

MODA TASARIMI ÖĞRENCİLERİNİN ETİK KAVRAMINA BAKIŞ AÇILARININ DEĞERLENDİRİLMESİ: ESKİŞEHİR ÖRNEĞİ

Ayşe Seçil TEKİN AKBULUT ¹

ÖZET²

Profesyonel meslek yaşamında çalışanların meslek üyelerinin tümü tarafından kabul görmüş etik standartlarına uygun olarak görevlerini yürütmeleri gerekir. Bu standartlar nelerin yapılması ya da yapılmaması gerektiğini veya çalışma alanına göre yapılanın doğru mu yoksa yanlış mı olduğunu betimler. Sanatsal tasarımlar söz konusu olduğunda ahlaki sorunların sınıflandırılması ve tanımlanması daha da zorlaşmaktadır. Yeni bir ürün oluştururken daha önce yapılan çalışmalardan esinlenmeler olabilmektedir. Dahası, başka tasarımcıların fikirlerinden esinlenmeler ve hatta bazen bire bir denebilecek kadar kopyalamalar görülebilmektedir. Ancak bu davranışların etik veya etik dışı olarak değerlendirilmesi tasarımcının vicdanına ve titizliğine bağlıdır. Bu araştırmada Eskişehir’de moda tasarımı eğitimi alanında öğrenim gören 135 öğrenciye bir veri toplama aracı uygulanmış, yapılan tasarımların tamamının ya da bir kısmının kopyalanarak yeniden piyasaya sürülmesinin ne derece doğru olduğunun düşünüldüğüne dair sorular sorulmuştur. Ayrıca moda tasarımı alanında etik kavramı bağlamında organik malzemelerden yapılan tasarımların öğrenciler tarafından nasıl algılandığı da veri toplama aracında dikkate alınmıştır. Toplanan veriler üzerinde açıklayıcı faktör analizi yapılarak iki faktörlü bir ölçme aracına ulaşılmıştır. Faktörler yaratım sürecinde etik davranış ve çevreye duyarlılık olarak isimlendirilmiş, toplam varyansın yüzde 46’sı açıklanmış, yüksek iç tutarlılık katsayılarına ulaşılmıştır. Faktörler cinsiyete göre fark göstermezken, sınıf bağlamında fark gözlemlenmiştir. Sonuçlar tartışılarak ileride yapılacak çalışmalar için önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Mesleki etik; moda tasarımı; modada çevreye duyarlılık

¹ Araştırma Görevlisi, Anadolu Üniversitesi Yunus Emre Kampüsü Mimarlık ve Tasarım Fakültesi Moda Tasarımı Bölümü, secilt@anadolu.edu.tr

² Bu araştırmanın ön bulguları “Perceptions of fashion design students on professional ethics in a Turkish state university” başlığıyla Fashion Tales 2012’de, Milano’da bildiri olarak sunulmuştur.

EXPLORATION OF THE PERCEPTIONS OF FASHION DESIGN STUDENTS REGARDING ETHICS: ESKİŞEHİR CASE

ABSTRACT

Professionals are supposed to conduct their duties in accordance with a set of ethical standards accepted by all members of the profession. These standards determine what they should or should not do or what is right or wrong in the workspace. The classification and description of these moral questions are even more difficult when artistic creation is in question. Duplicating previous works, re-using some parts of the previous studies to create a new work and stealing from other designers' productions can be observed in the profession. Moreover, the use of ecologically friendly materials is emphasized recently. However, the degree to which these behaviours are judged as ethical or unethical depends mostly on the rigour and conscience of the creators. In this regard, the current study administered a questionnaire to address above constructs among 135 fashion design students in Eskişehir, Turkey. Participant perceptions regarding the professional ethics of fashion designers were investigated. An exploratory factor analysis revealed a two-factor structure. Factors were named as ethics during creativity and environmental awareness. The analysis explained 46 per cent of the total variance and factors had high internal consistency coefficients. Participants' averages did not differ with regard to gender whereas differences among classes were observed. Findings are discussed followed by implications and suggestions for further implementations.

