

T.C.
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
UYGULAMALI SOSYOLOJİ YÜKSEK LİSANS
PROGRAMI

İNSAN DOĞA İLİŞKİSİ ÇERÇEVESİNDE
MODADA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE
EKOLOJİK MODA ANLAYIŞININ
İNCELENMESİ

Yüksek Lisans Tezi

Eda KOSİFOĞLU
200007453

İstanbul, 2021

T.C.
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
UYGULAMALI SOSYOLOJİ YÜKSEK LİSANS
PROGRAMI

İNSAN DOĞA İLİŞKİSİ ÇERÇEVESİNDE
MODADA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE
EKOLOJİK MODA ANLAYIŞININ
İNCELENMESİ

Yüksek Lisans Tezi

Eda KOSİFOĞLU
200007453

Danışman: Prof.Dr. Necmettin DOĞAN

İstanbul,2021

T.C
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

YÜKSEK LİSANS TEZİ ONAY FORMU

Uygulamalı Sosyoloji Yüksek Lisans programı öğrencisi Eda KOSİFOĞLU’nun “insan doğa ilişkisi çerçevesinde modada sürdürülebilirlik ve ekolojik moda anlayışımın incelenmesi” başlıklı tez çalışması, Enstitümüz Yönetim Kurulu **02.02.2021** tarih ve **2021-518/19** sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından oybirliği / oyçokluğu ile Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

UNVANI, ADI SOYADI

TEZ DANIŞMANI : Prof. Dr. Necmettin DOĞAN/ İstanbul Ticaret Üniversitesi

JÜRİ ÜYESİ : Prof.Dr. Ahmet Korkut TUNA/ İstanbul Ticaret Üniversitesi

JÜRİ ÜYESİ : Prof. Dr. Yunus KAYA/ İstanbul Üniversitesi

(*) Yüksek lisans tez savunma jürileri en az biri kurum dışından olmak üzere danışman dahil en az üç öğretim üyesinden oluşur. Jürinin üç kişiden oluşması durumunda eş danışman jüri üyesi olamaz. Eş tez danışmanının jüri üyesi olması durumunda asıl jüri beş üyeden oluşur.

ÖZET

Sanayileşme, teknolojik gelişmelerin artarak devam etmesi, hızlı nüfus artışı ve özellikle küreselleşmenin geldiği boyutlar nedeniyle tüm dünyanın çeşitli tüketim faaliyetlerine hizmet ettiği bilinmektedir. Endüstrileşmeyle birlikte pek çok alanda faaliyet gösteren kurumların artışı, bunun devamında her geçen gün sınırlarını genişleten tüketim faaliyetleri doğayı, çevreyi ve canlıların yaşam alanlarını tehdit eder duruma gelmiştir. Son yıllarda hızlı tüketim kültürünün benimsenmesi doğal kaynaklar ve ekosistem üzerinde tahribat yaratmaktadır. Yaşam alanlarını, insan sağlığını, hayvan ve bitkilerin doğal ortamını olumsuz etkileyen bu durum sebebiyle birçok ekolojik, sosyolojik ve ekonomik problem oluşmaktadır.

Petrol endüstrisinden sonra çevreye en çok zarar veren endüstri olduğu bilinen moda endüstrisi; üretim aşamasında kullanılan kimyasallar, doğal kaynakların kullanımı ve moda alışkanlığını değiştiren hızlı moda (*fast fashion*) kültürü sebebiyle doğada bıraktığı atıklar dikkate alındığında, çevre üzerinde telafisi zor tahribatlar yaratmaktadır.

Son yıllarda insan doğa ilişkisinin farklılaşmasıyla çevreci hareketler artış göstermiş bununla birlikte moda endüstrisinde çevreye duyarlı çeşitli kavramlar ortaya çıkmıştır. Etik moda, sürdürülebilir moda, yeşil moda, ekolojik moda, adil ticaret gibi kavramlar yaşanan problemlere tepki olarak literatürde karşımıza çıkmaktadır.

Bu araştırmada etik moda anlayışı, çevresel sürdürülebilirlik açısından ele alınarak modern toplumda değişen insan doğa ilişkisi bağlamında incelenmiştir. Çalışmada içerik analizi yöntemi kullanılarak sürdürülebilir modaya yönelik paylaşımların hangi alt başlıklar altında kategorize edildiği, ekolojik modanın hangi pratikler etrafında değerlendirildiği, bu kategorilerin üreticiler ve tüketiciler tarafından uygulanabilir nitelikte olup olmadığı ve bilgilendirici boyutu hususunda ele alınacaktır.

Anahtar kelimeler: Moda, sürdürülebilirlik, çevre hareketi, ekoloji

ABSTRACT

It is known that all over the world serves various consumption activities due to the industrialization, increase of technological developments, rapid population growth, and especially some dimensions of globalization. The environment, the nature, and the living spaces have been threatened by the increase of the institutions operating in many fields with the industrialization, and the consumption activities expanding their borders day by day. In recent years, adoption of an attitude toward rapid consumption causes serious destruction of natural resources and the ecosystem. Many ecological, sociological and economical problems have occurred because of this situation, which negatively affects living areas, human health, and the natural environment of animals and plants.

The fashion industry, which is known to be the most harmful to the environment after the oil industry, causes serious destructions on the environment considering the wastes it leaves in nature due to the chemicals used in the production phase, the use of natural resources and the fast fashion culture that changes the fashion habit,

In recent years, environmental movements have increased with the differentiation of human-nature relationship, however, various environmentally sensitive concepts have emerged in the fashion industry. Concepts such as ethical fashion, sustainable fashion, green fashion, ecological fashion, and fair trade appear in the literature in response to the problems encountered.

In this study, ethical fashion sense has been examined in terms of changing human-nature relationship in modern society by considering environmental sustainability. In the study, using the method of content analysis, it will be discussed in terms of which subtitle of sustainable fashion posts are categorized, around which practices ecological fashion is considered whether these categories are applicable to producers and consumers, and their informative dimension.

Keywords: Fashion, Sustainability, Environmental Movement, Ecology

Teşekkürler

Çalışmam boyunca katkılarını esirgemeyen ve bana yol gösteren danışman hocam sayın Prof. Dr. Necmettin DOĞAN'a ve değerli jüri üyelerim Prof. Dr. Ahmet Korkut TUNA ve Prof. Dr. Yunus KAYA'ya teşekkürlerimi sunarım. Bu süreçte bana destek olan ve yardımlarını esirgemeyen eşime, aileme ve dostlarıma teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

ÖZET	iii
ABSTRACT	iv
TABLolar LİSTESİ	vii
ŞEKİL LİSTESİ	viii
KISALTMALAR LİSTESİ	ix
GİRİŞ	1
1. İNSANLAŞAN DOĞA	4
1.1. İNSAN ÇEVRE İLİŞKİSİNİN TARİHÇESİ	5
1.2. DEĞİŞEN ÇEVRE ALGISI	9
1.3. EKOLOJİK TOPLUMA DOĞRU	14
1.4 EKOLOJİK HAREKETLER	16
2. ÇEVRESEL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	21
2.1. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİN KAVRAMSAL BOYUTU	25
2.2 MODA ENDÜSTRİSİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	27
2.3 SÜRDÜRÜLEBİLİR ÜRETİMİ DESTEKLEYEN MODA MARKALARI VE TASARIMCILAR	32
3. MODA OLGUSU	40
3.1. MODERN TOPLUMDA MODANIN ÖYKÜSÜ	41
3.2. SOSYOLOJİK KURAMLARDA MODA ÜZERİNE YAKLAŞIMLAR	46
3.3. ÇEVRE DOSTU MODA ANLAYIŞI	48
4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEM VE TEKNİĞİ	55
4.1. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ	55
4.2. ARAŞTIRMANIN KONUSU	57
4.3 ARAŞTIRMANIN AMACI VE KAPSAMI	57
4.4 EVREN ve ÖRNEKLEM	59
4.5 SOSYAL MEDYADA EKOLOJİK MODA PRATİKLERİNE YÖNELİK BİR İÇERİK ANALİZİ / ARAŞTIRMANIN BULGULARI	59
SONUÇ ve DEĞERLENDİRME	71
KAYNAKÇA	86

TABLÖLER LİSTESİ

Tablo 1.1. İncelenen Hesaplara Göre İletilerin Konu Dağılımı.....	
Tablo 1.2. Yeşil Yama Hesap Analizi.....	
Tablo 1.3. Sürdürülebilir Moda Hesap Analizi.....	
Tablo 1.4.Sürdürülebilir Moda Rehberi.....	
Tablo 1.5. Yeşil Manifesto Hesap Analizi.....	
Tablo 2.1. Amaçlarına Göre Ekolojik Moda.....	
Tablo 2.2. Amaçlarına Göre Ekolojik Moda/ Yeşil Yama.....	
Tablo 2.3. Amaçlarına Göre Ekolojik Moda/ Sürdürülebilir Moda Platformu	
Tablo 2.4. Amaçlarına Göre Ekolojik Moda/ Sürdürülebilir Moda Rehberi.....	
Tablo 2.5. Amaçlarına Göre Ekolojik Moda/ Yeşil Manifesto.....	

ŞEKİL LİSTESİ

- Görsel 1: Sürdürülebilirliğin Ekonomik, Sosyal ve Çevresel Boyutu
- Görsel 2: H&M Markasına Ait Bir Görsel.....
- Görsel 3: Harrods Mağazası Vitrini
- Görsel 4: 1940'lara Ait Bir Elbisenin Yeniden Değerlendirilmesi.....
- Görsel 5: Arzu Kaprol'un WWF Türkiye İçin Tasarladığı Çanta.....
- Görsel 6: Arzu Kaprol'un WWF Türkiye İçin Tasarladığı Tshirt.....
- Görsel 7: Sürdürülebilir Moda Rehberi Adlı Hesapta Paylaşılan Bir Görsel.....
- Görsel 8: Yeşil Manifesto Adlı Hesap Tarafından Paylaşılan Bir Görsel.....
- Görsel 9: Yeşil Manifesto Adlı Hesap Tarafından Paylaşılan Bir Görsel.....
- Görsel 10: Yeşil Manifesto Adlı Hesap Tarafından Paylaşılan Bir Görsel.....
- Görsel 11: Sürdürülebilir Moda Platformu Adlı Hesap Tarafından Paylaşılan Bir Görsel.....
- Görsel 12: Sürdürülebilir Moda Platformu Adlı Hesap Tarafından Paylaşılan Bir Görsel.....
- Görsel 13: İstanbul Bilgi Üniversitesi / Upcycling (ileri dönüşüm) Sergisi

KISALTMALAR LİSTESİ

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
BM	: Birleşmiş Milletler
UNEP	: Birleşmiş Milletler Çevre Programı
WWF	: Dünya Doğayı Koruma Vakfı

GİRİŞ

Son yıllarda teknolojik gelişmelerin de katkısıyla değişim hareketleri, kampanyalar gibi genellikle sivil toplum örgütlerinin gündeme getirdiği ya da bireylerin farkındalık yaratmaya çalıştığı küçük çaplı hareketlerden haberdar olmamak neredeyse mümkün değildir. Bu durum yerel düzeyde yaşanan bir takım problemlerin üstesinden gelmek için organize edildiği gibi evrensel mücadeleler ve büyük çaplı değişimler için de çalışmalar olduğu gözlemlenmektedir. Özellikle çevre hareketleri konusunda gelişen bilinç ile gezegenimizin geleceği, doğanın ve canlı türlerinin yaşamının sürekliliği, iklim değişikliği, biyolojik çeşitlilik, çevre tahribatı gibi konuları gündeme getiren sivil toplum örgütlerinin sayısının artması, çeşitli iletişim kanallarıyla çok sayıda kişiye ulaşabilmesi, konu hakkındaki hassasiyetin yayılmasını sağlamaktadır. Yapılan çalışmalar çevreye verilen zarar için önlem alınmadığı takdirde doğal kaynakların bir sonraki nesillerin kullanımı için tehdit oluşturacağını ortaya koymaktadır. Modern dünyada, Zerzan'ın belirttiği gibi teknolojinin gündelik yaşamı istila edip sömürgeleştirmesi ve fiziksel çevreyi sistematik olarak yerinden etmesini görmemek veya saklamak mümkün olmamaktadır (2013:100).

Çevre tahribatına neden olan en büyük endüstrilerden olan moda endüstrisi de, son yıllarda bu konuya dikkat çekmek adına pek çok girişime sahne olmaktadır. Sürdürülebilir moda, etik moda, yeşil moda gibi literatürde karşımıza çıkan kavramlar, tekstil üretiminde doğaya dost tasarımlar ortaya koymak, tekstil atıklarını en aza indirmek, üretim aşamasında çevreye zarar verecek uygulamaları azaltmak gibi amaçlarla üretim yapmaktadır.

2872 sayılı Çevre Kanunu'nda çevre; “canlıların yaşamları boyunca ilişkilerini sürdürdükleri ve karşılıklı olarak etkileşim içinde bulundukları biyolojik, fiziksel, sosyal, ekonomik ve kültürel ortam” olarak tanımlanmıştır (Çevre Kanunu, 1983). Modern endüstriyel toplumla birlikte insan ve doğa arasında yukarıda söz edilen karşılıklı etkileşimin zamanla insanın doğa üzerinde tahakküm kurmaya başlamasıyla tek taraflı bir sömürüye dönüştüğü görülmektedir. Çalışmada, modern toplumda insanın çevre ile kurduğu ilişki sonucu, sınırsız büyüme gerçekleştiren moda endüstrisinin sürdürülebilirliğine odaklanılmış, bu kapsamda elde edilen

veriler, içerik analizi yöntemi kullanılarak ekolojik moda anlayışının yeni sosyal hareketler çerçevesinde Türkiye’deki yansımalarını değerlendirmek adına; ekolojik moda pratiklerinin hangi amaçlar altında kategorize edildiği, bu amaçların uygulanabilir ve bilgilendirici niteliği etrafında analiz edilmiştir.

Modern toplumun, bireyleri karşı karşıya bıraktığı riskler değerlendirilirken klasik dönem sosyologların aksine modern dönemde çalışmalar yapan sosyologların bu konuya uzak durmadığı görülmektedir. Konu, Giddens ve Beck gibi düşünürlerin modern toplumda ortaya çıkan risklerden biri olarak değindikleri ekolojik riskler ve bunların olası sonuçları üzerine yaptığı çalışmalar etrafında ele alınmıştır. Söz konusu riskler açısından farkındalık oluşturmaya çalışan grupların yeni sosyal hareketler etrafında örgütlenmelerine, çevreci hareketlerin ortaya çıkışına, bu yapıların organizasyon şekillerine de konunun çıkış noktasını oluşturan, değişen insan-doğa ilişkisi bağlamında değinilmiştir.

Çalışmanın birinci bölümünde söz konusu insan doğa ilişkisinin ilk çağlardan günümüze geçirdiği dönüşümün nedenleri ve önemi, bu dönüşüme sebep olan toplumsal değişimler ele alınmıştır.

Sanayi devrimiyle başlayan endüstriyel etkinliklerin küresel düzeyde etkin olmaya başlaması ile yeryüzüne yayılan kirlilik ve bozulma toplumsal tepkiyi de beraberinde getirmiş, bölgesel ve küresel çevre sorunlarının önüne geçmek için “sürdürülebilir çevre” temalı çeşitli organizasyonlar oluşmaya başlamıştır. Avrupa Komisyonu’nun 2008 yılında Türkiye dahil 27 ülkede yaptırdığı iklim değişikliği konulu Eurobarometre araştırmasına katılanların %62’si “Dünyanın karşı karşıya olduğu en önemli sorun nedir?” sorusunu iklim değişikliği/küresel ısınma şeklinde yanıt vermiştir (Kümbetoğlu ve Kartal, 2017, s.191). Sürdürülebilirlik kavramı günümüzde pek çok alana etki eden, oldukça geniş kullanım alanı bulan bir kavramdır. Çevresel sürdürülebilirlik, doğal kaynakların sürekliliğinin sağlanarak gelecek nesillere yaşanılır bir dünya bırakılmasını hedefler. Burada kaynak kullanımı, bunların kendini yenileme hızı vb. etkenler önemlidir. Bunların yanında biyo-çeşitlilik, insan sağlığı, hava, su ve toprak kalitesi, hayvan ve bitki yaşamları da sürdürülebilir bir çevre için korunması gereken değerlerdendir. (Kaypak, 2011:26). Çevresel sürdürülebilirliğe katkı sağlamak amacıyla farklı endüstriyel alanlarda pek çok girişimin yapıldığı bilinmektedir. Son yıllarda çevreye verdiği zararlarla

konuşulur olan moda endüstrisine baktığımızda “çevre dostu üretim” yapmaya başlayan yeni markalarla ve uzun yıllardır sektörde hizmet veren H&M, Marks&Spencer gibi markaların sürdürülebilirliğe destek veren koleksiyonları ile karşılaşmaktayız. Çalışmanın ikinci bölümünde yaşanan çevre sorunlarına karşı oluşan toplumsal bilinç neticesinde küresel düzeyde etkili olan sürdürülebilir çevre hakkında ortaya çıkan görüşler, sürdürülebilirliğin tanımı ve moda endüstrisinin bu konuda nerede konumlandığına değinilmiştir.

Araştırmanın üçüncü bölümünde moda olgusu, sürdürülebilir bir çevre için moda endüstrisinde yapılan çalışmalar ve bu süreç yön veren ekolojik sosyolojik, ekonomik etkiler; yavaş moda, etik moda, ekolojik moda gibi kavramlarla tanımlanan doğa dostu moda anlayışı, dünyada ve ülkemizde bu alanda ortaya çıkan markalar ve tasarımcılar ele alınmıştır. Dördüncü bölümde içerik analizi yöntemi ile incelenen 4 Instagram hesabında, sürdürülebilir moda ile ilgili paylaşımların hangi alt başlıklar altında kategorize edildiği, ekolojik modanın hangi pratikler etrafında değerlendirildiği, bu kategorilerin üreticiler ve tüketiciler tarafından uygulanabilir nitelikte olup olmadığı ve bilgilendirici boyutu hususunda ele alınan araştırmaya yer verilmiş, veriler analiz edilmiştir. Çalışmanın sonuç bölümünde, araştırmanın verileri modern endüstriyel toplumla, değişen insan doğa ilişkisi arka planında yeni toplumsal hareketler çerçevesinde ele alınmıştır.

1. İNSANLAŞAN DOĞA

Bilinen evrim sürecinde, ilkel insanın doğa içinde ve doğa olaylarına karşı bütünüyle savunmasız, çaresiz ve yalnız olduğu bir gerçektir. İlkel insan, bu noktada doğaya uyumsuz ve aykırı olduğundan varlığını sürdürebilmek için başlangıçta doğaya baş eğmiş ve çevresine uyum sağlamaya çalışmıştır. Göçebelik evresinde ise insanın belli ölçülerde çevresini etkilemeye başlamasına rağmen yine de doğal olayların nedenini kavramaktan ve çevresini denetlemekten uzak olduğu bilinmektedir. Bu durum yerleşik tarım toplumuna geçişle birlikte özellikle de neolitik çağın sonunda kentlerin ortaya çıkışı ile değişmiş; böylece insanın çevresini denetleyip şekillendirmesi mümkün olmuştur. Bu dönemle birlikte artan bilgi ve teknik birikimle insan, her geçen gün doğayı daha fazla işleyerek çevreyi etkileme ve denetleme pratiğine başlamıştır (Özerkmen, 2002, s. 170).

Uygarlık tarihine baktığımızda insanların doğa ile ilk etkileşimlerinin, yaşamak için gerekli ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla yaratıldığı görülmektedir. Dolayısıyla yaşadıkları coğrafyanın iklim koşulları elverdiği ölçüde insanlar beslenecek, barınacak ve var olacaktır. Bu doğrultuda iklim koşullarındaki değişimleri, tarih boyunca toplulukların hareketlerini etkileyen en önemli faktör olarak değerlendirmek yanlış olmayacaktır.

Modern topluma bakıldığında da benzer bir tablo bizi karşılamakta, günümüzde etkisi her gün daha da hissedilir olan ekolojik krizin güçlü tahribatlar yaratması ön görülmektedir. Örneğin, önümüzdeki birkaç on yıl içinde küresel ısınmaya bağlı olarak deniz yüzeyinin yükselmesi nedeniyle Bangladeş'te yaklaşık on milyon insan evlerini ve geçim kaynaklarını yitirecektir. Geçtiğimiz 10 yılda yaklaşık bir milyon insan, dünyadaki en şiddetli ormansızlaştırma ve toprak erozyonu nedeniyle kendilerini besleyecek kadar tarım yapmalarını olanaksızlaştırması nedeniyle Haiti'den ABD'ye göç etmiştir. İnsanın doğaya karşı artan müdahalesi sonucu bozulan ekosistem, çevrenin kendi dengesini koruma niteliğini tehdit etmeye başlamıştır (Gore, 1993, s. 71-73)

1.1 İnsan Çevre İlişkisinin Tarihçesi

Toplumsal değişme kavramının, tarih içinde geriye doğru baktığımızda insan-doğa çelişkisi ile başladığını görüyoruz. İnsan doğayı denetimi altına almaya, ona egemen olmaya başladıktan sonra mülkiyet bilincinin oluşması ile insan-insan çelişkisi başlamış, bu süreç içerisinde kültür, insanoğlunun doğayı denetimine almak için yarattığı anlamlar ve değerler olarak ortaya çıkmıştır (Kongar, 1995, s. 23).

Kongar'ın bu görüşleri insan istisnai paradigmanın ortaya koyduğu fikirleri destekler niteliktedir. *İnsan istisnai paradigma*, batı kültürü ile insanoğlunu doğadan ayrı ve doğaüstü bir varlık olarak ele aldığı için insan merkezci bir özelliğe sahip olduğunu savunur. Doğanın birincil olarak insanın kullanımı için var olduğunu varsayan bu eğilim, son yüzyıllarda bilimsel ve teknolojik gelişmeler ile daha da pekişmiştir. Doğal kaynak bolluğunun keşfi ve teknolojik gelişmeler ekonomik büyümeyi kaçınılmaz hale getirmiş, endüstrileşmiş toplumda insanın çevreyi kendi ihtiyaçları için kontrol edebilir olduğu fikrini yaratmıştır. *Yeni ekolojik paradigma* ise modern toplumların refahının ekosistem, teknolojik gelişmeler ve toplumsal yapı arasında kurulacak olan sağlıklı bir ilişki ile ilintili olduğunu savunur ve toplumların ekolojik temele bağımlı olduklarını ve doğal kaynakların aşırı kullanımından ve bunun sonucunda oluşan kirlilikten dolayı ekolojiye çok ciddi zararlar verme gerçeğine duyarlı olunmasını amaçlar. (Catton ve Dunlop 1978a ve 1978b; Dunlop ve Catton 1979a; Dunlop 2002'den aktaran Konak, s. 274-275). Bu noktada çalışmanın kapsamının insan istisnai paradigmanın savunduğu görüşlerin yarattığı sonuçlar temeline yerleştiğini söylemek mümkündür.

Bunların yanında Marx, Durkheim ve Weber gibi klasik dönem toplumbilimcileri tarafından, modern endüstriyel iş yaşamının tekdüze çalışma disiplinine odaklanılmış ve üretim güçlerinin gelişmesi ile çevreye karşı oluşacak tehdit öngörülememiştir. (Giddens, 2018, s. 15). Buna rağmen “Marx ve Durkheim'in çalışmalarında Darwin'in evrim anlayışı etkisini göstermektedir. Benzer biçimde Marx'ın tarihsel maddecilik şeması ve Durkheim'in mekanik toplumdaki organik topluma geçiş açıklaması (kıt kaynaklar, nüfus ve uzmanlaşma) bu duruma örnektir. Weber ise Darwin'in evrimci bakışını reddetmektedir, toplumsal değişimin çok yönlü ve toplumsal olduğunu savunmaktadır. Ayrıca, biyoloji ile

toplumsal bilimlerin metodolojisi farklı olmalıdır. Diğer yandan Weber Durkheim'in aksine, çevresel etkenlerin sınıf, statü ve din gibi toplumsal değişkenlerle ilişkisini kabul etmektedir (Buttel vd, 2002'den aktaran, Eryılmaz, s.164).

1500'lerden önce Avrupa'da egemen dünya görüşü diğer uygarlıklarda olduğu gibi organikti. İnsanlar, manevi ve maddi olayların dayanışması ile karakterize edilen, bireysel ihtiyaçların topluluğunkilere bağlı olduğu, organik ilişkilere dayanarak doğayı tecrübe eden küçük topluluklardan oluşurdu. Bu organik dünya görüşünde Aristoteles ve Kilise egemen faktörlerdi. On üçüncü yüzyılda Thomas Aquinas, Aristoteles'in geniş kapsamlı doğa sistemini Hristiyan teolojisi ve ahlakıyla birleştirmiş, ve bu durum ortaçağ boyunca sorgulanmadan kalmıştır. Ortaçağ biliminin yapısı, modern bilimden farklı olarak hem akla, hem de imana dayanıyordu ve başlıca amacı öngörü ve denetimden ziyade, nesnelerin anlam ve değerini anlamaktı. Ortaçağ bilim adamları çeşitli doğa olaylarının temelinde yatan amaçları araştırmış ve üstün değerler olarak görülen Tanrı, insan ruhu ve ahlakla ilişkili nesneleri ele almışlardır(Capra, 2018, s. 62-63).

İnsan ve doğa ilk çağlardan beri etkileşim içindedir. Bugün doğa felsefesi alanında, Antik Yunan'dan günümüze kadar birçok düşünürün insan-doğa ilişkisine dair ortaya koydukları düşünceler, çevre sorunlarına tepki olarak ortaya çıkan hareketlere zemin oluşturmuştur (Sulak, 2018, s. 119).

Doğa-insan ilişkileri konusundaki görüşler çok eski dönemlerden beri insanların üzerinde düşündüğü meselelerdendir. Eski Yunan düşüncesinde, doğu felsefelerinde, farklı dinlerde insan-doğa etkileşimine ilişkin birçok farklı düşünce gündeme getirilmiştir. Ancak günümüz çevre anlayışı bakımından anlamlı ilk çalışmalara 18. yüzyılın son çeyreğinde aydınlanma döneminde rastlandığı görülmektedir. (Yazgan, 2000, s. 6-7).

Aristo'nun "düşünen hayvan" şeklindeki insan tanımı ile insanın doğada fark ettiği sırları çözebileceğine dair inancı güç kazanmış ve Eski Yunan düşüncesini temel alan batıda, on dokuzuncu yüzyılda temel bilimlerin bulgularından öğrenildiği üzere hem çevresindeki canlı ve cansız varlıkların, hem de kendisinin ne olduğu hakkında bilgi sahibi olmuştur. Nitekim insan etrafındaki maddelerin öz yapısını çözerek Darwin'in evrim kuramıyla da türlerin ayıklanmasını ve özellikle de kendi evrimini açığa çıkarmıştır (Özerkmen, 2002, s. 170)

Aristoteles'e göre, bitkiler hayvanlar uğruna, diğer bütün hayvanlar insan uğruna, evcil hayvanlar insanın onların gücünden yararlanması için ve aynı zamanda gıda sağlaması için vardır ve gıda olarak kullanılamayan çoğu vahşi hayvandan giyim ya da alet yapımı gibi başka şekillerde yararlanır. Ve bu durum bize, doğanın hiçbir şeyi amaçsız yapmadığına inanmakta haklıysak, doğanın her şeyi özellikle insan uğruna yapmış olduğunu kanıtlamaktadır (Aristoteles, 2019, s. 23).

İnsan/kişi olma isteğinin, insanın kendisine özgü olanakları sayesinde gerçekleşeceğine inanan Rönesans insanı, önce doğaya hakim olması gerektiği düşüncesi ile yaşadığı evren, dünya ve toplum hakkında bilgi üretme çabası içine girmiş, böylece bilimsel bilgi için yeni bir yöntemin keşfedilmesi gerektiğini kavramıştır. İnsanın mutlu olmasının doğaya hakim olması ile mümkün olacağını savunan Francis Bacon'a göre doğaya egemen olmak onun yasalarını bilmek demektir ve bu, insanın doğa karşısında özgür olduğu anlamına gelir (Çüçen, 2006, s. 26).

Bacon'ın fikirlerinde bahsi geçen hakim görüş kutsal kitaplardaki tasavvurlarla oldukça benzerdir. Uzun yıllar din öğretisi ve kurallarının geçerli olduğu günlük yaşamda tek yol gösterici olarak benimsenen kutsal kitapların da insanı merkeze alan öğretileri desteklediği görülmektedir.

Din öğretisi, Eski Ahit'teki Yaradılış Efsanesi'nde de belirtildiği gibi, insanın dünya varlıklarına egemen olmak üzere yaratıldığını söylemektedir. Yaradılış Efsanesine göre, Tanrı ilk beş gün, geceyi, gündüzü, suları, karaları; suda ve karada yaşayan bitkileri, hayvanları, altıncı gün ise insanı yaratarak, daha önce yaratmış olduğu, denizdeki balıklardan, gökteki kuşlara kadar her türlü hayvan türlerine, bitkisel kökenli her türlü meyve ve tohumlara, eşyalara; kısaca her şeye insanın egemen olmasını, onlardan yararlanmasını istemiştir. Kuran'da da benzer ifadelerle rastlanmaktadır. Örneğin Bakara Suresinde İsrailoğullarından söz ederken “size verdiğim nimeti ve sizi dünyalardan üstün tuttuğumu hatırlayın” ve aynı surede “O, yeryüzünü size bir döşek, göğü de bir bina kıldı. Gökten su indirip onunla size rızık olmak üzere üzümler meydana getirdi” şeklindeki ifadeler Eski Ahit'teki görüşleri çağrıştırmaktadır (Keleş & Hamamcı, 1993, s. 40).

Rönesans ve kilisenin uzun yıllar süren hâkimiyetinin bilim alanındaki gelişmelerle zayıflamasıyla birlikte hakim düşüncenin aksine filozoflar ve bilim

adamları doğa ve insan ilişkisi üzerine organik veya tanrı merkezci olmayan fikirler üretmeye başlamışlardır. On yedinci yüzyıla birlikte, Descartes'in mekanik dünya görüşünü geliştirdiğini görüyoruz. Bilginin bilimsel niteliğe sahip olabilmesi için ölçülebilir olması gerektiğini savunan Descaertes'a göre bilgi bu sayede nesnellik niteliği kazanarak, evrensel bilgi olarak kabul edilecekti. Bu yaklaşım, doğaya mekanik bir gözle bakılmasına yol açmıştır (Ertürk, 2009, s. 13).

Aydınlanma ile birlikte ruhban sınıfının ideolojik tekelinde bulunmuş olan bir dünyaya insan aklının iddiaları gelmiş ve ilerleyen dönemlerde antropoloji ve evrimci biyoloji ilk yaradılış efsanesini ve insan girişiminin geleneksel durağan kavramlarını yıkmıştır (Bookchin, 2015, s. 91). Aydınlanmayı ve doğayı anlamayı amaçlayan bilimin amacı Bacon'dan sonra doğaya egemen olarak onu denetleyecek bilgiyi elde etmeye evrilmiş ve bununla birlikte de günümüzde bilim ve teknoloji anti-ekolojik bir karaktere bürünmüştür (Cevizci, 2001, s. 15).

