

Özgün Makale

Yaşam Sanatında İyilik ve Kötülük İmgeleri Gönüllü Sadelik ve Tüketim Yaklaşımlarına İyilik ve Kötülük Göstergeleri Bağlamında Bir Bakış¹

The Images of Good and Evil in the Art of Life.
An Overview of Voluntary Simplicity and Consumption Approaches in the Context of Indicators of Goodness and Evil

Sibel AKOVA²**Öz**

Yaşam tarzları ile referans grup odaklı tüketim ilişkileri, küreselleşme olgusu ve beraberinde süregelen kitle toplumu yapısı, hemen her sosyal bilim disiplini tarafından sorgulanan ve araştırılan konular arasında yerini almaktadır. Tüketim odaklı önemli yaklaşımlardan biri olan ve yaşam tarzları sınıflamasında vücut bulan gönüllü sadelik yaşam olgusunun, tüketim alışkanlıkları ile tüketim amaç ve hedefleri arasındaki yeri günümüzde yeniden sorgulanmaktadır. Yaşam tarzları, tüketici beğenileri, tercihleri ve alışkanlıkları, pazarlama disiplini ve uygulayıcılarının, tüketici sınıflandırması ile pazar bölümlendirme ve politikalarının kurgulanmasında en işlevsel kriterlerden birini oluşturmaktadır. Pazarlama disiplinine yön veren yaşam tarzları olgusu, günümüz tüketim toplumunu biçimlendirme kabiliyetini haizdir. Farklı tanımlamalar ile anlamlandırılan “Gönüllü Sade Yaşam Biçimi” savını, tüketim olgusundan ayrı tutmak mümkün değildir. Tüketici davranışlarının yalınlaştığı, tüketicileri asgari oranlarda tüketime güdüleyen ve “Gönüllü Sadelik” olarak tanımlamanın mümkün olduğu gönüllü sade yaşam biçimi olgusu, geçmişten günümüze pazarlama disiplininin başat unsurunu oluşturmuştur. Maddi varlıklardan mümkün mertebe arınarak, manevi varlıklara yönelme tutumu olarak tanımlamanın mümkün olduğu gönüllü sadelik düşünce ve yaşam biçimi, yaşam tarzlarının sadeleşmesi ve yalınlaşması olarak anlam bulmaktadır. İhtiyaçlar oranında, beklentilerin en alt düzeye indirildiği, tercihlerin planlandığı, lüks ve hazcı (hedonik) tüketimden ve dahi her çeşit aşırıktan, gösterişten ve materyalizmden kaçınmanın simgesi olan gönüllü sadelik doktrini, yaşam sürecinin manevi olgular ile zenginleştirilmesi felsefesine dayanmaktadır. İyi yaşam savının göstergesi olarak addedilen gönüllü sadelik ve karşısında yer alan tüketim olgusu, çalışma dahilinde iyilik ve kötülük bağlamında incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gönüllü Sadelik, Tüketim, İyilik, Kötülük, Yaşam Sanatı.

¹ Makale başvuru tarihi: 02.05.2020. Makale kabul tarihi: 15.05.2020.

² Dr. Öğr. Üyesi, Yalova Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Yalova, email: sibelakova@gmail.com. ORCID: 0000-0001-7680-7394.



Abstract

The life styles and the reference group-oriented consumption relations, the phenomenon of globalization and the ongoing mass society structure are among the topics that are questioned and investigated by almost every social science discipline. Voluntary simplicity, which is one of the important consumption-oriented approaches and which is embodied in the classification of lifestyles, as well as its place among consumption habits, consumption goals and targets are being re-questioned today. Life style is one of the most functional criteria for consumer tastes, preferences and habits, marketing discipline and consumer classification of its practitioners, market segmentation and policies. The phenomenon of life style that guide marketing discipline has the ability to direct the consumer society today. It is impossible to separate the Voluntary Simplicity Lifestyle argument, which is explained by different definitions, from the phenomenon of consumption. The phenomenon of voluntary simplicity lifestyle, in which consumer behavior is simplified, consumers are motivated to a minimum consumption, and possibly defined as "Voluntary Simplicity", has become the leading element of marketing discipline from past to present. The idea of voluntary simplicity and lifestyle, which can be described as an attitude towards spiritual assets by purifying material assets as much as possible, gains meaning as the simplification and simplification of lifestyles. The voluntary simplicity doctrine, which minimizes expectations, plans the preferences according to the needs, becomes the symbol of avoiding luxury and hedonic consumption and also all kinds of extremism, showing off and materialism, is based on the philosophy of enriching the life process with spiritual facts. Voluntary simplicity, which is considered to be the indicator of the argument of good life, and the phenomenon of consumption on the opposite, was examined in the context of good and evil within this study.

Keywords: Voluntary Simplicity, Consumption, Good, Evil, Art of Life.

Giris

Gönüllü sadelik, bir tüketici akımı olarak görülmemesine rağmen tüketici davranışıyla ilişkili olması nedeniyle pazarlama, sosyoloji, ekonomi, iletişim, psikoloji gibi birçok disiplinin ilgisini çeken ve farklı nitelikleri uhdesinde barındıran pek çok araştırmanın konusu olma özelliğini taşımaktadır. Bireylerin birer tüketici olma vasfı ile tüketim davranışlarını sadeleştirdikleri, yaşam tarzlarını yalınlık üzerine temellendirdikleri bir düşünce akımı olan gönüllü sadelik anlayışı, günümüzde materyalist düşünce sistemi ve ilgili sistemin uygulayıcısı konumundaki tüketim anlayışının çıktıkları olan pek çok bireysel ve toplumsal ölçekli sorunların panzehri olarak adedilmektedir. Türk kültüründe yüzyıllar öncesinden günümüze değin sirayet eden ve farklı isimler (Ahilik) ile varlık gösteren gönüllü sadelik anlayışı (bir lokma bir hırka), pek çok kültürde ve birçok coğrafyada tarihin belirli dönemlerinde artan yoğunluklar ile gündem olan ve niteliği farklı bakış açıları ile (varlık ölçütlüğü, altın oran, ilkel dervişlik, kırsal sadelik) sorgulanan bir anlayış olarak literatür içerisinde kendine yer edinmeyi başarabilen bir düşünce akımıdır. "Tasavvufi ve mistik düşüncede dünya nimetlerinin cazibesine kapılmamak ve aldanmamak anlamına gelen bir lokma bir hırka" (Kantar, 2020, s. 2079), anlayışının uygulamadaki tezahürü olan gönüllü sadelik felsefesini sisteme dair bir karşıt duruş olarak nitelendirilmek mümkündür. Geçmiş insanlık tarihine koşut olan gönüllü sadelik felsefesinin bir yaşam tarzı olarak değerlendirilmesi, 1970'li yıllar itibariyle başlamaktadır. Bilhassa akademik çevrenin ve medya yapımcılarının ilgisini yoğun düzeyde çeken gönüllü sadelik yaklaşımı, sanattan politikaya, dinden ticarete, felsefeden psikolojiye pek çok disiplinin kendi alanlarında gerçekleştirdikleri sorgular ile irdelenmiş ve işlenmiştir.



