

Makale Gönderim Tarihi/Received Date: 02.11.2020 – Makale Kabul Tarihi/Accepted Date: 14.12.2020

Toplum ve Kültür Araştırmaları Dergisi

Journal of Social and Cultural Studies

www.toplumvekultur.com

Yıl/Year:2020, Sayı/Issue: 6, Sayfa/Page:38-64

DOI: 10.48131/jscs.820039

**TÜKETİM KARŞITI YAŞAM TARZLARI: FREEGANİZM, GÖNÜLLÜ SADELİK VE
MİNİMALİZM**

Seda TAŞ¹

Öz

Günümüz toplumlarında tüketim gündelik yaşamın odağında yer almaktadır. Önceleri basit ihtiyaçların karşılanması anlamına gelen tüketim giderek daha karmaşık bir hal almaktadır. Tüketim zaman içerisinde temel ihtiyaçların yanında haz, gösteriş, statü, kimlik ve itibar için de yapılabilecek hale gelmiştir. Tüketimin zaman ve mekân sınırlamalarından çıkarılıp sanal bir hal alması süreci daha da hızlandırmış, aşırı tüketim davranışı her geçen gün daha çok birey tarafından benimsenmeye başlanmıştır. Ancak çoğu zaman tüketimin kendilerine sunduğu cazibeli dünyaya kapılan bireyler, aşırı tüketimin oluşturabileceği olumsuz sonuçların farkına varamamaktadırlar. Tüketimdeki bu artışın sonuçları gerek bireysel gerek toplumsal gerekse çevresel düzeyde birtakım tahribatlara yol açmaktadır. Oluşan bu tahribatları önlemek adına bazı bireyler alternatif yaşam tarzı arayışları içine girmiştir. Bugün dünya çapında oldukça popüler hale gelen bu yaşam tarzları geniş kesimler tarafından tercih edilmeye başlanmıştır. Bu çalışmada tüketim karşıtı yaşam tarzları ele alınmaktadır. Tüketim konusunda yürütülen araştırmaların çoğu tüketimin olumsuz etkileri üzerine odaklanmakta; tüketim karşıtı yaşam tarzları ve hareketler yeterince incelenmemektedir. Bu yüzden çalışmada tüketim karşıtı yaşam tarzları incelenerek alana farklı bir yönde katkı sunmak amaçlanmaktadır. Bu kapsamda çalışmada freeganizm, gönüllü sadelik ve minimalizm gibi yaşam tarzlarının ortaya çıkış nedenleri, benimsedikleri fikirler ve yaşam şekilleri betimlenmektedir. Birbirinden farklı özelliklere sahip olan bu yaşam tarzlarının çıkış noktaları tüketim karşıtlığı iken takındıkları tavır sürdürülebilir ve kaliteli bir yaşam üzerinde odaklanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Tüketim, Tüketim karşıtlığı, Freeganizm, Gönüllü sadelik, Minimalizm

**ANTI-CONSUMPTION LIFESTYLES: FREEGANISM, VOLUNTARY SIMPLICITY
AND MINIMALISM**

Abstract

Consumption is at the very center of daily lives in today's societies. Consumption, which previously meant meeting basic needs, is becoming more and more complicated. People have started to consume for pleasure, vanity, status, identity and reputation as well as for basic needs over time. The removal of consumption from time and space constraints and becoming virtual

¹ Dr., tas.seda@ymail.com, ORCID: 0000-0002-5366-5204

has accelerated the process even more, and overconsumption behavior has started to be adopted by more individuals. Nevertheless, individuals who are overwhelmed by the appealing world offered by consumption mostly do not realize the negative consequences brought about by overconsumption. The consequences of such increase in consumption lead to certain devastation both at the individual and social and environmental level. In order to prevent this destruction caused by consumption, some individuals have started to look for alternative lifestyles. These lifestyles, which have become quite popular all over the world nowadays, have started to be preferred by larger masses. In this study, anti-consumption lifestyles are discussed. Most of the research conducted on consumption usually focus on the negative aspects of consumption, and anti-consumption lifestyles and movements are not examined at a sufficient level. Thus, by examining anti-consumption lifestyles in the study, it is aimed to contribute to the field from different perspective. In this context, the causes of the emergence of lifestyles such as freeganism, voluntary simplicity, and minimalism, the ideas adopted and related lifestyles are described. While the starting points of these lifestyles, which are of different characteristics, is anti-consumerism, the attitude they adopt is based on a sustainable and quality life.

Keywords: Consumption, Anti-consumption, Freeganism, Voluntary simplicity, Minimalism

Giriş

Günümüzde tüketim günlük yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Tüketim en basit tanımıyla ihtiyaçları gidermenin bir yolu olarak kabul edilmektedir. Ancak zaman içerisinde insanların kimlik oluşturma, ait olma, saygı görme, haz elde etme ve farklılığını göstermenin bir yolu olarak da fonksiyonunu yerine getirmektedir. Bireyler artık tüketim yoluyla hem kendilerinin hem de diğer bireylerin değerini belirlemeye çalışmaktadır. Günümüzde tüketim kitlesel bir hal almış ve aşırı tüketim ortaya çıkmıştır. Tüketimin aşırı boyutlara ulaşmaya başlamasıyla birlikte tüketim karşıtlığı fikri yaygınlaşmaya başlamaktadır. Tüketim karşıtlığı yeni yeni gelişen ve oldukça popüler hale gelmiş bir alandır. Kelime anlamı olarak tüketmemeyi çağrıştıran kavram tüketime tamamen karşı olma anlamı taşımamaktadır (Chatzidakis ve Lee, 2013: s.194). Literatürde “tüketicilerin tüketim karşıtı eğilimleri maddi tüketimi reddetme, tüketimi reddetme, tüketimi sınırlama, reklam mesajlarına karşı olma, markaları boykot etme, medyanın sunduğu tüketim kalıplarını reddetme, gönüllü sade yaşamı ve sürdürülebilir tüketimi benimseme noktasında farklı boyutlarda görülmektedir” (Özdemir, 2020: s.845). Yani alışılmışın dışında alternatif bir tüketim şekli olarak karşımıza çıkmaktadır. Maddi mülkiyetten kaçınma, maddi bağımlılıktan uzak durma, kendi yaşam kontrolünü elinde bulundurma, önceliklerini belirleme, yüksek farkındalık kazanma, tüketim davranışlarını daha bilinçli hale getirme temel amaçları arasındadır. Tüketim karşıtlığı; yaşam tarzları, akımlar, düşünceler, tutumlar ve davranışlar şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmada da tüketim karşıtlığı alternatif tüketim şekillerini kapsayacak biçimde kullanılmaktadır.

Tüketim karşıtı yaşam tarzlarının temelinde içsel zenginleşme fikri yaygın bir şekilde görülmektedir. Çünkü tüketim kültürü ile birlikte materyalist değerlerde bir artış başlamıştır.

Bireyler tüketim nesnelere elde edebilmek adına daha çok çalışmaktadır. Tüketim arzusunun ve hazzının giderilememesi bireylerde çeşitli psikolojik sorunlara neden olmaktadır. Bireyler her şeye sahip olmalarına rağmen hoşnutsuzluk hissi, yorgunluk, gerginlik, telaş, yoksunluk duygusu, tüketim bağımlılığı, işkoliklik, borçlanma, sosyal çevre ile ilişkilerin bozulması gibi sorunlar yaşayabilmektedir. Tüketim bu hislerden kurtulmanın yolu olarak görülmektedir. Bu konu ile ilgili yapılan çalışmaların bir kısmı materyalist eğilimler ile yaşam tatmini arasında belirli alanlarda olumsuz ilişkiler olduğunu göstermektedir (Richins ve Dawson, 1992: s.123). Güçlü materyalist arzular düşük doyum, depresyon, anksiyetenin yani sıra fiziksel sorunlara, kişilik bozukluklarına, antisosyal davranış bozukluklarına neden olabilmektedir (Kasser, 2002: s.22). Çünkü maddi ve içsel değerler birbiri ile çelişmektedir. Materyalist tüketim değerlerinden uzak duranların daha mutlu, psikolojik olarak sağlıklı, kişiler arası ilişkileri iyi, topluma daha fazla katkı sağlayan, ekolojik konulara daha duyarlı, iyi kişisel özelliklere sahip bireyler oldukları ifade edilmektedir (Kasser ve Ryan, 2001). Materyalist tüketim değerlerinin ortaya koyduğu memnuniyetsizlikler, tüketim karşıtı yaşam tarzlarının ortaya çıkışını etkilemektedir.

Tüketim karşıtı hareketlerin ortaya çıkışında etkili olan bir diğer durum çevre sorunlarıdır. Tüketim toplumu doğal dengenin bozulmasının en önemli nedeni olarak görülmektedir. Tüketimin sınırsız bir biçimde teşvik edilmesiyle ortaya çıkan aşırı tüketim, pek çok çevre sorununa neden olmaktadır. İnsanlar yaşamlarını sürdürebilmek için gerekli olan temel ihtiyaçlarını karşıladıktan sonra ihtiyaç duymadıkları ürünlere yönelmektedirler. Arzular zorunlu ihtiyaçları gibi algılanmaktadır. Yetinme seviyesi yükseldikçe oluşan tahribatın ve israfın boyutları da artmaktadır (Gökdayı, 1997: ss.112-119). Aşırı tüketimin çevreye verdiği zararların farkında olan bireyler farklı alternatifler bulma çabasına girerek, insan ile doğa arasındaki bağı tekrar kurmaya çalışmaktadır. Bu arayışlar da tüketim karşıtı yaşam tarzlarının ve sosyal hareketlerin ortaya çıkmasına yol açmaktadır. Materyalist değerlerin yarattığı tatminsizlik ve aşırı tüketimin çevreye verdiği zararlar tüketim karşıtı yaşam tarzlarının başlangıç noktasıdır. Tüketim karşıtı hareketler hayata anlam katmanın ve hayatı doğru yaşamının yolu olarak alternatif yaşam tarzları ve davranışlar geliştirmeye çalışmaktadır.

Günümüzde aşırı tüketim ve materyalist tüketim değerlerine yönelik eleştiriler yaygın bir şekilde yapılmaktadır. Tüketim toplumu ve tüketim kültürü kavramları bu eleştirilere temel oluşturmaktadır. Ancak yeni yeni yaygınlaşmakta olan tüketim karşıtı davranışlar ve yaşam tarzları üzerine yapılan çalışmalar yeterli düzeyde değildir. Bu çalışmada, tüketim karşıtı yaşam tarzlarından freeganizm, gönüllü sadelik ve minimalizm hareketleri, bu hareketlerin ortaya çıkış nedenleri, benimsedikleri bakış açıları ve yaşam tarzları ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu

hareketlerin bilinmesi ve yaygınlaşması aşırı tüketimi engelleyemese dahi belirli bir oranda da olsa sınırlandırabileceğine inanıldığı için bilinmeleri önem arz etmektedir.

1. Tüketim Toplumu, Tüketim Kültürü ve Tüketim Karşıtlığı

İnsan hayatta kalabilmek için zorunlu olarak tüketmek durumundadır. İnsan tüketmeden yaşayamaz. Bu açıdan "...tüketim bir ihtiyacın karşılanması ve giderilmesi için üretilen mal ve hizmetlerin toplamı olarak tarif edilmiştir" (Duman, 2018: s.67). Yani tüketim insanların ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla belirli mal ve hizmetleri kullanmasıdır. Ancak tüketim sadece hayatta kalmak için yapılmamaktadır. Özellikle günümüzde statü, kimlik ve haz elde etmek için de tüketim faaliyetinde bulunmaktadır. Modern toplumlarda sanayileşme ve üretim toplumsal sistemin merkezinde yer almaktadır. Günümüzde ise toplumsal sistemin merkezinde tüketim bulunmaktadır. Tüketimin bu rolü tüketim kültürü ve tüketim toplumu kavramlarıyla incelenmektedir.

