

TÜRKİYE’DE ETİK MODA ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA*

Ayşe Seçil TEKİN AKBULUT*

ÖZET

Yetersiz doğal kaynakların bilinçsiz kullanımı ve hızla gelişen teknoloji çevresel sorunlara yol açmaktadır. İnsanlık ve doğanın birbirinden ayrı düşünülmesi mümkün olmadığından yaşanan çevresel kirlilik geleceğe dair endişeler yaşamaktadır. Öte yandan insanların bu kaynaklardan verimli ve eşit bir biçimde yararlanabilmesi bağlamında da sıkıntılar yaşandığı ortadadır. Bu bağlamda toplum bilincine ve sosyal sorumluluğa sahip bireylerin yönelimleri arasında etik moda kavramı da yer almaktadır. Giydiğimiz giysilerin nasıl üretildiği, kimler tarafından hangi koşullar altında yapıldığı, tekstil hammaddelerinin üretiminden tüketimine kadar geçen süreçte içinde çevreci bir yaklaşım sergilenip sergilenmediği gibi konular etik moda kavramı altında incelenmektedir. Bu çalışmada Türk toplumunda etik moda kavramının algılanması üzerine bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Toplumda sürdürülebilir modanın, yeşil modanın, organik tekstillerin, kişiselleştirilmiş modanın algılanma biçimleri incelenmeye çalışılmıştır. Hazırlanan veri toplama aracı farklı illerden farklı yaş, gelir ve eğitim durumundaki 143 katılımcıya uygulanmış; elde edilen sonuçlar çözümlenerek önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Sözcükler: Etik, Moda, Sürdürülebilir Tasarım, Organik Tekstil, Adil Ticaret.

AN INVESTIGATION ON ETHICAL FASHION IN TURKEY

ABSTRACT

Insensitivity regarding the use of insufficient natural resources and rapid developments in technology result in environmental problems. Humanity and nature cannot be separated; thus environmental problems lead humankind to worry about the future of the planet. On the other hand, it is obvious that equal and effective use of these natural resources is still problematic. In this regard, ethical fashion is among the concerns of individuals who have social responsibility and consciousness. Ethical fashion is comprised of topics like how our clothes are produced, under which circumstances and by whom they are manufactured, and whether an environment-friendly approach is followed during the production-consumption continuum. The current study investigates the perceptions of Turkish participants regarding ethical fashion. More specifically, perceptions on issues like green fashion, organic textiles, and customized fashion are taken into consideration. The data collection tool is being administered to 143 participants from different age, income and education backgrounds; and findings were analyzed followed by implications and suggestions.

Keywords: Ethics, Fashion, Sustainable Design, Organic Textile, Fair Trade.

