



EARLY PRACTICES OF THE CONCEPT OF VOLUNTARY SIMPLE LIVING IN HISTORY: VOLUNTARY SIMPLE LIVING THROUGH AKHISM SYSTEM IN SELJUKIAN-OTTOMAN PERIOD

DOI: 10.17261/Pressacademia.2016321983

Hüsniye Ors¹

¹Gazi University, husniye@gazi.edu.tr

ABSTRACT

Being conceptualized in 1936, voluntary simplicity has begun to be intensely studied in marketing literature during the last few decades. Voluntary simple living is described as to abstain from acquiring property and dissipation, richness in inner world and simplicity in outer life so as not to comply with the main goal of living; and became increasingly prevailing as an alternative lifestyle against consumerism enforced by the industrial society. In the present study, it is examined whether or not the concept of voluntary simplicity is espoused as a lifestyle in Akhism system in the Seljukian-Ottoman period, having its roots in 13th century, which we suggest that they are considerably similar in terms of aims and contextual aspects. The research is a theoretical study depending on secondary data. It is revealed through the research that the five main features of voluntary simplicity; material simplicity, free will, environmental consciousness, humanitarian aspect and personal development are broadly adopted as a lifestyle in Akhism, and the aims of Akhism system have fortified a social structure that formed the voluntary simple living. With the findings of the research, a vital gap in the history of the concept of voluntary simplicity has been filled through unveiling that the voluntary simplicity which has begun to spread as a lifestyle throughout the last quarter of 20th century, has been successfully implemented at first in Akhism system which has its roots in 13th century.

Keywords: Consumer behavior, voluntary simplicity, Akhisim system

JEL Classification: M30, M39, Z1

GÖNÜLLÜ SADE YAŞAM KAVRAMININ TARİHTEKİ İLK UYGULAMALARI: SELÇUKLU-OSMANLI DÖNEMİ AHİLİK SİSTEMİNDE GÖNÜLLÜ SADE YAŞAM

ÖZET

1936 yılında kavramlaşan gönüllü sadelik, son on yıllarda pazarlama yazınında oldukça yoğun araştırılmaya başlanmıştır. Yaşamın ana amacı ile uyum göstermeyen şekilde varlık edinmekten ve enerjiyi boşa harcamaktan kaçınmak, bireyin iç dünyasında zenginlik, dış dünyasında sadelik olarak açıklanan gönüllü sade yaşam tarzı, sanayi toplumunun yarattığı tüketim topluma karşı alternatif bir yaşam olarak gittikçe yaygınlaşmaktadır. Mevcut araştırmada gönüllü sade yaşam tarzının amaç ve içerik yönünden oldukça benzer olduğunu öne sürdüğümüz ve geçmişi 13.yüzyıla dayanan Selçuklu-Osmanlı dönemindeki Ahilik sisteminde bir yaşam tarzı olarak benimsenmiş olup olmadığı araştırılmıştır. Araştırma, ikincil verilere dayalı, kuramsal bir çalışmadır. Araştırma ile gönüllü sadelik kavramına ilişkin beş-boyut olan maddi sadelik, özgür irade, çevresel duyarlılık, insancıl ölçek ve kişisel gelişim boyutlarının Ahilik sisteminde oldukça yaygın bir yaşam biçimi olarak benimsendiği, Ahilik sistemi amaçlarının gönüllü sade yaşamı biçimlendiren bir yapıyı olgunlaştırdığı bulguları elde edilmiştir. Araştırma bulguları ile 20.yüzyılın son çeyreğinde bir yaşam tarzı olarak yaygınlaşmaya başlayan gönüllü sadeliğin, geçmişi 13.yüzyıla dayanan Ahilik sisteminde ilk kez ve başarılı bir şekilde uygulandığı ortaya konarak, gönüllü sadelik kavramı tarihçesinde önemli bir açık kapatılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Tüketici davranışları, gönüllü sadelik, Ahilik sistemi

JEL Sınıflandırması: M30, M39, Z1

1.GİRİŞ

Günümüz rekabet piyasalarında pazarlamada yoğunlaşan araştırmaların başında tüketici davranışlarını incelemek, tüketicinin hangi mamul/hizmetleri, hangi markaları hangi psikolojik, ekonomik ve sosyal nedenlerle satın aldıklarını araştırmak ve tüketicilerin tutumlarının nasıl değiştirileceğine ilişkin stratejilerin neler olduğu almıştır. Tüketici davranışları, özellikle sanayi devriminden sonra gelişen sanayi toplumunun yarattığı piyasa dengeleri ve rolleri, rol alanların uygulamaları ile farklı bir yere oturtulmuştur. Sanayi öncesi üreticilerin odak noktası 'üretim' iken, sanayi toplumu yaratıldıktan sonra odak 'tüketim-tüketici' olarak yer değiştirmiştir. Sanayi toplumunun yarattığı bu koşulsal düzlem, tüketicilerin duyu ve duygularını harekete geçirmiş, ürün ve markalara yüklenen anlamları değiştirerek satın alma davranışlarını değiştirmeyi kolaylıkla başarılabilir bir ortam sunmuştur.

Günümüzde, özellikle gelişmiş ülkelerdeki modern toplumun yarattığı ve toplumların sosyo-kültürel yapılarının yönlenmesine büyük etkiye sahip olan medya tarafından yüksek düzeyde desteklenen aşırı tüketim davranışının sosyo-kültürel ve doğal çevrede yarattığı olumsuz sonuçlar, yasal çevrede yarattığı değer paylaşımındaki eşitsizlik, toplumları alternatif çözüm arayışlarına yöneltmiştir. Bu çözüm arayışlarının çıkış noktası; insanların yaşamındaki tüketim olgusunu 'amaçları gerçekleştiren bir araç' olmaktan çıkartıp 'deneyimlenmesi gereken bir amaç' haline dönüştürmüş olan ve tüm dünyaya hızla yayılan tüketim kültürü ve yaşam tarzıdır. Yaşam tarzlarının pazarlama bilimindeki değeri odur ki; hedef kitlenin sergilediği ve/veya yaşamak istediği yaşam tarzı ile pazarlama bileşenleri arasında uyumun olması, işletmeleri hedeflerine ulaştıracak yönetsel amaçlardan ve evrensel amaç olan sürdürülebilirlik gereği olmasındandır.

Yaşadığımız dönemde, olumsuz etkilerinin çığ gibi yayıldığı ve tüketimin haz alma aracı haline dönüştüğü tüketim toplumunun en belirgin şekli olan hedonik tüketim kültürüne karşı alternatif yaşam biçimi olarak doğan ve ikinci dünya savaşı öncesi kavramlaşan gönüllü sade yaşam tarzı literatürde hala incelenen ve geliştirilen bir konu haline gelmiş ve sosyal hayatta artan hızla büyüyerek tüketici davranışlarına konu olacak bir hedef kitle oluşturmaya başlamıştır. Bu kapsamda gönüllü sadeliğin teorik ve uygulama alanlarında araştırılmaya devam ediliyor olması, konunun önemini ortaya koymaktadır. 1936 yılında ilk kez kavramlaşan ve daha sonra modern toplumda tüketim boykotları, satın almama günleri, vb. şekillerde kendini gösteren tüketim karşıtlığı hareketleri ile adını duyuran gönüllü sadelik, özellikle 20.yüzyılın sonları ve 21.yüzyılın başlarında bir yaşam tarzı olarak yaygınlaşmaya başlamıştır.

Selçuklu-Osmanlı dönemi Türk tarihinin kültürel geçmişi içinde, günümüz modern toplumundan yüzyıllar önce varlığını oluşturmuş Ahilik sisteminin sekiz yüzyıl gibi çok uzun süre yaşam seyri olduğu dikkat çekicidir. Yukarıdaki açıklamalar, bahsi geçen gönüllü sade yaşam tarzının tarihsel süreç içerisindeki uygulamalarının araştırılmasını ve alternatif yaşam tarzı olarak öne sürülen gönüllü sade yaşamın denenmiş ve başarılı olmuş olup olmadığı sorusunu akla getirmektedir. Bu bağlamda araştırmanın amacı; günümüz hedonik tüketim karşıtı olarak doğan gönüllü sadelik kavramı boyutlarının, bu akıma oldukça benzediğini iddia ettiğimiz Selçuklu-Osmanlı dönemi Türk tarihindeki Ahilik sisteminde deneyimlenmiş olup olmadığını araştırarak gerek tarihe gerekse bilime ışık tutmaktır.