Keywords: Professional ethics; fashion design; environmental awareness in fashion

1. GİRİŞ

Bu çalışmanın temel amacı, ilgili alanyazından ve paydaş görüşlerinden yola çıkarak moda tasarımı öğrencilerinin meslek etiğine ilişkin görüşlerini irdelemeye yönelik bir veri toplama aracı hazırlamaktır. Ayrıca bundan sonraki çalışmalarda kullanılmak üzere bu aracın güvenilirliğini ve yapı geçerliğini irdelemek amaçlanmıştır. Son olarak bulunan ortalama değerlerin cinsiyet ve sınıf gibi değişkenlere göre fark gösterip göstermediğini görmek de hedeflenmiştir. Çalışmada örneklem grubu olarak Anadolu'nun dört bir yanından gelen kara ve demir yollarının kesiştiği noktada konumlanmış, ulaşımı kolay olan ve bu nedenle pek çok öğrencinin tercih nedeni görülen Eskişehir seçilmiştir. Moda tasarımı bölümlerinde okuyan öğrencilerin meslekleri ile ilgili etik davranışlara ilişkin görüşlerinin incelenmesi için yapılan çalışmada, örneklem grubu olarak seçilen Eskişehir'de bu alanda eğitim gören 135 kişiye Likert tipi veri toplama aracı uygulanmış ve sonuçlar tartışılmıştır.

Kuramsal Çerçeve

Etik, felsefenin bir disiplini olup ahlak bilimi olarak kullanılmaktadır. Burada ahlak, bir eylemin ahlaksal açıdan iyi bir eylem olarak ifade edilmesini anlatmaktadır (Pieper,1999: 22). M.Ö. 5. ve 6. yüzyılda özellikle İlk çağ Yunan felsefesine dayanan etik ilk kez Aristoteles tarafından felsefeden ayrı bir alan olarak incelenmiştir. Aristoteles'e göre etiğin de yer aldığı pratik felsefenin konusu; insan eylemleri ve ürünleridir (Pieper,1999: 29). İnsanlara özgü olan etik kavramı, tarih boyunca ahlak kurallarına göre hareket etme çabasını getirmiştir (Marşap, 2012). Pieper'e göre (1999: 22-23) insanlar az ya da çok etik üzerine düşünebilir; ancak bu kişilerin her biri konuya sistematik olarak yaklaşp bir kuram oluşturamazlar. Etik kaygı ve düşünceler bir durum ya da çelişkiyle gündeme gelirler ve çelişki sorunu çözümlenince etik sorunu da çözülmüş kabul edilir

Etik kavramı günümüzde incelendiğinde ise, hayatımızın her alanında karşımıza çıksa da anlaşılması zor ve tartışmaya açık bir kavram olup insan tutum ve davranışlarının iyi ya da kötü yönden değerlendirilmesidir (Marşap, 2012; Ay ve Ark. 2010: 1). Kişisel ve örgütsel sorunlara yönelik etik karar alınmasında yaşanan zorluklar karmaşıklığın temel nedenini oluşturmaktadır (Ay ve Ark. 2010: 1).

Olumlu yönde davranışlar sergilemeyi hedefleyen etik, her yaşam tarzı her meslek yapısı için temelde aynı amaca hizmet ederken bazı grupların özelliklerine göre farklılıklar gözetir. Meslek etiği belli bir meslek grubunun uyması gereken ahlak ilkeleridir. Genellikle bu ilkeler toplumsal kültür ve değerlerinden bağımsızdır. Çünkü bu değerler evrensel ilkelerdir ve dünyanın her yerinde

geçerlidir. (Arslan, 2001: 88) Dolayısıyla moda tasarımı alanında uyulması gereken ahlaksal değerler de dünyanın her yerinde aynı özellikleri taşır ve moda tasarımcıları tarafından uyulması beklenir.

İnsan sosyal toplumların bir üyesidir. İnsanı insan kılan davranışları, diğer insanlarla iletişimi ve iletişime verdiği tepkidir. Çevresinde yaşananlara bireysel tepkiler vermek insanların özgürlüğünün temelini oluşturmaktadır. Aksi durum özgürlüklerin tutsaklığa dönüşmesini içermektedir. Düşünce farklılıkları ve çelişkiler davranışların doğruluk ve ahlak açısından irdelendiği zaman görülür. Birine göre doğru olan bir başkası için yanlış olabilir. Genellikle bireyler kendi bakış açılarını sorgulamaya bir başka deyişle karşı fikirlerle yüzleşmeye ve eleştiriye hazır değildirler. Özgürlük, bireylerin istedikleri gibi davranabilecekleri kuralızsızlık demek değildir. İnsanların istek, gereksinim ve dürtüleriyle birlikte hareket etmek istemeleri öte yandan bunlarla kendileri için belirlenmiş kurallar koyulması ve özgür olduğu için, özgürlüğünün korunması için bu kurallara uyması ahlaksal özgürlüktür. Çünkü sadece bu özgürlük kurallarına uyduğu zaman kuralların bağlayıcılığı ve ahlak oluşur. Kuralızsız özgürlük, insanların yapısına uygun olmayan bir özgürlüktür. (Pieper,1999: 34-35).

