
İhtiyaç ve İstek Paradoksu: İktisadi ve Metafizik Bir Yaklaşım

Yrd. Doç. Dr. Doğan BAKIRTAŞ

Niğde Üniversitesi
İİBF Maliye Bölümü
dgnbakirtas@gmail.com

Arş. Gör. Habip DEMİRHAN

Dokuz Eylül Üniversitesi
Maliye Bölümü
habip.demirhan@deu.edu.tr

Özet

Bireyler yaşamlarını sürdürebilmek için tüketim yapmak zorundadır. Ancak bu tüketim alışkanlıklarında bireylerin içinde yaşadığı toplum yapısının değişmesi ve dönüşmesi ile birlikte birtakım farklılıkların ortaya çıktığı gözlemlenmektedir. Geleneksel toplumdan günümüze gelindiğinde önceleri temel ihtiyaçların giderilmesi söz konusu iken mevcut durumda istekler ihtiyaçlara dönüşmeye başlamıştır. Özellikle teknolojik açıdan ilerleme kaydedilmesi hem üretim düzeyini hem de ürün çeşitliliğini arttırmıştır. Söz konusu durum, bir tüketim malının ihtiyaç mı yoksa istek mi olduğu çelişmesini ortaya çıkarmıştır. Bu noktadan hareketle çalışmada, öncelikle toplum yapısındaki değişimlerden bahsedilerek ihtiyaç ve istek kavramları açıklanacak sonrasında ise isteklerin ihtiyaçlara dönüşmesi ve ihtiyaçların sınırsız hale gelme durumu bir formül oluşturularak tartışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: İhtiyaç, İstek, Toplumsal Yapı, Teknolojik Değişim, Metafizik

The Paradox of Needs and Wants: An Economic and A Metaphysics Approach

Abstract

The consumption of individuals is inevitable to sustain their life. However it is observed that some differences occurred in consumption habits during change and transformation of social life. From traditional societies to nowadays, wants have turned into needs at the present while only basic needs supplied in traditional societies. Especially the technological development improved the product range as well as the product diversification. In this case a paradox has occurred against any consumer good whether it is a need or a want. In this study, firstly the concept of need and want will be explained within the context of the transformation of society structure and then turn of wants into needs and the concept of unlimited needs will be discussed by creating a formulation.

Key Words: Needs, Wants, Social Structure, Technological Change Metaphysic

JEL Classification Codes: A19, I31, O30

GİRİŞ

Toplumsal yapı; “içinde toplumsal ilişkilerin, olayların oluştuğu, toplumsal grupların, kurumların yer aldığı, nüfus ile yerleşim tarzının biçimlendiği toplumsal bir varlıktır”. Söz konusu toplumsal yapının kurumlar, örgütler ve gruplardan oluştuğu noktasından hareket edildiğinde bireyler ve bireyler arasındaki ilişkilerin de bu yapı içerisinde şekillendiği söylenebilir. Aynı zamanda toplumsal yapı, bireyler arası ilişkilerin ortaya çıkardığı gruplar ve kurumların birleşiminden oluşan bir yapı şeklindedir. Bu durumda karşılıklı bir etkileşimden rahatlıkla bahsedebiliriz (MEB, 2015: 39).

Bireylerin tutum ve davranışları toplum yapısına göre şekillenmekte olup bireyin istek ve ihtiyaçlarının da söz konusu toplum yapısından farklı olduğunu ileri sürmek doğru olmayacaktır. Günümüze kadar gelen süreçte toplum yapılarının sahip olduğu özellikler ve bu toplumun şartlarına göre hareket eden bireylerin varlığı bu görüşü destekler niteliktedir.

İhtiyaç ve istek açısından bakıldığında geleneksel toplumda bireyler, düşük tüketim düzeyinin mevcut olması ile birlikte sadece temel ihtiyaçlarını giderebilecek düzeyde iken modern toplum yapısına geçildiğinde kısıtlı da olsa teknolojik ilerlemenin olması ticari faaliyetlerini arttırmıştır. Bu durum üretim düzeyini arttırarak bireylerin tercih yapabilmesine ve bir miktar da olsa tüketimlerini arttırmalarına olanak sağlamıştır. Günümüzde ise hızla gelişen teknoloji bireyi, ihtiyaçlarını tatmin etme konusunda baskın ve karar verici bir konuma yükseltmiştir.

İktisat biliminin üzerinde durduğu en önemli konuların başında kıt kaynaklarla sonsuz ihtiyaç ve isteklerin karşılanması gelmektedir. Her ne kadar istek ve ihtiyaç kavramlarının birbirlerinden farklı olduğu kabul görse de ihtiyaçların sınırsız olup olmadığı konusu tartışmalıdır. Genel anlamda bireylerin istekleri, iyi veya kötü olduğuna bakılmaksızın sınırsız olarak kabul edilmekle birlikte ihtiyaçlarının, o an içinde tatmin edilmesi gerektiği göz önünde tutularak bir sınırlamadan bahsedilmektedir. Ancak günümüzde yaşanan hem ekonomik hem sosyal hem de teknolojik gelişmelerin, bireylerin isteklerini ihtiyaca dönüştürme ve söz konusu ihtiyaçları sınırsız hale getirme konusunda bir değişime yol açtığı gözlemlenmektedir.

Bu çalışmanın temel odak noktası isteklerin ihtiyaca dönüşme süreci ve ihtiyaçların sınırsız olabilme/olamama ihtimalinin değerlendirilmesidir. Bu amaca yönelik olarak çalışmada öncelikle toplum yapısındaki dönüşüm belirli dönemlere indirgenerek bireylerin istek ve ihtiyaçlarının değişimi ve gelişimi incelenmiş, sonrasında çalışmanın temel kavramları olan ihtiyaç ve istek kavramları hem kelime anlamı hem de iktisadi anlamda açıklanmıştır. Daha sonrasında ise isteklerin ihtiyaçlara dönüşüm noktasındaki süreç bir formül geliştirilerek incelenmeye çalışılmış ve ihtiyaçların sınırsız olabilme ihtimali tartışılmıştır.

1. Toplum Yapısındaki Dönüşüm

İhtiyaç ve istek kavramlarına ve birbirleri arasındaki farklılıklara değinmeden önce toplum yapısında meydana gelen değişimlerden söz etmek yerinde olacaktır. Söz konusu değişimler, toplum yapısı içerisinde barındırdığı bireylerin tutum ve davranışlarını da etkilemektedir. İnsanlığın doğuşundan günümüze kadar geçen süre içerisinde toplum yapısı zaman ve mekân boyutuyla farklı şekilde değişmesine rağmen genel anlamda söz konusu yapıyı; (i) geleneksel toplum, (ii) modern toplum ve (iii) post-modern toplum yapısı olarak sınıflandırabiliriz.

1.1. Geleneksel Toplum

Geleneksel toplum yapısı, insanlığın avcılık toplayıcılık döneminden başlayarak Aydınlanma dönemine geçişin alt yapısını hazırlayan Rönesans ve Reform hareketlerinin gerçekleştiği döneme kadar devam eden bir süreci kapsamaktadır. Genel anlamı ile geleneklerin egemen olduğu bir toplum yapısını yansıttığının yanı sıra samimi ve yüz yüze ilişkilerin en üst düzeyde olduğu bir yapıyı temsil ettiği söylenebilir. Bunun yanında uzmanlaşmış bir örgüt ve modern anlamda bir kent yapısından bahsetmek mümkün değildir. Aynı zamanda genel manada bir okuryazarlık yapısından söz edilemediği gibi bireycilik ve akılcılık da gelişmemiştir. Hiyerarşik yapı ise belirgin olmakla birlikte değişime karşı bir direnç söz konusudur. Benzer şekilde mekânsal bir değişimden (göç, fetih vb.) söz etmek mümkün olmakla birlikte zamansal bir değişim söz konusu değildir. Geleneksel toplum istikrarlı ve yatay/dikey anlamda toplumsal hareketliliğin durağan olduğu bir toplum yapısına sahiptir. Bu toplumlarda kişiler kendi çıkarlarını bir kenara bırakarak kamuya yararlı bir birey olmak için çaba sarf etmektedir (Ökmen ve Demir, 2010: 23).

