Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi

2020, 3(8): 608-623.

DOI: [10.26677/TR1010.2020.532](https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.532)

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org

KAVRAMSAL MAKALE

Örgüt Kültürünün Temel Unsurları ve Ahilik Kültürü*

Dr. Öğr. Üyesi İhsan CORA, Giresun Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Giresun,
e-posta: ihsan.cora@giresun.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5264-468X>

Öz

Müşterek insan faaliyetlerinin bir sistemi olan örgütler, içinde doğup büyüdüğü çevrenin bir ürünüdürler. Bu çevre her geçen gün giderek artan bir ölçüde değişmeye ve belirsizleşmeye başlamıştır. Sürekli değişen çevre şartları örgütlere bazen fırsatlar sunarken bazen de tehditler oluşturur. Bu makalenin amaçlarından birincisi bir örgütün başarısının temellerini oluşturan efsaneler, törenler, semboller, kahramanlar, mitler ve lisanın örgüt kültürünün ve başarısındaki önemini belirtmektir. İkincisi ise atalarımızın uygarlıklar yurdu Anadolu'da yüz yıllar önce kardeşlik temelleri üzerine kurdukları; sanatı güzel ahlakla bütünleştiren, emek ve sermayeyi barıştıran bir esnaf ve sanatkar örgütü olan ahilik örgütü ve ahilik kültürünün oluşmasında önemli bir yeri olan efsaneler, törenler, semboller, kahramanlar, mitler ve lisanı anlatmaktır. Buna ilaveten insanların canlı bomba olup kendilerini ve etrafındakileri öldürmeyi amaçladığı günümüzde insanı dünya ve ahirette mutlu etmeyi amaç edinen ahilik kültürüne ne kadar ihtiyacımız olduğunu belirtmektir.

*Bu makale yazarın Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Bölümü "Ahilik örgütünün Osmanlı toplumundaki yeri ve ahilik örgütü ilkelerinin günümüz esnaf ve zanaatkarlarına uygulanabilirliği" başlıklı yüksek lisans tez çalışmasından üretilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Ahilik Örgütü, Örgüt Kültürü, Örgüt Kültürünün Temel Unsurları.

Makale Gönderme Tarihi: 21.04.2020

Makale Kabul Tarihi: 03.08.2020

Önerilen Atıf:

Cora, İ. (2020). Örgüt Kültürünün Temel Unsurları ve Ahilik Kültürü, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 3(8): 608-623.

© 2020 Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi.

CONCEPTUAL PAPER

Basic Elements of Organizational Culture and Ahism (Ahilik) Culture

Assistant Prof. Dr. İhsan CORA, Giresun University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Giresun, e-mail: ihsan.cora@giresun.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5264-468X>

Abstract

Organizations, which are a system of common human activities, are the products of the environment in which they were born and raised. This environment has begun to change and become more and more ambiguous every day. While constantly changing environmental conditions sometimes offer opportunities to organizations, sometimes they create threats. The first purpose of this article is to point out the importance of legends, ceremonies, symbols, heroes, myths and language in organizational culture and success, which are the basis of an organization's success. The second is to explain the legends, ceremonies, symbols, heroes, myths and language that our ancestors founded on the foundations of brotherhood in Anatolia hundreds of years ago, which is an organization of artisans and craftsmen who integrate art with good morals and reconcile labor and capital, and which has an important place in the formation of ahism organization and ahism culture. In addition, it is to indicate how much we need a culture of ahism, which aims to make people happy in the world and the hereafter, where people aim to be live bombs and kill themselves and those around them.

Keywords: Culture of Ahism, Organizational Culture, Basic Elements of Organizational Culture.

Received: 21.04.2020

Accepted: 03.08.2020

Suggested Citation:

Cora, İ. (2020). Basic Elements of Organizational Culture and Ahism (Ahilik) Culture, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 3(8): 608-623.

© 2020 Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi.

GİRİŞ

Müşterek insan faaliyetlerinin bir sistemi olan örgütler, içinde doğup büyüdüğü çevrenin ürünüdürler. Bu çevrenin sürekli olarak gelişmesi ve gelişim doğrultusundaki değişimlere uyum sağlamak oldukça önemlidir. Sürekli değişen çevre şartları örgütlere bazen fırsatlar sunar bazen de tehditler oluşturur.

Örgütler, açık sistemlerdir ve yaşamlarını sürdürebilmek için çevreyle etkileşim içindedirler. Çevreden sağladıkları girdileri kullanıp gene çevreleri için çıktılar oluştururlar. Örgütler, amaçlarına ulaşabilmek ve gerekli girdileri tedarik edebilmek için kültürel çevreleriyle de ilişki içine girerler. Çevreden tedarik ettikleri girdiler arasında yer alan iş gücü, teknoloji ve bilgi çevre kültürünün izlerini taşır. Örgütün içeride oluşturduğu kültür de alt sistemleri aracılığıyla kültürel çevreyle ilişki kurar ve bu ilişki genelde uyum içinde gelişir (Sargut, 2015: 108).

Kültür; insan topluluklarının geçmişleri, yaşam ve üretim biçimleri, bunlarla ilgili gelişmeler ve sosyal ilişkileri ile ilgilidir. Bu açıdan kültür örgüt içinde çalışanları örgütün amaçlarına ve birbirlerine bağlayıcı bir rol oynar. Şayet kültür bu toplayıcı rolünü yerine getiremiyorsa zayıftır ve bu durumda insanların örgüte ve birbirlerine sadakatleri azalır. Örgüt şayet bir işletme ise çalışanlar sadece maddi çıkarları için örgüte katılmış olurlar. Bu nedenle kültürün örgüt amaç, karar, strateji, plan ve politikalarının oluşturulmasında ve başarısında önemli bir rolü vardır. Çünkü çalışanların inanç ve bağlılığı güçlü ve birbirine benzemektedir. Birbirine benzeyenler de güçlü bir grup oluşturur ve birbirine sadakatle bağlanırlar. Güçlü kültürlerin olduğu kuruluşların çalışanlarında güven duygusu, sadakat ve dayanışma artar kendilerini daha güçlü hissederler. O halde örgüt kültürü; örgüt üyelerinin paylaştıkları anahtar değerler, standartlar, normlar, inançlar ve anlayışlar topluluğu olarak tanımlanır (Eren, 1999: 328).

Örgütle çevre arasında karşılıklı etkileşim ve bağımlılık sebebiyle çevrede meydana gelen değişiklikler örgütleri de değişmeye zorlamaktadır. Bu nedenle örgütler; günümüz insanının geçmiş yıllarda olduğundan daha büyük öneme sahip fakat daha karmaşık boyutlar kazanmış bir sorundur. Çünkü örgütler, yüzyılımızın üniformasız orduları haline gelmişlerdir ve günümüzde dünya artık üniformaları ordulardan daha çok üniformasız ordularla işgal ediliyor (Gürdoğan, 1996: 138).

Diğer yandan bu makalenin yayına hazırlandığı günlerde dünya; önce Çin'in Wuhan kentinde ortaya çıkan ve daha sonra bütün dünyaya yayılan Koronavirüs (COVID-19) denilen ölümcül bir virüs salgınıyla karşılaştı. Virüs Çin'den sonra A.B.D., Almanya, İngiltere, Fransa, İtalya, İspanya, Rusya, İran, İsrail, Türkiye ve bütün dünyaya yayıldı. Yüz binin üstünde insan hayatını kaybetti. Ülkeler sınırlarını kapatıp kendi içine kapandılar. İnsanlar korkudan evlerinden dışarı çıkamadı, birçok ülkede sokağa çıkma yasağı ilan edildi. Bütün dünya şaşkına döndü. Amerika ve Avrupa Birliği ülkeleri ne yapacağını bilemez duruma geldiler. İngiltere kraliçesi sarayından alınıp daha güvenilir bir yere götürüldü. İngiltere Başbakanı Boris Johnson virüse yakalandı. Prens Charles'in testi pozitif çıktı. Alman Başbakanı Angela Merkel virüsten korunmak için garantine altına alındı. A.B.D. Başkanı Donald Trump kontrol yaptırarak kendine virüs bulaşmadığını dünyaya duyurdu.

Bütün bunların sebebi ancak mikroskopla görülebilen küçük bir virüs. Zerre kadar bir mikrop bütün dünyayı hiza ve istikamete soktu. Masum insanları acımasızca sömürüp onlara dünyayı yaşanmaz hale getiren gelişmiş ülkelerin yöneticileri ve onların silahları, uzun menzilli füzeleri, tankları, topları?! Hepsi küçük bir virüs karşısında yenik düştüler. Bu durum tarihte okuduğumuz bir karıncanın Firavunu, bir sivri sineğin Nemrut'u öldürmesini hatırlatıyor. Akıl sahiplerinin bu durumdan ibret alması gerekir.

