

**GAZİ ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
GİYİM ENDÜSTRİSİ VE MODA TASARIMI EĞİTİMİ ANABİLİM DALI**

**BÜYÜK BEDENLİ GENÇ KIZLARIN GİYSİ TERCİHLERİNDE
TASARIMDAN BEKLENTİLERİ**

(15-20 Yaş Arası)

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**Hazırlayan
Meltem HANÇERLİOĞULLARI**

**Danışman
Prof.Dr.Semiha AYDIN**

ANKARA-2009

Meltem HANÇERLİOĞULLARI'nın

.....

.....

başlıklı tezi tarihinde, jürimiz tarafından

..... Anabilim Dalında

Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Adı Soyadı

İmza

Üye (Tez Danışmanı):

Üye :

Üye :

Üye :

Üye :

ÖNSÖZ

Kişinin zihninde oluşturduğu kişiliği, sosyal ilişkilerinde ifade edebilmesi için beden görünümünün düzenlenmesi gerekir. Toplumsallaşma, kendine güven duygusu ve vücudun görünümünün yaşlılarınca onaylanması, genç büyük beden için çok önemlidir. Genç büyük beden bireyler kişisel imaj ve kimlik arayışında oldukları için kişisel görünümüleriyle ilgili kaygıları oldukça fazladır.

Hazır Giyim işletmelerindeki hızlı artışla birlikte tüketici tercihleri doğrultusunda günün moda, renk ve çizgilerini yansıtacak şekilde, kısa sürede, çok sayıda kaliteli, ucuz ve bedenlerine göre özellikli giysilerin üretilmesi ihtiyacı doğmuştur.

Bu çalışmada, hazır giyim sektöründe genç büyük beden giysi tasarımı ele alınmıştır. Söz konusu araştırma; 15-20 yaş arası büyük beden giysi tüketicisi genç kızların satın aldıkları giysilerde yaşamakta oldukları model ve kalıp kaynaklı sorunları ve tasarımdan beklentilerini tespit etmek amacıyla yapılmıştır.

Çalışmalarım boyunca beni yönlendiren ve hiçbir yardımı esirgemeyen danışmanım sayın Prof.Dr. Semiha Aydın'a, Yrd. Doç.Dr. Fatma Koç ve Yrd. Doç.Dr.Emine Koca'ya, Arş.Gör.Meryem Arga Şahinoğlu ve Arş.Gör.Saliha Özelmas'a , gerek tezimin yazılmasında gerek manevi desteğinden dolayı eşim, sayın Yrd.Doç.Dr. Aybaba Hançerlioğulları'na teşekkürlerimi sunarım.

Meltem Hançerlioğulları

ÖZET

Temel ve fizyolojik ihtiyaçlardan biri olan giyinme, vücudu iç ve dış etkenlerden koruma ve rahatlık sağlamanın yanında bireyin kendini topluma kabul ettirmesi ve beğeni kazanması açısından da önem taşımaktadır. İnsanların imkanları doğrultusunda gerçekleştirmeye çalıştıkları iyi ve özenli bir giyim, işlevsel olduğu kadar, vücuda uyum sağlayan ve güzel bir görünüm sergileyen giysilerle mümkün olmaktadır. Giysiler, bireylerin duygularının, kişilik özelliklerinin, düşüncelerinin ve yaşam tarzlarının aynasıdır.

İnsan yapısı; genetik yapıları, yaşam bölgeleri, beslenme düzeyleri ve diğer sosyo-ekonomik koşulların etkisi ile toplumlara göre farklılık göstermektedir. Bu farklılıklar vücut ölçülerini etkilediği için hazır giyimle de doğrudan ilgilidir.

Büyük beden giysi tasarımı, obez insanların modaaya uygun işlevsel, estetik ve ergonomik özellik taşıyan giysilere yönelik talepleri hazır giyim üreticileri tarafından saptanması ile büyük gelişme göstermiştir. Aynı zamanda büyük beden giysi üretimi, tüketici talebinin karşılanması ve pazarın karlılığı bakımından önem taşımaktadır.

Büyük bedene yönelik üretim yapan firmaların , tüketicilerin ihtiyaçlarına cevap verebilmek için, büyük bedendeki fiziksel farklılıkları ve farklı vücut tiplerini göz önüne alarak tasarımlarına ve tüm üretim sürecine yansıtması gerekmektedir. Taleplerin tam olarak karşılanabilmesi için büyük beden ergonomik yapı ve ölçülerinin iyi bilinmesi ve tasarımlarda doğru olarak kullanılmasının uygun olduğu ifade edilebilir.

Bu çalışma betimsel bir araştırma olup ; “Büyük bedenli genç kızların giysi tercihlerinde tasarımdan beklentileri “ araştırılmıştır. Büyük beden giysi tüketicisi genç kızların karşılaştıkları sorunları belirlemek amacı ile hazırlanan anket formu Ankara ilinde yaşamakta olan 15- 20 yaş arasındaki genç kızlara uygulanmıştır.

Anket formundan elde edilen veriler bilgisayar ortamına aktarılarak SPSS paket programında verilerin frekans ve yüzde değerleri ve alınmıştır.

Sonuçlar incelendiğinde büyük beden tüketicisi genç kızların alt ve üst giysi gruplarında model ve kalıp kaynaklı problemler yaşadığı görülmektedir. Bu sorunların yaşanmaması ve sorunların asgariye indirilebilmesi için önerilerde bulunulmuştur.

ABSTRACT

Besides protecting the body against the inner and outer factors and giving comfort, Clothing, one of the basic and physiological needs, is of great importance for the individual to be accepted and admired by the society. A good and elaborate dressing can be achieved by clothes which are both functional, fitting for the body and having a good look. Garments are the reflections of the individuals' emotions, personal characteristics, ideas and life styles.

Human body forms differ from one society to another with respect to the genetics, the location, dietary conditions, and socio-economic conditions. Being very influential on body sizes, these differences are directly related with ready-made clothing.

With the demands of the obese people for the garments which are fashionable, functional, over-sized clothing design has considerably progressed. Besides, with the increasing need aesthetical and ergonomic, to meet the demand for the over-sized clothes has received a greater significance.

In order to meet the demands of the consumers of over-sized clothes, it is necessary to know the physical variances in over-sized bodies and different body types. It is necessary that the firms manufacturing for the over-sized consumers should take these differences into consideration and re-structure the whole design and production process accordingly. To fully meet the demands, the garments are to be ergonomically fit for the human body. It is essential that ergonomic characteristics of the over-sized bodies be fully known, and that this knowledge be used properly in the design of the clothes.

In this descriptive study, the factors affecting the design process in over-sized clothes design for the young girls were investigated. The Questionnaire forms which had been prepared to identify the problems which the young over-sized girls encountered, were applied to young girls between 15 and 20 years old in Ankara.

The data obtained through the questionnaire forms were analysed with SPSS software program, and the percentages and the mean values of the data were calculated.

By taking the findings of the study into consideration ,

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	ii
ÖZET.....	iii
ABSTRACT.....	v
İÇİNDEKİLER.....	vii
TABLolar LİSTESİ.....	ix
BÖLÜM I.....	1
PROBLEM DURUMU.....	1
1.TASARIM.....	3
1.1 Tasarlama Yöntemleri.....	5
1.2 Tasarımın Öge ve Prensipleri.....	6
1.3 Tasarım Öğeleri.....	7
1.4 Tasarım Prensipleri.....	8
1.5 Tasarım Sonucunda İstenilen Hedefler.....	10
2.KALIP HAZIRLAMA.....	12
3.BÜYÜK BEDENLER.....	14
PROBLEM CÜMLESİ.....	16
ALT PROBLEMLER.....	16
ARAŞTIRMANIN AMACI.....	16
ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ.....	17
SAYILTILAR.....	19
SINIRLAMALAR.....	19
TANIMLAR.....	20
KISALTMALAR.....	21
BÖLÜM II.....	22
İLGİLİ YAYIN VE ARAŞTIRMALAR.....	22
2.1. ERGONOMİ.....	22
2.1.1 Maksimum Kavrama Noktaları.....	23
2.2.ANTROPOMETRİ.....	24
2.3VÜCUT TIPLERİ.....	27
2.3.1 Vücut Oranları.....	29

2.3.1.1 8’li Dağılım Kuralı.....	30
2.3.1.2 Altın Kesit Oranı.....	31
2.4 BEDEN KİTLE İNDEKSİ.....	31
BÖLÜM III.....	40
YÖNTEM.....	40
3.1 Araştırmanın Yöntemi.....	40
3.2 Evren ve Örneklem.....	40
3.3 Veri Toplama Teknikleri.....	41
3.4. Veri Çözümleme Teknikleri.....	42
BÖLÜM IV.....	43
BULGULAR VE YORUM.....	43
BÖLÜM V.....	62
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	62
5.1 Sonuç.....	62
5.2 Öneriler.....	64
KAYNAKLAR.....	65
EKLER.....	69

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo No.	Tablo Adı	Sayfa
1.	Şişmanlığın BKİ'ne Göre Sınıflandırılması.....	33
2.	Şişmanlığın Sınıflandırılması.....	34
3.	Örneklem Grubun Yaş Dağılımı.....	41
4.	Örneklem Grubun Kilo, Boy ve BKİ Dağılımı.....	43
5.	Örneklemin Etek, Pantolon, Gömlek, Elbise, Tişört ve Diğer Giysilerde Vücuda Uyumsuzluk Problemi.....	45
6.	Satın Alınan Üründe Tadilat Yaptırma; Beden ve Kol Genişliğinde, Beden Boyunda Tadilat Yaptırma Durumu.....	47
7.	Satın Alınan Ürünün Kol Boyunda, Yaka Şeklinde, Bel ve Kalça Genişliğinde Tadilat Yaptırma Durumu.....	49
8.	Örneklemin Ağ Tadilatı, Diz Genişliği ve Pantolon Boyunda Tadilat Yaptırma Durumu.....	50
9.	Örneklemin Üst Giyside Model Özellikli Sorun Yaşama Durumu.....	52
10.	Örneklemin Yaş Grubuna Uygun Model Bulamama, Yaka Şeklini Modaya ve Yaşına Uygun Bulmama Durumu.....	53
11.	Alt Giyside Problem Yaşama, Vücut Özelliğine Uygun Pantolon, Beğendiği Pantolon Modelinin Bedenini Bulmada ve Modaya Uygun Pantolon Modelini Bulmada Problem Durumu.....	56
12.	Yaş Grubuna Uygun Modelde Pantolon Bulmada, Piyasadaki Pantolon Paça Genişliklerini Yaş Grubuna Uygun Bulmama ve Piyasada Yaş Grubuna Uygun Renklerde Pantolon Bulmada Problem Durumu.....	57
13.	Örneklemin Mağazalardan Giysiyi Temini, Terziye Diktirme, Kendisinin Dikme Ve Diğer Yollardan Giysiyi Temin Durumu.....	60

BÖLÜM I

Çağımızın en büyük sorunlarından biri olan şişmanlık; önemli bir tıbbi sorun olmanın yanında; pek çok psikolojik soruna da yol açmaktadır. Bunlardan en önemlisi de; ideal vücut ölçülerinden uzaklaşmak, kendine olan güveni kaybetmek ve toplumdan soyutlanmaktır.

Dünya Sağlık Örgütü rakamlarına göre, dünya genelinde bir milyardan fazla şişman insan bulunmakta ve bunların yaklaşık olarak 300 milyonu obez olarak tanımlanan aşırı şişman gruba girmektedir.

Dünya nüfusunun altıda birini oluşturan ve çalışma hayatında da aktif bir şekilde yer alan büyük bedenliler; şık, rahat ve konforlu giysiler giymeyi arzu etmektedirler. Ancak burada büyük bedene yönelik üretim yapan firma sayısının az olması ve taleplere yeterince cevap verememesi gibi önemli bir sorun ortaya çıkmaktadır.

Hazır giyim endüstrisinde seri üretim söz konusu olduğundan, giysilerin tek tek müşterilerin bedenine uygunluğunun kontrolü mümkün değildir. İnsan vücudu, topluma ve kişiye göre değişen boyut ve özelliktedir. Boyutlar farklı olup bir takım özellikler gösterse de, çeşitli vücut ölçüleri arasında sabit sayılabilecek oranlar bulmak mümkündür. Bu nedenle hazır giyim üretiminde beden ölçüleri bakımından benzer-yakın değerleri bir araya getiren gruplama yapmak ve giysi kalıplarını bu gruplara göre hazırlamak beden ölçülerine uygun üretim yapmaya imkan verecektir.(Aydın, 1994:4)

Antropometrik yapı ve ölçüler dikkate alınmadan hazırlanan giysi kalıplarında; vücuda uygun ve kullanım rahatlığının sağlanması mümkün olmadığından; büyük beden antropometrik yapı ve ölçülerinin iyi bilinmesi ve tasarımlarda doğru olarak kullanılması gerekmektedir.

Bu araştırma büyük beden tüketicisi genç kızların; satın aldıkları üst ve alt giysi gruplarında karşılaştıkları sorunları belirlemek ve bu sorunlara çözüm önerileri getirmek amacı ile yapılmıştır. Büyük beden giysi tüketicisi genç kızların satın aldıkları giysilerde karşılaştıkları problemleri belirlemek amacı ile hazırlanan anket formu Ankara ilinde yaşamakta olan 15-20 yaş arası genç kızlara uygulanmıştır.

Anket formundan elde edilen veriler bilgisayar ortamına aktarılarak SPSS paket programında verilerin yüzde değerleri hesaplanmıştır.

Araştırma verilerine göre büyük beden giysilerde model ve kalıp kaynaklı pek çok sorunun yaşandığı belirlenmiştir. Bu sorunların yaşanmaması ve sorunların en az düzeye indirilebilmesi için önerilerde bulunulmuştur.

1- TASARIM

Tasarım terimi, Türkçe'de "dizayn-dizaynlamak-tasarım" olarak yerleşmiş bir sözcüktür. Türk Dil Kurumu'nun internet sitesinde tasarım, tasarlama işi ya da tasarımılanan biçim, tasavvur, zihinde canlandırma, tasarlamak, tasarım, dizayn-dizaynlamak olarak tanımlanmaktadır (<http://www.tdk.gov.tr>).

Literatüre bakıldığında, tasarımla ilgili birçok tanıma rastlamak mümkündür. Her tanım tasarım kavramına ayrı bir açıklama getirmektedir. Ancak, tasarım için yapılabilecek en genel ve kapsamlı tanım şöyledir; Tasarım: Öngörülen veya öngörülebilecek gereksinimleri karşılamak amacıyla yeni ve mevcut ürün ve/veya üretim sistemlerini,

*Tüketici gereksinimleri doğrultusunda,

*Günün ulaşılmış teknik ve teknolojik düzeyi çerçevesinde,

*Tasarımcının yaratıcılığının da katkısıyla problemin çözümüne yönelik

* Analiz,

*Sentez,

*Malzeme seçimi,

*Ölçme ve kontrol yöntemlerinden oluşan 4 temel öge kullanarak yürütülen, faaliyetlerdir (Barut, 1999:143).

Tasarım belli bir süreçten geçerek oluşan ve olgunlaşan somut dayanaklı olan fikirdir ve süreç itibariyle dinamiktir. Tasarımda ürün olarak ortaya çıkan bir bina ise, tasannu yapan kişi bir mimar, makine ise bir mühendis, tekstil ürünü ise bir endüstri, hazır giyim ürünü ise, giysi tasarımcısı olacaktır (Erim,1994:4).

Tasarım, bir organizasyon yeteneğine sahip olup bu yeteneği kullanabilmektir. Tasarım eğitimi almış kişiler, gördüğünü-anlamlı olarak algılar. Tasarım nesnesi üzerine, estetik değer, işlevsellik ve tekniğe ilişkin saptamalar yapılabilir.

Tasarım kavramı, İnsanın yaşamını devam ettirmek, dünyayı anlamak, kavramak, değiştirmek ve denetlemek için teknik ve teknoloji kullanarak ürettiği nesnelerin oluşum sürecini anlatmaktadır (Öztürk, 2001:4).

Tasarımcı, giysi tasarlarlarken evrensel bir dil kullanarak, herkesin görsel zevkine hitap etmeye çalışmaktadır. Hazırlanan tasarımın başarı ölçütü; tasarım ürününün işlevsel olması, tasarımcının düşündüğü ve tasarladığı gibi algılanmasıdır. Tasarım aslında, düşünsel süreçlerden geçerek, fiziksel güçle ortaya çıkan bir üründür. Bu düşünsel süreci, tasarımcının hayal gücü, sezgileri, yaratıcılığı ve deneyimi etkilemektedir.(Erim, 1994:4)

Tasarımın oluşturulmasında gerekli olan en önemli unsur yaratıcılıktır. Yaratıcılık kişi için bir yetenektir ancak, yaratıcılık eğitim yoluyla da ortaya çıkarılabilir veya sonradan kazandırılabilir. Yaratıcılık kavramının Batı dillerindeki karşılığı "kreativitaet, creativity"dir. Latince "creare" kelimesinden gelir. Bu kelime, 'doğurmak, yaratmak, meydana getirmek'¹ anlamındadır (San, 1985:8)

Günümüzde yaratıcılık, sanatta olduğu kadar, bilim ve teknikte de önem kazanmıştır. Bu sebeple, son yıllarda yaratıcılık, bilim adamlarının, tanımlamaya çalıştıkları bir kavram olmuştur (Razon, 1990: 213 -221). Psikoloji alanında yapılan çalışmalar ve bu çalışmalardan elde edilen sonuçlar, kavram ve tanım hakkında yeni değerlendirmeler ortaya koymuştur. Ancak yine de yaratıcılık, psikoloji alanının tanımlanması zor kavramlarından. Yaratıcılığın, her alanda ve herkes tarafından bir davranış biçimi olarak sergilenebileceği düşüncesinin belirlenmesi, kavramı tanımlama konusunda çeşitliliğin oluşmasına sebep olmuştur.

