başından itibaren bir yandan teknolojinin hızla ilerlemesi diğer yandan ise moda alanında yaşanan gelişmeler, giysilerin üretiminde çeşitli hammaddelerin kullanılmasına neden olmuştur. Bu gelişme pazarda birbirinden çok farklı özelliklerde giysilerin üretilmesi sonucunu ortaya çıkarmıştır (Saydan ve diğ.,2006:343). Teknolojinin gelişmesiyle beraber temizlik, ütü, bakım gibi konularda makinelerin de devreye girmesiyle bakım etiketine göre giysinin kullanımı kaçınılmaz olmuştur. Giyside kullanılan bakım etiketlerinin üretici firmalar tarafından koyulmasının zorunlu olması, firmanın aynı zamanda tüketicie karşı kendini yasal olarak koruması anlamına da gelmektedir.

Bakım etiketlerinde, giysinin bakımının nasıl yapılacağı ile ilgili bilgiler uluslararası kabul görmüş semboller ile tarif edilir. Sembol kullanılması evrensel anlatım dili olması bakımından da önem taşımaktadır. Bakım etiketlerinde giysinin nasıl ve hangi sıcaklıkta yıkanması gerektiği, ağartıcı kullanılıp kullanılmaması gerektiği, hangi sıcaklıkta ütülenmesi gerektiği, kurutma şekli ve muhafaza şekli gibi bilgiler yer almaktadır. Ayrıca hangi lif karışımlarının ne oranda kullanıldığı gibi bilgiler de bulunmaktadır (İğriboz, 2007).

Bakım etiketleri tüketiciye yönelik önemli bilgileri içerdiğinden üst giyimde giysiye birleşik olarak sol iç kısımda, pantolonlarda ise iç kemer kısmında veya sol iç kısımda bulunur. Ayrıca bakım etiketlerinin giysinin kullanım ömrü boyunca okunaklı olarak kalması tüketicilerin etiketten uzun süreli faydalanabilmesi açısından önemli bir unsurdur.



Şekil 1. Giysi Bakım Etiketleri Örnekleri  
Figure 1. Garment Care Label Examples

Giysileri sorunsuz bir şekilde temizlemek için, giysilerin bakım etiketlerinde yer alan lif özellikleri, leke türleri, giysilerin yıkama koşulları, giysinin ağartılabilir ya da ağartılamaz özellikte oluşu dikkate alınmalıdır (Aydın, 2017). Giysiler yıkanabilir özellikteyse nasıl ve kaç derecede yıkanması gerektiği ile ilgili bilgiler bakım etiketleri üzerinde yer almakta olup kullanım esnasında bu uyarı ve sembollere dikkat etmek gerekmektedir.

#### 4. Yöntem

Bu araştırma tarama modeli olup nicel bir araştırmadır. Eğer bir araştırma, geçmişteki ya da halen mevcut bir olayı var olduğu şekliyle betimlemeye (tasvir etmeye) yönelikse “tarama” modellerinden yararlanır. Araştırmaya konu olan olay, birey ya da nesne kendi koşulları içinde ve olduğu gibi tanımlanacaksa, onları herhangi bir şekilde değiştirme, etkileme çabası göstermeksizin oldukları gibi gözleyip belirlemek gerekir. Bu tür durumlarda tarama modeli uygundur (İslamoğlu ve Alniaçık, 2016). Araştırmada

katılımcılara anket uygulanarak onları görüşleri alınmış ve herhangi bir durum değiştirmeye yönelik araştırma planlanmamıştır. Sosyal bilimlerin amacı, “toplumsal olguların incelenmesi yoluyla ilgili kanunları ortaya koymaktır”. Bu bakış açısına göre nicel araştırmalar da toplumsal olgular arasındaki nedensellik ilişkilerini ortaya koyarak toplumsal dünyayı yöneten kanunları keşfetmeye çalışan araştırmalar olarak kabul edilmektedir (Şavran, 2012, akt; Demirel, 2018).

Araştırmanın evrenini Konya'daki devlet üniversitelerinde okuyan öğrenciler oluşturmaktadır. Örneklem olarak Konya Teknik Üniversitesi, Selçuk Üniversitesi ve Necmettin Erbakan Üniversitesinden; kolay örnekleme yoluyla toplam 350 öğrencinin katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Bu araştırmada verilerin toplanmasında literatür tarama yöntemi ve anket yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın literatür bilgilerine, çeşitli kaynak kitaplar, makale, dergi, tez ve internet üzerinden taramalarla ulaşılmıştır. Araştırmanın amacına ulaşabilmek için anket formu geliştirilmiş ve katılımcılara anket yoluyla sorular sorulmuştur. Anket formu üç ana bölümden oluşmuştur. Birinci bölümde demografik özelliklerle ilgili sorular yer alırken, ikinci bölümde bakım etiketleriyle ilgili sorular, üçüncü bölümde ise sürdürülebilirlikle ilgili likert ölçekle sorular yer almıştır. Anketten elde edilen bulgular SPSS paket programına aktarılmış ve sonuçların frekans tablolar ve cinsiyet bağımsız değişkeni dikkate alınarak çapraz tabloda ki kare ve P değerleri verilmiştir.

## **5. Bulgular**

Bu bölümde, araştırmanın alt problemleri temel alınarak hazırlanan anketlerin, analiz edilen sonuçların, bağımlı değişkenleri tablolar halinde verilmiş ve yorumlanmıştır. Bağımsız değişkenler ise paragraf şeklinde ifade edilmiştir. Bundan sonra anket uygulanan öğrenciler katılımcı olarak anılacaktır. Katılımcıların demografik özelliklerine bakıldığında;

%64,9 (227)'si kadın, %35,1 (123)'i erkek, yaş dağılımları ise; 18-20 yaş grubundan %24,3 (85), 21-25 yaş grubundan %64,9 (227), 26-30 yaş grubundan %6,0 (21), 31-35 yaş grubundan ise %4,9 (17) katılımcı şeklindedir. En çok yığılmanın 21-15 yaş aralığındaki öğrencilerden oluştuğu görülmüştür. Katılımcıların %92,9 (325)'u hiç evlenmemiş, %5,7 (20)'si evli, %1,4 (5)'ü bekâr olarak saptanmıştır. Katılımcılar Konya'daki devlet üniversitelerinden tesadüfi yöntemle seçilmiştir. En fazla katılımcı Konya Selçuk Üniversitesi'nden, %50,3 (176), Konya Teknik Üniversitesi'nden %30,9 (108), en az katılımcı ise %18,9 (66) oranı ile Konya Necmettin Erbakan Üniversitesi'ndendir. Bu üniversitelerden toplamda; %92,9 (325)'luk oranla en fazla fakültelerden katılımcı sağlanmış olup, %7,1 (25)'lik en az oranla da meslek yüksekokullarından katılımcı sağlanmıştır. Katılımcıların aylık gelirleri ise; %37,7 (132)'sinin 250-500 TL arası gelire sahip olduğu, %33,7 (117)'sinin 501-750 TL gelire sahip olduğu, %17,1 (60)'inin 751-1.000 TL geliri olduğu, %11,7 (41)'sinin ise 1.001 TL ve üstü gelire sahip olduğu şeklindedir.

