

Araştırma Makalesi / Research Article

Alternatif Bir Yaşam Tarzı Olarak Gönüllü Sadelik¹

A Voluntary Simplicity as an Alternative Lifestyle

Şefika AKGÜL ² & Aybala AKSOY ³

Geliş/Received: 03.12.2023

Kabul/Accepted: 18.12.2023

Öz

Tüketim olgusu, temel ihtiyaçların karşılanmasına yönelik bir araç olmaktan çıkmış, bir amaç ve yaşam sebebi olmuştur. Sosyal statü ve kimlik oluşturma, sosyal, kültürel ve psikolojik tatmin sağlama tüketimin temel ilkeleri haline gelmiştir. İçinde yaşanılan tüketim toplumunda, tüm bireyler aşırı tüketme baskısı altındadır ve bunun sonucunda maddi değerlerle birlikte manevi değerler de tüketilmektedir. Yirmi birinci yüzyıl insanı tüketim toplumuna, maddiyatçı yaşam tarzına alternatif olacak yeni yaşam biçimleri aramaya başlamış "sadeligi" içinde barındıran "basit, yaratıcı ve fonksiyonel" yaşama doğru yönelmiştir. Tüketimlerini azaltan küresel tüketiciler ekolojik ayak izlerini azaltmakta ve gelecek nesillere daha fazla kaynak bırakma olasılığını artırmaktadır. Bu çalışma, günümüzde alternatif bir yaşam tarzı olarak karşımıza çıkan gönüllü sadelik yaşam tarzı, politika yapımcılar ile karar alıcıların ve tüketicilerin gündemine taşıyarak farkındalık yaratması düşüncesiyle gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın ilk bölümünde gönüllü sadelik yaşam tarzı kavramı tarihsel gelişimi ile tanıtılmış; ikinci bölümde gönüllü sadelik yaşam tarzı boyutları ve temel değerleri ile açıklanmıştır. Son bölümde ise gönüllü sadelik yaşam tarzını benimseyen gönüllü sadelerin özellikleri ile gönüllü sadelerin Türkiye'deki bazı uygulamalarına değinilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Tüketim, alternatif bir yaşam tarzı, gönüllü sadelik, gönüllü sadeler,

Abstract

The phenomenon of consumption has ceased to be a tool for meeting basic needs, but has become a purpose and a reason for life. Creating social status and identity, providing social, cultural and psychological satisfaction have become the basic principles of consumption. In the consumer society we live in, all individuals are under pressure to consume excessively, and as a result, spiritual values are consumed along with material values. The people of the twenty-first century have sought new ways of life that will be an alternative to the consumer society and the materialistic lifestyle, and have turned towards a "simple, creative and functional" life that includes "simplicity". Global consumers who reduce their consumption reduce their ecological footprint and increase the likelihood of leaving more resources for future generations. This study was carried out with the idea of raising awareness by bringing the voluntary simplicity lifestyle, which is an alternative lifestyle today, to the agenda of policy makers, decision makers and consumers. In the first part of the study, the concept of voluntary simplicity lifestyle is introduced with its historical development; In the second part, voluntary simplicity is explained with lifestyle dimensions and core values. In the last part, the characteristics of voluntary simples who adopt the voluntary simplicity lifestyle and some of the practices of voluntary simples in Turkey are mentioned.

Key words: Consumption, voluntary simplicity, alternative lifestyle, voluntary simples.

¹Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsünde devam eden "Gönüllü Sadelik Yaşam Tarzı Ölçeği Geliştirme ve Ankara İli Uygulaması" adlı doktora tez çalışmasından türetilmiştir.

²Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Aile Ekonomisi ve Beslenme Eğitimi bilim dalı doktora öğrencisi, E-posta: sefikaakgel@gmail.com, Orcid: 0009-0006-1792-800X

³Sorumlu Yazar/Corresponding Author, Prof.Dr., Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Finans ve Bankacılık Bölümü, Kuzeykent/Kastamonu, Türkiye. E-posta: aaksoy@kastamonu.edu.tr, Orcid: 0000-0002-6068-2387

1. GİRİŞ

Hızlı nüfus artışı, kentleşme ve sanayileşmenin beraberinde getirdiği çevre kirliliği ve sorunları ekosisteme zarar vermekte ve insanı giderek yapaylaşan bir hayata sürükleyerek, sağlıklı yaşam alanı meydana getirmektedir. Dünyanın sahip olduğu çevreyle ilgili kapasitenin üzerinde yaşamaya devam edildiği sürece bu sorunların da artarak devam edeceği ön görülmektedir. Yüksek enerji tüketimini karşılamak için yapılan nükleer santraller, radyoaktif atıklar, yok olan doğal kaynaklar, ormanların bilinçli olarak yok edilmesi, çölleşme, biyolojik çeşitliliğin azalması, temiz su kaynaklarının kirlenmesi, hava kirliliği, küresel ısınma, küresel iklim değişikliği, ozon tabakasının delinmesi gibi ciddi çevre sorunlarının “istediğin kadar tüket, hep tüket” anlayışının sonucu olduğu söylenebilir (Buğday & Babaoğlu, 2016, s.190). Tüketim toplumunda her şey tüketilmeye ve yok olmaya mahkûmdur. Bu düşünce biçimiyle, temel ihtiyaçlar göz ardı edilerek, doğal kaynaklar, zaman, nesnelere ve hatta kültür bilinçsiz bir şekilde tüketilmektedir (Bayhan, 2011, s. 228).

Ortaya çıkan bu aşırı tüketim durumu ne biyolojik ne de sosyoekonomik değerlendirmelerle haklı gösterilememektedir. Endüstrileşmiş ülkelerde aşırı tüketimin uzun dönemde gözlemlenen ve doğrulanan etkisi şaşırtıcı bir sonuçla yaşam kalitesinin kötüleşmesidir. Bu şaşırtıcı sonuca göre, mutluluk hissi, gelirdeki artışla orantılı olarak artmamaktadır. Bunun nedeni, daha fazla gelir artışının, daha fazla iş, stres, sürekli koşuşturma, dinlenme için zaman olmaması, aile ve sosyal çevreye zaman kalmaması gibi ilave maddi olmayan maliyetler oluşturmasıdır. Bu noktada, gelir seviyesi ve yaşam kalitesi arasındaki ilişki negatif olmaktadır (Burgiel, Sowa & Zralek, 2015, s.18). Tüketimin temel amacı ihtiyaçların karşılanmasıdır ve ihtiyaçlar karşılandıkça bireyler mutlu olma beklentisi içine girmektedir. Ancak yapılan araştırmalar aşırı ve anlamsız tüketimin mutluluk üzerindeki etkisinin sınırlı olduğunu göstermektedir (Özgül, 2011, s.27). Tüketim olgusu, temel ihtiyaçların karşılanmasına yönelik bir araç olmaktan çıkmış, bir amaç ve yaşam sebebi olmuştur. Sosyal statü ve kimlik oluşturma, sosyal, kültürel ve psikolojik tatmin sağlama tüketimin temel ilkeleri haline gelmiştir. İçinde yaşanan tüketim toplumunda, tüm bireyler aşırı tüketme baskısı altındadır ve bunun sonucunda maddi değerlerle birlikte manevi değerler de tüketilmektedir (Torlak, 2016 s.26).

Bireyler bilinçsiz ve aşırı tüketme eğilimleri sonucunda, çevreye duyarlılık, sosyal yönden sorumluluk, geleceği düşünme, kendisinin ve içinde yaşadığı dünyanın farkına varma, sağlıklı ilişkiler, kişisel gelişim gibi değerlerden uzaklaşarak bireyselleşme, bencilleşme ve yalnızlaşma içinde yeniden tüketime yönelerek bir kısır döngüye mahkûm olmaktadır.

