

T.C
MİMAR SİNAN GÜZEL SANATLAR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEKSTİL VE MODA TASARIMI ANASANAT DALI
TEKSTİL VE MODA TASARIMI PROGRAMI

**ETİK MODA TASARIMI:
BİR TREND Mİ, BİR GELECEK HAREKETİ Mİ?**

(Yüksek Lisans Tezi)

Hazırlayan:
20096122 Christine FOGLAR

Danışman:
Prof. Kemal CAN

İSTANBUL 2011

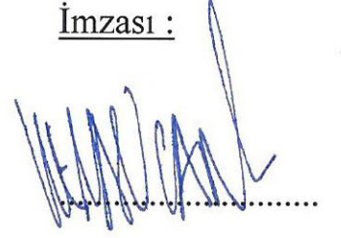
Christine FOGLAR tarafından hazırlanan **Etkin Moda Tasarımı : Bir Trend mi, Bir Gelecek Hareketi mi?** adlı bu çalışma aşağıda adları yazılı jüri üyelerince Oybirliğiyle / ~~Oyçokluğuyla~~ Yüksek Lisans Tezi olarak Kabul Edilmiştir.

Kabul (Sınav) Tarihi : 09 / 06 / 2011

(Jüri Üyesinin Ünvanı , Adı , Soyadı ve Kurumu) :

İmzası :

Jüri Üyesi : Prof.Kemal CAN (Danışman)



Jüri Üyesi : Yrd.Doç.Nesrin TÜRKMEN



Jüri Üyesi : Yrd.Doç.Lerzan ÖZER (MSGÜ.Seramik ve Cam Tas.)



İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa no.</u>
ÖNSÖZ	6
ÖZET	7
SUMMARY	8
RESİMLER LİSTESİ	9
1.GİRİŞ	11
1.1. Moda Endüstrisi	11
1.1.1. Endüstrileşme Öncesi Moda Dünyası	11
1.1.1.1. Lüks Kumaşlar ve Süslemeler	12
1.1.1.2. 17. ve 18. Yüzyılında Yaygın Halk Modası	12
1.1.1.3. Erken Sanayileşme	13
1.1.1.4. Makine ile Giysi Üretimi	13
1.1.1.5. 18.Yüzyılda Çevre ve Sosyal Sorumluluk	13
1.1.1.6 Endüstrileşme	14
1.1.1.7 Modacıların Moda olması	14
1.1.1.8. 19. yüzyıl sonlarında üretim	15
1.1.1.9. II. Dünya Savaşı Modası	16
1.1.1.10. Yapay Lif Üretiminin Başlaması	16
1.2.1. 1960 ile Yirmi birinci yüzyıl başları	17
1.2.2. Moda Karşıtlığının Gündeme Gelmesi	18
1.2.3. Çevrecilik ve Sosyal Bilinç	19
1.2.4. Özenli Yeni Yaşam Tarzı ve Zorlukları	20
1.2.5. Etik Modanın Gerekliliği	21
1.3. Günümüzde Etik Moda	22
2. KÜRESEL MODA ENDÜSTRİSİNDE ÇALIŞMA KOŞULLARI	28
2.1.1. Maaşlar ve Çalışma Saatleri	28
2.1.2. Sağlık ve Güvenlik	30
2.1.3. Hamilelik	31
2.1.4. Taciz ve Şiddet	32

2.1.5. Giyim Fabrika İşçilerini Genel Durumu: Vaka Çalışması Türkiye .	34
2.1.6. “1980” Sonrası Türkiye Giyim Sanayinin Gelişimi.....	36
2.1.7. Türk Giyim Fabrikalarında Çocuk İşçiliği.....	38
2.1.8. Cinsiyet Ayrımcılığı	39
2.1.9. Evde Çalışma	39
2.1.10. Sendikaya girmeye çalışma.....	40
2.2. Küresel Tekstil ve Moda Endüstrisinde Çocuk İşçiliği	41
2.2.1 Çocukların çalışmasının nedeleri.....	42
2.3. Uluslararası Örgütler.....	43
2.3.1. Uluslararası Örgütlerden Bazı Örnekler: Clean Clothes Campaign	45
2.3.2. Labour Behind The Label	46
2.3.3. Etik Ticaret Girişimi.....	47
2.4. Küresel Tekstil ve Moda Endüstrisinde düşük ücret politikaları:	48
2.4.1. “Terhane” (Sweatshop) Tarihçesi	50
3. ÇEVRESEL ETKİ.....	53
3.1.1. GDO	54
3.1.2. Lîf Üretimin Çevresel Etkileri	55
3.1.2.1. BU Lîflerden Bazıları Sunlardır: Pamuk	55
3.1.2.2. Yün	56
3.1.2.3. Naylon- Polyester	56
3.1.2.4. Rayon (Suni İpek).....	57
3.1.3. Lîflerin Yıkanması	57
3.2. Çevresel Etkiye Olumsuz Bir Örnek: Aral Gölü.....	58
3.3. İpek Üretimi	62
3.3.1 İpek Böceği Endüstrisi	64
3.3.2. Yabani İpek.....	65
3.3.3. Sürdürülebilir, etik ve sağlık olması açısından ipeğin değeri:	67
3.3.4. İpeğin Aprelenmesi	68
4. TÜKETİCİ ETKİSİ	70
4.1. Tüketicilerin Sorumluluğu	70
4.1.1. Tüketici Anketi	71
4.2.1. Giysi Boykotları.....	73

4.2.2. Etik Kozmetikler	73
4.2.3. Etik Giysi.....	73
4.2.4. Yeniden Kullanım için Alım	74
4.3. Modern ve Geleneksel Kültürel Yaratıcılar	74
4.3.1. Kültürel Yaratıcıların Yaşam Tarzları	75
4.3.2. Kültürel Yaratıcıların Kişisel Gelişimleri:	75
4.3.3. Kültürel Yaratıcılarda Sağlıklı İlişkiler, Sağlıklı Yaşam.....	75
4.3.4. Kültürel Yaratıcılarda Sürdürülebilir Ekonomiler ve Ekolojik Yaşam	76
4.3.5. Kültürel Yaratıcılarda Doğal Sistemler ve Teknoloji Entegrasyonu	77
4.3.6. Kültürel Yaratıcılarda Tüketim	78
4.3.7. Geleceği Etkileyen Kültürel Yaratıcılar.....	79
4.4. LOHAS	79
4.4.1. LOHAS Değerleri	81
4.4.2. Pazaryeri	82
4.5. Giysilerde Temizlik Sorunu (Yesşil Yıkama)	83
4.5.1. Toplu Yıkama	86
4.6. Bilinçli Kamuoyu	86
4.6.1. Etik Modanın Pazardaki Yeri	87
4.7. Üretimde Şeffaklık	87
4.7.1. Made-By (Tarafından yapılmıştır)	88
4.8. Paylaşım	89
5. ETİK TASARIM	90
5.1. Etik Moda'ya Anahtar Bir Tasarım Aracı	90
5.1.1. Tasarım Aktivizmi	91
5.1.1.1. Bugün "Tasarım"ın Tanımı.....	91
5.1.1.2. Bugün "Aktivizm"ın Tanımı.....	91
5.1.1.3. Aktivistlerin Çalışma Yöntemleri	92
5.2. Eko-Moda Çağının Yaklaşması	93
5.2.1. Etik Moda Tasarımcılarından Örnekler	93
5.2.1.1. Tamasyn Gambell.....	93

5.2.1.2. Gary Harvey	94
5.2.1.3. Fin.....	95
5.2.1.4. Isabell De Hillerin.....	95
5.2.1.5. Bodkin.....	96
5.2.1.6. Kontiki.....	97
5.3. Etik Tasarım Uygulaması.....	98
5.3.1. Seçimler Önemlidir	98
5.3.1.1. Tasarımcının Tercihi.....	98
5.3.1.2. Moda Endüstrisinde İplik Seçiminin Geleceği	99
5.3.1.2.1. Doğal İplik.....	99
5.3.1.2.1.1. Organik Pamuk.....	100
5.3.1.2.1.2. Kenevir	101
5.3.1.2.1.3. Rami	102
5.3.1.2.1.4. Jüt (Hint Keneviri)	102
5.3.1.2.1.5. Vahşi İpek (Tussah İpeği)	102
5.3.1.2.1.6. Organik Yün.....	103
5.3.1.2.2.1. Kolay Yenilenebilir Malzemeler	103
5.3.1.2.2.1.1. Mısır.....	104
5.3.1.2.2.1.2. Bambu	104
5.3.1.2.2.1.3. Kenaf	105
5.3.1.2.2.1.4. Liyosel	105
5.3.1.2.2.2. Protein Malzeme.....	106
5.3.1.2.2.2.1. Soya	106
5.3.1.2.2.2.2. İnek Sütü	107
5.3.1.2.2.2.3. Tavuk Tüyleri	107
5.3.1.2.2.3. İplik Üretiminde Atık Maddeler	107
5.3.1.2.2.3.1. İplik Malzemelerin Geri Dönüştürülmesi	108
5.4. Belgelendirme – Etik Moda Üretimine Bağlılık.....	109
5.4.1. GOTS – Global Organik Tekstil Standardı.....	110
5.4.1.1. Kriter	110
5.4.1.1.1. İplik İmalatı	111
5.4.1.1.2. İşleme	111

5.4.1.2. Kalite Güvencesi.....	112
5.4.1.3. Etiket Seviyeleri	113
5.4.2.1. Organik Değişim	114
5.4.2.1.1. Sürdürülebilir Değerler için OD'nin Misyonu	114
5.4.2.1.2. Standartlar	115
5.4.2.1.3. Etiketlendirme	116
5.5. Şekil Fonksiyonu İzler.....	116
5.5.1. Uygun Tasarımlar	118
5.5.2. Atık Kumaş Değil Moda Yaratmak.....	119
5.5.2.1. Zıyan Edilen Kumaşlar ve Yapboz.....	120
5.5.2.2. Yöntemler Oluşturmak	120
5.5.2.2.1. Elle Şekil Verme ve Bütünsel Dokuma	121
5.5.2.2.2. BPK – Bir Parca Kumaş Projesi.....	121
5.5.2.2.3. Kes ve Dik	122
5.5.3. Yapboz ve Çağdaş Moda Tasarımları	123
5.5.3.1. Desen Tasarımı	125
5.5.3.2. Seviyelendirme – farklı Bedenlere göre Ayarlama	130
5.5.3.3. Artık Kumaşlar ve Giysi Tasarımı	131
5.5.3.4. Kumaş Artığını Sonlandırma Yaklaşımı	133
5.6. Yavaş Tasarım	135
SONUÇ	138
KAYNAKLAR	140
ÖZGEÇMİŞ.....	145

ÖNSÖZ

Bu çalışmada öncelikle günümüz moda endüstrisi toplumsal ve çevresel acılardan incelenmiş etkileşimlerin sonucunda ortaya çıkan neden-sonuç ilişkilerine, olumlu yada olumsuz etkilere dikkatlerin çekilmesi amaçlanmıştır. Bu konular ile ilgili olarak, genel anlamda, tasarımcının olmazsa olmaz niteliğindeki rolü, önemi, tüketicinin eğitilmesi ile ilgili sorumlulukları, araştırılan diğer anabашlıklardır. Bu düşünce ile “Etik Moda Tasarımı: Bir Trend mi, Bir Gelecek Hareketi mi?” hakkında araştırma ve belgeleme niteliğinde çalışma yapılmıştır.

Tez danışmanım Bölüm Başkanım Prof. Kemal Can’ a tüm bu yaratıcı öğretim uygulamaları ve Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesinde araştırmam süresince çok büyük desteği ve teşviki için teşekkür ederim.

Araştırmam sırasında katılımları ile tezimi destekleyen ailem ve arkadaşlarıma teşekkür ederim.

Mayıs 2011

Christine Foglar

ÖZET

ETİK MODA TASARIMI: BİR TREND Mİ, BİR GELECEK HAREKETİ Mİ?

Christine FOGLAR

Çalışmanın birinci bölümünde, moda ve tekstil tarihinin ve sürdürülebilirlik hareketinin gelişimi hakkında genel bir bilgi verilmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümünde, küresel moda endüstrisinde çalışma koşulları, maaşlar, çalışma saatleri, hamilelik, cinsiyet ayrımcılığı, evde çalışma gibi konular araştırılmıştır.

Çalışmanın üçüncü bölümünde, lif ve kumaş üretimin çevresel etkileri belgelenmiştir.

Çalışmanın dördüncü bölümünde, tüketicilerin sorumluluğu incelenmiştir. Günümüzün yeni tüketici hareketleri, kültürel yaratıcıları ve LOHAS gibi gruplar, onların yaşam tarzları, bugünkü giysilerde temizlik sorunları, tüketici alışkanlıkları araştırılmış ve incelenmiştir.

Çalışmanın beşinci bölümünde, moda tasarımcısının kendi etik tasarım stratejisini geliştirmesini destekleyen üç farklı tasarım yaklaşımı incelenmiştir. Günümüzde tasarımcılar moda endüstrisinde etik ve sürdürülebilirliği örnek olarak göstermiş ve kullandıkları daha sürdürülebilir ve çevre dostu kumaş seçimlerini araştırmışlardır.

Anahtar Kelimeler: Moda, Etik, Sürdürülebilir, Tasarım, Trend, Gelecek Hareketi

SUMMARY

ETHICAL FASHION DESIGN: TREND, OR FUTURE MOVEMENT?

Christine FOGLAR

In the first chapter of this study a general information about the history and the development of the sustainability movement of fashion and textile has been given.

In the second chapter of this study working conditions, like salary, pregnancy, gender discrimination, working at home, of the global fashion industry have been researched.

In the third chapter, the environmental impact of fiber and fabric production has been discussed.

In the fourth chapter the consumers responsibility has been analysed. Today's new consumer movement, groups like Cultural Creatives and Lohas, and their life style, actual issues about cleaning clothes and consumer habits have been researched and analysed.

In the fifth chapter of this work, three different design approaches have been analysed to develop and support the fashion designer's ethical design strategies. Nowadays Fashion designer which have based their principles on ethics and sustainability in the fashion industry have been shown as an example and their sustainable and eco-friendly fabric choices have been researched.

Key Words: Fashion, Ethics, Sustainability, Design, Trend, Future Movement

RESİMLER LİSTESİ

Resim 3. 1: Kuzey Aral Denizi.....	63
Resim 4. 1: Ceramic Wash Balls.....	86
Resim 4. 2: Made-By Düğmesi.....	90
Resim 5. 1: Tamasyn Gambell.....	95
Resim 5. 2: Tamasyn Gambell.....	96
Resim 5. 3: Gary Harvey.....	97
Resim 5. 4: Fin.....	98
Resim 5. 5: İsabell De Hellerin.....	100
Resim 5. 6: Bodkin.....	101
Resim 5. 7: Kontiki.....	103
Resim 5. 8: Kontiki.....	103
Resim 5. 9: Issey Miyake.....	128
Resim 5. 10: Mark Liu.....	131
Resim 5. 11: Claire McCardell.....	133
Resim 5. 12: Holly Mcquillan.....	135
Resim 5.13: Yeohlee Teng.....	136
Resim 5. 14: Thayaht.....	137
Resim 5. 15: Katherine Townsend.....	140
Resim 5. 16: Katherine Townsend.....	141

***“Açlık ve mutsuzluğa neden oluyorsa,
en güzel giyside bile bir güzellik yoktur”***

Mahatma Ghandi

1.GİRİŞ

1.1. Moda Endüstrisi

Moda Endüstrisi dünya ekonomisinin önemli bir parçası olarak çok hızlı gelişmektedir. 2000 yılında dünya tüketicileri giyime yaklaşık 1 trilyon ABD doları harcadı – bunun kabaca üçte biri Batı Avrupa’da, üçte biri Kuzey Amerika’da ve dörtte biri Asya’da harcanmış oldu. ¹

Bu sektörde kaç kişinin çalıştığını hesaplamak bölgedeki küçük firmaların, taşeronların sayısı tam olarak bilinmediği ve sektörler arasında çizilen sınırların zorluğu nedeniyle oldukça güçtür. UNIDO (Birleşmiş Milletler Sınai Kalkınma Örgütü) Sınai İstatistik Veri Tabanı (INDSTAT) son (2006) istatistiğine göre yaklaşık 26,5 milyon kişi dünya genelinde giyim ve tekstil sektöründe çalışmaktadır. ²

1.1.1. Endüstrileşme Öncesi Moda Dünyası

Hazır giyim sektörü her zaman bugünkü gibi olmamıştır. Endüstrileşme Öncesi Moda Dünyasına bakarsak uzak pazarlar arasındaki ticarete rağmen tüketiciler için sınırlı kumaş seçimine neden olan tekstil üretimi çeşitliliği dünya genelinde eşit dağılımlı değildir. Örneğin Kuzey Avrupa’nın iklimi keten ekimi için idealdir fakat pamuk için büyüme dönemi çok kısadır. Avrupalılar 1600’lü yıllarda, İngilizler ve Hollandalılar Hindistan’la pamuk üretim ticaretine başlayıncaya kadar pamuklu giysi giymiyorlardı.

¹ Ticari Fuar ve Oxfam Uluslararası; 2004, „Haklarımızın ticaretini yapma“, global tedarik zincirinde çalışan kadınlar.
www.agribusinessaccountability.org

² ILO (International Labour Office) Global Employment Trends Brief, January 2010
[www.ilo.org](http://www.ilo.org/pls/apex/f?p=109:3:3009996334903392::NO::P3_SUBJECT:EMPL)
http://www.ilo.org/pls/apex/f?p=109:3:3009996334903392::NO::P3_SUBJECT:EMPL

Pamuğun popülaritesi İngiltere'deki yerli yünü ve Fransa'daki ipek sanayini tehdit etmiştir, bunun sonucu olarak 1700'lerin ortasına kadar Hindistan boyalı pamukların giyilmesi ve ithalatına karşı mevzuat düzenlenmiştir.

1.1.1.1. Lüks Kumaşlar ve Süslemeler

İşçilik gerektiren giysilerin üretiminin parasal değeri yüksek olduğundan, bu aristokrasi için lüks giyimdi. Nakış, dantel, brokar ve kadife gibi lüks kumaş yapmak için özel teknikler gerektiğinde maliyet, dolayısıyla fiyatlar daha da artmaktaydı. İpek veya altın yaldızlı iplik gibi pahalı hammaddeler maliyet eklemekteydi. Ancak kumaşları kesmek ve dikmek için gerekli işçilik ucuzdu. Dolayısıyla giyimde kumaşın kalitesi sitilinden çok kişinin durumunu belirtmektedir. Sadece aristokratların güzel kumaşları ve süslemeleri almaya gücü yeterdi. Aristokratlar giysilerini Avrupa'nın önde gelen mahkemelerinden ilham alan uzmanlarına yaptırıyorlardı. On yedinci ve on sekizinci yüzyıla ait portrelerde bu dönemde modanın özenli hazırlandığı ve renkli olduğu görülmektedir. Aristokratlar kadınlar tarafından yakından izlenmekteydi.

1.1.1.2. 17. ve 18. Yüzyılında Yaygın Halk Modası

Kaba ve düz kumaşlardan yapılan mat renkli giysiler giyen çiftçiler ve işçiler genellikle kumaşlarını ve giysilerini kendileri dokuyup, dikerlerdi. Avrupa ve Amerika'daki çoğu kimse sadece birkaç takım giysiye sahipti; fazla giysilere ihtiyaçları yoktu. Kadınlar modadaki değişiklikleri yansıtmak için en iyi kıyafetlerini değiştirmekteydi. İnsanlar giyim süresini uzatmak için çoğu kez giysilerini tamir etmekteydi. Bir pamuklu iş pantolonu atılmadan önce diz ve kık kısımlarından defalarca yamalanmaktaydı.

Eski fakat halen kullanabilen giysiler yerel piyasada ve gezginci esnaf aracılığıyla satılmaktaydı. Giysiler öyle değerliydi ki genellikle çamaşır

sepetlerinden çalınırdı. İnsanlar giysilerine kendi istekleri doğrultusunda belirli isimler bile takmışlardır.

1.1.1.3. Erken Sanayileşme

Sanayileşmenin ilk adımları on sekizinci yüzyılın ikinci yarısında İngiltere, Fransa ve A.B.D'deki yaratıcı düşünceler ve beraberinde, lifi işleyerek kumaş elde etmek üzere icat edilen makineler sayesinde atılmıştır. 1733 ve 1790 yılları arasında yapılan icatlar ile tekstil sektöründe endüstriyel üretim büyük aşama kaydetmiştir, Richard Arkwright “Endüstri Devriminin babası” olarak hatırlanmaktadır.³

1.1.1.4. Makine ile Giysi Üretimi

1820’lerde Atlas Okyanusunun her iki yakasındaki fabrikalar arzı arttırıp fiyatı azaltan giysilerin üretimine başlamışlardır. Ucuz fabrika yapımı giysilerin fazlalığı tarihte önceki dönemlere göre daha fazla insanın iyi giyinmesine olanak sağlamıştır.

19. yüzyılın ilk yarısında giysi üretimi tekstil üretimi kadar makine ile yapılmıyordu. 1846’ da dikiş makinesinin icadına kadar tüm dikişler el ile yapılmıyordu. O zamanlar küçük giysi fabrikaları vardı ve hazır giyim perakende mağazalarda ve posta ile mal siparişi aracılığıyla satılmaktaydı. 1850’lerde birçok giysi halen sipariş üzerine yapılmaktaydı. Tam teşekküllü hazır giyim fabrikasının gelişimi sermaye arttırımı ile üretimde teknolojik yöntemlerin kullanılmasına bağlıydı. Tüm bileşenler 1860’larda yerini aldı.

1.1.1.5. 18.Yüzyılda Çevre ve Sosyal Sorumluluk

³ WILSON. (1979), s 200.

İlk tekstil üreticileri üretim sırasında yapılan işlemlerin, çevreye olan olumsuz etkilerini düşünmemişlerdi. Tekstil ıslak terbiye bitim işlemlerinde kullanılan kimyasallar akarsu ve çaylara boşaltılmaktaydı. Ayrıca boyaları kumaşa bağlamakta kullanılan demir, kalay, krom ve bakır gibi renk sabitleştiricilerin kullanılması söz konusuydu. Tekstil endüstrisi adil işgücü uygulamaları ile de çok ilgili değildi. Üreticiler bugün de yaptıkları gibi en ucuz işgücüne bakmaktaydılar. Başvuru merci eksikliğini kullanarak haksız işgücü uygulamaları ile bazen çocukları, genç kadınları ve göçmenleri işe almışlardı. İlk yıllarda endüstri uzun saatler ve dalgalı maaş derecesi ile kendini belli etmekteydi. Ayrıca üretim sağlıksız ortamlarda yapılmaktaydı. Örneğin nemli ve tiftik yüklü havada kolaylıkla yayılan tüberküloz gibi akciğer hastalıkları çok yaygındı.

1.1.1.6 Endüstrileşme

1860 ve 1960 yılları arasında teknolojik ve sosyal gelişmeler hem moda üretiminden hem de moda tüketiminden etkilenmiştir. Modacı sisteminin doğması, sosyal sistem değişiklikleri ve hazır giyim endüstrisinin büyümesi bunlar arasında sayılabilir. Bu gelişmeler yayılmaya ve moda olan ürünlere yol açtı ve şu anda içinde bulunduğumuz bolluğa zemin hazırladı.

1.1.1.7 Modacıların Moda olması

İngiliz Charles Frederick Worth 1857 yılında müşterilerinin siparişlerinin modellerinden yaptığı koleksiyonunu kullanarak terzilik işletmesi açtığında modacılık sistemi Paris'te başlamış oldu. Bir süre sonra, markaları giysilerde görünen terziler tasarımcı kimliğini aldılar. Bu dönemde Paris, kadın giyiminde dünya moda başkenti olarak anılmaktaydı. Erkek giyimi için ise İngiltere başı çekmekteydi. Londra'nın Savile Row caddesi hem kent hem de ülke giysileri için elit kesim arasında trend oluşturarak önem kazanmıştır. Sanayi Devrimi ile oluşan zenginlik hem Paris moda tasarımcıları hem de

Londra terzileri için sağlam bir müşteri tabanı oluşturmuştur. Sosyal tabakanın üst kesimindekiler dünyanın model başkentlerinde yapılan prestijli giyim etiketlerini elde etme yoluyla statülerini gösterirken yükselen orta sınıftakiler de modanın içerisinde olmak istiyordu. 1860'larda kâğıt kalıp endüstrisinin gelişmesi ile dikiş becerisi olanlar için evde modaya uygun giyim eşyalarının dikilme fırsatı oldu. 1867 yılında kurulan Harper's Bazaar, giysi, aksesuar ve saç modeli için trendler yayınlamıştır; böylelikle abone olanlar kendi modalarını tekrar yaratabilmekteydiler.

1.1.1.8. 19. yüzyıl sonlarında üretim

Teknoloji beraberinde tekstil üretimini de geliştirmişti. Dantel, kadife ve pek çok pahalı kumaşlar dâhil her türlü tekstil üretimi makine ile yapılmaktaydı. Sentetik boyalar Wiliam Perkin' in 1865 yılında leylak rengini bulmasından sonra ortaya çıkmıştır. Moda kumaşlarında bu boya beraberinde parlak mor, pembe, mavi ve turuncu gibi renklerin de kullanımına yol açmıştır.

On dokuzuncu yüzyılın ikinci yarısı hazır giyim fabrikası gelişimini de görmüştür. Bu fabrikalarda, büyüklüklerine göre çoklu hâkim modeller yapılmaktaydı. Düşük maliyetli ve daha fazla bulunabilir tekstiller, dikiş makinesinin icadı, İç Savaş sırasında askeri üniforma üretimi için büyüklük standardizasyonu ve göç gibi çeşitli faktörler giyim üreticisi olarak A.B.D.'nin atılımına büyük katkıda bulunmuştur. İleri teknoloji ile gelişen üretim ve yeni hazır giysiler yeni perakende satış yerleri, mağazalar aracılığıyla dağıtıldı. İlk başta, Londra, Paris, New York, Boston ve Chicago gibi büyük şehirler ve sonrasında küçük şehirlerde üretilen mallar şık düzenlemeler ile orta sınıfa sunuldu.

On dokuzuncu yüzyıl sonlarına doğru fabrikalar her türlü erkek ve çocuk giyimi ile belirli kadın giyim eşyalarının herkese uyması için düzenlemeye gerek kalmadan üretmişti. Kadın giysileri modanın hâkim olduğu dar kalıp bedenler nedeniyle yirmi birinci yüzyılın ilk çeyreğinde

modellerin değişmesine kadar sipariş üzerine yapılmaya devam etmişti. Fransız tasarımcı Paul Poiret tarafından Edward Dönemi sonlarında (1908 dolaylarında) yeni, bol kalıplı tunik elbiselerin ortaya çıkmasından sonra kadın hazır giyimi hızla büyümüştü. Basitleştirilmiş modellerinin örnekleri çok çeşitli vücut türlerine başarı ile uymakta, hazır giyim olarak üretilmekteydi. Kadın tasarımcılar yayılırken terziler sayıca azalmaktaydı. Paris etiketleri artık daha çok isteniyordu. Coco Chanel, Madeleine Vionnet ve Jean Patou I. ve II. Dünya Savaşı arasındaki yıllarda el üstünde tutulan bazı tasarımcılardan sadece bir kaçıydı. A.B.D.'li giysi üreticileri hem yasal olarak hem de yasa dışı yollardan Paris modacılarının tasarımlarını kopyalamaktaydı ve A.B.D'de orijinal fiyatının altında satış için üretim yapmaktaydı.

1.1.1.9. II. Dünya Savaşı Modası

II. Dünya Savaşı Paris'i moda dünyasının kalanından ayırmıştı. İngiliz ve Amerikan firmaları Parisli olmayan etiket için kimliklerini güçlendiren kendi tasarımcılarını ön plana çıkarmaya başlamıştı. Önde gelen mağazalar kişisel tarzlarını vatanseverlikle ve nadir kaynakları ön sıralara taşımak için gerçekçi ihtiyaçlarını dengeleyen yerli tasarımcıları ve tüketicileri desteklemişti. Örneğin naylon, çorapta değil paraşütlerde kullanılmıştı. Amaç sürdürülebilirlik değildi fakat 1960'lara gelindiğinde sosyal bilinç, tüketimi dolayısıyla üretimi kontrol etme yeteneğini göstermeye başlamıştı. Savaştan sonra Paris bir kez daha 1947'de Christian Dior moda evininin açılışı ile hâkimiyetini yükseltmişti. Moda bir kez daha Fransız tasarımcıları takip etmiştir. Amerikalılar, Avrupalılar, Avustralyalılar, Güney Afrikalılar ve pek çok diğer ulus eski modelleri atarak Paris' den esinlenen yenileri giymişlerdi.

1.1.1.10. Yapay Lif Üretiminin Başlaması

On dokuzuncu yüzyıl sonundan yirminci yüzyıl ortalarına kadar birçok lif türü piyasada yerini almıştır. Yapay ipek ilk kez ticari olarak 1891 yılında Count Hilaire de Chardonnet tarafından üretilmiş ve 1924 yılında rayon adını almıştır. O günkü kadınların çoraplarında ve ipek benzeri elbiselerinde kullanılmıştır. Rayonun yakın akrabası olan asetat bunu takip etmiştir. Naylon ilk kez 1939 yılında II. Dünya Savaşı başlamadan önce yapılmıştır. II. Dünya savaşı sırasında tüm dikkatler askeri ihtiyaçlara ve tüketici ürünlerini geliştirmeye çevrildiğinde, lif araştırmaları savaş sonrası dönemde hızlanmıştır. Akrilik ve polyester çeşitli hazır giyim ürünlerinde kullanılmaya başlamıştır. Rayon ve asetat yinelenebilir kaynak olan rejenere selüloz veya ağaç hamurundan elde edilirken, yeni sentetik lifler (örneğin naylon, akrilik ve polyester) yinelenebilir olmayan kaynaklar olan fosil yakıtlardan (örneğin, yağ, gaz ve kömür) elde edilmektedir. Bu farklılık daha sonradan yirminci yüzyılda çevre sorununun oluşmasını tetikleyen nedenlerden biri olmuştur.

1.2.1. 1960 ile Yirmi birinci yüzyıl başları

1960'larda İngiltere ve İtalya moda merkezi olarak Fransa'ya katılmıştır. Modada yenilik hızlı sosyal değişikliklere ayna olmayı beraberinde getiriyordu. Sipariş verildikten sonra malların mağazaya gelmesine kadar geçen üç ile altı aylık zaman sürecinde mağazalar popülerliğini kaybediyordu. 1950 ve 1960'ların klasik şıklığının yerini al at modası, ucuz ve tek kullanımlık kelimeleri almıştı. Yeni lifler ve kumaşlar hızlıca ortaya çıkmıştı. Spandex, vinil, saran, polietilen ve polipropen kimyasal laboratuvarlardan ortaya çıkmıştı. Moda tasarımcıları bu yeni malzemeleri hemen mini elbiselere, tulumlara, ceketlere, ayakkabılara, botlara ve şapkalara uygulamışlardı.

Bu on yıllık süre, politik huzursuzluk ve sosyal protestodan etkilenen bir değişimle betimlenmiştir. Sivil haklar ve savaş karşıtı hareketler, liberallerin mevcut durumu tekrar düşünmesine neden olmuştu. Moda

tasarımcıları Apollo 8 uzay keşfinden esinlenmişti. André Courr ges "uzay  ağı" tasarımcısı adını almıştı.

1.2.2. Moda Karşıtlığının Gündeme Gelmesi

1950'lerde pek çok kimse atom bombasından korktuğu için Amerika ve Avrupa'da bazı alt kültürler ortaya çıkmıştır. Bu grupların giyim seçimi özellikle kot pantolon, tişört ve iş botları olduğundan işçilerin giydiği giysiler lehine modaya karşı olma eğilimi ortaya çıkmıştır. Eski ordu ceketleri ve ikinci el giysiler gardıroplarda yerini almıştır. Bu durum daha sürdürülebilir bir gelecek için inceleme yapılan dönemde kendini göstermiş olup üretim ve tüketim modasının eski yönlerini reddetmek için çok önemli bir hareketti.

1962 yılında artan kimyasal kullanımının sonucu olarak çevreye yapılan zararın farkına varılmıştır. Suçlular arasında daha fazla mahsul verimi almak için çok miktarda pestisit ve gübre kullanan pamuk üreticileri, akarsu ve çaylara değirmenlerinden kimyasal yükü çok olan su bırakan üreticiler yer almaktaydılar. Özellikle tabaklayıcılar eski üretim tekniklerini kullanarak ürettikleri sorunlara ilgisiz kalıyorlardı. Fabrikalar yanındaki g llere atılan zehirli atıkların sonucu olarak olağandışı çok sayıda çocuğun kanser olduğu bilinmekteydi.  evre ile ilgili olan bu endişeler çevreyle ilgili hareketi başlatmıştır; günümüzün  nc  çabası gezegenimize sürdürülebilir bir gelecek sağlamaktır. Çevresel sorunlar, pestisitlerden nükleer güce, asit yağmurlarından ozon delinmesine ve ormansızlaştırmadan küresel ısınmaya kadar sıralanmaktaydı. Altmışlı yılların sonunda kendi büyüklerinin modayı izlemesi dâhil, ebeveynlerinin kuşağının değerlerine karşı çıkan birkaç Batı ülkesinde gençler arasında karşı kültür geliştirilmişti. 1970'lerde karşı kültür modayı derinden etkilemişti. Özel günler için doğru giyinmeyi dikte eden eski etiket kurallar yıkılmıştı.

1.2.3. Çevrecilik ve Sosyal Bilinç

Yirminci yüzyılın sonunda moda malların üretimi yavaşça ekonomik güçleri büyük olan ülkelerin dışına, Karayipler ve Asya ülkeleri gibi gelişmekte olan ülkelere kaymıştı. Düşük işçilik maliyetleri ile ortalama bir ailenin geçmişte giysilere verdikleri paraya göre giysi fiyatları düşmüştü. Alışveriş ulusal bir meşgale olmuştu.

Tüketiciler kullanılmış giysileri nasıl elden çıkaracaklarını düşünmeye başlamıştı. Dolaplarını iyi durumda olupta artık giyilmeyen giysi ve ayakkabılardan kurtarmak için düzenlemişlerdi. Dini mekanlarda, evlerin bahçelerinde yapılan satışlar, giysi ve diğer malların ikinci bir hayat bulduğu metod olmuştu. Fakat bu yerler fazla değildi. Bazı özel gönüllü (Kurtuluş Ordusu) kuruluşlarda kullanılmış giysilerin tedarikçileri çoğalmış; ancak yine de stoklardan kurtulunamamıştı. Bu duruma getirilen bir diğer çözüm de, Afrika başta olmak üzere üçüncü dünya ülkelerine kullanılan giysiler sevk edilmeye başlanmasıdır. Ayrıca 1980’lerde gelişmiş ülkelerde modaya uyan genç kişiler tarafından “kullanılmış” giysi giymenin kabul görülmesinde artış olmuştu. İlk başta İngiltere’de ortaya çıkan ve hızla yayılan bir alt kültür olan “punk hareketi” eski giysiler ile yeni giysilerin karışımını meydana getirmişti. Bu dönemde “Modası geçmiş” modası moda dünyasına girdi ve kullanılmış giysiler yeni piyasalarda bulunmaya başladı. 1990’larda bazı aktrisler kendilerini rekabetten ayrı tutma çabası ile modası geçmiş giysi tasarımcılarının giysilerini giymeye başlamışlardı.

Şirketlerin bu konularda çıkar sağladığı tartışmalarının yapıldığı eleştirilere rağmen bazı markalar ürünlerini tanıtmak için sosyal bilinçli reklam yapmıştı. Bu reklam kampanyaları bir kez daha sosyal bilincin tüketici davranışından nasıl etkilendiğini kanıtlamıştı. Örme giyim (triko) üreten bir İtalyan firması olan Benetton ile bu yol açılmıştı. 1980’lerde ve 1990’larda tartışmalı reklamlar ırkçılık, din ve cinsiyet gibi sayısız tartışmalı konuları da beraberlerinde getirmişlerdi. Şirket dünya açlığı ve insan haklarına odaklanarak sosyal olaylara taahhüdünü sürdürmüştü.

1990'larda tüketici bilinci bu kez çevrecilik bayrağı altında yeniden artmıştır. Organik pamuk ve doğal olarak renklendirilmiş pamuk, gübresiz yetiştirilebilen kenevir gibi ürünler dikkatleri çekmişti.

Bu dönemde koruma ve çevre arasında yeni bir bağ kurulmuştu. Ancak başlarda organik pamuk o sırada çevreye göre fiyat ile daha fazla ilgilenen tüketicilerce fazla rağbet görmemişti. Bir New Jersey şirketi (Wellman Inc.), lif için PET polyester soda şişelerini geri dönüştürmeye başlamıştı. Bu liflerden bazıları, Fortel® Eco Spun™ etiketli olanlar, dokuma kumaşlarda yerini almıştır. Diğer şirketler lif için soya fasulyesi ve mısır gibi yinelenenebilir ham maddeleri araştırmaya başlamıştı.

1.2.4. Özenli Yeni Yaşam Tarzı ve Zorlukları

Çevreciler ve çevre sorunlarına ilgi duyan duyarlı kişiler ve gruplar, özenli yaşam tarzı geliştirmişlerdir. Sağlıklı yemek yemek, düzenli egzersiz yapmak ve yakıt tasarruflu arabalar kullanmak bu yaşam tarzını benimseyen nüfusun kriterlerini oluşturmaktadır. Bu kişiler ayrıca, dış görünüşleri üzerinden de değerlerini göstermişler, rahat “klasik” modeller ve sosyal bilinçli markalar giymişlerdir. Patagonia ve L.L.Bean gibi dış giyim ile ilişkili şirketler çevrecilerin favorileri arasındadır. Kenevir giyim sunan küçük şirketler ortaya çıkmıştır. Alman şirketi Birkenstock'dan yeni bir ayakkabı markası çevre hareketi içerisinde önem kazanmıştır.

Bu arada giyim için daha düşük fiyatlar hem ABD'deki hem de dünyanın diğer bölgelerindeki hazır giyim fabrikalarında iş gücü ihlallerine sebep olmuştur. ABD'ye yasadışı yollarla gelen göçmenler uzun saatler boyunca ve güvensiz çalışma koşullarında bazı hazır giyim fabrikalarında çalışmaya başlamışlardır. Uzun saatler ve güvensiz koşullar genel olarak standart çalışma işlemleridir. Karayiplerde ve Uzak Doğu'daki düşük maaşlı işçi çalıştıran ülkeler üretimlerini çoğaltmışlardır. Düşük ücretle işçi çalıştıran işyerleri ile bağlantılı Nike gibi meşhur şirketler üzerindeki tüketici baskısı satışları etkilemiştir. Şirketler, fabrikalarda iş uygulamalarını sertifikalayan

programlar ile cevap vermişlerdir. İşgücü ihlalleri giyim sanayinde her yıl yeni yerlerde ortaya çıkmaktadır. 2006 yılında Ürdün’de fabrika müdürleri yirmi saat vardiya ile çalışma, maaşları alıkoyma ve şikâyet edenleri fiziksel olarak zorda bırakma yoluyla Bangladeş’den getirilen işçileri köle yapmakla suçlanmışlardır.