**Tablo 1.** Bakım Etiketi ile İlgili Genel Bilgi Dağılımı  
**Table 1.** General Information Distribution on Care Label

ÖNERMELER	Evet		Hayır		Toplam	
	s	%	s	%	s	%
Her giyside bakım etiketi olduğunu biliyorum	223	63,7	127	36,3	350	100,0
Giyside bakım etiketi bulundurmamak yasal zorunluluktur	240	68,6	110	31,4	350	100,0
Bakım etiketlerine ürünü almadan önce bakılmalıdır	165	47,1	185	52,9	350	100,0
Bakım etiketleri kıyafetin iç yaka kısmında bulunur	70	20,0	280	80,0	350	100,0
Bakım etiketleri kıyafetin iç sağ yan dikişte bulunur	68	19,4	282	80,6	350	100,0
Bakım etiketleri kıyafetin iç sol yan dikişte bulunur	189	54,0	161	46,0	350	100,0
Bakım etiketleri kıyafetin iç etek ucunda bulunur	24	6,9	326	93,1	350	100,0
Bakım etiketleri yeterli bilgileri içerir	219	62,6	131	37,4	350	100,0

Tüketicilerin bakım etiketleriyle ilgili genel bilgi dağılımları Tablo 1’de gösterilmiştir. Bakım etiketleriyle ilgili katılımcılara sorulan sorular arasında, tüketicilerin %68,6 (240)’sı bakım etiketinin yasal bir zorunluluk olduğunu, %63,7 (223)’si de her giyside bakım etiketi olduğunu bilmektedir. Katılımcıların %62,6 (219)’sı bakım etiketlerinin yeterli bilgi içerdiğini düşünmektedir. Bakım etiketinin iç sol yan dikişte olduğunu katılımcıların %54,0 (189)’ü bilmektedir. Tüketicilerin %47,1 (165)’i ürünü almadan önce bakım etiketine bakarken, yarısından çoğunun %52,9 (185) bakım etiketine ürünü almadan önce bakmadığı tespit edilmiştir. Tablo 1.’den hareketle bakım etiketinin nerede bulunduğuyla ilgili seçeneklerde %20,0 (70)’si iç yaka kısmında diyerek, beden etiketiyle karıştırılıyor olabileceği çıkarılabilecek sonuçlar arasındadır. %19,4 (68)’ü iç sağ dikişte, %6,9 (24)’ü etek ucunda diyerek bakım etiketinin nerede bulunduğu hakkında yanlış bilgi sahibi oldukları sonuçlarına ulaşılmıştır. Tablodan elde edilen genel verilere göre katılımcıların büyük bir çoğunluğunun, bakım etiketleri hakkında yeterli bilgiye sahip oldukları görülmüştür.

**Tablo 2.** Bakım Etiketi Üzerindekilerin Görülme Durumları  
**Table 2.** Visibility status of the care labels

ÖNERMELER	Evet		Hayır		Toplam	
	s	%	s	%	s	%
Bakım etiketleri üzerinde giysinin beden numaramı görürüm	189	54,0	161	46,0	350	100,0
Bakım etiketleri üzerinde giysinin markasını görürüm	209	59,7	141	40,3	350	100,0
Bakım etiketleri üzerinde giysinin hammaddesini görürüm	209	59,7	141	40,3	350	100,0
Bakım etiketleri üzerinde giysinin yıkama talimatını görürüm	281	80,3	69	19,7	350	100,0
Bakım etiketleri üzerinde giysinin ütölme talimatını görürüm	244	69,7	106	30,3	350	100,0
Bakım etiketleri üzerinde giysinin rengini görürüm	69	19,7	281	80,3	350	100,0
Bakım etiketleri üzerinde giysinin nerede üretildiğini görürüm	177	50,6	173	49,4	350	100,0



Tablo 2. incelendiğinde katılımcılara, bakım etiketi üzerinde gördükleri yazı ya da semboller sorulmuştur. Seçenekler “giysinin beden numarası”, “giysinin markası”, “giysinin hammaddesi”, “giysinin yıkama talimatları”, “giysinin ütöleme talimatları”, “giysinin rengi” ve “giysinin nerede üretildiği” şeklinde oluşturulmuştur. Bu bilgilerden “giysinin rengi” seçeneği bakım etiketlerinde bulunmayan ve bulunması zorunlu olmayan bir bilgidir. Katılımcılar en fazla

%80,3 (281)’le “bakım etiketlerinde giysinin yıkama talimatını görürüm” ifadesini seçmişlerdir. En az ise %19,7 (69) ile bakım etiketlerinde bulunmayan bir bilgi olan, “bakım etiketleri üzerinde rengini görürüm” seçeneği olmuştur. Genel olarak tablo 2 incelendiğinde katılımcıların büyük bir çoğunluğunun bakım etiketinde bulunan bilgiler hakkında doğru fikir sahibi olduğu görülmüştür.

Giysilerdeki bakım etiketi bilinçli satın alma ve yardım içingerekli olan minimal ancak kritik bilgileri sağlamaya hizmet eder. Ayrıca ticarete birçok haksız veya aldatıcı uygulamayı da önleyebilir. Uluslararası Standardizasyon Organizasyonu (ISO) tarafından yapılan tekstil ve konfeksiyon etiketleme standardı küresel olarak etiketleme ihtiyacını yansıtmaktadır.

**Tablo 3.** Bakım Etiketlerinin Bilgi Verme Dağılımı

**Table 3.** Information Distribution of Care Labels

ÖNERMELER	Evet		Hayır		Toplam	
	s	%	s	%	s	%
Giysinin nasıl temizlenmesi ve kurutulması gerektiğini anlatır	272	77,7	78	22,3	350	100,0
Giysinin nasıl korunması gerektiğinin anlatır	210	60,0	140	40,0	350	100,0
Giyside kullanılan kumaşlar hakkında bilgi verir	155	44,3	195	55,7	350	100,0
Giysinin bedeni hakkında bilgi verir	116	33,1	234	66,9	350	100,0
Giysinin kullanımı hakkında bilgi verir	121	34,6	229	65,4	350	100,0
Giysinin kalıbı ve dikimi hakkında bilgi verir	50	14,3	300	85,7	350	100,0
Giysinin süslemesi hakkında bilgi verir	21	6,0	329	94,0	350	100,0
Giysinin üretildiği ülke hakkında bilgi verir	112	32,0	238	68,0	350	100,0

Katılımcıların bakım etiketini bilgi verme dağılımlarıyla ilgili Tablo 3.’de bakım etiketlerinde bulunan ve bulunmayan önermeler yerleştirilmiştir. Bu önermelerden “Giysinin kalıbı ve dikimi hakkında bilgi verir”, “Giysinin süslemesi hakkında bilgi verir” önermeleri bakım etiketlerinde bulunmayan bilgilerdir.

Tablo 3.’de verilen cevaplar doğrultusunda tüketicilerin bakım etiketlerinde en çok dikkat ettiği bilgilerin %77,7 (272) ile “giysinin nasıl temizlenmesi ve kurutulması gerektiğini anlatır” olduğu saptanmıştır. Verilen bilgiler doğrultusunda bakım etiketlerinde bulunmayan bilgilerden biri olarak, “Giysinin süslemesi hakkında bilgi verir” cümlesi ise %6,0 (21) ile en az veriye sahiptir. Tablo 3.’den hareketle katılımcıların çoğunluğunun, bakım etiketlerinde bulunan bilgilerle ilgili, doğru bilgiye sahip olduğu ortaya çıkmıştır.