2.GÖNÜLLÜ SADE YAŞAM

Modern zamanın gelişmiş toplumlarında bireysel tüketimin yüksek düzeylerde artması ve medya tarafından desteklenen tüketim alışkanlıklarının toplum ve çevre üzerindeki olumsuz etkileri, tüketimin anlam ve içeriğini, daha fazla tüketimin mutluluk üzerindeki etkisinin sınırlı kaldığının araştırmalarla ortaya konması ile tüketim toplumunda mutluluğun anlamının yeniden sorgulanması gerektiğini beraberinde getirerek (Özgül, 2011:27) gönüllü sadelik akımını doğurmuştur. Gönüllü sadelik kavramı ilk olarak Gandi'nin öğrencisi Richard Gregg tarafından 1936'da ifade edilmiştir. Gregg gönüllü sadeliği; ' bireğin yaşamında anlamı olmayan eşyalar yığınını yok etmesi, aynı zamanda dürüst, sade, samimi bir hayat felsefesini benimsemesi' (Argan, 2012:205) olarak tanımlamıştır. Gönüllü sadelik kavramı üzerindeki çalışmalar 20.yüzyılın son on yıllarından bu yana artmış ve çeşitli içeriklerle açıklanmıştır. Bireyin iç dünyasında zenginliği, dış dünyasında sadeliği savunan bu akım, yaşamın ana amacıyla uyum göstermeyen şekilde varlık edinmekten, enerjiyi boşa harcamaktan kaçınmak (Elgin,1993) görünüşte sade ancak manevi yönden zengin bir yaşam tarzı olarak açıklanmaktadır. Bu yaşam tarzı ile tüketimde kanaatkârlık, çevresel duyarlılık, insani yaşam koşulları, yüksek psikolojik ve ruhani potansiyele

ulaşma (Elgin ve Mitchell, 1977), günlük aktivitelerde bireyin yaşamını kendisinin kontrol etme yeteneğini en yüksek düzeyde tutarak tüketimi ve ona bağımlılığı en aza indirmeyi amaç edinmek (Barton, 1981), maddi tüketimi sınırlandırarak yaşamın maddi olmayan yönlerinde tatmini arayan (Huneke, 2005) bir yaşam biçimi olarak kabul görmektedir. Bu yönüyle gönüllü sadelik modern toplumun 'ideal yaşam' sunumunu sorgulayarak, insanın dış dünyayı uygunluğunca yaşamasının yanında, manevi dünyasını zenginleştiren, sosyal yönden yararlı ve çevresel yönden sürdürülebilir olan daha az materyalist yaşamı savunan (Johnson, 2004) bir yaşam felsefesidir.

Gönüllü sade yaşam tarzı; kendi kendine yeterlilik, en az materyal kullanımı ve yoksulluk baskısı ile zorlanmamak (Iwata,1997:223) şeklinde karakterize edilmektedir. Bu bakış açısı ile gönüllü sadelik teknolojinin avantajlarını gelişigüzel reddetmemekte ve kişinin yoksulluk içinde yaşamasını savunmamakta, bunun yerine basit yaşamı temin edecek kadar tüketimi nasıl gerçekleştireceğini bilmeyi ve bu basit yaşamda mutluluğu keşfetmeyi (Alexander, 2011: 113) savunur. Gönüllü sade yaşam tarzını benimseyen kişilerin gerek çevreye olan duyarlılıkları, gerekse tüketimin sürdürülebilmesi ya da maddi tasarruf sağlama isteklerine bağlı olarak sosyal, kültürel, ekonomik ve çevresel yapılarla dayanan küresel ölçekte bir olgu olarak kabul edilmektedir. Bu denli geniş yelpazeye yayılan gönüllü sadelik uygulamada psikoloji, sosyoloji, tüketici davranışları ve pazarlama başta olmak üzere farklı disiplinlerle ilişkili (Huneke, 2005:528) bir kavram olarak ayrıcalıklı bir önem taşımaktadır ki sürdürülebilir tüketimi tercih eden pazar bölümlerinin büyümesinde etkili olması nedeniyle pazarlama bilimi açısından daha büyük bir değer taşımaktadır.

Gönüllü sadeliği açıklamaya yardımcı olmak için Maslow'un motivasyon teorisindeki ihtiyaçlar hiyerarşisi modelinden yararlanılmaktadır (Etzioni, 1998; Zavestoski, 2002). Bu teoriye göre toplum üyelerinin büyük çoğunluğunda insan ihtiyaçları ardışık bir özellik göstermektedir. En alttaki basamakta insanın hasta olmadan hayatını idame ettireceği düzeyde fizyolojik ihtiyaçlarının karşılanması yer almakta, sonraki basamaklarda fiziksel güvenlik, öz-güven ve sevmeye-sevilmek, başarı, ün, statü sahibi olma ihtiyaçları bulunmaktadır. Ancak insanın bu dört basamaktaki ihtiyaçları karşılanırsa da insan yapmaya/gerçekleştirmeye en uygun olduğu olguyu gerçekleştirene kadar eksik, tamamlanmamışlık ve boşluk hissini duyumsayacaktır (Maslow, 1943:377). Bu durum kişinin öz-gerçekleştirme ihtiyacını açıklar. Etzioni (1998:634)'ye göre Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi, gönüllü sadeliğin ileri kapitalist toplumların imtiyazlı üyeleri arasında yükselişinin nedenini açıklar.

Gönüllü sadelik içsel ve dışsal yaşam arasındaki dengeyi aramayı içermektedir. Bunu içsel değerlerin dışsal yaşama yansıtılması yolu ile gerçekleştirir (Elgin, 1993:2000). Zavestoski (2002:149)'ye göre öz-gerçekleştirme iki ihtiyaç grubuna ayrılır; fayda, yarar, etki ihtiyacı ile selahiyet sahibi olma ihtiyacı. Selahiyet haricindeki tüm ihtiyaçlar 'tüketim' ile karşılanabilmektedir. Bu perspektif ile bir inançlar ve uygulamalar sistemi olan gönüllü sadelik; kişisel tatmin, kendini gerçekleştirme ve mutluluğun yaşamın maddi olmayan yönlerine yönelmekten elde edileceği fikri üzerinde odaklanmaktadır.

Gönüllü sade yaşamın ayırıcı özelliklerinden bir tanesi; özgür irade ile gerçekleştirilmesidir. Bu ayırıcı özellik, yoksulluk gereği sade ve sınırlı olanaklarla yaşamı idame ettirmekten ayrılarak, bunun ötesinde maddi gücü olup da bilinçli olarak sade yaşamın seçilmesini kapsama alır (McDonald, vd. 2006:516). Bu anlamda bireyler herhangi bir mecburiyet, güç ve dışsal baskı altında olmaksızın özgür iradeleri ile tüketim harcamalarını kısıtlamakta ve yaşamın maddi olmayan anlamlarını keşfetmeye yönelmektedir (Barton, 1981; Huneke, 2005). Araştırmalar günümüz gönüllü sade yaşamı tercih edenlerin kendi yaşamlarının kontrolünü ellerinde tutan, kendini gerçekleştirmeye önem veren, hümanist, çevreci, kişisel gelişim, eğitim ve becerilere önem veren özellikler sergilediklerini (Craig-Lees ve Hill, 2002) ortaya koymuştur.

Tüketici davranışları yazınında gönüllü sade yaşamın boyutları araştırılmıştır. Araştırmacılar, gönüllü sadeliğin beş temel değeri üzerinde durmuşlardır. Bunlar özce; maddi sadelik, özgür irade, çevresel duyarlılık, insancıl ölçek ve kişisel gelişimdir (Elgin ve Mitchell,1977; Etzioni,1998; Zavestoski,2002; Huneke,2005; Craig-Lees ve Hill,2002). Bu temel boyutlar gönüllü sade yaşam tarzını ölçmek amacıyla geliştirilen ölçeklere (Shama, 1985; Iwata,2006) zemin oluşturmuştur. Gönüllü sadeliğin beş temel boyutu aşağıda kısaca açıklanmıştır.

a) Maddi Sadelik

Kişinin yaşamını tüketici olarak da sadeleştirmesi; satın alınan ürünün öz güvene, yaşama dahil olma düzeyine ve faaliyetlere katkı sağlaması, tüketimin temel ihtiyaçları karşılaması düzeyinde olması, sahip olunan iş ve

yaşam tarzı ile ilgili harcamalar ile ödemelerin dengede tutulması, tüketim davranışlarının diğer insanlar ve çevre üzerindeki etkilerinin dikkate alınmasını içermektedir.

b) Özgür İrade

Bireyin, tüketim toplumunun dışsal yönlendirmelerine uymayarak kendine özgü tüketim davranışı geliştirmesi, kendi yaşamı üzerinde en üst düzeyde kontrolü kendi üzerine alması olarak açıklanmaktadır. Özgür irade; tüketim toplumunca yaratılan 'tüketim ile yaşam ve kişinin kendini ifade etmesine anlam yüklemesi' kısıcından kendini kurtararak kendiliğini kuşanmayı anlatır.

c) Çevresel Duyarlılık

Gönüllü sade yaşam, doğaya uyumlu bir yaşamı esas alır; insan, kendi ile kaynakların karşılıklı bağımlı olduğu bilinciyle hareket eder. Sanayi toplumunun oluşturduğu çevre, insanı doğal yaşamdan koparmış, doğal kaynakların tükenmesine, canlı türlerinin yok olmasına neden olmuştur. Kaynakları tüketen sürece karşı duran gönüllü sade yaşam; kaynakların sürdürülebilir tüketim şeklinde tüketilmesi, gelecek nesillerin de dikkate alınmasını ve tüm canlıların geleceklerine duyarlı olmayı temel alır.