Tüketim kavramında yaşanan değişimlerin tanımlanmasında ihtiyaç kavramı önemli bir yere sahiptir. İhtiyacın algılanma şekli bireylere göre tüketim tanımını değiştirmektedir. Bu değişim, aşırı tüketimin sınırlarının nasıl çizileceğini belirlemektedir. Geleneksel anlayışlarda ihtiyaç, insanın yaşamını devam ettirebileceği kadar tüketmesidir. Tüketim kültürüyle birlikte geleneksel ihtiyaç tanımı da değişmiştir. İhtiyaç, bireylerin tüketmeyi arzuladıkları şeyleri de kapsayacak şekilde genişlemektedir. Bireyler çoğu zaman haz aldıkları şeyleri tüketme eğilimindedir. Arzuların ihtiyaç olarak görülmesi yeni tüketim nesnelere neden olmaktadır. Bu değişimle birlikte tüketim giderek artmakta, tüketim kültürü ve tüketim toplumu ortaya çıkmaktadır. Böylece tüketim odaklı yaşam tarzı gittikçe yaygınlaşmaktadır (Karakaş, 2006: s.293).

Tüketim toplumu, aşırı tüketimin yaygınlaştığı ve tüketimin toplumsal yaşamdaki rolünün arttığı bir toplumu ifade etmektedir. Bu toplumlarda insanlar boş zamanlarını tüketime ayırmakta ve kimliklerini tükettikleri şeylerle ifade etmektedir (Ritzer, 2011: s.254). İnsanların üretimden çok tüketim sürecindeki konumları önemli hale gelmektedir. Tüketim toplumunda insanın tüketim süreci boyunca yerine getirdiği roller önem kazanmaktadır (Bauman, 2006: s.92). Baudrillard'a (2010: s.41) göre "bütün toplumlar her zaman zorunlu harcamalar ötesinde har vurup harman savurmuş, harcamış ve tüketmiştir, çünkü toplum gibi birey de sadece var olmadığını, ama yaşadığını aşırı, gereğinden fazla bir tüketimde hisseder". Yani tüketim ihtiyaçları karşılamının ötesinde anlamlara sahiptir ve bireyler aşırı tüketim eğilimindedir.

Tüketim toplumunda bireyler yapay olarak sunulan ihtiyaçları karşılamak için mücadele etmektedir. Günümüzde ekonomik sistemin ayakta kalabilmesi, üretim ve tüketim döngüsünün sağlanmasına bağlıdır. Bu döngünün sağlanması amacıyla insanlar daha çok tüketime yönlendirilmektedir. Bu yöneliş aşırı tüketim olgusunu ortaya çıkarmaktadır. Aşırı tüketim, yaşamın gereklerine göre fazla mala sahip olma çağrışımı yapmaktadır (Dopierala, 2017: ss.68-69).

20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren Amerikan tarzı aşırı tüketim diğer toplumları da etkisi altına almaktadır (Ritzer, 2011: ss.252-253). Böylece kapitalist toplumlarda ortaya çıkan aşırı tüketim ve sonuçları küreselleşme ile birlikte dünya çapında yaygınlaşmaktadır. Küresel hale gelmiş aşırı tüketimin pek çok olumsuz sonucu görülmektedir. Küresel ısınma, çevresel kirlenme, doğal hayatın tehlike altına girmesi, kaynakların hızla yok olması gibi sorunlar ciddi boyutlara ulaşmıştır. Bu sorunların ortaya çıkmasında bireylerin rahat koşullarda yaşama istekleri sonucunda artan kişisel taleplerinin getirdiği aşırı tüketim davranışları yer almaktadır (Iwata, 2006: s.557). Aşırı tüketim, aşırı üretime bağlıdır. Sınırsız üretim çevresel kaynakların yoğun bir şekilde kullanılmasına ve beraberinde atık ve çevre sorunlarına neden olmaktadır. Modern ve gelişmiş toplumlarda aşırı tüketimle birlikte maddi ihtiyaçlara bağımlılığı temsil eden materyalist tüketimden (Richins ve Dawson, 1992: s.304) daha sade ve basit bir yaşam tarzını temsil eden sürdürülebilir tüketime geçiş ihtiyacı her geçen gün daha da belirgin hale gelmektedir. Bu ihtiyaç tüketim karşıtı davranışların, akımların ve yaşam tarzlarının görülmesine neden olmaktadır.

Tüketim karşıtlığı aşırı tüketimin neden olduğu olumsuzlukları azaltmayı amaçlamaktadır. Bu anlamda tüketim karşıtlığı tüketmemek ya da tüketim faaliyetinde bulunmamak anlamlarına gelmemektedir. Yaşam için ihtiyaç duyulan yiyecek, su ve oksijen tüketimine karşı olmak değildir. Lee ve diğerleri (2011: s.1681) tüketim karşıtlığında ifade edilen tüketimin; “insanların metalaşmış malları (fikirler, hizmetler, ürünler, markalar, tecrübeler) aldıkları, kullandıkları ve sattıkları ticari bir süreç” anlamına geldiğini ifade etmektedir. Tüketim bu şekliyle tanımlandığında tüketim karşıtlığı doğaya zarar veren, bireyin özgür tercihler yaparak tüketmesini engelleyen, tüketmeyi bir zorunluluk olarak dayatan vb. yaşam tarzlarına karşı koyan bir anlam taşımaktadır. Penaloza ve Price (1993: s.124) tüketim karşıtı hareketlerin ve tutumların ortak özelliğinin tüketim kültürüne ve kitlesel üretime karşı bir direniş olduğuna dikkat çekmektedir.

Zavestoski (2002: s.121) tüketim karşıtlığını tüketim kültürünün daha çok tüketme yönündeki baskılarına karşı hoşnutsuz olma, kızgın olma ve direnç gösterme şeklindeki tepkiler olarak tanımlamaktadır. Tüketim karşıtlığı, küresel ya da yerel çerçevede toplumsal veya bireysel faktörlerden kaynaklı olarak tüketimi azaltma veya seçici bir şekilde tüketim faaliyetinde bulunmadır. Daha genel anlamda tüketim karşıtlığı küresel veya yerel boyutta tüketmemek, tüketimi azaltmak veya seçici tüketim faaliyetlerinde yer almaktır (Başçı, 2014: s.162). Tüketim

karşıtlığında bireyler bilinçli bir şekilde tüketim sürecinden geri çekilmektedir. “Bireyler bilinçli ve anlamlı olarak belirli malları tüketim döngülerinden hariç tutmaktadır. Örneğin; işlevsel, sembolik ve etik nedenlerden dolayı Nike’ı reddetmek” (Lee ve diğerleri, 2011: s.1681). Tüketim karşıtları tüketim kültürünü protesto ederken daha çok değerler sistemine önem vermektedir. Bireyler temelde psikolojik ve fizyolojik gelişimlerini desteklemeyi amaçlamaktadır. Sağlıklı, çevre dostu ürünler tercih etme, aşırı satın alma davranışlarından kaçınma önemli motivasyon kaynakları arasında görülmektedir. Benliklerini geliştirmenin maddi olmayan yollarını bulmaya çalışmak onlar için önemlidir. Bu doğrultuda kendilerini geliştirmek adına pazarın vaat ettiği malları istenilenin dışında kendilerine özgün şekli ile kullanmayı tercih etmektedirler. Tüketim karşıtlığı çoğu zaman bireylerin sosyal veya kişisel motivasyonlarından kaynaklanmaktadır. Yani politik, etik, çevresel, küresel veya sembolik pek çok etki tüketim karşıtlığı davranışının benimsenmesinde etkili olabilmektedir. Bireyler pek çok alanda kendilerine sunulan tüketim nesnelere ve sembollerini tercih etmeyerek alışılmışın dışında bir tüketim davranışı gerçekleşmektedir. Örneğin; sevgililer günü gibi kutlamalarda hediye almak yerine hediyelerini kendileri yapabilmekte ya da bu günü hiç kutlamamayı tercih edebilmektedirler. Bu nedenle tüketim karşıtlığı bireyden bireye ya da gruptan gruba değişen farklı uygulama şekillerine sahip olabilmektedir. Tüketim karşıtı tutumlar hem mikro hem de makro düzeyde gerçekleşebilmektedir.

Bu çerçevede düşünüldüğünde tüketim karşıtlığı birçok davranışı, akımı, yaşam tarzını, tutumu ve düşünceyi içine almaktadır. Zavestoski’ye (2002: s.122) göre tüketim karşıtlığı ürün tüketiminin reddi, gönüllü sadelik pratikleri ve etik tüketim vb. farklı davranışları ve tutumları kapsamaktadır. Iyer ve Munch (2009) tüketim karşıtlarını küresel etki tüketicileri, gönüllü sadeciler, aktivistler ve sadık olmayan tüketiciler olarak dört kategoride sınıflandırmaktadır. Bu dört kategoriden küresel etki tüketicileri ile gönüllü sadeciler genel olarak tüketime karşı çıkmakta ve kendi yaşamlarında tüketimi azaltmaya çalışmaktadırlar. Buna karşılık aktivistler ve sadık olmayan tüketiciler ise belirli bir ürünü ya da markayı tüketmekten kaçınan anti tüketim davranışları göstermektedirler.

Tüketicilerin farkındalıklarının artmasıyla birlikte tüketim karşıtı faaliyetler daha yoğun bir şekilde görülmektedir. Tüketim karşıtlığı mevcut toplumsal ve ekonomik sistemi sorgulamaktadır. Bu nedenle tüketimin artması için baskı yapan güçlere karşı direnen tutum ve davranışlar şeklinde gelişmektedir (Lee, Motion ve Conroy, 2009: s.170). Tüketim karşıtlığının gelişmesinde küreselleşmeye karşı olan tepkiler, çevre üzerindeki tahribatlar ve sosyal problemler önemli bir yere sahiptir. Tüketim karşıtlığında tüketimin insanı ve doğayı sömürdüğü fikri özellikle vurgulanmaktadır (Karaboğa, 2016: s.2075). Çünkü post modernizm ile birlikte tüketim, ortak bir kimlik göstergesi haline gelmektedir. İnsanlar yaşamsal ihtiyaçlarını karşılamak için çalışmak

yerine, tüketim mallarını satın almak için çalışmaya başlamaktadır. Bireylerin nesnelere yükledikleri değer ve hangi nesnenin tüketilmesi gerektiği gibi konular kapitalist sistem tarafından belirlenmektedir. Amaç burada daha fazla tüketimi teşvik etmektir (Nar, 2015: s.946). Ancak daha fazla tüketim bireylerin özgürlüğünü kısıtlamakta, onları nesnelere bağımlı hale getirmekte ve yabancılaştırmaktadır (Odabaşı, 1999: s.4).

Özellikle doyumsuzluklarını gideremeyen ve tüketilebilecek ürünlerin sonunun gelmeyeceğini gören gruplar tüketime karşı negatif bir tutum içerisinde bulunmaktadırlar. Bireyler aslında bir yandan yeni şeyler alırken, diğer yandan kullanmadıkları nesnelere dolaylı tatminsizlik yaşamaktadırlar. Bu tatminsizlikleri yaşayan bireyler genellikle ihtiyaç sahiplerine yardım etme, felaketlerde gönüllü olarak çalışma gibi faaliyetlerde yer almaktadırlar (Kuzu ve Özveren, 2011: s.70). Tüketim karşıtı yaşam tarzlarındaki temel amaç yaşamın gerçek anlamını aramaktır. Onlara göre gerçek mutluluk daha fazla ya da daha pahalı şeylere sahip olmakla elde edilmemektedir. Eğer bir nesne fayda veya keyif sağlıyorsa o zaman satın almaya değer görülmektedir (Kuzu ve Özveren, 2011: s.63).