İnsan/doğa düalizminde ilk adım, diğer insani ve insan dışı özellikleri geride bırakarak, ideal insan kimliğinin akıl olarak kurgulanmasıdır. İkinci adım ise aklın doğa karşısında kurgulanmasıdır. Bu iki adım Platon'un görüşlerini net olarak yansıtmaktadır. Üçüncü adım ise doğayı yabancılaştıran bir görüş olarak beliren, doğanın zihinden yoksun kurgulanması şeklinde ortaya çıkar ve bu adım Descartes'la belirginleşir ve Aydınlanmanın getirdiği sorunlu unsur olarak değerlendirilir (Plumwood, 2004, s. 147).

İnsanı merkeze alan Aydınlanma düşüncesine hakim olan Egemen Batı Dünya görüşünde şu temel özellikler dikkati çekmektedir (Kasapoğlu, 1997, s. 19);

1. İnsanlar diğer yaratıklar üzerinde egemendirler.
2. İnsanlar geleceklerine hakimdir. Hedeflerini seçebilir ve bunlara ulaşma yolunu öğrenebilirler.
3. Dünyada var olan zengin kaynaklar insanlar için sınırsız imkan sağlar.
4. İnsanlık tarihi gelişimin tarihidir ve bu gelişmeyi durdurmak mümkün değildir.

Tüm bunlar düşünüldüğünde Batı Felsefe geleneğinin büyük bir bölümünün, doğal dünyaya karşı doğrudan bir etik sorumluluğunun bulunduğu fikrine yakın olmadığı açıktır. Bununla birlikte bu düşüncenin, doğal yaşam üzerinde üstünlük kurulmasına bir gerekçe sağlayarak günümüzde karşı karşıya olduğumuz çevre

sorunlarının nedeni olduğu şeklinde bir görüştten de bahsedilebilir (Jardins, 2006, s. 203).

Giddens (2018: 64) insanların doğal yaşam üzerinde yarattığı üstünlüğün endüstrileşme ile paralellik gösterdiğini belirtir ve endüstrileşmenin insanoğlunun modernlik koşullarında doğayla olan etkileşiminin ana eksenini durumuna geldiğini savunur ve bunu şöyle ifade eder: “Modernlik öncesi kültürlerin çoğunda, hatta büyük uygarlıklarda bile, insanlar çoğunlukla kendilerini doğayla birlikte değerlendirirdi. Yaşamları, beslenmeyle ilgili doğa kaynaklarının elverişliliği, ürün ve hayvanların iyi ya da kötü durumda olması ve doğa yıkımlarının etkisi gibi doğanın değişken durumlarına ve kaprislerine bağlıydı. Bilim ve teknolojinin güç birliği ile biçimlendirilen modern endüstri, doğa dünyayı önceki kuşaklarca hayal bile edilemeyecek yollarla değiştirmektedir. Yerkürenin sanayileşmiş kesimlerinde insanoğlu yaratılmış bir çevrede, bir eylem çevresinde yaşar; bu çevre, kuşkusuz artık yalnızca doğa değil fizikseldir. Yine yalnızca kentleşmiş alanların kurulmuş çevresi değil, diğeri birçok yörede insan eşgüdümü ve kontrolüne tabii olur. “

İlk çağlardan bu yana insanlar sürekli doğa ile etkileşim içinde olmuştur. İlk çağlarda hayatta kalmak amacıyla fiziki ihtiyaçların giderilmesi için kullanılan doğa, modern toplumla birlikte insana hizmet eden bir yapıya bürünmüştür.

İnsan, canlı türleri içerisinde varlığının ve etkinliklerinin bilincinde olan tek canlıdır. Dolayısıyla insanın çevre ile kurduğu ilişki de tamamen kendi türüne özgüdür ve bu ilişkiyi anlamlandırmak adına öteki canlı türlerinin ekolojisinden farklı olarak doğa bilimlerinin yanında toplum bilimlerine de başvurmak gereklidir. (Alpagut , 1991, s. 26).

1.2 Değişen Çevre Algısı

Toplumsal değişme, içinde pek çok faktörü barındıran dinamik bir süreçtir. Teknolojik gelişmeler ve kültür düzeyi, endüstrileşme, kentleşme, kırdan kente göçler, bireyleşme, bürokrasinin gelişmesi, medyanın ve internetin hayatımızda gittikçe artan etkisi bu süreçlere örnek gösterilebilir. Bu kavram diğeri yandan kültürün ve toplumsal grupların zaman içerisinde dönüşmesi şeklinde de tanımlanabilir. (Kartal & Kümbetoğlu , 2017, s. 3).

Aydınlanma ile birlikte yükselişe geçen “insan aklının egemenliği” düşüncesinin benimsenmesi ve bunun devamında gelen teknolojik gelişmelerle ortaya çıkan büyük yıkım, bizleri; sonsuz ve sınırsız kaynaklar içinde var olduğunu düşündüğümüz dünyaya bakış açımızı değiştirmeye zorlamıştır. Bu yıkımın neden olduğu ekolojik bunalım, sadece çevreye verdiğimiz kirlilik, yarattığımız atıklar nükleer santraller gibi teknik konularla açıklanamayacak kadar kapsamlı ve karmaşıktır. Bunun yanı sıra periferiden düşünmek, dünyayı/doğayı kendimizden ayrı tutarak, sorunları görme merkezimizden uzaklaştırma gibi bir sorunsalı da beraberinde getirmektedir. İçinde bulunduğumuz çevre tahribatını, toplumsal gelişme ile meydana gelen sorunlarda aramak daha geniş bir perspektiften bakmayı kolaylaştıracaktır (Maltaş, 2015, s. 6).

Tuna, post endüstriyel çağ ile birlikte doğa merkezli dünya görüşünün benimsenmeye başladığını ve bu durumun “doğaya dönüş olgusu” olarak tanımlanabileceğini savunur. Postmodernizm, modernleşme düşüncesi ve devamında gelen endüstrileşme süreci insan ve doğal çevresi arasındaki doğal ilişkiyi bozmuş, insanı merkeze alan, doğaya karşı sömürücü bir yapıda olan bir düşünce sistemi yaratmıştır. Günümüzde çevre sorunları denildiğinde akla gelen ozon tabakasındaki incelleme, sera etkisi sonucu küresel ısınma, biyolojik çeşitliliğin azalması, nükleer risk gibi çevre sorunları endüstrileşme ve modernleşme sonucu karşı karşıya kaldığımız sorunlardır. Bunlara karşıt olarak postmodernizm, modernite düşüncesinin bir alternatifi olarak doğal çevre ile sömürü ilişkisi yerine bütüncül ve saygılı bir ilişki önerisinde bulunur (Tuna, 2000, s. 61-63).

Bookchin’in düşünceleri insanın doğaya hakim olma gücünü ve sınırsızlığını anlamak için önemlidir:

“İnsan etkinliği tarafından derinden etkilenmemiş dünya parçası yoktur- ne Antarktika’nın uzak ıssızlığı ne de okyanus derinliklerindeki kanyonlar. Hatta yabanıl alanlar bile insan müdahalesinden korunmayı gerektirir; gerçekten de bugün yabanıl olarak adlandırılan çoğu yer zaten insan etkinliği tarafından derinden etkilenmişlerdir. Bu nedenle yabanıllığın öncelikle, insanların, onu korumak kararının bir sonucu olarak var olduğu söylenebilir. Bugün var olan insan dışındaki yaşam biçimlerinin hepsi hoşumuza gitsin ya da gitmesin belirli ölçülerde insan koruması altındadır ve bu yaşam biçimlerinin yabanıl yaşam alanlarında korunup

korunmadıkları, büyük ölçüde insanların tutumlarına ve davranışlarına bağlıdır” (Bookchin, 2017, s. 51).

Bookchin’e göre (2017, s.100-101); yaşadığımız çağın problemi sadece genel çevrede yaratılan tahribat değildir. Bunun yanında doğal ekotoplulukları, toplumsal ilişkileri ve hatta insan ruhunu dahi basitleştiriyor olmasıdır. Anlaşılmaktadır ki; doğal dünyanın yıpranması toplumsal ve ruhsal dünyaların ezilmelerini de beraberinde getirmektedir. Bu açıdan, tarım topraklarında meydana gelen bozulmalarla toprağın kuma dönüşmesinin metaforik anlamda toplum ve insan ruhunda da aynı etkiyi yarattığını söylemek mümkündür.

Kılıçbay ise (1989, s.36) kapitalist temelli faaliyetlerle doğadaki bozulmaların paralel ilerlediğinden bahseder. Üretim faaliyetleri ile çevre sorunları da ortaya çıkmış, modern dönem öncesi doğanın verdikleriyle yetinen ve küçük bir hareket alanında etkin olan insan zamanla doğayı örgütleyen bir yapıya bürünmüştür. Değişen toplum yapısıyla artan nüfus ve teknolojik ilerlemelerle birlikte ise üretici olmanın getirisi olarak dünyanın kapasitesinin üzerinde bir nüfus artışına neden olmuş ve çevre koşullarını tahrip etmekten kaçınamamıştır.

Modern insan, sanayileşme ve teknolojik gelişmelerle birlikte artan bilgi ve becerilerle, modern dönem öncesi kendinden bağımsız olarak algıladığı doğayı artık tamamen kendisine bağımlı ve istediği gibi yönlendirebildiği bir alan haline getirmiştir. İnsanın gezegene egemen olma durumu Descartes tarafından ortaya atılan “hakimiyet” ve “sahiplenme” kelimeleri ile açıklanmaktadır (Serres, 1994, s. 44-46).

Capra’ya göre günümüzde ekolojiye ilgi artmakta ve çevre ve toplum sorunlarına duyarlı sivil hareketlerin faaliyetleri bunda etkili olmaktadır. Sivil toplum hareketleri, gezegenimizin büyük tehlike altında olduğu büyümeye dikkat çekerek yeni bir ekolojik ahlakı savunmakta, özellikle nükleer silahlara karşı oluşan tepkiler sonucu gelişen hareketler politik anlamda endişe uyandırmaktadır. Bunun yanında tüketim kültürüne bir eleştiri şeklinde de tanımlayabileceğimiz, maddi tüketimden uzaklaşma ve bir sadeliğe doğru değişimin olduğunu da vurgulamaktadır (Capra, 2018, s. 53).

Capra’nın görüşlerinde bahsettiği maddi kültürden uzaklaşarak sadeliğe yönelme teması “minimalizm” şeklinde tanımlanarak sosyal yaşamda pek çok alanda sadeliğe yönelme şeklinde pratikleşir. 1960’lı yıllarda modern sanat akımı olarak

ortaya çıkan kavram son yıllarda, bazı savunucular tarafından “hayat felsefesi” şeklinde benimsenerek sadece *ihtiyaç odaklı tüketim* şeklini almıştır. Moda endüstrisi de bu sadeliğe dönüş temasından etkilenmiş, kendini “minimalist” olarak tanımlayan ya da bu felsefeyle yeni tanışmış ve bu fikri hayatlarına entegre etmeye çalışan kişiler “kapsül dolap” , “ikinci el kıyafet”, “yavaş moda” ”geri dönüşüm” gibi kavramları hayatlarının bir parçası haline getirerek daha az tekstil ürünü satın almaya, kullanım süresi dolan tekstil ürünlerini tekrar kullanıma sokmaya önem vermeye başlamışlardır. Dolayısıyla bilinçli tekstil tüketimi yapmak minimalist bir hayat için olmazsa olmaz bir davranış olarak görülmeye başlanmıştır. Bu durumun yaygınlaşmasıyla birlikte ikinci el tekstil ürünleri satışı yapan internet siteleri ve pazarların sayısında da artış olduğu gözlemlenmektedir.

Farklı sanayi kolları tarafından yaratılan kirlilikler düşünüldüğünde fosil yakıt kullanımının doğal kaynakların daha yoğun şekilde sömürülmesine ve daha büyük çevresel felaketlere yol açtığı söylenebilir. Fosil yakıt kullanımı; su ve hava kirliliği, asit yağmurları ve küresel ısınma gibi gezegenimizi olumsuz etkileyen pek çok duruma neden olmaktadır. Nitekim endüstrileşme ile birlikte insan türünün diğer canlı türleri üzerindeki egemenliği arttırmış ve ortaya çıkan tahribat endüstriyel üretim için kabul edilebilir bir koşul olarak algılanmaya başlamıştır (Tuna, 2000, s. 67).

Çevreciliğin özü; doğanın savunulması, yaşam kalitesinin ve çevre koşullarının korunması gibi faktörlerle bağlantılıdır. Bu konuya duyulan ilgi oldukça eskilere dayanmaktadır. Çevrenin korunmasına yönelik hareketler Batı toplumlarında bugünkü çağdaş anlamında olmasa bile 19. yüzyıl sonlarında ortaya çıkmış, 1892 yılında Amerika Birleşik Devletlerinde Sierra Kulübü adıyla doğa koruma örgütü kurulmuştur. Amerika Birleşik Devletlerinde Sierra Kulübü ve Aodubon Derneği adlı örgütler ve bunlara benzer birçok gönüllü kuruluş söz konusu tarihlerde bile doğanın değerini, ormanları, bitki ve hayvan türlerini korumak amacıyla çok sayıda insanı bir araya getirebilmişlerdir. Benzer örgütlere aynı yüzyılda Almanya, İngiltere gibi Avrupa ülkelerinde de rastlandığı bilinmektedir. (Keleş, Hamamcı, & Çoban , 2015, s. 210)

Çevrecilik anlamında küresel boyutta dikkat çeken bir organizasyon olan Stockholm Konferansı sırasında 1972 yılında BM’ye bağlı oluşturulan Birleşmiş

Milletler Çevre Programı (UNEP), kurulduğu tarihten itibaren çok sayıda konferans ve çalışma gerçekleştirmiştir.

Ülkemizde çevreye yönelik ilgi 80’li yıllarda başlamış ve giderek kapsamlı bir biçimde ele alınmıştır. Çeşitli Bakanlıklarda çevre ile ilgili birimler oluşturulmuş, son olarak da Çevre Bakanlığı kurulmuş ve ayrıca bu konuda zengin yasal düzenlemeler yapılmıştır. Bu konuda etkin çalışmalar yapan Türkiye Çevre Vakfı, gönüllü kuruluşlarla çeşitli toplantılar, seminerler ve projeler gerçekleştirerek çevre sorunlarına yönelik bilinç oluşturmaya çalışmakta ve resmi kuruluşlar ile akademik çevrede olumlu bir model oluşturmaktadır (Gökçe B. , 1993, s. 13).

Ülkemizde 1950’li yıllarla birlikte ortaya çıkan sanayileşme çabalarında çevre kirliliği olgusu yok sayılmış, ilerleyen sanayii faaliyetleri ile artan çevre sorunları bölgesel çevre örgütlerinin sorumluluğuna bırakılmış fakat bu örgütlerin organizasyondan uzak çalışma şekilleri çözüm ortaya koyamamıştır. (İlkin & Alkin , 1991, s. 57).

Cumhuriyetin kuruluşu ile ülkemizde sanayileşme alanında önemli adımlar atılmaya başlanmış, ilk dönemler devlet eliyle, daha sonra özel sektörün katılımıyla ülke sanayisi hızlı bir büyüme sürecine girmiştir. 1970’li yıllarla birlikte ise tüm dünyada olduğu gibi metal ürünler, kimyasallar, makine teçhizat gibi ağır sanayi kolları önem kazanmıştır. Sanayileşme ve gelişmenin artarak devam ettiği bu dönemde; çevresel kirlilik, atık kontrolü, kentleşmeden doğan riskler fark edilmemiş ya da göz ardı edilmiştir. Çevre politikası ve yasal düzenlemeler oluşturulmamış bunun sonucunda doğal kaynakların bozulması ve kirlilik sorunu kaçınılmaz olmuştur.¹

Ülkemizdeki çevre örgütlerinin çalışma şekillerine baktığımızda %53.6’sının kamuoyu oluşturma çabalarında bulunduğu görülmektedir. Bunun dışında ağaçlandırma ve protestoya yönelik eylem şeklinde iki tür çalışma tekrarlanmaktadır. Atık toplama, bilimsel çalışmalar, proje çalışmaları da sıklıkla tekrarlanan çalışma biçimleridir (Boratav , 2000, s. 203). Son yıllarda bazı ilçe belediyelerinin kendi organizasyonları çevresinde oluşturdukları özellikle atık toplama konusunda geri dönüşümü destekleyen çalışmaları bu tip konuların yerel yönetimlerce düzenli

¹ Bkz.

http://cevre.mf.duzce.edu.tr/Dokumanlar/cevre_mf/Dosyalar/S%C3%9CRD%C3%9CR%C3%9CLEB%C4%B0L%C4%B0R%20Kalk%C4%B1nma%20ve%20%C3%87evre.pdf Erişim tarihi: 05.03.2020, 22:30

biçimde takip edildiğini göstermektedir. Evlerde oluşan geri dönüştürülebilir atıkların ayrıştırılması için özel poşetler bırakılması, mahallelerin ulaşılabilir merkezi bölgelerine “tekstil kumbarası”, “giysi atık kumbarası” şeklinde adlandırılan, kullanılmış giysi, ayakkabı ve tekstil ürünlerinin atılabileceği kutular konulması, belediyelerin çalışmalarına örnek olarak verilebilir. Tekstil kumbaraları, hem atık tekstillerin çevreye verdiği zararı azaltması hem de kullanılabilecek durumda olan ürünlerin ihtiyaç sahiplerine ulaştırılması açısından oldukça önemlidir.

1.3 Ekolojik Topluma Doğru

Bir bilim dalı olarak ekolojinin bir yüzyıldan biraz daha yaşlı olduğunu söylemek mümkündür. Ekoloji sözcüğünü ilk kez Alman Biyolog Ernst Haeckel’in 1860’larda kullandığı söylenir. Haeckel iki Yunanca sözcüğü birleştirmiştir. *Oikos*, “ev halkı”, “ev” demektir. Logos ise “inceleme” anlamına gelmektedir. Dolayısıyla ekoloji canlı organizmaları evlerinde ya da yaşam çevrelerinde inceleyen bilimdir. (Jardins, 2006, s. 323)

Batı ülkelerinde 1950’li yıllarla birlikte görülmeye başlanan çevre sorunları ile çevreye karşı duyarlılık artmış, ekolojinin 1960’lı yıllardan sonra daha etkin hale gelmesi bir toplumsal hareket niteliğini kazanmasına yol açmıştır. Bu hareket bireysel ya da örgütlü olarak çevrenin korunması ve iyileştirilmesini, çevre bilincinin arttırılmasını ve karar alma mekanizmalarında çevrenin gözetilmesini amaçlamıştır (Kılıç S. , 2006, s. 121-122).

Klasik ekoloji, biyolojik temelli bir bilim dalıdır ve bu nedenle ekosistem içindeki çevre insan dinamiklerini değerlendirme açısından kendi alanıyla sınırlı kalmakta ve toplumsal yönü hakkında değerlendirme yapamamaktadır. Çevre sorunları yalnızca bilimsel ve teknolojik temelde algılanmamakta aynı zamanda ekonomik ve sosyolojik sorunlar olduğu ve enerji, tarım, nüfus politikaları gibi toplumsal etkilerin de bu durumu kavrama açısından önemli olduğu son yıllarda gündeme gelen bir konudur (Kışlalıoğlu & Berkes, 1993, s. 328).

Ekolojizm; doğayı toplumsal, ekonomik ve kültürel etkenler etrafında kavramsallaştırmaktadır. Bu nedenle kavramın doğa insan ilişkisi toplumsal arka planı dışında ele alınması anlaşılmamasını beraberinde getirecektir. Çünkü insanın

doğaya müdahalesi, benimsenen kültürel kodlar fark etmeksizin doğayı toplumsallaştırmaktadır. Bu nedenle doğa ve onun tarihi, toplumsal yaşamın etki alanı dışında değerlendirilemez. Örneğin bolluktan doğan kirlenme ile yoksulluktan doğan kirlenme arasındaki farklılık, sadece insan-doğa ilişkisinden hareketle açıklanamaz. Bu farklılık ancak toplumsal ve siyasi değişkenlerin hesaba katılması ile mümkün olur. Yani ekolojizm doğa-insan ilişkisine toplumsal bir ilişki niteliğini önceleyerek bakar (Önder, 2003, s. 594).

Bokchin'e göre (2015, s.93) ekoloji, doğanın dinamik dengesi ile, canlı ve cansız varlıkların karşılıklı bağımlılığı ile ilgilenir. Doğa insandan ayrı düşünülemez ve dolayısıyla bilim; insanlığın doğal hayattaki rolünü, diğer türler ile ilişkisini ön plana alarak; niteliğini, biçimini ve yapısını kapsamak durumundadır. Eleştirel bir bakış açısıyla ele alındığında ekoloji, insanlığın doğadan kopuşu ile ortaya çıkan dengesizliği de içine alacak büyük bir çalışma alanı ortaya koyar. Doğanın eşsiz türlerinden biri olan *homo sapiens*, doğal dünyadan çıkarak kendine özgü, biricik bir toplumsal dünyaya doğru yavaş ve zahmetli bir gelişim göstermiştir. Bu iki dünya birbirleriyle etkileşim içinde olduğundan, günümüzde toplumsal bir ekolojiden söz etmek önemlidir.

Bütüncül doğa modeli sunan ekoloji, modern bilime, akılcılığa ve aydınlanmaya karşı yeni felsefi bakış açıları yaratılmasına katkı sağlamıştır. Bu açıdan değerlendirildiğinde Önder, ekolojiyi “modernitenin karşı kültürel geleneğinin bir parçası” şeklinde tanımlamaktadır (Önder, 2003, s. 593).

Ekolojik düşüncenin gelişimini etkileyen bir başka görüş ise *sistem teorisi*dir. Genel sistem kuramı biyomedikal kökenli ve çeşitli bilim dallarında uzmanlık çalışmaları yapan Ludwig von Bertalanffy tarafından geliştirilen bir teoridir. Sistem teorisi mekanik tabanlı bir görüş olarak tanımlansa da insan doğa ilişkisine bir sistem örgüsü içinde bütüncül bir yaklaşım geliştirmesi ve bununla birlikte tabiatta var olan her şeyin birbirini etkilediği düşüncesini tartışması nedeniyle ekolojik düşünce tarihi için de önemli görülmektedir. (Capra, 2018, s. 304-306)

Toplumsal ve ekolojik açıdan bakıldığında doğanın evrimsel bir gelişme olarak anlaşılması gerektiğini belirten Bokchin'e (2015, s.23) göre doğa; cansızdan canlıya ve en sonunda toplumsal olana doğru gerçekleşen bir evrimsel sürecinin toplamıdır.

Endüstrileşme ile birlikte bir risk toplumunda yaşadığımızı belirten Beck, risklerin geleneksel toplumlarda da bulunduğunu, o dönemlerde risklerin gözle görülen tehditler olduğunu, günümüzde sanayileşmenin getirdiği aşırı üretimin en temel tehlikelere neden olduğunu ve bunların fiziksel ve kimyasal formüllerle algılandığını belirtir. Sorunun küresel boyutta olduğunu vurgulamak adına ormanların uzun yıllardır yok edildiğini fakat günümüzde farklı toplumsal ve politik sebeplerle sanayileşmenin getirisi olarak ortaya çıktığını, bu durumdan, sanayi faaliyetlerinin sınırlı olduğu ülkelerin de etkilendiğini ekler (Beck, 2011, s. 24-25).

Beck'in söz ettiği risk faktörü, karşı karşıya olduğumuz çevre problemlerinin sadece meydana geldiği bölgeleri etkilemediği, tüm gezegenin ortak problemi olarak algılanması gerektiği gerçeğini gündeme getirir. Dolayısıyla ekolojik hareketlerin yerel örgütlenmeler şeklinde olsa dahi küresel boyutta algılanması ve benimsenmesi gezegenimizin geleceği için büyük önem taşır.

1.4 Ekolojik Hareketler

Endüstrileşmenin etkisiyle doğal yaşam üzerinde oluşan zararlar bu alanda bir tepki hareketinin oluşmasına yol açmıştır. Söz konusu hareketler, 1960'larda öğrenci hareketleriyle yükselmiş, asıl amaçları çevrenin korunması olan ve bu çizgide organize olan sosyal hareketler, günümüz batı toplumunda çevreye karşı oluşan duyarlılığının benimsenmesine katkı sunmuştur. Çevre hareketlerinin toplum üzerinde farkındalık yaratan etkinliklerde bulunmaları, çevrenin korunması düşüncesinin çoğunlukla Batı'da etkili olmasını ve kitlelerce benimsenmesini sağlamıştır (Kılıç, 2002, s. 94)

Sosyal hareketlerin anlamının kavramsallaştırılması noktasında sanayi toplumlarında yeni kolektif hareket biçimlerinin ortaya çıkışı ile yoğun tartışmalar gündeme gelmiştir. 1980'lerin sonlarında, Avrupa'da büyük siyasal partilerin meşruiyetlerini kaybetme süreci bu tartışmalara alt yapı oluşturmuştur. Avrupa ve Kuzey Amerika'da hareketler, eski teorik perspektiflerin açıklayıcı kapasitelerini zorlayan bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Barış hareketleri, öğrenci hareketleri, antinükleer enerji protestoları, azınlık milliyetçiliği, gay hakları, kadın hakları, hayvan hakları, alternatif tıp, fundamentalist dini hareketler, New Age ve ekoloji

hareketleri sosyologların, tarihçilerin ve siyaset bilimcilerin gündemine oturan olguların bazı örnekleridir (Johnston, Larana , & Gusfield, 1999, s. 131)

Yukarıda yeni toplumsal hareketlerin pek çok farklı alanda kendine yer bulduğu görülmektedir. Sosyal hareketleri anlamlandırmak için yeni hareket teorileri ortaya çıkmıştır. Bunlar; *kaynak mobilizasyonu paradigması* ve *yeni sosyal hareketler paradigmasıdır*. Kaynak mobilizasyonu paradigması, önceki kuramlardaki yapısal gerilimi ve ideolojilerin hakimiyetini vurgulayan yaklaşımın bir düzelticisi olarak ortaya çıkmıştır. Özellikle Tilly, McCarthy ve Zald gibi sosyologlar gerginliklerin toplumda daima var olduğuna ve hareketlilik için hem kaynakların hem de harekete rasyonel bir yönelimin gerekliliğine vurgu yaparlar (Johnston, Larana , & Gusfield, 1999, s. 133).

Yeni sosyal hareketlerin aktörleri kendilerini tanımlarken politik ve sosyoekonomik kodlardan uzak dururlar. Bu olgu onları eski sosyal hareketlerden ayıran önemli bir noktadır ve hareketin toplumsal tabanının sınıfsal ve ideolojik olarak heterojen olduğunu ortaya koymaktadır (Offe , 1999). Yeni sosyal hareketlerin hangi konular etrafında organize olduğundan yukarıda bahsetmiştik. Bunların evrensel meseleler olmakla birlikte, belli bir zümreye ya da toplumsal sınıfa ait olmadığı, benzer talepleri olan kişiler tarafından oluşturuldukları oldukça açıktır.

Yeni sosyal hareketler teorisyenleri, yeni hareketlerin politik anlamda değişikliği hedefleyen sosyopolitik yönünü değil, mevcut değerler, normlar ve kimlik yapılarında değişim taleplerini simgeleyen sosyokültürel boyutuna odaklanırlar. Hareketin önemli teorisyenlerinden Touraine, toplumsal hayatın merkezi bir çatışmanın etrafında örgütlendiğini savunur ve kültürel alanın en önemli çatışmalar için temel hedef olduğunu, sosyal hareketleri toplumsal düzlemde çatışmacı fakat kültürel alana yönelmiş davranış biçimleri olarak tanımlar (Çayır, 1999, s. 23)

Çevre sorunlarına eko-politik hareketler olarak yaklaşan Çiğdem (1997: 31), eko-politik hareket yerine ekolojik hareket kavramı kullanıldığında hareketin politik vurgularının daha az belirleyici noktaya geldiğini, ancak bütün ekolojik, eko-politik hareketlerin toplumsal hareketler olduğuna işaret eder.

Schnaiberg, eko-politik hareketlere katılan bireyleri 4 gruba ayırır: Kozmetolojistler, melioristler, reformistler ve radikaller. Kozmetolojistler, çevre sorunlarını tüketimin boyutlarıyla ve muhtevasıyla açıklama eğilimindedir. Bu

noktada mevcut tüketim kalıplarının hem var olan kaynakların irrasyonel bir şekilde kullanılmasına yol açması, hem de kullanma sonucunda oluşan atıkların doğaya zarar verecek biçimde kullanım zincirinin dışına çıkarılmasına katkıda bulunması işaret edilir. Melioristler, tüketimin başlı başına israfa dayandığını, ancak kullanılan kaynakların geri döndürülmesi ve tekrar kullanıma sokulması konusunda çaba sarf edilmesi gerektiğini savunmaktadırlar. Reformistler, tüketimden kaynaklanan sorunları kabul eder fakat tüketim şartlarının bu sorunları ortaya çıkarmada etkili olduğunu ve yeniden düzenlenmesi gerektiğini vurgularlar. Son olarak radikaller ekolojik sorunların bir taraftan çağdaş teknoloji, bilim ve toplumun doğalarının kaçınılmaz sonuçları olarak ortaya çıktıklarını, bir taraftan ileri endüstriyel kapitalist/sosyalist toplumlarda geçerli olan ekonomik ve kültürel pratiklerin bu süreci hızlandırdığını savunmaktadır (Schnaiberg’den aktaran Çiğdem, s. 36).