Arnold & Reynolds (2003) tarafından yapılan tüketicilerin satın alma nedenleri ile ilgili çalışmada, tüketicileri aşırı tüketime yönlendiren nedenler; macera yaşamak, rahatlamak, sosyal ilişkiler kurmak, başkalarını mutlu etmek, fikir edinmek, fırsatları yakalamak şeklinde ifade edilmiştir. Ürün ya da hizmetin sahip olduğu fonksiyondan çok, tüketiciye ne gibi duygular yaşattığı ön plandadır.

Solomon (2004)'a göre, tüketici artık varoluşunu ürünler aracılığıyla konumlayıp anlamlandırmakta ve kullandığı ürünle kimliğini dışa vurmaktadır. Böylece otomobil ulaşım ihtiyacını, telefon iletişim ihtiyacını karşılamaktan çok daha geniş bir anlam kazanmıştır. Ürünler ihtiyacı karşılayacak durumda olmasına rağmen, sürekli yeni bir model ile değiştirilmektedir. Bunun nedeni ürünlerin kimlik ve sosyal statü göstergesi olarak görülmesidir. Tüketimin yaşamda bir statü haline gelmesi, bireyleri çevrelerinden uzaklaştırıp yalnızlaşan bir toplum yaratmaktadır.

Öte yandan, en yoksul kesimde yaşayan tüketicilerin, teknolojik imkanlar yoluyla, alım gücü yüksek tüketicilerin sürdürdüğü yaşam tarzını görmesi ve özenmesi, toplumda zenginlik algısının öne çıkması, lüks ve marka gibi kavramların tüm tüketicilerin önemseydiği yaşamsal değerler arasında yer alması, yaşama ilişkin amaçların maddeleşmesi, başarının para ve edinilen mallar üzerinden ölçülmesi, dayanışma ve paylaşma duygusunun yerini bireyselliğin alması, bireyleri mutlak bir mutsuzluğa ve tatminsizliğe götürmekte, daha sade, topluma daha duyarlı bir tüketim modelini gerekli kılmaktadır (Buğday, 2015, s.15).

Aşırı üretim ve tüketimin dünyaya verdiği zarar sorununa çözüm getirebilmek için Avrupa Birliği (EU), Birleşmiş Milletler (UN), Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP), Ekonomik Kalkınma ve İş birliği Örgütü (OECD), Gıda ve Tarım Örgütü (FAO), Dünya Sağlık Örgütü (WHO) gibi birçok uluslararası kuruluş çaba harcamaktadır. Dünya'nın farklı ülkelerinde çevre sorunlarına, kaynakların israf edilmesine ve aşırı tüketime karşı olan bireyler, bir araya gelerek topluluklar oluşturmakta ve yaşam biçimleri geliştirmektedir. Birleşmiş Milletler, küresel bir eylem çağrısı olan Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerini 2015 yılında kabul etmiştir. Her ülke bu doğrultuda kendi eylem planlarını oluşturmaktadır. Uluslararası Standartlar Örgütü (ISO) tarafından çevre ve sürdürülebilirlik alanında çalışmalar yapılmış uluslararası düzeyde yeni standartlar yayımlanmıştır (Ünsal, 2022, s.13).

Bilim insanları, dini ve siyasi liderler, dünyada nasıl yaşanması gerektiği, sürdürülebilirlik ve ekolojik tutarlılığa yönelik yeni bir yaşam için dikkat çekmişler, gelişmiş ülkelere iklim değişikliği ile mücadele ve yaşam tarzını değiştirme çağrısında bulunmuşlardır. Dini liderler,

gelişmiş ülkeleri, doymayan tüketimi beslemek için dünya kaynaklarını sömürmelerinden dolayı eleştirmiştir. Dünyanın önde gelen iklim bilimcisi James Hansen, sera gazı salınımında düşüş sağlanmazsa dünyada yaşayanlar için farklı ve daha tehlikeli bir gezegen ortaya çıkacağı uyarısında bulunmuştur (Elgin, 2013, s.70).

Yüksek tüketim düzeyine ulaşma odaklı yaşamların genellikle zaman yoksunluğu, stres, fiziksel ve zihinsel hastalık, statü rekabeti, sosyallik kaybı, doğadan kopukluk, hayatta bir anlamsızlık veya yabancılaşma duygusu ve genel mutsuzluk gibi sorunlarla sonuçlandığını gösteren çok sayıda sosyolojik ve psikolojik kanıt vardır (Kasser, 2002, s.22). Tüketimin ciddi boyutlara ulaştığı dünyada yükü azaltmak için yeni yaşam biçimlerine ihtiyaç duyulmaktadır.

21. yüzyıl insanı tüketim toplumuna, maddiyatçı yaşam tarzına alternatif olacak yeni yaşam biçimleri aramaya başlamış “sadeliği” içinde barındıran “basit, yaratıcı ve fonksiyonel” yaşama doğru yönelmiştir. Tüketimlerini azaltan küresel tüketiciler ekolojik ayak izlerini azaltmakta ve gelecek nesillere daha fazla kaynak bırakma olasılığını artırmaktadır (Alexander & Ussher, 2012, s.71).

Günümüzde tüketim düzeyini bilinçli olarak azaltarak ve istek odaklı tüketimden vazgeçerek ihtiyaç odaklı bir tüketime yönelmeyi, daha sade bir yaşam sürmeyi temel alan en önemli hareket, sürdürülebilir tüketimin bir alternatifi olarak görülen “gönüllü sadelik” hareketidir (Johnston & Burton, 2003, s.30). Gönüllü sadelik muhalif bir yaşam stratejisi, tüketimde sessiz bir devrim niteliğindedir (Uygun & Akın, 2018, s.561). Kanaatkâr ve sürdürülebilir tüketim, çevresel duyarlılık, insancıl çalışma ve yaşam koşulları gibi anlayışlarla ilişkilidir ve toplum içerisinde alışılmış normlara karşı bir başkaldırıdır (Cengiz & Torlak, 2021, s.120). Bu hareket tüketim çılgınlığına ve alışveriş bağımlılığına bir tepki olarak ortaya çıkmıştır ve tüm dünyada giderek yayılmaktadır (Barut & Güneş, 2018, s.84). Sosyal, psikolojik, insani ve ekonomik boyutlarda çeşitli şekillerde savunulan gönüllü sadelik, bireylerin doğadan adil bir şekilde pay alırken, anlamlı, özgür, mutlu ve farklı yaşamlar sürdürebileceğini ifade etmektedir. Bu akımın amacı tüketimden vazgeçmek değil, bireyin yeryüzünde sadece “tüketici” rolüne bürünerek yaşayıp, kendisini çevreleyen doğal güzellikleri ve zenginlikleri görmezden gelmesini, insan ilişkilerinde giderek bireyselleşmesini ve insana ait değerlerini kaybetmesini eleştirmektir. Mevcut sistem sürekli tüketimi yaşamın temel amacı olarak bireylere sunarken, gönüllü sadelik akımı bireyin kendi değerinin, toplumsal ilişkilerin ve doğa ile iletişimin farkında olması gerektiğinin altını çizmektedir (Banger, 2023).

Gelişmiş ülkelerde gönüllü, basit ve sade yaşam tarzlarına yönelik tüketici ilgisinde sürekli bir artış fark edilse de sadeleşme yavaş, evrimsel bir süreçtir. Gönüllü sadeliğin evrimi ve artan destekçi sayısı, akademik araştırmacıların da dikkatini çekmekte yeni çalışmalara konu olmaktadır (Zralek, 2016, s.365).

Önemi her geçen gün daha da artan ve artacak olan “Gönüllü Sadelik Yaşam Tarzı” ile ilgili Türkiye’de gerçekleştirilen çalışma sayısı sınırlıdır. Ayrıca bu çalışmalarda gönüllü sadelik sürdürülebilir tüketimin bir boyutu olarak ele alınmış veya sınırlı çalışılmıştır. Bu çalışma, günümüzde alternatif bir yaşam tarzı olarak karşımıza çıkan gönüllü sadelik yaşam tarzı, politika yapıcılar ile karar alıcıların ve tüketicilerin gündemine taşıyarak farkındalık yaratması düşüncesiyle gerçekleştirilmiştir.