Bu virüsün laboratuvarında üretilmiş insanları öldürmek için dünyaya yayılmış biyolojik bir silah olduğu fikri ortaya atıldığı bugünlerde, atalarımızın yüzyıllar önce Anadolu’da “kardeşlik” temelleri üzerine kurduğu ve insanı dünya ve ahirette mutlu etmenin yol ve yöntemlerini arayan ahilik örgütüne ne kadar ihtiyacımız olduğu görülüyor!.

Bu makalenin amaçlarından birincisi; bazılarının önemsiz ve basit konularmış gibi gördüğü fakat bir örgütün başarısının temel dinamiklerini oluşturması nedeniyle son derece önemli olan efsaneler, törenler, semboller, kahramanlar, lisan ve mitlerin örgüt kültürünün oluşumunda ki önemini belirtmektir. Bu noktanın önemini belirttikten sonra ikinci amacımız ise atalarımızın uygarlıklar yurdu Anadolu’da yüzyıllar önce kurup geliştirdikleri sanatı güzel ahlak ile süsleyen, emekle sermayeyi, işçi ile işvereni barıştıran ve kardeşlik temelleri üzerine kurulmuş esnaf ve sanatkar örgütü olan “ahilik örgütü” ve “ahilik kültürü” nün oluşumunda söz konusu bu efsaneler, törenler, semboller ve kahramanlar mitler ve lisanın etkisini araştırmaktır. Üçüncüsü ise ahiliğe sadece görevini tamamlamış ve tarihin karanlıklarına gömülmüş bir örgüt olarak bakmanın yanlış olacağını çünkü ahilik insanlığın her dönemine hitap edecek değerlere sahip çağlar üstü bir değerler sistemi olduğunu anlatmaktır. Çalışma tarihsel kaynaklardan araştırılmış nitel bir araştırmadır.

ÖRGÜTLER ve ÖRGÜT KÜLTÜRÜ

Örgütler, insanların çok farklı nitelikteki ihtiyaçlarını karşılar. Bu nedenle insanlar yaşadıkları sürece etrafları örgütlerle çevrili olacaktır. Bir örgütün ortaya çıkmasının en genel şartlarından biri karşılıklı yardımlaşma ve güçleri birleştirmedir. Dolayısıyla insanlar tek başına gerçekleştiremeyecekleri işler için diğer insanların yardımlarını istemekte ve onlarla iş birliği yaparak güçlerini artırıp amaçlarına ulaşmaya çalışırlar. Böylece ortak amaçlarını karşıladıkları gibi kişisel hedeflerinin de gerçekleşmesine katkıda bulunurlar (Dinçer ve Fidan, 1996: 375).

Örgütler, kendilerine hayat veren bir çevre içinde yaşarlar. Bu çevre son yıllarda giderek artan bir ölçüde değişmeye ve belirsizleşmeye başlamıştır. Örgütle çevre arasında karşılıklı etkileşim ve bağımlılık sebebiyle çevrede meydana gelen değişiklikler örgütleri de değişime zorlamaktadır (Dinçer, 1992: V).

Bazı örgüt teorisyenleri 1970’lerden önce örgütle ilişkili olarak kültür kavramından bahsetmişler ve örgütler içindeki alt kültürler üzerinde durmuşlardır. 1970’li yıllarda ise örgütsel davranış kültür ve kültürle ilgili diğer kavramlarla açıklamaya çalışmışlardır (Trice ve Beyer, 1984: 653). Kültür; işyerinde veya günlük hayatta insan davranışlarını etkileyen ve biçimlendiren bir olgu olarak tanımlanabilir (Sözen, 1980: 109). Örgüt kültürü ise paylaşılan inançlar, değerler, anlamlar bütünü olarak tanımlanır (Şişman, 1994: 58).

Yapılan araştırmalar başarılı işletmelerin belirgin ve güçlü kültürlerinin olduğunu göstermiştir (Kozlu, 1998: 63). İşletmeler için bulunan bu sonuç devletler için de geçerlidir. Kendi kültürüne sahip çıkan ve güçlü kültür oluşturan devletler de ileri gitmişler başka milletlerin kültürlerini taklit etmeye çalışan devletler ise geri kalmışlardır. Günümüzde bunun en güzel örneği Japonya’dır. Japon firmaları incelendiğinde bunların aralarında büyük benzerlikler olduğu görülür. Bu benzerlikler o kadar büyüktür ki adeta bir Japonya A.Ş. ‘den bahsedilebilir. Bu durum örgüt kültürünün yöresel bir değer ve çevre ile yakın ilişkisi olduğuna işaret eder (Üçok, 1989: 309).

Matsushita adındaki Japon işletmecisinin bir yöneticisi şöyle diyor: “Matsushita’nın yönetim felsefesi bizim için çok önemlidir. Bu felsefe Japonluğumuzdan taviz vermeden batı ülkelerindeki işletmelerin verimine ulaşmamızı sağlar. Belki Matsushita’nın en büyük zaferi batının akılcılığı ile doğunun maneviyatçılığını dengelemesidir (Kozlu, 1998: 57).

Bu değerler çalışanları bütünleştiren, motive eden, emir komuta akışındaki herhangi bir aksaklık durumunda onlara yol gösteren işletme kültürünün temelini oluşturur. Birçok Japon firması gibi insan eğitime çok önem veren Matsushita bu disiplini uzun ve çok yönlü bir eğitim programı ile sağlıyor. Nitekim üretim, muhasebe ve satış gibi bölümlerde çalışan yöneticilerin hepsi işe başladıktan sonra altı ay bilfiil satış yaparak veya hiç olmazsa bir perakende satış noktasında çalışarak ürünleri, müşterileri ve satış sürecini tanıyor. Sonra fabrikalardan birinin üretim hattında çalışıp üretim ortamını öğreniyorlar. Ayrıca sürekli olarak firmanın iş ilişkilerini, misyonunu ve yedi manevi değeri personele öğretiyorlar (Kozlu, 1998: 57).

Örgüt Kültürünün Temel Unsurları

Örgüt kültürünün temel unsurları şöyle sıralanabilir.

- Örgütsel semboller
- Efsaneler ve kahramanlar
- Törenler ve semboller
- Paylaşılan temel değerler, inançlar
- Mitler ve lisan.

A. Örgütsel Semboller: Semboller, ulusal kültür içinde olduğu kadar örgütsel kültür içinde de geniş bir yer tutar. Farklı biçimlerde kodlanmış özel anlamlar olarak örgütsel semboller örgüt üyeleri tarafından paylaşılan çeşitli kültürel öğelerin en kapsamlılarıdır. Bunlar; anlam zenginliği oluşturan heyecan uyandıran ve inançları eyleme sevk eden davranışsal ifadeler, çeşitli fiziksel nesneler olabilirler (Meek, 1998: 466). İnsanların yaşamında egemen olan toplumsal değerler ve normlar belli bir sembolle ifade edilmekte ve bu şekilde daha da belirgin bir hale gelmektedir. Bu sembol bir tören, bir ayin, bir işaret, bir jest, bir sözcük bir kişi vb. olabilmektedir (Tolan, 1983: 243). Bir örgütte sembollerin birtakım fonksiyonları vardır. Çünkü hem örgüt içindeki bireyler ve hem de örgüte yeni gelen bireyler örgütsel yaşamı ve bu yaşamdaki değerleri, inançları normları büyük ölçüde örgütsel semboller yoluyla öğrenirler. Bu nedenle örgütsel semboller örgüt üyeleri arasında kullanılan bir iletişim ve öğrenme aracıdır.

B. Efsaneler ve Kahramanlar: Efsaneler, örgütün geçmişiyle ilgili yaşanmış birtakım olayları yansıtır. Başarılı örgütlerde yönetici ve çalışanlar, örgüt felsefesini yansıtan çeşitli hatıralar anlatırlar. Örgütsel kahramanlardan ve onların başarılarından bahsederler. Örgüt kurucuları, yöneticiler veya başarılı olmuş çalışanlar hakkında anlatılan bu efsaneler örgütün temel değerlerini taşımakta, bütünleşme ve aidiyet duygusu oluşturmaktadır. Bu efsaneler aynı zamanda örgüt içinde kabul edilen sosyal sınıfı, güç ve statünün de önemli göstergeleri olmakta, örgüt öğelerine rollerini tanımada ve kimin nasıl hareket etmesi gerektiği konusunda da rehberlik etmekte ve aynı zamanda örgütsel sorunların çözümüne de ışık tutmaktadır (Weick ve Berlinger, 1989: 313).