Giriş: İnsanların kendi çıkarları ve ihtiyaçlarına göre hareket etmeleri sonucunda yok olmaya başlayan doğal kaynaklar ve kirlenen çevre görmezlikten gelinemeyecek boyutlara ulaşmıştır. Doğanın sürekli ve düşüncesizce kullanılması sonucunda zarar gören dünyamızda çevreye karşı sorumluluk etiği kavramı ortaya çıkmıştır. Bu kavram ile doğaya bakış açısı değişmeye başlamıştır (Pieper, 1999: 93). Çevreye duyarlılık, giysi modası alanında ise etik moda olarak adlandırılmıştır. Etik moda kavramını endüstriyel standartlara sahip olmadığı için tanımlamak güçtür. Genellikle adil ticaret, ekolojik veya yeşil moda ile benzer özelliklere sahip olduğu düşünülebilir. Etik moda kavramı, yeni yaklaşımlar ile bilinçli moda olarak adlandırılırken etik giysilerin artan sayılarından ve pazarlardan bahsedilir. Özellikle genç tüketicilerin ilgisi moda giysiler üretilerek çekilmeye çalışılır. Prensipten ziyade yandan etik giysi kaynakları üretilip diğer yandan işçilere iyi çalışma standartları ve koşulları sağlanırken, diğer yandan üretilen ülkeye ait giysilere yönelik sürdürülebilir işletme modeli sağlanır. Ayrıca, çevreyi en az etkileyen organik materyaller kullanılır. Sonuç olarak “etik moda” biyolojik ve organik lifler kullanılarak çevreye ve işçilere en az zarar veren ürünler ile adil ticaret ilkelerine bağlı ve iyi çalışma koşullarında üretilen moda giysiler olarak tanımlanabilir (Jørgensen, 2006: 361). Giysiler, organik lifler ve geri dönüşüm malzemeleri gibi çevre dostu materyaller ile adil ticaret ilkelerine göre üretildiğinde etik moda kategorisinde yer alır. Etik moda, moda işletmelerinin içinde onların sosyal ve çevresel sorumlulukları ve sürdürülebilir tüketici isteklerinin uygunluğu anlamına gelir. Yaşadığımız küreselleşme çağında, dünyanın her yerinden hayatlarının her aşamasında ki insanlar eşitlik ve sürdürülebilirlik için savaşmaktadır. Bu bağlamda ortaya çıkan etik moda kavramı, asıl amaç olan fiziksel gereksinimleri arka plana atıp tüketicinin psikolojik ihtiyaçlarına cevap veren tüketici odaklı bir moda anlayışını eleştirmek için ortaya çıkmış bir anlayış olarak kabul edilebilir (Shen et al. 2012: 235). Ancak, etik modanın önemi kadar yapılan tasarımların da kusursuz olmasının gerekliliğini unutmamak gerekir (Turgate, 2006: 268).

Organik Ürün: Çevreye ve insana saygılı bir şekilde moda üretmeye odaklanan “etik moda” kavramını çerçevesinde kullanılan tekstil ürünlerini üreten insanları ve çevreyi dikkate almak gerekmektedir. Giysilerimizin üretilmesi için ham maddeden üretime kadar 8000’den fazla kimyasal madde kullanılmaktadır. Tekstilde kullanılan ağartma, boyama, apreleme ve bitirme işlemleri sonucunda çok fazla kimyasal atık oluşmaktadır. Bu kimyasallar yüksek miktarda zehirli ağır metaller içerip çevre kirliliğine neden olmaktadır. Bu durum insanlara ve çevreye geri dönüşü olmayan zararlar vermektedir (Lee, 2007: 57). Or-

* Bu çalışma, Akdeniz Üniversitesi G.S.F. Moda ve Tekstil Tasarımı Bölümü tarafından 08-10 Ekim 2012 tarihleri arasında düzenlenen “1. Uluslar arası Moda ve Tekstil Tasarımı Sempozyumu”nda bildiri olarak sunulmuştur.

* Araş. Gör., Anadolu Üniversitesi, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi, Moda Tasarımı Bölümü, Eskişehir, secilt@anadolu.edu.tr.

ganik ürünlerin yetiştirilmesi sürecinde hiçbir kimyasal madde kullanılmamaktadır. Dolayısıyla bu ürünler insan sağlığını ve doğayı tehdit etmemektedir. Normal koşullarda üretilen ürünler ise pek çok tarım ilacı ve gübre ile karşılaştığı, kanalizasyon suyu içerebildiği, radyasyon ve genetik uygulamalara maruz kalabildiği için hem insana hem de doğaya zarar vermektedir (KOBİ, 2012). Organik ürünlerin hiç birisinde GDO (Genetiği Değiştirilmiş Organizma) ve çeşitleri bulunmamaktadır. Tarım işçileri, tarım ilacı ve gübre ile karşılaşmadığı, temiz su kullandığı, radyasyona maruz kalmadığı için solunum ve deri hastalıklarından korunmuş olmaktadır. Atık sular arındırılarak ph değeri 6-9 arasında ve su sıcaklığı 40o C'nin altında olacak şekilde yüzey sularına aktarıldığı için doğal su kaynakları korunmuş olmaktadır. Su, enerji ve kimyasal kullanımı en alt seviyede tutulmaktadır (Tan, 2012).

