



**SÜRDÜRÜLEBİLİR MODA KAVRAMINA
KULLANICI-ODAKLI TASARIM SETİ YAKLAŞIMI**

Sevgi Gaye AYANOĞLU

DANIŞMAN Prof. Dr. Saliha AĞAÇ

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
MODA TASARIMI ANABİLİM DALI**

**GAZİ ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ**

TEMMUZ 2017

Sevgi Gaye Ayanoglu tarafından hazirlanan "Surdurulebilir Moda Kavramina Kullanici-Odakli Tasarim Seti Yaklasimi" adli tez calismasi asagidaki juri tarafından OY BIRLIGI / OY COKLUGU ile Gazi Universitesi Moda Tasarimi Anabilim Dalinda YUKSEK LISANS TEZI olarak kabul edilmiştir.

Danışman: Prof. Dr. Saliha AĞAÇ

Moda Tasarımı Anabilim Dalı, Gazi Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum/onaylamıyorum



Başkan: Doç. Dr. Emine Koca

Moda Tasarım Anabilim Dalı, Gazi Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum/onaylamıyorum



Üye: Doç. Dr. Erdem Ünver

Moda ve Tekstil Tasarımı Anabilim Dalı, Atılım Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum/onaylamıyorum



Tez Savunma Tarihi: 20.07.2017

Jüri tarafından kabul edilen bu tezin Yüksek Lisans Tezi olması için gerekli şartları yerine getirdiğini onaylıyorum.

ETİK BEYAN

Gazi Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu,

bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.


S. Gaye Ayanoğlu

SÜRDÜRÜLEBİLİR MODA KAVRAMINA
KULLANICI-ODAKLI TASARIM SETİ YAKLAŞIMI

(Yüksek Lisans Tezi)

Sevgi Gaye AYANOĞLU

GAZİ ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ

Temmuz 2017

ÖZET

Araştırma kapsamında sürdürülebilir moda kavramı, bu kavrama yönelik çeşitli projeler, strateji ve uygulamalar derlenerek değerlendirilmiştir. Yapılan işlerin kullanıcılar üzerinde ne kadar etkili olduğu, onların istek ve ihtiyaçlarında ne oranda katkı sağladığı; kısacası tasarlanan ürünle kullanıcı arasındaki bağlantının nasıl olduğu araştırılmıştır. Araştırmaya, kullanıcı ön plana çıkarılarak tasarım sürecine nasıl dahil edilebilir ve tek bir ürünle birden fazla isteğe ve ihtiyaca nasıl çözüm bulunabilir sorularıyla yola çıkılmıştır. Sorulara bulunacak cevaplara ulaşmak için iki yöntem kullanılmıştır.

Modanın önemli ve yeniliğe açık tüketici kitlesi olarak değerlendirilen üniversite öğrencileri, araştırmanın evrenini oluştururken örneklem grubu olarak Ankara'daki öğrencilere anket geliştirilmiştir. Böylece ilk yöntem olan genel tarama modeliyle elde edilen verilerle anket ölçme aracıyla hedef kitle değerlendirmesi yapılmıştır. İkinci yöntem ise hedef kitleye yönelik olarak tasarlanacak tasarım seti için genellikle web tasarımında kullanılan persona ve senaryo oluşturma yöntemidir.

Oluşturulan persona ve senaryoya uygun olarak, sürdürülebilir moda için yeni bir öneri olarak düşünülen tasarım seti (kiti) hazırlanmıştır. Modüler yedek parçalardan oluşan ve isteğe göre farklı modellere dönüşebilen, değiştirilebilir bir bluzan gömlek seti tasarlanmıştır. Bu öneriyle kullanıcıların tasarıma dahil olması, kumaş israfının önüne geçilmesi ve bir ürünle birden fazla isteğe cevap bulunabilmesi amaçlanmıştır.

Bilim Kodu : 406

Anahtar Kelimeler : Tekstil ve Moda Tasarımı, Sürdürülebilirlik, Etkileşim Tasarımı, Ürün Tasarımı, Ürün Kullanıcı ve Kullanım Değerlendirmeleri, Ürün Kullanılabilirliği

Sayfa Adedi : 79

Danışman : Prof. Dr. Saliha AĞAÇ



USER-CENTERED DESIGN KIT APPROACH FOR
THE CONCEPT OF SUSTAINABLE FASHION

(Master Thesis)

Sevgi Gaye AYANOĞLU

GAZİ UNIVERSITY
ENSTITUTE OF FINE ARTS

July 2017

ABSTRACT

In the scope of research, the concept of sustainable fashion is evaluated by gathering various studies, strategies and practices devoted to the concept. The effect of the designs on the user, how much the user's needs and desires are fulfilled; in short the relation between the designed product and the user is investigated. As a starting point, the following problems are considered: How to include the user in the design process by focusing on the user and how to find a solution to several needs and desires with one product. In order to reply these questions, two methods were used.

A questionnaire was created for the university students in Ankara. These students are selected as the sample since they are considered to be the target audience of fashion and open to innovation. The first method consists in determining the questionnaire, based on data obtained by the general review model, to assess the target audience. The second method is the creation of Personas and Scenarios, which are generally used in web design to identify the target users.

As a new approach to sustainable fashion, a design kit is prepared based on the Personas and Scenarios. A modifiable blouse shirt kit that consists of modular spare pieces and, if necessary, transformable to different models is prepared. This approach aims to include the users in design, prevent fabric waste and respond to several needs with one product.

Science Code : 406

Key Words : Textile and Fashion Design, Sustainability, Interaction Design, Product Design, Product User and User Experience, Usability

Number of Pages :79

Advisor : Prof. Dr. Saliha AĞAÇ



TEŞEKKÜR

Araştırma sürem boyunca çalışmamın temelini oluşturmamda bana yardımcı olan, değerli görüşleriyle sabrını, bilgisini ve desteğini asla esirgemeyen değerli tez danışmanım Sayın Prof. Dr. Saliha AĞAÇ'a sonsuz teőekkürlerimi sunarım. Araştırma süresince ve öncesinde de bana ışık tutan, yolumu bulmamı sağlayan Serdar Egemen NADASBAŐ'a, koşulsuz şartsız her anlamda yanımda olan ablam Hande AYANOĞLU VAN GOLDE'ye, en önemli destekçim aileme, beni yetiştiren ve ufkumu genişleten tüm hocalarıma, fikir ve yardımlarıyla bana güç veren tüm arkadaşlarıma teőekkürü borç bilirim.



İÇİNDEKİLER

ÖZET	v
ABSTRACT	vii
TEŞEKKÜR	ix
İÇİNDEKİLER	xi
ÇİZELGELERİN LİSTESİ	xv
RESİMLERİN LİSTESİ	xviii
1. GİRİŞ	1
1.1. Problem Durumu	1
1.2. Amaç ve Önem	5
1.3. Sınırlılıklar	6
2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE	7
2.1. Sürdürülebilirlik ve Tasarım	7
2.2. Sürdürülebilir Moda	9
2.2.1. Malzeme odaklı tasarım	12
2.2.2. Kalıp odaklı tasarım	17
2.2.3. Modüler tasarım	20
2.3. Kullanıcı Odaklı Tasarım	22
2.4. İlgili Araştırmalar	25
3. YÖNTEM	29
3.1. Araştırmanın Modeli	29
3.2. Evren ve Örneklem	31
4. BULGULAR VE YORUMLAR	33
4.1. Tarama Yöntemiyle Ulaşılan Bulgular	33
4.1.1. Örneklem grubunun demografik özellikleri	33



4.1.2. Örnekleme grubunun giyim, moda ve sürdürülebilirlik ile ilgili alışkanlık ve düşünceleri	36
4.2. Kullanıcı Odaklı Tasarım Seti	46
4.2.1. Persona yaratma ve senaryo oluşturma	47
4.2.2. Tasarım seti	55
5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	65
KAYNAKLAR	69
EKLER.....	75
EK-1	76
ÖZGEÇMİŞ	79





ÇİZELGELERİN LİSTESİ

Çizelge 2.1. Sürdürülebilirlik için tasarım stratejileri özeti	11
Çizelge 4.1. Çizelge 4.1. Öğrencilerin yaş ve cinsiyet durumuna göre dağılımları	34
Çizelge 4.2. Okunan üniversite türünün, medeni durum ve cinsiyete göre dağılımı	34
Çizelge 4.3. Çalışma durumunun üniversite türüne göre dağılımı.....	35
Çizelge 4.4. Serbest zaman aktivitelerinin cinsiyete göre dağılımı	36
Çizelge 4.5. Giyim alışverişi alışkanlıklarına katılma durumu.....	38
Çizelge 4.6. Giyim ürününe ait unsurların öğrencileri etkileme durumu	39
Çizelge 4.7. Giysi beklentileri ve tutum durumları.....	41
Çizelge 4.8. Sürdürülebilir moda kavramına yönelik görüşlere katılma durumu	43
Çizelge 4.9. Giyim ürününe ait bölüm ve özelliklerin değiştirilebilir olma istek durumu.....	44



RESİMLERİN LİSTESİ

Resim 2.1. “Artıklar, Artık Çöp Değil” koleksiyonundan bir prototip.....	12
Resim 2.2 Şölen Kipöz’ün “Naif” isimli tasarımı.....	13
Resim 2.3. ReUse Republic tarafından düzenlenen yarışmadaki bir öğrenci çalışması.....	13
Resim 2.4. Gary Harvey’nin kot, trençkot, gazete ve kağıt malzemeli tasarımları.....	14
Resim 2.5. Akademi Ödülleri’nde Livia Firth Harvey tasarımı elbisesiyle.....	15
Resim 2.6. 1966 Vogue dergisinde Paco Rabanne “Chainmail” tasarımı	16
Resim 2.7. Deborah Miller’in plastik dantel gelinliği	17
Resim 2.8a. A-POC çalışmaları	18
Resim 2.8b. A-POC kullanımı	18
Resim 2.9. Puzzle yöntemiyle kesilmiş küçük siyah elbise ve kalıbı	19
Resim 2.10. Andrej Subarew’in tek parça kumaştan tasarladığı etek, bluz ve kalıbı	20
Resim 2.11. Undercover marka modüler önlük elbise.....	20
Resim 2.12. Henkaa marka “Sakura” değişebilir elbise	21
Resim 2.13. Blessus markasına ait koleksiyon	22
Resim 2.14. Oluşturulan örnek persona kartları.....	24
Resim 4.1. Selin	48
Resim 4.2. Senaryo sahnesi 1.....	50
Resim 4.3. Senaryo sahnesi 2.....	50
Resim 4.4. Senaryo sahnesi 3.....	51
Resim 4.5. Senaryo sahnesi 4.....	52
Resim 4.6. Senaryo sahnesi 5.....	53
Resim 4.7. Senaryo sahnesi 6.....	54
Resim 4.8. Senaryo sahnesi 7.....	54



Resim 4.9. Tasarım seti paket açılımı	56
Resim 4.10. Tasarım setine ait pantone kodları	57
Resim 4.11. Tasarım setinin örnek kullanımına ait illüstrasyonlar.....	57
Resim 4.12. Kombin detay 1.....	59
Resim 4.13. Kombin detay 2.....	60
Resim 4.14. Kombin detay 3.....	61
Resim 4.15. Kombin detay 4.....	62
Resim 4.16. Kombin detay 5.....	63
Resim 4.17. Kombin detay 6.....	64



1. GİRİŞ

1.1. Problem Durumu

Tasarımın Latince karşılığı olan dizayn (design) kelimesi biçim vermek, temsil etmek anlamında designare sözcüğünden gelir. İngilizlerin idea, Fransızların idée dedikleri bilinçli olan her kavramı dile getirir. Özetle, algı ve kavram arasındaki bağlama aracıdır. Löbach'a (1976, s. 14) göre "Tasarım nedir?" sorusunun cevabı "Bir sorunun çözümü için bir plandır, bir ide'dir". İlk olarak düşüncede var olan bir tasavvur (ide) olan tasarım, bir forma dönüşerek somutlaşır (Tunalı, 2004, s. 12; Haçerlioğlu, 2010, s. 401). Bir nesneye biçim ve işlev yaratma, tasarımın işidir. Tasarım kuramcılarının tanımları incelendiğinde "bir amaca yönelmiş problem çözme eylemi" (Archer, 1965, s. 58) ve "problem çözme yaratıcı eylemi" (Bayazıt, 1994, s. 6) gibi benzer tanımlar göze çarpar. Günlük hayatta her bireyin karşılaşabileceği problemlere bulunabilecek en iyi çözümler, bir takım süreçlerin takibi, yenilikçilik, özgünlük, fonksiyonellik, genel eğilimler ve güncelin farkındalığı gibi kaygılarla "iyi tasarımı" oluşturur. Genel eğilimler belirli dönemlerde farklılıklar gösterir ve güncel olanın farkındalığı, tasarıma yönelik olan ve olmayan tüm disiplinlerin takibiyle olabilir.

21. yüzyılda tasarımdan bahsederken bir takım kaygıların ön planda olduğu söylenebilir. Tüketim kültürü içinde, her şeyin hızlıca değer kaybettiği ve değiştiği dünyada tasarımcıların doğaya ve insan geleceğine yönelik kaygılarının tasarımları etkilemesi kaçınılmazdır. Özcan (2016, s. 5), sosyologların tarım ve endüstri devriminden sonra, bilişim devriminin insanlığın yeni devrimi olduğunu savunduğundan bahseder. Sadece kullanılan teknolojilerde değil, yaşam biçiminde de büyük bir değişim yaşandığı, iletişim araçlarının bilgi edinme ve öğrenme yöntemlerini, alışverişleri, sohbetleri, özetle her şeyi değiştirdiğini söyler. Bu süreç içerisinde tasarım anlayışı da değişmiştir.

Tasarım anlayışına yönelik değişimleri tetikleyen bir takım süreç ve unsurlara değinmek yerinde olacaktır. Küreselleşmeyle birlikte tüketim alışkanlıklarında değişiklikler olmakta ve en yoğun yaşandığı sektörlerin başında da moda sektörü

gelmektedir. Oluşan tüketim kültürü ise giysi modasında sezonların sayısını artırarak hızlı moda kavramını ortaya çıkarmıştır (Atılğan, 2015, s.21-23). Bununla beraber para kazanmak ve çalışmak zorunda olan insanların oldukça az boş vakitleri vardır ve üretmek için zamanları yoktur. Artık “doğanın bir parçası olan insan”, doğanın sömürücüsü olarak hayatta kalabilmektedir. Ekolojik dengeyi hasara uğratan ataerkil sistem, doğayla barışık şekilde yaşamını sürdüren dişi emeğini ve üretimini azımsayarak değersizleştirir. Böylelikle zamanla dişi ruhu zedelenecek üretmekten vazgeçer ve satın almaya başlar (Kipöz, 2015, s. 44-45). Özetle, üretimden, yaratıcılıktan ve doğadan uzaklaşan insan; kalite, alınan ürünün hammaddesi, üretim koşulları gözetmeksizin yeni olana sahip olma arzusuyla çarkları döndürür. Tarihe bakıldığında, her akımın ve her dönemin doğal bir değişim içerisinde olduğu görülmektedir. Moda tarihinde dönemin siyasi ve ekonomik koşullarına tepkiler, yine gelişen çeşitli akımlara ve kullanılan yöntemlere tepkiler yeni fikirleri doğurmaktadır. Bu durumda tasarıma yönelik fikirler ve problemler de değişmeye başlar. Endüstri ürünü, grafik ve medya gibi tasarım alanlarıyla karşılaştırıldığında estetik kaygıların daha fazla olduğu, temel ihtiyaçlar ve insan hayatını kolaylaştırmak gibi kaygıların geri planda kalarak daha çok güzel görünmek ve statü göstergesi gibi keyfi olarak nitelendirilebilecek ihtiyaçların ön planda olduğu moda tasarımı için de yeni bir dönem gündeme gelir. Bu dönemi keskin bir çizgiyle ayırmak mümkün olmasa da farkındalık kazanımı ve tasarımın tüm alanlarının benzer yoldan ilerleyişi açıkça görülmektedir.

Bayazit'in (2008, s. 345-368) “tasarımın çağdaş problemleri” olarak nitelendirdiği bu yeni dönemde tasarımcılara düşen sorumluluklar artmıştır. Geleceğe yönelik eğilimlerin (trendler) en önemli konularından birisi sürdürülebilirliktir. Toplumsal değişim ve teknolojik değişimler çok iyi irdelenerek yeni çözümlere ulaşma ve yeni tasarım fikirleri bu çağdaş problemler arasında gösterilmektedir. Doğal kaynakların kısıtlanmasıyla beraber, tüketiciler ve tasarımcılar önlemler konusunda düşünmeye başlamıştır. Bu anlamda geri dönüşüm, yeniden kullanılabilir malzemeler, tekrar kullanılabilen ürünler, israfın minimuma indirilebilmesi gibi konular önem taşımaktadır. Tüketimin ve insan hayatının hızlı akışına uygun yavaş ürünler, birden fazla çözüm üreten ve kullanım kolaylığıyla herkese hitap edecek tasarımlar (universal design), kullanıcı/tüketici merkezli, tüketiciyi tasarım aşamasında ön

planda tutan etkileşimli tasarımlar (interaction design) gibi birçok çağdaş fikir, tasarım süreçleri içerisine dahil edilerek ve hatta kendilerine yeni disiplinler açarak tasarımın geleceğine ışık tutmaktadır.

Sürdürülebilirlik ile ilgili en popüler tanım ilk kez Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Komisyonu (Bruntland Komisyonu) tarafından hazırlanan “Ortak Geleceğimiz” (Our Common Future) başlıklı raporda yer almaktadır. Bu tanıma göre sürdürülebilirlik, “bugünün gereksinimlerini gelecek kuşakların kendi gereksinimlerini karşılamalarını engellemeyecek biçimde karşılayabilmektir.” Yani gelecek nesillerin de en az kendinden bir önceki nesil kadar var olan doğal kaynaklardan yararlanma hakkı vardır. Sürdürülebilirliğin doğanın korunmasını esas alan *ekolojik* hammadde ve iş gücü israfının önlenmesini esas alan *ekonomik ve insan hakları/işçi hakları* insan sağlığıyla ilgili konuları esas alan *sosyal/etik* olmak üzere üç boyutundan bahsedilmektedir. Bununla beraber bütün bir süreç olarak ele alındığında üretim, tasarım ve tüketim boyutlarında da değerlendirilebilmektedir (Gürcüm ve Yüksel, 2012, s. 48-51; Kipöz, 2015, s. 117).

Fletcher (2008) ise, moda ve tekstilde sürdürülebilirliği dört başlıkta özetler. İlk olarak liften kumaşa kadar tasarımlarda kullanılacak tüm malzemelerin bilincinde olmak; uzun süreli kullanım sağlayan, ekosisteme zararlı olmayan, geri dönüşümlü malzemelerin kullanımı gündeme gelir. Bir diğeri etik kaygılardır. Atıkların yol açtığı hava ve su kirliliği, üretimde rol oynayan çalışanların iş güvenliğinden çalışma saatleri gibi özlük haklarına kadar tüm durumlar bu etik kaygıların alt başlığıdır. Ürünlerin kullanım durumları ise diğeri bir başlıktır. Giysilerin üretimi dışında yıkanması, kolay yıpranması gibi durumların yol açtığı ekonomik kayıplar, giyim süresinin kısılmasını engelleyebilecek akıllı kumaş fikirleri veya kullanım önerileri bu gruptadır. Son olarak ise tekrar kullanım, geri dönüşüm ve firesiz kumaş kesimi (reuse, recycling, zero waste) fikirlerinden oluşan başlık gelir. Giysilerin yeniden ve uzun süreli kullanımı, değişimi, daha önceden var olan tekstil malzemeleriyle yeni ürünler yaratmak, modüler tasarımlar, kumaşta fire vermeyen yeni kalıp fikirleri geliştirmek veya fire veren parçaları başka alanlarda değerlendirmek gibi tasarım fikirleri ise bu başlığın altında değerlendirilir (Fletcher, 2008). Bahsedilen tüm ana

ve alt başlıklar, sürdürülebilir moda kavramının ne denli geniş bir yelpazeye sahip olduğunu açıkça ortaya koymaktadır.

Tez önerisinin problem durumunda sürdürülebilir moda kavramının yalnızca “tasarım fikirleri” boyutunda değerlendirilmesi planlanmıştır. Bu durumda bu alanda halihazırda var olan bir takım tasarım fikirlerine ve uygulamalarına değinmek gerekmektedir. Fletcher’ın (2008, s. 3-95) başlıklarından faydalanarak malzeme bilinci ve geri dönüşüm, malzemelerin yeniden kullanımı ile birlikte değerlendirilebilir. Giysilerin üretiminden başlayarak, kalıp parçalarının kumaş üzerine serilmesi, kumaşların fire vermeyecek şekilde kalıpların tasarlanması gibi detayların ön planda olduğu ayrı bir grup tasarım fikri ve son olarak da tüketicilerin kullanımına yönelik, tasarıma dahil olabildikleri, değiştirilebilir, farklı alanlarda kullanılabilir modülerlik fikri ana başlıklar olarak ifade edilebilir. Bu durumda üç başlık gündeme gelmektedir. Bunlar; malzeme odaklı tasarım, kalıp odaklı tasarım ve modüler tasarımdır. Başlıklar birbiri içerisinde de değerlendirilebilir olduğundan ve yeni sentezler dahil olduğundan tasarım fikirleriyle ilgili kesin ayrımlar yapabilmeyi mümkün olmadığı bilinmektedir. Sherin’e (2013, s. 13) göre, tasarımcıların bazıları malzemeye; bazıları ürün ve hizmetlerin kullanıcıyla olan etkileşimine bazıları da kullanım, yeniden kullanım ve geri dönüşüm gibi unsurlara odaklanarak sürdürülebilirlik üzerine uygulamalar yapar. Buna rağmen bahsedilen örneklerle sınırlandırmamak gerekir; çünkü sürdürülebilirlik bu alanda çalışanların ileriye görebilme ve gelişime açık olabilme durumlarına göre birbirinden farklı birçok unsurla sağlanabilir.

