T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ
TEKSTİL ANASANAT DALI

KADIN GİYİMİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİR YAKLAŞIMLAR: TÜRKİYE VE İNGİLTERE ÖRNEĞİ

Yüksek Lisans Tezi

EBRU GÜLTEKİN

İstanbul, 2026

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ
TEKSTİL ANASANAT DALI

KADIN GİYİMİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİR YAKLAŞIMLAR: TÜRKİYE VE İNGİLTERE ÖRNEĞİ

Yüksek Lisans Tezi

EBRU GÜLTEKİN

Danışman: Doç. Dr. HAKAN ÇİLOĞLU

İstanbul, 2026

GENEL BİLGİLER

İsim ve Soyadı : Ebru Gültekin

Anasanat Dalı : Tekstil

Tez Danışmanı : Doç. Dr. Hakan Çiloğlu

Tez türü ve Tarihi : Yüksek Lisans - Şubat 2026

Anahtar Kelimeler : Sürdürülebilir Moda, Hızlı Moda, Yavaş Moda, Tekstil Atıkları, Yeşil Yıkama

ÖZET

KADIN GİYİMİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİR YAKLAŞIMLAR: TÜRKİYE VE İNGİLTERE ÖRNEĞİ

Bu çalışma, kadın giyiminde sürdürülebilirlik uygulamalarını Türkiye ve İngiltere bağlamında karşılaştırmalı olarak incelemektedir. Günümüzde moda endüstrisinin en büyük sorunlarından biri olan hızlı moda modelinin yarattığı çevresel, sosyal ve ekonomik problemler, sürdürülebilir alternatiflerin geliştirilmesini zorunlu kılmaktadır. Araştırma, iki ülkenin moda sektörlerindeki farklı konumlanmalarından yola çıkarak tasarım, üretim, tüketim ve kullanım sonrası aşamalarında sürdürülebilirlik yaklaşımlarının nasıl uygulandığını ve bu uygulamaların ardındaki politika, kültür ve pazar dinamiklerini analiz etmeyi amaçlamaktadır.

Araştırmada, ikincil kaynaklara dayalı doküman analizi yönteminin kullanıldığı karşılaştırmalı vaka analizi modeli benimsenmiştir. Uluslararası kuruluşların raporları, hükümet belgeleri, sektörel yayınlar, akademik makaleler ve sivil toplum kuruluşu verileri içerik analizi yoluyla tematik olarak incelenmiştir. Bulgular Türkiye'nin sürdürülebilirlik alanındaki gücünün büyük ölçüde üretim odaklı olduğunu, organik pamuk üretimi, esnek üretim kabiliyeti ve yeşil teknolojilere yatırım yapan öncü firmalarıyla öne çıktığını göstermektedir. İngiltere'nin ise tüketim odaklı bir

yaklaşımla, ikinci el kullanımı, ürün kiralama ve onarım gibi döngüsel iş modelleri, güçlü yasal düzenlemeler ve yüksek tüketici farkındalığı alanlarında daha ileri bir seviyede olduğu tespit edilmiştir. Bu iki ülkenin yaklaşımlarının, birbirini tamamlayıcı nitelikte olduğu sonucuna varılmıştır.

Çalışma, her iki ülkenin güçlü yönlerini birleştirecek stratejik işbirlikleri ve politika önerileri sunarak, sürdürülebilir moda literatürüne karşılaştırmalı bir perspektif kazandırmaktadır. Öneriler arasında Türkiye için iç pazar standartlarının yükseltilmesi ve döngüsel ekonomi altyapısının güçlendirilmesi, İngiltere için ise ithal ürünlerde izlenebilirliğin zorunlu hale getirilmesi ve tüketimi azaltmaya yönelik politikaların benimsenmesi yer almaktadır.

GENERAL KNOWLEDGE

Name and Surname : Ebru Gültekin

Field : Textile

Supervisor : Assoc. Prof. Hakan Çiloğlu

Degree Awarded and Date : Master – February 2026

Keywords : Sustainability Fashion, Fast Fashion, Slow Fashion, Textile Waste, Greenwashing

ABSTRACT

SUSTAINABLE APPROACHES IN WOMEN'S CLOTHING: THE CASE OF TURKEY AND THE UNITED KINGDOM

This study provides a comparative analysis of sustainability practices in women's clothing within the contexts of Turkey and the United Kingdom. The environmental, social, and economic problems created by the fast fashion model, one of the biggest challenges in the contemporary fashion industry, necessitate the development of sustainable alternatives. Drawing upon the different positionings of these two countries in the fashion sector, the research aims to analyze how sustainability approaches are implemented in the stages of design, production, consumption, and post-use, as well as the policy, cultural, and market dynamics behind these practices.

A comparative case study model, utilizing document analysis based on secondary sources, was adopted for the research. Reports from international organizations, government documents, industry publications, academic articles, and civil society data were thematically examined through content analysis. The findings indicate that Turkey's strength in sustainability is predominantly production-oriented, distinguished by its organic cotton production, flexible manufacturing capabilities, and pioneering firms investing in green technologies. In contrast, the United Kingdom

demonstrates a more advanced, consumption-oriented approach, characterized by well-established circular business models such as second hand, rental, and repair, alongside robust legal frameworks and high consumer awareness. It is concluded that the approaches of the two countries are complementary in nature.

The study contributes a comparative perspective to the sustainable fashion literature by offering strategic collaborations and policy recommendations that combine the strengths of both countries. Proposals include raising domestic market standards and strengthening the circular economy infrastructure for Turkey, while for the United Kingdom, recommendations focus on mandating traceability for imported goods and adopting policies aimed at reducing consumption.

ÖNSÖZ

Moda endüstrisi, bir yandan yaratıcılığın ve kendini ifade etmenin güçlü platformlarından biriyken, diğer yandan gezegenimiz ve toplumumuz üzerinde derin izler bırakan karmaşık bir gerçekliğe sahiptir. Çalışmanın çıkış noktası, bir moda tutkunu olarak bu ikilemle kişisel olarak yüzleşmem oldu. Vitrinlerin ışıltısı ile tedarik zincirlerinin perde arkası arasındaki çelişki, beni sadece sorunları tespit etmenin ötesinde, çözüme giden yolları aramaya itti. Sürdürülebilirlik kavramının küresel ölçekli endüstriyi nasıl dönüştürebileceğini anlama arzusu, bu uzun akademik yolculuğun en temel motivasyon kaynağı oldu.

Kadın Giyiminde Sürdürülebilir Yaklaşımlar: Türkiye ve İngiltere Örneği başlıklı araştırma konusunu seçerken amacım, birbirine zıt gibi görünen fakat aslında aynı küresel sistemin parçası olan iki farklı modeli, üretici gücü ile tüketim merkezini bir araya getirerek bir resim ortaya koymaktı. Bu süreçte, sürdürülebilirliğin sadece teknik bir mesele olmadığını, aynı zamanda derin kültürel işaretler, politik kararlar ve toplumsal alışkanlıklarla şekillenen bir algı değişimi olduğunu daha iyi anladım. Çalışmanın her satırı, bu karmaşık yapıyı anlama ve anlatma çabamın bir ürünüdür.

Bu akademik yolculukta, derin bilgisi ve yapıcı eleştirileriyle ufkumu açan, değerli danışmanım Doç. Dr. Hakan ÇİLOĞLU'na en içten teşekkürlerimi sunarım. Kendisinin rehberliği, bu kapsamlı konuyu akademik bir çerçeveye oturtmamda ve argümanlarımı sağlam bir temele dayandırmamda önemli bir rol oynamıştır.

Uzun ve yoğun süreç boyunca sabırları, anlayışları ve koşulsuz destekleriyle her zaman yanımda olan sevgili aileme minnettarım. Onların varlığı, en zorlandığım anlarda dahi devam etme gücünü bulmamı sağladı.

Bu çalışmanın, tekstil ve moda sektöründe çevresel sorumluluk ilkelerine ilişkin farkındalık gelişimi ve sürdürülebilirliğine katkı sağlayacağı umut ederim.

Ebru GÜLTEKİN İstanbul, 2026

İÇİNDEKİLER

Sayfa No.

ÖZET ..... **i**
ABSTRACT ..... **iii**
ÖNSÖZ ..... **v**
İÇİNDEKİLER ..... **vi**
RESİM LİSTESİ ..... **viii**
ŞEKİL LİSTESİ ..... **ix**
KISALTMALAR ..... **x**

1. GİRİŞ **1**

1.1. Araştırmanın Problemi ve Önemi 2
1.2. Araştırmanın Amacı ve Hedefleri 2
1.3. Araştırma Soruları 3
1.4. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırları 4
1.5. Araştırmanın Yöntemi 6

2. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE MODA ENDÜSTRİSİNDEKİ TEMEL YAKLAŞIMLAR **8**

2.1. Doğrusal Ekonomi ve Hızlı Moda Modeli 10
2.1.1. Çevresel Etkiler 12
2.1.2. Sosyal ve Ekonomik Etkiler 18
2.2. Sürdürülebilir Moda Yaklaşımı 20
2.3. Yavaş Moda 23
2.4. Döngüsel Ekonomi Yaklaşımı 24
2.4.1. Sürdürülebilirliğin "R" Sıralaması 25
2.4.2. İleri Dönüşüm ve Geri Dönüşümün Kavramsal Farklılıkları 30
2.5. Yeşil Yıkama ve Şeffaflık Sorunu 31
2.6. Küresel Politikalar ve Sektörel İş Birlikleri 32

3. SÜRDÜRÜLEBİLİR MODA YAKLAŞIMLARI: TÜRKİYE ÖRNEĞİ **36**

3.1. Türkiye Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Küresel Değer Zincirindeki Yeri 36
3.2. Türkiye'de Sürdürülebilir Üretim Potansiyeli ve Uygulamaları 38
3.3. Politik ve Kurumsal Çerçeve 39
3.4. Tüketici Davranışları ve Farkındalık Düzeyi 40
3.5. Türkiye Özelindeki Zorluklar ve Fırsatlar 43

4. SÜRDÜRÜLEBİLİR MODA YAKLAŞIMLARI: İNGİLTERE ÖRNEĞİ **46**

4.1. İngiltere Moda Pazarının Yapısı 47

4.2. Modada Sürdürülebilir Tüketim ve Döngüsel Modeller 49
4.2.1. Yardım Amaçlı İkinci El Mağazaları Ekosistemi 49
4.2.2. Dönem Butikleri ve Dijital Platformlarla Tarzın Dönüşümü 50
4.2.3. Kiralama, Onarım ve Abonelik Modelleri 53
4.2.4. Büyük Markaların Döngüsel Adımları 53
4.3. Politik ve Yasal Düzenlemelerde Değişimi Hızlandıran Etkenler 54
4.4. Tüketici Farkındalığı ve Sivil Toplum Aktivizmi 57
4.5. İngiltere Özelindeki Zorluklar ve Fırsatlar 59

5. SONUÇ 61

KAYNAKÇA 64

RESİM LİSTESİ

Sayfa No.

Resim 1: Aral Gölü Uydu Görüntüleri, Kazakistan 13
Resim 2: İngiltere Kıyı Şeridi Boyunca Sürüklenen Sentetik Parçalar 14
Resim 3: Şili, Atacama Çölü'ndeki Giysi Atıkları 16
Resim 4: Mikroplastiklerle Kirlenmiş Deniz Suyu 17
Resim 5: Rana Plaza Faciası 19
Resim 6: Onar, Tamir Et, Yeniden Kullan 27
Resim 7: Japonların Geleneksel Onarım Tekniği; Boro 28
Resim 8: İleri Dönüştürülmüş Bir Bluz 29
Resim 9: Geri Dönüşüm Aşaması İçin Toplanan Atıklar 29
Resim 10: Recover Tarafından Üretilmiş Bir Ürünün Açıklayıcı Etiketi 32
Resim 11: Tekstil Geri Dönüşüm Merkezi 35
Resim 12: Feriköy İkinci El Pazarı 41
Resim 13: Raeburn Defilesinden Bir Fotoğraf 47
Resim 14: The Vintage Showroom, Covent Garden 51
Resim 15: Rokit, Covent Garden 51
Resim 16: House of Vintage, Brick Lane 52
Resim 17: Boutique by Shelter, Barnes 52
Resim 18: Beyond Retro, Stoke Newington 52
Resim 19: Wrap 2030'dan; Tekstil Atıklarının Çöplüklere Gitmesi Engellendi 56
Resim 20: Kıyafetlerimi Kim Yaptı? 57
Resim 21: Kıyafetlerini Ben Yaptım 58
Resim 22: Sürdürülebilirlik ve İklim Değişikliği Tüketici Hareketleri 58

ŞEKİL LİSTESİ

Sayfa No.

Şekil 1: Kelebek Şeması 8
Şekil 2: Mevcut (Geri Dönüşüm) Ekonomisi 11
Şekil 3: Doğrusal (Lineer) Ekonomi 11
Şekil 4: Hızlı Modanın Etkileri İnfografiği 12
Şekil 5: Üçlü Kar Hanesi 21
Şekil 6: Döngüsel Ekonomi 24
Şekil 7: Sürdürülebilirliğin "R" Sıralaması (Ters Piramit) 26
Şekil 8: Sürdürülebilir Moda Ekosistemi Paydaş İnfografiği 33
Şekil 9: Hazır Giyim İhracat İnfografiği 37
Şekil 10: Dolap Uygulaması 42
Şekil 11: Birleşik Krallık'ta Döngüsel Moda Modellerinin Tarihsel Gelişimi 46
Şekil 12: Kadın Giyiminde Hızlı Moda Tüketici Anketleri 48
Şekil 13: Londra'daki İkinci El Mağazalarının Mekansal Yoğunluğu 50
Şekil 14: WRAP Textiles 2030 Girişiminin Hedef ve Paydaşlarını Gösteren Şema 56
Şekil 15: Sürdürülebilir Kapalı Döngü Çözümleri Üreten Bir Firmanın Wrap ile İş Birliği 57

KISALTMALAR

AB	Avrupa Birliği
BCI	Better Cotton Initiative (Daha İyi Pamuk Girişimi)
BM	Birleşmiş Milletler
CMA	Competition and Markets Authority (Rekabet ve Piyasalar Otoritesi)
EPR	Extended Producer Responsibility (Genişletilmiş Üretici Sorumluluğu)
ESG	Environmental, Social, and Governance (Çevresel, Sosyal ve Yönetişim)
GFA	Global Fashion Agenda (Küresel Moda Gündemi)
GOTS	Global Organic Textile Standard (Küresel Organik Tekstil Standardı)
ILO	International Labour Organization (Uluslararası Çalışma Örgütü)
kg	Kilogram
KGK	Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu
KOBİ	Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
KOSGEB	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
mm	Milimetre
M&S	Marks & Spencer
PET	Poli Etilen Tereftalat
SDGs	Sustainable Development Goals (Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları)
STK	Sivil Toplum Kuruluşu
TİM	Türkiye İhracatçılar Meclisi
TRAID	Textile Recycling for Aid and International Development (Yardım ve Uluslararası Kalkınma Amaçlı Tekstil Geri Dönüşümü)
TSRS	Türkiye Sürdürülebilirlik Raporlama Standartları
UNEP	United Nations Environment Programme (Birleşmiş Milletler Çevre Programı)
UNFCCC	United Nations Framework Convention on Climate Change (Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi)

1. GİRİŞ

Sürdürülebilirlik kavramı ilk olarak 1987 yılında Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu tarafından hazırlanan Brundtland Raporu'nda; bugünün ihtiyaçlarını, gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılama yeteneğinden ödün vermeden karşılamak şeklinde tanımlanmıştır. Bu tanım, temelinde çevresel, sosyal ve ekonomik sistemler arasında bir denge ve uyum arayışını barındırır. Çevresel sürdürülebilirlik; gezegenin ekolojik sistemlerinin bütünlüğünü ve direncini korumayı, sosyal sürdürülebilirlik; evrensel insan haklarına ve temel yaşam standartlarına erişimde eşitliği sağlamayı, ekonomik sürdürülebilirlik ise kaynakları verimli kullanarak uzun vadeli ekonomik rahatlığı hedeflemeyi içerir (UCLA Sustainability, t.y.). Başlangıçta daha çok çevre odaklı anlaşılan bu kavram, zamanla insan faktörünü ve ekonomik devamlılığı da içine alan kapsayıcı bir çerçeveye dönüşmüştür. Günümüzde sürdürülebilirlik, yalnızca bir çevre koruma çabası olmayıp, aynı zamanda daha eşit, güçlü ve yaşanabilir bir gelecek inşa etme bakış açısıdır. Bu bakış açısının en çok test edildiği alanlardan biri, şüphesiz küresel moda endüstrisidir. Estetik, kültürel ve ekonomik gücüyle milyarlarca insanın hayatına dokunan moda sektörü, son yirmi yılda hızlı moda (fast – fashion) olarak adlandırılan bir iş modelinin baskınlığı altına girmiştir. Bu model, sürekli değişen trendleri takip ederek, düşük maliyetli ve kısa ömürlü ürünleri büyük hacimlerde piyasaya sürmekte ve aşırı tüketim döngüsünü beslemektedir (Joy ve diğerleri, 2012). Geleneksel olarak ilkbahar / yaz ve sonbahar / kış olmak üzere iki sezondan oluşan moda takvimi, yerini haftalık hatta günlük olarak yenilenen mini sezonlara indirgemiştir. Düşük fiyatlar ve sürekli yenilenen ürün çeşitliliği, tüketicileri daha fazla ve daha sık satın almaya teşvik ederek, al – kullan – at kültürü yaratmıştır. Ancak bu hız ve erişilebilirlik, gezegenin ve insanların ödediği ağır bedeller oluşturmaktadır.

Moda endüstrisi günümüzde küresel karbon emisyonlarının %10'una varan bir orandan sorumlu tutulmakta, dünya genelindeki endüstriyel su kirliliğinin %20'sini tek başına oluşturmakta ve her saniye ortalama bir kamyon dolusu tekstil ürününün tekstil atığına dönüşmesine neden olmaktadır (Ellen MacArthur Foundation, 2017; UNEP, 2018). Bu çevresel hasarın yanı sıra, tedarik zincirlerinin şeffaflıktan uzak alt katmanlarında milyonlarca işçi; iş, güvenliği zayıf çalışma koşulları, dengeli olmayan

ücretler ve baskıcı yöntemlerle karşılaşmaktadır (Clean Clothes Campaign, 2020). Bu yıkıcı tablo, moda endüstrisinin mevcut al – üret – at modelinin sürdürülemezliğini açıkça ortaya koymakta ve sektörü köklü bir dönüşüme zorlamaktadır.

1.1. Araştırmanın Problemi ve Önemi

Araştırmanın temel problemi, hızlı moda modelinin yarattığı çok boyutlu krize karşı geliştirilen sürdürülebilir moda yaklaşımlarının; farklı endüstriyel, politik ve kültürel bağlamlara sahip iki ülke olan Türkiye ve İngiltere'de nasıl şekillendiği, hangi etkenlerle beslendiği ve hangi zorluklarla karşılaştığıdır. Birleşik Krallık, dünyanın en büyük moda pazarlarından ve tüketim merkezlerinden biri olarak, sorunun tüketim ve atık boyutlarıyla yüzleşirken, Türkiye Avrupa'nın en büyük tekstil üreticilerinden biri olarak, sorunun üretim ve tedarik zinciri boyutlarıyla mücadele etmektedir. Bu iki ülke küresel tekstil katma değer zincirinin farklı, birbirine sıkı sıkıya bağlı iki halkasını temsil etmektedir.

Bu çalışmanın temel katkısı, sürdürülebilirlik sorununa yerel ve bölgesel koşullara göre değişen, birbirini tamamlayan farklı yaklaşımların bütüncül bir şekilde ele alınması gerektiğini göstermektedir. İngiltere'nin tüketici farkındalığı, politika geliştirme ve ikinci el kullanım, kiralama, onarım gibi döngüsel iş modelleri konusundaki deneyimi ile Türkiye'nin üretim kapasitesi, sürdürülebilir hammadde potansiyeli ve esnek üretim kabiliyetleri bir araya geldiğinde, sürdürülebilir bir tekstil ekosistemi için güçlü bir işbirliği yaratma potansiyeli taşımaktadır. İki vakanın karşılaştırmalı analizi, her bir ülkenin kendi sürdürülebilirlik yol haritasını iyileştirmesi için öğrenme alanları sunarak, küresel moda endüstrisindeki diğer markalar için değerli bir model teşkil edecektir.

1.2. Araştırmanın Amacı ve Hedefleri

Bu çalışmanın temel amacı, kadın giyiminde sürdürülebilirlik uygulamalarının, tasarım, hammadde, üretim, tüketim, kullanım sonrası gibi değer zinciri boyunca nasıl konumlandığını ve Türkiye ile İngiltere bağlamlarında karşılaştırmalı olarak analiz etmektir. Araştırmada bu iki ülkedeki sürdürülebilir moda yaklaşımlarının hangi politika, piyasa ve tüketici davranışları tarafından desteklendiğini, hangi göstergelerle

ölçüldüğünü ve hangi engellerle sınırlandığını, kurumsal ve kültürel etkenlerle nasıl şekillendiğini açıklamak hedeflenmiştir. Bu genel amaç doğrultusunda araştırmanın hedefleri: Hızlı moda modelinin ve doğrusal ekonomik yapının çevresel, sosyal ve ekonomik etkilerini kapsamlı bir kaynak taramasıyla ortaya koymak, sürdürülebilir moda, yavaş moda ve döngüsel ekonomi gibi alternatif yaklaşımların teorik çerçevesini ve temel ilkelerini açıklamak, İngiltere ve Türkiye'deki yasal düzenlemeleri, politika belgelerini, kurumsal yol haritaları ve tüketici farkındalığını karşılaştırmalı olarak analiz etmek, Türkiye'nin üretim odaklı sürdürülebilirlik uygulamalarını ve İngiltere'nin tüketim odaklı ikinci el kullanım, kiralama, onarım gibi döngüsel iş modellerini gerçekleşmiş örneklerle incelemek, her iki ülkenin güçlü yönleri, zayıf yönleri ve karşılıklı öğrenme fırsatlarını belirleyerek, daha sürdürülebilir moda endüstrisi için politika yapıcılara, sektör ortaklarına ve tüketicilere yönelik öneriler sunmaktır.

1.3. Araştırma Soruları

Türkiye ve İngiltere'de kadın giyimine yönelik sürdürülebilir moda yaklaşımları, üretim, tüketim, kullanım sonrası gibi değer zincirindeki aşamalarda nasıl farklılaşmaktadır?

İki ülkedeki yasal düzenlemeler, hükümet politikaları ve kurumsal yol haritaları, sürdürülebilir moda uygulamalarının gelişimini ne yönde ve ne ölçüde desteklemekte ya da engellemektedir?

Türkiye'nin üretim odaklı yaklaşımı ile İngiltere'nin tüketim odaklı döngüsel modelleri arasındaki temel benzerlikler, farklılıklar ve bu iki yaklaşımın birbirini tamamlama potansiyeli nedir?

Tüketici davranışları, kültürel miras ve sivil toplum hareketleri, her iki ülkede sürdürülebilirlik hareketini nasıl şekillendirmektedir?

Türkiye ve İngiltere'nin deneyimlerinden yola çıkarak, küresel moda endüstrisinin daha sürdürülebilir ve döngüsel bir yapıya kavuşması için ne gibi politika, iş modeli ve iş birliği önerileri geliştirilebilir?

1.4. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırları

Bu araştırma, kadın giyiminde sürdürülebilirlik yaklaşımlarını, küresel moda endüstrisinde birbirini tamamlayıcı ancak yapısal olarak farklı rollere sahip iki ülke olan Türkiye ve İngiltere vakaları özelinde karşılaştırmalı olarak incelemektedir. İki ülkenin seçimi, araştırmanın kapsamını ve analitik derinliğini belirleyen temel bir eylem planıdır. Türkiye; Avrupa'nın en büyük tekstil ve hazır giyim üretim merkezlerinden biri olarak değer zincirinin üretim halkasını temsil ederken, İngiltere; küresel tasarım, perakende ve tüketim merkezi olarak zincirin tüketim halkasını temsil etmektedir. Zıt fakat bütünleşmiş konumlanma; sürdürülebilirlik sorununun, tedarik zincirinin farklı uçlarındaki yansımalarını, zorluklarını ve çözüm potansiyellerini analiz etmek için ideal bir zemin sunmaktadır.