Adil Ticaret: Üreticiler ile perakendeciler arasında oluşan ekonomik güç dengesizliğini gidererek adil ve eşit bir sistem getirebilmek amacıyla adil ticaret hareketi oluşturulmuştur. Adil ticaret, yapılan ticaretin ekonomik boyutlarına göre değerlendirilmeyip insan, çevre ve ahlaki değerleri dikkate alan sivil toplum hareketi olarak değerlendirilebilir (Odabaşı, 2007: 36). Bu sistem, sürdürülebilir ürünleri temel alarak üreticiye en düşük ücret ödediği için kurulmuştur. Aynı zamanda tüketiciler de toplumsal ve çevresel projelerde kullanılmak üzere adil ticaret primi öderler (Lee, 2007: 57). Adil ticaret; cinsiyet eşitliği, insan ve çocuk hakları ile çevreyi korumaya önem vermektedir (Odabaşı, 2007: 36). Bu değerlere önem veren işletmeler adil ticaret sertifikası almak için başvuruda bulunabilirler. Uluslararası örgütler sertifika işlemlerini takip etmektedir. İşletmelerin adil ticaret sertifikası alabilmek için bazı koşulları sağlaması gerekmektedir.

Bu koşullar aşağıdaki gibi özetlenebilir; Temel işçi haklarına dikkat edilmelidir. Zorla çalıştırma ve çocuk çalıştırma yasaktır. Genç çalışanlara yeterli özen gösterilmelidir. Çalışanların birlik veya dernek kurmasına ya da derneklere üye olmalarına izin verilmelidir. Irkçılığa ve cinsiyet ayrımcılığına yer yoktur. Güvenli çalışma koşulları, gerekiyorsa asgari düzeyde işçilerin barınma standartları sağlanmalıdır. Yazılı kontrat ile belirlenmiş iyi çalışma şartları, uygun çalışma saatleri ve sosyal haklar, mevsimsel ve kadrolu çalışanlar arasında ki iyi ayırım yerine getirilmelidir. Belirlenen Adil Ticaret Primi işçilere ve ailelerine ulaşacaktır. İşçiler primin kullanım hakkını söz sahibidir. Organizasyon şeffaf olmalıdır. Üreticiler etkili şekilde fikirlerini, firmaya veya kendi gruplarına sunabilmelidir. Üreticiler ile adil ilişkiler olmalıdır. Üreticiler, diğer normal üreticilerden daha fazla kazanmalıdır (IMA, 2012).