Eski çağ döneminde gerek doğu gerekse batı toplumlarında bireycilikten uzak bir toplum yapısının var olduğu görülmektedir. Dönemin kanunları, düzenlemeleri ve alınan kararları genel anlamda toplumsal yaşam ile ilgili olup bu durum toplumun, bireyin önünde yer alan bir kurum haline gelmesine yol açmıştır. Çinliler, Lao Tzu prensiplerini ve bilgelik kitabı olan Yi-Ching'de (*Değişimler Kitabı*) mevcut şiiresel bilgelik ve kehanet talimatlarını, Yunanlılar Delphi Tapınağı'nı, Hindistanlılar Brahma yasalarını, Mısırlılar Firavunun buyruklarını ve İbraniler Musa'nın gösterdiği yolu temel alarak kararlarını oluşturmuştur. Söz konusu toplumsal karar alma, ilk devlet olarak kabul edilen Sümerler'den bu yana var olan bir olgudur (Savaş, 2007: 24; Akdoğan, 2013: 211).

Geleneksel toplum yapısı içinde hemen her birey, kendi çıkarları ve ihtiyaçlarından ziyade toplumun ihtiyaçlarını ön planda tutarak yaşamını sürdürmüştür. Bu noktada topluma yararlı olmayan bireyler küçük ve hor görülmüştür. Bunun yanı sıra Platon'un "*Devlet*" adlı eserinde, bireylerin temel ihtiyaçları dışında özel mülkiyete sahip olmaması gerektiği de vurgulanmaktadır (Platon, 2005). Genel anlamda geleneksel toplum yapısına bakıldığında bireyin salt manada özgür olmadığı ve bilimsel bilginin yerine dogmatik ve metafizik kuralların ağır bastığı görülmektedir.

1.2. Modern Toplum

Modernliğin tam olarak hangi tarihte başladığı tartışmalı bir konu olup bazı düşünürler Amerika kıtasının keşfi ile, bazıları Avrupa'da meydana gelen Rönesans ve Reform hareketleri ile bazıları ise burjuva sınıfı ile başladığını ileri sürmektedir (Kızılçelik, 2003: 97). Bütün bu görüşlerin yanında en yaygın kabul gören görüş, modernliğin Aydınlanma hareketi olduğudur. N. Eisenstadt modernliği, "*17.Yy'dan 19.yy'a kadar Batı Avrupa ve Kuzey Amerika'daki toplumsal, ekonomik ve politik sistemlerde meydana gelen değişimin bir ürünü olarak gelişen ve sonra diğer Avrupa ülkelerine, ardından da 19.Yy. ve 20.yy'da Güney Amerika, Asya ve Afrika kıtalarına yayılan bir süreç*" olarak tanımlamıştır (Eisenstadt, 2007: 11). Aydınlanma çağı, bilginin kilise tekeline çıktığı ve özgür düşüncenin geliştiği bir dönemdir. Söz konusu dönemde, dinsel doğmaların etkisi azalmış bunun yerine akıl ve mantığa dayalı bir anlayış ön plana çıkmıştır.

Aydınlanma, dogmatik olan her şeye karşı olmaktır ve bu yönüyle dogmatik olduğuna inanılan mitlere ve inançlara da karşıdır. Kant'a göre aydınlanma, "insanın ergin olmadığı durum olan kendi aklını, başkasının rehberliğine ihtiyaç duymadan kullanmadığı durumdan kurtulmasıdır" (Kant, 1984: 213). Bu noktada aydınlanmayı, aklın dogmatik olan din ve inançlara üstünlüğü olarak değerlendirebiliriz.

Modern dönem, özü itibariyle laik bir dönemdir. Bilginin ve bilimsel çalışmaların kilisenin tekelinden çıkarıldığı ve bu noktada din ve bilimsel çalışmaların ayrıştığı bir dönem olduğu söylenebilir. Modern toplum yapısının yerleşmesi ile birlikte geleneksel toplumun durağan ve statik yapısının yerini dinamik ve sanayileşmiş bir yapı almıştır. Modern toplum genel anlamda akılcılık ve bireycilik kavramları etrafında şekillenmiştir. J. Bentham toplum çıkarlarının, toplumu oluşturan bireylerin çıkarlarından başka bir şey olmadığını ve bu çerçevede ortak yararın/kamu yararının bireylerin kendi çıkarlarını maksimize etmesi ile ortaya çıkacağını savunmaktadır (Bentham, 1961: 18).

Geleneksel toplum yapısı içinde var olan "ortak bir iyi" düşüncesi, toplumun ortak bir çıkarının olamayacağı düşüncesine sahip modern toplum felsefesine doğru bir değişim yaşamıştır. Bu fikre sahip olan düşünürler çalışmalarını "çıkarcı grupları" üzerinde yoğunlaştırmıştır. Söz konusu düşünürlere göre, toplumu oluşturanlar grupların kendisidir ve kamu politikalarının oluşturulması sürecinde çıkarlarını kollama adına birbirleri ile rekabet halindedir. Bentley'e göre ise toplumsal çıkar diye adlandırılan bir olgu yoktur, bireyin kendi çıkarları vardır ve çıkarlarının çatıştığı grup içerisinde kendine yer edinmektedir (Bentley, 1965: 268-269).

1.3. Postmodern Toplum

Modernizm genel anlamda akılcılığa dayanmakta ve felsefi temellerini rasyonalizm ile epistemolojiden almaktadır. Bilginin değerinin bireye fayda sağladığı sürece arttığı ileri sürülmesine karşın bilginin artması toplumsal sorunlara çare olmamış ve savaşlar, açlık, yoksulluk devam etmiştir. Hem sosyal kurumsal yanı hem de epistemolojik yanı ile ele alınsa da Postmodernizmin, aydınlanmacı felsefeye ve modernizme atfedilen bir eleştiri olduğu rahatlıkla söylenebilir. Söz konusu Postmodernizm akımının, İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra bilimsel ve zihinsel bilgi üretiminde ortaya çıkan sorunlar ve modern paradigmanın yaşadığı sarsıntılar neticesinde ortaya çıktığı ileri sürülmektedir (Aslan ve Yılmaz, 2006: 100-102). Postmodernizm, aklın ve bilginin bireyi mutluluğa götürmediğini aksine bilgi arttıkça akıl ürünü gelişmelerin insanlığa huzursuzluk getirdiğini vurgulamaktadır.

Modernizm ve Postmodernizm arasındaki farklılıklar Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1: Modernizm ve Postmodernizm Arasındaki Farklılıklar

Modernizm	Postmodernizm
Romantizm/Simgencilik	Parafizik/Dadacılık
Form (birleştirici, kapalı)	Antiform (ayrıştırıcı, açık)
Semantik	Retorik
Amaç	Oyun
Tasarım	Rastlantı
Yaratma /Bütünleştirme/Sentez	Yaratmayı imha/Yapıbozum/Antitez
Gösterilen	Gösteren
Anlatı/Büyük tarih	Anlatı karşıtı/küçük tarih
Belirlenmişlik	Belirsizlik

Kaynak: Harvey, 2012: 59.

Postmodernizm, modernizmin ileri sürdüğü temel varsayımların irdelenmesine ve eleştirel bir bakış açısı ile değerlendirilmesine dayanmaktadır. Postmodernizmin odak noktası, modernizmin insanlığı iyi ve güzele yönlendirme konusunda arzu edilen başarıyı gösterememesinin nedenlerini sorgulamak ve zaman zaman bu durumla ilgili önerilerini herhangi bir yönlendirmeye başvurmadan ortaya koymaktadır (Bayram, 2007; Aslan ve Yılmaz, 2006).