Araştırmanın örneklem kapsamı, moda endüstrisinin sürdürülebilirlik değer zincirinin tamamını kapsayacak şekilde bütüncül bir yaklaşımla belirlenmiştir. Zincir; eko tasarım, döngüsel tasarım, hammadde, organik pamuk, geri dönüştürülmüş elyaf, üretim, su ve enerji verimliliği, kimyasal yönetimi, dengeli çalışma koşulları, dağıtım ve perakende, tüketim, tüketici farkındalığı, davranış şekilleri ve kullanım sonrası ikinci el (second hand), kiralama, onarım, geri dönüşüm gibi aşamalarını içermektedir. Bu aşamalar hızlı moda modelinin yarattığı çevresel ve sosyal etkilere bir yanıt olarak geliştirilen yavaş moda, döngüsel ekonomi ve etik moda gibi temel teorik yaklaşımlar çerçevesinde değerlendirilmektedir. Araştırmanın kapsamı ayrıca, moda sektöründeki şeffaflık sorununu ve bunun bir yansıması olan yeşil yıkamayı da (greenwashing) ele almaktadır. Coğrafi olarak kapsam Türkiye ve İngiltere ile sınırlandırılmış olup, diğer ülkelerdeki uygulamalara veya Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları, Avrupa Birliği Yeşil Mutabakatı gibi küresel girişimlere yalnızca bu iki ülkedeki durumu karşılaştırmak amacıyla referans verilmiştir. Çalışmada kadın giyimi özelinde yoğunlaşılarak, bu kategorinin hızlı trend döngüleri, yüksek tüketim hacmi gibi kendine özgü özellikleri nedeniyle analizini daha odaklı hale getirilmesi amaçlanmıştır. Çalışmanın hedefleri ve kapsamı doğrultusunda; sahip olduğu gücünün yanı sıra, doğası gereği barındırdığı bazı yöntemsel ve yapısal

sınırlılıklar da bulunmaktadır. Bu sınırlılıkların farkında olmak, araştırmanın bulgularının doğru yorumlanması için kritik önem taşımaktadır.

Birincil ve en temel sınırlılık, araştırmanın veri toplama yöntemine ilişkindir. Bu çalışma; anket, mülakat, odak grup veya vaka sahası gözlemi gibi birincil veri toplama tekniklerini kullanmamakta, analizini tamamen kamuya açık ikincil verilere dayandırmaktadır. Bu veriler Birleşmiş Milletler (UNEP, UNFCCC), Ellen MacArthur Vakfı, Greenpeace, BoF McKinsey & Company, Business of Fashion gibi uluslararası kuruluşların ve Birleşik Krallık Avam Kamarası gibi ulusal kurumların raporları, hakemli dergilerde yayınlanmış akademik makaleler, yasal metinler ve güvenilir sektörel yayınlardan oluşmaktadır. Hükümetlerin yayınladığı sürdürdürülebilirlik raporları, sivil toplum kuruluşlarının denetimleri, akademik araştırmalar, özel sektör faaliyetleri gibi farklı kaynak türlerinden gelen veriler bir arada kullanılarak bir tür veri üçlemesi yapılmış ve bulguların güvenilirliği artırılmaya çalışılmıştır.

İkincil düzeydeki sınırlılık; araştırma konusunun temelini oluşturan sürdürülebilirliğin son derece dinamik, hızla değişen ve gelişen doğasından kaynaklanmaktadır. Moda endüstrisi, sürdürülebilirlik politikaları ve döngüsel ekonomi teknolojileri sürekli bir gelişim içerisindedir. Özellikle, Avrupa Birliği'nde sürdürülebilirlik konusunda yeni yasal düzenlemelerin sıkça gündeme gelmesi, yeni teknolojilerin ortaya çıkması ve tüketici eğilimlerinin hızla değişmesi, bu alandaki herhangi bir akademik çalışmanın belirli bir zamanın dilimini yansıtan bir anlık görüntü niteliği taşımasına neden olmaktadır. Bu araştırma, verilerin toplandığı ve analizin yapıldığı dönem itibarıyla güncel bir tablo sunarken, bulguların gelecekteki gelişmelerle birlikte yeniden değerlendirilmesi gerekebileceği gerçeğini kabul etmektedir. Ayrıca bu çalışmanın genellenebilirlik düzeyi sınırlıdır. Türkiye ve İngiltere tekstil sektörleri, üretim ve tüketim odaklı iki farklı modeli temsil etmekle birlikte, bu iki ülkeye ait bulguların doğrudan diğer ülkelere genellenmesi yanıltıcı olabilir. Her ülkenin kendine has yasal, ekonomik ve kültürel yapısı olması nedeniyle, sürdürülebilirlik uygulamaları farklı şekillerde ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle araştırma, evrensel bir model

sunmaktan çok, belirli bağlamlar içindeki dinamikleri anlamak ve bu iki farklı modelden çıkarılabilecek dersleri ortaya koymak için bir çerçeve sunmaktadır.

1.5. Araştırmanın Yöntemi

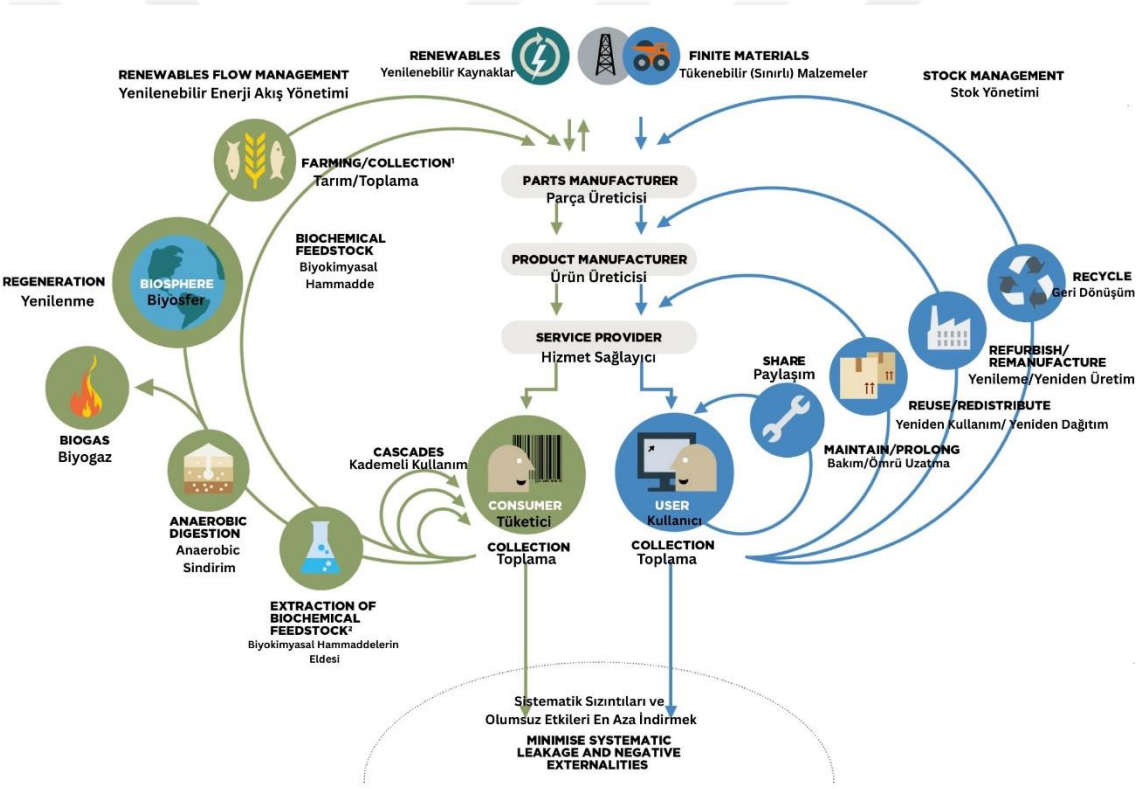
Araştırmanın yöntemi, nitel araştırma yöntemlerinden karşılaştırmalı vaka analizi modeline dayanmaktadır. Bu model çerçevesinde veri toplama aracı olarak belge incelemesi analizi kullanılmıştır. Verilerin içeriği Birleşmiş Milletler, Avrupa Birliği, Birleşik Krallık Parlamentosu, Türkiye'deki ilgili bakanlıklar gibi ulusal ve uluslararası kuruluşların yayınladığı resmi raporlar, McKinsey, Business of Fashion, Global Fashion Agenda gibi sektör liderlerinin hazırladığı endüstri analizleri, Greenpeace, Fashion Revolution, Clean Clothes Campaign, WRAP gibi sivil toplum kuruluşlarının rapor ve kampanyaları, konuyla ilgili yayınlanmış akademik makaleler ve sürdürülebilirlik alanında öncü markaların kurumsal raporları ve web siteleri gibi geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır. Toplanan veriler içerik analizi yöntemiyle sistematik bir şekilde işlenmiştir. Veriler, hızlı moda, yavaş moda, döngüsel ekonomi, yeşil yıkama, atıkların yönetimi gibi anahtar kavramlar ve temalar etrafında araştırılarak, anlamlı bütüncül yapılar haline getirilmiştir.

Konuya örnek oluşturan iki vakanın karşılaştırılmasında, politika ve yönetim boyutu, sürdürülebilirliğin yasal ve düzenleyici çerçevesi kapsamında incelenen temel unsurlar arasında, artık malzeme yönetimi, markaların şeffaflık yükümlülükleri, kimyasal kullanımının kapsamı gibi konulardaki mevcut yasal düzenlemelerin varlığı ve etkinliği, hükümetlerin sürdürülebilir modayı teşvik eden eylem planları, kurumsal raporlama zorunlulukları ve yeşil yıkama (greenwashing) ile mücadele için geliştirilmiş yasal ve denetleyici mekanizmalar yer almaktadır. Yapılan bu analiz, devletlerin ve kurumların sürdürülebilirlik dönüşümündeki oyun kurucu rolünü ve bu rolü nasıl yerine getirdiklerini karşılaştırmayı hedeflemektedir. Üretim ve tedarik zinciri kriteri, moda ve tekstil sektörünün üretim tarafındaki yapısal özelliklerine odaklanılarak, karşılaştırmada; sektörün temel odağının üretim ya da tüketim olduğu, geri dönüştürülmüş, organik gibi sürdürülebilir hammaddelerin kullanımı ve yerel üretim potansiyeli, üretim süreçlerindeki su, enerji gibi kaynakların verimliliği ve teknolojik yeniliklerin düzeyi, tedarik zincirinin ne kadar şeffaf olduğu ve malzemelerin

hammaddeden son ürüne kadar izlenebilirlik kapasitesi gibi alt başlıkları içermektedir. İzlenilen bu yolla her iki ülkenin endüstriyel kapasitelerinin ve sürdürülebilirlik performanslarının temel eğilimlerini ortaya koymaktadır. Tüketim kültürü ve döngüsel modeller boyutunda, sürdürülebilirliğin talep tarafı ve toplumsal yansımaları analiz edilmektedir. Tüketicilerin sürdürülebilirlik kavramına yönelik genel farkındalık düzeyi ve bu farkındalığın satın alma davranışlarına yansıma oranı, ikinci el, kiralama, onarım ve yeniden satış gibi döngüsel iş modellerinin, moda pazarındaki yaygınlığı ve ekonomik büyüklüğü, sivil toplum kuruluşlarının, medyanın ve içerik üreticilerinin kamuoyu oluşturma ve davranış değişikliğini teşvik etmedeki rolü gibi konular incelenmektedir. Bu analiz yöntemi; sürdürülebilirlik dönüşümünün toplumsal kabulünü ve kültürel altyapısını anlamayı amaçlamaktadır. İzlenen yöntem ve kriterler, iki ülkenin sürdürülebilirlik performanslarını, yaklaşımlarını ve bu yaklaşımların altında yatan nedenleri planlı bir şekilde analiz ederek, çalışmada araştırma sorularına kanıta dayalı ve tutarlı yanıtlar üretmeyi olanaklı kılmaktadır.

2. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE MODA ENDÜSTRİSİNDEKİ TEMEL YAKLAŞIMLAR

Moda endüstrisi küresel ekonominin en dinamik ve en büyük sektörlerinden biri olmakla birlikte, aynı zamanda çevresel ve sosyal maliyetleri en yüksek endüstrilerinden biri olarak öne çıkmaktadır. Özellikle son yirmi yılda hızlı moda modelinin yükselişi üretim ve tüketim alışkanlıklarını kökten değiştirmiş, bu değişim doğal kaynaklar üzerinde benzeri görülmemiş bir baskı oluştururken, tedarik zincirleri boyunca milyonlarca işçinin yaşam koşullarını da olumsuz etkilemiştir.



Şekil 1: Kelebek Şeması
Kaynak: https://www.ellenmacarthurfoundation.org/circular-economy-diagram (25 Ekim 2025)

Bu bölümde, moda endüstrisinin mevcut durumunu şekillendiren temel kavramlar, bu kavramların yarattığı sorunlar ve bu sorunlara çözüm olarak sunulan sürdürülebilirlik odaklı yaklaşımlar detaylı bir şekilde incelenmiştir. Hızlı moda modelinin çevresel, sosyal ve ekonomik etkileri ortaya konulduktan sonra, sürdürülebilir moda, yavaş moda, döngüsel ekonomi gibi alternatif yaklaşımlar ve bu

yaklaşımları destekleyen uluslararası girişimler teorik bir çerçevede ele alınmıştır. Bu bölümde Türkiye ve İngiltere örneklemlerinin analiz edildiği, temel kavramsal zemin oluşturulması amaçlanmıştır. Bu temel yaklaşımlar ve aralarındaki ilişkiyi görselleştiren en etkili ve kabul görmüş araçlardan biri, Ellen MacArthur Vakfı tarafından geliştirilen Kelebek Şeması'dır (Butterfly Diagram). Bu şema; doğrusal al – üret – at modeline karşı, döngüsel ekonomi modelinin işleyişini görsel olarak ortaya koymaktadır. İsmini, ortasında bir gövde ve iki yanda kanatları andıran iki ana döngüden almasıyla, kelebeğe benzetilmesinden almıştır. Bu iki kanat, malzemelerin kökenine göre ayrıştırıldığı biyolojik döngü ve teknik döngüyü temsil etmektedir. Bu şema, kaynakların nasıl yönetilmesi, ürünlerin nasıl tasarlanması ve değerin nasıl korunması gerektiğine dair planlı bir çerçeve sunarak, bu bölümün temelini oluşturur (Şekil 1).

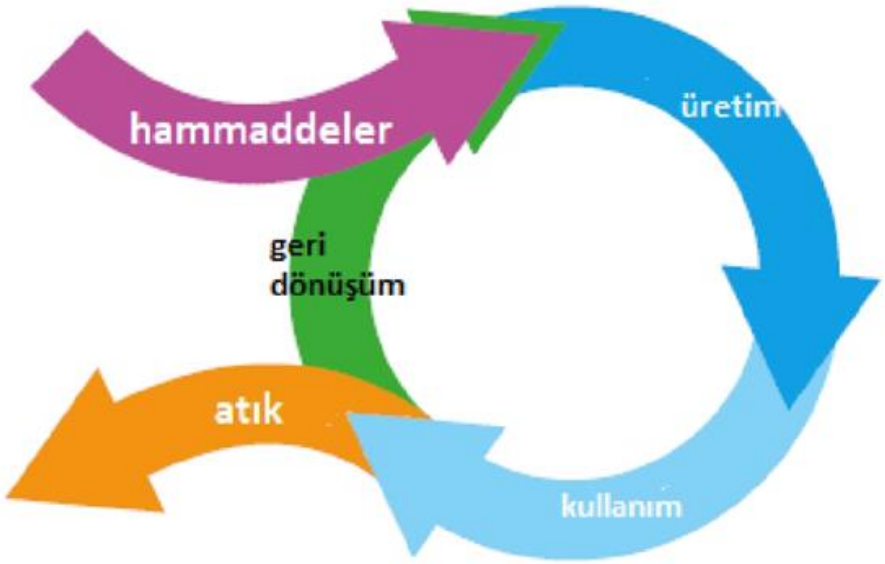
Kelebek şemasının sol kanadı biyolojik döngüyü temsil eder. Bu döngü; pamuk, keten, yün, kenevir gibi biyolojik olarak parçalanabilen, doğaya güvenli bir şekilde geri dönebilen malzemeleri kapsar. Bu malzemelerden üretilen giysiler, kullanım ömrünün sonunda kompost elde ederek veya biyogaz gibi yöntemlerle ayrıştırılarak, toprağa besin olarak geri kazandırılabilir. Bu süreç, tarım ve doğal ekosistemlerin yenilenmesine katkıda bulunarak, doğayla uyumlu döngüsel bir model oluşturmaktadır. Bu yöntem moda endüstrisi bağlamında organik bir pamuklu tişörtün kullanım ömrü sonunda toprağa karışarak yeni bir bitkinin büyümesi için besin sağlaması anlamına gelir. Kelebek şemasının sağ kanadı ise teknik döngüyü ifade etmektedir. Bu döngü; polyester, naylon, akrilik gibi sentetik polimerler ile metal fermuar, plastik düğme gibi biyolojik olarak parçalanamayan, insan yapımı malzemeleri içermektedir. Bu malzemelerin doğaya karışması kirlilik yaratacağından, amaç onları mümkün olan en yüksek değerde ve en uzun süre teknik döngü içinde tutmaktır. Bu döngü, en çok tercih edilenden en az tercih edilene doğru sıralanan bir dizi değer koruma halkasından oluşur. Kelebek şeması moda endüstrisinin sürdürülebilirlik dönüşümü için güçlü bir zihinsel model sunar. Hızlı modanın doğrusal mantığına karşı, her ürünün ve malzemenin potansiyel bir kaynak olarak görüldüğü bir sistem önerir. Bu şema tasarımcıları ürünlerini en başından itibaren hangi döngüye ait olacağını ve yaşam sonu senaryosunu düşünerek tasarlamaya teşvik eder.

2.1. Doğrusal Ekonomi ve Hızlı Moda Modeli

Modern moda endüstrisinin temel işleyişini anlamak için öncelikle altında yatan ekonomik modeli, yani doğrusal ekonomiyi kavramak gerekmektedir. Sanayi devriminden bu yana egemen olan doğrusal ekonomi, al – üret – at prensibine dayanmaktadır. Bu modelde doğal kaynaklar yeryüzünden alınır, ürünlere dönüştürülür ve kullanım ömürlerinin sonunda artık olarak bertaraf edilir (Ellen MacArthur Foundation, 2017).

Hızlı moda doğrusal modelin moda endüstrisindeki en agresif ve en verimsiz uygulamasıdır. Podyumlardaki en son trendleri hızla yakalayarak, bunları düşük maliyetli bir şekilde üreten ve sık aralıklarla yeni koleksiyonlar halinde tüketicilere sunan bu iş modeli, tüketimi bir ihtiyaçtan ziyade sürekli bir aktiviteye dönüştürmüştür (Joy ve diğerleri, 2012). Geleneksel iki sezonluk moda takvimi, yerini 52 haftayı temsil eden mini sezona bırakmış, bazı çok hızlı moda markaları ise her gün binlerce yeni ürünü internet sitelerine eklemeye başlamıştır. Bu modelin yarattığı hız ve düşük maliyet illüzyonunun arkasında, gezegenin ekolojik sınırlarını, insanın sosyal ve ekonomik rahatlığını tehdit eden derin ve çok katmanlı bir kriz yatmaktadır.

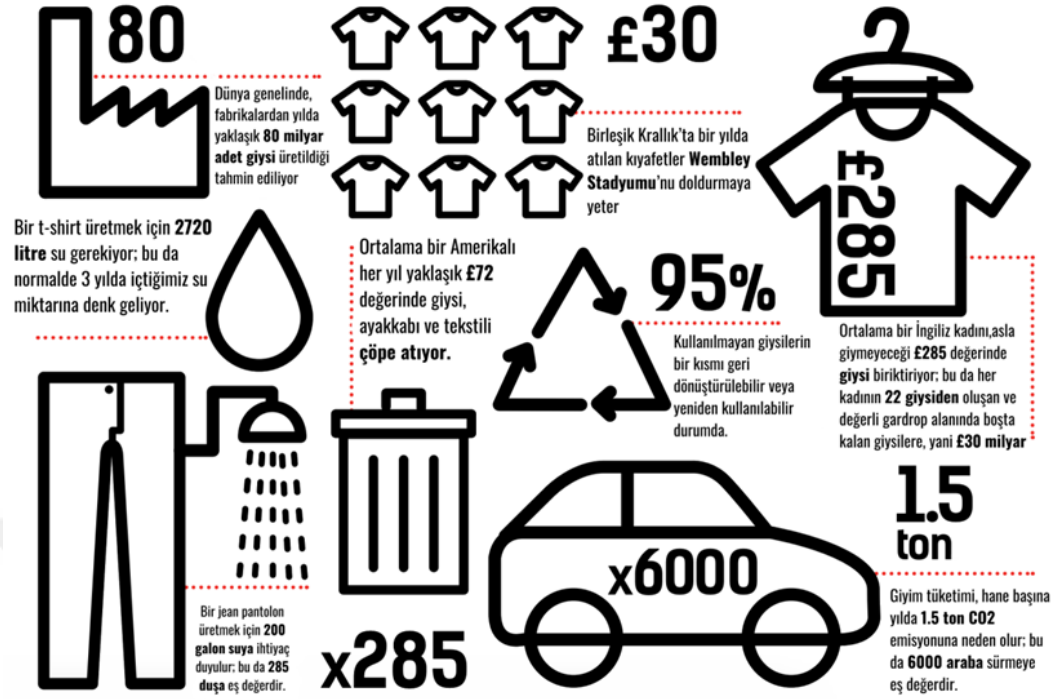
Hızlı moda modelinin çevresel tahribatı, değer zincirinin her halkasında kendini göstermektedir. Birleşik Krallık Avam Kamarası Çevre Denetim Komitesi'nin 2019 tarihli kapsamlı Fixing Fashion raporu, bu etkileri çarpıcı bir şekilde ortaya koymuştur. Tekstil üretiminin küresel iklim değişikliğine katkısı, uluslararası havacılık ve denizcilik sektörlerinin toplamından daha fazladır (House of Commons Environmental Audit Committee, 2019). Moda endüstrisi küresel sera gazı emisyonlarının %8 – %10'undan sorumlu tutulmakta ve mevcut gidişatın devam etmesi halinde, Paris Anlaşması'nın 1.5°C hedefi için ayrılan küresel karbon bütçesinin dörtte birinden fazlasını 2050 yılına kadar tek başına tüketme riski taşımaktadır (UNEP, 2018; UNFCCC, t.y.). Bu doğrusal akış, kaynak kullanımını ve temsil artık üretimini yapısal olarak artıran bir çerçeve oluşturur. Hızlı moda modeli ise bu çerçeveyi ölçek ve hız bakımından keskinleştirerek etkileri daha görünür hale getirir (Şekil 2 – 4).