1.1 Tasarlama Yöntemleri

Giyim insanlığın var olmasıyla birlikte ve duyduğu çeşitli gereksinimler sonucu ortaya çıkmıştır. İnsanların önemli ihtiyaçlarından biri olan giyim, eski çağlardan günümüze birçok değişiklik göstererek gelmiştir.(M.E.G.S.B: 133)

Temel ve fizyolojik ihtiyaçlardan biri olan giyinme, vücudu iç ve dış etkenlerden koruma ve rahatlık sağlamanın yanında bireyin kendini topluma kabul ettirmesi ve beğeni kazanması açısından da önem taşımaktadır. İnsanların imkanları doğrultusunda gerçekleştirmeye çalıştıkları iyi ve özenli bir giyim, işlevsel olduğu kadar, vücuda uyum sağlayan ve güzel bir görünüm sergileyen giysilerle mümkün olmaktadır.

Giyim tarzı bir kişinin, bir toplumun, bir dönemin özelliklerini yansıtan bir göstergedir. Kısaca maddi kültürün dolaysız öğelerinden biridir.

Dünyada 6 milyar insan yaşadığı düşünülürse giysi üretenler için o kadar farklı tip vardır. Dikiş makinesinin ilk kullanılmaya başlandığı 1870’li yıllardan beri seri üretim olan hazır giyim gündeme gelmiştir(Çetin;1999:453).

Hazır giyim üretimi, Pazar araştırması ile başlar. İlk karar verilmesi gereken unsur satışı hedeflenen kitlenin saptanmasıdır. Hedef kitle; ülke seçimi, yaş, cinsiyet belirlenmesi ile sosyal ve ekonomik seviye doğrultusunda zevklerin tahmin edilmesi ile ortaya çıkar. İnsan yapısı; genetik yapıları, yaşam bölgeleri, beslenme düzeyleri ve diğer sosyo-ekonomik koşulların etkisi ile toplumlara göre farklılık göstermektedir. Bu farklılıklar vücut ölçülerini etkilediği için hazır giyimle de doğrudan ilgilidir.

Hazır giyim üretiminde “ölçülere uygun kalıp hazırlama” daha fazla önem taşımaktadır. Çünkü hazırlanan bir kalıp ile çok sayıda giysi kesilmektedir. Günümüzde malzeme kaybını önlemek için lazer ışınli kesim makinelerinin

kullanıldığı düşünülürse, müşteri kitlenin beden ölçülerine uygun kalıp hazırlamanın önemi açıkça görülecektir.(Aydın:1989:5)

Giysi tasarımında, soyut fikir ile somut ürün arasında çok iyi bir bağ kurulması önemlidir. Soyut fikrin, somut ürün olarak algılanmasında, somut ürünün ulaştığı kitle düşünülecek olunursa daha büyük öneme sahiptir. Hedef kitle, yani tüketici grubu için, ürünün estetik düzeyi, kalitesi ve fiyatının uygunluğu ürünü tercih etmesinde rol oynayan temel unsurlardır.

Tüketici tercihlerinin karşılanmasında tasarımcı iki farklı yöntem kullanabilir. Bunlar; koleksiyon tarzında olup birer adet olan, çeşit olarak çok, ancak sayı bakımından az olan avangarde tasarım; ve moda endüstrisi tarafından, moda trendleri doğrultusunda hazırladıkları giysilerden oluşan endüstriyel tasarımdır.

1.2 Tasarımın Öge ve Prensipleri

İnsanlık tarihine tanıklık eden belgeler ve kalıntılar incelendiğinde, yaşamın bir moda gösterisine benzediği sonucuna varılmaktadır. Örneğin; kökeninde toplumsal mevkii belirten bir gösterge olarak kullanılmış olan şapkanın, hızla modanın vazgeçilmez ürünlerinden biri halini almış olması gibi. Çağlar boyu moda ve tasarım bir bütün olmuştur, İçerisinde kültür, sosyal ve ekonomik yaşam tortuları barındırmıştır. Bu kültür mirası bir sonraki kuşaklara sürekli devredilmiştir.

Belli bir amacı yok gibi görünen modada , değişimler rastlantısal değildir.Zevkin değişimi, başlıca sosyolojik akımlarla gerçekleşmektedir. Tasarımcılar sadece bu akımların eğilimlerini belirleyebilmektedirler. Tasarımcı yaşadığı çevreden etkilenmekte, gördüklerinden ve yaşadıklarından beslenerek yeni ve Özgün tasarımlar oluşturmaktadır.

1.3Tasarım Öğeleri

Giysi tasarımının anlatımında kullanılan öğeler dört grupta incelenmektedir. Bu Öğeler şunlardır:

- Siluet
- Çizgi
- Renk
- Doku dur.

■ Siluet

Siluet, tasarım aşamasında kumaşın ve diğer tasarım detaylarının gösterilmesinde önemli bir öğedir. Tasarımcı tasarımına, kumaşına uygun olan silueti seçmekte ve üzerine giydirmektedir. Giysi tasarımcıları 3 tip siluet kullanmaktadırlar. Bunlar; doğal, ince ve özel giysiler için hazırlanan siluetlerdir. Siluet üzerine giydirilen giysiler ise, çizgiler yardımıyla ifade edilmektedir.

■ Çizgi

Giysi tasarımında çizgi öğesi, giysinin genel görünümü ve giysinin nasıl olduğu hakkında bilgi vermektedir. Giysi tasarımcısı, giysideki kup, pens vb. hatları göstermede çizgi öğesini kullanmaktadır. Çizgi öğesi düz, verev ve eğri şekillerinden modele en uygun olanı tercih edilerek giysi tasarımında kullanılmaktadır. Çizgi öğesi kadar önemli olan diğer bir tasarım öğesi ise, renktir.

■ Renk

Tüketiciyi ilk anda etkileyen, tasarım öğesi, renk öğesidir. Renk öğesinin. giysi tasarımında vücut problemlerini yok edici özelliği vardır. Aynı zamanda kişinin ruh halini ve tarzını da ortaya koymaktadır. Tasarımcının yaratıcılığı ile doğrudan ilişkili olan renk öğesinde özellikle kontrast renkler etkileyici olmaktadır. Renk ve çizgi

giysinin görselliğini oluşturan ve tüketicinin dikkatini giysi üzerine yoğunlaştıran tasarım öğeleridir. Aynı zamanda, giysinin görselliğini oluşturan öğeler arasına, tasarımda kullanılması planlanan kumaşın dokusunu da eklemek gerekmektedir.

Giysi tasarımcısı hazırlayacağı giyside, kullanacağı kumaşın dokusunu çiziminde gerçekmiş gibi bir görüntü ile sergilemelidir. Aksi taktirde, kumaş ile ilgili anlatım yanlış olabilir. Bu nedenle tasarımcının çok doğru bir tekstil bilgisine ihtiyacı vardır. Çünkü doku özelliğini verebilmek lif ve dokuma tekniklerini bilmekle mümkündür. Tasarımcı modeli için gerekli kumaşı, dokuma özelliğini dikkate alarak seçmelidir. (Bayraktar, Çakar, Kişioğlu, 2003:43).

Tasarım öğelerinin, doğru bir şekilde kullanılması, tasarım prensiplerine uygun olmasına ve tasarım prensipleri ile bütünlük oluşturmaya bağlıdır.

1.4 Tasarım Prensipleri

Giysi tasarımı, karmaşık ve disiplinli işlemler zincirinden oluşmaktadır. Giysi tasarım prensipleri; uyum, denge, bütünlük, ritm ve vurgudan oluşmaktadır.

■ Uyum

Tasarım prensiplerinden biri olan uyum diğer adıyla skala, giysi modelinin şekil olarak bütünün birbiriyle uyum içerisinde olması gerektiği anlamını taşımaktadır. Yunan sanatçıların ve matematikçilerinin analizleri sonucu uygulamaya başladıkları " Altın Kesit" uyum prensibi günümüzde de yaygın olarak kullanılmaktadır. Bu yöntemle iki çeşit vücut bölümlendirmesi vardır. Bunlar;

- 3:5:8

- 5:8:13

3:5:8 vücut bölümlendirme kuralına göre; vücudun bel hattından yukarı kısmı 3, bel hattından aşağı kısmı ise, 8 eşit parçaya bölünmektedir. **5:8:13** vücut

bölümlendirme kuralında ise, vücudun bel hattından yukarı kısmı 5, bel hattından aşağı kısmı ise, 8 olmak üzere toplam 13 eşit parçaya bölünmektedir.

Altın kesit kuralında, 3:5:8 kesitli figürler daha çok klasik giyimler ve boya diz üzeri olan giysilerin tasarımında kullanılmaktadır. 5:8:13 kesitli figürler ise özelliği olan abiye tarzı giysiler ve pantolon tasarımlarında kullanılmaktadır (Bayraktar, Kışioğlu, Çakar, 2003:44-45).

Tasarımda uyulması gereken diğer bir prensip ise dengedir.

■ Denge

Giysi tasarımında genel görünüm, uzunluk ve genişlik görünümleri belli bir düzen içerisinde anlatılmalıdır. Tasarımda söz konusu düzen, denge prensibi ile sağlanmaktadır. Denge prensibi tasarımda 2 şekilde uygulanmaktadır. Bunlar;

- Dikey denge
- Daire denge

■ Dikey Denge

İnsan vücudunun, sistematik olarak ön ve arka ortasından geçen dikey hat denge hattı olarak kullanılmaktadır. Bu denge simetrik olarak kullanılmaktadır. Bazı model özelliklerinde simetrik tasarımlar kullanılmasına rağmen, vücut figüründe yine simetri korunmaktadır.

■ Daire Denge

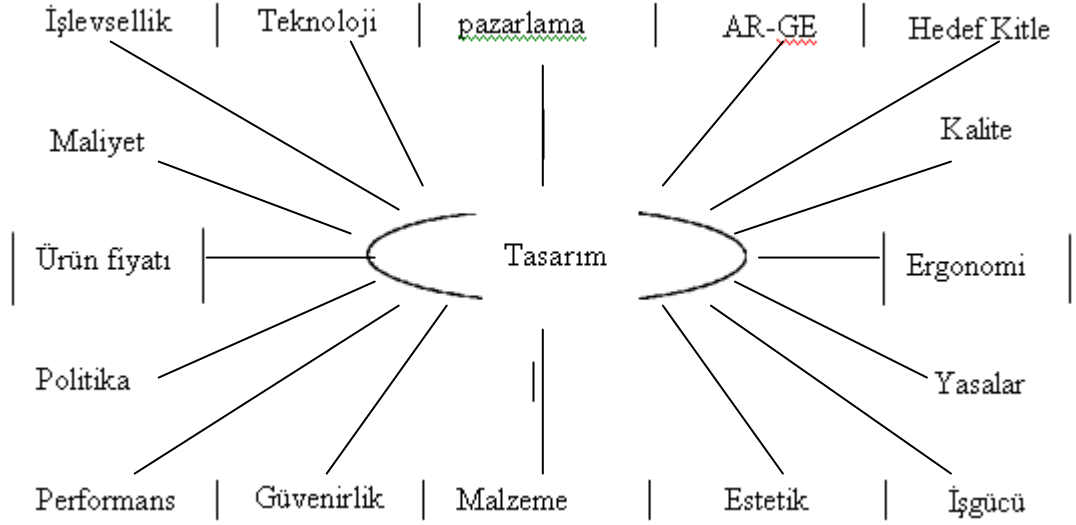
Çoğunlukla vücut problemi olan kişiler için uygulanan bu denge kuralında beden ve kalça hatlarının birbirine paralelliği korunmaktadır. Giysi tasarımında

sürekli ve kolayca uygulanan bir denge kuralı olma özelliğini taşımaktadır (Çakar, Kişioğlu, Bayraktar, 2003:46-47).

Giysi tasarımında, tasarım öğeleri ve prensipleri önemlidir aynı zamanda giysi tasarımı için gereklidir. Giysi tasarımı, pek çok Öğeden oluşan ve pek çok faktörün etkilediği bir süreçtir. Tasarım ürünü, tüketici taleplerine uygun özellikler taşımalıdır. Tasarımcı ve tüketici için, giysinin sahip olması gereken bir takım özellikler vardır. Giysinin rahat olması ve vücut hareket ettiğinde, esnek bir yapıya sahip olması önemli bir ölçüttür. Giysinin bu söz konusu özelliklere sahip olması giysinin ergonomik olmasına bağlıdır.

1.5 Tasarım Sonucunda İstenilen Hedefler

Bir tasarımın oluşumu kadar, amaçlarına ulaşp ulaşmadığı da önemlidir. Bu sonucun başarısı, tasarımcının ve üreticinin isteği ve tüketicinin ihtiyaçlarına cevap verip vermediğine göre değerlendirilebilir. Şekil -1'de ürün tasarım istemleri belirtilmiştir. Ürün tasarım sistemleri, tasarım ürünü ile ilgili beklentileri vurgulamaktadır.



ŞEKİL 1. Ürün Tasarım Sistemleri (KAYNAK : Çetinkaya, 2000 :138)

Tasarım, bir problem çözümü olmakla birlikte, kişilerin ihtiyaçlarına cevap vermesi olarak da tanımlanabilir. Zaten kişilerin ihtiyaçları bir problemle birlikte doğar. İlkel insanlardan bugüne, gelişen teknoloji ve çağdaş yaşam sürecinde, kişiler gelişimleri gereği, yeni ihtiyaçlar duymaktadır. Bu ihtiyaçlar yaşam kalitesini artırmayı ve problemlerin çözümüne daha kolay yoldan ulaşmayı amaçlamaktadır (Erim, 1994:14)

Tasarlanması istenilen ihtiyacın amaca uygun olması demek bu yolda bir adım daha ilerlemek demektir. Aksi takdirde işlevselliği olmayan tasarımlar kişilerin problemlerin çözümünü zorlaştıracak, belki de engelleyecektir. Bu anlamda amaca uygun yapılmış tasarımların yeri çok önemlidir.

Tasarım, aralarında birlik oluşturan ve belli bir düzen içinde tekrarlanan eylemler dizisi olduğu için bir süreçtir. Bu sürecin endüstri üretim sistemlerine bağımlılığı geniş kapsamlı olarak ele alındığında, problemin ortaya konulmasından, sürecin sonucunda bir ürünün prototipinin elde edilmesine, üretilmesine ve kullanımına kadar geçen zaman dilimlerinde birçok etkenin rol oynadığı görülmektedir.

Tasarım sürecinin en önemli aşaması tasarlayan kişinin zihninde oluşan fikir aşaması olmasına karşın, bu süreç yalnız kişisel olan bu aşama ile tanımlanamamaktadır. Çünkü tasarım nesnelere eş değerde, doğru orantılı olarak farklılık göstermektedir. Tasarlamayı etkileyen çok sayıda etken vardır. Her etken ayrı çözüm gerektirir (Şatır, 1997:3).

Günümüzde, eskiye oranla zaman içinde dinamik ve hızlı bir değişme söz konusudur. Tasarımcılardan, yeteneklerinin ve bilgilerinin de üstünde, kısa zamanda geleneksel çözümler dışında çok çeşitli çözüm yolları getirmeleri istenmektedir. Bu anlamda tasarım için edinilecek bilgi ve üretilecek yeni fikirler çok büyük önem taşımaktadır (Denel, 1970:11).

Tasarımcı birçok çözüm arasından seçeceği en iyi çözüme öncelikle sistematik bir sorun çözümleyici kimliği ile yaklaşmak durumundadır.

H.Oestreich'e göre en iyi tasarım çözümleri genellikle ve öncelikle ürünü belirleyen etkenlerin sunduğu zor fark edilen toleranslar ve hareket alanlarını değerlendirmekle elde edilmektedir. Bu da tasarımcı için ürünü belirleyen etkenleri ve hareket alanlarındaki önemli bilgileri çok iyi tanımak anlamına gelmektedir(Tuguchi, Elsayed, Hsiang, 1989:58).

2. KALIP HAZIRLAMA

Kalıp tasarım aşaması, tasarım sürecinin en önemli ve uzmanlık gerektiren aşamalarından biridir. Kalıp taşanını yapan tasarımcının, kalıp bilgisinin yeterli olması ve modelin detaylarını kalıba yansıtması aşamanın en kritik noktasını oluşturmaktadır. Ayrıca, model tasarımcısı ve kalıp tasarımcısının ekip ruhuyla hareket edip bilgi alışverişi yapması gerekmektedir.

Giysi elde etmede üç boyutlu vücut formunu iki boyutlu kağıtlar üzerine aktaran bazı kalıplar alınır. Bazı kalıpların oluşturulması için, ürün çeşidine uygun kalıplar

çalışılmaktadır. Baz kalıplar oluşturulurken, büyük beden vücut ölçüleri, anatomik yapısı dikkate alınmaktadır. Büyük beden kalıp çalışmalarında, normal beden kalıp çalışmalarından farklı özel yöntemler kullanılmaktadır.