Kahramanlar ise takdir edilen özelliklere sahip ölmüş ya da yaşayan gerçek ya da hayali kişiler olabilir. Örgütsel kahramanlar örgüt açısından ideal özelliklere sahip olarak görülen üyelerdir. Bir örgütün sürekliliğini ve başarısını sağlamak için kurucusunun yapabileceği en etkin şey sağlam, kalıcı, yenilik ve büyümeye açık ama temel değerlerden taviz vermeyen bir örgüt oluşturmaktır. Çünkü nasıl ki değerler ve inançlar örgüt kültürünün temelini oluşturuyorsa kahramanlar da bu değerleri sembolize eden örnekleri ortaya koyar.

Etkili ve güçlü örgütler fikir, düşünce davranış, şahsiyet ve başarılarıyla örgütün değerlerini temsil eden örgütsel kahramanları devamlı olarak yaşatır, anar ve kutlar. Hatta o kahramanı hiç görmemiş ve tanımamış bile olsa. Örneğin; IBM firmasında, bu firmanın kurucusu olan yıllar önce ölmüş T. J. Watson hakkında öyküler anlatanların büyük çoğunluğu ne onu tanımışlar nede onun içinde çalıştığı günlük ortamı yaşamışlardır. Ama anlattıkları efsaneler örgütün paylaşılan değerleri başka bir ifadeyle kültürünü ifade ediyor (Kozlu,1998: 67). Çalışanlar bu efsaneler, hikayeler ve kahramanlar aracılığıyla örgüt misyonunu ve felsefesini öğrenirler.

C. Törenler ve Semboller: Törenler toplumsal yaşamda olduğu kadar örgütsel yaşam ve örgüt kültürü içinde de önemli bir yer tutar. Bu tören ve toplantıların başlıcaları; karşılaşma, buluşma, anma, kutlama, emeklilik, nişan, düğün, bayram, mezuniyet törenleri, tanışma çayları, yemek toplantıları, kokteyller, piknikler, geziler vb. dir.

Ülkemizde TV’de izlenen istiklal marşı ve bayrak töreni, camilerde cemaatle kılınana namaz, kutlanan milli ve dini bayramlar nasıl ki insanları manevi ve milli değerlerine, kültürüne bağlayan önemli etkinlikler ise güçlü örgüt kültürlerinin de bu tür tören ve sembollerle pekiştirildiği söylenebilir (Kozlu,1998: 68).

Batı toplumlarındaki yılbaşı kutlamaları, geziler ve piknikler birlik ve beraberlik amacına yönelik törensel etkinliklerdir. Bu toplantılarda yeme, içme, konuşma ve eğlenme etkinlikleri paylaşılan değerleri ifade eder. Yılbaşı toplantıları genellikle yılbaşı efsanesi, Noel ağacı, geleneksel giyecek ve yiyecekler hediyelerin değişimi vb. etkinliklerde oluşur. Tabi ki bütün bu etkinliklerin temel amacı örgütün sürekliliğini sağlamak için örgüt üyelerini ortak değerler ve amaçlar etrafında toplamak birlik ve beraberliği sağlamaktır. Hemen hemen bütün örgütlerin törensel davranış biçimlerine sahip oldukları ve örgütler içindeki gündelik çoğu hareketlerin törensel nitelikli hareketler olduğu söylenebilir (Trice ve Beyer, 1984: 469).

Japon işletmelerinde çeşitli toplantılar yanında sabahları topluca yapılan kültürel hareketleri, hep birlikte söylenen örgüt marşları iş gücünün sağlıklı kalmasına ve örgütsel bütünleşmeyi sağlamaya yönelik törensel etkinliklerdendir (Meek, 1998: 469). Örneğin; Matsushita, felsefesini bir firma marşı ile seslendiren ve yazılı bir ant ve yasa ile açıklayan bir Japon firmasıdır. Her sabah saat 08:00’de ülkenin değişik şehirlerinde 87.000 çalışanının firma andı ve marşını söylemesi belki bazılarını güldüren ve komik bir olay ama “Matsushita” lıları birleştiren onları bir toplum yapan olgudur (Kozlu,1998: 56). Canon fabrikalarında çalışma, sabahları fabrika bahçesinde yapılan toplu jimnastikle başlar. Jimnastikten sonra işçiler gruplandıkları atölyelerin önünde yumruklarını sıkıp kollarını uzatarak çalışma yeminlerini ederler. ‘Bugün de hiç hata yapmayacağım.’

Örgütsel törenlere katılanlar zaman, mekân, eylem, sorumluluk gibi bazı öğeleri de paylaşmaktadırlar. Paylaşılan bu değerler, hikâyeler, kahramanlar vb. başka semboller yoluyla nesilden nesile aktarılır.

Ayrıca fiziksel semboller de vardır ki bunlar örgüt üyeleri için bir takım özel anlamlar taşıyan çağrıştıran, mesajlar sunan kültürel öğeler olarak tanımlanır. Fiziksel semboller arasında örgütün mimari özellikleri çalışma yerlerinin düzenlenmesinde kullanılan mobilyalar, araçlar, gereçler, örgütün kullandığı teknoloji, örgüt üyelerinin giyim tarzları, örgütle ilgili flama, amblem, afiş, poster, rozet vb. sayılabilir (Hofstede, 1989: 391).

D. Temel Değerler ve İnançlar: Değer kelimesi soyut bir kavram olup benimsenen, üstün tutulan, aranan, gerçekleştirmek ya da ulaşılmak istenen, ilgi çeken, iyi doğru güzel gibi çeşitli anlamları kapsamaktadır (Yıldırım, 1987: 34). Örgüt ve yönetim açısından ise değerler, bir örgütte neyin istenir, neyin istenilmez olduğunu belirleyen ve çalışanlarca benimsenen inançlardır (Başaran, 1982: 112). Örgütsel değerlerin temel kaynağını örgütün içinde yer aldığı

toplumun geliştirdiği inançlar oluşturur. Bunun yanı sıra her örgüt kendi değerlerini geleneklerini ve bunlarla ilgili kültürünü ve buna dayanlı iklimini oluşturur.

Firmalarda yöneticilerin ve çalışanların paylaştıkları temel değerler firma kültürünün temelini oluşturur. Çalışanlara müşterek çalışma sonucu erişebilecekleri hedefleri gösterir. Ayrıca bu hedeflere ulaşmak için takip edilecek stratejilerin ana noktalarını ortaya çıkararak çalışanlara ve davranışlarında bağlı olacakları kriterleri gösterir. A.B.D. de firmaların kültür yapıları üzerinde yapılan bir araştırmada başarılı firmaların ‘değerler’ e çok önem verdikleri görülmüştür. Genel olarak bu firmaların şu üç özelliklerinin olduğu ortaya çıkmıştır (Kozlu, 1998: 64).

1. İşlerin nasıl yürütecekleri konusunda açık ve kesin felsefelerinin olması
2. Yönetiminin temel değerleri organizasyona iletmeye ve değişen ekonomik ortama ve iş ortamına uyum sağlayabilmek için değerleri şekillendirmeye büyük önem verdiklerini
3. En alt kademedeki bir çalışandan tepe yöneticisine varıncaya kadar bu değerlerin neler olduğunu bilip paylaştıklarını.

Temel değerler, çalışanlar açısından firmalarını diğer firmalardan ayırt eden özelliğini tanımlar. Çalışanlar, değerler sayesinde özellikle inanarak ortak hedeflere doğru daha bir azimle çalışmaya yönelirler. Belli gelenek ve törenleri olan organizasyonlar üyelerinin ortak değerlerde birleşmelerini kuvvetlendirmek ve onlarda birlik ruhunun oluşmasını sağlamak için bir üretim bandında bininci, on bininci, yüz bininci otomobilin üretimini kutlarlar. Bu anlamda temel değerler örgüt misyonunun bir alt kümesi olarak algılanabilir. Çünkü bir örgüt misyonunun belirgin özelliklerinden biri paylaşılan ortak değerler ve inançlardır. Paylaşılan bu değerler ve inançlar işletmede çalışanların hepsine bir anlam kazandırmakta ve ortak bir istikamet sağlamaktadır (Dinçer, 1991: 57). İşte bütün bu semboller, efsaneler, kahramanlar, törenler ve değerler bir organizasyonda insanla ilgili her şey olarak nitelenen kültürün belli unsurlarını oluşturur.

E. Mitler ve Lisan: Mitler, gerçekteşmesi imkânlar dâhilinde olan faaliyetlerin çerçevesini belirleyen, örgüt kültürünün başlangıcını devamlılığını ve temel amaçlarını açıklayan hikayelerdir. Mitler, abartılı olmalarına rağmen örgüt kültürünü etkileyici ve yönlendirici özelliğe sahiptir. Mitler, eleştirilemeyen, genel kabul görmüş ve tecrübe edilmiş örgüte ait inançlardır. Mitler, eleştirilememesine rağmen insanları yaratıcı olmaya yönelten çalışanlarda güven duygusu yaratan, girişimlerde bulunmaya sevk eden, akla gelebilecek şüphelerin giderilmesine yardımcı olan işlevlere sahiptir (Güney,2007;207).