Tekstil endüstrisi daha önce bu konuda üretim yapılmayan ülkelere kaymaya başlamıştır. Yüksek iş maliyetleri sebeplerden biridir; çevre mevzuatını karşılamada artan giderler bir diğeridir. Düşük maaşlar ve daha az sıkı çevre yönetmelikleri olan gelişen olan ülkelerde çevre ile ilgili olan mevzuat daha gevşektir. Aslında sanayileşmiş ülkeler kendi ekonomilerinin üretim sektörlerini geliştirmeye hevesli ülkelere çevre problemleri ile birlikte ihraç etmişlerdir.

1.2.5. Etik Modanın Gerekliliği

21. yüzyılın başları aşırı bolluk zamanıdır. İyi tasarlanan giysiler Target, H&M, ve Zara gibi toptancı zincirleri dâhil tüm fiyat seviyelerinde mevcuttur. Yeni modeller çok sık sunulduğu için sanayi bu sektöre “hızlı moda” adını vermiştir. Neredeyse herkes modaya uyacak ve kendi gardırobunu düzenli olarak değiştirecek güce sahiptir. Moda yine kullan attır. Modaya ilgi her zaman fazladır. Gelecek nesiller aşırı bolluk ile nasıl başa çıkacaktır; adil çalışma uygulamaları ve çevresel endişeler dünyamızın iyiliği için büyük önem taşımaktadır. Zaman, sürdürülebilirliği sahiplenen tüketicileri için doğrudur. Teknoloji sektöründe yapılan pek çok ilerlemeler geliştirmeyi de beraberinde getirmektedir. Sera gazlarının neden olduğu artan zararın farkındalığı bilhassa gelişmekte olan ülkelerde sanayi için daha sıkı çevre denetimlerini gerektirmektedir. Hızlı ve kullan at modasının olduğu alanda tasarımcılar tüketici sonrası atık problemini de ele almalıdırlar. Tüketiciler sürdürülebilir yaşama neden olan uygulamaların daha çok farkında olmalıdır. Tekstil ve hazır giyim ürünleri üretim ve tüketiminde sürdürülebilirlik için potansiyel ve ilgi daha önceki zamanlara göre benzersizdir.

Son birkaç yıldan beri tekstil ve giyim üretiminde çevre meselelerinin artan farkındalığı bazı gelişmelere sebep olmuştur, ancak halen gidecek çok yolumuz vardır. Çözüm güvenli, sağlıklı ve daha çevresel giyinmeyi seçen ve düşünen tüketiciler, araştırmacılar, tasarımcılar ve düzenleyicilere dayanmaktadır.

1.3. Günümüzde Etik Moda

Günümüzde yeni etiketlerde bulabileceğiniz pek çok terim vardır, örneğin “eko moda”, “etik moda” ve “sürdürülebilir”, “organik”... bunlardan bazılarıdır.

“Etik” pek çok kişi için pek çok farklı şeyi ifade eder. Bu nedenle cevap etik ile ne demek istediğinize bağlıdır. Bazı kişiler için ürünün çevre dostu olması veya organik, geri dönüştürülen malzemeden yapılmasıdır. Diğerleri için ise zanaatçılar veya küçük üreticiler tarafından yapılan giysilerdir. Bazı kimseler anlamını ikinci el alma veya yerli kaynaklı giysi alma olarak anlayabilirler. Tüm bunlar önemli sorunlardır.⁴

Etik Moda, etik moda tasarımı, üretim, perakende ve satın alma terimlerinin açıklandığı bir şemsiyedir. Çalışma koşulları, kullanma, adil ticaret, sürdürülebilir ürün, çevre ve hayvan refahı gibi bir dizi sorunu kapsar. Küreselleşme, malzeme ve işçilik maliyetinin çok düşük olduğu dünyanın farklı bölgelerinden satın alınması anlamına gelmektedir. Ayrıca pamuk büyütmede sanayi metodları kumaşların hızlı ve ucuz ve de çok büyük miktarlarda üretilmesi anlamına gelmektedir. Bu tasarruflar müşteriden geçmektedir. Cadde modası gittikçe azalan fiyatlarda mevcut olması ve pek çoğunun kullan at olarak değerlendirilmesi demektir.

Ancak, Etik Moda tutkunları tüm bunların fiyat etiketlerinde göremeyeceğimiz maliyeti olduğunu tartışmaktadır. Etik Moda, emek sömürücülüğü, çevresel zarar, tehlikeli kimyasallar kullanımı, atık ve hayvanlara yapılan zulüm gibi moda sanayinin günümüzde faaliyet gösterdiği

⁴ <http://www.labourbehindthelabel.org/background/faq/>

durumlar ile ilgili olarak gördüğü sorunları vurgulamayı amaçlamaktadır. Bu vurgulamalar genel olarak şu şekilde sıralanabilir:

- Cadde için ucuz giysiler yapan fabrikalarda sömürücü çalışma koşulları hakkında ciddi endişeler ortaya çıkmıştır.
- Sömürülen işçiler ile birlikte yanındaki çocuk işçiler zorunlu mesai, dar ve hijyenik olmayan ortamlarda, kötü yemek ve çok az ödeme gibi şiddet ve suiistimale maruz kalmışlardır. Caddedeki giysilerin düşük maliyeti çoğu zaman o giysileri yapan kişilere verilen çok az para anlamına gelmektedir.
- Pamuk dünya kumaşının çoğunu sağlamaktadır. Pamuğun yetiştirilmesi için dünyadaki böcek öldürücülerin %22.5'i, dünya pestisitlerinin %10'u ile çevreye tehlikeli, yetiştiren çiftçilere zararlı olan kimyasallar kullanılmaktadır. (Ethical Fashion Forum - Etik Moda Forumu)
- Son tekstil büyütme uygulamaları çevreye doğrudan yaptığı zararlar nedeniyle sürdürülemez kabul edilmiştir. Örneğin, Orta Asya'daki Aral Denizi pamuk üretimi ve boyaması için çok miktardaki su gereksinimi yüzünden, eski hacminden %15 küçülmüştür. (Ethical Fashion Forum - Etik Moda Forum)
- Çoğu tekstil malzemesine yumuşatılması ve boyanması için kimyasallar ile muamele edilmektedir. Bu zehirli kimyasallar çevreye zararlı olabilmekte, giydikleri insanların ciltlerine geçebilmektedir. Tekstil sanayinde yaygın olarak kullanılan tehlikeli kimyasallardan bazıları: kurşun, nikel, krom IV, aril aminler, ftalat ve formaldehit'dir.(Greenpeace)
- Düşük maliyet ve cadde modasının kullan at niteliği pek çok arazinin yakma fırını veya doldurma sahaları için tahsis edildiği anlamına gelmektedir. Tek başına İngiltere her yıl 1 milyon ton giyim atmaktadır (Waste Online)

- Pek çok hayvan moda endüstrisine kürk tedariki için yetiştirilmektedir. Bir çok insan da bu hayvanların varlığının etik moda tartışmalarının önemli bir kısmını oluşturduğunu düşünmektedir. (Bunu düşünen kişilerden biri olan tasarımcı Stella McCartney tasarımlarında ne kürkü ne de deriyi kullanmaktadır.) Hayvan hakları örgütü PETA bir reklam da: “Biz moda dışında hayatımızın her kısmında soruları etik veya ekolojik olarak ele alırız. Zihniyet değişmektedir ve bu ümit vericidir.” demektedir.⁵

“Sürdürülebilirlik” veya “sürdürülebilmek” sözcüğü yaygın olarak atıfta bulunulan tanımları oluşturmak üzere diğer terimler ile bağlantılı olarak kullanılır. Örneğin, “Brundtland Raporu” kendi ihtiyaçlarını karşılamak için gelecek nesillerin iktidarından taviz vermeden mevcut ihtiyaçları karşılayan geliştirme olarak sürdürülebilir geliştirmeyi tanımlamaktadır.⁶ Başkanı Gro Harlem Brundtland’ın adıyla bilinen Brundtland Komisyonu, resmi adıyla Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu (WCED), 1987 yılında Birleşmiş Milletler tarafından toplanmıştır.⁷ “Ortak Geleceğimiz” adı ile de bilinen Brundtland Raporu, çevreye zarar vermeden veya doğal kaynakları bozmadan sürdürülebilir ekonomik kalkınma konusunda acilen ilerleme kaydetmek için dünyaya uyarıda bulunmuştur. Uluslararası siyasetçiler, devlet memurları, çevre ve kalkınma üzerine uzman kişilerden oluşan uluslararası bir grup tarafından yayınlanan rapor, sürdürülebilir kalkınma hakkında önemli bir beyan sunmaktadır. Brundtland Raporu ekonomik büyümeyi desteklerken daha fakir ülkelere karşı küresel eşitlik ve kaynakların dağıtılması ile öncelikli olarak ilgilidir. Rapor eşitlik, büyüme ve çevresel korumanın eş zamanlı olarak mümkün olduğunu ve her ülkenin aynı

⁵ Victoria ve Albert

http://www.vam.ac.uk/collections/fashion/features/ethical_fashion/ethical_fashion/index.html

⁶ WELTERS, Linda. (2008), Sustainable Fashion – Why Now?, Fairchild Books, ABD.

⁷ http://en.wikipedia.org/wiki/Brundtland_Commission

zamanda kendi kaynak tabanını arttırırken tam ekonomik potansiyelini elde edebileceğini belirtmiştir. Rapor ayrıca bu eşitlik ve sürdürülebilir büyümeye ulaşmanın teknolojik ve sosyal değişiklik gerektireceğini belirtmiştir.

Rapor, sürdürülebilir kalkınma için üç temel bileşeni vurgulamıştır: çevre koruması, ekonomik büyüme ve sosyal eşitlik. Çevre korunmalıdır ve kaynak tabanımız arttırılmalıdır bunu yaparken teknolojileri geliştirdiğimiz ve kullandığımız yolları aşamalı olarak değiştirmelidir. Gelişmekte olan ülkelerin istihdam, beslenme, enerji, su ve sağlık hizmetleri gibi temel ihtiyaçları karşılanmalıdır. Eğer bu sürekli bir biçimde yapılırsa, o zaman sürekli bir nüfus seviyesine ihtiyaç doğar. Ekonomik büyüme canlandırılmalıdır ve gelişmiş ülkeler geliştirmekte olan uluslara eşit kalitede büyüme olanağı sağlanmalıdır.⁸

Moda, belki de şaşırtıcı şekilde, sürdürülebilirlikte rol oynamak için oldukça güçlüdür. Moda, kişiler tarafından giyilerek ifade edilen bir süreçtir ve asıl konu olarak doğrudan çevre ile ilgilidir. Her gün yaşamımız içindedir. Moda tüm cephelerde sürdürülebilir eylem için hazırdır. İnsanlar sürdürülebilir modaya ve güçlü geleceğe karşı bir gelişim içerisindedir. Modayı tasarlayan, pazarlayan ve tüketen kimseler bu konudan kesinlikle haberdar olmalı ve etik sorunlar ve uygulamalara dair daha fazla koruma içerisinde bulunmalıdır. Moda sürdürülebilirlik için farkındalık fırsatı sunmaktadır. İletişim sisteminde yer almaktadır. Her yerdedir. Moda çok derindir; doğrudan kim olduğumuz ve birbirimiz ile nasıl bağlantı kuracağımız ile ilgilidir. Kimileri modanın anlamsız olduğunu düşünebilir fakat moda, insanları değişen dünyaya cevap vermeleri için yönlendirilen iletişimin köküdür. Pek çok sürdürülebilir uygulamalar ve hareketler hız kazanmıştır ve ana görüşe karşı ilerlemektedir. Yeşil binalar, iç mekânlar, ev ürünleri, hatta çevre dostu düğünler ve etkinlikler gelişmekteyken etik yolları kullandığında moda daha büyük etki potansiyelini elinde bulundurmaktadır.

Kişiler her gün giyindiklerinde ve moda geniş bir sürdürülebilirlik anlayışı içinde yaratıldığında, sürdürülebilir yollarda hareket etme fırsatlarına

⁸ http://www.ace.mmu.ac.uk/eae/Sustainability/Older/Brundtland_Report.html

sahiptir. Tasarımcılar ve moda ürünü geliştiriciler sorumlu tercih sunmakta zorlanmaktadırlar. Moda algılamasının mevcut olan karmaşıklıkları ve pek çok kademeyi açık tutması için genişletilmesi gerekmektedir. Modayı şekillendiren insanlar, süreçler ve çevreler yeni etik ve sürdürülebilir yollara gereksinim duymaktadırlar.

Günümüzde pek çok tüketici aşırı tüketime meyilli olarak hareket etmekte ve pek çok ürün için en az olası fiyatı ödemek istemektedirler. Bir çok gardırop gerçekte neyin gerekli olduğu veya hatta neyin istendiğinin ötesine geçen bir tercih görüntüsündedir. Bu durum giysilerin nereden geldiği, kimlerin yaptığı ve hangi fiyata yaptığı hakkında ilgi veya anlayış eksikliği ile birleştğinde etik ve sürdürülebilirlik ile ilgili olan modanın bir şekilde umutsuz görünüşüne sebep olmaktadır. Ürünlerin yaşam süresini uzatmaya ve getirdiği anlamlara odaklanarak giysi oluşturma sürecini, kullanılmasını, elden çıkarılmasını, rekreasyon veya yeniden kullanılması düşüncesini içerisine alan yeni kavramlar gereklidir.

Küreselleşme uluslararası iletişim kanallarını açmıştır ve bize tasarımların, giyim üretim kararlarının insanları, paylaştığımız dünyayı nasıl etkilediğini sorgulama fırsatını vermiştir. Giyim üretimi dünyada en düşük ücretlerin ödendiği ve tekstil lif, iplik, kumaş üretimi ile oluşturulan hava ve su kirliliği için az endişe duyulan alanlara kaymıştır. Sürdürülebilirlik mevcut lif ve giysi üretim uygulamaları hakkında daha yaratıcı olarak düşünmeyi, moda adıyla oluşturulanların tamam olmadığını ve değişmesi gerektiğini kabul etmeyi beraberinde getirir.

Tasarımcılar, ürün geliştiriciler ve perakendeciler en iyi uygulamaları örnek almalı ve etik moda vizyonuna katkıda bulunmalıdır. Artık prosesi düşünme, organik veya yinelenabilir kaynaklar kullanarak giysileri tasarlayan, üreten, perakende ticaretini yapan ve satın alan kişilerin birlikte yola devam etmesini sağlayan insancıl koşullarda üretim yaparak etik anlamda giysileri üretmek için yeni fikirler oluşturma zamanıdır.⁹

⁹ HETHORN, Jane. (2008), Sustainable Fashion – Why Now?, Fairchild Books, ABD

Sonuç olarak günümüzde Etik Modanın artık bir trend olmadığını söylemek mümkündür. Giyimin aşırı tüketimi eski modele dayalıdır ve modaya uygun değildir. Kişiler satın almaları ile perakendeciler ve üreticilerin etik uygulamalarının büyümesini destekleme gücüne sahiptir. Etik moda kişilerin fiziksel, duygusal ve psikolojik refahını arttırabilir. Konu ile ilgili bazı önemli kişiler etik moda hakkında şunları söylemişlerdir:

“Eko/organik/adil ticaret hareketinin bir trend olduğunu düşünmüyorum. Bence moda işinde bilinçte önemli değişikliğinin başlangıcıdır”

Julie Gilhart, moda müdürü ve Barneys New York Kıdemli Başkan Yardımcısı

“Moda yaşadığımız siyasi ve sosyal ortamın bir göstergesi olduğundan ne giydiğimiz her zaman çevremizin bir belirtisi olacaktır.”

Alexander McQueen, 2002

“Güzel, etik olarak doğru giyim yaratmak çok pahalı değildir; sadece çok daha fazla mücadeledir... İnsanları oyuna davet etmek için sosyal ve kurumsal sorumluluk ile onları seksi yapmanız gerekmektedir.”

Peter Ingwersen, Danimarka Moda Tasarımcı, Noir 2007¹⁰

¹⁰ <http://www.ethicalfashionforum.com/resources/1-times-a-changing>

2. KÜRESEL MODA ENDÜSTRİSİNDE ÇALIŞMA KOŞULLARI

2.1.1. Maaşlar ve Çalışma Saatleri

Moda endüstrisi her zaman açık ve tutarlı bir şekilde ücret yaşam hakkında konuşmak için mücadele etti. Markalar ve perakendeciler bunun sorun olmayacağını, olsa bile başkasının sorunu olacağını söylemiştir. Tüm bu bahanelerin ardında iki basit ve dehşet verici gerçek yatmaktadır. Genellikle giysilerimizi yapan kimseler – kim iseler ve neredeseler - yoksulluk içerisinde yaşamaktadırlar, kendilerinin ve ailelerinin temel ihtiyaçlarını karşılamak için gerekli olanın sadece yarısını kazanmaktadırlar. Tüm bunlara rağmen, yalnızca İngiltere’de giyim işçileri yıllık 36 milyar £(pound) para sağlayan sanayinin önemli kimseleridir (İngiltere’den gelen bu para, tüm dünyadaki giyim işgücü arasında dağıtılmış olsaydı, işçilerin her biri yaklaşık 1000£ almış olacaktı)¹¹. Halbuki bu endüstri, içimizden milyonlarca kişiyi son modadan haberdar eden, kadın dergilerinde pek çok sayfayı dolduran, binlerce kişiye İngiltere’de çalışma ortamı sağlayan endüstridir. Moda markaları giyim işçilerinin karşılaştığı tüm problemleri çözmemektedir; fakat onlar şu an kazandıkları cüzi maaşa göre çok daha fazlasını hak etmektedirler.

Uzun çalışma saatleri ve zorunlu mesai giyim işçileri arasında önemli bir sorundur. Genellikle fabrika müdürleri çalışanları günde 10 ila 12 saat arasında bazen de 16 ila 18 saat çalışmaya zorlamaktadırlar. Sipariş son teslim tarihi yaklaştıkça çalışma saatleri daha da uzamaktadır. Yedi günlük çalışma haftası en yoğun sezon süresince bilhassa Çin’de sınırları yasalarca belirtilmiş olmasına rağmen norm haline gelmiştir: Örneğin; Çinli işçiler Ekim 2003’de bir fabrikada 120¹² saat çalışmışlardır, bu rakam Çin yasalarında belirtilen miktarı üç kat aşmaktadır.

Tayland’da bir giyim fabrikasında 22 yaşındaki bir makineci olan Phan

¹¹ HEARSON, Martin. (2008) „Let’s Clean Up Fashion – 2008 Baskısı“, Labor Behind The Label - Etiket arkasındaki işgücü. US, s.3

¹² <http://www.fairolympics.org/background/olympicreporteng.pdf>, s.18

fabrikasında bu yaşam hesabını vermektedir: “Sabah 8’ den öğlene kadar çalışmaktayız, sonra öğle yemeğini yiyoruz. Öğle yemeğinden sonra saat 13’ den 17’ ye kadar çalışıyoruz. Her gün saat 17.30’ tan itibaren fazla mesai yapıyoruz. Yoğun sezon süresince sabah saat 02 veya 03’ e kadar çalışıyoruz. Yorulmamıza rağmen başka seçeneğimiz yok. Fazla mesaiyi reddedemiyoruz: asgari ücretimiz çok düşük. Dinlenmek istersek işverenimiz çalışmaya devam etmemiz için bizi zorluyor”.¹³

Fazla mesai genellikle zorunlu olmakta, işçiler çoğu zaman fazla mesaiye kalacaklarını son dakika öğrenmektedirler. Pek çok durumda işçiler işten çıkarılmakla tehdit edildiklerini ve ek saatlerde çalışmazlarsa sözlü hakaret ile birlikte cezalara tabi olacaklarını belirtmektedir. Genellikle işçilere yasalarca öngörülen fazla mesai ücreti ödenmemektedir. Fabrikadaki çalışma baskısı ve evdeki sorumlulukların birleşimi genellikle depresyon, baş ağrısı, ülser, yüksek tansiyon ve yorgunluk gibi stres bağlantılı hastalıklara yol açmaktadır.

Giyim işçileri sadece uzun saatlerce çalışmaları nedeniyle değil aynı zamanda çalıştıkları ortamda yüksek baskıya maruz olmaları nedeniyle zor zamanlar geçirmektedir. Tüm dünyadaki işçiler bu baskının yıldan yıla arttığını belirtmiştir: üretim hedeflerini karşılamak için öğle yemeğini kaçıran, su içemeyen yani tuvalete gitmesine gerek kalmayan ve hedeflere ulaşamadıkları zaman sözlü ve fiziksel hakarete maruz kalan işçilerin hikâyelerini yaygın olarak duymaktayız. Diğer bir endişe verimlilik geliştirmelerindeki herhangi bir finansal kazancın işçiler üzerinden geçmesinin sağlanmasıdır. Fabrika müdürlerinin işçilerin ceplerine tamamen veya büyük bir farkla çok düşük ücret koymaya devam edecekleri gerçek bir olasılıktır. İşçiler verimlilik geliştirmeleri sebebiyle kazançlardan aslan payı almadıkça kazanma durumu olmayacaktır. Bu yüzden işçi düzenlemesi

¹³ <http://www.labourbehindthelabel.org/component/k2/item/614-working-hours?gh=YToxOntpOjA7czo0OiJwaGFuLj9>

verimlilik programını tasarlamada tamamlayıcı bir parça olmalıdır.¹⁴

2.1.2. Sağlık ve Güvenlik

Giyim işçilerinin baskılardan doğan sağlık sorunlarının çoğu çalışmaya harcadıkları bitmek bilmeyen saatlerden kaynaklanmaktadır. Üretim kotasını karşılamak için uzun saatler çalışma gücünden düşüren aşırı yorgunluğa bağlı yaralanmalara sebep olmaktadır. İşverenler rutin olarak ağrı ve rahatsızlıktan yakınmaları göz ardı etmekte, üretime ayak uyduramayan işçileri kovmaktadır.

İşçiler ayrıca tıbbi hizmet alması veya hastalığının geçmesi zaman alacağından kovulmaktadırlar. Örneğini, Bangladeş’de 2003 yılında görüşülen bir işçi doktora gitmek için 1 gün izin almadan önce iki ay hasta olarak çalışmıştır. Sonrasında patronu iki günlük maaşını kesmiştir ve işe tam devam primini kaybetmiştir. Dönüşte ödeme almadan ekstra sekiz saat çalışmak zorunda kalmıştır. Hastalığı toplamda 11 günlük ücretine mal olmuştur.¹⁵

Pek çok fabrikada ne işçilere içmeleri için temiz su verilmekte ne de ihtiyaç halinde tuvaleti kullanmalarına izin verilmektedir. Bu kısıtlamalar özellikle de idrar yolu enfeksiyonundan şikayetçi su içmesi gereken kadınlar için oldukça zararlıdır. Ayrıca kadınların regl süresince sabun ve su ile temiz tuvaletlere düzenli erişimleri gerekmektedir; fakat tüm bu ihtiyaçlar genellikle ihmal edilmektedir. Tüm dünyada, günde sadece belirli sürelerde tuvaletini açan, çok az tuvaleti olan, tuvaletlere geçmesi için geçiş izni alması zorunlu olan, çalışma gününün sonunda tuvaletleri ziyaret etmesine izin verilmeyen; kadınların ne sıklıkla tuvalete gidip ne kadar süre kaldıklarını kaydeden fabrikaların sayısız örnekleri vardır. Endonezyalı kadın işçiler uzun çalışma saatleri ve tuvaletlere sınırlı erişim nedeniyle kanın elbiselere sızacağını

¹⁴ HEARSON, Martin. (2008) „Let’s Clean Up Fashion – 2008 Baskısı“, Etiket arkasındaki işgücü. US, s.1-6

¹⁵ A. Barkat, S.N. Ahmed, A.K.M. Maksud, M.A Ali. „ Bangladeş de İstikrarsız İstihdamın Kadın İşçiler için maliyeti; Oxfam İnsani Gelişme Araştırma Merkezi GB, 2003.

bildiklerinden regl dönemlerinde koyu renkli giysiler giymeleri gerektiğini belirtmişlerdir.¹⁶

Kadın ve erkek işçilerin, çocukların sağlığı toksik kimyasallar, sıcaklık, gürültü, aşırı çalışma ve yorulmaya maruz kalarak zarar görebilmektedir. Hamile işçilerin işlerini sürdürmesine izin verilerek doğum izni ve sosyal yardımlar için ödeme yapmak zorunda kalınmamaktadır.

Bangladeş’de Haziran 2004 ve Haziran 2006 arasında 200 işçi ölmüştür ve çok daha fazlası giyim fabrikası yangınlarında yaralanmıştır. Fabrikadaki kargaşada panik yapıp sıkışıp kalan ve sadece çıkışa yönelmek için acele eden pek çok kişi ölmüştür. Çoğu fabrikanın acil çıkışı yoktur.¹⁷

Uluslararası kampanyacıların ortaya koyduğu baskıya yanıt olarak büyük markalar ve perakendeciler sağlık ve güvenlik konularına değinmeye başlamışlardır.

2.1.3. Hamilelik

Bazı giyim fabrikalarında işe başvuran kadınlara evli olup olmadıkları, bir erkekle çıkıp çıkmadıkları, çocuk sahibi olmayı planlayıp planlamadıkları ve doğum kontrolü kullanıp kullanmadıkları sorulmaktadır. Bazı işverenler sadece çocuğu olmayan bekâr kadınları işe almaktadır, bazılarında da fabrikada çalıştığı süre boyunca hamile kalmayacağına dair sözleşme imzalatılmaktadır. İşe alma sırasında zorunlu testler yaygındır – hamile olan ve testi reddeden kadınlar işe alınmamaktadır.

Hamile olan işçiler mümkün olduğu sürece durumunu gizlemeyi denemektedir, sonuç olarak kötü doğum öncesi bakım ve doğum kusurları, erken doğum, düşük ağırlıklı bebekler ve diğer problemlerin neden olduğu iş tehlikelerine maruz kalma potansiyeli doğmaktadır. Clean Clothes

16

<http://fashioninganethicalindustry.org/file/factsheet6+Working+conditions+in+the+global+fashion+industry.pdf/>, s. 2

17

<http://fashioninganethicalindustry.org/file/factsheet6+Working+conditions+in+the+global+fashion+industry.pdf/>, s.18

Campaign'nın (Temiz Giysiler Kampanyası) ortakları tarafından incelenen Polonya'daki bir fabrikada hamile işçiler doğumdan iki hafta öncesine kadar hamileliklerini gizle dikleri anlaşılmıştır. Bu durum yasal olarak haklarının bulunduğu fakat en azından işten çıkarılma riskini minimuma indirmek için sosyal yardımlara erişemedikleri anlamına gelmektedir.¹⁸

2004 yılında Svaziland'da bir fabrika da tüm hamile giyim işçilerinin istifa mektubu yazmaları emredilmiştir, böylelikle fabrika doğum izni yasal şartlarını karşılamayacaktır.¹⁹ Çin de hamile olan ayakkabı fabrikası işçileri aynı sebepten kovulmuştur. Hamile işçilere yapılan rapor edilen tacizler sözlü hakaret, daha fazla üretim kotası, daha uzun çalışma saatleri ve oturma yerine ayakta durma veya daha sıcak çalışma alanlarına gönderilme gibi daha zor görevleri içermektedir. Filipin sendikaları hamile işçilerin Cavite ihracat işleme bölgesinde gece dâhil fazla mesai yapması için zorlandıklarını ve de diğer bir giyim fabrikasında bir işçinin izin alması yasaklandıktan sonra fabrika içerisinde dinlenme odasında düşük yaptığı rapor edilmiştir. Rapora göre giyim fabrikası patronları işçiler bebeklerinin doğması sonrasında işe geri dönmek isterlerse doğum izni veya ödeme almalarını önlemek istedikleri de bilinmektedir.²⁰

2.1.4. Taciz ve Şiddet

Şiddet sıklıkla amirler, işverenler, polis, devlet güvenlik güçleri, grev kırıcılar ve diğerleri tarafından işçilere karşı kullanılmakta ve işçileri tehdit etmektedir. İşçiler sendikalara katıldığı ve daha iyi çalışma koşulları istedikleri için taciz edilmekte, dövülmekte ve bazen de öldürülmektedir.

¹⁸ „İşçilerin Sesi: Doğu Avrupa ve Türk Giyim Sanayinde Kadınların Durumu“ . Clean Clothes Campaign (2005). 26

¹⁹ Clean Clothes Campaign haber bülteni 21, Mayıs 2006.

²⁰ Filipinde az ücretle işçi çalıştıran işyerlerinde işçi haklarının savunulması, KMP (Filipin Sendika Kongresi), Kasım 2003.

Kadın işçiler sıklıkla aşağılayıcı aramalar, sözlü ve fiziksel taciz, işyerinde cinsel taciz ve de fabrikadan eve geç dönüşte saldırıya, tecavüze uğramaya tabi olmakta, korku duymaktadırlar.

Fabrika müdürleri ve amirler genellikle işçileri taciz etmekte, aşağılamakta ve suiistimal etmektedirler. Endonezya'da PT Busana Prima Global fabrikasında bir giyim işçisi olan Elina şöyle belirtmiştir: *“Pek çok sözlü taciz vardır. Yönetim çalıştığımız süre boyunca bize isim takmıştır. Bize “aptal”, “gerizekalı”, “işe yaramaz”, “piç” demektedirler. “Daha iyisini hak etmiyorsun” demektedirler. Fiziksel taciz vardır. Kulaklarımız genellikle çekilmektedir ve müdürler doğrudan kulaklara yönelmektedir.”*²¹

Clean Clothes Campaign (Temiz Giysiler Kampanyası) dahilinde Lesoto'da ziyaret edilen bir fabrikada kadın işçilerin fabrikadan ayrılırken her gün (kadın amirleri tarafından) arandığı bildirilmektedir. Bazı kadınlar hiçbir şey çalmadığına dair giysilerini çıkarmaya zorlanmaktadırlar. Bu fabrikadaki işçiler gece geç saatte fazla mesaiden eve yürüyerek döndüklerinde tecavüze uğramaktadırlar fakat yönetim halen gece servisini kabul etmemektedir.²²

Endonezyalı kadın işçiler raporlarında şöyle belirtmektedir *“fabrikadaki güzel kızlar erkek müdürler tarafından taciz edilmektedir. Kızların yanına gelip, ofislerine çağırmaktalar, kulaklarına fısıldayıp onlara dokunmaktalar (...),ve para teklif edip kendileri ile yatmazlarsa işlerini kaybetmekle tehdit etmektedirler.”*²³

Kadın işçiler sürekli olarak davranışlar ve basmakalıp sözler ile mücadele etmekte, haklarını korumak için çeşitli yollardan örgütlenmekte, daha güvenli çalışma koşulları, taciz ve şiddetin sona ermesini istemektedirler.

²¹ Olimpiyat Oyunlarında temiz oyun çıkarın – spor giyim sanayinde işçi haklarına saygı gösterilmesi, 2004. 24

²² Güney Afrika da yapılmaktadır; Clean Clothes Campaign, 2002. 88, 92;

²³ Olimpiyat Oyunlarında temiz oyun çıkarın – spor giyim sanayinde işçi haklarına saygı gösterilmesi, 2004. 24

2.1.5. Giyim Fabrika İşçilerini Genel Durumu: Vaka Çalışması Türkiye

55 işyerindeki giyim işçileri ile yapılan 256 mülakat sonucunda tüm temel çalışma standartlarının Doğu Avrupa ve Türkiye’ de devam ettiği görülmüştür.

En yaygın problemler şunlardır:

1. Dernek özgürlüğü ve toplu sözleşme hakkına engel olunmaktadır; yönetim genellikle sendikaya katılan işçilere karşı saldırganca davranmaktadır.

2. Geçim sağlayacak maaşlar ödenmemektedir. Geçim sağlayacak maaşlar ve ödenen asıl maaşlar arasındaki fark %100 ila %500 arasında değişmektedir. İşçiler genellikle geniş aileleri ile paylaşılan geçinme tarım faaliyetleri sayesinde yaşamlarını sürdürmektedirler. Maaş hesaplamaları belirsiz kalmıştır.

3. Aşırı fazla mesai genellikle kuraldır. Fazla mesai ücretleri ödenmemektedir.

4. Çalışma koşulları işçi sağlığı için tehlikelidir.

5. Çeşitli ayrımcılık türleri devam etmektedir.

6. İstihdam ilişkileri genellikle kurulamamaktadır.

7. Kayıtlı olmayan/kayıt dışı işçilik mevcuttur ve artmaktadır.

Küçük fabrikalarda durum daha da kötüdür; az ücretle işçi ve çocuk işçi çalıştırmaktadır: geçindirmeyen ücretler ödenmektedir. Nedensiz çalışma saatleri bazı durumlarda sıralı olarak ve fazla mesaiye zorlanarak 24 saat üzerinden yapılmaktadır. Bu işyerlerinde örgütlenme hakkı aslında bulunmamaktadır. Ciddi cinsel taciz durumları vardır.²⁴

İşçiler halen şirket tüzüklerinin varlığından habersizdir, bazı durumlarda hakları ile ilgili bilgileri vardır, ancak çoğu kez nasıl kullanacaklarını bilmemektedir.

Clean Clothes Campaign’de araştırıldığı gibi Doğu Avrupa’da da giyim

²⁴ http://www.cleanclothes.org/documents/05-workers_voices.pdf, s.4

endüstrisinde çalışma koşullarına dair durumlar değişmemektedir. Benzerlikler sözkonusudur hatta burada daha kötüdür.

Geliştirmeleri yürütmek için – Hollanda’ dan the Fair Wear Foundation, ABD’ den The Fair Labour Association and the Workers’ Rights Consortium ve İngiltere’den the Ethical Trading Initiative gibi – çok paydaşlı girişimlerin kurumsal üyeleri ve birkaç çok uluslu perakendeci (bilhassa H&M) tarafından çabalar gösterilmiştir. Bu çabalara sosyal sorumluluk kaynağı ve ticaret şartları ile daha uyumlu olan (bazen daha düşük maliyetle satın alma ve daha kısa sürede teslim tarihini talep etmeyi destekleyen teşviklerin sonucu olmak üzere) alıcılar tarafından satın alma uygulamalarının kullandırılmasına karşı adım atma dâhildir. Bu faaliyetlerin çoğu Türkiye’de odaklanmıştır.

Geleneksel olarak giysi ve kumaş üretimi iki farklı faaliyet olmuştur. Üretilen kumaş (ya dokuma ya da örme) sonrasında kumaş nihai işlemcisine, onun sonrasında da giyim üreticilerine satılmaktadır. Günümüzün tekstil ve giyim sanayinde çalışmalar tamamen entegredir – yani bir şirket tüm üretim aşamasından sorumludur. Bu Türkiye’de çok sıklıkla yaşanan bir olaydır.

AB’ nin ilk on tedarikçileri arasında Türkiye, %14’ lük oranı ile Çin’ in ardından %11’ lik oranı ile ikinci sırada bulunmaktadır. Polonya ve Romanya %4 ile altıncı sıradadır.²⁵

Türkiye için sanayi ticaret ve istihdam bakımından büyük öneme sahiptir. İmalat üretiminde tekstil ve giyimin payı %15,5 ile Türkiye’ de en yüksek seviyededir.²⁶

²⁵ Gray, Alex (2004): yeni ülkelerin AB’ e katılmasının etkisine dair MFA aşaması, Sadece Stil, Nisan 04

²⁶ Ibid.

2.1.6. “1980” Sonrası Türkiye Giyim Sanayinin Gelişimi

Giyim sanayi 1980'lerin sonundan beri istikrarlı olarak gelişmektedir ve her yıl binlerce işyerine çok sayıda işçi alınmaktadır. İşçilerin %90 ila 95'i kadın iken yönetim baskın olarak erkek ve bazen de yabancısıdır. Türkiye'deki giyim sanayi %40 işçi çalıştırmaktadır.²⁷

Doğu Avrupa'nın aksine Türkiye Avrupa Akdeniz bölgesindeki büyük tekstil ve giyim üretim ülkesidir. Türk tekstil sanayi pamuk lif üretiminden giyim eşyası üretiminin son aşamasına kadar tüm üretim aşamalarını gerçekleştirmektedir. Türk üreticiler Bulgaristan, Romanya, Makedonya ve hatta Kuzey devletlerinin üretim siparişlerinin başlıca tedarikçisidir. Türkiye son yirmi yıldır sanayinin o kısmını geliştirmek için düşük kaliteden toplu üretim ile yüksek kaliteye ve yüksek katma değerli üretime geçmeyi başarmıştır. Sektördeki kayıtlı şirketlerin toplam sayısının 44 000 olduğu bilinmektedir, bunların %80'inden fazlası ihracat için hazır giyim eşyası üreten küçük ila orta ölçekli şirketlerdir.²⁸

Fakat Türk Sanayinin önemi ve çalışma koşullarının gerçekliği arasındaki zıtlık Doğu Avrupa' dakine göre daha dikkat çekicidir. Türkiye' de yapılan araştırmalar ve incelemeler göstermiştir ki temel çalışma standartlarının “olağan” ihlalinin üst sırasında çocuk işçileri önemli bir derecede yer almaktadır, tekstil ve giyim endüstrisi giderek gayri resmi olmaktadır ve Türk mevzuatı ile alınan, sendika hakları ciddi bir şekilde engellenmektedir.

Türk giyim sanayinin önemli özelliklerinden biri Türkiye'de iş mevzuatı ve sosyal güvenlik yönetmeliklerinin göz ardı edildiği kayıt dışı işyerlerinin çokça faaliyet göstermesidir.