Gereksinim duyulan ve asgari geçim şartlarının üzerinde kıymete sahip olan ürünlerin tüketimi ile kimliklerine değer kattıklarına inanan bireylerin sahip oldukları servetlerinin sergilenmesine aracılık eden tüketim olgusunun ötesinde ve karşı cephesinde yer alan gönüllü sadelik felsefesi, sağlıklı ve konforlu bir yaşam biçiminin tesisini mümkün olan en düşük düzeyde gerçekleştirilen tüketim edimi ile kurgulama anlayışına dayanan bir düşünce sistemidir. Bu yönü ile gönüllü sadelik savı, günümüzün tüketim toplumunun sıradanlaşan bireysel kimliklerinden ve tek tip hâline gelen yaşam tarzlarından arındırılmış bir anlayıştır. Bireylerin kendilerini ödüllendirmeleri ve tüketim ediminin teşvik edilmesi amacıyla körüklenen satın alma ediminin karşısında duran bir anlayış olan gönüllü sadelik, modern çağın dayatmış olduğu aşırı tüketim anlayışının beraberinde getireceği çevresel sorunları, doğa tahribatını, üretmeyi öğrenmeden tüketmeye alıştırılan bireylerin karşılaştıkları psikolojik rahatsızlıkları, gerçeklikten uzak büyüme rakamlarını ve toplum içerisinde oluşan sınıfsal bölümlerin arasındaki mesafenin aralığının artmasını önleyebilecek niteliklere sahip bir yaşam tarzı olarak addedilmektedir. Gün geçtikçe artan tüketim davranışları, sınıf farklılıklarının keskin çizgiler ile ayrılmasına, materyalist bakış açısının yoğunlaşmasına, tüketim payında eşitsizliğe, bireylerin psikolojik yapılarına, toplum sağlığına, mutluluk, haz, beklenti ve türevleri beşeri hissiyata dair kıymet arz eden yapının metalar üzerinden sağlanması çabasına, tabiata yönelik tahriplere, gelir eşitsizliğinin vurgulanmasına, israfın artmasına ve tasarruf bilincinin geri planda bırakılmasına ve dahi tükettikçe doyum ulaşamayan bireylerin varlığına değin örneklerinin çoğaltılmasının mümkün olduğu pek çok olumsuzluğa sebebiyet vermektedir.

Bilinçli bir tüketim anlayışının gerekliliğine inanılan gönüllü sadelik felsefesi ile bağdaşan sade yaşam ve verimli tüketim kavramlarını uhdesinde barındıran yaşam tarzlarının varlığı, tüketime dair mevcut olumsuzlukların asgari düzeye indirilmesine vesile olacaktır. Bilinçli tüketim davranışlarının bir unsuru olan gönüllü sadelik olgusu, bireyler üzerinde ve toplum nezdinde farkındalık yaratarak, insana, doğaya ve yaşama dair sorgulamaların da gelişmesine katkı sağlamaktadır. Akıllı tüketim kavramının bireylerin yaşamlarına dahil edilmesinde büyük rol oynayan gönüllü sadelik doktrini, tüketim, yoksulluk, mutluluk, bağımlılık ve kararsızlık tutumları ile eşit mesafe uzaklığında konumlandırılarak, metazori barındıran etkenlerin dışında, gönüllülük esas (fahri) ile benimsenen bir düşünce yapısı ile temellendirilmektedir. Gönüllü sadelik felsefesinin yayılımındaki engelin karşısında duran başlıca etkenin, tüketim olgusu olduğunu ifade etmek gereklidir. Zira kâr elde etme esas ile yaklaşan ve tüketim davranışlarının artması yönünde algular tasarlayan ekonomi erklerinin başat endişesi, sınır tanımadan her durumda körükledikleri tüketim alışkanlıklarının azalan ivme göstermeye başlamasıdır. İlgili etkenlerin varlığının iyilik (gönüllü sadelik) ve kötülük (tüketim) bağlamında irdelenmesi, her iki olguya yönelik sorgulamaların ve akabinde farkındalığın artmasına da sebebiyet verecektir.

1. İyi Yaşam Sorgusu Temelinde Gönüllü Sadelik Yaklaşımı

Literatürde sade yaşam, gönüllü sade yaşam tarzları, gönüllü sadelik ve türevleri olmak üzere, örneklerini çoğaltmamızın mümkün olduğu birçok söylem ile anılan gönüllü sade yaşam tarzları, temelde fazlalık olarak addedilen pek çok metadan arındırılmış, tüketim süreçlerinin ihtiyaçlar doğrultusunda ve akılcı bir yaklaşım ile gerçekleştirilmesini salık veren, bireylerin iç dünyalarına odaklanan aynı zamanda materyalist anlayıştan kaçınmayı vurgulayan, sosyal bağlamda faydacı, doğanın düzenine saygılı, tüketimin azaltılması ve tasarruf bilincinin artırılması yaklaşımlarını temel alan bir olgudur. Maddi bağlamda sadelik, yalınlık ve basitlik terimleri ile kavramsal çerçevesinin çizildiği gönüllü sadelik olgusu, kendine yetme, ruhsal yeterlilik, bilinç kazanma, farkındalığa erişme, kişisel gelişim ve küçük ölçeklilik tutumlarını odak noktasına taşıyan bir yaşam tarzının sürdürülebilirliği esas ile sadece yaşam koşullarını ve hayatı idame unsurlarını sadeleştirme edimlerini düstur edinen bir yaklaşımdır. Yaşam içerisinde mevcut olan niceliksel



ölçüde tanımlanan metaların azaltılarak, niteliksel bağlamda addedilen varlıkların artırılması bilinci ile vücut bulan gönüllü sadelik olgusu, günümüzün modern toplum anlayışı dahilinde iyi yaşam sürecinin ve dahi iyilik kavramının da sorgulanmasına sebebiyet vermektedir.

Sade yaşamın iyilik ve mutluluğun bir göstergesi olarak nitelendirildiği gönüllü sadelik, bireylerin günlük yaşamlarından başlamak üzere yaşam süreçleri içerisinde benimsedikleri yaşam tarzlarında farklılık gösteren değişkenlerin, sadelik motivasyonu ile yer değişiminin gerekliliğinin savunulduğu bir işleyişi uhdesinde barındırmaktadır. Bireylerin günlük yaşam pratikleri içerisinde yer edinen maddi anlamda meta niteliğini haiz değişkenlerinin yerini, ruhsal doyum ve gelişim odaklı manevi bağlamda değerlere bırakması ile özlem duyulan mutluluk hedefine erişilebileceğini savunan gönüllü sadelik olgusu, aynı zamanda maddiyattan uzaklaşmanın da mutlu yaşamın ilk basamağı olduğu görüşünü temel almaktadır. 1936 yılında Richard Gregg tarafından, Hint kültürüne ait Yisva Bharati Quarterly dergisinde (Huneke, 2005, s. 527), yayınlanan makalesinde ilk defa kullanılarak literatürde yer edinen gönüllü sadelik terimi günümüze değin, iradeli sadeleştirme, vites küçültme, sadelik çemberi, basit yaşam hareketi, seçilmiş sadelik yaklaşımlarından hareketle, küresel bağlamda satın almama motivasyonu, TV kapatma gün ve haftaları, sakin şehirler, araçsız günler, sadece yaşam grubu gönüllüleri, ülkemizde ise sefer taşı hareketi de dahil olmak üzere yalın yaşam tarzının başat unsur olduğu, tüketim odaklı ve materyalist yaşam biçimlerinin karşısında yer alan muhalif bir yaşam tarzının ifadesidir.

“Yaşam tarzı, belirgin ve karakteristik bir yaşam biçimini ifade etmenin yanı sıra, toplumun ya da tüketicinin yaşam tarzını yansıtan satın alma ve tüketme eylemlerinin bütünüdür” (Lazer, 1963 s. 130). Yüksek düzeyde gerçekleştirilen tüketim davranışlarını reddeden gönüllü sadelik felsefesine göre yaşam, “sosyal ve kişisel gelişim sürecinin statü veya zenginlik göstergeleri yerine günlük yaşamdaki niteliksel zenginlik ve entelektüel bilinç ile zenginleşen sosyal gelişim ile ölçülmelidir” (Alexander, 2011, 5). Nicelik, çokluk, çeşitlilik ve türevleri kavramların karşısında nitelik, yalınlık, sadelik terimleri ile duran gönüllü sadelik felsefesi, günümüzün sürekli olarak teşvik edilen tüketim anlayışına karşı durarak, iktisadi kıymetler dünyasına mümkün olan asgari oranlarda dahil olma düşüncesi ile muhalif bir bakış açısı getirmektedir. Aynı düşünceden hareketle, günümüzün kapitalist düşünce sisteminin körüklendiği tüketim anlayışına koşut, daha yüksek düzeyde ürün ve hizmete erişme imkanına sahip olunmasına rağmen, gönüllülük esasına dayanarak ilgili tüketim olgusu taşıyıcılarını da geri çeviren gönüllü sadelik yaklaşımı, iyi ve kaliteli yaşamın tanımını da sorgulamakta ve genel geçer mutluluk ile mutlu yaşam reçetelerine karşı da bir duruş sergilemektedir.