Postmodern toplum, teknolojinin ortaya çıkardığı simgelerin ve bilgi çağının toplumdur. Söz konusu toplumda dünyanın kontrolünün bilgisayarların elinde olduğunu söylemek mümkündür. Bunun nedeni her bireyin, demografik bilgileri yanında sahip olduğu aracın, konutun, çalışma durumunun ve genel anlamda tüm bilgilerinin veri bankalarında depolanmasıdır. Her ne kadar Lyotard bu durumun abartıldığını ileri sürse de sistem içindeki teknokratların toplumu yönlendirdiğini ve ihtiyaçları ortaya çıkartarak bireylerin aklını kamu gücünün etkisiyle etkisizleştirildiğini ileri sürmektedir. Diğer yandan postmodern dünyayı en iyi karakterize eden olgular, kişisel hoşgörü, arzu ve tüketici bir kitlenin varlığıdır. Bu noktada tüketim kaygıları eşitlik ilkesinin önünde geçmiş durumdadır. Tüketim zirve noktasına gelmiş ve dünya evrensel bir alışveriş merkezi konumuna gelmiştir. Lyotard söz konusu durumu “*çağdaş kültürün sıfır noktası*” olarak adlandırmaktadır (Sallan ve Boybeyi, 1994: 314-317). Postmodernizm, bir çeşit bilgidir. Özellikle gelişmiş toplumlardaki bilginin durumu Lyotard (1987) tarafından açıklanmaya çalışılmıştır. Lyotard (1987) postmodern kavramını, söz konusu durumu tanımlamak için kullanmaktadır. Bu noktada postmodern süreci analiz etmek ve anlamak için söz konusu toplum içinde oluşan bilgi ile yapılan bilimi incelemek gerekmektedir. Söz konusu bilgi, bilimsel bilginin ve anlatsal bilginin bir karışımıdır ancak aralarındaki farklılık çok net olmamakla birlikte bu noktada dikkat çeken husus bilgilerin ticarileşmesidir (Lyotard, 1987: 73-80). Postmodernizm, bilgi noktasında hem devlet hem de uluslararası kuruluşlar tarafından yönlendirilmektedir.

Söz konusu yönlendirme ise medya ve iletişim ağları tarafından sağlanmaktadır. Özellikle medya, kapitalist ideolojinin baskın mesajlarının bir ileticisi konumuna gelmiştir. (Yıldırım, 2009; Sallan ve Boybeyi, 1994). Bu açıdan bakıldığında postmodernite; 20. Yüzyılın sonu ve 21. Yüzyılın başında ortaya çıkan, küreselleşme, tüketicilik, yetki bölünmesi ve bilginin ticarileşmesi gibi temel noktalarda yaşam tarzımızı şekillendiren kapitalizm olgusu ile yakın bir ilişki içerisinde (King, 2005: 519). Genel olarak bakıldığında postmodern toplum yapısına dönüşüm sürecinde bireylerin tüketim alışkanlıklarının değiştiği ve buna bağlı olarak ihtiyaç ve istek kavramları arasındaki farklılıkların da net bir şekilde ortaya çıktığı rahatlıkla ifade edilebilir.

2. İhtiyaç ve İstek İlişisinin Değerlendirilmesi

İhtiyaç ve istek kavramları arasındaki ilişkiye değinmeden önce söz konusu kavramların açıklanması yerinde olacaktır. Bu kavramlar öncelikle sözlük anlamları açısından değerlendirilecek olup sonrasında iktisadi açıdan bu kavramların içeriğine bakılarak iki kavram arasındaki ilişki bir formülasyon ile daha ayrıntılı olarak incelenecektir.

2.1. İhtiyaç ve İstek Kavramı

İhtiyaç ve istek kavramı genel çerçevede insanın ihtiyaçları ve istekleri olarak incelendiği için öncelikle insan tanımının yapılması daha doğru olacaktır.

İnsan, Arapça kökenli bir kelime olup “*yakınlık, yaklaşma duygusu*” anlamına gelmektedir. Söz konusu yaklaşma ve yakınlaşma duygusu gerek insanın hemcinslerine gerekse de Allah’a yakınlaşmasını ifade etmektedir. Bu noktada insanın yaradılış gereği olarak gereksinim duyduğu olgulardan biri, bir arada yaşamdır. Bu gereksinim, insanoğlunun bireysel değil toplumsal bir yapı içerisinde yaşamasını ortaya koymaktadır. İslam inancına göre insan; beden ve ruhtan oluşan, düşünen, şuurdu, ilim ve iman sahibi bir varlıktır. İnsan; Allah’ın yeryüzüne lütfettiği, üstün yapıcı yeteneklere sahip ancak organik ve biyolojik yapı bakımından zayıf olan bir varlıktır. Söz konusu tanımın bir sonucu olarak İslam; insanı sadece maddi bir varlık olarak gören maddeye tapanları ve insanı sadece ruhtan oluşmuş olarak kabul eden ruha tapanları reddetmektedir (Kalkan, 2015). Bir diğer olgu ise insanın; beden-ruh ikilisine sahip bir varlık olarak sadece maddeden ibaret olmadığı için somut gereksinimlerinin yanında soyut gereksinimlerinin de mevcut olduğudur.

İhtiyaç kavramı da insan kavramı gibi Arapça kökenli olup “*hacet*” kökünden gelmektedir. Türk Dil Kurumu sözlüğünde *hacet* kelimesi, “*herhangi bir şey için gerekli olma, gereklilik, lüzum*” olarak ifade edilmiştir. İhtiyaç kelimesi ise “*gereksinim, güçlü istek, yoksulluk, yokluk*” olarak tanımlanmaktadır. Oxford sözlüğünde ise ihtiyacın İngilizce karşılığı olan “*need*” kelimesi, arzu edilmekten ziyade zaruri veya çok önemli olduğu için gerekli olan (şey) olarak ifade edilmiştir. Köken olarak bakıldığında da gerekli olmak anlamına gelen “*neodian*” kelimesinden geldiği görülmektedir. Genel çerçevede her iki tanım göz önüne alındığında ihtiyaç kavramı, zarurilik ve gereklilik olarak karşımıza çıkmakta olup, olmadan eksikliğin şiddetle hissedileceği bir durumun doğmasına sebep olabileceğini rahatlıkla ifade edebiliriz. İlkel toplumlardan günümüze kadar geçen süre içerisinde birey olarak insanın değişimi göz önüne alındığında insanın olmadan eksikliğini hissedeceği şeylerin de değiştiği söylenebilir. Bu noktada insan ihtiyaçlarının, zaman ve mekân çerçevesinde sürekli değişime

uğradığı ifade edilebilir. Aynı şekilde insan, yaradılış gereği bir arada yaşama sürecinde değişime uğrayan bir varlık olduğuna göre ihtiyaçlarının da içinde var olduğu toplum yapısına ve değerlerine göre değiştiğini rahatlıkla söyleyebiliriz.

İstek kavramı ise Türk Dil Kurumu tarafından “bir şeye duyulan eğilim, arzu, şevk” ve “belirli bir gereksinimi karşılayacağı düşünülen nesne veya duruma karşı duyulan özlem, arzu” olarak tanımlanmaktadır. Görüldüğü üzere ihtiyaç tanımının aksine istek kavramının tanımı içerisinde herhangi bir zorunluluk ve gereklilik söz konusu değildir.

İhtiyaç ve istek kelimeleri, kavram olarak birbirinden farklı durumları ifade etmektedir. Öncelikle ihtiyacın var olma durumu, belli bir gereksinimi içermekte ve bireyin tercih ya da düşüncesine bağlı olmama durumunu kapsamaktadır. Bu yönü ile isteklerin aksine ihtiyaçlar neseldir ve söz konusu ihtiyaçların giderilme biçimi ve önem derecelerinin toplumdan topluma farklılık göstermesi bu durumu ortadan kaldırmamaktadır. İsteklerin kendisi öznel ve nesnel olan ihtiyaçlardan bu yönü ile ayrılmaktadır. İhtiyaçların nesnel olması, onların sınırlı sayıda olmasını gerektiren bir durum değildir. Irzak ve Buğra (2001)’ya göre birey, ihtiyaçlarını ve potansiyellerini gerçekleştirme derecesinde gelişerek eksikliklerini tamamlamakta ve söz konusu ihtiyaçlarını giderme ölçüsünde potansiyellerini de geliştirmektedir.

İhtiyaç kavramı; bir kişinin hayatta kalma, sağlık ya da temel özgürlükler için herhangi bir gerekliliği ifade etmektedir. Söz konusu gereklilikler yetersiz bir şekilde karşılanırsa fiziksel ya da zihinsel sağlığın bozulması muhtemeldir. Bu açıdan ihtiyaç kavramı sadece biyolojik yaşam için değil aynı zamanda insan olarak kişilerin sağlık ve gelişim (fiziksel ve zihinsel gelişim) için gereksinimlerini de ifade etmektedir. Her ne kadar hava, su, yiyecek gibi ihtiyaçların dışında ihtiyaçlar doğrudan gözlemlenemese de istekler gözlemlenebilir ve ölçülebilir niteliktedir. Bu noktada istek, herhangi bir algılanan ihtiyaç, herhangi bir arzu, algılanan herhangi bir kısa veya uzun dönemli ilgi anlamına gelmektedir. Bir istek; bir veya birden fazla gerçek ihtiyacı yansıtabilir veya yansıtmayabilir. Ölçme açısından bakıldığında ise istekler farklı şekilde ölçülebilir. Örneğin; kişisel istekler görüşmeler veya davranış gözlemleri ile ölçülebilirken, kolektif isteklerin anket veya oy sayımı şeklindeki yöntemler ile ölçülebilmesi mümkündür (Bay, 1982: 67).