The Fair Wear Foundation'a göre farklı işyerlerinde çalışma koşulları aşırı derece de değişiklik göstermektedir. İşgücü sadece siparişler verildiğinde alınmaktadır. Siparişler gelmeyi durdurduğunda işçiler anında

²⁷ Jozef De Coster, 2004, AB' ye giren on devlette giyim sanayi , Yönetim Toplantısı

²⁸ http://www.cleanclothes.org/documents/05-workers_voices.pdf, s.33

işten kovulmaktadırlar. Bu durum işçilerin iş güvenliği istihdamının bir devamlılığı olmadığı ve sürekli olarak iş aradıklarını veya uzunca süreler işsiz kaldıkları anlamına gelmektedir. Mevcut mevzuat fazla mesaiyi senede 270 saat olarak sınırlamıştır (Türk İş Kanunu maddesi). Kayıt dışı işyerlerindeki çalışma günleri genellikle özel siparişlere bağlı olarak 14 ila 16 saat arasındadır. İşçiler haftada 6 veya 7 gün çalışmaya mecbur bırakılmaktadır. Kadınlar ve çocuklara yasalarca yasaklanmış olduğu halde gece çalışması yaptırılmaktadır. Şirketler sıklıkla çalışanları adına yasal sosyal güvenlik katkı paylarını ödememektedirler veya az ödemek için kayıtları değiştirmektedirler. Çok sıklıkla Sosyal Güvenlik Müdürlüğüne çalışanların asgari ücret aldığını gösteren yanlış bordro kayıtları sunulmaktadır. Bu işverene daha az sosyal güvenlik katkısı sağlamaya ve de daha az vergi ödemeye olanak sağlar. Her yılın sonunda pek çok üretim tesisi tüm işçilerini kovmakta ve yeni yılda yeniden işe almaktadır. İşçilere hükümete bu uygulamaları rapor edenlerin cesaretini kırmak için genellikle “ikramiye” ve de “işten ayrılma tazminatı” teklif edilmektedir. Borçluluk kıdemlilik ile gittikçe arttıkça bu tasarruflar daha yüksek işten ayrılma tazminatına engel olur hale gelmektedir.²⁹

Resmi rakamlar giyim işçilerinin sayısını yarım milyon olarak hesaplarken, kayıt dışı ekonomi işçileri dâhil edildiğinde neredeyse üç milyona ulaştığı düşünülmektedir. Dünya giyim ihracatında Türkiye’nin payı 1980’de %0.3’e yükselmişken 2005’de %4’e yükselmiştir. WTO istatistiklerine göre Türkiye dünyanın 4. büyük giyim tedarikçisidir³⁰ ve 2002’de dünyanın 10. tekstil tedarikçisi³¹ haline gelmiştir. Giyim sektörü önceki yıla kıyaslandığında %2.1 artış ile 2006 da 13.9 milyar \$ tutarında ihracat yapmıştır.³²

2004’de kayıtlı tekstil ve giyim sektörü Türkiye’ nin sanayi üretiminin %17,5’ ini temsil etmekteydi ve toplam istihdamın %11’ ini ve sanayi

²⁹ Adil Giyim Vakfı, Türkiye Araştırması, Versiyon 2004-1, Temmuz 2004, s. 15-16
<http://en.fairwear.nl/tmp/Background%20Study%20Turkey.pdf>

³⁰ Institut Francais de la Mode, Tekstil ve Giyim sektöründe 2005 yılı ticari serbestleşmenin etkisine dair araştırma. , Konsolide Raporu, Şubat 2004.

³¹ Türk Tekstil ve Giyim Sanayi, İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği (ITKIB), Mayıs 2004.

³² Türk Giyim Sanayi (ITKIB) ihracat performansı, 2006.

istihdamının %30' unu oluşturmaktaydı. Türk tekstilinin ve hazır giyim ihracatının %65' i Avrupa Birliğine gitmektedir. Şu an Türkiye' de ilk 500 şirket arasında 60 tekstil ve 15 giyim şirketi vardır.³³

2.1.7. Türk Giyim Fabrikalarında Çocuk İşçiliği

Devlet İstatistik Enstitüsü tarafından yapılan 1994 yılı Çocuk İşçiliği Anketi Türkiye'nin büyüyen nüfusunun %5' inin reşit olmayan yaşta olduğunu belirtmiştir. Bu çocukların çoğu özellikle tarım sektöründe, ayakkabı, deri, tekstil ve giyim sanayinde ve küçük ölçekli kurumlarda kayıt dışı ekonomide çalışmaktadır. Kayıt dışı olarak tekstil ve giyim şirketlerinde çalışan on beş yaş altı 180 000 ile 200 000 çocuk bulunmaktadır. İşverenler 15 yaş altı çocukları stajyer olarak işe alırken, böyle yapan işverenlerin birçoğu yasal staj programının eğitim ihtiyaçlarını karşılamamaktadır. Çıraklık Kanunu altında çocuk çıraklar haftada 8-10 saat eğitim almalıdır. Çocukları işe alan fabrikalar genellikle vardiyalı iş yapmakta, yasalarca yasak olduğundan çocukları rotasyonlu veya gece vardiyalarında kullanmaktadır. İşverenler her altı ayda bir³⁴ çıraklar için zorunlu sağlık çekup'ı yaptırmayarak veya tesiste izin verilen yüzdeden fazla çırak çalıştırarak yasaları çiğnemektedirler. Çırakların yasalarca yasak olmasına rağmen genellikle fazla mesai ile çalışmaları gerekmektedir. Çeşitli kaynaklar hükümetin aktif olarak çocuk işçiliğinin üstesinden gelmek için araştırma yaptığını belirtmektedir.

³³ http://www.cleanclothes.org/documents/05-workers_voices.pdf, s.33

³⁴ İşverenler çırakların yaptıkları iş için uygun olduğunu kanıtlamaları için 18 yaşına kadar onları her altı ayda bir çekupdan geçirmeleri ve sonucu müfettişlere vermeleri gerekmektedir.

2.1.8. Cinsiyet Ayrımcılığı

Cinsiyet ayrımcılığının kayıtlı işyerlerine göre kayıt dışı işyerlerinde daha fazla olduğu belirtilmiştir. Kesin bir araştırmamanın mevcut olmamasına rağmen maaşlar ile bağlantılı cinsiyete dayalı ayrımcılık rapor edilmiştir. İhlallerin olduğu fabrikalarda maaşların niteliklere göre tespit edildiğinin söylenmesine rağmen kadınlar (dünyanın diğer yerlerinde olduğu gibi, ör. ABD) erkeklerden önemli ölçüde daha az maaş almaktadırlar. Pek çok kadın işçi bilhassa kayıt dışı işyerlerinde çalışanlar cinsel tacize maruz olduklarına ve dövülmekle veya işlerini kaybetmekle tehdit edildiklerine dair şikâyetle bulunmuşlardır.³⁵

2.1.9. Evde Çalışma

Simel Esim(Bölgesel Cinsiyet Danışman, ILO'da), Ergül Ergün(Sosyolog) ve Dilek Hattatoğlu(Sosyolog) (2000) tarafından evde çalışmaya dair raporlara göre evde çalışan işçiler Türkiye giyim ihracat sektörü için oluşturulan taşeron ağının tamamlayıcı parçalarıdır. Türkiye'de ev bazlı işin derecesini tespit etmek zordur, çünkü pek çok ulusal istatistikle ve politikada yer almamaktadır. Bu kadınlar tarafından yaygın olarak yapılan perde arkası iştir. Trend, genç ve bekar kadınların fabrikalarda veya atölyelerde kayıtlı işçi olarak çalışmaya başlayıp sonrasında evlendiklerinde ve çocukları olduğunda evde çalışmaya devam etmeleridir. Bu tür taşeron işlerde kadınların karşılaştığı temel sorunlar düzenli iş bulamamaları ve işleri için yeterli fiyat için görüşememeleridir. Diğer ülkelerde olduğu gibi, iş arayan pek çok kadın vardır. Aracılar veya taşeronlar düşük ücrete çalışmak isteyen kadınları kolaylıkla bulabilmektedir. Düşük ücret almanın yanı sıra, evde çalışan işçiler genellikle geç maaş almaktadırlar ve çalışma sırasında kendi genel giderlerinden sorumludurlar (kira, elektrik vs.).

Çalışma saatleri ile ilgili yönetmelikler kayıt dışı işyerlerinde

³⁵ http://www.cleanclothes.org/documents/05-workers_voices.pdf, s.34

uygulanmamaktadır. Aslında tesislerdeki işçilerin bir kısmı da yasalarca sağlanan korumaya erişememektedirler; onlar kayıt dışı ekonomide görünmezler. Büyük markaların birinci sıra taşeronları genellikle üçüncü sıra taşeronları kullanan ikinci sıra taşeronlardan yararlanmaktadır. Tedarik zincirinin sonunda bulunanlar hiçbir sendika, kurulu iş ilişkisi ve sosyal güvenlik koruması olmayan kayıt dışı ekonomiye aittir. Aynı zamanda çocuk işçiliği, aşırı fazla mesai ve kadınları tacizci davranış da vardır.

2.1.10. Sendikaya girmeye çalışma

Giyim sektörünün iş ilişkileri bakımından en önemli özelliği genellikle sendikalaşmış işyerlerinin eksikliğidir. Ayrıca bir işçi sendikası sektörde çalışan işçilerin en az %10'unu temsil ederse ve işyerinde çalışan işçilerin %50'den fazlası kayıtlıysa bir işçi sendikası toplu iş sözleşmesi (TİS) için görüşme yapabilir. Bu koşullar toplu sözleşme görüşmelerini engellemektedir: giyim ve tekstil sanayini temsil eden dokuz sendikadan sadece üçü üyeleri için toplu sözleşme görüşmesi yapma hakkına sahiptir. Kalan altı sendikanın %10 eşikini geçmesi olası değildir.³⁶

38 696 işçiyi işe alan 87 üye şirkete dayanarak ve Türkiye Tekstil Sanayi İşverenleri Sendikası tarafından 1999'da yapılan araştırmaya göre işçilerin %74.9'u TEKSİF'e (Türk İş Konfederasyonu), %14'ü OZIPLİK-IS'e (Hak-İs Konfederasyonu) ve %11.1'i TEKSTİL'e (Disk Konfederasyonu) üyedir. Çalışma Bakanlığınca yapılan 2003 raporuna göre yukarıdaki şartlar bilhassa Türk-İş'e bağlı kurulu sendikaları, sendikaya bağlı işgücünün yaklaşık %80'ini temsil eden konfederasyonları etkilemektedir. ICFTU (Uluslararası Serbest Ticaret Birlikleri Konfederasyonu) yasaların sonucu olarak ekonomik faaliyette bulunan pek çok sektörde işçilerin toplu sözleşmeler ile kapsama alınmadığını belirtmiştir. ILO (Uluslararası Çalışma Örgütü) hükümete %10 kuralının kaldırılması gerektiğini, örgütlenme ve toplu sözleşme görüşmesi yapma haklarına dair ILO Konvensiyon 98'in ihlal

³⁶ http://www.cleanclothes.org/documents/05-workers_voices.pdf, s.35

edildiğini iletmiştir. Hem Türk-İş hem de Türkiye Tekstil Sanayi İşverenleri Sendikası üye alanına sahip olduklarından %10 kuralını korumaktan yanadır. Hükümet kuralı düzeltmek için hiçbir harekette bulunmamıştır.

2.2. Küresel Tekstil ve Moda Endüstrisinde Çocuk İşçiliği

Perakendeciler ve toptancılar çocuk işçiliği ile mücadele etmede büyük zorluklarla karşılaşmaktadırlar. Bu durumda ilgili çocuklar korumak çok önemlidir.

Dünya genelinde 15 yaşın altında tahmini 250 milyon çocuk tüm sektörlerde çalışmaktadır. Çocuk işçiliği Afrika, Asya, Latin Amerika ve Karayiplerde oldukça yaygındır. Buna karşın gelişmiş ülkelerde 2.5 milyon çalışan çocuk vardır. Asya dünya toplamının %61'ine karşılık gelen en fazla sayıda çocuk işçiye sahiptir.³⁷

Dünyanın en hızlı büyüyen ekonomilerinden biri olan Hindistan da BM çocuk işçiliğinin gayri safi milli hâsılanın yüzde 20' sine katkıda bulunduğunu hesaplamıştır. Hükümet çocuk işçiliğini yasaklamıştır. Fakat tehlikeli mesleklerle uğraşan çocukların en düşük resmi tahmini 12.6 milyon'da kalmasına rağmen Hindistan halen dünyada en fazla sayıda 14 yaş altı çocuk işçiye sahiptir.

Çocuklar giyim eşyası ve ayakkabı, cam üretimi, deri tabaklama, taş ocakları ve değerli taş dâhil pek çok ihracata yönelik sanayilerde çalışma imkanı bulmaktadır. Pek çoğu kabul edilemez uzun saatlerce, genellikle güvensiz koşullarda veya haklarına minimal saygı ile çalışmaktadırlar.

İşgücü ailelerin kıt kanaat geçimini takviye etmede anahtar rol oynamaktadır. Çocuk işçiliğinin çok yaygınlığı için başlıca sorunlardan biri aileleri çocuklarını çalışmaya zorlayan borç yüküdür. Düşük okuryazarlık oranı problemi ayrıca arttırmaktadır.³⁸

³⁷ http://www.unicef.org/ceecis/pub_beyond_en.pdf, s.14

³⁸ UNICEF, UN, ve Hindistan 2001 Nüfus Sayımı

Çocuk işçiliği taşeron tesislerde veya tedarik zincirinin farklı tabakalarında mevcuttur; burada perakendeciler için saptama yapmak daha da zordur ve koşulları iyileştirmek için gerekli ticari etki daha zayıftır. Pek çok toplumda kişiler tam yaşlarını bilmemektedir (doğum tarihleri her zaman resmi olarak kaydedilmemektedir). ILO (International Labour Organisation) ve the ETI Base Code'a (Etik Ticaret Girişimi Temel Kodu) göre çalışma veya zorunlu eğitim için yerel asgari yaş sınırı daha büyük bir yaşı belirtmedikçe, 15 yaşından küçük her birey çocuktur. İşverenler müfettişlerin çocuk işçileri aradığının genelde farkında olduğundan bu konuyu gizlemede uzmandırlar. Örneğin, müfettişlerin geleceğini bildiklerinde çocuklara eve gitmesini söylerler. Ayrıca çocuk işçiler kendi işlerini korumak için yaygın olmayan sahte kimlik kartlarını kullanma gibi uygulamalarda da bulunuyorlar.

Yakında anlatılanları özetleyecek olursak:

- Dünyada 250 milyon çocuk çocuk işçidir.
- 73 milyon çalışan çocuk 10 yaş altındadır.
- 126 milyon çocuk işçinin en kötü şeklinde çalıştığı tahmin edilmektedir.
- 8.4 milyon çocuk, kölelik, kaçakçılık, borcun işçilik ile ödenmesi ve diğer şekillerde zorunlu işçilik, silahlı çatışma için zorunlu işe alma, fuhuş, pornografi ve diğer yasadışı faaliyetler arasında sıkışmıştır.
- 2.5 milyon çocuk gelişmiş ekonomilerde çalışmaktadır.
- 22,000 çocuk her yıl işle ilgili kazalarda ölmektedir.
- 127 milyon çalışan çocuk Asya Pasifik bölgesindedir.
- Afrika da, Aşağı Sahara'daki çocukların neredeyse üçte biri çalışmaktadır.³⁹

2.2.1 Çocukların çalışmasının nedeleri

- Yetişkinler için uygun iş eksikliği
- Ailelerin giderlerini karşılamak için çeşitli gelirlere ihtiyaç

³⁹ Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO)

duyması.

- Özellikle tarım sektöründe, toplanan ürün miktarına göre ödeme yapılması.(Bu durum aileleri daha fazla çocuklarını ürünleri toplamaya yardım etmesi için tarlalara yönlendirmektedir.)
- *Yetişkinlere göre daha az şikâyet ettikleri için haklarını tam olarak savunamayan küçük çocuklara daha az ödeme yapılması.(Fakir ailelerin çocuklarını okula göndermeye güçleri yetmeyebilir.)
- Dünya çevresindeki pek çok aile çocuk haklarından habersiz olması ve çocuklarını işe göndermeyi daha kabul edilebilir bulması.
- Eğitimsiz aile büyüklerinin okulun çocuklarının yaşamasına yardım etmeyeceğini düşünmesi.
- Göçle gelen çocukların okula devam etmek için bir yerde yeterli sürede yaşayamaması; bunun yerine aileleri ile tarlalarda çalışmayı yeğlemesi.

2.3. Uluslararası Örgütler

Hükümetleri, şirketleri ve sendikaları bir arada toplayan BM'e bağlı olan Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) işçi hakları için uluslararası olarak bilinen minimum standartlar olan "merkez konvansiyonda" sendika haklarını içermektedir.

Dernek Özgürlüğü: İşçilerin işyerinde kendi seçtikleri temsilci örgütlerini oluşturma ve katılma hakkıdır.

"Çalışanlar ve işverenler herhangi bir ayırım yapılmaksızın önceden izin almadan istedikleri kuruluşları kurmak ve yalnız bu kuruluşların tüzüklerine uymak koşulu ile bunlara üye olmak hakkına sahiptirler."

ILO Sözleşmesi 87, madde 2.

Toplu Sözleşme Görüşmeleri: İşçilerin ayırım korkusu olmadan sendikalara katılma, sendikasının üyelerinin temsilcisi olarak tanıtılma ve

kendi adlarına işe yerleştirme şart ve koşullarına dair görüşme yapma hakkı.

“İşçiler çalışma hususunda sendika hürriyetine hâlel getirmeye matuf her türlü hak gözetici harekete karşı tam bir himayeden faydalanacaktır (...) Çalışma şartlarının kolektif mukavelelerle tanzim etmek üzere işverenler veya işveren teşekkülleriyle işçi teşekkülleri arasında ihtiyari müzakere usulünden faydalanılmasını ve bu usulün tam bir surette geliştirilmesini teşvik etmek ve gerçekleştirmek için lüzumu halinde milli şartlara uygun tedbirler alınacaktır.”

IL Sözleşmesi 98, madde 1 ve 4

Sendika hakkı hem yöntem hem de sonuçtur. Yöntem olarak, işçilerin kendi başına ayakta durabilecekleri ve dürüst bir muameleye tabi tutulmalarını sağlamak için daha etkili, yasal yol sunmaktadırlar. Teskil ve moda şirketlerince işçilerin haklarının tedarik zincirince yukarıdan aşağıya saygı gösterilmesini sağlamak için bir çok çaba gösterilmiştir. Bu şirketler tedarikçilerinin uyguladığı denetimler ve tüzüklere dayanan “uygunluk” adı verilen üst-alt modeline dayanmaktadır. Uygunluk modeli ciddi olarak işçi hak ihlalinin hız kazanmasıyla zaman zaman başarısızlığa uğramaktadır çünkü süreçte işçilerin kendisi gerçek ses değildir.⁴⁰

Aksine, işçiler bir sendika içerisinde örgütlenebildiklerinde çalışma koşullarının uygunluğundan emin olmaları daha kolaydır. Sendikalar kendi adlarına bireysel olarak konuşmaktan korkan işçiler için toplu olarak bir şeyler söylemektedir. Toplu sözleşme görüşmeleri aracılığıyla maaşlar ve işçilerin uygun gördüğü çalışma saatleri tesis edilebilir.

ILO sendika hakları faydalarını şöyle açıklamaktadır:

Dernek özgürlüğünün temel prensibi ve toplu sözleşme görüşmesi hakkı insan onurunun bir yansımasıdır. İşçilere ve işverenlere sadece kendi ekonomik çıkarlarını savunmayı değil aynı zamanda yaşam, güvenlik, bütünlük ve kişisel, kolektif özgürlük hakkını savunmaları için bir araya gelme ve beraber hareket etme yeteneğini, ayrımcılık, müdahale, tacize karşı koruma sağlamayı garanti etmektedir. Demokrasinin bütünleyici parçası

⁴⁰ Fashioning an Ethical Industry. Factsheet 18: „Why Trade Unions Are Important“, <http://fashioninganethicalindustry.org/resources/factsheets/issues/factsheet18/>

olarak, ILO Beyannamesinde öngörülen temel hakların gerçekleştirilmesi çok önemlidir.⁴¹

2.3.1. Uluslararası Örgütlerden Bazı Örenkler: Clean Clothes Campaign

Clean Clothes Campaign (Temiz Giysiler Kampanyası) (CCC) işçi sendikaları ve sivil toplum örgütlerinin birlikte oluşturdukları giyim sektörünün en büyük birliğidir. Bu sivil toplum kampanyası giysi ve spor giyim sektöründe çalışma koşullarının iyileştirilmesine odaklanmaktadır. 1989'da Hollanda da oluşturulan bu birlik 12 Avrupa ülkesinde kampanya başlatmıştır. Bu ülkeler Avusturya, Belçika, Danimarka, Fransa, Almanya, İtalya, Hollanda, Norveç, İspanya, İsveç, İsviçre ve İngiltere'dir. Birlik dünya genelinde 250'den fazla örgüt ortak ağı ile çalışmaktadır.

Birliğin ulusal temsilcilikleri tüketici grup özerk kuruluşları, sendikalar, insan ve kadın hakları örgütleri, araştırmacılar ve eylemcilerdir. Her ulusal kampanya temsilcileri uluslararası aktiviteleri koordine etmek için yılda üç kez toplanmaktadır.

Clean Clothes Campaign tüketicileri, lobileri, şirketleri ve hükümetleri eğitmekte ve seferber etmektedir. Birlik hakları için savaşan ve daha iyi çalışma koşulları talep eden işçilere doğrudan dayanışma desteği sunmaktadır. Clean Clothes Campaign, şirketlerin sorumluluk taşımasında ısrar etmektedir. Şirketlerin kendi tedarik zincirlerinde işçilere adil davranılmasını sağlamada yeterli güce sahiptir. Birlik, Birleşmiş Milletler Uluslararası Çalışma Örgütü Sözleşmesine dayanarak "Spor Giyim dâhil Giyim Sanayi için İş Uygulama Esasları" geliştirmiştir. Bu esaslarda öngörülen ilkeler diğerleri arasından asgari istihdam yaşı, güvenli çalışma şartları, ayarlanmış çalışma saatleri ve geçim sağlayacak maaş hakkını içermektedir. Birlik, perakendecilere ve üreticilere İş Uygulama Esaslarını

⁴¹ ILO. (2004). „Sosyal adalet için örgütlenme“
http://www.ilo.org/dyn/declairs/DECLARATIONWEB.GLOBALREPORTDETAILS?var_language=EN&var_PublicationsID=2973&var_ReportType=Report

kabul etmesi ve ilkelerin desteklenmesi için baskı yapmaktadır. CCC tarafından başarılı bir kampanya yapılması pek çok işletmenin tedarikçiler için standartlar listesi olan tüzüğü kabul etmesine sebep olmuştur. Birlik şirketleri koşulları izleme ve sorunları çözme taahhüdü ile esasları güçlendirerek bu esaslara gerçek anlam vermeleri için zorlamakta ve şirketlere fiyatlandırma, teslim programı, satın alma gibi uygulamalarda fabrikaların uygun iş vermesini sağlamak için baskı yapmaktadır.

Clean Clothes Campaign çalışma ve insan hakları ihlallerinin olması halinde derhal dayanışma desteği sağlamakta, çözüm talep etmek için şirketler ve kamu kuruluşları ile iletişime geçmektedir. Şirketler sorunları çözmek için uygun adım atmada başarısız olursa birlik harekete geçmeleri için dünya genelinde tüketicileri ve eylemcileri seferber etmektedir. CCC sendika üyelerine ve görevlilerine karşı ayrımcılık, güvensiz çalışma koşulları, maaşların ve sosyal primlerin bekletilmesi, işçilere karşı ihlaller ve işçilerin insan haklarının ihlallerini içeren 250'den fazla olayla ilgilenmektedir.

Birlik, giyim işçilerinin çalışma şartlarının suiistimali ve giysi üretimi ile ilgili bilgileri, eğitim programı, gösteriler, reklamlar, tartışmalar, kitaplar, mitingler ve haber kaynağı aracılığıyla yayınlamaktadır.

Clean Clothes Campaign uluslararası çalışma standartlarına saygıyı desteklemek için Avrupa Birliği ve ulusal hükümetlere başvurmaktadır.

2.3.2. Labour Behind The Label

Labour Behind The Label (Etiket Arkasındaki İşgücü) farkındalık yaratma, bilgi sağlama ve işçiler ile tüketiciler arasında uluslararası dayanışmayı destekleme yoluyla çalışma koşullarının iyileştirilmesi için dünya genelinde giyim işçilerinin çabalarını destekleyen bir kampanyadır.

Üyeleri sendikalar ve yerel temsilcikleri, tüketici kuruluşları, kampanya grupları ve hayır kurumlarıdır.

Bu kuruluşlar LBL aracılığıyla aşağıdaki dört amacı sağlamak için birlikte çalışmaktadır:

1. Toplum bilinci yaratmak ve tüketicileri seferber etmek
2. Tedarik zincirinin bütününde işçi hakları sorumluluğunu almaları için şirketlere baskı yapmak.
3. Sözcü turları ve acil itirazlar dâhil uygun çalışma koşulları için mücadele etmede işçileri desteklemek.
4. İş giysisi tüketicisi olarak kurumsal sorumluluk üzerine kanun yaparak sorumluluk almak için hükümetlere kampanyalar yapma çağrısında bulunmak.

2.3.3. Etik Ticaret Girişimi

Etik Ticaret Girişimi (ETİ) etik tüketiciliği destekleyen şirketler, sivil toplum kuruluşları (STK) ve sendikal örgütlerin ittifakıdır. 1990'ların sonunda İngiltere'de tüketicilere gıda ve giysi satan şirketler, sattıkları malı üreten kişiler için iyi çalışma koşulları sağlamak üzere sendikalardan, sivil toplum kuruluşlarından (STK) ve tüketicilerden gelen artan baskının saldırısı altındaydı. Bu şirketler genellikle tedarikçilerin uymasını beklediği minimum çalışma standartlarını öngören uygulama esaslarını kabul ederek cevap vermişti. Ancak bu esasları kabul eden pek çok şirket ne kamu itibarına ne de gerekli deneyim ve beceriye sahip bulunmuştu. İşgücü sorunlarında ve yurtdışı geliştirme de uzmanlığı olan ilgili sivil toplum kuruluşlarının desteğine ihtiyaç duyduklarının farkına varmışlardı. ETİ esas uygulamalarda iyi olanı belirlemede ve desteklemede bu şirketler le birlikte çalışmak için ilgili STK ve uluslararası sendika hareketlerinin müşterek bilgi ve etkisini geliştirmek için 1998'de kurulmuştur.⁴²

⁴² WIKIPEDIA. http://en.wikipedia.org/wiki/Ethical_Trading_Initiative

2.4. Küresel Tekstil ve Moda Endüstrisinde düşük ücret politikaları:

Az ücretle işçi çalıştıran işyerlerinin çoğalması küreselleşmenin doğrudan kurumsal büyüme boyutu ile bağlantılıdır. Az ücretle işçi çalıştıran işyerleri yeni küresel ekonominin kanunsuzluk ve eşitsizliğinin kanıtıdır.⁴³

Az ücretle işçi çalıştıran işyerleri, fabrikalar genellikle işçilerin kendi durumlarına dikkat çekmek için çok az fırsatlarının olduğu sanayileşmiş ulusların birçok vatandaşının zor veya tehlikeli olarak düşündüğü sağlığa zararlı koşulları olan çalışma ortamıdır. Bu durum zararlı malzemelere, zararlı durumlara, aşırı sıcaklığa veya işveren tarafından tacize maruz kalmayı da içermektedir. Az ücretle işçi çalıştıran işyerlerinde çalışan işçiler genellikle fazla mesai ücreti veya asgari ücret hakkında zorlayıcı yasaların olmasına bakılmaksızın çok az ücretle uzun saatler çalışmaktadır. Çocuk işçiliği yasaları da ihlal edilmektedir.

Genellikle az gelişmekte olan ülkeler ile ilişkili olmakla beraber az ücretle işçi çalıştıran işyerleri her ülkede bulunabilir. Az ücretle işçi çalıştıran işyerleri ABD ve Avrupa dâhil çeşitli farklı ülkelerde ve kültürlerde de mevcuttur.⁴⁴ Bu işyerleri genellikle gelişmiş teknolojileri kullanmazlar, ancak çok farklı ürünler üretebilirler.

Pek çok tür ayakkabı az ücretle işçi çalıştıran işyerlerinde yapılmaktadır. Ancak en büyük sorun spor ayakkabısı ve atletik ayakkabıda yaşanmaktadır.

Farklı modellere sahip atletik ayakkabılar Asya ülkelerindeki az ücretle işçi çalıştıran işyerlerinde yapılmaktadır. Çocuk işçiliği de ayakkabı sektöründe çok yaygındır. Giyim sektöründe durum farklı değildir.

Örneğin; ABD de giyim işçilerinin çoğu genellikle asgari ücret ile veya fazla mesai ücreti olmadan haftada 60-80 saat çalıştırılan göçmen kadınlardır. Ayrıca birçok çocuk işçi kilim sektöründe çalıştırılmaktadır. Neredeyse bir milyon çocuk yasa dışı olarak dünya genelinde el dokuma

⁴³ Global Exchange.

<http://www.globalexchange.org/campaigns/sweatshops/sweatshopsfaq.html>

⁴⁴ <http://en.wikipedia.org/wiki/Sweatshop>

kilim yapmak için işe alınmaktadır. Pakistan' ın halı dokumacılarının ortalama %75'i 14 yaşın altındaki kızlardır.

Yine bir sürü oyuncak az ücretle işçi çalıştıran işyerlerinde çocuk işçiler tarafından yapılmaktadır. Özellikle oyuncaklar Çin, Malezya, Tayland ve Vietnam gibi ülkelerde yapılmaktadır. Kuzey Amerika'da oyuncak yapan kişiler ortalama saatte 11\$ kazanırken Çin de ise oyuncak yapan işçiler saatte ortalama 30 sent kazanmaktadır. Yiyecek sektöründe de durum pek farklı değildir. Kakao çekirdeğinin %43' ü, yakın zamanda ortaya çıkartılan çocuk köleliğinin uygulandığı Fildişi Sahillerinden gelmektedir. Ayrıca ödeme alan kakao işçileri kendilerini yoksulluğun ve açlığın sınırında bırakan maaşlar almaktadır.

Muz işçileri de uzun saatler boyunca çalışmakta ve düşük ücret almaktadırlar. Ayrıca bir taraftan fazla mesaiye zorlanırken, diğer taraftan tehlikeli pestisitlere maruz kalmaktadırlar.

Kahve petrolden sonra ABD'de en fazla ithal edilen ikinci maddedir. Pek çok küçük kahve çiftçisi yoksulluk ve borç döngüsü içerisinde çok az ücretle çalıştırılmaktadır.⁴⁵

Kısaca, dünya üzerinde milyonlarca kişi yetersiz, bazen şok edici koşullarda çalışmaya katlanmaktadır. İşte bazı gerçekler:

Küresel olarak 12.3 milyon kişi işverenleri için çalışmaya zorlanmaktadır. On binlerce işçi sendikaya katılma veya iş koşullarını geliştirmeye kalkıştığı gerekçesiyle her yıl işlerini hatta hayatlarını kaybetmektedir. Dünya üzerinde her gün 6.000 kişi iş ile bağlantılı kazalar ve hastalıklar sebebiyle ölmektedir. Bu trajedilerden pek çoğu önlenemez. Daha önce vurgulandığı gibi, 250 milyon çocuk ailelerini desteklemek için çalışmakta, eğitimlerini alamamakta ve genellikle sağlık sorunları yaşamaktadır. Bu durum yoksulluk döngüsünü kuvvetlendirmektedir. Dünyada 3 milyar fakir günde iki dolardan az kazanmaktadır. Uzun çalışma saatleri dünyada çalışan pek çok işçi için normdur. Bu durum insanların

⁴⁵ Vegan Peace. http://www.veganpeace.com/sweatshops/sweatshops_and_child_labor.htm

sağlığına zarar vermekte ve aile yaşamını zayıflatmaktadır. Kadınlar ve bazı azınlıklar eğitim veya terfiye erişim olmadan en düşük maaşlı işlerde takılıp kalmıştır. Pek çok işçi işten atılmaktadır. Bu durum yoksulluk ve güvensizliği arttırmaktadır ve düşük maaşlara neden olmaktadır.

Çok az işçi işyerinde fiziksel, sözlü veya cinsel tacize karşı koruma içindedir.⁴⁶

2.4.1. “Terhane” (Sweatshop) Tarihçesi

Tarih boyunca pek çok işyeri kalabalık, tehlikeli, az ücret ödeyen ve iş güvenliği olmayan yerler olurken, az ücretle işçi çalıştıran işyerleri kavramı zor koşullar altında giyim eşyası yapımında belirli tür araçların, az paraya çok çalıştıran işverenlerin diğerlerini yönettiği, belirli tür işyeri olarak 1830 ve 1850 yılları arası ortaya çıkmıştır. Aracı için az paraya çok çalıştıran işverenler. Bu sistem ile ilgili terimler Londra, İngiltere’de koşulları açıklayan, 1850’de yazılan Charles Kingsley’in Kalitesiz Giysiler gibi erken eleştirilerinde kullanılmıştır.

1850’deki az ücretle işçi çalıştıran işyerlerinde aracı ve taşeron (veya alt taşeron) olarak az paraya çok çalıştıran işverenin rolü önemli kabul edilmiştir çünkü küçük işyerlerinde işçileri izole olarak tutma hizmeti görmektedir. Tecrit edilmiş bu işçiler iş tedarikinden emin değildir. Ayrıca toplu pazarlık yöntemiyle gerçek işverene karşı organize olmada yetersizdir. Bunun yerine, terziiler veya diğer giyim perakendecileri üretilen her giysi veya dikiş parçası için işçileri çalıştıran, sömüren işverene taşeronluk etmektedir.

1850 ve 1900 arasında az ücretle işçi çalıştıran işyerleri küçük kasabalarda bulunan fakirleri hızla büyüyen şehirlere çekmiştir. Örneği; İngiltere’nin Doğu Londra’sı, New York’un Aşağı Doğu Yakasının gecekondu mahallesi yanında yer alan New York giyim bölgesi fakir kişileri buralara çekmiştir. Bu işyerleri, ayrıca nerede yer alırlarsa alsınlar, az ücretle işçi çalıştıran işyerleri, işin pek çoğu küçük gecekondu gibi odalarda pek çok kişi

⁴⁶ Etik Ticari Girişim. <http://www.ethicaltrade.org/about-eti/why-we-exist>

tarafından yapıldığından az havalandırılan, yangına, fare istilasına eğilimli yerler olarak tanımlayan eleştirmenleri ve işçi liderlerini de beraberinde çekmiştir.

1910'da, the International Ladies' Garment Workers' Union (Uluslararası Kadın Giyimi İşçileri Sendikası) bu işçilerin durumunu iyileştirmek için kurulmuştur.

Az ücretle işçi çalıştıran giyim işyerlerinin eleştirisi işyeri güvenlik yönetmeliği ve iş yasaları arkasında önemli bir kuvvet haline gelmiştir. ABD'de, Muckrakers olarak bilinen, araştırmacı gazeteci, iş uygulamaları kitabı yazmıştır. Ayrıca ileri görüşlü politikacılar yeni yasalar için kampanya başlatmıştır. Jacob Riis' in fotoğraf belgeseli "How the Other Half Lives" ve Upton Sinclair'in et paketleme sektörü hakkındaki kitabı "The Jungle" az ücretle işçi çalıştıran işyerleri ile ilgili koşullara dair bir kitapda arasında sayılabilir.

1911'de az ücretle işçi çalıştıran işyerinin olumsuz kamu algılamaları New York City'de Triangle Shirtwaist fabrika yangınında alevlenmiştir. Bu zaman ve yerin önemli bir rolü Aşağı Doğu Yakası Tenement Müzesinde, Tenement Ulusal Tarihi Alan kısmında gösterilmektedir. Sendikaların baskısı, asgari ücret yasaları, yangın güvenliği kanunları ve iş yasaları az ücretle işçi çalıştıran işyerini (orijinal anlamda) gelişmiş ülkelerde azaltsa da, onları toptan ortadan kaldıramamıştır.

1994'de yayınlanan bir raporda, ABD Government Accountability Office (Hükümet Hesap Ofisi) ABD'de az ücretle işçi çalıştıran işyerlerinin tanımını "asgari ücret, fazla mesai, çocuk işçiliği, sanayisel evde çalışma, iş güvenliği ve sağlığı, işçi tazminatı veya sanayi kaydı ile ilgili birden fazla federal veya devlet iş yasasını ihlal eden işverenler" olarak yapmış, halen binlerce az ücretle işçi çalıştıran işyerleri olduğunu vurgulamıştır.⁴⁷ Bu son tanım araçlar veya üretilen ürün hakkında bir tarihi farkı ortadan kaldırmakta gelişmiş ülke işyerlerinin yasal standartlarına odaklanmaktadır.

⁴⁷ Kristof, Nicholas D.; WuDunn, Sheryl. (2000-09-24). "Two Cheers for Sweatshops: They're dirty and dangerous. They're also a major reason Asia is back on track". The New York Times Magazine (New York Times Şirketi). <http://www.nytimes.com/library/magazine/home/20000924mag-sweatshops.html>.

Az ücretle işçi çalıştıran işyerinde işçiler bilgilendirilmeden kandırılarak veya borç karşılığı baskı aracılığıyla işte tutuluyorsalar bu durum, insan kaçakçılığı anlamına gelebilir. Etkin işgücü güvenliği veya çevre kanunları olmayan yerlerde az ücretle işçi çalıştıran işyerleri bazen gelişmiş ülkelerde kabul edilene göre daha yüksek oranda işçilerine veya çevreye zarar vermektedir. Bunlar bazen tutukluları işe alan işyerleri başlığı altında gruplanmaktadır.

Kökleri dünya ekonomisinin kavramsal temellerinde yattığından az ücretle işçi çalıştıran işyeri çözülmesi zor bir meseledir. Çin, Hindistan, Vietnam, Bangladeş ve Honduras gibi gelişmekte olan ülkeler işverenlere kar ve kişilere iş sağlamak için dış kaynaklı işi desteklemektedirler. Gelişmekte olan ülkelere üretim vardiyası küreselleşme olarak bilinen sürecin bir parçasıdır. Fakat serbest piyasa ekonomisinin dış kaynakta rol aldığı vurgulanması için neoliberal küreselleşme olarak da tanımlanabilir.

Öte yandan az ücretle işçi çalıştıran işyeri tarafından sağlanan iş fırsatlarının yokluğu hızlıca açlığa yol açabilir. Bu paradoksal bir durumdur. ABD Senatörü Tom Harkin'in Çocuk İşçiliğini Engelleme Kanunu 1992-3 de uygulandığında tahmini olarak 50,000 çocuk Asya'da giyim sektöründen atılmış;⁴⁸ bunların pek çoğu aç kalmamak için "taş kırma, sokak fahişeliği, ve fuhuş" gibi işlere başvurmuştur. UNICEF'in 1997 Dünya Çocuklarının Durumu araştırması bu alternatif işlerin giyim üretimine göre daha tehlikeli ve sömürücü olduğunu saptamıştır. "Bu araştırma dünya, çocuk işçilere anlamlı bir alternatif borçludur." demektedir.

⁴⁸ Bellamy, Carol. (1997). "An Agreement in Bangladesh". The State of the World's Children 1997. Birleşmiş Milletler Çocuk Fonu. 66
<http://www.unicef.org/sowc97/download/sow2of2.pdf>. Retrieved 2007-05-31., s.15

3. ÇEVRESEL ETKİ

Moda dünyası şık, göz alıcı ve heyecan verici olabilir fakat çevreye etkisi günden güne kötüleşmektedir. Çevresel bakış açısından giydiğimiz giysiler ve yapıldıkları tekstiller doğaya çok büyük bir zarar vermektedir. Her ürününün çevreye bir şekilde etkisi olduğu bilinmektedir. Ancak ortalama bir tüketici hangi ürünün diğerine göre az veya çok etkisi olduğunu bilmemektedir.