Sürdürülebilir moda tasarımı alanında tüm bu fikirler gözden geçirildiğinde, bir kısmı yeni fikirlerin ortaya çıkması yönünden basamak olurken, bir kısmının farkındalık yaratma düzeyinde kaldığı söylenebilir. Bazı tasarım fikirleri kendilerine seri üretimde, hazır giyim veya kişiye özel giyimde yer bulabilirken, bazıları moda tüketicisinin arzu ve isteklerine yaklaşamamıştır. Sürdürülebilir tasarımın moda ayağındaki projeler incelendiğinde, tüketicinin ihtiyaçları, satın alma davranışları ve estetik kaygıları çoğunlukla geri plana atılarak, tüketicinin hayat tarzına uymayabilecek, sınırlı veya tüketiciyi tasarımın içerisine dahil etmeyen bazı tasarımlar göze çarpmaktadır. Araştırmanın problemi ise tam da burada

başlamaktadır. Atılğan'ın (2015, s.73), hızlı moda kavramının tüketici açısından değerlendirilmesi amaçlı bir araştırmasında “Giyim alışverişi yapma ihtiyacınızı yaratan temel faktör nedir?” sorusuna tüketicilerin yarısına yakını “İhtiyaç hissettiğim için” yanıtını vermiştir. “Değişik ve güzel görünme isteği” ise ikinci yüksek oranlı giysi satın alma nedenleri arasındadır. Bu durumda tüketicilerde bu “ihtiyacı” yaratan unsurlar üzerine düşünmek, estetik kaygıya sahip farklı olma isteğine bir çözüm bulmak gereklidir.

Problem cümlesi, sürdürülebilir moda alanındaki proje ve fikirlerin değerlendirilerek belirtilen unsurlara yönelik olarak “Yaratıcı ve üretken kullanıcı ön plana çıkarılarak tasarım sürecine nasıl dahil edilebilir, tek bir ürünle birden fazla isteğe ve ihtiyaca nasıl çözüm bulunabilir?” sorularıyla ortaya çıkmıştır.

1.2. Amaç ve Önem

Araştırmanın genel amacı, sürdürülebilir moda tasarımı alanındaki fikir ve uygulamaları irdeleyerek, tüketicilerin ihtiyaçlarına uygun çözüm önerilerini değerlendirmektir. Bu değerlendirmeleri yaparken, tüketici kişiliklerine yönelik ölççekler uygulayarak hedef kitleyi ve hedef kitle ihtiyaçlarını belirlemek, diğer tasarım disiplinlerinden kullanıcı odaklı yaklaşım yöntemlerini kullanarak örnek olabilecek bir tasarım fikri sunmak amaçlanmıştır.

Araştırmanın en önemli amacı, sürdürülebilir moda alanında, moda tüketicilerini ön plana alarak, sürdürülebilirliğin üç boyutu olan çevre, insan ve ekonomi için faydalı bir ürün ortaya çıkarmaktır. Bu ürünü ortaya çıkarmak için kullanılacak yöntemle ise farklı tasarım disiplinlerini birleştirmek amaçlanmıştır. Tüketicinin giyim modasına yönelik ihtiyaçlarının, istek ve alışkanlıklarının belirlenmesi, sürdürülebilir modaaya yönelik yaklaşımlarının değerlendirilmesi ise alt amaçlar arasındadır.

Araştırma ile toplanacak veriler, sürdürülebilir modaaya yönelik tasarım yaklaşımlarını güncelleştirip, üzerinde tartışma ve yeni araştırma olanakları sağlayacaktır. Moda tasarımcılarının, tasarımın güncel problemlerine yönelik farkındalığını artırmak, tasarımın “problem çözme” anlamı üzerine yoğunlaşarak

diğer tasarım disiplinlerinin kullanıcı odaklı tasarım süreci yaklaşımlarıyla giysi tasarımını birleştirmek açısından da önemlidir. Bunların haricinde moda alanına yönelik güncel sürdürülebilir eğilimler ve tüketicilerin beklentileri de göz önüne alınarak aralarındaki bağlantının sağlanması, moda sektörüne ait firmaların ve tasarımcıların sürdürülebilir tasarıma yönelik politikalarını yeniden gözden geçirebilmeleri ve yeni inovatif fikirlere açık hale gelmeleri öngörülmektedir.

Araştırma, diğer disiplinlerde ve tasarım alanlarında, benzer yöntemler kullanarak üretilebilecek yeni fikirlere rehber olması ve ulaşılabilecek yeni tasarım fikrinin yeni araştırmalarda değerlendirilerek geliştirilebilir bir basamak olması açısından da önemlidir.

1.3. Sınırlılıklar

Araştırmanın aşağıda yer alan sınırlılıklar kapsamında yürütülmesi planlanmıştır:

Araştırma sonucunda ulaşılabilecek tasarım seti (kiti) fikri, örneklem grubuna yapılacak ankette, marka kişiliklerine yönelik ölçeklerle belirlenen yüksek oranlı kişilik tipi baz alınarak oluşturulacak karakter (persona), bu karaktere ait üretilecek senaryo, tasarım süreci ve çizimlerle sınırlandırılmıştır.

Tasarım kitinin oluşturulacağı ürün grubu “bluzan gömlek” ile sınırlandırılmıştır.

Araştırma verilerinin toplanacağı alan Ankara’da devlet ve özel üniversitelerde öğrenim gören lisans öğrencileri ile sınırlandırılmıştır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Sürdürülebilirlik ve Tasarım

Dünya nüfusunun hızla artışı ve küreselleşme gibi etkilerle 21. yüzyılda ekolojik sorunlar, giderek insanları gelecekle ilgili önlemler almaya itmiştir. Eksilen kaynaklar ve değişen iklim koşulları tüm insanlığın sorumluluğu haline gelmiştir. Mevcut koşulların bozulmadan bir şekilde devamlılığının sağlanması “sürdürülebilirlik” olarak literatürde yerini almıştır (Bayazıt, 2008, s. 346).

Snyder (1974, s. 99) sürdürülebilirliği, şimdiki zamanı kaygısızca yaşama imkanı gelecek kuşaklara da sağlamak olarak tanımlar. Böylelikle yaşanan zamanda sahip olunan doğal kaynaklar israf edilmeden, değiştirilmeden, üretim ve tasarım gerçekleştirilmelidir. Sürdürülebilirlik kavramı ilk kez Norveç başbakanı G. H. Brundthland başkanlığında Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Komisyonu tarafından 1987’de ortaya konulmuştur. “Ortak Geleceğimiz” raporuna göre “mevcut gereksinimleri karşılarken gelecek kuşakların gereksinimlerini karşılama yetisini koruyan girişim” olarak tanımlanmıştır. Bruntland Raporu’nun ardından 90’lı yıllardan başlayarak çevresel sorunların kapsamlı olarak ele alındığı ve sürdürülebilir kalkınmanın sağlanması konularıyla ilgili olarak çeşitli konferanslar düzenlenmiş, protokoller imzalanmış ve müzakereler yapılmıştır (Poyraz, 2015, s. 4; Gürcüm ve Yüksel, 2012, s. 50).

Sürdürülebilirlik kavramıyla ilgili yapılan tanımların çoğunun, gelecek kuşakların yaşayışlarının önemsenmesi gerektiğine yönelik olduğu görülmektedir. Tüketim toplumunun, 1980’lerin sonlarına doğru, oldukça tükettikleri ve tahrip ettikleri yaşam alanları sebebiyle gelecek kuşaklar için kaygı içerisinde olduğu söylenebilir. Bu kaygıyla beraber ortaya çıkan sürdürülebilir tasarım yaklaşımları, Coşkun’a (2016, s. 85-86) göre, mimarlık ve ürün tasarımında 90’larda ortaya çıkmıştır. Daha çok kaynakların ve malzemelerin ürün veya yapı için doğru kullanılması üzerine yoğunlaşmıştır. Başlangıçta geri dönüşümlü malzemelerin kullanılması ön planda iken tartışmaların ölçeği değişerek yalnızca ürün ve binalar değil şehirlerin sürdürülebilir olmasından bahsedilmektedir.

Robinson (2004, s. 381), sürdürülebilirliğin sosyal, ekonomik ve ekolojik olarak 3 boyutta analiz edilebilecek bir süreç olduğunu savunmaktadır. Buna göre tüm bu boyutların eş zamanlı düşünülmesi gerekmekte olup, sürdürülebilir yaklaşımların belirlenebilmesi ve uygulanabilmesi için disiplinler arası ortak çalışmaların yapılması oldukça önemlidir. Daily (1997, s. 4-5), çevresel (ekolojik) sürdürülebilirliğin kaynak kullanımında uzun vadeli çözümleri, ekonomik sürdürülebilirliğin sermaye birikiminin sonraki nesle aktarımına yönelik çözümleri ele almaktadır. Sosyal sürdürülebilirlik ise ekolojik ve ekonomik boyutla yakından ilişkili olup, insan kaynaklı tüm faaliyetlere yönelik çözümleri ele almaktadır. (James, 2015, s. 24) Bu durumda bahsedilen üç unsurun birbirinden bağımsız olmadığı, birbiri içerisinde farklı çerçevelerde de değerlendirilebileceği görülmektedir.

Stegall (2016, s. 166-167), tasarım alanının sürdürülebilirlik için “esaslı bir odak noktası” haline geldiğini söyler. Neredeyse her şirketin, ürün tasarımı ve imalatında toksik malzemelerin kullanımını kısıtlayan tasarım kılavuzları ve yönetmelikleri vardır. Fakat “çevre için tasarım” a yönelik mevcut görüşler ürünün yalnızca fiziksel niteliklerine odaklanıldığından sürdürülebilirliği bütünüyle çözemediği tartışılmaktadır. Stegall bunu şöyle açıklar: Bir şirket yalnızca güneş enerjisi harcayan, hiçbir toksin yaymayan ve yüzde yüz geri dönüşebilen bir ürün ortaya çıkarsa bile; kullanıcı, kullanım süresinin sonunda geri dönüşüm için geri getirmediği takdirde sürdürülebilirlik sağlanamayacaktır. Benzer biçimde geri dönüştürülebilir çelikten yapılan bir balta, bir ormanı kesmek için kullanıldığında yine olumsuz çevresel bir etki ortaya çıkacaktır. “Karmaşık sosyolojik bir ikilem” olarak ifade edilen sürdürülebilirliği gerçekliğe kavuşturmak için insanları, sürdürülebilir davranışlar benimsemeye ikna etmek gerekmektedir. Burada tasarımcının rolü ise yalnızca sürdürülebilir tasarımlar ortaya çıkarmak değil, toplum tarafından benimsenecek ürün ve süreçler üzerine gitmektir. Sürdürülebilirlik ve tasarımın böylece bir bütün halinde, gelecek kuşaklar için mevcut durumun korunduğu ve iyileştirildiği yaşam alanları bırakacağı düşünülmektedir.

2.2. Sürdürülebilir Moda

Gürçüm ve Yüksel (2012, s. 48), sürdürülebilir modayı; çevreci, geri dönüştürülebilir, yüksek kaliteli ürünlerin yer aldığı moda akımı olarak tanımlamaktadırlar. Hethorn ve Ulasewicz (2015, s. XXIV-XXV) ise, devamlılığı ifade eden “sürdürülebilir” sözcüğüyle, değişimi ifade eden “moda” sözcüğünün birarada kullanılmasının doğru olup olmadığının sorgulanmaya devam edildiğini vurgularlar. “Sürdürülebilir moda”nın bir oksimoron örneği olduğunu savunurlar. Diğer tasarım alanlarıyla sürdürülebilirlik rahatça birbirini tamamlarken, moda endüstrisinin tam anlamıyla sürdürülebilirliği benimsediğini söyleyebilmenin mümkün olmadığı tartışılmaktadır. Bu durumda moda olanın nasıl sürdürülebilir olarak tasarlanması, geliştirilmesi, üretilmesi, kullanılması veya yeniden kullanılması sağlanır sorularının cevabını vermek gereklidir.

Wallinger (2014, s. 151-152), modanın çevresel ve etik sorumluluklarıyla ilgili kilit fikir ve terminolojilerinin bulunmamasının, tema ve örnekler belirleyerek sürdürülebilir modanın alanlarına karar vermekte ciddi problemlere sebep olduğunu öne sürer. Bu problemlerin, sürdürülebilir moda için çalışmaların ve dolayısıyla farkındalıkların ve tarihteki örnekleri incelemenin artmasıyla beraber yavaş yavaş ortadan kalkacağı öngörülmektedir.

Modanın nasıl sürdürülebilir kılınabileceğine yönelik çeşitli alt başlıklar gündeme gelmektedir. Bunlara örnek olarak Hethorn ve Ulasewicz’in (2015, s. 2-25, 129-131, 265-267) insan, süreç ve çevre olarak belirlediği üç başlık verilebilir. Bu başlıklara göre “insan”, tasarımcı, terzi, üretici ve tüketici gibi birçok farklı bakış açısında kendine yer bulabilmektedir. Bu durumda, tüm bu alanlardaki insanların sürdürülebilirlikle ilgili farkında olması, daha sağlıklı, daha çevreci ve insan haklarına saygılı bir gelecek modası için çaba sarfetmesi gerekmektedir. Bir diğer başlık olan “süreç” ise, üretim ve ekonomi alanlarını kapsamaktadır. Aşırı üretim ve tüketim, uzun vadede gereksiz atıkları, çevre kirliliğini ortaya çıkararak yaşanamaz bir gelecek vaatmektedir. Harcanan ve zamanla kaybolması öngörülen kaynaklar ciddi sıkıntılar doğurmaktadır. Bu alan, üretimde daha ekonomik fikirler, fire vermeyen kalıp tasarımları veya atıkların üretime dahil edilebilmesi gibi çalışmaları

kapsamaktadır. Son başlık olan “çevre” ise, giysi üretiminde kullanılan lif, kumaş ve diğer tekstil malzemelerinin kullanımında çevresel kaygılar taşımak, geri dönüşüm, yeniden kullanım gibi sürdürülebilir fikirleri kapsamaktadır.

Fletcher (2008) ise, sürdürülebilir modayı dört başlıkta özetler. Bunlar, “malzeme bilinci, etik kaygılar, ürün kullanımı ve çevreci/ekonomik yaklaşımlar” olarak başlıklara ayrılmıştır. Başlıkların kapsam alanları değişse de, moda için sürdürülebilir fikirlerin tamamı kendine bir başlık altında yer bulabilmektedir. Burada önemli olan, başlıklar değil, modanın nasıl sürdürülebilir kılınacağı sorusuna verilecek cevaplardır. Sürdürülebilir moda için örnek verilen başlıklar incelendiğinde, “sürdürülebilir tasarım stratejileri”nden yola çıkarak oluşturulduğu söylenebilir. Gwilt (2014, s. 42) sürdürülebilir stratejileri, moda tasarımı ve üretimine uygulandığında şu esaslara dayandığını belirtir: “Kaynak kullanımını azaltmak, olumsuz çevresel etkisi düşük süreç ve kaynak seçimi, üretim ve dağıtım tekniklerini geliştirme, kullanım süresince olumsuz çevresel etkileri azaltma, giysi ömrünü ve atık kullanım tekniklerini iyileştirme”.

Sürdürülebilir tasarım stratejilerinin özeti olarak sunulan Eko-tasarım Stratejileri Çarkı (Ecodesign Strategy Wheel) Carolien van Hemel (1998, s. 30) tarafından hazırlanarak tasarımcıları ürünün yaşam döngüsü ile ilgili bilgilerle desteklemektedir. OKALA Eko-tasarım Rehberi’nde (The OKALA Ecodesign Guide) (White, Belletire, & Louise, 2007, s. 34) ise Van Hemel’in çarkı güncellenerek, ürün döngüsünün 5 aşaması içerisinde yer alan stratejiler belirlenmiştir (Bknz. Çizelge 2.1). Belirlenen stratejilerin sürdürülebilir moda için de önemli bir rehber olduğu söylenebilir. Gwilt (2014, s. 43) de, moda tasarımcıları için belirlediği sürdürülebilir tasarım stratejilerinde aynı ürün döngüsünü gündeme getirerek moda ve tekstil alanı için örneklerle güncellemiştir.

Fletcher (2014, s. 567-571), sürdürülebilir tasarım stratejilerinin, farklı temalarla genişletilebileceğini savunurken, stratejiler için belirlenen hedeflerin her birinin birçok disiplin için olabileceği gibi moda sektörü için değerlendirilebileceğine yönelik örnekler sunmaktadır. Bununla beraber, moda sektörü için

sürdürülebilirliğin, malzeme ve tedarik zinciri, amaç ve öncelikleri gibi unsurlarda zor olduğunu vurgulamaktadır.

Çizelge 2.1. Sürdürülebilirlik için tasarım stratejileri özeti

Ürün yaşam döngüsü aşaması	Hedefler	Stratejiler
Malzeme seçimi	Çevreye az etkili malzeme seçimi	-İnsan ve çevre sağlığına zarar verecek malzeme kullanımından kaçınma -Minimum kaynak kullanma -Yenilenebilir kaynaklar kullanma -Ürün artıklarını kullanma -Geri dönüşümlü veya yeniden kullanılabilir malzemeleri kullanma
Üretim	Üretimi iyileştirme	-Üretim artıklarını azaltma -Üretimdeki enerji kullanımını azaltma -Üretim metodları ve süreçlerini azaltma -Bileşen ve malzeme sayılarını azaltma
Dağıtım	Verimli dağıtım yapma	-Ürün ve paketleme ağırlıklarını azaltma -Yeniden kullanılabilir veya geridönüştürülebilir ambalaj kullanma -Verimli nakliye sistemi kullanma -Yerli üretim ve montaj kullanma
Ürün kullanımı	Az etkili kullanım için tasarlama Ürün ömrünü iyileştirme	-Gereksiz enerji ve su kullanımını azaltma -Gereksiz ürün kullanımını azaltma -Uzun süreli ürün bakımı için kullanıcı isteklerini dikkate alma -Geri dönüşüm sistemlerine yönelik tasarım -Dayanıklılık sağlama -Bakıma ve kolay tamire uygun ürün tasarımı -Güncelleştirilebilir tasarım -İkinci bir kullanım alanı sağlayan farklı fonksiyon tasarımı
Kullanım ömrünün sonu	Kullanım ömrü sonrası yapılabilecekleri iyileştirme	-Ürün toplama entegrasyonu sağlamak -Demontaj kolaylığı sağlama -Geri dönüşüm veya ayrıştırma sağlama -Tekrar kullanım (reuse) için tasarlama -Ürün bileşenlerinin yeniden kullanımını sağlama -Biyolojik olarak ayrıştırılabilirlik sağlama -Güvenli imha edilebilirlik sağlama

Sürdürülebilir moda kavramına yönelik stratejiler, yapılan gruplandırmalar ve temalar, yalnızca tasarım ayağı için yeniden değerlendirilebilir. Bir moda tasarımcısı için tasarladığı ürünün, kullanıcıyla buluşmasında; örneğin dağıtımında söz sahibi olması beklenemez. Kullanıcının ürünü kaç kez yıkadığı, ürünün kullanım süresi dolduğunda nasıl değerlendireceğine yönelik olarak da söz sahibi olamaz. Bununla beraber kullanıcıya ulaşmadan üretim esnasında yapabilecekleri vardır. Tasarımı için kullanabileceği malzemeleri, kullanıcı için fonksiyonelliği sağlayabilir. Bu

sürdürülebilir tasarım fikirlerine odaklanıldığında, Fletcher'ın (2008) başlıklarından, Gwilt'in (2014) sürdürülebilir tasarım stratejileri değerlendirmelerinden ve OKALA Eko-tasarım Rehberi'nden (White ve diğerleri, 2007) faydalanarak malzeme bilinci ve geri dönüşüm, kalıpların tasarlanması ve tüketicilerin tasarıma dahil olabildikleri, değiştirilebilir, modülerlik ana başlıklar olarak ifade edilebilir. Bu durumda üç başlık gündeme gelmektedir. Bunlar; birbiri içerisinde de değerlendirilebilir başlıklar olarak, malzeme odaklı tasarım, kalıp odaklı tasarım ve modüler tasarımdır.

2.2.1. Malzeme odaklı tasarım

Sürdürülebilirlik denilince akla ilk gelen fikirlerden birinin geri dönüşüm olduğu görülmektedir. Modanın sürdürülebilirliği için ise atık malzemelerin değerlendirilmesi önemli bir adım olarak görülmektedir. Kılıç (2013, s. 2), yüksek lisans tezinde giyim sektörünün ekolojik sisteme en çok zarar veren sektör olduğundan yola çıkarak işletmelerin üretim artıklarından tasarımlar oluşturulabileceği üzerine yoğunlaşır. “Artıklar, Artık Çöp Değil” temalı koleksiyonunda giyim firmalarından kumaş, yardımcı malzeme ve aksesuarlardan oluşan giyim artıklarını toplayarak tasarımlarını oluşturur (Bknz. Resim 2.1). Koleksiyonun geneline parçalı modeller hakim olup, kumaş artıklarının geometrik formlarda kırkyama (patchwork), applike gibi yöntemlerle veya el dikişleriyle bir takım süslemelerle oluşturulduğu görülmektedir.



Resim 2.1. “Artıklar, Artık Çöp Değil” koleksiyonundan bir prototip (Kılıç, 2013, s.115)

Tasarımların hammaddesi olarak kullanılabilirler artık malzemelerin haricinde eski, giyilmeyen kıyafetlerin dönüşümüne de örnekler görülmektedir. Şölen'e (2015, s. 65) göre bu dönüşüm "giyilmeyen, bozulmuş, zarar görmüş, lekeli ve yırtık olandan kurtulmak yerine, giysinin yaşanmışlığından kalan izler giysinin hafızasını canlandırırmasına yeni bir törensel tasarım deneyimi" olarak ifade edilir. "Ahimsa: Giysilerin Öteki Yaşamı" koleksiyonunda bir takım duygu ve hislerden de yola çıkarak eski kıyafetlerin belli parçalarını kullanarak kolaj yöntemine benzer biçimde yeni tasarımlara dönüştürür. Koleksiyona ait "Naif" isimli parçada, 1940'lara ait bir elbise, bedeninde uygulanan antika dikişi, düğmeleri, yakası ve kolları korunarak, eteğine pamuklu ve ipek gömleklere ait parçalar yerleştirilmiştir. Belinde ise el nakışı tülbent bir bandana kemer olarak kullanılmıştır (Bknz. Resim 2.2).