İhtiyaç ve istek ayrımına hiyerarşik davranış yaklaşımı açısından da bakabilmek mümkündür. Aslında ihtiyaç ve istek kavramlarını eşdeğer terimler gibi algılamak oldukça kolaydır. Fakat bu noktada özellikle hiyerarşik davranış ile ilişki olan önemli bir farklılık söz konusudur. Bir ihtiyaç, -örneğin yemek ihtiyacı- evrensel olarak gerekli bir şeyi ifade etmektedir. Bazı ihtiyaçların doğal olarak var olup olmadığı hususunda anlaşmazlıkların bulunmasına rağmen söz konusu ihtiyaçların, aynı koşullar altında tüm insanlar açısından evrensel olarak kabul edilmesi gerektiği ileri sürülmektedir. Bunun aksine istek kavramı, bireyin bir özelliği olan kişisel tercihi ifade etmektedir. Söz konusu kavramlar arasındaki ayrım, tam ikame edilebilirlik ile nitelenen standart yaklaşımın özellikle istek temelli hareket etmesi açısından önem arz etmektedir. İhtiyaçların evrensel nitelikte olması sebebiyle ikamesinin sınırlı olması ve isteklerin kişisel bir eğilim olması nedeniyle ikame açısından isteklerin daha kolay olduğu söylenebilir. Hiyerarşik davranış düşüncesi, -özellikle tüketici tercihi ile ilişkili olarak- mal (goods) türlerine bağlıdır. Aynı zamanda bu düşünce, ihtiyaç ve istek

kavramları arasındaki ayırım ile ilgilidir. Söz konusu bağlantı, bazı ihtiyaçların çok geniş mal çeşitleri ile tatmin edilirken bazılarının sınırlı sayıda mal ile tatmin edilmesini ifade etmektedir. Bu durum, belirli ihtiyaçlara cevap veren bazı mal demetleri şeklinde düşünülebilir. Mesela yemek ihtiyacı, yiyecek demetleri olarak sınıflandırılan geniş bir mal kategorisi tarafından tatmin edilebilir. Bu durumda mal demetleri arasında bir ikamenin olabileceğini görmek oldukça kolaydır. Ancak bu durum barınak sağlama ihtiyacı şeklinde örnek verilseydi sınırlı bir mal demeti ve ikameden söz edilecekti. İkame açısından bakıldığında bazı faktörlerin ikameyi engelleyici etkilerinin olduğu görülmektedir. Bazı mal demetleri söz konusu ihtiyaçları tatmin edememektedir. Örneğin sinema bileti, bir şeyler içme ihtiyacını karşılayamazken diğer yandan bazı mallar birden çok ihtiyacı tatmin edebilir. Örnek olarak bir kafede çay içmek hem bir şeyler içme hem de sosyalleşme ihtiyacını tatmin edebilir. Diğer yandan bireylerin sahip olduğu gelir de hangi malların satın alınacağını veya ikame edileceğini etkileyebilir. Bu noktada dikkat edilmesi gereken durum, ihtiyacın aynı kalması fakat söz konusu ihtiyacı tatmin eden malın gelirdeki farklılaşma ile ilişkili olarak değişmesidir. Bireylerin, ihtiyaçlarını ikame etmek yerine aynı ihtiyaçlarını tatmin etmek için malları ikame etmesini daha kolay bulması hiyerarşik davranışın temel noktasıdır (Drakopoulos, 1994: 135-140).

2.2. İktisadi Bir Kavram Olarak İhtiyaç ve İstek

Ekonomi literatürüne bakıldığında iktisat kavramı için genel olarak kıt kaynaklarla sonsuz isteklerin/ihtiyaçların karşılanması şeklinde bir tanımlamanın olduğu görülmektedir. Söz konusu tanımın kendi içinde barındığı iki belirleyici mevcuttur. Bunlardan ilki kaynakların kıtlığı diğeri ise isteklerin ya da ihtiyaçların sonsuz olmasıdır. Kaynakların kıtlığı konusundaki tartışmalar mevcut olmakla birlikte istek ve ihtiyaçların ayrı kavramlar olduğu literatürde de kabul görmektedir.

Ana akım iktisatçıların temel önermesi insan isteklerinin sınırsız olduğudur. Bu noktadan hareketle bireylerin sınırsız isteklerini sınırlı kaynaklar ile karşılama çabalarının iktisat biliminin temel çalışma alanı olduğunu ileri sürmektedirler. Söz konusu bakış açısı, insan isteklerinin sınırsız olduğu yönündedir. İhtiyaç ve istek arasındaki farklılığı ise bireyin içinde bulunduğu koşullar ile açıklamaktadır. Örneğin, bir kişi “*yeni elbise satın almak istiyorum*” dediğinde bu kişinin bir dilekten mi, istekten mi veya ihtiyaçtan mı bahsettiği tam olarak anlaşılamamaktadır. Ancak söz konusu kişi, sıcak bir iklimden soğuk bir iklime giderken üşümek amacıyla yeni bir elbise almak istiyorsa bu durum ihtiyaç kapsamına girecek iken sahip olduğu elbisenin bir başka modelini alma gayesi, bir istek durumunu ortaya çıkaracaktır. İnsan isteklerinin sınırsız olmasının bir diğer sebebi ise her şeye sahip olmanın kişinin mutluluğunu maksimize etmeyecek olması ile açıklanmaktadır. Sahip olunan ev, araba, yat veya elbiseler isteklerin tamamen tatmin edildiği ve bundan sonra herhangi bir şey istenmeyeceği anlamı taşımamaktadır. Bunun yanında sınırlı kaynakların varlığı da kişilerin isteklerinin tatmin edilmesinde önemli bir engel olarak nitelendirilebilir. Söz konusu bu durum kıtlık kavramını ortaya çıkarmaktadır (Miller, 2012:28).

Her ne kadar literatürde bu yönde önermeler olsa da bu konu üzerinde farklı bakış açıları da bulunmaktadır. Hoeschele (2010)’ ye göre, insan istekleri ve ihtiyaçları sınırlıdır fakat özellikle kapitalist kurumlar yeni ihtiyaçlar ortaya çıkartarak toplumda yeni bir kıtlık biçimi oluşturmaktadır. Oluşturulan yeni kıtlık biçimleri ise güç birikimine ve yeni kar alanlarının ortaya çıkmasına neden olmaktadır. İsteklerin sonsuz olması durumu ise mümkün değildir

çünkü bunun olması için belirli bir zaman aralığında belirli bir şeyi istemek gerekir. Toplum içinde bazı bireyler, yaşantısı boyunca küçük şeylerle mutlu olabilirken bazıları hiçbir zaman tatmin olmayacak ve hep daha fazlasını isteyeceklerdir. Bu noktadan hareketle, insan isteklerinin sonsuz değil değişken olduğu söylenebilir. Bunun yanında toplumun gelenekleri, reklamlar ve diğer tüketim artırıcı öğeler gibi sosyal etkenler yeni isteklerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu durumun bir sonucu olarak da bireyler lükse bağımlı hale gelmekte ve istekleri kolayca ihtiyaç haline dönüşmektedir (Hoeschele, 2010: 1-2).

İhtiyaç ve istek ayrımında dikkat çeken diğer bir nokta tüketim odaklı davranışın temeli sayılabilen kapitalist düzenin varlığıdır. Bu düşüncenin temelinde, kapitalizmin devam etmesi ve üretilen ürünlerin satılarak kar elde edilebilmesi için ihtiyaçların farklılaştırılması ve yeni ihtiyaçların ortaya çıkarılması gerektiği yatmaktadır. Söz konusu bu görüş, ihtiyaçların sınırsız olması gerekliliği üzerine vurgu yapmaktadır. Bunun yanında ihtiyaçların karşılanma gerekçesine sosyalleşme ve var olma şeklinde kavramlar eklenerek bireylerin tüketim yapmalarını sadece ihtiyaçlarını karşılamak için değil aynı zamanda sosyal statü kazanma ve toplum içinde ön plana çıkma amacı ile de yapmaları istenmektedir. Bahsedilen tüketim davranışı ise gerek tasarım gerek pazarlama gerekse de reklam yolu ile sağlanmaya çalışılmaktadır. Genel olarak bakıldığında kapitalist sistemin amacı, yalnızca bireylerin temel ya da gerçek ihtiyaçlarının karşılanması değil üretime bağlı olarak farklı ürünleri ihtiyaç haline dönüştürerek bireyler tarafında yeni ihtiyaçların ortaya çıkmasını ve tüketilmesini sağlamaktır. Bu amaca yönelik olarak artan ve çeşitlenen üretim, istek halinde olan malların ihtiyaç haline dönüşmesine ve söz konusu ihtiyaç haline getirilmiş isteklerin sınırsız olmasına sebebiyet vermektedir (Yanıklar, 2010; Bayhan, 2011: 224).