Örgüt kültürünü aktaran temel araçlardan biri de dildir. Kültürel açıdan duygu, düşünce ve fikirlerin nesilden nesile aktarılıp birlik ve dayanışmanın sağlanması dilin rolü önemlidir. Bu nedenle her örgütün kendine has bir dili vardır. Günümüzde kullanılan jargon” kavramı veya çeşitli örgütlerin kullandıkları “slogan” ve askeri örgütlerin “marş” ları dini örgütlerin “ilahi” leri bir çeşit örgütsel bir dildir.

Ahilik Örgütü ve Ahi Evran

Ahilik; XIII. yüzyılın ilk yarısında başlayarak XX. yüzyılın başlarına kadar Anadolu’nun şehir kasaba ve köylerinde esnaf ve sanatkârlara eleman yetiştiren işleyiş ve kontrollerini düzenleyen bir örgüttür (Çağatay, 1981: 3). Ahilik, ahlak ve dayanışmaya bağlı İslami esaslar üzerine kurulmuş bir esnaf ve sanatkâr örgütüdür. Ahilik, bütün bir toplumu ilgilendirmekle birlikte esas itibarıyla esnaf ve sanatkârlar arasında benimsenmiştir. Bu bakımdan ahilik denilince esnaf, esnaf denilince ahilik akla gelmektedir. Üyelerine gündüzleri iş yerlerinde yamak, çırak, kalfa, usta hiyerarşik düzeni içinde sanat öğretilirken akşamları toplandıkları ahi zaviyelerinde

de ahlak ve maneviyat öğretirlerdi. Çünkü sadece meslek eğitim insanın hayatta başarılı ve kâmil bir insan olması için yeterli olmazdı.

Ahilik, "kardeşlik" anlamına gelir. Kelimenin nereden geldiği hususunda iki ayrı görüş vardır. Birincisi Arapça "kardeş" manasına gelen "ahi" kelimesinden, ikincisi ise Orta Asya Türkçesi'nde eli açık cömert manasına gelen "akı" kelimesinden geldiğidir. Burada esas önemli olan kelimenin aslının nereden geldiği değil bu; ekonomik, sosyal ve dinsel örgütün adının kardeş olması ve temelinde de kardeşlik ruhunun bulunmasıdır. Çünkü yaklaşık 700 sene sonra bugün toplum olarak en büyük ihtiyacımız "kardeşlik" anlayış ve düşüncesidir (Hamitoğulları, 1986: 135).

Anadolu, Malazgirt savaşıyla fethedildikten sonra birçok kez Orta Asya'dan gelen Türk göçlerine kucak açmıştır yüzyıldan fazla süren bu göçlerin ilk yapılanları isteyerek yapılmıştır. Son yapılanları ise Moğol saldırılarından kaçmak için mecburen yapılmıştır. Moğol saldırılarından kaçan o dönemin Taşkent, Buhara, Semerkant, Merv gibi uygar Türk kentlerinin esnaf ve sanatkârlarının büyük bir kısmı göç yollarını izleyerek Anadolu'ya gelmiştir. Türk kökenli bu esnaf ve sanatkârlar yeni geldikleri Anadolu topraklarında iki önemli tehlikeyle karşılaştılar. Birincisi Rum kökenli yerli halk karşısında tutunarak sanat ve ticaret kabiliyetlerini geliştirmek ihtiyacı, ikincisi ise onları Anadolu'ya kadar kovalayan Moğol saldırıları karşısında savaş güçlerini arttırmak ihtiyacından (Hamitoğulları, 1986a: 128).

İşte bu şartlar Türk toplumunu yeni bir örgütlenme tipine doğru zorladı ve eski Türk Akıllık ve Alplik gelenekleri eski Arap Fütüvvet ideali İslami muhteva ile birleşerek ahilik örgütünü ortaya çıkardı. Dolayısıyla ahiliğin kaynağı içinde doğup büyüdüğü dönemin tarihsel şartları, toplumsal yapısı ve İslam inancısıdır denilebilir.

Ahilikte insan sistemin temelini oluşturmuş ve her şey onun dünya ve ahiret saadeti için düzenlenmiştir. Bu düşünce tarzı ahilerin dünya için ahiretini ve ahiret içinde dünyasını terk etmeyen dengeli bir anlayışı geliştirmelerini sağlamıştır. Ahiler çatışmacı değil uzlaşma ve dayanışmacı bir düşünce yapısına sahiptirler. Zengin ile fakir üretici ile tüketici, emek ile sermaye, halk ile devlet, kısaca toplumun bütün fert ve kurumları arasında iyi münasebetler kurarak herkesin huzur içerisinde yaşamasını sağlamak ahiliğin temel amacıdır (Ekinci, 1990: 22). Kendinden önce etrafındakileri düşünen ve kollayan insanlık, kardeşlik, cömertlik gibi ilkeleri ve haramdan kaçma gibi davranışları prensip edinen bu örgütlenme modeli güzel ahlakı yeni bir sermayeye dönüştürmüştür (Hamitoğulları, 1986b: 125).

Anadolu'da ahiliğin kurucusu Ahi Evren'dir. Ahi Evran ekonomik güce ve ekonomik bağımsızlığa önem vermiş olan bir Türk iktisat bilginidir. Esas adı Mahmut B. Ahmet El Hoy 'i dir. Ahi Evran onun efsanevi adıdır. Yaşadığı tarih ise kesin olarak bilinmemektedir. 1171-1261 yılları arasında yaşadığı tahmin edilmektedir (Bayram, 1995: 16). İlk eğitimini Horasan yöresinde yapmış ve muhtemelen ikinci göçler sırasında Anadolu'ya gelmiştir. Fahr'd Din-i Razi'den ders alan Ahi Evran hocası ve kayınpederi olan Evhadu'd Din Kirmani ile birlikte Anadolu'ya gelmiş Kayseri'de bir "tabakhane" kurarak 'debbağlık' yapmıştır. Teşkilatçılığı, becerisi ve yüksek ahlakı sayesinde büyük bir saygınlık kazanmış ve örgütün başkanı (Ahi Babası) olmuştur. Bir süre sonra 32 kola ayrılan sanat dalları zamanla Anadolu'da Balkanlarda, Kırım'da gelişerek geniş bir örgüt haline gelmiştir.

Ahilik Kültürünün Temel Unsurları

A. Ahilikte Törenler

Ahilik örgütünde örgütün ortak yaşantısına yön veren birçok törenler yapıldı. Bunlar çıraklık, kalfalık, ustalık törenleridir. Genel bir isim olarak bu törenlere peştamal ya da şedd kuşanma törenleri denirdi. Bazı yazarlar örgütün yaşantısının tamamen bir tören olduğunu da ileri

sürmektedirler (Güllülü, 1992: 156). Büyük ölçüde dilden dile anlatılan bilgilerden oluştuğu tahmin edilen, öğretici ve dinlendirici özellikleri olan bu törenler örgüt felsefesini göze ve kulağa yansıtmaktadır. Zamanın şartları, beldenin özelliği mali imkanlar sosyal ve kültürel seviyeler bu törenleri etkilemiştir. Bu nedenle zaman içinde çeşitli değişikliklere uğrayan törenler bazen cami, mescit, esnaf odası, zaviye vb. kapalı yerlerde yapılırken bazen de mesire, namazgâh, bahçe, koruluk gibi açık yerlerde yapılmıştır. Ancak bu değişikliklere rağmen özde önemli bir fark meydana gelmemiştir (Çağatay, 1981: 56).