Şekil 2: Mevcut (Geri Dönüşüm) Ekonomisi
Kaynak: Van der Heijden, Coenen, J. ve Van Riel, 2017



Şekil 3: Doğrusal (Lineer) Ekonomi
Kaynak: Van der Heijden, Coenen, J. ve Van Riel, 2017



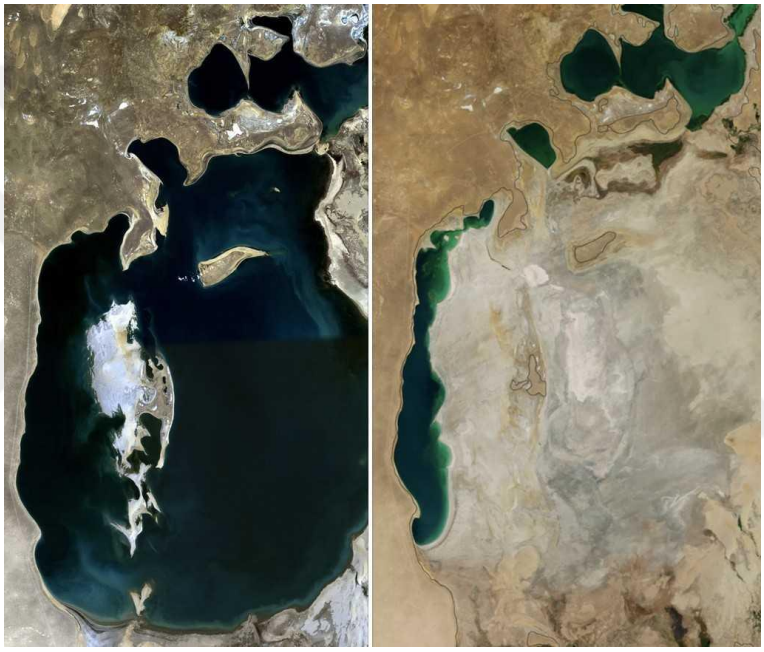
Şekil 4: Hızlı Modanın Etkileri İnfografiği
Kaynak: https://www.fashionrevolution.org/wp-content/uploads/2019/02/FashRev_Haulternatives_2019.pdf (18 Ekim 2025)

2.1.1. Çevresel Etkiler

Kaynak tüketimi; bir giysinin yaşam döngüsü boyunca (hammadde temini, üretim, dağıtım, kullanım ve bertaraf dahil olmak üzere), su, enerji, arazi, hammaddeler gibi doğal kaynakların kullanım düzeyini ifade etmektedir. Karbon ayak izi ise bir ürünün yaşam döngüsü boyunca ortaya çıkan doğrudan ve dolaylı sera gazı emisyonlarının, CO_2 eşdeğeri (CO_2e) cinsinden toplamı olarak tanımlanmaktadır (Textile Exchange, 2024). Hızlı moda modeli, kısa ürün ömrü ve yüksek koleksiyon döngüsü nedeniyle üretim hacmini ve yeni hammadde talebini artırarak kaynak tüketimini ve karbon ayak izini planlı biçimde büyütmektedir.

Hızlı modanın temel hammaddelerinden biri olan polyester gibi sentetik elyaflar fosil kaynaklı kimyasal süreçlerle üretildiği için, fosil yakıtlara yapısal olarak bağımlıdır. Üretim aşamasında bu durum; enerji kullanımını arttırmaktadır. Lif üretiminde polyesterin baskın konumunu sürdürdüğü, üretimin artmaya devam ettiği ve polyesterin önemli ölçüde fosil bazlı olduğu raporlanmaktadır (Textile Exchange, 2025). Buna karşılık doğal bir alternatif olarak sunulan pamuk ise, dünyanın en çok su

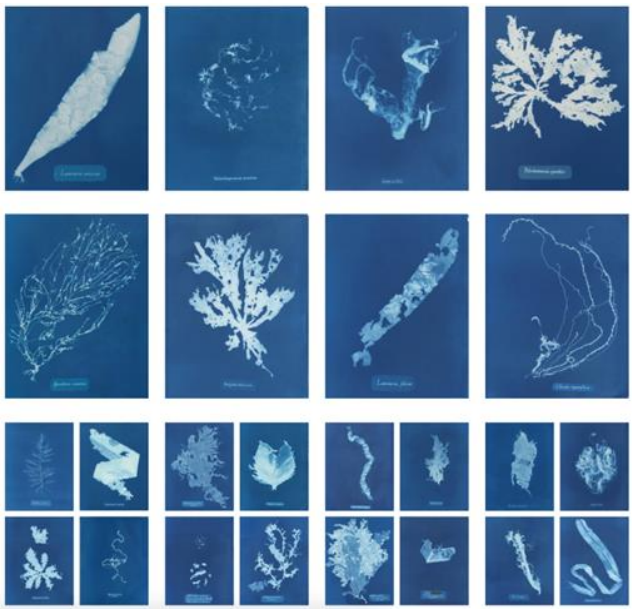
tüketen tarımsal ürünlerinden birisi olduğu için, ciddi çevresel baskılar üretmektedir. Tek bir pamuklu tişörtün üretimi için gereken su miktarı yaklaşık 2.700 litre düzeyinde olduğu tahmin edilmektedir. Bu durum bir insanın yaklaşık üç yıllık içme suyu ihtiyacına denk gelmektedir (WWF, t.y.). Bu bağlamda Orta Asya'da büyük ölçekli sulama ve tarımsal su çekiminin Aral Gölü'nün hızla küçülmesi ile sonuçlanan ekolojik felaket sürecinin belirleyici faktörlerden biri olduğu vurgulanmaktadır (UNEP, 2023). Bu bulgular; hızlı modanın çevresel etkilerinin sadece üretimle sınırlı olmadığını, değer zinciri boyunca biriktiğini göstermektedir (Resim 1).



Resim 1: Aral Gölü Uydu Görüntüleri, 1989-2014, Kazakistan
Kaynak: https://blogs.manchester.ac.uk/hcri/2019/04/25/how-development-shaped-the-shrinking-of-aral-sea/ (10 Eyhlül 2025)

Tekstil üretiminde boyama ve bitim işlemleri, kumaşa renk kazandırmanın yanısıra yumuşaklık, parlaklık, su iticilik, kırışmazlık gibi özellikler kazandırmayı amaçlayan çok sayıda kimyasal uygulamayı içermektedir. Bu aşamalar yüksek miktarda su kullanımının yanı sıra boyar maddeler, tuzlar, çözücüler ve çeşitli yardımcı kimyasalların süreçlere dahil edilmesiyle, tekstil sektörünün çevresel ayak izinin en yoğunlaştığı alanlardan biri olarak değerlendirilmektedir. Tekstil boyama ve bitim işlemlerine ait tüm süreçlerin dünya genelinde endüstriyel su kirliliğinin yaklaşık beşte biriyle ilişkilendirildiği belirtilmektedir (Ellen MacArthur Foundation, 2017). Bu kirliliğin temel sorunu yalnızca suyun renklenmesi olmayıp, atıksuya karışan kimyasal

karışımın içeriği ve kalıcılığıdır. Üretim süreçlerinden çıkan atıksular arıtılmadan atıldığında, suyun ağırlıklı olduğu ekosistemlerde; çözünmüş oksijen dengesini bozmakla birlikte, ışık geçirgenliğini azaltarak ve fotosentezi sınırlayarak oluşan toksik etkiyle, canlı topluluklarının yapısını değiştirmektedir. Ayrıca bazı kimyasalların biyolojik olarak zor parçalanması, tortuya tutunması ve canlı dokularda birikme eğilimi, kirlenme düzeyini aşarak daha uzun süreli bir ekosistem sorununa dönüşmesine neden olmaktadır. Bu noktada kirlilik yalnızca üretim sahasının yakın çevresiyle sınırlı kalmayıp, su akış yolu boyunca taşınarak daha geniş coğrafyalara yayılmaktadır (Resim 2).



Resim 2: İngiltere Kıyı Şeridi Boyunca Sürüklenen Sentetik Parçalar
Kaynak: https://www.mandy-barker.com/atkins-barker (17 Ekim 2025)

Greenpeace'in başlattığı Detox My Fashion kampanyası, tedarik süreçlerinde kullanılan kimyasalların kapsamına ve bu kimyasalların nehirler ve denizlere karışma riskine dikkat çekmektedir. Ayrıca bu kimyasallar su ekosistemlerini zehirlemekte ve besin zinciri yoluyla insanlara ulaşmaktadır. Burada önemli olan; tekil bir madde değil, çok sayıda kimyasalın bir arada bulunmasıyla ortaya çıkan toplam etki ve belirsizliktir. Sulak ortamlarda karışan kimyasallar doğrudan toksik etki gösterip ekolojik dengeyi, dolaylı olarak ta insan sağlığını etkilemektedir (Greenpeace, t.y.).

Hızlı moda endüstrisi günümüzün en büyük tüketim kültürlerinden biri haline gelmiştir. Ancak bu sektörün sunduğu düşük fiyatlar ve hızlı üretim döngüleri, arka

planda birçok olumsuz etkiyi de beraberinde getirmektedir. Düşük maliyetli üretim süreçleri genellikle kimyasal yönetim ve atıksu arıtımı gibi önemli unsurların göz ardı edilmesine neden olmaktadır. Bu durum, çevresel sürdürülebilirlik açısından ciddi tehditler oluşturmaktadır. Kimyasal kirlilik, hızlı moda endüstrisinin çevresel etkileri arasında sadece bir yan ürün olarak değerlendirilmemelidir; aksine bu modelin temel işleyişiyle doğrudan ilişkili olan yapısal bir sonuçtur. Hızlı modanın beslediği kullan – at yaklaşımı, tekstil ürünlerini uzun süreli kullanım nesnesi olmaktan çıkarıp, hızla elden çıkarılan tüketim mallarına dönüştürmektedir. Bu dönüşüm atık miktarını artırmakla birlikte, ürünlerin üretimi için harcanan su, enerji, emek ve hammadde gibi girdilerin içerdiği görünmeyen değerlerin çok kısa sürede sistem dışına itilmesine yol açmaktadır. Dolayısıyla mesele, çevresel etkilerin yanı sıra, kaynakların verimsiz kullanımına bağlı yapısal bir değer kaybı olarak da ele alınmalıdır. Birleşik Krallık örneği, sorunun ölçeğini görünür kılan güncel göstergeler sunmaktadır. Her yıl yaklaşık 300.000 ton giysinin doğrudan çöp sahalarına veya yakma tesislerine gönderildiği tahmin edilmektedir. Aynı raporda, kullanım ömrünü tamamlayan giysilerin yeni giysilere dönüştürülme oranının %1'in altında kalması da bu değer kaybının neden kalıcılaştığına işaret etmektedir (House of Commons Environmental Audit Committee, 2019). Küresel ölçekte ise tablo daha da ağırlaşmaktadır. Tekstillerin yaklaşık %85'inin her yıl çöpe gittiği, düzenli depolama veya yakma gibi bertaraf yollarına yöneldiği yönündeki değerlendirmeler, hızlı modanın yarattığı hacim baskısının atık yönetim sistemlerini aştığını ortaya koymaktadır (UNECE, 2025).

Hızlı modanın belirleyici etkisi üretim hızını ve ürün çeşitliliğini artırırken, ürünlerin kullanım süresini kısaltmasıdır. Düşük fiyat ve yüksek yenilenme temposu giysiyi uzun kullanma yerine sık değiştirme davranışını teşvik ederek, atık oluşumunu yapısal biçimde büyütmektedir. Söz konusu atık sorunu aynı zamanda ölçülebilir ekonomik bir kayıp üretmektedir. Giysilerin yeterince giyilmemesi ve kullanım sonrası malzemenin etkin biçimde geri kazanılamaması nedeniyle, her yıl 500 milyar ABD dolarının üzerinde bir değerin kaybedildiği raporda vurgulanmaktadır. Buradaki kaybedilen değer; nihai ürünün piyasa değerinin yok olmasıyla birlikte, hammaddeden lojistiğe uzanan süreçlerdeki ürün yaşam döngüsü sonunda geri kazanılamadan bertaraf edilmesi anlamına gelmektedir. Bu yönüyle tekstil atığı çevresel bir yük olmanın

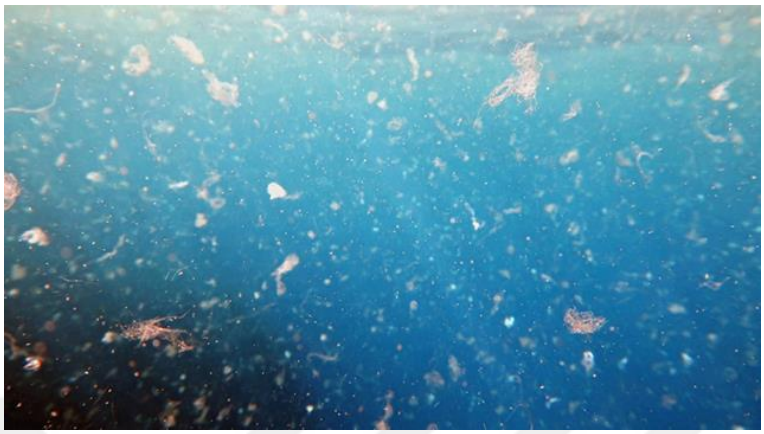
yanında, doğrusal modelin ekonomik verimsizliğini somutlaştıran bir gösterge niteliği taşımaktadır. Bu çerçevede hızlı modanın atık üretimi ve değer kaybı üzerindeki etkisini anlamak, bir sonraki aşamada yeniden kullanım, onarım, yeniden satış ve lif geri dönüşümü gibi döngüsel stratejilerin niçin kritik hale geldiğini tartışmak açısından temel bir zemin sunmaktadır (Ellen MacArthur Foundation, 2017). Tekstil atıklarının ulaştığı ölçek yalnızca raporlar ve istatistiklerle sınırlı olmayıp, ortaya çıkan birikim alanlarıyla da görünür hale gelmektedir. Dünyanın en popüler markalarının birçoğuna ait kıyafetler, Şili'nin Atacama Çölü'nde atılmış yığınlar halinde bulunmaktadır (Resim 3).



Resim 3: Şili, Atacama Çölü'ndeki Giysi Atıkları
Kaynak: https://www.nationalgeographic.fr/photographe/tamara-merino (27 Ekim 2025)

Hızlı modanın yaygınlaştırdığı sentetik elyaf kökenli tekstillerin en sinsi ve en yaygın çevresel etkilerinden biri, mikroplastik kirliliğidir. Gözle görülmeyen ancak ekosistemler üzerinde biriken bu kirlilik, sentetik giysilerin yaşam döngüsünün, özellikle de tüketici kullanım fazlasının, ne denli derin çevresel izler bıraktığının en çarpıcı kanıtıdır. Mikroplastikler 5 mm'den küçük plastik parçacıkları olarak tanımlanırlar ve tekstil kaynaklı olanlar, doğrudan küçük lifler halinde çevreye karıştıkları için, birincil mikroplastikler olarak sınıflandırılırlar. Bu kirliliğin ana kaynağına günlük ve sıradan bir eylem olan çamaşır yıkama örnek gösterilebilir. Polyester, akrilik, naylon ve elastan gibi sentetik kumaşlardan üretilen giysiler çamaşır makinesinde her yıkandıklarında, suyun ve deterjanların yarattığı mekanik aşınma ve

kimyasal stres nedeniyle, binlerce hatta yüz binlerce mikroskobik lifi suya bırakırlar (House of Commons Environmental Audit Committee, 2019), (Resim 4).



Resim 4: Mikroplastiklerle Kirlenmiş Deniz Suyu
Kaynak: https://oftheoceans.com/micro-plastics/manmade-fibres-and-micro-plastics (25 Eytlül 2025)

Birleşik Krallık Avam Kamarası Çevre Denetim Komitesi'nin Fixing Fashion raporu tek bir 6 kg sentetik çamaşır yıkamasının 700.000'den fazla mikro lifi suya bırakabildiğini belirtmektedir (House of Commons Environmental Audit Committee, 2019). Bu mikroskobik lifler evsel atık sularıyla birlikte kanalizasyon sistemine karışmaktadır. Sorunun yapısal bir hal almasının temel nedenlerinden biri, mevcut atık su arıtma tesislerinin teknolojisinin bu kadar küçük partiküllerin tamamını filtrelemekte yetersiz kalmasıdır. Tesisler bu liflerin büyük bir kısmını tutabilse de arıtılan suyun nehirlere, göllere ve nihayetinde okyanuslara deşarj edilmesiyle her yıkamada büyük miktarda mikroplastik, doğal su kaynaklarına ulaşmaya devam etmektedir. Bu nedenle sorunun boyutu endişe vericidir.

Birleşmiş Milletler Çevre Programı (United Nations Environment Programme-UNEP) tarafından yapılan bir araştırmaya göre; okyanuslardaki birincil mikroplastiklerin yaklaşık %35'inin sentetik tekstillerin yıkanmasından kaynaklandığı tahmin edilmektedir (UNEP, 2018). Okyanus ekosistemine ulaştıklarında bu mikroplastikler, planktonik hayvanlar gibi en küçük organizmalar tarafından besin zannedilerek yutulmaktadır. Besin zincirinin en alt basamağında başlayan bu süreç, biyobirikim yoluyla yukarı doğru tırmanmaktadır ve planktonları yiyen küçük balıklar, onları yiyen daha büyük balıklar ve nihayetinde deniz ürünlerini tüketen insanlar bu kirlilikten payını almaktadırlar. Bu lifler canlıların sindirim sistemlerini tıkayarak,

onlara sahte bir tokluk hissi verebilir ve ölümlerine yol açabilirler. Daha da tehlikelisi; plastiklerin yüzeyleri sudaki diğer kalıcı organik kirleticileri bir sünger gibi çekme eğiliminde olması, mikroplastikleri fiziksel kirletici ve aynı toksik kimyasallar için taşıyıcı haline getirmektedir.

Mikroplastikler; deniz ürünlerinin tüketimi, içme suları ve hatta rüzgarla taşınan partiküllerin solunması yoluyla insan vücuduna girmekte ve insan sağlığını tehdit etmektedir. Bu partiküllerin insan vücudundaki uzun vadeli etkileri üzerine araştırmalar devam etmekle birlikte, potansiyel riskler arasında kronik iltihaplanma ve plastiklerin üretiminde kullanılan kimyasalların vücuda sızması gibi endişeler bulunmaktadır (House of Commons Environmental Audit Committee, 2019).

Mikroplastik kirliliği hızlı moda modelinin görünmez fakat en yıkıcı sonuçlarından biridir. Düşük maliyetli sentetik bir giysinin etiket fiyatı, onun tüm yaşam döngüsü boyunca yarattığı bu kalıcı ve yaygın kirliliğin maliyetini karşılamamaktadır. Bu sorun; sürdürülebilirlik tartışmalarında hangi malzemelerin kullanıldığının yanı sıra, bu malzemelerin tüm yaşam döngüsü boyunca nasıl davrandığının da sorgulanması gerektiğini açıkça göstermektedir. Bu nedenle çözümler daha iyi atık su arıtma teknolojileri geliştirmekle birlikte, tüketicileri daha düşük sıcaklıkta ve daha az sıklıkta yıkama gibi bilinçli yıkama alışkanlıklarına teşvik etmek, bütüncül bir değişimden geçmektedir.

2.1.2. Sosyal ve Ekonomik Etkiler

Hızlı moda modelinin düşük fiyat etiketlerinin ve sürekli yenilenen vitrinlerinin ardındaki diğer bir karanlık gerçeklik, küresel tedarik zincirinde derinleşen ve yaygınlaşan emek istismarıdır. Markaların sürekli artan hız ve düşen maliyet talepleri, üreticileri kaçınılmaz olarak işçi haklarının ve çevre standartlarının en zayıf olduğu, denetimlerin ise yetersiz kaldığı ülkelere yöneltmektedir. Bu durum, dibe doğru bir yarış (race to the bottom) olarak tanımlanan küresel bir rekabet dinamiği yaratmıştır. Bu yarışta üretim maliyetlerini en aza indirmek adına insan haklarını gözeten çalışma koşullarından feragat edilmektedir. Bu sistemin en savunmasız işçi aktörleri ise küresel hazır giyim iş gücünün yaklaşık %80'ini oluşturan kadınlardır (Clean Clothes

Campaign, 2020). Bu durum sektördeki sosyal sorunların aynı zamanda derin bir toplumsal cinsiyet eşitsizliği meselesi olduğunu da ortaya koymaktadır. Üretim sisteminde milyonlarca işçi tedarik zincirinde sistematik olarak bir dizi hak ihlaliyle karşı karşıya kalmaktadır. Bunların başında yasal sınırların çok üzerinde haftada 70 – 80 saati bulan zorunlu mesailer gelmektedir. Buna rağmen temel yaşam standartlarını karşılamaktan uzak olan asgari ücret yerine yaşam ücreti ödenmemesi gelmektedir.

Fabrika ortamları yetersiz havalandırma koşullarında toksik kimyasallara maruz kalınan, yangın ve kaza risklerinin yüksek olduğu güvensiz ve sağlıksız mekanlar olabilmektedir. İşçilerin sendikalaşma ve toplu pazarlık gibi en temel hakları görmezden gelinebilmekte, işçiler hak etmedikleri davranışlarla karşılaşabilmektedir. Bu yapısal sorunların en trajik sembolü 2013 yılında Bangladeş'in Dakka kentinde Rana Plaza fabrika binasının çökmesiyle 1.100'den fazla işçinin hayatını kaybetmesi ve binlercesinin yaralanması örnek gösterilebilir. Bu facia küresel tepki oluşturmuş, moda endüstrisinin tedarik zincirindeki bilinmeyen ve ciddiye alınmayan yüzünü gözler önüne sermiştir. Her yıl facianın yıldönümü olan 24 Nisan'da anılan bu olay; Fashion Revolution gibi küresel sivil toplum hareketlerinin doğmasına neden olmuştur. Bu hareketin başlattığı "Kıyafetimi kim yaptı?" (Whomade my clothes?) kampanyası tüketicileri markalardan şeffaflık talep etmeye teşvik ederek, sosyal sürdürülebilirlik mücadelesinde bir dönüm noktası olmuştur (Fashion Revolution, t.y.), (Resim 5).



Resim 5: Rana Plaza Faciası
Kaynak: https://www.independent.co.uk/news/pictures/european-parliament-hosts-an-exhibition-to-mark-the-2nd-anniversary-of-the-rana-plaza-factory-collapse-in-dhaka-10201558.html, (29 Ekim 2025)

Daha da endişe verici olan olumsuz çalışma koşullarının yalnızca coğrafi olarak uzak ülkelerle sınırlı olmadığının ortaya çıkmasıdır. Birleşik Krallık'ın Leicester kentindeki bazı fabrikalarda hızlı moda devi markalara üretim yapan işçilere saatlik ücretin, asgari ücretin çok altında ödendiği ve modern kölelik koşullarında çalıştırıldığının ortaya çıkması; sorunun coğrafyadan bağımsız, bizzat hızlı moda iş modelinin kendisine özgü olumsuzluklar yarattığını göstermiştir (Clean Clothes Campaign, 2020).

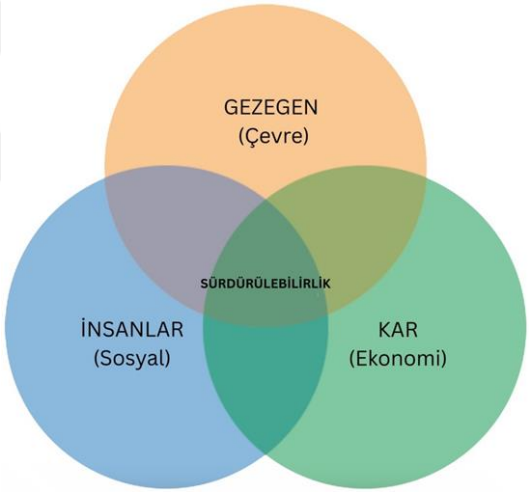
Hızlı moda, sosyal maliyetleri yanında ekonomik olarak da al – üret – at üzerine kurulu, doğası gereği israfçı ve uzun vadede sürdürülemez bir doğrusal döngü yaratır. Bu modelde kaynaklar tek kullanımlık olarak görülür ve ekonomik büyüme, sürekli olarak yeni ürünlerin üretilip daha fazla satılmasıyla sağlanır. Bu yaklaşım kısa vadede yüksek ciro rakamları yaratsa da uzun vadede kendi kendini tüketen bir ekonomik mantığa dayanır. Kaynakların hızla tükenmesi, artan çevresel düzenlemeler ve değişen tüketici bilinci gibi faktörler, bu iş modelinin gelecekteki finansal risklerini ve kırılganlığını arttırmaktadır (BOF, McKinsey & Company, 2019).

Ellen MacArthur Vakfı'nın 2017 de yayınladığı raporuna göre, giysilerin yetersiz kullanımı ve geri dönüştürülmemesi nedeniyle her yıl yaklaşık 500 milyar dolar değerinde bir kaynak kaybı yaşanmaktadır. Bu durum yalnızca çevresel bir israf olmayıp, aynı zamanda oldukça büyük ekonomik verimsizliktir. Sürekli indirim kampanyaları, düşük fiyat baskısı, kalitesiz üretilmiş giysiler, genel olarak modanın tüketici gözündeki değerini düşürmektedir. Bu durum, markaların kar oranlarını aşındırarak, onları daha da fazla üretmeye ve satmaya zorlayan kısa vadeli kazanç tuzağı yaratmaktadır. Dolayısıyla sosyal ve çevresel olarak sürdürülemez olan hızlı moda modelinin, kendi ekonomik temelini de yavaş, yavaş aşındıran bir çelişki üzerine kurulu olduğu görülmektedir.