Maddi yönde meta bağlamında kısıtlamanın manevi anlamda sosyal ve ruhsal yapıda bolluğa dönüşeceğinin savunulduğu gönüllü sadelik yaklaşımı, refah olgusunu kazanç ve tüketme ekseninden, bilinç ve iyilik çizgisine taşımaktadır. İlgili eksen değişimi, temel olarak yaşam biçimlerinin değiştirilmesine işaret etmekte ve alternatif yaşam şekillerinin oluşturulması amacını gütmektedir. Sade yaşam, dengeli yaşam, tutumlu yaşam, yeşil yaşam, doğaya dönük yaşam ve türevleri başta olmak üzere, örneklerinin çoğaltılmasının mümkün olduğu pek çok yaşam şeklinin temelinde yatan gönüllü sadelik felsefesi, tüketim edimi ile elde edilebilecek doyumun, tinsel zenginlik ile ikame edilebileceğini savunmaktadır. İdealist ve keşfedici niteliklere sahip gönüllü sadelik, tüketim edimini asgari düzeye indirmek ile eş anlama sahiptir. Bilinçli tercihler ile materyalizmi reddederek, lüzumsuz ve aşırı tüketimden arınmayı salık vermektedir. Zira sürekli artan bir ivmede daha fazla materyal edinme arzusu, çevre ile geliştirilen ilişkilerin azalmasına, yoğun çalışma temposuna, tinsel gelişimin asgari düzeye çekilmesine de sebebiyet vermektedir. Gönüllü sade yaşam modeli ile günlük yaşam pratikleri içerisinde kendine yabancılaşan bireyin, hırslarından arınmasının mümkün kılınacağı kanaati hakimdir. Hırslarından arınan ve iç dünyasını keşfederek, kendini geliştiren bireyin yaşamının daha kolay ve güzel hâle geleceğini



savunan anlayış, iyi yaşam hedefi ile iyilik kavramının sorgulanmasına, tüketim toplumunun ortaya çıkardığı karmaşadan kaçınılarak yalınlaşmaya zemin hazırlamaktadır.

Dış etkenlerden kaynaklanan karışıklıklardan soyutlanan bireyin, kişisel gelişim, kendine yeterlilik, maddi sadelik, ekolojik duyarlılık ve insancıl ölçek unsurlarına dayanan ve gönüllü sadelik yaklaşımının temel değerlerine yakınlaşacağına inanılmaktadır. Günümüzün tüketim toplumunda kurulan materyalizm ile mutluluk ilişkisi, gönüllü sadelik yaşam biçiminde yalınlık ve güzellik anlayışı ile ikame edilmektedir. Bireyin dış dünyasında yalın ve basit, iç dünyasında derin ve zengin yaşam anlayışına koşut olan felsefe, iyi ve anlamlı bir yaşamın da formülü olarak addedilmektedir. Zira giderek şiddetini artıran tüketim faaliyeti, kazanç ve tüketim dengesinde eşitsizliğe, materyalist anlayışın ivme kazanmasına, insan sağlığına ve doğaya dair tehditlerin artmasına ve dahi sınıf farklılıklarının yoğunlaşmasına sebebiyet vermektedir. İhtiyaç dahilinde tüketim anlayışını destekleyen gönüllü sadelik felsefesi, mevcut ekonomik sistem üzerinde bir tehdit unsuru oluşturmakta ve bireyler nezdinde farkındalık kazanılması edimlerini de beraberinde getirmektedir. İhtiyacı kadar tüketen, fazlası adına kaynaklarını sarf etmek yerine rahatlatan birey, az ile yetinerek tüketim bağlılığını en aza indirgeyerek kendi yaşamını kontrol altına almayı başarabilmektedir.

Sosyal kimlik ve sınıfın temel göstergesi olan yaşam tarzı, gönüllü sadelik felsefesinde kendi kendine yeterlilik olgusu ve mümkün olan en az metanın kullanımı ile anlam kazanmaktadır. Yoksulluk tarafından desteklenmemesi (bireyin tüketime dair bir kısıtı olmaması) ve yalın tercihlerin gerçekleşmesi ile seçiciliğin ön plana çıktığı gönüllü sadelik, iyi bir yaşam tarzının ve bireylere, topluma ve doğaya dair iyilik hareketi olarak addedilen koruma içgüdüsünü uhdesinde barındıran bir olgudur. Tüketim ediminin kontrollü şekilde gerçekleşmesi gerektiğini salık veren ve başta tüketim olmak üzere her manada bağımlılığın karşıtı bir duruş sergilenmesini ilke edinen gönüllü sadelik düşüncesi, tarihi geçmiş eskilere dayanan ve dahi pek çok inancın temel felsefesinde barınan doktrinleri ile geçmişten günümüze var olan ancak, sanayi devrimi sonrasında tüketim anlayışının birey ve toplumlara empoze edilmesi ile birlikte, uzun bir zaman dilimi süresince gölgede bırakılmıştır. Ancak, günümüzde tüketim davranışının deklare edildiği gibi mutluluk (öznel iyi oluş) ve iyilik getirmediğinin sorgulanması ile birlikte önemi ortaya çıkarak, yaşadığımız yüzyılda hızla yayılım sağlayan bir anlayış olarak addedilmektedir.

Özellikle sanayi devrimi sonrası her bir toplumda farklı düzeylerde tezahür eden tüketim bağımlılığı ve alışveriş çılgınlığı olarak addedilen meta sirkülasyonuna bir karşı duruşun da simgesi olma özelliğini taşıyan gönüllü sadelik, iyilik ve mutluluk kavramının yaşadığımız yüzyılda gerçek manada öznel iyi oluşun gönüllü sadelik olgusu ile ikame edilebileceğini savunan bir felsefedir. Mutluluk, başarı, eğlence, özgürlük, özgüven ve haz kavramlarının tüketim ile eşdeğer görüldüğü günümüzde, iyiliğin ve iyi bir yaşam kalitesinin ve dahi yaşam doyum seviyesinin tüketim olgusundan uzaklaşıldığı sürece ancak, gönüllü sadelik felsefesi ile iyi bir yaşamın özüne erişilebileceğine inanılan felsefeye göre tüketim endüstrisinin çarklarının da bireylerin özüne dönüşü ile mümkün kılınabileceği savunulmaktadır.