Kalıp hazırlamada kullanılan, özel yöntemler işletmeden işletmeye farklılık gösterebilmektedir. Doğru bir baz kalıbın oluşturulmasından sonra, baz kalıplar üzerine model uygulanmaktadır. Model uygularken, model tasarımcısının hazırladığı çalışma çizimleri incelenmekte, çizimlerdeki detaylar kalıplara yansıtılmaktadır.

Temel kalıp hazırlama sistemleri bir dizi çizim kurallarından oluşan mekaniksel yaklaşımlardır. Mevcut kalıp hazırlama öncelikle geliştirdikleri topluma yöneliktir. Farklı toplumlarda kullanılan kalıp sistemlerinde ise uyum problemleri görülmektedir. Bu nedenle toplumların ilk önce standart vücut ölçülerinin belirlenmesi ve daha sonra kendi toplumlarına uygun kalıp hazırlama sistemleri geliştirmeleri gerekmektedir(Bozkurt; 1995 :5).

Günümüz pazarlarının az sayıda üretim ve fazla model değişikliği isteği, kalıp hazırlama işleminin de bilimsel hale getirilmesi zorunluluğunu ortaya çıkarmıştır. Günümüzde en yaygın olarak kullanılan ve çok daha hızlı sonuç veren çizim sistemlerinden, Alman Müler&Sohn Sistemi, İngiliz Metrik Sistemi ve Amerikan Blok Sistemleridir. Bir dizi çizim kurallarından oluşan bu ampirik yöntemlerde pek çok ölçü, çeşitli formüller kullanılarak hesaplama yöntemleri ile elde edilmekte ya da direk olarak tecrübeye dayalı sabit değerler kullanılmaktadır(Mete;2001:71).

Büyük beden ölçü dizisi, 44 bedenden başlamakla birlikte, işletmelerin hedef kitlesine göre değişiklik gösterebilmektedir. Hedef kitleye göre ölçü tablosu ve beden numaraları belirlenmektedir. Model uygulama işlemi, baz kalıp üzerinde model özelliklerine göre, pens kaydırma, kup oluşturma, kup kaydırma, pens oluşturma, kalıbın boyunu uzatma, kısaltma gibi detaylı çalışmalar yapılmaktadır. Model uygulama işlemi tamamlandıktan sonra, örnek ürünün hazırlanması için, model kesimcisine kalıplar verilmekte ve örnek ürünün kesim işlemi yapılmaktadır.

3. BÜYÜK BEDENLER

Normal vücut ölçülerine göre, daha büyük ve bedenin farklı yerlerinde orantısız ölçülere sahip vücut yapılan için, giysinin vücuda uyumu ile ilgili hataların gidermek amacıyla, özel model, kalıp ve üretim tasarımı yöntemleri kullanılarak, hazırlanan giysilere büyük beden giysi denir.

Büyük beden kadınlar, boyun, sırt, bel, kalça ve karın bölgelerinde normal vücutlara göre farklı bir yapıya sahiptir. Büyük bedenler için giysi tasarımlarının, normal bedenin genişletilmiş hali olduğu yaygın bir kanı haline gelmiştir. Oysa, bu yaygın kanının aksine, büyük beden kalıp çıkarma ayrı uzmanlık gerektiren bir alandır (Detering, 2003:26).

Büyük beden giysi tasarlamak ile normal beden tasarlamak arasında , konu ile ilgili çalışma yapanlar ve uzman kalıp tasarımcılara göre fark vardır. Kalıp çıkarma süreçleri, normal bedene göre düzenlendiğinden., büyük beden bir giysi üretiminde, özel bir yöntem geliştirme gerekliliği söz konusudur. Ancak günümüzde izlenen kalıp tasarım sürecinde; temel bir model için baz beden tercih edilmektedir. Bu beden üzerinde serileme işlemleri uygulanmakta, bu sistemler ise genel kabul görmüş, manuel ya da bilgisayarlarla olan sistemler olmaktadır. Burada yapılan büyütme işlemi büyük bedenlere uygun olur öngörüsü ile yapılmaktadır.

Özellikle genç büyük beden kadınlar modaya uygun ve stil olan kıyafetlere ilgi duymaktadırlar. Bu durumda kalıpları oturtmak daha da zor bir durum almaktadır. Yaşlı büyük beden bireylerde, bu problemin çözümü daha kolay olmaktadır. Çünkü daha basic (model özelliği taşımayan, düz) kıyafetler giymekte ya da tercih etmektedirler. Büyük beden giysi üretimi, özellikle dünya hazır giyim endüstrisinde büyük yer tutmaktadır.

Sürekli genişleyen ve büyüyen bir pazar haline gelmektedir. Ayrıca moda olgusu, genç büyük bedenler için büyük önem taşımaktadır. Dünyada büyük beden giysi üretimi varolan talebi karşılayacak bir düzeye henüz ulaşamamıştır. Ancak ABD bu konuda, diğer ülkelere göre daha tecrübelidir. Çünkü obezite, ABD' de yüzyılın büyük sorunu haline gelmiştir, bu nedenle de bu soruna çözüm bulabilmek için büyük çaplı çalışmalar başlatılmıştır. Avrupa'da ise bu konu yeni ve çalışmalar daha temel aşamalarda seyretmektedir.

Büyük beden giysi tasarımı, obez insanların modaya uygun işlevsel, estetik ve ergonomik özellik taşıyan giysilere yönelik talepleri hazır giyim üreticileri tarafından saptanması ile büyük gelişme göstermiştir. Aynı zamanda işletmelerin bu saptaması sonucu, büyük beden giysi üretimi, tüketici talebinin karşılanması ve pazarın karlılığı bakımından önem kazanmıştır.

Giysi konforu ya da kıyafet rahatlığı; kişinin kendisiyle giysi ve çevresiyle kurduğu psikolojik fizyolojik ve fiziksel değerlerin tatmin durumudur. Kişi, giyinme ve çevre üçlü bir kavramdır. Kişisel imaj ve kimlik arayışında oldukları için kişisel görünümleriyle ilgili kaygıları daha yoğun bir şekilde yaşayan genç büyük bedenliler için bu üçlü kavram çok daha önemlidir.

Obezite ile birlikte gündeme gelen büyük beden giysi kavramı, günümüzde bilinen bir kavram olmuştur. Büyük beden giysi tüketicileri, hareket kolaylığı sağlayan, kendilerini konforlu hissedecekleri aynı zamanda şık ve modayı takip eden giysilere yönelmişlerdir.

Büyük beden giysilere yönelik talep büyük bir hızla artmaktadır. Bu konuda yapılan araştırmalar, büyük beden giysi tüketicilerinin bedenlerine uygun giysi bulamama sorununu da ortaya çıkarmaktadır.

Bu araştırma büyük beden tüketicisi genç kızların, satın aldıkları giysilerde karşılaştıkları sorunları belirlemek ve bu sorunlara çözüm önerileri getirmek amacı ile yapılmıştır.

Problem Cümlesi

Genç büyük bedenlerin giysi tercihlerinde, giysi modelinden kaynaklanan sorunları nelerdir?

Alt Problemler

- 1- Vücuda uyumsuzluk problemlerinin en çok karşılaşıldığı giysi türleri nelerdir?
- 2- Giysilerde en çok problem yaşanan ve düzeltme yaptırılan bölgeler nerelerdir?
- 3- Üst giysi türlerinde model özelliğinden dolayı karşılaşılan sorunlar nelerdir?
- 4- Alt giysi türlerinde model özelliğinden dolayı karşılaşılan sorunlar nelerdir?
- 5- Büyük beden giysi bulmada mağazalar yeterli midir?

Araştırmanın Amacı

Sayıları her gün artmaya devam eden büyük bedenlerin vücut yapıları ideal kiloya sahip kişilere göre farklılık gösterdiğinden hazır aldıkları giysilerde pek çok problem yaşamaktadırlar.

Rekabet unsurların başında gelen müşteri memnuniyetinin ürün odaklı yerine, müşteri odaklı üretimi gerektirmeye başladığı günümüzde hazır giyim üretimi yapan işletmeler için büyük Pazar oluşturan genç obezitelere yönelik özel giysiler tasarlanmalı ve vücut tiplerine uygun kalıplar kullanılarak üretilmelidir.

Bu araştırma, 15-20 yaş arası büyük bedenli genç kızların satın aldıkları giysilerde karşılaştıkları problemlerini belirlemek, tercih ve beklentileri doğrultusunda üretici firmalara önerilerde bulunmak amacıyla planlanmış ve yürütülmüştür.

Araştırmanın Önemi

Temel ve fizyolojik ihtiyaçlardan biri olan giyinme, vücudu dış etkilere koruma ve rahatlık sağlamanın yanı sıra bireyin kendini topluma kabul ettirmesi açısından da önem taşımaktadır. İyi ve düzenli bir giyim insanların imkânları ölçüsünde uygulamaya çalıştığı doğal bir istektir.

Hazır Giyim işletmelerindeki hızlı artışla birlikte tüketici tercihleri doğrultusunda günün moda, renk ve çizgilerini yansıtacak şekilde, kısa sürede, çok sayıda kaliteli, ucuz ve özellikli giysilerin üretilmesi ihtiyacı doğmuştur.

Giysilerin dış görünüşü ve fiyatı tüketiciyi ilk planda etkilemekte ise de kaliteli kumaş ve malzemelerin kullanımı, üretim kalitesi ve giysilerin vücuda uygunluğu önem taşımaktadır.

Birey giyimi, kendini yaşlılarına benzetmek, kendi büyüklüğünü başkalarına fark ettirmek, heyecanını, sadeliğini, toplumla uyuşmayı ya da başkaldırıyı ifade etmek amacıyla kullanabilir.

Giyim dönemi görecelidir ve kişiden kişiye değişir. Kişinin zihninde oluşturduğu kişiliği, sosyal ilişkilerinde ifade edebilmesi için beden görünümünün düzenlenmesi gerekir. Toplumsallaşma, kendine güven duygusu ve vücudun görünümünün yaşlılarınca onaylanması, genç büyük beden için çok önemlidir. Genç büyük beden bireyler kişisel imaj ve kimlik arayışında oldukları için kişisel görünümleriyle ilgili kaygıları oldukça fazladır.(Kaiser; 1999)

Şişmanlık 21.yüzyılın en önemli sorunlarından birisidir.Gelişen teknoloji ile hareket azlığı ve yeme içme alışkanlıklarındaki değişiklikler bu sorunu tehlikeli bir seviyeye getirmiştir.Dünya Sağlık Örgütünün rakamları dünya nüfusunun altıda birinin şişman olduğu sonucunu ortaya koyarken bu rakamın hızla artmakta olduğu da bilinmektedir(<http://www.angelfire.coni/mac/bilimteknoloji/genelsaglihtml>).

Şişmanlıkta meydana gelen bu artışla birlikte şişmanlara yönelik ürünler üretilmesi de gündeme gelmiştir. Zira şişmanlar yaşamlarının her alanında tıpkı küçük bedenliler gibi rahat ve fonksiyonel ürünleri tercih etmektedirler.

Şişmanlara yönelik üretimler arasında en önemli yeri giysi üretimi almaktadır. Şişmanların giyim sektörüne yönelik beklentileri eskiye oranla değişerek farklılık göstermektedir. Büyük beden tüketiciler sadece vücuduna uygun kıyafet istemekle kalmayıp, artık bedenlerine uygun şık, modern ve rahat kıyafetler giyerek modayı takip etmek istemektedirler.(Detering;2003:5)

Hazır giyim üreticilerinin bu beklentileri karşılayabilmesi için büyük beden tüketicisi bayanların antropometrik vücut özelliklerini bilerek, tasarımlarına yansıtmaları gerekmektedir(<http://ali-oral-balikesir.edu.tr/ergonomi>). Bu konuda yapılan araştırmalardan yola çıkılarak; büyük bedene yönelik giysi üretimi yapan firma sayısının ihtiyacı karşılayacak sayıda olmaması nedeniyle beklentilerin tam olarak karşılanamadığı düşünülmektedir.

Büyük beden tüketicisi genç kızların büyük beden giysilerde yaşamakta oldukları model ve kalıp kaynaklı sorunları ve tasarımdan beklentilerini tespit etmek amacıyla yapılan bu araştırma, büyük beden tüketicisi genç kızların kıyafetlerine yönelik ihtiyaçlarının kısmen de olsa karşılanabilmesi açısından önemli hale gelmektedir.

Sayıtlılar

- 1- Seçilen araştırma yöntemi ve tekniği, araştırmanın amacına, önemine ve probleme uygundur.
- 2- Veri toplama aracı olarak kullanılan anket ile elde edilen veriler güvenilirlerdir.
- 3- Araştırmaya seçilen örneklem evreni temsil edecek niteliktedir.
- 4- Öğrencilerin boy ve kiloları ile ilgili verdikleri bilgiler doğrudur.

Sınırlılıklar

1-Bu araştırmanın konusu büyük beden tüketicisi genç kızların büyük beden kıyafetlerde karşılaştıkları model ve kalıp kaynaklı problemlerle ilgili görüşlerinin bildirilmesiyle sınırlıdır.

2-Araştırmanın örneklem grubu, Ankara ilinde ikamet eden 15-20 yaş arası büyük beden genç kız giysi tüketicileriyle sınırlıdır.

3-Araştırma veri toplama aracı olan ankete verilen cevaplarla sınırlıdır.

TANIMLAR

Tasarım: İnsan yaşamını devam ettirmek, dünyayı anlamak, kavramak, değiştirmek ve denetlemek için teknik ve teknoloji kullanarak ürettiği nesnelerin oluşum süreci.

Ergonomi: İnsanların anatomik ve antropometrik özelliklerini, fiziksel kapasitelerini göz önüne alarak, endüstriyel iş ortamındaki tüm faktörlerin etkisi ile oabilecek organik ve psiko-sosyal stresler karşısında, sistem verimliliği ve insan-makinçevre uyumunun temel yasalarını ortaya koymaya çalışan disiplinli bir araştırma-geliştirme süreci.

Beden Kitle İndeksi: Vücut ağırlığının(kg), boyun karesine bölünmesiyle hesaplanan, vücut yağının tahmini göstergesi.

Obezite: Obezite ya da halk arasında bilinen adıyla şişmanlık vücuttaki yağ dokusunun fazlalığı ve kilo artışı olarak tanımlanabilir. İngilizce obese kelimesinden gelmektedir. Besinlerden alınan enerjinin metabolizma ve fiziksel aktivite ile tüketilenden fazla olması sonucu ortaya çıkmaktadır. İnsan vücudundaki yağ oranının gereğinden fazla artması sonucu pek çok sağlık sorununa neden olur.

Büyük Beden Giysi: Normal vücut ölçülerine göre, daha büyük ve beden farklı yerlerinde orantısız ölçülere sahip vücut yapıları için, giysinin vücuda uyumu ile ilgili hataları gidermek amacıyla, özel model, kalıp ve üretim tasarımı yöntemleri kullanılarak hazırlanan giysi.

Kalıp: Hazırlanacak giysinin modeline göre, önceden belirlenen ölçülere göre hazırlanan iki boyutlu plan.

Hazır Giyim: Belli ölçülere göre seri halde üretilerek piyasaya sürülen giysiler.

KISALTMALAR

A.B.D.	ANA BİLİM DALI
BKİ	BEDEN KİTLE İNDEKSİ
BMI	BODY MASS İNDEKS
İ.Ü.	İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
MONICA	MONİTORİNG OF TRENDS AND DETERMINANTS İN CARDIOVASCULAR DİSEASES (CARDIOVASCULAR HASTA- LIĞIN SONUÇLARI VE GÖRÜNTÜLEME SÜRECİ)
PEM	PROTEİN ENERJİ MALNÜTRİSYONU
SPSS	STATİSTİCAL PACKAGE FOR SOCIAL SCIENCES,(SOSYAL BİLİMLER İÇİN İSTATİSTİK PAKET PRODRAMİ)
TNSA	TÜRKİYE NÜFUS SAĞLIK ARAŞTIRMASI

Araştırmanın bundan sonraki bölümünde ilgili yayın ve araştırmalara yer verilmiştir.

BÖLÜM II

İLGİLİ YAYINLAR VE ARAŞTIRMALAR

Aşağıda; "Büyük Bedenli Genç Kızların Giysi Tercihlerinde Tasarımdan Beklentileri" konulu tezle ilgili yıl temeline dayalı araştırma ve yayın özetleri yer almaktadır.

2.1 ERGONOMİ

Teknolojinin gelişmesi ile her alanda bir değişim yaşanmaktadır. Söz konusu değişim, bu alanlarda çalışan insanların yeteneklerini bedensel ve düşünsel açıdan çeşitlendirmekte ve zorlamaktadır. Buna karşılık insanların bazı belirli yapısal boyutsal ve psikolojik özellikleri vardır. İnsan iskelet ve kas sisteminin belirli bir hareket yeteneği ve gücü, kasların enerji yaratma şekli, çevreyi algılayabilme ve gerektiğinde ondan korunma özellikleri bulunmaktadır.

Ergonomi sözcüğü, Yunanca "Ergon" ve "Nomic" sözcüklerinden oluşmaktadır. Ergon, iş anlamına, nomic ise kural anlamına gelmektedir. Ergonomi, bazı ülkelerde İnsan Faktörleri Mühendisliği veya İş Bilimi adları ile anılmaktadır (<http://www.ytukvk.org.tr>).

Ergonomi insan çalışmasının bilimidir. Bu bilim dalı, insanın kendine özgün niteliklerini, yeteneklerini araştırarak işin insana uyumu için gerekli koşulları bulmaya çalışır(İncir;1980:8).