Örneğin C. H Tarım Yol atası ve yol kardeşi edinme töreni de denilen çıraklık törenini şöyle anlatmaktadır (Tarım, 1948: 73). *“.....Ol mescitte yeni bir talip (çırak), Nakibe ... falanı atalığa ve filanı kardeşliğe kabul ettim der. Nakip eline yapuşup, satniale gelip selam verir der ki; - bu aziz kardeşin bu insaf katında durmaktan muradı siz ihtiyarların huzuru şerifinde Nim-tarik olmak ister. Filanı ihtiyar yol atalığına ve falanı da kardeşliğe kabul kıldı. Dünyada muhabbet ahirette şefaati için ne buyurursunuz? Mahfil ehli mübarek olsun derler, selamet ve tekbir getirildikten sonra nakip hazırlanan hediyeleri yol atasıyla iki yol kardeşleri önüne kor ve geri geri papuçluğu gelip ol talibin eline yapuşup yol atasının önüne iletir. Talip iki dizin çöküp oturur, iki yol kardeşleri dahi gelip talibin biri sağında ve biri solunda otururlar. Ata ve oğlu sağ ellerin sunup baş parmakların birbirine karşılıklı koyup el tutuşurlar, ellerinin üzerine bir mendil örterler ve iki yol kardeşler talibin eteğine yol ataya kulak verirler. Yol ata Kuran-ı Kerim’den bir parça okur. İki yol kardeşleri ellerinin talibin eteğinden çekip atayla oğlun üzerine koyar. Yol atası bir Hadis-i Şerif okur ve şu öğütleri verir: Pir’inden yüz döndürmeyesiniz, farzı terk etmeyesiniz sünnete kehil olmayasınız, dininizi, malınızı ve helalinizi saklayasınız. Evet dedüğünüzü lazım kılasınız, her kanda varırsanız izzet ve ikramla varasınız, ne yerde otursanız edeple oturasınız, duracak hizmette durasınız elinizle komadığınızı almayasınız. Yol ata ve üç kardeş antlaşırlar. Eğer yarın hak dergahında ve peygamber huzurunca kabul olursa sizsiz cennete girmeyen ve eğer kabul olursa bensiz cennete girmeyesiz ve bana şefaati edesiz. Bu antlaşmadan sonra Fatiha ve tekbir okunur, mürit stajyer mertebesine erer.....”*

Bu törenler hakkında çeşitli kitaplarda anlatılanların tamamı burada özetlemiyor ancak şu noktaya dikkatleri çekmek istiyoruz (Ekinci, 1990: 39). Ahilik örgütünde törenler önemli bir yer tutardı. Örgütün yüzyıllar boyunca yaşamasının bu törenlere ve şekilcilığa çok önem vermesiyle ilgisi olması gerekir. Öyle ki örgütte kesin kurallara, töre ve törenlere bağlanmamış hiçbir faaliyet yoktur. Ayrıca bu törenler anlamsız birtakım seremoniler olmayıp örgütün ideoloji ve kıymet hükümlerinin zihinlere ve kalbe yer etmesi amacına yöneliktir. Mesela çıraklık törenlerinde örgüte kabul edilen bir çırak düzenlenen törenin anlamı kadar şeklinin de etkisi altında kalmakta ve bu şekilde ciddi bir atmosfer içine girmektir (Güllülü, 1992: 156).

B. Ahilikte Semboller

Ahilikte sembol olarak bazı maddelere ve iş avadanlıklarına özel bir önem verilirdi. Törenlerin yapıldığı yerlerde, toprak, su, tuz, terazi, taş, süpürge'nin bulundurulmasına dikkat edilirdi. Bu sembollerin taşıdıkları anlamları şöyle açıklayabiliriz (Soykut, 1980: 40).

Toprak; hayata geline, nimet bulunan ve sonunda dönülecek olan yer olması nedeniyle hiçbir zaman unutulmaması içindir. Su; hayat buluşun, hareketin, yaşayışın bir ifadesidir. Tuz; hayatın tadı, ezası, vefası, sefasını anlatır. Terazi; dengeyi kurmanın fazileti, ölçü ve tartı ehli olmanın, helal kazancın, adaletten şaşmamanın sembolü olarak bulundurulur. Taş; kuşatılan peştamalı, hakkı ve erkânıyla taşıyanların her işinin rast gideceği, başarıya ulaşacağı, tuttuğu böylesine taş bile olsa altın değerine dönüşeceği, ama yolunu saptırır ise başına düşüp canını acıtılabileceğine işaret eder. Süpürge; temizliğe işarettir. Bir işi tadında bırakıp kesmesi için su ile beraber kullanılması gerektiği gibi; törenin başlangıcında yol açma temizleyip güzelleştirme anlamlarında kullanılır.

Diğer yandan ahilikte “şedd” yahut “peştamal” ın, bir de “şalvar” ın özel bir anlamı ve önemi vardır. Büyük bir havluya benzeyen peştamal (şedd) pamuklu bezden yapılmış olup yollu ve iki renklidir. Törenlerde peştamal önce uzun tarafından beşe, sonra kısa tarafından üçe katlanarak hazırlanmış durumda bulunurdu. Peştamalin önce beşe bükülmesi beş vakit namaza beş büyük peygambere İslam’ın beş şartına, beş nesneye; Allah’ın birliğine, meleklerine, kitaplarına, resullerine, kıyamet gününe imam etmeye işaret ediyordu (Tarım, 1948: 69).

Burada yeri gelmişken şu noktayı açıklamak gerekir. Ahilik örgütü Fütüvvet, Melamilik, Batınlık vb. çeşitli örgütlere benzetilmekle beraber bunların haricinde “masonluk” örgütüne de benzetilmektedir. Bu benzetme ise ilginçtir. Çünkü masonlukta da ahilikte gördüğümüz çıraklık, kalfalık, ustalık, üstatlık gibi hiyerarşik yapının bulunması, törenlerin birbirine benzemesi, her iki örgütte de gizliliğe büyük önem verilmesi, bazı iş avadanlıklarına özel anlamlar verilmesi gibi nedenler bu benzerliğin örnekleridir (Güllülü, 1992: 161). İşte büyük ölçüde bu benzerliklere dayanarak bazı yazarlar ahiliğin masonluktan etkilendiğini ileri sürmektedirler. Fakat bize göre ahilik masonluktan değil masonluk ahilikten etkilenmiş olabilir. Çünkü tarih olarak geçmişi ondan daha eskilere dayanmaktadır.

Bunların haricinde ahilikte her esnafın kendine has bir sancağı ve birde sancaktarı vardır. Genel olarak bu sancak yeşil atlastan yapılmış ve üzerine ayetler yazılmıştır. Kırmızı beyaz ipekten bir kordonun ucunda o esnafın alameti başka bir ifadeyle amblemi bulunurdu. Mesela bazı esnaf topluluklarının amblemleri şöyledir: Yorgancıların küçük bir atlas yorgan, nalbantların bir gümüş nal, ayakkabıcıların zarif bir çift patik, berberlerin küçük bronz bir leğen, şekerçilerin konik ve yaldızlı bir şeker külahı, çiftçilerin ise bir demet başak.

Ayrıca her esnafın bir davetçisi vardı. Görevi mütevelli heyetinin odasını açıp kapamak, temizlemek gerekli kişileri çağırarak, namaz vakitlerini ve akşamları dükkanların kapanma zamanını ilan etmektir. Her esnafın bir bekçisi vardı. Çarşıyı süpürür akşamları kapanan dükkanların kontrolünü yapar, kilitlenmeden unutulmuş olanları sahibine haber verir, geceleri çarşıyı bekler. Her esnafın bir de duacıları vardır. Sabah namazından sonra esnaf başkanının dairesi önünde toplanan esnafa dua ettirir. Bundan sonra herkes dükkanına dağılır. Duadan önce hiçbir dükkân açılmazdı. Her esnafın sandığında altı kese bulunurdu (TESK, 1973: 56)

Bunlar;

i. *Atlas kese*; Esnaf vakfına ait hüccet(senet) ve evrakı bulunurdu.

ii. *Yeşil kese*; Esnaf vakıf akarlarının ve tapuların senetleri saklanırdı.

iii. *Örme kese*; İçine vakıf paraları konur ve saklanırdı.

iv. *Kırmızı kese*; Faize verilen paraların senetleri saklanırdı.

v. *Ak kese*; Gider senetleri ile onaylanmış yıl hesapları konurdu.

vi. *Kara kese*; Tahsili imkansız senetler ve bunlarla ilgili şeyler saklanırdı.

Dikkat edilirse bu keselerin renkleriyle içine konulan belgeler arasında bile bir ilişki olduğu anlaşılmaktadır. Örneğin harcamaların (giderlerin) takip edildiği kesenin rengi beyazdır. Buradaki mesaj kişinin yaptığı işin hesabını verebilir olması, alınının ak ve açık olmasıdır. Tahsili imkansız alacakların saklandığı kesenin rengi siyahtır. Başarısızlığı, mutsuzluğu, bahtı karalığı simgelemektedir. Borçların takip edildiği senetlerin kesesinin renginin kırmızı olması ise dikkat çekici ve uyarıcı olmasıdır. Vakıf gelirlerinin ve tapu senetlerinin kesesinin rengi yeşildir. Yeşil güven, huzur ve sükûnet tesis eden bir özellik taşır. Günümüzde de bankaların müşterilerine güven vermek amacıyla logolarında yeşil rengi tercih ettikleri hatırlanırsa ahilerin anlamlı bir seçim yaptıkları anlaşılır. Vakıf paralarının saklandığı kesenin örme kese olmasının

anlamı şudur: Örmeye emektir, örmeye sıklıktır. Parada örmeye gibi emeğe dayanır. Emek kutsal olduğundan parayı harcamada sıkı ve titiz olmak gerekir (Doğan, 2006: 177).