Günümüzde aşırı tüketime neden olan düşünceler, politikalar, inançlar eleştirilmektedir. Aşırı tüketimin yol açtığı olumsuzluklar, gönüllü olarak tercih edilen sade yaşam tarzının daha çok kişi tarafından kabul görmesine yol açmaktadır (Uygun ve diğerleri, 2018: s.200). Freeganlar, gönüllü sadeciler ve minimalistler günümüzdeki tüketim karşıtı yaşam tarzı arayışlarından bazılarıdır.

2.Freeganizm

“Tüketim karşıtlığının farklı bir biçimi olarak son zamanlarda öne çıkan freeganizm akımı atılan yiyecekleri tüketerek çevresel etkiyi en aza indirmeye çalışan sosyal, ekonomik ve politik bir eğilimi ifade etmektedir” (Özdemir, 2020: s.837). “Freegan Food” ya da “Freeganizm” olarak bilinen bu yeni yaşam tarzı materyalizme, rekabete, popüler kültüre, gösterişe ve aşırı tüketime karşı bir tepki niteliğindedir (Aksoy ve Solunoğlu, 2015: s.165). 1990’ların ikinci yarısında materyalizme ve tüketim çılgınlığına bir tepki olarak doğan freeganizmi benimseyen kişiler freegan olarak adlandırılmaktadır (Nguyen, Chen ve Mukherjee, 2014). Freeganizm terimi “free” ve “vegan” kelimelerinin birleşiminden oluşmaktadır. Freeganizm, kolektif bir toplumsal farkındalık hareketidir. Bazı bilim insanları freeganizmi “yeni toplumsal hareket” olarak görürken (Barnard, 2016) diğerleri “tüketim karşıtı ya da sürdürülebilir hareket”, (Thomsan, 2016) diğer bir kesim ise basitçe bir yaşam tarzı, felsefe veya uygulamalar dizisi olarak görmektedir.

Freeganizm temelde sınırlı kaynakların en asgari düzeyde tüketilmesi gerektiği görüşünü savunmaktadır (freegan.info). Tasarruflu hareket etme, bilinçli satın alma ve tüketimi en aza indirme freeganlar için önemlidir. Doğal kaynakların kullanımını için rekabet etmek yerine bunların tüm insanların ihtiyaçları doğrultusunda paylaşılması gerektiğini savunmaktadır. Freeganlar için çöp diye bir şey yoktur. Kullanılabilir durumda olan her şey tekrar tekrar kullanılmaya değerdir.

Freeganların eleştirilerinin odağında aşırı tüketim ve aşırı tüketimin etkileri vardır. Aşırı tüketim dünya kaynaklarının azalmasına neden olmaktadır. Bu nedenle aşırı tüketim ve israfa karşı küresel boyutta çeşitli önlemler almak gerekmektedir. Aksi halde dünyanın ileride açlık gibi sorunlarla daha fazla karşı karşıya kalması kaçınılmaz görülmektedir. Özellikle gelişmiş toplumlarda aşırı tüketime yönelik faaliyetler küresel israfın artmasına ve yenilenemeyen kaynakların yok olmasına neden olmaktadır (Aksoy ve Solunoğlu, 2015: ss.170-171). Dünyadaki birçok insan açlık riskiyle karşı karşıyayken freeganlar ürünlerin çöpe atılmasını ve çürümelerini doğru bulmamaktadır. Freeganlar günlük yaşam içinde kaynakları paylaşma, tüketimin zararlı etkilerini en aza indirme, atıkları azaltma, geri kazandırma, gıda israfını önleme ve kar odaklı ekonomi yerine bağımsızlığa dayalı ekonomiye odaklanma şeklinde hayatlarına devam etmektedirler (freegan.info). Sağlıklı ve sürdürülebilir yaşam tarzının savunucuları olan freeganlar için sağlık, doğa, sosyal adalet, sürdürülebilirlik ve kişisel gelişim önemlidir (Zagela, 2015: s.85).

Freeganlar hiç tüketmemekten yana değildir. Tüketimin israfı engelleyecek biçimde olması gerektiğini savunarak az tüketmeyi ve az ürün satın almayı tercih etmektedirler. Zaman zaman satın alma eylemi gerçekleştirse de bu eylem az ve sınırlı bir şekilde olmaktadır. Sadece yiyeceklerin değil hayatlarına giren her şeyin ömrünü uzatmaya özen gösteren freeganlar eşyaları atmak yerine onları onarmakta hatta bu konularda zaman içerisinde uzmanlaşmaktadırlar. Arkadaşları ile aralarında takas yöntemini sıkça kullanan (More, 2011: s.52) freeganlar, çöpten çıkarılan gıdaların nasıl faydalı bir besin olarak kullanılacağına dair internet ortamında çeşitli yayınlar yapmakta ve israfın önlenmesi için ciddi çabalar sarf etmektedirler. Onlar için az tüketmek insanın mutluluğuyla da ilişkilidir. Tüketerrek mutlu olunabileceği düşüncesine karşı çıkan freeganlar yeni eşyalar olmadan da yaşanabileceğini, elindeki ile yetinmenin asıl mutluluk ve güç kaynağı olduğunu göstermeye çalışmaktadırlar. Mutluluğun satın almak ve tüketmek olmadığı düşüncesini yaymayı hedeflemektedirler.

Freeganların “ethical eating” yani “etik yemek” felsefesi; kapitalizmin ve seri üretimin hayvanları ve insanları sömürmesine karşı çıkmasından kaynaklanmaktadır. Bu karşı durma adına, çöp kutularına atılan, yerel pazarlarda, restoranlarda, büyük market zincirlerinde satılmayan atık ürünler yeniden kullanılmaktadır (Zagela, 2015: s.85). Freeganlar için mağaza raflarında bulunan ürünlerin son kullanma tarihleri en iyi lezzet ve kaliteyi belirlemek için yazılmaktadır. Bu nedenle

düzgün depolanan ve açılmamış paketler bu tarihler geçtikten sonra bile belirli süre güvenle tüketilebilmektedir (freegan.info).

Freeganların yaşam şekilleri sahip oldukları kişisel tutum ve inançlara göre değişiklik göstermektedir. Bazıları marketlerde atılmak üzere olan yiyecekleri yetkili kişilerden istemeyi tercih etmektedir. Tükettikleri ürünlerin çoğu market taraflarından çekilmiş, son kullanma tarihi geçmiş, çekici olmayan, hasarlı ürünlerden oluşmaktadır (Zagela, 2015: s.85). Bazıları ise bir restorana oturup “masaya dalma” ya da “tabak kazıma” olarak nitelendirilen müşterilerin tabakta bıraktıkları yiyecekleri yemeyi tercih etmektedir (freegan.info). Bir kısmı ise ihmal edilen ya da yenilebilir bitkileri toplamaktadır (More, 2011: s.46). Bazı freeganlar “dumpster dive” yani “çöpe dalış” yapmaktadır. Şehrin belirli bölgelerindeki çöp noktalarına gidilerek iyi durumdaki gıdalar tüketilmek üzere toplanmaktadır. Çöpe dalış yalnızca yiyecek elde etmek ile sınırlı kalmamaktadır. Pek çok ürün bu yolla elde edilebilmektedir. Çöpe dalışta yiyeceklerin bir kısmı mutlaka sonraki gelecekler için bırakılmaktadır.

Freeganlar mal ve hizmetlerini takas yolu ile elde edip ekonomilerini bu sisteme göre düzenlemektedirler. Bazı freeganlar mağaza ve iş yerlerinden izinsiz bir şeyler alabilmekte ya da terk edilmiş bir alanı işgal ederek yasadışı eylemlerin içinde kendilerini bulabilmektedir. Birçok freegan ulaşım için bisiklet kullanmakta, kendi giysisini yapmakta, ikinci el ürün satın almakta, ücretsiz ürünlerin yer aldığı mağaza ya da web sitelerini kullanmaktadır. Bir kısım freegan ise yemek pişirme, bağış yapma, bedava yemek dağıtma gibi büyük yardım organizasyonları içerisinde yer almaktadır (More, 2011: s.46). Yine; geri dönüşüm, gübreleme, yabancı yiyecek arama, bahçecilik, onarma ve dağıtım gibi şeyler freeganların günlük rutinleri arasındadır.

Freeganlar dünyada açlıkla savaşan milyonlarca insan varken büyük otel, süpermarket ve restoranlarda meydana gelen savurganlığı eleştirmektedir (freegan.info). Bu nedenle gıda israfını önleme adına ekstra çaba harcamaktadırlar. Bu çabaları zaman zaman yaşadıkları toplum tarafından da desteklenmektedir. Örneğin; freeganların yaygın bir şekilde yaşadığı Polonya gibi bazı ülkelerde otel, restoran sahipleri, yerel marketler ya da süpermarketler meyve, sebze, süt gibi bazı ürünleri haftanın belirli günleri özel işaretli kutularla tesislerinin yakınına freeganların alması için bırakmaktadır (Zagela, 2015: s.86).

Atılan gıdaların ıslahı ile ilgili sürdürdükleri yaşam şeklinden dolayı zaman zaman bazı damgalamalar ve önyargılar ile de mücadele etmek zorunda kalmaktadırlar. Bu nedenle genellikle gece geç ya da sabah erken saatlerde arama yapmaya çıkmaktadırlar. Pek çok kişi ihtiyaçlarını karşılarken hayati kaynakların boşa harcanmasına izin vermektedir. Ancak freeganlar bu duruma meydan okumaktadır (Corman, 2011: s.38). Kültürel ve ekonomik tabuları ihlal ederek çöpe

dokunmakta, dokunmakla kalmayıp onu tüketmektedir. Freeganlar çöpün ve çöplüğün sembolik anlamını kendi içlerinde yeniden oluşturmakta, başkalarının modası geçmiş olarak gördüğü malları kendi istekleri doğrultusunda özgürce kullanmaktadırlar.

Freeganları olumlu değerlendirenler onları ilham verici, dünyada fark yaratmaya çalışan, çevreyi koruyan, parlak bir gelecek inşa etmeye imkân tanıyan, doğaya ve diğer insanlara yardım etmek için fedakârlık yapan insanlar olarak görürken eleştiride bulunanlar onları, çöpçü yaşama tarzına sahip, tembel ve temizlik anlayışından uzak bireyler olarak değerlendirmektedir. Onlara göre bu tarz yaşam şekilleri tembel bir toplum yaratmakla kalmamakta ayrıca çeşitli hastalıklara, mülk sorunlarına ve yasa dışı davranışlara neden olmaktadır. Çünkü freeganlar özel mülkiyeti, bireyciliği, paraya dayalı kariyer başarısının baskın değerini ve hijyeni ortadan kaldıran bir sistem oluşturmaktadırlar. Bunu yaparken başkalarının inanç, düşünce ve eylemlerini değiştirmek yerine sosyal destek, tavsiye ve paylaşımda bulunmayı tercih etmektedirler (Pentina ve Amos, 2010: ss.1773-1774).