2. İyi Yaşam ve Yaşam Doyum Kavramları ile Anlamlandırılan Tüketim Olgusu

Gönüllü sadelik yaşam tarzı ve felsefesinin karşı cephesinde ancak, gündeminin de merkezinde yer alan tüketim olgusu, gönüllü sadelik anlayışının odaklandığı maddi varlıklardan arınarak tesis edilen yaşam tarzlarının önünde yer alan başat engellerden biri olarak addedilmektedir. Günümüzde mutluluk ve haz kavramları ile anlamlandırılan tüketim olgusu, eğlence, statü, başarı, özgürlük, özgüven ve imaj sıfatları ile anlamı desteklenerek birey ve toplumlara her geçen gün artan şiddette empoze edilmektedir. Yaşamın adeta özü olarak konumlandırılan tüketim



olgusu, iyi bir yaşamın doğasına erişilebileceğine inanılan gönüllü sadelik felsefesinin tam karşısında yer edinirken, birey ve toplumların da yeni bir iletişim biçimi hâline gelmiştir. Yaşam standartlarının yükselmesi ile birlikte, daha yüksek düzeyde ve sürekli olarak tüketebilmek, gücün, mutluluğun ve itibarın da göstergesi olarak addedilmiştir. Postmodern tüketim anlayışının genel kabulü olarak yerleşen tüketim olgusu, sosyal sistemin de belirleyicisi olma konumuna gelmiştir. Sosyal bir varlık olan bireyin sosyal yaşamının temel motivasyon kaynağı ve grup ile toplumların ise başat örgütleyicisi olma kudretini haiz olan tüketim olgusu, şiddeti, yoğunluğu ve araçları gelişip çeşitlendikçe, bir yaşam tarzı olma seviyesine yükselmiştir.

Tüketim davranışlarının yaşam tarzlarına koşut olarak konumlandırılması, tüketim unsurunun karşısında yer edinen veya edinme potansiyeline sahip olan her bir savın geri plana atılmasını da sağlamıştır. Güçlendikçe ve kitleler tarafından benimsendikçe tüketim edimi, önünde durabilecek her bir engeli kolaylıkla aşarak, sosyal kimlik olgusunun da temel bir göstergesi hâline dönüşmüştür. Bireysel ölçütler ile sınırlı kalmayarak, toplumsal bağlamda varlık gösteren tüketim kavramı, çerçevesini de genişleterek, toplumları niteleyebilecek güce erişmiştir. Günümüzde tüketim toplumu olarak anılan tüketici kitlesi, tükettiği ölçüde tanınmakta, tükettiği yoğunlukta sınıflanmakta ve tükettiği bağlamda kimliğini kazanmaktadır. Varlık gösteren her bir mensubu ile tüketim davranışına yönlendirilmiş bir toplum olma özelliğiyle ön plana çıkan tüketim toplumu, her bir bireyi vasıtasıyla, potansiyel bir tüketici olma kodu ile tasarlanan kurgu bir yapının da temsilini oluşturmaktadır. Sürekli, yoğun ve çeşitli araçlar ile tüketme rolü verilen tüketim toplumunun mensupları, salık verilen rollerini sergilerler iken sınırları yönetim ve ekonomi erkleri tarafından önceden belirlenmiş, sınırsız hissettikleri özgürlük alanları içerisinde kendilerine sunulan sosyal koşulları deneyimlemektedirler.

Günümüzde ekonomik bir olgu olma kalıbını aşarak, psikolojik, kültürel ve sosyal boyutları ile irdelenen tüketim kavramı, teknolojik gelişmelerin de etkisi ile birlikte, üretim kapasitelelerinin tüketim hacminin üzerinde konumlanması, bir anlamda arzın talebi aşması ile birlikte, tüketim olgusunun özendirildiği bir sistemin ortaya çıkmasına da zemin hazırlamıştır. Bireylerin satın alma eğilimi gösterdikleri ürün veya hizmetler, fonksiyonel kullanım değerlerinin dışında, yarar işlevi geri planda bırakılarak, gösterge işlevinin ön plana alındığı günümüzün tüketim evreninde alışılmışın dışında farklı öeler ile anlamlandırılmaktadır. Satın alınan her bir ürün ve hizmet imrenilen, sahip olunmak istenen ve tüketicilerinin sosyal statülerinin birer izdüşümü niteliğini haizdir. Tüketim eyleminin sürekli artan bir oranda özendirilip, teşvik edildiği ve ürün ile hizmetlerin kullanım değerlerine anlamlar yüklenerek birer gösterge hâline dönüştürüldüğü ve ilgili dönüşümün bir kültür hâline evrildiği günümüzün tüketim odaklı anlayışında, tüketici konumunda yer alan bireyler ürün ve hizmetleri satın alma eğilimleri ve dahi ihtiyaçlarını karşılama eylemi ile birlikte, kendilerine göre çizdikleri yaşam biçimlerinin çerçevesini de yansıtmaktadırlar. Günümüzün tüketim toplumunda ürün ve hizmetlerin satın alınması eylemi, yaşam tarzlarının da birer izdüşümü hâline gelmiştir.

Gerçekten de günümüzde tüketim olgusu, kıt kaynaklardan verim elde edilerek temel ihtiyaçların karşılanması düşüncesinden ayrılıp, bir kültür hâline gelmiştir. Kültür hâline gelen tüketim olgusu, zamanla birey ve grupların yaşam ritüellerine dönüşmüştür. Tükettikçe kendini gerçekleştirme adımına yaklaşıldığının empoze edildiği tüketim eylemi, günümüz insanının nesnelere ile kuşatılmasına sebebiyet vermektedir. Bireyleri ve dolayısı ile yaşamlarını kuşatan nesnelere, bireylerin yaşam ritüellerini, ilişkilerini, zevklerini, beğenilerini, tercihlerini ve dahi iletişim biçimlerini de değiştirmeye uğratmaktadır. Kendini gerçekleştirme ile eş tutulan, statü simgesi hâline dönüşen tüketim davranışları, başta reklam olmak üzere pazarlama iletişimi araçları ile desteklenerek, körüklenmektedir. Tüketim alışkanlığının sürekliliğinin sağlanması adına da sektör ve piyasa üreticileri sürekli olarak yeni, farklı, özgün ve denenmemiş ürün, hizmet ve seçenek üretmek durumunda kalmaktadırlar. Gün geçtikçe tüketim eylemine özendirilen toplumlara



empose edilen tüketim alışkanlığı, sistemin ayakta kalması adına da taşıyıcı görev üstlenmektedir. “Sistemin ayakta kalabilmesi bir anlamda sistemin kendisini sürekli yenilemesine ve buna giden yolda yıkmasına bağlıdır” (Kahraman, 2005, s. 185).

Tüketim eylemi ile kurgulanan iletişim biçimleri, yoğunluğu farklılık göstermesine rağmen her bir bireyin yaşamında yer edinmektedir. “Bireyler günümüzde tüketerek var oluşlarını ortaya koymaktadırlar. Sistemde var olabilmenin yolu, ancak bu sistemin üretmiş olduklarını tüketmekten geçmektedir” (Karakas, 2004, s. 11). Geçmiş yıllarda pek çok toplumda ve birçok kültürde varlık gösteren ve düstur edinilen aza kanaat etme anlayışından günümüzde, gün geçtikçe uzaklaşmaktadır. Kurgulanan tüketim çemberinin dışında kalma eylemi ise bireylerin gerçeklikten, gündemden, entelektüel bakıştan ve söylemden uzakta kalacakları hissiyatını doğurmaktadır. “Tüketim, ürünler aracılığıyla yaşam tarzı inşa etme, sergileme ve ötekilerle paylaşma ya da dışlama amacıyla kullanılan etkin bir araçtır” (Baudrillard, 2003, s. 12). Asgari yaşam koşullarının temini adına gerçekleştirilen harcamalardan farklılaşan tüketim eylemi, tüketime konu olan metaların özgün kullanım değerlerini ortadan kaldırarak, pek çok ürün ve hizmetin fonksiyonel değerinin (yarar işlevi) ötesinde sahip olunmak istenen (hedeflenen) imajlara erişme arzusunun temsil etmektedir. Elde edilmek istenen imaj ve konumlandırılmak istenen statü, göstergeler bağlamında sahip olunan ürün ve hizmetler aracılığı ile elde edildiğinden, günümüz postmodern toplumların yaşam tarzları da tüketim edimi üzerine kurulmuştur.