Giddens, ekolojik hareketlerin hareket alanının yaratılmış çevre olduğundan ve günümüzdeki yeşil hareketin şimdiki biçimlerinden farklı olarak on dokuzuncu yüzyılda da görülebildiğinden söz eder. Bunların ilki romantizmden büyük oranda etkilenmiş ve temelde geleneksel üretim biçimleri ve kırsal alan üzerindeki modern endüstrinin etkisine karşı çıkmak amacıyla olmuştur. O dönemde endüstriyalizm ve kapitalizmin aynı düzeyde yıkıcı etkilere sebep oldukları görüşü nedeniyle bu gruplar, sıkça, işçi hareketleriyle benzer yönelimde olmuşlardır. Endüstriyel gelişmenin yüksek etkili riskleri beraberinde getirmesi ve bunun büyük oranda görünür olması nedeniyle bu iki görüş günümüzde ayrı ayrı değerlendirilmektedir. Bununla yanında ekolojik kaygılar yalnızca yüksek risklerden kaynaklanmayıp, yaratılmış çevrenin diğer yönleri üzerine de odaklanmaktadır (Giddens, 2018, s. 158)

Çevresel ilgi ve kitleleşme süreci 1960’larla başlayarak 1970’lerde yükselişe geçmiştir. Bu dönemde daha önce kurulan örgütler gelişirken, radikal gruplar da oluşmuştur ve genel hatlarıyla “elit hareketi” olarak görülen çevre hareketinin “kitle hareketi” boyutuna ulaştığı görülür. Gençliğin ve yeni orta sınıfın, sahip olmaya başladığı post modern değerlerle bezenmiş katılımcı siyasal kültürün bir arada bulunması çevre hareketinin bu şekilde evrilmesine yol açan faktörlerdendir (Öz, 1989, s. 30). Aynı tarihte Amerika’da da çevreye karşı duyarlılığın arttığı, özellikle hava kirliliğinin durdurulması, çevresel tahribatın sona erdirilmesi gibi konularda artan bir kaygı ve hareketliliğin yaşandığı görülmüştür. Aktivistler,

çevreye yönelik tahribatta şirketleri sorumlu tutmuş, medya da bu hikayeleri destekleyerek çevrecilerin mesajlarını güçlendirmiş, çevresel problemler hakkında büyük ölçüde şirketleri işaret ederek suçlamalar yöneltmişlerdir (Coombs ve Holladay'den aktaran Pelenk Özel , s. 76).

Türkiye’de ise çevre hareketi, diğer yeni toplumsal hareketlerin çoğu gibi, 80 sonrası dönemde ortaya çıkmaya başlamıştır. Günümüzde etkin bir çevre hareketinin bulunduğunu söylemek çok güçtür. Türkiye’deki çevre hareketi, aralarında önemli görüş ayrılıkları bulunan farklı akımlardan oluşmaktadır. Çevresel sorunları karmaşık sosyoekonomik sorunlarla ilişkili gören, politik tabanlı görüşü terk etmeyen az sayıdaki ekolojist örgüte karşılık, çoğunlukla yerel düzeyde çevreyi korumak adına örgütlenmiş sivil toplum örgütlerinin sayısı giderek artmaktadır. Çevre hareketleri incelendiğinde münferit çevre sorunlarına yönelmiş sivil toplum kuruluşlarının ağırlık kazanması, bu sorunların siyasi ve ekonomik düzlemde görmezden gelinmesine ve üretilen politikaların yüzeysel ve geçici çözümler sunmasına neden olmaktadır (Ünlütürk, 2006, s. 45-46).

Ülkemizdeki çevre hareketlerine baktığımızda 1970’li yılların sonunda gerçekleşen Akkuyu nükleer santral yapımına karşı çevre halkının protestosunu görmekteyiz. Bununla birlikte Yatağan ve Aliğa’daki termik santraller için de benzer tepkiler söz konusu olmuştur. 1984 yılında yapımı gündeme gelen Gökova (Kemerköy) termik santrali için ise daha büyük çaplı bir protesto oluşturulmuştur.

Bergama’da 1997 yılında siyanürle altın aramak için yapılan ağaç kesimleri de büyük protestolarla karşılanmıştır. Önceki yıllara oranla çok daha kitlesel bir katılım olmuş, dönemin önemli tartışma konularına dönüşmüştür. Bölgede birçok farklı gösteri yapılmış, neredeyse bir gelenek haline gelmiş Ankara yürüyüşleri, maden şirketlerinin bölgeye girmemesi için gerçekleştirilen yol kesme eylemleri ve bunlara ek olarak yazılı basında çıkan birçok yazı bölgede oluşan protestoların büyük bir çeşitlilikle yapılmasına olanak sağlamıştır (Öztürk, 2017, s. 451). 1992 yılında projelendirilen Karadeniz sahil yolu projesi, Artvin Cerattepe’de uzun yıllardır halk tarafından maden şirketi yapımına gösterilen direniş, 2013 yılında Gezi Parkındaki ağaçların sökülmeyle ülkenin büyük bir bölümüne yayılan protestolar ve 2014 yılında Üsküdar Belediyesi tarafından Validebağ Korusunun güneyine yapılması planlanan cami inşaatı üzerine başta ilçe halkı olmak üzere büyük bir

kesim tarafından gösterilen itiraz ve tepkiler son yıllarda ÷lkemizde meydana gelen çevre hareketlerine örnektir.

2.ÇEVRESEL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

Sürdürülebilir çevre: “Gelecek kuşakların ihtiyaç duyacağı kaynakların varlığını ve kalitesini tehlikeye atmadan, hem bugünün hem de gelecek kuşakların çevresini oluşturan tüm çevresel değerlerin her alanda (sosyal, ekonomik, fizikî vb.) ıslahı, korunması ve geliştirilmesi sürecini ifade etmektedir.” (Çevre Kanunu, 1983)

Çevre kalitesinin korunması, doğal kaynaklar kullanımının düzenlenmesi konularında 1970’ten itibaren çeşitli gelişmeler kaydedilmiştir. Çevresel Etki Değerlendirmesinin bilimsel ve yasal olarak uygulanması bu düzenlemelerden biridir. Ağustos 1983 tarihli ve 2872 sayılı Çevre Kanununun 110. maddesine göre; “Gerçekleştirmeyi planladıkları faaliyetleri sonucu çevre sorunlarına yol açabilecek kurum, kuruluş ve işletmeler bir ‘Çevresel Etki Değerlendirme Raporu’ hazırlarlar. Bu raporda çevreye yapılabilecek tüm etkiler göz önünde bulundurularak çevre kirlenmesine sebep olabilecek atık ve artıkların ne şekilde zararsız hale getirilebileceği ve bu hususta alınacak önlemler belirtilir” (Kışlalıoğlu & Berkes, 1993, s. 321).

Sürdürülebilir bir çevre tezahürü yaparken buna olumsuz etki eden ekonomik etkinlikleri göz ardı ederek değerlendirme yapmanın eksik olacağı bir gerçektir. Farklı sanayii kollarının çevreye bıraktığı pek çok atık, doğal kaynaklara geri döndürülmesi güç zararlar vermektedir. Çalışmanın içerisinde ayrıntılı değerlendirilecek olan tekstil endüstrisinin özellikle “hızlı moda” anlayışı etkisiyle çevreye bıraktığı atıklar doğal dengede tahribatlar yaratmaktadır.

Yirminci yüzyılda özellikle tüketim kültürünün neredeyse sosyal bir aktivite şeklinde benimsendiği batı toplumlarında hakim olan kullan-at anlayışı yüksek miktarda enerji tüketimine, karbon yayılımına, hava kirliliğine, zehirli atıklara, asit yağmurlarına, su kirliliğine ve çöp üretimine neden olmaktadır. Temel olmayan malzemelerin kullanımından kaçınmak, mümkün olan ürünlerin doğrudan yeniden kullanıma sokulması, malzemelerin geri dönüştürülerek yeni bir ürün haline getirilmesi, ürünün içerdiği enerjiyi kullanmak amacıyla emniyetli biçimde ürünü yakmak ya da ürünü toprağa gömerek ortadan kaldırmak atıkları azaltmak için kullanılacak yöntemlerdendir (Brown, Flavin, & Postel, 1997, s. 47)

Ülkemizde her yıl yaklaşık bir milyon ton civarında tekstil atığı ortaya çıkmaktadır. Geri kazanılabilir nitelikte olan bu atıkların tamamıyla geri kazanımı gerçekleştirilirse;

- Ayrıca elde edilecek, geri dönüştürülecek pamuk miktarı kütlü pamuk üretiminin %17'sini karşılar duruma gelecektir.
- Çöpe atılan yalnızca polyester ve pamuk ürünler geri kazanılsa; yılda ortalama 13.1 milyar kWh enerji pamuktan, 14 milyar kWh enerji polyesterden elde edilebilecektir.
- Yalnızca tekstil geri dönüşümündeki tekstil atığının elyafa dönüştürülmesi ile oluşan yıllık ekonomik değer yaklaşık 1.070.000.000 TL/yıl tldir.
- Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı tarafından belirtilen 2013 yılında 1 milyar 200 milyon TL pamuk desteğinin %17'si geri dönüşüm sayesinde farklı sektörlere destek amaçlı kullanılabilecektir.
- Ülkemizde pamuk üretimi ekili alanın %17'si başka bir tarımsal ürün için kullanılabilecektir (Altun, 2016, s. 2-3).

Sürdürülebilir kalkınma, ekolojik denge ile ekonomik büyümeyi birbirinden ayrı tutmamakla birlikte doğal kaynakların etkin kullanımını sağlayan aynı zamanda kaliteli bir çevre fikrini önemseyen bir kavramdır. Bir ülkede sürdürülebilir kalkınmanın sağlanabilmesi *ekolojik sürdürülebilirlik*, *ekonomik sürdürülebilirlik* ve *sosyal sürdürülebilirlik* ile birlikte değerlendirilir. Dolayısıyla sürdürülebilir kalkınma; doğal sermayeyi ve ekonomi ile ekosistem arasındaki dengeyi koruyan, gelecek kuşakların da gereksinimlerine sahip çıkan, ekolojik açıdan sürdürülebilir nitelikte olan bir ekonomik kalkınmadır (Gürlük, 2001, s. 9-10). Örneğin, Anadolu'nun erozyonu, Marmara Denizi'nin kirlilik sebebiyle zarar görmesi doğal sermaye kaybıdır. Ekonomik bilançolar değerlendirilirken yalnızca üretilen buğdayın hesabının yanında üretim faaliyetleri sırasında ortaya çıkan doğal kayıpların da (toprak erozyonu, yeraltı sularının kirlenmesi, tarım ilacı kullanımından doğan zararlar gibi) hesaplanması sürdürülebilir bir dünya için önemlidir (Kışlalıoğlu & Berkes, 1993, s. 316).

Çevrenin ayrıntılı olarak ele alındığı ilk önemli organizasyon 1972 yılında düzenlenen Stockholm Konferansı olarak kabul edilir. Bu süreç içerisinde, çevre

alanındaki uluslararası çabalar, çevrenin kalkınma ile ilişkisinin kurulduğu “sürdürülebilir kalkınma” arayışlarını öne çıkarmış, sürdürülebilir kalkınmaya ilişkin ilk değerlendirmeler kırk başlıkta Rio’da benimsenmiş ve 1987’de hazırlanmış olan Bruntland Raporu’nda gündeme alınmıştır. Son olarak 26 Ağustos-4 Eylül 2002 tarihleri arasında Johannesburg’da yapılan Dünya Sürdürülebilir Kalkınma Zirvesi’nde ise Rio’da kabul edilen ilkelerin uygulanma biçimleri uluslararası düzeyde irdelenmiştir (Tübitak, 2003, s. 7).

1992’de Rio de Jenerio’da toplanan Dünya Zirvesi’nde oluşturulan Gündem 21 çerçevesinde de çeşitli değerlendirmeler yapılmıştır. Bunun yanında 1992 İklim Değişikliği Hakkında Çerçeve Konvansiyonu ve 1997 Kyoto Protokolü de sürdürülebilir kalkınma adına adımların tartışıldığı ve önleyici yeni politikaların ele alındığı organizasyonlardandır. Mart 2000 tarihinde AB Komisyonu bir bildiri yayımlamış ve sera gazı emisyonlarını azaltıcı önlem ve politikaları tanımlamıştır. Bu bildiri toprağın bu gazlardan etkilenen ortamlardan olduğunu vurgulamaktadır (Tübitak, 2003, s. 21).

Çevre Kanununda, “Bugünkü ve gelecek kuşakların, sağlıklı bir çevrede yaşamasını güvence altına alan çevresel, ekonomik ve sosyal hedefler arasında denge kurulması esasına dayalı kalkınma ve gelişme” (Çevre Kanunu;1983) şeklinde tanımlanan sürdürülebilir kalkınmanın çevre ile ilişkisi 1992 yılında gerçekleştirilen Rio Konferansı’nda detaylıca incelenmiş ve 21. yüzyılın gündemi (Gündem 21) belirlenmiştir. Kyoto Protokolü ile birlikte küresel ısınma ve iklim değişikliği konusunda mücadelenin çerçevesi tespit edilmiş, 2000 yılında gerçekleştirilen BM Binyıl Zirvesi’nde ise BM’nin önderliğinde Binyılın Kalkınma Hedefleri belirlenmiştir. 2002 yılına gelindiğinde Rio Konferansı kararlarının uygulanmasında daha etkili sürdürülebilir kalkınma stratejilerinin oluşturulması hedefiyle Johannesburg’ta Dünya Sürdürülebilir Kalkınma Zirvesi gerçekleştirilmiştir ²

Doğuşu siyasi tarih açısından ikinci dünya savaşının sonuna, 1968 devrimine ve 1973 petrol krizine denk gelen *yeşil hareket* iktisadi düşünce açısından 1929 büyük buhranıyla 1980 arasında Keynesçi politikaların ve kalkınma ekonomisinin hakim dönemine işaret etmektedir. Bu dönemde kontrolsüz endüstriyel büyüme ile doğal kaynaklar olumsuz etkilenmiş, doğa büyük bir atık deposu olarak algılanır

² Bkz. <http://cevre.mf.duzce.edu.tr/> , Erişim Tarihi: 24.02.2020 22:10

duruma gelmiştir. Çevre kirliliği savaş sonrası atmosferin de etkisiyle kontrol altına alınmakta zorlanmış ve bu nedenle sağlık sorunları artmış, biyoçeşitlilik azalmış, iklim değişikliği gözle görülür bir hal almıştır. Bu süreçte ortaya çıkan yeşil-ekolojist partilerin politikaları etrafında biçimlenen Yeşil ekonominin 3 ilkesi aşağıdaki gibi sıralanabilir;

- İnsanın doğal çevre üzerindeki yıkıcı etkilerini azaltmak, canlı yaşamının sürdürülebilirliğini sağlamayı amaçlamak,
- Ekonomik büyüme ve kalkınmanın reddedilmesi,
- Doğaya dost ve insani ölçekte üretim-tüketim ilişkilerinin gözetildiği bir ekonomi anlayışı (Aşıcı & Şahin , 2017, s. 24).

Yeşil ekonomi yalnızca doğal kaynakları koruma ve sürdürülebilir üretim-tüketim sistemlerini destekleme önceliğinde değildir. Doğanın ve gelecek kuşakların haklarını gözetmekle birlikte, insan hakları ve sosyal politikalar da yeşil politikanın öncülü niteliğindedir. Çünkü, eğitim, sağlık ve sosyal hizmetlerin kamusal hizmet olarak herkese ulaştırılması ekonomiyi canlandıracak ve işsizliğin azalmasını sağlayacak ve bu durum çok yönlü ve birbirini destekleyen kamu hizmet sektörünü meydana getirecektir (a.g.e s.27).

Endüstri devrimi ile birlikte meydana gelen sanayi faaliyetlerinin çevre kirliliğine doğrudan etki ettiğinden yukarıda bahsetmiştik. Flasbarth da üretimin her aşamasında kullanılan ham maddeden işgücüne kadar her bir girdinin doğaya belli bir maliyet yüklediğinden, bu nedenle çevre sorunlarının, üretim yapıldığı sürece var olacağından bahseder. Çevreye bırakılan atıklar, ürünün tüketiminden yok edilmesine kadar her aşamada ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle, hangi alanda olduğu fark etmeksizin üretilen her ürünün çevre açısından maliyeti oldukça yüksek olmaktadır (Flasbarth'tan aktaran Kılıç, 2006, s. 116).

Hem ekonomik faaliyetlerin devam etmesi hem de çevrenin korunması açısından düzenlenmesi gereken ekonomik etkinlikler çelişki halindedir. Bu durum Eko-Teknik yöntemler geliştirilerek azaltılmaya çalışılmaktadır. Almanya'da bu konuyu destekleyen ekonomi ve ekolojiyi birlikte ele alan ilk çevre düzenlemesi Hamburg'ta kurulmuştur. "Çevre Bilimsel İlkelere Dayalı Ekonomik Reform Çalışma Grubu" olarak adlandırılan kuruluş tarafından bilgilendirilen işletmeler teknolojik üretimlerini çevreye dost şekilde ortaya koymaktadır. Örneğin kimyasal

asit yöntemi kullanılarak yapılan baskı motifleri için “eko gravür” teknolojisi geliştirilerek günde 600 metre küp atık su yerine 150 metre küpün yeterli olduğu görülmüş ve günlük verim aynı iş gücü ile üç katına çıkmıştır (İlkin & Alkin , 1991, s. 36).

2.1 Sürdürülebilirliğin Kavramsal Boyutu

1970’li yıllarla birlikte kalkınmayla eş değer görülen sanayileşme politikalarının yıkıcı etkileri çevre ve toplum üzerinde yoğun bir şekilde hissedilmeye başlanmış ve dünyada bu tür politikalar sorgulanır hale gelmiştir. Sürdürülebilir kalkınma ve bununla birlikte ile anılan yeşil ekonomi modeli, endüstrileşmenin getirdiği olumsuz etkiler sonucu karşı karşıya kalınan ekonomik, toplumsal ve ekolojik problemlerin çözümü ve gelecek nesillere yaşanabilir bir dünya bırakmak adına ortaya atılmış, ilk olarak akademik düzeyde daha sonra da gündelik yaşamda tartışılan ve kendi pratiklerini üretmeye başlamış kavramlardır (Yalçın, 2016, s. 750).

Dura’ya göre (1991, s.71-72), Adam Smith’ten beri doğal alanlar, kolay ulaşılabilir olmaları ve sanki hiç tükenmeyecekmiş gibi düşünölmeleri nedeniyle “serbest mal” olarak adlandırılmıştır ve bu tanımlama çevrenin kirlenmesinin temel nedenlerini oluşturmaktadır. Dünyada hakim olan ekonomik etkinliklerin, bu nedenlere dayalı yanlış politikalar izlemeleri çevre tahribatını arttırmaktadır. Doğal çevreyi yalnızca nicelik ve teknolojik elverişlilik açısından kavramlaştıran iktisatçıların doğal kaynaklardan bahsederken “tabii denge” unsurunu göz ardı etmeleri çevre sorunlarının artışına katkı sağlamıştır.

İsveç Stockholm’de 1972 yılında düzenlenen “Human Environment” başlıklı Birleşmiş Milletler Konferansı modern çevrecilik adına atılmış en önemli ve kapsamlı adımlardan biridir. Kar amacı gütmeyen uluslararası bir sivil toplum kuruluşu olan Roma Kulübünün 1972 yılında MIT bilgisayar modellemelerine dayanarak dünyanın kaynakları ile insan nüfusu arasındaki ilişkileri simüle eden **Limits to Growth** başlıklı çalışması Stockholm Konferansına zemin hazırlayan araştırmalardan birisidir. Bir tahmin aracı olan bu çalışma, kaynakların şu anki oranında tüketimine devam etmenin sürdürülemez olduğunu öne sürmüştür (Türkmen, 2009, s. 12).

Stockholm’de 1972 yılında yapılan Çevre Konferansı ve aynı yıl “Büyümenin Sınırları (Limits to Growth) Raporu”nun yayımlanması çevre sorunları alanında atılan ilk küresel adımlardır. Sürdürülebilir kalkınma kavramı ise resmî olarak ilk kez 1987 yılında Norveç Başbakanı Gro Harlem Brundtland’in başkanlığında Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu (WCED) tarafından yayımlanan “Ortak Geleceğimiz” (Brundtland Raporu) adlı raporda kullanılmıştır³

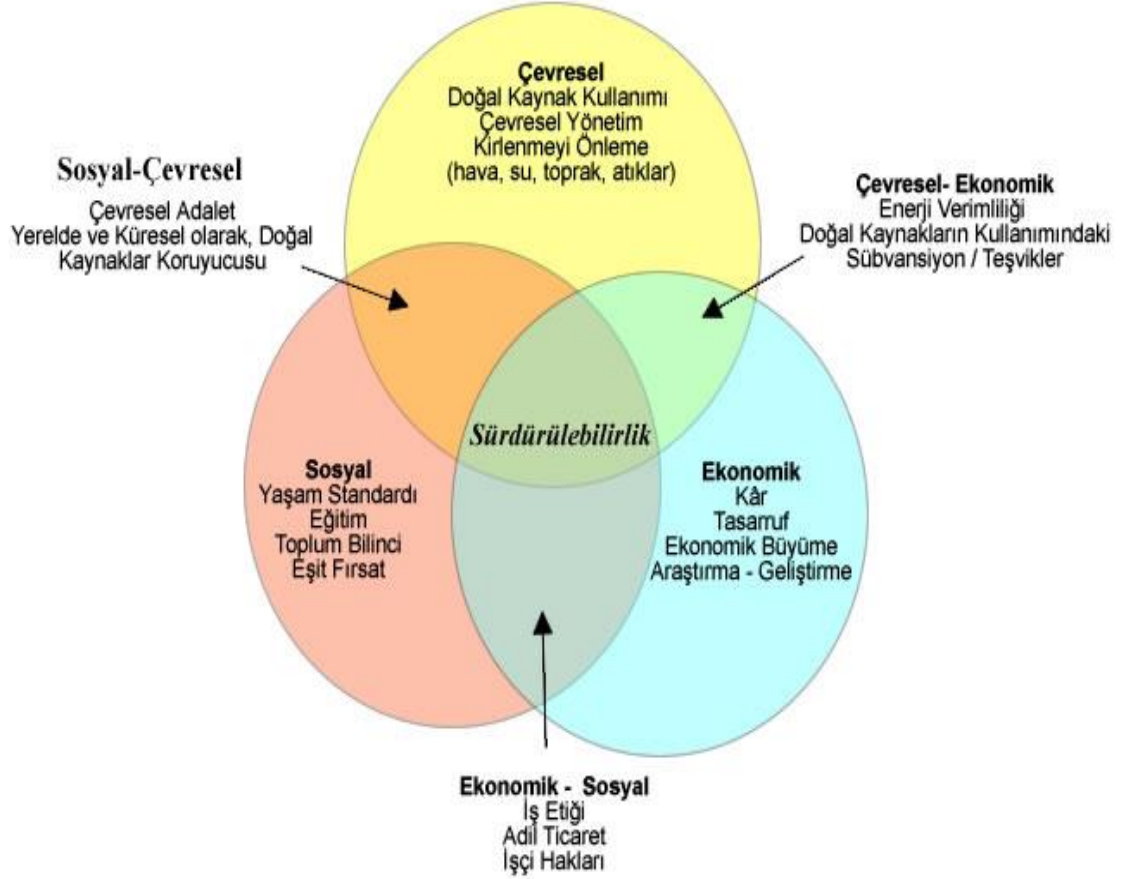
Ekolojik sorunların ekonomistler tarafından çözümü ertelenen bir konu olduğu oldukça açıktır. Çevrebilim açısından ise ekonomi, küresel ekosistemin dar bir alt kümesi olarak tanımlanır. İnsanın ekonomik faaliyetlerinin giderek çoğaldığı dünyamızda söz konusu faaliyetler genel hatlarıyla içinden türediği doğal sistemden ayrılmaz ve sonsuza kadar da sürmesi mümkün olmaz (Brown, Flavin, & Postel, 1997, s. 7).

Kılıç’a göre Batı’da çevre-ekonomi arasındaki ilişkinin gittikçe içinden çıkılmaz bir duruma gelmesi sürdürülebilir kalkınma kavramının ortaya çıkmasında etkili olmuştur. Çevrecilerin ve ekonomistlerin mevcut ekonomik yapının doğayı güçsüz bir hale getirdiği konusundaki görüşleri artmış, bununla birlikte sürdürülebilir ekonomi modeli konusunda arayışlar çoğalmıştır. Çevre, ekonomik ve toplumsal dinamikler için önemli bir unsur olmakla birlikte, üretim faaliyetleri üzerinde doğrudan etkilidir. Bu nedenle üretimin niceliğine karar veren önemli aktör olmalıdır. Ekonomik sistemin, emek, sermaye, doğal kaynaklar, teknoloji gibi üretim faktörleri ve bunun yanında demografik özellikler ve iklim koşulları arasında bir denge kurması önemlidir (Kılıç S. , 2012, s. 204).

Çoğunlukla ekonomik büyüme ile bağlantı kurulan kalkınma kavramı bunların yanı sıra demokrasiyle, eşitlikle, özgürlükle, eğitimle, sağlıkla, güvenlikle, konutla ve çevreyle ilgili bir kavramdır. Kalkınmayı ölçmek güç olmakla birlikte bu kavram genellikle iktisadi büyümenin bir sonucu olarak kabul edilmiş fakat günümüzde bu tanım tartışılır duruma gelmiştir. Refah ve kalkınma kavramları artık iktisadi büyüme, sanayileşme daha çok tüketim yapma gibi kavramların dışında da tanımlanmasına rağmen sürdürülebilir kalkınmadan bahsettiğimiz zaman çevrenin ve doğanın korunması faktörünün arka planda kaldığı görülmektedir (Yazgan, 2000, s. 15-16).

³ Bkz. https://www.geka.gov.tr/Dosyalar/o_19v5e00u1ru61bbncf2qmlcpv8.pdf Erişim Tarihi 07.03.2020, 00:40

Sürdürülebilirlik kavramı, ekonomik faaliyetlerin çevre üzerindeki olumsuz etkisinin artması ile paralel süreçte gündeme gelmiştir. Bu kavram, ekonomik, çevresel ve sosyal açıdan etkileşimi içinde barındırmaktadır. Dolayısıyla ekonomik sürdürülebilirlik ya da çevresel sürdürülebilirlik denildiğinde, bunun salt bahsi geçen alanları değil sosyal çevreyi ve dolayısıyla tüm bireyleri kapsadığı görülmektedir.



Görsel 1. Sürdürülebilirliğin ekonomik, sosyal ve çevresel boyutu

Kaynak <http://benkold.com/suyapo/surdurulebilir/surdurulebilirlik.asp> erişim tarihi ,

16:40

2.2 Moda Endüstrisinde Sürdürülebilirlik

Endüstriyel toplumla artan refah talebi ve tüketim eğilimleri aynı doğrultuda endüstriyel üretimin aşırı ölçülerde artmasını da beraberinde getirmiştir. Bununla birlikte, artan aşırı üretim doğal kaynakların sınırsızca kullanımını zorunlu hale getirmiştir. Endüstrileşmeyle birlikte ekonomik kalkınma, toplumsal refah gibi kavramlar oldukça benimsenmiş ve günlük yaşamda önemli değerler olarak görünür duruma gelmiştir. Bununla birlikte bu kavramların varlığını sürdürebilmesi için

doğal kaynakların sınırsızca kullanılması kaçınılmaz olmuş, devamında doğa üzerinde ekonomik faaliyetler için oluşturulan sınırsız hakimiyet artmıştır. Doğa kendi başına bir değer olarak değil ekonomik faaliyetlere hizmet eden bir yapı olarak görülmeye başlanmıştır. (Tuna, 2001, s. 232).

Endüstriyel üretimle çeşitli alanlarda ortaya çıkan kitlesel üretim, 21. yüzyılda hala elindeki gücü korumaya ve yarattığı tahribatları arttırarak ilerlemeye devam etmektedir. Üretim aşamasında ortaya çıkan olumsuz çalışma şartları, düşük ücretler, emeğin karşılıksız kalması, uzun çalışma saatleri, ucuz iş gücü, dezavantajlı grupların sömürüsü; bunların yanında doğal yaşama verilen zarar, üretim aşamasında kullanılan kimyasalların doğal kaynaklara karışması ve günlük yaşamda maruz kalabileceğimiz kadar yaşıntımıza dahil olması özellikle tekstil sektöründe son yıllarda medyanın ve konuya duyarlı sanatçıların yaptıkları işlerle görünür hale gelmiştir. Modanın sürdürülebilirliği tartışması bu noktada karşımıza çıkmaktadır. Çevre dostu moda anlayışı tekstil sektöründe kuvvetli paya sahip markalarca benimsenmiş, mağazalarda dikkat çeken noktalarda sürdürülebilir moda olgusuna değinen mesajlar ve giysilerin geri dönüşümünü destekleyen kampanyalar görsellerle müşterilerin dikkatine sunulmuştur.

Hathorn ve Ulasewicz'in belirttiği gibi yirmi birinci yüzyılın başları aşırı bolluk dönemidir. İyi tasarlanmış giysilere H&M, Zara gibi büyük mağazacılık zincirlerinde hemen tüm fiyat seviyelerinde ulaşılabilmektedir. Yeni tasarımlar çok kısa sürelerle sunulduğu için endüstri bu durumu *hızlı moda* şeklinde etiketler (Hethorn & Ulasewicz, 2009, s. 26-27).

Endüstriyel üretimin somut şekilde ekonomi alanında görünürlük kazandığı bir gerçektir. Fakat iktisadi anlamda meydana gelen değişimler toplumları da aynı oranda değişime sürüklemektedir. On sekizinci yüzyılla birlikte ortaya çıkan Endüstri Devrimi temelinde şekillenen ekonomik etkinlikler yıllar içinde sınırsız büyüme düşüncesini yerleştirmiş ve bu yakın döneme kadar hala desteklenen bir düşünce olarak varlığını sürdürmüştür. 1970'lerle birlikte çevre hareketlerinin ortaya çıkması, endüstriyel faaliyetlerin çevre üzerindeki olumsuz etkisini gözler önüne sermiş ve doğal kaynakların korunması ve sürdürülebilir bir çevre için doğaya dost üretim biçimi fikri gündeme gelmiştir. Çevreye en çok zarar veren ikinci endüstri olan tekstil endüstrisi için de alternatif yaklaşımlar geliştirilmiştir. Küresel düzeyde

varlığını sürdüren markalarca da desteklenen bu düşünce küçük bütçeli marka ve tasarımcılar tarafından da desteklenmiştir. Fakat sonraki kuşaklara yaşanılır bir dünya bırakmak adına küresel anlamda daha büyük adımların atılması ve farkındalık yaratılması adına ortak çalışmalar yapılması gerektiği oldukça açıktır.

İlerleyen teknoloji ve makineleşmeyle tekstil üretim hızı artış göstermektedir. Doğal materyallere göre daha ucuz olan sentetik tekstil elyaflarının hayatımıza girmesi ve bitkisel boyaların yerini daha geniş renk skalasına sahip ancak toksik özellikteki yapay boyar maddelerin alması, maliyeti azaltıp üretimi kolaylaştırmıştır. Ucuz iş gücüyle daha da evrilen bu sistem piyasaya çok sayıda düşük fiyatlı ürün sağlayarak yapay bir bolluk algısı yaratmıştır. Bu durumda tüketiciler harcayacağı zaman ve emeğe değmeyeceğini düşünerek giysilerinde küçük bir onarımla düzelebilecek bozulmalar olduğunda, tamir etmektense yerine yenisini almayı tercih etmektedir. Fakat günümüzde ucuz kıyafetlerin gerçek bedelinin etiketlerinden yazandan çok daha fazla olduğu ve bu bedelin gezegenimizin kaynaklarından ve tekstil işçilerinin hayatlarından alındığı açıkça görülmektedir (Coşdan, 2020, s. 42).