Sürdürülebilir Giysi Kullanımı: Sürdürülebilir moda, ekolojik hayata zarar veren giysilerin kullanımına, gereksiz alışverişe, üretimde çalışan işçilerin haksızlıklarına, gereksiz su ve enerji israfına karşı bir akım olarak ortaya çıkmıştır. Sürdürülebilir giyim ile ilgili olarak İngiltere'de Cambridge Üniversitesi tarafından yapılan bir araştırmaya göre yılda yaklaşık 2,15 milyon ton giysi satın alınmakta, 1,1 milyon ton giysi ise çöpe atılmaktadır. Miktarın büyüklüğünü anlatılabilmek için belirtmekte yarar vardır ki 1 ton giysi yaklaşık 200 büyük çöp poşetine sığmaktadır. Bu nedenle giysilerimizi çöpe atmak yerine, alışkanlıklarımızdan kurtularak satın almalarımızı azaltıp, eski giysilerimizi yeniden kullanma yollarını araştırmalıyız (Lee, 2007: 60). Eski veya modası geçmiş giysiler, üzerinde bazı değişiklikler yapılarak yeni bir giysi ya da aksesuar olarak kullanılabilir. Yeni veya ikinci el giysiler için kullanılan vintage modası 1920-1980 yıllarının modasını yansıtır. Ancak bu terim genellikle ikinci el giysi veya kişiselleştirilerek yeniden hayat bulan giysiler olarak tanımlanır (EFW, 2012). Vintage modasına pazarlarda veya arkadaşlar arasında değiş tokuş yapılarak dâhil olunabilir. Bu davranışlar sürdürülebilir, ekolojik ve etik moda altında incelenir. Uzun süre giyilmek üzere tasarlanan giysiler ekolojik moda olarak tanımlanır. Bu ürünlerde geri dönüşüm malzemeleri veya ekolojik etiketler kullanılır ve çevreyi ya hiç ya da çok az etkiler (Niinimäki, 2010: 152). Giysilerimizi 40- 60o C'de yıkamak yerine 30o C'de yıkayarak, tamburlu kurutma yerine çamaşırlarımızı sererek kurutarak, sadece gerektiğinde ütü kullanarak, çevre dostu deterjanlar kullanarak ve gerektiği kadar yıkayarak ekolojik hayata katkıda bulunulabilir (Lee, 2007: 62). Tasarımcı Fletcher, tasarladığı yıkanmayan bluz ile bu görüşe katkıda bulunmuştur. Sürdürülebilirlik üzerine çalışan Fletcher'in bluzu, özel silinebilen yüzeyden yapılmış olup koltuk atlarında özel havalandırma sistemi ile tasarlanmıştır (Sabah, 2008). Sürdürülebilir moda için modüler giysiler de önem kazanmıştır. Örneğin çıtçıtli bir elbise kilo alıp verme durumuna ya da uzunluk kısalık değişikliklerine göre parçalar eklenip çıkarılarak kullanılabilir. Bir başka öneri olarak mümkün olduğunca tek bedene doğru tasarımlar yapılabilir ve böylece birçok insana tek bir tasarım sunulabilir (Sabah, 2008). Bu çalışma, Türkiye'de etik moda kavramı ve algılanması ile ilgili tartışmalara katkıda bulunmak ve daha iyi anlaşılmasını sağlamak için gerçekleştirilmiştir. Bireylerin etik moda yönelik tutum ve değerleri, kişisel düşünceleri üzerinde durulmuştur. Bu bağlamda 2012 yaz döneminde İnternet ortamında Türkiye'nin farklı illerinden, farklı yaş, cinsiyet, eğitim, meslek ve gelir gruplarından bireylere etik moda kavramını algılayış şekilleri ile ilgili uygulanan anketlerin sonuçları değerlendirilmiştir.

Yöntem: İnternet üzerinden bir veri toplama aracı uygulamak suretiyle gerçekleştirilen bu araştırmaya Türkiye'nin 19 farklı ilinden 143 kişi katılmıştır. Katılımcıların 103'ü kadın (% 72), 40'ı ise erkektir (% 28). 18 yaşından 65 yaşına kadar tüm yaş gruplarından katılımcı bulunmakla birlikte ortalama yaşın 33.1 olduğu gözlemlenmiştir. Her eğitim grubundan katılımcının yer aldığı araştırmada ağırlıklı eğitim düzeyleri sırasıyla lisans (% 40.6), yüksek lisans (% 20.3), lise (% 14.7), doktora (% 10.5) ve ön lisans (% 9.1) şeklindedir. Araştırmaya katılan 143 kişinin 39 farklı meslekte oldukları, en kalabalık katılımcı grubu olan akademisyen ve öğrencilerin bile yüzde 11 civarında olduğu gözlemlenmiştir. Katılımcılara bir kişisel bilgi formu ve 29 Likert tipi sorudan oluşan bir veri toplama aracı uygulanmıştır. Kişisel bilgi formunda katılımcıların cinsiyet, yaş, gelir düzeyi, eğitim durumu ve meslek gibi bilgiler yer almıştır. Likert tipi sorular ise modayı takip etme, giysi kullanım ve satın alma alışkanlıkları, yeşil moda ve adil ticarete ilişkin görüşler olmak üzere dört başlıktan oluşmuştur. Her başlık altında yer alan sorular kesinlikle katılıyorum (1) ile kesinlikle katılmıyorum (5) arasında puanlanmıştır. Veriler çözümlenirken her bir başlık bağlamında Likert sorulara verilen yanıtların betimsel değerleri sunulmuştur. Anketteki herhangi bir "i" maddesine ait aritmetik ortalamasının (\bar{x}) olduğu varsayıldığında, eğer ilgili maddenin aritmetik ortalaması;