ç) İnsancıl Ölçek

Gönüllü sadelikte temel dinamik; dengedir. Bu denge kuruluşlarda, yaşam alanında ve tüketimde de kendini gösterir ve kontrolü kolaylaştıran ölçeği ön plana alır. Birey düzeyinde insancıl ölçek, dengeli bir yaşamı idame ettirebilecek tüketim düzeyi ve maddi varlık edinmek olarak açıklanmaktadır. İnsancıl ölçek; 'küçük güzeldir' anlayışının tüm ekonomik ve sosyal yaşamda hakim görüş olarak kabulüdür.

d) Kişisel Gelişim

Gönüllü sade yaşam tarzında, bireyin manevi yönden donanımı oldukça önemli olup, asıl zenginliğin içsel zenginlik olduğu kabul edilir. Bu nedenle kişisel gelişime en üst düzeyde önem verilmekte, bununla öz güven, kendini tanımak, doğa ve çevre ile daha anlamlı ve uyumlu ilişkiler kurmak hedeflerine ulaşılmaktadır. Kişisel gelişim, kişinin içsel yolculuğunda kendini keşfetmesi ve geliştirmesi şeklinde açıklanmaktadır.

3. AHİLİK SİSTEMİ

3.1. Ahilik Sisteminin Temel Dinamikleri

Ahilik, 13. yüzyıla uzanan, Selçuklu-Osmanlı döneminde yüzyıllarca yaşamış, temeli Türk ve İslam kültürüne dayanan bir yaşam biçimidir. Ahilik sistemi dini, manevi, ahlaki, ekonomik ve ticari bir sistemler bütünüdür. Sisteme girmek isteyen adayda aranan birkaç özellik bulunması gerekli olup, sisteme üyelik tamamen gönüllülük esasına dayanmakta, adayın bunu kendi iradesi ile istemesi şeklinde olmaktadır. Sistem, yaşamın her alanını kapsayan ve temelini fütüvvetnamelerden alan, müreffeh bir yaşam oluşturmak için uyulması gereken pek çok kural koyan, üyenin bu kuralları uygulayabilmesi için gereken donanım ve yeterliği, yaşam boyu süren eğitimler ile veren, gerek sosyal yaşamı, gerek ekonomik ve kültürel yaşamı olgunlaştıran, toplum içi yardımlaşma ve dayanışmayı da içeren sivil toplum kuruluşu benzeri büyük bir yapı şeklinde olgunlaşmıştır.

Ahilik sisteminin temel dayanağı Fütüvvetçik'tir. Türk kültüründe 'fütüvvet', tasavvuf gibi 'Tanrı'ya ulaşma yolu (Gölpınarlı,2011:205) olarak görülür. Genel anlamda tasavvufi görüş ile sosyal yapıda ortaya çıkan Ahilik arasında bire bir bağ vardır (Bayraktar, 2006: 94). Tasavvuf felsefesine göre insan ancak insana yakışır değerler ve davranışlar sergilemek yoluyla kamil insan olabilir. Bu felsefe özünde maddi ve manevi unsurlar, ruh ve bedeni dinamik ve yaratıcı bir halde bulundurmaya savunur. Ahiliğin hedef, ilke ve uygulamalarına bakıldığında evrensel bir hümanizmanın olduğu görülür (Bayraktar, 2006:92). Zira Ahiliğin temel misyonu; müreffeh topluma ulaşmak için mükemmel fertler yetiştirerek insanlığa hizmet etmektir (Erken, 1999). Ahilik, insanı (insani gelişimi) 'amaç' olarak görür (Ekinci,2001), diğer tüm yaşam alanı donelerini insanın gelişimi için kullanır.

Ahilik sistemi dini, manevi, ahlaki, insani değerlerin yanında maddi, ekonomik ve ticari süreçleri birbirinden ayırmadan ve aralarında çatışmalar, çelişmeler oluşturmadan, hepsini aynı çatı altında değerlendiren (Bayraktar, 2005:91) bir sistemdir. Ahiliğin önemli özelliklerinden birisi, teşkilata mensup esnaf, sanatkar, çalışanlar ve ailelerinin manevi ihtiyaçlarına cevap veren bir inanç ve ahlak anlayışına sahip olmaktır. Ahilik

sistemi, teşkilata girenlerin erdemli insan özelliklerini (cömert, doğru, vefalı, yalandan hileden hırsızlıktan uzak duran, yaratıcı, topluma faydalı, vd.) taşıması ön koşulu ile bütüncül bir ahlak (mesleki ve sosyal ahlak) eğitiminin yapıldığı bir yaygın eğitim kurumu olarak görülebilir (Bayraktar, 2005:89). Sistemde verilen eğitimin üç dinamiği; ahlak, bilim ve ameldir. Bu dinamikleri rehber edinen ahiler; bilgi, sanat, ahlak, yardımlaşma, sosyal dayanışma ile dini inançları gereği sonsuz imanı temel değerler olarak benimsemişlerdir. Bu değerler, toplumun her kesimine açık şekilde zaviyelerde öğretilmekte (Kılavuz, 2005: 62), öğrenilen değerler toplum tarafından günlük hayatta ifadenelmekteydi. Toplum bireyleri nefisine (ego) hakim olmak, iyi huylu olmak, cömert olmak, bütün insanlara karşı muhabbet göstermek, yalan söylememek, iftira atmamak, hak ve adaleti gözetmek, zulme ve haksızlığa karşı koymak (Çağatay, 1989: 158) gibi temel ahlaki değerlere uymak durumundaydılar. Gönüllü sade yaşamın başarılabilmesi için bireyin iç ve dış etkenlerden gelen itilimleri dönüştürme ve yönlendirme hakimiyetine, bir başka ifade ile ego hakimiyetine haiz olmasının gerektiği aşikardır.

Günümüzün modern toplumunda gönüllü sade yaşam, tüketim toplumuna ve özellikle hedonik tüketime karşı bir oluşum olarak doğmuştur. Hedonik tüketim; tüketerek mutlu olmak, tüketim üzerinden kendine kimlik edinmek, tüketimden haz almak şeklinde açıklanmaktadır (Odabaşı, 2006). Bu tüketim tarzındaki bireylerin 'tüketimi' bir sembol olarak aldıkları, tükettikleri mal/hizmete bir anlam yükledikleri, tüketim/tüketilen üzerinden bir kimlik tanımlamasına gittikleri dikkate alındığında, bu kişilerin ego hakimiyetlerini yaratamadıkları söylenebilir. Ahilik sisteminin ise temel değerlerin başında ego hakimiyeti (nefis terbiyesi) olduğu ve bu yetiyi verilen eğitimler ile elde etmeye dayalı olduğu görülür. Sistemin tüketimden haz almayı ve aşırı tüketimi bertaraf eden bir yapısal bütünlük içinde ve kendi içinde her olguda olduğu gibi tüketimde de kanaat haddini barındırmakta olması dolayısıyla günümüz gönüllü sade yaşamın temin edilmesi ve sürdürülebilmesine olanak tanıdığı söylenebilir. Bu anlamda sistem, gönüllü sadelik boyutları kapsamında aşağıdaki bölümde detayıyla incelenmiştir.

3.2.Ahilik Sisteminde Gönüllü Sadelik Boyutları

Ahilik sisteminde gönüllü sadelik boyutlarını ortaya çıkarmayı amaçlayan bu çalışmada, kavramın hem üretim ve üretici/satıcı hem de tüketim ve tüketici ile ilgili olması nedeniyle kavram her iki perspektiften incelenmiştir.