Yoğun rekabet ortamında işletmelerin çabuk eskijen ürünler üretmeleri kötü şöhrete neden olacağı için kaçınılması gerekmektedir. Ancak işletmeler rekabet ortamına uyum sağlayabilmek için sürekli gelişme ve iyileşme sağlamak dolayısıyla da sürekli model ve tasarım değişikliğine gitme durumunda kalmışlardır. Ayrıca tüketicilerin önemli bir kısmı, daha yeni ve modern tasarımlara sahip ürünleri edinmek istemektedir. İşletmeler bu ihtiyaca cevap vermeye çalışmakta, tüketiciler de alternatifler arasında seçim yapma özgürlüğünü kullanmaktadır. (Ay ve Ark. 2010: 43).

Bireyler etik konusunda kendi değer yargıları doğrultusunda bir karar verir ve uygular. Bireyler aldıkları sorumluluğu üstlenirken vicdani ve toplumsal baskıları verdiği kararları etkiler. Etik kuralların bir kısmının yasalarda bir yaptırım gücü vardır (Marşap, 2012). Kamu duyarlılığı, sosyal ve çevresel konularda gittikçe artmakta buna bağlı olarak daha eğitilmiş, seçici ve bireysel isteklerin talep edildiği tüketiciler ve konuyla ilgili yapılan yasal düzenlemeler ile teknolojik ilerlemeler ve iletişim konusundaki gelişmeler gibi değişkenler işletmelerin pazarlama, karar verme ve uygulamalarını etkilemektedir. (Ay ve Ark. 2010: 34).

Herhangi bir ürünün ya da patentinin, markanın ve ürünle ilgili hakların izinsiz olarak kopyalanması veya benzerlerinin yapılması ürün taklidi olarak tanımlanmaktadır. Fikir ve sanat ürünlerinin tasarımcılarından izin alınmadan kopyalanması sonucunda taklit ürünler oluşmaktadır. Üretilen taklit ürünler hem etik

sorunu oluşturmakta hem de birçok ülkede yasal düzenlemeler ile suç kapsamına alınmaktadır. (Torlak 2001:210; Ay ve Ark. 2010: 39).

Türkiye’de 1951 yılında kabul edilen 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu’na (FSEK) göre güzel sanat eserleri olarak kabul edilen, tekstil ve moda tasarımı alanında yapılan çalışmaların doğrudan ya da uyarlanarak çoğaltılması suç kapsamına alınmıştır. Bu kanun gereğince ürün sahiplerinin ürün üzerindeki maddi ve manevi haklarını belirlemek, korumak, ürünlerden yararlanma şartlarını düzenlemek, usullere aykırı davranma durumunda yaptırımları saptamak Kültür Bakanlığının görevi olarak tanımlanmaktadır (Ay ve Ark. 2010: 40). Koruma altına alınan fikir ve sanat eserleriyle ilgili manevi, mali veya bağlantılı hakların ihlalini kapsayan suçlardan dolayı soruşturma ve kovuşturma yapılması şikâyete bağlıdır. Yapılan şikâyetin geçerli kabul edilebilmesi için hak sahiplerinin veya üyesi oldukları meslek birliklerinin haklarını kanıtlayan belge ve diğer delilleri Cumhuriyet başsavcılığına vermesi, şikâyet süresi içinde Cumhuriyet başsavcılığına verilmemesi hâlinde ise incelemeye gerek olmadığına karar verilir (FSEK, 2012).

Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu’nun 71. Maddesi gereğince “başkasına ait eseri, eser sahibinin izni olmadan çoğaltmak, kopyalamak, kendisininmiş gibi göstermek” suç kapsamında alınmış olup para ve/veya hapis cezasıyla cezalandırılır (FSEK, 2012). Ödenecek para cezasının miktarına örnek olarak, “eser sahibinin yazılı izni olmaksızın bir eseri değiştiren kişiler” ya da “Başkasının eserini kendi eseri veya kendisinin eserini başkasının eseri olarak gösteren kişiler” hakkında “2 yıldan 4 yıla kadar hapis veya 50 Milyar liradan 150 Milyar liraya kadar ağır para cezasına veya zararın ağırlığı dikkate alınarak her ikisine birden hükmolunur” maddesi sıklıkla karşılaşılan bir sorun olması açısından gösterilebilir (THTC, 2012).

Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu kapsamında korunan eserler, eserin yaratıldığı andan itibaren doğal bir korumadan yararlanmaktadır. Eserin herhangi bir kuruma kayıt (tescil) ettirilmesi ya da onaylatılmasına her zaman gerek duyulmaya bilinir. Bir eserin korunması için sahibinin özelliğini taşıması ve yasada sayılan eser türleri kapsamında olması gereklidir. “Fikir ve Sanat Eserlerinin Kayıt ve Tescili Hakkında Yönetmelik’in 5 inci maddesi gereğince zorunlu kayıt gerektiren tescile tabi sinema ve müzik eserleri ile bilgisayar oyunları dışındaki el işleri ve küçük sanat eserleri, minyatürler ve süsleme sanatı ürünleri ile tekstil, moda tasarımları gibi eser gruplarında, eser sahipleri isteğe bağlı kayıt tescil işlemi yaptırabilirler.” Söz konusu işlemin amacı hak oluşturmak değil, hak sahiplerinin haklarının ihlâl edilmemesi, hak sahipliklerinin belirlenmesinde ispat kolaylığı sağlanmasıdır. Koruma süresi ise eser sahibi yaşadığı sürece ve ölümünden sonraki 70 yılı kapsamaktadır (THGM, 2012).

Taklit ürünler konusunda görülen etik problemi genellikle uluslararası arenada tanınan ünlü markaların tasarımlarında görülmektedir. Taklitçilik özellikle Uzakdoğu ülkelerinde sıklıkla görülmektedir. Tasarımlar, logo ve işaret gibi karakterler küçük değişikliklerle üretilmekte, bu durum da taklit ürün uygulamaları kapsamında değerlendirilmektedir (Ay ve Ark. 2010: 40). Moda tasarımı alanında bire bir kopyalamanın dışında sıklıkla görülen taklit ürünler ise modelin kalıbı aynı tutularak kumaşının değiştirilmesidir. Taklit ürünler konusunda sadece yasal düzenlemeler yeterli olmamakta, toplumun duyarlılığının artırılması büyük önem taşımaktadır (Ay ve Ark. 2010: 40). Üreticilerin ve tüketicilerin taklit ürünlere mesafeli yaklaşımları bu etik sorununun çözümünde etkili rol oynayacaktır. Bu konuda özellikle tasarım ve işletme alanlarında eğitim gören öğrencileri meslek etiği hakkında bilgilendirerek doğru yönlendirmeye çalışmakta yarar vardır.

Eğitim eğitilmek değil farklı bakış açılarıyla bakabilmektir. Bakış açısı gelişen bireyler öğrenmenin sonunda etik değerler olan dürüstlük, doğruluk, sorumluluk, hukukilik, güvenilirlik ve başkalarına saygılı olma konularında kendisini geliştirir. Hiç kimsenin zorla bir şey öğretilmeyeceğinden, öğrencilerin öğrenmeye hazır ve istekli olmaları beklenmektedir (Marşap, 2012). İsteyerek öğrenen öğrencilerin aldıkları eğitim sonunda edinilen mesleklerin amacı, insanların mutlu olması ve yaşam standartlarını yükseltmesidir. Meslekler refah seviyesinin artmasına yardımcı olurken aynı mesleği yapanların belirli etik kurallara uygun davranması mesleğe duyulan saygınlığı da arttıracaktır. Meslek etiği temelinde insanların olduğu ve mesleklere uygulanması gereken davranış kuralları bütünüdür. Meslek etiğinde, dünyanın her yerinde aynı meslekte çalışanların aynı kurallara bütününe uyması beklenir (Marşap, 2012).

Etik moda denildiğinde meslek etiği mi yoksa yeni yeni yaygınlaşan bir kavram olan sürdürülebilir tasarımları da kapsayan etik moda mı olduğu bazen karışıklıklara neden olduğu görülmüştür. Bu nedenle araştırmada etik moda da aşağıda kısaca değinilmiştir.

Etik moda, moda işletmelerinin sosyal ve çevresel sorumlulukları ve sürdürülebilir tüketici isteklerinin uygunluğu anlamına gelmektedir (Shen et al. 2012: 235). 1970'lerde başlangıçta akademik çevreler, toplum kaynaklarının sınırlı olup çevrenin zarar gördüğünü bu nedenle de sürdürülebilir tasarımlar ile fayda sağlayan ürünlerin üretilmesi gerektiği konusuna dikkat çekmişlerdir. Faydalı ürünlerin tanımlanmasında ekolojik ürünler anlatılmaya çalışılmıştır. Ürün tasarımında maliyetten önce ekolojik ve çevresel maliyetlerin düşünülmesi tartışılmıştır. Sosyal sorumluluk sahibi tüketiciler sürdürülebilir tüketim yapmakta ve satın almada etik sorumluluklarını düşünerek hareket etmektedir. Türkiye'de atık oluşumunu en aza indirme ve bunların geri dönüşüm işlemleri ile ilgili çevre kanunu

bulunmaktadır. Dünyada da çevre koruma ile ilgili pek çok yasa bulunmaktadır. Ancak bu kurallara uymanın ne kadar kontrol edildiği ve çevre için ne kadar yeterli olduğu düşünülmesi gereken bir konudur. Çevresel duyarlılığın artması işletmeleri çevre dostu ürünler tasarlamaya ve üretmeye itmektedir. Öte yandan bu ürünlerin maliyetleri daha yüksek olduğu için tüketiciye fiyat artışı olarak yansiyabilmektedir (Ay ve Ark. 2010: 44-46).