Moda endüstrisinde sürdürülebilirlik kavramı ele alınırken tasarım, üretim ve tüketim süreçlerinde karşılaşılan çeşitli sorunlardan bahsetmek önemlidir. Tekstil ürünlerinin çevreye etkileri tek boyutlu olmamakta, ürünlerin üretim, kullanım, elden çıkarma gibi çok boyutlu şekilde değerlendirilmesi önem taşımaktadır. Bu süreçlerdeki olumsuz etkiler sorumlu bir bakış açısıyla azaltılabildiği takdirde çevresel ve sosyal açıdan daha az zarar veren bir moda endüstrisinin varlığı mümkün olabilecektir. (Türkmen, 2009, s. 157). Bu anlamda bireysel çabaların çok önemli olduğu aşikardır. Kazanılan bireysel farkındalık tüketim alışkanlıklarının değişmesini sağlayarak alışveriş deneyimlerinin daha bilinçli hale gelerek farklılaşmasını, giysilerin dolaşımını, kullanım dışı bırakılmış giysiler ya da tekstil ürünlerinin elden çıkarılması konusundaki farklı alternatifleri, ikinci el kıyafet kullanımı gibi birçok seçeneği gündeme getirir.

Tekstil sektörü, hem insan gücü kullanımı, hem de tüketim potansiyeli olarak dünyanın en büyük sektörlerinden birisidir. Tekstil ürünlerinin üretiminden kullanımına ve geri kazanımına kadar geçen süreçte, geri kazanılabilir veya kazanılamayan birçok katı ve sıvı atık meydana gelmekte, çevreyle etkileşim ortaya çıkmaktadır (Güngör, Palamutçu, & İkiz, 2009, s. 203).

ABD’de başlayan ve özellikle 1980’li yıllardan sonra tüm dünyada yaygınlaşan ve 1990’lı yıllarda yoğunlaşan doğanın korunmasına yönelik çevre hareketi tekstil endüstrisini de etkilemiştir. Bunun sonucu olarak “tekstil ekolojisi” kavramı ortaya çıkmış ve eko (çevre dostu) tekstiller gündeme gelmiştir (Cebeci, 2013, s. 41).

Tekstil ürünlerinin geri dönüşümünde “atık ekolojisi” kavramı ortaya çıkmaktadır. Bu kavram, kullanım ömrü dolan tekstil ürünlerinin çevreye zarar vermeden geri dönüşüm ve ayrıştırma yoluyla ya da havaya zarar vermesi engellenerek ısıyla yok edilmesi şeklinde aşamalardan geçirilmesi ile gerçekleştirilmesini kapsamaktadır. Kullanımı sona eren giysilerin ve diğer tekstil ürünlerinin “recycling” yöntemi ile liflerinin yeniden kullanılması atık yönetimi açısından önemlidir (Sekreterliği İ. G., s. 3)

Tekstil sektöründe pamuk üretiminde böcek ilaçlarının ve suyun fazla kullanımı, genetiği değiştirilmiş lifler, çiftçilerin düşük ücret ve adil olmayan şartlarla çalışmayı sürdürmeleri, hayvan haklarının ihlali, petrol kimyasının kullanımı sürdürülebilirliği tehdit eden faktörler olarak görülmektedir. Bununla birlikte pazarlama ve ticaret alanındaki ana akım markaların işçi çalıştırma koşulları ve ücretleri, tedarikçilerin etik olmayan davranış biçimleri, satış noktalarındaki enerji kullanımı, paketleme ve ambalaj israfı, nakliye aşamasında ortaya çıkan karbon emisyonları ve atıkların sürdürülebilirliğe verdiği zararların yanında, ürün kullanımı esnasında kimyasal deterjanların kullanımı, yıkama, kurutma ve ütüleme aşamalarında ortaya çıkan su ve enerji miktarı da oldukça önemlidir. Bu durum son olarak tekstil atıklarının artışı olarak önümüze çıkmaktadır (Odabaşı, 2016, s. 21-22). Bunlara ek olarak arka planda kalan nakliye aşaması tekstil sektörünün küresel anlamda sahip olduğu yaygın ağa hizmet ederek büyük enerji kaybına neden olmaktadır. Moda giysilerin sergilendiği ışıltılı vitrinlerin ardında dünyanın çeşitli bölgelerine yayılan bir hazırlık aşaması bulunmaktadır. Pamuğun yetiştirilmesi, toplanması, kumaş üretimi, tüm bunların en ucuz iş gücünün bulunduğu bölgelerdeki atölyelere ulaştırılması, hazırlanan ürünlerin mağazalara teslimi lojistik anlamda çevreye verilen zararı ortaya koymaktadır.

Modern pamuk tarımında büyük oranda kimyasallar kullanılmakta fakat doğal olması nedeni ile tercih edilen pamuk, ekolojik anlamda ağır sonuçlara yol açmaktadır. Dünyada toplam tarım alanları içinde %2,4’lük alanı kaplayan pamuk

ekim alanları, kullanılan sentetik ilaç ve gübre bakımından tüm dünyada tüketilen tarımsal mücadele amaçlı haşere ilaçlarının %16, bitkisel ilaçlarında %11'ini oluşturmaktadır (Tarakçıoğlu, 2008, s. 199).

Tekstil sektörü üretim aşamasından başlayarak uygulanan kimyasal işlemler nedeniyle doğal çevreyi kirleten ve enerji tüketen endüstri dallarındandır. Hammaddeden başlayarak, iplik, dokuma, terbiye ve hazır giyim ürünlerine çeşitli işlemler uygulanmaktadır. Doğa dostu tekstil kavramı içinde yer alan üretim ekolojisi; bu esnada oluşan, insana ve çevreye zararlı kimyasal maddeler, atıklar, hazır giyim aşamasında gürültü, titreşim, hijyen gibi konulara odaklanmaktadır. Üretim ekolojisinde doğal lifler kullanılmaktadır ve pamuk tercih edilen ürünler arasındadır. Ekolojik yöntemlerle elde edilmiş pamukta sentetik gübre ve tarım ilaçları kullanılmamakta ve bu “organik pamuk” şeklinde tanımlanmaktadır. Buna ek olarak renkli pamuk da üretilmekte ve boyar maddelerin zararları da ortadan kalkmaktadır (Oral, Dirgar, & Erdoğan , 2011, s. 32) .

Sürdürülebilirlik, özellikle geçtiğimiz 20 yıl içinde moda literatüründeki yerini sağlamlaştırmıştır. Moda sistemi içinde etkin olan küresel ekonomi politikaları ile şekillenen hakim işleyişin kültürel, tarihi, etik ve ekolojik değerleri göz ardı eden yaygın üretimine karşı; niteliği nicelikten üstün tutan ve ürünlerin yaşam döngüsünün uzunluğunun değerli olduğunu destekleyen sürdürülebilirlik, 80'lerin tüketim kültürüne karşı çıkan 90'lı yıllarla beraber, 2006 yılında Milano'da yayımlanan Yavaş Moda Bildirisi ekseninde daha organize bir hale gelmiştir. (Ovacık, 2019, s. 31)

Hazel Clark (Clark, 2008, s. 429) moda ve sürdürülebilirlik ilişkisinde ortaya çıkan yavaş yaklaşımları şu şekilde vurgular;

- Hali hazırda bulunan tasarımcı, üretici ve tüketici hiyerarşilerine karşı çıkmak,
- Moda kavramının sadece “yeni” ile alakadar olmasını sorgulamak,
- Modanın görüntülere olan güvenine karşı koymak,
- Modayı zorlama olarak değil seçenek olarak sunmak,
- Özellikle kadınlara yönelik işbirlikçi tutumda olan kuruluşları öne çıkarmak.

Moda ve sürdürülebilirlik ilişkisi üzerine ülkemizde de son yıllarda önemli işbirlikleri ile çalışmalar yapılmaktadır. Bu çalışmalar genelde Üniversiteler ve bazı

markaların iş birliği içerisinde ilerlemektedir. 2019 yılında İstanbul Bilgi Üniversitesi Akademik İngilizce Birimi ve Moda Tasarımı Bölümünün ortak çalışması ile düzenlenen seminerde H&M Avrupa Bölge Üretim Sorumlusu Julia BAKUTIS, markanın sürdürülebilirlik konusundaki yaklaşımı üzerine bir seminer vermiştir⁴. Bununla birlikte İzmir Goethe-Institut, İzmir Ekonomi Üniversitesi Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi Moda ve Tekstil Tasarımı Bölümü ile 2020 yılı için Sürdürülebilirlik teması çerçevesinde işbirliği yapmış, 02.03.2020- 05.03.2020 tarihleri aralığında İzmir Mimarlık Merkezi'nde sergi, sunum ve Almanya ve Türkiye'den katılan, sürdürülebilir moda alanında çalışmaları olan tasarımcılar ve tekstil sektöründe benzer uygulamaları destekleyen yöneticilerin katıldığı bir panel düzenlenmiştir.

2.3 Sürdürülebilir Üretimi Destekleyen Moda Markaları ve Tasarımcılar

“Etik Moda” adı altında üretimler yapan moda tasarımcıları, organik üretimi yaygınlaştırmak, sürdürülebilirlik kavramına dikkat çekmek, bölgesel üretimleri desteklemek, sosyal sorumluluk bilincine uygun olarak tüketiciler arasında farkındalık yaratmak gibi konulara odaklanılması gerektiğini savunmaktadır (Göklüberk Özlü & Saatçioğlu , 2015, s. 92)

Etik moda anlayışı, son yıllarda üzerine konuşulan bir meseledir ve kendini ifade biçimini hakim moda basını üzerinden etkin bir biçimde kuramadığı ve kendine özgü iletişim kanallarına ihtiyaç duyduğu bir gerçektir. Ana akım medya yeşil tüketim’ olgusunu vurgulayarak ticari bir alanda buna yer vermekte; fakat ekolojik, sürdürülebilir, yavaş ve sosyal yaklaşımları hedef alan etik moda, iletişim yöntemi olarak ana akım medyadaki temsil yönteminin aksine; şeffaf, katılımcı ve eleştirel bir bakış açısı benimser ve bunu çoğunlukla çevrimiçi, interaktif ve sosyal medya iletişim araçlarında bulduğu görülür (Kipöz & Atalay , 2015, s. 102).

1990’ların başından beri gelişim gösteren “Ekolojik Tasarım”, sürdürülebilirlik kavramına içkin; sosyal, ekonomik bir değişim için aktivist bir

⁴ Bkz. <https://www.bilgi.edu.tr/tr/etkinlik/9459/surdurulebilir-moda-hm-yaklasimi/> Erişim tarihi: 09.05.2020, 20:44

tasarım tavrıdır. Tasarımda ortaya çıkan sürdürülebilirlik ve ekoloji düşünceleri tüketim kültürüne, küreselleşmeye, kapitalizme karşı söylemler geliştiren *Yavaş Hareket*, *Tamir Manifestosu* gibi yaklaşımlar ve bunların tasarımdaki etkileri; Yavaş Tasarım, Yavaş Moda, Tamir ve Tasarım gibi aktivist eylemler geliştirmiştir (Ovacık, 2019, s. 53-54).

Moda dünyasında son zamanlarda “eco-friendly” (çevre dostu) tasarımcılar ve markalar ortaya çıkmıştır. Dahası Nike, Adidas, H&M ve Stella McCartney gibi rantı yüksek markalar da kampanyalar yürütmeye ve şirket mottolarını bu yönde değiştirmeye başlamış, üretim şekillerini ve boyama tekniklerini doğaya en az zarar verecek şekilde değiştirmişlerdir. Pamuk gibi su düşmanı veya polyester gibi doğal kaynakları sömüren kumaş hammaddeleri yerine, bambu, keten, kenevir gibi daha az su tüketen bitkileri kullanmaya başlamışlardır. Dünyanın aslında bu “Küresel Isınma” kadar önemli ve tehlike arz eden konuyla ilgili adımlar atmaya başlaması durumun ne kadar ciddi olduğunu göstergesidir ⁵.

Küresel moda markalarından biri olan ve modanın sürdürülebilirliğine dikkat çekmek isteyen H&M markası bu doğrultuda “eco-friendly” tasarımlar hazırlamaktadır. Ayrıca markanın “Conscious” adını verdiği bir koleksiyonu da bulunmaktadır. Bunların yanında söz konusu marka, İstanbul Bilgi Üniversitesi Akademik İngilizce Birimi ve Moda Tasarımı Bölümü’nün ortak çalışması ile bir seminer düzenlemiştir. H&M Avrupa Bölge Üretim Sorumlusu Julia Bakutis’in H&M’in sürdürülebilir moda konusundaki yaklaşımı üzerine vereceği seminer için hazırlanan görsel aşağıda görülmektedir.

⁵ bkz. <https://gazetesu.sabanciuniv.edu/ogrencilerden/surdurulebilir-moda-mi>, Erişim tarihi:20.02.2020,22:00



Görsel 2. H&m markasına ait bir görsel.

Kaynak <https://www.bilgi.edu.tr/tr/etkinlik/9459/surdurulebilir-moda-hm-yaklasimi/> Erişim tarihi: 09.05.2020, 20:44

Sandy Black (2008: 22-23) hazır giyim sektöründe önemli bir yeri olan Espirit markasının 1990’lı yıllarda geliştirdiği ‘Ecollection’ isimli ekolojik koleksiyonu ile bu alanda öncü olduğundan bahseder. Tasarımcı Lynda Grose bu durumu “modası geçmeyecek tasarımlar ve dayanıklı üretim ile ürünlerin ömrünü uzatmak; insan yapımı liflere yer vermemek; atıkları önlemek adına toprakta çözünebilir veya geri dönüştürülmüş malzemelerin kullanımını yoğunlaştırmak; sürdürülebilir tarımı desteklemek; çevre dostu üretimi benimseyen firmalarla çalışmak ve moda endüstrisini etkilemek” şeklinde aktarır (Black’ten aktaran: Kipöz & Atalay , s. 103-104).

Moda endüstrisinin yeryüzünde yarattığı tahribata dikkat çekmek isteyen markalar bu yönde farkındalık yaratacak organizasyonlar yapmaktadır. Bunlardan biri olarak görsel 2’de yavaş moda akımını benimseyen Vetements markası tarafından Harrods markasının vitrininde yaratılan bir sergiyi görüyoruz. Vitrindeki kıyafetler sergiden sonra bağışlanmak üzere 4000 Harrods çalışanının giymediği kıyafetlerini paylaşması sonucu oluşturulmuş⁶.

⁶ Bkz. <https://modakariyeri.com/vetements-vitrin/> Erişim tarihi: 07.03.2020, 00:07



Görsel 3. Harrods Mağazası Vitirini

Kaynak: <https://vogue.com.tr/haber/vetements-eski-kiyafetlerinizi-istiyor>
Erişim tarihi: 05.03.2020, 22:40

Patagonia markası da üretim süreci ne kadar iyi olursa olsun etkilerinden kaçınmanın mümkün olmadığından yola çıkarak sürdürülebilirlik anlayışını “etkileri en aza indirmek (the least impact)” yerine “gereksiz zarar vermemek (no unnecessary harm)” olarak kurgulamakta ve bu doğrultuda uzun süre dayanan ürünler ve daha az tüketim için çalışmaktadır. Marka 2011 yılında özel indirim ve promosyonların sunulduğu Kara Cuma’da (Black Friday) “Gerek olmadığı sürece bu ceket almayın” mesajıyla alışveriş çılgınlığını eleştirmiştir.



Görsel 4: Patagonia markasına ait bir görsel

Kaynak: https://www.researchgate.net/figure/Dont-Buy-This-Jacket-print-advertisement-Property-of-Patagonia-Inc-Used-with_fig1_281150826 Erişim tarihi:07.01.2021

Türkiye’de kadın emeğine destek vermek amacıyla 2011 yılında kurulan Ödemiş Kadın Kooperatifi ve 2003 yılında Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı tarafından kurulan Nahıl isimli marka sürdürülebilir üretimi destekleyen tasarımlar ve çalışmalar ortaya koymaktadır. Ödemiş’te yapılan üretimlerde doğal boyama kullanılırken, Nahıl markasının Beyoğlu ve Mardin’de bulunan mağazalarında giysi atıklarını azaltmak amacıyla ikinci el giysi satışı yapılmakta ve tasarımlarda organik ve geri dönüştürülmüş malzemeler kullanılmaktadır. (Ovacık, 2019, s. 33-34) Bunların yanında kullanılmayan giysilerin tekrar elden geçirilmesi de farklı bir yaratım sürecine sahne olur. Ahimsa: Giysilerin Öteki Yaşamı” koleksiyonunda kullanılmış giysilerin bir yaşantısı olduğu fikrinden hareket ederek eski kıyafetlerin belli parçalarını kullanarak kolaj yöntemine benzer biçimde yeni tasarımlara dönüştüren Kipöz (2015:65) bu durumu “giyilmeyen, bozulmuş, zarar görmüş, lekeli ve yırtık olandan kurtulmak yerine, giysinin yaşanmışlığından kalan izler giysinin hafızasını canlandırırçasına yeni bir törensel tasarım deneyimi” olarak ifade eder.



Görsel 4. 1940'lara ait bir elbisenin yeniden değerlendirilmesi,

Kaynak: (Yücel & Tiber, 2018, s. 378)

Moda tasarımcısı Arzu KAPROL sürdürülebilirliğe destek vermek ve farkındalık yaratmak amacıyla WWF Türkiye ile ortak bir çalışma yaparak kıyafet ve aksesuarlar tasarlamıştır. WWF Türkiye'nin internet sitesinde ürünlerle ilgili yapılan açıklamalar şu şekildedir:

“Altıncı görselde yer alan T-shirt’ün sürdürülebilir yöntemlerle üretilmesi ile 4 araba yolculuğu kadar emisyon önlenmiş, 422 litre su tasarrufu yapılmış, 1 metrekare tarla kimyasaldan arındırılmıştır. Ayrıca ürün %100 GOTS sertifikalı organik ege pamuğu kullanılarak üretilmiş, içeriğindeki organik pamuk, konvansiyonel pamuğa göre %32 daha az sera gazı salımı sağlarken %97 daha az su kullanılarak yetiştirilmiştir. Beşinci görselde yer alan çanta ısıya ve neme dayanıklı, kolay deforme olmayan keçe kumaşından üretilmiş olup; uzun yıllar kullanılmak üzere tasarlanmıştır ⁷.”

⁷ Bkz. <https://wwfmarket.com/>. Erişim Tarihi 26.02.2020 16:15



Görsel 5.Arzu Kaprol'un WWF Türkiye için tasarladığı çanta

Kaynak: <https://wwfmarket.com/collections/arzu-kaprol-x-wwf> Erişim Tarihi:
05.03.2020



Görsel 6. Arzu Kaprol WWF Türkiye için tasarladığı tshirt

Kaynak: <https://wwfmarket.com/collections/arzu-kaprol-x-wwf> Erişim Tarihi:
05.03.2020

Ülkemizde Arzu Kaprol ve Hatice Gökçe, sürdürülebilir modaaya destek veren modacılarıdır. Arzu Kaprol WWF Türkiye için çevre dostu tasarımlar yapmakta, Hatice Gökçe ise yukarıda bahsedilen Ahimsa isimli projeye destek vermektedir. Restore Jeans, Sat-su-ma, Reflect, Helistropic, Away Denim de ülkemizde çevre dostu tekstiller tasarlayan markalardandır.

Restore Jeans'in internet sitesinde yer alan aşağıdaki açıklamalar neden çevreye dost tüketime yönelmeliyiz sorusunu cevaplar niteliktedir;

“Doğa mücadelesi veren aktivistler olarak kurtarmanın ve korumanın, üzerinde yaşadığımız gezegenin iyiliği için tek başına yeterli olmadığını aynı zamanda üretim ve tüketim biçimlerimizi de değiştirmek zorunda olduğumuzu düşünmeye başladığımızda moda dünyasına odaklandık. Çünkü en temel ihtiyaçlarımızdan biri olan “giyinmek” aynı zamanda en büyük tüketim alanlarımızdan biri.”⁸

⁸ Bkz. <https://restorejeans.com/> Erişim Tarihi, 27.02.2021, 17:13

3.MODA OLGUSU

“Moda”, içinde birçok farklı anlamları barındıran ve farklı disiplinlerce üzerinde çalışılan bir kavramdır. Öncelikle 17. yüzyıl sonunda tarz ve üslup olarak adlandırılmıştır. Bu adlandırma, içinde giyim-kuşam üslubunu, yaşam tarzı ve biçimini barındırmaktadır. Fransızca’da “façon” kelimesi tarz ve üslup anlamındadır ve bu kelime İngilizce’ye “fashion” olarak geçtiğinden beri, “moda”nın adlandırılması başlamıştır. Günümüze gelindiğinde ise moda teriminin yalnızca giysi sunumundaki yeniliği ve daha genel olarak da kıyafet tasarımı, kreasyonu ve tekstil dünyasını kapsadığı görülmektedir (Waquet & Laporte, 2011, s. 6-7).

Moda bir terim olarak ilk kez toplum tarafından benimsenen kıyafet biçimi olarak 1568 tarihli Oxford İngilizce sözlüğünde yer almıştır. Moda, belli dönemlerde yoğun olarak benimsenen bir tarza işaret etmektedir ve kelime olarak Latince’de *modus* yani *yöntem* ve *usul* kelimesinden türetilmiştir. 16. yüzyılın sonlarında ise moda terimi “yerinde duramayan değişiklik” anlamını edinmiştir. (Evecen, 2015, s. 217)

Moda görmek ve görülmek ister. Antikitede agora ve çarşı, Ortaçağ, Rönesans ve 18. Yüzyıl Avrupa’sında önce feodal beylerin, sonra kralın sarayı bu görevi üstlenir. Barok devrinden sonra tiyatrolar, derken salonlar ve nihayet büyük şehirlerde yeni yeni açılan bulvarlar, kaldırım kahveleri ve her türlü faaliyet merkezi insanlara görmek ve görülmek imkanı sağlar. Çağımızda mass mediyalar modanın kendisini önce bir şehir, sonra bir ülke sonra da bütün dünya önünde sergileyebilmesi imkânını yaratmıştır (Yazan, 1995, s. 49)

Modacıların getirdiği yenilikler giyim ve tekstil firmaları tarafından sahiplenilir. Sahiplenilen bu yenilik ile birlikte kitlelerde o yeninin elde edilmesi konusunda suni bir ihtiyaç yaratılabilmesi için bir dizi organizasyon düzenlenir. Yapılan defilelerin televizyon ve basın yoluyla sürekli tekrarı, sunulan yeniliğin bir ihtiyaç olarak algılanmasını kolaylaştırmaktadır (Karabıyık Barbarosoğlu, 1995, s. 54). Günümüzde bu organizasyonların hareket alanının genişlediği bir gerçektir. Medya araçlarının çoğalması, internetin yaygınlaşması, sosyal medyanın pek çok alanı “sunulanı sahiplenmek” için bekleyen bir kitleye hitap etmektedir.

Moda sözcüğü geniş bir alanı kapsayan bir sosyal sürece hitap eder; bu yemek, mobilya, popüler kültür, dil, bilim, teknoloji ya da kültürel değişimin parçası olan herhangi bir unsur olabilir. Fakat modayı bedenın görünüşü üzerinden değerlendirmenin farklı bir boyutu vardır; günlük deneyimimizde ve çevremizi algılayış biçimimizde bu denli bedensel ve kişisel bir yakınlığı olması. Giyim ise, yine bedenın etrafında gelişen bir terim olarak bedene yapılan eklentiler anlamına gelmektedir (Çakmak, 2019, s. 11). Bu çalışmada “moda”dan bahsederken tekstil sektörü içerisinde faaliyet gösteren “kılık kıyafet” e odaklanılmaktadır.

Bir konu olarak modaya yönelik ilgi 19. yüzyıl endüstrileşmesinin sonucunda ortaya çıkmıştır. Batı dünyasının sosyal yapısı 18. ve 19. yüzyılda büyük bir değişim geçirmiş, artan işbölümü, gelişen teknoloji, genişleyen ticaret ve artık mümkün olan sosyal dolaşıma bağlı olarak nüfus artmış, üretkenlik tırmanışa geçmiş, para ekonomisi gelişmiştir. Bu etkenler olmadan, bir bütün olarak nüfusa yayılmış bir modadan bahsetmek mümkün olmamış ve moda demokratikleştikçe, insanların moda hakkındaki fikirleri de değişmiştir. (Kawamura, 2016, s. 22)

3.1 Modern Toplumda Modanın Öyküsü

Yerleşik toplum yapısı ile birlikte, avcı-toplayıcı yaşam şekilleri farklı pratiklere dönüşünce, insanlar; barınma, beslenme ve giyim gibi temel ihtiyaçlarını bulundukları kültür etrafında gerçekleştirmiştir. Kumaşlarda kullanılan hammaddelerin yetiştirilmesi için uygun iklim koşulları bulunmadığından buzul çağları boyunca giysiler için hayvan derilerinden yararlanılmış bu durum hayvan postunun giyilebilir duruma gelmesi için bir tabaklama işlemini gerekli hale getirmiştir. Bu işlemin yanında ihtiyaç duyulan dikim işlemleri ise iğnesinin icadı ile başlamıştır. Moda olgusunun gelişiminin bu tür gelişmeler temelinde ortaya çıktığını söylemek mümkündür (Fogg, 2014, s. 8).

Endüstri Devrimi İngiltere’de ilk olarak, Lanchashire’da pamuklu tekstillerde gerçekleşen üretimin 1770 yılında devasa boyutlara ulaşmasıyla başlamıştır. 1820 yılına gelindiğinde Glasgow kenti, buharlı gemilerin ticarete kullanılmasıyla ün salmıştır. Sonraki yıllarda, Endüstri Devrimi Avrupa’nın diğer ülkelerine ve A.B.D’ye sıçramış, buralarda kimya endüstrisi, ilaç sektörü gelişmiş, benzinli

motorlar, elektrik kullanımı, fabrika üretimine dayanan sistemler başka kültürlerce de benimsenmiş, bu değişiklikler kentleşmeyle sonuçlanmıştır (Türkmen, 2009, s. 9)

Değişken ve kısa ömürlü olarak algılanan moda, genellikle tek kullanımlık bir pratik olarak değerlendirilir. Modanın temelinde değişime duyulan ihtiyaç yatar; endüstri onu büyütmek için talep eder, tüketici de arzular. Var olan estetiği demode hale getirmek için gereksinim duyulan özgünlük ve yenilikler itinalı bir şekilde düzenlenirken, bu durum kaygıların artmasına yol açmaktadır. Buna karşılık olarak 21. yüzyıl modası, artık sürdürülebilirlikle beraber anılmayı ve sofistike pazarlama stratejilerine duyulan gereksinimin bilinciyle kıyafet üretme becerisini ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır (Fogg, 2014, s. 14).

Moda her yıl sermayenin talebi üzerine “yeni” bir kadın bedeni kurar. Bu durum sabit bir kimlik varsayımını sarsarsa da, artık değerın çıkarına uygun biçimde ortaya koyulur. Modanın zamanı, kullanılan giysinin yıpranması ya da miadını doldurmasıyla doğru orantılı olarak ilerlemez, moda her zaman vaktini daha çabuk doldurur. Moda endüstrisi çoğaltma ve seri üretim yoluyla çalışır ve aynı giysinin çeşitlerini her sınıf için ulaşılabilir kılar da, bir gecikme bu giysinin seçilmiş bir azınlığa sunulduğu anla umuma sunulduğu anı birbirinden ayırır. İşte bu gecikme, insanların çoğu belli bir görünüme ulaşabilir olduğunda, onun artık gerçekten moda olmamasını garantiler; böylece giyimdeki en yaygın türdeşleşmenin bile karşısına sınıf farklılığını diker (Silverman, 2016, s. 207-208).

Endüstri sadece metaları, fikirleri, hayalleri ve imgeleri değil; güzellik standartlarını ve ölçülerini de üretir. Doğrudan şiddeti meşrulaştıran kültürel ve yapısal imgeleri üretir. Tüketim kültürü içerisindeki yolculuğuna devam eden kaygı ve aynı zamanda korkulardan beslenir. Kıyıda köşede istisnalar bulunabilir, bunlar bazen statükoya meydan okuyan dürüst inisiyatifler olarak, bazen de şirketlerin aslında ne kadar çevreci olduklarını göstermeye çalıştıkları “ yeşil kapitalizm” ya da kitlesel sömürölere sunulan mazeretler olarak karşımıza çıkmaktadır (Busch, 2017, s. 74)

Moda döngüsünde özellikle ikinci dünya savaşından bu yana izlenen değişikliklerle orta çıkan “modada çoğulculuk” kavramının iddiasına göre çağdaş giyim modaları, şimdiki yüzyıla kadar geçerli olmuş modalarla keskin bir karşıtlık içinde ne bir zamanlar olduğu gibi evrensel ne de simgesel biçimlere odaklanmış

olarak karşımıza çıkar. Bir zamanlar örneğin etekleri kabarık göstermek için kullanılan tel çember ya da yastıkların, 1930'lardaki Dior'un yeni görünümünün ya da üç parçalı tek sıra düğmeli erkek takım elbisesinin yaptığı gibi bugün ne kadın ne de erkek giyiminde tek bir moda hüküm sürmemektedir. Hatta günümüzde hakim olan moda anlayışı bütün bir topluma, bütün sınıf ve statü gruplarına üniforma gibi aynı tarzı dayatacak güçte de görünmemektedir (Davis, 1997, s. 123).

Moda, yirminci yüzyılın başlarında, Parisli terzi atölyelerinin faaliyetleri ile gelişmeye başlamış, 19. yüzyılın ortalarına gelindiğinde toplumun yüksek sınıflarından kraliyet ailesi, aristokratlar, zengin kadınlar, mankenler ve zamanın ünlü kişilerini giydiren prestijli terzilerin ortaya çıktığı bir pazara dönüşmüştür. Birinci Dünya Savaşı ile Fransız terzilerin işleri yavaşlamış olsa da savaştan sonra tekrar eski konumlarını kazandıkları görülmüş; fakat, değişen toplumsal düzen ve savaşın getirdiği ekonomik dönüşümler varlıklı ailelerin iş sahibi olmak zorunda kaldığı bir düzene dönüşmüştür (Balckman, 2013, s. 11-12).

İkinci Dünya Savaşı ile birçok kadın üniformaya geri dönüş yapmış ve cephede insanların tutumlu olmalarını ve geri dönüşümü destekleyen “yetin ve tamir et” (make do and mend) sloganı ile ellerindekilerle yetinip tekrar kullanmaları beklenmiştir. Aynı dönemlerde 1941'de Britanya ve Fransa'da ve 1942'den başlayarak da Amerika'da giyim karneye bağlanmış, karne yönteminin insanların alabileceği kıyafet miktarından, yapımında kullanılabilecek kumaş miktarı ve çeşidine kadar sınırlama getirilmiştir (Balckman, 2013, s. 14).

“Yetin ve tamir et” (make do and mend) sloganı dönemin ekonomik şartları gereği yapılmış bir çağrı olsa da günümüzde tartışılan modanın sürdürülebilirliği üzerine ilk eylemlerden biri olarak görülebilir.