$1 \leq \bar{x}_i < 1.8$ arasında ise katılımcıların o maddedeki görüşe "kesinlikle katılmadıkları",

$1.8 \leq \bar{x}_i < 2.6$ arasında ise katılımcıların ilgili maddedeki görüşe "katılmadıkları",

$2.6 \leq \bar{x}_i < 3.4$ arasında ise katılımcıların ilgili maddedeki görüş hakkında "kararsız" oldukları,

$3.4 \leq \bar{x}_i < 4.2$ arasında ise katılımcıların ilgili maddedeki görüşe "katıldıkları",

$4.2 \leq \bar{x}_i < 5.00$ arasında ise katılımcıların ilgili maddedeki görüşe "kesinlikle katıldıkları", şeklinde değerlendirme yapılmıştır.

Bulgular: Maddelerin yorumlanmasının kolaylaştırılması için bu bölümdeki tüm bulgularda ilgili maddeler önce ortalama sırasına göre sıralanmış, sonra da bu sıraya göre madde numarası verilerek yorumlar gerçekleştirilmiştir. Modayı takip etmeye ilişkin görüşler en yüksek ortalamadan en düşük ortalamaya doğru aşağıdaki çizelgede sıralanmıştır. Görüldüğü üzere çalışmada yer alan kitlenin ilk iki maddeye 'katıldıkları', 3 ve 4. Madde hakkında 'kararsız' oldukları, diğer maddelere ise 'katılmadıkları' söylenebilir.

Tablo 1: Modayı takip etmeye ilişkin görüşler

Anket maddesi	Ort.	SS
1. Modayı takip ederim; ama sırf moda diye yeni giysiler almam.	3,90	1,12
2. Beğendiğim giysiyi görünce hemen alırım.	3,54	1,17
3. İhtiyacım yoksa yeni giysi almam.	3,32	1,26
4. Başkalarıyla aynı şeyleri giymekten rahatsız olmam.	2,62	1,28
5. Moda ile ilgilenmem.	2,56	1,26
6. Kişiyi özel tasarım yapan yerlerden alışveriş yaparım.	2,48	1,07
7. Kendim tasarım yapar, diker/diktirir giyerim.	2,44	1,41
8. Moda olduğu için ihtiyacım olmasa da yeni giysiler alırım.	1,85	1,03

Katılımcıların giysi kullanım ve satın alma alışkanlıklarına ilişkin görüşler aşağıdaki çizelgede en yüksek ortalamaya sahip olan maddeden en düşük ortalamaya sahip olan maddeye doğru sıralanmıştır. Yukarıdaki inceleme biçimi dikkate alındığında 1. maddeye 'kesinlikle katıldıkları', 2 ve 3. Maddeye 'katıldıkları', 4 ve 5. madde hakkında 'kararsız' oldukları, 6 ve 7. maddeye katılmadıkları, 8. maddeye ise kesinlikle katılmadıkları söylenebilir.