Çalışmanın ilk bölümünde gönüllü sadelik yaşam tarzı kavramı tarihsel gelişimi ile tanıtılmış; ikinci bölümde gönüllü sadelik yaşam tarzı boyutları ve temel değerleri ile açıklanmıştır. Son bölümde ise gönüllü sadelik yaşam tarzı gönüllü sadelik yaşam tarzını benimseyen gönüllü sadelerin özellikleri ile gönüllü sadelerin Türkiye’deki bazı uygulamalarına değinilmiştir.

2. GÖNÜLLÜ SADELİK YAŞAM TARZI KAVRAMI, TARİHSEL GELİŞİMİ

Günümüzde alternatif yaşam tarzları alanyazında farklı adlandırılmaktadır. Ekolojik yaşam, tutumlu yaşam, sade yaşam, minimalist yaşam, hafif yaşam, yavaş tüketim, sıfır atıklı yaşam, paylaşarak ve değiş tokuş, dengeli yaşam, sağlıklı sürdürülebilir yaşam, kanaatkâr toplum ve yaşam gibi çok sayıda kavram karşımıza çıkmaktadır (Elgin, 2010, s. 12-13). Bu kavramların tamamını kapsayan bilinçli bir şekilde materyalist tutumları reddeden bir yaşam biçimi olan “gönüllü sadelik” günümüzde dikkat çeken kavramların başında gelmektedir (Odabaşı, 2017:219; Peyer, Balderjahn, Seegebarth & Klemm, 2016:37).

Gönüllü sadelik kavramı muhalif bir yaşam tarzını ifade eder. Materyalist temelli yaşamı ve aşırı tüketimi reddeder, basit yaşam veya vites küçültme olarak adlandırılır (Alexander, 2011a, s.134). Gönüllü sadelik bireyin dış dünyasında olabildiğince sade ve basit, iç dünyasında ise zengin ve derinliği olan bir yaşam tarzıdır. Bu yaşam tarzı; tüketimde ihtiyaç olanı ve sadeliği, çevre için duyarlı olmayı ve yaşam boyunca insani değerlere sahip çıkmayı önemsemektedir (Barton, 1981, s.243). Gönüllü sadelik bir zihniyet meselesi olarak değerlendirilir ve değerler odaklı yaşamaktır. Daha az gelir ve daha az tüketimi kabul edip, daha sade bir hayatı yaşamayı baskı altında kalmadan, özellikle ve gönüllü olarak tercih etmektir (Alexander, 2011b, s.186). Aşırı tüketim dünyaya hava kirliliği, su kirliliği, toprak kaybı ve küresel ısınma şeklinde geri dönmektedir. Gönüllü sade yaşam tarzı, günümüzde hızla artan çevre sorunlarına karşı alınacak

önlemler arasında kabul edilmektedir. Kaynakların gelecek nesiller yararına korunması için, büyüme temelli ekonomik yapıdan, tutumlu ekonomik yapıya geçilmesi gerekmektedir. Bunu sağlamak için de bireylerin maddiyattan uzaklaşmaları ve sade bir yaşam biçimini benimsemeleri şarttır (Porritt, 1989, s.134). Gönüllü sadelik maddi sadelik ile bireyleri ihtiyaçları kadar satın almaya yönlendirerek tasarruf bilinci oluşturmakta ve tüketimin azaltılmasına yönelik davranışları içermektedir (Shaw & Newholm, 2002, s.168). Fazlalıklardan kurtulmak, mal ve hizmetlerde tasarrufa yönelmek, kullanılan mal ve hizmetlerden maksimum faydayı sağlamak bunlardan bazılarıdır (Ballantine & Creery, 2010, s.46). Gönüllü sadelik tüketimin artmasıyla birlikte meydana gelen çeşitli sorunların (çevresel sorunlar, aşırı tüketime alıştırmış toplumun yarattığı psikolojik, fiziksel rahatsızlıklar, ekonomik olmayan büyüme rakamları vs.) tamamına çözüm sağlayabilecek alternatif bir yaşam tarzı olarak kabul edilmektedir (Alexander & Ussher, 2012, s.80).

Gönüllü sadelik yaşam tarzının ilk örneklerinin Roma ve Antik Yunan da görüldüğü bilinmektedir. Antik Yunan döneminde Yunan ve Romalı birçok düşünür sade yaşam tarzını benimsemiş ve bu yaşam tarzının gelecek nesiller için önem taşıdığını belirtmişlerdir. Bu dönemlerde insanları tatmin eden düşüncelerin başında her zaman felsefi görüşler gelmiştir. Yunan felsefesinin kurucularından olan Sokrates sadelik kavramını “sadelik ile fakirlik arasında yer alan anlam ve yolları bulma ve dengede tutma eylemleri” şeklinde tanımlamıştır. Horage, Virgil, Aristoteles, Plato, Socrates, Marcus Aurelius, Seneca, Çiçero ve Zeno da sadelik anlayışının değerini sorgulamışlardır (Elgin, 1993, s.46-50). Antik Yunan medeniyetinde başlayan bu inanış zaman içerisinde İslamiyet, Hristiyanlık, Yahudilik, Taoizm, Hinduizm ve Budizm’de de görülmüştür. Hz. Muhammed, Hz. İsa, Hz. Musa, Buda, Konfüçyüs ve Lao Tzu gibi önemli dini ve ruhani liderler bu yaşam tarzının başlıca savunucuları ve uygulayıcıları olmuştur. Onlar için maddi zenginliğin bir önemi yoktur. Gerçek amaç, minimum varlık düzeyiyle manevi zenginliği sağlayabilmektir. Gandi ve Lenin gibi tarihi kişiliğe sahip önemli liderler de sade yaşam tarzını benimseyen, uygulayan ve bu yaşam tarzını yaymaya çalışan bireyler arasında yer almıştır (Gregg, 1936; Elgin, 1981, s.46).

Gönüllü sadelik felsefesinin izleri, dünyadaki din ve felsefelere, daha sonra 19. yüzyılda Amerikalı yazar, düşünür ve çevreci Thoreau'nun yeterlilik ve basitlik ideallerine kadar izlenebilir (Alexander, 2011b, s.3; Hamilton, 2003, s.6). İnsan varlığının doğadan ayrılmazlığını savunan Henry David Thoreau insanın hayatını basitleştirdiği sürece, evrenin daha az karmaşık görüneceğini, yalnızlık ve fakirlik gibi kavramların değişerek insanın görünmez sınırlılıklarından arınacağını ifade etmektedir (Thoreau, 2020, s.346). Thoreau'nun

vizyonu, resmi meşruiyetini 1936'da sosyal filozof R. Gregg'in sade yaşam kavramını tanımlayıp "gönüllü sadelik" adını tanıtmasıyla bulmuştur (Zavestoski, 2002, s.149-165). Gönüllü sadelik yaşam tarzı kavram olarak ilk kez Gregg tarafından yazılan makale ile ortaya konmuştur. Gandhi'nin öğrencisi olan ve onun yaşam felsefesini örnek alan Gregg, *Visva-Bharati Quarterly* adlı Hint dergisindeki makalesinde gönüllü sade yaşam tarzı tanımını "dış dağınıklaktan kaçınma" olarak yapmıştır (Elgin, 1993, s.91). Gregg gönüllü sadeliği, "bireyin yaşamında anlamı olmayan eşyalar yığını yok etmesi, aynı zamanda dürüst, sade, samimi bir hayat felsefesini benimsemesi" olarak açıklamıştır (Huneke, 2005, s.529).