Gönüllü sade yaşamı temin edebilmek için ekonomik sistemde üretici/satıcı (arz) aktörlerinin etik davranış sergilemeleri, bunun tüketiciye yansıyan tarafında pazarlama fonksiyonunun etik ilkeler kapsamında uygulanması gereğini ortaya koyar. Örs (2016) yaptığı çalışmada pazarlamada etik kavramının ilk uygulamalarının Ahilik sisteminde olduğunu ortaya koymuştur. Sistemde tüketicinin maddi sadeliğini temin etmek için üretim/satış aktörlerine düşen sorumlulukların olduğu gerçeği dikkate alınmış ve üretici/satıcı için bu amaçla temel yükümlülükler getirilmiş ve bu yükümlülükler aşağıda özetlenmiştir:

-Sistemde üretim, tüketici ihtiyaçlarının bir fonksiyonudur. Üretim miktarı, tüketicilerin birincil ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde teşkilat tarafından planlanmakta, dış pazardan gelen talepleri de dikkate alacak şekilde karara bağlanmaktaydı.

-Sahte, yanıltıcı reklam ile tüketiciyi kandırmak yasaklanmıştı.

-Sıcak satış (harnutçuluk) yasaklanmıştı.

-Tüketimi kamçılayarak israfa yol açmak yasaklanmıştı.

-İşe yeni başlayan gencin işini sevmesi ön koşulu ile mesleki ve genel ahlak ilkelerine uymaları ve işlerini en iyi şekilde yerine getirmeleri esası mevcuttu.

-Meslekte uzmanlaşma ve standartlara uygun ürün üretme gereği birden fazla işle uğraşmak yasaklanmıştı. Bu gereğin nedenlerinden bir tanesi, düşük kalitede ürün üretip satılması durumunda, ürünün kullanım süresinin kısılacağı, gerek tüketicinin gerekse doğal kaynak israfına yol açacağı endişesi olduğu söylenebilir.

-Sistemde iş yeri açmak planlamaya göre yapılmaktaydı. Gereğinden fazla üretim noktası tüketimi, kaliteden ödüllüğü, üreticiler arasında rekabeti (çatışmayı) doğuracağından bunun önüne geçilen kurallar konmuştur.

-Tüketicinin satın alımla ilgili olarak zaman, para ve enerjisini (emek) daha tasarruflu harçayabilmesi amacıyla, mal/hizmete daha kolay ve en kısa zamanda ulaşmasını temin eden satış noktaları planlanmaktaydı.

-Sistemde tüketici ihtiyaçlarını ve ödeme yeterliklerini baz alan adil ve denetimli fiyat politikası uygulanmaktaydı.

-En az maliyetle en yüksek kalite, uyulması gereken bir ilkeydi.

-Sistem, gedik sistemi üzerine kurulmuştu. Teşkilat üyesi kazancının belli bir oranını kendisine ayırmakta, kalanını 'orta sandığı'na bırakmakta, bu meblağ hammadde alımı, sosyal yardım ve dayanışma şeklinde kullanılmaktaydı.

Ahilik sisteminde gönüllü sadeliğin tüketim boyutunu ortaya koymak amacıyla kavramın beş temel boyutu dikkate alınarak incelenmiştir.

3.2.1.Maddi Sadelik Boyutu

Ahilik sistemi içerisinde esnaf ve sanatkarların kazançları gedik sistemi ile bir orta sandıkta toplanmaktaydı. Esnaf ve sanatkarlar kazançlarından aşırı tüketime yol açmayacak kadar bir pay almakta, kalan kazanç orta sandığına aktarılmaktaydı (Yeşil, 2008:1124). Ahinin ancak 18 dirhem gümüşe tekabül edecek bir serveti bulunabilmekteydi (Gemici, 2008:398). Sistemde ekonomik yapı gerek üretimi gerekse tüketimi birincil amaçları gerçekleştirmek üzerine kuruluydu. Aşırı tüketime yol açacak üretici/satış yönlendirmelerini sınırlamanın yanı sıra tüketici davranışlarının da yapılandırıldığını (Ekinci, 1999:13) söylemek mümkündür.

Ahiliğin temel dinamiği; 'orta yol (itidal)'a ulaşmaktır. Bu temel dinamik ile oluşturulan yaşam 'ne az ne çok', 'ne zengin ne yoksul' ancak yetecek kadarı gözetilen bir yaşamdır (Gölpınarlı, 2011:300). Tüketimde 'yetecek kadar'; tüketicinin birincil ihtiyaçlarını karşılaması, mamulü fonksiyonel faydası için satın alması şeklinde anlamak gerekmektedir. Sistemde üretimin temel amacı; talep edilen kalite, fiyat ve teslim koşullarına bağlı olarak müşteri istek ve ihtiyaçlarının karşılanmasıdır. Ahi birlikleri, hangi üründen ne kadar üretileceğini müşterinin istek ve ihtiyaçlarına göre belirlemekteydi (Ekinci, 1999:35; Kahvecioğlu ve Çetinkaya, 2008:519). Ahi lideri (Ahi Baba) tarafından yapılan pazar araştırması ile tüketicinin ne tür, ne miktarda, hangi kalitede ürün talep ettiği tespit edilirdi (Erbası, 2012: 1327). Ahilik sisteminde üretim miktarı, tüketicilerin ihtiyaçlarına ve rekabette güçlü oldukları malların ihracatını da dikkate alarak ayarlanmaktaydı. Ahilik sisteminde güven, kıt kaynakları optimal düzeyde kullanmak suretiyle üretim yaparak toplumsal ve sosyal değer yaratmak temeli ile inşa edilmekteydi (Kahvecioğlu ve Çetinkaya, 2008:519). İhtiyaçların sürekli kamçılanarak tüketimin çoğalmasına karşı bir tutum olarak, gerektiğinde üretim sınırlandırılmalarına dahi gitmişlerdir (Öztürk, 2010). Ahi birlikleri bir yandan teşkilat üyeleri arasında işbirliği ve dayanışma esasları ile tekelciliği ve haksız rekabeti önleyici tedbirler almakta, diğer yandan tüketicilerin korunmasına yönelik düzenlemeleri yerine getirmekteydi (Gemici, 2010).

Ahilik sisteminde genel ahlaki eğitimde bireylere israftan kaçınmak (Kaya,2013),müreffeh bir toplum yaratılması için kaynakları etkin kullanmak erdem özellikleri olarak verilmekte ve tüketiciyi aşırı tüketimden korumak amacıyla üreticilerin/satıcıların tüketimi kamçılamasının önüne geçilmekteydi (Öztürk, 2010). Böylece üretimde kaynak kullanımı dengelenmekte ve sürdürülebilir tüketim temin edilmekteydi. Üretimin ihtiyaçların bir fonksiyonu olarak görülmesi ve tüketici ihtiyaçlarının sürekli kamçılanarak tüketimin çoğalmasına karşı bir tutum sergilenmesi, hedonik tüketim kültürünün temel dinamikleri olan aşırı tüketim ve sürekli satın alımı teşvik eden tüketiciyi uyarma ve yönlendirmenin önüne geçen uygulamalar olduğu görülmektedir. Tüketimin ancak birincil ihtiyaçları karşılayacak düzeyde kalması korunarak kaynakların gereksiz kullanımı önlenmekte ve tüketicilerin kendi enerjilerini toplum yararına harcamaları dolaylı olarak sağlanmış bulunmaktaydı.

Ahilik sisteminde yerinde, yeterince harcamak ve kazandıkları halde temel ihtiyaçlarını karşılayacak düzeyde tüketerek (Kaya, 2013) tüketimde aşırıya kaçmaktan kaçınmak, çevre kaynaklarının olabilecek en verimli ve uzun süreler kullanımını temin etmek, temel aldıkları yaşam felsefesine bağlı olarak insanı arzularının (nefs) esaretinden kurtararak ideal insan yaratmak, bu ideal insanın yaratacağı ideal toplumun yeterli tüketim ile müsriflikten kaçınan, doğaya, cana ve canlıya korumacı ve onları yeşerten bir anlayışın hakim olduğu görülmektedir.

3.2.2.Özgür İrade Boyutu

20. yüzyılın başlarına dek yaşayan ve izlerini günümüz birçok oluşumunun temellerinde gösteren Ahilik sisteminin temel dayanağının biryaşam okulu niteliğindeki ahlak eğitimi olduğu söylenebilir. Zira esnaf ve

sanatkar teşkilatı olmadan önce yapılaşan Ahilik sistemi, bir ahlak eğitim sistemi olarak varlığına başlamıştır (Orhaner, 2012).