Ergonomi, İnsanların anatomik özelliklerini, antropometrik özelliklerini, fiziksel kapasitelerini ve toleranslarını göz önüne alarak, endüstriyel iş ortamındaki tüm faktörlerin etkisi ile olabilecek organik ve psiko-sosyal stresler karşısında, sistem verimliliği ve insan-makine-çevre uyumunun temel yasalarını ortaya koymaya çalışan disiplinli bir araştırma geliştirme sürecidir. Ancak günümüzde ergonomi sözcüğü, insan yaşamında yer alan her nesne için kullanılan bir sözcük haline gelmiştir. Hazır

giyim sektöründe, tasarlanan bir giysinin veya mobilya sektöründe tasarlanan bir sandalyenin de ergonomik bir özelliğe sahip olması ürün için aranılan bir özellik olmuştur.

Ergonomi sözlük anlamıyla, 'insana' uygunluk' demektir. Bir tasarımın insana uygun olması, o kişinin fiziksel yapısı gereği tasarımı yapılan şeyi rahat kullanabilmesidir. Örneğin, yeni tasarlanan ameliyat Önlüğünün vücutla uyumlu, hareket esnasında rahat olması; ameliyat önlüğü ergonomisinin düzgün olması ve kullanılan malzemenin önlüğe uygun olması gereklidir. Bu şartlar sağlandığında bir operatör doktor için operasyonun başarı oranı yüksektir (Erim, 1994:15). İnsan hareketlerine ergonomik anlamda bakıldığında; insan vücudunda hareketli eklemlerden, gövde, üst taraf, alt taraf hareketlerinin sınırlarına ve maksimum kavrama noktalarına değinilmesi gerekmektedir.

2.1.1 Maksimum Kavrama Noktaları

İnsanların üst etraf boyundan ve eklemlerinin işlekliliği ile orantılı olan maksimum kavrama noktaları, ergonomik yaklaşıma bir örnek teşkil etmektedir ve endüstriyel pratik açısından da önemli tasarım boyutlarını ortaya koymaktadır.

İşlevsel anatomi yaklaşımı, biyomekanik olarak da adlandırılan ve iş yapan insanın mekanik özelliklerini inceleyen bir yaklaşımdır. Fiziki bir iş yapan insanın, anatomik yapı özelliklerine uygun hareketler yapması ve biyomekanik özelliklerinin gözlemlenmesi, çeşitli zorlanma ve sakatlanmaların önlenmesi açısından olduğu kadar, insan vücudundan optimal verim sağlamak açısından da önem taşımaktadır.

Ergonomi, kaliteli yaşam felsefesini benimseyen tasarımcılar ve işletmeler için vazgeçilmez bir alandır. Çünkü üretilen ürünün kaliteli olmasının yanında ürünü üreteninde, yüksek bir standarda sahip olarak bu eylemi yerine getiriyor olması gerekmektedir.

Büyük beden bayanların, giysi içinde rahat hareket etmeleri için, giysilerin ergonomik yapıya sahip olması büyük önem taşımaktadır. Büyük bedende, vücutlar aşırı yağlıdır. Yağ oranının fazlalığı kişinin hareketlerini büyük oranda kısıtlamaktadır. Bu nedenle tasarlanan giysiler ergonomik kriterler göz önüne alınarak tasarlanmaktadır (Kaiser, 1999:122).

Bazı işletmelerde, belirli giysiler o yer ile ilgili yapay analiz yapılabilmesini sağlamakta ve çalışan insanların çalışma şartlarının göstergesi niteliğini taşımaktadır. Tasarımcılar da özellikle büyük beden giysi tasarımı yaparken, obez insanların vücutlarını inceleyerek ve analiz ederek onlara kim oldukları hakkında doğru bir imaj yaratmak ve kişisel anlamda memnuniyetlerini sağlamak için giysi tasarlamaktadırlar. Bu durum obez insanlar için önem taşımaktadır (Eicher, 2000:51)

Tasarım ergonomisi, kişileri zaman kaybına uğratmamakta, onlara ve çevresine zarar vermemekte, ileriye yönelik çalışmaların yürütülmesinde yardımcı ve destek olmaktadır. Çalışan insanların fiziksel rahatlıkta ve beden yeteneklerini maksimum düzeyde kullanabilmeleri için, giydikleri giysilerin kendi boyutlarına uygun olmasına dikkat edilmektedir. Böyle bir yaklaşımda antropometrik yaklaşımlar kullanılmaktadır. Antropometri, insan vücudunun boyutları ile ilgilenen özel bir bilim dalıdır. Bu boyutlar, uzunluk, genişlik, yükseklik, ağırlık, çevre boyutları gibi farklı boyutlardır.

2.2 ANTROPOMETRİ

İnsanlar arasındaki yapısal farklılıklar her zaman merak konusu olmuştur. İnsan hayatı boyunca farklı gelişim özellikleri gösterir. Bu süreçte geçirilen evreler bireyin genetik yapısı ve çevresel etmenlere göre gerçekleşmektedir. Her bireyin ve her toplumun farklı yapısı olduğundan kendilerine özgü antropometrik özelliklere sahiptirler. İnsan vücudundaki her bir ölçünün bir anlamı vardır.

Günümüzde mühendisler sadece vücut ölçüleriyle yetinmeyip hareket halindeki çeşitli vücut uzuvlarının konumlarını da bilmek istemektedir. Konuya bu amaçla yaklaşan fizik, mühendislik ya da tasarım kökenli olan araştırmacıların çalışmalarını

dikkate alarak "Antropometri Mühendisliği" tanımını yapmak mümkündür. Buna göre, antropometri mühendisliği, belirli bir kullanıcı kitlesi için, tasarım standartları geliştirmek ve özel gereksinimleri belirlemek amacıyla, fiziksel ölçüm teknik ve yöntemlerinin bu kitleyi oluşturan bireylere uygulanmasıdır.

Vücut ölçülerinin tanımlanmasında değişik ölçüler kullanılmaktadır. Ölçülerdeki bu farklılık, araştırmacıların ilgi alanlarının değişik olmasından kaynaklanmaktadır. Örneğin, bir antropolog vücut yapısını sadece vücudun zaman içindeki değişimini incelemek amacıyla ele alır. Bir mühendis ise, bu yapıyı aynı zamanda bir mekanizma olarak görür. Bir antropolog, hareket durumunda veya statik gerilim altında kas zorlanmasının azaltılması ve hareket rahatlığının sağlanması gibi konularla ilgilenmez. Bir mühendis, tasarım standartlarının ve insana hareket rahatlığı kazandırmanın daha önemli olduğunu kabul ederek çalışmalarını sürdürür. Bu standartların belirlenmesi için gerekli Ölçümleri yapar ve saptadığı standartlarla tüketici beklentileri doğrultusunda tasarımlarda bulunur.

Antropometrik ölçülerin farklı toplumlarda değişiklik göstermesi, tasarımı yapılacak ürünün, aygıtın, sistemin v.b. kullanılacağı toplumun antropometrik özelliklerinin göz önüne alınmasını zorunlu hale getirmektedir.

Yapısal vücut ölçüleri, vücut hareketsizken belirli standartları pozisyonlarda alınabilen vücut ölçüleridir. 1967 'de yapılan bir antropometri konferansı sonunda standartlaşma grubunca önerilen ve başta iş, işyeri, giysi ve şahsi eşya tasarımı olmak, üzere çeşitli tasarım amaçları için kullanılan statik vücut ölçüleri şunlardır: (<http://ali-oral.balikesir.edu.tr/ergonomi/ergon04.htm>).

Yükseklikler: Düşey uzunluklardır. Birey ayakta iken yerden, otururken oturma yüzeyinden ilgili vücut noktasına kadar ölçülen değerlerdir. Diz yüksekliği, ayakta boy, oturma yüksekliği gibi yükseklikler bu gruba girer.

Genişlikler: Yatay ve enine çaplardır. Kalça genişliği, omuz yüksekliği, omuz genişliği gibi ölçüler bu gruba girer.

Derinlikler: Yatay ve dikine çaplar olup göğüs genişliği ve kalça derinliği gibi ölçüler bu gruba girer.

Uzunluklar: Herhangi bir vücut kısmının uzun eksenini boyunca ölçülen büyüklüktür. Sırt uzunluğu, dış kol uzunluğu gibi ölçüler bu gruba girer.

Çevresel Uzunluklar: Bir vücut parçasının aynı düzlemdeki çevresidir. Bel çevresi, baş çevresi gibi ölçüler bu gruba girmektedir.

Eğrisel Uzunluklar: Vücut üzerindeki herhangi iki noktayı birleştiren eğrinin uzunluğudur. Şakaklar arası uzunluklar, çene ucundan kulaklar arası uzunluklar.

Düşüklükler: Vücut üzerinde boyun, göğüs, bel ve kalça çizgilerinden geçtiği kabul edilen yatay düzlemler arasındaki uzunluklardır.

Erişim Uzaklıkları: Uzunlukların özel bir hali olan erişim uzaklıkları kulun eksenini boyunca ölçülür. Yukarı doğru ve öne doğru maksimum erişim uzaklıkları gibi ölçüler bu gruba girmektedir.

Kalınlıklar: El, bilek gibi uzuvların uzun eksenlerine dik en kısa çapların uzunluklarıdır.

Çıkıntılar: Herhangi bir uzvun (örneğin: burun) en uç kısmının başlangıç noktasına kadar olan uzunluklardır. Burun ve kulak çıkıntısı gibi ölçüler bu gruba girer.

Kirişler: Özellikle, başta ense ile burun ve çene ile arka kafayı birleştiren doğrusal uzaklıklardır. Çatal bir pergeli yardımıyla ölçülebilir.

Vücut ölçülerinin tam olarak tanımlanabilmesi için durum, yer ve tür değişkenlerinden yararlanılmaktadır. Ölçümlerde, mezura, şerit metre, kumpas mikrometre, pergeli gibi ölçü aletleri kullanılmaktadır(<http://ali-oral.balikesir.edu.tr/ergonomi>).

Statik vücut ölçüleri tasarım amaçlarına uygundur. Bir çok tasarım çalışmasında, fonksiyonel vücut ölçüleri daha önemlidir. İnsanlar günlük işlerinde genellikle hareket halindedir. Aracım kullanan bir sürücü, montaj hattında çalışan bir işçi, görevlerini yerine getirirken birbirinden çok farklı hareketler yaparlar ve dolayısıyla farklı vücut pozisyonları gösterirler.

Fonksiyonel vücut ölçülerinin kullanımındaki temel fikir, iş yapılırken vücut uzuvlarının birbiriyle uyum içinde çalışmalarını sağlamaktır. Örneğin, İş yapan bir kişinin erişim uzaklıkları kol uzunluğunun yanında, kısmen de olsa, omuz hareketine ve gövdenin dönebilme ve ileri geri hareket etme özelliğine ve yapılacak işin özelliğine göre değişir. Bu nedenle, bir durum için tasarım yapılırken vücudun çeşitli hareketlerinin dikkate alınması gerekmektedir.

İnsan vücudu, belirli oranlarda birbirine büyük benzerlikler göstermekle birlikte ayrıntılarda önemli oranlarda birbirlerinden ayrılmaktadır. Vücut oranlarındaki küçük farklılıklar doğumda meydana gelen ve tamiri mümkün olmayan bozulmalar, fiziksel gelişimin her aşamasında kendini göstermektedir. Vücut bölümlerinin çevre boyutları ya da ağırlık gibi nicel özelliklerinin belirlenmesinde, dinamik ve statik antropometriye ihtiyaç duyulmaktadır.

Bir giysinin, istenilen amaca uygun olarak tasarlanabilmesi için, insan vücudunun fiziksel özelliklerinin ve oranlarının bilinmesi şarttır.

İnsan vücudunun gelişimi üzerinde, coğrafi ve sosyal çevrede etkilidir. Gelişmiş ülkelerde, vücuttaki gelişme hızının yüksek, olgunlaşmanın da erken olduğu araştırmacılar tarafından tespit edilmiştir. Genetik ve çevresel faktörlerin birlikte oluşturdukları henüz çok açık olarak bilinmeyen bir büyüme olguları iyi beslenmiş beslenmemiş olsun aynı toplum içindeki çocukların gelişmesinde paralellik göstermektedir. Vücut gelişimi sıcak iklimlerde bir miktar gecikme gösterse de bu durum genel iklim veya beslenme açısından ırksal faktörlere dayandırılmaktadır. Bu bağlamda, vücut tipleri ile ilgili bir sınıflandırma yapılmaktadır.

2.3 VÜCUT TIPLERİ

Tasarımcıların ilk amacı insanların kullanabileceği fonksiyonel ve şık ürünler tasarlamaktır. Tasarımın tüm dallarında olduğu gibi giysi tasarımında da amaç aynıdır. Kullanım amacına uygun, hareket serbestliği sağlayan, rahat, şık ve konforlu

giysi tasarlamak için insan vücudunun geometrik yapısını ve hareket yeteneklerini bilmek ve kalıp hazırlama aşamasında bu bilgilerden faydalanmak gerekir.

Vücut tiplerinin sınıflandırılmasında literatürde en çok iki sistem üzerinde durulmaktadır. Bunlardan biri Alman psikiyatrist Ernest Kretzmer tarafından yapılan sınıflandırmadır. Kretzmer insan vücudunu, astetik, atletik ve piknik olmak üzere üçe ayırmaktadır. Bu tiplerin genel özellikleri şöyledir:(Zengingönül, Şener, Baysal, 1996:220)

a)Astenik Tip: Bu tiplerdeki insanlar uzun bir yapıya sahiptir. Zayıf olduklarından daha uzun görünürler. Uzun ve dar göğüs kafesli, ince uzun boyunlu, yağsız vücutlu tiplerdir. Bu tipler normal uzunluk ölçülerine, dar genişlik ölçülerine sahiptir.

b)Atletik Tip: Bu tipler iyi gelişmiş kas ve kemik yapısı ile oldukça kuvvetlidir. Geniş omuzlu, şişkin göğüs kafesli, adaleli ve üçgen bir vücuda sahiptirler.

c)Piknik Tip: Bu tipler basık bir yapıdadırlar. Geniş göğüs ve karın çemberi kısa ve kalın boyunlu yumuşak yüzlü tiplerdir.

Bu sınıflamada anatomik ve psikolojik özellikler büyük rol oynamıştır. Diğer sistem ise William Sheldon tarafından 1940 yılında vücut dış görünüşüne bakılarak yapılan biçimsel bir sınıflandırmadır. Samato tiplene adıyla bilinen bu sistemde insanlar endomorfi, mezomorfi ve ektomorfi olmak üzere üç tipe ayrılırlar. Bu tiplerin genel özellikleri şöyledir.

1.Endomorfi: Büyük yuvarlak kafa, kısa kalın boyun, yayvan kalın gövde, yağlı göğüs kısa kollar, geniş ve sarkık karın, kısa kaba görünümlü bacaklardan oluşan vücutlardır.. (Piknik tip modeli)

2. Mezomorfi: Sağlam kaslar ve iri kemikler, uzun ve kuvvetli boyun, karın kemerine göre geniş bir göğüs, geniş omuzlar, adaleli kol, kalın bilek, el ve parmaklar geniş, adaleli karın, yuvarlak düşük bel, kaba kalçalar ve kuvvetli

bacaklardan oluşan vücutlardır.

3.Ektomorfi:Büyük kafa geniş alın, küçük yüz, sivri çene ve burun,uzun yuvarlak boyun,Öne doğru dar omuzlar, uzun kollar, düz karın, uzun ince bacaklar,belirgin kalçalardan oluşan vücutlardır (<http://www.anatomidernegi.org.tr>).

Ancak, açıklamalardan da anlaşılacağı gibi aşırı durumlar genellikle pek fazla görülmez. İnsanlar genellikle tek bir tipin özelliğini değil, karışık tip özelliklerini gösterirler. Bu nedenle de sistematik bir sınıflama yapılarak endüstriyel üretimi kolaylaştırmak konusunda değişik sıkıntılar yaşanmaktadır. Her vücuda uygun giysiler üretebilmek amacıyla, insanlar çok sayıda vücut tipine göre sistematize edilme yoluna gidilmiştir. Bu durum vücut özelliklerine uygun kalıp sistemlerinin geliştirilmesinde de zorunluluklara sebep olmaktadır.

Yapılan çalışmalar incelendiğinde vücut tipleri içerisinde şişman ya da büyük beden tanımlamasına uygun vücut tipinin endomorf tip olabileceği görülmüştür.

2.3.1 Vücut Oranları:

Bilinen en eski vücut oranı (M.Ö:3000) Menfis piramidinin mezar odasında bulunmuştur. O günden bu güne, bilim adamları ve sanatçılar İnsan vücut oranlarını inceleme konusunda çalışmalar yapmışlardır.Bilim adamları ve sanatçılar insan vücudu için bir ölçü sistemi bulmaya çalışmışlar.Vücut uzunluğunu, başı karış veya işaret parmağı gibi ölçülebilen bir uzunluğa göre orantı kurma zorunluluğu ressam veya heykeltıraşların problemlerinden biri olmuştur.Bu nedenle bir çok sanatçı insan vücudunun oranları üzerinde uzun süren çalışmalar yapmışlardır.Bu güne kadar ortaya konan ve kullanım alanı bulunan oran kurallarından bazıları şunlardır : (<http://www.anatomidernegi.org.tr>).

2.3.1.1 8' li Dağılım Kuralı:

Vücut bölümlerinin oranlanmasında en çok kullanılan birim uzunluk baş uzunluğudur. Bu kurala göre tüm vücut uzunluğu 8 baş uzunluğuna eşittir.