Eğer insan isteklerinin sınırsız olduğu görüşü doğru ise tüm tüketiciler bugünkü gelirleri, beklentileri ve gelecekle ilgili korkuları ile bağlantılı olarak tüketimlerini maksimum düzeyde gerçekleştirecektir. İnsan isteklerini ve tatmin düzeyini matematiksel bir formül ile açıklamaya çalışırsak; varsayalım ki *Tatmin Düzeyi* (TD), kişinin isteğini yerine getirmek için *Mevcut Kapasite*'nin (MK) *Toplam İsteklere* (Tİ) bölümüne eşit olsun;

$$\mathbf{TD} (\mathbf{Tatmin\ Düzeyi}) = \mathbf{MK} (\mathbf{Mevcut\ Kapasite}) / \mathbf{Tİ} (\mathbf{Toplam\ İstekler}) \quad (1)$$

Oluşturulan formüle bakıldığında eğer toplam istekler (Tİ) sonsuz ise, toplam istekler bölü herhangi bir sonsuz olmayan sayıdaki mevcut kapasite (MK); sıfır tatmin sonucunu verecektir. Bu noktadan hareketle eğer insan istekleri gerçekten sınırsız olsaydı, hiçbir ekonomik çaba toplumdaki herhangi bir kişiye asgari bir tatmin sağlamaz ve evsizinden milyarderine kadar herkes depresif bir hale gelirdi. İnsan istekleri sınırlıdır fakat çoğu zaman mevcut seviyelerinin üstüne çıkma ihtimalleri de bulunmaktadır. Eğer mevcut kapasiteler (MK) ikiye katlanır fakat toplam istek (Tİ) üç katına çıkarsa, daha fazla sayıda istek yerine getirilse bile tatmin düzeyi azalır. Bu durumun sonucunda da insanlar artan tüketime rağmen mutsuz hale gelir çünkü kendi istekleri daha hızlı büyümektedir. Öte yandan bazı isteklerin yerine getirilmesi, diğer kişilerin isteklerinin yerine getirilme kapasitesinde bozucu etkiler yapabilmektedir. Her ne kadar pazardan satın alınan malların sayısında artış olsa da kapasitenin azalması nedeniyle kişilerin tatmin düzeyi düşebilmektedir. Tatmin düzeyi sadece isteklerin sınırlı ve nispeten daha yavaş büyüdüğü durumda artabilir, böylelikle söz konusu istekleri yerine getirme kapasitesi isteklerden daha hızlı büyüyebilecektir (Hoeschele, 2010: 1-4).

Bireyler, iyi ya da kötü olup olmadığına bakılmaksızın sayısızca isteklerini sıralayabilmekte ve söz konusu isteklerini sınırlayan bir mekanizma var olmadığı için istek kümeleri sonsuza kadar gidebilmektedir. İhtiyaç ise o an içerisinde tatmin edilmesi gereken durumları ifade etmektedir. Bu gereklilik iktisadi anlamda kişinin geliri ile doğru orantılıdır. Birey, mal ve hizmetler arasında tercihte bulunurken bütçe kısıtı denilen bir durumla karşılaşmakta ve ihtiyaçları arasında sahip olduğu bütçeyi dengeli olarak dağıtma zorunluluğu ortaya çıkmaktadır. Gerek istek gerekse de ihtiyaç insanın duygularından filizlenmekle beraber istekler, bireyin geliri sınırsız iken tatmin edilebilecek durumu, ihtiyaçlar ise bireyin geliri sınırlı iken tatmin edilebilecek olan durumu yansıtmaktadır (Özer, 2012: 6).

Toplumsal yaşam biçimi formları iç içe geçtikçe ihtiyaçlarda da farklılaşmalar meydana gelmektedir. Kültür, zaman-mekân ve çevre gibi bazı unsurlar insan ihtiyaçlarının oluşumunda önemli rol oynamaktadır.

Geleneksel toplum yapısına bakıldığında kişilerin elde ettiği gelirin sadece temel düzeyde geçimlerini sağlayabilecek kadar olduğu ve bunun en önemli sebebinin söz konusu toplumlarda üretim düzeyinin fazla gelişmiş olmamasından kaynaklandığı görülmektedir. İktisadi olarak ifade etmek gerekirse geleneksel toplum yapısında tasarruf yapacak kadar bir üretim düzeyi mevcut değildir. Toplumsal yaşamın gelişmeye ve toplumların etkileşime girmeye başlaması ise birlikte ticari mübadele dönemi de başlamıştır. Önceleri trampa şeklinde değiş-tokuşlar yaşanırken daha sonraları paranın icat edilmesi ile birlikte daha gelişmiş bir ticaret yapısı ortaya çıkmıştır. Bu gelişmelerin bir sonucu olarak insanlar, daha fazla üretim için gerekli yolları aramaya başlamıştır. Daha fazla toprak elde etmek için mücadeleler başlamış ve verimi artırabilmek adına da ilkel de olsa teknolojik aletler yapılmaya başlanmıştır. Geleneksel toplum insanı, üretim anlamında kölecidir ve özgürlükler bu anlamda kısıtlıdır. Toplum yapısı içerisinde üretici kesim ürettiğinden tam anlamıyla faydalanan kesimin kendisi değildir. Toprak sahipleri ile toprağı işleyenler farklı kişilerdir (Ay, 2013: 26-30). Tercih özgürlüğünün olmadığı bu toplum yapısında ihtiyaçların karşılanması üretilen ile yetinmek şeklinde gerçekleşmiştir. Üretim teknolojisi gelişmediğinden üretim az ve tercih edilebilecek ürünler sınırlı sayıda kalmıştır. Üretimin yeterli düzeyde olmamasından dolayı tüketim de azdır. Bu noktada tüketici, kendisi için öncelikle gerekli olan ihtiyaçlarını gidermeyi zorunluluk çerçevesinde yerine getirmeye çalışmıştır.

Aydınlanma çağı ile birlikte modern toplum yapısına geçişte aklın ve bilimsel gelişmelerin tek bir zümrenin tekelinden çıkmasıyla insan, toplumsal yaşam içerisinde birey olarak daha aktif bir rol almaya başlamıştır. Bu dönemde akıl ile hareket etmeye başlayan insan, neden-sonuç ilişkileri çerçevesinde kendisi için en iyiyi arama girişimine başlamıştır. Bu gelişmeler ticari faaliyetleri de etkilemiş, ihtiyaçların giderilmesi anlamında bir rekabet başlamıştır. Geleneksel toplum yapısının aksine bu toplum yapısında üreten ve toprağına sahip olan gittikçe aynı kişiler olmaya başlamıştır. Sanayi toplumuna geçiş ile birlikte üretici kesim arasında da rekabet söz konusu olmuş ve üretici diğer üreticilerle daha sık karşılaşmaya başlamıştır. Tüketici, daha fazla üretici ve daha fazla üretim düzeyi ile tanışmaya başlamıştır.

Postmodern toplum bilgi toplumdur ve bireyselleşmenin gelişmiş olduğu bir formu içermektedir. Bilgiye kolay erişebilen birey kendisi için farklı alternatifleri daha kolay bir şekilde görüp değerlendirebilmektedir. Bu çerçevede de tercih özgürlüğü geleneksel ve modern toplum yapısına göre

daha gelişmiş bir yapıdadır. Bu durum üretici-tüketici dengesinin değişmesine sebep olmuştur. Daha önceki dönemlerde üreticinin baskın olduğu bir yapı mevcut iken, post-modern toplum yapısı içerisinde ihtiyacını tatmin etmeye çalışan tüketici daha baskın bir karakterdir. Bu baskınlık sonucunda ihtiyaçlarda gelişme, farklılaşma ve artış meydana gelmektedir.