Freeganizm gıda israfına odaklanmakla tüketim kültürüne karşı aykırı bir duruş sergilemektedir. Bu duruşun arkasında israfla mücadele ederek tüketim kültürünün çevresel etkisini azaltma çalışmaları yer almaktadır. Kapitalist ekonomik sistemi boykot ederek sadece israfı değil aynı zamanda savaş, ekolojik yıkım, emek sömürüsü, açlık ve hayvanların acı çekmesi de önlenmek istenmektedir. Freeganlar zamanlarının ve hayatlarının kontrolünü geri almaya çalışmaktadır. Hali hazırda sahip olunan malları kullanıp, ihtiyaç duyulmayan şeyleri satın almayı reddetmek ve ihtiyaç duyulanları da mümkün olduğunca para harcamadan elde etmek amaçlanmaktadır. Bu felsefe ile finansal ihtiyaçlar azalmakta, daha az çalışmaya ihtiyaç duyulmakta aileye ayrılan süre, topluluklara verilen hizmet, sosyal değişim ve hayatın tadını çıkarma adına harcanan zaman artmaktadır (freegan.info). Yüksek yaşam standartlarını karşılayabilen freeganlar bilinçli olarak aşırı tüketimden vazgeçip özgür bir hayat sürmek istemektedir. En önemli toplumsal rolleri savurgan toplum yapısını dengelemek olan freeganlar özellikle açlık, evsizlik ve ekolojik sorunlar hakkında da farkındalık oluşturmaya çalışmaktadırlar (Pentina ve Amos, 2010: s.1775). Kaynak eksikliği, macera duygusu, ekolojik bozulmayı azaltma konuları onlar için oldukça önemlidir (Fournier, 1998).

Freeganizm, çoğu zaman kişisel başarısızlığı, evsizliği ve psikolojik sorunları çağrıştırmaktadır. Ancak yoksulluktan mustarip, evsiz insanların hayatta kalma pratiklerine benzeyen (Gross, 2009) davranışlar sergilemelerine karşın freeganlar aslında yoksul değildir. Sadece aşırı tüketimden ve onun olumsuz etkilerinden bilinçli ve özgür bir çaba ile kaçan kişilerdir. Freeganizmi benimseyenler birbirinden farklı mesleklerdendir. Aralarında avukat, taksi şoförü, yönetici ve öğrenciler yer almaktadır. Kendilerini bilinçli tüketiciler olarak tanımlayan

freeganların çoğu 20'li 30'lu yaşlarda iyi eğitilmiş, orta ya da üst sınıf kişilerdir (Barnard, 2016). Birçoğu çalışan veya gönüllü işsiz olan bu kişiler (Corman, 2011: s.37) yüksek yaşam standartlarını elde edebilecek imkânlarla sahip şehrin iyi bölgelerinde yaşayabilen kişilerdir. Ancak bazıları temel ilkeleri olan “azalt, yeniden kullan ve geri dönüştür” anlayışından hareketle terk edilmiş binalarda, şehrin düşük kirali bölgelerindeki apartmanlarda ya da gecekondularda yaşamayı tercih etmektedir. (Zagela, 2015: s.86).

3.Gönüllü Sadelik

Gönüllü sadelik alternatif tüketim arayışları içinde büyüyen sosyal bir hareket olarak görülmektedir (Etzioni, 1999). Iyer ve Muncy (2009) tüketim karşıtlığına yönelik sınıflandırmalarında gönüllü sadeliği kişisel nedenlerle tüketimin sınırlanmaya çalışılması olarak tanımlamaktadırlar. Gönüllü sadelik kavramının net bir tanımını yapmak oldukça güçtür. Çünkü bir kişi için sade olan bir hayat başka biri için oldukça karmaşık olabilmektedir. Yani kültürel, demografik, refah gibi pek çok etken gönüllü sadeliğin tanımı ile ilgili kesin sınırların çizilmesini engellemektedir.

İlk olarak 1936 yılında, Gandhi'nin öğrencisi olan Richard Gregg tarafından kullanılan gönüllü sadelik kavramı varlık edinmekten ve boşa enerji harcamaktan kaçınmak anlamına gelmektedir. Gregg (1936: s.4) gönüllü sadeliği “yaşamın temel amacı ile ilgisi olmayan birçok mülkiyetin içinde amaç, samimiyet ve dürüstlüğü yanı sıra dışı karmaşadan kaçınma” şeklinde tanımlamaktadır. İkinci Dünya Savaşı sonrası unutulmuş gönüllü sadelik kavramı 1960'larda çevreci düşüncelerin popüler olması ile tekrar gündeme gelmiştir (Özgül, 2011). Bireylerin gerçek ihtiyaçlarına odaklanarak yaşamlarını kontrol altına aldıkları hayat tarzı olarak görülen gönüllü sadelik kavramı (Zavestoski, 2002) tüketimi azaltmayı gerektirmektedir (Shaw ve Newholm, 2002). Gönüllü sadelik kavramı temelde maddi tüketimin bilinçli bir şekilde sınırlandırılmasını ifade etmektedir. Aşırı tüketime direnen ve daha kaliteli yaşamak için daha az tüketen kişilerin benimsediği hayat tarzını yansıtmaktadır. Gönüllü sadelik “bireyin kendi hayatı üzerindeki kontrolü en üst düzeye çıkarmayı amaçlayan bir yaşam biçimini bilinçli olarak seçme derecesi” şeklinde de ifade edilmektedir (Barton ve Rogers, 1980: s.28). Aşırı tüketimi ve materyalist yaşamı reddeden gönüllü sadeciler, maddi ihtiyaçların basit bir şekilde sağlanması gerektiğini savunmaktadır. Gönüllü sadelik geçmişte Lao Tzu, Konfüçyüs, Buda, Diyojen, Tolstoy, Gandhi gibi isimlerin ve manevi geleneklerin de parçası olmuştur (Alexander, 2011: ss.134-135). Gönüllü sadeliğin kökeninde aslında sanayi öncesi toplumalarda var olan değerleri yeniden keşfetme duygusu yer almaktadır.

Elgin ve Mitchell (1977) gönüllü sadeliği maddi sadelik, öz kontrol, ekolojik farkındalık, insan ölçek ve kişisel gelişim olmak üzere beş değer ile açıklamaktadır. Shama (1981) ise bu beş değere ek olarak uygun teknoloji değerinden bahsetmektedir. Bu değer fonksiyonel, etkin ve enerji tasarrufu sağlayacak bir teknoloji kullanımını ifade etmektedir. Craig- Lees ve Hill (2002) gönüllü sadelikte daha basit bir yaşam sürmek için seçme özgürlüğü, malzeme tüketimini azaltma, eğitim gibi yüksek gelir ile yer değiştirebilecek becerilere erişim, öz kontrol ve kişisel tatmin ile hümanizm, kendi kaderini tayin etme, çevrecilik, maneviyat ile kendini geliştirme gibi temaların önemli olduğunu vurgulamaktadır.

Gönüllü sadelikte temel eleştiri noktası materyalist tüketimdir. Kaynakların asgari düzeyde tutulup materyalist olmayan bir anlayış ile de mutlu olunabileceği savunulmaktadır (Huneke, 2005: s.528). Bu yaşam tarzını benimseyenler var olan maddi kaynaklarını bilinçsiz şekilde tüketmek istememektedirler. Sadeliğin getirdiği manevi duygu onlar için önceliklidir. Sade yaşamın kendilerini daha iyi hissettirdiği yönünde motivasyonları mevcuttur (Walther vd., 2016: s.38). Gönüllü sadeciler maddi varlıkların stresli, mutsuz ve anlamsız bir hayatı telafi edecek potansiyele sahip olmadığına inanmaktadır. Yani tüketim yolu ile tatmin duyguları karşılanmamaktadır (Zavestoski, 2002). Gönüllü sadelik ile birlikte değişen tüketim tarzı nesnelere anlam yükleme ve bu yolla kimlik oluşturma şeklindeki tüketim alışkanlıklarını değiştirmektedir (Lunt ve Livingston, 1992). Bu yolla elde edilen ürünler ile birlikte kimlikler nesnelere ayrı tutulmaya başlanmaktadır (Nelson vd, 2007).

Gönüllü sadecilere göre tüketimin azaltılması ekolojik dengeye de katkı sağlamaktadır. Birey, daha az mülkle yaşamayı tercih ederek, sosyal ve ekolojik yapı ile daha derin bağlar kurabilmekte aynı zamanda mal ve hizmetleri bilinçli bir şekilde tüketerek manevi açıdan zenginleşebilmektedir. Bu yolla geleneksel zenginlik anlayışı olan mal veya imaj yolu ile statü elde etme en aza indirilmeye çalışılmaktadır (Monopolis, 2010: s.ix). Bireylerin çevre problemlerine karşı bilinçli hareket etmeleri tüketim davranışlarını azaltmalarına neden olmaktadır (Kaynak ve Ekşi, 2011). Basit ambalajlı, işlevsel, değer ve bilgiyi vurgulayan ürünler ile yerel, küçük esnaf üretimi veya kendin yap şeklindeki ürünler daha çok satın alınmaktadır (Shama, 1981: s.129). Büyük firmalardan ürün ve hizmet alınacaksa özellikle çevreye, toplumsal ve bireysel gelişime katkı sağlayan firmalar tercih edilmektedir (Bayat ve Sezer, 2018). Tüketim arzuları üzerindeki farkındalık ve tüketim davranışlarında daha fazla kontrol sağlama, gönüllü sadelikte önemli bir motivasyondur (Boujbel ve D'astous, 2012: s.488).

Gönüllü sadeciler tüketime ve alışverişe tamamen karşı çıkmamaktadır. Planlı bir şekilde alışveriş yapma alışkanlıkları söz konusudur (Özgül, 2010). Geri dönüştürülebilir, yenilenebilir yani çevre dostu ürünler tüketim nesnesi olarak tercih edilmekte, bunları elde etmek için yeri

geldiğinde ekstra çaba ve zaman harcanmaktadır. Organik ürünleri tüketmek gönüllü sadeciler için önceliklidir. Satın alınacak ürünler ve üretim koşulları hakkında bilgi sahibi olmak da büyük önem taşımaktadır (Huneke, 2005). Maddi arzularını ve satın alma isteklerini azaltmak için çoğu zaman ürünleri kendileri yapmakta, ödünç almakta ya da ikinci el kullanmaktadırlar (Johnston, 2003: ss.21-22). Kullandıkları ürünlerinin ömrünü uzatabilmek için farklı alanlarda yeniden kullanma, tamir etme, kendinin yetiştirilmesi gibi yollar tercih edilmektedir (Shaw ve Moreas, 2009: ss.5-6). Ürünler daha sonra kullanma ya da dönüştürme üzerine saklama, başkasına verme, paylaşma, takas etme yoluyla kalıcı olarak elden çıkarma ile ödünç verme ya da kiralama şeklinde kullanılabilir (Jacoby vd. 1977). Bisiklet sürme, kâğıt ve camı dönüştürme, öz güvenini arttırmak için dersler alma, ekolojik organizasyonlara katkıda bulunma, enerji tasarrufu sağlayan teknolojiler kullanma, tamir etme gibi becerilerine sahip olmak önemlidir (Barton, 2008: ss.247-248).