Resim 2.2 Şölen Kipöz'ün "Naif" isimli tasarımı(http://www.aassm.org.tr/Etkinlik_Bilgi/Ahimsa/247)



Resim 2.3. ReUse Republic tarafından düzenlenen yarışmadaki bir öğrenci çalışması (<http://www.kalamari.ee/images/gallery/270/reuse-vabariik-7.jpg>)

Araştırılan örneklerdeki malzemelerin dönüşümü, “upcycle” yani “ileri dönüşüm” (Fogg, 2014, s. 488) veya “değerini yükselterek dönüştürme” (Ovacık, 2015, s. 54) olarak çevrilen bir kavramın çatısı altında kendine yer bulmaktadır. Geri dönüşüm bir ürünün yeni bir malzeme veya life dönüştürülmesidir ve iki tipte ifade edilebilir. Bu dönüşüm, dönüşülen ürünün kalitesinin başlangıçtaki ürüne kıyasla azalmasıyla ise “downcycling” ürünün kalitesi ve değeri bu dönüşümde artıyorsa “upcycling” (ileri dönüşüm) olarak tanımlanmaktadır (Niinimaki, 2013, s. 18). “Naif” örneğindeki ileri dönüşüm, aynı zamanda eski kıyafetlerin yaratıcı biçimde yeniden kullanımı olarak ifade edilebilir. Benzer bir yaratıcı yeniden kullanım örneği Finlandiya’da ReUse Republic markası tarafından gerçekleştirilmiştir (Bknz. Resim 2.3). 2011 yılında Helsinki’de ikincisi gerçekleşen etkinlikte 13 genç tasarımcı moda markalarının başlılarıyla aldıkları kullanılmış kıyafetleri yeni tasarımlara çevirmişlerdir (Niinimaki, 2013, s. 15).



Resim 2.4. Gary Harvey'nin kot, trençkot, gazete ve kağıt malzemeli tasarımları
(http://static.wixstatic.com/media/1c24ee_60bb6dbe6f2fdde94184c57f1e68734e.jpg_srz_970_264_85_22_0.50_1.20_0.00_jpg_srz)

Gary Harvey'in 42 adet Levi's 501 marka kot pantolonları bozup yeniden düzenleyerek couture giysiler hazırladığı koleksiyonu, eski kıyafetlerin dönüşümü çatısı altında değerlendirilebilir (Bknz. Resim 2.4). Burada alt beden bir ürün grubunun, farklı ürün gruplarına ve detaylarına bürünmesi önemli bir esin kaynağı olarak düşünülebilir. Livia Firth tarafından 2011 yılında 83. Akademi Ödülleri'nde giyilen gece elbisesi, Harvey'nin ileri dönüşüm tasarımı adına önemli bir örnektir. Dikiş için kullanılan iplik haricinde tüm kumaş, fermuar ve diğer malzemeler Londra'daki yardım dükkanları ve butiklerden toplanmış, kullanılmış malzemelerdir. 11 adet farklı vintage elbise, Harvey tasarımının oluşmasını sağlamıştır (Bknz. Resim 2.5). Burada söylenmesi gereken ve tasarımı önemli bir konuma taşıyan detay,

tamamı dönüştürülmüş malzemelerden yapılmış olan elbisenin, kırmızı halı için oldukça yeterli görülmesidir (Fogg, 2014, s. 489).



Resim 2.5. Akademi Ödülleri'nde Livia Firth Harvey tasarımı elbisesiyle
(http://www.universojatoba.com.br/wp-content/uploads/2014/04/Ujatoba_moda_06.jpg)

Gary Harvey'nin atık malzemeleri kullandığı 2008 ilkbahar/yaz koleksiyonundaki "gazete elbisesi" de ileri dönüşüm olarak değerlendirilmektedir. Tekstil malzemesi olması gerekmeden atık malzemelere değer katarak yeni tasarımlara dönüştürmektedir. 30 adet Financial Times gazetesini dekoratif detaylar olarak tasarımına taşıyan Harvey'nin birçok tasarımı da sürdürülebilirliğe dikkat çekmiştir (Fogg, 2014, s. 487-489). Sadece kumaş giysilerin yapıldığı sistematik anlayışı yıkan ilk tasarımcı olarak ise Paco Rabanne'den de bahsetmek gereklidir. Paco Rabanne'in tel ve pense ile yapılmış "Chainmail" zincir zırlı elbiseleri (Bknz. Resim 2.6) iğne ve ipliği gereksiz kılmış; ancak üretim maliyetlerini artırmıştır (Göksel ve Gökmenoğlu, 2012, s.279-291). Üretiminde dikiş makinesi yerine metal keski, pense ve lehim kullanılmıştır. Rabanne'in "Güncel Malzemelerden Yapılmış On İki Giyilemez Elbise" ismini verdiği terzilik tekniğinden kaçındığı koleksiyonu, malzemelerin geri dönüşümüne öncülük ederek, döneminde modada fütürist bir görünüm olarak anılmıştır (Fogg, 2014, s. 377). Yüksek maliyetli oluşuyla seri üretime uygun olmayan bu tasarımlar, öncü olduğu tüm fikirlere karşın tüketici tarafından kabul görmediği söylenebilir.



Resim 2.6. 1966 Vogue dergisinde Paco Rabanne “Chainmail” tasarımı
(http://images.vogue.it/imgs/galleries/encyclo/moda/009664/13-4528_0x420.jpg)

Tekstil malzemeleri dışında giysi tasarımında kullanılan bir diğer malzeme plastiktir. Deborah Miller, 2000’lerden bu yana ekoloji bilinçli tasarımlara yönelmiş ve “Ecouture” ismini verdiği kişiye özel couture koleksiyonunda “dantel gelinliğini”, beyaz plastik poşetleri eriterek üretmiştir. Japonların “Shibori” kumaş boyama tekniğinden ilham alarak, düğümlenen poşetlere ütüyle ısı verilmiş ve arasına da yarı saydam aydınlar kağıtlar konmuştur. Isının etkisiyle eriyen plastik, dantel görünümüne girerek ipek tül üzerine applike edilmiştir. Geri dönüştürülen naylonun dantel ağ görünümü kristal taşlarla süslenecek gelinlik tasarımı yapılmıştır (Bknz. Resim 2.7) (Miller, 2007). Miller’ın deneyi, tasarımda geri dönüştürülebilen plastik malzemelerin, yüksek kalite kişiye özel dikimlerde de kullanılabileceği ve estetik görünümlerin elde edilebileceğini göstermiştir. Bununla beraber geri dönüştürülen malzemelerin yanında estetik ve giyilebilirlik sağlamak adına kumaş ve diğer tekstil malzemeleri de kullanılmıştır.



Resim 2.7. Deborah Miller'in plastik dantel gelinliği
(<http://www.deborahmilner.net/images/ecou07.jpg>)

2.2.2. Kalıp odaklı tasarım

Fonksiyonel tasarımı sebebiyle modüler çatısı altında değerlendirilebilmenin yanında, kumaş kullanımının kısıtlanarak kalıp tasarımıyla ön plana çıkan örneklerden biri A-POC'tur (A Piece of Cloth). "Bir Kumaş Parçası" anlamına gelen bir kısaltma olan A-POC, Issey Miyake ve Dai Fujiwara'nın geliştirdiği bir kavramdır. Boru şeklinde örölmüş, borunun iki tarafı da belli yerlerden birleştirilmiş, kumaşın hiç ziyan edilmediği bir pastal planıyla kimonoya benzer kumaş parçaları, tüketicinin giysisinin uzunluğuna karar verebildiği yarı-bitmiş tasarımlara dönüşür (Bknz. Resim 2. 8a-b). A-POC'la beraber seri üretim ve ısmarlama giyime bir arada bulunan çözüm, teknoloji ve yaratıcı düşünmenin sonucunda ortaya çıkmıştır. Diğer yandan da tüketici tasarımının son aşamasında da olsa giysisinin üretimine bir anlamda dahil olması açısından da önemli bir yeniliktir (Kim, Fiore ve Kim, 2014, s. 134; Fogg, 2014, s. 502).



Resim 2.8a. A-POC çalışmaları
(http://ic.pics.livejournal.com/agritura/16089606/3641335/3641335_900.jpg)



Resim 2.8b. A-POC kullanımı (https://www.wired.com/wp-content/uploads/archive/wired/archive/12.04/images/FF_162_miyake_1.jpg)

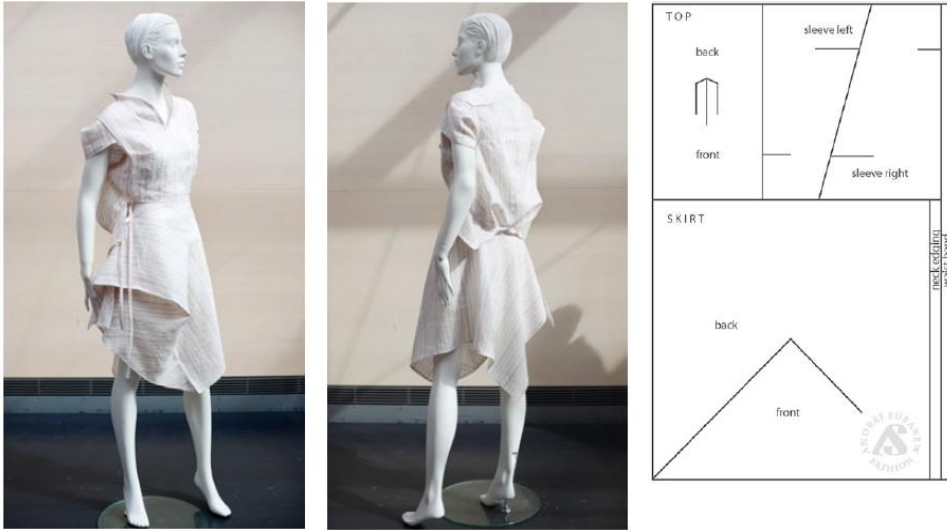
Kumaşın hiç ziyan edilmeden kullanımının yanısıra “zero-waste design” yani kumaş firesiz tasarım olarak çevrilebilen bir sürdürülebilir tasarım fikrinden de söz etmek gerekebilir. Carrico ve Kim (2014, s.59-61), yaratıcı kalıp tasarımına yönelik firesiz kumaş kesimleriyle yapılan çalışmaları derleyerek bunları gruplara ayırmışlardır. Kumaşın geometrik kesilen kalıp parçalarıyla “mozaik” kesim, kalıp oyunlarının

doğru yerleşimiyle “puzzle” kesim ve aynı taslakla birden fazla kalıp tasarımına olanak veren “çoklu giysi yöntemi” kesim bu gruptandır. Bu derlemenin sonunda Yohji Yamamoto’nun yaratıcı çalışmalarına benzerlik gösteren yeni bir yöntem öne sürmüşlerdir. “Minimal kesim” ismini verdikleri bu yöntemle penye veya jarse kumaşlardan en az kesikle yeni tasarımlar oluşturmuşlardır (Bknz. Resim 2.9). Bu tür kumaşların tercih edilme sebebi ise kesildiğinde atmaması ve oldukça esnek oluşuyla yeni şekillere girmekte kolaylık sağlamasıdır



Resim 2.9. Puzzle yöntemiyle kesilmiş küçük siyah elbise ve kalıbı (Carrico ve Kim, 2014, s.60)

Aalto Üniversitesi’nde zero-waste tasarımlar oluşturmaya yönelik bir workshopta kullanılan teknikler benzer olup farklı başlıklar altında değerlendirilmiştir. “Planlı Karmaşa” (Planned Chaos) tekniğinde temel giysi kalıpları kılavuz olarak kullanılmış, “Geometrik Kesim” (Geo Cut) tekniğinde kare, üçgen ve daire gibi geometrik şekiller kullanılmış ve “Kes ve Kıvrır” (Cut and Drape) tekniğinde tesadüfi ve kumaşın akışına göre kesimle drapaj yöntemi kullanılmıştır (Niinimaki, 2013, s. 70-73). Tesadüfen ve planlı olarak yapılan bu tasarımlarla, kumaşların tamamı değer kazanarak sürdürülebilirlik ve yaratıcılık ön plana taşınmıştır. Yöntemler birbiriyle karıştırılarak ortaya çıkan tasarımların oldukça estetik bir görünüm çizdiğinden de bahsedilebilir. Örneğin workshopta Andrej Subarew tarafından tek parça kumaştan tasarlanan etek ve bluz, “Kes ve Kıvrır” metoduyla geometrik şekillerin birlikte kullanımıyla ortaya çıkmıştır (Bknz. Resim 2.10).



Resim 2.10. Andrej Subarew'in tek parça kumaştan tasarladığı etek, bluz ve kalıbı (Fletcher, 2008, s. 73)

2.2.3. Modüler tasarım

Sürdürülebilir tasarım çatısı altındaki bir diğer fikir ise modülerlik üzerinedir. Fletcher (2008, s. 132), modüler ürünlerin tüketim mekanizmasını yenilik ve çeşitlilik sunması bakımından diğer tasarım fikirlerine oranla daha tercih edilebilecek kapasitede olduğunu belirtir. Ürünleri elastik kabiliyeti yüksek, uydurulabilir ve çıkarılabilir parçalı gibi özelliklerle üretilerek yenilik ve çeşitlilik sağlanmakta, zamanla da gelişmektedir. Modada modülerlik, Comme des Garçon markasıyla Rei Kawakubo ve Undercover markası için hazırladığı 2003 kağıt bebekler koleksiyonuyla Jun Takahashi gibi birçok tasarımcı tarafından keşfedilmiştir. Takahashi'nin cırt bantlar, fermuar ve bağlamalarla farklı giyim şekillerine dönebilen “önlük elbiseleri” (apron dress) modüler örnekler arasındadır (Bknz. Resim 2.11).



Resim 2.11. Undercover marka modüler önlük elbise (<http://shop.larekla.com/product/under-cover-apron-dress>)

Günümüze yaklaşırken modüler tasarımlar, jarse kumaşların esnetilerek, eğilip bükülerek farklı yöntemlerle bağlanması, boy uzunluğu değişebilen, kolu ve şapkası çıkabilen yaklaşımlar oldukça revaçta olup, seri üretim içerisinde de kendine yer bulmaktadır. Çoğunlukla nedime kıyafetleri, gece elbisesi olarak tercih edilen modüler elbiseler, aynı renk kumaşları farklı formlara büründürerek, yeni bir elbise algısı yaratmaya yöneliktir. Japonca “değişim” anlamına gelen “henka” kelimesinden gelen Henkaa markasının tasarımcısı Joanna Duong Chang, “Sizinle beraber değişebilecek bir modayı nasıl yaratabiliriz?” sorusuyla ortaya çıkan kıyafetlerini “ConvertiStyle” adındaki koleksiyonu altında tasarlamıştır. Koleksiyondaki kıyafetler Lenea isimli %92 polyester, %8 spandex, buruşmayan ve 4 yana esneyebilen dökümlü bir örme kumaştan yapılmıştır. Kumaşın olanaklarından da yararlanarak elbiselerin üst bedeni üzerinde farklı model uygulamaları yapılabilmektedir (Bknz. Resim 2.12) (Henkaa, 2016).



Resim 2.12. Henkaa marka “Sakura” değişebilir elbise
(https://www.henkaa.com/media/catalog/product/cache/9/image/900x1350/9df78eab33525d08d6e5fb8d27136e95/s/a/sakura_turquoiseal_1.jpg)

Bayazıt’a (2008) göre “Tasarımda modülerlik, tasarım problemlerini ayırarak ayrı ayrı tasarlanmalarını sağlamakla gerçekleştirilir.” Karmaşık problemler alt

problemlere dönüştürülerek çözüme ulaştırılır. Buradaki örnekler arasında, kıyafetlerin kullanım alanları, estetik kaygılar, tüketicinin vücut tipi veya kıyafetin birden fazla kullanımına olanak sağlama gibi bir takım problemler göz önüne alınarak tasarımlar yapılmıştır. Modülerliğin “farklı işlevler yapan birimler üretilerek” çeşitli işlevlere sahip olması veya farklı birimler halinde tasarlanıp birbiri ile etkileşime geçebiliyor oluşuna yönelik olarak moda için farklı örnekler verilebilir. Polonya’ya ait bir marka olan Blessus, 2011 yılında Michael Hekmat tarafından yaratılmış ve modüler elbiselere ait koleksiyonuyla sürdürülebilirlik adına önemli bir adım atmıştır. Fermuarların yerleşimiyle uzayan, kısalan, etek ucu modelleri değişen, gece kıyafetine uygun kumaştan oluşan modüler parçasıyla konsept değiştirebilen bir koleksiyon olarak tasarlanmıştır. Tüketicinin isteğine göre değişebilen kıyafetlerin, ağırlıklı elbise modeli değiştirmeye yönelik olduğu görülmektedir (Bknz. Resim 2.13) (Olivier, 2012).



Resim 2.13. Blessus markasına ait koleksiyon
(<https://stylesource01.files.wordpress.com/2012/01/blessus.jpg>)

2.3. Kullanıcı Odaklı Tasarım

Jennings (2011, s. 187-203), bir tasarımın nasıl gerçekleştiği sorusunun cevabının onun süreciyle yakından ilişkili olduğundan bahseder. Tasarım süreçleriyle ilgili sayısız yaklaşım vardır ve Jennings bunların üçünden bahseder: Holistik (bütüncül) yaklaşım, aşamalı yaklaşım ve yaratıcı problem çözme yaklaşımıdır. Holistik yaklaşım için verilebilecek en iyi örnek Leonardo Da Vinci’dir. Bu yaklaşıma göre klasik liberal sanatlar, teknik bilgi, yaratıcı düşünme yeteneği ve evrensel farkındalık

ve diğ er kùltürlerin deę er bilincinin tümüne sahip olarak tasarım yapılabilir. Aş amalı yaklaşım ise en çok karşılaşılan tasarım sürecinden biridir. Jennings (2011, s.198)'in yedi basamakta tanımladığı süreç, esinlenme (inspiration), problem tanımlama (identification), kavram geliştirme (conceptualization), araştırma/geliştirme (exploration/refinement), tasarım/modelleme (definition/modeling), deę erlendirme (communication) ve üretimden (production) oluş maktadır. Süreç bu sıralamayla ilerler. Yaratıcı problem çözme yaklaşımında ise üç aş ama vardır. İlki, zorluğu/problemi kavramak, ikincisi fikirler üretmek ve son olarak da iş e yarar bir plan ortaya koymaktır. Yaklaşımların özellikle son ikisinin moda tasarımı alanında daha çok kullanıldıkları söylenebilir.

Tasarımın moda alanından dış arı çıkıldığında ise özellikle endüstriyel ürün (giysi ve tekstil dışında) geliştirme, yazılım geliştirme, grafik tasarımı gibi alanlarda yine benzer gruplandırmaları görebilmekle beraber, farklı özelleştirilmiş başlıklara rastlanmaktadır. Bunlardan biri kullanıcı odaklı tasarımdır.

Kullanıcı odaklı tasarım, cazip ve etkili kullanıcı deneyimi üzerine çalışmak; yani tasarlanılan ürünü geliştirirken her basamakta ön plana kullanıcıyı koymaktır. Kullanıcı deneyimi (user experience) ise ürünlerin gerçek dünyadaki insanlar için yarattığı iyi veya kötü deneyimlerdir. Tasarımcılar bu deneyimlerden yola çıkarak ürünlerini geliştirirler. Buradaki ürünler çoğunlukla yazılımlar, arayüzler ve web sayfalarıdır. Kullanıcı odaklı tasarımda en önemli unsur strateji belirlemektir. Burada gerekli olan iki önemli soru vardır. İlki “Tasarlayacağım ürünle ne sağlamak istiyorum?”, ikincisi ise “Kullanıcı tasarlayacağım üründen ne istiyor?”. Kısaca ürünün amacı ve kullanıcının ihtiyacı stratejinin iki ayağıdır (Garrett, 2011, s.6-37).

Kullanıcı odaklı tasarımda, kullanıcılar hakkında geniş bir bilgi akışına ihtiyaç vardır. Kullanıcı tipleri, ihtiyaçları, üründen beklentileri belirlenir. Garrett (2011, s. 49), bazen tüm bu bilgi ve istatistiklerin gerçek kişileri görmemizi engellediğı ve onları unutmamıza sebep olabileceğini savunmaktadır. Kullanıcıları daha gerçekçi kılmak için onları personalara dönüştürmek yerinde olacaktır. Persona oluşturmak, tasarımcılara kullanıcının bakış açısından ürünün algılanmasına olanak sağlayarak kullanıcının ihtiyaç ve isteklerinin de görülmesini sağlar.



Resim 2.14. Oluşturulan örnek persona kartları (<http://www.hasanyalcin.com/wp-content/uploads/2016/09/persona3.jpg>)

Nielsen (2004, s. 125-126), personaların bir fiziksel görünüşe, ruhsal bir karaktere, bir arka plana, duygusal ifadelere ve kişisel bir takım özelliklere sahip olması gerektiğini belirtir. Personaların yazıldığı metin, karakteri zihinde oturtabilmek için gerekli tüm bilgileri içermeli, karakterin duygu ve ürünü kullanma durumuyla ilgili bilgileri vermelidir. Sonrasında yazılan senaryoda personanın bir günü, tek bir olaya verdiği tepkilerin detayları veya tasarlanacak ürüne göre ihtiyaç olabilecek senaryolar oluşturulur. Bu süreç farklı veya benzer disiplinlerden birkaç kişiden oluşan gruplar halinde ve ihtiyaca göre birden fazla persona veya aynı personanın birden fazla senaryo içerisindeki tepkilerine göre yazılabilir. Örneğin, bilgisayar veya telefonlara gelen yazılım güncellemeleri için oluşturulan personaların doğan farklı ihtiyaçlarına göre yeni senaryolarla güncellemeler yapılabilir.

Kullanıcı deneyimi stratejisti Jesse James Garrett'ın dediği gibi "Eğer problemlere sadece kendi açınızdan bakarsanız en iyi ihtimalle yarı haklı olabilirsiniz." Halbuki kullanıcıyı daha iyi tanıyan bir tasarımcı hem daha çok beğenilen ve kullanıcı deneyimi kalitesi yüksek bir ürün yaratır, hem de yaşam döngüsü uzayan ürünü daha çok maddi kazanç getirir. Ürünün kullanım esnasında yarattığı memnuniyet ise sadece kullanıcının ürüne olan sadakatini sağlamayacak, aynı zamanda markaya olan bağlılığını da arttıracaktır (Binyıldırım, 2015).

2.4. İlgili Araştırmalar

Sürdürülebilir modayı kullanıcı odaklı tasarımla çözümlenmeye yönelik Türkiye’de ve yurt dışında yapılmış bir araştırmaya rastlanmamıştır. Araştırmalar genellikle sürdürülebilir moda, geri dönüşüm, eko-moda, hızlı moda kavramlarına yönelik literatür taramaları ve bazı uygulamaları kapsamaktadır. Kullanıcı odaklı tasarımla ilgili araştırmalar ise bağımsız olarak çalışılmıştır. Yapılan taramalar sonucunda konuyla ilgili bulunan ve yararlanılan araştırmaların bazılarında bölümde tarih sırasına göre yer verilmiştir.