Tüketikçe kendini gerçekleştiren, harcadıkça statüsünü artıran, satın aldıkça imajını yükselten, sarf ettikçe yaşam seviyesini yücelten günümüzün tüketim anlayışı, birey ve toplumları tüketmeye mahkum bırakmaktadır. Tüketim olgusu, kültürel bağlamda da bireylerin sosyal yaşama katılımlarının ve uyumunun bir yöntemi olarak addedilmektedir. Sosyal yaşama müdahil olmayı veya sosyal dışlanma olgusuna maruz kalmayı mümkün kılan tüketim eylemi, sosyal ilişkileri güçlendirme veya zayıflatma konusunda da etken rol oynamaktadır. Gün geçtikçe ve süreklilik arz eden bir yapıda daimi olarak tüketen birey, kurgulanmış bir sistem olarak addedilen tüketim kültürü içerisinde satın alma edimlerini gerçekleştirdikçe, sosyal hayata daha yoğun şekilde katıldığını ve sosyal ilişkilerini de güçlendirdiğini hissetmektedir. Sosyal yaşama müdahil olduğu ölçütlerde ve sosyal ilişkileri oranında bir iletişim şeklini tesis eden birey, tükettiği ürün ve hizmetler ile kendine bir kimlik tanımlaması da gerçekleştirmektedir. “İnsanlar; nesnel yok-sulluk durumlarında bile, ürünlerini satın alırken onların yalnızca kullanım değerlerini değil, kendileri için ne anlama geldiğini ve hangi mesajları taşıdıklarını göz önüne alırlar” (Yanıklar, 2006, s. 129).

Tükettiği ürün ve hizmetler ile varlık gösterdiği kimliğinin ötesinde ulaşmayı arzu ettiği kimlik ve statü tanımlamasını şekillendiren birey, sosyal çevresi tarafından da kurguladığı kimlik yapısı ölçütlerinde tanınmaktadır. Chaney’e göre; “malların tüketim biçimi yaşam biçiminin yansıtıcısı olup; durağan bir nitelik taşımak yerine, oldukça hareketli bir nitelik taşıyan kolektif kimlik biçimlerinin niteliğini sergiler” (1999, s. 41). Bireylerin birbirlerine karşı tutum ve davranışlarının ölçüt hâline geldiği kimlik kavramı, kişilerarası iletişim düzeyini belirlemektedir. Başkalarının bireyler hakkında oluşturduğu yargı ve elde ettikleri çıkarımlar, bireylere karşı geliştirdikleri davranışların ölçütünü ve düzeyini de tayin etmektedir. Kimlik kavramı ile bütünleşik yapı içeren yaşam tarzı ve tüketim alışkanlıkları, bireylerin birbirlerine dair yargılarını ve beğeni düzeylerini etkilediğinden, ihtiyaç olgusundan amaç etkene dönüşmektedir. Bireyleri diğerlerinden farklı kılan davranış kalıpları olarak addedilen yaşam biçimleri, bireylerin kendilerini başkalarından ayırmak adına tercih ettikleri ve kullandıkları işaret ve sembollerin yorumlanması ile kendini göstermektedir.

Bu yönü ile tüketim olgusunun göstergeler aracılığı ile bireylerin kendilerini ifade etme, toplum içerisinde bir statü kazanma, metalar vasıtası ile ulaşılmak istenen yaşam tarzlarını konumlandırma faaliyetlerine katkı sağlayan ve bireylerin kişiliklerine sirayet eden bir eylem olduğunu

ifade etmek mümkündür. Düşüncelerin, davranışların, kimliğin, sosyal statünün ve dahi kişile-rarası iletişimin düzeyini belirleme kudretini haiz olan tüketim kavramı, ürünlerin aşırı düzeyde üretimini de beraberinde getirmektedir. Ürün arzı fazlalığı, çevre kirliliğinden doğanın gereksiz yere tahribine, tabiatın kaynaklarının gereksiz israfından istek ve beklentilerin sınırsızlaştırıl-masına, insan sağlığını bozan nitelikte ürünlerin varlığından bireylerin ekonomik, psikolojik ve sosyolojik bağlamda sorunlar ile karşılaşmalarına değin örneklerinin çoğaltılmasının mümkün olduğu pek çok güçlüğü de beraberinde getirmektedir. Söz konusu etkenlerin varlığı beraberinde getirdiği müşkülleri ile bilhassa “belirsizlik ortamının hâkim olduğu durumlarda” (Artuner Özder, 2019, s. 284), tüketim olgusu, iyilik şiarını düstur edinen gönüllü sadelik olgusunun kar-sısında gün geçtikçe kötülük gölgesi ile perdelenmektedir.

3. Gönüllü Sadelik ve Tüketim Yaklaşımlarına İyilik ve Kötülük Göstergeleri Bağlamında Bir Bakış

Dünya ülkelerine nazaran ülkemizde yaygınlığının daha düşük düzeyde bir seyir izlediğini ifa-de etmenin mümkün olduğu, kendi kendine yeterlilik, insancıl ölçek, kişisel gelişim, ekolojik duyarlılık ve materyal sadelik temel değerleri ile anılan gönüllü sadelik felsefesi, sade bir ya-şam felsefesinin düstur edinildiği, daha sağlıklı bir yaşam tarzının, sürdürülebilir kaliteli bir ömür deneyiminin ve yalın düşünce tarzı ile maddi zenginlikten ziyade manevi varlığın gücü-nün kıymetine inanılan bir yaşam biçimidir. Postmodern çağın getirilerinden biri olarak adde-dilen tüketim olgusu ile anlam ve eylem bağlamında karşı cephelerde yer alan ve sade bir hayat karakteristiğinin salık verildiği gönüllü sadelik, bireylerin tüketici bağlamında davranışlarının sadeleştirilmesi gerekliliğini savunan, isteklerden ziyade ihtiyaçlar temelinde tükenmenin, he-donik (hazcı) tüketim davranışlarından kaçınmanın doğruluğuna inanan ve plansız satın alma eylemlerinden imtina edilen ve ilgili ilkeleri yaşamlarının farklı düzeylerinde uygulamaya alan bireylerin yaşam felsefelerinin anlamlandırılmasıdır. Harcamanın ve israfın başat rol edindiği tüketim olgusu ile doğal bir çevre bağlamında, sürdürülebilir ve kıt kaynakların verimli kullanı-mını benimseyen gönüllü sadelik felsefesi, özellikle sayılan yönleri ile nadan (kötü) ve salah (iyi) bağlamında birbirinden ayırmaktadır.

Yaşam olgusu, gönüllü sadelik anlayışına göre, “Tüketimde kanaatkâr ve sadeliği, çevre için duyarlı olmayı ve yaşam boyunca insani değerlere sahip çıkmayı gerektirmektedir” (Barton, 1981, s. 243). İyilik ile kötülük bakış açısı, sadelik ile karmaşık yaşam tarzı, gösterişsiz ile gösteriş (lüks) odaklı tüketim anlayışı, yüzeysel ile samimi ilişki ve iletişim biçimleri, maddi (meta) ve manevi (içsel) kazanımları, gündelik ve sürdürülebilir tüketim bilinci, istekler ile ihtiyaçlar temelli satın alma eğilimleri ve türevleri başta olmak üzere, örneklerinin çoğaltılmasının mümkün olduğu pek çok belirgin zıt izanlar ile anlamlandırılan tüketim olgusu ve gönüllü sadelik felse-fesi, bireylerin yaşam biçimleri olarak, birbirlerinden karşıt noktalarda konumlandırılmaktadırlar. Her iki olgunun karakteristiklerini yaşam biçimlerinde farklı düzeylerde uygulayan bireyler, fazlalık olarak görülen metalar ile fazlalıklardan arındırılmış tutumların odağında birbirlerinden ayrılmaktadırlar. Bu yönü ile istekler ve ihtiyaçlar bağlamından birbirinden ayrılan iki olgu, günümüzün modern toplumunun iyi yaşam tanımının sorgulanmasına sebebiyet vermektedir. Dış dünyanın zenginleşmesi çabası ile iç dünyanın variyeti odağında da hakikat ve yanılığ bağla-mında bilinç kazandıran tüketim ile gönüllü sadelik sorgusu, fayda noktasında birbirinden uzak noktalarda konumlandırılmaktadır. “Günümüzde tüketicilerin daha bilinçli bir tavır sergilemesi, sadece kurumsal mesajlarla yetinmemesi, ürün ve hizmetler hakkında diğer kullanıcıların gö-rüşlerini de önemseyerek satın alma kararından önce detaylı bir bilgi edinme sürecine yönelme-si” (Uluğ Yurttaş, 2010, s. 113), tüketim olgusu sorgusunu önemli kılmaktadır.