C. Ahilikte Efsaneler

Bütün İslam büyüklerinin olduğu gibi Ahi Evran'ın da efsanevi bir şahsiyeti vardır. Efsanelerde anlatılanlar hayatın gerçeklerine uymayabilir. Ancak efsanelerin o şahsa inanan insanlar tarafından zenginleştirildiği ve yaşatıldığı unutulmamalıdır. Diğer bir ifadeyle efsaneler o şahsın taraftarlarınca nasıl görüldüğünü yansıtan kıymetli bilgilerdir. Bu bilgiler sayesinde ahiliğin gelişmesine ve yaygınlaşmasına yardımcı olan ortamı daha iyi anlamak mümkündür (Ekinci, 2008: 42).

Ahilik örgütü ile ilgili olarak anlatılan efsanelerin başında Ahi Evran ve O'nun bir ejderhayla olan mücadelesi gelir. Birçok kaynakta birbirine kısmen benzer ama kısmen de farklı versiyonlarda anlatılan bu efsaneye göre Ahi Evran Hz. Muhammed (s. a. v.)'in amcası Hz. Abbas'ın oğludur. Ve asıl adı Mahmut' dur. Bedir savaşında gösterdiği yararlıktan dolayı Hz. Muhammed (s. a. v.) kendisine "Ahi Evran" adını vermiştir. Amcası oğlu Hz. Ali'nin kızıyla evlenen Ahi Evran pek çok yer gezdikten sonra nihayet Kırşehir'de yerleşmiştir. "Kırşehir'e kadem bastıklarında ayan ve ekabir geldiler: ya devletlü bizim havfimiz vardır. Bir ejderha peydah oldu, onun şerrinden bizi halas eyle deyu niyaz ettiler ve ejderhayı ona gösterdiler. Dua edüb ejderhanın yüzünü yüzüne sürerek ol ejderhayı kendine muti ve munkad eyledi. Evran sensin deyip bize kendini teslim eyledi. Aziz Evran ol ejderhanın boğazına zincir takıp karhanenin tahtına bağlayıp cümle nas böyle göreceksün küllihüm muti olup Ahi Evran Sultan'ın karına ve kisbine ocağın ve tarikatının devamına dua ve sena eylediler (Tarım, 1948: 78).

Bir başka kaynakta anlatılan bu ejderha efsanesinin farklı şekillerinden biri de şöyledir: ".....Ahi Evran Hz. Muhammed'in amcası Hz. Abbas'ın on üçüncü göbekten torunudur. Denizli'den sonra Kayseri'ye gelmiş ve burada debbağlık yapmaya başlamıştır. Kimsenin yapamadığı cinsten renk renk deriler işlediği için orada bir debbağ ustası kıskançlıktan O'nu Kayseri valisine şikayet etmiş; bir adam debbağ hanede misafir olup deri işler miriye vergi vermez der. Bunun üzerine Vali kendisini çağırtmak üzere adamlar göndermiş fakat gidenler debbağ haneye vardıklarında Ahi Evran'ın yanında bir ejderha görmüşler korkup kaçmışlardır (Tarım, 1948: 80).

Hz. Muhammed'in amcası Hz. Abbas'ın oğlu olduğu söylenerek Ahi Evran'a mal edilen olaylar yaklaşık 800 yıllık bir tarihi dönemi içine alır. Ancak sosyolojik görüş açısından bu fark çok önemli değildir. Çünkü örgüt üyeleri Ahi Evran'ı bir kere Ahiliğin kurucu ve piri olarak kabul ettikten sonra tasavvuf geleneğine göre seceresinin İslam büyüklerinden birine bağlanması normaldir. Hatta bu durum dini ve psikolojik bir mecburiyettir. Çünkü bu bağlantı bir kan bağlantısı olarak söylene bile aslında bir inanç bağlantısıdır ve bir manevi mirasa işaret etmektedir (Güllülü, 1992: 149).

Bu efsaneyi Y. Ekinci, ise şöyle izah etmektedir: Ahi Evran'ın hayatı ve şahsiyetini anlatan şeceremenin kronolojik bakımdan hakikate uymadığı kesindir. Çünkü 13. yüzyılda doğan Ahi Evran'ın Hz. Ali'nin kızıyla evlenmiş gösterilmesinin sebebi, ahiliğin kurucusu olan bir zatın şecerelerini tasavvuf geleneğine uygun olarak İslam büyüklerinden birine bağlamak suretiyle onun prensiplerine bir ulvilik kazandırmaktır (Ekinci, 2008: 48).

Bu ejderha hikayesi ahilik örgütünün felsefesini ortaya koymaktadır. Bu anlatım şeklinde Oğuz Kağan ve Dede Korkut gibi eski Türk destanlarının tarzı vardır. Anlatımda halka korku veren ejderhayı yenen bir kahraman vardır. Ancak kahramanın ejderhayla savaşması ve onu yenmesi

beklenirken Ahi Evran farklı bir davranış sergileyerek ejderhanın üzerine kılıç yerine dua ile gidip yüzünü yüzüne sürerek ona sevgi gösterip onu zararsız hale getirmektedir.

Bu davranış geleneklerden farklıdır. Burada eski Türk geleneği ile İslam inancının kaynaştırılmasından doğan yeni bir sentez vardır. İki değer yargısını kaynaştıran bu anlayış Ahi Evran geleneğinin özünü ifade etmektedir. Efsanede Ahi Evran halkın kurtuluş umuduyla kendisine başvurduğu, gücünü İslami değerlerden alan bir Şaman anlayışı da vardır. Ejderhayı öldürmeyip yüzünü yüzüne sürerek onu uysallaştırması ise yeni bir hayat felsefesinin sembolüdür. Problemi böyle çözmesi ise olaylara güç kullanmak yerine sevgi ve şefkatle yaklaşmanın öne çıkarılmasını vurgulamaktadır. Kısacası burada yeni ve farklı bir Türk- İslam sentezi, bir alp-eren tipi söz konusudur (Ekinci, 2008: 49).

D. Ahilikte Esnaf Pirleri ve Gelenekler

Pir; bir ekolün kurucusu anlamındadır. Ahilikte bütün sanatların bir piri vardı. Ahi sanatkarları sanatının, pirinden kendi ustasına kadar olan bütün büyüklerine içten bağlanırdı. Nasıl ki tarikat geleneğinde araya vasıta şeyh veya mürşit koymadan hakka ve hakikate varmak imkânsızsa ahilikte de bir ustaya bağlanmadan sanatta olgunluğa ermek imkânsızdır (Güllülü, 1992: 106-107). Bunun için her meslek sahibinin pirine aşırı hürmetle bağlanması ve ona derin saygı duyması istenirdi. Bu inanç ahileri örgüt içinde sanatlarına bağlı insanlar haline getiriyordu. Sanat pirleri de o sanatı yapmış peygamber ve ulu kişiler arasından seçilmiştir. Mesela bazı meslekler ve pirleri şöyledir (Güllülü, 1992: 107).

Çiftçilerin piri Hz. Adem, Terzilerin piri Hz. İdris, Demircileri piri Hz. Davut, tüccarların piri Hz. Muhammed, Gemicilerin piri Hz. Nuh, basmacıların piri Hz. Yuşa, cerrahların piri Hz. Lokman, debbağların piri Ahi Evran, berberlerin piri Selmani Pak, hallaçların piri Mansur Hallaç, bakırcıların piri Ebu Habibi Muhittin'dir.

Araya vasıta, şeyh veya mürşit koymadan hakka ve hakikate varmak tasavvuf ahlakınca ne kadar imkânsızsa, ahilikte de bir pir ya da usta' ya bağlanmadan sanatta olgunluğa ermek o kadar imkânsızdır. Bunun içindir ki sanat ve meslekler de tıpkı tarikatlar gibi aşağıdan yukarıya doğru bir hiyerarşik düzen içinde kurulmuş ve tertip edilmiştir (Ülgener, 1991: 90). Yamak, çırak, kalfa, usta, yiğitbaşı, şeyh, ahi baba gibi.

Ahi ahlak anlayışına göre şeceresini bir "pir" e dayandırmamak affedilmez bir ayıp ve zillet sayılırdı. Bu hale düşen adeta içtimai nizam dışı kabul edilirdi ve öyle muamele görürdü. Pir'e verilen ehemmiyetin derecesini, pirsiz sözünün o günden beri halk dilinde hor ve hakir görülmek anlamında kullanılmasından anlıyoruz ("Nursuz ve pirsiz!" sözünde olduğu gibi) (Ülgener, 1991: 91).

Osmanlı tarihçisi Aşık Paşa bu anlayışı on iki bin beyitlik meşhur "garipname" adlı eserinde şu beyitlerle dile getirmiş:

"Her ne sanat kim cihanda işlenür,

Anı halk üstad elinden öğrenür"

Aynı zihniyet "okumakla yazmakla olmaz, ta ustadan görmeyince" şeklinde fütüvvet namerde de dile getirilmiştir (Ülgener, 1991: 93).