2.2. Sürdürülebilir Moda Yaklaşımı

Sürdürülebilir moda; hızlı modanın yarattığı çok boyutlu krize bir yanıt olarak ortaya çıkan bütüncül bir yaklaşımdır. Bu kavram, moda endüstrisinin tüm yaşam döngüsü boyunca ekolojik bütünlüğü ve sosyal adaleti gözeten bir sistem içinde faaliyet

göstermesini ifade etmektedir (Fletcher ve Tham, 2019). Temel amacı mevcut doğrusal üretim ve tüketim alışkanlıklarını, gezegenimizin üzerinde yaşayan tüm canlıların rahatını merkeze alarak kökten yeniden tasarlamaktır. Bu yaklaşım; doğaya daha az zarar verebilecek malzemeler kullanmak ve moda sisteminin kendisini sorgulayan bir kavramsal değişimdir. Bu bütüncül yaklaşımın temelini John Elkington'ın (1997) Cannibals with Forks adlı eserinde kavramsallaştırdığı, "Üçlü Kar Hanesi" teorisi oluşturur. Bu yaklaşım; bir şirketin gerçek başarısını ve performansını değerlendirmek için finansal kar odaklı bakış açısının ötesine geçmeyi önerir. Elkington'a göre gerçek ve sürdürülebilir bir başarı üç temel boyutta eş zamanlı olarak pozitif değer yaratmayı gerektirir: Gezegen, insanlar ve kar. Bu üç sütun birbirleriyle sıkı sıkıya bağlıdır. Birinin ihmal edilmesi uzun vadede sistemin tamamının sürdürülemez hale gelmesine yol açar (Şekil 5).



Şekil 5: Üçlü Kar Hanesi
Kaynak: https://www.resilience.org/stories/2020-12-01/economics-and-the-environment/ (04 Ekim 2025)

Moda endüstrisi; bu üç boyut arasındaki karmaşık ilişkilerin dengesizliklerin en belirgin şekilde gözlemlenebildiği sektörlerden biridir. Gezegen: Bu boyut, moda endüstrisinin çevresel ayak izini en aza indirme sorumluluğunu ifade eder. Üretim sonrası ortaya çıkan kirliliği temizlemek gibi sonradan devreye giren önlemleri ve kaynak kullanımını en başından itibaren sorgulayan önleyici stratejileri içerir. Örneğin çok fazla su tüketen yoğun pamuk tarımına alternatif olarak, keten veya kenevir gibi daha az su gerektiren elyafların tercih edilmesi, petrol bazlı sentetik elyaflar yerine geri

dönüştürülmüş veya doğada parçalanabilir alternatiflerin geliştirilmesi, boyama ve apre işlemlerinde su kullanımını kimyasal deşarjı azaltan kapalı döngü sistemlerin dijital baskı gibi yenilikçi teknolojilerin benimsenmesi bu kapsama girer. Nihayetinde Gezegen sütunu; endüstrinin faaliyetlerini gezegenin ekolojik sınırları dahilinde sürdürmesini, biyo – çeşitliliğin korunması, iklim krizine olan katkısının sona erdirmesini hedefler (Enel, 2023; Fletcher ve Tham, 2019).

İnsanlar; Moda endüstrisinin sosyal sorumluluğunu ve değer zinciri boyunca temas ettiği tüm insanların refahını merkezine alırlar. Bu durum pamuk tarlasındaki çiftçiden iplik fabrikasındaki işçiye, konfeksiyon atölyesindeki terziden mağazadaki satış danışmanına ve nihai tüketiciye kadar uzanan geniş bir paydaş ağını kapsamaktadır. Temel hedefler arasında Uluslararası Çalışma Örgütü (International Labour Organization-ILO) standartlarına uygun olarak dengeli yaşam ücretlerinin ödenmesi, güvenli ve sağlıklı çalışma ortamlarının sağlanması, zorla çalıştırma ve çocuk işçiliğinin tamamen ortadan kaldırılması, sendikalaşma ve toplu pazarlık hakkına saygı gösterilmesi bulunmaktadır. Aynı zamanda kültürel mirasın ve zanaatkarlığın korunması, yerel toplulukların ekonomik olarak güçlendirilmesi ve kapsayıcı ayrımcılıktan uzak bir iş kültürü yaratılması da bu boyutun temel unsurlarıdır (Enel, 2023; Fletcher ve Tham, 2019).

Kar: Sürdürülebilirlik çerçevesinde kar, geleneksel anlamının ötesinde uzun vadeli ekonomik dayanıklılık ve dengeli değer yaratma olarak yeniden tanımlanır. Bu yaklaşım; sosyal ve çevresel maliyetleri dışarıya devrederek, elde edilen kısa vadeli finansal kazançları reddeder. Bunun yerine kaynak verimliliği atıkların azaltılması, marka itibarının güçlendirilmesi, bilinçli tüketicilerin sadakati yoluyla uzun vadeli istikrarlı bir ekonomik yapı kurmayı hedefler. Döngüsel iş modelleri; kiralama, ikinci el, onarım hizmetleri gibi yenilikçi yaklaşımlar, sürekli yeni ürün satma baskısını azaltarak çevresel fayda sağlar ve yeni gelir akışları yaratarak, ekonomik sürdürülebilirliğe katkıda bulunur. Dolayısıyla bu sütun; bir şirketin tüm paydaşları için nasıl ekonomik değer yarattığıyla ilgilidir (Enel, 2023; Fletcher ve Tham, 2019).

2.3. Yavaş Moda

Yavaş moda (slow fashion); hızlı modanın hız, hacim ve tek kullanımlık olma özelliklerine karşı geliştirilmiş felsefi ve pratik bir duruş sergiler. Bu yaklaşım şekli hızlı moda modelinin yarattığı çevresel bozulma, sosyal adaletsizlikler ve tüketim çılgınlığının karşısında daha bilinçli, etik ve sürdürülebilir bir alternatif olarak konumlanır. Temelinde daha az sayıda, ancak daha kaliteli, zamansız ve uzun ömürlü ürünlerin üretilmesini ve tüketilmesini savunur. Bu yaklaşım; geçici trendleri takip etmek yerine yıllarca kullanılabilecek, estetik ve işlevsel olarak dayanıklı tasarımlara öncelik vermek anlamına gelir. Böylece tasarım sürecinde ürünün onarılabilirliği, malzemesinin kalitesi ve üretimindeki zanaatkarlık ön plana çıkar. Yavaş moda; ürünün kendisiyle olduğu kadar, üretim süreciyle de derinden ilgilenir. Yerel zanaatkarlığı, geleneksel üretim tekniklerini ve dengeli çalışma koşullarını destekleyerek giysinin arkasındaki insan emeğini ve hikayeyi yeniden değerli kılar. Bu bağlamda tüketicinin rolü pasif bir alıcı olmaktan çıkarak, aktif ve bilinçli bir katılımcıya dönüşür. Tüketiciler satın aldıkları ürünlerin kökenini, malzemesini ve üretim koşullarını sorgulamaya, giysileriyle daha derin ve duygusal bir bağ kurmaya teşvik edilir (Fletcher ve Tham, 2019). Bu duygusal bağ, giysinin sadece bir tüketim nesnesi olmaktan çıkıp, anıları olan, değer verilen ve özen gösterilen bir yol arkadaşı haline gelmesini sağlar. Bu yaklaşım "kullanım başına maliyet" (cost per wear) mantığını benimseyerek, başlangıçta daha yüksek fiyatlı olabilecek kaliteli bir ürünün, uzun vadede ucuz ve kalitesiz birçok üründen daha ekonomik ve sürdürülebilir olduğunu savunur. Tüketim hızını yavaşlatarak kaynak kullanımını ve atık miktarını azaltmayı hedefleyen yavaş moda, bu yönüyle döngüsel ekonominin azalt (reduce), yeniden kullan (reuse) ve onar (repair) gibi temel ilkeleriyle doğal bir uyum içindedir. Bir giysinin uzun süre kullanılmak üzere tasarlanması, onun onarılmasını ve bir başkası tarafından yeniden kullanılmasını kolaylaştırır. Sonuç olarak yavaş moda; üretim biçimi, bir ürün kategorisi olmakla birlikte, moda ile daha anlamlı, sorumlu ve sürdürülebilir bir ilişki kurmayı öneren bütüncül bir kültürel harekettir. Bu hareket, tüketim alışkanlıklarını, değer yargılarını ve endüstrinin işleyiş biçimini temelden sorgulayarak sürdürülebilir bir gelecek için bir yol haritası sunmaktadır.

2.4. Döngüsel Ekonomi Yaklaşımı

Sürdürülebilir moda arayışında, hızlı modanın temelini oluşturan geleneksel doğrusal ekonomi modeline karşı geliştirilmiş en kapsamlı ve bütüncül alternatif, döngüsel ekonomi yaklaşımıdır. Al, yap, at (take, make, dispose) döngüsüne dayanan doğrusal model, kaynakların tek kullanımlık olduğu ve eninde sonunda atığa dönüşeceği varsayımı üzerine kuruludur. Döngüsel ekonomi ise bu varsayımı temelden reddeder. Bu modelde amaç bir ürünün yaşam döngüsünün sonunda atık haline gelmesini önlemek, kullanılan kaynakları ve malzemeleri en yüksek değerlerinde, mümkün olan en uzun süre boyunca döngü içinde tutmaktır. Moda endüstrisi için bu yaklaşım, giysilerin birer atık olarak görülmediği, aksine yeni ürünler, hizmetler ve değerler için bir kaynak olarak değerlendirildiği, onarıcı ve yenileyici bir sistemin tasarlanması anlamına gelmektedir (Şekil 6).



Şekil 6: Döngüsel Ekonomi
Kaynak: T.C. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, 2022

Döngüsel ekonominin küresel ölçekteki en önemli savunucularından biri olan Ellen MacArthur Vakfı (2017), bu dönüştürücü modeli üç temel ve birbiriyle ilişkili ilke üzerine inşa etmektedir. Atığı ve kirliliği tasarım yoluyla ortadan kaldırmak ilkesi; sorunların kaynağına iner. Döngüsel bir sistemde atık, bir tasarım hatası olarak kabul edilir. Bu nedenle bir giysi daha üretilmeden önce, kullanım ömrü sonundaki kaderi düşünülmelidir. Ürünler kolayca sökülebilen parçalardan (örneğin, yapıştırıcı yerine düğme veya vida kullanımı), geri dönüştürülmesi zor olan karışık elyaflar yerine tek tip

malzemelerden ve zararlı kimyasallar içermeyen bileşenlerden tasarlanmalıdır. Bu önleyici yaklaşım, gelecekte ortaya çıkacak atık problemini en başından engellemeyi hedefler (Ellen MacArthur Foundation, 2017).

Ürünleri ve malzemeleri kullanımda tutmak ilkesi; ürünlerin ve malzemelerin değerini korumayı amaçlamaktadır. Bu yaklaşımda bir giysinin mümkün olan en uzun süre boyunca kullanılması esastır. Böylece dayanıklı ürünler tasarlanırken, ürünlerin ömrünü uzatacak hizmet modelleri de düşünülür. Giysi kiralama (Rewear gibi platformlar) ve ikinci el satış (Pop Boutique, Rokit, Beyond Retro, Thrift Factory gibi fiziksel veya Vinted, Depop) gibi dijital pazar yerleri aracılığıyla, onarım hizmetleri ve yeniden üretim (re – furbishment) gibi modeller, bir ürünün tek bir sahibin mülkiyetinden çıkıp, birçok kullanıcı tarafından değer görmesini sağlar. Bu sayede yeni ürün üretme ihtiyacı azalmaktadır.

Doğal sistemleri canlandırmak (Regenerate Etmek); Döngüsel ekonomi her zaman daha iyi olmayı hedefler. Bu ilke, endüstriyel faaliyetlerin doğa üzerinde onarıcı ve olumlu bir etki bırakmasını amaçlar. Moda bağlamında organik pamuk veya keten gibi biyolojik kökenli malzemelerin, kullanım ömürleri tamamen sona erdiğinde, toksik kimyasallar içermemeleri koşuluyla, güvenli bir şekilde toprağa geri dönerek, besin döngüsüne katılmasını (kompost edilmesini) ifade eder. Böylece toprağın verimliliği artırılır ve doğadan alınan kaynaklar doğaya geri kazandırılır. Döngüsel ekonomi pratiği, bu ilkeleri hayata geçirmek için genellikle "R" harfi ile başlayan bir eylem sıralamasıyla özetlenir. Bu sıralama en etkili ve en çok tercih edilen eylemden en az tercih edilene doğru bir öncelik sırası sunarak, bireylere ve markalara bir yol haritası çizer (This Green Lifestyle, 2022; Hill, 2023).

2.4.1. Sürdürülebilirliğin "R" Sıralaması

Kaynak kullanımını azaltmaya ve atık oluşumunu önlemeye yönelik seçenekleri bir öncelik sırasına yerleştiren bir yaklaşımdır. "R" yaklaşımı sürdürülebilir üretim ve tüketim literatüründe, kaynak verimliliğini artırmak ve atık oluşumunu azaltmak için geliştirilen stratejileri ifade eder. Üst basamakları, ürün ve malzeme tüketimini en baştan önlemeyi veya azaltmayı amaçlarken, alt basamaklar ise ortaya

çıkan atığın yönetimi ve geri kazanım gibi, daha çok son aşama müdahalelerine karşılık gelmektedir. Bu nedenle çerçeve, hızlı moda gibi yüksek hacimli üretim – tüketim modellerinde etkili müdahale alanlarının belirlenmesi açısından işlevsel bir analiz aracıdır (Şekil 7).



Şekil 7: Sürdürülebilirliğin "R" Sıralaması (Ters Piramit)
Kaynak: https://www.re-tek.co.uk/re-tek-news/importance-of-the-waste-hierarchy (20 Ekim 2025)

Reddet (Refuse): Hiyerarşinin en tepesinde yer alan en güçlü adımdır. Bir ürünün yaşam döngüsü satın alma kararıyla başlar. Bu adım tüketicinin bilinçli bir şekilde ihtiyaç duymadığı, sürdürülemez koşullarda üretilmiş veya etik olmayan bir ürünü en başından reddetmesini içerir. Bu durum aşırı tüketime karşı en köklü ve etkili duruştur.

Azalt (Reduce): Tüketimi tamamen durdurmak yerine, onu bilinçli bir şekilde azaltmayı ifade eder. Bu yaklaşım az fakat öz felsefesini benimseyerek, daha az sayıda ancak daha kaliteli, zamansız ve uzun ömürlü parçalara yatırım yapmaktır. Kapsül gardırop oluşturma pratiği, bu ilkenin somut bir uygulamasıdır.

Yeniden Giy (Rewear): Hızlı modanın bir giysiyi birkaç kez giyip atma alışkanlığına karşı, sahip olunan giysilerin mümkün olduğunca çok kez giyilerek, onlara değer vermesini teşvik eder. Böylece bir giysinin maliyetini satın alma fiyatıyla birlikte, giyim başına maliyet (cost per wear) ile ölçerek daha ekonomik ve sürdürülebilir bir bakış açısı kazanmaktır.

Yeniden Kullan (Reuse): Bir giysinin ilk sahibi tarafından kullanım ömrü dolduğunda, başka bir kullanıcı tarafından yaşamına devam etmesini sağlamaktır. İkinci

el mağazalarından alışveriş yapmak, giysi takas etkinliklerine katılmak veya arkadaşlar arasında giysi değiştirmek bu ilkenin en yaygın pratikleridir.

Onar (Repair): Küçük bir sökük, kopan bir düğme veya bozulan bir fermuar nedeniyle bir giysiyi atmak yerine, onu tamir ederek ömrünü uzatmaktır. Kaynak israfını önler, giysiyle kurulan bağı güçlendirir. Buna yaklaşıma, Japonların yüzyıllardır süregelen tekstil onarım sanatı Boro'yu örnek olarak verebiliriz. Boro, kelime anlamı olarak paçavra, kumaş parçaları demektir. 17. yüzyıldan günümüze köylüler, tüccarlar ve zanaatkarlar, eski kimono veya kenevir kumaş parçalarını kullanarak giysileri onarırlar. Böylece giysiler nesiller boyu aktarılabilecek kadar uzun süre dayanırlar. İngiltere'de sivil toplum kuruluşları arasında oldukça desteklenen ve teşvik edilen bir akımdır (Resim 6-7).



Resim 6: Onar, Tamir Et, Yeniden Kullan
Kaynak: https://www.nathab.com/blog/cooling-clothes-that-combat-climate-change (30 Ekim 2025)



Resim 7: Japonların Geleneksel Onarım Tekniği; Boro
Kaynak: https://honestlywtf.com/diy/diy-sashiko-boro-denim-repair/ (30 Ekim 2025)

İleri Dönüştür (Upcycle / Repurpose): Artık giyilemeyecek durumda olan bir tekstil ürününü, yaratıcılık kullanarak orijinalinden daha yüksek değerde yeni bir ürüne dönüştürmektir. Örneğin eski kot pantolonlardan bir çanta, eski tişörtlerden bir kilim veya eski kumaş parçalarından bir yama işi (patchwork) ceket yapmak, ileri dönüşümün popüler örnekleridir. Stilist Bay Garnett gibi öncüler, ikinci el parçaları yeniden şekillendirerek ve birleştirerek ileri dönüşümün yüksek modadaki yaratıcı potansiyelini de ortaya koymaktadır (Bay Garnett, t.y.). Bu yaklaşım, endüstriyel ölçekte de atığın nasıl bir değere dönüştüğünü gösteren somut ürünlerle kendini göstermektedir. Bu yaklaşımın en ileri teknolojik örnekleri, eski tekstil ürünlerinin kimyasal süreçlerle yeni ve yüksek kaliteli elyaflara dönüştürülmesiyle ortaya çıkmaktadır. Renewcell tarafından geliştirilen Circulose gibi inovasyonlar, atık bir kot pantolonun etiketinde “Eskiden Bir Kot Pantolondum” yazan yeni bir giysiye dönüştürerek, ileri dönüşümün endüstriyel ölçekteki potansiyelini ve hikaye anlatıcılığındaki gücünü somut bir şekilde gözler önüne sermektedir (Resim 8).



Resim 8: İleri Dönüştürülmüş Bir Bluz
Kaynak: https://wedocs.unep.org/rest/api/core/bitstreams/07737510-2d2b-44c2-a458-5ddd4e5fdf0d/content (08 Kasım 2025)

Geri Dönüştür (Recycle): Açıklanan adımların hiçbiri mümkün olmadığında, kullanım ömrü tamamen sona eren tekstil ürünlerinin elyafın ayrıştırılarak, yeni iplik ve kumaş üretiminde hammadde olarak kullanılmasıdır. Bu süreç, genellikle enerjinin yoğun olması ve elyaf kalitesinde düşüşe neden olabilmesi (downcycling) sebebiyle, şemanın alt sıralarında yer alır ve son çarelerden biri olarak görülür (Varshney, 2022), (Resim 9).



Resim 9: Geri Dönüşüm Aşaması İçin Toplanan Atıklar
Kaynak: https://recoverfiber.com/newsroom/reduce-reuse-recycle-what-is-waste-hierarchy (20 Ekim 2025)

Çürüt (Rot): Pamuk, keten, kenevir gibi sadece %100 doğal, boya ve kimyasal işlemlerden arındırılmış tekstiller için geçerli olan son adım yöntemidir. Malzemenin biyolojik döngüsünü tamamlayarak, çürüme yoluyla toprağa geri döndürülmesini ifade eder. Döngüsel ekonominin bu çok katmanlı yapısı, moda endüstrisine doğrusal

modelin yarattığı krizden çıkış için yapısal bir çözüm yolu sunmaktadır. Atık yönetimi stratejisi olmakla birlikte kaynak verimliliği, yeni iş modelleri ve daha bilinçli bir tüketim kültürü üzerine kurulu yeni bir ekonomik bakış açısıdır.

2.4.2. İleri Dönüşüm ve Geri Dönüşümün Kavramsal Farklılıkları

Döngüsel ekonomi literatüründe geri dönüşüm ve ileri dönüşüm kavramları bazen birbirinin yerine kullanılsa da, bu iki yaklaşımın hedeflediği değer seviyesi ve müdahale biçimi farklıdır. Geri dönüşüm; bir ürünün ya da malzemenin kullanım ömrü sonunda fiziksel veya kimyasal süreçlerden geçirilerek, yeniden üretim döngüsüne dahil edilmesini ifade eder. Ancak pratikte özellikle tekstil ve plastik gibi alanlarda, bu süreç çoğu zaman malzemenin aynı kaliteyle geri kazanımından ziyade, kalite ve performans kaybı ile sonuçlanan bir dönüşümü içermektedir. Örneğin poli etilen tereftalat (PET) şişelerin elyafa çevrilmesi, atığı üretim girdisine dönüştürmesi bakımından önemli olmakla birlikte, çıkan malzemenin lif özellikleri ve kullanım alanları çoğunlukla ilk ürünle aynı düzeyde değildir. Bu nedenle geri dönüşüm, değer zincirinde her zaman en üst çözüm basamağında konumlanmaz (GAMA, t.y.).

İleri dönüşüm; atık veya istenmeyen ürünlerin yalnızca ham maddeye indirgenmeden mevcut formu, estetik niteliği veya işlevi üzerinden yeniden ele alınarak daha yüksek değerli ürünlere dönüştürülmesini ifade eder. Bu yaklaşımda temel amaç; malzemenin içindeki gizli emeği ve değeri mümkün olduğunca korumak ve artırmaktır (Varshney, 2022). Bu nedenle ileri dönüşüm yalnızca çevresel fayda (atığın azaltılması) ile sınırlı olmayan tasarım, zanaat, yaratıcılık ve kültürel değer üretimi boyutları olan bir pratik olarak da değerlendirilebilir. İleri dönüşümün yaygınlaşması, bazı yapısal sınırlılıklara bağlıdır. Malzeme akışının düzensizliği, standartlaştırmanın zor olması, işçilik ihtiyacının yüksekliği ve ölçeklenebilirlik gibi etkenler, bu yöntemin endüstriyel ölçekte uygulanmasını her zaman kolaylaştırmaz. Buna rağmen özellikle moda alanında ileri dönüşüm, seri üretimin tek düzeliğine karşı özgünlük ve malzeme odaklı tasarım önerdiği için dikkat çekmektedir. Bay Garnett gibi stilistler ikinci el parçaları yeniden yorumlayıp, farklı öğeleri bir araya getirerek, ileri dönüşümün yaratıcı ve estetik potansiyelini görünür kılmaktadırlar. Böylece atık olarak görülen parçaların tasarım yoluyla yeniden değer kazanabileceği gösterilmiş olmaktadır (Bay Garnett, t.y.).

2.5. Yeşil Yıkama ve Şeffaflık Sorunu

Tüketicilerin sürdürülebilirliğe olan ilgisi arttıkça, bazı şirketler çevresel ve sosyal performanslarını olduğundan daha iyi gösterme eğilimine girmiştir. Yeşil yıkama (greenwashing) olarak bilinen bu pratik, bir markanın pazarlama ve halkla ilişkiler faaliyetlerinde, gerçekte olduğundan daha çevre dostu veya sosyal açıdan sorumlu olduğu izlenimini yaratmasıdır (Greenpeace, 2021). Bu durum, organik pamuktan üretilmiş gibi doğru ancak sınırlı bir bilgiyi vurgularken, ürünün geri kalan yaşam döngüsündeki örneğin, zehirli boyalarla boyanması veya eşit olmayan koşullarda üretilmesi gibi olumsuz etkileri gizlemek şeklinde ortaya çıkabilir.