Ahilik sisteminde eğitimden beklenen hedef; teşkilat mensubunun hayat tarzını, teşkilatta öğretilen evrensel ahlak değerleri doğrultusunda şekillendirerek kendisini tanıma ve tanıtmaya yolunu bilen, kabiliyetlerini kullanabilen, insanın fitratını koruyan kişilik sahibi bir insan yetiştirmektir (Sarıkaya, 2000: 6). Hayatın bir ve bütün olduğu (Bayraktar₂, 2006) gerçeğinin esas alındığı mesleki ve genel eğitimlerde kişinin varoluş nedenini açığa çıkarmak ile bireyin kendini tanıması, kendini bilmesi, gizli yeteneklerinin açığa çıkarılması ile bireyin özgünlüğünü sahiplenmesi, güçlü, yaratıcı, bildiğini ifade eden ve kontrol sahibi, tepkisellikten uzak, manipülasyonlara dirayetle karşı koyan, güçlü birey olması hedeflenmiştir. Ayrıca sistemde sadece mal, servet ve kazanç için çalışmak, kendi başına bir anlam taşımazdı. Bunlar ancak kendinden üstün bir amacın gerçekleşmesine aracı oldukları takdirde bir değer ifade ederdi. Sisteminde konu ile ilgili genel ahlaki eğitim esasları şöyle özetlenebilir (Kılavuz, 2005, 617):

-Bireylerin kendini tanıma yollarını göstermek

-İnsanın fitratını korumak

-İnsanın kişiliğini geliştirmek

-Bireylerde gizli kalmış yeteneklerini ortaya çıkartarak bildiklerini yaşamasını sağlamak

-İnsanların yaşamlarında evrensel ahlak değerlerini hakim kılmak

3.2.3. Çevresel Duyarlılık Boyutu

Ahilik sisteminde esas olan; insanın kendisine, çevresine, doğaya ve bütün varlıklara edeple muamele etmesidir (Bayraktar₁, 2006:84). Bu muamele, her şeyin O'ndan neşet ettiği dini kabul gereğidir. Bu gerek insanı, varoluştaki tüm canlılara ve diğer oluşumlara (doğa, çevre), onları yaratan dolayısıyla en üst düzeyde değer vermek, dünya kaynaklarını O'ndan emanet olduğu bilinci dahilinde en dengeli şekilde kullanmak gereği ile hareket etmeye sevk etmektedir.

Ahilik sistemindeki sosyal yapı incelendiğinde konu ile ilgili şu değerler dikkat çekicidir; komşusu aç iken tok yatmanın kabul görmediği, yaşamak için yaşatmak ilkesinin benimsendiğini (Acar, 2005) içeren değerler bütünü. Tuzak kurarak avlanan, yavru kuşları avlayan avcının ve insanı cefaya sokarak ona rahatsızlık veren cerrahın Ahilik üyeliğinin sona erdirilmesi (Gölpınarlı, 2011:115), canlıya verilen değere güzel örnek teşkil etmektedir.

Modern zaman pazarlama biliminde önemli bir kavram olan tersine lojistiğin ilk uygulamalarını 13.yüz yılda Ahilik sisteminde görmek mümkündür. 20.yüzyılda ilk kez tanınmaya başlanan tersine lojistik, yarı mamul, nihai ürün ve ilgili bilgilerin tüketim noktasından orijin noktasına doğru, değer kazanımı veya uygun şekilde yok edilmesini sağlamak amacıyla etkin akışını planlanma, uygulama ve kontrol faaliyeti (Nakıboğlu, 2007) olarak açıklanmaktadır. Tersine lojistik ile kaynakların azaldığı günümüz piyasalarında üreticilerin daha az kaynak kullanarak üretimlerini gerçekleştirmek amacı güdülmektedir. Bu amaca ulaştıracak yöntemlerden bir tanesi atıkların üretim sürecine yeniden kazandırılmasıdır. 13.yüzyılda Ahilik sistemindeki kadın teşkilatı olan Bacıyan-ı Rum (Anadolu Kadınları) teşkilatı, ki tarihte bilinen ilk kadın teşkilatı olduğu varsayılmaktadır, Kayseri'de dericilerin işledikleri derilerden çıkan yünleri değerlendirerek halı ve giysi üretmişlerdir. Sistemde Ahi birlikleri için öngörülen tüm kurallar, Bacıyan-ı Rum teşkilatı için de geçerli olduğundan, teşkilatın atık yünlerden ürettikleri ürünler, birlik tarafından belirlenen standartlara uygunluk kontrolüne tabii tutularak yerel pazara sunulmakta ve ihraç edilmekteydi (Karatop, 2012:881).

Sistemdeki değerlerden bir tanesi; akli kullanma yetisi şeklindeki zekanın kullanımınıdır. Ahi bilgi sahibi olmalı, aldığı bilgileri yerinde ve zamanında kullanabilmeliydi (Demir, 2001:78). Bu esasın getirilerinden bir tanesinin gerek üretici olarak gerek tüketici olarak 'saygı duyulana' verilen değerde, alınacak önlemlerde kendini gösterir ki doğa, çevre ve canlı bunların başında gelmektedir.

Ahlaki esaslara dayanan bir oluşum olan Ahilik anlayışına göre bir kişide ahlaki değerler aşınmışsa, gerek sosyal gerekse iş yaşamında hiçbir başarısının önemi yoktur, zira müreffeh topluma ulaştıracak insan hasletlerinden

yoksundur (Mercan ve Oyur, 2012:802). Bu nedenle verilen tüm eğitimlerde nihai amaç; mükemmel insan yetiştirmektir. Bu amaç sosyal psikoloji açısından ele alındığında; kişinin bütünselliği ve olayları 'bir sistem' bakış açısı ile yorumlama (Cüceloğlu, 2001) yetisini kazandırır. Bu olgu Ahilik sisteminde 'biz olmaklığı' (Bayraktar₁, 2006) ile açıklanabilir. Hayatı 'bir ve bütün' görebilmek, kişinin var olabilmesinin ancak diğer insanlar, doğa ve diğer canlılar ile mümkün olabileceği ve varoluştaki her oluşumun aynı kaynaktan geldiğinin kabulü, sistemin temel dayanaklarındandır. Bu nedenle Ahilik sisteminde doğa, çevre ve diğer canlılara en üst düzeyde değer gösterilmektedir.

Ahilik sisteminde nihai hedefe ulaşmak amacı, ekonominin üretim tarafında da kendi göstermektedir. Üreticilerin belirlenen kalite düzeyine ulaşmasını temin ederek, bunun haricindeki gereksiz giderleri katlanmayarak maliyetleri azaltmak, uyulması gereken kurallardandı. Bu esaslara üretici tarafından uyulup uyulmadığının kontrolü Ahi Birliği başkanı tarafından yerine getirilmekte, belli aralıklarla çarşılar dolaşılıp standartlara uygunluk, tüketici haklarını ihlal kontrolleri yapılmaktaydı (Acar, 2005:9; Burak ve Özçelik, 2005:205). Ahilikte temel değer insanın kendisine, doğaya ve bütün varlıklara edele muamele etmesi olduğundan, maliyetleri azaltmanın bir gerek oluşunun temelinde üretim sürecinde israftan kaçınmanın, kaynakları zayıf etmeden, aşırı tüketilmesinin önüne geçilmesi olduğu aşikardır.

3.2.4. İnsancıl Ölçek Boyutu

13. ve sonraki yüzyıllarda, günümüzde rastlandığı gibi ve kadar büyük yaşam alanları, büyük işletmeler bulunmamaktaydı. Bu nedenle gönüllü sadeliğin zaman-mekanın koşulsal uygunluğu çerçevesinde ele alınması gereği mevcuttur. Bu gereğe istinaden insancıl ölçek boyutu tüketim perspektifinden incelenmiştir.