**Tablo 4.** Bakım Etiketine Göre Bakım İşlemlerini Gerçekleştirme Durumları**Table 4.** Conditions of Performing Maintenance Operations According to the Care Label

ÖNERMELER	Evet		Hayır		Toplam	
	s	%	s	%	s	%
Bakım etiketlerine göre yıkama işlemlerini gerçekleştiririm	195	55,7	155	44,3	350	100,0
Bakım etiketine göre kurutma işlemini gerçekleştiririm	136	38,9	214	61,1	350	100,0
Bakım etiketine göre ütülleme işlemini gerçekleştiririm	173	49,4	177	50,6	350	100,0
Bakım etiketlerine göre ürünün tüm bakımını yaparım	157	44,9	193	55,1	350	100,0

Tüketicilerin, bakım etiketine göre işlemleri gerçekleştirme durumları Tablo 4.'te verilmiştir. Tabloda katılımcılara bakım etiketine göre; yıkama, kurutma, ütülleme ve ürünün tüm bakımını nasıl yaptıkları sorulmuştur. Katılımcıların %55,7 (195)'si yıkama işlemini bakım etiketine göre yaptığı, %49,4 (173)'ü ütülleme işlemini bakım etiketine göre yaptığı, %44,9 (157)'u ürünün tüm bakımını bakım etiketine göre yaptıkları ve %38,9 (136)'u ise bakım etiketine göre kurutma işlemini gerçekleştirdikleri bulgularına ulaşılmıştır. Dal ve Özbek'in 2017 yılında yapmış oldukları araştırmada bakım etiketine bakma durumları sorulmuş ve bakım etiketine bakarm diyenlerin oranı %51,2 ile yüksek bir oran yakalanmıştır (Dal ve Özbek, 2017). Bu tabloda çıkan sonuca göre de katılımcıların yıkama işlemlerinde daha çok bakım etiketine dikkat ettikleri ve buna göre yıkama işlemlerini gerçekleştirdikleri, kurutma işlemlerinde ise bakım etiketini en az dikkate aldıkları görülmüştür.

**Tablo 5.** Giyside Bakım Etiketinin Bilinme Durumları**Table 5.** Known Status of Having a Care Label on the Garment

ÖNERMELER	Evet		Hayır		Toplam	
	s	%	s	%	s	%
Etiket koyma zorunluluğu olduğu için	128	36,6	222	63,4	350	100,0
Firmaların kendini korumaya alması için	110	31,4	240	68,6	350	100,0
Giysinin kumaşını korumak için	211	60,3	139	39,7	350	100,0
Giysinin rengini korumak için	155	44,3	195	55,7	350	100,0
Firmaların daha fazla reklam yapmaları için	59	16,9	291	83,1	350	100,0
Giysinin daha uzun süre yıpranmadan kullanımı için	251	71,7	99	28,3	350	100,0

Tablo 5.'de tüketicilere giyside bakım etiketi olmasının nedenleri sorulmuştur. Katılımcılardan en fazla alınan cevap, %71,7 (251) ile "giysinin daha uzun süre yıpranmadan kullanımı için" seçeneği olmuştur.

Katılımcıların çoğunluğu %60,3 (211)'ü bakım etiketinin giysinin kumaşını korumak için koyulduğunu bilmektedir. Bunların yanında yine katılımcıların %44,3 (155) oran ile ürünün rengini korumak için koyulduğunu, %36,6 (128)'sının bakım etiketi koymanın

bir zorunluluk olduğunu, %31,4 (110)'ünün ise firmaların kendilerini korumaya alması için bakım etiketi kullanıldığı sonuçlarına ulaşılmıştır. Asıl nedenlerinin dışında farklı bir yorum olarak firmaların reklam yapmak için koymuş olabileceği seçeneği de eklenmiştir. Bu seçeneği katılımcılardan %16,9 (59)'u işaretleyerek en az seçenek olmuştur.

Bir giyim eşyasının bakım etiketinde sunulan bilgiler, tüketicilerin kullandığı bir ipucudur. Ön satın alma aşamasında ürün hakkında bilgi toplamak için (Davis, 1987), kullanılan bakım etiketleri giysinin rengini, kumaşını ve giysiyi uzun süre yıpranmadan kullanmak için oluşturulmuş bilgi kaynaklarıdır.

**Tablo 6.** Etikete Göre Bakım Yapma Amacını Bilme Durumları

**Table 6.** The Cases of Knowing the Purpose of Caring According to the Label








ÖNERMELER	Evet		Hayır		Toplam	
	s	%	s	%	S	%
Giysinin ömrünü uzatmak için	280	80,0	70	20,0	350	100,0
Giysinin kullanım amacını arttırmak için	131	37,4	219	62,6	350	100,0
Herhangi bir amacı yoktur	39	11,1	311	88,9	350	100,0
Giysinin kullanımını kolaylaştırmak için	113	32,3	237	67,7	350	100,0
Giysinin lif yapısını bozmamak için	164	46,9	186	53,1	350	100,0
Giysinin renginin parlak kalması için	185	52,9	165	47,1	350	100,0
Giysinin boyutunun değişmemesi için	181	51,7	169	48,3	350	100,0

Tablo 6.'da katılımcılara etikete göre bakım yapmanın amacı bilme durumları görülmektedir. Katılımcıların %80,0 (280)'lik bir oranla büyük bir çoğunluğu giysinin ömrünü uzatmak için bakım etiketini kullandıkları sonucu çıkmıştır. Bakım etiketinin amacının giysinin renginin parlak kalması için koyulduğunu düşünen katılımcıların oranı ise %52,9 (185)'dir. Giysi boyutunun değişmemesi için (çekmemesi) koyulduğunu düşünen katılımcıların oranı da %51,7 (181)'dir. Giysinin lif yapısını bozmamak için bakım etiketi koyulduğunu düşünen katılımcılar ise %46,9 (164)'luk bir dilimi oluşturmuştur.

Katılımcıların bakım etiketinin herhangi bir amacı yoktur ifadesine %88,9 (311)'luk oranla hayır cevabını vermeleri bakım etiketinin amacının olduğunu düşünmeleri ve bakım etiketlerindeki talimatları kullandıkları sonucuna ulaşılabilir. Tablodan çıkan sonuçlara göre; giysi ürün etiketi, ürünler hakkında en önemli nesnel bilgi kaynağı gibi görünmekle birlikte tüketicilerin giysileri satın almada bakım etiketlerini dikkate aldıkları düşünülmektedir.

Kumaşın lif içeriği ve stil gibi görünüm faktörlerine dayanıklılığı, tasarım ve renkten daha önemli görünmekle birlikte, satın alma kararları için kriter olarak kumaş ve fiyat hala kalite ve modaya uygun olmaktan daha önemlidir (Davis, 1987).