Birleşik Krallık'ta Rekabet ve Piyasalar Otoritesi (Competition and Markets Authority-CMA), tüketiciyi yanıltıcı çevresel iddialarla mücadele etmek amacıyla, yeşil iddialar kodu (Green Claims Code) adı altında ilkeler ortaya koymuş, iddiaların doğru ve açık olması, önemli bilgilerin gizlenmemesi, karşılaştırmaların adil yapılması, tüm yaşam döngüsünün dikkate alınması ve iddiaların kanıtla desteklenmesi gibi temel beklentileri vurgulamıştır. CMA'nın yaklaşımının yalnızca ilke düzeyinde kalmadığı, moda sektörüne dönük inceleme ve müdahalelerle de güçlendiği görülmektedir. 2022'de başlatılan soruşturma sürecinin ardından, bazı perakendecilerle 2024'te çevresel iddiaların daha net tanımlanması ve tüketiciyi çağrışımlarla yanıltabilecek ifadelerden kaçınılması yönünde taahhütler içeren anlaşmalara varıldığı kamuya yansımıştır. Ayrıca 2024'te moda markalarına yönelik sektöre özel bir uyum rehberi yayımlanmış, 2026 başında ise iddiaların tedarik zinciri boyunca hangi aktörlerin sorumluluğunda değerlendirileceğine ilişkin ek açıklamalarla çerçeve genişletilmiştir (GOV.UK, 2024; GOV.UK, 2026).

Yeşil yıkamaya karşı sıkça önerilen en güçlü karşılıklardan biri köklü şeffaflıktır. İddiaların kapsamındaki dayanaklarının ve sınırlarının açık biçimde paylaşılması anlamına gelmektedir. Fashion Revolution tarafından her yıl yayımlanan moda şeffaflık sıralaması, büyük ölçekli markaları tedarik zincirleri, politikaları ve sosyal / çevresel etkileri hakkında kamuya ne kadar bilgi sunduklarına göre puanlayarak, bu tartışmaya ölçülebilir bir zemin sağlamaktadır. Endeksin kendisi, markaların sürdürülebilir olup olmadığını doğrudan ilan etmekten ziyade, kamusal

açıklık düzeyini görünür kılmayı hedeflemektedir. Hesap verilebilirliğin asgari koşulu olarak, şeffaflığın önemini vurgulayan bir referans işlevi görülmektedir. Bu çerçevede şeffaflık tek başına yeterli olmasa da, yeşil yıkamanın beslediği belirsizliği azaltmak ve tüketicinin bilinçli karar verebilmesini desteklemek açısından, sürdürülebilirlik yönetiminin vazgeçilmez bir başlangıç adımı olarak değerlendirilebilir (Fashion Revolution, t.y.).

Resim 10'da yer alan Recover etiketlemesi, sürdürülebilirlik iddialarının tüketiciye nasıl aktarıldığına dair somut bir örnek sunmaktadır. Etiket, geri dönüştürülmüş pamuk içeriğine vurgu yaparken, buna eşlik eden ikonlar ve sayısallaştırılmış ifadeler aracılığıyla çevresel faydayı, örneğin su kullanımına ilişkin tasarruf iddiasını görünür kılmayı amaçlamaktadır. Bununla birlikte bu tür iddiaların güvenilirliği, kullanılan hesaplama yönteminin işlevsel birimi, karşılaştırma senaryosu, sistem sınırları ve varsayımları açıkça belirtilmesine ve mümkünse bağımsız doğrulamaya dayanır. Etiket üzerindeki QR kod ise, iddianın dayanağına ilişkin daha ayrıntılı bilgiye erişim sağlayarak, izlenebilirliği ve hesap verebilirliği güçlendiren bir araç olarak değerlendirilebilir (Recover, 2024b).



Resim 10: Recover Tarafından Üretilmiş Bir Ürünün Açıklayıcı Etiketi
Kaynak: https://recoverfiber.com/newsroom/unintentional-greenwashing (19 Ekim 2025)

2.6. Küresel Politikalar ve Sektörel İş Birlikleri

Sürdürülebilir moda hareketi tekil marka veya tüketici çabalarının ötesinde, küresel düzeyde yapısal bir dönüşümü zorunlu kılmaktadır. Bu dönüşüm; uluslararası kuruluşlar, hükümetler, endüstri koalisyonları ve sivil toplum örgütleri tarafından

yürütülen çeşitli politika, girişim ve iş birlikleriyle desteklenmektedir. Bu aktörler endüstriyi ortak hedefler etrafında birleştiren, hesap verebilirlik mekanizmaları oluşturan ve dönüşüm için gerekli olan normatif ve operasyonel çerçeveyi sağlayan temel yapı taşlarıdır (Şekil 8). Bu dönüşümün en üst düzeydeki çerçevesini Birleşmiş Milletler (BM) tarafından belirlenen hedefler oluşturmaktadır. 2015 yılında kabul edilen 17 Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları (Sustainable Development Goals-SDGs); 2030 yılına kadar yoksulluğu sona erdirmek, gezegeni korumak ve tüm insanlığın refah içinde yaşamasını sağlamak evrensel bir eylem çağrısıdır (UNDP, t.y.).



Şekil 8: Sürdürülebilir Moda Ekosistemi Paydaş İnfografiği
Kaynak: Ebru Gültekin Tarafından Oluşturulmuştur (25 Ekim 2025)

Moda endüstrisi bu amaçların birçoğuyla doğrudan ilişkilidir. Özellikle sorumlu üretim ve tüketimi kapsayan Amaç 12; döngüsel ekonomi modellerini, atık azaltımını ve sürdürülebilir tüketim alışkanlıklarını teşvik ederek, sektörün dönüşümünün merkezinde yer almaktadır. Amaç 8; insana yakışır iş ve ekonomik büyümeyi, dengeli ücret ve güvenli çalışma koşullarını kapsamaktadır. Amaç 5; toplumsal cinsiyet eşitliğiyle sektördeki kadın işgücünün güçlendirilmesini ve Amaç 13; iklim eylemiyle endüstrinin karbon ayak izinin azaltılmasını hedeflemektedir. UN Fashion Alliance gibi platformlar; BM çatısı altındaki UNEP, ILO gibi farklı kuruluşları

bir araya getirerek, moda sektörünün Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları'na ulaşmasına yardımcı olmak için, koordineli bir çaba göstermektedir (UN Fashion Alliance, t.y.). Endüstri liderliğindeki birliktelikler, hükümetler arası çabaların yanı sıra, sektörün önde gelen oyuncuları da rekabet öncesi iş birliği platformları oluşturarak, ortak sorunlara ortak çözümler aramaktadır.

İklim Eylemi için Moda Endüstrisi Sözleşmesi (Fashion Industry Charter for Climate Action); Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi (United Nations Framework Convention on Climate Change-UNFCCC) tarafından başlatılan bu girişim, H&M, Marks & Spencer, Stella McCartney gibi yüzlerce markayı, tedarikçiyi ve kuruluşu bir araya getirerek, 2050 yılına kadar net sıfır emisyon hedefine ulaşmayı taahhüt etmektedir (UNFCCC, t.y.). Küresel Moda Gündemi (Global Fashion Agenda-GFA); Kopenhag Moda Zirvesi'nin organizatörü olan GFA, sektör liderlerini bir araya getiren, sürdürülebilirlik gündemini belirleyen en önemli platformlardan biridir. Bu anlamda Türkiye'de de tekstil atıklarını azaltmaya yönelik girişimler başlatmıştır (Global Fashion Agenda, 2023). Textile Exchange; Sürdürülebilir elyaf ve malzemeler konusunda standartlar geliştiren ve veri sağlayan en önemli kuruluşlardan biridir. Organik, geri dönüştürülmüş ve diğer tercih edilen materyallerin kullanımını teşvik etmektedir (Textile Exchange, t.y.).

Greenpeace'in Detox My Fashion kampanyası, markaları tehlikeli kimyasalları tedarik zincirlerinden çıkarmaya zorlayarak somut sonuçlar elde etmiştir. Clean Clothes Campaign, dünya çapındaki tekstil işçilerinin hakları için mücadele ederken, Yardım ve Uluslararası Kalkınma Amaçlı Tekstil Geri Dönüşümü (Textile Recycling for Aid and International Development-TRAID) gibi İngiltere merkezli kuruluşlar ise tekstil atıklarını toplayarak, yeniden kullanarak ve satarak çevresel etkiyi azaltmakta ve ayrıca küresel projelere fon sağlamaktadır (TRAID, t.y.), (Resim 11). Bu kuruluşlar yukarıdan aşağıya politika değişikliği için lobi faaliyeti yürütürken, aşağıdan yukarıya tüketici bilinci ve eylemliliğini teşvik ederek yapısal dönüşümde çift yönlü bir rol oynamaktadır.



Resim 11: Tekstil Geri Dönüşüm Merkezi
Kaynak: https://traid.org.uk/clothes-clearout-increase/ (27 Eylül 2025)

Bu konudaki küresel politikalar, sektörel iş birlikleri ve sivil toplum hareketleri, moda endüstrisinin sürdürülebilirlik dönüşümünün tek bir merkezden yönetilemeyecek kadar karmaşık ve çok paydaşlı bir süreç olduğunu göstermektedir. Her bir girişim yapbozun farklı bir parçasını tamamlayarak daha adil, şeffaf ve gezegene saygılı bir moda endüstrisine giden yolda kritik bir rol oynamaktadır.

3. SÜRDÜRÜLEBİLİR MODA YAKLAŞIMLARI: TÜRKİYE ÖRNEĞİ

Türkiye küresel tekstil ve hazır giyim endüstrisinde stratejik bir konuma sahip olup, Avrupa pazarı için önemli üretim ve tedarik merkezi olarak rol almaktadır. Üstlendiği bu rol ülkeye önemli ekonomik fırsatlar sunarken, aynı zamanda sürdürülebilirlik alanında ciddi sorumluluklar ve zorluklar da getirmektedir.

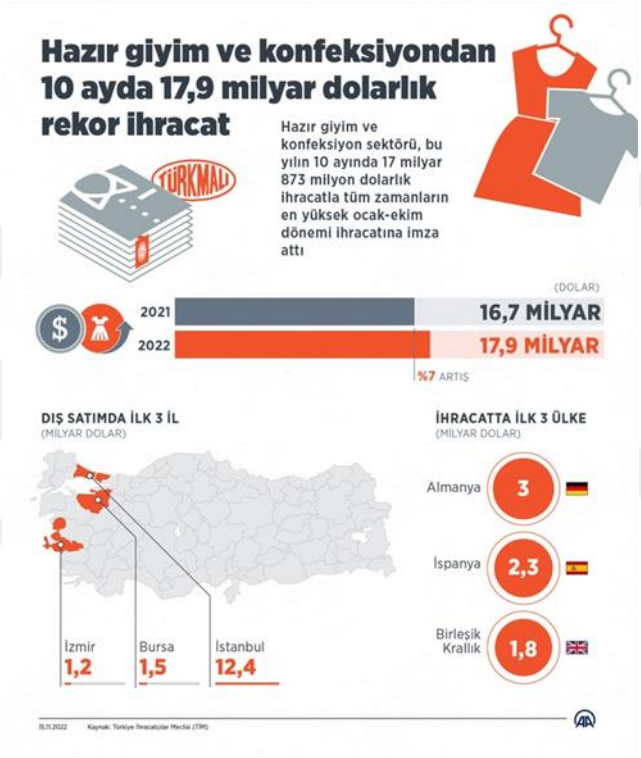
Bu bölümde, Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim sektörünün küresel değer zincirindeki yeri incelenerek, sürdürülebilir üretim alanındaki mevcut potansiyeli, iyi uygulama örnekleri, karşılaştığı engeller ve bu alandaki politika ve kurumsal çerçeveler detaylı bir şekilde analiz edilmektedir. Çalışmada Türkiye'nin geleneksel tekstil mirasından ve esnek üretim kabiliyetinden beslenen güçlü yönleri, Küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin (KOBİ) finansmana erişimi gibi zayıf yönleriyle birlikte ele alınarak, bütüncül bir perspektifle açıklanmıştır.

3.1. Türkiye Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Küresel Değer Zincirindeki Yeri

Türkiye dünyanın en büyük yedinci, Avrupa Birliği'nin ise ikinci büyük tekstil ve hazır giyim tedarikçisi konumundadır (Ekoten, t.y.; Euratex, 2022). Bu güçlü konum, ülkenin coğrafi avantajları, entegre üretim yapısı ve esnek üretim kabiliyetlerinden kaynaklanmaktadır. Bu yapısal özellikler Türkiye'yi, özellikle hızlı moda markaları için vazgeçilmez bir ortak haline getirirken, aynı zamanda sürdürülebilirlik dönüşümü için de benzersiz bir potansiyel olarak sunmaktadır.

Türkiye'nin Avrupa pazarına olan coğrafi yakınlığı en önemli stratejik avantajlarından biridir. Deniz, kara ve demir yolu bağlantıları sayesinde, ürünlerin Avrupa'daki ana pazarlara birkaç gün içinde ulaşabilmesi, lojistik maliyetlerini düşürmekte ve teslimat sürelerini önemli ölçüde kısaltmaktadır. Bu durum özellikle hızlı moda markalarının talep ettiği hız ve esneklik için Türkiye'yi Çin ve diğer Uzak Doğu ülkelerine kıyasla daha cazip bir alternatif yapmaktadır (Tokatlı ve Kızılgün, 2009).

Tekstil ve hazır giyim sektörü, pamuk üretiminden iplik, kumaş, boyama, baskı, apre ve konfeksiyon aşamalarına kadar entegre bir üretim zincirine sahiptir. Bu entegre yapı (full – package service), markalara tedarik zinciri yönetiminde kolaylık, hız ve daha fazla kontrol imkanı sağlamaktadır. Yüksek üretim kapasitesi sayesinde, büyük hacimli siparişleri karşılanırken küçük ve esnek üretim partileriyle çalışma kabiliyeti sunarak farklı pazar segmentlerinin taleplerine yanıt vermektedir (Şekil 9).



Şekil 9: Hazır Giyim İhracat İnfografiği
Kaynak: https://www.aa.com.tr/tr/ekonomi/hazir-giyim-ve-konfeksiyondan-10-ayda-17-9-milyar-dolarlik-rekor-ihracat/2737352 (26 Ekim 2025)

Hızlı moda modelinin gerektirdiği kısa teslimat süreleri ve sürekli değişen koleksiyon talepleri, Türkiye'nin esnek üretim altyapısını küresel değer zincirinde kritik bir konuma taşımıştır. Türk üreticiler Avrupalı markaların tasarım ve pazarlama döngülerine hızla adapte olabilmekte ve kısa sürede üretim yaparak, ürünleri pazara sunabilmektedir. Ancak bu rol aynı zamanda hızlı modanın yarattığı çevresel ve sosyal baskıların üretim merkezlerinde yoğunlaşmasına da neden olmaktadır. Düşük maliyet ve hız baskısı, sürdürülebilirlik standartlarının ve etik çalışma koşullarının ikinci plana atılması riskini beraberinde getirmektedir. Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM) Hazır Giyim Sektörü Sürdürülebilirlik Eylem Planı'nda da belirtildiği gibi; sektörün bu rolden

kaynaklanan sorumluluklarının farkında olarak, daha sürdürülebilir üretim modellerine geçiş yapması, uzun vadeli rekabetçilik için hayati önem taşımaktadır (TİM, 2023).

3.2. Türkiye'de Sürdürülebilir Üretim Potansiyeli ve Uygulamaları

Türkiye, sürdürülebilir moda alanında üretim odaklı önemli bir potansiyele sahiptir. Bu potansiyel sahip olduğu doğal kaynaklardan, kültürel mirastan, gelişen teknolojik birikim ve artan farkındalıktan beslenmektedir. Bu anlamda Türkiye dünyanın en büyük organik pamuk üreticilerinden biridir. Geleneksel pamuk tarımının aksine, organik pamuk üretiminde sentetik pestisit ve gübre kullanılmaması, toprak sağlığını korumakta, biyoçeşitliliği desteklemekte ve su kaynaklarının kirlenmesini önlemektedir. Bu alanda bilinçli uygulamalarla oluşan potansiyel ülkemizi sürdürülebilir hammadde tedarikinde stratejik bir konuma getirmektedir.

Daha İyi Pamuk Girişimi (Better Cotton Initiative-BCI) gibi uluslararası standartlara uygun, su ve kimyasal kullanımını azaltan pamuk üretimi yöntemi de ülkemizde giderek yaygınlaşmaktadır. Bu alanda BEGO Jeans gibi markalar, üretimlerinde sadece %100 Küresel Organik Tekstil Standardı (Global Organic Textile Standard-GOTS) sertifikalı organik pamuk kullanmakla kalmayıp, bu bilgiyi şeffaf bir şekilde tüketicileriyle paylaşarak, farkındalık yaratmada öncü bir rol oynamaktadır (Globalfashionagenda, 2025). Markanın "Nedir bu sürdürülebilir moda?" gibi bilgilendirici blog yazıları, tüketicileri hammadde seçimi konusunda bilinçlendirmeyi hedeflemektedir (BEGO Jeans, t.y.). Geri dönüştürülmüş elyafların (recycled fibers) kullanımı da, özellikle PET şişelerden geri dönüştürülmüş polyester elyaf üretimindeki teknolojik kapasite ile artmaktadır.

Türkiye yüzlerce yıllık zengin tekstil ve el sanatları mirasına sahiptir. Bu geleneksel bilgi birikimi, kök boya gibi doğal boyama teknikleri, Şile bezi gibi el dokuması kumaşlar, yerel zanaatkarlık ve israftan kaçınma kültürü gibi yavaş moda ilkeleriyle doğal olarak örtüşen pratikleri içermektedir (Çiloğlu ve Toy, 2025). Bu kültürel mirasın modern tasarımlarla birleştirilmesi, sürdürülebilirlik ilkeleriyle harmanlanarak küresel ölçekte özgün, hikayesi olan ve katma değerli ürünler yaratma potansiyeli taşımaktadır (Çiloğlu, 2025). Mersin'de atık ayakkabı bağcıklarının kadınlar

tarafından renkli çantalara dönüştürüldüğü atölyeler gibi yerel ve tabandan gelen girişimler, ileri dönüşüm (upcycling) yoluyla atık azaltımına katkı sunarken, aynı zamanda kadınları ekonomik hayata dahil ederek, sosyal sürdürülebilirliğin de somut bir örneğini oluşturmaktadır (TGRT Haber, 2023). Bu tür girişimler, sürdürülebilirliğin endüstriyel ve toplumsal bir dönüşüm aracı olabileceğini göstermektedir.

Tekstil endüstrisinin en büyük çevresel ayak izlerinden biri, boyama ve bitim işlemlerindeki yüksek su ve enerji tüketimidir. Bu alanda sürdürülebilirlik, kaynak verimliliğini artıran teknolojik inovasyonlardan geçmektedir. Türkiye'de bazı öncü firmalar, bu konuda küresel ölçekte örnek teşkil edecek adımlar atmaktadır. Örneğin İzmir merkezli Ekoten Tekstil firması geliştirdiği atık su geri kazanım projesi ile üretimde kullandığı suyun önemli bir kısmını geri dönüştürerek, yeşil fabrika konseptini hayata geçirmiştir. Bu proje şirketin su ayak izini önemli ölçüde azaltmış ve uluslararası ödüllerle tanınmıştır (Textilegence, 2023).

Benzer şekilde, finans kuruluşları ve teknoloji şirketleri arasındaki iş birlikleri de sektörün yeşil dönüşümünü hızlandırmaktadır. Garanti BBVA ve IVY – Decarb ortaklığı, tekstil firmalarına karbon emisyonlarını azaltma ve enerji verimliliğini artırma konularında finansal ve teknik destek sunarak bu dönüşümü teşvik etmektedir (Textilegence, 2024a). Yapay zeka destekli döngüsel moda projeleri gibi uluslararası iş birlikleri de Türkiye'nin bu alandaki teknolojik kapasitesini ve inovasyon potansiyelini göstermektedir (Textilegence, 2024b).

3.3. Politik ve Kurumsal Çerçeve

Türkiye özellikle en büyük ticaret ortağı olan Avrupa Birliği'nin Yeşil Mutabakat (EU Green Deal) hedeflerine uyum sağlama zorunluluğu ile sürdürülebilirlik alanında önemli yasal ve kurumsal düzenlemeleri hayata geçirmektedir. Bu adımlar tekstil sektörünü daha şeffaf, açıklanabilir ve çevreye duyarlı bir yapıya kavuşturmayı hedeflemektedir.

Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu (KGK) tarafından 29 Aralık 2023'te yayımlanan Türkiye Sürdürülebilirlik Raporlama Standartları (TSRS), Türkiye'de sürdürülebilirlik raporlaması alanında bir dönüm noktasıdır.

Belirlenen ciro, varlık büyüklüğü ve çalışan sayısı gibi kriterleri karşılayan işletmeler için 2024 yılından itibaren çevresel, sosyal ve yönetişim (Environmental, Social, and Governance-ESG) performanslarını şeffaf bir şekilde raporlamayı zorunlu hale getirmiştir (Resmi Gazete, 2023). Bu standartlar şirketleri, finansal sonuçlarıyla, iklim değişikliğiyle mücadele, su kullanımı, biyoçeşitlilik, çalışan hakları ve tedarik zinciri yönetimi gibi konulardaki performanslarıyla da değerlendirilmelerini sağlayacaktır. Tekstil sektöründeki büyük ölçekli firmalar, bu düzenleme ile birlikte karbon emisyonlarını ölçmek, tedarik zincirlerindeki sosyal etkilerini analiz etmek ve sürdürülebilirlik stratejilerini kamuoyu ile paylaşmak zorunda kalacaktır. Bu durum, sektörde yeşil aklama ile mücadelede ve şeffaflığın artırılmasında önemli bir yasal zemin oluşturmaktadır (Yeşil Büyüme, 2024).

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), Ticaret Bakanlığı ile koordineli olarak hazırladığı "Hazır Giyim Sektörü, Sürdürülebilirlik Eylem Planı" ile sektörün yeşil dönüşümüne yönelik bir yol haritası sunmuştur. Planda su ve atık su yönetimi, kimyasal yönetimi, karbon ayak izinin azaltılması, döngüsel iş modellerinin geliştirilmesi ve sosyal uygunluk gibi hedefler yer almaktadır (TİM, 2023). Bu plan, sektörün Avrupa Birliği Yeşil Mutabakatı'na uyum sağlamasını ve uluslararası pazarlardaki rekabet gücünü korumasını amaçlamaktadır. Devlet, aynı zamanda yeşil dönüşüm projelerine yönelik çeşitli teşvik mekanizmaları, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) destekleri ve kredilendirme olanaklar sunarak, firmaların sürdürülebilir teknolojilere ve temiz üretim süreçlerine yatırım yapmasını kolaylaştırmaktadır.