Tekstil üretiminin genel olarak çevreye yaptığı olumsuz etkiler şunlardır:

- Yabani yaşamda büyüdüklerinden çiftçilerin tekstil ham maddelerini korumak için kullandıkları pestisitler diğer ürünlerde de birikmetke, yediğimiz yiyeceklerin içerisine girmektedir.
- Tekstilleri ağartma ve renklendirmede kullanılan kimyasallar çevreye ve insan sağlığına zarar vermektedir.
- Attığımız eski giysiler hızlıca doldurulan depolama alanlarında önemli bir yer kaplamaktadır.
- Tekstil makinelerin çoğu gürültü, ses ve hava kirliliğine neden olmaktadır.
- Bitki, su vs. gibi doğal kaynakların aşırı kullanımı ekolojik dengeyi bozmaktadır.
- Tekstil ve giyim sektöründe çalışma koşulları standartların altındadır.
- Hayvan sömürüsü bütün olarak çevreye zarar veren yoğun çiftçilik uygulamaları ile birlikte yapılmaktadır.⁴⁹

⁴⁹ Challa, Lakshmi. „Impacts of Textile and Clothing Industry On Environment: Approach Towards Eco-Friendly Textiles“. 2010
<http://www.fibre2fashion.com/industry-article/textile-industry-articles/impact-of-textiles-and-clothing-industry-on-environment/impact-of-textiles-and-clothing-industry-on-environment1.asp>

3.1.1. GDO

Genetiği değiştirilmiş organizmalar (modified organisms GDolar), genetik materyali (DNA) değiştirilmiş organizmalardır. Özellikle GD pamuğunun pek çok çeşiti vardır. Dünya çapında pek çok GDO pamuk ekinleri zararlı haşaratlara dayanması için *Bacillus thuringiensis* (Bt) ile düzenlenmiş ve Monsanto gibi firmalar tarafından piyasaya sürülmüştür. ABD’de yetiştirilen klasik pamuğun % 83’ten fazlası GDO’dur.⁵⁰

GDO pamuğu;

- diğer ilgili ekinlere ve yabani bitkilere çapraz tozlaşma ile genişletilmiş genetik materyal akışına neden olmaktadır.
- Böcekleri yok etmek için genetiği ile oynanmış bitkiler yararlı böcekleri de öldürebilir; bu da biyoçeşitlilikte kayba neden olur.
- Söz verildiği gibi GDO ekinleriyle azaltılan haşarat öldürücüler ve/veya bitki öldürücülere ilişkin endüstriyel verilerinin sorgulanması tam olarak yapılmamaktadır.
- Böceklerle dayanıklı ürünler yetiştirme üzerinde çalışan genetik mühendisliği, böcek popülasyonlarında böcek kontrollü ürünlerin direncini geliştirmeyi hızlandırabilir, böylece daha güçlü böcek ilaçlarının kullanılmasına yol açar.
- Tohumlar patentlendiği için çiftçiler bir sonraki sezonda ekecekleri bir gdo ekininden tohumları toplayamazın diye tohumlar kısırdır. Yeni tohumların satın alınması gerekmektedir.

Herhangi bir hükümet tarafından oluşturulan organik büyüme standartlarının hiç biri GDoları olarak tanımamaktadır. Avrupa Ekonomi Topluluğu (AET) da AB’deki tüm çiftçilik işlemlerinde GDO kullanımını sınırlamıştır.

⁵⁰ <http://www.i-sis.org.uk/GMCFATW.php>

3.1.2. Lîf Üretimin Çevresel Etkileri

Tekstil endüstrisinde yün, ipek, keten, pamuk ve kenevir gibi doğal liflerin yanında (poliamid, akrilik) petrokimyasallardan yapılan sentetik lifler adı verilen insan yapımı lifler de kullanılmaktadır. Gardırobumuzdaki giysilerin çoğu polyester, elastan veya Likra içermektedir. Bu ucuz ve kullanımı kolay lifler tekstil sanayinin mucize çözümü haline gelmiştir. Üretimleri kirlilik yaratmaktadır. Geri dönüşümleri çok zordur (naylonun ayrışması 30 ila 40 yılılmaktadır)⁵¹. Tekstil ve giyim sanayi kullanılan teknoloji kadar kullanılan hammaddelerin de çeşitlilik gösterdiği bir alandır.

Tekstil üretiminin temeli liftir. Konfeksiyonda en yaygın kullanılan lifler doğada bulunur veya selüloz ya da protein olarak sınıflanır. Üretilen lifler doğal yada kimyasal olarak geliştirilmiş maddelerdir. Her bir lif kendi doğası gereği çevresel açıdan bazı problemlere neden olmaktadır.

3.1.2.1. BU Liflerden Bazıları Sunlardır: Pamuk

Pamuk dünyada böceklerle karşı en çok ilaçlanan üründür. Büyüyen pamuk, yöre halkının kendi yiyeceklerini yetiştirmeleri için gerekli tarımsal arazinin büyük bir kısmını kaplar. Dünya çapında ziraatte kullanılan tüm haşarat öldürücülerin yaklaşık %25'i pamuk farlarında kullanılır. Ziraatte büyük oranlarda kimyasal maddelerin kullanımının aşağıdakiler gibi çeşitli olumsuz sonuçları vardır:

- böcek ilaçlarının sızması ile yeraltı su kirliliği
- toprak kirliliği
- toksik kimyasal tarım ürünleriyle temas ettiğinden çiftçilere sağlık tehditi

⁵¹ U.S National Park Service; Mote Marine Lab, FL and "Garbage In, Garbage Out," Audobon Magazine, Eylül/Ekim 1998.

Pamuk çok su isteyen bir ekindir, bir kilogram pamuk lifi üretmek için 7.000-20.000 litre su gereklidir. Hatta bazı yüzey sulama sistemleri hasat edilen her kilogram pamuk lifi için 30.000 litreye kadar su kullanmaktadır.⁵² Bununla kalmayıp ortaya çıkan kumaşı ağartma ve sonra boyama eko sistemimize giren toksinler yaratır. Makineli pamuk hasatına yardımcı olması için kullanılan bitki öldürücüler ve aynı zamanda kimyasal yaprak döktürücüler hem çevre hem de insan sağlığı üzerinde olumsuz etkiler yapar. Bu kimyasallar genellikle bitim işleminden sonra kumaşta kalır ve giysilerin kullanım ömrü boyunca açığa çıkar.

3.1.2.2. Yün

Özellikle İngiltere’de hem ziraat hem de zanaat işçileri organofosfat koyun parazitlerini öldürmek için hazırlanan sıvı problemine maruz kalmaktan sıkıntıya düşmüşlerdir. Liftten kumaş elde etmek – ağartma, boyama ve bitirme işlemlerinde – daha fazla enerji ve su kullanılır, daha fazla kirliliğe neden olur.

3.1.2.3. Naylon- Polyester

Naylon ve polyester – Petrokimyasalardan yapılan bu sentetikler biyolojik olarak bozulmaya uğramazlar ve dolayısıyla iki açıdan doğal olarak sürdürülemezler. Naylon üretimi karbondiyoksitten 310 kere daha etkili olan bir sera gazı olan azot oksit yaratır. Polyester yapımı bir kirlilik kaynağı olan yağlama maddeleriyle beraber soğutma işlemi için büyük miktarlarda su kullanır. Tüm geliştirme işlemlerinde çok enerji harcanmaktadır.

⁵² http://www.helvetas.ch/wEnglish/organic_cotton/cottonplant.asp?navid=47

3.1.2.4. Rayon (Suni İpek)

Bir diğerk sentetik olan Rayon(Suni İpek), görünüşte daha sürdürülebilir odun hamurundan yapılmaktadır. Balta girmemiş ormanlar sık sık kesilerek odun hamuru için az miktarda su çeken okaliptüsler ekilmektedir. Bu durum hassas yörelerde problemlere neden olmaktadır. Suni ipek yapmak için, odun hamuru kostik soda ve sülfirik asit gibi tehlikeli kimyasallar ile işlenir. Suni ipeğin giyim için kullanılması dünya ormanlarının hızlı tükenmesine neden olmaktadır.

3.1.3. Liflerin Yıkaması

Ham lifleri yıkamak için kullanılan kimyasallar yoğun olarak toksik, aşındırıcı maddeler veya biyolojisi değiştirilmiş ayıraçlar içerebilir. Özellikle doğal liflerin bükülmeden önce temizlenmesi gerekir. İlk yıkama su ya da deterjan ile yapılır. Doğal liflerin yıkandığı atık su haşarat öldürücüler veya diğerk kirletici maddeleri içerebilir (IFC, 2006). Pişirme, pamuktan kalıcı kirleri sökmek, ipeğin zamkını çıkarmak, yünden kir ya da yağı çıkarmak için derinlemesine bir temizlik işlemidir. Pişirmede, bir alkali olan sodyum hidroksit temizleme işlemini tamamlamak için oldukça sık kullanılır. Bu kimyasalın liflere zarar verme ve çevre kirliliğine yol açma gibi dezavantajları vardır (Slater, 2005).

Ağartma bir sonraki temizleme işlemi gerekli olduğunda kullanılır. Ağartmada oksitleyici veya azaltıcı bir etki maddesi renklendirilmiş veya kirlili beyaz liflerde pigmentasyonun moleküler bağlarını yok eder. Geleneksel ağartma etki maddesi olan klor protein liflerine zarar verir ve oksidasyon tepkimeleri esnasında tehlikeli yan ürünler yaratan çevresel zararın başlıca nedenidir (Slater, 2005). Ağartma alternatifleri geliştirilmiştir. Hidrojen peroksit klor için ilk başarılı alternatifti. Ancak bu maddenin kullanımında zaman zaman sürprizler olabilir, hidrojen peroksitin oksitleştirici bir madde

olarak etkinliği ağartma işlemi tamamlanmadan önce kaybolabilir. Son zamanlarda çevresel yükü azaltırken pişirme operasyonlarının etkililiğini artırmak için bazı enzimlerin eklenmesi keşfedilmiştir.

3.2. Çevresel Etkiye Olumsuz Bir rnek: Aral Gölü

68.000 km² lik bir alanla bir zamanlar dünyanın dördüncü büyük gölü ve i tuzlu su kaynağı olan Aral Gölü 1960’dan beri durmadan küçülmektedir. Josef Stalin idaresindeki Sovyet Birliği pamuk alanlarını sulamak için tüm su akışını çekerek Aral Gölü’ne dökülen nehirleri dizginlemiştir. “Beyaz altının” hasatı için okul ağı çocukları, öğretmenler ve doktorlar gibi milyonlarca kişi zorla çalıştırılmıştır. Bu toplumsal katliama bir zamanlar dünyanın en büyük dördüncü i denizi olan ve kuruyan Aral Gölü’ndeki çevreyle ilgili facia eşlik etmiştir.

Tüm bunların Sovyet Birliği 1991 yılında yıkılması ile sona ermesi beklenmişti. Gecikmeli de olsa 7 yıl sonra 1997’de Uluslararası Aral Gölü’nü Kurtarma Fonu (UAKF) kurulmuştur. UAKF, bölgesel sosyo-ekonomik problemler gibi felaketten etkilenen alanlarda çevresel durumları geliştiren ve Aral Gölü’nü kurtarmayı hedefleyen ortak bölgesel evre ve araştırma programları ve projelerine fon ve kredi sağlamak için kurulan bir devletlerarası bir örgüttür.⁵³

Özbekistan Başkanı I.A.Karimov 28 şubat 1997’de Almatı’daki Orta Asya Devletleri Başkanlar Konseyi tarafından UAKF Başkanı olarak seçildi. 20 Mart 1997’de kalıcı bir yönetim ve idari organı, UAKS İdari Komitesi (UAKS İK) tüm Orta Asya devletlerinde şubelerle birlikte Taşkent şehrinde kurulmuştur. Daha sonra Orta Asya devletleri başkanları ile işbirliği içerisinde R.A. Ghiniatulin UAKS İK Başkanı olarak atandı.⁵⁴

⁵³ Pearce, Fred. (2008), Confession of an Eco Sinner, Eden Project Books, UK, 146

⁵⁴ <http://enrin.grida.no/htmls/aral/soearal/ifas-e.htm>

Ancak tüm bu çabalara karşın, deniz geri dönmemekle kalmayıp insanların ve tüm yerel çevrenin durumu daha da kötüye gitti. Zorunlu çalıştırma devam etti, hatta öncekine nazaran daha az su denize döküldü. Uluslararası fondan gelen ekonomik destek, genel olarak bu denizi canlandırmak için kullanılmadı.

Bir zamanlar Kızıl Ordu'yu donatan pamuk şimdi uluslararası pazarda yerini almaktadır. Kendilerinin etik ve yeşil kimlikleriyle gurur duyan bazı perakendeciler bu büyük problemi görmezlikten gelmektedirler.

Sovyet Birliği'nin yıkımından beri, Özbekistan vatandaşları ve doğası üzerindeki saldırı yoğunlaşmıştır. Aral denizine yıllarca Nil'den fazla su sağlayan Amu Derya nehrinin kaynakları nehre tekrar geri döndürülememiştir. Binlerce okul çağı çocuğunun içinde yer aldığı Özbek iş gücünün %40'dan fazlası olan pamuk işçilerinin çalışma şartları ve insan haklarının kötüye kullanılması hakkında şikâyetler artmıştır. Özbekistan ABD'den sonra dünyanın ikinci büyük pamuk ihracatçısıdır. Yılda 800.000 tonun çoğu trenle güneye Bandar Abbas İran limanına ve sonra gemiyle güney ve doğu Asya'ya gitmektedir. Bangladeş tarafından ithal edilen pamuğun 400.000 milyon tonun yarısı Özbekistan'dan gelir. Bu Avrupa'yı, Özbek pamuğunun başlıca varış noktası olan Bangladeş'ten gelen giysilerin en büyük tüketicisi yapar. Pamuk üretim kapasitesi her yıl daha da azalmaktadır. Nedeni alt yapının bozulması ve çevrenin kötüleşmesidir. Ruslar toprağın suyu emmesini önlemek için tarlaları düzeltmekle övünmüşlerdir. Artık sadece birkaç çiftlik bunu yapmaktadır. Su toprakta tuz bırakarak toplanmaktadır. Tuz pamuk için zararlıdır, bu yüzden her kış tarlalar yıkanıp temizlenmelidir. Nehirlerden elde edilen suyun yarısı bahar dikim mevsiminden önce tuzu topraktan temizlemek için kullanılır. Drenaj sistemli tuzlu su gölleri çöllerde oluşmaktadır. Aral Gölü bin tane çöl haznesine yayıldığı için çok da fazla kurumamıştır.

Ülkenin pamuk yetiştirme sevdasının en kötü sonuçları bir zamanlar Aral Gölü'ne sınır komşusu olan Özbek bölgesinin Karakalpakistan'ında yaşanmıştır. Karakalpakistan, yirmi yıl önce hala büyük miktarlarda pamuğun yetiştirildiği bir zamanlar Oksus denilen yeşil ve hoş bir arazi olan Amu Derya

deltası üzerindedir. Şu anda bölge çöle dönüşmektedir. Eski pamuk tarlalarının yarısı terk edilmiş durumdadır. Burada yaşayan insanlar başka bölgelere göç etmektedir.

Karakalpakistan'ın tüm çevresi suda, toprakta, besinlerde ve havada bulunan tuzla kaplanmış durumdadır. Sonuç olarak, anemi salgın hastalık olmuş, bebek ölümleri fırlamış ve yemek borusu kanserleri dünyada en yüksek seviyeye çıkmıştır. Sovyet zamanlarından beri, ortalama yaşam süresi 64'ten 51'e düşmüştür. Delta üzerindeki pek çok köyde çiftlik suyu çok tuzlu olduğundan içebilmek için çaylara süt katılmaktadır (Bebekler bazen çok tuzlu olduğundan annelerinden süt emmiyorlar). İklim değişikliğinden dolayı yağış miktarı azalmış durumdadır. Bölge her yıl arazi üzerinde bulunan deniz yatağından tahmini olarak 70 milyon ton toz ile mahvolmaktadır. Bu toz son on yıllarda drenaj suyunda denize getirilen tuz ve haşarat öldürücüler içermektedir. Bu haşarat öldürücüler Batı ülkelerinde yasaklanan fakat bu alanda halen havayı zehirleyen DDT ve Lindan içermektedir.

Ucuz pamuk giysiler için Batı pazarları tarafından tutulan pamuk, Özbekistan'ı adeta lanetlemiştir. Özbekistan'ın pamuk üretimi her birinin 2004'te 250.000 tondan fazla pamuk sevk ettiği Uzimterimpex, Uzmarkazimpex and Uzprommashimpeks gibi isimlerle bir dizi ihraç kurumuyla kontrol altında alınır. Çiftçiler bu konuda söz sahibi değildir. Bu kurumlar en üstteki devlet görevlileri için parlak Batı arabalarında ve Taşkent'teki parlak yeni binalarda görülen pamuktan kâr ediyormuş gibi görünen hükümete yakın kişiler ve devlet görevlileri tarafından denetlenir ve bizzat onlara aittir.⁵⁵

Farklı problemlere olası çevresel çözümler, fizibilite ve maliyette değişiklik göstermek üzere yıllardır öne sürülmektedir. Bu çözümler şöyle özetlenebilir:

- sulama kanallarının kalitesinin geliştirilmesi;
- Tuz arıtma tesislerinin kurulması;

⁵⁵ Pearce, Fred. (2008), Confession of an Eco Sinner, Eden Project Books, UK, 147-151

- Nehirlerden su kullanan çiftçileri cezalandırmak;
- Daha az su gerektiren alternatif pamuk cinslerinin kullanılması;⁵⁶
- pamukta daha az kimyasal kullanılması;
- tarımı kısmen pamuktan uzaklaştırmak;
- Aral Gölü'nde barajlar kurulması;
- Suyu Volga, Ob ve İrtiş nehirlerinden başka tarafa yönlendirmek. Bu Aral Gölü'nü 30-50 milyar\$ lık maliyetle 20-30 yılda eski boyutlarına getirebilir.⁵⁷
- Aral Gölü'ne bir boru hattı üzerinden Hazar Denizi'nden deniz suyu pompalama ve yerel su toplama alanlarından taze su ile sulandırmak.⁵⁸

2000'den beri Kuzey Aral Gölü'nün bir kısmında yenileme çalışmaları yapılıyor. Seyhun üzerindeki sulama çalışmaları onarılmış ve su akışını artırmak için geliştirilmiştir. Ekim 2003'te Kazak hükümeti, Aral Gölü'nü ikiye ayıran betondan bir set olan Kokaral Seti'ni inşa etmek için bir plan ilan etmiştir. Bu baraj üzerindeki çalışma Ağustos 2005'te tamamlanmıştır. O zamandan beri Kuzey Aral'ın su seviyesi artmış ve tuzluluk düşmüştür. 2006 itibariyle, beklenenden kısa bir süre içerisinde deniz seviyesinde bazı iyi gelişmeler kaydedilmiştir.⁵⁹ Ekonomik açıdan önemli balık stokları geri dönmüş ve Kuzey Aral Gölü'nü bir çevre faciası olarak gören gözlemciler 2006'daki geri dönen suların balık endüstrisini kısmen canlandırdığını, balık ticaretinin arttığını gösteren beklenmedik raporlara şaşırmışlardır. Restorasyon, söylendiğine göre, bölgesel bir toz çanağının yuttuğu bir tarım sektörüne kesin olmayan bir umut getirerek uzun süredir görülmeyen yağmur

⁵⁶ Water Actions - Uzbekistan - ADB.org

⁵⁷ Ring, Ed. (2004-09-27). "Release the Rivers: Let the Volga & Ob Refill the Aral Sea". Ecoworld. <http://www.ecoworld.com/Home/Articles2.cfm?TID=354>. Retrieved 2008-05-17.

⁵⁸ The Internet Encyclopedia of Science. (2008-06-29), "Aral Sea Refill: Seawater Importation Macroproject". http://www.daviddarling.info/encyclopedia/A/Aral_Sea_refill.html. Retrieved 2009-10-08.

⁵⁹ Greenberg, Ilan. (2006-04-07). "A vanished Sea Reclaims its form in Central Asia". The International Herald Tribune. <http://www.iht.com/articles/2006/04/05/news/sea.php>. Retrieved 2008-05-17.

bulutlarına ve olası mikro-iklim değişikliklerine ve çekilmiş denizin biraz genişlemesine yol açmıştır.⁶⁰

Kazak Dış İşleri Bakanlığının konu ile ilgili raporu şöyledir; "Kuzey Aral Denizi'nin yüzeyi 2003'te 2.550 kilometre kareden (985 mil kare) 2008'te 3.300 kilometre kareye (1.275 mil kare) artış göstermiştir. Deniz derinliği 2003'te 30 metreden (98 feet) 2008'de 42 metreye (138 feet) çıkmıştır."⁶¹ Diğer taraftan daha fakir Özbekistan'da uzanan Güney Aral Denizi büyük oranda kendi kaderine terk edilmiştir. Kuzey Aral'daki projeler ilk olarak Güney'e umut ışıltıları getiriyor gibi görünüyordu: *"Kuzey Denizi'ndeki su seviyelerini eski haline getirmenin yanı sıra, settteki bir savak aşırı derecede suyun büyük oranda kurumuş Güney Aral Denizi'ne akmasına imkân sağlayarak periyodik olarak açılmaktadır."*⁶²

Resim 3. 1: Kuzey Aral Denizi, Nisan 2005 ve Nisan 2006 yılları arasında hacimdeki artışı gösteren uydu görüntüsü.⁶³

Maalesef Özbekistan Amu Derya nehirini bir pamuk sulama kaynağı olarak terketmeye herhangi bir ilgi göstermiyor ve bunun yerine kuruyan Güney Aral deniz yatağında petrol araştırmalarına doğru ilerliyor.⁶⁴ Çölleşmenin etkilerini azaltma teşebbüslerinden biri yeni çıplak deniz yatağına bitki örtüsü dikmektir.

3.3. İpek Üretimi

Bir kaç bin yıl boyunca korunaklı bölgelerde tutulan İpek Böceği uçamayan ve sadece yaklaşık 500 yumurta verdiği bir kaç gün yaşayan kör

⁶⁰ The World Bank. (June 2006)"Miraculous Catch in Kazakhstan's Northern Aral Sea"; <http://go.worldbank.org/J4UFHM4SQ1>. Retrieved 2008-05-17.

⁶¹ <http://www.ens-newswire.com/ens/aug2008/2008-08-01-01.asp>

⁶² The World Bank. (2005-09-01)"Saving a Corner of the Aral Sea". <http://go.worldbank.org/IE3PGWPVJ0>. Retrieved 2008-05-17.

⁶³ Allen, Jesse. Earth Observatory (2006-04) http://earthobservatory.nasa.gov/Newsroom/NewImages/images.php3?img_id=17241

⁶⁴ Fletcher, Martin. (2007-06-23). "The return of the sea", The Times (London). <http://www.timesonline.co.uk/tol/news/world/europe/article1975079.ece>. Retrieved 2008-05-17.

bir larvaya dönüşmüştür. İpek böceği larvası ağız içerisindeki gelişmemiş yapılarından dolayı ilerde yemek yeme yeteneğini bile kaybedebilir.

İpek Böceği 10 günde yumurtadan çıkar ve larva – ipek böceği tırtılı olur. İpek böceği larvası ağırlığını 35 günde 10.000 kat artırarak küçücük bir noktadan tombul bir tırtıla dönüşür. İpek böcekleri çok narindir ve kendileri de yiyecekleri ile birlikte yüksek seslerden ve 76 derecenin üzerindeki ısı değişikliklerinden etkilenir.

Tamamen büyüdülerinde, ipek böceği bir çubuğa tırmanır ve koza örmeye başlar. İpek böceği ömrünün bu aşaması pupa evresi olarak adlandırılır. İpek böceği “sericteries” denen iki salya bezinde bir fibroin protein bileşeni üretir. Böceğin dudağının altındaki aralıktan çıkan “sericteries” denilen yapışkan sıvı akımı havayla temas edince katılaşır ve ipek böceğinin kozası olan sürekli bir ipek teli olur. İpek böceğinin dudağı altındaki aralıklara iplik borusu denir ve işlem viskoz rayon veya liyosel Tencel gibi insan yapımı “doğal” lifleri eğirmeye çok benzer; fakat viskoz ve liyosel için liflerin katılaşmasına neden olan bir asit banyosu gerekirken, ipek için hava olması yeterlidir. İpek böceği tamamen kapalı kozasını oluşturmak için üç günde binlerce ipek lifini eğirir. Kozasına şekil vermek için salgı üretip ipek lifini eğirirken kafasını yaklaşık 300.000 kez sekiz şekilde durmadan sallar. Koza tombul bir tırtıldan tüylü, kanatlı bir kelebeğe dönüşürken 16 gün boyunca ipek böceğinin yuvası olur.

Dönüşüm tamamlandığında, yeni oluşmuş İpek Böceği kelebeği, kelebeğin çıkabileceği şekilde kozada bir delik oluşturmaya başlayan alkali bir sıvı salgılar. İpek böceği yetiştiricileri ipek kozalarının zarar görmesini istemezler bu yüzden ipek böcekleri kelebeğe dönüşmeden ve kozalarından çıkmadan önce kozaları kaynayan suya ya da sıcak fırınlara koyarak kurtları öldürürler. Çok küçük bir oranda kozadaki ipek böceğine, bir sonraki jenerasyonlarını yaratabilsin diye yaşama şansı verilir. Gözleri görmeyen, uçamayan ve dişleri olmayan kelebek kozadan çıkar çıkmaz çiftleşir ve ilk 4-5 gün boyunca 500 ipek böceği yumurtası bırakıp ölür. İpek böceklerinin toplam ömürleri bu yaşamaya, üremeye izin verilen şanslı sayılan bu çok az

kısım için yaklaşık 70 gün, moda uğruna feda edilen şanssız kısım için ise yaklaşık 60 gündür.

3.3.1 İpek Böceği Endüstrisi

Oldukça gelişmiş bir endüstri, yani ipekböcekçiliği, ipek üretimi için ipek böceklerinin artırılması etrafında gelişmiştir. Dünyanın her tarafında büyük şirket ipek böceği yetiştiricileri ve bunu hobi olarak yapan kişiler ipek böcekleri yetiştirirler. İpek böcekleri sadece dut yaprağı yerler ve bunu siz kendiniz temin edersiniz.

Bir ipek böceği çok az kullanılabilir ipek üretir. Bir dönüm dut ağacı 35 pound ham ipeğe sökülebilecek 178 pound koza yaratan ipek böceklerini beslemek için yeterli ağaç yaprağı yaratır. Dut yaprakları ağaçlar yıldan yıla ürettikçe yenilenebilir ve sürdürülebilir ekinlerdir. Olgun bir dut ağacı 100 ipek böceği için yeterli ağaç yaprağı üretecektir. Bombyx mori ipek böceği, yılda sadece bir yığın yumurta ürettiği anlamına gelen ünivottindir. Yumurtalar kuluçkaya koyulduğunda, dokuz aydır yumurtaları soğutarak indüklenen çift duraklamalı askıya alınmış bir gelişmeye (kış uykusu) girerler. İpek böceği yetiştiricileri ticari olarak uygun bir zamanda yumurtaların kuluçkadan çıkmasını sağlayabilir.

Kozayı sıcak suya atmak sadece ipek böceğini öldürmekle kalmaz aynı zamanda ipek liflerini kaplayan ve koza şeklini tutan yapışkan serisini dağıtır. İpek çalışanları kozayı yapan ipek lifinin sonunu bulmak için kozanın dışını özenle kurutup fırçalarlar. Koza dikkatli bir şekilde çözülür ve bir sargıya dolanır. Kozalardan 5-10 özel ipek lifi bir ipek ipliğini oluşturmak için birlikte dolanır ve bir kaç ipek ipliği bir ipekten pamuk ipliği oluşturmak için birlikte dolanır. bazen ham ipek lifleri kremi rengi arıtmak için bir kaç saat %1 hidrojen peroksit solüsyonda bekletilmesine rağmen, bu herhangi bir kimyasal veya işlemde geçmeden saf ipek liflerinden oluşan ham ipektir. Organik ve sürdürülebilir onaylama örgütleri organik ipek standartları üzerine

alışıyorlar fakat daha nihai bir sonuca varamadılar ve herhangi bir standart edinemediler.

Bir pound en kaliteli ipek üretmek için 2600 Bombyx Mori ipek böceğinin kozadan çıkmadan gazla, yada kaynam su gibi yöntemlerle ölmesi gerekmektedir.

Neyse ki ipeğin verdiği hissi, parıltısını ve sıra dışı kumaş özelliklerini sevenler için daha başka etik seçenekler de vardır. Bazı Bombyx mori ipek üreticileri kelebeklerin kozadan çıkmasını sağlar ve sonra zarar görmüş kozaları kurtarır. Ipek böceği tarafından örülen devamlı bir ipek lifi çıkış deliği nedeni ile çok daha küçük tellere ayrıldığı için zamkı giderildikten sonra pamuk veya kenevir gibi eğirme işlemine tabi tutulur. Bu ipek kozalarının daha insani hasatından dolayı, bu ipek barış ipeği ya da vejeteryan ipek olarak adlandırılır. Barış ipeği ile bir iplik olarak sarılmaktan ziyade bir lif olarak eğirtildiğinden daha ılık ve yumuşak olan bir kumaş üretilmektedir.

Ahimsa ipeği de barış ipeğidir. Ahimsa barış ipeği genellikle Eri İpek Kelebeği'nden ve Tassar kelebeğinden gelir. Hindistan'daki Ahimsa Barış İpek projesi barış ipeği endüstrisinin gelişmesine, yerel esnafın eğitilmesine, farkındalığın artmasına yardımcı olmak için çalışmaktadır.

3.3.2. Yabani İpek

“Yabani ipekler” veya “barış ipekleri” denen ipek kumaşlarının üretiminde kullanılan ipek kozalarını üreten pek çok çeşit yabani tırtıl vardır. Pekçok yabani ipek böceği Bombyx mori gibi yılda sadece bir kez ürün vermez. Onlar yıl boyunca bir kaç kez koza üretebilecekleri anlamına gelen multivoltindir (yıl boyunca çok sayıda nesil veren tür).

Bu yabani tırtıllar evcilleştirilmiş Bombyx morinden dokuda ve renkte farklı olan ipek kozaları rerler. Yabani ipek kozası iplikleri daha kısadır çünkü yabani ipek kelebeğinin kozadan ıkarkan zedelemiş olduğu

kozalardan yapılır. fibroin protein gibi eşsiz yapılarından dolayı Bombyx mori ipek liflerinin oldukça istenen özelliklerinden biri boyaları emme yönünde sıradışı yetenekleridir; yabani ipek tırtılları daha farklı bir protein yapısı salgılar, ipek lifleri boyaları kabul etmemeye meyillidir.

Zarif bir şekilde yapılmış yabani ipek kumaşlar Tayland'da Saturniidae ipek böceğinden ve Hindistanın her yerinde çeşitli yabani ipek tırtıllarından elde edilen ipekle dokunur. Sıra dışı ve eşsiz ipekleriyle özellikle ünlü bir Hint bölgesi Bangladeş'e sınırı olan kuzey batı eyaleti Assam'dır. Assam, toplu olarak Assam ipeği olarak bilinen fakat görünüşte oldukça büyük değişiklik gösteren üç farklı ipek türü üretmektedir. Assam ipekleri Muga, Eri ve Pat'tır.

Enerjiyle ve yaratıcılıkla dolu küçük bir eko-moda şirketi olan İndigo El Dokuması Hindistan'ın kırsal alanları üzerinde bulunan eski el dokuma küçük ev sanayi ile çağdaş modern Batı kültürleri arasında bir köprü kurmaktadır. NYC'de eko-tasarımla ve satış ofisleriyle İndigo El Dokuma çalışmaları en seçkin kaliteyi ve tasarımı yaratmak için Hindistan'da el dokuması zanaatkarlarından seçilmiş küçük bir toplulukla yakın olarak çalışıyor.

Hindistan'daki el dokuma endüstrisinde 6.500.000 kişi çalışmakta ve Hindistan'da üretilen toplam kumaşın %23'nü yapmaktadır.⁶⁵ El dokuma Hindistan'ın zengin kültürel mirasının önemli bir parçasını oluşturur ve becerikli zanaatkarlar zıtlıkları sadece Hint uyum sağlama geleneğinin yapabileceği şekilde birleştirerek Hindistan'ın zengin kültürel mirasını müthiş güzelliğin, karışıklığın ve sadeliğin giysilerine dokuyor. Hindistan'daki el dokuma fakir, kırsal kesimlerde sürdürülebilir gelişimin önemli bir ögesidir. El dokumaları herhangi dış bir enerji gereksinimi olmadan çevre dostudur dolayısıyla enerji etkisi sıfırdır fakat el dokuma endüstrisi büyük, küreselleşmiş ve güçlü dokuma tekstil şirketlerini destekleyen WTO ilkeleriyle tehlikededir. Smita Paul'un vizyonu altındaki İndigo El Dokuma gibi şirketler bu yerel dokumacılara Batı pazarlarına sıradışı, çevre dostu modalar getirmek için buluşma yeri sağlamaktadır.

⁶⁵ http://organicclothing.blogs.com/my_weblog/2007/03/raw_organic_sil.html

3.3.3. Sürdürülebilir, etik ve sağlık olması açısından ipeğin değeri:

İpek organik, sürdürülebilir, etik ve sağlıklı mıdır? Sorunun cevabı evet, olabilir fakat tüketici alış veriş yaparken bunun farkında olup doğru soruları sormalıdır. Kuzu ve alpaka gibi canlılardan elde edilen diğer protein lifleri gibi ipek onaylanmaya başladığı anda itibaren organik kılavuzlara göre kolaylıkla yaratılabilir. Özellikle küçük köylerde ve kırsal alanlarda üretilenler zaten organik bir çevrede üretilmektedir. Ancak ürünleri artırmak ve geliştirmek için büyük şirketler genellikle ağır kimyasal maddeler kullanmaktadır.

Aynı şekilde, evcilleştirilmiş ipek böceklerinin yetiştirilmesi de yabani ipek böceklerinin ömürleri gibi doğal olarak sürdürülebilir. İpek kumaş, el dokumasında dokumacılar tarafından üretildiğinde, neredeyse sıfır bir enerji tüketimi vardır. Sürdürülebilir kumaş üretimi kılavuzlarının çoğunu tatmin eder. Büyük güçlü dokuma tekstil fabrikalarında üretilen ipek sürdürülebilirliklerini belirlemek için tek tek şirket bazında değerlendirilmelidir.

İpek'in etiklerini değerlendirmek her zaman daha karmaşık ve daha kişisel bir sorudur. Hayvan hakları örgütleri ipek üretmek için evcilleştirilmiş ipek böceği tahribatıyla ilgilenirken, iş hakları ve dürüst ticaret örgütleri ipek tekstil çalışanlarına genellikle ödenen istismarcı düşük haftalıkla ilgilenmektedir.

İpeğin boyanması bu işlemi yapan insanlar için sağlık problemleri yaratabilir. Bombyx mori ipeğinden elde edilen ipek kumaşlar genellikle hafif bir asit boya ile ya da çevresel açıdan düşük etkisi olan lif reaktif boyalarla boyanmaktadır. Ancak yine de sağlıkla ilgili sorunlara neden olmaktadır.

Yabani ipekler ve dokunmuş ipeklerin boyamadan önce temizlenmesi ve ağartılması daha zordur. Boyamadan kullanmak istiyorsanız

seçenekleriniz ham ipek, doğal boyanmamış ipek veya altın kehribar Muga ipeğidir.

“Ağırlaştırmak” ipek üretimine has ve özel bir tekstil üretim uygulamasıdır. İpek kumaşa gövde, parlaklık ve fiziksel ağırlık eklemek için metalik tuzların uygulamasını içermektedir. Ağırlaştırmak için kullanılan metallerin farklı tuzlarından bazısı krom, baryum, kurşun, kalay, demir ve sodyum magnezyum içerir.

Ağırlaştırmak bir pound ham ipeğin ağırlığını e, dörde, beşe veya daha fazlaya katlayabilir. İpek oldukça emici olduğundan ve metal tuzları ipek liflerince kolaylıkla emilebildiğinden ağırlaştırılabilir. İpek en güçlü doğal liflerden biridir fakat ipeği ağırlaştırmak için kullanılan metaller, ağırlaştırma işlemi düzgün yapılmazsa gücünün ve dayanıklılığının çoğunu kaybetmelerine neden olur. İpek alırken ipeğin ağırlaştırılmış ipek yoksa saf boyalı ipek olup olmadığını sorunuz. Saf boyalı ipek sadece boyayla renklendirilir ağırlaştırılmaz. İpeği ağırlaştırmak için kullanılan metalik tuzlar bazıları için sağlık riskleri ve problemleri yaratabilir.

3.3.4. İpeğin Aprelenmesi

Kumaş apreleme işleminin amacı kumaşa istenen son hissi, görünümü ve bakım özelliklerini kazandırmaktır. İpek kumaşların ve giysilerin apreleme aşamasında çeşitli çevresel ve sağlıksal tehlikelerle karşılaşılabilir. Haşıl, zambk, jelatin ve hatta şeker gibi suda eriyen maddeler bazen ipeği aprelemek için ve kumaşa ekstra gövde sağlamak için kullanılır.

İpek özellikle nemli veya rutubetli ortamlarda kolaylıkla buruşur ve kırılır. Bazı ipek kaplama imalatçıları, kuru ve yaş anti kırılışıklık ve buruşmaya dayanıklı ipek giysilerin performansını artırmak için kumaşa EPSIA, EPSIB veEPTA – silikon içeren epoksi çapraz bağlama faktörü – gibi yumuşatıcılar, elastomerler ve sentetik resinler uygulamaktadır. Tekstil Araştırma Dergisi’nde Zaisheng Cai ve Yiping Qiu tarafından yapılan

araştırmada (Ocak 2003)⁶⁶ “klasik epoksi ipek apresinde, çevrenin yanı sıra korunmasız çalışanların sağlığına zarar verebilecek organik çözücüler kullanılmak zorundadır.” denilmektedir.

Kimyasal işlemlerle ütü istemeyen anti statik, su ve yağ geçirmezlik, alev geciktirici, boyut kararlılığı, ve diğer yıka ve giy özelliklerini geliştirmek için ipeğe eklenmektedir. Tekstil yardımcıları olarak bilinen tekstil kimyasallarının iki başlıca amacı vardır: etkililiği artırmak, klasik tekstil üretiminin maliyetlerini düşürmek; ve özel apreleme etkileri ve giyim özellikleri yaratmak.

Üretim etkinliklerini artıracak tekstil yardımcıları ve kimyasallardan oluşan ilk kategori eğirme, dokuma, pişirme, ağartma ve boyama işlemlerinde kullanılır. Tekstil imalatçıları bu tekstil kimyasallarının hepsinin yıkanabileceğini ve nihai giysilerden çıkartılabileceğini ve zaman tasarrufu sağlamak için kullanılabileceğini, iş maliyetlerini azaltabileceğini ve materyal maliyetlerini azaltabileceğini iddia etmektedir. çevresel etki geliştirmekte olan ülkelerde özellikle giysi fabrikalarında nadiren göz önünde bulundurulmaktadır. Kimyasalların çoğu nehirlerle ve taban suyu kuyularına işlenmemiş atık sular şeklinde boşaltılır.