Tablo 2: Giysi kullanım ve satın alma alışkanlıklarına ilişkin görüşler

Anket maddesi	Ort.	SS
1. Giymediğim giysilerimi ihtiyacı olanlara veririm.	4,40	0,69
2. Moda olmasa da tarzıma uygun giysileri giyerim.	4,17	0,93
3. Moda hızla değişse de giysilerim eskiyene kadar giymeye devam ederim.	3,70	1,11
4. Moda sektörünün hızla gelişerek bana yeni seçenekler sunmasını isterim.	3,35	1,13
5. Eski giysilerimin üzerinde değişiklikler yaparak farklı bir model yaratırım.	2,90	1,28
6. Tarzımı günün modasına göre sürekli değiştiririm.	2,30	1,11
7. Giymediğim giysilerimi çöpe atarım.	1,90	1,06
8. Giymediğim giysilerimi 2. el mağazalara satarım.	1,70	0,87

Katılımcıların yeşil moda ile ilişkin görüşleri aşağıdaki çizelgede özetlenmektedir. Görüldüğü üzere 1. maddeye 'kesinlikle katılıyorum', 2 ile 7 arasındaki maddelere 'katılıyorum', 8. maddeye 'kararsızım', 9. maddeye ise 'katılmıyorum' yanıtı verilmiştir.

Tablo 3: Yeşil moda ile ilişkin görüşler

Anket maddesi	Ort.	SS
1. Doğal kaynakların tükenebileceği düşünülerek hızlı tüketimden vazgeçilmesi gerektiğini düşünürüm.	4,26	0,88
2. Organik kumaşların çevreye en zararsız maddeler olduğunu düşünüyorum.	3,98	0,84
3. Organik kumaşları daha sağlıklı olduğu için tercih ederim.	3,92	0,88
4. Yeşil moda için çevreye ve topluma duyarlı olduğunu düşünürüm.	3,85	1,00
5. Doğa ve çevre sorunlarına destek olmak için yeşil moda için takip edilmesi gerektiğini düşünürüm.	3,80	0,99
6. Organik kumaşları daha yumuşak olduğu için tercih ederim.	3,61	0,96
7. Organik ürünler kullanmaya dikkat ederim.	3,57	0,99
8. Geri dönüşüm malzemelerden üretilen giysileri daha çok tercih ederim.	3,23	0,98
9. Organik ürünün ne olduğu hakkında bilgi sahibi değilim.	2,08	1,12

Adil ticarete ilişkin görüşler irdelendiğinde katılımcıların 1 ve 2. maddelere 'katıldıkları', 3. maddede 'kararsız' oldukları, 4. maddeye ise 'katılmadıkları' gözlemlenmektedir.

Tablo 4: Adil ticarete ilişkin görüşler

Anket maddesi	Ort.	SS
• Eşitlikçi, şeffaf ve çevreye saygılı işletmeler "adil ticaret sertifikası" alması gerektiğini düşündürdüm.	3,93	0,85
• Adil ticaret sertifikalı ürünler kullanmaya dikkat ederim.	3,40	0,92
• Adil ticaret sertifikasının ne olduğunu bilmiyorum.	3,12	1,33
• Üçüncü dünya ülkelerindeki ucuz iş gücünü kullanmak ucuz ürünler almamız için gereklidir.	2,47	1,10

Veri toplama aracı birbirinden bağımsız sorulardan oluşan bir anket biçiminde olduğu için maddelerin genel bir toplamını ya da ortalamasını almak olanaklı değildir. Ancak yaş, eğitim ve cinsiyet gibi değişkenler ile hangi maddeler arasında anlamlı ilişkiler olup olmadığı madde bazında irdelenmiştir. 29 maddenin her biri kadın ve erkek arasında karşılaştırmalar yapılarak irdelendiğinde istatistiksel hata yapma ihtimali vardır. Yani çok sayıda karşılaştırma yapma nedeniyle anlamlı olmayan farkları anlamlı sanma tehlikesi vardır. Bu bağlamda 0,05 olan anlamlılık düzeyi 29'a bölünerek bir uyarılma yapılmış, 0,0017'den daha aşağı bir düzeyde anlamlı bulunan sonuçlar rapor edilmiştir.