Tarihsel süreçte birçok toplum ve inanışta sade yaşam sürmeye yönelik uygulamalar görülmektedir. Türk tarihinin kültürel geçmişi içinde, günümüz modern toplumundan yüzyıllar önce varlığını oluşturmuş bir düşünce sistemi olan Ahilik Türk kültüründe, gönüllü sadelik uygulamalarına verilecek örneklerden biridir. Ahilik, 13. yüzyıla uzanan, Selçuklu-Osmanlı döneminde yüzyıllarca yaşamış, temeli Türk ve İslam kültürüne dayanan bir yaşam biçimidir. Ahilik sistemi dini, manevi, ahlaki, ekonomik ve ticari bir sistemler bütünüdür. Ahilik sisteminin temelinde insancılık yer alır. Ahilikte yardımlaşma ve dayanışma olması, israftan kaçınmak, doğaya sahip çıkmak, bireysel gelişime önem vermek, malın, servetin, kazancın ancak daha üstün bir amacın gerçekleşmesine aracı olduğu zaman bir anlam taşıdığını bilmek, tüketimde aşırıya kaçmaktan kaçınmak, tüketicinin korunması için çaba harcamak, bireyde gizli kalmış yetenekleri açığa çıkarmak, kendini bilme ve kendinde olmak, kanaat sahibi olmak, ani tepkilerden kaçınmak, aşırı hazdan uzak durmak esastır (Örs, 2016, s.281). Bu özellikleri ile ahilik felsefesi gönüllü sadelik yaşam tarzı ile örtüşmektedir.

3. GÖNÜLLÜ SADELİK YAŞAM TARZI BOYUTLARI VE TEMEL DEĞERLERİ

Elgin ve Mitchell (1977) gönüllü sadelik yaşam tarzı temelinde beş değer yer aldığını belirlemiştir. Bu değerlerin alanyazında birçok çalışmada temel belirleyici olarak kullanıldığı görülmektedir (Elgin, Mitchell, 1977, s.4; Leonard-Barton, 1981, s.243; Shama & Wisenblit, 1984, s.233; Etzioni, 1998, s.630; Huneke, 2005, s.539; Craig-Lees, Hill, 2002, s.206; Zavestoski, 2002). Shama (1981), Elgin & Mitchell 'in geliştirdiği temel boyutlara ek olarak "Uygun Teknoloji" yani ürünlerin kullanılabilirliğini artıracak ve enerji tüketimini azaltacak de eklemiş gönüllü sadelik yaşam tarzını maddi sadelik, kendine yeterlilik, ekolojik farkındalık, insancıl ölçek, kişisel gelişim, uygun teknoloji olarak altı temel boyutta toplamıştır (Shama, 1981, s.126).

3.1.Maddi Sadelik (Tüketmeme Odaklı Tüketim)

Modern çağın “mutluluk için tüketim” kültürünün aksine “Daha az aslında daha çoktur-Less is more” felsefesine dayalı bir hareketi temsil eden gönüllü sadelik, kaynak kullanımını en aza indirerek ve maddecilikten uzak bir bakış açısıyla mutlu olunabileceğini savunmaktadır (Huneke, 2005, s.528).

Gönüllü sadelik anlayışının temel değerlerinden biri olan maddi sadelik, daha azla yetinerek bireyin yaşamını materyalist açıdan sadeleştirmesini ifade etmektedir. Hem bireysel hem de tüketici olarak hayatı sadeleştirmek, daha az ya da ihtiyaç duyulan kadar satın almak, aşırı tüketimden kaçınmaktır (Shama, 1981, s.126). Sayısal olarak az kullanmayı önerir. Ancak, ucuz tüketimle eş anlamlı değildir. Bireyin kendi yaşam tarzıyla ilgili harcamalarının sahip olduğu gelirle orantılı olmasıdır. Maddi sadelik, daha ucuz olma şartı barındırmadan daha az mal ve hizmet tüketmeyi içermektedir. Tüketilen ürünlerin kaynak bakımından verimli, uzun ömürlü, kitlesel üretilmemiş ve daha doğa dostu olmaları önemlidir (McDonald, Oates, Young & Hwang, 2006, s.516).

Maddi sadeliğin özünde dört tüketim ölçütü yer almaktadır:

- Satın aldığım ya da sahip olduğum şeyler özgüvenime, yaşama dahil olma düzeyime ve faaliyetlerime katkı sağlıyor mu? Yoksa üzerimde dirençsizlik ve bağımlılık mı oluşturuyor?
- Tüketim alışkanlıklarım temel ihtiyaçlarımı karşılamaya yönelik mi? Yoksa gerçekten ihtiyacım olmayan şeyleri de satın alıyor muyum?
- Sahip olduğum işim ve yaşam tarzım, taksitlerimi, bakım ve tamir hizmetlerini ve diğer bireylerin beklentilerini karşılamama ne kadar katkı sağlıyor?
- Tüketim davranışlarımın, diğer bireyler ve yeryüzü üzerindeki etkilerini hesaba katıyor muyum? (Elgin & Mitchell, 1977, s.4).

Yukarıda yer alan sorulara verilecek cevaplar, gönüllü sadeliğin hangi ölçüde sağlandığını ortaya koyacak niteliktedir. Tüm ölçütler doğrudan ya da dolaylı bir biçimde tüketim kalıplarıyla ilişkilidir. Maddi sadelik kavramı hem tüketimin çevreye etkisi üzerine hem de iyi bir yaşamın anlamı üzerine sorgulamalara ilişkin bir boyut olarak düşünülebilir.

3.2. Kendine Yeterlilik-Belirleyicilik (Otonom, Kişisel hayat ve tercihleri üzerinde bireyin kontrolü ele alması)

Kendine yeterlilik, kendi yolunu belirleme, kendi yaşamını daha fazla kontrol altına alma ve kurumlara daha az bağımlı kalma isteği olarak açıklanmaktadır. Bireyin kendi gelişimi için

gereken geniş zaman ve yaratıcılığın oluşumuna yine bireyin karar vermesi olarak görülmektedir.

Barton & Rogers (1979, s.28) kendine yeterliliği “bireyin günlük faaliyetlerindeki doğrudan kontrol derecesini en yüksek düzeye, tüketim ve bağımlılık düzeyini ise en düşük düzeye getirecek bir yaşam tarzı” olarak tanımlamıştır. Tüketici olarak bireylerin, tüketim toplumunun eylemlerini sorgulamadan takip etmemesi, kendine özgü tüketici davranışını sergilemesidir.

Kendine yeterlilik, süpermarket ya da finansal kuruluşlara olan bağıllığı en aza indirmek anlamına gelirken, birey medya ve başkalarının fikirlerine göre değil, bireyin kendi fikirlerine göre hareket etmesini, kendi kendine üretme eğilimini içerir. Bireyler, kendi enerji sistemlerini üretmek, alışverişlerde kredi kartı kullanmamak ve bir bankaya borçlanmamak gibi davranışlar sergilemektedir (Craig-Lees & Hill, 2002, s. 205). Bu değer kendi tamir işlerini yapma, dikiş dikme, gıdayı satın almak yerine evde yapma, gibi her türlü üretimi gerçekleştirerek fiziksel ve ruhsal bağımlılık derecesinin en aza indirgenmesini amaçlamaktadır (McDonald vd., 2006, s.516).

3.3. Ekolojik Farkındalık (Doğaya saygı ve insanın doğaya bağlılığının anlaşılması)

Gönüllü sadelikte temel değerlerden biri olan doğaya uyum ile yaşamayı esas alan ekolojik farkındalığın temelini kaynakları koruma, atık ve kirliliği azaltma ile doğanın korunması oluşturmaktadır (Shama, 1985, s.58). Çevre sorunlarının gün geçtikçe çoğalmasıyla birlikte bireylerdeki çevre bilinci artmaya başlamıştır. Birey kendisi ve kaynakların karşılıklı olarak bağımlı olduğu bilinciyle hareket etmektedir (Örs, 2016, s.275). Çevre sorunları karşısında bireyler, yaşam tarzlarını değiştirerek çevreye verilen zararı en az düzeye indirmeye çalışmaktadır. Değişen yaşam tarzı, tüketim alışkanlıklarına da yansımış, bireyler satın alma anında doğaya en az zarar veren veya verdiği zararı telafi eden ekolojik duyarlılığa uygun firmaları ve ürünlerini tercih etmeye başlamıştır (Kuduz & Zerenler, 2013, s.73).