Gönüllü sadelikte insancıl ölçek boyutunun temelinde, kavramın neye karşı olarak çıktığı dikkate alınarak daha iyi anlaşılabilir. Kavram, sanayi toplumunun yarattığı tüketim toplumuna, bu toplumun üretici tarafından bakmayı gerektirir. Kitle ve otomasyon üretimi ile üretimin aşırı miktarda gerçekleşmesi, bu miktarın satılabilmesi zorunluluğunu beraberinde getirmiş ki bu durum üretilen meblağın satılmasını temin edecek tüketicinin yaratılmasını sonuçlamıştır. Zincirin en başındaki aşırı üretim, aşırı kaynak tüketimi anlamına gelmektedir. Bu süreç kaynakların sürdürülebilirliğini tehdit eder noktaya doğru bir gelişme göstermiş, bu gelişme kendisine bir anti-tez yaratmıştır. Gönüllü sade yaşamın tüketim toplumunun yarattığı bir anti-tez olarak doğduğu söylenebilir. Şu halde gönüllü sade yaşamın temel özelliği; kavramın tanımlarında da açıklandığı üzere, kişinin birincil ihtiyaçlarını karşılayabilecek miktarda tüketmesidir.

Ahilik sistemi incelendiğinde, sistemin oluşumunda temel alınan dini ilkelerden hareketle fütüvvet ilkeleri gereği israf etmek ve müsriflik yasaklanmış, her aşırıktan uzak durmak, her olguda uyum ve dengeyi temin kılmak, kanaat sahibi olmak, aşırı tüketime meyal verecek nefsi terbiye etmek, inanç gereği nefsin insanın aşması gereken bir sınav konusu olduğu kabulü mevcuttu (Gölpınarlı, 2011; Kaya,2013; Gemici,2008; Günay,2006) . Hatta tüketim toplumunun uç noktasında yer alan hedonik (hazcı) tüketim, Ahilik yaşam tarzında uzak durulması gereken bir olgudur. Aşırı düzeydeki her türlü hazdan uzak durarak nefsin terbiye edilmesi üzerine kurulu bir ahlak anlayışı ile olgunlaşan sistemde, gönüllü sade yaşamın insancıl ölçek boyutunun hem mevcut hem de bunu aşan bir yapılanma ile bulunduğu görülmektedir. Zira ahlaki eğitimlerde ulaşılması beklenen hasletlerden kanaat sahibi olmanın amacı; az ile yetinebilme yetisi, israftan kaçınmanın amacı; birincil ihtiyaçları karşılayacak denli tüketim, nesnelere kalite ile yüksek fayda sağlamalarını temin ederek teknolojik ömürlerini uzatmak şeklinde açıklanabilir.

3.2.5. Kişisel Gelişim Boyutu

Ahilik sisteminde nihai hedef olan müreffeh toplum idealine mükemmel fertler yetiştirerek ulaşma ereği, genel ahlak eğitimi ile yerine getirilmekteydi (Bayraktar₂, 2006:90; Erdem, 2005:395). Bu eğitimlerin temel amacı; insanın kendini bilmesi, fitratını koruyabilmesi, nefesine hakim olabilmesi, kendinde olma ve kendini bilmeyi sağlayabilmesi, manevi yolculuğunu yaparak içsel yönden zenginleşmesini temin etmektir (Gürsoy, 2006: 31; Günay, 2006:174). Gönüllü sadeliği açıkladığımız bölümde, gönüllü sadeliğin daha iyi anlaşılabilmesi için Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi teorisinde açıkladığı 'öz-gerçekleştirim'i derinliğine anlamak gerekmektedir. İlgili bölümde açıklandığı üzere; kişinin herhangi bir olguyu tüketerek karşılayamayacağı bir ihtiyaç olan öz-gerçekleştirim; insanın 'ne yapması için burada olduğu', 'yaptığı şeyin tam da kendisini ifade ettiği'; Türk kültürü

deyimlerine başvuran bir başka anlatımla, yaptığı şeyin kendisi için 'biçilmiş kaftan olduğu' şeklinde açıklanabilir ki Ahiliğin temelini aldığı fütüvvetnamelerin dayandığı tasavvuf felsefesinde bu olgu 'kişinin fitratı üzere olması', insanın asalını, kendiliğini tanıması, kendini bilme süreci olan tekamül yolu olarak açıklanmaktadır. Bu durumda Maslow'un 'öz-gerçekleştirim' olarak ortaya koyduğu insan ihtiyacı, tasavvufta 'her insanın içinde saklı olan cevher' olarak karşılık bulmaktadır ki Ahilik sisteminde ulaşılmak istenen hedef; bu cevherin açığa çıkarılmasıdır. Zira dini inanç temelinde külli irade, her bir canlı varlığa dünyada bulunma gayesini vermiştir ki insana düşen görev yaşamı boyunca bunu açığa çıkarmasıdır. Bu bağlamda gönüllü sadeliğin kişisel gelişim boyutunun amacının Ahilik sisteminde, günümüzde anlaşıldığından çok daha derin ve asal amaca uygun olarak anlaşıldığı, hatta günümüzde gerek teorisyenlerin gerek uygulayıcıların örnekleme için önerilebileceği boyutta bilinmekte ve eylemekte olduğu söylenebilir.

Ahilik sisteminde ekonomik ve sosyal yapının temel esaslarından biri; yardımlaşma ve sosyal dayanışmadır. Bu esas dini inanç ve değerleri temel almaktaydı. İnsan ilişkilerinde kin, nefret, düşmanlık gibi dini inanç tarafından yasaklanan olumsuz özellikler, sistemde kabul görmemekteydi. Sistemin sosyal fonksiyonu bireyciliğin aksine bireyin toplum içinde şahsiyetini koruyarak toplumsal bir özellik taşıymaktaydı. Bu yapıda ne birey topluma ne de toplum bireye ezdirilmemekteydi (Zorlu, vd. 2012:787). Açıklanan nihai amaçlara ulaştıracak diğer alt amaçlar incelendiğinde, sistem içinde verilen eğitimlerde, muhataba doğru değerler öğretilirken aynı şekilde bunların zıtları olan şeyler de verilmekteydi. Kendini üstün görmek, bencilliğini ön plana almak, israf etmek, gevşeklik, övünmek gibi huyların öncelikle oluşmaması eğer oluşmuşsa giderilmesine çalışılmaktaydı (Kaya, 2013:58). Ahilikte, eğitim amacı belli ahlaki değerlere sahip olmakla beraber asıl önemli olanın bu değerlerin davranışlara dönüşmesiydi. Davranışa dönüşmemiş değerler, sahip olunmamış değerler olarak kabul edilmiştir. 'Amel ile doğrulanmayan her söz beyhudedir' diyen Kaşani (Kazıcı, 2006:70), bu anlayışı özetlemektedir. Kişisel gelişim boyutu ile ilgili olarak Ahide bulunması gereken vasıflar şöyle sıralanabilir (Kaya,2013; Beyaz, 2012; İbn Battuta, 2015:273-308) :

- Nefsini terbiye eden,-Vicdanını kendi üzerine gözcü koyan
- Helalinden kazanan
- Yerinde ve yeterince harcayan
- Ölçü, tartı ehli olan
- Yararlı şeyler üreten
- Yardım eden
- Kalbi Allah'a, kapısı yetmiş iki millete açık olan
- Cömertliği esas alan
- Ahlaki sermaye edinip akıl yolunda yürüyen
- Nefsi duyguların esiri olmayan
- El açıklığı, konukseverlik
- İlim isteyen, ilim ile amel edip, yararlı çalışmayı elden bırakmayan
- Kötülüğe iyilikle karşılık veren
- Gücü varken affeden
- Başkalarının kusurlarını bırakan, kendi kusurları ile meşgul olan
- Başkalarını kendisine tercih eden
- Şefkatli olan
- Hiçbir durumda yaltaklanmayan
- Kibir ve hasetten uzak duran

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Ahilik sistemi, odağına 'insana değer'i alan, yaşam amacı topluma hizmet ve mükemmel fertler yetiştirmek olan bir yaşam biçimi olarak karakterize edilir. Ahilik yaşam tarzı paradigması ve en belirgin özellikleri; ahlaki ana sermaye edinen, odağında yardımlaşma ve dayanışma olan, ilim ile hareket edip yararlı şeyler üreten, kendini üstün görmeyi, kibirlenme, bencillik, gevşeklik, kendiyle övünmenin iyileştirilmesi üzerine yapılanmış eğitim, israftan kaçınma, insanın fitratını koruma ve geliştirme, bireysel gelişime insani erdem temelinde önem veren, malın, servetin, kazancın ancak daha üstün bir amacın gerçekleşmesine aracı oldukları takdirde bir anlam taşıdığı, ihtiyaçların sürekli kamçılanarak tüketimin çoğalmasına karşı gerektiğinde üretimin kısıldığı, tüketicinin korunması esaslı, yeterince çalışarak yeterince kazanarak yeterince tüketmek anlayışının hakim olduğu, sosyalleşmeyi birlikte ve bütünlük içinde ifadeleyen, bireyde gizli kalmış yetenekleri açığa çıkaran, kendini bilme ve kendinde olma, kanaat sahibi, ani tepkilerden kaçınan, nefsine (ego) hakim olan, aşırı hazdan uzak duran, mutlu, gerçekçi ve kişiliğini değerler sisteminde oluşturan, ilim, akıl ve gerçeklik çevreninde bir hayat süren bireyler yetiştirmek şeklinde özetlenebilir ki bu özellikler gönüllü sade yaşamı içeren bir yaşam tarzını oluşturur.