Günlük yaşam pratikleri düzeyinde sorgulanan tüketim ve sade yaşam felsefeleri uhdelerinde, temelinde insanlık tarihi ile özdeş geçmişe sahip olup, varlık gösterdikleri zamanlarda, kültürlerde ve coğrafyalarda yoğunluğu değişkenlik gösteren oranlarda birbirleri ile mücadele hâlinde olan materyalizm ve idealizm anlayışları adına da farklılıkları barındırmaktadırlar. Gelişmişlik düzeyi ve geri kalmışlık seviyesi noktasında da sorgulanan tüketim ve gönüllü sadelik felsefeleri, yoğun tüketimin kabulü ve reddi aşamasında da farklı bir sorgu boyutu ile gündem oluşturmaktadır. Nicelik bağlamında zenginlik ile entelektüel birikim manasında da karşı karşıya gelen ilgili anlayışlar, çalışma anlayışında, boş zaman tanımlarında ve kendini gerçekleştirme faaliyetlerinde de aksi yapıları karakterize etmektedirler. Zira gönüllü sadelik, “boş zaman yaratma hareketi olarak da tanımlanmaktadır” (Segal, 2003, s. 13). Bu yönü ile her iki yaklaşım da günümüz ile gelecek yaşam tarzlarında ve bireylerin tüketim davranışlarında ve dahi pazar şartlarında köklü değişimlere sebebiyet verebilecek niteliği haizdirler. “Gönüllü sadelik, tüketimin azaltılmasına yönelik eylemleri barındırır. Bu eylemlerde tasarruf yoluyla elde edilir” (Shaw ve Newholm, 2002, s. 168). Kabul noktasında da birbirlerinden ayrılan tüketim ve gönüllü sadelik felsefeleri, isteklilik ve mecburiyet manasında da karşıt yönlerde gelişim ve yayılım göstermektedirler.

Meta bağlamında elde edilen kazanımları manevi yaşam ile birleştiren, doğa ile dengeli ve ölçülü yaşamı salık veren, kişisel menfaatlerin kazanımlarının azaltılmasını savunan, ego düzleminden arınmayı benimseyen, gerçekleri baz alarak düşünce sistemlerinin geliştirilmesi gerekliliğine inanan ve öngörülere kıymet addedilen gönüllü sade yaşam felsefesi, meta bağlamında ulaşılan zenginliği önemseyen, insanı tabiatın üzerinde konumlandıran, kişisel çıkarları ön plana alan, ego yaklaşımını kontrol edemeyen ve salt gerçekleri koşulsuz doğru kabul eden yaklaşımlar ile kurgulanan tüketim olgusu birbirlerinden ayrılan değerleri ile de fer ile zifiri ölçütünde farklılıklara sahiptirler. Yaşam tarzları bağlamında birbirlerinden farklılaşan tüketim ve gönüllü sade yaşam akımları, karışık, alansal anlamda büyük çalışma ve yaşam ortamları ile sade ve basit çalışma ve yaşam ortamları bağlamında da ayrık özellikler göstermektedirler. Meta ve nesnel dünyasını karmaşa olarak tanımlayan gönüllü sadelik düşünce yapısı, maddiyatı ve metaların çoğulculuğunu zenginlik olarak addeden tüketim olgusu ile nicel ve nitel bağlamlarda da birbirleri ile benzeşmemektedirler.

Verim alabildikleri ve etkin kullanım sağlayabildikleri teknoloji ile yetinme eğilimi gösteren gönüllü sadelik akımı, sürekli gelişen ve değişim gösteren teknolojiyi deneyimleme çabası içerisinde olan ve sürekli bir üst teknolojiyi deneyimleme isteği ile doyum noktasına erişemeyen bir anlayışın temsili olan tüketim yapısının yine karşısında konumlanmaktadır. Kendini gerçekleştirme aşamasına erişimin kendini geliştirme motivasyonu ile gerçekleştirilebileceğine inanılan gönüllü sade yaklaşımının aksi düşünüşünde tükettikçe, satın aldıkça ve farklılıkları deneyimledikçe kendini geliştirmenin mümkün olduğunu savunan tüketim düşüncesi yer almaktadır. Tinsel (manevi) dünyaya yatırımın önemini vurgulayan ve basit yaşam koşullarını ön plana alan gönüllü sadelik düşüncesi, özdeksel (maddi) ve karmaşık yaşam yoğunluğunu benimseyen tüketim anlayışı ile iyilik ve kötülük arasındaki görece farklılıkları ortaya çıkarmaktadır. Ruhunu dinleyen, benimseyen ve önemseyen kimliklerin inşasına önem veren gönüllü sade toleransından, tükettiği ölçüye denkleşen ve doyum seviyesi sürekli yüksek düzeylere taşınan tüketici kimlikleri motivasyonuna dair karşıtlıklar, iyi ve kötü bağlamda günümüzde artan oranda sorgulanmaktadır. Küresel gelişmeleri, yapıları ve görüşleri yerel anlayış ile birleştirebilme yetisini uhdesinde barındıran gönüllü sade anlayış, ulusal görüşlere önem vererek küresel bakış açılarını kaçırarak tüketim olgusu ile bakış yönleri noktasında da karşı karşıya kalmaktadır.

Kolektif düşünce ve takım çalışmasını yeğ tutan gönüllü sadelik düşüncesi, yalnızlaşan bireylerin çoğunlukta olduğu tüketim toplumu yaşam biçimlerinde bireysellik ve uzmanlaşma yönü ağır basan tüketim yapısı ile birbirlerinden ayrılmaktadır. Dünyevi yaşamı tüketme eylemi

üzerine tesis eden kanaatten, uhrevi ve dünyevi yaşamlarını dengeleyerek sadelik üzerine tasavvur eden motivasyona dair gündem, günümüzde geniş çapta sorgulanmaktadır. Kullanım ömrü uzun, ihtiyaç dahilinde yarar esası (fonksiyonel tüketim) gözetilerek, eşine az rastlanır ürünleri tercih eden ve tasarruf ilkesini benimseyen sade yaşam biçimini gönüllülük esası ile benimseyen bireyler de kullanım ömrünü önemsemeyen, hızla sarf edilen, ihtiyaçtan ziyade amaç dahilinde fayda ilkesi (fonksiyonel olmayan tüketim) ikinci plana alınarak, muadilleri arasında seçilen seri nitelikte üretilen, standart özellikler taşıyan, kısa süreli moda akımlarına istinaden şekillenen ve tüketim akımına uyum sağlayan, mevcut sistemin yapısına göre biçimlenen beğenilere sahip tüketim toplumu kişilikleri ile karşı karşıya kalmaktadırlar. Kısıtlı kaynakların bilincine sahip olarak temin ettikleri ürünleri verimli kullanımları ile yaşamlarını idame ettiren bireylerin gönüllü sade yaşamları, aşırı düzeyde gerçekleşen nüfus artışı ile birlikte kitlesel üretim sisteminin yapısına koşut olarak sınırsız isteklerin düzleminde üretilen ürün ve kaynakların plansız şekilde tüketen bireylerin anlayışları yine günümüzde iyi ve kötü göstergeleri üzerinden sorgulanmaktadır. Yönetim ve ekonomi erkleri tarafından, “sosyal yaşam konularında iş birliği yapılması ilgili durumun en büyük göstergesi”ni oluşturmaktadır (Tuncer, 2020, s. 23).