- 1/8 Baş uzunluğu
- 1/8 Çene ucu ile göğüs ucu arası
- 1/8 Göğüs ucu ile bel arası
- 1/8 Kalça ile bacak üstü yansı arası
- 1/8 Kalça ile bacak üstü yansı arası
- 1/8 Bacak üstü yarısı ile diz arası
- 1/8 Diz ile baldır arası
- 1/8 Baldır topuk arası.

Mısırlı Lepsilus'a göre tüm vücut uzunluğu 6 1/3 ayak uzunluğuna eşittir. Yine Mısırlı Blank'a göre vücut uzunluğu el orta parmağı uzunluğunun 18 katıdır. Vücut uzunluğu yüz uzunlu ile ifade edenlere göre ise boy uzunluğu yüz uzunluğunun 10 katıdır.

Leonardo da Vinci'ye göre ayakta dik duran bir insan ayaklarını hafif yanlara açarken, kollarını da hafif yukarı kaldırır ise bu insanı daire ile sınırlandırmak mümkündür. Bu dairenin merkezi göbeğe isabet etmektedir. Ayaklar arası uzaklık dairenin yarıçapı kadar olmalıdır. Bu düşünceye göre kollar iki yana açık olarak ayakta dik duran bir insanı kare içine almak mümkündür. Bu oran kurallarından bir tanesi de M.Ö.500 yıllarında yaşayan Yunanlı ressam Poliket'in günümüzde de kullanılan Altın kesit oranıdır. (<http://www.anatomidernegi.org.tr>).

2.3.1.2 Altın Kesit Oranı:

Altın kesit kuralı genellikle çizgilerin geometrik olarak bölünmesin kullanılan bir dağılımıdır. Altın kesite göre yapılan dağılım diğer oran kurallarına göre daha objektif sonuçlar vermektedir. Altın kesit ile dağılım geometrik olarak yapılır. A noktasından AB çizgisine dik bir çizgi çizilir. A noktasından başlayarak bu çizgi üzerinde AB çizgisi yansına eşit olan Ölçü işaretlenir ve C noktası bulunur.C ve B noktaları birleştirilir.C noktası merkez alınarak yarıçapı AC kadar olan bir yay çizilir.Yayın BC çizgisini kestiği nokta D noktasıdır.Daha sonra B noktası merkez alınır ve yarıçapı BD kadar olan bir yay daha çizilir.Yayın AB çizgisini kestiği nokta E noktasıdır.

2.4 BEDEN KİTLE İNDEKSİ

Obezite ya da halk arasında bilinen adıyla şişmanlık, vücutta fazla miktarda yağ birikmesi sonucu ortaya çıkan ve mutlaka tedavi edilmesi gereken bir hastalıktır. Obezite, besinlerle alınan enerji miktarının, metabolizma ve fiziksel aktivite ile tüketilen enerji miktarını aştığı durumda ortaya çıkan bir hastalıktır (<http://www.obezitecerrahisi.com/obezite.html>). Bir başka tanımla obezite, genetik ve çevresel etkileşimleri olan, irade yetersizliği ile açıklanamayacak kadar ciddi ve kronik bir hastalıktır (<http://www.mcatürk.com/obezite-birim.html>).

Yağın daha çok bedenin alt bölümlerinde (kalçada) toplanması "jenoid tip" (armut biçimi) şişmanlık olarak adlandırılmaktadır ve genelde kadına özgüdür. Yağın bedenin üst tarafında (bel ve üst karında) toplanması "android tip" (elma biçimi) şişmanlık olarak adlandırılır ve erkeğe özgüdür.

Obezite ile ilgili en doğru Ölçümler organizmadaki yağ dokusu miktarını doğrudan ölçen yöntemlerdir. Ancak, çoğu pahalı ve pratikte uygulanması zor yöntemler olduklarından, genellikle bunlarla iyi korelasyon gösterdiği bilinen tahmin

yöntemleri kullanılmaktadır. Obezite için en yaygın kullanılan Ölçüm, Beden Kitle İndeksi (BKİ) ya da İngilizce adıyla "Body Mass indeks" (BMI) ve bel çevresi ölçümüdür. BMI, vücut ağırlığının (kg), boyun karesine (m²) bölünmesiyle hesaplanmaktadır. Bu değer yaş ve cinsiyetten bağımsızdır. Beden Kitle İndeksi değerlerine göre vücut indeksi, normal kilolu, fazla kilolu ve obez şeklinde gruplara ayrılmıştır (Baysal,Bozkurt,Pekcan, Besler ve ark., 1999:39-60).

$$\text{BEDEN KİTLE İNDEKSİ (BKİ)} = \frac{\text{Vücut Ağırlığı (Kg)}}{\text{Boy (m)}^2}$$

Kaynak:(<http://www.turkobesitysurgery.com>)

Bunu basit bir örnekle açıklayalım:

Ela'nın boyu 170 cm, kilosu 64 ise ; BKİ : 64 / 1.7 x 1.7 : 64 / 2.89 : 22.14

Bu durumda Ela'nın ölçüleri (bakınız Tablo 1) normaldir.

BKİ, vücut yağının tahmini bir göstergesidir. Doğrudan organizmadaki yağ miktarını ölçmemektedir. Bununla birlikte, yapılan çalışmalar BKİ'nin vücuttaki yağ miktarını % 90'ın üzerinde doğrulukta gösterdiğini kanıtlamıştır.

TABLO-1 ŞİŞMANLIĞIN BKİ'NE GÖRE SINIFLANDIRILMASI

BKİ (Kg/m')	Sınıflandırma	Morbidite Riski
<18.5	Kronik PEM	Düşük
18.5-24.9	Normal	Orta
>=25.0	Şişman	
25.0-29.9	Hafif şişman	Artar
30.0-34.9	1 .Derece şişman	Orta
35.0-39.9	2.Derece Şişman	Ağır
40.0 +	3. Derece şişman (morbid)	Çok Ağır

KAYNAK: <http://www.turkobesitysurgery.com>

İ .Ü Cerrahpaşa Tıp Fakültesi Genel Cerrahi A.B.D Topuzlu-A servisi ise obezite vakalarını vücut ağırlıklarına göre 3 grupta toplamaktadır :

1. Obez (hafif orta): Ağırlığı ideal vücut ağırlığının % 130 ile % 160 kadarı.
2. Morbid Obez (ağır şişman): Ağırlığı ideal vücut ağırlığının % 160 ile % 225'i.
3. Süper Obez (aşırı şişman): Ağırlığı ideal vücut ağırlığının % 225'inden fazla olanlardır.

Toplumdaki insanların beden kitle indeksine göre %25'i normal, %25'i normal kilolu olmakla beraber obeziteye genetik olarak eğilimli, %25'i fazla kilolu, %15'i obez ve %10'u ölümcül obezdir. Tablo-2'de ise yaşa göre, uygun beden kitle indeksi verilmiştir:

TABLO-2 ŞİŞMANLIĞIN SINIFLANDIRILMASI

ŞİŞMANLIĞIN SINIFLANDIRILMASI		YAŞA GÖRE UYGUN BEDEN KİTLE İNDEKSİ (ağırlık/boy m ²)	
SINIFLAMA	BKI	YAŞ	BKI
Hafif şişman	25-29.9	19-24	19-24
Şişman	30-34.9	25-34	20-25
Sağlık açısından önemli	35-44.9	35-44	21-26
Aşın şişman	45-49.9	45-54	22-27
Süper şişman	50+	55-65	23-28
		65+	24-29

KAYNAK : İ.Ü. Cerrahpaşa Tıp Fakültesi Genel Cerrahi A.B.D.,2004.

Vücuttaki yağ miktarı önemli olmakla beraber, yağın nerede biriktiğini bilmek daha büyük önem taşımaktadır. Obezite, hem gelişmiş, hem de gelişmekte olan ülkelerde giderek artan oranlarda görülmektedir. Batı toplumlarında erişkinlerin yarısının kilo fazlalığının olduğu ve özellikle kadınlarda daha yaygın olduğu bilinmektedir (Anonim, 1997:5-10).

Dünya Sağlık Örgütü tarafından başlatılan, MONICA (Monitoring of Trends and Determinants in Cardiovascular Diseases), Cardiovascular Hastalığının Sonuçları ve Görüntüleme Süreci) çalışması Afrika, Amerika, Güney Asya, Doğu Akdeniz, Avrupa ve Batı Pasifik olmak üzere 6 bölgede yürütülmüş ve 10-20 yıllık değerlendirme yapılmıştır. Bu çalışmanın sonuçları, Avrupa ülkelerinin çoğunda son 10 yılda obezite % 10-40 oranında artmış olduğunu göstermiştir. Günümüzde obezite sıklığının erkeklerde % 10-20, kadınlarda ise % 10-25 olup, ortalama olarak erkeklerin % 15'i, kadınların ise % 22'si obezdir. (TNSA) Türkiye Nüfus ve Sağlık Araştırması , 1998

verilerine göre kadınların % 33.4'ü, hafif şişman ($BKI^{>25-30} \text{ kg/m}^2$), %18.8'i şişman ($BKI^{>30} \text{ kg/m}^2$) dir.

(<http://www.angelfire.coni/mac/bilimteknoloji/genelsaglikhtml.>).

2.5 İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

ZENGİNGÖNÜL , ŞENER , BAYSAL (1996) tarafından " Giysi Seçimini Etkileyen Faktörler " konulu makalede; moda, giysi seçiminde bireysel özellikler, vücut özelliklerine göre giysi seçiminde dikkat edilmesi gereken noktalar, giysi seçiminde renk faktörü konularına değinilmiştir. Vücut özellikleri incelenerek, akılcıca seçimlerle vücut kusurlarını kapatacak model, renk, kumaş, desen, seçmenin önemi vurgulanmıştır. Araştırmanın sonucunda; iyi giyinmek isteyen bir kimseyi giyim konusunda bilinçlendirecek öneriler sunulmuştur. Vücut özellikleri konusunda bilgi sahibi olma kumaş cinslerini ve desen özelliklerine uygun seçimler yapabilme, doğru giyimi doğru zamanda, doğru yerde kullanmayı bilme, araştırma sonunda sunulan önerilerdir/Kilolu bayanların iri desenli, açık renkli, enine çizgili kumaşlardan kaçınmaları gerektiği, zayıf bayanların ise, kilolu bayanların kaçınması gereken kumaşları tercih etmeleri gerektiği makalede sunulan önerilerdir.

M.E.B. RÜŞTÜ UZEL ANADOLU HAZIR GİYİM -DERİ GİYİM MESLEK LİSESİ TÜRK- ALMAN TEKNİK İŞBİRLİĞİ PROJESİ (1994) Milli Eğitim Bakanlığı Kız Teknik Öğretim Genel Müdürlüğü bünyesinde tasarlanan bu proje, hazır giyim sektörünün ihtiyacı olan, nitelikli orta kademe teknik eleman ihtiyacını karşılamak amacıyla, yapılan bir dizi faaliyetleri kapsamaktadır.Hazır giyim sektörünün ihtiyacı olan söz konusu alanda yetiştirilmiş öğretmen ve proje uzmanlarınca ciddi ve planlı çalışmalar sonucu proje notları ile söz konusu eser oluşturulmuştur.Bu projenin faaliyetlerini ve hazır giyim sektörünü anlatan bu eser, Rüştü Uzel Anadolu Hazır Giyim-Deri Giyim Meslek Lisesi'nde ders notu olarak kullanılmaktadır.Bu projenin amacı; hazır giyim sektörünün ihtiyacı olan nitelikli orta kademe teknik eleman ihtiyacını eğitim yoluyla karşılamaktır.Proje sonunda,

Türkiye'de hazır giyim sektöründe nitelikli işgücü temini konusunda sıkıntı yaşandığı saptanmıştır. Proje ile söz konusu sıkıntıya çözüm yolları geliştirilmiştir.

ERİM (1994) tarafından " Temel Tasarım İçerisinde Yaratıcılığın Önemi " konulu yüksek lisans tezinde, birçok kaynakta yetenek kalıtsal, yaratıcılık ise bir soruna kısa sürede çok sayıda özgün çözüm önerileri getirebilmek olarak tanımlanmaktadır. Yaratıcılığın kalıtsallığı reddedilmektedir. Çalışmanın kapsamı; tasarım için gerekli olan yaratıcı düşünce, bu olgunun kalıtsallığı ve öğretimi ile sınırlıdır. Araştırma geçmişte ve bugün yapılan kaynakların taranması ile yürütülmüştür. Araştırmanın amacı; tasarımın içerisinde yaratıcılığın önemini saptamaktır. Araştırmadan çıkan sonuç; tasarım dersini alan öğrenci düşünmeyi, problem çözmenin yollarını ve eleştirmeyi kolaylıkla kavramaktadır.

OBESİTY, PREVENTİNG AND MANAGING THE GLOBAL EPİDEMİC

(1997) (OBEZİTE , KÜRESEL SALGIN HASTALIKLARIN ÖNLENMESİ VE YÖNETİMİ) tarafından " Report Of A WHO Colcultation On Obesity" (Dünya Sağlık Örgütünün Obezite Üzerine Araştırma Raporu) konulu araştırmada, Obezitenin son 20 yılın en önemli sağlık' risk faktörü olduğuna ve dünya ülkelerindeki obezite oranlarına değinilmiştir. Raporun hazırlanmasında; obezite sıklığı anketleri kullanılmış ve kamuoyuna başvurulmuştur. Obezite, pek çok hastalığa sebep olarak gösterilmiş ve bu konu ile ilgili yaşanmış örnekler sunulmuştur. Obezite konusunda verilen bilgiler ve yapılan uyarılar ülkelerin bu konuda daha dikkatli olması gerektiği, beslenme ve diyet konusunda uzman kişilerin yetiştirilmesi ve bu uzmanların kitlelere zamanında ulaşması raporda sunulan önerilerdir. Söz konusu rapor, ülkeleri bilinçlendirmesi ve gerekli önlemleri sunması konusunda büyük önem arz etmektedir

ŞATIR (1997) tarafından " Endüstri Ürünleri Tasarımında Özgünlük ve Bir Yöntem Önerisi " konulu yüksek lisans tezinde , tasarım üzerindeki etkenler tasarım kuramları ile açıklanmıştır. M. Asimov/ ve A. Schürer' in tasarım sürecine yönelik kuramları ele alınmıştır. Çalışmada, ürünü belirleyen ve süreci etkileyen etkenler A. Schürer 'in kuramına dayandırılmaktadır. Bilgiler, çeşitli ölçme ve değerlendirme ve anlatım teknikleri gibi kuramsal yöntemlerle ayrıştırılmış ve uygun olanı seçilerek karar

verilebilir duruma getirilmiştir. Tasarım açısından ele alınan problemlerde, problemin karmaşıklığına göre ve yeni fikrin mevcut teknolojilerden çok büyük farkla ileri durumda oluşuna göre geriye dönüşler yapılmış, mühendislerin ve diğer yardımcı elemanların kontrollerine bağlı olarak sınanmıştır. Çalışmanın sonucunda; ürünü bir sarmal gibi çevreleyen etkenler; bir taraftan insan, teknik, ekonomik olarak gruplandırılmış, diğer taraftan nesnel etkenler, öznel etkenler olarak genellenmiştir.

BARUT (1999) tarafından "Yeni Ürünün Tasarım Süreci ve Elektronik Sektöründe Uygulanması" konulu yüksek lisans tezinde, son zamanlarda ortaya çıkan küreselleşme hareketleri ve hızla değişen teknoloji sonucu önemi daha da artan ürün tasarım süreci ele alınmıştır. Yenilik ve teknoloji kavramlarından yola çıkılarak, yeni ürün kavramı incelenmiştir. Yeni ürün geliştirmenin, işletmeler açısından önemi ve yeni ürün geliştirme stratejisine yer verilmiştir. Ürün geliştirme sürecinin aşamaları detaylı olarak ele alınmıştır. Çalışmada, Türk elektronik sektöründeki son durum verilerle gözden geçirilmiş ve elektronik sektöründeki büyük üreticilerden birinde bu sürecin nasıl işlendiği incelenmiştir. Uygulamalı olarak işletmede gerçekleştirilen yeni bir projenin oluşum aşamaları, bu süreçte neler yapıldığı ayrıntıları ile incelenmiş ve çalışmanın sonucunda, elektronik sektöründeki tasarım süreci aşamaları belirlenmiştir. Araştırma sonunda tasarım sürecinin planlı ve düzenli bir biçimde işlemesi için, tasarım üzerindeki etkenlerin kontrol altına alınması önerilmektedir.

ÖZTÜRK (2001) tarafından "Tasarım Sürecinde Yaratıcılık Yöntemlerine Kuramsal Bir Yaklaşım" konulu yüksek lisans tezinde, tasarımın gelecekte de her türlü gerçeklikten önce düşülecek kadar yaşamsal bir kavram olma yolunda olduğuna değinilmiştir. Bu çalışmada ; " özgün ve yeni bir tasarım nesnesi ortaya koymak için nasıl bir yol izlenmelidir? " sorusunun cevabı olabilecek tasarım ve yaratıcılık yöntemleri araştırılmıştır. Araştırma, insanın yaşamını sürdürebilmesi için gereksinim duyduğu her türlü ürünün bir tasarım sorunu yada konusu olduğu, bundan dolayı, tarih boyunca ortaya konmuş ürünlerin, tasarımın tarihsel boyutu olarak

bugünü hazırladığı, bundan sonraki ürünlerin de öncekiler gibi, insanlığa ait değerleri yükseltmeye ve ilerletmeye hizmet edeceği sonucuna bağlanmıştır.