Tablo 5: Kadın ve erkek arasında anlamlı fark bulunan maddeler

Madde	Cinsiyet	N	Ort.	SS	t	sd	p<
1. Moda ile ilgilenmem.	Kadın	103	2,330	1,208	-3,642	141	0,00038
	Erkek	40	3,150	1,210			
2. Başkalarıyla aynı şeyleri giymekten rahatsız olmam.	Kadın	102	2,392	1,170	-3,530	140	0,00056
	Erkek	40	3,200	1,363			
3. Kendim tasarım yapar, diker/diktirir giyerim.	Kadın	102	2,794	1,410	5,255	140	0,00000
	Erkek	40	1,525	0,933			
4. Eski giysilerimin üzerinde değişiklikler yaparak farklı bir model yaratırım.	Kadın	103	3,184	1,227	4,632	141	0,00001
	Erkek	40	2,150	1,122			
5. Organik ürünün ne olduğu hakkında bilgi sahibi değilim.	Kadın	103	1,883	0,993	-3,438	141	0,00077
	Erkek	40	2,575	1,279			

Çizelgede de görüleceği üzere erkeklerin kadınlara göre moda ile daha az ilgilendikleri, başkalarıyla aynı şeyleri giymekten daha az rahatsız oldukları ve organik ürünün ne olduğu hakkında kadınlara göre daha az bilgi sahibi oldukları belirlenmiştir. Öte yandan kadınların erkeklere göre daha fazla kendi tasarımlarını hazırladıkları ya da eski giysilerin üzerinde değişiklikler yaparak farklı bir model yarattıkları söylenebilir. Yaş ile her bir madde arasında ilişki olup olmadığını görmek amacıyla gerçekleştirilen korelasyon analizleri sonucunda yaş ilerledikçe moda ile ilgilenme düzeyinin düştüğü gözlemlenmiştir ($r=-.243$; $p<.003$). Eğitim düzeyi ile etik modaya ilişkin görüşlerin her biri arasında korelasyonlara bakılmış, 'Üçüncü dünya ülkelerindeki ucuz iş gücünü kullanmak ucuz ürünler almamız için gereklidir' görüşüne olan desteğin eğitim düzeyi arttıkça anlamlı derecede düştüğü görülmüştür ($r=-.247$; $p<.003$). Bir başka deyişle böyle bir görüşü düşük eğitim düzeyindeki bireylerin desteklediği söylenebilir. Son olarak gelir düzeyi arttıkça aşağıdaki görüşlere katılma düzeyinin anlamlı derecede düştüğü gözlemlenmiştir:

Kendim tasarım yapar, diker/diktirir giyerim ($r=-.323$; $p<.001$)

Eski giysilerimin üzerinde değişiklikler yaparak farklı bir model yaratırım ($r=-.272$; $p<.001$).

Üçüncü dünya ülkelerindeki ucuz iş gücünü kullanmak ucuz ürünler almamız için gereklidir ($r=-.272$; $p<.001$).

Tartışma ve Öneriler: Bu çalışma kapsamında yapılan araştırmada katılımcıların giymedikleri giysilerini 2. el mağazalara satma alışkanlıklarının olmadığı görülmüştür. Öte yandan giyilmeyen giysilerin ihtiyaç sahiplerine ulaştırılması, böylece değerlendirilerek çöpe atılmaması etik moda bağlamında sevindirici bir davranıştır. Katılımcıların büyük çoğunluğu ihtiyacı olmasa da sadece beğendiği için satın almaya eğilimli görülmektedir. Bu durum, günümüzde yaşanmakta olan hızlı modanın etkisini göstermektedir. Gittikçe ucuzlayan giysiler nedeniyle daha fazla alma eğilimi artmış ve hızlı moda eğilimlerini desteklediği için tek kullanımlık modalar oluşmuştur (Lee, 2007: 58). Bu davranışın yerine belki de kişiler özel tasarımlara yönlendirilerek yavaş moda doğru çekilebilir. Araştırmada katılımcıların organik ürünler hakkında yeterli bilgiye sahip