Atılğan, Ç. (2015), “Hızlı Moda Kavramının Üretici ve Tüketici Açısından Değerlendirilmesi” başlıklı yüksek lisans tezinde, tüketicilerin ve üreticilerin hızlı moda kavramına bakış açıları ve tutumlarının değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Ankara ilindeki küçük ve orta ölçekli giyim firmalarından 30 işletme ve 670 tüketicinin örneklem grubunu oluşturduğu araştırmada, sektörde yeni olan işletmelerin hızlı moda kavramıyla ilgili farkındalıklarının daha yüksek olduğu ve tüketicilerin önemli bir bölümünün ise hızlı modayı tüketim çılgınlığı ve ekonomik israf olarak görmelerine rağmen ihtiyaç hissettikleri zaman alışveriş yapma isteklerinin olduğu anketlerde ortaya çıkmıştır.

Carrico, M. ve Kim, V. (2014), “Expanding Zero-Waste Design Practices: A Discussion Paper” başlıklı makalesinde, firesiz kumaş kesimiyle yapılan tasarımların sürdürülebilirliğin üretim ayağı için önemini vurgulayarak, yaratıcı kalıp tasarımı fikirlerini derlemiş ve “minimal kesim” olarak isim verdiği yeni bir yaratıcı kalıp hazırlama yöntemi önerisinde bulunmuştur. Kalıp hazırlama konusunda yaratıcı düşünebilmenin, tasarımcıların rolünü değiştirerek tasarım sürecini farklı bir platforma taşıyacağına vurgu yapılmıştır. Sürdürülebilir moda kavramını şekillendiren firesiz kalıp hazırlama fikirleri 4 başlıkta toplanarak ürünler ve kalıpları görsellerle paylaşılmıştır. Sonuç olarak önerilen yöntemin uygulaması da yapılmış ve tasarımcılara bu alanda kendilerini geliştirebilecekleri tartışılarak, serileme ve kullanılacak kumaş sınırlılığı gibi bir takım eksiklikler için de çözüm önerilerine gerek olduğu savunulmuştur.

Fletcher, K. (2014)'nin "Design for Sustainability in Fashion and Textiles" başlıklı araştırmasında, sürdürülebilirlik ve yaşam döngüsünden bahsetmiş ve sürdürülebilirlik kavramının modayla ilişkisine değinilmiştir. Bu anlamdaki terminolojiden bahsederek eş anlamlı olarak kullanılan bazı kavramların arasındaki farklara dikkat çekilmiştir. Tasarımcının rolü ve sürdürülebilirlik için tasarım fikrinde öne sürülen "Sürdürülebilir Tasarım Stratejileri" başlıklarına bazı yeni alt başlıkların da eklenebileceğinden bahsedilmiştir. Strateji hedefleri olan çevreye daha az zararlı malzemelerin kullanımı, üretimi iyileştirme, verimli dağıtım yapma, ürün ömrünü iyileştirme, kullanım ömrü sonrası yapılabileceklerle ilgili moda alanından örnekler verilmiştir.

Palomo-Lovinski, N. ve Hahn, K. (2014)'nin "Fashion Design Industry Impressions of Current Sustainable Practices" başlıklı makalesinde, halen çevreye oldukça atık bırakan, üretimde çalışan işçilerin haklarının suistimal edildiği moda endüstrisinin incelenerek güncel sürdürülebilir kavramlar üzerine fikirleri araştırılmıştır. Profesyonel alandaki moda tasarımcılarının, sürdürülebilir tasarımı anlayabilme ve farkında olma durumlarını ortaya çıkarabilme araştırmanın amaçlarından biridir. 35 kişiye yapılan anket sonucunda moda tasarımı eğitiminde yapılan eksiklikler, Amerikan üniversite sisteminde verilmesi gereken sürdürülebilirlik farkındalığının ne ölçüde sağlandığı ve neler yapılabileceği anket bulguları ve yorumlarıyla tartışılmıştır.

Kılıç, S. (2013), "Giyim Sektöründeki Üretim Artıklarının Sürdürülebilir Moda Yaklaşımı ile Değerlendirilmesi ve Örnek Bir Uygulama" başlıklı yüksek lisans tezinde, artan endüstri kuruluşları ve bilinçsiz üretimler sonucu zarar gören ekolojik denge araştırmanın problemini oluştururken, işletmelerden elde edilen atıkları kullanarak giysi tasarımları oluşturmak ve modada sürdürülebilirlik adına farkındalık sağlamak amaçlanmıştır. Ankara ilindeki 32 adet giyim firmasına uygulanan anketle atık miktarları, atıkları elden çıkarma yöntemleri, yaşanan problemler değerlendirilmiş, ardından işletmelerden elde edilen atıklar değerlendirilerek 10 parçalık koleksiyon hazırlanmıştır.

Gürcüm, B. H. ve Yüksel, C. (2012)'nin "Moda Sektörünü 'Yavaşlatan' Eğilim: Eko Moda ve Moda'da Sürdürülebilirlik" başlıklı araştırmasında "sürdürülebilir moda", "eko moda" ve "yavaş moda" gibi "hızlı moda"nın antitezi olarak sunulan kavramlarla ilgili genel taramalar yapılarak, tanımlamalara, hızlı tüketime yönelik hammadde, iş gücü ve malzeme atıklarına ait güncel verilere değinilmiştir. Çalışmada sürdürülebilirliğin üç boyutundan bahsedilerek bunlar ekoloji, ekonomi ve sosyal/etik unsurlar başlıklarında ele alınmıştır.

Göksel, N. ve Gökmenoğlu, M. (2012)'nin "Geri Dönüşüm Kavramının Bayan Giyim Tasarımına Yansımaları" başlıklı çalışmasında bilinçsiz tüketim alışkanlıklarının sonucu olarak önem kazanması gerekli görülen geri dönüşüm kavramı ve geri dönüşüm kavramının moda üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Sanat ve tasarımda geri dönüşüm konusunda farkındalık yaratacak yapılmış çalışmalar derlenerek geri dönüşümlü malzemelerin, geleneksel ve farklı tekniklerin harmanlandığı tasarımlar ele alınmıştır. Çalışmanın amacı ise doğanın korunması ve tahribatın engellenmesi için moda ve tekstil sektörünün tasarım anlayışına ve bu konuda gerçekleri yansıtacak ve farkındalık yaratacak yeni tasarımlara dikkat çekmektir.

Joy, A.; Sherry Jr, J. F., Venkatesh, A.; Wang, J.; Chan, R. (2012), "Fast Fashion, Sustainability, and the Ethical Appeal of Luxury Brands" başlıklı makalesinde hızlı moda kavramı tartışılmış, lüks modanın endüstrileşen dünyasında, genç tüketicilerin isteklerine "sürdürülemez" şekilde yardım ettiği savunularak, lüks moda için sürdürülebilir ve etik fikirlerin kaliteli ürünlerle eşleşebilmesinin mümkün olup olmayacağı araştırılmıştır. Buna yönelik olarak kadın ve erkek 30-35 yaşları arasındaki Hong-Kong ve Kanada'daki tüketicilerle görüşülmüştür. Görüşmeler sonucunda genç tüketiciler için sürdürülebilir modanın kendileri için bir öncelik olmadığı, sürdürülebilirlik fikrini desteklemelerine rağmen modayı sürdürülebilirlikten ayırdıkları görülmüştür. Lüks moda üzerindeki tasarımların kişisel, estetik ve ekonomik fikirleri barındırması gerektiğine yönelik önerilerde bulunulmuştur.

Karalar, R. ve Kiracı, H. (2011)'nin "Çevresel Sorunlara Karşı Bir Çözüm Olarak Sürdürülebilir Tüketim Düşüncesi" başlıklı çalışmada literatürde yer alan sürdürülebilir tüketim tanımları üzerinden kapsamı, paydaşları ve eksiklikleri araştırılmıştır. Var olan tüketim düzeyini düşürmek ve tüketim davranışlarını sürdürülebilir bir biçime dönüştürmenin gerekliliğini vurgulayan çalışmada, örneğin çevreye daha az zarar veren deterjanların kullanılması ya da su tasarrufu sağlamak yerine, su ve deterjanın hiç kullanılmadığı çözümlerin bulunmasını desteklemektedir.

Geuens, M.; Weijters, B.; De Wulf, K. (2009), "A New Measure of Brand Personality" başlıklı araştırmada, marka kişiliğine yönelik yeni bir ölçek çalışması yapmışlardır. Var olan bir takım ölçekler ve eksiklikleri problem olarak görülürken, marka kimliği, marka imajı ve marka kişiliği araştırılmış ve Belçika'daki 20 firma üzerinde ön çalışma yapılmıştır. Ardından sorumluluk, hareketlilik, saldırganlık, sadelik ve duyarlılık anabашlıklarında bir marka kişiliği ölçeği hazırlanarak ölçek üzerinden 193 marka üzerinde test edilmiş ve sonuçlar yüksek güvenilirlik göstermiştir.

Nielsen, L. (2004), "Engaging Personas and Narrative Scenarios" başlıklı doktora tezinde tasarım sürecine yönelik yöntemlerden biri olan senaryo yazımını bir persona (karakter, kişilik) oluşturarak kullanma fikrini öne sürmüştür. Persona kelimesi, tasarım sürecinde tasarımın yapıldığı kişi olarak yalnızca adı geçen, yaşayan gerçek bir karakterden çok tekdüze, basmakalıp özelliklere sahip ve senaryoda pek de rol oynamayan, tasarımın yapılması için sonradan karakteri çizilmiş gibi hissettiren bir kavram olarak yer alması problemi oluştururken, "persona"yı gerçek bir karaktere dönüştürme yöntemlerinin neler olabileceği ve senaryoyla nasıl bütünleştirilebileceği araştırmanın amacını oluşturmaktadır. AstraZeneca isimli eczacılığa ilişkin bir şirket için astım ve alerjiyle ilgili bilgi alabilecekleri bir web sitesi tasarımı için kullanıcı-odaklı bir yaklaşımla hedef kitle belirlenmiş, firma ve müşterilerle görüşmeler yapılmış, bir çalıştay düzenlenerek katılımcılar 3 gruba ayrılmış ve 3 farklı persona kurgulanarak değerlendirilmiş ardından da senaryolar oluşturularak problemlere çözümler aranmış ve tasarım süreci böylece işlenmiştir.

3. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Modeli

Araştırmada amaçlara ulaşmak için iki yöntem kullanılmıştır.

Birinci yöntem olan genel tarama modeli ile moda sektöründeki sürdürülebilir tasarım yaklaşımlarının değerlendirilmesi ve tüketici-odaklı örnek bir tasarım fikrinin ortaya konulması amaçlanan bu araştırmanın verileri elde edilmiştir. “Genel tarama modelleri, çok sayıda elemandan oluşan evrende, evren hakkında genel bir yargıya varmak amacı ile evrenin tümü ya da ondan alınacak bir grup, örnek ya da örneklem üzerinde yapılan tarama düzenlemeleridir” (Karasar, 2014, s. 79). Belirtilen amaca uygun olarak hedef kitle değerlendirmesi yapmak için ölçme aracı olarak anket geliştirilmiştir. Ankette Geuens, Weijters ve Kristof (2009) tarafından geliştirilen marka kişilik ölçeğinde yer alan rasyonel ve duygusal kişilik tiplerine yönelik soru tipleri, likert sorular içerisinde kullanılarak örneklem grubunun bu ölçeğe yönelik değerlendirmesi yapılmıştır. Ölçeğe yönelik soruların dışında örneklem grubunun demografik özellikleri, giysi değiştirmeleri gerekebilecek serbest zaman aktiviteleri, giyim alışverişi alışkanlıkları, giysi seçimine yönelik davranışları, giysi beklentileri ve tutumları, sürdürülebilir moda ile ilgili görüşleri ve giyim ürününde değiştirmek isteyecekleri bölüm ve özelliklere yönelik sorular yöneltilmiştir. Verilen cevaplarla elde edilecek veriler, ikinci yöntem basamak olmuştur.

İkinci yöntem ise, ölçme aracında yer alacak tasarım fikri için uygulanacak, web sitesi, arayüz ve yazılım tasarımı gibi alanlarda kullanılan, Nielsen (2004) tarafından geliştirilen, kullanıcı-odaklı tasarım sürecine ait “Persona (kişilik) ve Senaryo Oluşturma” yöntemidir. Bu yöntem, ilk yöntemdeki anketle elde edilen verilerin kullanılmasıyla kişilik, istek ve amaçları belirlenen hedef kitle, tasarımın yapılacağı ürün, ürün grubu ve sürdürülebilir ürün hedefleri göz önünde bulundurularak oluşturulacak “persona”larla başlar. Persona, gerçek bir kullanıcı olmayıp, kullanıcı olarak hayal edilen “varsayımsal arketip” (Nielsen, 2004, s.118) olarak tanımlanabilir. Persona'nın bir ismi, hayatı ve karakteri olmalıdır (Hartson ve Pyla,

2012, s. 264). Persona'nın yaşı ve eğitimi gibi bireysel özellikleri, ürünle ilgili bilgisi, ürünü nasıl, neden ve ne zaman kullandığı, benzer hangi ürünleri tercih ettiği, bununla beraber ihtiyaçları, hedef ve hayalleri, üründe aradıkları özellikler belirlenmelidir. Yaratılan personanın hayat hikayesine uygun bir senaryoda ürünle ilgili veya bir ihtiyaçla çözülebilecek birkaç problem belirlenir. Senaryodaki ana karakterin yaşadığı problemin çözümüne yönelik tasarımlar yapılır. Bu tasarımların prototipleri üretilerek kullanıcıya tekrar sunulur, denenir, eksikleri giderilir ve güncel ihtiyaçlara göre oluşturulan personaların senaryoları değiştirilerek ürünlere güncellemeler gelir (Nielsen, 2004, s.195-198). Kullanıcı-odaklı tasarımın süreci içerisinde kendine yer bulan "Persona ve Senaryo Oluşturma" yöntemi, grafik veya yazılım alanları haricinde sürdürülebilir moda içerisinde bu araştırmayla yer almıştır.

3.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Türkiye'deki üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise sık alışveriş yapan, yeniliğe açık kullanıcı grubunu oluşturması sebebiyle Ankara'da bulunan vakıf ve devlet üniversitelerinden basit tesadüfi (random) yöntemle belirlenmiştir. Basit tesadüfi örneklemede evreni oluşturan her elemanın örneğe girme şansı eşit olduğundan hesaplamalarda da her elemana verilecek ağırlık aynıdır (Arıkan, 2004, s. 141).

Örneklemin evreni temsil edebilmesi için en uygun örneklem büyüklüğü, araştırmanın amaç ve sınırlandırıcı faktörlerine göre değişir. Örneklem seçiminde araştırma sonuçlarının güvenilirliği temel unsur olup, örneklem ortalamalarının evren ortalamasına olan yakınlığı doğrudan ilişkilidir (Kaptan, 1983, s. 136; Arıkan, 2004, s. 152). Örneklem büyüklüğünü hesaplamak için evren varyansının bilinmesi, evren standart sapmasının bilinmemesi, evren varyansı bilinmemesi gibi durumlarda kullanılacak bazı formüller geliştirilmiştir (Özdamar, 2003, s. 116-118). Bu formüllerden yola çıkarak, Yüksek Öğretim Bilgi Yönetim Sistemi'nden 2015-2016 öğretim yılına ait Ankara ilindeki öğrenci istatistiklerine göre toplamda 193.539 lisans öğrencisi belirlenmiş ve örneklem sayısı $\pm 0,05$ örnekleme hatasıyla 383 olarak hesaplanmıştır. Hesaplanan örneklem sayısına ulaşabilmek için Ankara ilindeki vakıf ve devlet üniversitelerindeki öğrencilere, bölüm başkanları ve

akademisyenler aracılığıyla bizzat ziyaret yapılarak gönüllü olanlara anket uygulanmıştır. Görüşülen akademisyen ve öğrencilerinin önerileri üzerine birebir iletişime geçilemeyen bir grup lisans öğrencisine online olarak hazırlanan anket, mail yoluyla ulaştırılmıştır. Geri dönen ve geçerliliği olduğu saptanan anketler kullanılarak, eksik cevaplanan veya örneklem grubunun dışında kalan gönüllülerin anketleri ayrılarak toplamda 383 anketin verileri değerlendirilmiştir.

3.3. Veri Toplama Teknikleri

Araştırma kapsamında öncelikle tasarım, tasarımın güncel problemleri, sürdürülebilirlik, sürdürülebilir moda ve sürdürülebilir moda tasarımına yönelik uygulanmış fikirler, ardından farklı tasarım disiplinlerine ait tasarım süreçleri ve yöntemler hakkında literatür araştırması yapılmıştır. Literatür araştırması sırasında kütüphane, yerli ve yabancı makale ve kitaplardan yararlanılmıştır. Gözlem ve araştırmalardan elde edilen bilgiler, modanın geleceğine yönelik hazırlanan tahmin ve raporların ışığında uygulanan fikirlerin değerlendirmesi yapılmıştır.

Veri toplama aracı olarak hazırlanan anketle birlikte kullanıcılara (moda tüketicilerine) yönelik karakter ve ihtiyaçlarla ilgili değerlendirmelere ulaşılmıştır. Kullanıcılara yönelik kişilik ve ihtiyaç analizini sağlayan ankette Geuens ve diğerleri (2009) tarafından geliştirilen marka kişilik ölçeği içerisinde yer alan kişilik tipleri ve satın alma davranışları belirlenmiştir. Böylece yeni ve kullanıcı odaklı bir tasarım fikrinin oluşturulabilmesi için gerekli olan hedef kitle analizi etkili bir şekilde yapılmıştır.

Araştırma konusunun belirlenmesiyle birlikte yapılan literatür taramaları doğrultusunda hazırlanan anket, pilot ve asıl uygulama olmak üzere iki basamakta gerçekleştirilmiştir. Pilot uygulama esnasında uzman görüşleri alınarak, ulaşılan öğrencilerin verdiği cevaplar ve fikirleri değerlendirilerek ankete son şekli verilmiştir. Pilot uygulamadaki 5'li likert ile ölçülen değişkenler üzerinden Cronbach's Alpha (α) test istatistiği yapılarak yüksek güvenilirlik oranı belirlenerek asıl uygulamaya geçilmiştir. Toplamda 12 sorudan oluşan anketle ulaşılan veriler, örneklem üzerinden değerlendirilerek Sosyal Bilimler Paketi (IBM SPSS Statistics

23.0) kullanılarak, çapraz tablolar, frekans tabloları, ki-kare testi, ortalama ve standart sapma değerleriyle tartışılmıştır. Araştırmada 5’li likert ile ölçülen 53 farklı değişken için güvenirliği belirlemek amacıyla tekrar Cronbach’s Alpha (α) katsayısı ölçülmüştür. Yapılan Cronbach Alpha (α) istatistiği sonucunda güvenirlik 0,922 olarak belirlenmiştir. Güvenirlik katsayılarını değerlendirmede esas alınan ölçütler; $0,40 < \alpha$; güvenilir değil, $0,40 \leq \alpha < 0,60$ orta derece güvenilir, $0,60 \leq \alpha < 0,80$ güvenilir, $0,80 \leq \alpha < 1,00$ yüksek derecede güvenilir aralığıdır (zdamar, 2002, s. 61). Bu sonua göre veri toplamada kullanılan anket yüksek derecede güvenilirdir.



4. BULGULAR VE YORUMLAR

Bu bölümde, veri toplama araçları ile toplanan verilerin, amaç ve alt amaçlara yönelik çözümlenmesinden elde edilen bulgu ve yorumlar bulunmaktadır. Ankara'daki üniversitelerde lisans okuyan öğrencilerin demografik özellikleri, farklı giysi ihtiyaçları doğurabilecek serbest zamanlarını değerlendirme aktiviteleri, giyim alışverişi alışkanlıkları, giysi seçimlerine yönelik davranış biçimleri, sürdürülebilir moda ile ilgili görüşleri ve bir giyim ürünüde değiştirilebilir olmasını istedikleri bölüm ve özelliklere yönelik bulgular ve yorumlara yer verilmiştir. Tarama yöntemiyle ulaşılan bulguların ardından, ortaya çıkan sonuçlardan yola çıkarak kullanıcı odaklı tasarım seti önerisinde bulunulmuştur. Tasarım seti için persona oluşturulmuş, senaryo hazırlanarak ihtiyaçlar belirlenmiş ve tasarım seti planlanmıştır.

4.1. Tarama Yöntemiyle Ulaşılan Bulgular

4.1.1. Örneklem grubunun demografik özellikleri

Üniversite öğrencilerinin yaş ortalamaları, cinsiyetleri, medeni durumları, okudukları üniversite türleri, çalışma durumları ve serbest zamanlarını değerlendirme aktivitelerine yönelik sorulara verdikleri cevaplar çapraz frekans tablolarında değerlendirilmiştir.

Çizelge 4.1 incelendiğinde, örneklem grubu içerisinde yer alan lisans öğrencilerinin %26,6'sı erkek, %73,4'ü kadındır. 21-23 yaş grubu toplam öğrenci sayısının 58,2'sini oluştururken, bu yüzdeleri dilimi %23,2 oranıyla 18-20 yaş grubu takip etmektedir. 27 yaş ve üstü ise toplam öğrenci yüzdesinin en düşük olduğu yaş grubudur. Araştırma kapsamındaki öğrencilerin çoğunluğunun kadın ve 21-23 yaş grubu arasında olması, moda ile ilgili cinsiyet ve yaş grubuna göre etkisini göstermektedir. Ankete katılımdaki gönüllülük esasına göre, erkek öğrenciler, moda başlıklı bu araştırmaya, kadınlara göre ilgisiz kalmıştır şeklinde yorumlanabilir.