Bu yaşam tarzını tercih ederek ekolojik farkındalığı olan bireyler genellikle toplu taşıma, bisiklet, yürüyüş gibi ulaşım olanaklarını kullanmaktadır. Otomobil kullansalar bile daha az gösterişli, daha az enerji tüketen ve çevreye daha az zarar veren araçları tercih etmektedir. Gönüllü sade yaşam tarzını benimseyen bireyler geri dönüşüme önem verme, doğa dostu ürünler kullanma, çevreye karşı daha sorumlu hareket etme eğilimi göstermektedir (Ballantine & Creery, 2010, s.51).

Ekolojik farkındalık ile kaynakların bilinçli bir şekilde tüketilmesi, gelecek nesillere daha yaşanabilir bir dünya bırakılması amaçlanmaktadır. Bu nedenle gönüllü sade yaşam tarzı,

sadece insanların değil, aynı zamanda yeryüzünde yaşayan tüm canlıların geleceğine ve doğal yaşam alanlarına karşı sorumlu olma bilincini aşılacaktır.

3.4. İnsancıl Ölçek (Küçük güzeldir)

Önceliği insana veren bir ekonomi anlayışı olan insancıl ölçek daha küçük ölçekli kurum ve teknolojiye yönelme isteğidir. İnsanın doğası daha küçük, temel ve karmaşık olmayan çalışma ve yaşam çevresine uyumludur (McDonald vd, 2006, s.516).

Yeşil düşüncenin vazgeçilmez ilkelerinden biri olan “Küçük Güzeldir” Budist ekonominin savunucusu E.F. Schumacher’in kavramsallaştırdığı bir anlayıştır. Küçük güzeldir (Schumacher, 1973) toplulukların ve kurumların organizasyonunda insan ölçeğinin tercih edilmesini ifade etmektedir (Gopaldas, 2007, s.292). Schumacher, ekonomik ve toplumsal ilişkilerde, Amerikalı sosyolog Lewis Mumford (1967)’in tarif ettiği megamakineye karşı doğaya ve insana yakın ölçeği, üretimde, tüketimde ve toplumsal yapıda kolay erişilebilir küçüklükteki yapıları savunmaktadır. İnsanlar ancak küçük, kavranabilir gruplar içinde kendilerini bulabilir. Tüketim, insanın mutluluğu ve iyiliği için araç olmalıdır. Schumacher’e göre, araçların amaçlardan daha ön planda tutulması, insan özgürlüğünü ve gelişimini önleyen bir durumdur (Schumacher, 1989, s.82, İnanç & Özkan, 2016, s.416).

Gönüllü sadelik yaşam tarzının öncülerinden olan Shama (1981, s.126) da insancıl ölçeği, kişinin yaşamını ve çalışma ortamını küçültmesi ve insanileştirmesi olarak ifade etmektedir. Bu ifade “Küçük Güzeldir” anlayışına yer açmakta ve büyük alışveriş merkezleri, mağazalar, çok katlı binalar yerine daha çok kişisel, küçük ortamların tüketiciler tarafından tercih edilmesini ifade etmektedir.

İnsancıl ölçek, kontrolü kolaylaştıran ölçeği uygulamaktır. Karmaşık ve büyük her türlü yaşam alanına, kuruluş ve nesnelere olan tercihi reddeder ve daha insancıl koşulların yerine getirilmesini önerir. Yapılar, kurumlar ne kadar büyürse kontrol etmek de o kadar zorlaşmaktadır. Bu nedenle gönüllü sadelik yaşam tarzında ihtiyacı temel almak, daha kolay kontrol edilebilir yaşam ve çalışma alanları oluşturmak, insan ilişkilerinin daha sıcak ve güzel olması önemlidir. Büyük kuruluşlar ve içinde oturanların birbirine benzediği kalabalık konutlar yerine, sosyal ilişkilerin yoğun olabileceği ölçekleri önermektedir. Böylece, paylaşılmış katkı ve sorumluluk duyguları yaşanabilecek, mutluluğun metada değil insan ilişkilerinde olduğunun farkına varılacaktır.

3.5. Kişisel Gelişim (Bireyin iç dünyasını zenginleştirmesi ve kendini keşfetmesi)

Gönüllü sadelik, odağını maddi tüketimden kişisel ve içsel gelişim gibi maddi olmayan değerlere kaydırmayı gerektirir (Kronenberg & Iida, 2011, s.70). Gönüllü sadeliğin temel değerlerinden olan kişisel gelişim, iç (manevi) huzura erişmenin en kolay yolu olarak görülmektedir. Kişisel gelişim bireyin kendini dış dünyanın karmaşasından kurtararak daha çok içsel yaşamına değer vermesi, ruhani ve psikolojik açıdan kendini geliştirmesidir (Shama, 1985, s.58). Pratik, yaratıcı veya entelektüel becerilerin geliştirilmesi kaygısını da ifade etmektedir (McDonald vd., 2006, s.516). Kişisel gelişim sağlık ve sağlıklı yaşam tarzının motive edilmesi, gelişmiş kişilerarası ilişkiler, artan benlik saygısı ve özgüven ile uygulayıcıların refahına katkı sağlayabilecek bir değerdir (Kronenberg & Iida, 2011, s.70).

Meditasyon, ibadet ve pozitif enerji yönetimi gibi yöntemler bireylerin iç dünyasını geliştirmesine yardımcı olur (Odabaşı, 2017, s.224). Aile ile daha fazla vakit geçirmek, farkındalıklar üzerine bir yaşam, meditasyon, spor, yoga kişisel gelişim yönünde yerine getirilen bazı eylemlerdir (Alexander & Ussher, 2012, s.76). Kişisel gelişime önem veren bireyler dini bir sosyal kabul olarak görmeyen içsel olarak dini inancını yaşayan bireylerdir (Chowdhury, 2018, s.166). Bu bireyler bilişsel ve fiziksel faaliyetlere, ilişkilere daha fazla zaman ayırır, evde üretim yapmayı tercih eder ve sigara gibi kişisel gelişim ve sağlığına zarar veren maddeleri kullanmaktan kaçınır (Elgin, 1993, s.401; Grigsby, 2004, s.128).

3.6. Uygun Teknoloji (Ürünlerin fonksiyonelliğini artıracak ve enerji tüketimini azaltacak teknolojiler)

Shama (1981), Elgin & Mitchell 'in geliştirdiği temel değerlere ek olarak "Uygun Teknoloji" başlığı altında bir değer daha eklemiştir. Buna göre otomatik uygulamalara dayalı yüksek teknoloji kullanımı yerine daha fonksiyonel, verimli ve tasarruflu teknolojiler kullanmak esastır. Bu değere göre ürünün fonksiyonelliği şeklinden daha önemlidir. Enerji ve zaman tasarrufu sağlayan programlara sahip bulaşık ve çamaşır makinesi kullanmak, güneş enerjisi teknolojilerinden faydalanmak, tasarruflu lamba, yakıt tasarruflu, çevreye zarar vermeyen arabalar, yeni teknolojilerden doğru bir şekilde faydalanmak günümüzde kısıtlı olan zaman ve enerjimizde de tasarruf sağlayacaktır. Bu nedenle teknolojiyi etkili ve verimli bir biçimde kullanan ürün ve hizmetler, yeni pazarlama fırsatları olarak da görülmektedir (Shama, 1985, s.58).