oldukları görülmüştür. Satın almada organik ürünler tercih sebebi olarak bulunmuş ancak ekonomik olarak düşünüldüğünde diğer ürünlere kaymalar yaşanmıştır. Benzer nedenlerle 2010 yılında İngiltere'de etik modanın geliştirilerek yaygınlaştırılması için vergi muafiyeti ile üreticiler teşvik edilmiştir (İTKİB, 2010). Bu tarz uygulamalar ülkemizde de yapılıp sürdürülebilir ve etik moda üretimler artırılarak bunların kişisel tercih olmasından kurtarılabilir. Erkek katılımcıların moda ile ilgilenmediği, başkalarıyla aynı şeyleri giymekten rahatsız olmadığı görülmüştür. Bu durum erkeklerin modayı değil giysiyi satın almalarıyla açıklanabilir. Turgate'e göre (2006: 197) erkekler genellikle kendilerine örnek aldıkları bir sanatçı gibi giyinmeye çalışarak onlara benzemeye çalışmaktadır. Tam olarak benzemeseler bile öyle giyinmekten hoşlandıkları için erkek modası tutucu bir eğilim içindedir. Erkekler kendi modalarının fazla değişmediğini, sezon modellerinde bir iki düğmenin değiştirilerek yeni moda diye piyasaya sürüldüğünü düşünmektedir. İngiltere'de yapılan bir araştırmaya göre, kadına yönelik mağazaların sayısının erkek mağazalarına göre dört kat daha fazladır. Moda konusunda erkeklerin kadınlara göre daha tutucu bir görüntü sergilediği görülür. Erkekler genel olarak moda ile ilgilenmese de ilgilenenler de bulunmaktadır (Turgate, 2006: 197-198). 2004 yılında Fransada düzenlenmeye başlanan Etik Moda Fuarı 20 tasarımcıyla başlamış ancak günümüzde 100'den fazla marka ve tasarımcıya tanıtım imkânı sağlamıştır (İTKİB, 2010). Ekolojik üretim, sosyal sorumluluk ve çevreci hazır giyim alanlarına önem veren fuarların benzerleri ülkemizde de yapılarak toplum bilinci oluşturulup talep artışı sağlanabilir.

KAYNAKÇA:

A.Pieper, Etiğe Giriş, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1999, s.92- 95.

M. Turgate, Modada marka olmak: Armani'den Zara'ya moda devlerinin marka oluşturma tarzları., Rota yayınları, s. 268, İstanbul, 2006.

Joergens, C. (2006). "Ethical Fashion: Myth or Future Trend?", Journal of Fashion Marketing and Management, Vol. 10, Iss: 3, s.360- 371.

Lee, M. (2007). "The A to Z of eco fashion, Ecologist" October 2007, Vol. 37, Issue 8, 7p, p 56-62

Niinimäki, K. (2010). "Eco-clothing, Consumer Identity And Ideology", Sustainable Development, May/June 2010, Vol: 18, Issue: 3, pp: 150-162

Odabaşı, Y. (2007/ 11- 12). "Adil Ticaret Uygulamaları ve Pazarlama İlişkisi", Pazarlama Dünyası, 6 s. 36-42

Shen, B., Wang, Y., Lo, C.K.Y., Shum, M., (2012). "The Impact of Ethical Fashion on Consumer Purchase Behavior", Journal of Fashion Marketing and Management, Vol. 16, Iss: 2, ss. 234- 245.

İnternet Kaynakları:

http://www.itkib.org.tr/itkib/homepage/dunyadan_haber/news_item.asp? (09.03.2012).

http://www.imo.ch/tk_services_fair_trade_tr,42521,24999.html (09.04.2012).

<http://www.kobifinans.com.tr/tr/sektor/011502/17981> (07.03.2012).

<http://www.tantekstil.com.tr/tr/ecolife.html> (20.06.2012).

<http://arsiv.sabah.com.tr/2008/03/23/pz/haber,9F0B59A30BCA4483ABB339D83549566E.html> (20.07.2012).

<http://www.ecofashionworld.com/Browse-By-Eco-Criteria.html> (26.07.2012).