Gönüllü sadeliği tercih edenler bir otorite ya da kişi tarafından sınırlandırılmadan kendi özgür iradeleriyle tüketimlerini kısıtlamayı tercih etmektedirler (Barton, 1981: s.244). Tüketim ve bağımlılıklar en aza indirilirken doğa ile uyum en üst düzeye çıkarılmak istenmektedir (Barton, 2008: s.244). Özellikle kanaatkârlık, çevresel farkındalık, insani yaşam koşulları, potansiyelini gerçekleştirme, öz kontrol yeteneğini artırma ve tüketimi azaltma temel amaçlar arasındadır (Örs, 2016: ss.273-274). Bireyin sadece tüketime yönelik bireyselleşmesi gönüllü sadeciler tarafından eleştirilmektedir. Gönüllü sadeciler tüketimlerini azaltmayı, değiştirmeyi ya da tüketmemeyi tercih ederken belirli ürün ve hizmetlerin gerekliliğini sorgulamaktadırlar. Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi gönüllü sadelik literatürünü önemli ölçüde etkilemektedir (Etzioni, 1998; Huneke, 2005; Zavestoski, 2002). Sadeciler ilk olarak fizyolojik daha sonra sosyal ihtiyaçlara öncelik vermektedirler. Özellikle kendini gerçekleştirme basamağı sadecilerin tüketim karşıtı eylemleri üzerinde olumlu etkiye neden olmaktadır (Iyer, Muncy, 2008: s.3).

Gönüllü sadelikte bireyler yüksek yaşam kalitesine ulaşmalarını engelleyen şeylerden uzak durmakta ve yalnızca gerçek ihtiyaçlarına odaklanmaktadırlar. Bu uğurda sergiledikleri tutum ve davranışların tamamı gönüllülük esasına dayanmaktadır. Gönüllü sadelikte amaç; maddi varlıklara harcanan zamanı azaltarak aile, arkadaş, çocuk, doğa ile daha çok zaman geçirip hayatın gerçek değerini ortaya çıkarmaktır. Bu nedenle gönüllü sadeciler yaşam boyu öğrenmekten, topluma katılmaktan, spor faaliyetlerinden, kültürel etkinliklerden ve doğayı gözlemlemekten hoşlanmaktadırlar (Etzioni, 1999: s.116). Bu bireyler daha az tüketen, çevre bilincine ve çevresel sorumluluğuna sahip kişilerdir.

Gönüllü sadelik modern yaşamdan kaçış olarak değerlendirilmemelidir. Bilim ve teknolojik imkânlarla gerek olmadığını savunan bir yaşam tarzı değildir. Mağarada yaşamak,

elektriğin sunduğu olanaklardan vazgeçmek, modern tıbbı reddetmek anlamlarına gelmemektedir (Alexander, 2011: s.4). Küçük köy ve kasabalara nüfus kayması olmasına rağmen gönüllü sadecilerin büyük çoğunluğu şehirlerde yaşamaya devam etmektedir. Çünkü uygun teknoloji kullanımı ile bahçecilik vb. deneyimler şehirlerde de mümkün hale gelmektedir (Elgin ve Mitchell, 1977: ss.11). Bu yaşam tarzı özellikle çevreye zarar veren yaşam şekillerine karşı çıkarken, sürdürülebilir tüketim tarzını önemsemektedir (Walther ve Sandlin, 2013).

Gönüllü sadeciler yoksul, dışlanmış ya da başarısız görülebilecek kişiler değildir. Gönüllü sadelik yoksulluk ile eş tutulmamalıdır. Çünkü yoksulluk basit yaşamın tam tersidir. Yoksulluk kendini koruma adına hayatı mücadele haline getirmektedir. İnsanın kendini aşması için çok fazla fırsat sağlamamaktadır. Asla gelip geçici bir heves değildir. İnsanların ihtiyaçlarına ve ideallerine hitap eden derinliği olan bir harekettir (Elgin ve Mitchell, 1977: ss.12-13). Çoğunlukla genç, kadın ve erkek oranı eşit, bekâr ya da genç aileler ile orta sınıf ve üst geliri olan, eğitilmiş, politik olarak bağımsız, standart etiketlerden rahatsız kişilerden oluşmaktadır (Elgin ve Mitchell, 1977: ss.16-17). Gönüllü sadecilerin büyük çoğunluğu eğitilmiş, yüksek gelirlili, yetenekli, stresli bir işte çalışan, manevi değerlere önem veren insanlardan oluşmaktadır (Craig-Lees ve Hill, 2002).

Gönüllü sadelik oldukça geniş bir eleştiri çerçevesi ortaya koymaktadır. Bu nedenle gönüllü sadeciler içinde farklı fikir ayrılıkları söz konusudur. Bu ayrımlar çeşitli şekillerde sınıflandırılmaktadır. Elgin ve Mitchell'e (1977: ss.17-18) göre gönüllü sadelik derecelerine göre ayrılmaktadır. Bunlardan ilki tam gönüllü sadecilerdir. Tam gönüllü sadeciler tüm kalpleri ile gönüllü sadeliği benimsemektedir. Bahçecilik, geri dönüşüm, organik yiyecekler, basit giysiler, işe bisiklet ile gitmek, sırt çantası ile seyahat etme, aile odaklı olup meditasyon yapma onlar için önemlidir. Kısmi gönüllü sadeciler; gönüllü sadeliğin temel ilkelerinin bir kısmını benimsemektedirler. Bu grup genellikle orta yaş ve şehirde yaşayan gruptur. Sempatizanlar; gönüllü sadeliğe sempati duymakta ancak buna göre hareket etmemektedirler. Kayıtsız, farkında değil veya gönüllü sadeliğe karşı olanlar yani muhalifler ise genellikle yoksulluk içerisinde yaşayıp bolluk içerisinde yaşamının sunacağı fırsatları kaçırmak istemeyenlerdir. Ya da başarı odaklı yaşamı benimsedikleri için sade yaşamı kendileri için tehdit olarak görüp karşı çıkanlardır. Maddi başarıya odaklanan bu kişiler genellikle gönüllü sadeliği tehdit olarak algılamaktadır. Etzioni (1998) ise gönüllü sadeliği motivasyonlarına ve bağımlılık düzeylerine göre bölümlere ayırmaktadır. Vites küçültenler; daha az gösterişli ve sade tasarımlara odaklanmaktadır. Güçlü basitleştiriciler; streslerini azaltmak, eğlence, aile, yaratıcı ve entelektüel uğraşlarına daha fazla zaman ayırmak için yüksek statü ve gelirden vazgeçmektedirler. Bütün basitleştiriciler ise tüm hayatlarını gönüllü sadeliğe göre yaşamakta sosyal, ahlaki ve çevresel değerler etrafında tüketim davranışında bulunmaktadır.

Özetle gönüllü sadelik, tüketim kültürlerinin önerdiği yüksek tüketim ve materyalist yaşamı reddeden muhalif bir yaşam tarzıdır. Bu anlayışa göre maddi ihtiyaçlar mümkün olduğunca basit bir şekilde karşılanmalı, materyalist olmayan kaynaklardan ziyade anlam ve tatmin duygusuna önem verilmelidir. Yaşamın niteliğindeki artış kişisel ve toplumsal ilerleme, zenginlik ya da statü yolu ile değil ilişkilerin gelişmesi, toplumsal, entelektüel değişme ve içsel huzur ile mümkün görülmektedir (Alexander, 2011). Gönüllü sadelik çeşitli noktalarda eleştirilmektedir. Yaygın eleştiriler hayata karşı benmerkezci, aşırı izolasyonu barındıran bir yaşam şekli olduğu yönündedir. Bu eleştirilere göre bireyler hayatlarını basitleştirmek, hoşlarına gitmeyen koşullardan kaçıp onu değiştirmek zorunda değildir (Jonhston, 2003: s.28). Tüketim karşıtı bir çerçevede ele alınan gönüllü sadelik Baudrillard'a (2015) göre zaman içerisinde satın alınan ürünlerle aslında lüks bir tüketim davranışı oluşturmaktadır.

4.Minimalizm

Minimalizm tüketim karşıtı bir protesto ya da aşırı tüketime karşı bir tepki olarak tanımlanmaktadır (Dopierala, 2017: s.71). Minimalizm, gönüllü sadeliğe oldukça benzemektedir. Bu nedenle gönüllü sadelik ile minimalizm arasında net bir sınır belirlenmemektedir. Bu iki kavram zaman zaman birbirlerinin yerine kullanılmaktadır. Ancak minimalizm ve gönüllü sadelik arasında benzerlikler olmakla birlikte farklılıklar da söz konusudur. Gönüllü sadelik, minimalizme göre daha geniş bir anlama sahiptir. Gönüllü sadeliğin daha uzun bir tarihi vardır. 1970'lerde popüleritesine ulaşmaktadır. Oysa minimalizm 2008'den sonra kapitalist sistemdeki krizin sonucu olarak popülerleşmiştir. Gönüllü sadelik daha sade ama kapsamlı bir yaşam tarzı sunarken; minimalizm eşyaların azaltıldığı daha sınırlı bir yaşam tarzı sunmaktadır.

Minimalizmin eleştirileri de aşırı tüketim odağında gelişmektedir. Ancak minimalizmin tek bir tanımından bahsetmek mümkün değildir. Her birey için kapsamı, yoğunluğu farklılık gösteren kendine özgü inanç ve eylem sistemi oluşturan minimalizm; tüketim odaklı tutumların dışında anlam aramaya çalışan bir hayat tarzı olarak görülmektedir. Hayatın maddi olmayan yönlerine daha çok odaklanan minimalistlerin ana prensibi “az olan daha çoktur” şeklinde ifade edilmektedir (Dopierala, 2017: ss.67-71).

Minimalistler tüketimi bilinçli olarak sınırlandırmaktadır. Bu sınırlama nicel anlamda gerçekleşmektedir. Tüketim tamamen hayattan çıkarılmamaktadır. Minimalizm; hayatta neyin gereksiz olduğunun kabul edilmesi, maddi şeylere bağımlılığın ortadan kaldırılması, sınırlandırılması veya azaltılması ile işe başlamaktadır. Hayattaki öncelikler belirlenmelidir. Tabii bu durum herkes için farklı şekilde seyretmektedir (Dopierala, 2017: s.68). Minimalizmin tam olarak

nasıl tecrübe edildiği kişiden kişiye büyük ölçüde farklılık göstermektedir. Çünkü izlenecek ortak kurallar ya da prensiplerden bahsetmek söz konusu değildir. Bu sade yaşam tarzı bireylerin hobilerinin olmayacağı ya da evlerinin dekorsuz olacağı anlamına gelmemektedir. Sadece bireylerin her gün yaptıkları seçimler konusunda daha bilinçli hareket etmeleri gerektiği anlamını taşımaktadır (Palafox, 2020: s.87). Gereksiz nesnelere kurtulmayı hedefleyen minimalistler çoğu zaman nesnelere nerede birikeceği ya da onlara ne olacağı konuları ile pek ilgilenmemektedirler (Palafox, 2020: ss.70-71). Her birey kendi gelir ve sosyo-ekonomik durumuna göre yaşam tarzına uygulayacağı değişiklikleri belirlemektedir. Minimalizmin herkesin kendi günlük yaşamında isteklerine göre uygulayabileceği bir yönü vardır ve asla yoksun bir şekilde yaşamak anlamı taşımamaktadır.