**Tablo 7.** Bakım Etiketi Üzerindeki Sembollerin Tanınma Durumları  
**Table 7.** Recognition Status of Symbols on the Care Label

YARGILAR	Evet		Hayır		Toplam	
	s	%	s	%	S	%
 Orta derecede ütü	203	58,0	147	42,0	350	100,0
 Yıkanmaz	251	71,7	99	28,3	350	100,0
 Kuru temizleme yapılır	152	43,4	198	56,6	350	100,0
 Elde yıkama	318	90,9	32	9,1	350	100,0
 Makine ile yıkama normal	284	81,1	66	18,9	350	100,0
 Kuru temizleme yapılmaz	127	36,3	223	63,7	350	100,0
 Ağartıcı kullanılmaz	192	54,9	158	45,1	350	100,0

Tablo 7.'ye göre katılımcıların %90,9 (318)'unun en çok elde yıkama sembolünü tanıdıkları görülmüştür. Onu takip eden sıralamada ise diğer en çok tanıdıkları sembolün %81,8 (284) ile makine ile yıkama normal seçeneği olmuştur. Yıkanmaz sembolünü katılımcıların %71,7 (251)'si tanıırken, orta derece ütü sembolünü %58,0 (203) katılımcı, ağartıcı kullanılmaz sembolünü %54,9 (192) katılımcı, kuru temizleme yapılır sembolünü %43,3 (152) katılımcı tanımaktadır. En az tanınan veya yanlış tanınan sembol ise %36,3 (127) ile kuru temizleme yapılmaz sembolüdür.

Tablonun genel sonuçları incelendiğinde katılımcıların kuru temizleme ilgili sembolleri, diğer sembollere oranla daha az bildiği; yıkama ile ilgili sembolleri ise diğer sembollere oranla daha çok bildiği sonucu çıkarılabilir. 2017 yılında Dal ve Özbek tarafından yapılan "Hazır Giyim Sanayinde Giysi Bakım Etiketlerinin Önemi Üzerine Bir Araştırma" isimli araştırmada; tüketicilerin %69,0'unun yıkama sembolünü doğru bildikleri görülmektedir. Ayrıca tüketicilerin yaklaşık %88 gibi büyük bölümünün ise ütü simgesini bildikleri, kuru temizleme simgesini de %21,0 ile düşük bir oranla bilindiği sonuçlarına ulaşılmıştır (Dal ve Özbek, 2017).

Bakım etiketleri üzerinde yer alan bu sembollerin amacının ürünün ömrünü uzatmak, daha sürdürülebilir kılmak ve olası aksaklıkları önlemek olduğu düşünüldüğünde; giysiye kötü muamele ile verilen zararların önüne geçebilir ve tüketicileri satın almaya teşvik edebilir (Çalışır ve ark., 2013).

Bu araştırmada çıkan sonuçlarla diğer araştırma sonuçları kıyaslandığında yıkama sembollerini tanıma oranlarının yüksek çıktığı ve tüketicinin bakım etiketleri üzerinde yer alan sembolleri büyük bir oranda tanıdıkları sonucuna varılabilir.

**Tablo 8.** Katılımcıların Sürdürülebilirliğin Amacını Bilme Durumları

**Table 8.** *Participants' Awareness of the Purpose of Sustainability*

ÖNERMELER	Evet		Hayır		Toplam	
	s	%	s	%	s	%
Tekrar kullanım sağlayabilmek için	210	60,0	140	40	350	100,0
Doğaya zarar vermeden yaşam döngüsünü devam ettirebilmek için	221	63,1	129	36,9	350	100,0
Aynı trendin devamını sağlayabilmek için	90	25,7	260	74,3	350	100,0
Aynı modelin devamlılığını oluşturmak için	93	26,6	257	73,4	350	100,0
Kaynakları daha iyi kullanmak için	140	40,0	210	60,0	350	100,0
Aile bütçesine katkıda bulunmak için	95	27,1	255	72,9	350	100,0

Tablo 8.'de katılımcılara sürdürülebilirlik kavramının amacını bilme durumlarıyla ilgili genel cevaplar yöneltilmiştir. Bunlardan en çok yanıt alan seçenek ise %63,1 (221) ile “doğaya zarar vermeden yaşam döngüsünü devam ettirebilmek için” cevabı olmuştur. Katılımcılar, “tekrar kullanım sağlayabilme” seçeneğine %60,0 (210), “kaynakları daha iyi kullanmak için”, seçeneğine %40,0 (140) ve en az %25,7 (90)'luk oran ile “aynı trendin devamlılığını sağlayabilmek” seçeneğine cevap vermiştir.

**Tablo 9.** Sürdürülebilirlik ve Bakım Etiketleri İlişkisinin Dağılımı

**Table 9.** *Distribution of the Relationship between Sustainability and Care Labels*

ÖNERMELER	Evet		Hayır		Toplam	
	s	%	s	%	s	%
Sürdürülebilirlik kavramını daha önce duydum	235	67,1	115	32,9	350	100,0
Sürdürülebilirlikle bakım etiketlerinin ilişkisi vardır	231	66,0	119	34,0	350	100,0
Bakım etiketlerini bilinçli kullanmak giysinin ömrünü uzatır	218	62,3	132	37,7	350	100,0
Bakım etiketlerini kullanmak giysinin kullanımına hiçbir katkı sağlamaz	44	12,6	306	87,4	350	100,0
Giysimi sürdürülebilir kılmak için bakım etiketlerini kullanıyorum	118	33,7	232	66,3	350	100,0

Tablo 9. katılımcıların sürdürülebilirlik ve bakım etiketleri ilişkisinin yer aldığı cevaplardan oluşmaktadır. Sürdürülebilirlik kavramını daha önce duyan katılımcılar %67,1 (235)'lik bir dilimi oluşturmuştur.

“Sürdürülebilirlikle bakım etiketlerinin ilişkisi vardır” seçeneğine katılımcıların %66,0 (231)'sı, “bakım etiketlerini bilinçli kullanmak giysinin ömrünü uzatır” seçeneğine katılımcıların %62,3 (218)'ünün evet cevabını verdikleri görülmektedir. Giysilerini sürdürülebilir kılmak için bakım etiketini kullanan katılımcılar ise %33,7 (118)'lik bir oranla daha az kişiden oluşmakta olup katılımcıların %12,6 (44)'sı ise bakım etiketlerinin giysinin kullanımına katkı sağlamadığı cevabını verdikleri görülmüştür.

**Tablo 10.** Bakım Etiketleri İle İlgili Önermelerin Cinsiyete Göre Dağılımları  
**Table 10.** Distribution of Recommendations Regarding Care Labels by Gender