Bu çalışmanın temel amacı ilgili alanyazını dikkate alarak moda tasarımı öğrencilerinin meslek etiğine ilişkin görüşlerini irdelemeye yönelik bir veri toplama aracı hazırlamaktır. Ayrıca bundan sonraki çalışmalarda kullanılmak üzere bu aracın güvenilirliğini ve yapı geçerliğini irdelemek amaçlanmıştır. Son olarak bulunan ortalama değerlerin cinsiyet ve sınıf gibi değişkenlere göre fark gösterip göstermediğini görmek de hedeflenmiştir.

Yöntem

Katılımcılar

Çalışma, Anadolu Üniversitesi Moda Tasarımı Bölümü'nde öğrenim gören 135 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Dört yıllık lisans eğitimi veren bölümün her sınıfındaki öğrencilerinin görüşlerine yer verilmiştir. Öğrencilerin sınıflara göre dağılımı şu şekildedir: Birinci sınıf (n=24; % 17.5), 2. sınıf (n=65; % 47.4), 3. sınıf (n=40; % 29.2), 4. sınıf (n=8; % 5.8). Moda tasarımı bölümlerindeki genel duruma benzer biçimde bölümdeki öğrencilerin büyük bir bölümü kadınlardan oluşmaktadır (n=130; % 94.9).

Veri toplama aracı

Katılımcılara bir kişisel bilgi formu ve 24 Likert tipi sorudan oluşan bir veri toplama aracı uygulanmıştır. Kişisel bilgi formunda katılımcıların cinsiyet ve sınıf bilgileri yer almıştır. Likert tipi sorular ise meslek etiğine ve etik modaya ilişkin görüşlerden oluşmuştur. Her başlık altında yer alan sorular kesinlikle katılmıyorum (1) ile kesinlikle katılıyorum (5) arasında puanlanmıştır. Veri toplama aracındaki maddeler, araştırmacının dışında iki alan uzmanı tarafından anlaşılabilirlik ve kapsam bağlamında incelendikten sonra moda tasarımı öğrencilerine uygulanmıştır.

Verilerin analizi

Toplam 24 maddeye 135 katılımcının verdiği yanıtlar üzerinde açıklayıcı faktör analizi gerçekleştirilerek veri toplama aracındaki maddelerin hangi başlıklar altında toplandığı irdelenmiştir. Analizini gerçekleştirmeden önce veri setinin faktör analizi için uygun olup olmadığı dikkate alınmış, madde başına beş katılımcıdan

daha fazla kişi düştüğü için Kass ve Tinsley'e (1979) göre katılımcı sayısı yeterli bulunmuştur. Ayrıca örneklem büyüklüğünün yeterli olup olmadığını görmeye yarayan KMO değeri 0.739 olarak hesaplanmıştır. Bu değer 0 ile 1 arasında olabilir. Değer 1'e yaklaştıkça faktör analizinin güvenilir sonuçlar vereceği söylenebilir (Field, 2000). 0.5 üzerindeki değerleri kabul eden (Kaiser, 1974) ya da 0.6 üzeri değerleri kabul eden kaynaklar bulunmaktadır (Pallant, 2001). 0.7 ile 0.8 arası değerlerin iyi olduğunu söyleyen kaynaklara da rastlamak mümkündür (Hutcheson ve Sofroniou, 1999). Bu bağlamda örneklemin faktör analizi için yeterli olduğu sonucuna varılmıştır.