Bu altı boyutta görüldüğü gibi gönüllü sadelik teknolojiyi reddetme, yoksulluğu benimseme gibi düşüncelerden oluşmamaktadır. Bu yaşam tarzı, daha az tüketimi ve çevreye uyumlu, dost

teknolojileri savunmaktadır. Aslında sade yaşam, tüketimi nasıl gerçekleştireceğini iyi bilmek ve gönüllü sade yaşam tarzı ile mutluluğu keşfetmektir (Alexander, 2011a, s.133).

4. GÖNÜLLÜ SADELİK YAŞAM TARZINI BENİMSEYEN GÖNÜLLÜ SADELERİN ÖZELLİKLERİ VE GÖNÜLLÜ SADELERİN TÜRKİYE'DEKİ BAZI UYGULAMALARI

Gönüllü sadeliği benimseyenler; etik kaygılar, yeşil tüketim veya toplumsal gelişim gibi nedenler ile motive olmaktadır (Oates vd., 2008, s.352). Gönüllü sadeleştiriciler psikolojik ihtiyaçlara uyumlu uğraşlar bularak, temel ihtiyaçları karşılandığı sürece gösterişçi tüketimden vazgeçerler. Bireyler daha huzurlu ve daha anlamlı bir yaşayış ve haz odaklı yaşamın bireyler ve çevre üzerindeki olumsuz etkisini azaltabilmek için gönüllü olarak sadeliği benimsemektedir. Gönüllü sadelik, mal ve hizmetlerin tüketiminin azaltılması ve bireylerin kişisel refahı için değişiklik arayışını azaltan bir hayat tarzı seçimidir. Toplumun büyük bir kısmı, maddi değerlerin stres, mutsuzluk ve amaç eksikliğini gideremediğinin farkına varmakta ve manevi ihtiyaçlar ile benlik saygısının tüketim yoluyla karşılanamayacağını itiraf etmektedir (Zavestoski, 2002, s.149).

Araştırmalar (Leonard-Barton, 1981; Elgin & Mitchell, 1977; Iwata, 1999) gönüllü sade yaşamı tercih eden bireylerin kendi yaşamlarının kontrolünü elinde tutan, kendini gerçekleştirmeyi önemseyen, hümanist, çevreci, kişisel gelişim, eğitim ve becerilere önem veren özellikler sergilediklerini ortaya koymuştur. Basit yaşam felsefesini benimseyen gönüllü sadelikçiler arta kalan zaman ve enerjiyi maddi olmayan tatmin kaynaklarına yönlendirip kendilerini manen zengin ve mutlu ilan ederken, yüksek düzeyde psikolojik ve ruhani potansiyele ulaşma çabasıdadır. Duygularına ve yaşadığı dünya içindeki yakın ilişkilere odaklanmıştır. Doğal çevresi ve bireyler üzerindeki etkilerinin daha fazla farkındadır, kontrollüdür (Kronenberg & Iida, 2011, s.67).

Gönüllü sadelikçiler iklim değişikliğine karşı kişisel ve toplumsal düzeyde çaba sarf ederler, kullandıkları enerji ve kaynak miktarını önemli ölçüde azaltarak enerjinin doğal hayata etki etmeyecek şekilde güneş ve su gücünden sağlanmasını istemektedirler (Bayraktar & Biçer, 2009).

Gönüllü sadelik yaşam tarzında çalışmak ve dinlenmek eşit derecede önemlidir, zaman konusunda tutumlu olmak, para konusunda tutumlu olmak kadar önemlidir. Gönüllü sadelik, neşe getiren aktiviteleri seçmek ve mutsuzluk getiren aktiviteleri azaltmak ile hayatı manen zenginleştirir ve dengeyi teşvik eder (<https://thetinylife.com/voluntary-simplicity/>).

Bu yaşam tarzı, daha yavaş bir tempoda yaşamaya ve daha az tüketmeye odaklanmaktadır. Genellikle bireyler, daha az stresli bir yaşam sürmek için işlerini bırakarak veya daha az kazançlı işlere geçerek vites küçültme yapmaktadır. Vites küçültenler, hayatlarında uzun vadeli gönüllü basitliği benimseyen, ekolojik ayak izlerini azaltmak için daha az tüketim yapan, hedeflerini gerçekleştirirken düşük gelir ve tüketim seviyesini bilinçli olarak kabul eden bireylerdir (Etzioni,1998, s.622). Bu hareket paylaşmayı, bir şeyler ödünç almayı ve bu arada sosyal bir bağ kurmayı önermektedir. Tüketim paranın yanı sıra zaman da çalmaktadır. Daha az çalışarak elde edilen zaman daha fazla para kazanmaktan önemli görülmektedir. Daha fazla denge, daha fazla kişisel tatmin ve aile ile daha fazla zaman geçirme isteği bireylerin motivasyonunu sağlamaktadır. Ortalama bir Amerikalı alışverişe haftada altı saat harcamaktadır. Vites küçültme hareketinde önerilen bu zamanı kişinin kendisine ve ailesine harcamasıdır (Hamilton, 2003, s.5; Jackson 2008, s. 53).

Craig-Lees & Hill'in Avustralya'daki gönüllü ve gönüllü olmayan sadeleştiriciler üzerine yaptığı çalışmada, her iki gruba da sahip oldukları eşyalar, yaşam tarzları ve tüketim alışkanlıkları hakkında sorular yöneltilmiştir. Gönüllü sadelik yaşam tarzını benimseyenlerin satın alma davranışlarını güdüleyen üç önemli faktör keşfetmişlerdir. Bunlar; çevrecilik, maneviyat ve öz yönelimdir. Çevrecilik ve maneviyatla güdülenen bireylerin ikinci el eşya kullanımı öz yönelimli bireylere göre daha fazladır. Öz yönelimli bireyler de harcamalarını azaltmaya odaklanarak ucuz ürünleri tercih etmektedirler (Craig-Lees & Hill, 2002, s.206).

Gönüllü sadeleştiriciler tüketimin etik ve/veya çevresel özelliklerini dikkate alan ve adil ticaret ürünleri satın almak ve geri dönüşüm uygulamak gibi davranışları teşvik eden bireyler olarak ifade edilmektedir (McDonald vd., 2006, s.523). Benzer şekilde bu bireyler, haftalık süpermarket alışverişlerinde eşdeğer ürünlerle ikame ettikleri adil ticaret ürünlerine yönelmektedir (McDonald vd., 2006, s.522).

Gönüllü sadeliği tercih eden bireyler yavaş yaşam felsefesinin benimsendiği, doğal kaynakların korunduğu, yerel ürünlerin desteklendiği, çevre dostu uygulamaların yaygınlaştırıldığı sade yaşam için yavaş şehirler "Citta Slow", kurmaya çalışmaktadır (Özmen & Can, 2018, s.91). Gönüllü sadelikçiler 1989'da İtalyan aşçıların öncülüğünde "fast food" (hızlı hazır yemek) kavramına karşı başlatılan ve bütün dünyaya yayılan "slow food" hareketini de benimsemekte ve uygulamaktadır. Bu hareketin en önemli amacı, Amerikan tarzı yaşam ve bu yaşamın sembolü olan "Fast Food" uygulamasının ortadan kaldırılması, bunun yerine ev tarzı yerel yemeklerin konulması ve her geçen gün kaybolan, unutulmuş yemek kültürünün yeniden canlandırılmasıdır. (www.citta-slow.com). Slow food uygulamasına benzerlik gösteren yerli

beslenme kültürüne ülkemizde verilebilecek bir örnek “sefer taşı hareketi” dir. Mart 1999’da gazeteci Ümit Sinan Topçuoğlu ve iş adamı Nadir Güllü tarafından başlatılan “Sefer Taşı Hareketi’nin kuruluş amacı, endüstriyel hızlı hazır yemek (fast food) zihniyetinin, geleneksel yemek kültürleri üzerindeki, toplum ve yaşam üzerindeki olumsuz etkilerine bir tepki vermek ve toplumu bilinçlendirmektir (Sırım, 2012, s.119).