Minimalizm ile kastedilen elbette ki tüketimden tamamen vazgeçmek anlamına gelmemektedir. Çünkü satın almak, tüketmek hayatın bir gereğidir. Burada kastedilen tüketimin kendisinden çok tüketilen miktardır. Bireyin belirli ve kabul edilebilir miktarda tüketim davranışı uygun görülmektedir. Ancak düşünülmeden gerçekleştirilen satın almalar arzu edilmemektedir. Minimalizm eşya gibi maddi nesnelere kontrolünün bireyde olması gerektiğini vurgulamaktadır. Bu bakış açısı ile tüketim ve maddi unsurların anlamı yeniden tanımlanmaktadır (Dopierala, 2017: s.71). Yani minimalistler bilinçli bir şekilde tüketim faaliyetlerini gerçekleştirmekte, ihtiyaç ile istek arasındaki farkı bilip ona göre hareket etmektedirler. Harcamaları sınırlandırmak bireyin özgür seçimine bağlıdır. Eski alışkanlıkların birçoğu bu yolla değiştirilmektedir. Ancak bazı minimalistler bilinçli tüketim adına satın almadan önce ürün araştırması yapmayı zahmetli bir süreç olarak görmektedir. Yani tüm alternatifleri incelemek, maksimum fayda için çabalamak, mutluluk ve yaşam tatmini ile ters orantılıdır (Schwartz ve ark. 2002). Minimalizm bireyin maddi ürünler yolu ile kimlik, statü, saygı, itibar elde ettiği düşüncesine de karşı çıkmaktadır. Maddi ürünler mutluluk ve kişisel tatmin ile eş tutulmamalı, maddi nesnelere konsantre olunmamalıdır (Dopierala, 2017: s.72).

Minimalizm tüketim sürecinde dikkat edilmesi gereken asıl şey olarak dengeyi vurgulamaktadır. Minimalistler tüketimden vazgeçmemekte yalnızca onu uygun ve makul sınırlar içinde tutmaya çalışmakta, açgözlülüğü ve düşünmeden gerçekleştirilen satın almaları ise reddetmektedirler. Burada sergilenen tüm eylemler bilinçli bir şekilde gerçekleştirilmekte ve gönüllülük esasına dayanmaktadır. Bu hareket, bireylerin ürün tercihleri üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Tüketim amaç olarak değil araç olarak görülmektedir. Basit, bilge ve uyumlu bir hayat için hangi değerlerin önemli olduğunu anlamak gerekmektedir (Dopierala, 2017: s.69). Bireyler sahip oldukları bu değerlere göre tüketim davranışlarını belirlemeyi çalışmaktadırlar. Nesnelere

esaretinden kurtularak daha fazla deneyime, özgürlüğe, mutluluğa ve kişisel gelişime sahip olmayı istemektedirler.

Minimalizm tüketimin maksimize etme ideallerini reddeden, sadeliği savunan bir yaşam tarzıdır (Palafox, 2020: s.69). Tüketimin ve tüketim nesnelерinin merkeze alındığı aşırı tüketim anlayışını kabul etmeyen bu felsefe bireylere daha az tüketerek mutlu olunabileceğini gösterme arzusundadır. İyi yaşamı tüketim, kalıtım ve de rekabet ile ilişkilendirmemektedir. Tam zamanlı emek ve maksimum tüketim anlayışını reddetmektedir. Günlük tüketim ve buna bağlı oluşan meşguliyetler azaltılmalıdır. Bununla birlikte yaşamın gerçek değeri sorgulanmalıdır. Burada asıl amaç bireylerin tüketim dışında yeni bir yaşam oluşturmalarına yardım etmektir. Bu nedenle ihtiyaç duyulmayan her ne varsa yaşamın dışında tutulmalıdır. Yani ihtiyaç fazlası nesnelер terk edilerek nesnelere olan bağımlılıklar azaltılmalıdır. Bu aşamada bireyler özellikle gerçekten neyin yaşamları için önemli olduğuna karar vermelidir (Dopierala, 2017: ss.69-73). Nesnelерin anlamının farkında olunurken onların esiri olunmamalıdır. Eğer mümkünse tüm ihtiyaçlar; yenileme, geri dönüşüm ve paylaşım yöntemleriyle elde edilmeye çalışılmalıdır. Bu nedenle daha çok kaliteli, dayanıklı ve uzun süre kullanılabilеcek ürünler tercih edilmelidir.

Tüketimi sınırlandırmaya çalışan minimalistler tüketerek zevk almaya da karşı çıkmamaktadırlar. Ancak onlara göre hayatın tadını çıkarmayı engelleyen gereksiz eşyalar yaşamdan çıkarılmalıdır. Nesnelерle duygusal bağ kurulmamalıdır. Çünkü daha az eşya, temizlik ya da toplamak için daha az zaman harcamak anlamına gelmektedir. Zaman ve enerjiden tasarruf, arzu edilen şeyleri yapma fırsatı sağlamaktadır. Bu şekilde stres ve kaygıdan da uzak durulmaktadır. Çünkü tüketim nesnelерini elde etmek için çok uzun saatler çalışmanın getirdiği yorgunluk aile hayatında da çeşitli olumsuzluklara neden olabilmektedir (Dopierala, 2017: s.72). Bu nedenle nesnelер amaç olarak değil araç olarak görülmelidir. Her bireyin yiyecek, barınma ve giysi ihtiyacı ya da gerçekleştirilmeyi istediği tutku ve amaçları mal edinmeyi zorunlu hale gerektirmektedir. Ancak bu durum tüm maddi nesnelерin satın alınması gerektiği anlamına gelmemektedir. Daha çok iyi tasarlanmış, çok amaçlı, kaliteli ve dayanıklı ürünler tercih edilmelidir. Bu sayede ürünler daha uzun süre kullanılabilеcektir (Dopierala, 2017: s.74).

Eşyaların azaltılması ve seçilmesi sürecinde estetik ve işe yarayan ürünler tercih edilmektedir. Seçilen ürünler iyi bilinen markaların yüksek fiyatlı ürünleri olmaktadır. Tek kullanımlık ürünlerden uzak durulmaktadır. Bu özelliğinden dolayı minimalizm zaman zaman lüks ve gösteriş tüketimi gibi algılanıp eleştirilmektedir. Kullanılmayan ürünler çoğunlukla elden çıkarılmaktadır. Bunun için gereksiz eşyaları ihtiyaç sahibi olan kişi veya kurumlara bağışlamak; internet vb. platformlarda satmak, takas etmek, yenileri ile değiştirmek, farklı şekilde yeniden kullanmak, tamir etmek gibi yöntemler kullanılmaktadır. Özellikle yiyecek tarzı ürünleri boşa

harcamamak ve kendini maddi nesnelere bağlamamak için çeşitli stratejiler uygulanmaktadır (Dopierala, 2017: s.77).

Minimalizm genellikle vejetaryenlik, ekolojik, dini ve ahlaki değerler ile birleştirilmektedir. Ancak tüm bu değerler her minimalist için geçerli değildir. Minimalistlerin çoğu “sıfır atık” arzusundadır. Bu nedenle üretilen atığı azaltma çabası onlar için değerlidir. Ne kadar az israf o kadar az atık anlamına gelmektedir (Dopierala, 2017: s.69). Yani atığın olabildiğince azaltılması, hiçbir ürünün israf edilmemesi, kaynakların yaşam döngüsü içerisinde doğru kullanılması minimalistler için önceliklidir. Temelde sınırlı kaynakların bireylerin istekleri dâhilinde kullanılması engellenmek istenmektedir. Tüm insanların ihtiyaçları dâhilinde kaynakların kullanılması arzu edilmektedir. Bu sayede açlık problemi, çevre ve hayvan sömürüsü gibi sorunların azalacağına inanılmaktadır. Dünya ancak bu şekilde herkes için daha iyi bir yer haline gelebilecektir. Yani minimalistler çoğunlukla toplum odaklı hareket etmektedirler (Dopierala, 2017: s.80). Bu nedenle uzun süre kullanılabilir, geri dönüştürülebilir ürünler ve sürdürülebilir yaşam tarzı tercih edilmektedir. Bahçecilik, güneş paneli kullanma, enerji verimli ampul ve cihaz tercih etme gibi uygulamalar söz konusudur. Bireyler enerji ve su kullanımına dikkat etmektedirler. Tüm bu adımlar bilinçli, çevreci davranış, çevre dostu ulaşım, doğru yeme alışkanlıkları, geri dönüşüm, daha az tüketim gibi alışkanlıkların kazanılmasını sağlamaktadır (Palafox, 2020: ss.72-73). Bazı minimalistler işe arabasız gidebilmektedir. Diğerleri sürekli var olan dağınıklığı gidermek için gerekli olmadığını düşündükleri nesnelere ortadan kaldırmaktadırlar. Bazıları sınırlı gardırop oluşturmayı ya da ikinci el eşya almayı tercih edebilmektedir (Rodriguez, 2018: s.287). Yine minimalizm bazıları için sadece yerli ürünler tüketmek anlamına gelirken diğerleri için atık konusunda daha bilinçli olmak demektir. Her iki küçülme tarzı da bireyleri çevre için olumlu davranışlar sergilemeye sevk etmektedir (Palafox, 2020: s.88). Onlar için az eşya demek zevk alınacak şeyler için daha çok zaman ve enerji anlamına gelmektedir. Bu nedenle ekmeğin pişirme, örgü örme, giysi dikme, sebze yetiştirme gibi faaliyetler minimalistler arasında popülerdir (Dopierala, 2017: ss.78-79). Daha az atık üretme adına kitap, gazete gibi ürünleri dijital ortamda okuma, araba paylaşımı ya da toplu taşıma fazlaca tercih edilmektedir.

Minimalizmi savunanlar paralarını maddi ürünlerden farklı olarak seyahat, turizm, sanat gibi yüksek kaliteli ve değerli ürünleri elde etmek için kullanmaktadırlar. Bunun dışında sağlıklı beslenme, seyahat, temizlik, boş zaman aktiviteleri, kişisel gelişim gibi alanlara da önem vermektedirler. Bu bağlamda aslında değişen sadece tüketim nesnelere şeklidir. Bireyler farklı bir şekilde de olsa tüketim davranışı sergilemekte, nicelik yerine temelde niteliğe vurgu yapmaktadırlar. Minimalizm belirli bir sınıfa mahsus değildir. Ancak freeganizm ve gönüllü sadelikte olduğu gibi orta ve üst sınıflara daha çok hitap etmektedir. Maddi birikimleri ve iş

olanakları olan, hayati ve materyalist ihtiyaçlarını karşılayabilen minimalistler sahip olmamayı ve kendilerini maddi mallar aracılığı ile tanımlamamayı tercih etmektedirler (Dopierala, 2017: ss.76-77). Minimalist yaşam tarzı ile ilgilenen nesil genellikle 20 ile 30 yaşları arasında olup ekonomik durgunluk döneminde büyümüşlerdir. Teknoloji ve sosyal medyaya büyük önem veren bu kuşak, sürdürülebilir özelliklere sahip çevre dostu ürünleri tercih etmektedir. Somut öğeler yerine daha çok deneyimlerine ve yaşam tarzlarına yatırım yapmaktadırlar (Palafox, 2020: s.86).

Minimalizm insanları özgürleştirmektedir. Bu doğrultuda hayata değer katmayan fazlalıklar, eşyalar, fikirler, arkadaşlar ya da boş zaman faaliyetleri bırakılmaktadır. Minimalizmin bireylere mutluluk, doyum, anlam, sağlık ve iyi ilişkiler konularında pek çok fayda sağlayacağı düşünülmektedir (Lloyd ve Pennington, 2020: s.121). Özellikle az eşya ile yaşamlarından dolayı aradıkları şeyleri rahatlıkla bulabilmeleri, bozulan bir şeyi atmak yerine onarabilmeleri, para tasarrufu sağlamaları, satın alma sürecini araştırmaları ve kendilerini sınırlayabilme becerileri sahip oldukları yetkinlik hissini daha da artırmaktadır (Lloyd ve Pennington, 2020: s.131).