Bulgular

Ölçeğin kaç ana başlık, yani faktör altında toplandığını görebilmek için temel bileşenler analizi gerçekleştirilmiş, faktör döndürme tekniği olarak ise Varimax kullanılmıştır. Analizde faktör sayısına karar verirken alanyazında belirtilen Kaiser ölçütü ve Catell'in scree testi gibi yaklaşımlar dikkate alınmıştır (Field, 2000; Pallant, 2001). Bir faktörde yer alabilecek maddeler için faktör yükü alt sınırı olarak 0.45 gibi oldukça sıkı bir değer seçilmiştir (Comrey ve Lee, 1992). Ayrıca aşırı binişik olan üç madde ölçekten çıkartılmıştır (Worthington ve Whittaker, 2006). Sonuç olarak toplamda 21 madde ile yüzde 46.05'lik bir varyans açıklayan iki faktörlü bir yapıya ulaşılmıştır. Açıklanan varyans değeri Dunteman'ın (1989) sosyal bilimler için belirttiği yüzde 40 sınırının üzerinde olduğu için ideal bulunmuştur. Faktörler 'yaratım sürecinde etik davranış' ve 'çevreye duyarlılık' olarak adlandırılmıştır. İç tutarlılık katsayıları olarak Cronbach Alpha (α) değerleri ve madde toplam korelasyonu değerleri incelendiğinde her iki faktörün de kendi içinde oldukça tutarlı olduğu gözlemlenmiştir (Özdamar, 2004; Pallant, 2001). Faktörlere ve maddelere ilişkin ayrıntılı betimsel değerler Tablo 1'de özetlenmektedir.

Faktörlerin genel ortalamaları incelendiğinde yaratım sürecinde etik davranışa ilişkin görüşlere katılma düzeyinin (3.096) moda bağlamında çevreye duyarlılık ile ilgili görüşlerden (3.913) daha düşük olduğu söylenebilir. Bu yargıyı sınamak için gerçekleştirilen t testi sonucunda ilgili farkın gerçekten istatistiksel olarak da anlamlı olduğu gözlemlenmiştir ($t_{136}=9.002$; $p<.001$). Yani çevreye duyarlılık ile ilgili maddelere yaratım sürecindeki etik davranışlardan daha fazla katılım gösterilmiştir. Dahası bu iki faktör arasında anlamlı bir korelasyon bulunamamış ($r=.107$; $p=.213$), yani yaratım sürecinde etik davranış gösterme ile çevreye duyarlılık arasında anlamlı bir ilişki olmadığı gözlemlenmiştir.

Gerek bireysel faktörler gerekse toplam puan bağlamında erkekler ve kadınlar arasında karşılaştırmalar yapılmış, gerçekleştirilen bağımsız örneklem t

testleri sonucunda istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunamamıştır ($p < .05$). Öte yandan sınıflara göre yapılan karşılaştırmalarda farklı bulgularla karşılaşılmaktadır. Şöyle ki toplam puan bağlamında ($p = .078$) ve çevreye duyarlılık bağlamında ($p = .695$) farklı sınıflar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunamamıştır. Öte yandan yaratım sürecinde etik davranış bağlamında dördüncü sınıf öğrencilerinin ortalamalarının (2.47) diğer sınıfların genel ortalamasından (3.13) anlamlı derecede düşük olduğu gözlemlenmiştir ($t_{135} = 2.076$; $p < .005$). Tek tek ortalamalara bakıldığında birinci sınıflar (3.05), ikinci sınıflar (3.19) ve üçüncü sınıflar (3.10), son sınıflardan çok daha yüksek düzeyde ilgili maddelere katılmışlardır. Yani son sınıflar etik davranış bağlamında daha duyarlı bulunmuştur.