1950'lerde pek çok kimse atom bombasından korktuğu için Amerika ve Avrupa'da bazı alt kültürler ortaya çıkmış, kot pantolon, tişört, iç botları gibi kıyafetler bu gruplar tarafından tercih edilir olmuştur. Tercih edilen giyim tarzlarına bakıldığında işçi kıyafetlerine yakın bir tarzın benimsendiği ve bir moda karşıtlığı göze çarpmaktadır. Aynı dönemde eski ordu ceketleri ve ikinci el kıyafetler de gündemdedir (Foglar, 2011, s. 18). 1960'lar Avrupa'da savaşın izlerinin silinmeye başladığı ve yeni bir başlangıç niteliğinde genç yıllar olarak karşımıza çıkmış, moda da 60'lı yıllara hızlı bir giriş yapmıştır. Bu yıllarda modern sanatın modayı sadece

düşünsel olarak değil renk ve desen olarak da etkisi altına aldığı görülmekte, pop sanatın yükselişinde önemli bir isim olan Andy Warhol'un renk ve desen olarak moda tasarımlarını etkilediği bilinmektedir. Kendine has bir tarzla ortaya çıkan 60'lı yılların modası Mary Quant'ın bugün dahi devrim niteliğinde değerlendirilen mini eteği yaratmış, bu durum bir manifesto, özgürlüğün sesi olarak değerlendirilmiştir. Dönemi etkileyen hippie hareketi de çarpıcı renklerden oluşan fırfırlı kıyafetler, renkli takılar ve şallarla yine başkaldıran bir tarz olarak nitelenmiş ve dönemin modasını ciddi şekilde etkilemiştir. 70'li yıllara gelindiğinde ise gençliğin tüketime karşı duran tavrı dikkat çekmektedir. Bu dönemde gençliğin tüketime karşı çıkan tavrı giyim endüstrisini harekete geçirmiş, moda kavramı içine ikinci el kıyafetler ve bit pazarları gibi kavramlar dahil olmuştur (Onur, 2014, s. 55-57)

80'li yıllarla birlikte moda artık "tüketim toplumu" olarak değil "gösteri toplumu" şeklinde adlandırılan kitlenin ana değeri haline gelmiş, bu dönemle birlikte her şeyin ritminin arttığı görülmüştür. Bu yıllarla "farklı olmak" fikri ortaya çıksa da basın, büyük mağazalar ve satış noktaları zinciri ile üretimin yaygınlaştırılmasının sağlandığı, stilistler ve sanayiciler tarafından oluşturulan ve oy birliğiyle belirlenen bir moda eğiliminin hakim olduğu görülür (Baudot, 2001, s. 276-279). 90'lı yılların moda anlayışında yetmişli yılların avangard sanat terimi olarak kullanılan minimalizm ön planda olmuştur. Bazı modacıların şık ve süslemeli tasarımlarına karşın süslü kadın kavramının geçerliliğini yitirdiği görülmektedir. Aynı zamanda bu dönemde moda evlerinin sayısı oldukça azalmış, lüks markalara dönüşen tasarım markaları ve uluslararası prestijli markalar, emeğin oldukça ucuz olduğu üçüncü dünya ülkelerinde fabrikalar kurmaya başlamıştır. Döneme hakim olan finansal baskı, tasarımların hareket alanını kısıtlamış ve yeni yeteneklerin ortaya çıkışını engellemiştir (a.g.e 318-321). Moda endüstrisinin, emeğin ucuz olduğu ülkelere kayması "hızlı moda"nın ortaya çıkışında etkili olan önemli bir faktördür. İlerleyen bölümlerde konuya ayrıntılı olarak değinilecektir.

Ülkemizdeki alışveriş deneyimlerinin ortaya çıkışına baktığımızda geleneksel pazarın erkeksi dünyasının, yüzyıl dönümünde izlenen Osmanlı Modernleşme süreci ile birlikte ortaya çıkan lüks mağazalarla zaman içinde bir dönüşüm geçirdiği görülmektedir. Daha çok büyük şehirlerde 1960'larla birlikte gelişen yeni alışveriş mekanları ile günümüzün alışveriş merkezi niteliğinde olan caddeler, genellikle orta sınıf ev kadınlarının sıkça uğradıkları, alışveriş deneyiminin gezi eylemiyle

bütünleştigi mekanlar haline gelmiştir. Son zamanlarda kent yaşamının ve kültürünün odağı haline gelen alışveriş ve eğlence merkezleri, üst sınıflara özgü farklı bir zevkin dikkat çeker hale gelmesine ve özellikle daha alt sınıftaki gençlerde kente özgü sosyal yaşama katılımının arttığına işaret etmektedir (Durakbaşı & Cindoğlu, 2005, s. 84-85).

Bruno Du Roselle, moda üzerine yapmış olduğu araştırmalar sonucunda giyim kuşam kültürünün 1789 Fransız ihtilaline kadar çağlar boyunca yerel olarak kaldığından söz eder. Çünkü ihtilal ve onun devamında 19. yüzyıla kadar geçen sürede insanlar, hakim oldukları topraklarla bölgenin iklim şartlarının belirlediği oranda ve biçimlerde giyinmişlerdir. Daha sonra ise aristokrasiye karşı burjuvazinin önderliğinde, 19. yüzyılda gerçekleşen şehirleşmenin ve sanayileşme sürecinin etkisiyle giyim hızla değişim göstermiştir. Bu açıdan Roselle, çeşitli toplulukların kısıtlı yaşamlarının onların anonim bir üslupta giyinmelerine neden olduğunu belirtmiştir (Onur, 2014, s. 42)

Durakbaşı ve Cindoğlu da on dokuzuncu yüzyılda, ekonomik hayattaki değişimler ve Avrupa ile bütünleşmenin artmasına paralel olarak, uzmanlaşmış çarşılar ve geleneksel mesleklerin simgesel önemini yitirmeye başladığından ve bununla birlikte tüketim normları ile alışkanlıklarının değiştiğinden bahseder. Bu dönemde klasik Osmanlı mahallesinde önceleri zengin ile yoksulun paylaştığı tek tip tüketim kalıpları, farklı sosyal katmanların ve statü gruplarının zevklerine göre çoğalmış; üst sınıflar, modernleşme sürecinde bürokratlara ve diğer sınıflara sosyal üstünlüklerinin göstergesi olarak İstanbul'a ithal edilen estetik objeleri (piyano ve batı tarzı mobilyalar gibi) satın almak istemişlerdir. On dokuzuncu yüzyılın ikinci yarısında, bir çok Avrupalı perakendeci – Louvre, Au Lion, Bon Marche, ve Baker gibi- Osmanlı payitahtında ve imparatorluğun diğer büyük kentlerinde büyük mağazalar açmış, Bon Marcheler alışverişe yeni bir deneyim katmışlardı; mallar sadece faydaları için değil aynı zamanda, vitrin sunumundan başlayarak, müşterilerinin estetik gereksinimlerini karşılamak için satılıyordu (Durakbaşı & Cindoğlu, 2005, s. 87).

3.2 Sosyolojik Kuramlarda Moda Üzerine Yaklaşımlar

Endüstri Devrimi'yle birlikte insan hayatına giren “çeşitlilik”, “yenilik”, “hız” gibi kavramlar ve modanın doğuşu, endüstri öncesi toplumda hakim olan sürdürülebilir olan yaşam tarzının değişmesine yol açmıştır. 19.yüzyıla kadar giyim kültürü kişinin bulunduğu sosyal sınıfa göre belirlenmiştir. Bu açıdan bakıldığında, giyim kültürünün o zamana kadar bir sembol olarak var olduğu söylenebilir (Odabaşı, 2016, s. 30).

Modanın on dokuzuncu yüzyılın sonlarında artık yalnızca Paris, Londra gibi moda evleri ile öne çıkan şehirler ve hatta moda endüstrisine yönlendirilen bir olgu olmaktan çıkmış, farklı ülkelerdeki kurumlar, tüketici için çok sayıda seçenek üretmeye başlamıştır. Kitleler üzerinde güçlü bir etki yaratan elektronik medyanın gelişimi, moda yayılımını değiştirmiş ve demokratikleşmeye ilişkin konuları yeniden tanımlamıştır. Toplumsal ve ekonomik anlamda değişen dünya ile birlikte tüketim mallarının anlamı ve giysilerin modaya uygunluğu genel anlamda değiştirmiştir (Crane, 2018, s. 214-215).

Moda olgusunun, başka bir deyişle “moda olma halinin” dönemin toplumsal değişimlerinin etkisiyle dönüştüğü bir gerçektir. Dolayısıyla dönemlerin toplumsal dinamiklerinin “moda” ile ilgili geliştirilen görüşlere etkisi bulunmaktadır. Ayrıca konu sosyal bilimler alanında da farklı disiplinler tarafından ele alınmaktadır.

Kawamura (2006, s. 37), kültür antropologlarının kılık kıyafet bakımından geleneksel, sanayileşmemiş toplumların kültürleri arasında karşılaştırmalar yaptıklarından ve bu çalışmaların, giyinmenin doğaya içkin olmayan bir aktivite olduğunu, iffeti vurgulamak için giyimin kullanılmasının kültür tarafından belirlenen, bireyler tarafından öğrenilen bir işlev olduğunu anlamamızı sağladığından bahseder.

Modernite ve kültürel çalışmalar konusunda etkin olan Simmel, modayı “taklit” eylemi ile açıklar, kişi taklit ederek yaptığı eylemde yalnız olmadığı duygusuyla rahatlar, böylece seçim yapma sancısı taşımaz. Moda kendisine atfedilen bu tanımla toplumsal uyarlanma yönündeki ihtiyacı karşılar ve bireyi herkesin yürüdüğü yola yöneltirken her ferdin davranışını salt örnek haline getiren genel bir durum ortaya koyarken, ayırt edilme ihtiyacını, farklılaşma, değişim ve bireysel aykırılık eğilimini de tatmin eder (Simmel, 2017, s. 114). Simmel'in moda anlayışı,

modanın önce üst sınıf ve daha sonra da orta ve alt sınıflar tarafından benimsendiği düşüncesini merkeze alır. Taklit eylemi ile alt statü grupları üst statü gruplarının giyimlerini benimser ve statü kazanmaya çalışırlar. Böylelikle, stillerin birbirini izleyen alt statü grupları tarafından benimsenmesiyle bir toplumsal yayılma süreci başlar. Bu döngüde moda olan nesne işçi sınıfı tarafından benimsenmeye başladığında artık popüler değildir ve üst sınıf yeni bir tarzı benimser. En üst statü grupları yeni modaları benimseyerek kendilerini yeniden astlarından ayırmaya çalışırlar (Crane, 2018, s. 20).

Erken dönem sosyologlardan olan ve modayı “taklit” kavramı ile açıklayan bir diğer kişi olan Herbert Spencer, modanın eşitliğe karşı durduğunu, sınıf ayrımının izlerini gizlediğini ve böylece bireyciliğin gelişmesini desteklediğini savunur. (Spencer’den aktaran Kawamura, 2016, s. 44).

Kawamura (2016,s.44), Spencer’in saygısal ve rekabetçi olmak üzere iki taklit çeşidi varsaydığını belirtir. Rekabetçi taklit, biriyle eşitlik iddiasında bulunma arzusuna odaklanırken, saygısal taklit, taklit edilen kişi için duyulan saygıdan kaynaklanır.

İktisatçı ve sosyolog Veblen (2017b, s. 16-19) “kadın giyiminin iktisadi teorisi” isimli makalesinde kıyafeti ekonomik bir olgu olarak inşa eden noktanın kişinin mal varlığını göstermesi işlevi olduğunu ve kıyafetin iktisadi açıdan “müsrif harcama göstergesi” ile aynı anlama geldiğini savunur. Maddi gücün açık göstergesi, gözle görülür harcama yani üretken olmayan bir biçimde tüketme yeteneğidir ve insanlar kendilerine herhangi bir getiri sağlamayan pahalı malları sergileyerek, para harcama güçlerini göstermek isterler ve bu durum israf gösterişi şeklinde adlandırılır. Bu aktivite sürekli yenilenme döngüsünü doğurur ve modası geçmiş kıyafet olgusunu yaratır.

Veblen (2017a,s.152-153) bunun yanında kadın giyimini emek yönünden de ele alır. Kadın giyiminin üretim faaliyetlerinden uzaklığı tesciller durumunda erkek giyiminden farklı olarak tasarlandığından bahseder. Kadın ayakkabısına eklenen topuk, pahalı olan ve giyinenin hareketini kısıtlayan etek, uzun saç takma alışkanlığı, kadınların üretken emekle ilişkili olmadığını destekler niteliktedir.

Fransız Sosyolog Bourdieu (1984) modayı taklit olarak gören klasik güncel moda söylemi ile pek çok konuda benzeşir. Bourdieu, beğeni kavramını egemen ve

tabi sınıflar ve bu gruplardaki toplumsal sınırları üreten ve devamını sağlayan gösterge şeklinde ele alır. Bu açıdan değerlendirildiğinde beğeni kavramı, sosyal kimliğin bileşenlerinden biri olarak konumlanır. Bourdieu'nun giyim ve moda hakkındaki yorumu kültürel beğeni ve sınıf mücadelesi kavramları çevresinde ele alınır (Bourdieu'dan aktaran Kawamura, 2016, s. 57).

Davis'in aktarımıyla Blumer modadaki değişimin özünü şu şekilde ifade etmektedir (Davis, 1997, s. 130-131):

“Moda, elit grup ondan vazgeçti diye değil, gelişmekte olan beğeniye daha uygun yeni bir modele yerini bırakarak ortadan kaybolur. Moda mekanizması, sınıf farklılaşması sağlamaya yönelik bir ihtiyaca karşılık vermek üzere ve bir sınıfın taklit edilmesi şeklinde ortaya çıkmaz; modaya uygun davranma, kabul gören doğrultuda olma, değişim halindeki bir dünyada ortaya çıkan yeni beğenileri ifade etme arzusuna karşılık olarak ortaya çıkar.”

3.3 Çevre Dostu Moda Anlayışı

Sürekli kendini yenileme döngüsü içinde bulunan “moda”nın hareket alanını *çevre dostu* anlayışa yöneltmesi kimi çevrelerce ütopyik bulunsa da dünyada ve ülkemizde ünlü tasarımcıların bu doğrultuda koleksiyonlar hazırladıkları, sadece çevre dostu tekstil ürünlerini desteklemek, tekstil endüstrisinin çevreye verdiği zararları en aza indirerek üretim yapmayı amaçlayan tasarımlar ortaya koymak, modayı yalnızca çevre boyutunda değil, moda sistemini ekonomik ve sosyal açıdan da (çalışma saatleri, ücretler, toplumsal cinsiyet eşitliği gibi) desteklemek amacıyla yeni markaların oluştuğu, bunun yanında sektörde faaliyet gösteren diğer markaların da benzer amaçla koleksiyonlar hazırladıkları görülmektedir.

Çevre dostu moda anlayışı literatüre baktığımızda en genel tanımıyla sürdürülebilir modanın içerisinde tanımlanabilecek; eko-moda, ekolojik moda, yavaş moda, etik moda şeklinde adlandırmalarla karşımıza çıkmaktadır. Bununla birlikte konu hakkında hazırlanan belgeseller, çeşitli sivil toplum kuruluşlarının modanın sürdürülebilirliğine destek veren tasarımcılarla yaptığı işbirlikleri, Üniversiteler ve

markalar iş birliğinde gerçekleştirilen sempozyumlar ve sergiler son yıllarda konuya verilen önemi ortaya koymaktadır.

Türkmen; yavaş tasarımın, hızlı tüketim kültürünün hakim olduğu bir tasarım modelini sorgulamaya ve değiştirmeye yönelik bir öneri olduğundan bahseder. Bu düşünce doğrultusunda hazırlanan tasarımlar; yaşam koşullarına, biyolojik, kültürel çeşitliliğe, sınırlı dünya kaynaklarına saygı duyan yeni bir bakış açısı getirir. (Türkmen , 2004, s. 60).

Kipöz ise modada yavaşlık kavramını, sürdürülebilirlik çerçevesinden ve modanın hafızası açısından giysilerin yaşam ömrünün uzunluğu ile ilişkilendirir. Fakat giysinin fiziksel yaşam döngüsü modanın hızı ile paralel olmadığından, eski giysiler giyilebilir nitelikte olsa bile modanın iktisadi mantığının yarattığı değer zincirinin dışında kalmaktadır. Eğer ki kapitalist sistem değişim değerini kullanım değerinin üzerinde konumlandırmıyorsa bir giysinin yaşam döngüsünün kullanım ömrü ile sınırlı olduğunu söylemek mümkün olacaktır (Kipöz, 2020, s. 11-12).

Foglar’a göre moda sisteminde kullanılan “etik” terimi geniş bir alanı kapsamaktadır. Çalışan hakları, bir ürünün kökeni ve ulaşımı, ticari ilişkilerin türleri, üretim ve işlemden kullanılan kimyasallar ve bir ürünün insanlar, hayvanlar ve doğal ortam üzerindeki çevresel ve toplumsal etkileri ürünün ne kadar etik olarak algılanabileceğini etkileyebilir (Foglar, 2011, s. 87).

“Daha iyi bir dünya için alışveriş” fikrini önceleyen çalışmalar yapan bir sistem olan ve İnsan hakları hareketi olarak da değerlendirilen “Adil Ticaret” kavramı da sürdürülebilir moda konusunda çalışmalar ortaya koymaktadır. Cinsiyet eşitliği, insan hakları, çocuk hakları ve çevrenin korunmasına öncelik verir ve bu doğrultuda bir ekonomik kalkınmayı hedefler⁹. Moda endüstrisi açısından düşündüğümüzde ise çevresel sorumluluğun dikkate alındığı bir moda anlayışının yanında endüstriyel anlamda arka planda kalan çalışma şartları ve işçi hakları bakımından da dikkate alınması gereken bir kavram olduğu görülmektedir.

Doğaya ve insana karşı sorumluluk bilinciyle hareket alanını genişleten sürdürülebilir moda anlayışı çeşitli yollarla karşımıza çıkmaktadır. Bazı markalar vegan üretime yönelirken bazıları kimyasal kullanmadan üretilen organik iplikler

⁹ Bkz. <http://yavuzodabasi.blogspot.com/2008/02/adil-ticaret-uygulamalar-ve-pazarlama.html> , Erişim tarihi: 18.03.2020, 08:46

kullanarak sürdürülebilirliğe odaklanmaktadır. Suyun yanı sıra kimyasal kullanımı da minimize edilmektedir. Kaliteli kumaşlarla üretilen temel parçalardan yaratılan koleksiyonlar gardıroplara uzun süre giyilebilecek sezonsuz kıyafetlerin dahil edilmesine olanak sağlamaktadır. Siparişle veya sınırlı stokla üretim yapan markalar, atölyelerinde maksimum şeffaflığa özen göstermektedir ¹⁰

Son yıllarda “hızlı moda” kavramıyla açıklanan bu döngünün önüne geçmek amacıyla çevre dostu üretimlerin yanı sıra bu sürece katkı sağlayacak alternatif düşüncelerin de ortaya atıldığı görülmektedir. Günümüzde minimalizmin ana prensibi olarak kullanılan “less is more” (az çoktur) kavramı tüketim davranışını sorgulanması gereken bir aktivite olarak öne çıkarır. Bu durumda satın almadan önce o kıyafete ihtiyacımız olup olmadığını sorgulamak ve bu doğrultuda karar vermek ya da üretim aşamasında dayanıklı kumaşlar kullanılarak üretilen ve kullanım ömrü uzun olacak ürünler seçmek “yavaş moda” ’ya destek sağlayacaktır. Fakat alışveriş yapmanın, vitrin gezmenin ihtiyaç odaklı olmayıp bir boş zaman aktivitesi olarak benimsendiği günümüzde, bunlara online alışveriş yapmak gibi bir seçenek de eklendiğinde modanın renkli dünyasına karşı koymak kolay olmamaktadır. Üstelik artık sezonların çok kısa sürede değişmesi, vitrinde gördüğümüz bir kıyafetin ömrünün uzun olmadığını bilmemiz karar verme sürecimizi hızlandırmaktadır.

1960’lı yıllara kadar Amerika giysilerinin %95’ini kendi ülkesinde üretirken şu an ülke içinde sadece %3’ünü üretmekte, %97’si ülke dışında gelişmekte olan ülkelere üretilmektedir. Giysilerin üretiminin gelişmekte olan ülkelere kayması, ucuz iş gücüne ve adil olmayan çalışma şartlarına yol açmış, bununla birlikte giysiler ucuzlamış ve hızlı moda (fast fashion) ortaya çıkmıştır (Morgan, 2015).

Modanın üretim tüketim döngüsü gittikçe hızlanırken, en büyük kırılmanın 2000’li yıllarda yaşandığı görülmektedir. Amerikalı sanatçı Barbara Kruger’in 1987’de yarattığı *I shop therefore I am* adlı eseri, çağın ruhunu özetlemektedir. 21. yüzyıl ile modada daha önce görülmemiş bir arz talep modeli hayatlarımıza girmiştir. Amerikan danışmanlık şirketi Mckinsey’in verilerin göre 2000-2014 yılları arasında dünyadaki giysi tüketiminin ikiye katlanmasına bağlı olarak tüketicilerin bir yılda aldığı kıyafet miktarı ortalama %60 oranında arttığı görülmektedir. Bununla birlikte üretimin hızının da artmasıyla kıyafetlerin ömrü 15 yıl öncesine kıyasla yarı yarıya

¹⁰ Bkz. <https://oggusto.com/blog/detay/1125/etik-yavas-ve-surdurulebilir-bir-moda-mumkun.html> , Erişim tarihi:07.07.2020, 21:00

azalmış, tüketiciler satın aldıkları mallara kullan-at mantığıyla yaklaşır olmuştur (Yılmaz, 2020, s. 71)

Sonu görülemez bir tüketim döngüsüne giren sistem içerisinde ortalama bir İngiliz'in giyime harcadığı miktarın 1990-2004 yılları arasında neredeyse iki katına çıktığı görülmektedir. Günümüzde ortalama bir İngiliz kadın yılda elli sekiz giyim eşyası almakta gardırobunda 1980'de olduğundan iki kat daha fazla şey bulunmakta, bununla birlikte dolabında hiç giymediği yirmi iki parça var olmaktadır. Amerikalılarda da benzer bir durum görülmektedir. Atalarının elli yıl önce tükettiğinden üç kat fazla tüketmekte ve iki kat daha fazla giyim eşyası satın almaktadırlar. 1991'de ortalama bir Amerikalı yılda otuz dört parça satın almışken 2007'ye gelindiğinde yılda altmış yedi parça aldığı görülmektedir (Wallman, 2018, s. 116).

Tekstil ekolojisi, tekstil üretiminde ekoloji, insan ekolojisi ve atık ekolojisini kapsamaktadır. Bununla birlikte elyaf üretiminden başlayarak giysi elde edilinceye kadarki tüm aşamalarda çevreye ve insanlara zarar verilmemesini önceler. Tekstil ekolojisine yönelik bilinç ilk olarak Avrupa Birliği ülkelerinde gelişmiş ve kamuoyu gündeminde kendine yer bulmuş, böylelikle özellikle Avrupa ülkelerinde gittikçe daha çok kişi ve kuruluş, tekstil ürünlerini ekolojik açıdan değerlendirmeye başlamıştır. Bu eğilimler sonucunda tüketicilerin ekolojik tekstil ürünlerine yöneldiği görülmüştür (Kurtoğlu & Şenol , 2004, s. 26).

Türkiye'ye baktığımızda ise ekolojik tekstilin 1989 yılında, yurt dışından gelen talepler doğrultusunda ekolojik pamuk, iplik ve kumaş üretimiyle başladığı söylenebilir. Daha çok Hollanda üzerinden Batı Avrupa ülkelerine pazarlanan bu ürünlere giysi dışında diğer tekstil ürünlerinin de eklenmesiyle dış pazar potansiyeli artmıştır. 2000 yılında Türkiye'de yılda 1500 tonun üzerinde ekolojik pamuk üretilirken bunun bir kısmı ham, bir kısmı iplik ve kumaş, bir kısmı da tekstil ürünü olarak yurt dışına ihraç edilmekteydi¹¹.

Türkiye'de ve dünyadaki ekolojik tekstiller odağında İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri Ar&Ge ve Mevzuat Şubesi tarafından 2005 yılında yayınlanan ve Tekstil Yüksek Mühendisi Türkan Bayraktar tarafından hazırlanan,

¹¹ Bkz. https://www.bugday.org/portal/haber_detay.php?hid=21 , Erişim tarihi:20.02.2020,20:35

“Tekstil ve Konfeksiyon Sektöründe Ekoloji ve Ekolojik Etiketler” adı ile bir kitapçık bulunmaktadır. Bu kitapçıkta çoğunlukla tekstilde kullanılan boyar maddelerin insan sağlığına olumsuz etkilerine ve pamuk tarımında kullanılan kimyasallar konusunda tekstillerin üretim aşamalarına odaklanıldığı, AB ülkelerinde kullanılan eko etiketler gibi konulara değinildiği, Türkiye’deki gelişmeler konusunda yalnızca insan sağlığını tehdit eden boyar maddeler konusunda 2003 tarihinde revize edilen mevzuata yönelik küçük bir değerlendirme yapıldığı görülmüştür.

Ülkemizde ekolojik tekstiller konusunda sivil toplum kuruluşları tarafından da farkındalığı arttırmaya yönelik bir takım çalışmalar yapılmaktadır. WWF market doğaya dost tekstil ürünlerine yer vermekte, bunlardan edinilen karın %40’ı WWF Türkiye’ye aktarılmaktadır.¹²

Greenpeace 2012 yılında piyasada hakim olan Mango, Marks and Spencer, Benetton, Armani, H&M, Levi’s, Tommy Hilfiger gibi yirmi hızlı moda markasının kıyafetlerinin incelendiği “Zehirli Giysiler” ismi ile bir dosya yayınlamıştır. Bu dosya incelendiğinde 89 parça ürünün neredeyse 3/2’sinin NFE adlı kimyasal içerdiği, bunun yanında, incelenen ürünlerin bir kısmında farklı tür potansiyel olarak zehirli endüstriyel kimyasal maddenin kullanıldığı ortaya çıkarılmıştır.¹³ Bununla birlikte Greenpeace tarafından “Detox My Fashion” kampanyası ile tekstil markaların üretimlerinde kullandıkları kimyasalları azaltmak adına başka bir kampanya organize edilmiştir. Bu konuda büyük moda markalarından H&M, Benetton ve perakendeciler arasında Tchibo başı çekmektedir.¹⁴ Greenpeace’in yayınladığı “Destination Zero: seven years of Detoxing the clothing industry” adlı rapor Greenpeace Türkiye’nin sayfasında yayınlanmamış olup, Greenpeace International sayfasından ulaşılmıştır. Araştırmaya dahil edilen markaların bir çoğunun ülkemizde hakim hızlı moda markalarından olmasına rağmen Greenpeace Türkiye tarafından yayınlanmaması ülkemizde ekolojik moda adına yapılan kampanyalardan haberdar olunamamasına neden olmaktadır.

¹² Bkz. <https://wwfmarket.com/pages/adil-fiyatlama-ve-surdurulebilir-moda> Erişim Tarihi 23.02.2021, 22:07.

¹³ Bkz. <https://wayback.archive-it.org/9650/20200419200329/http://p3-raw.greenpeace.org/turkey/Global/turkey/report/2012/11/zehirli-giysiler.pdf> Erişim Tarihi 23.02.2021, 22:30

¹⁴ Bkz. https://www.greenpeace.org/static/planet4-international-stateless/2018/07/destination_zero_report_july_2018.pdf Erişim Tarihi 23.02.2021, 23:10

2015 yılında Maria Claire adlı moda dergisi “Giyerken Düşün” başlığı ile Greenpeace’in detox kampanyasına ve tekstil sektörünün çevreye verdiği zararlara dikkat çekmiştir. Bir başka moda dergisi ELLE, 2020 Kasım sayısında “Sorgulayarak Tasarlayanlar” adıyla ülkemizde sürdürülebilir modaya destek veren 6 markaya yer vermiştir. Bu konu hakkında “sürdürülebilir üretimi destekleyen moda markaları ve tasarımcılar” adlı bölümde ayrıntılı değerlendirme yapılmıştır. Moda dergilerinde yer alan çalışmaların ulaşılabilirlik açısından belli bir kitle ile sınırlı kaldığı bir gerçektir. Konunun anlaşılması ve karşı karşıya olduğumuz çevresel riskin daha fazla kişiye ulaşması önemlidir. Bu çalışma için yapılan araştırma sırasında yerel düzeyde yapılan girişimlerin sınırlı olduğu, ülkemizde çevre adına çalışmalar yapan sivil toplum kuruluşlarının ekolojik dengenin korunması adına yaptıkları çalışmaların günümüzde karşı karşıya kalınan riskleri tanımlama konusunda oldukça yetersiz kaldığı ve tekstil endüstrisinin çevresel zararları hakkında bir değerlendirme yapılmadığı görülmüştür.

Endüstriyel moda öncelikle reklamlar aracılığıyla değer yaratması ve kendini tüketiciye cazip kılması açısından bir medya kültürü biçimidir. Sokak tarzları şehirli altkültürler tarafından yaratılmış ve kısa ömürlü modalara ve akımlara birçok fikir vermiştir (Crane, 2018, s. 218). Adorno’ya göre Kültür endüstrisinde sürekli yenilik olarak sunulan şey, aslında hep aynı olanın kılığının değiştirilmesinden ibarettir (Adorno, 2012, s. 112). Moda alanında yaratılan söz ettiğimiz uygulamaları göz önüne aldığımızda modayı, kültür endüstrisinin bir ürünü olarak düşünmek kaçınılmaz olmaktadır.

Çevrenin korunması ve yaşanabilir bir çevre arayışı tekstil sektöründe bir takım kavramların önem kazanmaya başlamasına yol açmıştır. Yeşil tekstiller, organik tekstiller, çevre dostu tasarım, sürdürülebilirlik, karbon ayak izi, Yaşam Döngüsü Değerlendirmesi- YDD (Life Cycle Assessment- LCA), Sürdürülebilir Tasarım (Design for Sustainability-D4S) bunlar arasında sayılabilir (İşmal & Yıldırım , 2004).

Sürdürülebilir bir çevre adına önemsenmesi gereken kavramlardan biri de karbon ayak izi (carbon footprint)’dir. Karbon ayak izi, bir kişinin, kurumun ya da herhangi bir ürünün doğaya saldığı sera gazlarının genel toplam içindeki payı olarak tanımlanabilir. Bunun yanında doğaya yayılan karbondioksit ve benzeri zararlı gazların kişi başına düşen yüzdesi şeklinde de tanımlanır. Karbon ayak izini

azaltarak adına daha az kirlilik yaratan güneş, rüzgar gibi yenilenebilir enerji kaynaklarını tercih etmek önemli bir adım olabilir (Lewis&Gertsakis'tan aktaran, İşmal & Yıldırım , 2004, s. 9).