Tekstil kimyasallarına dair ikinci kategori çoğunlukla kumaşta ve giysi apreleme işlemlerinde kullanılır. Bunların kalıcı olması hedeflenmiştir. Bu tekstil yardımcıları pürüzsüz ipeksi bir his, kolay bakım, küfe dayanıklı, alev geciktirici ve kolay giyim gibi özel giyim özelliklerini sağlamaktadır. Kullanılmakta olan kimyasalların çoğu toksik ve şüpheli kanserojenlerdir.

Sorumluluk Müşteriye Ait ilkesi – “Alıcı kendisi dikkat etsin” ilkesi– tüm kumaşları ve giysileri değerlendirmede kılavuz ilke olmalıdır.

Eğer öncelikli ilgi konusu sağlıklı ve organik ipeğe o zaman boyanmamış ya da düşük etkili reaktif-reaktif boyalarla boyanmış ham ipek, Noil ipeği, Muga ipekleri ya da Eri ipekleri göz önünde bulundurulmalıdır. Ipek

⁶⁶ Zaisheng Cai ve Yiping Qiu. "Using an Aqueous Epoxide in Bombyx mori Silk Fabric Finishing ", Textile Research Journal January 2003 73: s.42-46

kumaş ağırlaştırılmamalıdır veya herhangi kolay bir bakım ya da koruyucu apreleri olmalıdır. Küçük köylerde yerli dokumacılar tarafından üretilen ipekler genellikle en saf olanlardır.

Eğer konu yabani ipeği artıran ipeğin etikleri hakkındaysa ipek kozalarını toplamak için ipek böceğini tahrip etmeyen dokunmuş ipek ya da Eri ipekleri seçilmelidir. Aynı zamanda giysi üretiminin tüm aşamalarında yer alan çalışanları koruyan Dürüst Ticaret ilkelerine göre ipek giysilerinin üretilip üretilmediğini sormalıdır.

Eğer konu sürdürülebilir ve eko dostu ipek hakkında ise, o zaman düşük etkili ve lif reaktif boyalar veya apreleme olmadan bitkisel boyalar kullanılarak boyanmış ipekler araştırılır. El dokuması ipekler en az enerji olanlardır. Ipek biyolojik olarak çözünebilir ve çöp sahalarında incelikte bileşenlerine ayrılabilir. Buna rağmen dayanıklılığı sağlanan ipek yeniden dönüştürülmüş eko moda için idealdir. STK(Sivil Toplum Kuruluşu)'nın ve Tropik Çevrelerin Korunması Enstitüsü gibi örgütler kendi yabani ipek endüstrilerini geliştirerek koruma çabalarında ve ekonomik gelişmelerde fakir kırsal toplumlara yardım edecek programlar geliştiriyor.⁶⁷

4. TÜKETİCİ ETKİSİ

4.1. Tüketicilerin Sorumluluğu

⁶⁷ Lackman, Michael. 2007 „Raw & Organic Silk: Facts behind the Fibres“
http://organicclothing.blogs.com/my_weblog/2007/03/raw_organic_sil.html

Günümüzde çevrenin korunmasına önem veren tüketiciler, üreticilerden dünya üzerine daha hafif adımlarla basmalarını sağlayan çevreye duyarlı yöntemlerle "sorumlu" giyim üretimi yapmalarını beklemektedir. Kendi tutkularını pozitif değişim tutkusu ile eşleştiren bazı tüketiciler, sürdürülebilirlik konularına ilgi gösteren üreticilerin sosyal veya parasal katkılarına destek sağlamak kim, onların ürünlerini satın almaktadır. Böyle yenilikçi yaklaşımlar ile, tüketiciler git gide değişimin elemanları, hem moda endüstrisinin dönüşümüne hem de toplum ve dünya refahına yatırımda bulunan toplumsal girişimciler – oluyorlar.

Çok sayıda tüketici tekstil endüstrilerinin moda ürünleri ağartmaları, boyamaları ve aprelemeleri için kullandıkları kimyasallarla su yollarını kirletmelerini, pek çok su tüketmelerini sorguluyorlar. Çevre meraklısı moda takipçileri özenli bir tüketici ile özenli bir vatandaş olma rollerini bir araya getirmeye çalışıyorlar. Tüketiciler artık güçlü etik bir unsura sahip satıcılar tarafından satılan, üretimi sırasında çevreye saygı duyulan liflerden yapılma giysileri araştırıyorlar.

Doğal ve sentetik liflerin sürdürülebilirliğini sorgulamak, marka veya tasarımcı etiketlerinin arkasına bakmak, kâr satışlarının belli bir yüzdesini çevreye geri veren veya göğüs kanseri, kalp rahatsızlığı gibi toplumlara mal olmuş sağlık sorunların çözümleri için destek veren ürünleri satın almak artık tüketicinin sorumluluğundadır. Bireyden topluma yayılan sorumluluk ham maddelerle, tasarımla, üretimle, satın almayla, toptan satışla, tüketimle ve tekstil ve giyim ürünlerinin kullanımıyla ilgilidir.

Tüketiciler değişim araçlarıdır; onlar moda kurumlarını ve işletmelerini zamanın ihtiyaçlarını yansıtan doğru kararlar vermeye zorlarlar.

4.1.1. Tüketici Anketi

Etik moda tüketicisi hakkında bir anket yapılmış ve Ocak ve Ağustos 2010 tarihleri arasında christinefoglar.com ana sayfasında yayınlanmıştır. Türkiye, Avusturya, İngiltere, Almanya, Hollanda, Finlandiya ve ABD den

katılımcılara toplam 65 soru sorulmuştur. Ankete katılanların yaşları 15 ila 64 yaş arasında değişmektedir ve ortalama yaşları 25-34 yaşdır. 47 kadın ve 18 erkek katılımcı ile cinsiyet dengeli değildi. Katılımcıların %41'inin ortalama maaş geliri yılda 20.000€'nin altındadır. Katılımcıların %43'ü her birkaç ayda bir alışveriş yapmaktadır ve 50-100€ arasında harcama yapmaktadır. %27'si kıyafetlerini butikten satın alırken sadece %6'sı etik giysi mağazalarından alışveriş yapmaktadır. En çok ziyaret edilen mağazalar Zara ve H&M' dir. Giysi satın alırken en önemli faktörler uygun fiyat ve eğilimlerdir, sadece %5'i giysi alırken etik faktörlere bakmaktadır. Katılımcıların çoğu için trende ayak uydurmak önemliyken, aynı zamanda sadece %29'u etik moda ile çok ilgiliydi. Tüm katılımcılar etiğe bağlı olarak giysi satın aldığını düşünmektedir ve %27'si daha fazla elverişlilik olursa daha etik giysi satın almak istemektedir. %83'ü çevrebilim dostu markaları bilirlerse çevre dostu ürün almak için daha fazla ödeme yapma niyetindedir. Edun, Hess Natur ve bazı markalar %27'si tarafından sürdürülebilir marka olarak bilinmektedir. Eski giysiler genellikle hayır kuruluşlarına bağışlanmaktadır veya arkadaşlarla paylaşılmaktadır fakat nadiren kişiler kıyafetlerini geri dönüşüme yollama olasılığını düşünmektedir, dolayısıyla %86'sı eski giysilerinin bir tasarımcı tarafından yeniden tasarlanması yaklaşımındadır ve bu hizmet için 21-40€ arasında ücret ödemektedir. Anketin son bölümünde tüketici giysi yıkama davranışı ele alınmıştır. %23'ü giysilerini giymeden önce bir kez yıkarken, sadece %17.65'i kirli olmadan önce yıkamamaktadır. Katılımcıların çoğu sadece çamaşır makinesi tam dolu iken 30/40° sıcaklıkta yıkama yapmaktadır. Birçok katılımcı çamaşırlarını açık havada kurutmayı ve sadece ütülenmesi gereken giysileri tercih etmektedir.

Anket tüketici ile paylaşılması gereken giysi kullanımı için daha sürdürülebilir uygulamaları ve de iletişim kurulması gereken moda sanayinde etik uygulamaların farkındalığını göstermiştir.

4.2.1. Giysi Boykotları

Tüketiciler sorumsuzca davrandıkları anlaşılan ve etik bir seçeneğin olmadığı markaları ve şirketleri cezalandırmak için boykotlar yapmaya eğilim gösteriyor. Giysi satıcılarını boykot etme modasının etik giysiler için erişilebilir ve maddi olarak daha uygun seçenekler olana kadar süreceği ön görülmektedir. Sonuç olarak bir dizi büyük marka, kendi tedarik zincirlerinin yönetimini geliştirmeye ciddi kaynak ayırmıştır. Pek çok tüketici bir markayı boykot ettiklerinde ona geri dönmeyi artık istemediklerini bildirmektedir. Ancak işletmeler bu tür durumlara karşı sorumlu bir yaklaşım sergilediklerinde zaman zaman geri dönüşlerde söz konusu olmaktadır. 2006 yılında “düşük maliyetli” giysi boykotları daha az gerçekleşmiştir.

4.2.2. Etik Kozmetikler

Doğal, organik ve hayvanlarla test edilmemiş kozmetikler için pazar 2006’da 386 milyon £’a ulaşacak şekilde yüzde 22 oranında artmıştır bu da tüm kozmetik pazarının yüzde üçünü temsil etmektedir. Bu satışların büyük çoğunluğu şirketlerin belli bir tarihten itibaren hayvan testini yapmadıklarını onaylayan İnsan Kozmetik Standartı altında onaylanmış kozmetiklerdir.

4.2.3. Etik Giysi

Dürüst ticaret ve organik onaylı giysi güçlü bir büyüme göstermiştir. Gittikçe artan sayıda giysi satıcıları, ürünlerini onaylı giysi standartları ile satmaya başlamışlardır. Dürüst Ticaret Markası taşıyan giysilerin ilk ürünleri 2005 Kasım’da ortaya çıkarken sokak üzeri satıcılarının desteğiyle 2006’da 5milyon £ satış başarmıştır. Güçlü büyüme hem Dürüst Ticaret hem de organik etik giyside tahmin edilmiştir. Dürüst Ticaret Kurumu Dürüst ticaret pamuk ürünlerinin satışının 2007’de sadece bir yılda yüzde 800 üzerinde artış göstererek 45 milyon £’a ulaşabileceğini tahmin etmektedir. Toprak Örgütü son büyüme oranlarında organik pamuk ürünleri İngiltere pazarının

2006daki 45milyon£'dan da artış göstererek 2008 itibarıyla 207 milyon£ 'olacağını öngörmektedir.⁶⁸

4.2.4. Yeniden Kullanım için Alım

İngiltere'de insanların yüzde 75'i 2006'da en azından bir kez ikinci el ürün satın aldıklarını belirtmektedir. İnsanların yüzde 22'si ikinci el satın almanın iyi bir nedeni olduğunu ya da çevresel faydalarını desteklediklerini öne sürüyorlar. Sonuç olarak 2006'da 360 milyon £ etik nedenlerden dolayı hayır kurumu mağazalarında, ikinci el eşya satışlarında ve diğer ikinci el giysi mağazalarında harcanmıştır. Bu 2005'ten beri yüzde 15 oranında bir düşüşü temsil eder. İnternet açık artırma sitelerinin (bu raporda yer almamaktadır) popüleritesindeki artış ve mağazaların indirimleri değerdeki bu düşüşün nedeni olabilir.⁶⁹

4.3. Modern ve Geleneksel Kültürel Yaratıcılar

Modern ve Geleneksel dünyalar arasındaki çatışmaya "kültürel savaş" adı verilmektedir. Yirmi birinci yüzyılın eşiğinde, Kültürel Yaratıcılar bu iki dünyanın dışında üçüncü bir alternatifi temsil ederler. Üç alt kültürün her biri toplumun öncelikleri üzerinde kendi perspektifine sahiptir: iyi bir yaşam nedir, gerçekten ne önemli, neden buradayız, ne için yaşıyoruz, şimdi ve gelecekte nasıl bir ülkede yaşamalıyız. Her birinin oluşmakta olan yirmi birinci yüzyılın kültürüne bir katkısı vardır. Her alt kültür, değerleri farklı olduğu için diğerlerini dışlamamalıdır ve bu yüzyılın oturmuş kültürel formları değiştirebilecek bir etkisi olduğunun farkında olmalıdır.⁷⁰

⁶⁸ http://www.co-operativebank.co.uk/images/pdf/ethical_consumer_report_2007.pdf, s.17

⁶⁹ Co-operative Bank (2007) Ethical Consumerism Report. http://www.co-operativebank.co.uk/images/pdf/ethical_consumer_report_2007.pdf p16-17.

⁷⁰ Ray, Paul H., Anderson, Sherry Ruth. „The Cultural Creatives“, 2000. Three Rivers Press, USA. P 33

4.3.1. Kültürel Yaratıcıların Yaşam Tarzları

Dengeli bir ruhsal, kişisel ve toplumsal büyümenin mümkün olduğu ve kendi inisiyatiflerini kullanabilecekleri sağlıklı ve sürdürülebilir bir yaşamı arzulayan gruplardır.:

- kişisel refahları,
- sivil toplumun ve dünyanın sürdürülebilirliği ve
- gelecek nesiller için yaşam kalitesi onlar için çok önemlidir.

Kültürel Yaratıcılar, hepsi gerekme de, aşağıdaki değerlerin çoğunu yaşamaya çalışırlar:

4.3.2. Kültürel Yaratıcıların Kişisel Gelişimleri:

Kültürel Yaratıcıların ruh, zihin, beden, kendini gerçekleştirme ve kendini ifade etme alanlarında içgüdüsel bir eğilimleri vardır. Bilişsel ve fiziksel performanslarını geliştirmek isterler, daha uzun ve sağlıklı bir yaşamı destekleyecek yaşam tarzını benimserler.

Araştırma ve hayat boyu öğrenmeye açıktırlar. Genellikle ruhani seminerler, yoga, fitness, stres yönetimi vs gibi konularla ilgilidirler. Ruhanıdırler; ancak dini öğretilerden çok içsel huzur ve ruhaniyete önem verirler.

4.3.3. Kültürel Yaratıcılarda Sağlıklı İlişkiler, Sağlıklı Yaşam

Kültürel Yaratıcılar diğer insanlara yardım etmekle ve ilişkileri geliştirip sürdürmekle ilgilidirler. Güvenilirliğe değer verirler, diğer insanlara yakınlık hissederler, genel olarak yaşamı severler. Kendilerinin yaratmış olduğu bir ahlak sistemleri vardır ve diğerlerini önyargılarla yargılamak yerine, onlara

objektif yaklaşılmaya çalışırlar. Sağlıklı yaşam stillerinin bir parçası olarak sağlıklı yaşlanmaya; doğal ve organik ürünler kullanmaya önem verirler.

Kültürel Yaratıcılar koruyucu sağlık çözümleri, holistik hastalıkları önleme, tamamlayıcı tıp ve akupunktur, homeopati ve naturopati gibi alternatif uygulamalarla ilgililerdir.

4.3.4. Kültürel Yaratıcılarda Sürdürülebilir Ekonomiler ve Ekolojik Yaşam

Kültürel Yaratıcılar genellikle harcamalarını kontrol ederek ve yaşam stillerini buna göre oluşturarak; hayatta kalma mücadelelerinin temel gereksinimlerinin (beslenme, barınma, giyinme, enerji vs) çoğunu çözmüş bireylerdir. Genellikle modern kültürün satın alma ve harcamaya, zengin ve lüks ürünlere, maddi başarıya ve “başarmaya” verdiği önemden nefret ederler. Temel hayatta kalma meselelerinden ziyade hayatın kalitesiyle ilgilenerek yaşarlar. Kültürel Yaratıcılar, çevresel yönetimin, kaynak-verim ürünlerinin, yeşil endüstri, mimari ve yeşil ürünlerin, yenilenebilir enerjinin, sosyal olarak sorumlu yatırım ve alternatif enerjilerin doğal destekçilerini oluşturur.

Kültürel yaratıcılar için “daha büyük” ve “daha fazla” kavramları her zaman daha iyi demek değildir. Ancak çevreyi korumak için veya adil ticaret için daha fazla ödemeye ya da vergi ödemeye isteklidirler. Bunlar ekolojik ev ve ofis ürünlerine, organik/geri dönüşümlü ürünlere, çevre dostu beyaz eşyalara, eko turizme ve macera/öğrenme/eko gezi kavramları ile ilgilidirler.

Kültürel Yaratıcılar öğrenmede küresel ve bir şekilde iyimser olmaya eğimli aktivistleridir. Bunlar yeni ve daha iyi bir yaşam şekli oluşturma konusunda aktif olmak isterler. Bu kişiler gönüllü olan aktivistlerdir ve çeşitli sosyal, sivil hareketin, cinsiyet eşitliği ve toplumsal barış hareketleri gibi tüm bilinçlilik hareketlerinin kesişiminde bulunurlar.

Problem çözmeye, özellikle de başkalarının problemlerini çözmeye heveslidirler. Onları problemleri çözmede garip bir şekilde başarılı yapan, oldukça yaratıcı, pratik ve idealist olmalarıdır. Dünyanın gerçekleriyle yüzleşirler, fikir ve eylemlerinde hızlıdır.

Politik olarak hem soldan hem de sağdan memnun olmayan bu kişiler genellikle kendilerini sadece herhangi bir tarafta görmezler. Oldukça pragmatiklerdir ve gelecek krizden sağ çıkmak için başa çıkılması zor gerçeklerin üstesinden gelebilecek şekilde konumlanırlar.

Komşuluklarımızı ve toplumu yeniden yaratmak, kadınların meselelerini önemsemek ve çocukların eğitimi ve refahı için daha fazla harcamayı istemek gibi toplumsal yargıları vardır. Şirket sorumluluğu ve etiği yanı sıra demokratik temsil gücünü geliştirmeyle ve vatandaşlık haklarının hem hükümet hem de işletmeler tarafından karşılanması için aktif olarak ilgilidirler.

4.3.5. Kültürel Yaratıcılarda Doğal Sistemler ve Teknoloji Entegrasyonu

Kültürel Yaratıcılar öncelikle, teknoloji ile bilimin olumlu birliğinin uygun olduğu yerlerde, hep uyum içindeki doğal sistemleri kullanmanın bütünlüğüne inanırlar. Onlar yetenekli ağ çalışanlarıdır (networkers) ve yeni teknoloji ile bilimi günlük yaşamlarına dahil etme konusunda oldukça rahattırlar.

Seçeneklerini bilerek çoğaltmak ve günlük yaşamlarında akılcılık (gerçekler) ile hisleri (duyguları) dengelemeye çalışırlar. Modernizm sonrasına ait ve “bireysel yaratıcı ifade teknolojinin gerçeklerine uymalı” şeklindeki modernizmin temel fikrine inanmazlar. Bunun yerine “bireysel yaratıcılığın günlük yaşamı duygusal olarak daha kabul edilebilir kılması gerektiğine” inanıyorlar. Çok yönlü düşünürler. Herhangi bir doğal, teknolojik veya bilimsel kaynaktan en iyi şekilde faydalanmaya isteklidirler. Bunları etkili ve pratik problem çözme amacıyla bir araya getirirler. İleriye yönelik çözümleri araştırıp kullanırlar fakat sorunlarla anında başa çıkmada pratiktirler.

Kültürel Yaratıcılar yaşadıkları daha geniş kültürlerin değer yargılarına karşı çıkmalarına rağmen kendi değerlerini yaşamak için oldukça yaratıcı olduklarından bu şekilde adlandırılmışlardır. Gerekirse, bilinçli olarak seçilmiş yaşam stillerini destekleyen yeni mini kültürlerin de yaratıcısı olacaklardır.⁷¹

4.3.6. Kültürel Yaratıcılarda Tüketim

Kültürel Yaratıcılar beyaz eşyalar, arabalar ve tüketici elektronikleri gibi pek çok dayanıklı tüketim ürünleri hakkında bilinçli tüketicilerdir. Zorla satın almayan, dikkatli ve bilinçli kullanıcılardır. Alışveriş etmeden önce araştırma yaparlar ve düzenli olarak etiketleri okuyan tüketicilerdir.⁷²

Yalnızca ABD’de şu an tahmini 63 milyon Kültürel Yaratıcı vardır. 10-15 yıl içerisinde bunlar Amerikan nüfusunun yarısı olabilirler.

Avrupa’da yaklaşık 80-90 milyon, Japonya, Çin, Hindistan ve Güneydoğu Asya gibi tüm Asya ülkelerinde ise 60 milyon kadar kültürel yaratıcı vardır. Afrika’da, Orta Doğu’da ve güney Amerika’da da bir başka 10 milyon olabilir.

Kültürel Yaratıcı nüfusunun son 40 yıldır her yıl %0,5 oranında büyüdüğü ve bu nüfusun, insanların daha eğitilmiş olmasıyla daha da hızlı artacağı tahmin edilmektedir.⁷³

Bir nüfus ne kadar çok eğitilmiş, modern ve post-modern olursa o kadar çok Kültürel Yaratıcı bu nüfusta yer alacak demektir. Kültürel Yaratıcılar post-modern ya da post-post-modern dünyanın uçlarında yaşamaları açısından, toplumsal evrimsel gelişimimizde başka bir adımın temsilcisi olarak görülebilir.

Kültürel Yaratıcılar yılda yaklaşık 46.000\$ gelir ortalamasıyla üst-orta grupta yer alırlar. Kültürel Yaratıcılar, içe kapanık/ dışa dönük, düşünen/

⁷¹ <http://www.integrativespirituality.org/postnuke/html/modules.php?op=modload&name=Sections&file=index&req=viewarticle&artid=229&page=1>

⁷² Ray, Paul H., Anderson, Sherry Ruth. „The Cultural Creatives“, 2000. Three Rivers Press, USA. P

⁷³ <http://universespirit.org/node/85/>

hisseden, okumuş/ geri kalmış, zeki/aptal gibi tüm psikolojik tipleri temsil eder.⁷⁴

Eğitime değer verirler ve Avrupa'dakilerin %30'u, ABD'dekilerin ise %25'i kolej mezunudur. Gelir, eğitim, meslek açısından varlıklı sayılabilirler. Etnik köken, yaş ve rekabet açısından ulusal profillere yakındırlar. %60 kadarı kadındır. Kadınlar bire iki oranla bu kültürel değişim yetkisinin fikir liderleri gibi görünmektedirler. Kültürel Yaratıcılar tarafından değer verilen kadın sorunlarının çoğuna dikkat çekerler.

4.3.7. Geleceği Etkileyen Kültürel Yaratıcılar

Şu günlerde Bütünleyici ve Kültürel Yaratıcılar tüketicilerine kolayca kabul edilebileceği altı özellikli ürünler ve hizmetler sağlamaktadır: fonksiyonel olarak uygun, düşük maliyetli, çevresel olarak sürdürülebilir, toplumsal olarak adil, güzel ve/veya artistik ve alışverişçi için kullanımı komik veya eğlenceli .⁷⁵

4.4. LOHAS

LOHAS(Lifestyle of Health and Sustainability) Sağlıklı ve Sürdürülebilir Hayat Tarzı yerine kullanılan bir kısaltmadır⁷⁶.

⁷⁴

<http://www.integrativespirituality.org/postnuke/html/modules.php?op=modload&name=Sections&file=index&req=viewarticle&artid=229&page=1>

⁷⁵

<http://www.integrativespirituality.org/postnuke/html/modules.php?op=modload&name=Sections&file=index&req=viewarticle&artid=229&page=1>

⁷⁶

<http://www.lohas.com/about.html>

LOHAS aktif bir şekilde daha sağlıklı ve daha sürdürülebilir bir hayat tarzı, ürün ve hizmet seçenekleri, aldıkları ürünler ve hizmetler için Pazar araştıran tüketiciyi tanımlar.

LOHAS tüketicilerinin hayat tarzı ve satın alma kararları kişisel, ailevi ve toplum sağlığı, çevresel sürdürülebilirliği ve toplumsal yargı gibi değerleriyle belirlenir.

Bu değerler ve tutumlar yenilenebilir enerji, güneş enerjisi, sıcak su, organik yiyecekler, geri dönüşümlü ve sürdürülebilir ev kabloları, yerel yağmur suyu tankları, sürdürülebilir keresteler, doğal temizlik ürünleri, alternatif tıp, yoga ve eko-turizm kadar çeşitli ürünler için pazarları yönetmektedir.

LOHAS, kapsamlı araştırma yapan sosyolojist Paul Ray⁷⁷ tarafından ABD’de 1990ların ortalarından Amerikan nüfusunun neredeyse %25inin sağlık, sürdürülebilirlik ve toplumsal yargı konularını kendi dünya görüşlerini ve nasıl yaşamayı seçtiklerini oluşturan başlıca unsurlar olarak tanımladığını gösteren vakıfsal bir çalışma üzerine kurulmaktadır.

Ray’in ilk çalışmaları esnasında, bir Pazar perspektifinden tanımlamak zor olduğu ve ‘normal’ demografik basmakalıpları açığa çıkardığı için bu kültürel fenomenin doğru boyutu ve gücüne ait olan farkındalık çok azdı.

LOHAS tüketicileri çoğunlukla ressamlardan, yazarlardan, tasarımcılardan, bilimadamlarından, doktorlardan, avukatlardan, mühendislerden, yaratıcı uzmanlardan, idarecilerden, risk sermayedarları, teknisyenlerden, çözüm arayıcılardan ve toplumsal olarak bilinçli tüketicilerden oluşan tüm yaş ve demografik grupları kapsamaktadır.

Ayrıca, Japonya, Tayvan, Çin, Avustralya, Yeni Zelanda, Hindistan, Almanya, Hollanda, İngiltere, Fransa, Kanada ve diğer bazı devletler LOHAS ilkelerini anlamaya ve bunları kendi kültürlerine entegre etmeye ilgi göstermektedir. LOHAS şimdi ABD’de nüfusun %23’nü (yaklaşık 50 milyon yetişkin) ve Japonya’da %23’nü (yaklaşık 37 milyon) temsil etmektedir. Asıl

⁷⁷ <http://www.lohas.com.au/what-lohas>

şaşırtıcı olan, 1960larda ABD'nin nüfusun yüzde 4'ünden az bir orandan 1990larda %23'den fazlasına taşımıştır; bu durum böyle bir nüfus trendi için yeni bir rekordur.

4.4.1. LOHAS Değerleri

Bu tamamen dönüşümsel bir hayat tarzıdır. LOHAS tüketicinin bütünsel dünya görüşü tüm insan potansiyelini başarmak için bireyler içerisinde zihin, beden ve ruhun birbirine bağlantılılığı yanı sıra küresel ekonomilerin, kültürlerin, çevrelerin ve politik sistemlerin birbirine bağlantılılığında bir inançtır. Yaşla, gelire ya da diğer tanımlayıcı yönlerle ifade edilen tipik bir demografik gruba karşıt olarak LOHAS. Jenerasyonları ve sosyoekonomik durumlarından ziyade toplumsal bilinçleri LOHAS tüketicilerini tanımlar. LOHAS tüketicisi bu sınırları ele alır ve daha “yüksekte olma” ideallerini temsil eder. Organik ve doğal gıdaların büyümesi, tamamlayıcı tıp ve kişisel gelişim sürdürülebilir, çevresel ve sosyal olarak sorumlu platformlara dayanan tüketici değerlerinin kaydırılmasının bir noktada birleştirilmesi olarak görülmüştür. Bu değerler kıyıda köşede kalmış olmaktan ziyade, değişiklikleri tüketici pazarlarda, politikalarda ve toplumlarda yöneterek nüfusun içinde hızla yayılmaktadır. Onların yaşam tarzı şunları içerir:

- Marka sadakatini
- Kendilerini açıklayıp diğerlerini etkilemeyi
- Ücret duyarsızlığını
- Kimliklerini göstermek için kendilerini ifade etme ihtiyacında olan yaratıcılığı
- Farklı türlerde müzik dinlemeyi ve farklı yiyecekleri tadmayı
- Onlardan farklı insanlarla sosyalleşmeyi ve tanışmayı istemeyi
- Fikirleri satıp meseleler üzerinde tartışmayı
- “modern/iyi” ‘yi “yeşil” ile birleştirmeyi

- Daha az tüketmeyi ve daha az materyalist olmayı
- Bilgili kararlar vermeyi, içerik listesinin ötesinde etiketleri okumayı
- Şirket ideallerine dayanan ürün seçme kararı vermeyi
- LOHAS tüketicilerinin inanç sisteminin merkezinde çevre vardır, Dürüst ticaret, sürdürülebilirlik, veya etik uygulamalar LOHAS tüketicilerinin ilgilerini, tutumlarını ve inançlarını karşılar.

4.4.2. Pazaryeri

LOHAS tüketicileri sosyal ve çevresel sorumluluk değerleriyle birlikte satın alma kararlarını vermeye meyillidir. LOHAS tüketicileri çevre, dünya, toplumsal meseleler, sağlık, insan hakları, dürüst ticaret, sürdürülebilir uygulamalar, barış, ruhsal ve kişisel gelişim hakkında tutkulu olanlardır. LOHAS sayıları büyük bir tüketici pazarının sürdürülebilir ve sağlıklı ürünler için var olduğunu gösterir. Pazar yeri aşağıdaki gibi mallar ve hizmetler içermektedir⁷⁸:

Sürdürülebilir Ekonomi (ABD Pazarı--76.47\$ - 150 milyar \$)

- Yeşil ve sürdürülebilir bina ve endüstriyel mallar
- Yenilenebilir enerji
- Kaynak-verimli ürünler
- Sosyal olarak sorumlu yatırım
- Alternatif ulaşım
- Çevre idaresi

Alternatif Sağlık Bakımı (ABD Pazarı --30.7 milyar \$)

- Doğal ve önleyici tıp (Natüropatik, Çin ilacı, vs.)
- Sağlık ve zindelik çözümleri

⁷⁸ <http://www.lohas.com/about.html>

- Akapunktur, homeopati, vs.
- Holistik hastalık önlemi
- Bütünleyici tıp

Sağlıklı Yaşam Tarzı (ABD Pazarı --30 milyar \$)

- Organik ve doğal besinler
- Karma ve elektrik arabaları
- Beslenme ürünleri
- Beslenme destek ürünleri
- Organik ve doğal kişisel bakım ürünleri

Kişisel Gelişim (ABD Pazarı --10.63 milyar \$)

- Zihin, beden ve ruh ürünleri
- Yoga, fitness, kilo kaybı
- Ruhsal ürünler ve hizmetler

Ekolojik Yaşam tarzları (ABD Pazarı--81.19 milyar \$)

- Enerji etkili elektronikler/beyaz eşyalar
- Ekolojik ev ve ofis ürünleri
- Organik ürünler
- Geri dönüşümlü lif ürünleri
- Çevre dostu beyaz eşyalar
- Eko-turizm ve seyahat
- Doğal ev ürünleri (kağıt mallar ve temizlik ürünleri)

4.5. Giysilerde Temizlik Sorunu (Yeşil Yıkama)

Bugünün evlerini temizlemek için şimdi çok çeşitli ürünler kullanılmaktadır. Limon suyu, sirke ve sabunlu su kullanımı artık gerilerde kalmıştır. Genel anlamda temizlik pazarı büyük ve bakteriler hakkında paranoyamızı büyüten bir işletmedir.

Ancak, çevre dostu temizlik pazarı ise halen çok küçüktür ve bu amaç doğrultusunda üretim yapan markaların büyük kimyasal şirketlere karşı çıkacak bütçesi yoktur.

Ayrıca temizlik için aşırı miktarda su tüketilmektedir. Örneğin; İngiltere’de kişi başına günlük ortalama 150 litre su kullanılmaktadır (Şubat 2008’de Waterwise ve Ariel tarafından rapor edilmiştir). Buradaki tüm tüketiciler çamaşır makinalarında ön yıkamayı kullanmayı durdurursa yılda 6 milyar litre sudan tasarruf edilebilir. Eğer tüketiciler sadece çamaşır makinesini tam dolmuş halde yıkarsa, ulusal çapta haftada 608 milyon litre tasarruf sağlanmış olur.⁷⁹

Hollanda’da yapılan araştırmalar her bir giysi parçasının ortama 3 yıl 5 ay için Hollandalı birinin dolabında durduğunu, bu süre boyunca 44 gün giyildiğini göstermektedir. Çevresel etkisinin çoğu çamaşır yıkamadan gelir. Örneğin polyester bir bluzun yıkanması ve kuruması onu ürün haline getirmek için gereken enerjinin altı katını kullanır.⁸⁰

Çamaşır makinelerinin ve kurutma tekniklerinin etkililiğini geliştirmenin moda ve tekstil kullanım aşaması açısından belli faydaları vardır. Temel konular yıkamada kullanılan enerji, su, deterjan; kurutma ve ütöleme sırasındaki elektrik kullanımı içerir. Yıkama sırasında suyun sıcaklığının 10°C azaltılması, elektrik tüketiminde %10 azaltabilir.⁸¹ Bununla birlikte tamburlu kurutmayı (kullanım aşaması enerjisinin %60’ını temsil eder) ve ütölemeyi elemanın toplam elektrik tüketiminde yaklaşık %50’lik bir düşüş sağladığı hesaplanmıştır.⁸²

⁷⁹ ARNOLD, Chris. „Ethical Marketing and the New Consumer“. John Wiley & Sons, 2009. p230-235

⁸⁰ FLETCHER, Kate. „Sustainable Fashion and Textiles – Design Journeys“. Earthscan, London. 2008 p.75

⁸¹ ENDS Report. „M&S recommend cooler clothes wash to save energy“. 2001, No. 319, p32.

⁸² Allwood, J.M., Laursen, S.E., Malvido de Rodriguez, C. and Bocken, N.M.P. „Well Dressed? Cambridge: University of Cambridge Institute of Manufacturing“2001. p40

Temizlik sırasında kullanılan konsantre deterjanlar için daha az kimyasal ve daha az paket kullanılmaktadır. Ancak doğru dozlamada tüketicilerin zorluk çekmesinden dolayı standart deterjanlara geri dönüş söz konusudur.⁸³

Deterjanların tamamen kullanımını engellemek için başka yenilikler de vardır. Örneğin; Yıkama topları. Bu seramik granülleden yapılmış topları çalkalayan makine hareketiyle giysileri yıkar ve sudaki oksijen moleküllerini iyonlaştırır. İddialara göre bu toplar, herhangi kimyasal bir katkı maddesi olmadan kirleri giysilerden çıkartmaktadır.



Resim 4. 1:“Ceramic Wash Balls”⁸⁴

Kuru temizleme ıslak temizlemeye kıyasla farklı bir çevre etkisi yelpazesine sahiptir. Kiri, yağı ve lekeleri çıkarmak için yerleştirilmiş büyük kuru temizleme makinelerinde sıvı çözücüler ya da deterjanlar kullanılır. Kıyafetler yıkanınca aynı makinada kurutulur veya başka bir kurutucuya

⁸³ ENDS Report. „Consumption cutbacks „on track“, say laundry detergent producers“. 2002, No. 337, p33.

⁸⁴ <http://www.ecopio.com/ProductsImages/germanium%20ceramic%20ball.jpg>

taşınır. Kullanılan çözücü damıtılır dolayısıyla arındırılabilir ve yeniden kullanılabilir. En yaygın kuru temizleme sıvısı, Perchloroethylene (perc) olan, zararlı bir hava kirleticisi ve petrokimyasal bazlı bir çözücüdür. Yapılan araştırmalar sonucunda yüksek dozlarda kullanıldığında merkezi sinir sistemini etkilediği ve böbreklere, ciğerlere ve üreme sistemine zarar verdiği anlanılmıştır.⁸⁵

4.5.1. Toplu Yıkama

Yıkama işlemi toplum ya da ticari çamaşırhaneleri kullanmak için evdeki makinelerden ayrılarak daha etkili kılınabilir. Binanın zemin katında paylaşılan çamaşırhaneler gibi bulaşık makinesini de paylaşmak belki işe yarar. Böylece kullarımdaki makine sayısını azaltılmış olur. Ticari çamaşırhaneler için biriktirmek makineleri paylaşmak gibidir ve aynı zamanda yığınlardan ziyade daha iyi çamaşır uygulamalarından sürekli yıkamaktan gelen (ılıklığın ve suyun yeniden kullanılması) etkiler gibidir.

4.6. Bilinçli Kamuoyu

TNS World Panel Fashion gibi global pazar bilgi şirketinden alınan 2007 araştırma verilerine göre İngiltere tüketicilerinin yarısından fazlası (23.1 milyon) satın aldıkları giysilerin etik üretiminin önemli olduğunu düşünmektedir. İnsanların %76lık büyük kısmı çocukların çalıştırılmasına bir son verilmesini, az maaşa çok çalıştıran dükkanların adil bir ücret (%60) dağılımı yapması, çevre için daha az tehdit(%50) oluşturulması gerektiğini düşünmektedir. TNS World Panel Fashion'daki araştırma yöneticisi Elaine Giles şöyle belirtmektedir:

"7.1 milyon tüketici etik meselelerin onlar için önemli olduğunu fakat bu tarz konulardaki hislerin zayıf olduğunu ve etik moda tüketici gündeminde en

⁸⁵ Sawa, K., Rodriguez, C., Aramaki, K. and Kunieda, H. „A new detergent-free-dry-cleaning system“ International Journal of Clothing Science and Technology. 2003 pp324-334.

üst seviyelerdeyken satıcıların etik kimliklerin önemini hor görmemeleri gerektiğini söylüyor."

Bu, yerine getirilmesi gereken talep için giysi pazarında ekstra bir boşluk olduğunu gösteriyor.

4.6.1. Etik Modanın Pazardaki Yeri

Moda endüstrisinde 'etik' moda için Pazar gün geçtikçe artıyor. Fakat 'etik tüketici hareketi' ne demektir ve bu hareket moda endüstrisinin bir bütün olarak daha etik hale geldiği anlamına gelir mi?

Modadaki 'etik' terimi geniş bir ilgi alanı yelpazesini 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. Terim bu kadar çeşitliliğe hitap ederken ve bazen herkes için aynı olmayan kriterlere uygulanırken, tüketicileri ve üreticileri 'etik' ya da 'etik olmayan' şeklinde ayırmak zor olur.

Etik ürünler ve hizmetler için tüketiciler tarafından gelen talebi meydana çıkarmak üzere bir takım girişimler yapılmaktadır. Bunlar Toprak Örgütü Teşebbüsü (ETI) ve Dürüst Ticaret kurumu gibi onay kurumlarından İngiltere'de Etik Ticaret Teşebbüsü (ET) gibi çok hisseli hissedarlar olarak çeşitlenmektedir. Tüketicilere yanıt olarak ETI sokak üzeri markaları ve satıcıları için etik ticaretin en iyi uygulamasının geliştirilmesini amaçlamaktadır. Bunun yanı sıra bazı şirketler kendi kendilerine etik planlarını ve toplumsal ve çevresel hedeflerini oluşturmaktadır.

4.7. Üretimde Şeffaklık

Tüm tedarik zinciri boyunca toplumsal, ekonomik, ekolojik koşullar müşteriye karşı şeffaktır, net ve izlenebilir olmalıdır. Yavaş yavaş daha da fazla etiket tüketicilere bir markanın en iyi şekilde insanlara ve dünyaya olan

saygıyla ortaya çıktığının güvencesini vermektedir.