Ahilik sisteminde gönüllü sadelik boyutlarını araştırdığımız 3.2. bölümüne istinaden elde edilen bulgular aşağıda özce sunulmuştur.

Maddi sadelik boyutuna ilişkin bulgular; üretimin ihtiyacın fonksiyonu olması, aşırı üretimden kaçınma, yeterince çalışarak, yeterince kazanarak, yeterince tüketme, mal, servet, kazancın ancak daha üstün bir amacın gerçekleştirilmesine aracı oldukları takdirde bir anlam taşıması, israftan kaçınma, ihtiyaçların sürekli kamçılanarak tüketimin çoğalmasına karşı gerektiğinde üretimin kısılması, tüketicinin korunması esaslı piyasa yapısı, sosyalleşmeyi birlikte ve bütünlük ile ifadeleyen ve en çok 18 dirheme eşit servet şeklinde özetlenebilir.

Özgür irade boyutuna ilişkin bulgular; bireyin kendini tanınması, bireysel gelişim, kişiliğin insani erdem temelinde geliştirilmesi, bireyde gizli kalmış yeteneklerin açığa çıkarılması, bildiğini ifadeleyen, eyleme geçiren, ani tepkilerden kaçınan, tepkisel olmama, gençlerin yalnız bırakılmaması, yardım ve destek verilmesi şeklinde özetlenebilir.

Çevresel duyarlılık boyutuna ilişkin bulgular; can'a, canlıya, çevreye en üst düzeyde önem vermek, dünya kaynaklarını tasarruflu kullanmak, hayatı 'bir ve bütün' görmek, 'akı (ahi)'nin kelime anlamı dahi "cömert"tir ki Ahi'nin temel aldığı değerlerin başında cömertliğin mevcut olması, 'kalbi Allah'a, kapısı yetmiş iki millete açık olmanın' bir fütüvvet kuralı olması, ölçü/tartı ehli olmak ve yaratılanı yaratandan dolayı sevmek şeklinde özetlenebilir.

İnsancıl ölçek boyutuna ilişkin bulgular; nesnelere yüksek fayda yaratması, toplumsal ihtiyaçların tatmini için yaşamak, israftan kaçınmak, az ile yetinebilmek, kanaat sahibi olmak, aşırı tüketime yönlendiren egoyu terbiye etmek, 'ahlak'ı en büyük sermaye olarak kabul etmek, kanaat sahibi olmak, helalinden kazanmayı ilke edinmek şeklinde özetlenebilir.

Kişisel gelişim boyutuna ilişkin bulgular; maddiyat ile maneviyatı dengelemek, vicdanını kendi üzerine gözcü koymak, fitratın (iyi huylar) korunması için çabalamak, insanların yaşamlarında evrensel ahlak değerlerini hakim kılmak, kibir ve hasetten kaçınmak, nefsine hakim olmak, aşırı hazdan uzak durmak, kendinde olmak ve kendini bilmek, hayatın amacının iyi ahlak ile mükemmel toplum yaratma olarak tanımlamak, sosyal sorumluluk bilincini geliştirmek, yardımsever, dayanışmacı, misafirperver, yaratıcı, topluma faydalı birey olmak, kendini üstün görmenin, kibirlenmenin, bencilliğin, gevşekliğin, kendiyle övünmenin iyileştirilmesini amaç edinen değerler sistemi oluşturmak, ilme değer vermek, ilim ile amel edip yararlı şeyler üretmek şeklinde özetlenebilir.

Ahilik sisteminde gönüllü sadelik boyutlarını inceleyen bu araştırma göstermiştir ki 13.yüzyılda olgunlaşan Ahilik sistemi hem tüketici hem de üretici perspektifinden gönüllü sade yaşam tarzını temin edecek bir yapılanma yaratmış ve yüzyıllar süresince başarılı bir şekilde uygulamıştır. Mevcut çalışmada Ahilik sistemi ile ilgili ortaya konan bulguların, tüketici davranışları biliminde gönüllü sadelik kavramının tarihçesinde önemli bir açığı kapattığı söylenebilir. Ahilik sistemi, hedonik kültüre alternatif olarak doğan günümüz gönüllü sadelik anlayışını içeren ve dahi aşkın bir yaşam tarzı olma özelliğine sahip, sekiz yüzyıl gibi uzun bir süre yaşayarak, günümüzde dahi izlerine rastlanan unsurları ile yaşamın doğasına uyumlu bir özellik taşımaktadır. Yaşamın doğasına uyan her olgu canlıdır ve süreklilik taşımakla kayıtlıdır. Yaşamı bütüncül olarak ele alan Ahilik sisteminin günümüz

modern/postmodern toplumunun pek çok sorununa çözüm stratejileri geliştirmekte örnek alınabilecek ayrıcalıklı bir özellik taşıdığı söylenebilir.