Su, enerji, boyarmadde ve kimyasal maddelerin yüksek oranda kullanılması tekstil terbiyesinin yarattığı kirliliğin ve çevre yükünün artmasına neden olmakta, tekstillerin renklendirilmelerinde benzer problemler görülmektedir. Doğal boyama çalışmaları ve bunların yeni ekolojik yöntemlerle endüstride kullanılmalarına yönelik çalışmalara ağırlık verilmektedir. Özellikle doğal boyaların tekrar kullanıma sokulması konusunda, bu alanda önemli geçmişi olan Hindistan'ın girişimleri önde gelmektedir. Çevrebilimcilerin atıkların azaltılması ya da değerlendirilmesi konusunda yoğun çalışmalar yaptıkları bilinmektedir. Fakat bunun olumlu sonuçlar vermesi daha fazla gelişmeyi, etkili yasal düzenlemeleri, düşünen, sorgulayan, azaltan, tekrar kullanan, geri dönüştüren ve onaran, motivasyonu yüksek tasarımcılar ile mümkün olacaktır. Bunun sonucunda kullanım ömrü biten ürünler başka bir ürün olarak farklı bir yaşam döngüde kendine yer bulacaktır (İşmal & Yıldırım , 2004, s. 10).

Moda endüstrisinin çevresel etkileri düşünüldüğünde, doğaya salınan atıkların yarattığı tehlikelere de değinmek önem arz eder. Modanın toplumsal yüzü genellikle tasarımcılar olduğundan, sistemin arka planı ve üretim aşamasında oluşan kumaş atıkları görünmez boyuttadır. Bunların bir kısmı yeniden kullanılır, bir kısmı geri dönüşüme girer fakat büyük çoğunluğu çöp sahalarına atılır ya da yakılır ve onları yok etmek yönetmekten oldukça kolaydır. Dolayısıyla çöp üretmede verimli olan moda endüstrisi, çöp endüstrisinde öncü bir konuma sahip duruma gelmektedir. (Busch, 2017, s. 87).

4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEM VE TEKNİĞİ

4.1 Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırmada nitel bir araştırma tekniği olan içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Sosyal bilimler alanında farklı disiplinler tarafından kullanılan bu yöntem uygulanabilirliğinin ve kapsamının oldukça geniş olması açısından tercih edilmektedir. Farklı disiplinler ayrı ayrı içerik analizi tanımını benimsese de üzerinde hemfikir olunan konu içerik analizinin sistematik ve tarafsız olması ve bunun yanında araştırmanın “bilimsel” olabilmesi için analiz sonucu elde edilen bulguların ve yapılan çıkarımların genellenebilir olması gerektiridir (Koçak & Arun, 2006, s. 23). İçerik analizinin temel amacı, sözel/yazılı ve bunların dışında kalan materyali sayısal verilere dönüştürmektir. İçerik analizinde mesajlardan bir çıkarımda bulunma da söz konusudur. İçerik analizi, bir materyalin içeriğini sadece materyal bazında çözümümez, materyal ötesi içerik ile ilişki kurmayı da hedefler. Bir başka anlatımla, içerik analizi materyal ile içerik arasında bir bağlantının bulunduğunu farz etmekte, nitekim çözümleme sürecinde değerlendirilen kaynak, alıcı kitlesi ve duruma hakkında çıkarımlarda bulunmayı amaçlamaktadır (Tavşancıl & Aslan , 2001, s. 33). Bunun yanında içerik analizi öncelikle araştırmanın yönünü belirleyen temel sorun ve bu bağlamda formüle edilen varsayımlar çerçevesinde oluşturulan bir kategorileştirme işlemidir. Kategorileştirme, kuramsal ve ampirik düşünceler temelinde oluşturulan ve araştırmanın objesini oluşturan metinlerde sınanarak genelleştirilen kategorilere metin içeriklerinin anlamlandırılarak ve yorumlanarak yerleştirilmesi işlemini ifade etmektedir (Gökçe O. , 2019, s. 34-35)

İçerik analizinde araştırmacılar sosyal iletişimin kanıtları olan mesajları sistemli ve objektif olarak incelerler ve spesifik özelliklerini tanımlayarak iletişimin kaynağına ya da iletişimin diğer durumlarına ilişkin tahminlerde bulunurlar. Sosyal iletişimin kanıtları olarak adlandırılan mesajlar, tipik olarak yazılı dokümanlar ya da sesli iletişimin kağıda aktarılmış çözümlemeleridir (Hepkul, 2002, s. 2).

Literatürde içerik analizinin nitel ve nicel olmak üzere ikiye ayrıldığı görülmektedir. Araştırmamızda nitel içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Gökçe (2019: 49), nitel araştırma yöntemi üzerine bir uzlaşma olmadığını fakat nitel içerik analizinin temel tanımlayıcı unsurunun, yöntemin kategori odaklı olması ya da

içeriklerin hedeflenen sistematikleştirilmesi için temel aracın kategori sistemi olması gerektiğinden bahseder.

Araştırma için Yeşil Yama, Yeşil Manifesto, Sürdürülebilir Moda Rehberi ve Sürdürülebilir Moda Platformu isimli 4 Instagram hesabındaki tüm içerikler incelenmiştir. İçeriklerin sayısına bakıldığında; Yeşil Yama isimli hesapta 134, Yeşil Manifesto’da 38, Sürdürülebilir Moda Rehberi’nde 76, Sürdürülebilir Moda Platformu’nda ise 60 gönderi olmak üzere toplamda 308 içerik incelenmiştir. İlk olarak incelenen hesaplarda modanın sürdürülebilirliğinin hangi pratikler etrafında eyleme dönüştüğüne dair kategoriler belirlenerek araştırmamızın konusunu oluşturan “çevre dostu (ekolojik) moda” kategorisindeki paylaşımlar konuya derinlemesine odaklanmak adına amaçları doğrultusunda tekrar ele alınmıştır.

Dört hesaba ait toplamda 308 verinin incelenme aşamasında öncelikle her paylaşım incelenmiş, belli konular dâhilinde içerikler paylaşıldığı tespit edilmiştir. Bunun sonucunda erişilen içerikler belli kategoriler oluşturularak isimlendirilmiş ve sınıflandırılmıştır. İlk olarak tüm paylaşımlar dikkate alınarak sekiz kategori oluşturulmuş, daha sonra bu sekiz kategori içerisinde bulunan ekolojik (çevre dostu) moda kategorisi, kendi içinde detaylı olarak yedi kategori içinde incelenmiş ve analiz edilmiştir.

Ekolojik moda anlayışının yeni sosyal hareketler çerçevesinde Türkiye’deki yansımalarına odaklanmak, bu alanda ne tür içeriklerin üretildiğini ortaya koymak adına aşağıda yer alan araştırma soruları oluşturulmuş ve veriler bu doğrultuda değerlendirilmiştir.

Araştırmanın Alt Problemleri

- Sosyal medya platformu Instagram’da incelenen sayfalarda modanın sürdürülebilirliğine yönelik içerikler hangi alt başlıklar altında toplanmaktadır?
- “Çevre dostu(ekolojik) moda” alt başlığı kategorisinde yer alan içerikler hangi amaçlar altında değerlendirilmektedir?
- Ekolojik moda kategorisinde yer alan amaçlar *tüketiciler* tarafından uygulanabilir nitelikte midir?
- Ekolojik moda kategorisinde yer alan amaçlar *üreticiler* tarafından uygulanabilir nitelikte midir?

- Ekolojik moda kategorisinde yer alan içerikler bilgilendirici ve yönlendirici bir nitelik taşımakta mıdır?
- Günümüzde karşı karşıya olduğumuz ekolojik riskler sonucu oluşan sosyal hareketler çevre sorunlarına çözüm sunabilmekte midir?

4.2 Araştırmanın Konusu

Bu çalışmada, dünyada çevreye en çok zarar veren ikinci endüstri olduğu bilinen moda endüstrisi, “sürdürülebilir moda” kapsamı içinde değerlendirilen çevre dostu moda anlayışı etrafında ele alınacaktır. Bu konu, endüstriyel toplumla değişen insan-doğa ilişkisi arka planında, yeni sosyal hareketler bağlamında ele alınmıştır.

4.3 Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Araştırmamızın amacı, çevre tahribatının endişe verici boyutlara geldiği günümüzde, son yıllarda çevreye verdiği zararlarla gündeme gelen “sürdürülebilir moda” kapsamı içinde değerlendirilen çevre dostu moda anlayışına odaklanmak ve konuyu insan-doğa ilişkisi arka planında yeni sosyal hareketler tabanında ele almaktır.

Bu doğrultuda insanın çevre ile ilişkisinin anlamlandırılmasının konunun bütünü için önemli olduğu düşünülmüş, kuramsal çerçevede ilk olarak insanların ilk çağlardan itibaren doğa ile kurduğu ilişkinin günümüze dek geldiği nokta felsefi ve sosyolojik düzlemde ele alınmıştır. Modern endüstriyel toplumda insanın doğa ile kurduğu ilişki, doğanın insanın tahakkümü altına girmesi şeklinde yön değiştirmiş ve insan eliyle yaratılan tahribat sonucu doğal çevre, korunması gereken bir statüde algılanmaya başlanmıştır. Günümüzde, hem ülkemizde yerel düzeyde hareket eden, hem de küresel düzeyde çalışmalarını gerçekleştiren birçok sivil toplum kuruluşu doğal çevrenin korunması, gelecek kuşaklara yaşanılabilir bir dünya bırakmak adına sürdürülebilir çevre için çözüm önerileri geliştirmekte, bilinç düzeyini artırmaya çalışmaktadır. Sanayileşme konusundaki sınırsızlık ve kontrol edilemezlik çevre tahribatına yol açan en büyük etkenlerden biridir. Bu çalışmada insanın çevre ile kurduğu ilişki sonucu sınırsız büyüme gerçekleştiren moda endüstrisinin sürdürülebilirliği kapsamında çevre dostu moda anlayışına odaklanılmış, ekolojik

moda anlayışının yeni sosyal hareketler çerçevesinde Türkiye’deki yansımalarını değerlendirmek adına sosyal medyada üretilen içerikler incelenmiştir.

Çalışmada, modanın sürdürülebilirliğine yönelik paylaşımlar yapan “Yeşil Yama”, “Yeşil Manifesto”, “Sürdürülebilir Moda Rehberi” ve “Sürdürülebilir Moda Platformu” isimli Instagram sayfalarının tüm içerikleri incelenmiştir. Modanın sürdürülebilirliği, üretim aşamasından başlayarak tüketim boyutu (özellikle burada tartışılan hızlı moda kavramı), tüketim sonrası yapılması gerekenler, üretim ayağında karşımıza çıkan etik olmayan çalışma koşulları, ekolojik moda anlayış vb gibi pek çok alt başlıkta değerlendirilmektedir. İncelenen Instagram sayfalarında, modanın sürdürülebilirliğinin hangi pratikler etrafında eyleme dönüştüğüne dair kategoriler belirlenmiş, Araştırmamızın konusunu oluşturan “ekolojik moda” kategorisindeki paylaşımlar konuya derinlemesine odaklanmak adına amaçları doğrultusunda tekrar incelenmiştir. Modanın çevre dostu (ekolojik) tüketim anlayışının insan-doğa ilişkisi arka planında değerlendirilmesi ve yeni sosyal hareketler tabanında ele alınması çalışmamızın kapsamı içinde yer almaktadır.

Araştırma için facebook, twitter, instagram isimli sosyal medya hesapları incelenmiş; paylaşılan içerik sayıları daha fazla olan, içerikler için yapılan açıklamaların daha nitelikli olduğu görülen, bunun yanında düzenli içerik paylaşımı yapılan instagram hesabı çalışma için tercih edilmiştir. Bunun sonucunda instagram hesabında içerik paylaşan “Yeşil Yama”, “Yeşil Manifesto”, “Sürdürülebilir Moda Rehberi” ve “Sürdürülebilir Moda Platformu” isimli hesaplar tercih edilmiş ve bu hesaplarda bulunan toplamda 308 içerik incelenmiştir.

Yeşil Yama isimli hesap, İrem Yanpar Coşdan tarafından yönetilmektedir. Kendilerini instagram sayfalarında “sürdürülebilir bir tekstil sektörü için bireysel ve kurumsal bilgi kaynağı” şeklinde tanımladıkları görülmektedir. Ayrıca “çevreye duyarlı, etik ve şeffaf bir tekstil sektörü” mottosu ile yesilyama.com adlı bir internet sitesi de bulunmaktadır.

Yeşil Manifesto isimli hesapta “sustainability influencer” şeklinde bir tanımla karşılaşılmış ve bir mail adresi bulunduğu görülmüştür. Hesabın yöneticisine dair bir bilgi bulunmamaktadır.

Sürdürülebilir Moda Rehberi isimli hesapta 1 yıl önce paylaşılan 2 adet içerik bulunduğu, güncel içeriğin olmadığı aynı isimli youtube kanalı bulunmaktadır.

Hesap, instagram sayfasında güncel içerikler paylaşmaktadır. Ayrıca www.surdurulebilirmodarehberi.com isimli bir internet siteleri de bulunmakta, hesap kendisini “sürdürülebilir moda.rehber.bilgi.deneyim paylaşım portalı” olarak tanımlamaktadır.

Sürdürülebilir Moda Platformu adlı hesapta “gezegene ve topluma duyarlı bir tekstil ve moda ekosisteminin oluşmasını amaçlayan; bilgi, deneyim ve fikir paylaşımına dayalı bağımsız bir platform” şeklinde bir tanımlama bulunmaktadır. Ayrıca facebook.com/surdurulebilirmodaplatformu olarak facebook sayfaları da instagram hesabında paylaşılmıştır.

4.4 Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Instagram’da “sürdürülebilir moda” odaklı içerikler paylaşan hesaplar oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise “Yeşil Yama”, “Yeşil Manifesto”, “Sürdürülebilir Moda Rehberi” ve “Sürdürülebilir Moda Platformu” isimli dört Instagram hesabı ile sınırlandırılmıştır. Çalışmanın örnekleminin bu dört hesap ile sınırlandırılmasının sebebi konu ile ilgili güncel ve düzenli içerik paylaşılmasıdır.

Sosyal Medyada Ekolojik Moda Pratiklerine Yönelik Bir İçerik Analizi / Araştırmanın Bulguları

“Yeşil Yama”, “Yeşil Manifesto”, “Sürdürülebilir Moda Rehberi” ve “Sürdürülebilir Moda Platformu” isimli Instagram sayfalarının tüm içerikleri incelenmiştir. Toplamda incelenen içerik sayısı 308’dir.

1. İncelenen Hesaplara Göre İletilerin Konu Dağılımı

İncelenen 308 mesaj içerisinde en fazla paylaşılan iletinin %33.44 oran ve 103 adet ile “ekolojik moda”, en az paylaşılan iletinin ise %4.87 oran ve 15 adet ile “iklim değişikliği/doğa tahribatı” konusunda olduğu görülmektedir. Ekolojik moda konusunda en fazla paylaşım Sürdürülebilir Moda Rehberi isimli hesap tarafından yapılırken, en az paylaşımın yapıldığı hesap ise Yeşil Manifesto olarak karşımıza çıkmaktadır. En fazla paylaşılan ikinci iletinin %15.91 oran ve 49 adet ile “diğer” kategorisinde olduğu görülmektedir. Bu durum, hesapların yalnızca sürdürülebilir

moda odaklı paylaşımlar yapmadığını, kişisel paylaşımlar ve zaman zaman gündem odaklı paylaşımlar da yapıldığını ortaya çıkarmaktadır.

Tablo 1.1: İncelenen hesaplara göre konu dağılımı

KONU/ HESAP	Ko d	Yeşil Yama	Sürdürülebilir Moda Platformu	Sürdürülebilir Moda Rehberi	Yeşil Manifesto	İleti	%
Ekolojik (çevre dostu) moda	K1	25	20	42	16	103	33.44
İşçi hakları ve etik üretim	K2	16	3	4		23	7.47
Tekstil tüketimi (Hızlı Moda)	K3	10	4	2	8	24	7.79
Sürdürülebilir Moda odaklı düzenlenen etkinlikler	K4	14	20	11	1	46	14.94
Konu hakkında Yapılan Araştırmalar/Raporlar/Yayınlar	K5	23	4	3		30	9.74
İklim Değişikliği/Doğa Tahribatı	K6	8		3	4	15	4.87
Bilinçli Tüketim	K7	8	2	2	6	18	5.84
Diğer	K8	30	7	9	3	49	15.91
Toplam		134	60	76	38	308	100

“Sürdürülebilir moda odaklı düzenlenen etkinlikler” kategorisi %14.94 oran ve 46 adet ileti ile en fazla paylaşımın yapıldığı üçüncü kategoridir. Görüldüğü gibi en fazla paylaşımın yapıldığı ikinci kategori olan “diğer” kategorisi ile oldukça yakın orandadır. Bu durum sürdürülebilir moda hakkında bilinç oluşturmak, konunun önemini ve görünürlüğünü arttırmak adına çalışmaların yapıldığını ortaya koymaktadır.

1.2 Yeşil Yama Hesap Analizi

1.2.1 Genel Değerlendirme

Yeşil Yama'nın genel değerlendirme tablosuna baktığımızda toplamda 134 ileti olduğunu, en fazla ileti sayısının 30 ileti ve 22.39 yüzde ile “diğer” kategorisinde olduğunu görmekteyiz. Söz konusu kategori içinde de %61.22 orana sahip olduğu, bu kategoride paylaşılan en çok iletinin “yeşil yama” hesabı tarafından yapıldığı görülmektedir.

İncelenen tüm kategoriler içinde toplamda %33.44 oran ile en çok paylaşılan ileti olan “ekolojik moda” kategorisinin yeşil yama hesabı içinde %18.66 oran ile en çok paylaşılan ikinci kategori olduğu görülmektedir.

En çok paylaşım yapılan üçüncü kategori % 17.16 oranı ile ”Konu hakkında yapılan araştırmalar/raporlar/yayınlar” kategorisidir. Bu aynı zamanda kategori içinde bakıldığında %76.66 oran ile en fazla yeşil yama hesabında karşımıza çıkmaktadır. Bu durum sürdürülebilir moda hakkında ortaya konulan araştırmalar ve yapılan güncel çalışmalar hakkında bilgi vererek, istatistiki verilerle konuyu somutlaştırarak farkındalık yaratmak adına bir çabanın olduğunu göstermektedir.

Tablo 1.2: Yeşil Yama Hesap Analizi

Yeşil Yama	Kod	İleti	Kod %	Toplam %
Ekolojik moda	K1	25	24.27	18.66
İşçi hakları ve etik üretim	K2	16	69.56	11.94
Tekstil tüketimi (Hızlı Moda)	K3	10	41.66	7.46
Sürdürülebilir Moda odaklı düzenlenen etkinlikler	K4	14	30.43	10.45
Konu hakkında Yapılan Araştırmalar/Raporlar/Yayınlar	K5	23	76.66	17.16
İklim Değişikliği/Doğa Tahribatı	K6	8	53.33	5.97
Blinçli Tüketim	K7	8	44.44	5.97
Diğer	K8	30	61.22	22.39
Toplam		134		100

1.2 Sürdürülebilir Moda Platformu Hesap Analizi

1.3.1 Genel Değerlendirme

Toplamda 60 adet iletinin paylaşıldığı ve analiz edildiği Sürdürülebilir Moda Platformu hesabında “iklim değişikliği/doğa tahribatı” kategorisinde hiç paylaşım yapılmadığı görülmektedir. Bunun yanında Sürdürülebilir Moda Platformu, “iklim değişikliği/doğa tahribatı” kategorisinde hiç paylaşım yapılmayan tek hesap olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu hesapta en fazla paylaşımın 20 adet ve %33.33 oran ile “ekolojik moda” ve “sürdürülebilir moda odaklı düzenlenen etkinlikler” kategorilerinde yapıldığı görülmektedir.

Tablo 1.3: Sürdürülebilir Moda Platformu Hesap Analizi

Sürdürülebilir Moda Platformu	Kod	İleti	Kod %	Toplam %
Çevre dostu moda	K1	20	19.42	33.33
İşçi hakları ve etik üretim	K2	3	13.04	5.00
Tekstil tüketimi (Hızlı Moda)	K3	4	16.67	6.67
Sürdürülebilir Moda odaklı düzenlenen etkinlikler	K4	20	19.42	33.33
Konu hakkında Yapılan Araştırmalar/Raporlar/Yayınlar	K5	4	16.67	6.67
İklim Değişikliği/Doğa Tahribatı	K6		0.00	0.00
Blinçli Tüketim	K7	2	3.33	3.33
Diğer	K8	7	11.67	11.67
Toplam		60		100

1.3 Sürdürülebilir Moda Rehberi Hesap Analizi

1.3.1 Genel Değerlendirme

Sürdürülebilir moda rehberi hesabından toplamda 76 paylaşım yapıldığı görülmektedir. İncelenen tüm kategoriler içinde toplamda %33.44 oran ile en çok paylaşılan ileti olan ekolojik moda kategorisi bu hesapta da %55.26 oran ve 42 adet ile en çok paylaşım yapılan kategori olarak karşımıza çıkmaktadır. Sürdürülebilir moda rehberi hesabı içinde paylaşılan ekolojik moda kategorisindeki iletilerin, kategori içindeki payının %40.78 olduğu görülmektedir. Bu rakam incelenen dört

hesap içerisinde ekolojik moda odaklı paylaşımların en fazla yapıldığı hesabın sürdürülebilir moda rehberi olduğunu göstermektedir.

Nitekim bu hesapta paylaşılan iletilerin, modanın çevre dostu bir persektiften de görülebileceği, bu doğrultuda hangi alışkanlıkların değiştirilerek hızlı modaya destek vermekten ve yapılacak küçük değişikliklerle moda endüstrinin çevre tahribatına katkı sunmaktan kaçınılacağı gibi konulara odaklandığı görülebilir.

İkinci olarak en fazla paylaşımın yapıldığı kategori 11 adet ve %23.91 oranla “sürdürülebilir moda odaklı düzenlenen etkinlikler” olarak karşımıza çıkmaktadır. Genel kategori içinde değerlendirildiğinde de %23.91 oran ile ikinci en çok paylaşımın bu hesapta yapıldığı görülmektedir.

Sürdürülebilir moda rehberi isimli hesap ekolojik moda kategorisinde en yüksek oranda paylaşımı yapan hesap olduğu gibi Sürdürülebilir moda odaklı düzenlenen etkinlikler kategorisinde de ikinci en yüksek paylaşımın yapıldığı görülmektedir. Ekolojik modaya dikkat çekmek isteyen paylaşımların yanında bu konuda düzenlenen etkinlikler hakkında da yüksek oranda paylaşımın yapılması konunun öneminin takipçilere aktarılacak istendiğinin göstergesidir.

Tablo 1.4: Sürdürülebilir Moda Rehberi Hesap Analizi

Sürdürülebilir Moda Rehberi	Kod	İleti	Kod %	Toplam %
Ekolojik moda	K1	42	40.78	55.26
İşçi hakları ve etik üretim	K2	4	17.39	5.26
Tekstil tüketimi (Hızlı Moda)	K3	2	8.33	2.63
Sürdürülebilir Moda odaklı düzenlenen etkinlikler	K4	11	23.91	14.47
Konu hakkında Yapılan Araştırmalar/Raporlar/Yayınlar	K5	3	10.00	3.95
İklim Değişikliği/Doğa Tahribatı	K6	3	20.00	3.95
Blinçli Tüketim	K7	2	11.11	2.63
Diğer	K8	9	18.37	11.84
Toplam		76		100

1.4 Yeşil Manifesto Hesap Analizi

1.4.1 Genel Değerlendirme

En az paylaşımın yapıldığı hesap olarak karşımıza çıkan Yeşil manifestoda toplamda 38 ileti analiz edilmiştir. 16 adet ve %42.11 oran ile en fazla ekolojik moda kategorisinde paylaşımın yapıldığı görülmektedir. Bu kategori aynı zamanda incelenen tüm kategoriler içinde toplamda %33.44 oran ile en çok paylaşılan iletidir. Ekolojik moda kategorisi içinde bakıldığında %15.53 oran ile en düşük oran yeşil manifesto hesabı içinde görülmektedir.

İkinci olarak en fazla paylaşım yapılan kategori, 8 adet ve %21.05 oran ile tekstil tüketimi (hızlı moda) kategorisidir. Kategoriyi genel olarak kendi içinde değerlendirdiğimizde %33.33 oranı ile en çok ikinci paylaşımın yeşil manifesto hesabında yapıldığı görülmektedir.

Hesap içerisinde en çok paylaşım yapılan iki kategori “ekolojik moda” ve “tekstil tüketimi (hızlı moda)” kategorileridir. Bu durum modanın tüketim odaklı hızlı moda anlayışına dikkat çekerek ekolojik moda hakkında paylaşılan iletilerle bunun dışında gezegene daha az zarar verecek, farklı bir moda anlayışının da mümkün olabileceğini göstermeye yönelik bir çabanın olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 1.5: Yeşil Manifesto Hesap Analizi

Yeşil Manifesto	Kod	İleti	Kod %	Toplam %
Ekolojik moda	K1	16	15.53	42.11
İşçi hakları ve etik üretim	K2		0.00	0.00
Tekstil tüketimi (Hızlı Moda)	K3	8	33.33	21.05
Sürdürülebilir Moda odaklı düzenlenen etkinlikler	K4	1	2.17	2.63
Konu hakkında Yapılan Araştırmalar/Raporlar/Yayınlar	K5		0.00	0.00
İklim Değişikliği/Doğa Tahribatı	K6	4	26.67	10.53
Blinçli Tüketim	K7	6	33.33	15.79
Diğer	K8	3	6.12	7.89
Toplam		38		100

2 “Çevre dostu moda” Alt Başlığı Kategorisinde Yer Alan İletilerin Amaçlarına Göre Dağılımı

İncelenen dört instagram hesabında, “ekolojik moda” kategorisi kendi içinde amaçlarına göre tekrar kategorize edilmiş ve karşımıza 7 adet yeni kategori çıkmıştır. Tüm hesaplar dikkate alındığında ekolojik moda kategorisinde toplam 103 iletinin paylaşıldığından yukarıda bahsedilmiştir.

Ekolojik moda başlığı altında amaçlarına göre incelenen yedi kategori içinde 56 adet ve %54.37 oranla en fazla iletinin “çevre dostu üretimi/girişimleri destekleyen moda markaları /tasarımcılar” kategorisinde olduğu görülmektedir. Böylece ekolojik modaya destek veren yeni tasarımcıların/markaların incelenen instagram hesapları tarafından tanıtılarak bir şekilde desteklendiği anlaşılmakta, ayrıca bununla birlikte takipçileri ekolojik tasarımla tanıştırmak, çevre dostu üretim yapan markalardan haberdar ederek hızlı modaya alternatif bir tüketim şekli olabileceği konusunda farkındalık yaratıldığı görülmektedir.

En fazla paylaşım yapılan ikinci ve üçüncü kategorinin oranlarının birbirine oldukça yakın olduğunu görmekteyiz. “Çevreye duyarlı kumaş seçimi” kategorisinde 14 adet ve %13.59 oranında, “giysilerin atık haline gelmemesi/uzun süreli kullanım” kategorisinde ise 12 adet ve %11.65 oranında paylaşım yapılmıştır. Tekstil sektöründe ana hammadde olarak kullanılan kumaşların oluş aşamasında doğal kaynakların aşırı kullanımına sebep olduğu bilinmektedir. Örneğin pamuk üretim aşamasında çok fazla su isteyen bir bitki olduğu için %100 pamuk giysilerin sağlıklı olduğu bilirse de üretim sırasında doğaya dost olmadığı bir gerçektir. Bu nedenle az su tutan keten, kenevir, organik pamuk, liyosel gibi kumaşlar ekolojik moda destekçileri tarafından önerilmektedir. Bu kategoride paylaşılan iletilerin yüksek oranda olması, içeriklerin aynı zamanda öğretici bir amaçla paylaşıldığını göstermektedir. “Giysilerin atık haline gelmemesi/uzun süreli kullanım” odaklı paylaşımlarda ise hızlı modanın sık sık değiştirdiği sezonlar ve bununla birlikte oluşan giysi çeşitliliğine rağmen giysi tüketimini ihtiyaç odaklı hale getirmek, elimizdeki giysiler ömrünü tüketmeden yenisini almamak, mevcut durumda sahip olduğumuz giysileri uzun ömürlü kullanmak adına örneklerin paylaşıldığı görülmektedir.

Upcycling (ileri dönüşüm) kategorisi ise 8 adet ve %7.77 oran ile en fazla paylaşımın yapıldığı 4. Kategoridir. Kullanım dışı kalan materyalleri yeniden dönüştürerek meydana getirilen giysilerin kullanımı olarak tanımlanan upcycling kavramı ülkemizde pratik olarak kullanım alanı dar olan bir yöntemdir. İncelenen

içeriklerde ileri dönüşüm tasarımlar yapan uluslararası markalar hakkında güncel bilgilerin paylaşıldığı görülmektedir.

Pratikte uygulanabilirliği kolay olan “ikinci el giysi kullanımı” ve “giysilerin paylaşarak elden çıkarılması (bağış, takas, giysi kumbarası vb.)” kategorilerinde 5 adet ve %4.85 oran ile benzer sayıda paylaşım yapıldığı görülmektedir. İncelenen hesapların bu kategorilerde az paylaşım yapması Avrupa ve Amerika’da oldukça yaygın olan ikinci el giysi kullanımının ülkemizde hala benimsenemeyen bir pratik olduğunu akla getirmektedir.

Tablo 2.1: Amaçlarına göre ekolojik moda

Ekolojik Moda (Amaç)/Hesap	Kod	Yeşil Yama	Sürdürülebilir Moda Platformu	Sürdürülebilir Moda Rehberi	Yeşil Manifesto	İleti	%
Upcycling (İleri dönüşüm)	K1-1	2	2	2	2	8	7.77
İkinci el giysi kullanımı	K1-2			4	1	5	4.85
Giysilerin paylaşarak elden çıkarılması (bağış, takas, giysi kumbarası vb)	K1-3	1	1	2	1	5	4.85
Üretim aşamasında doğa dostu yöntemlerin tercih edilmesi.	K1-4	3				3	2.91
Çevreye duyarlı kumaş seçimi	K1-5	9	1		4	14	13.59
Giysilerin atık haline gelmemesi/Uzun süreli kullanım	K1-6	2	2	7	1	12	11.65
Çevre dostu üretimi/ girişimleri destekleyen markalar/tasarımcılar	K1-7	8	14	27	7	56	54.37
Toplam		25	20	42	16	103	100

2.1 Amaçlarına Göre “Yeşil Yama” Hesap Analizi

Ekolojik moda kategorisinde toplam 25 iletinin paylaşıldığı Yeşil Yama hesabında en fazla paylaşımın 9 adet ve %36.00 oran ile “çevreye duyarlı kumaş seçimi” kategorisinde yapıldığı görülmektedir. Kategori içinde değerlendirdiğimizde

ise %64.29 oranla “çevreye duyarlı kumaş seçimi” kategorisinde en fazla paylaşımın yeşil yama hesabında yapıldığı bilgisini görmekteyiz. Söz konusu hesapta ikinci olarak en fazla paylaşımın yapıldığı kategori 8 adet ve %32.00 oran ile “çevre dostu üretimi/girişimleri destekleyen markalar/tasarımcılar” kategorisidir.