Geleneksel ve modern toplum yapısı içerisinde üreticinin baskın olmasını John Babbtiste Say'ın meşhur "*her arz kendi talebini yaratır*" sözünde görmek mümkündür. Bu söz, bulunduğu dönemin üretim yapısını iyi analiz ettiğinin bir kanıtı niteliğindedir. Her ne kadar sanayi devrimi ile birlikte kitlesel üretim yapısının geliştiği söylene de üretici kesim, istediği formlarda mal ve hizmet sunumu yapmaktadır. Tüketici sadece üretilenler arasında bir tercihte bulunabilmektedir. Kısacası ne üretilirse onunla yetinen bir durumdadır. Modern çağın üretim anlayışını, Fordist üretim sisteminin kurucusu olan Henry Ford'un T modeli ile ilgili olarak söylediği meşhur "*müşteri istediği renkte araba satın alabilir, renk siyah olduğu sürece*" sözü açık ve net bir şekilde yansıtmaktadır. Görüleceği üzere bu dönemde arz-talep dengesi arz yönlü olarak karşımıza çıkmaktadır.

Postmodern toplum yapısında ise gelişen bilgi teknolojileri ile artan üretimle birlikte satın alma metodlarında da meydana gelen gelişmeler tüketiciyi daha baskın bir karakter durumuna getirmiştir (Sungur, 2011: 28). Modern toplum yapısı içerisinde birey, elindeki geliri ile ihtiyaçlarını bir tercih sırasına koyarak tatmin etmeye çalışırken, postmodern toplumda değişen ödeme metodları ile birlikte bir tercih sıralamasından söz etmek mümkün olmamaktadır. Postmodern toplum yapısı, zorunlu ihtiyaç/zorunlu olmayan ihtiyaç kavramlarının geçerli olmadığı bir yansımadır. Örnek olarak belirtmek gerekirse birey, barınma sorununu ev sahibi olmak yerine kiralama yoluna giderek ortadan kaldırmakta ve söz konusu sahip olduğu gelirini son model bir otomobil almak için kullanabilmektedir. Farklı bir örnek olarak, günlük ihtiyaçlarını güçlükle karşılayabilen bir birey söz konusu kısıtlı bütçesini marka haline gelmiş bir akıllı telefon almak için harcayabilmektedir. Bu ve bunun gibi örnekler neticesinde var olan ile yetinmeyen bir tüketicinin karşısında üretici, tüketicinin taleplerine göre üretimini şekillendirmeye başlamıştır.

2.3. İhtiyaç ve İstek İlişkisinin Formülasyonu

Klasik fiziğin kurucusu olan Newton neden-sonuç ilişkisi çerçevesinde evreni ele almıştır. Evrende meydana gelen her olayın bir nedeni mevcuttur. Ona göre elmanın düşmesinin nedeni yerçekiminin kendisidir. Modern toplumda bilim Newton paradigması çerçevesinde "*nedensellik*" üzerinden gelişmiştir. Postmodern toplum kuantum mantığına dayanır ve neden-sonuç ilişkisi çerçevesinde tek bir doğrunun olamayacağı düşüncesinden hareket etmektedir. Bir olayın geçmişteki nedeni bilinmesine rağmen gelecekteki sonucu olasılıklara dayalıdır ve birden fazla doğru söz konusudur. Modern toplum ile postmodern toplumunun değişim hızları birbirinden farklıdır. Postmodern toplum daha hızlı üreten ve daha hızlı tüketen bir yapıdadır. Modern toplumdaki Newton'un "*1/2 mv²*"sinin yerini postmodern toplumda "*mc²*" almıştır.

Değişim ekonomisi ile nitelendirilebilen modern toplum, genel anlamda tarım toplumundan ortaya çıkmıştır. Söz konusu toplumu tarım toplumundan ayıran nokta ise baskı ve zorlama olmadan teşvik ve güdülenme ile hareket etmesidir. Bu hareket biçimi, toplum içindeki bireylerin arzularının fiziki zorunluluk düzeyinin üzerine çıktığı durumdan sonra lüks malların

üretimine başlamasına yol açmaktadır. Söz konusu lüks malların ortaya çıkması ile birlikte de toplumda üretim sürecinde bulunan kişiler, lüks mallardan daha fazla üretmek için teşvik edilmiş ve güdülenmiş olmaktadır. Artık toplumda zorunlu mallar yerine lüks malların üretilmeye başlaması değişim ekonomisinde veya modern toplumda özgürlüğü geliştirici bir etki yapmaktadır. Ancak bununla birlikte değişim ekonomisi, işlevsel açıdan toplum içindeki bireyleri birbirlerine daha da yakınlaştırabilmektedir. Bir grup üretici zorunlu mallar düzeyinde gereğinden fazla bir üretim de bulunurken benzer şekilde diğer bir grup üretici de lüks mallar düzeyinde fazla bir üretimde bulunmaktadır. Söz konusu bu fazla üretim miktarlarının değişimi, toplum içinde bulunan bu iki grup arasındaki ilişkiyi ve bağlantıyı artırmaktadır. Bu durumun sonucu olarak da istek (*want*) temelli bir tarihsel evrim teorisi ortaya çıkmaktadır. Ortaya çıkan bu teoride dikkat edilmesi gereken nokta ise söz konusu evrimin, özgürlüğe doğru bir yönelmeyi içermesidir (Üşür, 2003: 220-221).

Postmodern toplumda, teknolojik dönüşüm sürecinin artması ve küreselleşme ile birlikte sınırların kalkması insanlar arasındaki etkileşim hızını modern topluma göre daha fazla arttırmıştır (Karaduman, 2010: 2891). Geleneksel toplum yapısında toplumlar arası etkileşimde zaman-mekân sınırları, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki hızlı değişimler ile birlikte ortadan kalkmıştır. Dumanla haberleşen bireyden, internet ortamında yüz yüze görülebilen toplum yapısına geçiş yaşanmıştır. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki bu değişim insanlar için istek-ihtiyaç kavramlarının da değişmesine ve iç-içe geçmesine neden olmuştur. Modern toplumda sınırlı bir gelir-bütçe kısıtı ile sıralamaya göre tatmin edilen ihtiyaçların yerini, bu gelişmelerle birlikte gelirin mevcut durumuna bakılmaksızın tatmin edilen istekler almıştır.

Postmodern üretim yapısı tüketim tabanlıdır ve özellikle büyüme temelli ekonomi politikaları her zaman ihtiyaç ve isteklerin artmasını talep etmektedir. Ülke özelinde çok fazla tüketim yapan bir kişi daha çok övgü almaktadır. Bunun nedeni ekonomik büyümeyi tüketim yoluyla desteklemesidir. Diğer taraftan eğer kişi çok fazla tüketim yapmıyorsa takdir edilmemekte ve az tüketerek ülke içinde resesyona ve işsizliğe neden olduğu ileri sürülmektedir (Hoeschele, 2010: 2-3). Hem söz konusu bu tüketim hâkimiyetinde olan toplum yapısı hem de büyüme temelli politikaların varlığı beraberinde farklı alternatif ödeme kolaylıklarını da getirmektedir (Yeygel, 2006: 214). Kredi kartları, harcadıkça puan kazanma ve taksitlendirme gibi düzenlemeler tüketicinin daha fazla tüketmesine ve isteklerinin tatminine yönelik kolaylık sağlamaktadır. Aynı şekilde toplumsal etkileşim/dönüşüm hızının artmasıyla bireyler farklı alternatifleri görmekte ve ona göre talepte bulunabilmektedir. Örneğin Türkiye’de yaşayan bir birey İngiltere’de ya da başka bir ülkede yaşayan herhangi bir bireyin tüketiminden anında haberdar olabilmekte ve tüketim kalıbını ona göre şekillendirebilmektedir.

Diğer yandan ihtiyaçların isteklere dönüşümü tüketicilerin güdülenmesi ile de yakın ilişki içerisindedir. Tüketici davranışları açısından bakıldığında tüketicilerin, pazarlamacılar tarafından güdülenmesi farklı motivasyon davranışları ile mümkün olmaktadır. Bu motivasyon türleri; başarıma (*achievement*), kazanma (*acquisition*) ve ilişkilendirme dürtüsü (*affiliation*) olarak sıralanabilir. Söz konusu motivasyon türleri bireylerin tüketim davranışlarını şekillendirmektedir. Genel anlamda ihtiyaçlar; bireylerin bir şeyler yapmasını motive eden temel bir güçtür. İstekler ise bireylerin

yaşantıları boyunca öğrendikleri ihtiyaçlardır. Örneğin, herkes yemeğe ihtiyaç duyar fakat bazı insanlar “Big Mac” istemeyi öğrenmiştir. Bu noktada, bireylerin yaşadığı toplum ve söz konusu toplumda var olan üretim tabanlı ve pazarlama odaklı diğer faktörler de bireyleri farklı yollar (reklam, prestij unsuru, topluma uyma vb.) ile güdüleyerek tüketim davranışlarını değiştirebilmektedir (Mahatoo, 1989: 29-34).