3.4. Tüketici Davranışları ve Farkındalık Düzeyi

Türkiye'de sürdürülebilir modaya yönelik tüketici farkındalığı, özellikle Z kuşağı ve genç profesyoneller arasında belirgin bir artış göstermektedir. Ancak bu ilgi, henüz genel tüketim alışkanlıklarını kökten değiştirecek bir düzeye ulaşmamıştır. Başka bir ifadeyle, tüketicilerin sürdürülebilirlik konusunda olumlu tutum geliştirmeleriyle, bu tutumun düzenli ve istikrarlı bir satın alma pratiğine dönüşmesi arasında belirgin bir mesafe bulunmaktadır. Bu mesafenin oluşmasında fiyat hassasiyeti, marka algısı, trendleri takip etme isteği ve ürün çeşitliliğine hızlı erişim gibi etkenler belirleyici

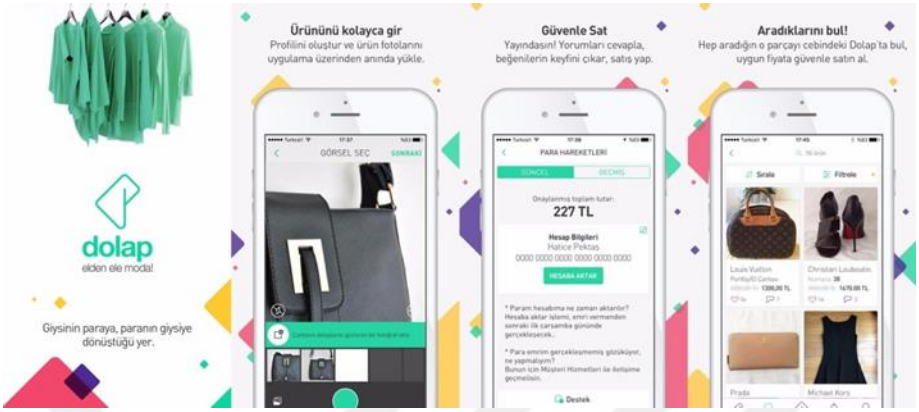
olmaya devam etmektedir. Fiyat, marka ve trend gibi faktörler, satın alma kararlarında sürdürülebilirlik kriterlerinin önünde gelmeye devam etmektedir. Bu çerçevede tüketicilerin sürdürülebilirlik iddialarına duyduğu güven de kritik bir değişkendir. Çevreci söylemin yaygınlaşması, doğru bilgiyle birlikte yanıltıcı ve eksik beyanların da artmasına zemin hazırlayabildiğinden, tüketici tarafında gerçekten sürdürülebilir olana ilişkin bir belirsizlik oluşabilmektedir. Bu belirsizlik, sürdürülebilir ürünlere yönelimi yavaşlatabileceği gibi, zaten hepsi pazarlama düşüncesini güçlendirerek, davranış değişimini zayıflatma riski de taşımaktadır. Bu nedenle farkındalığın kalıcı bir dönüşüme evrilmesi markaların şeffaflığına, iddiaların doğrulanabilirliğine ve bilgiye erişimin kolaylaştırılmasına da bağlıdır. Bununla birlikte, ikinci el giyim pazarında gözle görülür bir canlanma yaşanmaktadır. Öncelikle ekonomik nedenler, özgün olma arayışı, gençler arasında ikinci el ürünlere olan talebi artırmaktadır (Hürriyet Daily News, 2025), (Resim 12). İkinci elin sunduğu benzersiz parça bulma imkanı, maliyet avantajıyla birlikte, kişisel stil inşasını destekleyen bir unsur olarak da öne çıkmaktadır. Ayrıca ikinci el alışveriş, kullanım ömrünü uzatma potansiyeli nedeniyle, hızlı modanın kısa ömürlü tüketim döngüsüne karşı pratik bir alternatif olarak değerlendirilebilir.



Resim 12: Feriköy İkinci El Pazarı
Kaynak: https://www.instagram.com/p/CVZrlg0ox1k/?hl=en (15 Kasım 2025)

Dolap ve ModaCruz gibi yerel dijital platformlar, pazarın büyüyüp genişlemesinde önemli bir kaldıraç işlevi görmektedir. Yerel platformlar alıcı ve satıcıyı bir araya getirerek, ikinci el erişimini kolaylaştırmakta, ürün çeşitliliğini artırmakta ve

piyasayı daha görünür hale getirmektedir. Türkiye pazarına giren uluslararası oyuncular da rekabeti artırmaktadır (Bimodahayat, 2025), (Şekil 10).



Şekil 10: Dolap Uygulaması
Kaynak: https://webrazzi.com/2016/09/21/earlybird-destekli-dolap-ikinci-el-giysi-pazar-yeri/ (08 Kasım 2025)

Burada dikkat edilmesi gereken bir nokta da, ikinci el pazarının büyümesi her koşulda toplam tüketimi azaltmayabilir. Bazı durumlarda daha ucuza, daha çok ürün alma eğilimi tüketim hacmini artırarak, çevresel kazanımı sınırlayabilir. Bu nedenle ikinci elin sürdürülebilirlik etkisi, kullanıcı motivasyonları ve tüketim sıklığı ile birlikte değerlendirilmelidir.

Mevcut eğilimler, kullan – at kültürüne karşı bir alternatifin filizlendiğini göstermektedir. Ancak bu ilginin bilinçli bir sürdürülebilirlik tercihine dönüşmesi için, "Sinnfluencer" olarak adlandırılan çevreci, sosyal medya figürleri sürdürülebilirlik bilgisinin yaygınlaşması ve davranış normlarının oluşması açısından etkili olabilmektedir.

Markaların ve sivil toplum kuruluşlarının farkındalık çalışmalarının yalnızca kampanya diliyle sınırlı kalmayıp somut bilgi, izlenebilirlik ve ölçülebilir taahhütlerle desteklenmesi kritik önem taşımaktadır (BEGO Jeans, t.y.). Türkiye'de sürdürülebilir moda alanındaki dönüşüm, tüketici talebindeki yükseliş kadar, güvenilir bilgi üretimi, şeffaflık, erişilebilir alternatiflerin çoğalması ve davranış değişimini destekleyen iletişim stratejilerinin sürekliliğiyle de yakından ilişkilidir.

3.5. Türkiye Özelindeki Zorluklar ve Fırsatlar

Türkiye tekstil sektörü, sürdürülebilirlik dönüşümünde önemli fırsatlara sahip olmakla birlikte, aşması gereken ciddi zorluklarla da karşı karşıyadır.

Zorluklar açısından; Türkiye tekstil ve hazır giyim sektörünün sürdürülebilirlik performansını kısıtlayan ve dönüşümünü yavaşlatan temel zorluklar, finansal engeller, çevresel baskılar ve yapısal sorunlar etrafında yoğunlaşmaktadır. Sektörün omurgasını oluşturan küçük ve orta büyüklükteki işletmeler, sürdürülebilirlik dönüşümünün önündeki en büyük engellerle karşılaşmaktadır. Küresel markaların tedarik zincirlerine dahil olabilmek için, GOTS veya Fair Trade gibi uluslararası geçerliliği olan sertifikasyonlar giderek bir ön koşul haline gelmektedir. Ancak bu sertifikasyonların yüksek maliyetleri, teknik denetim süreçlerinin karmaşıklığı ve sürekli yenilenme gereklilikleri sınırlı finansal ve insan kaynaklarına sahip KOBİ'ler için ciddi bir bariyer oluşturmaktadır. Bu durum, KOBİ'lerin sürdürülebilir pazarlardan dışlanması riskini doğurmakta ve sektördeki sürdürülebilirlik çabalarının sadece büyük ve finansal gücü olan firmalarla sınırlı kalmasına neden olmaktadır.

Çevresel açıdan en kritik zorlukların başında su yönetimi gelmektedir. Türkiye su stresi yaşayan bir ülke konumundadır ve tekstil endüstrisinin en yoğun olduğu Ege, Marmara ve Güneydoğu Anadolu bölgeleri, aynı zamanda su kaynaklarının en kırılgan olduğu havzalardır. Pamuk tarımından, boyama ve apre işlemlerine kadar tekstil üretiminin her aşaması yoğun su tüketimi gerektirmektedir. İklim değişikliğinin kuraklık riskini artırdığı bir dönemde, sektörün mevcut su tüketim alışkanlıkları uzun vadede sürdürülebilir değildir. Bu durum, sektörün su ayak izini azaltmasını, atık su geri kazanım teknolojilerine yatırım yapmasını ve daha az su tüketen üretim yöntemlerini benimsemesini acil bir zorunluluk haline getirmektedir (Global Fashion Agenda, 2023).

Tedarik zincirindeki şeffaflık eksikliği ve kayıt dışı istihdam gibi yapısal sorunlar, özellikle sosyal sürdürülebilirlik alanında ilerlemeyi engellemektedir. Çok katmanlı ve parçalı tedarik zinciri yapısı, markaların üretimlerinin tüm aşamalarını izlemesini zorlaştırmaktadır. Bu şeffaflık eksikliği, çalışma koşulları, dengeli ücretler ve

işçi sağlığı gibi konularda risklerin gizli kalmasına neden olmaktadır. Kayıt dışı istihdamın yaygınlığı ise işçilerin sosyal güvenceden ve yasal haklardan mahrum kalmasına yol açarak, sektörün sosyal sorumluluk karnesini zayıflatmaktadır. Bu sorunların çözümü yalnızca tekil firma denetimleriyle değil, aynı zamanda dijital izlenebilirlik sistemlerinin yaygınlaştırılması ve kamusal denetimin güçlendirilmesi gibi planlı adımlar gerektirmektedir.

Fırsatlar açısından; Türkiye sürdürülebilir moda alanında mevcut üretim kabiliyetleri, jeopolitik konumu ve uluslararası dinamiklerden kaynaklanan küresel lider olma potansiyeline sahiptir. Bu nedenle Türkiye'nin güçlü ve esnek üretim altyapısı, döngüsel ekonomi modellerinin uygulanması için büyük bir potansiyel sunmaktadır. Özellikle tekstilden tekstile geri dönüşüm, sürdürülebilir modanın en zorlu, fakat en değerli alanlarından biridir.

Türkiye tekstil atıklarını toplayacak, ayrıştıracak ve yeniden elyafa dönüştürecek teknolojik ve lojistik altyapıyı kurma konusunda önemli avantajdadır. Global Fashion Agenda gibi uluslararası kuruluşların, Türkiye'de tekstil atıklarını azaltmaya ve döngüsel bir sistem kurmaya yönelik yeni girişimler başlatması, bu potansiyelin uluslararası düzeyde de tanındığının ve desteklendiğinin bir göstergesidir (Global Fashion Agenda, 2023). Bu tür projeler Türkiye'yi Avrupa'nın geri dönüşüm merkezi haline getirme potansiyeli taşımaktadır.

Avrupa Birliği Yeşil Mutabakatı ilk bakışta Türk ihracatçıları için bir dizi zorunluluk ve maliyet artışı gibi görünse de, uzun vadede sektör için bir dönüşüm katalizörü işlevi görebilir. Yeşil Mutabakat'ın getireceği karbon vergileri, sürdürülebilirlik standartları ve dijital ürün pasaportu gibi uygulamalar, Türk firmalarını daha yenilikçi, verimli ve rekabetçi teknolojilere yatırım yapmaya teşvik edecektir. Bu sürece erken adapte olan ve üretim süreçlerini karbonsuzlaştıran firmalar, Avrupa Birliği (AB) pazarındaki konumlarını koruyarak, küresel pazarlarda da rekabet avantajı elde edeceklerdir. Bu dönüşüm; sektörü düşük maliyetli üretim baskısından kurtarıp, yüksek katma değerli ve teknoloji odaklı bir yapıya taşıma fırsatı sunmaktadır (Global Fashion Agenda, 2023).

Türkiye’nin zengin tekstil mirası ve zanaatkarlık geleneği, modern sürdürülebilirlik ilkeleriyle birleştirildiğinde, ülkeye küresel pazarda benzersiz bir kimlik kazandırabilir. Yerel tohumlardan üretilen pamuklar, doğal boyama teknikleri, el dokuması kumaşlar ve geleneksel el sanatları, yavaş moda ve otantiklik arayan küresel tüketici için büyük bir çekim merkezi oluşturabilir. Türkiye hızlı moda markaları için bir üretim üssü olmanın ötesine geçerek kendi hikayesini anlatan, kültürel mirasını modern tasarımla birleştiren, sürdürülebilir ve otantik bir üretici marka olarak yeniden konumlanabilir. Bu dönüşüm çevresel ve sosyal sorumlulukları yerine getirerek sektörün küresel rekabet gücünü de uzun vadede artırarak ekonomik sürdürülebilirliğini güvence altına alacaktır.

4. SÜRDÜRÜLEBİLİR MODA YAKLAŞIMLARI: İNGİLTERE ÖRNEĞİ

Birleşik Krallık küresel moda endüstrisinde tarihsel olarak trendleri belirleyen, tasarım ve perakende alanında öncü bir rol üstlenen, ancak üretim kapasitesini büyük ölçüde denizaşırı ülkelere kaydırmış bir aktördür. Bu yapı ülkenin sürdürülebilirlik tartışmalarını üretimden ziyade tüketim, atık yönetimi, şeffaflık ve döngüsel iş modelleri ekseninde şekillendirmesine neden olmuştur (Şekil 11).



Şekil 11: Birleşik Krallık'ta Döngüsel Moda Modellerinin Tarihsel Gelişimi
Kaynak: https://pomp.store/blogs/journal/the-history-of-sustainable-fashion (18 Kasım 2025)

Bu bölümde İngiltere moda pazarının kendine özgü yapısı, sürdürülebilir tüketim alanındaki yenilikçi modelleri, bu alandaki güçlü politik ve yasal

düzenlemeleri, yüksek tüketici farkındalığı düzeyi incelenmiştir. Çalışmada İngiltere'nin tüketim odaklı sürdürülebilirlik yaklaşımının güçlü yönlerini ve tedarik zincirlerinin karmaşıklığından kaynaklanan zorluklarını bir arada ele alarak, bütüncül bir analiz sunulması hedeflenmiştir.

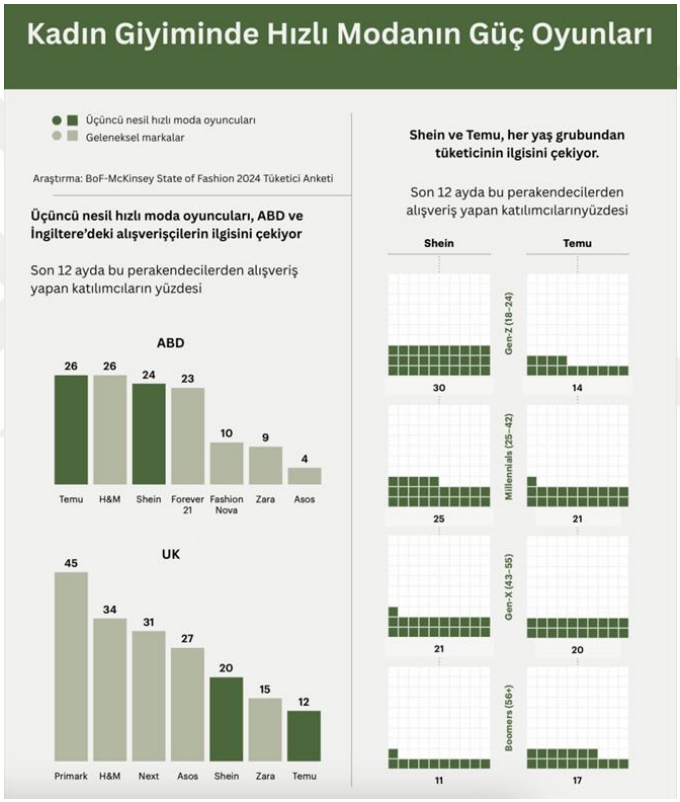
4.1. İngiltere Moda Pazarının Yapısı

İngiltere Avrupa'nın en büyük giyim pazarlarından biri olup, kişi başına düşen giysi tüketiminde kıtanın zirvesinde yer almaktadır. Birleşik Krallık vatandaşlarının her yıl yaklaşık bir milyon ton tekstil ürününü attığı ve bu atıkların önemli bir kısmının hızlı moda tüketiminden kaynaklandığı tahmin edilmektedir (House of Commons Environmental Audit Committee, 2019). Bu yüksek tüketim hacmi büyük ölçüde Asos, Boohoo gibi dijital büyük markalar başta olmak üzere, hızlı moda perakendecilerinin pazardaki hakimiyeti ve tüketicilerin sürekli yenilenen trendlere olan yoğun ilgisinden kaynaklanmaktadır. Greenpeace tarafından yapılan bir analizde Birleşik Krallık'taki hızlı moda alışkanlığının gezegeni yok edici boyutlara ulaştığı ve bu durumun giderek kötüleştiği vurgulanmaktadır (Greenpeace UK, t.y.).



Resim 13: Raeburn Defilesinden Bir Fotoğraf
Kaynak: https://publications.parliament.uk/pa/cm201719/cmselect/cmenvaud/1952/report-summary.html (28 Ekim 2025)

Birleşik Krallık'taki tasarımcılar sürdürülebilir moda konusunda günümüzde öncülük etmektedirler. Bu sayede modaya yeni bir vizyon getiren, heyecan verici, yenilikçi ve sürdürülebilir moda işletmeleri ve tasarımcılarından oluşan bir yelpaze oluşturulmuştur. Ülke, Londra Moda Haftası gibi etkinliklerle, küresel moda takviminde önemli bir yer tutmakta ve Stella McCartney, Raeburn gibi sürdürülebilirlik alanında öncü tasarımcılara ev sahipliği yapmaktadır. Bu anlamda Raeburn markasının 2019 koleksiyonunda, markanın tüm ürünleri yeniden yapılmış, azaltılmış ve geri dönüştürülmüş ürünlerden oluşturulmuştur (Resim 13).



Şekil 12: Kadın Giyiminde Hızlı Moda Tüketici Anketleri
Kaynak: https://www.mckinsey.com/~/media/mckinsey/industries/retail/our%20insights/state%20of%20fashion/2024/the-state-of-fashion-2024-f.pdf?shouldIndex=false (03 Kasım 2025)

Bunun yanında üretim büyük ölçüde Asya ve Doğu Avrupa'daki ülkelere kaydırılmıştır. Bu durum İngiltere'yi net bir tekstil ithalatçısı konumuna getirmiştir (Allwood ve diğerleri, 2006). Bu üretimden kopuk yapı ise sürdürülebilirlik tartışmalarının odağını üretim süreçlerinin çevresel etkilerinden çok, tüketim alışkanlıkları, tekstil atıklarının yönetimi, markaların küresel tedarik zinciri

sorumlulukları ve döngüsel iş modellerinin geliştirilmesi gibi konulara çevirmiştir. Bu durum İngiltere'nin sürdürülebilirlik gündeminin üretim verimliliğinden ziyade, tüketim sonrası çözümler ve tüketici davranışlarını değiştirme üzerine yoğunlaşmasına yol açmıştır.

Tüketim odaklı yaklaşımın güncel yansımaları, endüstriye yönelik hazırlanan kapsamlı raporlarda da görülebilmektedir. BoF-McKinsey'in State of Fashion 2024 raporunda yer alan ve hızlı moda tüketicilerinin eğilimlerini inceleyen anket sonuçları, bize önemli bir veriler sunmaktadır (BOF, McKinsey & Company, 2024), (Şekil 12).

4.2. Modada Sürdürülebilir Tüketim ve Döngüsel Modeller

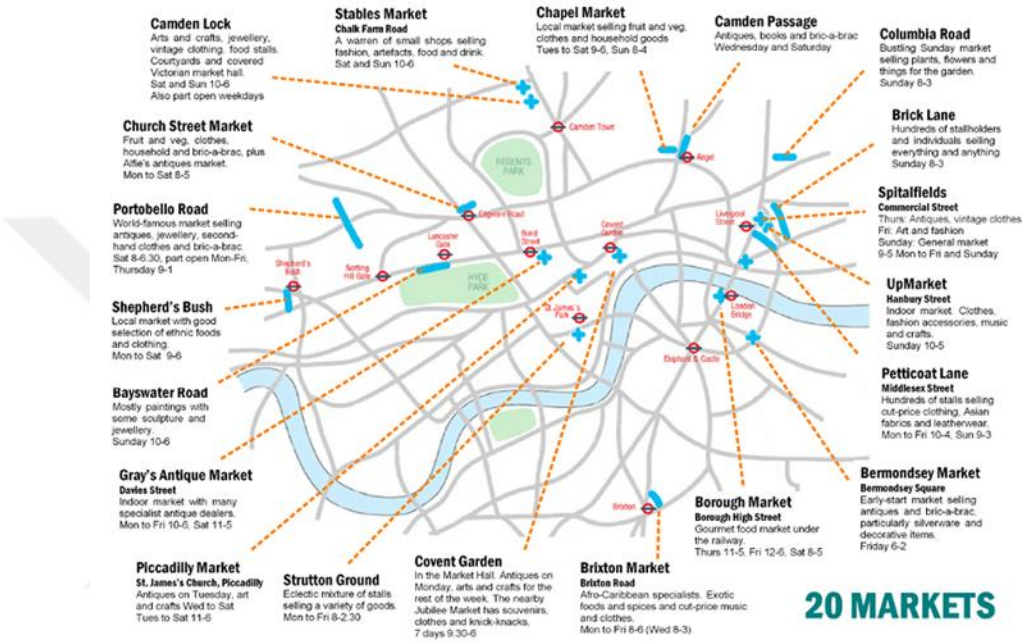
Yüksek tüketim oranlarının yarattığı çevresel ve sosyal sorunlara bir tepki olarak, İngiltere aynı zamanda döngüsel moda modellerinin en yaygın ve dinamik olduğu pazarlardan biri haline gelmiştir. Tüketiciler, markalar, girişimciler ve sivil toplum kuruluşları, giysilerin ömrünü uzatmaya ve lineer al – yap – at modeline alternatifler yaratmaya yönelik çeşitli mekanizmaları benimsemiş ve geliştirmiştir.

4.2.1. Yardım Amaçlı İkinci El Mağazaları Ekosistemi

İngiltere'de ikinci el giyim kültürü, yeni bir trend olmayıp, on yıllardır sosyal dokunun bir parçası olan köklü bir gelenektir (Şekil 13). Oxfam, British Red Cross, TRAID gibi sivil toplum kuruluşları (charity shops) tarafından işletilen bu mağazalar, kullanılmış giysilerin toplanması, tasnif edilmesi ve yeniden satılması yoluyla döngüsel ekonomiye katkı sağlayarak, kendi sosyal projeleri için fon yaratmaktadır (Oxfam, t.y.) Bu mağazalar giysilere ikinci bir hayat verme misyonunun en somut örnekleridir ve sürdürülebilirliği tabana yayan bir işlevi yerine getirmektedirler. Başlangıçta daha çok düşük gelirli tüketicilere hitap eden bu mağazalar, günümüzde sürdürülebilirlik bilincinin artması, vintage modasına olan ilgi ve özgünlük arayışıyla birlikte çok daha geniş bir tüketici kitlesi için popüler bir alışveriş destinasyonu haline gelmiştir.

Son on yılda geleneksel ikinci el kültürü, dijital platformların yükselişiyle birlikte radikal bir dönüşüm geçirmiştir. Depop, Vinted ve eBay gibi satış platformları, özellikle genç nesiller arasında ikinci el giysilerin alım satımını son derece kolay ve

popüler hale getirmiştir. Bu platformlar, bireylerin kendi gardıroplarını birer dükkana dönüştürmelerine olanak tanıyarak, giysilerin ekonomik ömrünü uzatmak için merkezi olmayan ve son derece dinamik bir pazar yaratmıştır. Dijitalleşme ikinci el modayı daha erişilebilir, çeşitli ve cazip hale getirerek, döngüsel tüketim alışkanlıklarının ana akımlaşmasında kilit bir rol oynamaktadır.



Şekil 13: Londra'daki İkinci El Mağazalarının Mekansal Yoğunluğu
Kaynak: https://www.christopherfowler.co.uk/blog/2010/09/03/london-street-markets (19 Kasım 2025)

Yardım ve Uluslararası Kalkınma için Tekstil Geri Dönüşümü gibi kuruluşlar bu modelin bir adım ötesine geçerek, tekstil atıklarını azaltma misyonunu küresel kalkınma projelerini finanse etmekle birleştirmiş ve Traid Together gibi programlarla tedarik zincirindeki işçilerin haklarını desteklemiştir (TRAID, t.y.). Böylece bu köklü altyapı İngiltere'de yeniden kullanım kültürünün toplumsal kabulünün temelini oluşturmuştur.

4.2.2. Dönem Butikleri ve Dijital Platformlarla Tarzın Dönüşümü

1990'lı ve 2000'li yıllarda Pop Boutique ve Rokit gibi öncü mağazaların ortaya çıkışıyla, ikinci el giyim, ihtiyaç nedeniyle alışveriş olmaktan çıkıp, bir stil beyanına dönüşmüştür. Bu butikler, özenle seçilmiş (curated) klasik parçaları sunarak, ikinci el giyime farklı ve özel olma faktörü ve arzu nesnesi kimliği kazandırmıştır (Pop

Boutique, t.y.; Rokit, t.y.). Beyond Retro gibi daha büyük ölçekli oyuncular ise bu modeli daha geniş kitlelere taşıyarak, küresel ölçekli mağazalarda on binlerce vintage ürünü bir araya getirmiş ve aynı zamanda kendi atıklarından Reworked koleksiyonları yaratarak, ileri dönüşüm (upcycling) pratiğini de iş modellerine entegre etmiştir (Beyond Retro, t.y.). Son on yılda ise Depop, Vinted ve eBay gibi dijital pazar yerlerinin yükselişi, özellikle "Z" kuşağı olarak tabir edilen nesil arasında, ikinci el alım satımını bir sosyal etkileşim ve girişimcilik biçimine dönüştürmüştür. Bu platformlar kullanıcıların kendi gardıroplarını birer butiğe çevirmelerine olanak tanıyarak, döngüsel ekonomiyi demokratikleştirmiştir (Resim 14-18).