Kategori içinde değerlendirildiğinde %100 oran ve 3 adet ileti ile “üretim aşamasında doğa dostu yöntemlerin tercih edilmesi” kategorisinde en fazla ve tek paylaşımın yeşil yama hesabında yapıldığı görülmektedir. Bunun yanında yeşil yama hesabı “ikinci el giysi kullanımı” kategorisinde hiç paylaşımın yapılmadığı iki hesaptan biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Tablo 2.2: Amaçlarına göre ekolojik moda/ Yeşil Yama

Yeşil Yama	Kod	İleti	Kod %	Toplam %
Upcycling (İleri Dönüşüm)	K1-1	2	25,00	8,00
İkinci el giysi kullanımı	K1-2			
Giysilerin paylaşarak elden çıkarılması (bağış,takas, giysi kumbarası (vb)	K1-3	1	20,00	4,00
Üretim aşamasında doğa dostu yöntemlerin tercih edilmesi	K1-4	3	100,00	12,00
Çevreye duyarlı kumaş seçimi	K1-5	9	64,29	36,00
Giysilerin atık haline gelmemesi/uzun süreli kullanım	K1-6	2	16,67	8,00
Çevre dostu üretimi/girişimleri destekleyen markalar/tasarımcılar	K1-7	8	14,29	32,00
Toplam		25		100

2.2 Amaçlarına Göre “Sürdürülebilir Moda Platformu” Hesap Analizi

Sürdürülebilir moda platformu hesabında paylaşılan toplam 20 ileti içinde en fazla paylaşımın 14 adet ve %70.00 gibi dikkat çekici bir oranda “çevre dostu üretimi/girişimleri destekleyen markalar/tasarımcılar” kategorisinde olduğu görülmektedir. Bu oran “sürdürülebilir moda platformu” hesabında ekolojik moda odaklı paylaşımların, bu amaçla üretim yapan markalara odaklandığını, giysi alışverişinin küresel ve yerel düzeyde belli başlı hızlı moda markaları dışında doğa dostu üretimi destekleyen markalardan da alışveriş yapılabileceğini akla getirmektedir. Bunun yanında 2 adet ve %10.00 oranı ile “upcycling (ileri dönüşüm)”

ve “giysilerin atık haline gelmemesi/uzun süreli kullanım” kategorilerinde ikinci olarak en yüksek sayıda ileti paylaşılmıştır.

Tablo 2.3: Amaçlarına göre ekolojik moda/ Sürdürülebilir Moda Platformu

Sürdürülebilir Moda Platformu	Kod	İleti	Kod %	Toplam %
Upcycling (İleri Dönüşüm)	K1-1	2	25,00	10,00
İkinci el giysi kullanımı	K1-2			
Giysilerin paylaşarak elden çıkarılması (bağış,takas, giysi kumbarası (vb)	K1-3	1	20,00	5,00
Üretim aşamasında doğa dostu yöntemlerin tercih edilmesi	K1-4			
Çevreye duyarlı kumaş seçimi	K1-5	1	7,14	5,00
Giysilerin atık haline gelmemesi/uzun süreli kullanım	K1-6	2	16,67	10,00
Çevre dostu üretimi/girişimleri destekleyen markalar/tasarımcılar	K1-7	14	25,00	70,00
Toplam		20		100

2.3 Amaçlarına Göre “Sürdürülebilir Moda Rehberi” Hesap Analizi

Bu hesapta 27 adet ve %64.29 gibi oldukça yüksek bir oranla “çevre dostu üretimi/girişimleri destekleyen markalar/tasarımcılar” kategorisinde paylaşım yapıldığı, bunun yanında kategori içinde değerlendirildiğinde de %48.21 oranla en fazla paylaşımın “ sürdürülebilir moda rehberi” hesabında yapıldığı görülmektedir. Paylaşım sayısına göre ikinci sırada yer alan “giysilerin atık haline gelmemesi/ uzun süreli kullanım” kategorisini, kategori içinde değerlendirdiğimizde yine en fazla paylaşımın bu hesapta yapıldığı bilgisi karşımıza çıkmaktadır. Sürdürülebilir moda rehberi hesabında en fazla paylaşım yapılan iki kategorinin, toplamda 42 adet paylaşım yapılan “ekolojik moda” başlığındaki iletilerin 34 adetini ve yaklaşık %81.00’ini oluşturduğu görülmektedir. Söz konusu hesapta modaya çevre dostu yaklaşım doğrultusunda ekolojik modaya destek sağlayan markalara odaklanıldığı ve hızlı modaya karşı alışveriş alışkanlıklarını değiştirmeye yönelik bir bakış açısının hakim olduğu görülmektedir.

Sürdürülebilir moda rehberi hesabında “çevreye duyarlı kumaş seçimi” ve “üretim aşamasında doğa dostu yöntemlerin tercih edilmesi” gibi iki kategori hakkında içerik paylaşılmamıştır.

Tablo 2.4: Amaçlarına göre ekolojik moda/ Sürdürülebilir Moda Rehberi

Sürdürülebilir Moda Rehberi	Kod	İleti	Kod %	Toplam %
Upcycling (İleri Dönüşüm)	K1-1	2	25,00	4,76
İkinci el giysi kullanımı	K1-2	4	80,00	9,52
Giysilerin paylaşarak elden çıkarılması (bağış,takas, giysi kumbarası (vb)	K1-3	2	40,00	4,76
Üretim aşamasında doğa dostu yöntemlerin tercih edilmesi	K1-4			
Çevreye duyarlı kumaş seçimi	K1-5			
Giysilerin atık haline gelmemesi/uzun süreli kullanım	K1-6	7	58,33	16,67
Çevre dostu üretimi/girişimleri destekleyen markalar/tasarımcılar	K1-7	27	48,21	64,29
Toplam		42		100

2.4 Amaçlarına Göre “Yeşil Manifesto” Hesap Analizi

“Üretim aşamasında doğa dostu ürünlerin tercih edilmesi” kategorisinde hiç paylaşımın yapılmadığı yeşil manifesto hesabında,” ikinci el giysi kullanımı”, “giysilerin paylaşarak elden çıkarılması (bağış, takas, giysi kumbarası v.b)” ve “giysilerin atık haline gelmemesi/uzun süreli kullanım” gibi üç kategoride 1 adet ve %6.25 oranla aynı sayıda ve en az paylaşımın yapıldığı görülmektedir. Bu hesapta da en fazla paylaşım sürdürülebilir moda rehberi ve sürdürülebilir moda platformu hesaplarında olduğu gibi “çevre dostu üretimi/girişimleri destekleyen markalar/tasarımcılar” kategorisinde yapılmıştır. “Çevreye duyarlı kumaş seçimi” kategorisi ise 4 adet ve %25.00 oran ile ikinci sırada yer almaktadır.

Paylaşım oranları dikkate alındığında yeşil manifesto hesabında da ekolojik moda odağında tasarımlar gerçekleştiren markaların tanıtımının yapıldığı, uzun süredir moda endüstrisinde faaliyet gösteren markaların yeterli düzeyde olmasa da modanın sürdürülebilirliği adına yaptıkları çalışmalara yer verildiği ekolojik moda çerçevesinde otaya konan içerikler olarak karşımıza çıkmaktadır.

Tablo 2.5: Amaçlarına göre ekolojik moda/ Yeşil Manifesto

Yeşil Manifesto	Kod	İleti	Kod %	Toplam %
Upcycling (İleri Dönüşüm)	K1-1	2	25,00	12,50
İkinci el giysi kullanımı	K1-2	1	20,00	6,25
Giysilerin paylaşarak elden çıkarılması (bağış,takas, giysi kumbarası vb)	K1-3	1	20,00	6,25
Üretim aşamasında doğa dostu yöntemlerin tercih edilmesi	K1-4			
Çevreye duyarlı kumaş seçimi	K1-5	4	28,57	25,00
Giysilerin atık haline gelmemesi/uzun süreli kullanım	K1-6	1	8,33	6,25
Çevre dostu üretimi/girişimleri destekleyen markalar/tasarımcılar	K1-7	7	12,50	43,75
Toplam		16		100

SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

Doğa ve insanın birbirinden ayrı düşünülmesi mümkün olmamakla birlikte bu düşüncenin pratikte yarattığı olumsuz sonuçların görünür hale gelmesi ve müdahale edilmesi gerektiği konusundaki inanışın çıkış noktası günümüzden pek de uzak değildir. Geleneksel toplum yapısı, ilerleyen teknolojik gelişmelerle ortaya çıkan sanayi devrimi ile son bulmuş, bununla birlikte çoğunlukla endüstriyel anlamdaki sınırsız ilerlemelere kapı açan modern toplum kavramı ortaya çıkmıştır. Bu dönemle birlikte üretim ve tüketim döngüsü değişmiş, insanın doğa ile kurduğu ilişki de tartışmalı bir boyuta gelmiştir. Kılıç (2006:109), modern toplumun doğa ile barışık olmayan bir kalkınma anlayışı benimsediğini savunur ve çevre sorunları ile birlikte oluşan çevreci yaklaşımın başarıya ulaşmadığının kabul edilmesi gerektiğini, devam eden çevre sorunlarının modern toplumda çevre politikalarının başarısızlığının kanıtı olduğunu öne sürer.

Bugün içinde yaşadığımız modern toplum koşullarının tehdit edici boyutlarını risk yoğunluğu şeklinde ortaya koyan Giddens’a (2018:124-126) göre yaratılmış çevre ya da “toplumsallaşmış doğa” kategorisi insanoğlu ile fiziksel çevre arasındaki değişen ilişkiye işaret eder. Bu kategori altında değerlendirilen ekolojik tehlikeler çeşitlilik göstermekte ve doğanın, insanlığın bilgi sistemleriyle donatılmış olmasından kaynaklanmaktadır. Oldukça yüksek sayıda olan toplumsallaşmış doğadaki ciddi riskler korkutucu boyuttadır: Nükleer enerji santrallerindeki büyük kazalardan ya da nükleer atıklardan sızan radyasyon; denizlerin, atmosferdeki oksijenin büyük kısmını yenileyen fitoplanktona zarar verecek düzeyde kimyasallar nedeniyle kirlenmesi, ozon tabakasına zarar veren atmosferik kirleticilerin sebep olduğu, buzulların bazı kısımlarının erimesine ve geniş alanlarda su baskınına yol açan bir “sera etkisi” ; temel bir yenilenebilir oksijen kaynağı olan yağmur ormanlarına verilen zararlar; milyonlarca dönüm tarım toprağının yapay gübrelerin yaygın kullanımının sonucu olarak verimsizleşmesi modern dünyanın ekolojik tehlikelerine örnektir.

Endüstriyel anlamda sürekli büyüme odaklı ilerleyişin doğal dengede yarattığı problemler neredeyse her kültürde göz ardı edilmiş, doğal kaynaklar sonu yokmuşçasına bir kullanım döngüsüne sokulmuş ve bunun sonucunda çevre sorunları küresel anlamda bir problem olarak ortaya çıkmıştır. Uluslararası boyutta konuya çözüm bulmak adına birçok devletin katılımıyla sözleşmeler ve konferanslar

düzenlenmiştir. 1972 yılında hazırlanan *Büyümenin Sınırları* raporu ekonomik gelişmenin çevre üzerindeki olumsuz etkilerini vurgulayan ilk küresel girişimdir.

Ülkemizde de 1970’li yıllardan bu yana çeşitli uluslararası girişimlere katılım yönünde bir çaba olduğu bilinmektedir. Çevre koruma odaklı düzenlenen anlaşmaların önemli bir kısmı ülkemizce onaylanmasına rağmen çevreye ilişkin idari ve finansal yapının güçlü olmaması nedeniyle çevre anlaşmalarına tam anlamıyla bir uyumun olmadığı görülmektedir (Kaya, 2011, s. 447)

Çevrenin korunması adına küresel düzeyde yapılan girişimlerin yanında çevre bilincinin sağlanması adına katkı sağlayan ve önleyici çalışmalar yapan sivil toplum kuruluşlarının faaliyetleri de öne çıkmaktadır. 1961 yılında kurulan Doğal Hayatı Koruma Vakfı (WWF) ve 1971 yılında kurulan Greenpeace adlı uluslararası sivil toplum kuruluşları ülkemizde de aktif çalışmalar yapmaktadır. 1970’li yıllarla birlikte küresel düzeyde çevreci hareketler de dünya gündeminde yer almaya başlamıştır. Ekolojik dengenin bozulması, nüfus artışı, bitki ve hayvan türlerinin yok olması, doğal kaynakların kullanımındaki hatalar, çevreci sosyal hareketlerin oluşumunda gözetilen çevre problemlerinin temellerini oluşturur (Bozkurt & Bayansar, 2016, s. 285).

Endüstriyel faaliyetlerin salt büyüme odaklı bir yapıda olması; sosyal hayatı ve günlük yaşamı etkileyen bir takım meseleleri göz ardı etmesine yol açmıştır. Endüstriyel üretimin doğal çevrede yarattığı hasarlar bununla birlikte çalışma koşulları, işçi hakları, toplumsal cinsiyet eşitsizliği, ücret eşitsizliği gibi sosyal ve ekonomik temelli konular, birkaç sivil toplum kuruluşunun gündeme getirmesi ve sosyal medyada kendine yer bulması dışında arka planda kalmaktadır.

Günümüzde *moda endüstrisi* de çevreye olumsuz etki eden endüstriyel faaliyetleri ile tartışılır hale gelmiştir. Çevre kirliliğinin %10’undan sorumlu tutulan moda endüstrisi¹⁵ özellikle hızlı moda anlayışı ile birlikte gelen pek çok alışkanlıkla birlikte tüketim ve üretim aşamalarında çevreye olumsuz etkiler yapmaktadır. Giysilerin üretim aşamasında harcanan enerji, su ve kullanılan kimyasalların, boyar maddelerin doğaya karışması, bunların yanında oluşan atıklar gezegenimize ekolojik olarak geri dönülmez zararlar vermektedir. Baudrillard (2018, s. 46)’ın, günümüzde üretilen her şeyin enflasyonun hızıyla karşılaştırılabilecek yok oluşuna göre üretildiği fikri moda endüstrisini ele geçiren hızlı moda kavramını açıklar niteliktedir. Küresel

¹⁵ Bkz. <https://www.herkesebilimteknoloji.com/haberler/surdurulebilirlik/moda-endustrisinin-cevreye-verdigi-zarar-giderek-artiyor> Erişim tarihi: 28.12.2020, 22:30

mağaza zincirlerinin yılda 50'ye varan sezonlarla oluşturduğu giysi çeşitliliği ve ucuz fiyatlar, sınırsız tüketimle birlikte çevrenin kontrolsüz yıkımını da beraberinde getirmektedir.

Türkmen (2009, s.84), moda ve tekstil sektörünün bugün çevreye en fazla zarar veren sektörlerden birisi olan kimya endüstrisi ile aynı miktarda çevreyi etkilediğinden söz eder. Moda endüstrisinin tükettiği kaynakların oranı oldukça fazladır ve sektör, hızlı moda anlayışının egemenliğinde tüketimin hakim olduğu bir düzlemde yer almaktadır. Tekstil ürünlerinin yaşam döngüsü, üretim aşamasında kullanılan kaynaklar, üretim, tüketim ve bunun sonucunda oluşan atıkların işlemleri şeklinde tanımlanabilir.

Moda sektörü içinde sıkça duymaya başladığımız “hızlı moda” kavramı, hazır giyim markalarının sezonlarını sıklıkla değiştirmesi ile tüketicilerde daha fazla merak uyandırmaya başlaması, bu anlayış ile pek çok hızlı moda markasının ortaya çıkması, kıyafetlerin ucuzlaması ile ulaşılabilirliğinin artması gibi konular etrafında ele alınmaktadır. Bunlarla birlikte, ucuzlayan tekstil ürünleri ile giysi tüketiminin ihtiyaç odaklı bir tüketim olmaktan uzaklaşarak Veblen (2017)'in de ifade ettiği gibi *gösterişçi tüketim*e hizmet eder hale gelmesi, daha çok giysi üretimi için doğal kaynakların daha fazla zarar görmesi, üretimin artması ile bu ayağın ucuz iş gücünün olduğu Hindistan, Pakistan, Bangladeş gibi ülkelere kayması gibi görünür sonuçlar ve bunların yanında pek çok dolaylı sonuç da ortaya çıkarmaktadır.

Doğal çevrede yarattığı tahribatla gündeme gelen tekstil sektörü son yıllarda doğal yaşamı ve gezegeni korumak adına çalışmalara eğilmiş ve devamında pek çok girişim ortaya çıkmıştır. Moda endüstrisinin yarattığı hızlı moda, sonu gelmeyen trendler, ucuz ve çok sayıda ürün ile cazip bir görüntü sunmaktadır. Bununla birlikte arka planda yarattığı tahribat son yıllarda görünür olmuş, modanın sürdürülebilirliğine odaklanan etik moda, yeşil moda, ekolojik moda, yavaş moda gibi kavramlar, tüketimle yoğunlaştıran hızlı modanın (*fast fashion*) etkisini azaltmak amacıyla tartışılır duruma gelmiştir. Hızlı moda denince akla gelen küresel markalar tekstil üretiminde doğaya dost tasarımlar ortaya koymak, tekstil atıklarını en aza indirmek, üretim aşamasında çevreye zarar verecek uygulamaları azaltmak gibi amaçlarla çevresel anlamda modanın sürdürülebilirliğine katkı sağlamak amacıyla koleksiyonlar hazırlamış, büyük markalar tarafından defilelerde kullanılan malzemelerin ve davetiyelerin geri dönüştürülebilir malzemedan olmasına özen gösterilmeye başlanmıştır. Markalarını tamamen bu anlayış üzerine kurarak çevre

dostu üretim politikaları çerçevesinde üretim yapan küçük çaplı tasarımcılar da bulunmaktadır.

Sektör içinde faaliyet gösteren markalar tarafından yapılan girişimlerin yanı sıra bireysel katkılarla da modanın sürdürülebilirliğine doğrudan ya da dolaylı destek vermek mümkündür. Konu hakkında üniversiteler, tasarımcılar, akademisyenler ve sivil toplum kuruluşlarınca workshoplar, sempozyumlar ve sergiler düzenlenmektedir. Bu ve benzer etkinlikler özellikle sosyal medyada da kendine bir alan yaratmış durumdadır. Çalışmamızda da konu üzerine sosyal medyadaki hareketliliğe odaklanılmış, modanın sürdürülebilirliğine yönelik paylaşımlar yapan 4 instagram hesabının içerikleri incelenmiş ve analiz edilmiştir.

Modanın sürdürülebilirliğine yönelik pratikler kategorize edilmiş ve en çok paylaşımın ekolojik (çevre dostu) moda kategorisinde yapıldığı görülmüştür. Bu durum yapılan paylaşımların çevreye dost bir moda anlayışını yerleştirmek, tekstil ürünlerinin istenilen aşamaya gelene dek geçirdiği süreçlerin çevresel sonuçlarını ortaya koyarak farkındalık oluşturmak gibi odak noktaları benimsediğini göstermiş, nitekim *ekolojik moda* kategorisi kendi içinde tekrar kategorilere ayrılarak ayrıntılı olarak incelenmiştir. “Çevre dostu üretimi/ girişimleri destekleyen markalar/tasarımcılar”, hakkında en fazla paylaşımın yapıldığı kategoridir. Tekstil tüketimi dendiğinde akla gelen küresel hızlı moda markaları yaygın giysi alışverişinin mekânları olarak karşımıza çıkmaktadır. Söz konusu markaların birçoğu *sürdürülebilirlik* adına çeşitli tasarımlar yapmakta fakat bunlar koleksiyonlarının oldukça küçük bir kısmını oluşturmaktadır. Buna rağmen küçük de olsa destek verilmesi dikkat çeken bir konudur. Hızlı moda markalarının aksine küçük çaplı ürün yelpazesi ile çevre dostu moda anlayışını benimseyen, tasarımlarının tamamını çevreye dost materyaller kullanarak ortaya çıkaran markalar da bulunmaktadır. Ekolojik moda anlayışı kategorisinde en çok odaklanılan başlığın bu alanda olması, çevreye verilen zararı azaltarak üretim yapmanın ve başka bir alışveriş ritminin de mümkün olabileceği, hızlı moda anlayışı üzerine temellenen tüketim alışkanlıklarının değiştirilerek tüketimin doğaya dost olabileceği fikrini gündeme getirmektedir. Sürdürülebilir moda rehberi tarafından paylaşılan aşağıdaki görselde “reflect studio” isimli çevre dostu tasarım markası şu şekilde bir açıklama ile paylaşılmıştır:

Görsel 7: Sürdürülebilir Moda Rehberi adlı hesapta paylaşılan bir görsel.



Kaynak: <https://www.instagram.com/p/B4fNRfmgdvo/> Erişim tarihi: 07.01.2021, 19:53

“İstanbul çıkışlı olan Reflect Studio, kazancını sadece çevre bilançolardan ibaret tutmayarak, “toplum ve çevresel değer” katan firmaları sembolize eden “B-Crop” sertifikasına sahip sürdürülebilir bir moda markası. Web sitesinde ürün almak için tıkladığınızda yan tarafta almak istediğiniz ürünün çevresel hikâyesi olarak karbon salımı, su tüketimi ve üretimindeki kimyasallardan ne kadar kaçındığınızla ilgili bilgilendirmeleri bulabilir ve bilinçli bir tüketim gerçekleştirebilirsiniz. Reflect Studio, 16. İstanbul Bienali için Yedinci Kıta Koleksiyonu ile antroposen döneminin gözle görülür etkilerinden ilham alarak kütleleri, suları ve yüzen plastikleri yansıtıcı ve çarpıcı figürlere dönüştürmüş. Ürünlerde kullanılan doğal kumaş ve geri

dönüştürülmüş plastik kombinasyonu insan olanların ve olmayanların, üretim sistemlerinin ve doğal elementlerin beraber sürüklendikleri bir dünyayı sembolize ediyor”¹⁶

Görüldüğü gibi doğaya dost üretimi destekleyen markalar bu faaliyetleri birçok alanda uygulamakta, çevrenin korunması adına farklı etkinliklerde rol almakta ve girişimleri de desteklemektedirler. Bu durum çevre ile kurduğumuz ilişkinin tek bir alanda sınırlı kalamayacağını, zamanla pek çok faaliyette kendini göstermeye başlayarak aktivitelerimizi bu bilinç etrafında organize eder hale geleceğimizi de destekler niteliktedir. Ayrıca söz konusu markanın internet sitesindeki ürünlerle ilgili, o ürünün çevreyle ilişkisini aktaran bilgilerin de yer alması yavaş moda anlayışının dünyamıza katkılarını somut şekilde göstermesi açısından oldukça önemlidir. Fakat çevreyi korumanın maliyeti fazla olduğundan sürdürülebilir üretim sonucu ortaya çıkan giysilerin fiyatlarının piyasada hakim olan hızlı moda ürünlere göre yüksek olduğu görülmektedir. Bu durum çevreye dost tasarımları satın alma aşamasında tüketiciler açısından caydırıcı bir faktör olarak görülmektedir.

Çevreye duyarlı kumaş seçimi, en sık odaklanılan konulardan biridir. Moda endüstrisinin, bir giysinin mağazaya gelene dek geçirdiği evrelerin büyük kısmında doğal çevreye verdiği zararlardan bahsetmiştik. Bu noktada kumaş seçiminin önemi, hangi kumaşların çevreye daha az zarar verdiği, bunların hangi açılardan çevreye dost kumaş olarak adlandırıldıkları da incelenen hesaplarca göz ardı edilmeyerek gündeme getirilmiştir. Örneğin aşağıda görseli paylaşılan kenevir bitkisinin bir kumaşa dönüştürülerek giysi haline gelebileceği pek çoğumuz için yeni bir bilgidir.

Görselin açıklama kısmına yazılanlar ise oldukça açıklayıcıdır:

“Kenevir deyince aklınıza keyif veren bir madde ya da kenevirden yapılmış kıyafet hayal edince çuval mı geliyor? Bir daha düşünün. Çok eski bir bitki olup, kullanım alanı çok geniş olan kenevir 1930’larda esrar karşısı sebeplerle üretimi düşüşe geçmiş ve bazı ülkelerde yasaklanmışken artık geri dönüyor. Çok hızlı yetiştirilmesi, yetiştirilirken pamuğa göre daha az su istemesi, daha az kimyasal kullanılması, plastikten yapılabilen her şeyin kenevirden de yapılabilmesi sebebiyle ülkelerin odaklandığı, ana tarım konularından biri. Verilere göre 2026 yılında 13 milyar dolarlık bir kenevir endüstrisi ortaya çıkacak Türkiye’de de 2016 yılı itibari

¹⁶ Bkz. <https://www.instagram.com/p/B4fNRfmgdvo/> Erişim tarihi: 07.01.2021, 19:53

ile kontrollü bir şekilde kenevir üretimi yapılıyor ve devlet bu alandaki büyümeyi destekliyor. Tekstilde ise Levi's, Patagonia gibi markalar pamuk/kenevir karışımlarını koleksiyonlarına koymaya başladı bile. Peki sizce moda sektöründe ihtiyacımız olan yeni masum bir elyaf mı, yoksa kapalı sistem (closed loop) kullanılmış materyallerin tekrar hayata kazandırılması mı?”¹⁷

Görsel 8: Yeşil Manifesto adlı hesap tarafından paylaşılan bir görsel

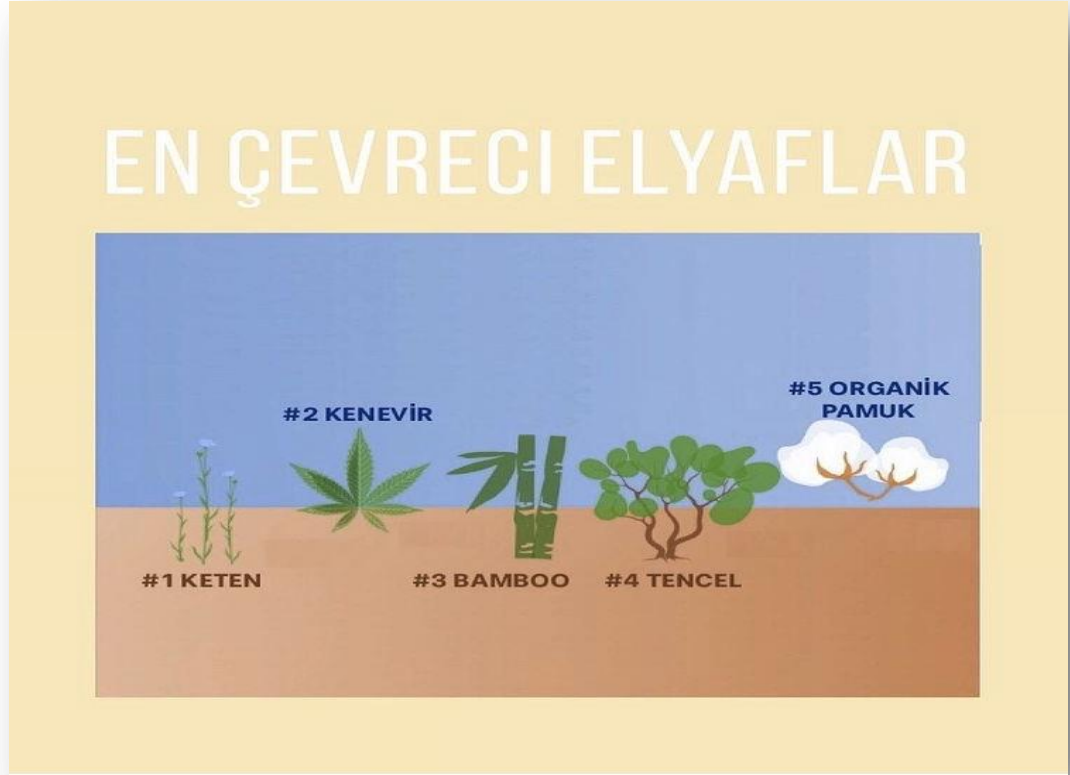


Kaynak: <https://www.instagram.com/p/B2CS4xEp5YB/> Erişim tarihi: 07.01.2021

8 numaralı görselde de doğaya dost kumaş üretiminde kullanılabilecek ve bu şekilde bir üretim biçimi benimseyen tasarımcılar tarafından da sıklıkla kullanılan keten, kenevir, bambu, tencel ve organik pamuk gibi bitkilerin görsellerinin paylaşıldığı görülmektedir.

¹⁷ Bkz. <https://www.instagram.com/p/B2CS4xEp5YB/> Erişim tarihi: 07.01.2021

Görsel 9: Yeşil Manifesto hesabı tarafından paylaşılan bir görsel



Kaynak: <https://www.instagram.com/p/Brk8uYLADAR/> Erişim tarihi: 07.01.2021, 19:50

Giysilerin atık haline gelmesini önlemek amacıyla uzun süreli kullanımın önemine dikkat çekildiği de görülmektedir. Tek bir parça tekstil ürününün doğaya maliyetine ayrıntılı olarak değinmiştik. Satın alınan ürünün üretim aşamasında verdiği zararların yanında, atık haline geldiğinde çevreye tekrardan bir yük olarak konumlanmasının önüne geçmek adına bilgilendirici paylaşımlar yapılmıştır. Bu doğrultuda tüketicilerin önünde pek çok alternatif bulunmaktadır. Kullanım dışı duruma gelen giysilerin tekrar kullanıma sokulması için ileri dönüşüm yöntemi ile değerlendirilebileceği, ikinci el giysi olarak farklı platformda diğer tüketicilerle buluşturulabileceği, yakın zamanda belediyeler tarafından şehrin farklı bölgelerine yerleştirilen giysi kumbaralarına konabileceği, bağış ya da takas yoluyla değerlendirilebileceği gibi günlük yaşamın bir parçası olması zor olmayacak çeşitli seçenekler de çalışmamız sırasında gündeme alınmış fakat incelenen hesapların bu konudaki paylaşımlarının oldukça sınırlı kaldığı tespit edilmiştir. Ülkemizde sosyal

medyada ya da dijital platformda ikinci el giysi alım satımı yapılabilecek internet siteleri bunun yanında sadece ikinci el giysilerin ya da aksesuarların satıldığı pazarlar da bulunmaktadır. Bu konu başka bir araştırma konusu olarak ele alınabilir.