ŞENER , KUTLU(2002) tarafından "Küçük ve Orta Ölçekli Hazır Giyim İşletmelerinde , Tasarım Sürecine Yönelik Bir Araştırma " konulu makalede, bayan dış giyimi üreten hazır giyim işletmelerinin, giysi tasarım sürecini uygulama yöntemleri araştırılmıştır. Çalışmada, hazır giyim işletmelerinde, tasarım sürecinde karşılaşılan sorunların tespit edilebilmesi için, survey yöntemi kullanılmıştır. Ankara ve İzmir'de faaliyet gösteren 30 adet işletmenin yönetici ve tasarımcılarına anketler uygulanmıştır. Araştırmada hazır giyim işletmelerinin tasarımlarını hazırlarken bazı sorunlarla karşılaştıkları bu sorunların teknik konularla ilgili sorunlar, yardımcı malzeme yetersizliği, maliyetlerin yüksek olması, tasarımların hazırlanmasında zaman ve mekan yetersizliği olduğu sonucuna varılmıştır. Araştırma tasarımcının etkin bir giyim ve moda eğitimine ihtiyacı olduğu ve bu eğitimin sunulması ile daha kaliteli ve özgün ürünlerin pazarda yer alabileceği önerisi ile noktalanmıştır.

DETERİNG (2003) tarafından " Büyük Beden Bayan Etek, Pantolon, Bluz, Elbise İçin Ana Kalıp Çıkarma ve Model Üzerinde Problem Çözme " konulu seminer İTKİB bünyesinde düzenlenmiştir. Söz konusu seminerde, "CONTEC" adıyla anılan büyük beden kalıp konstrüksiyon sistemi tanıtılmıştır."CONTEC" 1973 yaz sömestresinden itibaren, Niederrheinm Yüksekokulu Tekstil ve Giyim Tekniği bölümünde "Bir Giyim Konstrüksiyon Sistemi" adı altında sunulmuş ve 20 seneyi aşkın bir sürede sunulmaya devam edilmiş bir programdır. Yüksekokuldan mezun olan öğrenciler bu sistemi sanayide başarıyla uygulamışlardır. Bu süre içerisinde, lisans tezleriyle üretilen kalıpların sanayide uygunluğu test edilmiştir. "CONTEC" konstrüksiyon sisteminde standart konstrüksiyon bedeni B40 seçilmiştir. Sistemde insan vücut ölçüleri, sınıfları, temel kalıp konstrüksiyonları, model serilemesi ve uygulaması bölümlerinde ayrıntılı bilgiler sunulmaktadır. Seminer, hazır giyim sektöründe çalışanlara ücret karşılığı verilmiş seminer sonunda katılımcılara sertifika sunulmuştur. Söz konusu seminer notlarında, hazır giyim sektöründe büyük beden kalıp hazırlama konusunda yaşanan sıkıntılara, kalıplar üzerinde uygulamalı çözüm

yolları gösterilmekte ve hazır giyim sektöründe kalıp hazırlayan kişilere bu çözüm yolları önerilmektedir.

Araştırmanın bundan sonraki bölümünde yöntem, evren ve örneklem ile veri toplama / çözümleme teknikleri ele alınmıştır.

BÖLÜM III

YÖNTEM

Bu araştırmada, 15-20 yaş arası büyük beden genç kızların giysi seçiminde ve kullanımında yaşadıkları problemler tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu bölümde araştırmada izlenen yöntem açıklanmaktadır. Araştırma yöntemi, " Evren ", "Örnekleme ", "Veri Toplama ve Çözümleme Teknikleri" başlıklarından oluşmaktadır.

3.1.ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu araştırma, betimsel bir araştırmadır. Bu yöntem, büyük beden giysi satın alan müşterilerin, büyük beden giysi tasarımı nasıl algıladıkları, büyük beden giysi tasarımını algılama biçimleri ile giyinme anlayışı arasındaki ilişkiyi , büyük beden giysileri tercih etmelerindeki etmenleri, tasarım sürecine etki eden faktörlerin; tüketicilerin giysi tercihlerini etkileyip etkilemediğini ve tasarım sürecinde karşılaşılan sorunları analiz edebilmek için seçilmiştir. Araştırma bulguları, anket yoluyla elde edilen verilerden oluşmaktadır. Tüketicilere uygulanan anketler; hazır giyim sektöründe kullanılan terimlere uygun ve anlaşılır olmasına özen gösterilerek hazırlanmıştır.

3.2. EVREN ve ÖRNEKLEM

Araştırmanın evreni, Ankara ilinde bulunan Etlik Lisesi, Kanuni Lisesi ve Özel Tümay Dersanesi’nde öğrenim gören 15-20 yaş arası büyük beden genç kızlardan oluşmaktadır.

Araştırmacı tarafından geliştirilen anket; bu okullarda okuyan ve random (tesadüfi) yöntemi ile seçilen 500 öğrenciye dağıtılmış, BKİ’ne göre vücut ağırlığı taraması

yapılarak, hafif şişman(BKİ 25-29.9) ve 1.derece şişman (BKİ 30-34) gruba giren 100 öğrencinin anketi değerlendirmeye alınmıştır.

Aşağıda örneklem grubun özellikleri verilmiştir.

Tablo 3. Örneklem Grubun Yaş Dağılımı

	Sayı	%
Yaş 15	17	17,0
16	24	24,0
17	23	23,0
18	13	13,0
19	8	8,0
20	15	15,0
Toplam	100	100,0

Tablo 3’de 15-20 yaş arası büyük beden kullanıcısı genç kızların yaş dağılımı görülmektedir. Araştırmaya katılan genç kızlardan % 24’ünün 16 yaş, % 23’ünün 17 yaş, % 17’sinin 15 yaş, % 15’inin 20 yaş, % 13’ünün 18 yaş ve % 8’inin 19 yaş diliminde olduğu görülmektedir.

3.3.VERİ TOPLAMA TEKNİKLERİ

Araştırmada genç büyük beden giysi tüketicilerinden veri elde etmek üzere, anket araştırmacı tarafından hazırlanmış ve geliştirilmiştir. Ankette tüketicinin büyük beden giysilerden beklentileri, büyük beden giysileri temin etme durumları, giysi tercihlerine etki eden faktörler, giysilerde karşılaştıkları problemler ile ilgili sorular yer almaktadır. Kişisel görünümüleriyle ilgili kaygıları oldukça fazla olan genç büyük bedenlilere psikolojik etmenleri vurgulamamak için, ankette vücut ağırlığı(BKİ temel alınarak); ”zayıf, şişman, aşırı şişman“olarak belirtilmemiştir.

Araştırmanın kuramsal temelini oluşturmak ve ankette yer alacak soruları belirlemek amacıyla alanla ilgili literatür taraması yapılmıştır. Literatür taraması, Yükseköğrenim Dokümantasyon Merkezi'nde, Milli Kütüphane'de, Gazi Üniversitesi Merkez Kütüphanesinde ve internet üzerinden yapılmıştır.

Araştırma ile ilgili tüketici görüşlerini almak üzere bir anket hazırlanmıştır. Anket taslakları tez danışmanı ile incelenmiş; anketin incelenmesi esnasında ;

1. Anket sorularının, alt problemlerle kapsam bakımından uygunluğu,
2. Ankette yer alan soruların araştırmayı sonuca götürüp götürmeyeceği,
3. Anket sorularının geçerlilik ve güvenirlik düzeyleri kritik edilmiştir.

3.4. VERİ ÇÖZÜMLEME TEKNİKLERİ

Verilerin analizi bilgisayar ortamında yapılmıştır. Örneklem grubunu oluşturan 100 kişiye uygulanan anket formları araştırmacı tarafından numaralandırılarak, elde edilen bilgiler bilgisayar ortamına aktarılmıştır. Veriler “SPSS” (Statistical Package For Social Sciences)13.0 programından yararlanılarak analiz edilmiştir. Verilerin analizinde yüzde ve frekans değerleri hesaplanmıştır.

Araştırmanın bundan sonraki bölümünde bulgular ve yorum ele alınmıştır.

BÖLÜM IV

BULGULAR VE YORUM

“ Büyük Bedenli Genç Kızların giysi tercihlerinde tasarımdan beklentileri nelerdir?” konulu araştırmanın bulgular ve yorum bölümünde, tüketici anket soruları ve seçenekler tablolaştırılmış ve alt problemlerin alt başlıkları halinde sunulmuştur. Tabloların yorumları, tablolarda belirtilen sayısal ifadelere bağlı kalınarak yapılmıştır.

Veri toplamak üzere hazırlanan tüketici anketleri, 100 adet genç büyük beden giysi tüketicisine uygulanmıştır. Tüketicilere uygulanan anketin ilk üç sorusu, tüketiciyi tanımaya yönelik, demografik sorulardan oluşmaktadır.

Örneklem gruba ait kişisel bilgiler

Bu bölümde araştırmaya katılan büyük beden kullanıcısı genç kızların kişisel özelliklerini tanımaya yönelik sorulardan elde edilen bulgular yer almaktadır.

Tablo 4.Örneklem Grubun Kilo, Boy ve BKİ Dağılımı

	Değer	Sayı	%
Kilo	55-64 kg	19	19,0
	65 kg ve üstü	81	81,0
	toplam	100	100
Boy	144-154 cm	34	34,0
	155-164 cm	45	45,0
	165 cm ve üstü	21	21,0
	toplam	100	100
BKİ	Hafif şişman(BKİ 25-29.9)	44	44,0
	1.Derece şişman(BKİ 30-34)	56	56,0
	Toplam	100	100

Örneklem grubu oluşturan genç kızlardan % 81'inin 65 kilo ve üstünde, % 19'unun 55-64 kilo arasında olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılanların çoğunluğunu 65 kilo ve üstü olan genç kızlar oluşturmaktadır.

Araştırmaya katılan genç kızların % 45'inin 155-164 cm arası, %34'ünün 144-154 cm arası ve % 21'inin 165 cm ve üstü olduğunu göstermektedir.

Örneklem grubun % 56'sının 1.derece şişman(BKİ 30-34), % 44'ünün hafif şişman (BKİ 25-29.9) olduğu görülmektedir.

Alt problem 1. Vücuda uyumsuzluk problemlerinin en çok karşılaşıldığı giysi türleri nelerdir?

Araştırmanın 1. alt probleminden elde edilen bulgulara göre örneklemin en çok problemle karşılaştığı etek, pantolon ve elbise ürün kategorileri, tablo 5’te gösterilmiştir.

Tablo 5. Örneklemin Etek, Pantolon, Gömlek, Elbise, Tişört ve Diğer Giysilerde Vücuda Uyumsuzluk Problemi

		Sayı	%
Etekte uyumsuzluk Problemi	var	81	81,0
	yok	19	19,0
	toplam	100	100,0
Pantolonda uyumsuzluk problemi	var	94	94,0
	yok	6	6,0
	toplam	100	100,0
Gömlekte uyumsuzluk problemi	var	54	54,0
	yok	46	46,0
	toplam	100	100,0
Elbisede uyumsuzluk problemi	var	72	72,0
	yok	28	28,0
	toplam	100	100,0
Tişörtte uyumsuzluk problemi	var	19	19,0
	yok	81	81,0
	toplam	100	100,0
Diğer	var	7	7,0
	yok	93	93,0
	toplam	100	100,0

Tablo 5 te örneklem grubun % 81'i etek satın aldığında vücuda uyumsuzluk problemi ile karşılaştığını belirtmiştir.% 19'unun ise herhangi bir problemle karşılaşmadığı anket sonucu ile belirlenmiştir. Araştırmaya katılanların çoğunluğunun etekte problemle karşılaştıkları görülmüştür. Buna göre büyük beden giysi üreticilerinin, modele karar verme ve tasarım sürecinde, model kaynaklı sorun yaşanmaması veya en aza indirgenebilmesi için; müşteri kitlesini dikkate alması gerekliliği daha da önemli bir hale gelmektedir.

Araştırmaya katılanların % 6'sı pantolon ürün grubunda herhangi bir problemle karşılaşmadığını belirtirken; % 94'ü vücuda uyumsuzluk problemi yaşadığını belirtmiştir.

Örneklemin % 54'ünün gömlek ürün kategorisinde vücuda uyumsuzluk problemi yaşadığı görülmüştür.% 46'sı ise bir problem yaşamadığını belirtmiştir. Araştırmaya katılanların yarısı vücuda uyumsuzluk problemi yaşamaktadır.

Örneklemin % 72'si elbisede bir problem yaşarken, % 28'i herhangi bir problemle karşılaşmadığını belirtmiştir.

Ankete katılanların % 19'u tişörtte vücuda uyumsuzluk problemi yaşarken, %81 'i herhangi bir problemle karşılaşmadığını belirtmiştir.

Örneklemin % 93'ü diğer giysi türlerinde herhangi bir problemle karşılaşmadığını, % 7'si ise problem yaşadığını belirtmiştir.

Tüm bu verilere göre büyük beden giysi üreticilerinin, modele karar verme ve tasarım sürecinde, model kaynaklı sorun yaşanmaması veya en aza indirgenebilmesi için; müşteri kitlesini dikkate alması gerekliliği daha da önemli bir hale gelmektedir.

Alt problem 2-Giysilerde en çok problem yaşanan ve düzeltme yaptırılan bölgeler nerelerdir?

Probleme ilişkin bulgular Tablo 6 da verilmiştir.

Tablo 6. Satın Alınan Üründe Tadilat Yaptırma; Beden ve Kol Genişliğinde, Beden Boyunda Tadilat Yaptırma Durumu

		sayı	%
Satin alınan üründe Tadilat yaptırma	Her zaman	58	58,0
	bazen	42	42,0
	toplam	100	100,0
	daraltma	7	7,0
Beden genişliğinde Tadilat	genişletme	89	89,0
	tadilat yaptırmıyor	4	4,0
	toplam	100	100,0
	uzatma	38	38,0
Beden boyunda Tadilat	kısaltma	53	53,0
	tadilat yaptırmıyor	9	9,0
	toplam	100	100,0
	daraltma	37	37,0
Kol genişliğinde tadilat	genişletme	30	30,0
	tadilat yaptırmıyor	33	33,0
	toplam	100	100,0
	daraltma	37	37,0

Tablo 6 da araştırmaya katılanların %58'i her zaman , % 42'si ise bazen tadilat yaptırdığını belirtmiştir. Elde edilen verilere göre, genç büyük bedenlerin hem üst hem de alt grup giysileri alırken vücutlarına uyumda çeşitli sorunlar yaşadıkları görülmüştür. Büyük bedenli genç kızlar, vücuda uyum sorunlarının giderebilmek için tadilata ihtiyaç duyduklarını belirtmişlerdir.

Satin alınan kıyafetlerde tadilata ihtiyaç duyulması kıyafetin vücut özelliğine uyum sağlamamasından kaynaklanmaktadır. Bu sorunun temel nedeni olarak, büyük beden Türk genç kızına uygun standart kalıpların bulunmaması ve tasarımlar

sırasında her firmanın kendi hazırladığı giysi kalıplarını kullanması olduğu şeklinde yorumlanabilir. Bu sorunun giderilmesi için büyük bedenler için standart bir kalıp sistemi oluşturulmasına ihtiyaç duyulduğu ifade edilebilir.

Örneklemin beden genişliğinde tadilat yaptırma durumu ele alınmıştır. Buna göre, beden genişliği yaptıranlar, % 89, daraltma yaptıranlar %7, tadilat yaptırmayanlar ise %4 olarak belirtilmiştir.

Örneklem grubunun % 53'ü beden boyunda kısaltma, % 38'i uzatma yaptırdığını ve % 9'u tadilat yaptırmadığını belirtmiştir.

Araştırmaya katılanların % 37'si kol genişliğinde daraltma, % 30'u genişletme yaptırdığını ; % 33'ü ise tadilat yaptırmadığını belirtmiştir.

Tablo 7. Satın Alınan Ürünün Kol Boyunda, Yaka Şeklinde, Bel ve Kalça Genişliğinde Tadilat Yaptırma Durumu

		sayı	%
Kol boyunda tadilat	uzatma	33	33,0
	kısaltma	53	53,0
	Tadilat yaptırmıyor	14	14,0
	toplam	100	100,0
	daraltma	5	5,0
Yaka şeklinde Tadilat	genişletme	24	24,0
	Tadilat yaptırmıyor	71	71,0
	toplam	100	100,0
	daraltma	20	20,0
	genişletme	72	72,0
Bel genişliğinde Tadilat	Tadilat yaptırmıyor	8	8,0
	toplam	100	100,0
	daraltma	7	7,0
	genişletme	87	87,0
	Tadilat yaptırmıyor	6	6,0
Kalça genişliğinde tadilat	toplam	100	100,0

Tablo 7, örneklem grubunun % 53'ünün kol boyunda kısaltma, % 33'ünün uzatma yaptırdıklarını ve % 14'ünün tadilat yaptırmadıklarını göstermektedir.

Araştırmaya katılanların % 24'ü yaka şeklinde genişletme, % 5'i daraltma yaptırdığını ve % 71'i yaka şeklinde tadilat yaptırmadığını belirtmiştir.

Örneklemin % 72'sinin bel genişlettiğini, % 20'sinin bel daraltma yaptırdığını ve % 8'inin bel ile ilgili tadilat yaptırmadığını belirtmektedir.