Tablo 1. Faktör ve maddelere ilişkin betimsel değerler

Faktörler ve Maddeler	Varyans	%	SS	Maddelere Toplam Faktör	Yükümlü
Faktör 1: Yaratım sürecinde etik davranış ($\alpha: 0.846$)					
Artistik çizimler başka bir kaynaktan kopyalanarak kullanılabilir.		3.037	1.178	0.57	0.684
Teknik çizimler başka bir kaynaktan alınıp, küçük değişiklikler yapılarak kullanılabilir.		3.459	1.127	0.582	0.67
Artistik çizimler birkaç küçük değişiklik ile başka bir kaynaktan alınabilir.		3.477	1.051	0.545	0.657
Model uygulanmış hazır kalıplarda küçük değişiklikler yaparak yeni tasarımlar oluşturulabilir.		3.514	1.111	0.527	0.632
Moda figürleri başka bir kaynaktan kopyalanarak artistik çizim yapılabilir.		3.477	1.094	0.522	0.625
Bir yerde görülen tasarım, fikir bazında başka bir eserde de kullanılabilir.		3.422	1.196	0.523	0.625
Teknik çizimler başka bir kaynaktan kopyalanarak kullanılabilir.		3.174	1.153	0.507	0.611
Daha önce yapılan tasarımların bir kısmı kişisel eserlere örnek olarak kullanılabilir.		3.119	1.16	0.469	0.561
Ünlü tasarımlar, üzerinde küçük değişiklikler yapıldıktan sonra yeni bir eser olarak kullanılabilir.	23.73	2.092	1.085	0.449	0.54
Hazır giysiler üzerinde değişiklik yapılarak yeni tasarımlar elde edilebilir.		3.248	1.132	0.441	0.539
Önceden yapılan bir tasarım kişisel eserlere örnek olarak kullanılabilir.		3.046	1.117	0.401	0.501
Daha önce yapılan bir tasarım, küçük değişikliklerle yeni bir eser olarak kullanılabilir.		2.661	1.241	0.388	0.489
Daha önce yapılan birkaç tasarımın bazı detayları alınıp birleştirilerek yeni bir eser olarak sunulabilir.		3.092	1.076	0.41	0.473
Daha önce yapılan bir tasarımın uzmanlar tarafından fark edilmeyecek kadar bir bölümü, kişisel eserlerde aynen kullanılabilir.		2.541	1.032	0.419	0.471
Model uygulanmış hazır kalıplar kişisel tasarımlarda aynen kullanılabilir.		3.028	1.228	0.381	0.47
Faktör ortalaması					
		3.096	0.651		
Faktör 2: Çevreye duyarlılık ($\alpha: 0.922$)					
Moda etiği, organik tasarımları desteklemekle güçlendirilebilir.		3.924	1.079	0.902	0.941
Atık malzemelerden tasarımlar yapılarak çevreci moda katkıda bulunulmalıdır.		4.038	1.119	0.787	0.903
Moda etiği, kullandığımız giysileri yapanları ve çevreyi dikkate almayı gerektirir.		4.015	1.102	0.842	0.883
Moda tasarımcısı, eski giysilerden yeni giysiler üreterek çevreci bir yaklaşım sergilemelidir.	22.32	3.931	1.032	0.806	0.867
Doğa ve çevre sorunlarına moda tasarımcısı olarak dikkat çekilmelidir.		3.916	1.151	0.78	0.843
Moda tasarımcıları hızlı modanın yavaş moda doğru değişim göstermesinde rol oynamalıdır.		3.611	1.071	0.558	0.682
Faktör ortalaması					
		3.913	0.912		

Sonuç ve Öneriler

Meslek etiğinin ve etik modanın önemine vurgu yapan bu çalışmada 24 maddelik bir veri toplama aracı hazırlanmış, yapılan istatistiksel analizler sonucunda 21 maddeden ve 2 ana başlıktan oluşan güvenilir bir ölçme aracı sunulmuştur. Yaratım sürecinde etik davranış ve çevreye duyarlılık olarak adlandırılan faktörlerin oluşturduğu bu yapıda ölçeğin ilk kısmının meslek etiği, ikinci kısmının ise etik

modaya ilişkin maddelere odaklandığı düşünülebilir. Meslek etiğine ilişkin duyarlılığın, çevreye duyarlılıktan daha düşük düzeyde olması düşündürücü bir sonuçtur. Bu bağlamda ilgili konulara odaklanan karşılaştırmalı analizler faktörlerin daha iyi irdelenmesinde ve anlaşılmasında yardımcı olacaktır.

Bu ölçme aracını kullanarak benzer alanlardaki öğrenci ve çalışanların etik modaya ilişkin görüşlerini irdelemek olanaklıdır. Mevcut maddelerin farklı alanlardaki uzmanlar tarafından tartışılarak alana özgü kavramlarla zenginleştirilmesi, ilgili alanlardaki etik algısının irdelenmesi amacıyla kullanılması ve bu algının geliştirilmesine yönelik önlemler almada yardımcı bir araç olarak kullanılması önerilebilir. Ayrıca bu görüşlerin hangi bağımsız değişkenlerden etkilendiğine ya da etik modayla ilgili algıların başka hangi psikososyal değişkenlerle ilişki gösterdiğine ilişkin yeni çalışmalara gereksinim duyulmaktadır. Öte yandan bu çalışma sadece bir üniversitedeki öğrencilerin görüşleri üzerinden yola çıkarak bir yapı ortaya koyduğundan, farklı üniversite ve alanlardaki katılımcıların görüşlerine başvurularak yapı geçerliğinin güçlendirilmesi önerilebilir.