Mesleği gelenek halinde sürdürme ve gelenekten kopmama prensibi ahiliğin başlangıcından son zamanlara kadar hep devam etmiştir. Bir ustadan el almadan veya bir üstadın rehberliği olmadan bir sanata sahip olmak caiz görülmemiştir. Kaynaklarda ilginç bir örnek şöyledir: Ahi Evran'ın şeyhi Evhadü'd- Din -i Kirmani' nin Malatya'daki halifesi Şeyh Fahrud-Din Hasan, bir

zaviye yaptırmış ve zaviyeye su tedarik etmek için de bir kuyu açtırmıştır. Evhadü'd Din, kuyuyu görünce çok beğenmiş ve kuyuyu yapan ustaya bu sanatı kimden öğrendiğini sormuş, usta da kimseden öğrenmediğini kendi kendine icat ettiğini söyleyince, Şeyh Efhadü'd- Din hemen kuyuyu doldurtmuştur. Kendisine bu davranışının sebebini sorduklarında *“bir usta mesleğini, o mesleğin ustasından öğrenmemişse, yani intisabı yoksa meydana getirdiği eserde kutsiyet ve haysiyet olmaz”* demiştir (Bayram, 1995: 55). Bu olayı bu günkü mantıkla izah etmek oldukça zordur. Ama bu olayda muhtemeldir ki önemli hikmetler olabilir.

Geçmiş devirlerin yarı gerçek yarı efsane öyle kahramanları, peygamber ve azizleri vardır ki her biri bir sanatın kurucusu gibi sanatkar ruhunda hükümlan olmuş ve “pirimiz üstadımız” diye nesilden nesile devredilip gider. Hatta bu silsile sadece pirlere dayanmakla kalmaz. Dahası Peygambere, Cebrail’e ve oradan da nihayet Allah’a (c. c.) kadar götürülür (Ülgener, 1991: 90-91).

A. Ahilikte Mitler ve Lisan

Keramat-ı Ahi Evran mesnevisinde yazan mitlerden bazıları de şöyledir: “..... Her vakit namazını Kabe’de kılıp tekrar şehrine(Kırşehir’e) geldiği, bazen doğuda dua ederken bazen batıda ayakta dururken görüldüğü kaydedilir. Hasta olduğunda hiç inlememiş, sağlığında da hiç yatıp dinlenmemişti. Onun ölümü de öyle olmuştu ki can alıcı (Azrail) yanına gelmemiş, canını Allah’tan başkası almamıştı. Allah ona yüzünü göstermiş ve daha Azrail gelmeden o canını vermişti. Öldüğü gece ay tutularak ışığını vermemiş, hiç kimse yıldız parlaklığını görmemiştir. Diğer gün yas tutulmuş, Ahi Evran’ın ölümü bütün dünyaya ateş saçmış, matemi halkın yüreğini dağlamış, yer ve gök onun ölümüne ağlamıştır” (Köksal, 2008: 34).

Söz konusu mesnevinin yazarı şahit olduğu Ahi Evran’ın bir kerametini şöyle naklediyor: Hacca gittiğinde tavaf ederken O’nu gördüğünden, burada ne aradığını sormaya kalktığında ortadan kaybolduğundan, hac dönüşü kendisine bunu sorduğunda önce anlatmaya niyet edip sonra vazgeçtiğinden bahseder (Köksal, 2008: 35).

Her örgütün kendi nevi şahsına münhasır bir lisanı vardır. Ahiler örgüt kültürünü oluşturan lisanı beyitlerle ifade ederek işyerlerine asarlardı. Mesela bunlardan biri şöyledir;

“Her seherde besmeleyle açılır dükkanımız.

Ahi Evran Veli’dir Pirimiz Üstadımız.

Eğrisi varsa bizim doğrusu elbet sizin

Ziyadesi Zarar Verir Kanattır Karımız”

Bir diğeri ise şöyledir:

Hak ile Sabır Dinleyip

Bize gelen bizdendir.

İlim ve ahlak ile çalıp.

Bizi Geçen Bizdendir.

Selman-ı Farisi berberlerin piri olarak bilinir. Hz. Peygamber (s. a. v.)’i de tıraş etmiştir. Aşağıdaki mısralar ise berberler fütüvvetnamesinden alınmıştır.

Tıraş olduk bugün minnet Hüda’ya

Nebi’miz Muhammed Mustafa’ya

Teberra kılmışız biz hariciye

Esir olduk Ali-ül Mürteza'ya

Tıraş olduk bugün elhamdülillah

Hüda'nın birliğine şükür elhamdülillah

SONUÇ

Örgüt kültürü, işletmelerin rakipler karşısında rekabet üstünlüğü sağlamaları konusunda önemli bir rol oynar. Çünkü örgüt kültürü, işletmenin amaçları, stratejileri ve politikalarının oluşturulmasında önemli bir etkiye sahip olduğu gibi yöneticiler tarafından, seçilen stratejilerin yürütülmesini kolaylaştıran ya da zorlaştıran bir araçtır. Çünkü güçlü örgüt kültürüne sahip olan işletmelerde, çalışanların herhangi bir olay karşısında nasıl davranmaları gerektiğini belirten yerleşmiş davranış biçimleri oluşturulur. Zayıf örgüt kültürüne sahip işletmelerde ise çalışanlar hangi olay karşısında nasıl davranacaklarını bilemezler ve bunu belirlemeye çalışırken birçok yanlış yaparlar ve zaman kaybederler. Bu yüzden de güçlü kültüre sahip olan işletmelere oranla olaylar karşısında çabuk karar veremedikleri için rekabet yarışında geri kalırlar.

Hem örgüt içindeki bireyler hem de örgüte yeni giren bireyler örgütsel yaşamı ve bu yaşamdaki değerleri, inançları, normları büyük ölçüde örgütsel semboller, törenler, kahramanlar, efsaneler, mitler ve lisan yoluyla öğrenirler. Bu yolla edinilen temel değerler ve inançlar, örgüt üyelerini bütünleştiren motive eden emir komuta akışındaki herhangi bir aksaklık durumunda onlara yol gösteren örgüt kültürünün temelini oluşturur.

Yönetim ve işletmecilik tarihinde Japonya'dan özel olarak bahsetmek gerekir. Çünkü Japonlar ikinci dünya savaşında çok ağır bir darbe yemiş olmalarına rağmen kısa sürede toparlanarak bütün dünyaya işletmecilik ve yönetim kültürlerini kabul ettirmişlerdir. Onlara has bu yönetim tarzı işletme yönetimi literatürüne "Japon yönetim modeli" olarak girmiş ve batılılar tarafından da ilgiyle takip edilmektedir. Japonlar, kendilerine has olan ve dünyadaki bütün yenilikleri kendi kültürleriyle yoğurup yeni bir sentez oluşturabilen ender milletlerden biridir.

Konunun ilginç yanlarından biri de yedi başlıkta toplanan (Eren, 1991: 8993) söz konusu bu Japon yönetim modelinin ayırt edici özelliklerinin tamamının ahilik örgütünün ilkelerine benzemesidir. Örneğin; ömür boyu istihdam, yavaş değerlendirme ve terfi, müşterek karar verme, müşterek sorumluluk, örtülü kontrol mekanizması, bütünlük anlayışı vb. gibi. Bunlardan sadece birini kısaca açıklayalım:

Japon yönetim modelinin ayırt edici özelliklerinden birincisi "ömür boyu istihdam" anlayışıdır. Bu anlayışa göre Japon işletmesine giren bir çalışan, emekli olana kadar o işletmede çalışır. İş değiştirmez. Çünkü böyle bir davranışta bulunan çalışana iyi gözle bakılmaz. Çalıştığı yere ihanet etti yarın bize de edebilir denir. Emekli olduktan sonra da işletmeden ilişkisini kesmez. İşletmenin part-time işlerini evde yapar. Ahilikte de bir çırak hangi ustanın yanında işe başlamışsa orada usta olup bir dükkân açıncaya kadar çalışır. Başta bir iş koluna geçemediği gibi aynı iş kolundaki başka bir ustanın yanına da geçemez. İş hayatına atıldıktan sonrada ustam falancaydı beni falanca kişi yetiştirdi der.

Dünya çapında üne sahip bir Japon işletmesi olan Matsushita' da, firma marşı ve andı söylenmeden işe başlanmıyor. Canon işletmesinin fabrikalarında ise her sabah iş; yapılan toplu bir jimnastik ve işçilerin çalışacakları atölyelerin önlerinde yumruklarını sıkıp kollarını uzatarak "bugün de hiç hata yapmayacağız" şeklinde çalışma yeminleri ederek başlıyor. Yine dünyaca ünlü IBM işletmesinin kurucusu T. J. Watson'la ilgili öyküler anlatanlar ne o kişiyi tanımışlar ve ne de O'nun içinde çalıştığı günlük ortamı yaşamışlardır. Bunlar dünyaca tanınan uluslararası

işletmelerden bazılarıdır ve bu başarılarını da büyük ölçüde oluşturdıkları firma kültürüne borçludurlar. Bu kültürün oluşumunda ise örgütsel semboller, törenler, efsaneler, kahramanlar mitler ve lisanın büyük rolü vardır.