4.7.1. Made-By (Tarafından yapılmıştır)

MADE-BY sürekli gelişen ve kendi koleksiyonlarının tüm tedarik zinciri boyunca sosyal, ekonomik ve ekolojik koşullar hakkında şeffaf olan moda şirketleri için verilmiş bağımsız bir tüketici etiketidir. MADE-BY'nin misyonu sürdürülebilir modanın yaygın kullanımını sağlamaktır.

MADE-BY tüketicilere giysilerin sürdürülebilir bir şekilde üretildiğini göstermek için moda markaları ve satıcılar tarafından kullanılan şemsiye şeklinde bir etikettir. MADE-BY'a bağlı markalar organik pamuk kullanır ve toplumsal kurallara uygun dikim fabrikaları ile çalışır. MADE-BY tüm üretim zincirinin başından sonuna çevresel ve çalışma koşullarına odaklanan ilk girişimdir. MADE-BY markaları mavi bir düğme aracılığıyla tanımlanabilir. Mavi bir düğme görüldüğünde markanın koleksiyonlarını insan ve çevre dostu bir şekilde ürettiği anlaşılmaktadır.



Resim 4. 2: „Made-By Düğmesi 2006’dan beri MADE-BY kıyafetleri bakım talimatı

yanında mavi bir düğme ile tanımlanacaktır. Eğer bir tanesi ile karşılaşırsanız o zaman markanın koleksiyonlarını insan ve çevre dostu bir şekilde ürettiğini anlayacaksınız.”⁸⁶

MADE-BY, markalara üretim süreçlerini nasıl temizleyeceklerini tavsiye etmekte ve stratejileri için eylem planlarını çizmektedir.

Dürüst ticaret ve çevre alanında uzman Solidariad ile birlikte bir kıyafetin baştan sona sürdürülebilir bir şekilde üretilebileceği bir üretim zinciri geliştirilmektedir. Türkiye ve Doğu Avrupa'nın yanı sıra Hindistan'da, Peru'da, Kuzey Afrika'da ve Çin'de tedarikçi ağları bulunmaktadır. Ağlar organik pamuk projelerini, dikim fabrikalarını, toplumsal ve çevresel koşullar alanında yerli STKları (NGO's), birlikleri ve uzmanları içermektedir. Bu ağlar aracılığıyla MADE-BY tedarikçilerin toplumsal onay almasına ve organik pamuk için doğru kaynakların bulunmasına yardımcı olur.

Bir giysi mağazaya gelmeden önce bir kaç adımdan geçmektedir, bu nedenle MADE-BY'a bağlı markalar bile koleksiyonlarının %100 temiz ve toplumsal olarak sorumlu olacağını garanti edemez. Ancak kendi sitelerinde ya da MADE-BY websitesinde, MADE-BY yıllık raporunda, üretim verilerini takip ve izleme sistemine bağlayarak izlenmesini, denetlenmesini sağlayabilirler. Bu sistem tüketicilerin bir giysinin nerede ve kim tarafından üretildiğini ve hangi aşamalarının tamamlandığını gösterir. Sadece giysi yapanlar haşarat ilacı olmadan pamuğun büyümesinin nasıl bir şey olduğunu ya da temiz paranın ne şekilde geleceğini açıklayabilir.⁸⁷

4.8. Paylaşım

Ürünleri daha etkili kullanmanın bir diğer yolu onları aile içinde, arkadaşlar, ve diğer insanlar ile paylaşmaktır. Bu şekilde pek çok insanın ihtiyaçları karşılanabilir. Ancak giysilerinin çok azı açıkça paylaşma yönelik tasarlanmıştır.

⁸⁶ <http://www.made-by.nl/knoop.php?lg=en>

⁸⁷ http://www.made-by.nl/madeby_missie.php?lg=en

5. ETİK TASARIM

5.1. Etik Moda'ya Anahtar Bir Tasarım Aracı

Tarihi tasarım hareketleri çok çeşitli olduktan sonra aşağıdakiler için çağdaş bir tasarımcının anahtar kelimeleri aşağıdaki gibidir:

Çevre Tasarımı:

1986 – şimdiki

Motivasyonlar ve amaçlar: tasarım sorumlulukları ve çevreye özen görevini uyandırır

Form-oluşturma: yüksek teknoloji çözümleri ve/veya hafif ağırlıklı, geri dönüşümlü materyallerin kullanımı ile eko etkili özellik yerleştirir

Hedef Dinleyiciler : Endüstri ve tasarım kültürü

Faydalanıcılar: Endüstrinin artan düzenleyici baskıları ve pozisyonları 'yeşil

pazarlaması yapılmış” ürünleri karşılamaya yardımcı olmak

Sürdürülebilir unsurlar:

Ekonomik: eko-etkili olmasıyla ekonomik kazançlar

Ekolojik: çevre üzerindeki etkisinin azalması

Kurumsal: daha sorumlu üretim ve tasarım uygulamalarına geçişe teşvik etmek⁸⁸

5.1.1. Tasarım Aktivizmi

5.1.1.1. Bugün “Tasarım”ın Tanımı

“Tasarım”ın esnek olan dayanakları, tasarımın çağdaş ve oldukça kişisel olan kültürel algılara bağlı olduğunu ortaya koymaktadır. Tasarımın açıkça ortaya çıkması zor gibi görünmektedir ve heryerdedir. Tasarım çeşitli tarihi ve çağdaş stilleri düzenler, geniş bir disiplin yelpazesine ve yasal korumaya sahiptir.

Tasarımda zaman zaman konu gereği disiplinler arası kesişmeler olur. Tasarım sırasında, araştırma, geliştirme ve uygulama aşamalarından oluşan metotla çalışılır. Konu gereği ekonomik, ekolojik, toplumsal ve kurumsal sürdürülebilirlik boyutu tasarlamaya eklenir.

Tasarım mitler ve anlamları, felsefe, bilim, öğretim/eğitim, antropoloji, sosyoloji, materyal kültür çalışmaları, medya ve kültürel çalışmalar, ekonomi, siyasal bilimler, ekonomi ve ekoloji ile doğrudan ilgilidir. Çağdaş, toplumsal, ekonomik ve çevresel problemleri çözmenin yolu tasarımdan geçer.

Kısaca tasarım faaliyetlerini çağdaş yaşamın tüm alanlarında görmek mümkündür. Tasarımlar bu konuda özel eğitim almış birer profesyonel uzman olan tasarımcılar tarafından yapılır.

5.1.1.2. Bugün “Aktivizm”in Tanımı

⁸⁸ Fuad-Luke, A. „Design Activism – Beautiful Strangeness for a Sustainable World“. London, Earthscan 2009. p.212

Bugünün endüstriyel ekonomileri ve toplumları “endüstri sonrası”, “tüketici” ve “bilgi” ekonomileri olarak başkalaştıkları için, aktivizm ifadesi özellikle internet, bilgi iletişim ve teknoloji platformları tarafından sağlanan formlarla tanımlanmaktadır. Aktivistler yerel genel, kolektif bireysel, sosyal, çevresel veya politik hareketlere ait eylemlerde bulunurlar. Bu grup içindeki bazı aktivistler insan merkezli (örn, AIDS, yaşam öncesi kürtaja karşı çıkanlar, savaş karşıtları, baba hakları, feminizm fakirliğe karşı olanlar) özel konulara yönelirken, diğerlerinin faaliyetleri daha biyosentrik (hayvan hakları, çevreciler, nükleer güç karşıtları) odak noktalarında yoğunlaşır.⁸⁹ Profesyonel aktivizm kuruluşları politik, sosyal, çevresel, kurumsal ve ekonomik gündemler üzerinde çalışan, devlete ait olmayan örgütler, yardım kuruluşları ve kâr amacı gütmeyen örgütlerdir.

Tüm aktivistler kendi “dünya görüşlerini” destekleyen değişiklikleri topluma aşılama ile ilgilidirler. Değişim bir sistemin “A durumundan” “B durumuna” geçmesi anlamına gelmektedir.

5.1.1.3. Aktivistlerin Çalışma Yöntemleri

Aktivizm insanları motive etmek, aktifleştirmek ve dönüştürmekle ilgilidir. İnternet ağlarını kullanarak, yüz yüze toplantılar düzenleyerek insanların birbiriyle iletişim kurmalarını sağlamaya çalışır. Net bir niyet, amaçlı strateji ve aktivizm hedefine dair görüş ve sürdürülebilirlik meseleleri öncelikli, ikincil ve anahtar aktörleri, paydaşları tanımlamaya yarayacaktır. Burada aktör, ilgi odağı olarak kalacak kişi ya da örgüt olarak tanımlanmaktadır, tasarım projesinin ana teması için gereklidir. Paydaş, tasarım projesinden etkilenen veya etki sahibi olan kişi ya da örgüttür. Paydaş, tasarım projesindeki ilgilerine bağlı olarak aynı zamanda bir aktör de olabilir. Tasarım işlemleri eşit temsili teşvik eden güçlü katılımcı demokratik ilkelerin altında yatmaktadır; dolayısıyla olumlu ve olumsuz sesler eşit derecede değerli görülür. Çünkü her iki görüşde problemlerin çözümüne

⁸⁹ <http://en.wikipedia.org/wiki/Activism>

yardım eder.

İnsanları tanımlamak onları bir araya getirmek ve üretken bir çevre yaratmak için geniş bir teknolojik ağı gereksinin vardır. İnternetin ve Web teknolojilerinin toplumsal networking, video paylaşma, wikiler ve bloglar gibi host ağ hizmetlerinin hızlı genişlemesi ile yükselişi iletişim kurma ve yayılan internet ağlarıyla koordine olma yeteneğimizi geliştirmiştir. Uygun bir tercih yapmak tasarım aktivistlerinin amacına ve niyetine, hedef dinleyicilere ve hedeflenmiş faydalanacılara dayanmaktadır.

5.2. Eko-Moda Çağının Yaklaşması

5.2.1. Etik Moda Tasarımcılarından Örnekler

5.2.1.1. Tamasyn Gambell

İngiliz tekstil baskı tasarımcısı Tamasyn Gambell'in etik ve çevre-dostu üretim süreçleri ile dikkat çeken eşarp koleksiyonu Hindistan'da, dokuma konusunda eğitim almış, konusunda ehil bir grup kadın tarafından, yerel yönetimin desteği ile dokunmuştur. Bu proje, toplum dışına itilmiş insanların yeniden topluma kazandırılmasının yanı sıra, onlara eğitim, barınma ve sağlık olanaklarını da sağlamaktadır. Gambell Londra'da ürettiği eşarplarında onaylı organik boyalar kullanmaktadır.

Çizgisini Louis Vuitton ve Sonia Rykeiel gibi modaya ışık veren moda

evlerinden alan ve hızlı moda kulvarında da en büyük markalarından biri haline gelen H+M Gambell, "atık miktarının fazlalığı ve yenilik eksikliği" ile hayal kırıklığına uğramıştır.

Resim 5. 1: "Tamasyn Gambell" Recycled silk scarf."⁹⁰

Resim 2. 2: "Tamasyn Gambell Silk scarf, ethical made."⁹¹

Tamasyn Gambell gibi; lüks ürünler üretmek için daha sorumlu bir yaklaşım sergiyelebilen yetenekli tasarımcılar görebilmek cesaretlendiricidir. Gambell, eşarp koleksiyonunda %100 geri dönüştürülen malzemeler kullanmıştır. Ünlü tasarımcı, 2008 Cockpit/Nadfas ödülünü kazanarak Londra'daki Cockpit Arts'da kendi stüdyosunu kurmuştur.

5.2.1.2. Gary Harvey

Gary Harvey'in koleksiyonu, görsel olarak "beşikten-beşiğe" fikrini gözler önüne sermektedir. O bir kot pantolonu, trençkotu, askeri uniformayı ve gelinliği alıp şık ve klasik bir balo elbisesine çevirebilir. Levi Strauss ve Dockers'ın eski Kreatif Direktörü ve Levi's markasının Avrupa'daki eski tasarımcısı olan Gary Harvey, çevre dostu elbiselerini bir freelance moda kampanyası sırasında tasarlamaya başlamıştı. Bir çekim için dikkat çekici bir şeye ihtiyacı vardı. Harvey, 42 adet Levi's 501 pantolonu aldı ve onlardan bir elbise yarattı. O günden bu yana eko-moda tasarımcılığı yapmaktadır. Tasarımcının ilk eko-tasarım koleksiyonu, 2007 Londra Moda Haftası çerçevesinde, Esthetica için alıcılar ile buluşmuştu.

Resim 5. 3: Gary Harvey, Gelinlik⁹²

⁹⁰ <http://tamasyngambell.com/>

⁹¹ <http://tamasyngambell.com/>

⁹² <http://www.garyharveycreative.com/>

5.2.1.3. Fin

Lüks moda markalarından biri olan ve merkezi Norveç'in Oslo kentinde bulunan Fin, etik moda prensipleri ile gurur verici bir nitelik daha kazanmanın mutluluğunu yaşamaktadır. Baş tasarımcı PerSilvertsen Norveç'in en prestijli moda tasarımcısı ödülü olan Naloyet 2009'u kazanmıştı. Tüm Fin koleksiyonları %100 karbonsuz özellikte ve pamuk, bambu, alpaka yünü, süt ve pamuktan oluşmaktadır. Sorumluluk sahibi bir marka olarak Fin, adil ticari prensiplere sahip ve kendileri ile çalışan herkesin aynı prensiplere sahip olmasını şart koşan bir firmadır. Markanın yüksek-profilli takipçileri arasında Keira Knightley ve Kate Bosworth gösterilmektedir.

Fin'in mükemmelliği ve stile olan aşkı; sosyal farkındalık ve ekolojik sürdürülebilirlik ile birleşerek, etik moda piyasası için markayı bir mihenk taşı haline getirdi. Fin ekolojik pamuk, bambu ve milk kumaş kullanmaktadır. Baş tasarımcı Per Silversten ile İstanbul'da tanışma fırsatı buldum. Yeni koleksiyonunu geliştirmek için, tedarikçisi ile bir haftalık bir iş üzerinde çalışıyordu.

Resim 5.4: Fin, “The Key To” Fuar, Berlin’de, 2010

5.2.1.4. Isabell De Hillerin

Isabell De Hillerin; moda eğitimini İspanya'nın Barselona kentinde almış olan Alman asıllı bir tasarımcıdır Thekeyto'da usta bir koleksiyon sergilemenin yanı sıra, Berlin Moda Haftası'nın bir parçası olan Fashion Show'da podyuma çıkan. Miscelanea koleksiyonu, eski folklorik masaörtüleri ve baş örtüler gibi, Romanya'dan gelen geri dönüştürülmüş malzemeler ile model kesim ve terzi işçiliğini bir araya getirmektedir.

İşin konsepti, kendisinin de köklerini almakta olduğu Romanya'nın geçmişi ve nostaljik yönlerine dayanmaktadır. Tasarımcı, Romanya'da

yaptığı uzun yolculuklar sırasında neredeyse unutulmuş bir çok folklorik el yapımı kumaş bulduğunu belirtmektedir. O, bu kumaşları güncel ve sürdürülebilir moda için hassas bir yorumuyla harmanlamaktadır. Isabell de Hillerin, el yapımı malzemelerin üretimine katkıda bulunmak ve geleneksel sanatçılığı güçlendirmek için Romanyalı yerel üreticiler ile çalışmaktadır. Ünlü Tasarımcı yüksek profilli moda-tüketicisi için çok çekici, anlatacak özgün bir sürü hikayeye sahip olan ürünler tasarlamaktadır. Onunla Berlin'deki THEKEY TO Eko Moda Fuarı'nda tanıştım.

Resim 5.5: Isabell De Hellerin, Koleksiyon 2010

5.2.1.5. Bodkin

Bodkin, New York'tan sürdürülebilirlik ilkelerine uygun olarak tasarlanan bir koleksiyondur, yalnızca malzeme ve üretim yöntemleri açısından değil aynı zamanda estetik açısından da sürdürülebilirlik

bilinmezinin sürmekte olan keşfinde yer alan bir kadın koleksiyonudur. Bodkin giyime mimari modernizm misyonu yüklemektedir. Oldukça akıllı bir tasarımdır. Her bir parça Birleşik Devletler'de üretilerek organik pamuk, organik yün, zanaatkar-işi boyacılık, geri dönüştürülmüş polyester, kapalı-döngüsel selülozik fiber ve stok fazlası kumaş gibi; akıllı şekilde elde edilen malzemeler ile üretilmektedir. Bodkin; 2009'da Ecco Domani Sürdürülebilir Tasarım Ödülü'nün bir numaralı sahibiydi.⁹³

Resim 5.6: Bodkin, Bodkin Brooklyn Koleksiyon 2010⁹⁴

5.2.1.6. Kontiki

2006'da Vienna'da kurulmuş olan markanın ardındaki isim Karin Maislinger'dir. Kontiki'de günlük kullanıma yönelik fonksiyonel tasarımlar geliştirdi. Bu tasarımlarda malzeme ve yapı ile mizahi, eğlenceli, deneysel bir yaklaşımı vardı. "Aquatic" serisi, bisiklet iç lastiklerinin geri dönüştürülmesinden oluşan bir çanta serisidir. Sevgiyle işlenen tekerlek boru sistemi, ebedi, düz bir tasarım ile yeni bir boyuta imza atarak, Vienna sokaklarını yenileyen bir parça olarak dikkatleri üzerine çekmektedir. Bisiklet hortumu; önceden görünmez olan bu sessiz Arkadaş; artık sağlam, günlük kullanılabilen ömürlük konteynerlerin temel maddesidir. Kontiki çantalar, pazarda nötr ürünler olmayıp manuel olarak teknoloji olmadan kişiye özel üretilirler. Kullanılan malzeme diğer malzemeler gibi değildir. Çünkü önceden başka bir amaca hizmet etmiş, başka bir hikayeden gelmiştir.⁹⁵

⁹³ <http://www.bodkin.us/>

⁹⁴ <http://pourporter.com/tag/organic/page/2/>

⁹⁵ <http://www.kontiki.or.at/de/uberkontiki/wer-oder-was-ist-kontiki>

Resim 5. 7: Kontiki, Çanta, 2010⁹⁶

Resim 5. 8: Kontiki, Cüzdan, 2010⁹⁷

5.3. Etik Tasarım Uygulaması

5.3.1. Seçimler Önemlidir

Lif, tekstilin en temel yapı taşıdır; bu yüzden bir lifi seçerken olumlu ve olumsuz yönlerini anlayabilmek, sürdürülebilir kumaşlar oluşturmanın ilk şartıdır. Çevreye karşı sorumlu lif seçimleri doğal veya organik yetiştirilen lifleri ile sınırlı değildir; buna aynı zamanda mısır, soya, bambu ve tavuk tüyü gibi hammaddelerden üretilen yenilenebilir lifler de dahildir. Bu bölüm liflere, tasarım potansiyellerine ve liflerin sürdürülebilir ürün gelişimindeki rolüne odaklanmaktadır.

5.3.1.1. Tasarımcının Tercihi

⁹⁶ <http://www.kontiki.or.at/de/katalog>

⁹⁷ <http://www.kontiki.or.at/de/katalog>

Lifin sorumlu bir moda bilincinin oluşturulmasındaki ilk adımın “temiz ve yeşil” lif üretimi olduğu doğru bir yaklaşımdır. Çoğu tasarımcı lifi olumlu çevresel seçenekler yerine estetik kaygılar nedeniyle seçmektedir. Moda endüstrisindeki karar verme yetkisine sahip kişilerin lif seçimlerini öncelikle kolaylıkla yenilenebilirlik ve çevre üzerindeki olumsuz etkilerin en aza indirgenmesi, daha sonra estetik ve performans değerleri bakımından yeniden değerlendirme zamanı gelmiştir. Moda endüstrisi kumaş alanında yeni bir çağa girmektedir. Gelecekteki gelişim tasarımcıları ve şirketleri bu yeni sürdürülebilir, çevreci iplikleri koleksiyonlarında ve çeşitlerinde kullanmaları için cesaretlendirecektir.

5.3.1.2. Moda Endüstrisinde İplik Seçiminin Geleceği

Endüstri aynı zamanda post-pamuk ve post-polyester piyasalarını da yönetmektedir. Daha fazla iplik seçimi eklemek; alternatif ham maddeler ve daha temiz bir çevre için mevcut baskının geçerli iplik seçimlerini zorlamasıyla hız kazanmaktadır. “Eko” veya “saf” olarak tanımlanan doğal iplik, genel olarak oldukça zehirli kimyasallar ile üretilmekte olup; “doğal olmayan” veya “çevre kirletici” olarak tanımlanan iplikler, oldukça minimal toksik süreçler ile üretilmektedir.

5.3.1.2.1. Doğal İplik

Endüstri dikkatini kolaylıkla yenilenebilir ve üretim sürecinde daha az zararlı madde gerektiren iplik kaynaklarına her geçen gün daha fazla yoğunlaştırmaktadır. Gerek yeni iplikleri mevcut olanlar ile harmanlamak, gerekse tamamen değiştirmek üzerine kurulu yeni fikirler; geçerli iplik kaynağı için destekleyici olabilir.

Aşağıda doğal olarak oluşan iplikler ve yeniden üretilen iplikler hakkında; her iki hususu da içeren bilgiler yer almaktadır.

5.3.1.2.1.1. Organik Pamuk

Pamuk üretimine dair tüm sürdürülebilirlik zorlukları böcek ilaçları, bitki ilaçlarının azaltımı, su kullanımı ve çiftçilere sunulan koşul ve eğitimlerin iyileştirilmesinde yatmaktadır. Organik pamuk üretimi, sentetik böcek ve bitki ilaçlarını, büyüme düzenleyicilerini ve yaprak dökücülerini kullanmayan bir sistemi temel almaktadır. Organik sistemde, sentetik böcek ve suni gübre kullanılmaz; zararlı böcek, ot ve hastalıklarından korunmak için yalnızca doğal yöntemler kullanılmaktadır.⁹⁸ Organik üretime geçmek pamuk için(daha az kimyasal kullanımı ile) toksiklik profilinde çok büyük bir azalmayı beraberinde getirmektedir. Organik üretim, genel üretim profilinde önemli değişiklikler sağlar, malzemelerin yetiştirilme fazının toksisitesi sıfıra düşer ve genel ürün toksisitesinde yüzde 93 azalma görülür.⁹⁹ Organik üretim aynı zamanda sosyal bir bileşen olup, çoğu dürüst ticaret ve etik üretim prensiplerini içerisinde barındırmaktadır.¹⁰⁰ Bu bir tarım pratiğinden daha çok bir sosyal değişim aracıdır. Organik hareketin orijinal işlevlerinden biri de, küçük çiftçilerin büyük ticari firmalar ile rekabet edebilmelerine olanak sağlayan özel ürünler yetiştirmelerinin yolunu açmaktır. Dahası, sosyal değişime güç veren organik standartlar, aynı zamanda endüstriye üretim konusunda tavsiyelerde bulunmaktadır. Pamuğu organik olarak üretip ardından geleneksel kirlletici özellikleri olan sistemlerde işlemek yeterli değildir. İngiltere'deki "Toprak Birliği" tarafından öne sürülenler gibi, bazı organik kumaş standartlarında ve denetleme şemalarında; izin verilen işlem kimyasallarına ve boyama, yüzeyleme tekniklerine ilişkin tavsiyelere yer verilmektedir. Denetleme kurumlarının yaygınlığı git gide artmakta ve bu organik olarak yetiştirilen besinlerin başarısına bağlanmaktadır. Bazı küçük şirketlerin yanı sıra Levi's gibi büyük şirketler de organik pamuktan blucin

⁹⁸ van Elzakker, B. „D. Myers ve S. Stolton'da Organik Pamuk Üretimi, Organik Pamuk: Tarladan Nihai Ürüne“ Londra: Ara Teknoloji Yayınları 1999 s22.

⁹⁹ Allwood, J.M., Laursen, S.E., Malvido de Rodriguez, C. and Bocken, N.M.P. „İyi Giyinmek? Cambridge: University of Cambridge Institute of Manufacturing“ 2001. p47

¹⁰⁰ Toprak Birliği. Organik Standartlar, Bristol: Yoprak Birliği, Bölüm 60, 2007

üretirken, Nike ve Marks and Spencer gibi markalar; 2010 yılı içerisinde tüm pamuk ürünlerinin yüzde beşlik kısmının organik pamuk olacağını taahhüt etmişlerdir.

Organik kendir üretimi, politik açıdan daha tartışmalı ve teknik olarak daha zorlayıcıdır. Geleneksel olarak yetiştirilen pamuktan daha direkt ve benzerlik taşıyan bir çözüm olabilir. Bunlar mevcut olan ürün yelpazelerine kolay biçimde adapte edilebilir. Organik pamuğun kullanımının arttırılmasını engelleyen temel faktör sınırlı kaynaklardır. 2008/09'daki organik pamuk üretimi; 2007/08'e göre yüzde 20 oranında gelişerek 145,872 metrik ton'dan (MT) 175,113 MT'ye (802,599 balya) yükselmiştir. Alan açısından bakıldığında 22 ülkede 625,000 akr (253,000 hektar) alana ulaşmıştır. Her geçen gün daha fazla çiftçi onaylı organik üretime yönelse de süreç oldukça yavaş ve yüksek maliyetlidir; zaten zorlu bir dönemden geçen çiftçiler için riskler barındırmaktadır. Organik sistemlerde yetiştirilen pamuğun kalitesi geleneksel sistemlerde yetiştirilenler ile genellikle aynı olsa da, harmanlama açısından organik ipliğin sınırlı kaynağı nedeniyle, geniş hacimler söz konusu olduğunda eşdeğer kalite problem olabilmektedir. Organik pamuğun üretkenliği genellikle geleneksel üretimden daha düşüktür. Bu oran yüzde 50'ye varmakta ve geleneksel olarak yetiştirilen ipliğin yerini alması konusunda iplik endüstrisinde şüphelere neden olmaktadır. Çünkü; daha az hasat için daha fazla toprak (ki bu oldukça belirsiz bir rakamdır) gerekmekte, ve talebi karşılamak için gereken toprak miktarı halen bilinmezliğini korumaktadır.

5.3.1.2.1.2. Kenevir

Kenevir böcek ve küfe doğal olarak dayanıklı olup, çoğu iklimde kolaylıkla yetiştirilebilmekte ve hektar başına pamuktan daha az su gerektirmektedir. Kenevir, Marijuana bitkisi ile aynı ailedendir. ABD federal hükümeti kenevir üretimini yasaklamaktadır. Ancak mahkemelere yapılan müracaatların bu durumu değiştirmesi mümkündür. Çoğu eyalette kenevir

üretimine izin veren yasalar bulunmaktadır. Diğer ülkeler keneviri herhangi bir kısıtlama olmaksızın yetiştirmekte, ve kenevir iplik ve kumaşlar ABD tarafından ithal edilebilmektedir. Pamuk ipliği ile neredeyse tamamen aynı özelliklere sahip olan kenevir ipliği neredeyse pamuk ile eş değer kumaş ürünlerinin üretilmesine olanak sağlanmıştır. Kenevir'in en temel avantajı, dünya çapında daha yaygın bulunabilmesi durumunda bir iplik kaynağı olarak pamuğun yerini alabilmesidir. Herhangi bir kimyasal veya aşırı miktarda su kullanımı olmadan ucuz, doğal olarak yetişen iplik ihtiyacından yola çıkmak pamuk benzeri iplik seçiminde önemli bir adımdır.

5.3.1.2.1.3. Rami

Rami; keten gibi bir gövde iplik olup, küfe karşı son derece dayanıklı, son derece emici, kolaylıkla kuruyan, güçlü bir iplikdir. Çoğu ülkede kolaylıkla yetiştirilen rami, genel olarak benzeri bir etki yaratmak için pamuk ile harmanlanan düşük fiyatlı keten ve benzeri kumaşlar yerine tercih edilmektedir. Raminin üretim ve kullanımı özellikle geliştirilmiş bitirme teknolojisi ile kolaylıkla arttırılabilir.

5.3.1.2.1.4. Jüt (Hint Keneviri)

Jüt de keten gibi gövdeli bir iplik olup, ketenden daha kısa ve daha kalın yapılıdır. Küf, bakteri ve böceklerle karşı çok dayanıklıdır. Jüt, yıpranma dayanıklılığı yüksek, güçlü bir bitki olduğundan çantalarda, moda aksesuarlarında, mobilyalarda ve kablolarda kullanılmaktadır. Daha iyi bir yüzeylendirme teknolojisi ile jüt üretimi ve kullanımı genişletilebilir.

5.3.1.2.1.5. Vahşi İpek (Tussah İpeği)

Tussah ipeğini açık ormanlardaki ipek böcekleri üretir, bu nedenle herhangi bir tehlikeli madde içermez. Hindistan'daki milyonlarca kabile insanı

için önemli bir yıllık gelir sağlamaktadır. İpek böceği kozaları güvenin doğal olarak oluşmasının ardından toplanır (yetiştirme ipek ile karşılaştırıldığında, ipek böceği kozası yerinde öldürülür) bu nedenle “barış” veya “vejeteryan” ipeği olarak adlandırılır. Yetiştirilen ipek de olduğu gibi, hafif bir deterjan ile yıkanarak gamından ayrıştırılır. Vahşi ipek genellikle yetiştirme ipekten daha kalitesiz olur. Bunun nedeni kozanın krizalitten çıkarken ipeğe dolayısı ile, tek devamlı filamente zarar vermesidir. Vahşi ipek ipliği, yetiştirme ipekten farklı şekilde, kısa filamentlerden oluşmakta olup; pamuk gibi diğer şerit iplere benzer şekilde bükümlüdür.

5.3.1.2.1.6. Organik Yün

Organik yün, organik olarak yetişen besinler ile büyütülen koyunlardan alınmaktadır. Bu koyunların besinlerinde herhangi bir böcek ilacı bulunmaz, kırılan yün herhangi bir sentetik pirenoide batırılmaz yahut işleminden geçirilmez. Koyunlarda görülen uyuz temiz su ekolojisi üzerinde olumsuz etkisi çok az olan bir takım maddeler ile kontrol edilebilir. Organik yün pazarı oldukça ufaktır, sürdürülebilir üretim yapmayı hedefleyen organik yün dahil olmak üzere sürdürülebilir ipliklerle Marks and Spencer gibi firmalar tarafından pazar genişletilmektedir. Organik iplikler; İngiltere’de, tamamen lisanslı bir organik ürün oluşturacak şekilde işlenebilir (buradaki üretim aşaması da ayrı bir organik denetime tabidir). İngiltere’nin ilk organik tüviti; Isle of Mull Weavers tarafından üretilmiştir.

5.3.1.2.2.1. Kolay Yenilenebilir Malzemeler

Kimyasal iplik şirketleri, polyester ve naylon gibi petrol bazlı ipliklerin gelecekteki iplik ihtiyaçlarını karşılamak üzere üretimde genişleyemeyeceğinin farkına varmıştır. Küresel petrol üretimi düşmeye ve daha maliyetli olmaya başladığından, iplik üretimine ayrılan petrolün miktarı da önümüzdeki yıllarda düşmeye devam edecektir.

Artık, oldukça yakından tanıdığımız petrol-bazlı(örn. Polyester) ve ahşap bazlı (örn. Rayon) ipliklere alternatif seçenekler sunabilecek olan yeni ipliklerin oluşturulmasında, bir çok yeni ham madde kaynağı başarılı şekilde kullanılmaktadır. Aşağıdakiler dahil olmak üzere yeni, kolaylıkla yenilenebilir, bitki bazlı malzemeler, tekstil ipliklerinin üretiminde kullanılabilir.

5.3.1.2.2.1.1. Mısır

Mısırın ticari ünvanlı iplikleri arasında (fibre group PLA- polilaktik asit) Ingeo[®], Sorona[®], Lactron[®], ve Claretta[®].yer almaktadır. Bu lif oldukça elastik olup aynı zamanda emicidir. Yıpranma dayanıklılığı pamuğa benzer. Yün gibi, iyi bir emme yeteneği ve termal yalıtım niteliği bulunmaktadır. Aynı zamanda termoplastiktir, ısıyı ayarlamak mümkün olabilir. Yumuşak bir dokunuş ve iyi bir dökümü de vardır. Bazıları PLA'yı; polyester ve pamuğun iyi bir kombinasyonu olarak değerlendirmektedir. Yine, besin dışı amaçlar için mısır yetiştirirken, kimyasal kullanımı kontrol edilebilir. Aynı zamanda mısırın bir enerji kaynağı olma (örn. Etanol) niteliği, iplik üretimi için mısırı zor bir alternatif haline getirmektedir.

5.3.1.2.2.1.2. Bambu

Aslına bakılırsa bambu, bir bitki sınıfının genel adıdır; çok çeşitli kullanımlar için yüzlerce bambu çeşidi bulunmaktadır. Oldukça hızlı büyüyen bu sınıfa ait bitkiler, bir yıl içerisinde kesilip tekrar tekrar büyütülebilir. Bambu böceklerle karşı dayanıklıdır. Bir çok iklimde kolaylıkla yetiştirilebilir. Bir tarım ekini olarak bambu ABD'de yetiştirilmez. Özellikle Çin olmak üzere Asya'da yetiştirilir. İplikleri parlak, yumuşak tutumlu olan bambu; güç ve emicilik gibi pamuğun bir çok tercih edilen özelliklerine sahiptir, ancak pamuktan daha hızlı kurumaktadır.

Bambu ipliği aynı zamanda havlu kumaşında ve keten yastık örtülerinde kullanılmaktadır. Antimikrobiyal özellikleri ve daha hızlı kuruma kabiliyeti ile bambu özellikle iç tasarım alanında pamuktan çok daha doğru bir tercihtir.

5.3.1.2.2.1.3. Kenaf

Kenaf, kağıt üretimi için oldukça büyük çevresel avantajları olan doğal bir ipliklidir. Bu gövde iplik, 1940'larda ABD'de kenevirin yasaklanmasından sonra jütün yerine geçerek kabul görmüştür. Kenaf, rami ve kenevir ile aynı böcek ve küf dayanıklılığına sahiptir. Son zamanlarda; otomobil konsollarında ve diğer iç kısımlarında naylon, polyester ve olefine alternatif olarak Toyota, Ford Europe ve diğer bazı markalar kenaf bazlı mamül ipliklerle deneyler yapmaktadır. 2003'de Toray; Toyota tarafından kullanılan belirli bir takım kumaşlar için kenaf ham madde kullanan PLA ipliklerinin üretildiğini açıklamıştı. Kenaf ipliğinin gelişimini yakından izlemek önemlidir; zira iç tasarım, rekreasyonel ve endüstriyel ürün tasarımlarında naylon, polyester ve polyester-petrol bazlı ipliklerin yerini alabilir.

5.3.1.2.2.1.4. Liyosel

Liyosel; normalde okaliptüs olmak üzere ahşap küspesinden yapılan bir selülozik ipliklidir. 1980'lerde geliştirilmiştir. Liyosel, "ham maddeler olarak yenilenebilir kaynaklardan üretilen, çevre dostu olan bir ipliklidir. Ahşap küspesi bir amin oksit solüsyonuna çözünür, ardından iplik haline getirilir. Bu iplikler bir yıkama prosedüründen geçirilerek ayrılır. Suyun buharlaşmasının dışında, üretim süreci çözücünün yüzde 99.5'ini yeniden kullanabilir. Bu çözücü saflaştırılarak yeniden ana süreçte kullanılmak üzere geri dönüştürülür. Çözücünün kendisi toksik veya aşındırıcı madde içermez, üretilen tüm atıklar tehlikesizdir. Liyoselin başka çevresel getirileri de bulunmaktadır. Bunlar arasında; tamamen biyolojik olarak parçalanabilir olması (havalandırmalı kompozit yığnında altı hafta sürer), yenilenebilir ham maddeler ihtiva etmesi

(okaliptüs hızlı büyür ve yedi yıl içerisinde gelişimini tamamlar) ve tamamen onaylı sürdürülebilir ormanlardan ahşap küspesi alırken gösterilen dikkat, öne çıkan etmenlerden bir kaçıdır. Başka çevresel avantajları da mevcuttur. Örneğin: İplik zaten "çok temiz" olduğundan işlem öncesi herhangi bir ağartmaya gerek duyulmaz, kimyasal kullanımı, boyama sırasında su kullanımı ve enerji tüketimi azdır, düşük sıcaklıklarda kurutmak için idealdir.

Liyosel üretimi süreci bir kaç diğer kaynağa ihtiyaç duysa da, enerji yoğunluğuna sahiptir. Bir üretici olan Lenzing, asıl zorluğun liyosel ipliklerin ıslak durumda iken buruşma ve iplikleşme yatkınlığını hesaba katmak olduğunu belirtmiştir. Liyoselin önceki versiyonları; yüzeylerinde beyaz çizgiler ve hasar izleri ile buruşuk veya "şeftali derili" iplikler olarak sınıflandırılmış; bu durum pazardaki payını sınırlandırmıştı. Fibrillerin kaldırılmasına dayalı enzim tedavileri gibi gelişmeler (ki bunlar dikkatlice uygulanan mekanik veya peroksit ağartma süreçleridir) yahut yıkama başladıktan sonra oluşturulan iplikleşmeden kaçılması için reçine uygulanması yaygın gerçekleştirilen uygulamalardır. Tüm benzer süreçlerde olduğu gibi bunlar, hem enerji ve kimyasallar tüketmekte, hem de atık ve emisyonların oluşmasına neden olmaktadır.

5.3.1.2.2.2. Protein Malzeme

Protein malzeme, bitki bazlı veya hayvan bazlı olmasından dolayı kullanılabilir, yenilenebilir bir malzemedir. İplik oluşturma süreci selülozik iplik oluşturmaya benzer polimer veya iplikçiklerin geliştirilmesine bağlanması için protein malzemesine bir kimyasal solüsyon eklenmesi anlamına gelir. Şimdiye kadar, iplik üretiminde üç protein ham maddesi kullanılmıştır.

5.3.1.2.2.2.1. Soya

Soya bir bitki olmasına rağmen aynı zamanda bir proteindir. Çinli bilim

adamı Guanqi Li, ham madde kaynağı olarak tofu üretiminin yan ürünlerini kullanarak, soya ipliği üretebilmeyi başarmıştır. Sonuç olarak elde edilen iplik son derece yumuşaktır. Kaşmir, rayon gibi maddeler kadar kullanışlıdır. Bu iplik kaynaklarına ilişkin çalışmaların neredeyse tümü Japonya ve Çin'de yapılsa da, ABD önemli soya fasülyesi üreticilerinden biridir.

5.3.1.2.2.2. İnek Sütü

Soyaya benzer olarak inek sütü ipliği oldukça yumuşak, kolayca kırışan ve dayanıksız bir iplik türüdür. Yumuşaklığı kendisini oldukça çekici bir ürün haline getirir de, bu ipliklerin giyim malzemelerinde kullanılabilirliğini teyid etmek için daha ileri araştırmalar gerekmektedir. Bu lif dünya çapında bir çok ülkede, sınırlı miktarlarda üretilmektedir.

5.3.1.2.2.3. Tavuk Tüyleri

Tavuk tüylerindeki keratin ile polimerler elde edilebilmektedir. Bu iplik kaynağının üretimde nasıl kullanılması gerektiğini belirlemek için henüz çok erkendir.