Yaratım sürecinde etik davranış gösterme ile çevreye duyarlılık arasında anlamlı bir ilişki bulunmayışı, yaratımda etik davranış ile çevreye duyarlılık arasında bir paralellik olmadığı şeklinde bir sava neden olabilir. Böyle bir savı desteklemek için daha ayrıntılı ve nitel yöntemleri işe koşan yeni çalışmalara gereksinim vardır. Erkek ve kadınlar arasında hiçbir değişken bağlamında anlamlı bir fark çıkmaması görüş farklılığı bulunmayışından kaynaklanabileceği gibi sadece 7 erkek öğrenci ile yeterli istatistiksel güce ulaşılammış olmasından da kaynaklanabilir. Sınıflar arası karşılaştırmalarda çevreye duyarlılık bağlamında fark görülmezken yaratım sürecinde etik davranış bağlamında son sınıf öğrencilerinin çok daha duyarlı oldukları göze çarpmaktadır. Bu bulgu ilgili programda son sınıfa gelindiğinde meslek etiğine ilişkin duyarlılığın yükseldiğini gösteren olumlu bir algıya yol açmaktadır.

Meslek etiği, aynı meslekte çalışanların belli davranış kurallarına uymasını gerektirir. Bir başka deyişle bireylerin meslektaşları ile olan ilişkilerinde ve mesleklerini yaparken belirli davranış kurallarına uymaları meslek etiğinin gereğidir (Marşap, 2012). Bu bağlamda sadece tasarımcıların bilinçli olması yeterli olmayabilir. Bunun yanı sıra işletmelerin ve tüketicilerin de etik ürün üretimi ve tüketimi konusunda bilinçlendirilmesi gerekmektedir. Yasaların doğru bir şekilde uygulanması ve caydırıcılığının artırılmasına da önem verilmelidir. Bu çalışmadaki gibi ölçme araçlarının mevcut durumu daha iyi irdelemeye yardımcı olması beklenmektedir. Öte yandan mevcut sonuçlar tek bir üniversiteden toplanan verilere dayanmaktadır. Bu bağlamda alınacak önlemler öncelikle verilerin toplandığı öğretim kurumunun ders içeriklerinde yapacağı düzenlemelere ilişkin ipuçları

vermekte; Türkiye genelindeki resmin anlaşılabilmesi için farklı kurumlarda eğitim alan öğrencilerin de görüşlerinin alınmasına gerek duyulmaktadır.

KAYNAKLAR

Arslan, Mahmut. İş ve Meslek Ahlakı. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, yayın no: 303, 2001.

Ay, Canan ve Kartal, Burak ve Nardalı, Sinan. Pazarlamada Etik Yaklaşımlar. Ankara: Detay Yayınları, 2010.

Comrey, Andrew Laurence ve Lee, Howard Bing. A First Course in Factor Analysis (2nd edition). Hillsdale, NJ: Erlbaum, 1992.

Dunteman, George H. Principal Component Analysis. Quantitative applications in the social sciences series (vol. 69). Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 1989.

Field, Andy P.. Discovering Statistics Using SPSS for Windows. Londra: Sage Publications, 2000.

Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu (FSEK, 2012), <http://www.mevzuat.adalet.gov.tr/html/957.html>, Erişim tarihi 09.05.2012

Hutcheson, Graeme D. ve Sofroniou, Nick. The Multivariate Social Scientist. Londra: Sage, 1999.

Kaiser, Henry F.. An Index of Factorial Simplicity. Psychometrika, 1974.

Kass, R.A., ve Tinsley, Howard E. A.. Factor Analysis. Journal of Leisure Research, 1979.

Marşap, Akın. E-egitim Yönetişim Sisteminde Küresel Etik İlkeler. <http://ab.org.tr/ab06/bildiri/112.doc>, Erişim tarihi 21.11.2012, 2012.

Özdamar, Kazım. Paket Programlarla İstatistiksel Veri Analizi. Eskişehir: Kaan Kitabevi, 2004.

Pallant, Julie. SPSS Survival Manual. Maidenhead, PA: Open University Press, 2001.

Pieper, Annemarie. Etiğe Giriş. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1999.

Shen, Bin ve Wang, Yulan ve Lo, Chris K.Y. ve Shum, Momoko. The impact of Ethical Fashion on Consumer Purchase Behavior. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 2012.

Torlak, Ömer. Pazarlama Ahlakı, Sosyal Sorumluluklar Ekseninde Pazarlama Kararları ve Tüketici Davranışlarının Analizi. İstanbul: Beta Yayıncılık, 2001.

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Telif Hakları Genel Müdürlüğü, (THGM, 2012), <http://www.telifhaklari.gov.tr/ana/sayfa.asp?id=409>, Erişim tarihi 09.05.2012.

Telif Hakkına Tecavüz Cezaları, (THTC, 2012) <http://www.avrupapatent.com/marka.php?tescili=telifhakkinatecavuzcezalari>, Erişim tarihi 09.05.2012.

Worthington, Roger L. ve Whittaker, Tiffany A.. Scale development research: A content analysis and recommendations for best practices. *The Counseling Psychologist*, 2006.