Çizelge 4.1. Öğrencilerin yaş ve cinsiyet durumuna göre dağılımları

Yaş	Cinsiyet				Toplam	
	Erkek		Kadın		S	%
	S	%	S	%		
18-20	17	16,7	72	25,6	89	23,2
21-23	63	61,8	160	56,9	223	58,2
24-26	13	12,7	31	11,0	44	11,5
27 ve üstü	9	8,8	18	6,4	27	7,0
Toplam	102	26,6	281	73,4	383	100,0

Çizelge 4.2 incelendiğinde, örneklem grubunun %47,9'u devlet üniversitesinde öğrenciyken, %52,1'i vakıf üniversitesinde eğitim görmektedir. Öğrenci genelinde üniversite türü farketmeksizin kadınların %95'i bekarken, erkeklerin %98'i bekarıdır. Bununla beraber devlet üniversitesinde okuyan evli kadınlar %3,2 iken, vakıf üniversite okuyanlar %1,8'dir. Bu durumda öğrencilerin lisans seviyesinde yüksek oranla bekar olmayı tercih ettikleri, evlilik oranının ise kadınlarda, erkeklere göre fazla olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.2. Okunan üniversite türünün, medeni durum ve cinsiyete göre dağılımı

Üniversite türü	Medeni durum								Toplam	
	Bekar				Evli				S	%
	Kadın		Erkek		Kadın		Erkek			
	S	%	S	%	S	%	S	%		
Devlet	141	50,2	34	33,3	9	3,2	0	0,0	184	47,9
Vakıf	126	44,8	66	64,7	5	1,8	2	2,0	199	52,1
Toplam	267	95,0	100	98,0	14	5,0	2	2,0	383	100,0

Çizelge 4.3 incelendiğinde, öğrencilerin çalışma durumunun üniversite türü değişkeni ile ilişkisi için yapılan Ki-kare (χ^2) testi sonuçlarında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki olduğu görülmektedir ($p=0,006<0,50$). Üniversite öğrencileri, çalışma durumlarını genel toplamın %82,5'i oranında "Çalışmıyorum" olarak belirtirken, devlet ve vakıf üniversiteleri karşılaştırıldığında çalışmama oranı vakıf üniversitelerinde daha fazladır. Devlet üniversitesinde okuyan öğrencilerin %13,6'sı part-time veya freelance işlerde, özel ders vererek çalıştığını ifade etmektedir. Vakıf üniversitelerinde bu oran %6,0 olarak görülmektedir. Lisans seviyesinde eğitim gören öğrencilerin çoğunluğunun çalışmadığı görülmekle beraber, devlet üniversitelerinde okuyan öğrencilerin vakıf üniversitelerine göre daha çok çalışmayı tercih etmelerinin düşük gelir seviyeleriyle ilgili olabileceği yorumu yapılabilir.

Farklı illerden okumak için gelen öğrenciler de düşünüldüğünde, ailesinden uzakta yaşayan öğrencilerin kendilerine katkı sağlamak istemeleri de göz önüne alınabilir. Bununla beraber vakıf öğrencileri, %8,0 oranında “firma sahibi” olduğunu belirtirken bu oran devlet üniversitesinde %2,2’dir. Gelir seviyesi yüksek öğrencilerin çoğunlukta olması beklenen vakıf öğrencilerinin, aile şirketlerine sahip olmaları, kendi şirketlerini kurmak için daha cesaretli olmaları gibi unsurlar oranlar arasındaki farkın sebepleri olarak değerlendirilebilir. Örneklem grubunun çalışma durumu ve “çalışıyorum” seçeneğini işaretleyenlerin “Özel ders veriyorum, part-time çalışıyorum” gibi ifadeleri, araştırmanın geri kalanında oluşturulacak persona için gerekli arkaplanları hazırlaması öngörülmüştür.

Çizelge 4.3. Çalışma durumunun üniversite türüne göre dağılımı

Çalışma durumu	Üniversite türü				Toplam		χ^2	p
	Devlet		Vakıf		S	%		
	S	%	S	%				
Çalışıyorum.	25	13,6	12	6,0	37	9,7	12,625	,006
Firma sahibiyim.	4	2,2	16	8,0	20	5,2		
Gönüllü olarak çalışıyorum/ Staj yapıyorum.	6	3,3	4	2,0	10	2,6		
Çalışmıyorum.	149	81,0	167	83,9	316	82,5		
Toplam	184	48,0	199	52,0	383	100,0		

Çizelge 4.4’te öğrencilerin günlük hayatları içerisinde giysi değiştirmelerini gerektirebilecek serbest zaman aktivitelerinin cinsiyete göre dağılımı verilmiştir. Kadınların %80,1’i “Arkadaş buluşmalarına katılırım”, %38,1’i “Sanat/tasarım çalışmaları yaparım” ve %34,2’si “Sık sık seyahat ederim” seçeneklerini işaretlemiştir. Erkeklerin %70,6’sı “Arkadaş buluşmalarına katılırım”, %43,1’i “Düzenli spor yaparım” ve %36,3’ü “Sık sık seyahat ederim” şeklinde serbest zaman aktivitelerini ifade etmiştir. Genel toplamda enstrüman çalan, kişisel/mesleki gelişim kurslarına giden öğrencilerin oranı düşüktür. %6,8 oranında “diğer” seçeneğini işaretleyen katılımcılar açıklamalarında, kitap okuma, film izleme, sosyal medya kullanma gibi herhangi bir giysi değişimine ihtiyaç duymayacakları aktivitelerden bahsetmişlerdir. Erkeklerin kadınlara göre daha fazla düzenli spor yaptıkları, daha çok enstrüman çaldıkları, daha çok seyahat ettikleri ve daha çok parti ve diğer organizasyonların içerisinde yer aldıkları görülmektedir. Kadınların ise daha çok

sanat ve tasarım aktivitelerinde buldukları ve kişisel/mesleki gelişim kurslarına gittikleri görülmektedir. Sık sık seyahat etme seçeneğindeki yüksek oranın farklı şehirlerden gelen öğrencilerin yaşadıkları şehirlere gidip geldikleri şeklinde yorumlanabileceği gibi, örneklem grubundaki vakıf üniversitelerinin oranının yüksek olması sebebiyle yüksek gelirli olmaları göz önüne alınarak kültürel ve turistik gezilerde bulunabilecekleri şeklinde de yorumlanabilir. Sanat/tasarım çalışmaları, bir atölyede, okuldan ve ödevlerden bağımsız olarak yapılan aktiviteler olarak düşünülmekle beraber güzel sanatlar altında yer alan öğrencilerin kendilerini bu yönde betimlemelerinden kaynaklı olarak da yüksek oranda görüldüğü yorumu yapılabilir.

Çizelge 4.4. Serbest zaman aktivitelerinin cinsiyete göre dağılımı

Serbest zaman aktiviteleri	Cinsiyet				Toplam	
	Erkek		Kadın		S	%
	S	%	S	%		
Düzenli olarak spor yaparım.	44	43,1	82	29,2	126	32,9
Sanat/tasarım çalışmaları yaparım.	30	29,4	107	38,1	137	35,8
Enstrüman çalarım.	17	16,7	16	5,7	33	8,6
Kişisel/mesleki gelişim kurslarına giderim.	10	9,8	40	14,2	50	13,1
Sık sık seyahat ederim.	37	36,3	96	34,2	133	34,7
Arkadaş buluşmalarına katılırım.	72	70,6	225	80,1	297	77,5
Parti ve diğer organizasyonlara katılırım.	33	32,4	68	24,2	101	26,4
Diğer	6	5,9	20	7,1	26	6,8

4.1.2. Örneklem grubunun giyim, moda ve sürdürülebilirlik ile ilgili alışkanlık ve düşünceleri

Üniversite öğrencilerinin giyim alışverişi alışkanlıkları, giyim ürününe ait bir takım unsurların satın alırken etkileme durumları, giyim tercihi ve alışkanlıklarına katılma durumu, sürdürülebilir moda ve yönelik düşünceleri ve giyim ürününe değiştirmek isteyecekleri bölüm ve özellikler beşli likert ölçeklendirmelerle 1'den 5'e kadar değerler (Örn: 1-Kesinlikle katılmıyorum 2- Katılmıyorum 3- Kısmen katılıyorum 4-

Katılıyorum 5-Kesinlikle Katılıyorum) verilerek üniversite türü değişkenine göre ortalama ve standart sapmaları hesaplanmıştır.

Çizelge 4.5'te öğrencilerin giyim alışverişi alışkanlıklarına katılma durumlarının üniversite türüne göre ortalamaları ve standart sapmaları görülmektedir. Örneklem grubu toplamda 3,82 ortalamaıyla “İstediğim ürüne rastladığımda alırım” ifadesine en yüksek oranda katılmaktadır. Aynı ifadeye vakıf üniversitelerinin katılma oranının daha yüksek olduğu görülmektedir. Vakıf üniversitelerinde okuyan öğrencilerin gelir durumunun daha yüksek olduğu varsayılarak istedikleri ürünlere fiyat gözetmeksizin sahip olabildikleri söylenebilir. “Uygun fiyatlı bir giysi gördüğümde alırım” ve “İhtiyacım olduğunda alışveriş yaparım” ifadeleri ise sırasıyla 3,60 ve 3,59 ortalamalarıyla diğer yüksek oranlı katılma belirtilen ifadeler arasındadır. Her iki ifade için de devlet üniversitelerinin katılım oranı daha fazladır. Ortalamalar yüksek olsa da 4,00'ün üstüne çıkamadığı göz önüne alınarak ihtiyaç dışında da alışveriş yapan bir kitlenin olduğu yönünde yorum yapılabilir. Ürünün fiyatı kullanıcı içi her ne kadar önemli olduğu görülse bile, kullanıcı ürünü beğendiği takdirde fiyat gözetmeksizin alabildiği yorumu oranlara bakılarak yapılabilir. Uygun fiyat ve ihtiyaç gözetilen kitlenin çoğunluğunun devlet üniversitelerinde okuduğu görülmektedir. “İndirim dönemlerinde alışveriş yaparım” ifadesi için devlet üniversitelerinden 3,66; vakıf üniversitelerinden ise 3,07 ortalamalarında katılma oranı, aradaki farklı alışkanlıkları ortaya koymaktadır. Genel ortalama bakıldığında ise kısmen katılmanın yüksek olduğu söylenebilir. Buradan ürünün beğenilme veya ihtiyaç durumuna göre indirim dönemleri beklemeksizin alışveriş yapıldığı söylenebilir. “Boş zamanlarımda alışveriş yaparım” ve “Planlı olarak alışveriş yaparım” ifadeleri en düşük katılma oranı gösteren ifadelerdir. Öğrencilerin giyim alışverişi konusunda planlı olmadıkları ve ihtiyaçlarını dikkate alırken ihtiyaç dışı alışverişlerinin de oldukça fazla olduğu şeklinde yorum yapılabilir. Burada araştırmanın alt amaçları içerisinde yer alan giysi satın alma davranışları ve alışkanlıkları belirlenmiştir. İstenilen ürünün fiyat gözetmeksizin alınabilir oluşu, ürünün satın alacak kişinin beğenisine hitap ettiğinde alınabilir olduğunu göstermektedir. Kişiliği, istekleri ve amaçları belirlenecek olan personanın beğenisine hitap edecek bir tasarım seti oluşturulduğu takdirde, ürünün satın

alınabilirliği artacaktır. Yine çizelgeden elde edilen bilgilerle ihtiyaca yönelik, performansına göre uygun fiyatlı bir ürün tasarlanması gerektiği görülmektedir.

Çizelge 4.5. Giyim alışverişi alışkanlıklarına katılma durumu

Giyim alışverişi alışkanlıkları	Üniversite Türü				Toplam	
	Devlet		Vakıf		\bar{x}	SS
	\bar{x}	SS	\bar{x}	SS		
İhtiyacım olduğunda alışveriş yaparım.	3,68	1,23	3,50	1,40	3,59	1,32
Uygun fiyatlı bir giysi gördüğümde alırım.	3,72	1,13	3,50	1,32	3,60	1,24
Boş zamanlarımda alışveriş yaparım.	2,41	1,28	2,50	1,37	2,46	1,33
İstedğim ürüne rastladığımda alırım.	3,75	1,14	3,88	1,26	3,82	1,20
Planlı olarak alışveriş yaparım.	2,99	1,32	2,67	1,45	2,82	1,39
İndirim dönemlerinde alışveriş yaparım.	3,66	1,10	3,07	1,35	3,36	1,27

1-Kesinlikle katılmıyorum 2- Katılmıyorum 3- Kısmen katılıyorum 4- Katılıyorum 5-Kesinlikle Katılıyorum
 \bar{x} : Ortalama SS:Standart sapma

Giyim ürününe ait bir takım unsurların öğrencileri etkileme durumuna yönelik ortalamalar Çizelge 4.6’da görülmektedir. Ürünün son moda olması devlet öğrencilerini en az etkilerken ($x=2,42$) genel ortalama da en az etkileyen unsurdur ($x=2,50$). Bunu 2,65’le ürünün doğa dostu veya geri dönüşümlü olması takip etmektedir. Ürünün estetik görünümü ($x=4,07$), birden fazla kombine kullanılabilir oluşu ($x=4,08$) ve kalitesi ve uzun süre kullanılabilirliğiyle ($x=4,09$), öğrencileri oldukça etkilediği görülmektedir. Estetik görünüm dışındaki diğer unsurlar devlet ve vakıf öğrencileri için yakın etkileme oranları gösterirken, ürünün estetik görünümünün satın almayı etkileme durumu için devlet öğrencileri 2,57 ortalama çıkarırken, vakıf öğrencileri 4,06 ortalama çıkarmıştır. Bu durumda vakıf öğrencileri için estetiğin çok daha önemli olduğu yorumu yapılabilir. Ürünün markası ve sahip olunan herhangi bir kıyafete benzememesi gibi unsurların kullanıcıları yine en az etkilediği göze çarpmaktadır. Tüm bu oranlardan en dikkat çekici olan, belirtilen unsurlardan en fazla önemli bulunan ürünün birden fazla kombine kullanılabilir oluşuyla kalitesi ve uzun süre kullanılabilirliğidir. Öğrencilerin, aldıkları bir ürünü farklı kombinlerle uzun süre giymek istemeleri konusunda üniversite türü

gözetmeksizin hemfikir oldukları yönünde bir yorum yapılabilir. Bununla beraber ürünün geri dönüşümlü veya doğa dostu olması ile son moda olmasının giysi satın alırken öğrenciler için en az etkileyici unsurlar olduğu söylenebilir.

Tüm bu verilerin ışığında tasarlanacak ürün için kalite ve uzun süre kullanılabilirlik, birden fazla kombine kullanılabilirlik ve estetik görünüm önemlidir. Bu durumda modüler olarak tasarlanacak ürün, uzun süre kullanılabilirliği sağlayarak, çeşitli modülleri değiştirerek birden fazla kombine kullanılabilirliği sağlayarak, estetik olarak da kullanıcıya hitap ederek örneklem grubunun çoğunlukla beklentilerinin olduğu alanlarda katkı sağlamış olacaktır. Diğer unsurlara nazaran daha az katılma oranı görülse de “fiyat” ve “kumaş ve malzeme”nin de kullanıcılar için önemi düşünülerek tasarım kitinin uygun fiyatlı ve kaliteli, mukavemetli tekstil malzemelerinden üretilmesi planlanmalıdır.

Çizelge 4.6. Giyim ürününe ait unsurların öğrencileri etkileme durumu

Giyim ürününe ait unsurlar	Üniversite Türü				Toplam	
	Devlet		Vakıf		\bar{x}	SS
	\bar{x}	SS	\bar{x}	SS		
Son moda olması	2,42	1,25	2,57	1,36	2,50	1,31
Estetik görünümü	2,57	1,04	4,06	1,15	4,07	1,10
Kalitesi ve uzun süre kullanılabilirliği	4,09	1,01	4,08	1,16	4,09	1,09
Fiyatı	4,03	1,05	3,17	1,27	3,86	1,18
Kumaşı ve malzemesi	3,79	1,07	3,81	1,25	3,80	1,16
Markası	2,94	1,32	3,14	1,35	3,04	1,34
Doğa dostu/geri dönüşümlü olması	2,72	1,14	2,59	1,31	2,65	1,24
Birden fazla kombine kullanılabilir oluşu	4,11	1,06	4,06	1,20	4,08	1,14
Farklı tasarımı	3,69	1,18	3,67	1,36	3,68	1,27
Fonksiyonel oluşu	3,67	1,18	3,59	1,29	3,63	1,24
Sahip olduğum bir giysiye benzememesi	3,26	1,36	3,18	1,39	3,22	1,38
1-Kesinlikle etkilemez 2-Etkilemez 3-Kısmen etkiler 4-Etkiler 5-Kesinlikle Etkiler \bar{x} : Ortalama SS:Standart sapma						

Çizelge 4.7’de görülen giysi beklentileri ve tutumlara yönelik ifadelerden “Bir giysiyi uzun süre giymeyi isterim” ($x=3,92$) ve “Yeni bir giysiye sahip olmak beni mutlu eder” ($x=4,12$) ifadeleri en yüksek oranda katılma durumu göstermektedir. Devlet üniversitesi öğrencilerinin 4,04 oranıyla uzun süre giysiyi kullanmak

isteklerinin vakıftakilere göre oldukça fazla olduğu görülmektedir. Yeni bir giysiye sahip olmak ise devlet ve vakıf farketmeden aynı oranda yüksek katılma oranına sahiptir. Bunlardan sonra gelen yüksek oranda katılınan ifadeler ise “Gardırobumda benzer tarzda parçalar vardır” ($x=3,81$), “Yerine göre farklı tarzda ürünler satın alabilirim” ($x=3,77$) ve “Her gün farklı giysiler giymeyi tercih ederim” ($3,74$) ifadeleridir. En az katılma oranı gösteren ifadeler ise “Aldığım giysiler üzerinde değişiklikler yaptırım” ($x=2,38$), “Aldığım giysiler üzerinde kendim değişiklikler yaparım” ($x=2,50$) ve “Aynı giysiyi birden çok kez giymekten hoşlanmam” ($x=2,56$) ifadeleridir. Diğer ifadeler için ise birbirine daha yakın oranlarda katılma durumları olduğundan, katılımcıların kararsız veya farklı görüşlere sahip olduğu söylenebilir. Oranlar değerlendirildiğinde örneklem grubu, yeni bir giysiye sahip olmanın çoğunlukla kendilerini mutlu ettiğini söylerken aynı zamanda bir giysi uzun süre giyebilmeyi de tercih etmektedirler. Aynı giysiyi birden fazla giymek kendileri için bir sorun teşkil etmezken, her gün farklı giysiler giymeyi tercih ettikleri görülmektedir. Burada her ne kadar rasyonel davranış biçimlerine katılma oranı yüksek olsa da, duygusal olarak yeni bir giysiye sahip olma, farklı giysiler giyme isteği, giysilere manevi değerler yükleme gibi bir takım davranışları da içlerinde barındırdıkları yorumu yapılabilir. Giysiler üzerinde değişiklik yapma veya yaptırma ifadelerine katılmama durumu, hazır giyim ürünlerinin kendi bedenlerine uygun biçimde satın alınması, değişiklik yapabilecek bilgiye veya cesarete sahip olmamaları, satış halindeki ürünü yeterli görmeleri ve ihtiyaç duymamaları şeklinde yorumlanabilir. Tasarlanacak setle birlikte, ürünler üzerinde değişiklik yapabilme imkanı tanınarak, giysi bozulmadan, yıpranmadan yapılabilecek değişiklikler dikiş veya kalıp bilgisine de gerek kalmadan yapılabilecektir. Modüllerin değişimi, yapılan değişikliğin geri alınabilmesine de olanak sağladığından kullanıcıları tasarımın içerisine kolayca dahil edebilecektir. Örneklem grubunun yeni bir giysiye sahip olma isteği ise, modüller değiştikçe ortaya çıkan yeni tasarımlarla yeni bir giysiye sahip olma isteğine olanak sağlayacaktır. Tercih edilen giysi tarzlarının benzer mi yoksa farklı tarzlar mı olduğu yönündeki veriler ise, setin içerisinde farklı tarz model ve kumaş türlerine yer vermek gerektiğini göstermektedir. Bir giysiyi uzun süre giyebilme isteği ise, tasarlanacak setin ana amaçlarından biri olduğundan kullanıcı için doğru yönde gidildiğini göstermektedir. Sorularda yer verilen tüm beklenti ve tutumlar, oluşturulacak personanın karakterine alt yapı sağlayacak

nitelikte rasyonel ve duygusal tutumları da ölçer nitelikte ve tasarım setine yön vermesi hedefiyle oluşturulmuştur.

Çizelge 4.7. Giysi beklentileri ve tutum durumları

Giyim tercihleri/alışkanlıkları	Üniversite Türü				Toplam	
	Devlet		Vakıf		\bar{x}	SS
	\bar{x}	SS	\bar{x}	SS		
Giysilerde bir takım detayların değiştirilebilir olmasını isterim.	3,38	1,16	3,27	1,28	3,32	1,22
Bir giysiyi uzun süre giyebilmeyi isterim.	4,04	1,03	3,81	1,18	3,92	1,11
Aldığım giysiler üzerinde kendim değişiklikler yaparım.	2,53	1,30	2,47	1,39	2,50	1,35
Aldığım giysiler üzerinde değişiklikler yaptırırım.	2,39	1,06	2,36	1,26	2,38	1,17
Her gün farklı giysiler giymeyi tercih ederim.	3,59	1,17	3,87	1,16	3,74	1,17
Manevi değeri olan giysilerim vardır.	3,33	1,43	3,28	1,55	3,30	1,49
Beğendiğim bir modelin birden fazla rengini alabilirim.	3,00	1,36	3,42	1,38	3,22	1,38
Yerine göre farklı tarzlarda ürünler satın alabilirim.	3,76	1,10	3,78	1,26	3,77	1,18
Gardırobumda benzer tarzda parçalar vardır.	3,76	1,05	3,86	1,17	3,81	1,11
Aldığım bir giysinin tasarımına dahil olmayı isterim.	3,04	1,30	2,86	1,40	2,95	1,36
Aldığım giysiler üzerinde değişiklik yapmaktan hoşlanmam.	2,68	1,37	2,84	1,47	2,77	1,42
Yeni bir giysiye sahip olmak beni mutlu eder.	4,12	1,07	4,12	1,22	4,12	1,15
Aynı giysiyi birden çok kez giymekten hoşlanmam.	2,36	1,36	2,73	1,50	2,56	1,44
1-Kesinlikle katılmıyorum 2- Katılmıyorum 3- Kısmen katılıyorum 4- Katılıyorum 5-Kesinlikle Katılıyorum \bar{x} : Ortalama SS:Standart sapma						

Sürdürülebilir moda kavramına yönelik görüşlere katılma durumu Çizelge 4.8’de görülmektedir. Ortalamalar gözden geçirildiğinde, sürdürülebilirlik adına ortaya konan fikirlere, ortalamaların çoğunluğunun 4,00’ın üzerinde olması sebebiyle yüksek oranlarda “katılıyorum” ve “kesinlikle katılıyorum” cevapları verildiği yorumu yapılabilir. Bununla beraber bu ortalamaların, “Modada hızlı tüketimin önüne geçilmelidir” ifadesinde, vakıf öğrencilerinde 3,88’de kaldığı ve devlet öğrencilerinde 4,08 olduğu görülmektedir. Benzer şekilde, “Giysiler fonksiyonel

olmalı, farklı modellere dönüşebilmelidir” ($x=3,92$) ve “Giysilere ait bazı detaylar değiştirilebilir ve yedek parçalarıyla beraber satılabilir” ($x=4,06$) ifadeleri diğer ifadelerle karşılaştırıldığında düşük katılma oranları göstermektedir. “Giysi üretiminde kullanılan malzemeler geri dönüşümlü olmalıdır” ifadesinde ise genel ortalama 4,19’dur. Burada dikkat çeken, insan hakları, çevre kirliliği, dayanıklı malzeme kullanımı gibi konularda 4,30’un üzerinde katılma ortalamaları varken, hızlı tüketim, geri dönüşümlü malzemeler ve fonksiyonellik konusunda az da olsa katılma oranlarının düşmesidir. Örneklem grubu, alıştığı düzen içerisinde hızlı tüketim ve alıştığı malzemelerden üretilen giysiler konusunda devamlılığın olabileceğini savunabilirken, aynı zamanda moda sektöründe çalışanlar için hakların korunması ve malzemelerin verimli, ekonomik kullanılması konularını savunabilmektedirler. Bu durumda okuduklarında doğru buldukları bazı ifadelerin çözümüne yönelik başka ifadelerle karşılaştıklarında alıştıkları düzenin içerisinde çıkmadıkları yönünde yorum yapılabilir. Bir giysinin fonksiyonel olmasıyla farklı ihtiyaçlara cevap vermesi veya değiştirilebilir detaylara sahip olması aynı başlıklar altında değerlendirilebilir fikirler olmasına karşın, “fonksiyonel” kelimesinin doğru anlaşılabilmesi veya korseler, skinny kot pantolonlar, slim-fit gömlekler gibi giysilerin giyildiğinde kullanıcıyı rahatsız edebilmesine karşın tercih edilmesi gibi sebeplerle fonksiyonelliğin çok önemli olmadığı veya daha az önemli olduğu savunulabilir. Ortalamalar incelendiğinde devlet ve vakıf öğrencileri arasında belirgin farklar görülmektedir. Örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin 4,00 üzerinde ortalamalarla, sürdürülebilirlik adına umut vadeci şekilde yeniliklere açık konumda olduğu söylenebilirken, devlet üniversitesinde okuyan öğrencilerin bu konuda daha bilinçli oldukları da göze çarpmaktadır.