ÖNERİLER		Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum		χ <sup>2</sup>	P
		s	%	s	%	s	%	s	%	s	%		
1 Giysideki bakım etiketleri ile ilgili fikir sahibiyim	K	23	6,6	23	6,6	63	18,0	103	29,4	15	4,3	18,656	0,001
	E	25	7,1	26	7,4	27	7,7	37	10,6	8	2,3		
2 Bakım etiketinde kesinlikle yer alması gereken bilgileri bilirim	K	17	4,9	47	13,4	81	23,1	68	19,4	14	4,0	4,052	0,399
	E	13	3,7	32	9,1	45	12,9	28	8,0	5	1,4		
3 Giyside bakım etiketi kullanmanın yasal bir zorunluluk olduğunu biliyorum	K	22	6,3	32	9,1	60	17,1	81	23,1	32	9,1	14,361	0,006
	E	16	4,6	35	10,0	31	8,9	29	8,3	12	3,4		
4 Bakım etiketindeki lif oranları giysiyi alıp almamam konusunda etkili olur	K	22	6,3	49	14,0	64	18,3	60	17,1	32	9,1	18,152	0,001
	E	20	5,7	38	10,9	42	12,0	15	4,3	8	2,3		
5 Bakım etiketindeki kullanma talimatlarına göre giysiyi alırım	K	32	9,1	57	16,3	63	18,0	57	16,3	18	5,1	7,120	0,130
	E	20	5,7	45	12,9	24	6,9	24	6,9	10	2,9		
6 Bakım etiketlerinin üzerindeki sembolleri ve yazıları anlarım	K	9	2,6	27	7,7	96	27,4	76	21,7	19	5,4	10,180	0,038
	E	11	3,1	26	7,4	43	12,3	33	9,4	10	2,9		
7 Bakım etiketi kullanmaya ihtiyaç duyuyorum	K	19	5,4	36	10,3	68	19,4	81	23,1	23	6,6	21,010	0,000
	E	13	3,7	44	12,6	30	8,6	30	8,6	6	1,7		
8 Giysideki bakım etiketine göre yıkama talimatlarını gerçekleştiririm	K	16	4,6	40	11,4	38	10,9	94	26,9	39	11,1	25,795	0,000
	E	14	4,0	49	14,0	14	4,0	32	9,1	14	4,0		
9 Giysideki bakım etiketine göre ütölme talimatlarını gerçekleştiririm	K	20	5,7	46	13,1	43	12,3	80	22,9	38	10,9	22,334	0,000
	E	20	5,7	41	11,7	29	8,3	20	5,7	13	3,7		
10 Giysideki bakım etiketine göre kurutma talimatlarını gerçekleştiririm	K	20	5,7	59	16,9	58	16,6	57	16,3	33	9,4	18,610	0,001
	E	23	6,6	48	13,7	22	6,3	21	6,0	9	2,6		
11 Giysideki bakım etiketi beni rahatsız eder hemen keserim	K	22	6,3	31	8,9	59	16,9	61	17,4	54	15,4	2,265	0,687
	E	14	4,0	22	6,3	25	7,1	32	9,1	30	8,6		
12 Bakım etiketinin giysinin neresinde yer aldığını bilirim	K	9	2,6	21	6,0	43	12,3	102	29,1	52	14,9	11,310	0,023
	E	8	2,3	19	5,4	35	10,0	40	11,4	21	6,0		
13 Giysiyi uzun süre kullanmak için bakım etiketlerindeki talimatlara ihtiyaç vardır	K	11	3,1	14	4,0	35	10,0	109	31,1	58	16,6	33,762	0,000
	E	17	4,9	22	6,3	28	8,0	44	12,6	12	3,4		
14 Bakım etiketini amacına uygun kullanmak giysinin ömrünü uzatır	K	5	1,4	21	6,0	25	7,1	103	29,4	73	20,9	27,784	0,000
	E	13	3,7	15	4,3	27	7,7	50	14,3	18	5,1		
15 Giysiyi uzun süreli kullanabilmem için bakım etiketleri bana yeterli bilgiyi verir	K	10	2,9	31	8,9	59	16,9	97	27,7	30	8,6	10,346	0,035
	E	6	1,7	25	7,1	44	12,6	33	9,4	15	4,3		
16 Sürdürülebilirlik kavramı sadece doğal dengeyi korumak için vardır	K	15	4,3	54	15,4	99	28,3	41	11,7	18	5,1	5,619	0,229
	E	12	3,4	31	8,9	39	11,1	27	7,7	14	4,0		
17 Sürdürülebilirlik kavramının insanlığın geleceğine nasıl katkı sağlayacağını biliyorum	K	12	3,4	31	8,9	59	16,9	82	23,4	43	12,3	7,571	0,109
	E	10	2,9	27	7,7	35	10,0	32	9,1	19	5,4		
18 Giysideki bakım etiketinin farkındalığı ile sürdürülebilirliği hayatımızda daha etkin hale getirebileceğimizi biliyorum	K	12	3,4	22	6,3	54	15,4	86	24,6	53	15,1	12,747	0,013
	E	15	4,3	22	6,3	30	8,6	35	10,0	21	6,0		

K: Kadın, E: Erkek

P=0,05

Tablo 10.'da katılımcıların bakım etiketleri ile ilgili önermelerin cinsiyete göre dağılımları verilmiştir. Bu tabloda likert ölçeklerin en fazla cevap verilen seçenekleri değerlendirmeye alınmış olup aşağıda yüzdelik oranları ve cinsiyet değişkenine ilişkin anlamlılık düzeyleri verilmiştir.

Tablo incelendiğinde; “giysideki bakım etiketleriyle ilgili fikir sahibiyim” önermesine en fazla katılıyorum seçeneği ile kadınlar %29,4 (103), erkekler %10,6 (37) ile cevap vermişlerdir. Bu önerme ile cinsiyet bağımsız değişkeni arasında anlamlı bir fark olduğu ortaya çıkmıştır.

“Bakım etiketinde kesinlikle yer alması gereken bilgileri bilirim” önermesine en fazla kararsızım seçeneği ile kadınlar %23,1 (81), erkekler ise %12,9 (45) oranda cevap vermişlerdir. Bu önerme ile cinsiyet bağımsız değişkeni arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır.

“Giyside bakım etiketi kullanmanın yasal bir zorunluluk olduğunu biliyorum” önermesine kadınlar katılıyorum seçeneğine %23,1 (81), erkekler ise katılmıyorum seçeneğine %10,0 (35) ile cevap vermişlerdir. Bu önerme ile cinsiyet bağımsız değişkeni arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır.

“Bakım etiketindeki lif oranları giysiyi alıp almamam konusunda etkili olur” önermesine kadınlar %18,3 (64), erkekler ise %12,0 (42) oranında kararsızım seçeneğine cevap vermişlerdir. Bu önerme ile cinsiyet bağımsız değişkeni arasında anlamlı bir fark (0,001) olduğu ortaya çıkmıştır.

“Bakım etiketindeki kullanma talimatlarına göre giysiyi alırım” önermesine en fazla kadınlar kararsızım seçeneği ile %18,0 (63), erkekler ise katılıyorum seçeneği ile %12,9 (45) oranında cevap verdikleri görülmüştür. Bu önerme ile cinsiyet bağımsız değişkeni arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır.

“Bakım etiketlerinin üzerindeki sembolleri ve yazıları anlarım” önermesine kararsızım seçeneği ile kadınlar %27,4 (96), erkekler %12,3 (43) oranında cevap vermişlerdir. Bu önerme ile cinsiyet bağımsız değişkeni arasında anlamlı bir fark (0,038) olduğu ortaya çıkmıştır.

“Bakım etiketi kullanmaya ihtiyaç duyuyorum” önermesine katılıyorum seçeneği ile kadınlar %23,1 (81), katılmıyorum seçeneği erkekler %12,6(44) oranında cevap vermişlerdir. Bu önerme ile cinsiyet bağımsız değişkeni arasında anlamlı bir fark (0,000) olduğu ortaya çıkmıştır.

“Giysideki bakım etiketine göre yıkama talimatlarını gerçekleştiririm” önermesine katılıyorum seçeneği ile kadınlar %26,9 (94), erkeklerin ise katılmıyorum seçeneği ile %14,0 (49) oranında cevapladıkları görülmektedir. Bu önerme ile cinsiyet bağımsız değişkeni arasında anlamlı bir fark (0,000) olduğu ortaya çıkmıştır.