Resim 14: The Vintage Showroom, Covent Garden
Kaynak: https://www.cntraveller.com/gallery/best-vintage-shops-in-london (25 Kasım 2025)



Resim 15: Rokit, Covent Garden
Kaynak: https://www.cntraveller.com/gallery/best-vintage-shops-in-london (25 Kasım 2025)



Resim 16: House of Vintage, Brick Lane
Kaynak: https://www.timeout.com/london/shopping/londons-nine-best-thrift-stores (18 Kasım 2025)



Resim 17: Boutique by Shelter, Barnes
Kaynak: https://www.timeout.com/london/shopping/londons-nine-best-thrift-stores (18 Kasım 2025)



Resim 18: Beyond Retro, Stoke Newington
Kaynak: https://www.timeout.com/london/shopping/londons-nine-best-thrift-stores (18 Kasım 2025)

4.2.3. Kiralama, Onarım ve Abonelik Modelleri

Döngüsel ekonominin bir diğer önemli ayağı olan erişim temelli iş modelleri İngiltere pazarında hızla yaygınlaşmaktadır. Hurr, By Rotation ve ReWear Club gibi platformlar kullanıcıların yüksek değerli giysileri satın almak yerine, belirli bir süre için kiralanmasına olanak tanıyarak, özellikle özel günler için yapılan tek kullanımlık alışverişlerin önüne geçmeyi hedeflemektedir (ReWear Club, t.y.). Özellikle kullanım sıklığı düşük olan (örneğin abiye olarak nitelendirilen elbiseler) ürünler için kaynak verimliliği açısından önemli bir potansiyel sunmaktadır.

Bir giysinin ömrü boyunca farklı kullanıcılar tarafından defalarca giyilmesi, üretimden kaynaklanan çevresel etkiyi kullanıcı başına önemli ölçüde düşürmektedir. Kiralama yöntemi aynı zamanda tüketicilerin sürekli yeni ürün satın alma baskısı hissetmeden stil denemeleri yapma ve moda heyecanını yaşama olanağı tanıyarak, aşırı tüketime sürdürülebilir bir alternatif sunmaktadır. Bu kullanım şeklinin; giysiye sahip olmaya tercih edilir anlayışı, kaynakların daha verimli kullanılmasını sağlamaktadır.

Giysilerin onarımı yöntemi de markalar ve tüketiciler arasında yeniden canlanmaktadır. The Seam gibi platformlar yerel terzilerle giysilerini onarmak veya değiştirmek isteyen tüketicileri bir araya getirirken, markalar da kendi onarım hizmetlerini sunmaya başlamıştır. Bu yaklaşımlar ürünlerin ömrünü uzatarak, atık oluşumunu en başından engellemeyi amaçlamaktadır.

4.2.4. Büyük Markaların Döngüsel Adımları

Döngüsel modellerin başarısı ve artan tüketici talebi, ana akım perakendecileri harekete geçirmiştir. İngiltere merkezli markalar, artan tüketici ve düzenleyici baskısı karşısında döngüsel ve sürdürülebilir iş modellerini stratejilerinin merkezine almaya başlamıştır. Bu alandaki girişimler yalnızca bir pazarlama aracı olmanın ötesine geçerek, operasyonel dönüşümleri de beraberinde getirmektedir.

Marks & Spencer (M&S) uzun yıllardır Oxfam ile yürüttüğü Shwopping (swap – shop – takas dükkanı) programıyla müşterilerinin kullanmadıkları giysilerini mağazalara getirmeye teşvik etmektedir. Yakın zamanda ise bu stratejisini bir adım

öteye taşıyarak, eBay ile ortaklık kurmuş ve ikinci el M&S ürünlerinin satılacağı yeni bir satış platformu oluşturmuştur. Yapılan bu hamle, markanın kendi ürünlerinin ikinci el pazarındaki değerini kabul ettiğini ve döngüsel ekonomiyi ana iş modelinin bir parçası olarak gördüğünü göstermektedir (M&S, 2021). Bu gibi adımlar sürdürülebilirliğin yalnızca niş markaların veya aktivist grupların değil, endüstrinin en büyük oyuncularının da gündeminde olduğunu kanıtlamaktadır.

Giysi sektöründe lüks segmentte sürdürülebilirliğin önemli konumundaki Stella McCartney, markasının kuruluş felsefesini hayvan haklarına ve çevresel sorumluluğa dayandırmıştır. Deri, kürk veya tüy kullanmayan marka, bunun yerine organik pamuk, geri dönüştürülmüş polyester ve yenilikçi, sürdürülebilir materyallere yatırım yapmaktadır. Stella McCartney'in başarısı, lüks ve sürdürülebilirliğin bir arada var olabileceğini kanıtlayarak, tüm sektöre ilham vermiştir (Stella McCartney, t.y.).

H&M ve Zara gibi hızlı modanın önde gelen büyük şirketleri dahi, döngüsel ekonomi alanında adımlar atmaktadırlar. H&M'in küresel ölçekte yürüttüğü giysi toplama programı, her markadan kullanılmış tekstil ürünlerini mağazalarında toplayarak yeniden kullanım veya geri dönüşüm için ayırmaktadır. Bu tür programlar lojistik olarak büyük operasyonlar gerektirse de, doğrusal iş modeline sahip şirketlerin dahi, döngüselliğe geçiş için potansiyel yollar aradığını göstermektedir (H&M Group, t.y.). Ancak bu girişimler aynı zamanda markaların temel aşırı üretim modelini değiştirmeden, yeşil yıkama yaptıkları yönünde eleştirilere de maruz kalmaktadır.

4.3. Politik ve Yasal Düzenlemelerde Değişimi Hızlandıran Etkenler

Birleşik Krallık hükümeti ve parlamentosu sivil toplum ve medyanın yoğun baskısıyla, moda endüstrisinin sürdürülebilirlik performansını mercek altına almış ve bu alanda dünyadaki en ilerici politika tartışmalarından bazılarını başlatmıştır. 2019 yılında Avam Kamarası Çevre Denetim Komitesi tarafından yayımlanan Fixing Fashion: Clothing Consumption and Sustainability raporu, İngiltere'nin moda endüstrisine yönelik en kapsamlı ve eleştirel resmi belgelerden biridir. Rapor; sektörün çevresel ve sosyal etkilerini somut verilerle ortaya koyarak, hükümete 18 maddelik bir öneri paketi sunmuştur. Bu öneriler arasında üreticilere sattıkları ürünlerin yaşam sonu

maliyetlerinden sorumlu tutan Genişletilmiş Üretici Sorumluluğu (Extended Producer Responsibility-EPR) sisteminin getirilmesi, satılamayan stokların yakılmasının veya çöpe atılmasının yasaklanması, Modern Kölelik Yasası'nın güçlendirilmesi ve okullarda onarım becerilerinin öğretilmesi gibi radikal adımlar yer almaktaydı (House of Commons Environmental Audit Committee, 2019). Hükümetin bu önerilerin çoğunu başlangıçta reddetmesi, Fashion Revolution gibi sivil toplum kuruluşları (STK) tarafından sert bir dille eleştirilmiş ve eylem eksikliği olarak nitelendirilmiştir (Fashion Revolution, 2019). Ancak rapor kamuoyunda ve endüstride yarattığı büyük yankıyla bir dönüm noktası olmuş, markaları gönüllü adımlar atmaya teşvik etmiş ve sonraki yasal düzenlemeler için zemin hazırlamıştır.

2015 yılında yürürlüğe giren Modern Kölelik Yasası, yıllık cirosu 36 milyon sterlini aşan şirketleri, kendi operasyonlarında ve küresel tedarik zincirlerinde modern kölelik ve insan kaçakçılığını önlemek için attıkları adımları yıllık olarak raporlamaya zorunlu kılmıştır. Bu yasa doğrudan moda sektörüne özgü olmasa da, tedarik zincirleri son derece karmaşık, coğrafi olarak dağınık ve riskli olan moda markaları için büyük bir önem taşımaktadır. Yasa, şirketlerin tedarikçilerini daha yakından tanımaya, risk analizi yapmaya ve şeffaflık konusunda adımlar atmaya iterek, kurumsal hesap verilebilirlik alanında önemli bir ilerleme sağlamıştır.

Fixing Fashion raporunun yarattığı baskı, hükümeti ve ilgili kurumları harekete geçirmiştir. WRAP (Waste & Resources Action Programme) gibi hükümet destekli kuruluşlar, Textiles 2030 gibi gönüllülük esasına dayalı sektörel anlaşmalarla markaları karbon, su ve atık ayak izlerini azaltma hedefleri etrafında bir araya getirmektedir (WRAP, t.y.; House of Commons Environmental Audit Committee, 2019), (Şekil 14-15; Resim 19). ReLondon gibi yerel yönetim girişimleri ise Londra'yı döngüsel bir şehir yapma vizyonuyla, özellikle tekstil alanında işletmelere ve girişimcilere destek olmaktadır (ReLondon, t.y.). En önemli gelişmelerden biri de Rekabet ve Piyasalar Otoritesi'nin yeşil yıkama ile mücadelesidir. CMA, moda markalarının sürdürülebilir, eko dostu gibi belirsiz ve kanıtlanamayan iddialarını mercek altına almış, bu konuda net kurallar içeren Yeşil İddialar Kodunu (Green Claims Code) yayınlamış ve Asos gibi büyük perakendeciler hakkında soruşturmalar başlatmıştır (GOV.UK, 2023). Bu

adımlar, markaları sürdürülebilirlik iletişimlerinde daha sorumlu ve kanıta dayalı olmaya zorlamaktadır.



Şekil 14: WRAP Textiles 2030 Girişiminin Hedef ve Paydaşlarını Gösteren Şema
Kaynak: WRAP (Textiles 2030) belgelerinden Ebru Gültekin Tarafından Oluşturulmuştur (27 Ekim 2025)



Resim 19: Wrap 2030'dan; Tekstil Atıklarının Çöplüklere Gitmesi Engellendi
Kaynak: House of Commons Environmental Audit Committee. 2019 (28 Ekim 2025)



Şekil 15: Sürdürülebilir Kapalı Döngü Çözümleri Üreten Bir Firmanın Wrap ile İş Birliği
Kaynak: https://packagedgroup.com/about-us (08 Kasım 2025)

4.4. Tüketici Farkındalığı ve Sivil Toplum Aktivizmi

İngiltere sürdürülebilirlik konusunda yüksek tüketici bilincine ve son derece aktif ve etkili bir sivil toplum yapısına sahiptir. Fashion Revolution, Greenpeace UK, TRAID ve Oxfam gibi kuruluşlar, yürüttükleri yaratıcı ve ses getiren kampanyalarla milyonlarca tüketiciyi harekete geçirirken, markalar ve politika yapıcılar üzerinde sürekli bir baskı unsuru oluşturmaktadır. Fashion Revolution'ın Rana Plaza faciasının yıldönümünde başlattığı "#whomademyclothes" kampanyası, küresel bir harekete dönüşerek, tedarik zinciri şeffaflığı talebini ön plana çıkartmıştır (Resim 20-22).



Resim 20: Kıyafetlerimi Kim Yaptı?
Kaynak: https://fashinnovation.nyc/fashion-revolution/ (19 Kasım 2025)

Greenpeace, markaların yeşil yıkama pratiklerini ifşa eden raporlarıyla kamuoyunu bilgilendirirken (Das, 2022), TRAID gibi kuruluşlar ise atık tekstili bir kaynak olarak kullanarak, somut döngüsel çözümler sunmaktadır. Bu güçlü sivil toplum ve yüksek medya ilgisi, İngiltere'deki sürdürülebilirlik tartışmalarının sürekli canlı

kalmasını ve somut politika adımlarına dönüşmesini sağlayan en önemli dinamiklerden biridir.



Resim 21: Kıyafetlerini Ben Yaptım
Kaynak: https://egedeniztextile.com/egedeniz-ethical-textiles/ (05 Kasım 2025)



Resim 22: Sürdürülebilirlik ve İklim Değişikliği Tüketici Hareketleri
Kaynak: https://acss.org.uk/tackling-climate-change-requires-profound-societal-transformation/ (05 Aralık 2025)

4.5. İngiltere Özelindeki Zorluklar ve Fırsatlar

İngiltere'nin sürdürülebilir moda yaklaşımı tüketim odaklı ve politika destekli yapısıyla önemli fırsatlar sunarken, küresel tedarik zincirlerine olan bağımlılığı nedeniyle ciddi zorluklarla da yüzleşmektedir. Ülkenin bu alandaki konumu, yüksek tüketim hacminin yarattığı sorunlarla mücadele etme zorunluluğu ile bu sorunlara yenilikçi çözümler üretme potansiyeli arasındaki karmaşık bir dengeyi yansıtmaktadır.

Zorluklar açısından incelendiğinde; İngiltere'nin sürdürülebilirlik alanındaki en temel zorluğu, moda endüstrisinin mevcut iş modelinin üretim ve tüketim arasındaki coğrafi ve sorumluluksal ayrışmasından kaynaklanmaktadır. Üretimin büyük ölçüde denizaşırı ülkelerde, özellikle Asya'da gerçekleşmesi, markaların tedarik zincirlerinin alt katmanları (örneğin, pamuk tarlaları, iplik fabrikaları, boyahaneler) üzerindeki kontrolünü ve şeffaflığını neredeyse imkansız hale getirmektedir.

Birleşik Krallık markaları, bu karmaşık ve çok katmanlı ağlarda yaşanan çevresel ve sosyal sorunların doğrudan faili olmasalar da, yarattıkları fiyat ve hız baskısı nedeniyle, bu sorunların temel tetikleyicisi konumundadırlar. Malzeme izlenebilirliği bu bağlamda en kritik sorunlardan biridir.

Fixing Fashion Raporu, birçok büyük perakendecinin, sattıkları ürünlerde kullanılan pamuğun hangi tarladan geldiğini, hatta hangi iplik fabrikasında işlendiğini bilmediğini açıkça ortaya koymuştur (House of Commons Environmental Audit Committee, 2019). Bu şeffaflık eksikliği, organik, dengeli, ticaret veya geri dönüştürülmüş gibi sürdürülebilirlik iddialarının doğrulanmasını zorlaştırmakta ve yeşil yıkama için uygun bir zemin hazırlamaktadır. Bununla birlikte en büyük zorluk, belki de İngiltere'nin kendi içindeki tüketim kültürüdür. Ülke, Avrupa'nın kişi başına en çok giysi tüketen ülkesi konumundadır ve bu durum, hızlı modanın pazardaki kültürel ve ekonomik hakimiyetini pekiştirmektedir.

İkinci el ve kiralama gibi döngüsel modellerin yaygınlaşmasına ve bu alanda bir altyapı oluşmasına rağmen, bu alternatifler yeni ürün tüketiminin hacmini azaltmada yetersiz kalmaktadır. Döngüsel pratikler çoğu zaman mevcut aşırı tüketim alışkanlıklarına bir eklenti olarak kalmaktadır. Bu durum, sürdürülebilirlik çabalarının

sürekli artan üretim ve tüketim hacminin yarattığı olumsuz etkiler tarafından gölgede bırakılma riskini taşımaktadır. Dolayısıyla sistemin temel sorunu olan aşırı tüketim çözülemedikçe, atık yönetimi ve geri dönüşüm çabaları yetersiz kalır.

Fırsatlar açısından; yüksek tüketici farkındalığı ve güçlü sivil toplum, markaları ve hükümeti sürekli olarak daha sorumlu davranmaya iten bir bekçi mekanizması görevi görmektedir. Fashion Revolution ve Greenpeace UK gibi kuruluşların yürüttüğü kampanyalar, sürdürülebilirlik konularını sürekli olarak kamuoyu gündeminde tutmaktadır.

İkinci el, kiralama, onarım ve geri dönüşüm gibi döngüsel iş modelleri için gelişmiş bir pazar, altyapı ve girişimcilik ekosistemi mevcuttur. Bu canlı ekosistem, sürdürülebilirliği teorik bir tartışma olmaktan çıkarıp, tüketicinin günlük yaşamında deneyimleyebileceği pratik ve erişilebilir hizmetlere dönüştürmektedir. Politika alanında atılan adımlar da İngiltere'nin en önemli fırsatlarından biridir.

Fixing Fashion raporu, CMA'nın yeşil aklama kılavuzu ve EPR tartışmaları gibi politika araçları, sektörün dönüşümü için güçlü bir zemin oluşturmaktadır. İngiltere; tasarım, inovasyon ve marka yönetimi gücünü kullanarak, sürdürülebilir ve döngüsel moda alanında yeni iş modelleri, teknolojik çözümler (örneğin, dijital pasaportlar) ve hizmetler geliştirerek, küresel bir lider olma potansiyeline sahiptir. Bu durum üretimden ziyade bilgi, sistem ve hizmet ihracatına dayalı bir ekonomik modele geçişi simgelemektedir.

5. SONUÇ

Bu çalışmada kadın giyiminde sürdürülebilir yaklaşımları; Türkiye ve İngiltere örnekleri üzerinden karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. Küresel moda endüstrisi yapısal bir dönüşüm ihtiyacıyla karşı karşıyadır ve bu iki ülke, farklı fakat birbirini tamamlayan ulusal bakış açıları sunmaktadır. Hızlı moda modelinin dayattığı doğrusal al – yap – at ekonomisi, derin çevresel, sosyal ve ekonomik krizler yaratmıştır. Bu krizlere karşı geliştirilen sürdürülebilirlik stratejileri, her ülkenin kendi endüstriyel yapısı, politik öncelikleri ve sosyo – kültürel dinamikleri çerçevesinde özgün bir karakter kazanmaktadır. Araştırmanın nihai bulgusu, Türkiye ve İngiltere'nin sürdürülebilir moda alanında bir madalyonun iki farklı yüzünü temsil ettiğidir. Türkiye güçlü üretim altyapısıyla, sürdürülebilirliğin üretim boyutunda önemli bir potansiyel barındırmaktadır. İngiltere ise köklü sivil toplumu, ilerici politikaları ve olgunlaşmış döngüsel pazarlarıyla sürdürülebilirliğin tüketim boyutunda öncü bir rol oynamaktadır. Bu iki farklı uzmanlık alanının entegrasyonu, ulusal başarılar ve küresel tekstil değer zincirinin dönüşümü için de kritik bir fırsat sunmaktadır.

Birleşik Krallık dünyanın en büyük moda pazarlarından biri olarak, sorunun tüketim ve atık boyutlarıyla doğrudan ve sert bir şekilde yüzleşmektedir. Bu yüzleşme ülkeyi sürdürülebilirlik alanında önleyici ve düzenleme odaklı bir yaklaşım benimsemeye itmiştir. Parlamentonun Çevre Denetim Komitesi tarafından yayımlanan Fixing Fashion gibi çalışmaları, endüstrinin çevresel ve sosyal tahribatını cesurca ortaya koymuş, Genişletilmiş Üretici Sorumluluğu gibi somut politika mekanizmalarını ülke gündemine taşımıştır. Bu politik iradenin arkasında son derece bilinçli bir tüketici kitlesi ve etkin durumda sivil toplum yapısı bulunmaktadır. Fashion Revolution ve Greenpeace gibi kuruluşlar yürüttükleri kampanyalarla kamuoyu baskısı oluşturmakta ve pratik çözümler sunmaktadır. Bu dinamikler İngiltere'de döngüsel iş modellerinin filizlenmesi için verimli bir zemin hazırlamıştır. Ülkenin ikinci el kültürü yardım kuruluşlarının on yıllardır süren faaliyetleriyle, toplumsal dokuya işlemiş köklü bir gelenektir. Bu geleneğin üzerine ikinci el kullanımını stil beyanına dönüştüren ikinci el pazarları, günümüzde bu ekosistemi dijital kiralama platformlarında yer alması, onarım hizmetleri ve büyük markaların pazar yerleriyle yaptığı iş birlikleri sayesinde, ikinci el

sunumu daha da çeşitlendirerek, sahiplikten erişime doğru kavramsal değişime öncülük edilmiştir.

İngiltere sürdürülebilirliğin tüketim sonrası aşamaları için canlı bir laboratuvar ve inovasyon merkezi olarak önemli bir örnek teşkil etmektedir. Türkiye ise küresel değer zincirinde tamamen farklı bir rol oynamaktadır. Güçlü tekstil altyapısı, esnek üretim kabiliyeti ve Avrupa pazarına lojistik yakınlığı ile dünyanın en önemli üretim merkezlerinden biri konumundadır. Bu durum, ülkenin sürdürülebilirlik gündemini doğal olarak üretim süreçlerine odaklamıştır. Organik pamuk üretimindeki küresel liderliği, sürdürülebilir hammadde tedarikinde ülkemize stratejik bir avantaj sağlamaktadır. Sektördeki öncü firmalar, su ve enerji verimliliği, atık su yönetimi ve tehlikeli kimyasalların elimine edilmesi gibi alanlarda küresel standartlarda inovasyonlar gerçekleştirmektedir. Türkiye'nin sürdürülebilirlik politikaları, en büyük ihracat pazarı olan Avrupa Birliği'nin Yeşil Mutabakatı ile uyumlanma sürecinden önemli ölçüde etkilenmektedir. Bu süreçte Türkiye, Sürdürülebilirlik Raporlama Standartları gibi değerli adımlar atmaktadır. Politikanın gelişimi ağırlıklı olarak uluslararası pazarlardaki rekabetçiliği koruma hedefinden kaynaklanmaktadır. Tüketim tarafında ise ikinci el pazarı özellikle gençler arasında ekonomik ve stil odaklı nedenlerle popülerleşmekle birlikte henüz İngiltere'deki gibi kurumsallaşmış ve sürdürülebilirlik bilinciyle bütünleşmiş bir yapıya kavuşmamıştır. Bu noktada Türkiye'nin, giysilerin ortalama kullanım ömrünün uzun olması ve nesilden nesile aktarılması gibi kültürel alışkanlıklarla "yavaş moda" ilkelerine doğal bir yatkınlığı olduğu da göz ardı edilmemelidir.

Türkiye'nin üretim kapasitesi ile İngiltere'nin döngüsel ekonomideki tecrübesi bir araya gelebilir. Böyle bir iş birliği, her iki taraf için de tek başlarına ulaşamayacakları büyük bir potansiyel yaratabilir. İngiliz markalarının sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşabilmesi Türkiye gibi üretim ortaklarının bu hedefleri karşılayabilecek teknik ve etik standartlara sahip olmasına bağlıdır. Aynı şekilde Türkiye'deki üreticilerin sürdürülebilir üretime yaptıkları yatırımların ekonomik olarak anlamlı olabilmesi için, İngiltere gibi pazarlarda bu ürünlere talep olması gerekmektedir ve ayrıca bu talebi teşvik eden adil bir pazar yapısının bulunması da önemlidir. Bu

bağlamda her iki ülkenin de birbirinden öğreneceği ve işbirliği yapabileceği pek çok alan vardır. Politika yapıcılara, endüstriye ve tüketicilere düşen görev; bu potansiyeli somut eylemlere dönüştürmektir. Politika düzeyinde, Türkiye'nin ihracat odaklı yaklaşımının yanı sıra iç pazarını düzenleyen, KOBİ'leri destekleyen ve döngüsel altyapıya yatırım yapan proaktif bir yaklaşım benimsemesi, İngiltere'nin ise gönüllülük esasına dayalı girişimlerin ötesine geçerek, ithal ürünlerde zorunlu izlenebilirlik standartları getirmesi ve aşırı tüketimi kontrol edebilecek daha cesur adımlar atması beklenmektedir.