Örneklem grubunun sürdürülebilir moda yönüne yönelik görüşlerinin belirlenmesi araştırmanın alt amaçları arasındadır. Buradan elde edilen veriler, sürdürülebilir moda alanına katkı sağlaması için tasarlanan kitin örneklem grubu içerisinde kendine yer bulup bulamayacağını da göstermektedir. Katılım oranlarının yüksek çıkması, araştırmanın ana amacı açısından da önemlidir. Giysilerin fonksiyonelliği ve değiştirilebilir parçalarla beraber satılması gibi önerilere yönelik görüşlerin ortalaması da 3,92 ve 4,06’dır. Bu durumda hedef kitle içerisinde tasarım setinin olumlu yönde karşılanacağı öngörülmüştür.

Çizelge 4.8. Sürdürülebilir moda kavramına yönelik görüşlere katılma durumu

Sürdürülebilir moda kavramına yönelik görüşler	Üniversite Türü				Toplam	
	Devlet		Vakıf		\bar{x}	SS
	\bar{x}	SS	\bar{x}	SS		
Giysi üretiminde çalışanların haklarının korunması gerekir	4,54	0,92	4,33	1,14	4,43	1,04
Giysi ve üretim atıklarının yol açtığı çevre kirliliği önlenmelidir.	4,62	0,82	4,30	1,17	4,45	1,03
Giysi üretiminde kumaş ve malzemeler ekonomik kullanılmalıdır.	4,47	0,94	4,23	1,16	4,34	1,07
Giysiler, dayanıklı malzemelerden üretilmelidir.	4,57	0,84	4,42	0,98	4,49	0,92
Modada hızlı tüketimin önüne geçilmelidir.	4,08	1,12	3,88	1,28	3,98	1,20
Giysiler çeşitli çözümlerle farklı ihtiyaçlara cevap vermelidir.	4,32	1,01	4,18	1,08	4,24	1,05
Giysi üretiminde kullanılan malzemeler geri dönüşümlü olmalıdır.	4,27	0,99	4,12	1,15	4,19	1,08
Giysiler fonksiyonel olmalı, farklı modellere dönüşebilmelidir.	3,96	1,16	3,89	1,21	3,92	1,19
Giysilere ait bazı detaylar değiştirilebilir ve yedek parçalarıyla beraber satılabilir. (Yaka, manşet, kol,...)	4,10	1,13	4,02	1,23	4,06	1,18
1-Kesinlikle katılmıyorum 2- Katılmıyorum 3- Kısmen katılıyorum 4- Katılıyorum 5-Kesinlikle Katılıyorum \bar{x} : Ortalama SS:Standart sapma						

Çizelge 4.9’da giyim ürününe ait bölüm ve özelliklerin değiştirilebilir olma istek durumu görülmektedir. Ortalamalara göre üniversite öğrencileri ve en çok devlet üniversitesinde okuyanlar yıpranan bölgelerin ($x=4,17$) değiştirilebilir olmasını istemiştir. Devlet öğrencileri 3,89 ortalamayla, vakıf öğrencileri 3,80 ortalamayla giysilerin uzunluğunun değişebilmesini istemiştir. Yine devlet öğrencileri 3,79 ortalamayla, vakıftakiler 3,86 ortalamayla düğme, kopça, fermuar gibi bazı giysi aksesuarlarının değiştirilebilir olmasını istemiştir. Bu durumda sırasıyla; yıpranan bölgeler, uzunluk ve aksesuarlar en fazla değişiklik istenen bölümlerdendir. Ortalamalar incelendiğinde giysinin kolu ($x=3,09$), kumaş türü ($x=3,18$), tasarımı ($x=3,24$) ve cep detayı ($x=3,27$) örneklem grubunun en az değiştirilme beklentisi olan bölüm ve özelliklerdendir. Önceki tablolarda ortaya çıkan “giysinin uzun süre giyilebilir olması” isteğine uygun şekilde en çok yıpranan bölgelerin, uzunluk ve genişlik gibi özelliklerin değiştirilme isteği beklenen tercihler olarak görülebilir. Giysi kolu ve cep detayı daha az önemsenirken aksesuar değişiminin yüksek oranlarda değiştirilme isteği, kullanıcıların değişimin daha kolay olabileceğini

düşündükleri özelliklere yönelmesi olarak görülebilir. Kumaş türü, kumaş rengi, kumaş deseni gibi özelliklerin değişiminin mümkün olmayacağını düşündüklerinden alışkanlıklarının etkisiyle değişime gerek duymadıkları düşünülebilir. Giysinin tasarımına yönelik 3,24 ortalama ise, kısmen katılma durumunu göstermektedir. Bu durumda örneklem grubunun bir bölümü, aldıkları bir giyim ürünün tasarımını kendileri için yeterli görüp üzerinde herhangi bir değişiklik yapmak istemezken, bir bölümü de kararsız ve tasarımını değiştirebilmeyi istemektedir. Bunlarla beraber, devlet ve vakıf üniversiteleri arasında farklı katılma oranları görülsede kol, yaka, manşet, genişlik ve aksesuar rengi konusunda oldukça yakın ortalamalarda katılma oranları görüldüğü söylenebilir.

Değişim istenen bölüm ve özelliklerden yıpranan bölgeler için tasarlanan ürünün koltukaltı, yaka gibi en çok zarar görebilecek yerlerinin değiştirilebilir olması ve yine uzunluk için bel ve kalça hattı arasında kalan modüllerin çeşitli uzunluklara sahip olması planlanabilir. Aksesuar değişimi düğme detaylarında sağlanabileceği gibi tasarım setinin içerisine çok amaçlı kullanılacak aksesuarlar eklenebilir. Giysinin genişliği için ise bedene oturmayan formlar tercih edilerek, eklenecek modül parçalarının kilo alıp verme durumlarında uyum sağlayabilecek formlarda tasarlanabilir.

Çizelge 4.9. Giyim ürününe ait bölüm ve özelliklerin değiştirilebilir olma istek durumu

Giyim ürününe ait bölüm ve özellikler	Üniversite Türü				Toplam	
	Devlet		Vakıf		\bar{x}	SS
	\bar{x}	SS	\bar{x}	SS		
Kol	3,09	1,23	3,10	1,47	3,09	1,36
Yaka	3,47	1,23	3,46	1,44	3,47	1,34
Manşet (kol ucu bandı)	3,33	1,30	3,36	1,40	3,34	1,35
Uzunluğu	3,89	1,23	3,80	1,36	3,84	1,30
Genişliği	3,78	1,28	3,76	1,32	3,77	1,29
Cep detayı	3,21	1,26	3,32	1,42	3,27	1,35
Kumaş rengi	3,50	1,35	3,25	1,52	3,37	1,44
Kumaş deseni	3,41	1,35	3,23	1,51	3,32	1,44
Kumaş türü	3,24	1,37	3,12	1,51	3,18	1,44
Baskı tasarımı	3,43	1,40	3,24	1,42	3,33	1,41
Aksesuarları (düğme, kopça, fermuar..)	3,79	1,23	3,86	1,30	3,83	1,27
Aksesuar rengi	3,69	1,32	3,65	1,38	3,67	1,35
Yıpranan bölgeleri	4,29	1,03	4,06	1,24	4,17	1,15

Tasarımı	3,30	1,34	3,20	1,52	3,24	1,43
1-Kesinlikle istemem 2-İstemem 3-Kısmen isterim 4-İsterim 5-Kesinlikle İsterim						
\bar{x} : Ortalama SS:Standart sapma						

Giyim ürününe ait bölüm ve özellikler üniversite türü dışında cinsiyet değişkenine göre değerlendirildiğinde de anlamlı ilişkiler görülmüştür. Kadın ve erkekler arasındaki oranlar incelendiğinde giyim ürününe ait bölüm ve özelliklerin değiştirilme isteğine yönelik “isterim” ve “kesinlikle isterim” cevaplarının kadınlarda daha fazla olduğu görülmektedir. Erkeklerin “kararsızım” oranları ise genel oranlar gözlemlendiğinde kadınlara göre daha fazladır. Bu durum, kadınların giysilerle ilgili değişikliğe daha açık oldukları, değişikliği daha çok istedikleri ve bazı detay değişikliklerine daha çok ihtiyaçları olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Çizelgelerin tamamı incelendiğinde, kullanıcı olarak seçilen üniversite öğrencilerinin genel davranış biçimlerine yönelik bazı yargılara varabilmek mümkün olabilmektedir. Bu davranış biçimleri, tüketicilerin alışveriş esnasındaki alışkanlıkları, satın alacakları ürüne yükledikleri anlamlar doğrultusunda değerlendirilebilir. Tüketiciler için alışveriş, bir ürüne sahip olmanın ötesinde anlamlar barındırabilir. Bu nedenle ihtiyaçların karşılanması gibi rasyonel nedenler veya deneyimle ilgili duygusal nedenler de içerebilir. Bir görev olarak algılanan rasyonel satın alma, genellikle ihtiyaçlarla sınırlı olan, fazla zaman almayan ve akılcı davranışların ön planda olduğu satın alma türüdür (Özcan, 2007, s. 43-44; Ağaç, Ölçer ve Dengin, 2015, s. 77-78).

Hedonik tüketimde ise tüketim, duyular, algılamalar ve duygularla ilişkili olarak davranışlara dönüşür. Tüketimi etkileyen faktörler, tüketicilerin ürünü kullanmaktan aldıkları keyiftir. Faydacı alışveriş güdülerini olsa bile, hazza dayalı bir takım duyguların ön planda oluşuyla bu alışveriş deneyimi, hem rasyonel hem de duygusal olarak aynı anda kavranmaktadır (Holbrook and Hirschman, 1982, s. 138-139; Akturan, 2010, s.109-110).

Belirtilen satın alma türlerinden hareketle Çizelge 4.5’te giyim alışverişine yönelik ifadelerden “İstedğim ürüne rastladığımda alırım” ifadesine ($x=3,82$), Çizelge 4.6’da giyim ürününe ait unsurlardan “estetik görünümü”n ($x=4,07$) alışverişte

kişiyi etkileme durumuna ve Çizelge 4. 7’de verilen ifadelerden “Her gün farklı giysiler giymeyi tercih ederim” ($x=3,74$) ve “Yeni bir giysiye sahip olmak beni mutlu eder” ($x=4,12$) ifadelerine katılma ortalamalarında bakılarak duygusal davranış biçimlerinin görülmekte olduğu söylenebilir. Bununla beraber, Çizelge 4.5’te giyim alışverişine yönelik ifadelerden “İhtiyacım olduğunda alışveriş yaparım” ($x=3,59$) ve “Uygun fiyatlı bir giysi gördüğümde alırım” ($x=3,60$) ifadelerine, Çizelge 4.6’da giyim ürününe ait unsurlardan “kalitesi ve uzun süre kullanılabilirliği” ($x=4,09$), “fiyatı” ($x=3,86$), “birden fazla kombine kullanılabilir oluşu” ($x=4,08$) gibi unsurların kişiyi etkileme durumuna ve Çizelge 4,7’de verilen ifadelerden “Bir giysiyi uzun süre giyebilmeyi isterim” ($x=3,92$) ifadesine katılma oranlarına bakılarak rasyonel davranış biçimlerinin daha fazla görüldüğü söylenebilir. Çizelge 4.8’de sürdürülebilir moda yönelik görüşlere katılma oranlarının oldukça yüksek olduğu da göz önünde bulundurularak kullanıcı profiline, rasyonel davranış biçimine sahip, ihtiyaca yönelik ve akılcı davrandığı yorumu yapılabilir.

4.2. Kullanıcı Odaklı Tasarım Seti

Sürdürülebilir moda kavramının oldukça geniş bir alanı kapladığı yapılan literatür araştırmalarında görülmektedir. Bununla beraber üniversite öğrencilerine yapılan anketteki sorularla, bu kavramın nasıl algılandığı ve uygulama aşamasında ne kadar sürdürülebilirlik gözetildiği ortaya çıkmıştır. Giysileri satın alan, onları kullanan hedef kitle olan kullanıcıların verdikleri cevaplarda duyarlı oldukları görülmektedir. Cevaplar duyarlı olmasına karşın, giysi satın alırken bir takım duygusal alışkanlıkların ortaya çıktığı, estetik kaygının oldukça gözetildiği, bir giydiğini tekrar giymek istemeyen, yeni bir giysiye sahip olma isteğine sahip ve bununla mutlu olan oldukça geniş bir kitlenin yer aldığı görülmektedir. Hatta modanın hızlı oluşundan kaygı duymayan, bu hızlılığı destekleyen; ama aynı zamanda tam tersini savunun görüşlere katılan bir kullanıcı kitlesi vardır. Burada geri dönüşüm, ileri dönüşüm, tamir, dayanıklı kumaşlar, akıllı kumaşlar önemli bir adım olsa da, hedef kitlenin farklı görünme, estetik ve yaşanan hızlı çağa ayak uydurabilmelerini sağlayacak, onları her anlamda tatmin edebilecek bir moda tasarımı fikrine ihtiyaç olduğu görülmektedir.

Yapılan anketle ortaya çıkan kullanıcı profili ışığında, hedef kitlenin demografik özellikleri, ihtiyaç ve istekleri, sürdürülebilir moda ya bakış açısı belirlenmiştir. Hedef kitle içerisinde en fazla yüzdellik dilime sahip ve giysi değişimi için en fazla istek gösteren kadın kullanıcılar, serbest zamanlarını değerlendirme biçimleri, giyim alışverişi alışkanlıkları, bir giyim ürününü alırken nelere dikkat ettikleri veya etmedikleri, giyim modasıyla ilgili tüm fikir ve düşünceleri, kullanıcı odaklı tasarım için önemli bir başlangıç olmuştur. Elde edilen verilerle hedef kitlede oldukça yer kaplayan istekler, alışkanlıklar ve düşünceler değerlendirilerek bir persona altında toplanmıştır. Oluşturulan personanın detaylı yaşamı göz önüne alınarak bir gün içerisinde yaşadığı problemlere ve ihtiyaçlarına çözümler aranmıştır. Kullanıcıyı merkeze koyarak başlanan tasarım sürecinde, alınan modüler bir giysinin değiştirilebilecek bölüm ve özellikler; yine anketle ortaya çıkan bilgiler ışığında personanın hayatında da yer bulacak şekilde belirlenmiştir. Bu değişikliklerle kullanıcıların hem her değiştirildiğinde farklı bir giysiye sahip oldukları hissi uyandırmak, kendi yaptıkları ürüne duydukları bağlılık ve giysinin her değişiminde büründüğü yeni giysinin tek bir set (kit) içinde yer bularak, giysinin en baştan tüm parçalarının kalıp içerisinde verilerek daha fazla kumaş kullanımını engellemek hedeflenmiştir.

4.2.1. Persona yaratma ve senaryo oluşturma

Persona

Selin, 21 yaşında, iki çocuklu orta gelirli bir ailenin büyük kızı. (Bknz. Resim 4.1) Devlet üniversitesinde, İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı bölümünde 3. sınıfta okuyor ve aynı zamanda 2 senedir üniversitenin tiyatro kulübünde amatör olarak oyunculuk yapıyor. Kulüpten ve üniversiteden arkadaşlarıyla sık sık buluşan, oyun planlamaları yapan, tiyatro ve sinemaya giden Selin, ailesinden uzakta 2 kız arkadaşıyla Ankara'da bir evde kalıyor.

Güzel Sanatlar lisesi çıkışlı olan Selin'in çizimleri oldukça iyi. Ailesinin kendisine her ay gönderdiği paraya ek olarak bir çizim kursunda lise seviyesindeki öğrencilere

Çizim dersleri vererek para kazanıyor. Tiyatro kulübünün düzenlediği geziler ve Antalya'da yaşayan ailesini görmek için sık sık seyahat etmek durumunda kalıyor.



Resim 4.1. Selin

Selin, ileride bölümünden mezun olup, aynı meslekteki babasının çevresinden de faydalanarak freelance işler alarak, evden iç mimarlık projelerini yapmak, geriye kalan zamanlarında ise Türkiye'deki farklı şehirlere ve dünyadaki farklı ülkelere seyahat etmek istiyor.

Modayı takip eden Selin, haftada bir ya da birkaç haftada bir aldığı yeni giysilerini, birden fazla kombinle kullanabileceği şekilde seçmeye özen gösteriyor. Genelde spor ve rahat giyinmeyi tercih etse de çalışma zamanlarında, jürilerinde, hocalarıyla veya tiyatro klübüyle ilgili toplantılarında ve özel günlerde şık parçalar da tercih ediyor. Acil ihtiyacı olmayan kıyafetler için indirim dönemlerini bekliyor.

Senaryo

Selin, dönem final projesi için maket ve paftalarını hazırlamıştır. Sabah jürinin karşısına çıkmak için özenle giyinir, genelde makyaj yapmamasına rağmen bugün için yapar. Gömlek ve etekle yaptığı kombinini loafer ayakkabılarıyla tamamlar. İşlerini alarak okulun yolunu tutar, öğlene kalmadan ilk sıralarda jüriye girer. Proje hocasından izin alarak işlerini teslim edip çıkar ve eve geri döner. Final haftasının

son iş teslimini de projeyle bitirmiş olduğundan, Antalya'ya bir haftalığına ailesinin yanına gidecektir. Diğer hafta Ankara'dan tiyatro klübündeki arkadaşlarıyla oyun sahnelemek için Eskişehir'e gideceklerinden Antalya'da sadece bir haftası vardır. Bu nedenle Antalya'ya götüreceği birkaç parça kıyafet için küçük bir çanta hazırlamaya başlar. Ancak ne giyeceğine karar veremediğinden gereğinden fazla eşyayla dolan çantasını bir bavulla değiştirmek zorunda kalır. Yolculuk için üzerini daha rahat kıyafetlerle değiştirir. Altına giydiği taytın üzerine boyu biraz uzun kolsuz bir bluz giyerek spor ayakkabılarını dolaptan çıkarır. Otogara gitmeden çalıştığı çizim kursuna öğrencileri için hazırladığı fotokopileri bırakmaya gider. Sırt çantası ve yanında sürüklediği bavulla sıcak havada oldukça terler ve bu nedenle kursta üzerini bavuldaki bol bir tişörtle değiştirir. Kursta bir şeyler atıştırır ve ardından otogara geçer. Yolculuğun ardından akşam saatlerinde Antalya'ya varır ve babasıyla küçük kardeşi onu karşılar. Evde annesinin yaptığı yemeklerden yedikten sonra, yol boyu mesajlaştığı arkadaşlarıyla yemekten sonra birkaç saat bir şeyler içip sohbet etmek için babasından izin alır. Evden çıkmadan tekrar üzerini değiştirir ve arkadaşlarının yanına geçer. Yorgun olduğundan uzun süre duramadan eve geri döner ve kendini yatağa atarak hemen uyuyakalır.

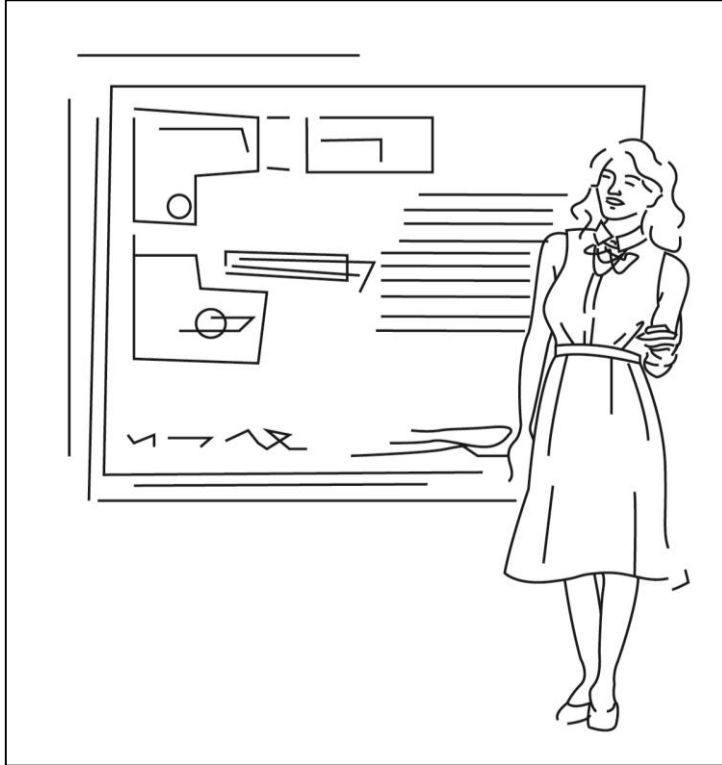
Tasarım süreci

Senaryo üzerinde bazı detaylar incelenerek Selin için problem oluşturan durumlar ile günlük hayatını kolaylaştırabilecek bir takım fikirler üzerine gidilmiştir. Tasarlanacak modüler giysi öncesinde personanın ihtiyaç ve istekleri değerlendirilmiştir.