“Giysideki bakım etiketine göre ütüleme talimatlarını gerçekleştiririm” önermesine katılıyorum seçeneğine kadınlar 22,9 (80), erkekler katılmıyorum seçeneği ise 11,7 (41)

oranında cevaplamışlardır. Bu önerme ile cinsiyet bağımsız değişkeni arasında anlamlı bir fark (0,000) olduğu ortaya çıkmıştır.

“Giysideki bakım etiketine göre kurutma talimatlarını gerçekleştiririm” önermesine ile kadınlar %16,9 (59), erkekler %13,7 (48) ile katılmıyorum seçeneğine cevap verdikleri görülmektedir. Bu önerme ile cinsiyet bağımsız değişkeni arasında anlamlı bir fark (0,001) olduğu ortaya çıkmıştır.

“Giysideki bakım etiketi beni rahatsız eder hemen keserim” önermesine kadınlar %17,4 (61), erkekler %9,1 (32) ile katılıyorum seçeneğini en fazla işaretledikleri görülmektedir. Bu önerme ile cinsiyet bağımsız değişkeni arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır.

“Bakım etiketinin giysinin neresinde yer aldığını bilirim” önermesine en fazla katılıyorum seçeneğine cevap verildiği, kadınların %29,1 (102), erkeklerin ise %11,4 (40) oranında olduğu görülmektedir. Bu önerme ile cinsiyet bağımsız değişkeni arasında anlamlı bir fark (0,023) olduğu ortaya çıkmıştır.

“Giysiyi uzun süre kullanmak için bakım etiketlerindeki talimatlara ihtiyaç vardır” önermesinde ise katılıyorum seçeneğine hem kadınlar %31,1 (109) hem de erkekler %12,6 (44) en fazla cevap verdikleri tespit edilmiştir. Bu önerme ile cinsiyet bağımsız değişkeni arasında anlamlı bir fark (0,000) olduğu ortaya çıkmıştır.

“Bakım etiketini amacına uygun kullanmak giysinin ömrünü uzatır” önermesine hem kadınların %29,4 (103) hem de erkeklerin %14,3 (50) ile en fazla katılıyorum seçeneğine cevap verdikleri görülmektedir. Bu önerme ile cinsiyet bağımsız değişkeni arasında anlamlı bir fark (0,000) olduğu ortaya çıkmıştır.

“Giysiyi uzun süreli kullanabilmem için bakım etiketleri bana yeterli bilgiyi verir” önermesine en fazla katılıyorum seçeneği ile kadınlar %27,7 (97) oranında, erkeklerin ise kararsızım seçeneğine %12,6 (44) oranında cevap verdikleri görülmüştür. Bu önerme ile cinsiyet bağımsız değişkeni arasında anlamlı bir fark (0,035) olduğu ortaya çıkmıştır.

“Sürdürülebilirlik kavramı sadece doğal dengeyi korumak için vardır” önermesinde hem kadınlar %28,3 (99), hem de erkekler %11,1 (39) en fazla kararsızım seçeneğine cevap verdikleri tespit edilmiştir. Bu önerme ile cinsiyet bağımsız değişkeni arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır.

“Sürdürülebilirlik kavramının insanlığın geleceğine nasıl katkı sağlayacağını biliyorum” önermesine kadınların %23,4 (82) oranında katılıyorum seçeneğine cevap verdikleri, erkeklerin ise %10,0 (35) oranında kararsızım seçeneğine cevap verdikleri görülmektedir. Bu önerme ile cinsiyet bağımsız değişkeni arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır.

“Giysideki bakım etiketinin farkındalığı ile sürdürülebilirliği hayatımızda daha etkin hale getirebileceğimizi biliyorum” önermesinde ise kadınların %24,6 (86), erkeklerin ise %10,0 (35) en fazla katılıyorum seçeneğine cevap verdikleri görülmüştür. Bu önerme ile cinsiyet bağımsız değişkeni arasında anlamlı bir fark (0,013) olduğu ortaya çıkmıştır.



## 6. Sonuç

Sürdürülebilir giysi kullanımı için tüketicilerin giysi bakım etiketlerini tanıma durumlarını ortaya koymaya yönelik yapılan araştırmada, anket sorularını cevaplandıran katılımcıların %64,9 (227)'unu kadınlar oluşturmakta olup %35,1 (123)'inin ise erkek tüketicilerden oluştuğu ortaya konmuştur. Katılımcılar Konya'daki devlet üniversitelerinde okuyan öğrencilerden oluşmuştur. Katılımcılar en çok 21-25 yaş aralığında olup, gelir dağılımlarına göre en çok 250 TL ile 500 TL aralığındadır. Katılımcıların %92,9'u ise hiç evlenmemiştir.

Bu demografik özelliklere sahip olan katılımcıların, bakım etiketleriyle ilgili ne kadar bilgi sahibi oldukları, sürdürülebilirlik kavramıyla ilgili yeterli bilince sahip olup olmadıklarını, bakım etiketleriyle sürdürülebilirlik arasındaki ilişkinin farkında olup olmadıklarını tespit edilmek amacıyla yöneltilen sorular çözümlenmiştir.

Cinsiyet değişkenine bakılmaksızın, katılımcıların bakım etiketi tanıma durumlarının, üretici firma, barkodu, lif oranları gibi bilgilerden çok, bakım işaretlerinden ibaret olarak bilindiği çoğu katılımcı tarafından tespit edilmiştir. Bakım işaretlerinden ise tüm katılımcıların en çok yıkama talimatını tanıdığı ve diğer bakım işaretlerinin yanı sıra kadın katılımcıların en çok yıkama talimatına göre giysilerini yıkadıkları tespit edilmiştir. Kurutma talimatının ise en az dikkate alındığı görülmüştür.

Giysideki bakım etiketlerindeki bakım, yıkama, ütöleme, kurutma işlemlerine kadın katılımcıların, erkek katılımcılara daha çok dikkat ettiği ve buna göre işlemlerini gerçekleştirdikleri görülmüştür. Çoğu katılımcılar ise bakım etiketinin yerini bilmekle beraber, giysinin yakasında bulunduğunu söyleyen katılımcılar da olduğu görülmüştür. Bu verilerden hareketle giysi bakım etiketini, beden etiketi ile karıştırdıkları da çıkarılabilecek sonuçlar arasındadır. Bakım etiketlerinin yeterli bilgiyi içerdiğini, yasal zorunluluk olduğunu ve her giyside bulunduğunu da katılımcıların çoğunluğu bilmektedir. Yine cinsiyet değişkenine bakılmaksızın, kadın ve erkek katılımcılarda bakım etiketine göre bakım yapmanın giysinin ömrünü uzatabileceği görüşündedir. Bakım işaretlerini tanıma durumlarında, erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre daha az tanıdığı ve bakımını etikete gerçekleştirme durumlarının daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Kadın ve erkek tüketicilerin çoğunluğu giysiyi alırken lif oranına dikkat etmemekle beraber, kadın tüketicilerin erkek tüketicilere göre çok az bir farkla lif oranına baktıkları görülmüştür.