Ayrıca 2013 yılında Türkiye’de kurulan Özgür Dönüşüm adlı grup Facebook sosyal ağ sitesinde kurulmuş bir platformdur. Eşyaların ücretsiz el değiştirmesine aracılık eden; çevre, kent ve hayvan hakları temelli, kaynakların verimli kullanımına katkı sağlayan, fazla ve gereksiz tüketim karşıtı bir geri dönüşüm platformu olarak faaliyetini sürdürmektedir. “Grubun amacı kullanılmayan farklı türdeki eşyanın bireylere grup sayfası üzerinden hediye ederek, gereksiz tüketimi-üretimi azaltmak, çevre kirliliğini en aza indirmek ve ihtiyaç dışı eşyaları değerlendirerek toplumsal refaha katkı sağlamaktır (ozgurdonusum.org).

Türkiye’deki sade yenilikçilerin bir topluluğu olan “Süslü Kadınlar Bisiklet Turu” topluluğun uygulamaları, ilk kez 22 Eylül 2013’te İzmir’in Konak Meydanı’nda “dünya otomobilsiz kentler günü” kapsamında Sema Gür öncülüğünde başlatılmış bir çevreci kadın hareketidir. Bu turun amacı, bisiklet ve çevre teması ile bisiklet politikalarının yaygınlaştırılmasını sağlamak ve fazla araç kullanımı sırasında ortaya çıkan karbon monoksit ile havanın kirlenmesine engel olmaktır.

Etik Kurul Onayı

Bu araştırmanın kavramsal çerçevesinin hazırlanması, verilerin toplanması, verilerin analizi ve yorumlanması aşamalarının tamamında etik kurallara uygun hareket edilmiştir. Karşılaşılabilecek tüm etik ihlallerde ANKAD Dergisi Yayın Kurulunun hiçbir sorumluluğu bulunmamaktadır. Bu çalışmanın ANKAD Dergisi dışında herhangi bir akademik yayın ortamına değerlendirme için gönderilmemiş olduğunu taahhüt ederiz. Yapılan bu çalışmada “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” kapsamında uyulması belirtilen tüm kurallara uyulmuştur. Yönergenin ikinci bölümü olan “Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiğine Aykırı Eylemler” başlığı altında belirtilen eylemlerden hiçbiri gerçekleştirilmemiştir.

KAYNAKÇA

Alexander, S. (2011a). The voluntary simplicity movement: reimagining the good life beyond Consumer Culture. University of Melbourne. *International Journal of Environmental Cultural Economic and Social Sustainability*, 7(3), 133-150.

Alexander, S. (2011b). *Property beyond growth: toward a politics of voluntary simplicity*. University of Melbourne.

- Alexander, S. & Ussher, S. (2012). The voluntary simplicity movement: a multi-national survey analysis in theoretical context. *Journal of Consumer Culture*, 12(1), 66–86.
- Arnold, J.M. & Reynolds, K.E. (2003). Hedonic shopping motivations. *Journal of Retailing*, 79, 77-95.
- Ballantine, P.W. & Creery, S. (2010). The consumption and disposition behaviour of voluntary simplifier. *Journal of Consumer Behaviour An International Research Review*, 9(1), 45-56.
- Banger, G. (2023). Sade Yaşam Sürdürülebilir Tüketim, <https://www.istikbalgazetesi.com/makale/sade-yasam-surdurulebilir-tuketim-258158>, Erişim: 11.Mayıs.2023
- Barton, L. & M. Rogers. (1979). Voluntary simplicity. *Advances in Consumer Research*, 7, 28-34.
- Barut, D. & Güneş, S. (2018). Gösterişçi tüketimin nedenleri ve mobilya firmalarının gösteriş üzerine geliştirdikleri algı. *International Journal of Academic Value Studies (Javstudies)*, 4(18), 81-88.
- Bayraktar, N. & Biçer, B. (2009) Yeni Aktüel, Sayı:197 <http://www.gidahareketi.org/Sunulana-Inat-Bambaska-Bir-Hayat-405-haberi.aspx>.
- Buğday, B. E. & Babaoğul, M. (2016). Bilinçli tüketim kavramının boyutları: bilinçli tüketim davranışının yeniden tanımlanması. *Sosyoekonomi Dergisi*. 24(30), 187-206.
- Buğday, E.B. (2015). *Bilinçli Tüketici Ölçeği Geliştirme Çalışması*. Yayınlanmamış Doktora tezi. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ankara.
- Burgiel, A., Sowa, I. & Zrałek, J. (2015). Voluntary simplicity - sustainable alternative to overconsumption. *Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach. Polityki Europejskie*, 13(62), 18-29.
- Cengiz, H. & Torlak, Ö. (2021). Investigating the demographics and behavioral characteristics associated with voluntary simplicity lifestyles in a developed and a developing country: a comparison between US and Turkish simplifiers. *Global Business Review*, 22(1), 119-131.
- Chowdhury, R. M. (2018). Religiosity and voluntary simplicity: the mediating role of spiritual well-being. *Journal of Business Ethics*, 152(1), 149-174.
- Craig-Lees, M. & Hill, C. (2002). Understanding voluntary simplifiers. *Psychology and Marketing*, 19(2), 187-210.
- Elgin, D. (1981). *Voluntary simplicity: toward a way of life that is outwardly simple*. Inwardly Rich. William Morrow and Company. New York.
- Elgin, D. (1993). *Voluntary simplicity: toward a way of life that is outwardly simple*. Inwardly Rich. New York: William Morrow and Company Inc.
- Elgin, D. (2013). Voluntary simplicity – a path to sustainable prosperity. *Social Change Review*, 11(1), 69-84.
- Elgin, D. & Mitchell, A. (1977). Voluntary Simplicity. *The Co-Evolution Quarterly. Planning Review*, 5(6), 1-40. <https://duaneelgin.com/>
- Etzioni, A. (1998). Voluntary simplicity: characterization, select psychological implications, and societal consequences. *Journal of Economic Psychology*, 2004(19), 619-643.

- Gopaldas, A. (2007). *Voluntary simplicity, downshifting and the market mythology of simple living*. European Advances in: Consumer Research, 8, pages, 291-292, <https://www.acrwebsite.org/volumes/14054/eacr/vol8/E-08>.
- Gregg, R. (1936). *Voluntary simplicity*. Visha-Bharati Quarterly. Reprinted in Manas in 1974.
- Grisby, M. (2004). *Buying time and getting by: the voluntary simplicity movement*. Albany, NY: Suny Press.
- Hamilton, C. (2003). *Downshifting in Britain: A sea-change in the pursuit of happiness*. The Australia Institute. Discussion Paper Number 58.
- 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* 22 (7), 527-550.
- Iwata, O. (1999). Perceptual and behavioral correlates of voluntary simplicity lifestyles. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 27(4), 379-386.
- İnanç, H. & Özkan, A. (2016). Ekolojik görüşler ve idarenin yeniden yapılandırılması. *Akademik Bakış Dergisi*. Eylül- Ekim 57: 404-420.
- Jackson, T. (2008). *The Challenge of Sustainable Lifestyle* (Chapter 4), 2008 State of the World: Innovations for a Sustainable Economy, 2008(4):45-60, The Worldwatch Institute.
- Johnston, T.C. & Burton, J.B. (2003). Voluntary simplicity: definitions and dimensions. *Academy of Marketing Studies Journal*, 7(1), 19-36.
- Kasser, T. (2002). *The High Price of Materialism*. Cambridge. MA: MIT Press.
- Kronenberg, J. & Iida, N. (2011). Simple living and sustainable consumption. *Problems of Sustainable Development*, 6(2), 67-74.
- Kuduz, N. & Zerenler, M. (2013). *Yeşil Pazarlama*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Leonard-Barton, D. (1981). Voluntary simplicity lifestyles and energy conservation. *Journal of Consumer Research*, 8(3), 223-234.
- McDonald, S., Oates, C.J., Young, C.W & Hwang, K. (2006). Towards sustainable consumption: researching voluntary simplifiers. *Psychology and Marketing*, 23(6), 515-534.
- Mumford, L. (1967). *The Myth of the machine: technics and human development*. Harcourt. New York City.
- Oates, C., McDonald, S., Alevizou, P., Hwang, K., Young, W. & McMorland, L. (2008). Marketing sustainability: use of information sources and degrees of voluntary simplicity. *Journal of Marketing Communications*, 14(5), 351-365.
- Odabaşı, Y. (2017). *Tüketim kültürü*. İstanbul: Aura Yayınları.
- Örs, H. (2016). Gönüllü sadeliğin tarihteki uygulamaları. *Journal of Management. Marketing and Logistics-JMML3*(3):271-283. DOI: 10.17261/Pressacademia.2016321983
- Özgül, E. (2011). Tüketicilerin sosyo-demografik özelliklerinin hedonik tüketim ve gönüllü sade yaşam tarzları açısından değerlendirilmesi. *Ege Academic Review*, 11(1), 25-38.
- Özmen, A. & Can, M.C. (2018). Cittaslow hareketi'ne eleştirel bir bakış. *Planlama*, 28(2), 91-101.
- Peyer, M., Balderjahn, I., Seegebarth, B. & Klemm, A. (2017). The role of sustainability in profiling voluntary Simplifiers. *Journal of Business Research*, 70(January, 2017), 37-43.