5.3.1.2.3. İplik Üretiminde Atık Maddeler

Toplu üretimi henüz yapılmassa da; pirinç sapları gibi ekinlerin kalıntılarından selülozik lif üretmeye dair çalışmalar mevcuttur. Enerjiye dayalı rekabet ve diğer ekinlerin (mısır) besin üreticilerinin iplik kaynaklarına baskı yapması ile, atık maddelerden iplik üretimi artık daha fazla dikkat çekmektedir.

5.3.1.2.2.3.1. İplik Malzemelerin Geri Dönüştürülmesi

Tekstil ürünlerinin geri dönüştürülmesi eskilere dayanır. Örneğin yün üreticileri; geri dönüşüm ile “melton” yünü adı verilen bir kumaş üretirlerdi. ABD Deniz Kuvvetlerinde askerler tarafından giyilen paltolar genel olarak geri dönüştürülmüş yünden yapılır. Bu paltolar soğuk hava, yağmur ve ıslak okyanus iklimlerine karşı oldukça kalın, keçeli bir dokuya sahiptir.

Genel olarak enerji kullanımı için üretilen petrol artık yenilenemez bir iplik kaynağı olarak değerlendirilmektedir. Kullanılabilir petrol miktarı azaldıkça petrol bazlı iplik üretiminin maliyeti artmaya devam edecektir. Ancak petrol bazlı iplik (örn. naylon, polyester, akrilik, olefin ve spandeks) gibi sınırlı ipliklerin yeniden kazanımına yönelik ihtiyaç, geri dönüşüm fikrini motive etmektedir. Bu iplikleri geri dönüştürmek için yeni yollar keşfedilmeye çalışılmaktadır. Çevreye duyarlı iplik seçimleri ile tanınan “dış giyim” firması Patagonia ve Japonya’daki Teijin Mill; Capilene® polyester için yeni bir geri dönüşüm programı başlattığını duyurmuştur. Bu iki şirket; müşterilerini Capilene® kumaşları Patagonia’ya geri göndermeleri için teşvik etmekte; ardından buradaki kumaşlar geri dönüştürülmek üzere Japonya’ya gönderilerek yeni polyester iplik ve kumaşlarda kullanılmaktadır. Teijin’in çevre döngü’süne göre, geri dönüştürülmüş iplikler neredeyse yeni “kullanılmamış” polyesterden ayrılamaz niteliktedir. Ancak geri dönüştürülmüş polyester; yeni polyesterden yüzde 70 daha az üretim gerektirmektedir. Petrol bazlı ipliklere yönelik geri dönüşüm kavramı yeni yeni başlamakta olsa da; dünyada mevcut bulunan ipliklerin korunmasında atılan önemli bir adımdır.

Günümüzde üretilen ipliklerin geri dönüşümü, özellikle çoğu ipliğin genel olarak harmanlanarak üretilmesinden ve iplikten ayrılması oldukça güç kimyasalların kullanılmasından dolayı oldukça karmaşıktır. Ancak geliştirilen yöntemlerle artık, polyesteri harmanlanmış bir iplikten ayırmak mümkündür. Teijin Mill bu tip bir geri dönüşüm süreci yaratmıştır. Mamül ipliklerin geri

dönüşümünü mükemmelleştirmek için devam eden bir araştırma mevcuttur.

Diğer kumaşlar, özellikle iplik olarak geri dönüştürülemeyenler, atık elleçleme tesislerine yönlendirilmelidir. Bu yüzden, organik bileşenlere (biyo)-ayırıştırma veya daha basite indirgeme fikri; ipliğin geri dönüştürülmesinin mümkün olmadığı durumlarda alternatif olarak ortaya çıkmaktadır. Yukarıda öne sürülen mamül ipliklerin bir çoğu biyo-ayırıştırılabilir. Biyo-ayırıştırılabilir olmayan iplikler yeni iplikler olarak, Capilene® polyester örneğinde olduğu gibi geri dönüştürülmelidir.

Tasarımcı ve üretici; üretimlerinde çevre üzerinde daha az etkili olan malzemelerden iplik üretme konusunda geline noktanın bilincinde olmalı; aynı zamanda yenilenebilirlik, biyo-ayırıştırılabilirlik, belki de doğrudan ipliğe geri dönüştürülebilirlik hususlarını gözetmelidir. Tekstil üretiminin başlangıcından itibaren, tasarım ve üreticilerin tedarikçiler ile tartışabileceği birçok yeni seçenek bulunmaktadır.¹⁰¹

5.4. Belgelendirme – Etik Moda Üretimine Bağlılık

Organik kumaşlar ile günümüzün ilgili sertifikasyon programları devlet desteğine ihtiyaç duymaktadır. Organik tekstil standartlarını global olarak kontrol eden ve güvence sağlayan bir kurum mevcut değildir. Bir takım kurumlar oluşturulsa da sertifikasyon seviyeleri arasında büyük farklar bulunmaktadır. Artık, Sertifika grupları; güvenilir ve onaylanmış üretici ve tedarikçileri içeren geniş veri tabanları sunmaktadır. Çevrimiçi piyasada taban tasarımcıların; etik tedarik zincirleri ile ilgili olarak doğru şirketleri seçme seçenekleri bulunmaktadır. Ne yazık ki tüm bu süreç maddi olarak şirketin kendisi tarafından karşılanmakta, bu yüzden üreticiler uygulamalarını değiştirmemektedir. Maliyet, sürdürülebilir bir gelişim sağlamak için devlet tarafından en azından desteklenmelidir. Organik Değişim; GOTS sistemi ile karşılaştırıldığında; %100 etik olamayan ancak olmak isteyen şirketler için bir takım boşluklar bırakmaktadır. Ne yazık ki bu, bir "yüzde beş organik pamuk harmanı" t-shirt ile, (ki bunun da %100 etik olarak üretildiği kesin değildir,)

¹⁰¹ HETHORN, J., ULASEWICZ, C.; „Sürdürülebilir Moda: Neden Şimdi? Hususlar, eylemler ve olasılıklar üzerine düşünceler”.2008, Fairchild Books, USA. S.326-348

markalarını “yeşile boyamak” isteyen şirketler için büyük bir alan tanımaktadır. Bu durumda; “organiklik” üretimden daha çok etiketlerde yer almaktadır.

5.4.1. GOTS – Global Organik Tekstil Standardı

Global Organik Tekstil Standardı (GOTS) dünya çapında organik ipliklerden yapılan kumaşlar için en temel işleme standardı olarak kabul edilmektedir. Bu standard, organik kumaşların tüm tedarik zincirinin yanında yüksek seviyeli çevresel kriterleri tanımlar ve sosyal kriterlere uyumluluğu gerektirir.

GOTS etiketinde 'organik' sınıfında mensup bir tekstil ürünü; en azından %95 oranında organik lif ihtiva etmeli iken 'organikten mamül' etiketini taşıyan bir ürün en azından %70 oranında onaylanmış organik lif içermelidir. GOTS'a göre; yalnızca %70'in üzerinde organik iplik içeren ürünler, sertifikalı organik ürünler olabilir. Boya malzemeleri ve ek malzemeler gibi tüm kimyasal girdiler, çevresel ve toksikolojik bir takım kriterleri sağlamalıdır. Ekolojik açıdan seçenekler sınırlıdır. Kullanılan her türlü ıslak işleme ünitesi için bir atık suyu tedavi tesisi zorunludur ve tüm süreçler sosyal kriterleri karşılamalıdır. GOTS'un anahtar kriteri, kalite güvence sistemi ile değerlendirme ve düzenleme prosedürünün aşamaları bu bölümde özetlenmiştir.

Standartların hedefi, hammaddelerin hasatından çevresel ve sosyal sorumluluk çerçevesinde üretime ve hatta etiketlendirmeye kadar kumaşların organik durumunu güvence altına alan dünya çapında tanınan standartları tanımlamak ve bu şekilde son müşteriye güvence sunmaktır.

Tekstil işlemci ve üreticilerine, tüm önemli pazarla da kabul eden bir sertifikalandırma ile organik kumaş ve ipliklerini ihraç etme fırsatı verilmiştir.

5.4.1.1. Kriter

Uluslararası Çalışma Grubu'nun ortak kararı; içeriğin açık ve kesin şekilde anlaşılmasının, Global Standartların yalnızca zorunluluk kriterine odaklanmasını gerektirdiği yönündedir. Standart; iplik ürünleri, lifler, kumaşlar, kıyafetler ve kılıflar ile tüm doğal iplik ürünlerine dair üretim, işleme, imalat, paketlenme, etiketlendirme, ihracat, ithalat, ve dağıtım süreçlerini kapsamaktadır. Bu standart deri ürünler ile ilgili herhangi bir kriteri ortaya koymamaktadır.

5.4.1.1.1. İplik İmalatı

İplik imalatı için temel kriterler aşağıdaki şekilde tanımlanabilir:

- Bilinen uluslararası veya ulusal standartlar temelinde ipliklerin organik sınıflandırması (örn. EEC 834/2007, USDA NOP)
- Eğer uygulanabilir tarım standartları izin verir ise, dönüştürme sürecinden geçen ipliklerin sınıflandırılması.

5.4.1.1.2. İşleme

İşleme ve üretime yönelik temel kriterler arasında:

- Organik iplik ürünlerinin işlemesine dair tüm aşamalar, genel iplik ürünlerinden ayrılmalı ve açık şekilde ifade edilmelidir.
- Tüm kimyasal girdiler (örn. boyalar ve işlem kimyasalları) değerlendirilmeli ve temel toksisite, biyo-ayrıştırılabilirlik ve ortadan kaldırılabilirlik gerekliliklerini karşılamalıdır.
- Toksik ağır metaller, formaldeit, aromatik çözücüler, genetik olarak modifiye edilen organizmalar (GMO) ve enzimler gibi kritik girdiler yasaklanmalıdır.
- Sentetik boyutlandırma araçlarının kullanımı kısıtlanmalı, örme ve dokuma yağları ağır metaller içermemelidir.
- Aşındırıcılar oksijen bazlı olmalıdır (klorid aşındırma olmamalıdır).
- Karsinojenik amin bileşikler salan azo boyalar yasaklanmalıdır.

- Aromatik çözücüler kullanan salımlı baskılama yöntemleri ve PVC kullanan plastisol baskı yöntemleri yasaklanmalıdır.
- Araçlar (aksesuar) kısıtlanmalıdır (PVC, nikem veya krom'a izin verilmemeli, plastik aplik veya mozaik içermemelidir)
- Tüm operatörler; atık ve artık maddeleri en aza indirme prosedürler dahil olmak üzere çevre politikalarına sahip olmalıdır.
- Islak işlem üniteleri kullanılan kimyasallar, enerji ve su tüketimi ve atık su kullanmaya ilişkin kayıtlar tutmalı; buna atıkların imhası da dahil olmalıdır. Tüm ıslak işlem ünitelerinden gelen atık su bir fonksiyonel atık su elleçleme tesisine yönlendirilmelidir.
- Ambalajlama malzemeleri PVC içermemelidir.
- Teknik kalite parametreleri sağlanmalıdır (ovma, perspirasyon, ışık ve yıkama hızı, çekme değerleri)
- Ham maddeler, ara maddeler, nihai tekstil ürünleri ve aksesuarlar; istenmeyen kalıntılara ilişkin kesin sınırlar içerisinde olmalıdır.
- Uluslararası İş Kurumu'nun ("ILO") ana normlarını temel alan minimum sosyal kriterlerin tümü karşılanmalıdır.

5.4.1.2. Kalite Güvencesi

Genel olarak GOTS sertifikasyon şemasında yer alan bir şirket, standardın tüm kriterlerine uyumlu şekilde çalışmalıdır. GOTS, saha denetimi ve kalıntı testinden oluşan bir çift-kontrollü sistem ile ilgili kriterlere uyumluluğu denetlemektedir.

Tam tekstil tedarik zincirinin sertifikalandırılması.

- İplik üreticileri (çiftçiler) nihai ürünün satılacağı ülkede kabul edilmiş bir ulusal yahut uluslararası organik tarım veya üretim standardına göre onaylanmış olmalıdır.
- İplik üreticilerini sertifikalandıran kurumlar; ISO 65 ve/veya IFOAM yeterliliğine sahip olmalıdır. Bu kurumlar aynı zamanda uygulanabilir iplik standardına göre sertifika verme yetkisine sahip olmalıdır.

- Hasar sonrası işlemlerden kumaş yapımına ve hatta ithalat sürecindeki tüccarlara kadar her türlü öge yıllık bir saha-içi denetlemeye tabi tutulmalı ve sertifikalandırılacak tekstil ürünlerinin üretimi/ticareti için uygulanabilir, geçerli bir GOTS işletme sertifikasına sahip olmalıdır.
- İşlemcilere, üreticilere ve tüccarlara sertifika veren kuruluşlar, "Sertifikasyon Kurumları için Onaylama Prosedür ve Gereklilikleri"nde tanımlanmış olan kurallar uyarınca uluslararası geçerliliğe sahip ISO 65 sertifikasına ve GOTS yeterliliğine sahip olmalıdır.

Kalıntı Testi

- Standartta tanımlandığı gibi istenmeyen kalıntılar için kesin aralıklar verilmiştir.
- Lisanslanan operatörler; kontaminasyon risk değerlendirmesine göre kalıntı testine tabi tutulmalıdır.
- Denetleyen kurumlarca ek numuneler alınmalı ve ISO 17025 onaylı laboratuvarlara analize gönderilmelidir.

5.4.1.3. Etiket Seviyeleri

Yalnızca standardın maddeleri uyarınca üretilen ve sertifikalandırılan tekstil ürünleri GOTS etiketini taşıyabilir. Standart, ürün etiketlerinden belirtilmek üzere ikiye ayrılmıştır:

- Etiket-seviyesi 1: organik veya organik dönüştürme, $\geq$ %95 onaylı organik iplik, $\leq$ %5 organik olmayan doğal ve sentetik iplik
- Etiket-seviyesi 2: , %X organik, veya dönüştürme ile %X organik maddeden mamül, $\geq$ %70 onaylanmış organik iplik, $\leq$ %30 organik olmayan iplik; ancak maksimum %10 sentetik iplik (çoraplar, tozluk ve spor giyimi için %25'e kadar)

5.4.2.1. Organik Değişim

OD, belirli bir uygulama topluluğu, bir standartlar grubu, ürün bütünlüğüne yönelik kaynaklar, bilginin dağıtımını destekleyen sistemler ve global tekstil değer zincirinde pozitif bir değişim oluşturarak sürdürülebilir gelişmeye ulaşmaya yardımcı olur.

- OD, tekstil değer zincirindeki pazarları geliştirmeye yönelik global çok hissedarlı bir yaklaşımla hareket eden, gelir amacı gütmeyen bir organizasyondur.
- OD; 2009'daki toplam yıllık satışları 775 milyar \$'a ulaşan dünyanın en bilinen marka ve tedarikçileri dahil olmak üzere 230 global kurumsal üyeye sahiptir.
- OD, 2002'de 300 milyon dolar'ın altında olan global organik pamuk pazarının, 2009 yılında 3 milyar dolar'ın üzerine taşınmasını sağlamıştır. Çünkü bu test edilmiş ve kanıtlanmış bir modeldir. Diğer iplik ve tekstil ürünlerinin sürdürülebilir gelişimine uygulandığında oldukça yüksek getirisi mevcuttur.
- OD, aynı anda hem arz hem de talebin oluşturulmasına odaklanmaktadır. Marka seviyesindeki talebin oluşturulması; tedarikçilerin üretimine teşvik oluşturmakta ve hem kısa hem de uzun süreli ürün planlarını sürdürülebilir kılmaya yardımcı olmaktadır.
- OD, tüm değer zincirine odaklandığından dolayı eşsizdir. Çiftlikten tedarikçiye kadar uzanır. Katılımcı planlama, problem çözme, ürün gelişimi, kaynak sağlama ve tüketici eğitimi için model ve araçlar sunmaktadır.

5.4.2.1.1. Sürdürülebilir Değerler için OD'nin Misyonu

- Organik pamuk; Organik Değişim'in imzası niteliğindedir ve başarısı git gide büyümektedir. Global organik pamuk pazarı 2002'den bu yana on kat büyüme göstermiş, ve diğer eko-kumaşların katılımı sağlanmıştır.
- Dünya çapında markalar ve tedarikçiler arasında sürdürülebilirlik hususu git gide önem kazanmakta, iplikler ve değer zincirleri arasındaki rekabet, karmaşıklık ile birlikte artmaktadır. Kumaşların sürdürülebilir gelişimi, şu an için yeni bir uygulama alanı olsa da katlanarak büyüyecektir.
- Bu yeni bağlamda, Organik Değişim gibi pazar bazlı ortaklık modelleri yükselecek; gelecekte tekstil sürdürülebilirliğindeki etkinlikler için bir merkez olarak OD'ye önemli bir ihtiyaç hissedileceğini gösterecektir.

5.4.2.1.2. Standartlar

- Organik pamuk içeren ürünler, üçüncü bir taraf standardında işlenmektedir.
- Organik pamuğun kullanımı için koşulları ortaya koyan bağımsız, üçüncü taraf standartlar mevcuttur. Bunlar, OD standartlarına ek olarak - organik olarak yetiştirilen ipliklere - işleme, sosyal hususlar, kalite, ve farklı ürünleri destekleyen hususlar öne sürmektedir. Bunlar, OD standartlarına göre alternatif olarak değerlendirilmelidir.
- %100 organik pamuk içeren ve bir standart olarak işlenmeyen ürünler
- Eğer şirketiniz veya tedarikçileriniz %100 onaylı organik pamuk içeren ürünler üretiyor ise, ve işlem sürecinizin verilen herhangi bir

standarda göre onaylanmasına ihtiyacınız yok ise, OD 100 Standardı, iddialarınızı desteklemek için ihtiyaç duyulan gereksinimleri sağlayacaktır.

- Belirli bir yüzdede organik pamuk harmanı içeren ürünler

Bir harman; organik pamuk ile geleneksel pamuk veya sentetik ipliklerin herhangi bir ortanda birleşimini tanımlamaktadır. Eğer şirketiniz veya tedarikçileriniz; çeşitli iplikler ve en azından %5 organik pamuk ile ürün imal ediyor ise, şirketiniz ve/veya ürününüz OD Harman Standardına göre sertifikalandırılabilir. OD Harman Standardının amacı; belirtilen yüzdede organik olarak yetiştirilen pamuğun kullanılması ve organik pamuk çiftçiliğini desteklemektir. Bu, öne sürülen iddiaların bütünlüğünü sağlamaktadır.

5.4.2.1.3. Etiketlendirme

Nihai ürünü monte eden şirket, organik pamuk içeren iplik ve sicimlerin bir toptancı veya tedarikçiden alındığı, bu kurumlarca işlendiği ve satışa sunulduğunu gösteren evrakları sunmakla yükümlüdür. İmal işlemleri; %100 organik pamuk ile yapılmış olan nihai ürünler olarak etiketlendirilebilir. Nihai ürünlerin ambalajlanmasından sonra, her bir karton / kutu, %100 organik pamuk ile yapılan malları içeren kutular olarak etiketlendirilebilir.¹⁰²

5.5. Şekil Fonksiyonu İzler

Bugünün tüketicilerinin gardropları artık giyilmeyen, arka bölümlere atılan, artık "moda" olarak kabul edilmeyen kıyafetler ile doludur. Her tüketici; kendi gardrobunu temizleyebilir ve temel öğelere indirgeyebilir ki bunlar belirli durumlar için uygun olan, ve vücudun şekli ve boyutu değişse de halen kişiye uygun olan kıyafetlerden oluşmalıdır. Artık; -unisex olsa dahi- kıyafetlerin paylaşılabirliğini en üst seviyeye çıkarmak için tasarımcılar daha az “bedene

¹⁰² Organik Değişim. <http://organicexchange.org/oecms/FAQ.html#label>

oturma" noktası ile çok boyutlu tasarımlar yaratmaktır. Giyisi konusunda paylaşılması kolay kıyafetler yapmak belki de gelişen kısımlara uygunluğunu arttırmak için şerit ve bantlardan faydalanarak ve mümkün olduğunda vücuda daha az yerleşme noktası kullanarak geniş bir vücut boyut ve şekilleri yelpazesine yetecek kadar adapte edilmeleri gerekir.¹⁰³

Sınırlı ve kullanıla gelen geleneksel malzemeler yerine sonuçlara odaklanarak yapılan tasarımlar, zaman zaman daha az kaynak ve daha az enerji ile ihtiyaçları karşılamaya yönelik seçenekler sunmaktadır (örneğin kibrit yerine çakmak gibi).

Temel hareket notası müşterilerin ürün (örneğin havlular) değil sonuç ve fonksiyonellik (kuru eller) arıyor olmasıdır. Dahası, eğer tasarım, odağın bu şekilde kaydırılmasını teşvik edecek şekilde yapılandırılırsa, belki de daha az fiziksel mal ile tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılayabilir. Böylece doğa üzerindeki etkileri de azaltmış olur. Etki akışının azaltılmasına yönelik fırsatlar tasarımcıların müşteri ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik yeni yollar ortaya koyması ile mümkündür. Müşteriye iletecekleri konusunda geleneksel bakış açıları ile sınırlandırılmayan tasarımcılar (yukarıdaki örnekten, pamuk el havlusundan devam edersek), müşterinin ihtiyacını karşılamak için en iyi çözümü geliştirebilir pamuklu havlu yerine(kağıt havlular, sıcak hava kurutucuları, vs.).

Bu, geleneksel endüstri sınırlamalarının dışında kalabilecek nitelikte olsa da en iyi çözümdür. Sürdürülebilirlik girişimleri endüstriler arası gruplarda çalışmadığı sürece gelinmesi zor bir noktadır. Gerçek kazançlar aynı zamanda tasarımcıların; ürünleri hizmet faktörü için tercih edilebilir kılma bilgilerine dayanmaktadır. Chris Ryan şöyle der:

“...pazar başarısı; bir ürün için projelendirilen ve maddeleştirilen kültürel ve sosyal anlamlara dayanmaktadır. Tasarımcılar; insan ihtiyaçlarını yerine getiren ve tüketici ile bir duygusal bağ kuran ürünler yaratmak için

¹⁰³ Brezet, H. „Ekotasarım Eyleminde Dinamikler“. UNEP Endüstri ve Çevre, Ocak – Haziran s. 21-24.

malzemeye ustalıkla şekil vermektedirler. Eğer, bir hizmet bir ürünün yerini alacak ise, bu yeni sistemler, tüketici için malzemelerden daha tercih edilir kılınmalıdır.”¹⁰⁴

21. yüzyılın ilk on yılını etkisi altına alan bilgi zengini, bilgi temelli hizmet ekonomisinde, hizmet sektörü Avrupa ekonomisinin yüzde 70'ini teşkil etmektedir.¹⁰⁵ – Ancak tüketim, azalmamış, artmıştır. Hizmetler çevre için daha iyi tercihler değildir. Doğru tasarımları gerekir. Örneğin, kumaş açısından bakıldığında, yaşam döngüsünün çevreye en çok zarar veren yanı kullanım ve yıkamadır.

5.5.1. Uygun Tasarımlar

Bu bağlamda, uzun süre yaşayacak bir ürün oluşturmak ile bir ürünün son ürün olmasını sağlamak ayrı kavramlardır. Bir iplik veya kumaşın kullanım süresinin temelinde uygunluk kavramı yatmaktadır. Uygunluk ise bir objenin yerine, fonksiyonuna, kullanıcılarına, tasarımcısına ve çevresine uyarak kullanımıdır. Bir iplik veya kumaşın gelecekte kullanımını sağlamak için bugün tasarımcıların pek de üzerine düşmediği bir kaç hassasiyetin gözetilmesi gerekir. Bunun içerisinde malzemelerin ömürlerinin, ürünlerin nasıl kullanılacağına ve kullanımın neden terk edileceğinin bilinmesi gibi etmenler bulunur. Sonuçlar malzemelerin uygunluğunun beklenen ömürleri ile uyuşmasına dayanmalıdır. Bir ürünü ilgili kılmak için çok yönlülük ve onarılabilirlik gibi tasarım stratejilerinin geliştirilmesi; bir ürün ile halen süren

¹⁰⁴ Ryan, C. „Hizmet ile malzeme tüketimini azaltmak bir tasarım hususudur“ 2000 Endüstriyel Tasarım, 4(1). S.P.5.

¹⁰⁵ Euromonitor. „Avrupa Pazarlama Verileri ve İstatistikleri 2000“, 35inci Baskı, Londra: Euromonitor, 2000.

kullanım süresince duygusal bağların güçlendirilmesi gerekir.

Çoğu tasarımcı ve şirket, ki bunların bir çoğu sürdürülebilirlik fikirleri üzerinde çalışmaktadır, uygunluğu öne çıkartan parçalar üretmiştir. Örneğin bir çok bedenli, örgü giysiyi bilek veya omuz kısımlarını ekleyebilmek için tutturma noktaları veya vücut etrafında dökümlü bol geometrik şekiller ile tasarlayarak insanlar arasında paylaşılabilen bir ürün olarak tasarlamışlardır. Bu, kullanımı yoğunlaştırmakta ve tek bir parçanın birden fazla kullanıcının ihtiyacını giderdiğinden kaynakları kurtarmaktadır. Uygunluk aynı zamanda tamir edilebilir veya yenilenebilir ürünler ortaya koyarak da sağlanabilir. Örneğin, İngiltere'nin kırsal kesimlerinde oldukça önemli bir kıyafet olan, Barbour ceketler, tamir ve yenilenme için üreticiye geri gönderilmektedir. Yeniden dikilen astarlar ve yeniden mumlanan dış katmanlar kıyafeti daha uzun süre işler durumda tutmaktadır. Bazı kumaşlar gibi, bu kumaşlar da ne kadar hırpalanırlar ise o kadar kıymet kazanırlar.

5.5.2. Atık Kumaş Değil Moda Yaratmak

Giysi üretiminin bir yanı da genel olarak iplik atıklarının güvenceye alınmaması, bir problem olarak bakılmamasıdır. Muhtemelen, ipliğe yönelik bakış açısı, moda sektöründeki bir çoğu tarafından depolanabildiği yönündedir. Ham iplik üretmek ve ipliği kumaşa çevirmek, enerji, kimyasal ve su tüketen bir süreçtir: kumaş değerlidir. Kumaşın ziyan edilmesi, giyim piyasasında karşılaşılan bir durum olsa da kumaş artığı oluşmasını engellemek moda tasarımı ve desen oluşturmada yatmaktadır. Kumaş artıklarını ortadan kaldırmak için, giysi kumaş parçalarını bir yapboz gibi birbirlerine geçirerek sonuna kadar kullanmalı, ziyan etmemelidir. Moda tasarımcısı ve desinatörlerin birleşik uzmanlıkları bunu başarmak için yeterlidir.

5.5.2.1. Zıyan Edilen Kumaşlar ve Yapboz

Kumaşların fiyatları git gide ucuzlamaktadır. Ancak aynı oranda yükselen atıklar kimseyi endişelendirmemektedir. Tekstil ürünlerinin atık merkezlerinde yok edilmesi hala sorunlu bir durumdur. Doğal iplikler ayrışacak olsa da genel olarak, zaman içerisinde zararlı kimyasallar açığa çıkartabilirler. Sentetik maddelerin ayrışması yüzyıllar sürebilir. Kumaş geri dönüşümü zor bir konu olsa da yetişkin kıyafetlerinde kumaş artıkları yüzde 10 ile 20 arasında değişmektedir.¹⁰⁶ Pantolon ve kot pantolonlarda bu oran yine yüzde 10'larda seyrederken bluzlar, ceketler ve iç giyimde artık kumaş oranı daha yüksektir.¹⁰⁷ İngiltere'de yılda 1 milyon giysi tüketilmektedir. Atık hesaplamalarına bakıldığında, her sene İngiltere en az 100.000 kumaşın zıyan edildiği rahatlıkla söylenebilir. Bundan çok daha yüksek küresel oran; endüstri tarafından zıyan edilen kumaş miktarını önemli derecede azaltmak için yeterli gerekçedir.¹⁰⁸

Yapbozda ortada hiç kumaş artığı kalmaz. Bir yapbozu tamamlamak için kişi, rastgele parçalar ile başlar ve bunları birleştirerek bütünü oluşturmaya gayret eder. Bir elbiseyi sıfır-kumaş-artığı ile imal etmek için kişi, iki-boyutlu kumaş içerisinde birbirini bütünleyen parçalar oluşturur. Bir yapboz giyim mamülü kısmen desenin yönlendirmesi ile tasarlanır. Moda tasarımı ve desen oluşturma ayrı etkinlikler değildir. Desen oluşturma tasarım sürecinin bir parçasıdır.

5.5.2.2. Yöntemler Oluşturmak

Endüstride en çok kullanılan moda tasarım yöntemi; kesip-dikerek elle şekil vermedir. 3 tip kumaş vardır. Bunlar: örgü, dokuma, ve dokumasız kumaşlardır. Dokuma kumaşlar iki yönde ile birbiri üzerine gelen iplikler ile

¹⁰⁶ Feyerabend, R. (2004). Tekstil Üzerine Bilgilendirici Çalışma. P.4. 5 Şubat , 2007'de <http://www.mrs-hampshire.org.uk/Workshop%204/Textiles.pdf>

¹⁰⁷ Cooklin, G. "Moda Tasarımcıları için Giyim Teknolojisi". Oxford: Blackwell Science. 1997. S.9

¹⁰⁸ Allwood, J.M., Laursen, S.E., Malvido de Rodriguez, C. and Bocken, N.M.P. „İyi Giyinmek? Cambridge: University of Cambridge Institute of Manufacturing“ 2001. P.16

dokunarak imal edilir. Örgüler; birbiri ardında döngüsel şekilde bağlanan ipliklerdir. Dokuma olmayanlar ise, önceden bir ipliği bağlanmaksızın doğrudan iplikten oluşur yahut iplik içermez (örn. deri).

5.5.2.2.1. Elle Şekil Verme ve Bütünsel Dokuma

Elle şekil verme, aslında, herhangi bir iplik artığını otadan kaldırmakta olup genel olarak dokumalarda kullanılmaktadır. Kumaş parçaları bireysel olarak dokunur ve birbirine dikilir. Bütünsel dokuma süreç içerisinde dikme işlemini kaldırır. Moda tasarımında mevcut teknoloji ile; örgü ve örgü olmayan kumaşlarda, zanaat yöntemleri ile (el-dokuması ve keçeleştirme) elle şekil vermek mümkündür. North Sails Nevada tarafından kullanılan bir aramit iplik olan karbondan mamül yelkenler, örgü olmayan mamülleri endüstriyel, tamamen modern bir yaklaşımla adapte edilebileceğini göstermektedir. Yelkenler, özel serme makineleri ile tam olarak istenilen şekle getirildi. Moda endüstrisine bu teknolojiyi adapte etmek, farklı örgü harici mamüllerin git gide artması ile daha kolay görünmektedir. Şekil vererek örme teknolojisi , moda endüstrisinde kullanılmak üzere geliştirilmemiştir.¹⁰⁹

5.5.2.2.2. BPK – Bir Parça Kumaş Projesi

1990'ların sonunda, Issey Miyake ve Dai Jujiwara “Bir Parça Kumaş” projesini başlattılar. Dokumalarda, kumaşlardan oluşan düz bir tüp; iki taraftan birbirlerine geçirilerek dokunmaktadır. Dokuyan kişi tüpü satın alır ve eklem çizgilerini takip ederek biten giysiyi keserek oluşturmaktadır. BPK bütünsel dokumaya benzer. Bir makine; herhangi bir dikiş gerekmeyen kumaşı oluşturur, ancak her bir parça için farklı teknoloji kullanılır.¹¹⁰ Ne kadar atık oluşacağı bir ölçüde parçaları nasıl keseceğine bağlıdır. Örülen BOK elbiselerin sayısı git gide artmaktadır: örneğin 2000 yılında Caravan ve

¹⁰⁹ Allwood, J.M., Laursen, S.E., Malvido de Rodriguez, C. and Bocken, N.M.P. „İyi Giyinmek? Cambridge: University of Cambridge Institute of Manufacturing“ 2001. S.25, 33

¹¹⁰ Black, S. „Modada Dokuma“. London: Thames&Hudson, 2002. s.118

Pain de Mie örnek gösterilebilir. Pain de Mie nasıl kesileceğine bağlı olarak bir etek veya üst olup; dokumalar gibi nihai mamüle dönüştürülerek ortaya çıkartılabilir iken Caravan ceket, kesimden sonra arka kısmında bir şerit dikme gerektirir. Örgü-dışı elle şekillendirilen yelken teknolojisi göz önüne alındığında, BPK'ları örgü-dışı'na doğru geliştirmek de mümkün görünmektedir.

Resim 5.9: Issey Miyake¹¹¹, BPK

5.5.2.2.3. Kes ve Dik

Kes-ve-dik terimi kendi kendini anlatmaktadır. Giysi parçaları kumaştan kesilir ve birbirine dikilir. İstenilen türde kumaş kullanılabilir. Geleneksel kes-ve-dik atıkları kullanılan toplam kumaşın yüzde 10 ile 20'si arasında iken, yapboz kes-ve-dik atıklarını göz ardı etmektedir. Tamamen elle şekillendirme ve BPK'dak farklı olarak, kes-ve-dik ve yapboz; yeni giysi modelleri oluşturmak için herhangi bir programlanma veya makine gerektirmez ve tüm kumaş modelleri için sürdürülebilir. Dahası, örgü kumaşların kesilmesi ve dikilmesi; diğer yöntemler ile mümkün mertebeye imkansız olan bir tasarım yaratıcılığı sunar. Bu yüzden, kes-ve-dik stiline

¹¹¹ <http://hushhushfr.wordpress.com/category/lifestyle-culture/expo-lifestyle-culture/page/2/>

geleceğin teknolojilerinin yanında yer alacağı neredeyse kesindir.

5.5.3. Yapboz ve Çağdaş Moda Tasarımları

Bir çok moda tasarımcısı ve desen yaratıcısı için, süreç içerisinde herhangi bir kumaş israfı yapmadan kıyafet tasarlamak ve oluşturmak imkansız, yada mümkün olmayacak kadar zordur. Buna karşın, moda tasarımı literatüründe ve geleneksel elbise yapım türlerinde kumaşa oldukça büyük değer verildiği ve herhangi bir kısmının israf edilmemeye çalışıldığı görülmektedir. Bu tip örneklerin çokluğu ve yüzyıllardır var olması, sıfır-kumaş-atığı ile moda yaratmanın yalnızca mümkün değil aynı zamanda uygulanabilir olduğunu göstermektedir. Bu tür bir moda yaratıcılığını, literatüre dayalı çalışmak problemlidir. Genellikle görsel ve metinler; giysi yapımında kumaşların ziyan edilmediğini söylemektedir. Bu tür örneklerin araştırılmasının getirisi, örneğin, elbise koleksiyonlarına yönelik çalışma yapılması ile karşılaştırıldığında daha ilgili bir yaklaşımdır. Bazı örnekler kumaşı ziyan etse de bu genel endüstri ortalamasının altındadır. Bazı kumaşlara yapılan küçük değişiklikler, atığın tamamen ortadan kaldırılmasına olanak sağlamaktadır. Kullanılan temalar ise kumaş, desen tasarımı ve giysi tasarımıdır.

Kumaş atıklarının ortadan kaldırılmasına dair en sık görülen örnek; kumaşın giysiye eşit olduğu durumdur; yani kumaş ne delinir, ne de harcanır. Antik Yunan'daki tek omuzlu şallar, şitonlar ve peplolar ile Hindistan'ın sari'si herhangi bir kesinti olmaksızın vücutta dökümlü şekilde duran, uzun kumaşlardan oluşmaktadır. Sari, aynı antik Yunan'daki elbiseler gibi bir çok farklı türe shiptir. Farklı kumaş uzunluk ve kalınlıkları, çeşitliliği sağlar.

Yapboz'da, kumaşın eni önemli bir tasarım etmenidir; zira en desen parçalarının kumaş boyunca nasıl düzenleneceğini belirlemektedir. Kumaşın eni kes-ve-dik ile yapboz moda yaratıcılığı arasındaki temel fark belirler. Bir kes-ve-dik elbise oluştururken kumaşın eni büyük bir çekince değil iken, bir

yapboz elbisenin yapımında kumaşın eni dikkate alınır. Belki de, kumaşı ziyan etmeden kullanan giysiler arasında en ünlüsü Japonya'daki kimonodur. Kimonoda kullanılan kumaşın eni, yatay boyutunu belirlemektedir. Farklı boyutta bir çok kimono üretmek yerine giyen kişi belindeki kuşak ile kendine göre bedenini ayarlamaktadır.

2007'de, Central Saint Martins'deki Textile Features'da yaptığı son işinde, Austuralyalı tasarımcı Mark Liu; kendi tasarladığı baskıları kullanarak sıfır-kumaş-ziyanıyla üretilen giysiler üretmiştir. 14 parçadan dikkatlice kesilen elbiselerin yapımı için kullanılan kumaşların hiç bir tarafı israf edilmemiştir. Hem giysi kesimi hem de baskı, ayrıntılı kesimin izlerini taşıırken baskı aynı zamanda kesim kenarlarının kaymasını engellemektedir.



Rsim 5. 10: Mark Liu, Yapboz, 2007.¹¹²

¹¹² <http://www.inhabitat.com/2008/02/24/estethica-2008-showing-at-london-fashion-week/>

Zandra Rhodes, modası, Liu'nunki gibi kumaş baskılardan fazlasıyla etkilenen İngiliz bir tasarımcıdır. Rhodes ilk önce baskılarını geliştirmekte ve kumaşın şeklini buna göre belirlemektedir. Baskı paterni, Çin Kareleri, kumaş kalınlığına göre ayarlanmış. Kumaş ardından baskıya göre geliştirilmektedir. Bu esnada tüm olası kenar hesaplamaları ile tüm kumaş genişliği kullanılıyor. Bluz, yaka ve peplum parçaları tamamen birbirine kenetlenmiş olsa da herhangi bir kumaş artığı oluşturmuyor.¹¹³ En pahalı el dokuma ürünü ol an Haute couture dikiş Shaeffer tarafından bir çok örnekle gösterilir. Kenar şeritler; boyun çizgilerini, kol deliklerini ve diğer giysi parçalarını sabitlemek için dahili olarak kullanılabilir ve bu teknik kolaylıkla "giyime hazır" olarak adapte edilebilmektedir. Kenarlar aynı zamanda bir kenar yüzey veya kıvrım yeri olarak bırakılabilir.¹¹⁴

Giysi parçalarını desteklemek için artık çok çeşitli eriyebilir telalar mevcuttur (örneğin ceket önü yahut gömlek yakası gibi). Duruma göre giysinin temel kumaşı bir dikiş telası olarak da kullanılabilir. Örneğin kimoların ön boyun şeridinde, boyun kısmında arta kalan kumaşlar kesilmeden destek olarak yakanın içerisine kıvrılarak kullanılmaktadır. Genellikle, takviye ihtiyacı hissedilen (yaka ve manşetler gibi) bölgelerdeki kumaşlarda erimiş tela yerine üç veya daha fazla giysi kumaşı kullanılabilir. Bu aynı zamanda giysinin kullanım ömrünün sonunda daha kolay geri dönüştürülebilmesini sağlayacaktır. Zira giysi ve telasının iplik içeriği aynı olacaktır.