Araştırmaya katılanların % 87'si kalça bölümünü genişlettiğini, % 7'si daralttığını ve % 6'sı tadilat yaptırmadığını belirtmiştir.

Tablo 8. Örneklemin Ağ Uzunluğunda, Diz Genişliğinde ve Pantolon Boyunda Tadilat Yaptırma Durumu

		sayı	%
Ağ uzunluğunda Tadilat	uzatma	39	39,0
	kısaltma	41	41,0
	Tadilat yaptırmıyor	20	20,0
	toplam	100	100,0
	daraltma	31	31,0
Diz genişliğinde Tadilat	genişletme	29	29,0
	Tadilat yaptırmıyor	40	40,0
	toplam	100	100,0
	uzatma	40	40,0
Pantolon boyunda tadilat	kısaltma	59	59,0
	Tadilat yaptırmıyor	1	1,0
	toplam	100	100,0
	uzatma	40	40,0

Tablo 8, örneklemin % 41'inin ağ uzunluğunda kısaltma, % 39'unun uzatma yaptırdıklarını ve % 20'sinin ağ uzunluğuyla ilgili bir tadilat yaptırmadığını göstermektedir.

Araştırmaya katılanların % 29'u diz genişletme, % 31'i daraltma yaptırdığını ve % 40'ı tadilat yaptırmadığını belirtmiştir.

Örneklemin % 59'u pantolon boyunda kısaltma, % 40'ı uzatma yaptırdığını ve % 1'i pantolon boyu ile ilgili tadilat yaptırmadığını belirtmiştir.

Araştırmaya katılanların tadilat yaptırdıkları bölümlere ilişkin anket sonuçları incelendiğinde büyük beden üst giysi kullanıcı genç kızların satın aldıkları üstlerin vücutlarına uyumda pek çok sorunla karşılaştıklarını ifade ettikleri görülmüştür.

Büyük beden kullanıcısı genç kızların satın aldıkları giysilerin vücuda uyumunda karşılaştıkları sorunlar sırası ile;

- Beden genişliği daraltma-genişletme,
- Beden boyu uzatma- kısaltma,
- Kol genişliği daraltma-genişletme,
- Yaka şeklinde düzeltme olarak ifade edilmiştir.

Bu sorunların yaşanmaması ve giderilmesi için büyük bedene yönelik üretim yapan firmaların hitap ettikleri kitleyi çok iyi tanımaları bunun için de piyasa araştırmasını eksiksiz ve tam olarak yapmaları gerektiği düşünülmektedir. Piyasa araştırması sonuçlarından elde edilen verilerin kullanılması ile üretilen giyside tadilat yaptırılma sorunun büyük ölçüde ortadan kaldırılabilceği düşünülmektedir. Ayrıca uzunluğa ilişkin sorunların yaşanmaması için droplu çalışma sisteminin uygulanabileceği ifade edilebilir.

Örneklem grubun satın aldığı alt giysi grubunda yaşanan pek çok sorun olduğu ve bu sorunlar düzeltilmeden kıyafetin kullanılamadığı anlaşılmaktadır. Büyük beden kullanıcısı genç kızların satın aldıkları alt giysi grubunda vücuda uyumunda karşılaştıkları sorunlar sırası ile,

- Bel genişliği daraltma-genişletme,
- Kalça genişliği daraltma-genişletme,
- Ağ uzunluğu kısaltma-uzatma,
- Diz genişliği daraltma-genişletme,
- Pantolon boyu kısaltma-uzatma

Bu sorunların giderilebilmesi için büyük bedene yönelik üretim yapan firmaların hitap ettikleri kitleyi iyi tanımaları ve onların vücut özelliğine uygun üretim yapması gerektiği, aksi takdirde beklentilerin tam olarak karşılanamayacağı söylenebilir. Eksiksiz bir şekilde yapılan piyasa araştırması sonucunda elde edilen veriler ile hazırlanan kalıplarla yapılacak üretim sonucu pantolonda yaşanan tadilat yaptırma sorununun büyük ölçüde azalacağına inanılmaktadır.

Alt problem 3. Üst giysi türlerinde model özelliğinden dolayı karşılaşılan sorunlar nelerdir?

3.Alt probleme ilişkin bulgular Tablo 9 da verilmiştir.

Tablo 9.Örneklemin Üst Giyside Model Özellikli Sorun Yaşama Durumu

		sayı	%
Üst giyside model Özellikli sorun	Her zaman	59	59,0
	bazen	41	41,0
	toplam	100	100,0
Vücut özelliğine Uygun üst bulma Sorunu	Her zaman	54	54,0
	bazen	40	40,0
	Hiçbir zaman	1	1,0
	toplam	100	100,0
Beğenilenmodelin bedenini bulma Sorunu	Her zaman	48	48,0
	bazen	49	49,0
	Hiçbir zaman	3	3,0
	toplam	100	100,0
Modaya uygun model bulmada sorun	Her zaman	32	32,0
	bazen	57	57,0
	Hiçbir zaman	11	11,0
	toplam	100	100,0

Tablo 9’da örneklemin %59’unun üst giysi grubunda her zaman problem yaşadığı, %41’inin ise bazen problem yaşadığı belirtilmiştir. Bu sonuca göre büyük beden kullanan genç kızların üst giysileri satın alırken model kaynaklı sorunlar yaşadığı ortaya çıkmıştır. Buna göre; büyük beden giysi üreticilerinin, modele karar verme ve tasarım sürecinde, model kaynaklı sorunların yaşanmaması veya en aza indirgenebilmesi için; müşteri kitlesini dikkate alması gerekliliği daha da önemli hale gelmektedir.

Araştırmaya katılanların % 54'ü bu soruyu “her zaman”, % 40'ı “bazen” ve % 6'sı “hiçbir zaman” diye cevaplamıştır. Buna göre, örneklemin çoğunluğu vücut özelliğine uygun üst bulmada çoğu zaman problem yaşamaktadır.

Örneklemin %48'inin beğendiği bir modelin bedenini bulmada her zaman , % 49'unun bazen sıkıntı yaşadığını ve % 3'ünün hiçbir zaman sıkıntı yaşamadığını göstermektedir.

Araştırmaya katılanların % 32'si modaya uygun model bulmada problem yaşama durumuna her zaman cevabını verirken, % 57'si bazen , % 11'i de hiçbir zaman olarak cevaplamıştır.

Tablo 10.Örneklemin Yaş Grubuna Uygun Model Bulamama, Yaka Şeklini Modaya ve Yaşına Uygun Bulmama Durumu

		sayı	%
Yaş grubuna uygun Model bulamama sorunu	Her zaman	15	15,0
	bazen	57	57,0
	Hiçbir zaman	28	28,0
	toplam	100	100,0
Yaka şeklini modaya uygun bulmama sorunu	Her zaman	10	10,0
	bazen	40	40,0
	Hiçbir zaman	50	50,0
	toplam	100	100,0
Yaka şeklini yaşına Uygun bulmama sorunu	Her zaman	12	12,0
	bazen	32	32,0
	Hiçbir zaman	56	56,0
	toplam	100	100,0

Tablo 10’da örneklemin %15’i her zaman, % 57’si bazen yaş grubuna uygun model bulmada sıkıntı çektiğini belirtmiştir. % 28’i de hiçbir zaman problem yaşamadığını belirtmiştir.

Tablo 10, araştırmaya katılanların % 10’unun her zaman, % 40’ının ise bazen yaka şeklinin modaya uygun olmadığını , % 50’sinin ise yaka şeklinin modaya uygun olduğunu göstermektedir.

Örneklemin yaka şekillerini yaşına uygun bulmama durumunu % 12’si her zaman, % 32’si bazen diye cevaplarken, % 56’sı hiçbir zaman olarak cevaplamıştır.

Örneklemin, vücut özelliğine uygun üst bulmada sorunlar yaşandığı anlaşılmaktadır. Bunun temel nedeninin, büyük bedenlerde farklı vücut tiplerinin olması ancak bu vücut tiplerinin büyük beden giysi üreticileri tarafından iyi bilinmemesi olduğu düşünülmektedir. Bu sorunun büyük beden tüketicisi genç kızlar tarafından yaşanmaması için; üretici firmaların büyük beden vücut tiplerine göre model tasarımları, ürünün vücuda uyumunda yaşanan sorunların aşılmasında kolaylık sağlayacaktır.

Büyük beden tüketicilerin beğenilerini sağlayan modellerde, modelin belirli bir bedene kadar çalışması ya da belirli bedenlerin sınırlı sayıda üretilmesinden kaynaklanan sorunlar olduğu görülmektedir. Bu sorunun giderilebilmesi için üretici firmaların yapacakları piyasa araştırması ile beden numarasına göre tahmini ürün adedi belirlemeleri ve üretimlerini bu adede göre yapmalarının büyük beden tüketicisi genç kızların yaşadıkları sorunun ortadan kalkmasında kolaylık sağlayacağına inanılmaktadır.

Büyük bedenli tüketicilerin, modaya uygun kıyafet giyme taleplerinin tam olarak karşılanamadığı sonucuna varılmaktadır. Büyük beden giysi üreticilerin tasarım aşamasında müşterilerinin beklentilerini dikkate alarak koleksiyonlarını modaya uygun modellerden oluşturmalarının müşteri memnuniyeti sağlayacağına inanılmaktadır.

Anket sonuçları, yaş grubuna uygun üst bulmada sıkıntı yaşandığını ortaya koymaktadır. Üretici firmaların koleksiyonlarını oluştururken, hangi yaş grubuna hitap edeceklerini ve o grubun beğenilerini doğru değerlendirmeleri gerekmektedir.

Ankete katılan büyük beden tüketicilerinin yarısının yaka şeklinde sorun yaşadığı görülmektedir. Yaka model özelliği ile ilgili bir konudur. Bu sorunun giderilmesi için model tasarım esnasında üreticilerin modaya uygun yaka modelleri çalışmaları gerektiğine inanılmaktadır. Vücut tipi, boyun ve yüz şeklinin iyi bilinmesi ve doğru irdelenmesi ve buna uygun yaka şekilleri de dikkate alınarak yaka tasarımlarının giysiye uygun olarak yapılmasının müşteri memnuniyetini sağlayacağına inanılmaktadır.

Tablo 9 ve 10'a bakıldığında, büyük beden üst giysi grubunda model özelliğinden kaynaklanan sorunların yaşandığı sonucuna varılmaktadır. Bu da tüketici isteklerinin tam olarak karşılanamadığı şeklinde yorumlanabilir. Değişen yeme içme alışkanlıkları ve hareket azlığı nedeniyle şişmanlık büyük bir hızla artmaktadır. Şişmanlıktaki artışla birlikte şişmanlık yaşı da aşağıya inmiştir. Yapılan araştırmalar, şişmanlığın özellikle genç nüfus arasında yoğunlaşmakta olduğunu ortaya koymaktadır. Şişman nüfusun yaş ortalamasının aşağıya inmesi ile sosyal alışkanlıkları ve toplum içindeki rolleri de değişiklik göstermiştir. Büyük bedenli genç kızlar hem rahat hareket etmek, hem de küçük bedenli hemcinsleri gibi şık olmak istemektedirler. Üretici firmaların bu beklentileri yapacakları tasarımlara yansıtmasının yaşanan sorunları gidermede yararlı olacağı düşünülmektedir.

Alt problem 4. Alt giysi türlerinde model özelliğinden dolayı karşılaşılan sorunlar nelerdir?

4. Alt probleme ilişkin bulgular Tablo 11-12 de verilmiştir.

Tablo 11.Alt Giyside Problem Yaşama, Vücut Özelliğine Uygun Pantolon/ Beğendiği Pantolon Modelinin Bedenini Bulmada ve Modaya Uygun Pantolon Modelini Bulmada Problem Durumu

		Sayı	%
Alt giysi türünde problem	Her zaman	59	59,0
	bazen	40	40,0
	Hiçbir zaman	1	1,0
	toplam	100	100,0
Vücut özelliğine Uygun pantolon bulmada problem	Her zaman	57	57,0
	bazen	42	42,0
	Hiçbir zaman	1	1,0
	toplam	100	100,0
Beğendiği pantolon Modelinin bedeni-Ni bulmada problem	Her zaman	60	60,0
	bazen	39	39,0
	Hiçbir zaman	1	1,0
	toplam	100	100,0
Modaya uygun pantolon modeli Bulmada problem	Her zaman	29	29,0
	bazen	59	59,0
	Hiçbir zaman	12	12,0
	toplam	100	100,0

Tablo 11’de örneklemin % 59’u her zaman ve % 40’ı bazen problem yaşadığını, % 1’i ise problem yaşamadığını belirtmiştir. Bu sonuca göre büyük beden genç kızların pantolon satın alırken model kaynaklı sorunlar yaşadığı anlaşılmaktadır. Büyük beden giysi üreticilerinin, tasarım aşamasında müşteri beklentileri doğrultusunda hareket ederek, müşterilerinin beğenilerine hitap eden modeller üretmeleri gerektiği düşünülmektedir.

Örneklemin %42'si bazen , % 1'i hiç problem yaşamadığını belirtirken, % 57'si vücut özelliğine uygun pantolon bulmada her zaman problem yaşadığını belirtmiştir.

Araştırmaya katılanların % 1'inin hiç problem yaşamadığını, % 39'unun bazen ; ve % 60'ının her zaman beğendiği pantolon modelinin bedenini bulmada problem yaşadığını göstermektedir.

Araştırmaya katılanların % 12'si modaya uygun pantolon bulurken, % 59'u bazen, % 29'u ise hiçbir zaman modaya uygun pantolon modeli bulamadığını belirtmiştir.

Tablo 12. Yaş Grubuna Uygun Modelde Pantolon Bulmada, Piyasadaki Pantolon Paça Genişliklerini Yaş Grubuna Uygun Bulmama ve Piyasada Yaş Grubuna Uygun Renklerde Pantolon Bulmada Problem Durumu

		Sayı	%
Yaş grubuna uygun Modelde pantolon Bulmada problem	Her zaman	17	17,0
	bazen	47	47,0
	Hiçbir zaman	36	36,0
	toplam	100	100,0
	Her zaman	15	15,0
Pantolon paça genişliğini yaş grubuna uygun bulmama durumu	bazen	45	45,0
	Hiçbir zaman	40	40,0
	toplam	100	100,0
	Her zaman	27	27,0
	bazen	51	51,0
Yaş grubuna uygun Renkte pantolon Bulma sorunu	Hiçbir zaman	22	22,0
	Toplam	100	100,0

Tablo 12’de örneklemin % 36’sı yaş grubuna uygun modelde pantolon bulurken, % 47’si bazen ve % 17’si hiçbir zaman yaş grubuna uygun pantolon bulamadığını belirtmiştir.

Örneklemin % 40’ı hiç problem yaşamadığını belirtirken, % 45’i bazen, % 15’i ise her zaman problem yaşadığını belirtmiştir.

Araştırmaya katılanların % 22’sinin hiç problem yaşamadığını, % 51’inin bazen ve % 27’sinin her zaman problem yaşadığını göstermiştir.

Vücut özelliğine uygun pantolon bulmada büyük beden kullanıcılarının sorun yaşadığı görülmektedir. Bu sorunların yaşanmaması için üretici firmaların vücut tiplerine uygun model tasarımları, ürünün vücuda uyumunda yaşanan sorunların aşılmasında kolaylıklar sağlayacaktır. Giysi üreticilerinin özellikle kalıp hazırlama aşamasında büyük beden fiziksel özelliklerine uygun standart kalıplar kullanmasının bu sorunun aşılmasına yardımcı olacağı düşünülmektedir.

Büyük beden tüketicilerin beğenileri sağlayan modellerde modelin belirli bir bedene kadar çalışması ya da belirli bedenlerin sınırlı sayıda üretilmesinden dolayı sorunlar yaşandığı düşünülmektedir. Üretici firmaların yapacakları piyasa araştırması ile beden numarasına göre tahmini ürün adedi belirlemeleri ve üretimlerini bu adetlere göre yapmalarının büyük beden tüketici genç kızların yaşadıkları sorunun ortadan kaldırılmasında kolaylık sağlayacağı şüphesizdir.

Modaya uygun pantolon modeli bulmada, büyük beden giysi tüketicilerinin talepleri tam olarak karşılanamamaktadır. Modayı takip eden, tarzı olan büyük beden tüketicilerin taleplerinin üreticiler tarafından karşılanması için üreticilerin koleksiyonlarda modanın gerisinde kalmamaları gerektiği düşünülmektedir.

Yaş grubuna uygun pantolon bulma konusunda sıkıntı yaşanmakta olduğu anlaşılmaktadır. Günümüzde hem yaşlı hem de genç pek çok büyük beden giysi tüketicisi mevcuttur. Üretici firmaların koleksiyonlarını oluştururken, hangi yaş grubuna hitap edeceklerini ve o grubun beğenilerini doğru değerlendirmesi gerekmektedir. Farklı yaş grupları için farklı koleksiyonların oluşturulması bu konuda çözüm olarak önerilebilir.

Pantolon paça genişliği konusunda büyük beden pantolon tüketicisi genç kızların sorun yaşadıkları görülmüştür. Yaşanan sorun model kaynaklı ve tasarımdan kaynaklanan bir sorun olarak görülmektedir. Pantolon paça genişliğinin model tasarımı aşamasında düzeltilerek müşterilerin beklentilerine göre üretim yapılması sorunları giderebilir.