Minimalizm uzun süren kökleşmiş inançlar ve yaşam tarzlarını değiştirmeyi içerdiğinden aslında oldukça zor davranışlar içermektedir. Bu süreçte özellikle kültürel ve zihni değişim ön planda yer almaktadır (Palafox, 2020: ss.86-87). Minimalizm farklı şekillerde uygulansa da her yol aynı faydaları beraberinde getirmektedir. Tutkularının peşinden gidip, gerçek özgürlüğü deneyimlemelerine, yaşamın amacını keşfetmelerine ve kalıcı mutluluğu bulmaya yardımcı olduğu iddia edilmektedir. Minimalizmde nesnelere değil hayatın kendisi ile mutluluk aranmaktadır.

Sonuç

Bu çalışmada tüketim kültürü ve toplumu sonucunda ortaya çıkan tüketim karşıtı yaşam tarzları ele alınmıştır. Çalışmada özellikle tüketim karşıtı yaşam tarzlarının genel düşüncelerinin, amaçlarının, tüketim kültürüne yönelik eleştirilerinin açıklanması amaçlanmıştır. Tüketim karşıtı yaşam tarzları tüketim kültürüyle birlikte ortaya çıkan aşırı tüketim faaliyetlerini eleştirmektedir. Bu hareketler toplumsal protesto hareketlerine dönüşmedikleri için yeterince dikkat çekmemektedir. Ancak giderek daha çok insanın benimsediği akımlara ve yaşam tarzlarına dönüşmektedir.

Tüketim, her geçen gün günümüz toplumlarına yön veren temel etken haline gelmektedir. Günümüz toplumları tüketim toplumu haline dönüşmekte her birey yaşamı boyunca tüketici olmakta ve tüketim sürecine ister istemez katılmaktadır. Öyle ki tüketmeyen bireyler kendilerini çoğu zaman mutsuz hissetmektedir. Bireyler boş zamanlarında, tatillerinde, toplumsallaşma

alanlarında bir şeyler tüketerek yaşamaktadırlar. Özellikle yenilik ve hız tutkusuna kapılıp sürekli tüketim çarkı içerisinde yer almak isteyen bireyler, toplum içerisinde kimliklerini tüketim yolu ile ifade etmeye çalışmaktadırlar. Kendilerini tükettikleri eşyalar, nesnelere ile bağdaştıran bireyler giyilen ayakkabı, kullanılan cep telefonu, dinlenen müzik ile kimliklerini yansıtmaktadırlar. Tüketim yaşamak için bir araç olmaktan ziyade amaç olarak görülmeye başlamaktadır.

Tüketimdeki bu artış, aşırı tüketim davranışlarına neden olmaktadır. Aşırı tüketim zaman içerisinde bireysel, toplumsal ve çevresel problemlere yol açabilmektedir. Bireylerin standartlarını yükseltme istekleri; artan materyalist değerler, bencillik, eşitsizlik, yoksulluk, israf, kaynakların azalması, doğanın tahrip edilmesi, aşırı atık üretimi, bireysel faydanın ön planda olması, yapay ihtiyaçların yaratılması gibi sonuçlar gerek bireysel gerekse toplumsal düzeyde tüketim karşıtı bazı tepkilere yol açmaktadır.

Aşırı tüketime ve etkilerine tepki olarak gündelik yaşamda sadeleşmeyi ve yaşamın gerçek anlamına odaklanmayı savunan freeganizm, gönüllü sadelik ve minimalizm gibi tüketim karşıtı yaşam tarzları giderek daha çok benimsenmeye başlamaktadır.

Freeganizm sınırsız büyüme için çabalanan tüketim toplumunda yenilenemeyen kaynakların tahribatını önlemeyi amaçlamaktadır. Temelde gıda konusunda tüketim karşıtı bir yaşam tarzı olan freeganizm para kullanmadan takas yoluyla atık gıdaların yeniden kazanılmasına çalışmaktadır. Özellikle gıda israfı konusunda ciddi farkındalığa sahiptirler. Yiyeceklerin aşırı tüketimiyle ortaya çıkan çöplerin ve atıkların yeniden değerlendirilmesi temel amaçları arasındadır. İsrafin daha çok gelişmiş toplumlarda görülmesinden dolayı en çok bu toplumlarda freeganlara rastlanılmaktadır. Faaliyetlerini dayandırdıkları güçlü ideolojik inançları söz konusudur. Kapitalizmi destekleyen ürün ve faaliyetlere zaman harcamak yerine ihtiyacı olanlarla paylaşmayı tercih eden freeganlar günümüzün Robin Hood'ları olarak değerlendirilmektedirler. Çıkış noktası bireysel gibi görülse de toplumsal olarak israftan kaçınma ve tutumlu olma davranışının kazandırılması hedeflenmektedir. Yiyeceklerin nereden geldiğinden ziyade nereye gittiği ile ilgilenen freeganizm tüketime rağmen değil tüketim yüzünden ortaya çıkmış bir yaşam tarzıdır.

Gönüllü sadelik, sadece gıda ile sınırlı olmayan her türlü aşırı tüketimi engellemeye çalışan bir yaşam tarzıdır. Aşırı tüketim sade bir yaşam ile bertaraf etmeye çalışmaktadır. Bireylerin, toplumdaki yerlerini, statülerini, değerlerini tüketim ile ifade etme isteklerinin çevre üzerinde oluşturduğu olumsuz etkiler günümüzde sadeliği daha önemli bir konu haline getirmektedir. Tüketimi azaltmak ve hayatı sadeleştirmek boş zaman faaliyetlerinin oluşmasına, zaman ve enerji tasarrufuna imkân tanımaktadır. Aynı zamanda doğal kaynak kullanımını da azaltmaktadır. Gönüllü sadelik bireysel bir hareket gibi görülse de toplumsal boyutlara sahiptir. Bu yaşam tarzı

aracılığıyla insan doğa ile yenide bağlantısını kurup üretmeye, tamir etmeye, paylaşmaya daha çok vakit ayırmakta aşırı tüketim nedeniyle yaşadığı yabancılaşma hissinden kurtulmaya çalışmaktadır. Sadelik, yavaşlama, odaklanma, öncelikleri belirleme, zihni ve hayatı karmaşık hale getiren pek çok şeyden uzak durma yolu ile hayattan daha çok keyif almanın bir yolu gibi görülmektedir.

Minimalizm tüketim kültürüyle ortaya çıkan eşyalarla sarılmış karmaşık yaşama bir tepki olarak gelişmektedir. Tüketim kültürü bireyleri sürekli yeni şeylere sahip olmaya ve yeni şeyler tüketmeye zorlamaktadır. Bu durum insanların, ihtiyaç duymadıkları eşyalarla çevrili bir hayatın içine sokmaktadır. Minimalizm insanları yeni şeylere sahip olma koşturmacasından kurtarma çabasıdır. Çünkü minimalistler daha fazlasına sahip olup daha fazlasını yapmanın insanı mutlu etmediğine inanmaktadırlar. Fazlalıklardan kurtulup hayatı bir amaç doğrultusunda yaşama imkânı sunan minimalizmin temel amacı aslında öncelikleri belirlemektir. Daha fazla eşyaya sahip olma ve daha fazlasını tüketme çabasından kurtulmak özgür olmakla özdeşleştirilmektedir. Minimalizm için aşırı eşya kargaşa, stres ve kaygı anlamına gelmektedir. Bireyler özellikle hijyen, güvenlik, bakım gibi konulara çok fazla zaman, enerji ve para harcamaktadırlar. Bu yüzden maddi nesnelere yerine insanlara odaklanılmalıdır. İnsanların hem kendilerinin hem de ilişkilerinin gelişmesi için daha çok zaman ve enerji imkânı sunulmalıdır. Çünkü ihtiyaçtan fazlasını saklamak hayata dair bazı şeylerin net bir şekilde görülmesinin engellenmesine, hafife alınmasına ya da ertelenmesine neden olabilmektedir. Özellikle malların elde edilmesi, temizlenmesi, depolanması çoğu zaman farkında olunmasa da yaşam kalitesini ciddi oranda etkileyebilmektedir.

Bu çalışmada ele alınan freeganizm, gönüllü sadelik ve minimalizm gibi yaşam tarzları temelde nesnelere esareti altındaki yaşamın terk edilip ihtiyaç fazlası tüketim davranışları reddedildiğinde ve manevi huzura ulaşmanın yolları arandığında mutlu olunacağına inanmaktadır. Yaşamın gerçek anlamını arayan bu arayışlar israftan ve çevreyi tahrip etmekten kaçınarak nesnelere bağımsız bir şekilde özgürleşmenin gereğinin altını çizmektedir. Zihinleri tüketimle meşgul etmek yerine kişisel gelişim faaliyetlerine zaman ayırmanın önemine vurgu yapılmaktadır. Bireyler çoğu zaman tükettiklerinin sonuçlarının farkında değildirler. Tüketim kararlarını alırken bu kararlarının sonuçları hakkında daha bilinçli hareket edilip sorumluluk alınmalıdır. Bu yaşam tarzları, tüketimin olumsuz etkilerinden sakınarak ve sorumluluk alarak sürdürülebilir tüketime yönelmeye çalışmaktadır. Çünkü doğanın kontrolsüz bir şekilde tüketilmesinin, yanlış kullanılmasının sonuçları sadece yaşanan toplumları değil tüm dünyayı etkilemektedir. Bu nedenle tüketim alışkanlıkları değiştirilmeli, tüketim bilinçli ve rasyonel bir şekilde gerçekleştirilmelidir. Her zaman çevre dostu, geri dönüştürme ve yenileme imkânı sunan, kaliteli, güvenilir, sağlıklı ürünler tercih edilmeli, teknolojiler ve etkileri iyileştirilmeli, ekonomik ölçütlerde doğa merkeze alınmalı, atık ve gıda israfı asgari düzeyde tutulmalıdır.

Bu hareketler tüketime tamamen karşı çıkmamaktadır. Yalnızca sınırsız tüketim düşüncesini eleştirmektedir. Çünkü tüketimden kaçış yoktur. Burada yapılmak istenen var olan tüketim kalıplarını değiştirmek ve daha bilinçli hale getirmektir. Yani kitlesel tüketime karşı çıkarak hayatı kolaylaştıran, kişisel konulara odaklanan, çevresel ve toplumsal faydayı gözeten ürün ve hizmetlere öncelik verilmektir. Bu noktada özellikle lüks olmayan, kaliteli, uzun ömürlü ürünleri daha çok tercih edilmektedir. Tüketim ürünlerini israf etmeme, geri dönüşümü teşvik etme ve aşırı tüketimin sınırlanma konularına katkı sağlanması amaçlanmaktadır. Bu çabalar doğrultusunda sorumlu tüketim, bilinçli tüketim, yeşil ya da sürdürülebilir tüketim davranışları gösteriş ve lüks tüketim davranışları ile yer değiştirmeli ya da en azından aralarında bir denge kurulmaya çalışılmalıdır. Bireyler yalnızca kendi kişisel ihtiyaçları ve tatmin duyguları çerçevesinde hareket etmemelidir. Tüketim karar ve davranışlarının sonuçlarını düşünerek hareket etmeyi öğrenmelidir. Bu her bireyin öncelikli görevidir. Toplumlar, aileler çocuklarının her konuda pek çok avantaja sahip olmasını istemekte, daha güçlü, sağlıklı, eğitilmiş olup daha iyi şartlarda yaşamalarını arzu etmektedirler. Bu nedenle kaynaklar azaldığında ihtiyaç duyacakları yiyeceklere ulaşabilmeleri için şimdiden ellerinden gelenin en iyisini yapma gayreti içinde olunmalıdır. Gelecek nesillere yaşanılabilir bir doğa bırakmak bunu gerektirmektedir.