5.5.3.1. Desen Tasarımı

Sıfır kumaş-artığı giysilerde, dikdörtgen desen şekilleri, bunlar ile kenetlenebilirlik daha kolay sağlandığından baskındır. Modern kıyafet tasarımı ve üretiminde önemli bir eleştirmen olan, Avusturya asıllı Amerikalı sosyal bilimci Bernard Rodufsky, 1944- 1945 sergileri sonrasında, 1947'de

¹¹³ Rhodes, Z. „Tekstil ile Bir Ömür Boyu“. UK: Antique Collectors Club, 2005. s.34-3

¹¹⁴ Shaeffer, C.B. „Couture Dikiş Teknikleri“. Newtown: Taunton Press, 2001. s.49

yazdığı “*Giysiler Modern Mi ?*” kitabında, bu fikirlerden bazılarını geniş bir giysi yelpazesine uyarlamaktadır. Bernanda Separates kolaksiyonundaki giysiler yalnızca dikdörtgen kumaş parçalarından yapılmıştır. Sıklık ve bedene uygunluk büzme ipleri veya kemerler ile sağlanmaktadır. Amaç, dokumanın en aza indirilmesi ile fiyatın düşürülebilmesini sağlamaktır. Ana maliyet kaynağı kumaştır. Rudofsky, antik Yunan elbiselerindeki kumaşların kullanılmasına hayranlık duymaktadır. Amerikan moda tasarımcısı Claire McCardell, Rudofsky'nin izinden gitmiş ve çalışmalarını “*Giysiler Modern Mi?*”ye dahil etmiştir. Dahil edilen giysiler, Rodofsky'nin birkaç yıl sonra oluşturacaklarına benzer şekilde geometrik biçimde kesilmiştir.¹¹⁵

Claire McCardell'in esnekliği vücuda oturma hususundadır. Onun çalışmalarından çoğu giyilmek için gerçekten hazır; giyen kişiye bağlı olarak bedeni ayarlanabilir çalışmalardır. McCardell'in en ikonik moda çalışması 1938'in monastik elbisesidir. Bel bölgesinde herhangi bir sıklık olmadan bu elbise, beli ortaya çıkarmak için McCardell'in imzası olan spagetti şeridini kullanmaktadır. 1949 cisimleşimi dahil olmak üzere yıllarca bu konsept, McCardell tarafından keşfedilmiştir.

Resim 5. 11: Claire McCardell¹¹⁶

Başlangıçtaki dikdörtgen bazlı desenler şekilleri yalnızca temel giysi şekillerine izin veriyor gibi görülebilir. Ancak bu şekiller; düz şekillerden daha ziyade üç boyutlu kıyafetler yaratacak şekilde birbirleri ile kullanılabilir. Alman kültürbilimci Max Tilke'nin elbise tahminleri ister tutarlı, ister tartışmalı olsun, kumaş israfına yönelik çalışmaları yönünden kesinlikle ilginçtir.

Japon tasarımcı Yoshiki Hishinuma da eşkenar üçgenden yapılan

¹¹⁵ Rudofsky, B. „Kıyafetler Modern Mi?“ Chicago: Paul Theobald. 1947.

¹¹⁶ <http://denisebrain.blogspot.com/2009/05/claire-mccardell-always-new.html>

giysilerde yeni prensiplerin keşfine çalışmıştır. Örneğin; iki üçgenden bir asimetrik pantolon yapmıştır. Hishinuma'nun giysileri kumaş israfı çekincesi gözeterek tasarlanmasa da; bu tip bir giysinin parçalarını; eş kenar üçgeni iki eşit üçgene ayıracak bir birleştirme mekanizması ile elden geçirmek mümkündür. Bunlar ardından birbiri ile kenetlenebilen dikdörtgenlere çevrilebilir.

Benzer şekilde, Avrupa'daki on dört ile on sekizinci yüzyıl arasındaki elbiselerdeki gibi; birbiri ile kenetlenebilen peş kumaşların kullanımı ile dolgunluk ve genişlik sağlanabilir. Dikdörtgen köşebentler de; üç-boyutlu şekiller oluşturmak için dikişlerin şekillendirilmesine bir alternatif olarak kıvrımlı yahut düz yarıklar içerisine yerleştirilebilir. Kimono'da olduğu gibi katlama kısımları düz yarıklar yerine katlama kullanılabilir. Dokumalarda; kıvrımlı köşeler dahi kesmek yerine katlanabilir.

Teng tarafından 1982 yılından tasarlanan kapşonlu pelerini; kıvrımlı patern kenarlarından dolayı kumaş israfını göstermektedir. Teng'in pelerinde, israfı engellemek için daha fark edilebilir bir değişiklik gerekmektedir. Pelerin kenar ve kapşonu kenetlenebilir. Pelerini açıklayan metin "israf olmaksızın" yazsa da; patern diyagramı aksini göstermektedir.¹¹⁷ İsrafın üstesinden gelmek için patern içerisinde kenetlenen kıvrımlara ulaşmak zor olsa da mümkündür. Kıvrım şekillerinin tasarımı esnasında kişi eş zamanlı olarak kıvrımın her iki yanını nasıl kullanacağına karar vermelidir.

Günümüzün moda Holly Mcquillan için, tasarım sürecinin ayrılmaz bir bileşeni illüstratör programı ve lazer kesicidir. O,trendleri aşarak tasarımı yeni bir yola taşıyan giysiler yaratmak için, riski kucaklayan bir tasarım süreci kullanarak mekanik el ve insan elini bir araya getirmeye çalışmaktadır.¹¹⁸

¹¹⁷ Major, J.S., & Teng, Y. „Yeohlee: Çalışmak: Malzeme Mimarisi“. Mulgrave: Peleus Press. 2003.

s.18

¹¹⁸ <http://precariousdesign.wordpress.com/design-practice/>

Resim 5. 12: Holly Mcquillan¹¹⁹

Teng'in pelerininde daha geniş parçaların, uyuşan her yere yerleştirilmesiyle; uzun bir kumaş ile yapılandırıldığı görülmektedir. Böylelikle her bir patern parasının boyutu, bir yapboz paterninin tasarlandığı; belirli bir "sırada" olabilir. Bir giysideki patern parçası sayısının, paternlerin birbirleri ile kenetlenmesini sağlamak için sunulduğu kesin değildir.

¹¹⁹ <http://precariousdesign.wordpress.com/design-practice/>



Resim 5. 13: Yeohlee Teng

Doeskin Boruları ile Kapşonlu Pelerin, sonbahar/koş koleksiyonundan, 1982,1983¹²⁰

İtalyan bir futurist olan Thayaht, 1919 yılında “tuta” tulumlarını tasarlamıştır. Tuta tulumları, bir kaç parçadan oluşmaktadır: gövde tek bir parçadan (ön, arka, ve ayaklar) kesilir ve tek parçadır. Yırtmaçlar ile kol delikleri oluşturulmuştur. Desen diyagramı harcanan kumaş miktarının doğru şekilde belirlenmesine olanak sağlayacak şekilde ölçümleri içermektedir. Her

¹²⁰ <http://arttattler.com/designskinandbones.html>

bir cep, artıkları kullanmak için tasarlanmıştır.¹²¹

Resim 5. 14: Thayaht¹²²

Tuta'nın tam tersine, 1837 yılının erkek gömlekleri; yirmi birinci yüzyıldaki benzerlerinden daha fazla parçaya sahipti.¹²³ Gömlek parçaları herhangi bir artık olmadan birbiri ile uyuşmaktadır, ancak, talimatları yerine getirmek ile diyagram arasındaki bağlantıyı kurmak zordur; diyagram 15 parçayı içerirken (temel gömlek gövdesi diyagramda bulunmaz), talimatlarda 19 parçadan bahsedilmektedir.

5.5.3.2. Seviyelendirme – farklı Bedenlere göre Ayarlama

Seviyelendirme, bir çok bedene sahip bir giysi yapmak için desendeki aşamalı değişimlerdir. Her bir beden için belirtim; bir sonrakine göre biraz farklıdır, yapbozlarda, şu soru akla gelmektedir: "Bir dizi bedene sahip bir giyim türü için ayarlama tek yol mudur?" Candra Rhoder; bir dizi bedende kenetlenme sağlamak için bazı kuralları yıkmaktadır.

Geniş kumaş payları bir artık olarak değerlendirilebilir. Zira giysideki toplam kumaşın yüzde 5.5'i katılanan kumaş paylarından oluşurken bunların olabildiğince az olmasından sorumlu olan yine tasarımcı ve desen hazırlayıcının ta kendisidir.¹²⁴ Geniş kumaş payları, ancak, bir giysinin tamir edilmesini yahut değiştirilmesini sağlayabilir. Özel dikilen erkek pantolonları genel olarak kalca ve bacak kısımlarında daha geniş pay olanaklarına sahiptir. Giyen kişinin bedeni genişledikçe bu paylar açılabilir.

¹²¹ http://www.mart.trento.it/UploadDocs/162_04_Tahyaht_moda_How_to_cut_out_the_tuta.jpg

¹²² http://www.mart.trento.it/UploadDocs/162_04_Tahyaht_moda_How_to_cut_out_the_tuta.jpg

¹²³ Shep, R. L., Cariou, G. „Gömlekler ve erkek giyimi 1840'dan 1920ye. "Bir Betty Williams Derlemesi". Mendocino, R. L. Shep, 1999. s. 121, 123

¹²⁴ Cooklin, G. „Moda çalışanları için giyim teknolojisi". Oxford: Blackwell Science, 1997. s.10

Giysilerdeki yırtmaçlar geniş bir pay ile gizlenebilir. Daha geniş boğumlar, artık kumaşın bir kısmını kullanabilir. Dikişi kolaylaştırmak için, kartondan yapılma bir dikiş şablonuna gereksinim duyulmaktadır. Bu şablon; bağlantıların uzunluğunda genişliği değişen boğumlarda oldukça kullanışlı olmaktadır. Diken kişi bağlantıları görsel bir dikiş yolu olarak takip edebilmektedir.

Mark Liu'nun giysileri; yalnızca daha geniş bağlantı noktası ve çeşitli genişliklerde kısımlar kullanmakla kalmamakta aynı zamanda bu dikiş ve bağlantı noktalarını birer estetik bileşen olarak kullanmaktadır.

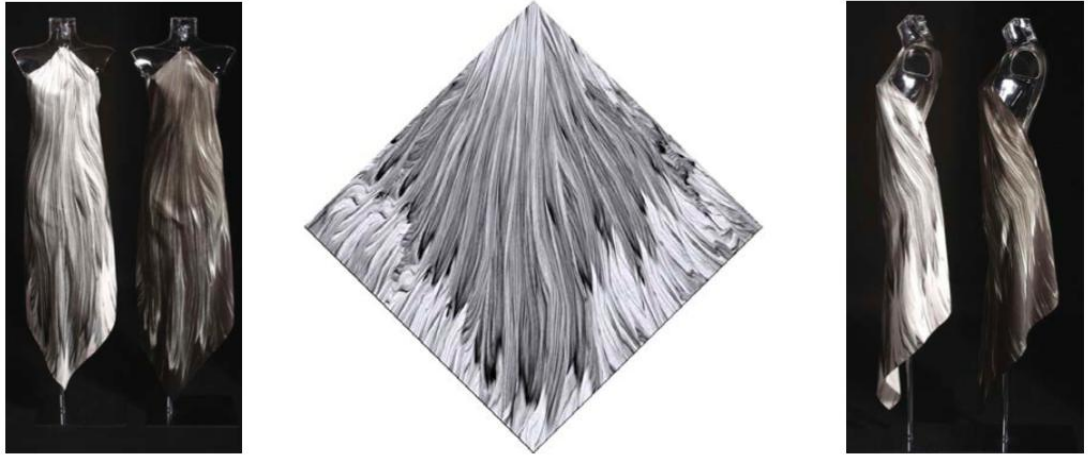
Aynı zamanda giysi üretiminde; tüketicinin gerektiğinde giysiyi tamir etmede kullanması için ek kumaş parçası da verilebilir.

5.5.3.3. Artık Kumaşlar ve Giysi Tasarımı

Eş zamanlı olarak birden fazla stilde giysi tasarlamak ve bunları hep birlikte tek bir kumaştan kesmek kumaş artığı miktarını düşürebilir. Bir ceket, pantolon ve bazen yelek parçaları, genel terzilikte olduğu gibi, ayrı ayrı kumaşlar yerine aynı kumaştan kesilebilir. Yeohlee Teng; 7-metrelük birkumaştan üç farklı elbise yaparak kumaş kullanımını maksimize ettiğini belirtmektedir. Artıklardan kurtulmak için, bir giysinin görsel bileşenlerinin, eş zamanlı olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Ayrı ayrı düşünölmeleri gerektiği tartışmaya açıktır. Bir giysinin "görünüşünü" düşünür iken tasarımcı aynı zamanda onun desen yada desenlerini nasıl birleştirileceğini hesaba katmalıdır. Giysinin, aynı Mark Liu'nun yaklaşımında olduğu gibi aynı anda iki ve üç boyutlu olarak düşünölmesi gerekmektedir. Tasarım eylemini bir araştırma yöntemi olarak kullanan Katherine Townsend; bir iki-boyutlu kumaş baskısı ile üç-boyutlu elbise yapısı arasındaki ilişkiyi yeni bir bakış açısıyla de almıştır. Townsend'in araştırması; giysi desenlerinin düz şekilleri ve çok boyutlu giysilerde kullanılan baskı tekniklerine yönelik mühendislik konularını kapsamaktadır.

Katherine Townsend'in eş zamanlı tasarım yaklaşımı, modacı sanatçı

Sonia Delaunay'ın eylemlerine dayanmaktadır. Özellikle, elbisenin kesimindeki artikülasyonun temel alındığı söylenebilir. Sanatçı ilk işlerinde, bir tekstil tasarımını bir giysiye uyacak şekilde adapte etmeye karşı çıkmıştır. Onun “sinaformlarının” yüzey detayları 3boyutlu olarak üretilmiş olup ardından dijital olarak basılabilir 2boyutlu entegre baskı/giysi şekilleri oluşturacak şekilde yeniden çözümlenebilmesidir. Bu yöntemin yeniliklerinden bir tanesi de çözümlemenin yüzey tasarımına göre yapılabilmesidir. Böylelikle biçimlendirme esnasında bağlantı noktalarının devamlı bileşenleri engellemeyecek olmasıdır. Burada, giysinin formu ile yüzeydeki deseni arasında karşılıklı bir değişiklik söz konusu olup bu öğelerden biri diğerine göre öncelik sahibi değildir. Her biri diğerine göre uyarlanabilir.



Resim 5. 15: Katherine Townsend

2D ve 3D olarak Kare Elbise

Townsend; bu özgün yaklaşımlı ile fonksiyonu daha da ilerilere taşıyan tasarım araçlarını içeren yazılımlar üzerine çalışmıştı. Onun tasarımı karmaydı; el ve dijital yöntemleri bir araya getirmekte, yazılımları amaçlarının ötesinde kullanmaktaydı.



Resim 5. 16: Katherine Townsend

2D ve 3D olarak Dairesel

Bir yapboz giysi ortaya çıkarmak; özellikle eğer tasarımcı daha önce bu şekilde çalışmamış ise, geleneksel yöntemler ile olduğundan daha fazla zaman alabilir. Zamanla deneyimin bir tasarımcıyı bir yapboz uzmanına çevirmesi hususu halen araştırmaya aşıktır. Geçen zaman içerisinde, kanıtlar, giysi numune safhasında, üretimde olduğundan daha fazla stil yaratıldığını göstermektedir. Tasarımcı Gavin Waddell'e göre "çoğu tasarım evleri yaklaşık olarak bu aşamada yüzde 20 artık ortaya çıkarır;¹²⁵ bu hesaplama; teknik ve finansal fizibiliteye dayanmakta, sanatsal gerekçeler de öne çıkmaktadır. Silinmiş olan numune kumaşlar;

5.5.3.4. Kumaş Artığını Sonlandırma Yaklaşımı

Moda endüstrisi; kullandığın kumaşın %100'ünün ürettiği giyside kalmasını sağlamalıdır. Kumaş israfının önüne geçmek için; genellikle aralarında bir hiyerarşik ilişki bulunan tasarım ve desen bölümleri daha yakın etkileşim içerisinde olmalıdır. Çizim; birincil tasarım aracı olarak baskınlığını

¹²⁵ Waddell, G. „Moda nasıl çalışır. Coouture, giyimeye hazır & kitlesel üretim“. Oxford, Blackwell Science, 2004. s.40

korusa da, kumaş artıklarını ortadan kaldırmak için, desen oluşturma tasarım sürecinin ayrılmaz bir parçasıdır. Eğer moda tasarımcıları kumaş artığından kurtulmak istiyorlarsa (ki kanıtlar bunun gerekliliğini göstermektedir), çizim bazlı tasarlama, desen bazlı tasarlama ile birleştirilebilir. İki boyutlu giysi desen tasarımının bazı başlangıç zorlukları; düz kumaş ile üç boyutlu şekil arasındaki fark böylelikle daha kolay anlaşılabilir. Kumaş, modanın omurgasıdır ve moda buna saygı göstermelidir. Kumaş, geçerli eylemlerin iddia ettiğinden çok daha yoğun şekilde modayı bilgilendirme ve ilham verme gücüne sahiptir.

Kumaş artıklarının ortadan kaldırılması, tasarımın daha çok düşünülerek gerçekleştirilmesini sağlayabilir. Endüstrinin ekolojik olarak daha sürdürülebilir bir moda oluşturma eylemini benimseyerek, geçerli uygulamaları denetlemesi gerekmektedir.

Aşağıda; tasarım süreci boyunca bir tasarımcının kendine sorması gereken sorular bulunmaktadır:

- Kumaşı iyice incelenip analiz edildi mi?
- Yaratılmak istenen giyside bu kumaşın hepsi nasıl kullanılabilir ?
- Kumaş ve giysi arasında ne tür bir ilişki var?
- Eğer bir desen var ise; parçalar arasındaki en büyük boşluk veya “artık” nerede oluşmaktadır?
- Yaratıcılık ve olasılıklara yeterince açık mıyım?
- Bu aynı zamanda en büyük kısıtlamanız olabilir.¹²⁶

¹²⁶ Hethorn, J., Ulasewicz, C. „Sürdürülebilir Moda – Neden Şimdi? Hususlar, eylemler ve olasılıklar üzerine düşünceler”. Fairchild Books, USA. 2008. s.204

5.6. Yavaş Tasarım

Bugünün tekstil ve giyim endüstrisinin belli başlı özelliklerinden biri de modanın hızıdır. Satışlar elektronik olarak izlenir. 12 gün gibi kısıtlı bir zamanda, bir numune veya çizim bitmiş bir ürüne çevirilebilmektedir. Ancak, kumaş son derece ucuzdur. Pamuğun temizlenmesi, arındırılması, iplik haline gelmesi, dokunması veya örülmesi, boyanması, baskılanması, kesilmesi ve dikilmesi; tasarımın podyumdan mağazalara ulaşma hızından bağımsız olarak zaman almaktadır. Durum pamuk iken bu süre yaklaşık bir yıldır.

Hızlı modada asıl önemli olan hız değil aç gözlülüktür: daha fazla satmak ve daha fazla para kazanmak. Zaman yalnızca üretim faktörüdür; doğal kaynaklar maksimum gelir elde etme yolunda harcanmaktadır. Ancak bu hız bedelsiz değildir, daha kısa zamanlar ve niteliksiz elbiseler, yalnızca iş gücü ve doğal süreçlerin kötü şekilde kullanılmalarına neden olmaktadır.

Ancak bu sürecin böyle olması zorunlu değildir. İşçilerin haklarına ve çevreye saygı göstererek yine aynı miktarda para kazandıran, güzel, dikkat çekici giysiler ortaya koyan bir sistem ile üretim yapılabilir.

Yavaş moda; tasarlamak, üretmek, tüketmek ve daha iyi yaşamak ile ilgilidir. Yavaş moda, zaman temelli değil kalite temellidir. (ancak bazı zaman bileşenleri söz konusudur). Tasarımcıların, tedarikçilerin ve tüketicilerin; ürünlerin çalışanlar, toplumlar ve ekosistemler üzerindeki etkisinin bilincine daha derin olarak vardıkları bir kavramdır.

Yavaş moda kavramı; Yavaş Gıda Hareketinden fazlaca esinlenmiştir. Carlo Petrini tarafından 1986 yılında İtalya'da ortaya çıkan Yavaş Gıda; yemekten alınan zevki sorumluluk ve farkındalık ile bir araya gelir. Tadların standart hale getirilmesinin tersine besin kaynaklarımızın biyolojik çeşitliliğini savunarak; tüketicilerin bilgilendirilmesi ve besinlere bağlı kültürel kimliklerin korunması gibi konuları destekler. Bu akım diğer yavaş hareketlerin ortaya

çıkmasını sağlamıştır. Örneğin; binaların daha düşük değerler ile ancak bir şehir veya kasaba bağlamında dikkatlice tasarlandığı Yavaş Şehirler; insanların yaşam kalitesini önemli ölçüde arttırmaktadır.

Yavaşlık hareketinin fikirlerini, küresel giyim endüstrisi ile harmanlayarak; sürdürülebilirlik çağında moda için yeni bir vizyon geliştirmekteyiz: burada zevk ve moda; sorumluluk ve farkındalık ile iç içedir.

Yavaş modada önemli olan seçenekler, bilgiler, kültürel çeşitlilik ve kimliktir. Ancak, önemli bir nokta daha vardır: Denge. Hızlı bir değişim, ve sembolik ifadenin(modanın) bir araya getirilmesi ile oluşturulan dayanıklı ve uzun süreli kullanılabilen malların üretilmesini gerektirmektedir. Yavaş moda, psikolojik ihtiyaçlarımızı desteklediği kadar (kimlik oluşturmak, iletişim kurmak ve diğer kıyafetler ile yaratıcılık) fiziksel ihtiyaçlarımızı da (dış koşullardan bedenimizi korumak ve örtünmek) beslemektedir.

Hızlı moda, bugün mevcut haliyle, bu tip bir denge kurmamaktadır. Bunun yerine, gerçeklikten koparak; işsizlik maaşlarından, zorlu fazla mesailerden ve iklim değişikliklerinden habersiz şekilde devam etmektedir.

Yavaş modada; odağın miktardan kaliteye kaymasıyla, zaman üzerindeki baskı hafiflemektedir. Bu tedarikçilerin siparişleri planlamasına, gereken işçi sayısını buna göre ayarlamasına ve uzun süreli yatırım yapmasına olanak sağlamaktadır. Şirketlere, karşılıklı fayda sağlayan ilişkiler oluşturma fırsatı vermektedir. Bu sistem ile tedarikçilerin geçici veya taşeron işçiler çalıştırması, yahut imkansız teslim sürelerini gerçekleştirmek için işçileri aşırı mesaiye zorlaması gerekmez. Bunun yerine, çalışanlar düzenli saatler ve terfi fırsatları ile, güvenli bir iş ilişkisi çerçevesinde çalışır.

Tabiki, kalite daha masraflıdır. Müşterinin daha az ancak daha değerli ürünler alması gerekmektedir. Gündemin ilgi noktası ise, tedarik zinciri üzerinde daha makul bir ücrettir. Yavaş tasarım, tasarımcı ve imal edici, imal edici ile ürün, ve ürün ile kullanıcı arasında daha zengin bir etkileşim

gerçekleşmesini sağlamaktadır. Güçlü bir ilişkiler bağı kurularak, ürün imalat zincirinin ötesine geçilebilmektedir.

Yavaş moda bir ölçüde daha farklı- ve daha sürdürülebilir- niteliği ile; tekstil ve giyim sektörünü daha güvenli bir geleceğe taşıyarak; işlerin işçilere, çevreye, ve tüketicilere eşit miktarda saygılı biçimde gerçekleştirilmesini sağlamaktadır. Bu gelecek, yalnızca bir giysi uzaklığıdır.

Gardrobunuzu yavaşlatma önerileri:

- Kıyafetlerinizi severek yenileyin (bu alışverişe çıkmaktan daha kolay)
- Mağazalara tamirat hizmetlerini sorun.
- Arkadaşlarınıza, sahip olduğunuz giysileri nasıl giyebileceğinizi sorun. Kıyafetlerinizi başka bir şekilde giymek her zaman güzel ve ilgi çekicidir.¹²⁷

¹²⁷ The Ecologist, 2007.
http://www.theecologist.org/green_green_living/clothing/269245/slow_fashion.html

SONUÇ

Bu tezin amacı; etik modanın artık bir trend olmadığını vurgulamaktır. Günümüzde, tekstil ve moda üretimine yeni etik ve sürdürülebilir uygulamalar dahil edilmiştir. Etik moda, bir gelecek hareketi haline gelmiştir. Geniş bir pazar için belki henüz erkendir ;ancak etik tüketicinin sesi daha da yükseldikçe, gelişme daha büyük önem kazanacaktır. Özellikle ürünün son kullanıcılarının ürünün nasıl tasarlandığı hakkında fikir sahibi olduğu ve kalitenin tasarım sürecine katıldıkları oranda arttığı fikri temel alınmaktadır. Buradaki asıl önemli nokta; tasarımın artık yalnızca her yönü ile uzmanların elinde olmadığıdır. Günümüzde kullanıcıların ve tasarımcıların interaktif ilişkisi içinde olduğu ve ürünlerin bu etkileşimlerin sonucunda ortaya konduğu anlatılmaya çalışılmaktadır. Tasarımcılar halen ürün gelişimi sürecinde birer katalizör görevi yaparak stratejik bir rol oynasalar da, şekil, fonksiyon ve kullanımda tüm yetkinin onlarda olmadığı düşünülmektedir. Bu tez; kullanıcıları, ürünlerin tasarımında ve üretiminde daha fazla rol oynamaya teşvik etmeyi hedeflemektedir. Etik moda, ticari pazardan farklı olarak geniş bir pazar olmaya çalışsa da; bir sınır çizmekte ve zaten bu hayat tarzını takip eden insanlar için kullanılabilir olmaktadır. Moda ve tekstil endüstrisindeki etik kavramının; dünyanın herhangi bir yerindeki fabrikada çalışan fabrika işçiden, bu ürünleri alarak ve bu moda ürünlerini talep ederek tüm uygulamayı desteklemekte olan son kullanıcı arasındaki iletişimden sorumlu olduğu unutulmamalıdır. Etik moda tüketicisi anketinin sonuçları, tüketicilerin çevresel ve sosyal etiğe dayanan ürünleri tüketmek ve kullanmak istediklerini göstermekte olsa da; ürünlerin bulunabilirliği ve bilgi eksikliği müşterilerin bir tüketici olarak sorumluluk almasını engelliyor gibi görünmektedir. Etik modanın; ticari moda pazarının ihtiyaç ve taleplerini karşılayıp karşılayamayacağına dair rahatsız edici sonu gelmeyen tartışmalar; kaynakların önümüzdeki yakın gelecekte, dikkat edilmeden kullanılacağını gözler önüne sermektedir.

Tezim için yapmış olduğum araştırma sırasında Berlin'e, etik moda üzerine uzmanlaşmış olan "the key to" fuarına gittim. Konuyu önemseyen markaların şimdiden bu denli arttığım görmek etkileyiciydi. Aynı zamanlarda düzenlenen bir diğer bir ticaret fuarı olan Mercedes Benz Fashion Week'de; "yeşil" markaların sergisi diğerlerinden pek farklı değildi. Ancak koleksiyonları ve pazarlama stratejilerinin bir ticari markanın izleyeceği şekilde olduğunu belirtmeliyim.

Kendi mağazası için yeni sezon koleksiyonları sipariş etmek isteyen bir alıcı, herhangi bir "yeşil" mazağayı seçerken; tişörtleri, elbiseleri ve pantolonları görünümlerinden, hissettirdiklerinden, makul fiyatlarından ve etik olarak doğru niteliklerinden dolayı satın alır. Tasarımcılar, etik olarak sorumluluk sahibi olmanın modayı satmak için yeterli olduğunu strateji olarak benimsese de; tasarım ve tüketici ihtiyaçlarını tamamen unutmamalı, göz önünde bulundurmalarıdır. Araştırma için kendime yaptığım web sayfası olan "christinefoglar.com" adresinde, bu çok derin ve ilgi çekici konuda kaybolmamaya çalışarak araştırmamın bir çoğunu yayınladım. Bu web sayfasını bir platform olarak kullanarak, araştırmamı oldukça geniş bir katılımcı kitlesine ulaştırdım. Yalnızca araştırma bile bazı katılımcıların kendi moda davranışlarını değiştirmesini ve bana, onlarla etik moda hakkındaki soru ve düşüncelerimi paylaştığım için teşekkür etmelerini sağladı. Tezim hakkındaki birçok tartışmayı ailem ve arkadaşlarım ile paylaşarak; onlara moda endüstrisi hakkında bilmeleri gereken bir takım bilgiler sunarak belki de onların bakış açısını değiştirdim, daha "farkında" bir yaklaşıma sahip olmalarını sağladım. Kendime baktığımda, moda alışkanlıklarımın 180 derece döndüğünü gözlemledim. Yaşadığımız tüketim dostu toplumun eski bir kurbanı olarak; artık herhangi bir kıyafeti almadan önce kendimi sorgular; önce etiketleri kontrol eder, ardından giysiyi yerine koyar ve birşey almadan çıkar buldum kendimi. Zaten sahip olduğum, ancak gardrobunda yalnızca öylece asılı duran bazı kıyafetleri onarmaya ve dönüştürmeye başladım. Bu tezi yazmak, bir moda tasarımcısı ve tüketicisi olarak; etik ve sürdürülebilirlik kavramlarının davranışlarım üzerinde önceleri olduğundan çok daha fazla etkili olmasını sağladı.

KAYNAKLAR

KİTAPLAR

BARKAT A., AHMED S.N., MAKSUD A.K.M., ALİ M.A (2003), **Bangladeş de İstikrarsız İstihdamın Kadın İşçiler için maliyeti**; Oxfam İnsani Gelişme Araştırma Merkezi, İngiltere

BELLAMY, Carol (1997), **An Agreement in Bangladesh. The State of the World's Children 1997**. Birleşmiş Milletler Çocuk Fonu

BLACK, Sandra (2002), **Modada Dokuma**, Thames&Hudson, London

CHALLA, Lakshmi (2010), **Impacts of Textile and Clothing Industry On Environment: Approach Towards Eco-Friendly Textiles**

COOKLIN, G. (1997), **Moda Tasarımcıları için Giyim Teknolojisi**, Blackwell Science, Oxford

FLETCHER, Kate (2008), **Sustainable Fashion and Textiles – Design Journeys**, Earthscan, London

FUAD-LUKE, A. (2009), **Design Activism – Beautiful Strangeness for a Sustainable World**, London, Earthscan

HEARSON, Martin. (2008) **Let's Clean Up Fashion – 2008 Baskısı**, Labor Behind The Label - Etiket arkasındaki işgücü. ABD

HETHORN, Jane, WELTERS, Linda (2008), **Sustainable Fashion – Why Now?**, Fairchild Books, ABD

MAJOR, J.S., TENG, Y. (2003), **Yeohlee: Çalışmak: Malzeme Mimarisi**, Peleus Press, Mulgrave

PEARCE, Fred (2008), **Confession of an Eco Sinner**, Eden Project Books, İngiltere

RAY, Paul H., ANDERSON, Sherry Ruth (2000), **The Cultural Creatives**, Three Rivers Press, ABD

RHODES, Z. (2005), **Tekstil ile Bir Ömür Boyu**, Antique Collectors Club, İngiltere

RUDOLFSKY, B. (1947), **Kıyafetler Modern Mi?**, Paul Theobald, Chicago

SHAEFFER, C.B. (2001), **Couture Dikiş Teknikleri**, Taunton Press, Newtown

SHEP, R. L., CARIOU, G. (1999), **Gömlekler ve erkek giyimi 1840'dan 1920ye: Bir Betty Williams Derlemesi**, Mendocino

WADDELL, G. (2004), **Moda nasıl çalışır. Coouture, giyilmeye hazır & kitlesel üretim**, Oxford, Blackwell Science

WILSON. (1979), s 200.

Makaleler

ADİL GİYİM VAKFI (Temmuz 2004), **Türkiye Araştırması**

ALLWOOD, J.M., LAURSEN, S.E., MALVIDO DE RODRIGUEZ, C. and BOCKEN, N.M.P. (2001), **Well Dressed? Cambridge: University of Cambridge Institute of Manufacturing**

ARNOLD, Chris (2009), **Ethical Marketing and the New Consumer**, John Wiley & Sons

BREZET, H. (Ocak – Haziran 1997), **Ekotasarım Eyleminde Dinamikler**, UNEP Endüstri ve Çevre

CAI, Zaisheng, QIU, Yiping (Ocak 2003), **Using an Aqueous Epoxide in Bombyx mori Silk Fabric Finishing**, Textile Research Journal, s.42-46

CLEAN Clothes CAMPAIGN (2002), **Güney Afrika da yapılmaktadır**

CLEAN CLOTHES CAMPAIGN (2005), **İşçilerin Sesi: Doğu Avrupa ve Türk Giyim Sanayinde Kadınların Durumu**

Clean Clothes Campaign (Mayıs 2006), Haber Bülteni 21

CO-OPERATIVE BANK (2007), **Ethical Consumerism Report**

DE COSTER, Jozef (2004), **AB' ye giren on devlette giyim sanayi**, Yönetim Toplantısı

ENDS Report (2001), **M&S recommend cooler clothes wash to save energy**, Marks & Spencer No. 319

ENDS Report (2002), **Consumption cutbacks „on track“, say laundry detergent producers**, Marks & Spencer No. 337

EUROMONITOR (2000), **Avrupa Pazarlama Verileri ve İstatistikleri 2000**, Euromonitor, Londra

FASHIONING AN Ethical INDUSTRY (Mart 2007), **Why Trade Unions Are Important**

FEYERABEND, R. (Şubat 2004), **Tekstil Üzerine Bilgilendirici Çalışma**

FLETCHER, Martin (23 Haziran 2007), **The return of the sea**, The Times (London)

GRAY, Alex (Nisan 2004), **yeni ülkelerin AB' e katılmasının etkisine dair MFA aşaması**, Sadece Stil

GREENBERG, Ilan. (07 Haziran 2006), **A vanished Sea Reclaims its form in Central Asia**, The International Herald Tribune

ILO (2004), **Sosyal adalet için örgütlenme**

ILO (Ocak 2010), **Global Employment Trends Brief**

INSTITUT FRANCAIS DE LA MODE (Şubat 2004), **Tekstil ve Giyim sektöründe 2005 yılı ticari serbestleşmenin etkisine dair araştırma**, Konsolide Raporu

İTKİB (Mayıs 2004), **Türk Tekstil ve Giyim Sanayi**

İTKİB (2006), **Türk Giyim Sanayi ihracat performansı**

KMP, Filipin Sendika Kongresi, (Kasım 2003), **Filipinde az ücretle işçi çalıştıran işyerlerinde işçi haklarının savunulması**

KRISTOF, Nicholas D.; WUDUNN, Sheryl. (24 Eylül 2000), **Two Cheers for Sweatshops: They're dirty and dangerous. They're also a major reason Asia is back on track**, The New York Times Magazine (New York Times Şirketi)

LACKMAN, Michael (2007), **Raw & Organic Silk: Facts behind the Fibres**

OLİMPİYAT OYUNLARINDA TEMİZ OYUN ÇIKARIN (2004) – **Spor giyim sanayinde işçi haklarına saygı gösterilmesi**

RING, Ed (27 Eylül 2004), **Release the Rivers: Let the Volga & Ob Refill the Aral Sea**

RYAN, C. (2000), **Hizmet ile malzeme tüketimini azaltmak bir tasarım hususudur**, Endüstriyel Tasarım

SAWA, K., RODRIGUEZ, C., ARAMAKI, K. and KUNIEDA, H. (2003), **A new detergent-free-dry-cleaning system**, International Journal of Clothing Science and Technology, s. 324-334

TİCARİ FUAR VE OXFAM ULUSLARARASI (2004), **Haklarımızın ticaretini yapma**, global tedarik zincirinde çalışan kadınlar

THE INTERNET ENCYCLOPEDIA OF SCIENCE (29 Haziran 2008), **Aral Sea Refill: Seawater Importation Macroproject**

THE WORLD BANK (Haziran 2006), **Miraculous Catch in Kazakhstan's Northern Aral Sea**

THE WORLD BANK (01 Eylül 2005), **Saving a Corner of the Aral Sea**

TOPRAK BİRLİĞİ (2007), **Organik Standartlar**, Toprak Birliği, Bölüm 60, Bristol

UNICEF (2001), **UN ve Hindistan Nüfus Sayımı**

U.S NATIONAL PARK SERVICE (Eylül/Ekim 1998), **Garbage In, Garbage Out**, Audobon Magazine Mote Marine Lab

VAN ELZAKKER, B. (1999), **D. Myers ve S. Stolton'da Organik Pamuk Üretimi, Organik Pamuk: Tarladan Nihai Ürüne**, Ara Teknoloji Yayınları, Londra

İnternet Adresleri

www.ace.mmu.ac.uk
www.agribusinessaccountability.org
www.arttattler.com
www.bodkin.us
www.cleanclothes.org
www.co-operativebank.co.uk
www.daviddarling.info
www.denisebrain.blogspot.com
www.ecopio.com
www.ecoworld.com
www.en.fairwear.nl
www.en.wikipedia.org

www.enrin.grida.no
www.ens-newswire.com
www.earthobservatory.nasa.gov
www.ethicalfashionforum.com
www.ethicaltrade.org
www.fairolympics.org
www.fashioninganethicalindustry.org
www.fibre2fashion.com
www.garyharveycreative.com
www.globalexchange.org/
www.go.worldbank.org
www.ibid.com
www.iht.com
www.ilo.org
www.inhabitat.com
www.integrativespirituality.org
www.i-sis.org.uk
www.helvetas.ch
www.hushhushfr.wordpress.com
www.kontiki.or.at
www.labourbehindthelabel.org
www.lohas.com
www.made-by.nl
www.mart.trento.it
www.mrs-hampshire.org.uk
www.nytimes.com
www.organicexchange.org
www.precariousdesign.wordpress.com
www.pourporter.com
www.tamasyngambell.com
www.timesonline.co.uk
www.unicef.org
www.universespirit.org
www.vam.ac.uk
www.veganpeace.com

ÖZGEÇMİŞ

16 Mart 1984'te Avusturya'da doğdu. 2003 yılında Viyana Grafik Tasarımı Lisesinden mezun oldu. 2004 yılında Linz'te Güzel Sanatlar Üniversitesi, Mekan ve Tasarım Stratejilerli Bölümünü kazanarak 3yıl sonra öğrenimini tamamladı.

2008 yılında İstanbul'a gelerek Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümünü bir ERASMUS dönemi tamamladı. Aynı yıl ve bölümde Yüksek Lisans kazandı.