Günlük yaşamda yaptığımız aktivitelerin (plastik tüketmek, araba kullanmak, çöp üretmek vb.) çoğu karbon ayak izimizi arttırmaktadır. Dünyanın her yanındaki ucuz kıyafet endüstrisinin artan talep nedeniyle büyümesiyle moda endüstrisindeki tüketim de karbon ayak izine olumsuz etki eden bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Moda endüstrisi, uçuşlar ve deniz taşımacılığının neden olduğu toplam karbon salınımindan çok daha fazlasının atmosfere salınmasına neden olmaktadır. Ayrıca her yıl bütün tekstil ürünlerinin yüzde seksen beşi çöpe atılmakta ve bazı tür giysileri yıkanırken deniz ve okyanuslara binlerce parça plastik salınımı gerçekleştirilmektedir.

Görsel 10: Yeşil manifesto hesabı tarafından paylaşılan bir görsel.



Kaynak: <https://www.instagram.com/p/BrcizJZAqtb/> Erişim tarihi: 07.01.2021, 20:00

Bu noktada ekolojik modaya destek vermek adına yapılacak en zahmetsiz aktivitenin karbon ayak izini azaltmak adına, satın aldığımız giysileri daha uzun süre

kullanarak tekstil atıklarının oluşumunu biraz olsun engellemek olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

Giysilerin atık haline gelmesini önlemek adına bir diğer yöntem de aşağıdaki iki görselde karşımıza çıkan upcycling (ileri dönüşüm) yöntemidir. 11 numaralı görselde görülen yağmurluğun 12 numaralı görselde çanta haline geldiğini görmekteyiz. Objelerin ikini bir hayat kazanması şeklinde de adlandırılan bu yöntem modanın sürdürülebilirliğinin gündeme gelmesi ile ünlü tasarımcılar tarafından defilelerinde de kullanılmıştır.

Görsel 11: Sürdürülebilir Moda Platformu adlı hesap tarafından paylaşılan bir görsel



Kaynak : <https://www.instagram.com/p/BjSK6J0gPMg/> Erişim tarihi: 07.01.2021, 20:05

Görsel 12: Sürdürülebilir Moda Platformu adlı hesap tarafından paylaşılan bir görsel



Kaynak: <https://www.instagram.com/p/BjSK6J0gPMg/> Erişim tarihi: 07.01.2021, 20:05

Aşağıda 13 numaralı görselde İstanbul Bilgi Üniversitesi moda tasarımı bölümü öğrencileri tarafından düzenlenen bir ileri dönüşüm sergisinin bir görselini görmekteyiz. Bu durum, modanın sürdürülebilirliğinin moda eğitimi sırasında da ele alındığını ve aktif olarak üzerinde durulan bir konu olduğunu göstermektedir.

Upcycling ürünler endüstriyel anlamda pek çok alanda tasarım odağında değerlendirilmektedir. Moda sektöründe ise bunu bir tasarım ürünü haline getirmeden kendi çabalarımızla kıyafetlerimizde küçük değişiklikler yapıp maliyeti çok düşük tutarak farklı bir kıyafete sahip olmak mümkün olmaktadır.

Görsel 13: İstanbul Bilgi Üniversitesi / Upcycling (ileri dönüşüm) Sergisi.



Kaynak: <https://www.bilgi.edu.tr/tr/etkinlik/9591/moda-tasarim-studyosu-1-ogrenci-isleri-sergisi-ileri-donusum-upcycling/> Erişim: 07.01.2021,20:12

Görsel 14: Yeşil Yama adlı hesap tarafından paylaşılan bir görsel



Kaynak : <https://www.instagram.com/p/CA2SJeQApS2/> Erişim tarihi:
07.01.2020, 20:15

Yeşil yama hesabı, paylaştığı 14 numaralı görsel ile giymediğim kıyafetleri nereye verebilirim? sorusuna yönelik bağış yapılabilecek kurumların bir listesini görselin altında incelemiş ve daha detaylı bilgi ve kıyafetlerin uzun ömürlü kullanımı konusunda yararlı olabilecek sosyal medya hesapları ve bir internet sitesine de paylaşımında yer vermiştir.

Genel olarak değerlendirdiğimizde yapılan içerik analizi sonucunda ekolojik moda konusunda bir bilinç oluşturulmaya çalışıldığı, ulaşılması kolay bir mecra olan sosyal medya üzerinden de bir takım çabaların yürütüldüğü görülmektedir. Bu konuda incelenen hesapların içeriklerinde çoğunlukla; hızlı modaya tezat çevreci bir alışveriş pratiğinin de mümkün olabileceği, bize dayatılan küresel markalar dışında doğaya vereceğimiz zararı en aza indirerek alışveriş deneyimi yaşayabileceğimiz markalarında bulunduğu konusunda paylaşımlar yapılmış, temelde satın alma sürecinde farkındalık yaratılmasına odaklanıldığı, giysilerin elden çıkarılma

sürecinde ekolojik dengenin korunması adına tercih edilecek alternatif yöntemlere küçük bir oranda değinildiği görülmüştür.

Modanın sürdürülebilirliği üzerine destekleyici bir tutum sergileyen markaların, tasarımcıların sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Küresel boyutta yayınlanan ve moda endüstrisinin ısıltılı yüzüne odaklanan moda dergileri de konuya kayıtsız kalmayı bırakarak çevreye duyarlı, sürdürülebilir tasarımlara ve iklim krizine yer vermeye başlamıştır. Bununla birlikte konunun önemine dikkat çeken moda alanında çalışmalar yapan akademisyenlerden ve diğer ülkelerle işbirliği içinde hazırlanan sergi ve sempozyumlardan bahsetmiştik. Araştırmadan çıkarılan sonuçlara göre, sosyal medya üzerinden de ekolojik modaya karşı bir farkındalık geliştirilmeye çalışıldığı, moda endüstrisinin doğal çevrede yarattığı tahribat üzerine odaklanılarak modanın çevreye dost şekilde de varlığını sürdürebileceği, bu çabaya yönelik pratiklerin paylaşılan görseller ve bunların devamında yapılan uzun açıklamalarla hem tüketim hem üretim aşamasında oldukça yönlendirici, bilgilendirici ve uygulanabilirliği mümkün olacak şekilde ortaya koyulduğu tespit edilmiştir.

Günümüzde tüm dünyayı etkileyen iklim krizi nedeniyle Almanya, İngiltere, Avustralya, Fransa, Pakistan, Hindistan gibi pek çok ülkede on binlerce kişinin katılımıyla protestolar düzenlenmekte ve iklim krizine karşı alınması gereken önlemler, gezegenin karşı karşıya olduğu riskler dile getirilmektedir. Benzer hareketlere ülkemizde de rastlanmakta fakat katılım sayısının az miktarda olması nedeniyle beklenen etkiyi yaratmadığı görülmektedir. Bu konuda imzalanan uluslararası anlaşmalar olmasına rağmen bu anlaşmalara tümüyle uyan ülke sayısı oldukça azdır. Ülkemizde yerel yönetimlerin katkılarıyla bu önlemlere destek olacak uygulamalar yapılmaktadır. Atıkları ayrıştırma, kullanım dışı kalan giysiler için kullanılan giysi kumbarası gibi uygulamalar geri dönüşümü desteklemek ve çevresel atıkları azaltmak adına destek bulan uygulamalardandır. Bunun yanında ülkeler tarafından kanun ya da yönetmeliklerle düzenlenen uygulamaların yanında endüstriyel faaliyet alanlarının da duyarlı üretimi ve uygulamada çevrenin korunmasını gözeten faaliyetleri benimsediği de görülmektedir. Konumuz dahilinde moda endüstrisinde yer alan benzer uygulamalardan ayrıntılı olarak bahsetmiştik.

Ülkemizde, çevre politikalarının uygulanması aşamasında ortaya çıkan aksaklıklar da çevre hareketlerinin istediği etkiyi yaratamamasına neden olmaktadır.

Çevre kanunu madde 3, b bendinde yer alan “Çevrenin korunması, çevrenin bozulmasının önlenmesi ve kirliliğin giderilmesi alanlarındaki her türlü faaliyette; Bakanlık ve yerel yönetimler, gerekli hallerde meslek odaları, birlikler ve sivil toplum kuruluşları ile işbirliği yaparlar.” (Çevre Kanunu,1983) ifadesi bulunmasına rağmen; özellikle sanayileşmenin yoğun olduğu bölgelerde oluşan atıkların, tarım alanları ve canlıların doğal yaşam alanlarına zarar vermesi nedeniyle bölge halkları protestolar düzenlemekte fakat birçoğu yukarıda bahsedilen çevre politikalarının uygulanmaması nedeniyle olumsuz sonuçlanmaktadır. Ülkemizde çevre sorunlarına yönelik oluşan sosyal hareketlerin büyük kısmının hedeflediği etkiyi yaratamadığı görülmektedir.

Uluslararası sivil toplum kuruluşlarının moda endüstrisinin çevreye olumsuz etkileri konusunda sergilediği duyarlılık maalesef ülkemizde aktif olan çevreci sivil toplum kuruluşları tarafından görmezden gelinmektedir. Dolayısıyla bu konuda organize bir hareketten bahsetmek mümkün olmamaktadır. Konunun en çok görünür olduğu ve ciddiye alındığı alanın sosyal medya olduğu, konuya ilgi duyan kişilerin yaptıkları paylaşımlar sonucu destekçilerin çoğaldığı görülmüştür. Fakat bu durum bireysel düzeyde katkı ile sınırlı kalmaktadır.

Gezegenimizi kurtarmak adına hızlı modanın sebep olduğu çevre tahribatını azaltmak için hızlı ve organize adımlara ihtiyaç duyulmaktadır. Son olarak moda endüstrisinin çevreye verdiği zararları azaltmak adına; çevre politikalarının gözden geçirilmesi, var olan kanunların yürütmeye belirtilen şekilde uygulanıp uygulanmadığının denetlenmesi, günlük yaşamda sıradan bir aktivite haline gelen alışveriş pratiklerimizin çevreye mal oluşu ve karşı karşıya kalınan ekolojik risklerin artmasına neden olması hususunda organize bir çalışma ile vatandaşların bilinçlendirilmesi, ülkemizdeki sivil toplum kuruluşlarının acilen konu hakkında çalışmalar yapması, çevreye dost tasarımlar yapan tekstil tasarımcılarının devlet desteğiyle güçlendirilerek hızlı modanın hakim olduğu pazarda kendilerine daha çok yer bulabilmelerinin sağlanması gibi bir takım önerilerin faydalı olacağı düşüncesindeyim.

KAYNAKÇA

1. Adorno, T. (2012). *Kültür Endüstrisi- Kültür Yönetimi*. (E. Gen , N. Ülner , & M. Tüzel , Çev.) İstanbul: İletişim.
2. Alpagut , B. (1991). İnsan Ekolojisi. *Çevre Üzerine...* (s. 25-31). içinde Ankara: Türkiye Çevre Sorunları Vakfı.
3. Altun, Ş. (2016). *Tekstil Üretim ve Kullanım Atıklarının Geri Kazanımı, Çevresel ve Ekonomik Etkileri*. Uşak .
4. Aristoteles. (2019). *Politika*. (M. Tunçay, Çev.) İstanbul: Remzi Kitabevi.
5. Aşıcı, A., & Şahin , Ü. (2017). *Yeşil Ekonomi*. Yeni İnsan Yayınevi.
6. Balckman, C. (2013). *Modanın Tarihi 1900'den Bugüne*. (K. O. Kaftanoğlu, Çev.) Kerasus Yayınları .
7. Baudot, F. (2001). *Modanın Yüzyılı*. (N. Akatlı, Çev.) Güncel Yayıncılık .
8. Baudrillard, J. (2018). *Tüketim Toplumu*. (N. Tural, & F. Keskin , Çev.) istanbul: ayrintı.
9. Beck, U. (2011). *Risk Toplumu*. (K. Özdoğan , & B. Doğan , Çev.) İstanbul: İthaki Yayınları.
10. Bookchin, M. (2015). *Özgürlüğün Ekolojisi*. (M. K. Coşkun, Çev.) İstanbul: Sümer Yayıncılık.
11. Bookchin, M. (2017). *Toplumsal Ekolojinin Felsefesi*. (R. Ögdül, Çev.) İstanbul: Sümer Yayıncılık.
12. Boratav , Z. (Dü.). (2000). *Türkiye' de Çevrenin ve Çevre Korumanın Tarihi Sempozyumu*. İstanbul: Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı.
13. Bozkurt, Y., & Bayansar, R. (2016). Yeni Toplumsal Hareketler Çerçevesinde Çevreci Hareket ve Gezi Parkı Olayları. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 14(2), 285.
14. Brown, L., Flavin, C., & Postel, S. (1997). *Gezeganimizi Kurtarmak*. (S. Gül, Çev.) Ankara: Tema Vakfı Uayınları .
15. Busch, O. V. (2017). *Moda Praksisi*. (D. Kılıç, Çev.) İstanbul: Yeni İnsan Yayınevi.
16. Capra, F. (2018). *Batı Düşüncesinde Dönüm Noktası*. (M. Armağan, Çev.) İstanbul : İnsan Yayınları.
17. Cebeci, D. T. (2013). Ekolojik Tekstillerin Moda Tasarımı Üzerine Etkileri, Danışman Prof Dr Sibel Arık. *Sanatta Yeterlilik Tezi*, . İstanbul.
18. Cevizci, A. (2001). *Onyedinci Yüzyıl Felsefe Tarihi*. Bursa: Asa.

19. Clark, H. (2008). Slow Fashion an Oxymoron or a Promise For the Future. *Fashion Theory*, 12(4), 427-446.
20. Coşdan, İ. Y. (2020). Moda ve Tekstil Tedarik Zincirinde Sürdürülebilir Yaklaşımlar. *Modada Yavaşlık* (s. 42). içinde İstanbul: Yeni İnsan Yayınevi .
21. Crane, D. (2018). *Moda ve Gündemleri*. (Ö. Çelik, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
22. Çakmak, E. (2019). *Kural Tanımayan Bir Moda Kılavuzu*. Ankara: Ayizi Yayınları.
23. Çayır, K. (1999). Toplumsal Sahnenin Yeni Aktörleri: Yeni Sosyal Hareketler. K. Çayır içinde, *Yeni Sosyal Hareketler* (s. 13-35). İstanbul: Kaknüs Yayınları.
24. Çevre Kanunu, (1983, 9 Ağustos) *Resmi Gazete* (Sayı, 18132). Erişim adresi: <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.2872.pdf>
25. Çiğdem, A. (1997). Toplum, doğa ve ekopolitik hareketler. *Birikim Dergisi*(98), 31-38.
26. Çüçen, K. (2006). Batı Aydınlanmasının Düşünsel Kökenleri ve Eleştirisi. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(Özel Sayı), 25-34.
27. Davis, F. (1997). *Moda, Kültür ve Kimlik*. (Ö. Arıkan, Çev.) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları .
28. Dura, C. (1991). Çevre Sorunları ve Ekonomi. *Çevre Üzerine...* içinde Ankara: Türkiye Çevre Sorunları Vakfı.
29. Durakbaşı, A., & Cindoğlu, D. (2005). Kültür Fragmanları. D. Kandiyoti, & A. Saktanber içinde, *Kültür Fragmanları* (Z. Yelçe, Çev., s. 183). İstanbul: metis.
30. Ertürk, H. (2009). *Çevre Bilimleri*. Bursa : Ekin Yayınevi .
31. Eryılmaz, Ç. (2017). Sosyal Bilim Paradigmaları Çerçevesinde Çevre Sosyolojisi'nin Kuramları ve Kavramları. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 27(1), 159-174.
32. Evecen, A. (2015, Aralık). Baudrillard'dan Modern Toplumlara Özgü Bir Moda Kavramı Çözümlemesi. *Sosyal Bilimler Dergisi*(5), 216-226.
33. Fogg, M. (2014). *Modanın Tüm Öyküsü*. (E. Gözgü, Çev.)
34. Foglar, C. (2011). Etik Moda Tasarımı: Bir Trend mi, Bir Gelecek Hareketi mi? *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Tekstil Ve Moda Tasarımı Anasanat Dalı*, 87. İstanbul.
35. Giddens, A. (2018). *Modernliğin Sonuçları*. (E. Kuşdil, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
36. Gore, A. (1993). *Küresel Denge Ekoloji ve İnsan Ruhu*. (G. Şen, Çev.) Sabah Kitapları .

37. Gökçe, B. (1993). Toplum Bilimi ve Çevre. Y. Ertürk içinde, *Toplum ve Çevre*. Sosyoloji Derneği.
38. Gökçe, O. (2019). *Klasik ve Nitel İçerik Analizi*. Konya: Çizgi Kitabevi .
39. Göklüberk Özlü , P., & Saatçioğlu , K. (2015). Etik Moda Kavramı ve Tasarımcılar. *İdil*, 4(15), 87-110 .
40. Güngör, A., Palamutçu, S., & İkiz , Y. (2009). Pamuklu Tekstiller ve Çevre: Bir Bornozun Yaşam Döngüsü Değerlendirmesi. *Tekstil ve Konfeksiyon*.
41. Gürlük, S. (2001). Dünyada ve Türkiye'd eKırsal Kalkınma Politikaları ve Sürdürülebilir Kalkınma. *Uludağ Üniversitesi İİBF Dergisi*, 9(4).
42. Hepkul, A. (2002). Bir Sosyal Bilim Araştırma Yöntemi Olarak İçerik Analizi. *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2.
43. Hethorn , J., & Ulasewicz, C. (2009). *Sustainable Fashion Why Now?* Amerika: Fairchild Books .
44. İlkin , A., & Alkin , E. (1991). *Çevre Sorunları*. Ankara: Türkiye Odalar Borsalar Birliği.
45. İşmal, Ö., & Yıldırım , L. (2004). Tekstil Tasarımında Çevre Dostu Yaklaşımlar . *Akdeniz Sanat Dergisi* , 9-13.
46. Jardins, J. R. (2006). *Çevre Etiği*. (R. Keleş, Çev.) Ankara: İmge .
47. Johnston, H., Larana , E., & Gusfield, J. (1999). Kimlikler, Şikayetler ve Yeni Sosyal Hareketler. K. Çayır içinde, *Yeni Sosyal Hareketler* (s. 131-168). İstanbul: Kaknüs Yayınları.
48. Karabıyık Barbarosoğlu, F. (1995). *Moda ve Zihniyet*. İstanbul: İz Yayıncılık .
49. Kartal, B., & Kümbetoğlu , K. (2017). *Yeni Toplumsal Hareketler*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları .
50. Kasapoğlu, M. (1997). Çevresel Davranış Modeli. *Amme İdaresi Dergisi*, 30(2), 19-29.
51. Kawamura, Y. (2016). *Moda-loji*. (Ş.Özüdoğru, Çev.) İstanbul: Ayrıntı.
52. Kaya, Y. (2011). Çok taraflı çevre anlaşmalarına uyum sorunu ve Türkiye üzerine bir değerlendirme. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(2), 447.
53. Kaypak, Ş. (2011). Küreselleşme Sürecinde Sürdürülebilir Bir Kalkınma İçin Sürdürülebilir Bir Çevre. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 19-33.
54. Keleş, R., & Hamamcı, C. (1993). *Çevrebilim*. Ankara: İmge.
55. Keleş, R., Hamamcı, C., & Çoban , A. (2015). *Çevre Politikası*. Ankra: İmge.
56. Kılıç, S. (2002). Çevreci Sosyal Hareketlerin Ortaya Çıkışı, Gelişimi ve Sona Ermesi Üzerine Bir İnceleme. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi* , 57(2).

57. Kılıç, S. (2006). Modern Topluma Ekolojik Bir Yaklaşım. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(12), 108-127.
58. Kılıç, S. (2012). Sürdürülebilir Kalkınma Anlayışının Ekonomik Boyutuna Ekolojik Bir Yaklaşım. *İ.Ü Sosyal Bilgiler Fakültesi Dergisi*(47), 201-226.
59. Kılıçbay, M. A. (1989). Çevre'nin Çerçevesi. *Türkiye Günlüğü*(3), 35-38.
60. Kipöz, Ş., & Atalay, D. (2015). Etik Modanın Temsiliyeti Bağlamında Vaatleri ve Çelişkileri: 'Etik Moda Ne Kadar Etik Sunuluyor? *Yedi: Sanat Tasarım ve Bilim Dergisi*(14), 101-115.
61. Kipöz, Ş. (2020). *Modada Yavaşlık*. İstanbul: Yeni İnsan Yayınevi.
62. Kışlalıoğlu, M., & Berkes, F. (1993). *Ekoloji ve Çevre Bilimleri*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
63. Koçak, A., & Arun, Ö. (2006). İçerik Analizi Çalışmalarında Örneklem Sorunu. *Selçuk İletişim*, 4(3), 21-28.
64. Konak, N. (2010). Çevre Sosyolojisi: Kavramsal ve Teorik Gelişmeler. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(24), 271-283.
65. Kongar, E. (1995). *Toplumsal Değişme Kuramları ve Türkiye Gerçeği*. Remzi Kitabevi.
66. Kurtoğlu, N., & Şenol, D. (2004). Tekstil ve Ekolojiye Genel Bakış, Karsinojen ve Allerjik Etki Yapabilen Tekstil Kimyasalları. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Fen ve Mühendislik Dergisi*, 1(7), 26-31.
67. Maltaş, A. (2015). Ekoloji Ekseninde İnsan-Doğa İlişkisi ve Özne Sorunu. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 1-8.
68. Ross, M. (Prodüktör), & Morgan, A. (Yöneten). (2015). *The True Cost* [Sinema Filmi]. Amerika.
69. Odabaşı, S. (2016). Sürdürülebilir Moda Döngüsünde Moda Tasarımcısının Rolü. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir Anadolu Üniversitesi. Eskişehir*.
70. Offe, C. (1999). Yeni Sosyal Hareketler: Kurumsal Politikanın Sınırlarının Zorlanması. K. Çayır içinde, *Yeni Sosyal Hareketler* (s. 56-80). İstanbul: Kaknüs Yayınları.
71. Onur, N. (2014). *Moda Bulaşıcıdır*. Epsilon Yayınları.
72. Oral, O., Dirgar, E., & Erdoğan, Ç. (2011). Tekstil ve Hazır Giyim Üretiminde Ekoloji. *Akdeniz Snat*, 4(8), 31-33.
73. Ovacık, M. (2019). Sağduyulu Dişil Yaratıcılık:Zanaat,Onarım ve Dönüşüm . Ş. Kipöz içinde, *Sürdürülebilir Moda* (s. 43-60). İstanbul: Yeni İnsan Yayınevi.
74. Önder, T. (2003). Yeşil Siyaset. M. Türköne içinde, *Siyaset* (s. 591-628). Ankara : Lotus Yayınevi.

75. Öz, E. (1989). Dünya'da ve Türkiye'de "Ekoloji Hareketi'nin Gelişimi: Çevre Koruma Derneklerinden Siyasal Partilere. *Türkiye Günlüğü*(3), 2-34.
76. Özerkmen, N. (2002). İnsan Merkezli Çevre Anlayışından Doğa Merkezli Çevre Anlayışına. *Ankara Üniversitesi Dil Tarih Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 42(1-2).
77. Öztürk, Ö. (2017). Çevrecilik Söylemleri ve Türkiye'deki Çevre Hareketlerinin Seyri. *Tarih Kültü ve Sanat Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 441-456.
78. Pelenk Özel , A. (2015). Çevresel Aktivizm, Halkla İlişkiler ve Yeşil Aklama üzerine Kuramsal Bir Bakış. *Selçuk İletişim Dergisi* , 8(4), 73-89.
79. Plumwood, V. (2004). *Feminizm ve Doğaya Hükm etmek*. (B. Ertür, Çev.) İstanbul: Metis Yayıncılık .
80. Sekreterliği, İ. G. (2005, Mart). Tekstil ve Konfeksiyon Sektöründe Ekoloji ve Ekolojik Etiketler. *Tekstil ve Konfeksiyon Sektöründe Ekoloji ve Ekolojik Etiketler*. İstanbul: İTKİB AR&GE ve Mevzuat Şubesi.
81. Sekreterliği, İ. T. (2005). Tekstil ve Konfeksiyon Sektöründe Ekoloji ve Ekolojik Etiketler. İstanbul: İTKİB Araştırma Geliştirme ve Mevzuat Şubesi.
82. Serres, M. (1994). *Doğayla Sözleşme*. (T. Ilgaz, Çev.) İstanbul: Yapı Kredi .
83. Silverman, K. (2016). Moda Bir Söylemden Parçalar. *Eğlence İncelemeleri* (N. Gürbilek, Çev., s. 196-212). içinde İstanbul: Metis.
84. Simmel, G. (2017). *Modern Kültürde Çatışma*. (T. Bora , U. Özmakas, N. Kalaycı, & E. Gen , Çev.) İstanbul: İletişim .
85. Sulak, H. (2018). İnsan Doğa İlişkisinin Dönüşümü : Tarihsel Bir Perspektif. *Kent Kültürü ve Yönetimi Hakemli Elektronik Dergi*, 11(1).
86. Tarakçıoğlu, I. (2008). *Organik Pamuk ve Tekstil Sanayii*. İstanbul Ticaret Odası Yayını.
87. Tavşancıl, E., & Aslan , A. (2001). *İçerik Analizi ve Uygulama Örnekleri*. İstanbul: Epsilon Yayıncılık.
88. Tuna, M. (2000). İnsan Çevre İlişkilerinin Tarihsel Evrimi ve Modern Çevreciliğin Doğuşu. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 3(1-2), 67.
89. Tuna, M. (2000). İnsan Çevre İlişkilerinin Tarihsel Evrimi ve Modern Çevreciliğin Doğuşu. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 3(1-2), 67.
90. Tuna, M. (2001). Çevre Sosyolojisinde Toplumsal Kurgusal Model. *Mülkiye*, XXV(29), 229-243.
91. Tübitak. (2003). *Çevre ve Sürdürülebilir Kalkınma Tematik Paneli*. Ankara: Tübitak.
92. Türkmen , N. (2004). Sürdürülebilir Bir Tekstil Endüstrisi İçin "Yavaşlık" ve Alternatif Üretim Modelleri. *Akdeniz Sanat Dergisi*, 59-61.

93. Türkmen, N. (2009). Tekstil ve Moda Tasarımı Açısından Sürdürülebilirlik ve Dönüşüm . *Sanatta Yeterlilik Tezi* .
94. Ünlütürk, Ç. (2006). Sendikal Hareket ve Çevre Sorunları: Türkiye'de Sendikaların Çevre Politikaları. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi. Ankara.*
95. Veblen , T. (2017a). *Aylak Sınıfın Teorisi Kurumların İktisadi İncelemesi*. (E. Kırmızıaltın , & H. Bilir, Çev.) Ankara: Heretik Yayınları.
96. Veblen , T. B. (2017b). *Seçilmiş Makaleler*. (E. Kırmızıaltın. Çev.) Ankara: Heretik.
97. Wallman, J. (2018). *İstif Çağı*. (S. Karagözoğlu, & A. Özgören , Çev.) İstanbul: Doğan Egmont Yayıncılık .
98. Waquet, D., & Laporte, M. (2011). *Moda*. (I. Ergüden, Çev.) Ankara: Dost.
99. Yalçın, A. (2016). Sürdürülebilir Kalkınma İçin Yeşil Ekonomi Düşüncesi ve Mali Politikalar. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(1), 749-775.
100. Yazan, Ü. M. (1995). Sosyolojik Açıdan Moda. *İzlenim Dergisi*(23-24).
101. Yazgan, N. (2000). Türkiye'de son 25 yılda Çevrenin Değişimi . Z. Boratav içinde, *Türkiye'de Çevrenin ve Çevre Korumanın Tarihi Sempozyumu* (s. 15-20). İstanbul.
102. Yılmaz, S. (2020). *Giysiler Ne Anlatır?* İstanbul: Mundi Kitap.
103. Yücel , S., & Tiber, B. (2018). Hazır Giyim Endüstrisinde Sürdürülebilir Moda. *Tekstil ve Mühendis*, 25(112), 370-380.

İNTERNET KAYNAKLARI

1. <http://yavuzodabasi.blogspot.com/2008/02/adil-ticaret-uygulamalar-ve-pazarlama.html> , Erişim tarihi: 18.03.2020, 08:46
2. https://www.bugday.org/portal/haber_detay.php?hid=21 , Erişim tarihi:20.02.2020,20:35
3. <https://wwfmarket.com/collections/arzu-kaprol-x-wwf> Erişim Tarihi: 05.03.2020
4. <https://wwfmarket.com/>. Erişim Tarihi 26.02.2020 16:15
5. <https://vogue.com.tr/haber/vetements-eski-kiyafetlerinizi-istiyor> Erişim tarihi: 05.03.2020, 22:40
6. <https://gazetesu.sabanciuniv.edu/ogrencilerden/surdurulebilir-moda-mi> Erişim tarihi:20.02.2020,22:00
7. <https://modakariyeri.com/vetements-vitrin/> Erişim tarihi: 07.03.2020, 00:07
8. <http://benkoltd.com/suyapo/surdurulebilir/surdurulebilirlik.asp> erişim tarihi 06.03.2020, 16:40
9. https://www.geka.gov.tr/Dosyalar/o_19v5e00u1ru61bbncf2qmlcpv8.pdf Erişim Tarihi 07.03.2020, 00:40
10. <http://cevre.mf.duzce.edu.tr/> , Erişim Tarihi: 24.02.2020 22:10
11. http://cevre.mf.duzce.edu.tr/Dokumanlar/cevre_mf/Dosyalar/S%C3%9CRD%C3%9CR%C3%9CLEB%C4%B0L%C4%B0R%20Kalk%C4%B1nma%20ve%20%C3%87evre.pdf Erişim tarihi: 05.03.2020, 22:30
12. <https://oggusto.com/blog/detay/1125/etik-yavas-ve-surdurulebilir-bir-moda-mumkun.html> , Erişim tarihi:07.07.2020, 21:00
13. Bkz. <https://www.herkesebilimteknoloji.com/haberler/surdurulebilirlik/moda-endustrisinin-cevreye-verdigi-zarar-giderek-artiyor> Erişim tarihi: 28.12.2020, 22:30
14. <https://www.instagram.com/p/B4fNRfmgdvo/> Erişim tarihi: 07.01.2021, 19:53
15. <https://www.instagram.com/p/B2CS4xEp5YB/> Erişim tarihi: 07.01.2021
16. <https://www.instagram.com/p/Brk8uYLADAR/> Erişim tarihi: 07.01.2021, 19:50
17. <https://www.instagram.com/p/BrcizJZAqtb/> Erişim tarihi: 07.01.2021, 20:00
18. <https://www.instagram.com/p/BjSK6J0gPMg/> Erişim tarihi: 07.01.2021, 20:05
19. <https://www.instagram.com/p/BjSK6J0gPMg/> Erişim tarihi: 07.01.2021, 20:05

20. <https://www.bilgi.edu.tr/tr/etkinlik/9591/moda-tasarim-studyosu-1-ogrenci-ileri-sergisi-ileri-donusum-upcycling/> Erişim: 07.01.2021,20:12
21. <https://www.instagram.com/p/CA2SJeQApS2/> Erişim tarihi: 07.01.2020, 20:15