Sakin, yalın, basit ve dingin bir yaşam şekli ile mutluluğun ön plana alınmasını salık veren gönüllü sadelik yaşam tarzı, yine dinamik, devingen, karmaşık ve hareketli yaşam anlayışının benimsendiği, mutluluk hissiyatının tüketim edimine odaklanıldığı rekabet içerikli farklılıkları ile tüketim olgusunun karşısında yer edinmektedir. Tüketim alışkanlıklarının gözden geçirilmesine olanak sağlayan gönüllü sadelik felsefesi, genç nüfusa sahip ülkelerin popülasyonunun bilinçlenmesi ve duyarlı nesillerin yetişmesi adına büyük fayda sağlayacaktır. Zira bireylerin tüketim davranışlarının ve tüketime olan bağlılıklarının mümkün olan en az düzeye indirgenmesini salık veren gönüllü sadelik akımı, bireylerin ve toplumların günlük yaşam pratikleri içerisinde tüketim alışkanlıklarının değişime uğratarak kendi kontrollerinin en üst düzeye taşınmasına olanak sağlayan bir yaşam biçimidir. Gösteriş tüketimi olarak sınıflandırılan lüks tüketim ürünlerini satın alabilecek finansal yeterliliğe sahip olan ve mahrumiyet (yoksunluk) durumunun söz konusu olmadığı bireylerin, gönüllü olarak kendi iradeleri ile lüks tüketim alışkanlıklarından kaçınmaları, tüketim olgusuna dair oluşturulan bir direncin de sembolü olma niteliğini taşımaktadır. Daha az tüketim yolu ile daha kaliteli yaşam süreceklerine inanan ve gönüllü sadelik yaşam felsefesini düstur edinen bireyler, asgari geçim koşullarını benimseyen bir değişim hareketinin de yapı taşını oluşturmaktadır.

Sonuç

Birbirlerinden farklı hedeflere, isteklere, beğenilere, zevklere, tercihlere, kimliklere ve kişiliklere sahip pek çok bireyin, ortak bir tüketim anlayışında birleşerek, benzer tutumları sergiledikleri gönüllü sadelik yaşam tarzı, tüketim sarmalı içerisinde çarkların hareketlerine koşut olarak davranış değişiklikleri gösteren bireylerin, çarkın dişlilerini kırarak, çözüm yolu arayışlarına girmeleri sonucunda günümüzde yoğun şekilde araştırmalara konu olmakta, üzerinde tartışılmakta ve sorguların hedefinde yerini almaktadır. Satın alma eğilimlerinde gözlemlenebilecek düşüşlerin yaşanması ile ülke ekonomilerinin sekteye uğrayacağını savunan görüşlerin aksine gönüllü sadelik akımının bir tasarrufa yönelik hareketi olduğunu ifade etmek mümkündür. Sade ve karmaşık yaşam tarzlarının temsilleri olan gönüllü sadelik ve tüketim davranışları, günümüzün postmodernite döneminin temel dinamikleri gereği iyilik ve kötülük bağlamında da değerlendirilmesi gereken girift (karmaşık) bir konudur. Her geçen gün tüketim alışkanlıklarının bağımlılık düzeyine erişmesi ile birlikte artan tüketim davranışları, tüketim miktarları kıyaslandığında ortaya çıkan oranın beraberinde getireceği yokluk ve yıkımlar, gelecek nesillerin yaşamlarının pek çok yönü ile riske atılacağı da habercisi niteliğini taşımaktadır.



Gelecek nesillere sürdürülebilir yaşam tarzlarının bırakılabilmesi kaygısı, tüketim olgusuna koşut olarak gönüllü sade yaşam tarzını doğurmuştur. Tüketim bağımlılığına ve ölçsüz alış-veriş davranışlarına olan eğilimlerin artış göstermesi sonucu bir tepki olarak ortaya çıktığına dair mevcut görüşlerin varlığı ile birlikte gönüllü sade yaşam doktrini, temelde insanın varlık gösterdiği dönemlere koşut bir tarihi geçmişe sahiptir. Geçmişten günümüze üretilen ürünler ile sunulan hizmetler çeşitlenmiş ve üretim arzı mevcut talep ile dengede kalamamıştır. Mevcut talebin artırılması yönünde bireylere, tüketim olgusu sürekli olarak aşılmalıdır. Günümüzde ürün ve hizmetler, bireylerin ihtiyaçlarının karşılanmasının ötesinde sürekli olarak yeni ihtiyaçların varlığını empoze eden bir yaklaşım ile tüketicilere sunulmuştur. Kullanılmayan özelliklere sahip pek çok ürün statü, kimlik temsili, prestij ve marka odaklı birçok yaklaşım sebebi ile satın alınabilir hâle gelmiştir. Fonksiyonel faydasının düşünülmediği, yarar ve ücret hesabının dengelenmediği birçok ürün ve hizmetin, dönemin moda akımlarından veya sosyal çevreden geride kalmamak adına tüketiciler tarafından satın alındığını ifade etmek mümkündür. Bu yönü ile tüketim olgusu, artık ihtiyaçların karşılanması ediminden sıyrılıp, alışkanlık ve dahi bir bağımlılık şekline bürünmüştür.

Psikolojik, sosyolojik, ekonomik, kültürel ve türevleri örneklerinin çoğaltılmasının mümkün olduğu pek çok etken sebebi ile bağımlı hâle getirilen tüketiciler, edindikleri tüketim alışkanlıklarının normalize edilmesi ile birlikte, edinmiş oldukları bağımlılığın dahi farkına varamamaktadırlar. Tüketim olgusunun zıt manasını ihtiva eden gönüllü sadelik felsefesinin yaşadığımız çağda bir iyilik hareketi olarak yeniden gündeme gelmesi, tüketim olgusunun da zıt anlamı ile (kötülük) sorgulanmasına sebebiyet vermektedir. İyilik ve kötülük bağlamında sorgulanan gönüllü sadelik felsefesi ve tüketim olgusu, her bir disiplin tarafından kendi soruları ile inceleme alanları dahilinde araştırılmakta ve çözümlenmeye çalışılmaktadır. Ancak iyilik bağlamında gönüllü sadelik akımının ve kötülük nedenselliğinde tüketim davranışlarının temeli, hemen her disiplin tarafından farklı bakış açıları ile açıklanabiliyor olsa da sorgulamalar neticesinde elde edilen veriler dahilinde iyilik ve kötülük bulgularının yorumlanması konusunda görüş birliğine varılamadığını ifade etmek gereklidir. İslam düşüncesinden Batı felsefesine değin tartışılan iyilik ve kötülük olgularının sorgulanması, genel olarak ahlaki nitelikteki iyilik ve kötülük savlarının vicdani menşesi çerçevesinde gerçekleşmektedir. Çalışma çerçevesinde ise iyilik ve kötülük olgularının ne'liği, çeşitliliği ve kaynağı, gönüllü sadelik tercihi ve tüketim odaklı yaşam tarzları bağlamında tartışılmıştır.