Sektör paydaşları için bu karşılaştırma, köklü şeffaflık ve stratejik iş birliğinin kaçınılmazlığını vurgulamaktadır. İngiliz markaları Türkiye'yi sadece bir fason üretim merkezinden öte, sürdürülebilir ve şeffaf bir değer zinciri oluşturmak için stratejik bir ortak olarak görmelidir. Teknoloji transferi, ortak Ar – Ge projeleri ve dengeli ticaret prensiplerine dayalı uzun vadeli ortaklıklar içermelidir. Türk üreticiler ise sürdürülebilirliği, küresel pazarda rekabet gücünü artıracak stratejik bir yatırım olarak görmeli ve bu alandaki iyi uygulamalarını şeffaf bir şekilde uluslararası paydaşlarla paylaşmalıdır. Tüketiciler denklemin en kritik aktörüdür. Her iki ülkede de tüketicilerin tüketim alışkanlıklarını dönüştürme, daha az fakat daha nitelikli ürün satın alarak, giysilerinin ömrünü onarım ve bakımla uzatarak, ikinci el ile kiralama gibi alternatifleri benimseyerek, en önemlisi markalardan şeffaflık ve hesap verebilirlik talep ederek bu büyük dönüşümü harekete geçirme gücü vardır.

Sonuç olarak kadın giyimde sürdürülebilir bir gelecek; tarladan gardıroba, gardıroptan yeni bir yaşama uzanan tüm değer zinciri boyunca üreticilerin, tasarımcıların, politika yapıcıların, en önemlisi tüketicilerin ortak sorumlulukla ve ortak eylemiyle şekillenecektir. Türkiye ile İngiltere arasındaki bu tamamlayıcı ilişki, küresel işbirliğin nasıl başlayabileceğine dair umut veren bir model sunmaktadır. Bu anlamda gelecekte yapılacak çalışmalar, iki ülke arasındaki işbirliği modellerinin ekonomik ve çevresel sonuçlarını analiz etmelidir. Ayrıca çalışmalarla güncel sürdürülebilirlik düzenlemelerinin Türk tekstil sanayisindeki uzun vadeli yansımalarını değerlendirmeli ve bu alandaki bilgi birikimini derinleştirmelidir.

KAYNAKÇA

Abelvik-Lawson, H. (2020, November 23). *The UḰs Fast Fashion Habit is Getting Worse and itsS Destroying The Planet*. https://www.greenpeace.org.uk/news/the-uks-fast-fashion-habit-is-getting-worse-and-its-destroying-the-planet/ Erişim Tarihi: 26 Ekim 2025

Academy of Social Sciences. (t.y.). *Tackling Climate Change Requires Profound Societal Transformation.* https://acss.org.uk/tackling-climate-change-requires-profound-societal-transformation/ Erişim Tarihi: 05 Aralık 2025

Allwood, J. M., Laursen, S. E., de Rodriguez, C. M. ve Bocken, N. M. P. (2006). *Well Dressed? The Present and Future Sustainability of Clothing and Textiles in the United Kingdom*. University of Cambridge Institute for Manufacturing. https://www.ifm.eng.cam.ac.uk/uploads/Resources/Other_Reports/UK_textiles.pdf Erişim Tarihi: 04 Kasım 2025

Anadolu Ajansı. (2022, Ekim 11). *Hazır Giyim ve Konfeksiyondan 10 Ayda 17,9 Milyar Dolarlık Rekor Ihracat*. https://www.aa.com.tr/tr/ekonomi/hazir-giyim-ve-konfeksiyondan-10-ayda-17-9-milyar-dolarlik-rekor-ihracat/2737352 Erişim Tarihi: 26 Ekim 2025

Andrews, C. G. (2025). *Cutting Clothing Waste and Combating Climate Change*. https://www.nathab.com/blog/cooling-clothes-that-combat-climate-change Erişim Tarihi: 30 Ekim 2025

Bay Garnett. (t.y.). *Projects & Press.* https://www.baygarnett.com/ Erişim Tarihi: 23 Ekim 2025

BEGO Jeans. (t.y.). *Temiz Moda Hareketi Nedir?*. https://begojeans.com/temiz-moda-hareketi-nedir/ Erişim Tarihi: 08 Ekim 2025

Beyond Retro. (t.y.). *About Us*. https://www.beyondretro.com/pages/aboutus-copy Erişim Tarihi: 25 Kasım 2025

Bimodahayat. (2025, Nisan 27). *Dünyada İkinci El Pazarı Yükselirken Türkiye'de Rüzgar Nasıl Esiyor?* https://www.bimodahayat.com/post/dunyada-ikinci-el-pazari-yukselirken-turkiyede-ruzgar-nasil-esiyor Erişim Tarihi: 10 Kasım 2025

BOF, McKinsey & Company, (2019). *The State of Fashion 2020*. https://www.mckinsey.com/~/media/mckinsey/industries/retail/our%20insights/the%20state%20of%20fashion%202020%20navigating%20uncertainty/the-state-of-fashion-2020-final.pdf Erişim Tarihi: 28 Eylül 2025

BOF, McKinsey & Company, (2024). *The State of Fashion 2024.* https://www.mckinsey.com/~/media/mckinsey/industries/retail/our%20insights/state%20of%20fashion/2024/the-state-of-fashion-2024-f.pdf?shouldIndex=false Erişim Tarihi: 03 Kasım 2025

Christopher Fowler. (2010). *London Street Markets*. https://www.christopherfowler.co.uk/blog/2010/09/03/london-street-markets Erişim Tarihi: 19 Kasım 2025

Çiloğlu, G. (2025). Geleneksel Şile Bezi Motiflerinin Analizi ve Modern Yüzey Tasarım Örnekleri. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi SBE.

Çiloğlu, G. ve Toy, E. (2025). Sekiz Uçlu Yıldız Motifinin Şile Bezinde Kullanım Biçimleri. *International Journal of Social and Humanities Sciences Research JSHSR, 12*(115), 118-134.

Clean Clothes Campaign. (2020). *Campaigners Reveal Reports of Lockdown Breaches, Exploitation and Modern Slavery in Fast Fashion Giant Boohoo's Supply Chain in Leicester*. https://cleanclothes.org/news/2020/campaigners-reveal-reports-of-lockdown-breaches-exploitation-and-modern-slavery-in-fast-fashion-giant-boohoos-supply-chain-in-leicester Erişim Tarihi: 20 Ekim 2025

CN Traveller. (2025, May 29). *The 13 best vintage shops in London*. https://www..com/gallery/best-vintage-shops-in-london Erişim Tarihi: 25 Kasım 2025

Das, L. (2022, April, 12). Greenwash: What it is and How Not to Fall For it. https://www.greenpeace.org.uk/news/what-is-greenwashing/ Erişim Tarihi 28 Ekim 2025

Depop. (t.y.). *Buy For Less. Pay No Selling Fee*. Keep Fashion Circular.* https://www.depop.com/?gad_campaignid=21858757823&gad_source=1&gbraid=0AAAAACrrxZuzguLgRm7X2nLjJpL4QWjXd&gclid=Cj0KCQjw37nNBhDkARIsAEBGI8Or5-POJpzkWgZN49fA1EyGJyzg19u46EeIxZVEd5KcJiG6kBvhwIYaAi1_EALw_wcB&utm_campaign=PAID_GG_UK_PRO_SEARCH_ALL_BRAND-CORE-DEFENCE&utm_content=depop&utm_medium=paid+advertising &utm_source=Brand+SEM Erişim Tarihi: 16 Ekim 2025

Egedeniz. (2025, March 29). *The Faces Behind Egedeniz Textile.* https://egedeniztextile.com/egedeniz-ethical-textiles/ Erişim Tarihi: 05 Kasım 2025

Ekoten, (t.y.). *Sürdürülebilirlik Raporları.* https://www.ekoten.com.tr/tr/surdurulebilirlik-raporlari/ Erişim Tarihi: 18 Ekim 2025

Elkington, J. (1997). Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business. Capstone. *Alternatives Journal; Waterloo* Vol.25, Ils. 4, (Fall 1999) , 42-43 *https://www.proquest.com/openview/804cc9d98196ef6e26d88748e89f8db0/ 1?pq-origsite=gscholar&cbl=35934* Erişim Tarihi: 18 Eylül 2025

Ellen MacArthur Foundation. (2017, November 28). *A New Textiles Economy: Redesigning Fashion's Future.* https://www.ellenmacarthurfoundation.org/a-new-textiles-economy Erişim Tarihi: 17 Ekim 2025

Ellen MacArthur Foundation. (2021, February 12). *The Butterfly Diagram: Visualising The Circular Economy*. https://www.ellenmacarthurfoundation.org/circular-economy-diagram Erişim Tarihi: 25 Ekim 2025

Enel. (2023). *The Three Pillars of Sustainability*. https://www.enel.com/learning-hub /sustainable-development/three-pillars-sustainability Erişim Tarihi: 30 Ekim 2025

Euratex. (2022). *Key Figures*. https://euratex.eu/wp-content/uploads/EURATEXFacts KeyFigures_2022rev-1.pdf Erişim Tarihi: 19 Ekim 2025

Fashinnovation. (2021, April 20). *Fashion Revolution: How the Movement Changing Is The Fashion Industry*. https://fashinnovation.nyc/fashion-revolution/ Erişim Tarihi: 19 Kasım 2025

Fashion Revolution. (2019). *The UK Government Response to The Fixing Fashion Report Lacks Action*. https://www.fashionrevolution.org/the-uk-government-response-to-the-fixing-fashion-report-lacks-action/ Erişim Tarihi: 29 Kasım 2025

Fashion Revolution. (t.y.). *Haulternatıve* https://www.fashionrevolution.org/wp-content/uploads/2019/02/FashRev_Haulternatives_2019.pdf Erişim Tarihi: 18 Ekim 2025

Fashion Revolution. (t.y.). *About Us*. https://www.fashionrevolution.org/about/ Erişim Tarihi: 20 Ekim 2025

Fletcher, K. ve Tham, M. (2019). *Earth Logic: Fashion Action Research Plan. The JJ Charitable Trust*. London: JJ Charitable Trust 5 Wilton Rd Pimlico.

GAMA. (t.y.). *Recycle Polyester Elyaf.* https://www.gamarecycle.com/urunler/recycle-polyester-elyaf Erişim Tarihi: 26 Ekim 2025

Global Fashion Agenda. (2023, December 08). Global Fashion Agenda grows efforts to combat textile waste through new initiative in Turkey. https:// globalfashionagenda.org/news-article/global-fashion-agenda-grows-efforts-to-combat-textile-waste-through-new-initiative-in-turkey Erişim Tarihi: 14 Ekim 2025

Globalfashionagenda. (2025, December 08). Global Fashion Agenda Grows Efforts to Combat Textile Waste through New Initiative in Türkiye. https:// globalfashionagenda.org/news-article/global-fashion-agenda-grows-efforts-to-combat-textile-waste-through-new-initiative-in-turkey/ Erişim Tarihi: 22 Ekim 2025

GOV.UK. (2023). *Undertakıng*. https://assets.publishing.service.gov.uk/ media/66016 d3565ca2fc1fa7da7b6/ASOS_Undertaking__.pdf Erşim Tarihi: 30 Ekim 2025

GOV.UK. (2024, September 18). *Greenwashing: CMA Issues Tailored Guide for Fashion Brands*. https://www.gov.uk/government/news/greenwashing-cma-issues-tailored-guide-for-fashion-brands Erişim Tarihi: 20 Ekim 2025

GOV.UK. (2026, January 22). *Making Green Claims: Getting it Right, Across The Supply Chain.* https://www.gov.uk/government/publications/making-green-claims-getting-it-right-across-the-supply-chain/making-green-claims-getting-it-right-across-the-supply-chain Erişim Tarihi: 20 Ekim 2025

Greenpeace UK. (t.y.). *Sustainable Fashion*. https://www.greenpeace.org.uk/ challenges /sustainability/ Erişim Tarihi: 01 Aralık 2025

Greenpeace. (2021). *Greenwash Danger Zone: Report Warns Companies Are Hiding True Environmental Costs of Fast Fashion*. https://www.greenpeace. org.uk/news/fashion-greenwash-report-companies-hiding-true-environmental-costs-fast-fashion/ Erişim Tarihi: 23 Ekim 2025

Greenpeace. (t.y.). *Detox My Fashion.* https://www.greenpeace.org/international/act/ detox/ Erişim Tarihi: 20 Eylül 2025

H&M Group. (t.y.). *Sustainability*. https://hmgroup.com/sustainability/ Erişim Tarihi: 27 Kasım 2025

Hill, M. (2023, March 20). *The 5 Rs of Fashion: Reduce, Rewear, Recycle, Repair, Resell*. https://goodonyou.eco/5rs-of-fashion/ Erişim Tarihi: 05 Eylül 2025

Honestlywtf. (2025, September 8). *DIY Sashiko Denim Repair (Boro).* https:// honestlywtf.com/diy/diy-sashiko-boro-denim-repair/ Erişim Tarihi: 30 Ekim 2025

House of Commons Environmental Audit Committee. (2019, February 19). *Fixing fashion: Clothing consumption and sustainability. UK Parliament*. https:// publications.parliament.uk/pa/cm201719/cmselect/cmenvaud/1952/full-report.html Erişim Tarihi: 28 Ekim 2025

Hürriyet Daily News. (2025, September 04). *Second-hand fashion gains popularity among Turkish youth*. https://www.hurriyetdailynews.com/second-hand-fashion-gains-popularity-among-turkish-youth-213210 Erişim Tarihi 05 Kasım 2025

Instagram. (2021, October 24). *Feriköy Antik Pazarı*. https://www.instagram. com/p/CVZrlg0ox1k/?hl=en Erişim Tarihi: 05 Kasım 2025

Joy, A., Sherry, J. F., Venkatesh, A., Wang, J. ve Chan, R. (2012). Hızlı Moda, Sürdürülebilirlik ve Lüks Markaların Etik Çekiciliği. *Moda Teorisi*, 16(3), 273-295.

Kara, M. (2016, Eylül 21). *Earlybird Destekli Dolap, İkinci El Giysi Pazar Yeri Uygulamalarının En Yeni Oyuncusu*. https://webrazzi.com/2016/09/21/earlybird-destekli-dolap-ikinci-el-giysi-pazar-yeri/ Erişim Tarihi: 08 Kasım 2025

Karbowska, I. (2025, April 24). *European Parliament hosts an exhibition to mark the 2nd anniversary of the Rana Plaza factory collapse in Dhaka*. https://www.independent.co.uk/news/pictures/european-parliament-hosts-an-exhibition-to-mark-the-2nd-anniversary-of-the-rana-plaza-factory-collapse-in-dhaka-10201558.html Erişim Tarihi: 29 Ekim 2025

M&S. (2021). *Recycled Material Sourcing Policy.* https://corporate.marksandspencer.com/sites/marksandspencer/files/marks-spencer/polyster/m-and-s-recycled-material-sourcing-policy%20(2).pdf Erişim Tarihi 15 Kasım 2025

Mandy Barker. (2025). *Photographs of British Algae: Cyanotype Imperfections.* https://www.mandy-barker.com/atkins-barker Erişim Tarihi: 17 Ekim 2025

Merino, T. (t.y.). *Page Du Photographe.* https://www.nationalgeographic.fr/photographe/tamara-merino Erişim Tarihi: 27 Ekim 2025

Of The Oceans. (2021). https://oftheoceans.com/micro-plastics/manmade-fibres-and-micro-plastics Erişim Tarihi: 25 Eylül 2025

Oxfam. (2024, Nopvember 12). *What is Sustainable Fashion.* https://www.oxfam.org.uk/oxfam-in-action/oxfam-blog/7-facts-about-sustainable-fashion/ Erişim Tarihi: 26 Ekim 2025

Packaged Group Limited. (t.y.). About Us. https://packagedgroup.com/about-us Erişim Tarihi: 08 Kasım 2025

Pomp Store. (2023, March 07). *The History of Sustainable Fashion.* https://pomp.store/blogs/journal/the-history-of-sustainable-fashion Erişim Tarihi: 18 Kasım 2025

Pop Boutique. (t.y.). *Our Story*. https://pop-boutique.com/pages/our-story Erişim Tarihi: 28 Kasım 2025

Recover. (2022, December 30). *Understanding the pitfalls of unintentional greenwashing*. https://recoverfiber.com/newsroom/unintentional-greenwashing Erişim Tarihi: 19 Ekim 2025

Recover. (2024a, October 28). *Reduce, reuse, recycle… understanding the Waste Hierarchy Model.* https://recoverfiber.com/newsroom/reduce-reuse-recycle-what-is-waste-hierarchy Erişim Tarihi: 20 Ekim 2025

Recover. (2024b, May 23). Digital Product Passport: The next step for the textiles and fashion industry. https://recoverfiber.com/newsroom/digital-product-passport Erişim Tarihi: 22 Ekim 2025

ReLondon. (t.y.). *Fashion and Textiles*. https://relondon.gov.uk/fashion-and-textiles Erişim Tarihi: 24 Kasım 2025

Resmi Gazete. (2023, Aralık 26). Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu Kararı. Sayı: 32414.

Re-tek. (t.y.). *Waste Hierarchy- The Inverted Pyramid*. https://www.re-tek.co.uk/re-tek-news/importance-of-the-waste-hierarchy/ Erişim Tarihi: 20 Ekim 2025

ReWear Club. (t.y.). *How it Works*. https://rewearclub.co.uk Erişim Tarihi: 21 Kasım 2025

Rokit. (t.y.). *About Us*. https://www.rokit.co.uk/pages/about-us Erişim Tarihi: 20 Ekim 2025

Stella McCartney. (t.y.). *Sustainability*. https://www.stellamccartney.com/gb/en/sustainability/sustainability.html Erişim Tarihi: 18 Kasım 2025

T.C. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı. (2022). *Türkiye'nin Döngüsel Ekonomiye Geçiş Potansiyelinin Değerlendirilmesi için Teknik Destek Projesi*. Ankara.

Textile Exchange. (2024). *The Future of Synthetics*. https://2d73cea0.delivery.rocketcdn.me/app/uploads/2024/04/The-Future-of-Synthetics.pdf Erişim Tarihi: 17 Eylül 2025

Textile Exchange. (2025). *Materials Market Report*. https://2d73cea0.delivery.rocketcdn.me/app/uploads/2025/09/Materials-Market-Report-2025.pdf Erişim Tarihi: 18 Eylül 2025

Textile Exchange. (t.y.). *Climate Action Starts At the Source of the Materials We Choose*. https://textileexchange.org/ Erişim Tarihi: 23 Eylül 2025

Textilegence. (2023). *Ekoten Atık Su Geri Kazanım Projesini Ödülle Taçlandırdı*. https://www.textilegence.com/ekoten-atik-su-geri-kazanim-projesini-odulle-taclandirdi/ Erişim Tarihi: 26 Ekim 2025

Textilegence. (2024a). *Garanti BBVA ve IVY-decarb Tekstilde Sürdürülebilir Dönüşüm İçin İş Birliği Yaptı*. https://www.textilegence.com/garanti-bbva-ve-ivy-decarb-tekstilde-surdurulebilir-donusum-icin-is-birligi-yapti/ Erişim Tarihi: 27 Ekim 2025

Textilegence. (2024b). *Türkiye ve 5 AB Ülkesi Yapay Zeka Destekli Döngüsel Moda İçin Güçlerini Birleştirdi*. https://www.textilegence.com/turkiye-ve-5-ab-ulkesi-yapay-zeka-destekli-dongusel-moda-icin-guclerini-birlestirdi/ Erişim Tarihi: 27 Ekim 2025

TGRT Haber. (2023). *Mersin'de Ayakkabı Bağcıkları Renkli Çantalara Dönüştürülüyor, Kadınlar Üretime Kazandırılıyor*. https://www.tgrthaber.com/mavikadin/mersinde-ayakkabi-bagciklari-renkli-cantalara-donusturuluyor-kadinlar-uretime-kazandiriyor/ Erişim Tarihi: 27 Ekim 2025

The University of Manchester. (2019, April 25). *How Development Shaped the Shrinking of Aral Sea*. https://blogs.manchester.ac.uk/hcri/2019/04/25/how-development-shaped-the-shrinking-of-aral-sea/ Erişim Tarihi: 10 Eylül 2025

This Green Lifestyle. (2022). *The 7 R's of Sustainable Fashion*. https://www.thisgreenlifestyle.com/all-articles/the-7-rs-of-sustainablefashion Erişi Tarihi: 17 Ekim 2025

Thrift Factory. (t.y.). *About Us*. https://thriftfactorykilosale.co.uk/about-us Erişim Tarihi 09 Ekim 2025

TİM. (2023). *Türk Hazır Giyim ve Konfeksiyon Sektörü Sürdürülebilirlik Stratejisi ve Eylem Planı*. EY Builging a Better Working World & Turkish Apparel.

Time Out London. (2025, October 14). *London's Best Thrift Stores.* https://www.timeout.com/london/shopping/londons-nine-best-thrift-stores Erişim Tarihi: 18 Kasım 2025

Tokatli, N. ve Kızılgün, Ö. (2009). From Manufacturing Garments For Ready-To-Wear To Designing Collections For Fast Fashion: Evidence From Turkey. *Environment and Planning A, 41*(1), 146-162.

TRAID. (2020, June 29). *Clothes Clear-Outs For Charity Shops Increase.* https://traid.org.uk/clothes-clearout-increase/ Erişim Tarihi: 27 Eylül 2025

TRAID. (t.y.). About TRAID. https://traid.org.uk/about-traid Erişim Tarihi: 26 Ekim 2025

UCLA Sustainability. (t.y.). *What is Sustainability?.* https://sustain.ucla.edu/what-is-sustainability/ Erişim Tarihi: 15 Ekim 2025

UN Fashion Alliance. (t.y.). *UN Alliance for Sustainable Fashion*. https://unfashionalliance.org/ Erişim Tarihi: 23 Ekim 2025

UNDP, (t.y.). Destination 2030 *Accelerating progress on the Sustainable Development Goals.* https://www.undp.org/destination-2030-accelerating-progress-sustainable-development-goals Erişim Tarihi: 19 Eylül 2025

UNECE (2025). *Sustainable Development in the UNECE Region in 2025: More Data, Persistent Challenges*. https://w3.unece.org/sdg2025/ Erişim Tarihi 02 Ekim 2025

UNEP. (2018). *Putting the Brakes on Fast Fashion*. https://www.unep.org/news-and-stories/story/putting-brakes-fast-fashion Erişim Tarihi: 21 Ekim 2025

UNEP. (2020). *Sustainability and Circularity in the Textile Value Chain - Global Stocktaking*. https://wedocs.unep.org/rest/api/core/bitstreams/07737510-2d2b-44c2-a458-5ddd4e5fdf0d/content Erişim Tarihi: 08 Kasım 2025

UNEP. (2023, March 02). *Sustainability and Circularity in the Textile Value Chain - A Global Roadmap*. https://www.unep.org/resources/publication/sustainability-and-circularity-textile-value-chain-global-roadmap Erişim Tarihi: 23 Ekim 2025

UNFCCC. (t.y.). *Fashion Industry Charter for Climate Action*. https://unfccc.int/climate-action/sectoral-engagement/global-climate-action/fashion-charter Erişim Tarihi: 18 Kasım 2025

Van der Heijden, R., Coenen, J. ve Van Riel, A. (2017). Transitioning from a linear economy towards a circular economy: The case of the apparel industry. Moula, M. E., Sorvari, J. ve Oinas, P. (Ed.) *Constructing A Green Circular Society* içinde. Finland: Faculty of Social Sciences, University of Helsinki, 14-38.

Varshney, N. (2022, August 05). *Upcycling to Lead Sustainable Initiatives in the Fashion Industry*. https://apparelresources.com/business-news/sustainability/upcycling-lead-sustainable-initiatives-fashion-industry/ Erişim Tarihi: 28 Ekim 2025

Vinted. (t.y.). Ready to declutter your wardrobe?. https://www.vinted.co.uk/ Erişim Tarihi: 10 Ekim 2025

Whyte, C. (2020, December 1). *Economy Economics and The Environment*. https://www.resilience.org/stories/2020-12-01/economics-and-the-environment/ Erişim Tarihi: 04 Ekim 2025

WRAP. (t.y.). *Textiles*. https://www.wrap.ngo/taking-action/textiles Erişim Tarihi: 21 Kasım 2025

WWF. (t.y.). *Marks & Spencer*. https://www.wwf.org.uk/who-we-are/who-we-work-with/marks-and-spencer Erişim Tarihi: 23 Ekim 2025

Yeşil Büyüme. (2024, Ocak 22). *TSRS: Türkiye Sürdürülebilirlik Raporlaması Standartları Nedir?* https://yesilbuyume.org/turkiye-surdurulebilirlik-raporlamasi-standartlari/ Erişim Tarihi: 09 Ekim 2025