Benzer özellikleri atalarımızın yüzyıllar önce uygarlıklar yurdu Anadolu'da esnaf ve sanatkar örgütü olarak kurdukları Ahilik Örgütünde de görüyoruz. Matsushita ya da Canon çalışanları gibi ahi esnaf ve sanatkarları da her sabah topluca dua yaptıktan sonra "besmeleyle" dükkanlarını açarlardı. Kimse duadan önce dükkanını açmazdı. Çünkü herkes bu toplu duanın bereketine inanırdı. IBM firmasının çalışanları firmanın kurucusu, T. J. Watson'la ilgili çeşitli öyküler anlattıkları gibi Ahiler de kendilerinden yüzyıllar önce yaşamış ve hiç görmedikleri Pir'leri Ahi Evran'la ilgili hikayeler anlatmaktadırlar.

Bugün çoğunluğu ABD ve İngiltere'de bulunan, insanlığa özgürlük ve demokrasi vaat eden birçok vakıf, dernek ve cemiyet, sivil toplum kuruluşu maskesi altındaki küresel kuruluşun amacı aslında dünyayı yönetmektir. Silah üretimi bunların çok uluslu şirketlerinin elinde olduğu için savaş çıkmasını isterler. Çünkü ne kadar savaş olursa o kadar çok kazanırlar. İnsanların ölmesi ve acı çekmelerine hiç aldırmazlar. Demokrasi ve insan hakları umurlarında bile değildir. Bu küresel örgütler kendilerini her şeyden ve herkesten üstün görürler. Herkesin kendilerine kul olmasını isterler ama kendileri de paranın ve gücün kuludurlar (Tokalak, 2016: 23).

Buna karşılık ahilik örgütünün en temel ilkelerinden biri" bir ahinin on sekiz dirhem gümüşten fazla serveti olmamalı" ilkesini yukarıdaki düşüncenin sahiplerinin anlaması mümkün değildir. Yine bir ahi şeyhi olan Şeyh Edebali'nin devlet kurucumuz Osman Gazi'ye; Ey oğul insanı yaşat ki devlet yaşasın" şeklindeki nasihatı ne kadar anlamlıdır.

Ahilik örgütünün üyesi bir esnaf malında herhangi bir kusur varsa satarken bunu alıcıya söylerdi. Komşusu siftah etmemişse ikinci defa mal satmayı ayıp sayardı. Komşusuna ödünç para vereceği zaman, komşum utanmasın ve ticari itibarı sarsılmasın diye gizlice verirdi. Bu günkü mantıkla anlaşılması oldukça zor olan bu özellikler onların temel değerlerinin ve inançlarının, kısacası kültürlerinin bir ürünüdür.

İşte bu yüzden diyoruz ki günümüzde insanlığın; atalarımızın yüz yıllar önce uygarlıklar yurdu Anadolu'da yüzyıllar kurup geliştirdikleri sanatı güzel ahlak ile süsleyen, emekle sermayeyi, işçi ile işvereni barıştıran ve kardeşlik temelleri üzerine kurulmuş esnaf ve sanatkar örgütü olan "ahilik örgütü" ve "ahilik kültürü" ihtiyacı vardır. Aksi durumda ise dünya insanlık için yaşanmaz bir yer olacaktır.

KAYNAKLAR

- Basaran, I. E. (1982). *Temel Eğitim ve Yönetimi*. Ankara: Ankara Üniversitesi Eğitim Fakültesi Yayını.
- Bayram, M. (1995). *Ahi Evren Tasavvufi Düşüncenin Esasları*. Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları. Ankara.
- Çağatay, N. (1973). *Cumhuriyetin 50. Yılında Esnaf ve Sanatkâr- Türkiye Esnaf ve Sanatkâr Konfederasyonları Yayını*, Ankara.
- Dinçer, Ö. (1992). *Örgüt Geliştirme Teori Uygulama ve Teknikler*, Timaş Yayınları, İstanbul.
- Dinçer, Ö. (1991). *Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası*, Timaş Yayınları, İstanbul.
- Dinçer, Ö., ve Fidan, Y. (1996). *İşletme Yönetimi*, Beta Yayınları, İstanbul.
- Doğan, H. (2006). *Ahilik ve Örtülü Bilgi*, Ekin Kitapevi, Bursa.

- Ekinci, Y. (1990). *Ahilik ve Meslek Eğitimi*, M. E. B. Yayınları, İstanbul.
- Ekinci, Y. (2008). *Ahilik*, Genişletilmiş 10. Baskı, Özgün Matbaacılık, Ankara.
- Eren, E. (1991). *Yönetim ve Organizasyon*, İ. Ü. İ. İktisadi Enstitüsü Yayınları, İstanbul.
- Eren, E. (1999). *Stratejik Yönetim*, A.Ü.A.Ö.F. Yayını, Eskişehir.
- Güllülü, S. (1992). *Ahi Birlikleri*, Ötüken Yayınları, İstanbul.
- Güney, S. (2007). *Yönetim ve Organizasyon* (2. Baskı). Nobel Yayınları, Ankara.
- Gürata, M. (1975). *Unutulan Adetlerimiz "Loncalar"*. Tisa Matbaacılık Sanayi, Ankara.
- Gürdoğan, E. N. (1996). *Günler Akarken*, İz yayıncılık, İstanbul.
- Hamitoğulları, B. (1986). *Ahiliğin Çağdaş Türkiye Bakımından Önemi ve Değerlendirilmesi, Türk Kültürü ve Ahilik - Ahilik Araştırma ve Kültür Vakfı Yayını*, İstanbul.
- Hamitoğulları, B. (1986). *İktisadi Kalkınmamızda Ahiliğin Anlam ve Önemi*, Ahilik ve Esnaf İstanbul Esnaf ve Sanatkarlar Dernekleri Birliği Yayını, İstanbul.
- Hofstede, G. (1989). Organising for Cultural Diversity. *European Management Journal*, 7(4), 390-397.
- Kozlu Cem M., (1988) *Kuramsal Kültür*, Define yayınları, İstanbul.
- Köksal, F., (2008) *Ahi Evran ve Ahilik*, 2.Baskı. Kırşehir Valiliği Yayını, Kırşehir.
- Meek, V. L. (1988). Organizational culture: Origins and weaknesses. *Organization Studies*, 9(4), 453-473.
- Sargut, S. (2015). *Kültürler Arası Farklılaşma ve Yönetim*, İmge Kitabevi, Ankara.
- Soykut, R. (1978). *Esnaf Kimdir*, Afşaroğlu Matbaası, Ankara.
- Soykut, R. (1980). *İnsanlık Bilimi Ahilik*, Bas-Yay Matbaası, Ankara.
- Sözen, U. (1980). *Örgütlenme Kuramı, Karşılaştırmalı Bir İrdeleme*. İlk-San Matbaası, Ankara.
- Şişman, M. (1994). *Örgüt Kültürü*, A. Ü. A. Ö. F. Yay. No:732, Eskişehir.
- Tarım, C. H. (1948). *Tarihte Kırşehri Gülşehri*, Yeniçağ Matbaası, İstanbul.
- TESK (1973). *Cumhuriyetin 50. Yılında Esnaf ve Sanatkâr-Türkiye Esnaf ve Sanatkâr Konfederasyonları Yayını*, Güneş Matbaası, Ankara.
- Tokalak, İ. (2016). *Küresel Sömürü*, Ataç Yayınları, İstanbul.
- Tolan, B. (1983). *Toplum Bilimlerine Giriş*, Savaş Yayınları, Ankara.
- Trice, H. M., and Beyer, J. M. (1984). Studying Organizational Cultures Through Rites and Ceremonials. *Academy of Management Review*, 9(4), 653-669.
- Üçok, T. (1989). Organizasyon Kültürünün Oluşumu, *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 4 (1-2): 308-323.
- Ülgener, S. F. (1987). *Çözülme Devri Zihniyeti*, Der Yayınları, İstanbul.
- Weick, K. E., and Berlinger, L. R. (1989). 15 Career improvisation in self-designing organizations. Ed. (Michael B. Arthur, Douglas T. Hall, Barbara S. Lawrence) *Handbook of Career Theory*, Cambridge University Press, New York. Ss. 313-328.
- Yıldırım, C. (1987). *Eğitim Felsefesi*, A.Ü. A.Ö.F Yayını, Eskişehir.