Katılımcılara sürdürülebilirlik kavramı sorulduğunda, %32,0'sinin bu kavramı şimdi duyduğu, %36,3'ünün sürdürülebilirlik kavramını 1-3 yıl içinde duyduğunu, giysiye bakım işaretlerine göre bakım yapmanın giysinin ömrünü uzatabileceğini bilincindeyken sürdürülebilirlik kavramını az bildikleri için, bu davranışın sürdürülebilirliğine katkı sağladığını bilmedikleri ortaya çıkmıştır. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu %71,7'sinin sürdürülebilirliğin bir "gereklilik" olduğunu bilmekte olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Bu kısma kadar elde edilen verilere göre tüketiciler bakım etiketleriyle ilgili ve

sürdürülebilirlikle ilgili kısmen bilgi sahibiyken, bu iki kavram arasındaki ilişkinin tam olarak bilincinde olmadıkları tespit edilmiştir.

Katılımcılara yöneltilen sorulara verdikleri cevaplardan hareketle, kadınların büyük bir çoğunluğu giysideki bakım etiketleri ile ilgili fikir sahibi olduklarını, erkeklerin ise bu konuda fikir sahibi olma durumlarının çok daha az olduğu görülmüştür. Katılımcılardan kadınların ve erkeklerin genel olarak bakım etiketinde kesinlikle yer alması gereken bilgileri tam olarak bilmedikleri, kararsız oldukları yönünde cevaplar verdikleri tespit edilmiştir. Kadın katılımcıların çoğunluğu giyside bakım etiketi kullanmanın yasal bir zorunluluk olduğunu bilirken, erkek katılımcıların çoğunluğunun bilmediği ortaya çıkmıştır.

Bakım etiketindeki kullanma talimatlarına göre giysiyi alıp almadıkları sorulduğunda kadın ve erkek katılımcıların verdikleri cevapların birbirine yakın olduğu, çok az bir farkla kadınların, erkeklere oranla bu duruma dikkat ederek giysi aldıkları tespit edilmiştir. Katılımcılara, bakım etiketlerinin üzerindeki sembol ve yazıları anlayıp, anlamadıkları sorulduğunda, kadın katılımcıların da erkek katılımcıların da çoğunlukla bakım etiketlerini çözümledikleri tespit edilmiştir.

Kadın katılımcıların çoğunun, giysi kullanırken bakım etiketini kullanmaya ihtiyaç duydukları, erkek katılımcıların çoğunun ise bakım etiketini kullanmaya ihtiyaç duymadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcılara giyside bulunan bakım etiketlerine göre yıkama ve ütüleme işlemleri yapıp yapmadıkları sorusu yöneltildiğinde ise kadın katılımcıların genelinde yıkama ve ütüleme işlemlerini bakım etiketine göre yaptıkları görülmüştür. Erkek katılımcıların genelinde ise yıkama ve ütüleme işlemlerini bakım etiketinde yer alan bilgilere göre gerçekleştirmedikleri tespit edilmiştir.

Kadın katılımcıların çok büyük bir çoğunluğu bakım etiketini amacına uygun kullanmanın giysinin ömrünü uzatacağını ve giysiyi uzun süre kullanabilmek için bakım etiketindeki talimatlara ihtiyaç olduğunu kabul ettikleri sonucuna ulaşılmıştır. Erkek katılımcılarda kadın katılımcılar kadar büyük bir orana sahip olmasalar da bakım etiketini amacına uygun kullanmanın giysinin ömrünü uzatacağını ve bakım etiketindeki talimatların giysiyi uzun süre kullanabilmek için gerekli olduğunu düşündükleri tespit edilmiştir.

Katılımcılardan kadın katılımcıların erkek katılımcılara oranla büyük çoğunluğu, giysiyi uzun süre kullanabilmek için bakım etiketlerinin yeterli bilgiyi verdiğini düşündükleri, kadın ve erkek katılımcıların sürdürülebilirlik kavramının sadece doğal dengeyi koruma amacıyla olmadığı bu kavramın daha fazlasını ifade ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca sürdürülebilirlik kavramının insanların geleceğine nasıl katkı sağlayacağını kadın katılımcıların erkek katılımcılara oranla daha fazla bilinç de oldukları tespit edilmiştir.

Sürdürülebilirlik ve bakım etiketlerini bir araya getiren bu çalışmada yukarıda verilen sonuçlara istinaden öneriler geliştirilmiştir. Sürdürülebilirlik kavramının daha iyi anlaşılması için çeşitli sosyal kampanyalar ve farkındalıklar oluşturulması gerekmektedir.

Bu çalışma verilerinin genç bir gruptan toplanmasına rağmen bazı cevapların yetersiz kaldığı düşünülmeyle birlikte tüm yaş gruplarını içine alan bilgilendirme ve farkındalık çalışmaları yapılmalıdır. Giysilerde kullanılan bakım etiketleri de giysi kullanımında rehber niteliği taşımalı ve giysilerin bakımları buna göre yapılmalıdır. Böylece dolaylı yoldan sürdürülebilirlik sağlanabilecek; kullanılmadan eskimiş giysiler olmayacak ve kaynakları daha az tüketerek gelecek nesillere aktarılacaktır.

## Kaynakça

- Alioğlu, T. (2018). *Tekstil Esaslı Malzemelerin Mimaride Kabuk Tasarımında Kullanımı ve Sürdürülebilirlik Açısından Değerlendirilmesi*, (Yüksek Lisans Tezi), s. 81, İstanbul Aydın Üniversitesi, Fen Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Aydın, B. (2017). *Tekstil Ürünlerinin Bakımı ve Saklanması*, *Deniz'den*, Yıl 10, Sayı 38, s. 5, Denizli.
- Azaklı, H. (2018). *Tekstil ve Moda Tasarımı Açısından Sürdürülebilirlik*, (Yüksek Lisans Tezi), ss. 41-42, Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Başülmez, Ü. (2018). *Türkiye'de Endüstriyel Ekoloji ve Sürdürülebilirlik Yaklaşımı ile E-Atık Politikaları*, (Yüksek Lisans Tezi), s. 24, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Bayazıt Hayta, A. (2009). *Sürdürülebilir Tüketim Davranışının Kazanılmasında Tüketici Eğitiminin Rolü*, *Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, Cilt 10, Sayı 3, ss. 143-151.
- Boran Mercan, N. (2016). *Mobilyanın Yeniden Kullanımının Sürdürülebilirlik Bağlamında İncelenmesi*, (Yüksek Lisans Tezi), Beykent Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Çalışır, F., Gümüşsoy, C.A., Bozdurgut, N., Topaloğlu, H., Bayraktaroğlu, A.E. (2013). *Bakım Etiket Sembollerinin Anlaşılması: Yaş, Cinsiyet ve Eğitim Seviyesinin Etkileri*, *Dünya Mühendislik ve Bilgisayar Bilimleri Kongresi Bildirilerinde*, Cilt 2, ss. 1190-1194.
- Dal, V., Özbek, A. (2017). *Hazır Giyim Sanayinde Giysi Bakım Etiketlerinin Önemi Üzerine Bir Araştırma*, TMMOB Tekstil Mühendisleri Odası Yayınları, Sayı 79, ss. 22-23, İstanbul.
- Davis, L.L. (1987). *Consumer Use of Label Information in Ratings of Clothing Quality and Clothing Fashionability*, *Clothing and Textiles Research Journal*, Vol. 6 No. 1, pp. 8-14.
- Demirel, E.T. (2018). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Nicel, Nitel ve Karma Tasarımlar İçin Bir Rehber, Bölüm 3, Nicel Araştırma Tasarımı*, Editör Prof.Dr. Şebnem Aslan, s. 105, Eğitim Yayınevi, Konya
- Gezgin Tütüncüoğlu, A.M. (2018). *Sürdürülebilirlik Kavramının Perakende Pazarı Çerçevesinde Moda Alanında Reklam İletişimi Unsuru Olarak Kullanımı Analizi*, (Yüksek Lisans Tezi), Bahçeşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- İğriboz, S. (2007). *Lif Türlerinin, Dar Dokuma Makinelerinde Üretilen Etiketler Üzerindeki Etkileri*, (Yüksek Lisans Tezi), ss. 11-12, Marmara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- İslamoğlu, H., Alniaçık, Ü. (2016). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, Beta Yayıncılık, s. 99, İstanbul
- Kara, S. (2006). *Triko Ürünlerde Kullanım Etiketlerinin Özellikleri Ve Triko Eğitimi Veren Öğretim Kurum Programlarındaki Durumunun İncelenmesi*, (Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Kaya, T.O. (2018). *Sürdürülebilirlik Kapsamında Yenilenebilir Enerji Kaynaklarının Kullanımı ve Önemi*, (Yüksek Lisans Tezi), s. 81, Aksaray Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Aksaray.