Söz konusu bu gelişmelerden hareketle istek ve ihtiyaç kavramları özünde, iki önemli gelişmenin ve bu gelişmelerin bir sonucu olarak belirsizliğin etkili olduğunu görebilmekteyiz. Birincisi bilgi-iletişim teknolojilerinin hızı, ikincisi ise buna paralel olarak toplumsal yaşam formunda evrenselleşmenin artmasıdır. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin hızı arttıkça istekler ihtiyaçlara dönüşmektedir. Yine toplumsal yaşam formunun yansımaları olarak evrenselleşme arttıkça ticari faaliyetler de evrensel boyuta taşınmakta ve sınırlar yok olmaktadır. Evrensellik arttıkça istekler yine ihtiyaçlara dönüşmektedir. Bu iki gelişmenin sonucu olarak da tek bir doğru kavramından olasılıkların arttığı ve belirsizliğin olduğu bir form meydana gelmektedir. Belirsizlik arttıkça ihtiyaç ve istek kavramlarının genel yapısı da değişmekte, ihtiyaçlar isteklere dönüşmektedir.

Formülize edecek olursak;

$$\text{İstek} = \text{Dönüşüm Hızı} \times \text{İhtiyaç} \quad (2)$$

İstek; dönüşüm hızı ile birlikte bir mal ve hizmetin kullanımında evrensel düzeyde artış ve belirsizlik artışına bağlı olarak ihtiyaca dönüşmektedir. Özellikle dönüşüm hızı olarak nitelendirebileceğimiz teknolojik dönüşüm arttıkça daha önceleri lüks olan ve zorunlu olmayan ihtiyaç kategorisinde olan birçok tüketim maddesi artık ihtiyaca dönüşmektedir. Dönüşüm hızı her ne kadar bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişim, ürün çeşitliliğinin ve miktarının artması ile ilgili olsa da söz konusu yeni ortaya çıkarılan ihtiyaçların tatmin edilmesi bazı sınırlamalara sahiptir. Bu sınırlamaların başında bireylerin elde ettiği gelir bulunmaktadır. Gelir, isteklerin ihtiyaca dönüşmesinde önemli bir rol üstlenmekle birlikte istekler, sınırsız bir gelire tatmin edilebilecek duygularsa isteklerin ihtiyaca dönüşmesi ve bunun yanında sınırsız olabilmesi için sınırsız bir gelire sahip olmak gerektiğini söyleyebiliriz. Ancak teorik olarak sınırsız bir gelirden söz edemesek de isteklerin, ihtiyaç haline dönüştürüldükten sonra bireyler tarafından elde edilmesini sağlayacak -ödeme kolaylığı kapsamında- yeni yöntemlerin (borçlanma, kredi kartı, taksitlendirme, uzun vadeli krediler vb.) ortaya çıktığını ve çıkabileceğini söylememiz mümkündür. Bununla birlikte tüketim maddelerinin ihtiyaca dönüşmesinde kullanım oranı ve kullanıcıların kişisel özellikleri de etkili olmaktadır.

Örnek olarak belirtmek gerekirse internet kullanımı bundan on yıl öncesine kadar lüks bir tüketim iken mevcut durumda yaşanan gelişmeler bireyin günlük yaşamsal faaliyetlerini (alışveriş, iletişim, bilgi edinme, iş takibi vb.) söz konusu sanal ortamda yürütebilmesine olanak sağlamakta ve bunun neticesinde de birey için internet kullanımı istek olmaktan çıkarak ihtiyaca dönüşmektedir. Bu noktada birey, internet üzerinden mal ve hizmet sunumu yapabilmekte ve devamında söz konusu faaliyeti ile ilgili gelişmeleri barınma için kullandığı konutundan bile takip etmekte veya faaliyetin içeriğine göre takip etmek zorunda kalabilmektedir. Dünya çapında gelişen “home office”ler bu durumun en iyi yansımalarındandır. Bir mal veya hizmetin evrensel boyuttaki tüketimi arttıkça ihtiyaca dönüşme hızı artmaktadır. Örneğin dünya çapında internet kullanım oranı arttıkça yaşam

döngüsü içerisindeki önemi kaçınılmaz hale gelmektedir. Evrenselliğin artması sonucunda bireysellik artmakla birlikte bağımlılık oranı da artmaktadır. Artık birey, yerel ve ulusal çaptaki gelişmelerin dışına çıkarak evrensel gelişmelerin bağımlısı olan bir durumla karşı karşıya kalmaktadır.

SONUÇ

İhtiyaç ve istek sorunsalının literatüre bakıldığında birçok filozof, siyasal bilimci, sosyolog ve iktisatçı tarafından tartışıldığı görülmektedir. Söz konusu tartışmanın boyutu; etik, sosyal, politik ve iktisadi farklılıkların ortaya konulması ile birlikte genişlemektedir. Bu tartışmalar arasında ihtiyaç ve istek sorunsalını açıklamaya yönelik üzerinde durulan en genel konular, insan doğasının anlaşılması, sosyo-ekonomik kurumların oluşumun incelenmesi, ayrıcalıkların oluşumu, hak ve sorumluluklar gibi konulardır. Her ne kadar ihtiyaçlar, isteklerin birer organik parçası da olsa birbirlerinden farklılaşmaktadır. Bir insanın elbise, yemek, tedavi ve barınma gibi biyolojik dürtülerinin tatmini yalnızca belirli koşullar altında olabilir. Ancak insan sadece biyolojik bir varlık değildir aynı zamanda sosyal ve kültürel olarak yaşadığı zaman ve mekândan etkilenen bir kişiliktir. Bu noktadan hareketle, gereklilik düzeyi, içinde yaşanılan toplum, kültürel ve sosyal farklılıklar kişilerin tüketim tercihlerini zaman ve mekân aralığında etkileyebilmektedir. İstekler ise genel olarak bakıldığında ihtiyaçları içinde barındırır ancak istekler, ihtiyaçlar yanında ihtiyaçlara uygun olmayan bazı arzuları da içermektedir. İhtiyaç ve istekler arasındaki uçurum, ekonomi içinde üretilen lüks ve yarı-lüks malların miktarı ile orantılıdır. Sanayi devrimi ve kapitalizmin ortaya çıkışı, üretim kapasitelerinde ciddi bir gelişme sağlanmasına yol açmıştır. Üretim teknolojilerindeki artış bir yandan üretim miktarını artırırken diğer yandan üretim süresinin kısılmasını sağlamıştır. Söz konusu bu değişim ile birlikte üretimleri artan lüks ve yarı-lüks mallar artık ihtiyaç haline dönüşmeye başlamış bunun yanında artan üretim kapasitesi ile birlikte yeni mal ve hizmetler de piyasaya sunulmaya başlamıştır. Her iki durum da ihtiyaç ve istek arasındaki uçurumun azalmasına sebebiyet vermiştir (Raiklin ve Uyar, 1996: 49-53).

Çalışmada üzerinde durulan nokta gerçekten de ihtiyaçların sınırsız olabilme/olamama ihtimalidir. Gerek geleneksel, gerek modern, gerekse de postmodern toplum yapısında farklılaşmalar yaşanmakla beraber bir toplum formundan diğerine geçişte ihtiyaçların farklılaştığını ve istek durumunda olan birçok şeyin ihtiyaç haline dönüştüğünü rahatlıkla söyleyebiliriz. Ancak bu durum ihtiyaçların sınırsız olduğu anlamına gelmemektedir. Peki, ihtiyaçlar sınırsız olabilir mi? İstek, sınırsız gelire tatmin edilebilecek duygularsa isteklerin ihtiyaçlara dönüşmesi ve bununla birlikte sınırsız olabilmesi için sınırsız bir gelire sahip olmak gerekmektedir. Bir diğer durum da isteklerin tatmini üzerinde etkili olan bilgi-iletişim teknolojilerinin dönüşüm hızının sonsuz olmasıdır. Teorik olarak sınırsız bir gelire sahip olamayacağımız gibi bilgi-iletişim teknolojilerinin dönüşüm hızının sonsuz olması da mümkün değildir. Söz konusu hızın sonsuz olmasını açıklamak gerekirse önceleri dumanla haberleşen birey sonrasında mektup, telgraf ve telefon gibi araçları kullanmış günümüzde ise internet alt yapısı ile yüz yüze görüşmelerde bulunabilecek bir konuma gelmiştir. Bu durumun en üst safhası bireyin ışınlanmasıdır. Yani bireyin istediği anda istediği yerde olabilmeyi başarabilmesidir. Söz konusu durum gerçekleşirse bireyin iletişim konusundaki isteklerinin tümü ihtiyaç haline dönüşmüş olmaktadır.