Resim 4.2. Senaryo sahnesi 1

Selin, normalde spor, günlük kıyafetler tercih etmesine karşın jüri öncesi makyaj yapmakta, süslenmektedir. (Bknz. Resim 4.2) Bugün için özel bir kıyafet almak zorunda kalmış olabilir veya gardırobundan jüri karşısında biraz daha resmi ve şık bir kombin yapmak için çok vakit kaybetmiş olabilir. Tasarım kitine yakalı, formal gömlek imkanı, şık detaylar veya aksesuarlar eklenebilir.



Resim 4.3. Senaryo sahnesi 2

Selin, kolsuz bir gömlek ve A kesim bir etek tercih etmiştir. (Bknz. Resim 4.3) Boynuna geniş bir aksesuar takmıştır. Jüriye giderken 50x70 çizim çantası, geniş paftaları sığdırdığı rulo çantası ve maketiyle gelmiştir. Tüm bunları taşırken oldukça efor sarfetmesi, terlemesi, gömleğinin veya eteğinin kirlenmesi, buruşması mümkün olabilir. Tasarım kitinde kullanılacak kumaşın ütü istemeyen, kir tutmayan teknolojilere sahip olması düşünülebilir.



Resim 4.4. Senaryo sahnesi 3

Yalnızca bir haftalık bir seyahat için önce sırt çantası götürmeyi düşünen Selin, ne giyeceğine karar veremediğinden, hızlıca ihtiyacı olabileceğini düşündüğü bir çok giysiyi ortaya çıkarır. Giysilerin sırt çantasına sığmadığını farkedince de bavula koymaya karar verir. (Bknz. Resim 4.4) Bir hafta içerisinde nerelere gidebileceğini, hangi kıyafetlerine ihtiyacı olabileceğini düşünemez ve az zamanı olduğundan aklına gelen her şeyi bavula doldurur. Burada bir çok giyim ihtiyacını karşılayabilecek bir modülün varlığı işini kolaylaştırabilir. Modüler kitin tamamını veya bir kısmını yanına alabilir, fazladan bir şort veya kot pantolon, ayakkabı olarak az yer kaplayan bir çözüme ulaşabilir.



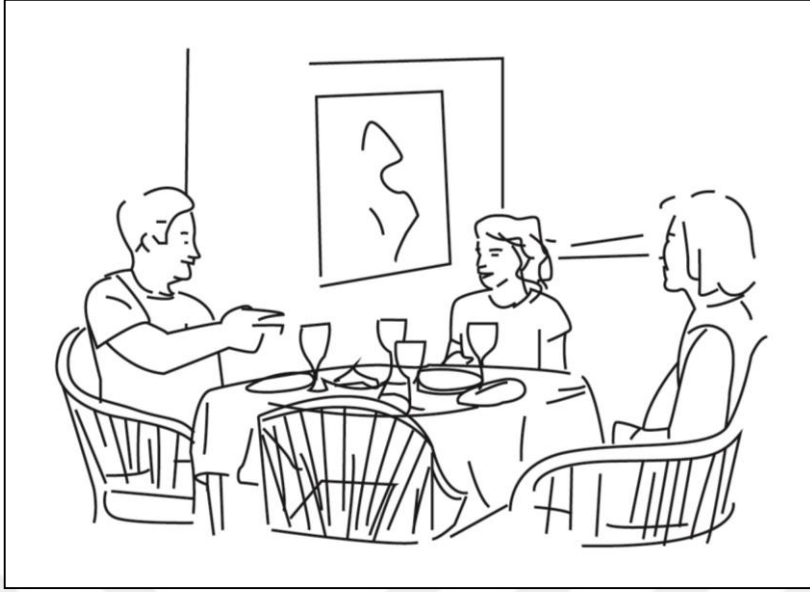
Resim 4.5. Senaryo sahnesi 4

Selin elindeki eşyalarla otogara gitmeden fotokopilerini bırakmak için uğradığı çizim kursunda üzerini değiştirme gereği duyar. Oldukça terlemiş ve rahatsız olmuştur. (Bknz. Resim 4.5) Tasarlanacak üst parçanın sık kullanım, terleme ve sürtünme gibi sebeplerle en çok yıpranabilecek koltuk altı, etek ucu, yaka gibi bölümleri değiştirilebilir olarak düşünülebilir.



Resim 4.6. Senaryo sahnesi 5

Selin, ailesinin yaşadığı yerde, özellikle turistik bir yer olan Antalya’da oldukça rahat giyinebilmesine karşın, Ankara’da bazı yerlerde Antalya’daki kadar rahat giyinmemektedir. Bunların haricinde, örneğin tayt giydiği zamanlarda üzerine daha bol ve biraz uzun bluzler giymeyi tercih etmektedir. (Bknz. Resim 4.6) Özellikle yolculuklarda üzerini çekiştirmeden, bol ve rahat üst parçalar giymeyi istemektedir. Burada modüle, yerine göre elbise veya tunik olabilecek, kalçasının bir kısmını örtebilecek bir alt parça düşünülebilir.



Resim 4.7. Senaryo sahnesi 6

Selin, Antalya'daki evinde akşam yemeğindedir. (Bknz. Resim 4.7) Evine geldiğinde üzerini değiştirmeden, örneğin giysinin yakası gibi onu rahatsız edebilecek parçalarını çıkarıp yemeğini yiyebilir. Yemekte üzerine bir şey dökerse, yine modülün parçalarını değiştirerek yenileyebilir.



Resim 4.8. Senaryo sahnesi 7

Akşam üzeri arkadaşlarıyla dışarı çıkan Selin, gideceği mekan için daha şık veya özenli giyinmek isteyecek olabilir. (Bknz. Resim 4.8) Bu nedenle kıyafetini bazı aksesuarlarla tamamlayabilir. Modüler kitin içerisine bazı aksesuarlar eklenebilir, farklı kumaşlardan oluşan yedekler kullanılabilir.

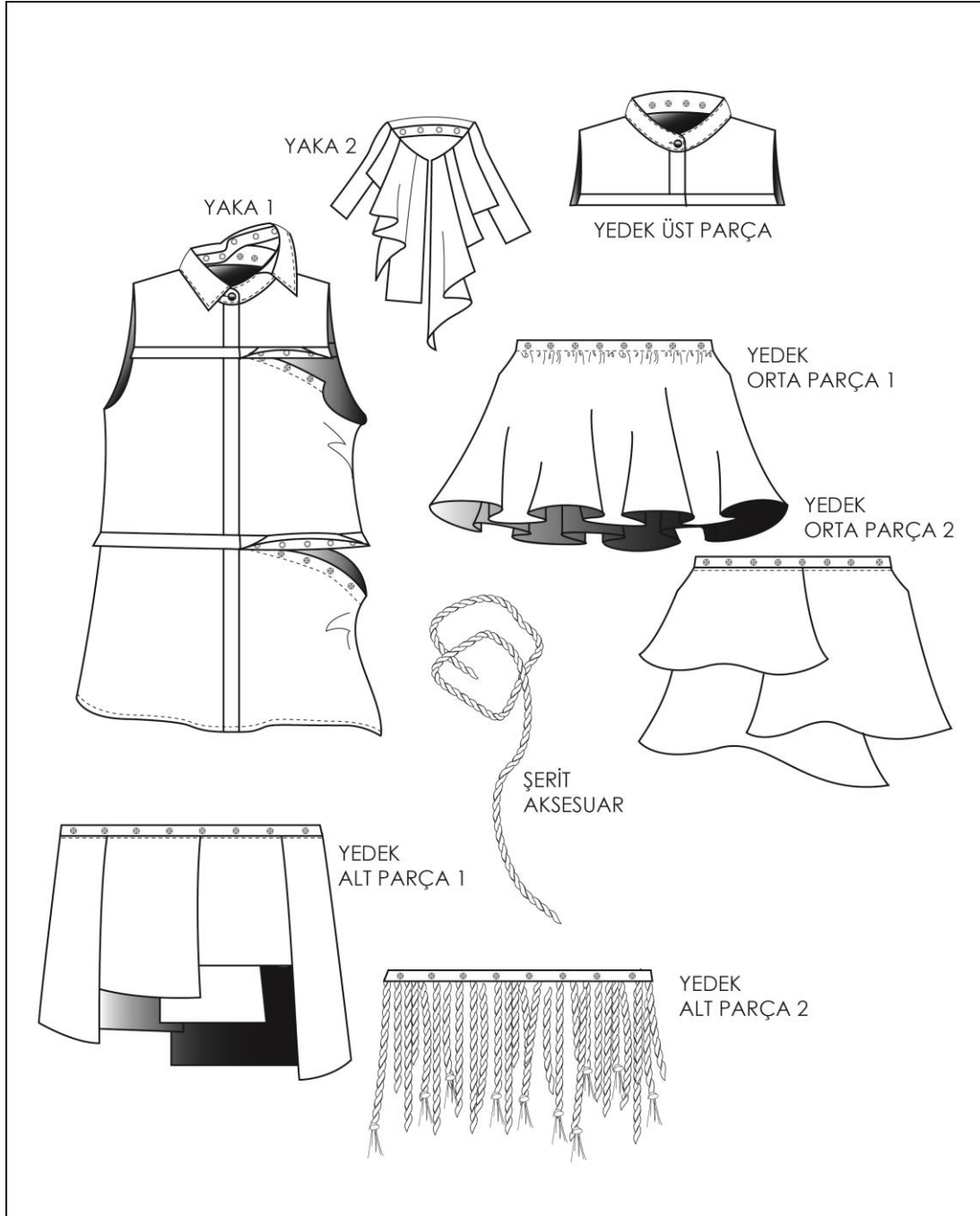
4.2.2. Tasarım seti

Yaratılan persona ve oluşturulan senaryo detaylıca incelendiğinde, evine, tiyatro kulübüyle yaptığı gezilerde sık sık seyahat eden Selin için yolculuklarda ve bulunduğu mekanlarda giyebileceği, kendisi gibi değişikliğe ayak uydurabilecek bir giysiye ihtiyaç vardır. Tasarlanacak modüler giysi, ilkbahar/yaz dönemine uygun, bluzan gömlekle sınırlandırılmıştır.

Selin'in yalnızca 1 gününün anlatıldığı senaryoda bulunduğu yerler; Ankara'daki evi, okulu, çalıştığı çizim kursu, otogar, Antalya'daki ailesinin evi ve arkadaşlarıyla bulunduğu kafedir. Tüm bu yaşama alanlarına ve toplu alanlara uygun giyilebilecek bir üst giyim ürününe ihtiyaç vardır. Selin'in yaşadığı sorunlar arasında, birkaç gün ya da bir haftalığına yapacağı gezileri için düşündüğünden büyük bavulları peşinde sürüklemek zorunda kalmasıdır. Bir kot pantolon veya şort ile birkaç parça iç çamaşırı ve istediği şekilde değiştirebileceği bir modüler bluzun parçalarını sırt çantasına kolaylıkla sığdırabilmesi sağlanabilir. Değişiklik istemese bile üzerine bir şey döküldüğünde ya da terlediğinde sadece gerekli bölgeleri değiştirerek sorunlarını çözebilir.

Tasarlanan ürün, yaka, üst bölüm, orta bölüm ve alt bölüm olarak 4 parçadan oluşmaktadır. Yaka için 2 yedek, üst bölüm için 1 yedek, orta bölüm için 2 yedek ve alt bölüm için 2 yedek parça tasarlanmıştır. Tasarım seti paketinin içerisine bir çok amaçlı şerit aksesuar eklenmiştir (Resim 4.9). Modüler setin yakası, üst parçası (roba bölümü), orta parçası (bele kadar) ve alt parçası gizli patlı çalışılmış çitçitler ile birbirine bağlanmaktadır. Çitçitlerin boyutu, sıklığı ve ağırlığı kullanım kolaylığı sağlayacak biçimde ergonomik olarak düşünülmüştür. Örnek tasarım setinde kullanılan çitçit aksesuarının haricinde, kullanılacak kumaş tipinin özelliğine göre fermuar, şerit cırt bantlar da düşünülebilir. Modülün tamamı, Pantone kodları

verilen, personanın zevkine uygun olarak düşünölen renk paletine uygun kumaşlardır (Resim 4.10). Kumaşlar, uzun süreli kullanıma uygun olacak şekilde ütü istemez (non-iron), su ve leke tutmaz özellikte, mukavemeti yüksek olması planlanmıştır. Ayrıca insan sağlığına zarar vermeyen doğa dostu tekstil malzemeleri ve lifleri kullanılacaktır.



Resim 4.9. Tasarım seti paket açılımı



Resim 4.10. Tasarım setine ait Pantone kodları

Tasarım seti, kullanıcı odaklı olarak hedef kitlenin isteklerini taşıyan Selin personası üzerinden, personanın ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik olarak tasarlanmıştır. Set, aksesuarla beraber kitin kendisi ve 8 yedek parçasıyla birlikte satışa sunulması düşünülmektedir. Renk paletleri, kumaş desen ve türleri değiştirilerek farklı paketlerle satışa sunulabileceği gibi, farklı yedek parça tasarımlarıyla yeni setler de oluşturulabilir.

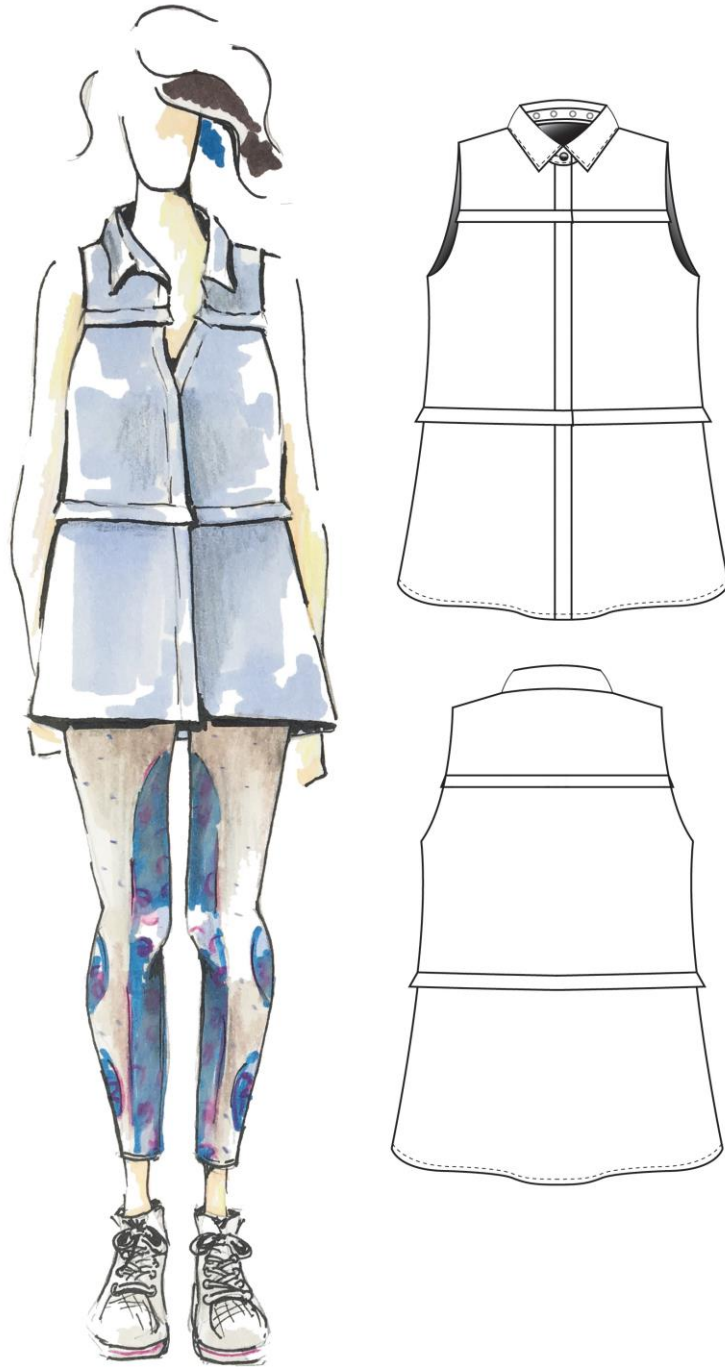


Resim 4.11. Tasarım setinin örnek kullanımına ait illüstrasyonlar

Tasarım seti içerisinde yer alan yedek parçalar, modül içerisinde yerine uygun her türlü kombine müsaade etmektedir. Kullanıcı, istediği yakayla istediği orta parçayı veya etek ucunu birleştirebilir. Bununla beraber Resim 4.11’de Selin’in senaryosu içerisinde kullanabileceği örnek kombinlere yönelik illüstrasyon çizimleri

yapılmıştır. Evde, okulda, sokakta, sıradan bir günde veya özenle giyinmesi gereken bir günde, şık olmak istediğinde veya sportif olmak istediğinde setin içerisindeki modülleri birleştirerek yapabileceği örnek kombinler görülmektedir. Tasarım setinin kullanım şekilleri ve örnek kombinlerin detaylarıyla ön ve arka teknik çizimleri Resim 4.12 ile Resim 4.17 arasında verilmiştir.

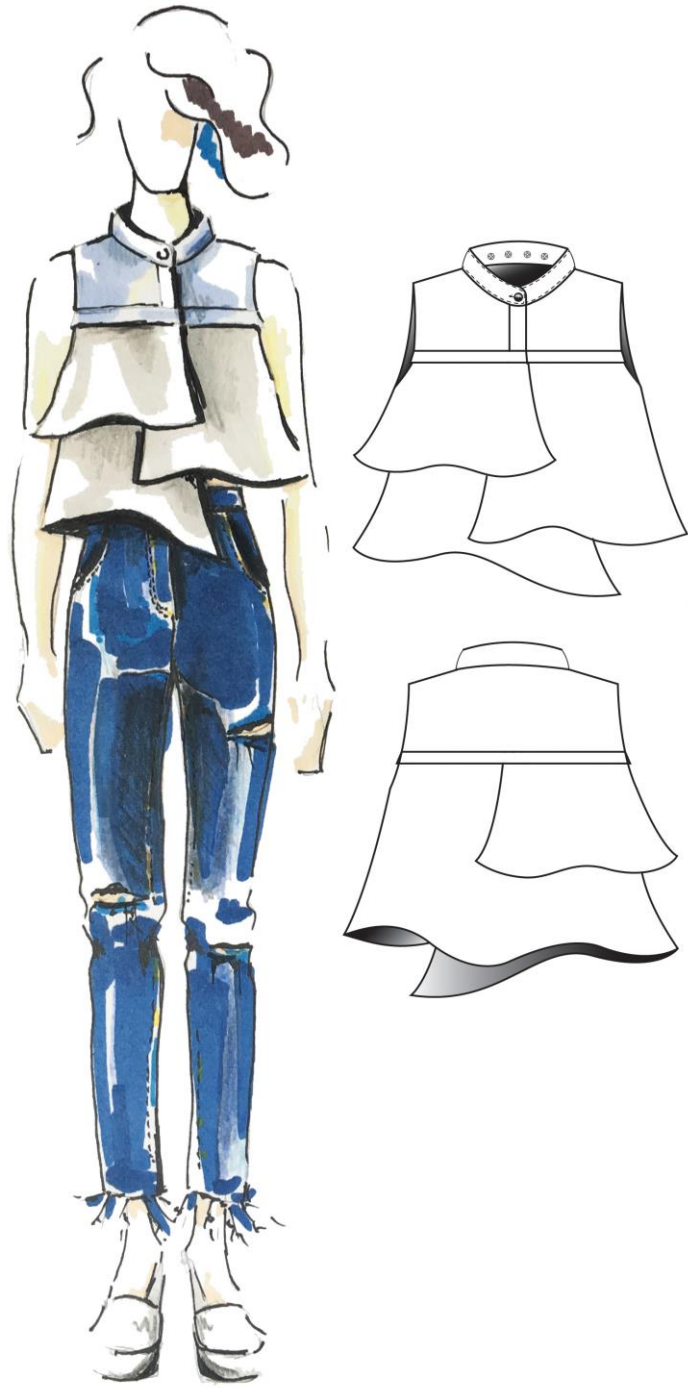




Resim 4.12. Kombin detay 1



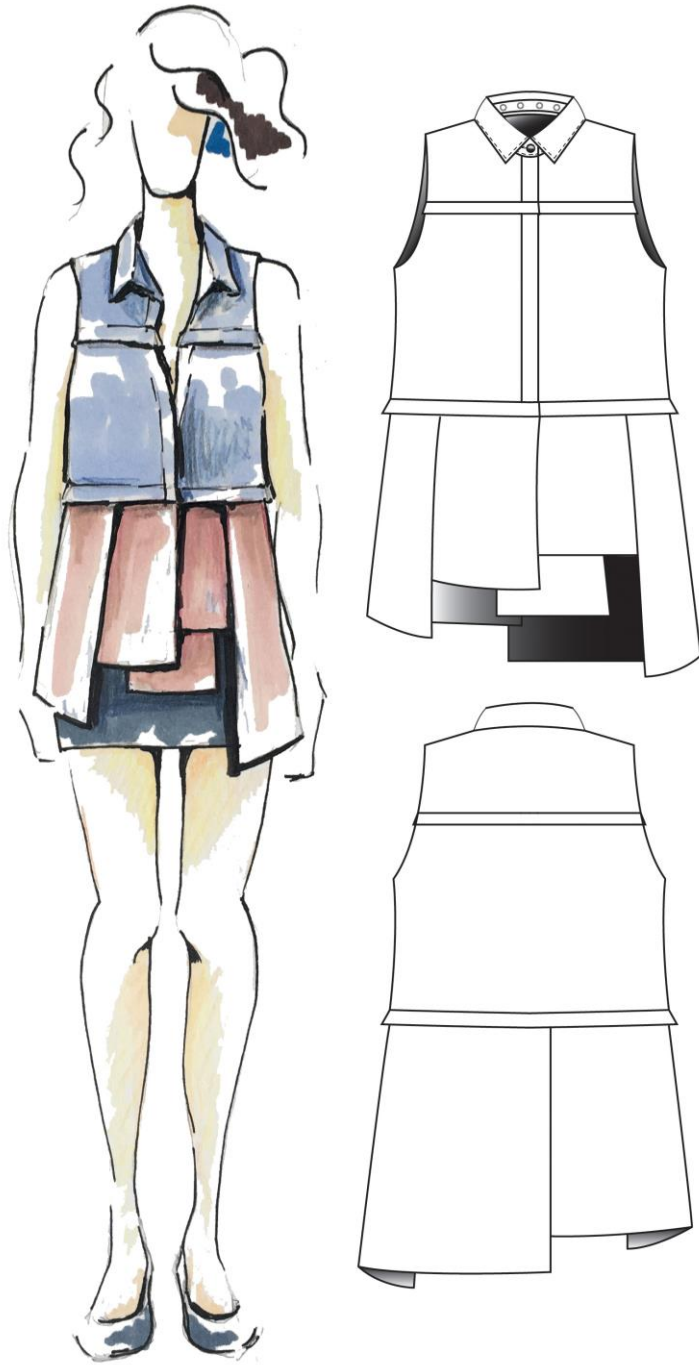
Resim 4.13. Kombin detay 2



Resim 4.14. Kombin detay 3



Resim 4.15. Kombin detay 4



Resim 4. 16. Kombin detay 5



Resim 4.17. Kombin detay 6

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Kullanıcının ön plana çıkarılarak tasarım sürecine nasıl dahil edilebileceği ve tek bir modüler ürünle birden fazla isteğe ve ihtiyaca nasıl çözüm bulunabileceği problemlerine yönelik yapılan bu araştırmanın sonucunda, önemli bir moda tüketicisi grubu olarak Ankara'daki üniversite öğrencilerine uygulanan anketten aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

Araştırmaya katılan örneklem grubu içerisinde kadınların çoğunlukta olduğu ve bekar oldukları, yaş grubuna ait yığılmanın 21-23 yaş arasında olduğu,

Giysi değişikliğine ihtiyaç duyabilecekleri serbest zaman aktivitelerinden en çok sanat ve tasarım faaliyetleri yaptıkları, sık sık seyahat ettikleri ve arkadaşlarıyla buluşmalara gittikleri,

Giyim alışverişi ihtiyaçlarına yönelik en çok ihtiyaçları olduğunda alışveriş yapan, uygun fiyatlı ürün gördüğünde ve istediği ürüne rastladığında alan bir kullanıcı grubunun olduğu,

Giyim ürününde en çok uzun süre ve birden fazla kombine kullanılabilirlik, kalite ve estetik kaygıların arandığı ve bu unsurlara göre satın alındığı,

Kullanıcıları yeni giysilere sahip olmanın mutlu ettiği, farklı ve benzer tarzda kıyafetlere sahip olabildikleri, bir giysiyi uzun süre giyebilmek istedikleri ve her gün farklı giysiler giymeyi tercih ettikleri,

Bir giyim ürününde değiştirmek istedikleri unsurların en çok yıpranan bölgelerin, uzunluğunun, genişliğinin ve aksesuarlarının olduğu,

Sürdürülebilir moda kavramına yönelik fikirlerin çoğuna olumlu yaklaştıkları ve üniversite türüne göre bir takım değerlerde az da olsa farklılık gösterdikleri,

Çoğunlukla rasyonel satın alma davranışlarına sahip oldukları ulaşılan sonuçlar arasındadır.