- Lyle, D. (1977). *Performance of Textiles*, Wiley. New York, USA
- Mallin M.L., Serviere-Munoz, L. (2013). An Exploratory Study of The Role of Neutralization on Ethical Intentions Among Salespeople, *Marketing Management Journal*, Volume 23, Issue 2, p. 1.
- Mangır, A.F. (2016). Sürdürülebilir Kalkınma için Yavaş ve Hızlı Moda, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, Cilt 19, 41. Yıl Özel Sayısı, s. 145.
- Özgül, E. (2010). Tüketicilerin Değer Yapıları, Gönüllü Sade Yaşam Tarzı ve Sürdürülebilir Tüketim Üzerindeki Etkileri, *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt 28, Sayı 2, ss. 117-150.
- Poyraz, M. (2015). *Sürdürülebilir Tasarım ve Seramik Kaplama Sektöründe Sürdürülebilirlik*, (Sanatta Yeterlik Tezi), s. 9, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Saydan, R., Kanıbir, H., Nart, S. (2006). İşlevsel Bir Pazarlama Aracı Olarak Yıkama ve Bakım Etiketleri (Kadın Tüketicilerin Bakım Etiketleri ve Sembollerini Algılama Davranışları), *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt 20, Sayı 2, s. 343, <https://dergipark.org.tr/tr/pub/atauniiibd/issue/2690/35387>
- Shin S. (2000). Consumers' Use of Care-label Information in the Laundering of Apparel Products, *Journal of the Textile Institute*, Volume 91, Issue 1, pp. 20, 22, DOI: 10.1080/00405000008659524
- Soon-Boon, K. (2009). A Study on The Clothing Purchasing Behavior and The Recognition of Care Label of The Chinese Students, *Fashion&Textile Research Journal*, Volume 11, Issue 6, pp. 887-895, Korea, DOI : <http://dx.doi.org/>
- Şavran Gönç, T. (2012). *Nitel ve Nitel Araştırmalarda Kullanılan Araştırma Teknikleri. İçinde: Sosyolojide Araştırma Yöntem ve Teknikleri*, s. 67, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları
- Gökmen, N.İ.S. (2018). *Türkiye’de Endüstriyel Tasarım Eğitiminde Model Yapımına Yönelik Derslerin ve Yaklaşımların Sürdürülebilirlik Açısından İncelenmesi*, (Yüksek Lisans Tezi), s. 7, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Toksöz, M. (2018). *Tekstil Sektöründe Sürdürülebilirlik Kavramı ve Yaşam Döngüsü Analizi*, (Yüksek Lisans Tezi), Çukurova Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Adana.
- Türkmen, N. (2009). *Tekstil ve Moda Tasarımı Açısından Sürdürülebilirlik ve Dönüşüm*, (Sanatta Yeterlik Tezi), Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Türnüklü, A. (2001). Eğitim Bilim Alanında Aynı Araştırma Sorusunu Yanıtlamak için Farklı Araştırma Tekniklerinin Birlikte Kullanılması, *Eğitim ve Bilim Dergisi*, 26(120).
- Yıldırım, Y. (2011). Sürdürülebilir Üretim, TMMOB Makine Mühendisleri Odası, *Mühendis ve Makine Dergisi*, Cilt 52, Sayı 613, s. 456, Ankara.
- Yan, R.N., Yurchisin, J., Watchravesringkan, K. (2008). Bakım Etiketlerinin Kullanımı: Biliş İhtiyacını Tüketici Güveni ve Algılanan Risk ile İlişkilendirme, *Moda Pazarlama ve Yönetimi Dergisi: Uluslararası Dergi*
- Yıldız, Ş., Ayvaz, K.M. (2018). Yavaş Moda Akımına Üniversite Öğrencilerinin Yaklaşımları: Selçuk Üniversitesi Örneği, *Akdeniz Sanat Dergisi*, Cilt 11, Sayı 21.
- Yüksel, S. (2012). *Tüketim Kültüründe Ürün Tasarımı Ve Sürdürülebilirlik İlişkisine Eleştirel Bir Yaklaşım*, (Yüksek Lisans Tezi), s. 12, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

### **E-Kaynak**

1. <http://www.tekstildershanesi.com.tr/bilgi-deposu/hazir-giyim-urun-etiketlerinin-markalasmadaki-onemi.html>, Erişim Tarihi: 19.05.2019.
2. [http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gts&kelime=ET%C4%B0KET](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=ET%C4%B0KET), Erişim Tarihi: 18.05.2019
3. [http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5ce35a413346a6.95282692](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5ce35a413346a6.95282692), Erişim Tarihi: 18.05.2019.
4. Hazır Giyimde Giysi Bakım Talimatları - İHKİB Kariyer ([www.ihkibkariyer.com](http://www.ihkibkariyer.com)), Erişim Tarihi:20.04.2022.
5. Bakım Sembolleri ve Anlamları – [www.lcwaikiki/tr/tr](http://www.lcwaikiki/tr/tr), Erişim Tarihi: 20.04.2022.
6. Elbise Etiketindeki Bakım Sembolleri ve Anlamları – Tekstil Sayfası ([www.tekstilsayfasi.blogspot.com](http://www.tekstilsayfasi.blogspot.com)) Erişim Tarihi: 21.04.2022
7. Ürün Bakımı ([www.defacto.com.tr](http://www.defacto.com.tr)) Erişim Tarihi: 21.04.2022.
8. <https://i.ibb.co/ss7M28K/kurutma.jpg> Erişim Tarihi: 20.04.2022.
9. <https://intweb.tse.org.tr/Standard/Standard/Standard.aspx?081118051115108051104119110104055048065082077055103076076056084116067105115071075073114049057050084087079070112098121116051043089081078080057107112084098100101102111083065055118079065051102076069077049073054087079109077118119077054050070121108068052052113049112117105085056090047051097101054088107121073043048087114068102111049106078065085097117105077088077070075102049100090119098122090113088098075053068122108111052122043115111049104082098077099065061061>, Erişim Tarihi: 22.06.2022