Bilgi ve teknolojik dönüşüm, evrensel dönüşüm ve belirsizlik bireyin özgür iradesi dışında gelişen durumlardır. Bu gelişmeler bireyin isteklerin

ihtiyaçlara dönüşümünde etkili olmakla beraber nihayetinde bunu sağlayabilecek teorik bir çerçeve yoktur. Bireyin tam anlamıyla tüm isteklerinin karşılanması bu kısıtların ötesinde bireyin özgür iradesiyle tercihlerde bulunmasına bağlıdır. O halde bireyin özgürlüğü sonsuz olduğunda isteklerinin tümü karşılanmış olacaktır. Kişi bütün kısıtlardan arınmış bir birey olarak özgür olduğunda ihtiyaçlar isteklere eşit olabilecektir. Bunun yanında bedensel bir varlık olarak birey, zaman-mekân kısıtı altında kendisine sunulan alternatif belirsizlikler arasında tercihlerde bulunmaktadır. Bu noktadan hareketle bireyin tüm isteklerinin gerçekleşebilmesi için sonsuz bir zaman ve mekân aralığının mevcut olması gerektiği ifade edilebilir.

Kaynakça

- Akdoğan, A. Argun (2013), “Kamuda Karar Alma”, *Kamu Yönetiminde Çağdaş Yaklaşımlar*, 2.Baskı, Editör: Eyyub G. İsbir, Açıköğretim Fakültesi Yayınları.
- Aslan, Seyfettin ve Abdullah Yılmaz (2006), “Modernizme Bir Başkaldırı Olarak Modernizm”, *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt: 2, Sayı: 2, s. 93-108.
- Ay, Hakan (2013), *Kamu Maliyesi*, Kanyılmaz Matbaası, İzmir.
- Bay, Christian (1982), “Self-Respect as a Human Right: Thoughts on the Dialectics of Wants and Needs in the Struggle for Human Community”, *Human Rights Quarterly*, Vol: 4, No: 1, s. 53-75.
- Bayhan, Vehbi (2011), “Tüketim Toplumunda Bireyin Ontolojik Mottosu: Tüketiyorum Öyleyse Varım”, *Sosyoloji Konferansları Dergisi*, Sayı 43 (1), s. 221-248.
- Bayram, Yavuz (2007), “Postmodernizm Üzerine”, *Baykara Dergisi*, Sayı: 5, s. 37-39.
- Bentham, Jeremy (1961), *An Introduction to the Principles of Morals and Legislation*, Dolphin Books, New York.
- Bentley, Arthur (1965), *The Process of Government*, Editör: Peter H. Odegard, The Belknap Press of Harvard University Press, Massachusetts.
- Drakopoulos, A. Stavros (1994), “Hierarchical Choice in Economics”, *Journal of Economic Surveys*, Vol. 8 (2), s. 133-153.
- Eisenstadt, S. Noah (2007), *Modernleşme: Başkaldırı ve Değişim*, Çeviren: Ufuk Coşkun, Doğu Batı Yayınları, Ankara.
- Harvey, David (2012), *Postmodernliğin Durumu*, Çeviren: Sungur Savran, Metis Yayınları, İstanbul.
- Hoeschele, Wolfgang (2010), *The Economics of Abundance: A Political Economy of Freedom, Equity and Sustainability*, Gower Publishing Limited, England.
- Irzak, Gürol ve Ayşe Buğra (2001), “İnsan Doğası, İnsan İhtiyaçları ve İktisat”, *Sosyal Bilimleri Yeniden Anlamak* (s. 34-42), Metis Yayınları, İstanbul.
- Kalkan, Ahmet (2015), İnsan-Nas, <http://www.ahmedkalkan.com.tr/kavram-tefsiri/item/250-insan-nas.html>, 02.02.2015.

- Kant, Immanuel (1984), *Seçilmiş Yazılar*, Çeviren: Nejat Bozkurt, Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Karaduman, Sibel (2010), "Modernizmden postmodernizme kimliğin yapısal dönüşümü", *Journal of Yasar University*, 17(5), s. 2886-2899.
- Kızılcılık, Sezgin (2003), *Küreselleşme ve Sosyal Bilimler*, Anı Yayıncılık, Ankara.
- King, Cheryl Simrell (2005), "Postmodern Public Administration: In The Shadow of Postmodernism", *Administrative Theory & Praxis*, Vol.27, No.3, September, s.517- 532.
- Lyotard. J. François (1987), "*Introduction: The Postmodern Condition After Philosophy: The End or Transformation*", K.B. Baynes & T. Mc Carty (Ed.), MIT Press.
- Mahatoo, H. Winston (1989), "Motives must be Differentiated from Needs, Drives, Wants: Strategy Implications", *European Journal of Marketing*, Vol. 23 (3), s. 29-36.
- MEB (2015), http://yegitek.meb.gov.tr/aok/Aok_Kitaplar/AolKitaplar/Sosyoloji_1/2.pdf, 02.02.2015.
- Miller, L. Roger (2012), *Economics Today: The Macro View*, Sixteenth Edition, Pearson.
- Ökmen, Mustafa ve Fatih Demir (2010), "Kamu Hizmetinin Felsefi Temelleri ve Yeni Kamu Yönetiminde Geçirdiği Dönüşüm", *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi Dergisi*, C.15, S.3, s.19-42.
- Özer, Mustafa (2012), "İktisadın Temel Kavramlarına Giriş", *İktisada Giriş I*, Editörler: Mustafa Özer ve Ahmet Tiryaki, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları, Eskişehir.
- Platon (2005), *Devlet*, Çeviren: Cenk Saraçoğlu ve Veysel Atayman, Bordo-Siyah Yayınevi, İstanbul.
- Raiklin, Ernest ve Bülent Uyar (1996), "On the Relativity of The Concept of Needs, Wants, Scarcity and Opportunity Cost", *International Journal of Social Economics*, Vol. 23 (7), s. 49-56.
- Sallan, Songül ve Songül Boybeyi (1994), "Postmodernizm-Modernizm İkilemi", *Araştırma (Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Felsefe Bölümü Dergisi)*, Cilt: 15, s. 313-323.
- Savaş, Vural (2007), *İktisatın Tarihi*, Siyasal Yayınevi, Ankara.
- Sungur, Mustafa (2011), "Tüketimin Küreselleşmesi ve Tüketim Tapınakları: Postmodern Panayır Yerlerinde Alışveriş", *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, Sayı:14, s.7-35.
- Türk Dil Kurumu (TDK), *Hacet*,
http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.54d8b4b3708e51.32210057, 03.02.2015.
- Türk Dil Kurumu (TDK), *İhtiyaç*,
http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.54d8b4bb0848b1.67279991, 03.02.2015.
- Türk Dil Kurumu (TDK), *İstek*,

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.54d8b4fb835af8.11124939, 03.02.2015.

Üşür, İşaya (2003), “Ekonomi Politik: Zarif Mezar Taşları?”, *Praksis*, 10, s. 211-238.

Yanıklar, Cengiz (2010), “Tüketim Kültürü, Kapitalizm ve İnsan İhtiyaçları Arasındaki İlişki Üzerine Bir Tartışma”, *C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 34, Sayı:1, s. 25-32.

Yeygel, Sinem (2006), “Postmodern toplum yapısının pazarlamaya getirdiği yeni boyut: Topluluk Pazarlaması (Tribal Marketing)”, *Ahmet Yesevi Üniversitesi Bilig Dergisi*, Sayı:38, s.197-228.

Yıldırım, Murat (2009), “Modernizm, postmodernizm ve kamu yönetimi”, *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, Cilt: 6, Sayı: 2, s. 380-397.