KAYNAKLAR

- Acar, A. (2005), 'Küreselleşme Sürecinde Ahilik Kodları ve Normlarının Yeniden Değerlendirilmesi', I.Ahi Evran-ı Veli ve Ahilik Araştırmaları Sempozyumu, GÜ Ahilik Kültürünü Araştırma Merkezi, Kırşehir.ç. Yeşil, R. (2008), 'Mesleki Değerler Eğitimi Perspektifinden Ahilik Sistemi:Tespitler ve Tahliller', I.Uluslararası Ahilik Kültürü ve Kırşehir Sempozyumu: 1117-1134.
- Alexander, Samuel (2011), The Voluntary Simplicity Movement: Reimagining The Good Life Beyond Consumer Culture, University of Melbourne, *International Journal of Environmental, Cultural, Economic, and Social Sustainability*, Vol. 7(3): 133-150.
- Argan, Metin., Mehpare T. Argan ve Nurdan Sevim (2012), Tükenmeden Tükettiren yaşam Tarzı: Gönüllü Sadelik, *17.Ulusal Pazarlama Kongresi Bildiri Kitabı*, Balıkesir Üniversitesi, Yayın No:39:201-220.
- Barton, L. (1981), VoluntarySimplicityLifestylesandEnergyConservation, *Journal of Consumer Research*, Vol.8, s.223-234.
- Bayraktar, F. (2006), 'Ahiliğe Felsefi ir Bakış', II.Ahi Evran-ı Veli Ahilik Araştırmaları Sempozyumu, AEÜ Ahilik Araştırmaları Merkezi Yayın No:4, Kırşehir:83-88.
- Bayraktar, L. (2005), Ahilik ve Ahlak, I. Ahi Evran-ı Veli ve Ahilik Araştırmaları Sempozyumu, Kırşehir, Gazi Üniversitesi Ahilik Kültürünü Araştırma Merkezi Yayınları.
- Bayraktar, L. (2006), 'Ahilik ve Ahlak', II.Ahi Evran-ı Veli Ahilik Araştırmaları Sempozyumu, AEÜ Ahilik Araştırmaları Merkezi Yayın No:4, Kırşehir:89-94.
- Beyaz, S. (2012), Ahilikte Bütünsel Kalite İlişkisi, II.Uluslararası Ahilik Sempozyumu, Kırşehir:927-944.
- Burak, D. M., Özçelik, N. (2005), ' Ahiliğin Cumhuriyet Dönemi Meslek Eğitimine Yansımaları', I.Ahi Evran-ı Veli ve Ahilik Araştırmaları Sempozyumu, GÜ Ahilik Kültürünü Araştırma Merkezi, Kırşehir. ç. Yeşil, R. (2008), 'Mesleki Değerler Eğitimi Perspektifinden Ahilik Sistemi:Tespitler ve Tahliller', I.Uluslararası Ahilik Kültürü ve Kırşehir Sempozyumu: 1117-1134.
- Çağatay, N. (1989), *Bir Türk Kurumu Olarak Ahilik*, Türk Tarih Kurumu Yayınları, Ankara.
- Cüceloğlu, D. (2001), *İçimizdeki Biz*, Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Craig-Lees, M. andHill, C. (2002), Understanding Voluntary Simplifiers, *Psychology&Marketing*, Vol.19: 187-210.
- Demir, G. (2001), 'Ahilik ve Yükselen Değerler', Görüş, Ocak:76-82. İç. Mercan, N.,Oyur, E. (2012), "Ahilik ve Ahlaki Olgunluk ilişkisi ve Ampirik Bir Araştırma", II. Uluslararası Ahilik Sempozyumu, Kırşehir:802-819.
- Ekinci, Yusuf (1991), Ahilik ve Esnaf Ahlakı, *Standart Dergisi*, Sayı:351:28-31.
- Ekinci, Y.(2001), *Ahilik*, Talat Matbaası, İstanbul.
- Elgin, Duaneand Arnold Mitchell (1977), VoluntarySimplicity: Life Style of TheFuture, *TheFuturist* (Summer): 200-210.
- Elgin, Duane(1993), *VoluntarySimplicity: Toward a Way of Life thatisOutwardly Simple*, InwardlyRich, William Morrow and CompanyInc., New York.
- Erbası, A.(2012), Ahi Teşkilatında Yönetim Fonksiyonlarıyla İlgili Uygulamalar, *Turkish Studies*, 7(2), s.1321-1331.
- Erken, V. (1999), Ahi Teşkilatının Vizyonu, II. Uluslararası Ahilik Kültürü Sempozyumu, Kırşehir, s.125-138.
- Etzioni, A. (1998), VoluntarySimplicity: Characterization, Select PsychologicalImplications, andSocietalConsrquences, *journal of EconomicPshcology*, Vol.19: 619-643.
- Gemici, N. (2008), Ahilikten Günümüze Meslek Eğitiminde Model Arayışları ve Sonuçları, 1.Uluslararası Ahilik Kültürü ve Kırşehir Sempozyumu, Kırşehir: 393-444.
- Gemici, N.(2010), Ahilikten Günümüze Meslek Eğitiminde Model Arayışları ve Sonuçları, *Değerler Eğitimi Dergisi*, Cilt 8(19), s.71-105.
- Günay, ü. (2006), Ahiliğin Dini ve Sosyal Yönleri, II. Ahi Evran-ı veli ve Ahilik sempozyumu, Kırşehir: 163-186.
- Gürsoy, K. (2006), İktisadi Faaliyet Aynı Zamanda Ahlaki Faaliyettir, Mostar, Sayı:20. İç. Bayraktar, L. (2006b), 'Ahilik ve Ahlak', II.Ahi Evran-ı Veli Ahilik Araştırmaları Sempozyumu, AEÜ Ahilik Araştırmaları Merkezi Yayın No:4, Kırşehir:89-94.
- Gölpınarlı, A. (2011), İslam ve Türk illerinde Fütüvvet Teşkilatı ve Kaynakları, İ.Ü.İktisat Fakültesi Mecmuası, Cilt:11: 1-4. İç. Kazım Ceylan (2016), Ahiliğin Oluşumu ve Etkileri :3-23, *Postmodern Çağda Ahilik* (Ed: Hüsnüye Örs), Nobel Yayınevi, Ankara.
- Huneke, M. E. (2005), TheFace of Un-Consumer: An Empirical Examination of ThePractical of Voluntary Simplicity in The United States, University of Washington, Bothell, *Psychology& Marketing*, Vol. 22 (7):527-550.

- İbn Battuta (2015), *Seyahatname*, Yapı Kredi Yayınları, No:2235, İstanbul.
- Iwata, O. (1997), Attitudinal and Behavioral Correlates of Voluntary Simplicity Lifestyles, *Social Behavior and Personality*, Vol.25:233-240.
- Iwata, O. (2006), An Evaluation of Consumerism and Lifestyle as Correlates of a Voluntary Simplicity Lifestyle, *Social Behavior and Personality*, Vol.34(5):557-568.
- Johnson, B. (2004), Simply Identity Work? The Voluntary Simplicity Movement, *Qualitative Sociology*, 27(4), s.527-530.
- Kahvecioğlu, R., Çetinkaya, F. (2008), 'Topluma Yönelik Pazarlama Yönetim Anlayışının Ahilik Sistemiyle Örtüşen Yönleri', I.Uluslararası Ahilik Kültürü ve Kırşehir Sempozyumu, Kırşehir: 513-528.
- Karatop, B. (2012), "Tersine Lojistiğin İlk Uygulamaları: Bacıyan-ı Rum", The 2nd International Symposium of Akhisim, Kırşehir:881-889.
- Kaya, U. (2013), Değerler Eğitiminde Bir Meslek Teşkilatı: Ahilik, *Değerler Eğitimi Dergisi*, Cilt:11 (26):41-69.
- Kazıcı, Z. (2006), Ahilik ve Yetişkinlik Dönemi Eğitimindeki Yeri, Yetişkinlik Dönemi Eğitim ve Problemleri, Ensar Neşriyat, İstanbul.
- Kılavuz, M.A. (2005), Ahilik Kurumunda Din ve Ahlak Eğitimi Anlayışı, I. Ahi Evran-ı Veli ve Ahilik Araştırmaları Sempozyumu: Kırşehir, Gazi Üniversitesi Ahilik Kültürünü Araştırma Merkezi Yayınları: 615-628.
- Maslow, A. (1943), A Theory of human Motivation, *Psychological Review*, Vol.50: 370-396. İç. Huneke, M. E. (2005), *The Face of Un-Consumer: An Empirical Examination of The Practical of Voluntary Simplicity in The United States*, University of Washington, Bothell, *Psychology & Marketing*, Vol. 22 (7):527-550.
- McDonald, C., C.J. Oates., W. Young and K. Hwang. (2006), Toward Sustainable Consumption: Researching Voluntary Simplifiers, *Psychology & Marketing*, Vol. 23(6): 515-534.
- Mercan, N., Oyur, E. (2012), "Ahilik ve Ahlaki Olgunluk İlişkisi ve Ampirik Bir Araştırma", II. Uluslararası Ahilik Sempozyumu, Kırşehir:802-819.
- Nakıboğlu, G. (2007), Tersine Lojistik: Önemi ve Dünyadaki Uygulamalar, Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt. 9(2): 181-196.
- Odabaşı, Y. (2006), *Tüketim Kültürü: Yetinen Toplumdan Tüketen Topluma*, Sistem Yayıncılık, İstanbul.
- Orhaner, B. (2012), "Ahilik ve Kurumsal Sorumluluk", Ahiliğe Genç Bakışlar makale Yarışması ve Sempozyumu Bildiri Kitabı:3-20.
- Örs, H. (2016), Pazarlamada Etik Kavramının Tarihteki İlk Uygulamaları: Ahilik Sisteminde Pazarlama Etiği: 63-85, *Postmodern Çağda Ahilik* (Ed: Hüsnüye Örs), Nobel Yayınevi, Ankara.
- Özgül, E. (2011), Tüketicilerin Sosyo-Demografik Özelliklerinin Hedonik Tüketim ve Gönüllü Sade Yaşam Tarzları Açısından Değerlendirilmesi, *Ege Akademik Bakış*, Cilt 11(1), s.25-38.
- Öztürk, N. (2010), Ahilik Teşkilatı ve Günümüz Ekonomisi, Çalışma Hayatı ve İş Ahlakı Açısından Değerlendirilmesi. İç. Beyaz, S. (2012), Ahilikte Bütünsel Kalite İlişkisi, II. Uluslararası Ahilik Sempozyumu, Kırşehir:927-944.
- Sarıkaya, H. (2000), XIII-XVII Asırlardaki Anadolu'da Fütüvvetnamelere göre Dini ve İnanç Motifleri, Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara.
- Shama, A. (1985), The Voluntary Simplicity Consumer, *The Journal of Consumer Marketing*, Vol. 2, s.57-63.
- Yeşil, R. (2008), 'Mesleki Değerler Eğitimi Perspektifinden Ahilik Sistemi: Tespitler ve Tahliller', I. Uluslararası Ahilik Kültürü ve Kırşehir Sempozyumu: 1117-1134.
- Zavestoski, S. (2002), The Social-Psychological Bases of Anti-Consumption Attitudes, *Psychology & Marketing*, Vol.19(2): 149-165.
- Zorlu, D.M., Düğür, M., Çetinkaya, Ö. (2012), "Toplumsal Sorunların Çözümüne Yönelik Olarak Ahilik ve Sosyal Girişimcilik Kavramlarının Karşılaştırılması", The 2nd International Symposium of Akhisim, Kırşehir:787-798.