Anket sonuçlarına yönelik olarak oluşturulan persona ve senaryo ile hedef kitlenin istek ve düşüncelerine çözümler aranmıştır. Yapılan literatür araştırmasında ise sürdürülebilir moda ya yönelik fikirlerin bir kısmının kullanıcılarla buluşamadığı, bazı fikirlerin teorik olarak kaldığı pratikte kendine yer bulamadığı, geri dönüşüm, ileri dönüşüm gibi fikirlerin bir kısmının tasarımlarda kullanıcıları tatmin etmediği ve yeni bir yaklaşıma ihtiyaç duyulduğu ortaya çıkmıştır. Persona ve senaryoya yönelik hazırlanan tasarım seti, modüllerden oluşan, kullanıcıya yeni bir giysiye sahip olma hissi veren, estetik algısına hitap eden, kullanıcıya özgürlük tanıyarak tasarımın içerisine dahil eden, tek bir ürünle birden fazla isteğe cevap bulabilecek çözümlere sahiptir. Tüm bu yönleriyle sürdürülebilirliğin sosyal boyutunda kendine yer bulabilmektedir. Modüler tasarımlarla daha uzun süre kullanılabilirlik sağlayan, değişime açık olma yönüyle, modüllerin tek başına satımı gerçekleştiği takdirde yenilenebilir/güncelleştirilebilir oluşuyla kullanıcı ihtiyaçlarını karşılamaktadır. Üretimi esnasında farklı ürün gruplarını içerisinde barındırmasına karşın kalıp ve kumaş kesimi işlemlerinde fazla iş gücünü azaltması ve kullanılan tekstil malzemelerinin insan sağlığına zararsız oluşuyla da sosyal sürdürülebilirliği sağlamaktadır. Tasarım setinin kullanıcıyla olan etkileşimi haricinde, örneğin bir gömlek ve bir tunik kalıbı için ayrı ayrı kesilerek harcanacak kumaş israfının önüne geçerek, tek bir orta modül kesilerek elde edilebilecek ikinci bir kıyafet ihtiyacı karşılanmış olacaktır. Bu yönüyle de ekonomik sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır. Kumaş israfının, atık kumaşların ve bir bölümü yıprandığı için giyilemeyen giysi atıklarının önüne geçmesi yönünden ve üretiminde kullanılan insan sağlığını gözetilen tekstil lifleri ve malzemelerinin tercih edilmesi yönünden ekolojik sürdürülebilirliğe de katkı sağlaması öngörülmüştür. Bahsedilen tüm unsurlardan yola çıkarak tasarlanan setin sürdürülebilirliğin sosyal, ekonomik ve ekolojik olan üç boyutuna da katkı sağladığı görülmektedir.

Araştırma dahilinde tasarlanan tasarım seti, farklı personalar ve farklı senaryolar için yorumlanabileceği gibi, setin içerisindeki modüllerin ayrı ayrı satışı da sağlanarak, ana modüle sahip kullanıcının istediği yedek modüllere sahip olması satış önerileri

arasına eklenebilir. Tasarlanan setin üretimi gerçekleştirilerek kullanıcılar tarafından denenerek yarattığı sonuçlar ve gerekli iyileştirmeler yapılabilir. Tasarımların kullanıcılara sunulması ve fikirlerinin alınması tasarım süreci için oldukça önemli olduğu göz önüne alınarak, ürünün prototiplerinin kullanıcılara sunulması ve sonuçlarının değerlendirilerek tasarımların gerekli görüldüğü takdirde ilgili bölümlerinin yeniden üretimi gerçekleştirilebilir. Yapılan çalışma, aynı yöntemler izlenerek, üst beden grubu dışında diğer giyim ürünleri için de çalışılabilir.

Moda tasarımcıları, tasarım süreçlerini araştırmada izlenen kullanıcı deneyimi ve kullanıcı odaklı tasarım kavramlarından yararlanarak fonksiyonel ürünler tasarlayabilirler. Moda sektörü, yeni bir satış politikası içerisinde giyim ürünlerini setler (kit) halinde daha kaliteli ve uzun süre kullanılacak şekilde satışa sunabilir. Sürdürülebilir moda kavramına yönelik olarak hazırlanan tasarım setinin farklı disiplinler tarafından da değerlendirilerek, ilgili kurumların bilgi birikimi ve deneyimleri ile zenginleştirilmesi, modanın geldiği yeri ve geleceğin modasını değiştirebileceği düşünülmektedir.



KAYNAKLAR

- 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 Bildiriler Kitabı* (s. 79-87). Çorum: Hitit Üniversitesi.
- Akturan, U. (2010). Hedonik Tüketim Eğiliminin Plansız Satın Alma Eğilimi Üzerindeki Etkisinin Belirlenmesi. *Öneri Dergisi*, 9(33), 109-116.
- Archer, B. L. (1965). *Systematic Method for Designers*. London: Council of Industrial Design.
- Arıkan, R. (2004). *Araştırma Teknikleri ve Rapor Hazırlama*. Ankara: Asil Yayın.
- Atılğan, Ç. (2015). *Hızlı Moda Kavramının Üretici ve Tüketici Açısından Değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Bayazıt, N. (1994). *Endüstri Ürünlerinde ve Mimarlıkta Tasarlama Metotlarına Giriş*. İstanbul: Literatür Yayınları.
- Bayazıt, N. (2008). *Tasarımı Anlamak* (1. Baskı). İstanbul: İdeal Kültür Yayıncılık.
- Binyıldırım, N. (7 Temmuz 2015). *Neymiş Bu "İnsan Odaklı Tasarım"?* Haziran 5, 2017 tarihinde Sherpa Blog: <https://sherpa.blog/neymis-bu-human-centered-design#.WUpa5-vyjIU> adresinden 3 Haziran 2017 tarihinde alındı
- Busch, O. V. (2015). Ahimsa Modası Çünkü Sürdürülebilirlik Yeterince Aykırı Değil. Ş. Kipöz içinde, *Sürdürülebilir Moda* (s. 19-30). İstanbul: Yeni İnsan Yayınevi.
- Carrico, M., and Kim, V. (2014). Expanding zero-waste design practices: a discussion paper. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 58-64.
- Coşkun, A. (2016). Sürdürülebilirlik. *Cogito: Tasarım Ne Bekler?*(83), 83-95.

- Daily, G. (1997). *Nature's services societal dependence on natural ecosystems*. Washington: Island Press.
- Fletcher, K. (2008). *Sustainable Fashion and Textiles: Design journey*. London: Earthscan.
- Fletcher, K. (2014). Design for Sustainability in Fashion and Textiles. S. Black, A. de la Haye, J. Entwistle, A. Rocamora, R. A. Root, and H. Thomas içinde, *The Handbook of Fashion Studies* (s. 557-574). London: Bloomsbury Academic.
- Fogg, M. (Dü.). (2014). *Modanın Tüm Öyküsü*. İstanbul: Hayalperest Yayınevi.
- Garrett, J. J. (2011). *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond*. Berkeley: New Riders.
- Geuens, M., Weijters, B., and Kristof, D. W. (2009). A New Measure of Brand Personality. *International Journal of Research in Marketing*, 26, 97-107.
- Göksel, N. ve Gökmenoğlu, M. (2012). Geri Dönüşüm Kavramının Bayan Giysi Tasarımına Yansıması. *I. Ulusal Geri Kazanım Kongre ve Sergisi* (s. 279-291). Uşak: Uşak Üniversitesi Mühendislik Fakültesi.
- Gürcüm, B. H. ve Yüksel, C. (2012). Moda Sektörünü "Yavaşlatan" Eğilim: Eko Moda ve Moda'da Sürdürülebilirlik. *I. Uluslararası Moda ve Tekstil Tasarımı Sempozyumu* (s. 48-51). Antalya: Akdeniz Üniversitesi.
- Gwilt, A. (2014). *A Practical Guide to Sustainable Fashion*. London: Bloomsbury Publishing.
- Hançerlioğlu, O. (2010). *Felsefe Sözlüğü* (17. Basım b.). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Henkaa. (2016). *Henkaa*. Henkaa Markası Web Sitesi: <https://www.henkaa.com> adresinden 16 Nisan 2017 tarihinde alınmıştır
- Hethorn, J., & Ulasewicz, C. (2015). *Sustainable Fashion: What's Next?: A Conversation About Issues, Practices and Possibilities* (2. b.). New York: Bloomsbury Publishing.

- Holbrook, M. B., & Hirschman, E. C. (1982). The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings, and Fun. *Journal of Consumer Research*, 9, 132-140.
- James, P. (2015). *Urban Sustainability in Theory and Practice*. London: Routledge.
- Jennings, T. (2011). *Creativity in Fashion Design*. New York: Fairchild Books.
- Kaptan. (1983). *Bilimsel Araştırma Teknikleri ve İstatistik Yöntemleri*. Ankara: Bilim Yayınevi.
- Karasar, N. (2014). *Bilimsel Araştırma Yöntemi* (27. Basım b.). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Kılıç, S. (2013). *Giyim Sektöründeki Üretim Atıklarının Sürdürülebilir Moda Yaklaşımı ile Değerlendirilmesi ve Örnek Bir Uygulama*. Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Ankara: Gazi Üniversitesi.
- Kim, E., Fiore, A. M., and Kim, H. (2014). *Fashion Trends Analysis and Forecasting*. London: Bloomsbury Academic.
- Kipöz, Ş. (Dü.). (2015). *Sürdürülebilir Moda* (1. baskı). İstanbul: Yeni İnsan Yayınevi.
- Löbach, B. (1976). *Industrial design: Grundlagen d. Industrieproduktgestaltung*. München: Thiemig.
- Miller, D. (5 Haziran 2007). Interview: Deborah Milner of Aveda Ecouture. (J. Danyelle, Röportajı Yapan) <http://inhabitat.com/sustainable-style-sunday-aveda-ecouture-interview-with-deborah-milner/> adresinden 20 Mart 2017 tarihinde alınmıştır
- Nielsen, L. (2004). *Engaging Personas and Narrative Scenarios*. Department of Informatics. Denmark: Copenhagen Business School.
- Niinimäki, K. (2013). *Sustainable Fashion: New Approaches*. Helsinki: Aalto ARTS Books.

- Olivier, K. (2012, Ocak 28). *Life is Good*. Style Source Web Site: <https://stylesource01.wordpress.com/2012/01/28/modular-fashion-blessus/> adresinden 16 Nisan 2017 tarihinde alınmıştır
- Ovacık, M. (2015). Sağduyulu Dişil Yaratıcılık: Zanaat, Onarım ve Dönüşüm. Ş. Kipöz içinde, *Sürdürülebilir Moda* (s. 43-60). İstanbul: Yeni İnsan Yayınevi.
- Özcan, B. (2007). "Rasyonel Satın Alma" ve Boş Zaman Sürecine Ait Alışveriş" Eylemlerinin Birlikte Sergilendikleri Mekanlar: Alışveriş Merkezleri. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, IX(2), 39-68.
- Özcan, O. (Dü.) (2016) *Cogito: Tasarım Ne Bekler?* (Cilt 83). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Özdamar, K. (2002). *Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi* (4. Baskı). Eskişehir: Kaan Yayınları.
- Özdamar, K. (2003). *Modern Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- Poyraz, M. (2015). *Sürdürülebilir Tasarım ve Seramik Kaplama Sektöründe Sürdürülebilirlik*. Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi.
- Robinson, J. (2004). Squaring the circle? Some thoughts on the idea of sustainable development. *Ecological Economics*, 369-384.
- Sherin, A. (2013). *Sustainable Thinking. Ethical Approaches to Design and Design Management*. New York: Bloomsbury.
- Snyder, G. (1974). *Turtle Island*. New York: New Directions.
- Stegall, N. (2016). Sürdürülebilirlik İçin Tasarlamak: Ekolojik Yönelimli Tasarım İçin Bir Felsefe. *Cogito: Tasarım Ne Bekler?*(83), 166-176.
- Tunalı, İ. (2004). *Tasarım Felsefesine Giriş* (2. Baskı). İstanbul: Yapı Yayın.

Van Hemel, C. (1998). *Ecodesign Empirically Explored: Design for Environment in Dutch Small and Medium Sized Enterprises*. Delft: Delft University of Technology.

Wallinger, S. R. (2014). A History of Sustainability in Fashion. K. Fletcher, & T. Mathilda içinde, *The Routledge Handbook of Sustainability and Fashion* (s. 151-159). London: Routledge.

White, P., Belletire, S., & Louise, S. P. (2007). *OKALA Ecodesign Guide*. Phoenix: AZ: Industrial Designers Society of America.







EKLER

EK-1

SÜRDÜRÜLEBİLİR MODA TASARIMI KAVRAMINA KULLANICI-ODAKLI TASARIM SETİ YAKLAŞIMI KULLANICI ANKET FORMU

Bu anketi, Ankara’da lisans eğitimi alan öğrencilerin doldurması beklenmektedir. Anket, Gazi Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Moda Tasarımı Anabilim Dalı’nda Doç. Dr. Saliha Ağaç’ın danışmanlığını yürüttüğü bir yüksek lisans tezi çerçevesinde yapılmaktadır. Araştırmanın amacı, moda tüketicilerinden lisans öğrencilerinin sürdürülebilir moda kavramına yönelik beklenti ve düşünceleriyle, genel profillerini belirlemektir. Zaman ayırdığınız için teşekkür ederim.

S. Gaye Ayanoglu

1. Doğum yılınız:
2. Cinsiyetiniz: Kadın Erkek
3. Medeni Durumunuz: Evli Bekar
4. Okuduğunuz üniversite:
5. Okuduğunuz bölüm:
6. Çalışma durumunuzla ilgili size en uygun olanı işaretleyiniz.
 Bir firmada çalışıyorum. Diğer:.....
 Firma sahibiyim.
 Gönüllü olarak çalışıyorum.
 Çalışmıyorum.
7. Serbest zamanlarınızla ilgili aşağıdaki durumlardan size uygun olan 3 seçeneği işaretleyiniz.
 Düzenli olarak spor yaparım.
 Sanat / tasarım çalışmaları yaparım.
 Enstrüman çalarım.
 Kişisel/mesleki gelişim kurslarına giderim. Lütfen belirtiniz:.....
 Sık sık seyahat ederim.
 Arkadaş buluşmalarına katılırım.
 Parti ve diğer organizasyonlara katılırım.
 Diğer, lütfen belirtiniz:.....

8. Giyim alışverişi alışkanlıklarınıza yönelik aşağıdaki unsurlara katılma durumunuzu numaralandırınız.

	Kesinlikle katılmıyorum				Kesinlikle Katılıyorum
	1	2	3	4	5
İhtiyacım olduğunda alışveriş yaparım.					
Uygun fiyatlı bir giysi gördüğümde alırım.					
Boş zamanlarımda alışveriş yaparım.					
İstedğim ürüne rastladığımda alırım.					
Planlı olarak alışveriş yaparım.					
İndirim dönemlerinde alışveriş yaparım.					

9. Aşağıdaki giyim ürününe ait unsurların, alışverişinizde sizi etkileme durumunu numaralandırınız.

	Kesinlikle etkilemez				Kesinlikle etkiler
	1	2	3	4	5
Son moda olması					
Estetik görünümü					
Kalitesi ve uzun süre kullanılabilirliği					
Fiyatı					
Kumaş ve malzemesi					
Markası					
Doğa dostu/ geri dönüşümlü oluşu					
Birden fazla kombine kullanılabilir oluşu					
Farklı tasarımı					
Fonksiyonel oluşu					
Sahip olduğum bir kıyafete benzememesi					

10. Aşağıdaki durumlara yönelik görüşlerinizi belirtiniz.

	Kesinlikle katılmıyorum				Kesinlikle katılıyorum
	1	2	3	4	5
Giysilerde bir takım detayların değiştirilebilir olmasını isterim.					
Bir giysiyi uzun süre giyebilmeyi isterim.					
Aldığım giysiler üzerinde kendim değişiklikler yaparım.					
Aldığım giysiler üzerinde değişiklikler yaptırım.					
Her gün farklı giysiler giymeyi tercih ederim.					
Manevi değeri olan giysilerim vardır.					
Beğendiğim bir modelin birden fazla rengini alabilirim.					
Yerine göre farklı tarzlarda ürünler satın alabilirim.					
Gardırobumda benzer tarzda parçalar vardır.					
Aldığım bir giysinin tasarımına dahil olmayı isterim.					
Aldığım giysiler üzerinde değişiklik yapmaktan hoşlanmam.					
Yeni bir giysiye sahip olmak beni mutlu eder.					
Aynı giysiyi birden çok kez giymekten hoşlanmam.					

11. Sürdürülebilir moda kavramına yönelik görüşlere katılma durumunuzu numaralandırınız.

	Hiç katılmıyorum	2	3	4	Kesinlikle katılıyorum
	1				5
Giysi üretiminde çalışanların haklarının korunması gerekir.					
Giysi ve üretim atıklarının yol açtığı çevre kirliliği önlenmelidir.					
Giysi üretiminde kumaş ve malzemeler ekonomik kullanılmalıdır.					
Giysiler, dayanıklı malzemelerden üretilmelidir.					
Modada hızlı tüketimin önüne geçilmelidir.					
Giysiler çeşitli çözümlerle farklı ihtiyaçlara cevap vermelidir.					
Giysi üretiminde kullanılan malzemeler geri dönüşümlü olmalıdır.					
Giysiler fonksiyonel olmalı, farklı modellere dönüşebilmelidir.					
Giysilere ait bazı detaylar değiştirilebilir ve yedek parçalarıyla beraber satılabilir. (Yaka, manşet, kol,...)					

12. Satın aldığımız bir giyim ürününe ait bölüm ve özelliklerin değiştirilebilir olmasına yönelik görüşlerinizi belirtiniz.

	Kesinlikle istemem	2	3	4	Kesinlikle isterim
	1				5
Kolunun					
Yakasının					
Manşetinin (kol ucu bandı)					
Uzunluğunun					
Genişliğinin					
Cep detayının					
Kumaş renginin					
Kumaş deseninin					
Kumaş türünün					
Üzerindeki baskı tasarımının					
Kullanılan aksesuarların (düğme, kopça, fermuar...)					
Aksesuar renginin					
Yıpranan bölgelerin					
Tasarımının					

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Soyadı, adı : Ayanoglu, S. Gaye
Uyruğu : TC
Doğum tarihi ve yeri : 24.03.1992 Ankara
Medeni hali : Bekar
e-mail : gayeayanoglu@gmail.com



Eğitim

Derece	Eğitim Birimi	Mezuniyet tarihi
Yüksek lisans	Gazi Üniversitesi	2017
Lisans	Anadolu Üniversitesi	2014
Lisans (Erasmus)	ESAD College of Art and Design (Portekiz)	2012
Lise	TED Ankara Koleji	2010

İş Deneyimi

Yıl	Yer	Görev
Kasım 2016-...	Atılım Üniversitesi	Arş. Gör.
Aralık 2015-Temmuz 2016	İpek Üniversitesi	Arş. Gör.
Mayıs/Temmuz 2015	DAİ Modaevi	Tasarım Asist.
Eylül 2013	A46&Tuvanam	Stajyer Tas. Asist.
Temmuz 2013	Beymen Mağazacılık A.Ş.	Stajyer Tas. Asist.
Ağustos/Eylül 2012	Seçil Tekstil Giyim	Stajyer Üret. Asist.

Yabancı Dil

İngilizce (İleri)
Fransızca (Orta)
Portekizce (Başlangıç)



GAZİLİ OLMAK AYRICALIKTIR..