Ahlaki gerçekler bağlamında iyilik ve kötülük kavramlarının özgür irade olgusundan ayrı düşünülemediği bir gerçektir. Özgür iradeye sahip bireyin rolü her iki kavramın oluşmasında başat önem taşımaktadır. Özgür irade bağlamında değerlendirildiğinde ise gönüllü sadelik ve tüketim olgularının, temelde bireylerin seçimlerinden oluşan davranış tarzları ve dahi yaşam biçimleri olduğunu ifade etmek mümkündür. İslam düşüncesinden Batı felsefesine, günümüz postmodern süreçlerinden günlük yaşam rutinlerine (pratiklerine) iyilik ve kötülük olgularının sorgulanması özgür irade kavramı ile temellendirilir iken vicdan duygusunun soruşturulmasının da gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Zira bireyden topluma her bir beşerin, aklı ve hür iradesinin yanında iyi ve kötü kavramlarını birbirlerinden ayırt etmelerini sağlayan vicdani melekelerinin önemi yadsınamaz bir gerçekliği oluşturmaktadır. Felsefe disiplininin temel olgularından biri olan vicdan kavramı, günümüzün postmodern yaşamlarında pek çok farklı parametreye koşut olarak farklı bağlamlarda yönlendirilmekte ve dönüştürülmektedir. Günümüzde tercihler kavramı ile özdeşleştirilen özgür irade ve vicdan kavramları iyilik ve kötülük kavramlarının gölgesinde şekillenmektedir. Bireyleri kötüden uzaklaştırarak iyiye yaklaştıran vicdan kavramı, doğru olana erişilme noktasında, bireylerin iç dünyalarının muhakemesi adına büyük önem arz etmektedir. Bireylerin ve toplumların kendilerini sorgularında başat etken rolü üstlenen vicdan düsturu,

iyilik ve kötülük olgularının ayırt edilmesinde de ilham kaynağı olma özelliğini taşımaktadır. Akli melekelerin ise içsel bir mahkeme olgusuna olanak tanınması, bireylerin seçimlerinde hür iradelerinin kullanılması savı ile birleştirildiğinde, birey ve toplumların sosyal yaşamlarını düzenlemeleri noktasında karmaşık bir yapı ile karşılaşmalarına sebebiyet vermektedir. Sosyal bir varlık olan bireyin, toplumsal yaşamdan bağımsız olarak düşünmenin mümkün olmadığı sosyal yaşamının düzenlenmesi noktasında iyilik ve kötülük bağlamında, akıl, hür irade ve vicdan melekelerinin rolü yadsınamaz bir gerçeklik olarak addedilmektedir. Bu noktada bireylerin seçimleri iyilik ve kötülük olguları ile bağlantılı olarak, her bir davranış şekline sirayet etmektedir. Bireylerin sahip oldukları yetiler ile üstlendikleri veya edindikleri sorumlulukları yerine getirme, yükümlü oldukları görevleri icra etme, yaşam süreçlerine yön verme ve iyi ile kötü arasında tercihte bulunarak yaşam şekillerini oluşturma ve güçlükler karşısında çözüm yolları üretme kabiliyetleri, varlık gösterdikleri dönemden günümüze değin, farklı yapılarda tezahür etmektedir. Eylemler, istekler, zevkler, beklentiler, tercihler, hedefler, emirler, talepler, eğilimler ve türevleri olmak üzere örneklerinin çoğaltılması mümkün olan dürtüleri değer yargıları ile seztezleyen birey, yaşam süreci içerisinde pek çok tercihte bulunarak, yaşam deneyimi olarak addedilen yaşam tarzını da tecrübe etmektedir.

Bireylerin yaşamları süresince deneyimledikleri iyilik ve kötülük örneklemeleri arasında içsel dünyalarına en yakın olan olguyu benimsemeleri, yaşamlarını sürdürdükleri dönemin gerçekleri ile bağlantılı olarak şekillenerek, yaşam tarzlarına dönüşmektedir. Günümüzün postmodern çağının gerçekleri olan gönüllü sadelik ve tüketim olguları da çağımız insanının tercih etmesi gerekenli olan seçeneklerini teşkil etmektedir. Bilgileri ve akli melekelerini, özgür iradesi ve vicdanı ile harmanlayan günümüzün bireyi, yaşamını idame ettirdiği süreç içerisinde tüketerek veya gönüllü olarak benimsediği yalın yaşamı seçerek, sosyal gerçekliğine uyarlamaktadır. Birbirlerinin karşıt eksenlerinde konumlandırılan gönüllü sadelik ve tüketim anlayışları, uhdelerinde barındırdıkları pek çok farklılıkları ile birçok açıdan yoğun şekilde sorgulanmaktadır. Ancak çalışmanın konusunu oluşturan iyilik ve kötülük sorgusunun birçok açıdan irdelenmesi gerekmektedir. Kendisinden başka varlık gösterdiği topluma, toplumsal yapıya ve doğaya karşı sorumlulukları olan bireyin, israf ile birikim, tüketim ile tasarruf, yapıcılık ile yıkıcılık, sistemin dayattıkları ile hür irade, içsel doyum ve mutluluk ile dış dünyasında kurguladığı statü ve kimlik arasında bir tercih yapmak durumunda bırakılmaktadır. Psikolojik, sosyolojik ve psikolojik ihtiyaçların iyilik ve kötülük imgeleri ile örüntülendiği gönüllü sadelik ve tüketim olguları arasında tercihini belirleyen birey, seçimi doğrultusunda yaşam tarzını da şekillendirmektedir.

Kaynaklar

- Artuner Özder, C. G. (2019). “Yönetici Bakış Açısıyla Otel İşletmelerindeki Yeşil Faaliyetlerin Etkinliğinin Değerlendirilmesi”. *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, C. 3, S. 2, ss. 277-287.
- Barton, D. L. (1981), “Voluntary Simplicity Lifestyles and Energy Conservation”. *Journal of Consumer Research*. 8.3, ss. 243-252.
- Chaney, D. (1999). *Yaşam Tarzları*. (Çeviren: İrem Kutluk) Ankara: Dost Kitabevi.
- Huneke, M. E. (2005). “The Face of The Un-Consumer: An Empirical Examination of the Practice of Voluntary Simplicity in the United States”, *Psychology & Marketing*, Bothell, Vol: 22 (7), ss. 527-550.
- Kahraman, H. B. (2005) *Sanatsal Gerçeklikler, Olgular ve Öteleri*. İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Kantar, G. (2020). “Tüketim Kültürünün Yaşam Tarzlarına Etkileri: Küreselleşme, Medya ve Tüketim Kültürünün “Bir Lokma Bir Hırka Felsefesi” Bağlamında İrdelenmesi”, *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, C.15, S. 23, s. 2178-2199.



Karakaş. M. (2004). “Yeni Yoksulluk Bağlamında Sosyal Kimlik ve Tüketimde Eşitsizlik”, *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C. 6, S. 1, ss. 1-16.

Lazer. W. (1963). *Life Style Concepts and Marketing*, (Derleyen: Stephen A. Greyser). Toward Scientific Marketing, American Marketing Association, Chicago.

Samuel, A. (2011). *The Voluntary Simplicity Movement: Reimagining the Good Life Beyond Consumer Culture*. Illinois: The International Journal of Environmental, Cultural, Economic And Social Sustainability, Common Ground Publishing Llc.

Segal, J. (2003). *Graceful Simplicity: Toward a Philosophy and Politics of the Alternative American Dream*, University of California Press.

Shaw. D, ve T. Newholm. (2002). Voluntary Simplicity and the Ethics of Consumption, *Psychology & Marketing*, V. 19.2., ss. 167-185

Tuncer, F. F. (2020). “Hırvatistan’da Din ve Devlet”. *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, C.4, S.1, ss. 17-25.

Uluğ Yurttaş, Ö. (2010). *Blogların Markalar Üzerindeki Gücü*, İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi, C.2, S.8, ss. 107-122.

Yanıklar, C. (2006). *Tüketimin Sosyolojisi*. İstanbul: Birey Yayıncılık.

Zorlu, A. “Batılı Bir Yaşam Tarzı Olarak Tüketim: Türkiye’de Tüketim Ürünlerinin Ve Kültürünün Tarihi Gelişimi”, <http://www.sdergi.hacettepe.edu.tr/>, E.T: 01.02.2020, ss. 1-28.