- Porritt, J. (1989). *Yeşil politika*. (Çev. Alev Türker). İstanbul: Ayrıntı
- Schumacher, E. F. (1974). *Small is beautiful*. London: Abacus Books.
- Schumacher, E.F. (1989). *Küçük güzeldir*. İstanbul: Cep Kitapları.
- Shama, A. & Wisenbirt, J. (1984). Values of voluntary simplicity: lifestyle and motivation. *Psychological Reports*, 55(1), 231-240.
- Shama, A. (1981). Coping with stagflation: voluntary simplicity. *Journal of Marketing Summer*, 45(3), 120-134.
- Shama, A. (1985). The voluntary simplicity consumer. *The Journal of Consumer Marketing*, 2(4), 57-63.
- Shaw, D. & Newholm, T. (2002). Voluntary simplicity and the ethics of consumption. *Psychology Marketing*, 19, 167-185.
- Sırım, V. (2012). Çevreyle bütünleşmiş bir yerel yönetim örneği olarak “sakin şehir” hareketi ve Türkiye’nin potansiyeli. *Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi*, 1(4), 119-131.
- Solomon, M. R. (2004). *Tüketici krallığının fethi*. (Çev.:S. Çetinkaya). İstanbul: Media Cat.
- Thoreau, H.D. (2020). *Walden*. (E.C. Ercan. Çev.). İstanbul: Zeplin
- Torlak, Ö. (2016). Tüketim. *bireysel eylemin toplumsal dönüşümü*. Genişletilmiş 2.Baskı. İstanbul: İnkılap Yayınları.
- Uygun, M. & Akın, D.A. (2018). Gönüllü sade yaşam tarzının alışveriş motivasyonları ve marka deneyimlerindeki rolü. *Business and Organization Research (International Conference)*. Safranbolu/Karabük 12th-14thSeptember:557-577, Erişim: 13. Mayıs.2023. http://indexive.com/uploads/papers/pap_indexive15948102112147483647.pdf.
- Ünsal, Ö. (2022). Sürdürülebilirlik ve yönetim sistemleri. Önce kalite. *Yeni Dünya Düzeninde Sürdürülebilirlik*, 31(198), 12-13.
- Zavestoski, S. (2002). The social–psychological bases of anticonsumption attitudes. *Psychology and Marketing*, 19(2), 149-165.
- Zralek, J. (2016). Challenges of sustainable consumption: voluntary simplicity as a social movement. *Handel Wewnetrzny*, 4(363), 361-371.
- www.citta-slow.com. (Erişim tarihi: 03 Nisan 2023).
- Ozgurdonusum.org. (Erişim tarihi: 10 Mayıs 2023).
- <https://thetinylife.com/voluntary-simplicity/>. (Erişim tarihi: 23 Kasım 2023)

Research Article

Alternatif Bir Yaşam Tarzı Olarak Gönüllü Sadelik

A Voluntary Simplicity as an Alternative Lifestyle

Şefika AKGÜL  & Aybala AKSOY 

EXTENDED ABSTRACT

Introduction

Voluntary simplicity is the conscious preference for a simple and modest lifestyle. This concept refers to avoiding unnecessary consumption habits, protecting natural resources and adopting a simple philosophy of life. Voluntary simplicity requires focusing on spiritual fulfillment rather than material wealth and questioning consumption habits. Individuals who adopt this type of life act sensitively to the environment and society by consuming more consciously and limitedly. It gives importance to personal development, human relations and inner peace. In this study, the concept, dimensions and values of "Voluntary Simplicity Lifestyle", the importance of which is increasing day by day, are mentioned. In addition, the characteristics of individuals who adopt voluntary simplicity and voluntary simplicity practices are briefly included.

Voluntary Simplicity Lifestyle Concept, Historical Development

Voluntary simplicity, which is an alternative lifestyle to materialist-based life, is a lifestyle that aims to be simple and brief in the outer world and rich and deep in the inner world. It is seen that voluntary simplicity, examples of which are seen in Roman and Ancient Greek civilizations, has been defended by many thinkers, scientists and religious leaders in history. Historical leaders such as Gandhi and Lenin are examples of leaders who practiced this lifestyle and tried to spread it in their countries. In the 19th century, the American writer, thinker and environmentalist Henry David Thoreau's voluntary simplicity practices and then the social philosopher R. Gregg's simple philosophy of life draw attention.

In the historical process, practices aimed at living a simple life are seen in many societies and beliefs. In the cultural background of Turkish history, the Ahi system carries the philosophy of voluntary simplicity.

Voluntary Simplicity Lifestyle Dimensions and Basic Values

Voluntary simplicity lifestyle is examined in six basic dimensions.

- Material simplicity (consumption focused on not consuming),
- Self-Sufficiency-Determinism (Autonomous, individual taking control of the personal life and preferences),
- Ecological Awareness (Respect for nature and understanding of man's commitment to nature),
- Humanistic Scale (Small is beautiful, human nature is compatible with the uncomplicated),

- Personal Development (Individual enriching his/her inner world and discovering himself/herself),
- Appropriate Technology (Technologies to increase the functionality of products and reduce energy consumption)

Individuals who adopt a voluntary simplicity lifestyle have a profile that keeps control of their own lives, cares about self-realization, is humane, environmentalist, gives importance to personal development, education and skills. Individuals who prefer voluntary simplicity adopt the philosophy of slow life and support the Slow Life (Citta Slow) and Slow Food movements. As an example of voluntary simplicity lifestyle movements in Türkiye; Food Container Movement, Free Transformation, Fancy Women Bicycle Tour. In the world and in Türkiye, the interest in such activities, which include behaviors suitable for voluntary simplicity lifestyle, continues to increase day by day.

Conclusion

Twenty-first century people have started to look for new ways of life that will be an alternative to the consumer society and materialistic lifestyle, and they have started to turn towards a "simple, creative and functional" life that includes "simplicity". It is important to increase scientific studies on voluntary simplicity lifestyle, which is expressed as an alternative lifestyle in the literature, and to raise awareness by bringing the issue to the agenda of policy makers, decision makers and consumers. In this direction, this study was carried out in order to contribute to the field. In the first part of the study, the concept of voluntary simplicity lifestyle is introduced with its historical development; In the second part, voluntary simplicity, lifestyle dimensions and core values are explained. In the last part, the characteristics of voluntary simples who adopt the voluntary simplicity lifestyle and some of the practices of voluntary simples in Türkiye are mentioned.