Örneklemin yaş grubuna uygun renklerde pantolon bulmada sorun yaşadığı görülmektedir. Toplumda yerleşmiş koyu renklerin daha zayıf gösterdiği, bu nedenle büyük bedenliler tarafından tercih edilmeleri gerektiği yolundaki yaygın kanının günümüzde kabul görmediği bir gerçektir. Bu nedenle büyük beden giysi üreticilerinin hitap edecekleri yaş grubu belirlendikten sonra onların tercih edecekleri renkleri dikkate alarak üretim yapmalarının uygun olduğu ifade edilebilir.

Elde edilen bulgulara göre büyük beden tüketicisi genç kızların pantolondaki modele yönelik isteklerinin tam olarak karşılanamadığı sonucu ortaya çıkmaktadır. Yalnızca bedenlerine uygun kıyafet bulabilme ile yetinmek istemeyen büyük bedenli tüketicilerin model kaynaklı sorunlar yaşamaması için doğru renk ve kumaş kullanılarak hazırlanmış şık, modern ve yaş gruplarına uygun tasarımlara ihtiyaç duydukları görülmektedir. Üretici firmaların bu beklentileri yapacakları tasarımlara yansıtmaları yaşanan sorunu gidermede yardımcı olacaktır.

Alt problem 5. Büyük beden giysi bulmada mağazalar yeterli midir?

5.Alt probleme ilişkin bulgular Tablo 13 de verilmiştir.

Tablo 13. Örneklemin Giysiyi Temin Durumu

Giysiyi temin kaynağı	Sayı	%	Toplam
Mağaza	93	93	100
Terzi	45	45	100
Kendi Dikimi	4	4	100
Diğer	16	16	100

Tablo 13’de örneklemin % 93’ü giysileri mağazalardan temin ederken ; bunlardan % 45’i aynı zamanda terziye diktirmektedir.Örneklemin sadece % 4’ü giysiyi kendi dikmekte, % 16’sı da diğer yollardan temin etmektedir.

Elde edilen bulgulara göre büyük beden giysi tüketicisi genç kızlar giysilerini çoğunlukla mağazalardan temin etmektedir. Ancak bu; onların büyük beden üst ve alt giysi türlerinde tadilat yaptırmak gibi pek çok sorunla karşı karşıya kalmalarını engelleyememektedir. Aradığı model özelliklerini piyasalarda bulamayan büyük beden giysi tüketicisi için terziler alternatif bir çözüm olmaktadır.Büyük beden giysi tüketicisi genç kızlar giysilerini kendileri dikmemektedir.Diğer yollarla temin edenler de azınlıktadır.

Mağazalar tüketicilere şık ve kullanışlı onlarca model, renk, desen ve kumaş alternatifi sunmuştur. Üretici firmaların dikkat etmesi gereken en önemli konu, giderek büyüyen “obez bir toplum” için daha fazla dikkat ve önem sarfetmeleridir. Ankete katılan büyük beden tüketicilerinin neredeyse hepsi giysi temininde mağazaları tercih ederken, üreticilerin müşterilerinin beğenisi ve düşüncelerini görmezden gelmesi; firmaların bu konuda eksikliğini ve piyasa araştırmasını tam

olarak yapmadıklarını, müşterileri hakkında yeterli bilgiye sahip olmadıklarını göstermektedir. Üretici firmaların müşterilerin beklentilerini yapacakları tasarımlara yansıtmaları yaşanan sorunu gidermede yardımcı olacaktır.

BÖLÜM V

SONUÇ VE ÖNERİLER

Genç büyük bedenlerin giysi tercihlerinde tasarımdan beklentilerine ilişkin görüşlerinin incelenmesi isimli araştırmada büyük bedende karşılaşılan model ve kalıp kaynaklı sorunlar belirlenmeye çalışılmıştır. Bu bölümde araştırmada elde edilen bilgiler doğrultusunda varılan sonuçlar ve öneriler ele alınmıştır.

SONUÇ

Büyük beden giysilerde karşılaşılan model ve kalıp kaynaklı sorunların belirlenmesi için yapılan araştırmada, Dünya Sağlık Örgütü verilerine göre “genç” kabul edilen 15-20 yaş arası 100 genç kızdan, araştırmada veri toplama aracı olarak hazırlanan anket sorularını cevaplamaları istenmiştir.

Araştırma bulgularına göre şu sonuçlara varılmıştır. Büyük beden giysilerde model kaynaklı sorunlar yaşanmaktadır.

- Araştırmanın örneklem grubunu oluşturan genç kızların çoğunluğunu hafif şişman (BKİ 25- 29.9) ve 1.derece şişman (BKİ 30-34) grup oluşturmaktadır.
- Araştırmaya katılan genç kızların % 95'inin beden ve kalça oranları aynı ölçüde geniştir.
- Araştırmaya katılan genç kızlar hem üst hem de alt grup giysilerde çoğunlukla tadilat yaptırmaktadırlar.
- Araştırmaya katılan büyük bedenli genç kızlar üst giysi gruplarında çoğunlukla model kaynaklı problem yaşamaktadır.
- Araştırmaya katılan büyük bedenli genç kızlar alt giysi grubunda çoğunlukla problem yaşamaktadırlar.

- Büyük beden üst giysilerde çoğunlukla beden genişliğinin dar gelmesi ile ilgili problem yaşamaktadırlar.
- Araştırmaya katılan genç kızlar bel çevresinin dar gelmesi, az da olsa bol gelmesi ile ilgili problem yaşamaktadırlar.
- Büyük beden üst giysilerde kalça ölçüsünde dar gelme problemi yaşamaktadırlar.
- Örneklem grup, kol genişliğinde darlık-genişlik; kol boyunda uzunluk-kısalıktan kaynaklanan problemler yaşamaktadır.
- Araştırmaya katılanlar, yakanın duruşu nedeniyle problemler yaşamaktadır.
- Büyük beden üst giysilerde bel genişliğinde daraltma-genişletme problemi yaşamaktadırlar.
- Büyük beden alt giysi gruplarında bel ve kalça ölçülerinde darlık ve bolluk ile ilgili problem yaşamaktadırlar.
- Örneklem grup, pantolonlarda ağ kısmında uzatma-kısaltma problemi yaşamaktadırlar.
- Araştırmaya katılanların % 60 ı, pantolon diz genişliğinde problem yaşadığını belirtmektedir.
- Büyük beden pantolonda boy uzatma ve kısaltma problemi yaşamaktadırlar.

Sonuçlar incelendiğinde büyük beden tüketicisi olan genç kızların alt ve üst giysi gruplarında model ve kalıp kaynaklı problemler yaşadığı görülmektedir. Bu problemlerin ana nedeninin büyük beden vücut tiplerinin iyi bilinmemesidir. Şişmanlık hızla gelişmekte olan dünyanın sunduğu kolaylıkların ve değişen beslenme alışkanlıklarının sonucunda oluşan bir problemdir. Bu problemin hızlı artışı, şişman bireylere yönelik üretimin artmasına sebep olmuştur. Yaşantımızda çok önemli bir yere sahip olan giyim piyasası da, obezlerin en önemli ihtiyacıdır.

Daha önceleri giyim sektöründen sadece bedenlerine uygun giysi bulmak olarak düşünülen büyük bedenli bireyler, şimdi modern, şık, moda ve yaş grubuna uygun, rahat kıyafetler giymek taraftarıdır. Bu beklentileri karşılamakla yükümlü büyük

beden giysi üreticileri maalesef bu ihtiyacı yeterince karşılayamamaktadır. Hem model hem de kalıp anlamında kıyafetlerinde sıkıntı yaşayan büyük beden giysi üreticilerin, her şeyden önce hitap ettikleri gruba, beklentilerini çok iyi bilmeleri onları iyi tanımaları gerekmektedir. Müşteri memnuniyetinin sağlanması ve rahat kıyafet isteklerinin karşılanabilmesinin ancak bu biçimde sağlanabileceği düşünülmektedir.

ÖNERİLER

- 1- Büyük beden giysi üretimi yapan firmaların iyi bir piyasa araştırması yaparak müşteri kitlesini iyi tanıması ve büyük beden müşterilerinin istek ve ihtiyaçlarını saptayarak bunlar doğrultusunda model tasarımı ve üretimi yapması,
- 2- Büyük beden standart ölçü tablosunun; büyük beden tüketicilerinin vücut tiplerinin ve özelliklerinin ergonomik yöntemlerle incelenmesiyle oluşturulması; böylece kalıp kaynaklı sorunların giderilebilmesi,
- 3- Giysi ve vücut arasındaki uyumsuzlukların mümkün olduğunca azaltılması ve büyük beden tüketicilerin en ve boydan kaynaklanan problemlerinin çözümlenebilmesi için drop sistemine göre üretim yapılması.

KAYNAKLAR

ANONİM 1997 Obesity, Preventing and Managing The Global Epidemic.Report of a WHO Concultation on Obesity ,Geneva

AYDIN, Semiha 1989 Türk Kadınının Beden Ölçüleri. Yayınlanmamış Doçentlik Tezi, GÜMEF

AYDIN , Semiha 1996 Türk Kız Çocuk Beden Ölçüleri (2-17 yaş) Uluslar arası Tekstil Konferansı, Uludağ Üniversitesi, Bursa

AYDIN, Semiha ve diğerleri, “Çağdaş Giysi Tasarımında Öge ve Prensipler”I. Türkiye Hazır Giyim ve Konfeksiyon Kongresi, s.267

BARUT, Koray 1999 Yeni Ürünün Tasarım Süreci ve Elektronik Sektöründe Uygulaması , Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.

BAYSAL , A., N. BOZKURT, G. PEKCAN , T. BESLER, ve ark. 1999 Diyet El Kitabı, Beden Ağırlığının Denetimi. Hatiboğlu Yayınevi, Ankara.

BAYRAKTAR F., G.ERENLER ÇAKAR, S.KİŞİOĞLU 2003 Temel Tasarım Bilgisi Yapa Yayıncılık, Ankara

ÇETİNKAYA, Kerim 2000 Toplam Tasarım, Gazi Kitabevi, Ankara.

DENEL, Bilgi 1970 Tasarım Üzerine Bir Deneme, Yükselen Matbaacılık Limited Şirketi, İstanbul.

DETERİNG, Ute 2003 Dünya Şişmanlarken, Hedef, Nisan, Yıl:3, Sayı 112, İSTANBUL, s.26.

DETERİNG, Ute 2003 **Büyük Beden Bayan, Etek, Pantolon, Bluz, Elbise İçin Ana Kalıp Çıkarma Serileme ve Model Üzerinde Problemleri Çözme** İTKİB Seminer Notları , 12-14 Mart, İSTANBUL, sf-5.

EİCHER, J., B. EVENSON, S. L. LUTZ, A. HAZEL 2000 **The Visible Self**, University Of Minnesota, Fairchild Publication , NEWYORK.

ERİM, Gonca 1994 **Temel Tasarım İçerisinde Yaratıcılığın Önemi**, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Uludağ Üniversitesi, Bursa.

İNCİR , Gülten 1980.”Ergonomi”, M.P.M. Yayınları, Yayın No:293, Ankara

KAİSER, Susan-B.1999 **The Social Psychology Of Clothing**, University Of California, Fairchild Publication, NEWYORK,

MEB 1994 **Kalıp Bilgisi**, Rüştü Uzel Anadolu Hazır Giyim-Deri Meslek Lisesi, Türk Alman Teknik İşbirliği Projesi, Kalıp Bilgisi. T.C., Milli Eğitim Bakanlığı, Kız Teknik Öğretim Genel Müdürlüğü, İstanbul

METE, Fatma 2001 **“Doğrudan Vücut Ölçülerine Dayalı, Vücuda Tam Oturan Yeni Bir Bayan Üst Beden Temel Kalıp Hazırlama Tekniğinin Geliştirilmesi”**, DEÜ. Mühendislik Fakültesi Fen ve Mühendislik Dergisi Cilt:3 Sayı:2.

M.E.G.S.B:Resim-II Moda Resmi ve Giyim Tarihi, s.133

MPM 1999 **Verimliliği Arttırıcı Yaklaşım ve Teknikler Dizisi**, Ergonomi MPM Yayınları, s.10-20

ÖZTÜRK, Nazmiye 2001 **Tasarım Sürecinde Yaratıcılık Yöntemlerine Kuramsal Bir Yaklaşım**, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.

RAZON, Norma 1990 **Yaratıcılığı Geliştirici Oyunla Eğitim**, Çağdaş Eğitim, CemYayınevi, İstanbul.

ROUQUETTE, Michel-Louis 1994 **Yaratıcılık**, İkinci Basım, Çev: Işın Gürbüz, İletişim Yayınları, İstanbul.

SAN, İnci 1985 **Sanat ve Eğitim**, İkinci Basım, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Yayınları, No : 151 , Ankara.

ŞATIR, Seçil 1997 **Endüstri Ürünleri Tasarımında Özgünlük ve Bir Yöntem Önerisi**, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Mimar Sinan Üniversitesi, İstanbul.

ŞENER, F. , N. KUTLU 2002 **Küçük ve Orta Ölçekli Hazır Giyim İşletmelerde Tasarım Sürecim Yönelik Bir Araştırma**, Tekstil & Konfeksiyon, (Aralık, 2002), s.82

TUGUCHİ, Elsayed, Hsiang 1989 **Quality Engineering in Production Systems**, MC GROW-HILL

ZENGİNGÖNÜL, N., F. ŞENER, M. BAYSAL 1994 **Giysi Seçimini Etkileyen Faktörler**, Tekstil ve Konfeksiyon, (Man 1996) ,s.220.

[http:// www.ytuk.vk.org.tr](http://www.ytuk.vk.org.tr).

<http://ali-oral.balikesir.edu.tr/ergonomi/ergon04.htm>

<http://www.anatomidernegi.org.tr><http://www.0bezitecerrahisi.com/0be2ite.html>.

<http://www.mcatürk.com/obezite-birim.html>.

<http://www.angelfire.com/mac/bilimteknoloji/genelsaglikhtml>.

<http://www.tdk.gov.tr>

<http://www.obezitecerrahisi.com/obezite.html>

<http://www.turkobesitysurgery.com>

EKLER

EK 1

ANKET

Bu araştırma 15-20 yaş arası genç kızlarımızın giyim problemlerini belirlemek amacıyla yapılmıştır. Anketimize katkıda bulunduğunuz için teşekkür ederim.

Aşağıdaki anket sorularından size uygun seçenek veya seçenekleri işaretleyiniz.

1. Yaşınız:

☐ 15 ☐ 16 ☐ 17 ☐ 18 ☐ 19 ☐ 20

2. Kilonuz:

☐ 44-54 kg ☐ 55-64 kg ☐ 65 kg ve üstü

3. Boyunuz:

☐ 144-154 cm ☐ 155-164 cm ☐ 165 cm ve üstü

4. Aylık giysi harcamanız ortalama ne kadardır?.....

5. Giysilerinizi nerelerden temin ediyorsunuz?

☐ Mağazalardan

☐ Terzilere diktirerek

☐ Kendim dikiyorum

☐ Diğer

6. Vücuda uyumsuzluk problemi sizce en çok hangi giysi türlerinde karşılaşıyor?(Birden fazla işaretleyebilirsiniz)

☐ Etek

☐ Pantolon

☐ Gömlek

☐ Elbise

☐ Tişört

() Diğer.....

7. Satın alınan üründe tadilat yaptırıyor mu?

() Her zaman () Bazen () Hiçbir zaman

8. Eğer tadilat yapılıyorsa bu bölümler nelerdir?

Üst giysilerde	Uzatma	Kısaltma	Daraltma	Genişletme
Beden genişliği				
Beden boyu				
Kol genişliği				
Kol boyu				
Yaka şeklinde düzeltme				

Alt giysiler	Uzatma	Kısaltma	Daraltma	Genişletme
Bel genişliği				
Kalça genişliği				
Ağ uzunluğu				
Diz genişliği				
Pantolon boyu				

9. Üst giysi türünde (bluz-tişört-ceket) bir ürün satın alırken herhangi bir sorunla karşılaşıyor musunuz?

() Her zaman () Bazen () Hiçbir zaman

10. Eğer karşılaşıyorsanız sorunları ve görülme sıklıklarını işaretleyin:

Sorunlar	Seçenekler	Her zaman	Bazen	Hiçbir zaman
Vücut özelliğİne uygun üst bulmada sıkıntı çekiyorum				
Beğendiğim bir modelin bedenini bulmada sıkıntı çekiyorum				
Modaya uygun model bulmada sıkıntı çekiyorum				
Yaş grubuma uygun üst bulmada sıkıntı çekiyorum				
Yaka şekilleri modaya uygun değil				
Yaka şekilleri yaşİma uygun değil				

11. Alt giysi türünde bir ürün alırken herhangi bir sorunla karşılaşıyor musunuz?

() Her zaman () Bazen () Hiçbir zaman

12. Eğer karşılaşıyorsanız yaşadığınız sorunları ve görülme sıklıklarını işaretleyin:

Sorunlar	Seçenekler	Her zaman	Bazen	Hiçbir zaman
Vücut özelliğİme uygun pantolon bulmada sıkıntı çekiyorum				
Beğendiğim pantolon modelinin bedenini bulmada ve boy alternatifinde sıkıntı çekiyorum				
Modaya uygun pantolon modeli bulmada sıkıntı çekiyorum				
Yaş grubuma uygun modelde pantolon bulmada sıkıntı çekiyorum				
Piyasadaki pantolon paa genişlikleri yaş grubuma uygun değil				
Piyasada yaş grubuma uygun renklerde pantolon bulmada sıkıntı çekiyorum				