Bu yaşam tarzları, doğanın doğru bir şekilde kullanılmaması durumunda gelecek nesillerin yeterli kaynaklara sahip olmasının gittikçe zorlaşacağını gözler önüne sermektedir. Bu nedenle bu tarz alternatif yaşam tarzlarına ileride daha çok ihtiyaç duyulacak gibi görünmektedir. Gelecekte çevreye ve topluma sağladıkları yarar ile kıymetleri daha çok anlaşılacak olan tüketim karşıtı yaşam tarzlarının ayrıntılı ele alınması gereken önemli çalışma konularından birisi olduğu düşünülmektedir.

Kaynakça

- Aksoy, M. & Solunoğlu, A. (2015). Gıda İsrafı ve freegan food akımı. *I. Eurasia International Tourism Congress: Current Issues, Trends, and Indicators*, 165–172.
- Alexander, S. (2011). The voluntary simplicity movement: Reimagining the good life beyond consumer culture. *International Journal of Environmental, Cultural, Economic and Social Sustainability*, 7(3), 133–150.
- Barnard, V. A. (2016). *Freegans: Diving into the Wealth of Food Waste in America*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

- Barton, D. L. (1981), Voluntary simplicity lifestyles and energy conservation. *Journal of Consumer Research*, 8(3), 243–252.
- Barton, D. L. (2008). Voluntary simplicity lifestyles and energy conservation. *Journal of Consumer Research*, 8, 243–252.
- Barton, D. L. & Rogers, M. E. (1980). Voluntary Simplicity, in J. C. Olson & A. Abor (Eds.), *Advances in Consumer Research Volume 07*, Association for Consumer Research (pp. 28-34).
- Başçı, E. (2014), A Revisited Concept of Anti-Consumption for Marketing. *International Journal of Business and Social Science*, 160-168.
- Baudrillard, J. (2010). *Tüketim Toplumu: Söylenceleri/yapıları*. (Çev. Alaeddin Şenel), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z. (2006), *Küreselleşme*. 2. Basım, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bayat, M. & Sezer, A. (2018). Bireylerin gönüllü sade yaşam tarzları ve yaşam doyumlarının geleneksellik değeri açısından değerlendirilmesi: Düzce Üniversitesi örneği. *İş Ablakı Dergisi*, 11(1), 69–87.
- Boujbel, L. & D’Astous, A. (2012). Voluntary simplicity and life satisfaction: exploring the mediating role of consumption desires. *Journal of Consumer Behaviour*, 11, 487–494.
- Chatzidakis, A., & Lee, M. S. W. (2013). Anti-Consumption as the study of reasons against. *Journal of Macromarketing*, 33(3), 190–203.
- Corman, L. (2011), Getting their hands dirty: Raccoons, freegans, and urban “trash”. *Journal for Critical Animal Studies*, 9(3), 28-61.
- Craig-Lees, M. & Hill, C. (2002). Understanding voluntary simplifiers. *Psychology & Marketing*, 19(2), 187–210.
- Dopierala, R. (2017). Minimalism - A New Mode of Consumption? *The Central European Journal of Social Sciences and Humanity*, (4), 67–83.
- Duman, Z. (2018). *Tüketim Sosyolojisi*. 2. Basım, Ankara: Anı Yayıncılık.
- Elgin, D. & Mitchell, A. (1977). Voluntary simplicity. *The Co-evolution Quarterly*, 3, 4–19.
- Etzioni, A. (1998). Voluntary simplicity: Characterization, select psychological implications and societal consequences, *Journal of Economic Psychology*, 19, 619–643.

- Etzioni, A. (1999). Voluntary Simplicity: A new social movement? In William E. Halal & Kenneth B. Taylor (Eds.), *Twenty-First Century Economics*, (pp. 107-128). New York: St. Martin's Press.
- Fournier, S. (1998), Consumers and Their Brands: Developing relationship theory in consumer *Research, Journal of Consumer Research*, 24(4), 343–373.
- Freegan.info (2020). *Strategies for sustainable living Beyond capitalism*. URL: www.freegan.info. Erişim Tarihi: 15.09.2020.
- Gökdayı, İ. (1997). Çevrenin geleceği: Yaklaşımlar ve politikalar. Ankara: Türkiye Çevre Vakfı Yayını.
- Gregg, R. B. (1936). *The value of voluntary simplicity*. Wallingford, UK: Pendle Hill.
- Gross, J. (2009). Capitalism and its discontents: Back-to-the-lander and freegan foodways in rural Oregon, *Food and Foodways* 17(2):57-79.
- Huneke, Mary E. (2005). The face of the unconsumer: An empirical examination of the practice of voluntary simplicity in the United States, *Psychology & Marketing*, 22(7), 527–550.
- Iwata, O. (2006). An evaluation of consumerism and lifestyle as correlates of avoluntary simplicity lifestyle. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 34(5), 557–568.
- Iyer, R., & Muncy, J. A. (2008). Service Recovery in Marketing Education: It's What We Do That Counts. *Journal of Marketing Education*, 30(1), 21–32.
- Iyer, R. ve Munch J. A. (2009). Purpose and Object of Anti-Consumption. *Journal of Business Research*. 62(2), 160-168.
- Jacoby, J., Berning K. C. & Dietvorst F. T. (1977). What about disposition? *Journal of Marketing*, 41(2), 22–28.
- Johnston, T. C., (2003), Voluntary simplicity: Definitions and dimensions. *Academy of Marketing Studies Journal*, 7(1), 19-36.
- Karaboğa, T. (2016). Televizyon dizilerinde tüketim olgusu. *International Journal of Human Sciences*, 13(1), 2072-2101.
- Karakaş, M. (2006). Tüketim Toplumu. İçinde Tevfik Erdem (Ed.), *Feodaliteden Küreselleşmeye: Temel Kavram ve Süreçler*. Ankara: Lotus Yayınevi.
- Kasser, T. (2002). The high price of materialism. Cambridge: MIT Press.

- Kasser, T. & Ryan, R. M. (2001). Be careful what you wish for: Optimal functioning and the relative attainment of intrinsic and extrinsic goals. In P. Schmuck, & K. M. Sheldon (Eds.), *Life goals and well-being: Towards a positive psychology of human striving* (pp. 116–131). Goettingen: Hogrefe & Huber.
- Kaynak, R. & Ekşi, S. (2011). Ethnocentrism, religiosity, environmental and health consciousness: Motivators for anti-consumers. *Eurasian Journal of Business and Economics*, 4 (8), 31-50.
- Kuzu, A. & Özveren, H. (2011). Tüketilen tüketici. *SAÜ Fen Edebiyat Dergisi*, 13(1), 61-72.
- Lee, M., Motion, J. & Conroy, D. (2009). Anti-consumption and brand avoidance. *Journal of Business Research*, 169-180.
- Lee, M., Roux, D., Cherrier, H. & Cova, B. (2011). Anti-Consumption and Consumer Resistance: Concepts, Concerns, Conflicts and Convergence. *European Journal of Marketing*, 45 (11/12), 1680-1685.
- Lloyd, K. & Pennington, W. (2020). Towards a theory of minimalism and wellbeing. *International Journal of Applied Positive Psychology*, 5, 121–136.
- Lunt, P. & Livingston, S. (1992). *Mass consumption and personal identity*. Buckingham: Open University Press.
- Monopolis, A. N. (2010). *Voluntary simplicity, authentic happiness, and ecological sustainability*. University of California, Santa Barbara: California, PHD.
- More, V.C. (2011), Dumpster dinners: An ethnographic study of freeganism, *The Journal for Undergraduate Ethnography*, 1, 43-55.
- Nar, M. (2015). Küreselleşmenin tüketim kültürü üzerindeki etkisi: Teknoloji tüketimi. *Journal of International Social Research*, 941-954.
- Nelson, MR. Rademacher, MA. & Paek H-J. (2007). Downshifting consumer upshifting citizen: An examination of a local freecycle community. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 611(1): 141–156.
- Nguyen, H. P., Chen, S. & Mukherjee, S. (2014), Reverse stigma in the Freegan community, *Journal of Business Research*, (67), 1877-1884.
- Odabaşı, Y. (1999). *Tüketim Kültürü: Yetinen toplumdun tüketen topluma dönüşümü*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Örs, H. (2016). Gönüllü sade yaşam kavramının tarihteki ilk uygulamaları: Selçuklu-Osmanlı dönemi ahilik sisteminde gönüllü sade yaşam. *Journal of Management*, 3(3), 272-283.

- Özdemir, Ş. (2020). Tüketim karşıtı yeni yaşam biçimi köye dönüşün medyada sunumu: Yeni köylüler örneği. *Erciyes İletişim Dergisi*, 7 (2), 833-852.
- Özgül, E. (2010). Tüketicilerin değer yapıları, gönüllü sade yaşam tarzı ve sürdürülebilir tüketim üzerindeki etkileri. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 28(2), 117-150.
- Özgül, E. (2011). Tüketicilerin sosyo-demografik özelliklerinin hedonik tüketim ve gönüllü sade yaşam tarzları açısından değerlendirilmesi. *Ege Akademik Bakış*, 11(1), 25-38.
- Palafox, C. L. (2020). When less is more: minimalism and the environment. *Environmental and Earth Law Journal*, 10, 64-88.
- Penaloza L. & Price LL. (1993). Consumer resistance: a conceptual overview. *Adv. Consum Res* 1993; 20(1), 123–8.
- Pentina, I.& Amos, C., (2010), The freegan phenomenon: anti-consumption or consumer resistance? *European Journal of Marketing*, 45 (11/12), 1768-1778.
- Richins, M. L. & Dawson, S. (1992). A consumer values orientation for materialism and its measurement: Scale development and validation. *Journal of Consumer Research*, 19(3), 303–315.
- Ritzer, G. (2011), Küresel Dünya. (Çev. M. Pekdemir). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Rodriguez, J. (2018), The US minimalist movement: radical political practice? *Review of Radical Political Economics*, 50(2), 286-296.
- Schwartz, B., Ward, A., Monterosso, J., Lyubomirsky, S., White, K., & Lehman, D. R. (2002). Maximizing versus satisficing: Happiness is a matter of choice. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83(5), 1178–1197.
- Shama, A. (1981). Coping with Stagflation: Voluntary Simplicity. *Journal of Marketing*, 45(3), 120–134.
- Shaw D. & Moraes C. (2009). Voluntary simplicity: An exploration of market interactions. *International Journal of Consumer Studies*, 33(2), 215-223.
- Shaw, D. & T. Newholm. (2002). Voluntary simplicity and the ethics of consumption. *Psychology & Marketing*, 19(2), 167-185.
- Thomas, S. R. (2010), Do freegans commit theft? *Legal Studies*, 30(1), 98-125.

- Uygun, M., Akin, P. D. & Güner, E. (2018). Gönüllü sade yaşam tarzı, alışveriş motivasyonu ve marka deneyimi arasındaki ilişkiler. *Turkish Journal of Marketing*, 3(3), 199-222.
- Walther, C. S. & Sandlin, J. A. (2013). Green capital and social reproduction within families practicing voluntary simplicity in the US. *International Journal of Consumer Studies*, 37(1), 36–45.
- Walther, C. S., Sandlin, J. A. & Wuensch, K. (2016). Voluntary simplifiers, spirituality and happiness. *Humanity & Society*, 40(1), 22-42.
- Zalega T., (2015), New consumer trends, In Burchard-Dziubińska M. (ed.), Towards a green economy. From ideas to practice, (pp. 79–92). Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Zavestoski, S. (2002). Guest editorial: Anti-consumption. *Psychology Marketing*, 19(2), 121-126.