

İnsan ve İhtiyaçları (İktisadi Bir Analiz)

Arapça bir kelime olan ihtiyaç (ihtiyâc) bir şeye muhtaç olmak, muhabbetle meyletmek gibi anlamlara gelir (Yaran, 2000:573). Sözlükte insanın yoksun olduğu için istediği şey olarak tanımlanmaktadır (Güler, 2003: 400). Diğer bir ifadeyle yokluğu sebebiyle kişiyi fakir ve aciz bırakan bir şeye karşı muhtaçlığın oluşması ve bu yoksunluğun-muhtaçlığın giderilmesi gerektiğine dair bir anlayışın ve düşüncenin oluşması durumudur.

Daha genel ve işlevsel bir tanım olarak ihtiyaç, varlığın bir amaca ulaşması için mutlak biçimde gerekli olan şeye karşı yoksunluk gösterdiği durum olarak tanımlanmaktadır (Güler, 2003: 500). Bu tanım ihtiyacı varlığın amacıyla ilişkilendirmesi sebebiyle insan için ihtiyacın çerçevesini belirleyici niteliktedir.

İhtiyaç kavramı ile ilişkili olan ve onu doğru tanımlamada yararlı olan iki kavram söz konusudur. Bunlar zaruret ve istek-arzudur. Zaruret olgusu nesnel biçimde giderilmesi gereken bir yoksunluk-muhtaçlık durumunu ifade ederken, arzu-istek ise kişisel tercihlere bağlı bir eğilimi ifade eden keyfi veya ihtiyari bir durumla ilgilidir. İhtiyaç ise bu ikisi arasında yer alan itibari bir kavram olup, yokluğun yol açtığı sıkıntının giderilmesi yönüyle zaruret boyutunu içermekte fakat bu sıkıntının giderilmesinde tercih edilecek farklı alternatifler söz konusu olduğunda devreye giren arzu-istek boyutu ihtiyaca öznel bir nitelik kazandırmaktadır. Örnek olarak, insanın yaşamak için beslenmesi bir zaruret olup, acıktığında açlığını gidermek için yemek yemesi bir ihtiyaçtır. Fakat açlığı gidermek için hangi gıdadan ve ne kadar tüketileceği ise kişinin arzu ve istekleri tarafından belirlenerek ihtiyaç durumu zaruret halinden ihtiyari bir konuma gelmektedir (Yaran, 2000:573).

İnsan için ihtiyaçlar değişme ve göreceli olma gibi iki temel özelliğe sahiptir. Buna göre ihtiyaçlar insanın birey olarak gelişimi ve içinde bulunulan toplumun dönüşümü ile değişim gösterdikleri gibi (Güler, 2003: 499). Aynı zamanda insana ve topluma göre de farklılaşabilmektedir (Güler, 2003: 501). İhtiyaçların çeşitliliğini toplumdaki sosyal şartlar belirlemekle birlikte, bu çeşitlilik kişinin içinde bulunduğu toplumdaki statüye göre de değişir (Sever, 2021:266). Diğer taraftan insanın diğer canlılardan farklı olarak, sadece ihtiyaçlarının giderilmesi ile yetinmeyen, bu ihtiyaçları giderirken aynı zamanda estetik kaygılar gütmesi (Mutluel, 2014: 690), ihtiyacın kültürel ve bireysel düzeyde farklılaşmasının önemli bir sebebidir.

İhtiyacın doğasını belirleyen şey insanın bir varlık olarak sahip olduğu fiziksel, ruhsal-manevi ve toplumsal boyutları olup, ihtiyaçlar da bu boyutlara yönelik olmakta ve

farklılaşabilmektedir (Güler, 2003: 501). Nitekim insanın günlük hayatının bu boyutlardaki davranışlarının altında yatan temel motivasyon kaynağını araştıran bazı psikolog ve davranış bilimci, temel motivasyon kaynağının insanın ihtiyaçları olduğunu önermiş ve bu ihtiyaçları tanımlayarak onları hiyerarşik biçimde tasnif etmişlerdir. Bu noktada ihtiyaçlar fiziksel, sosyal, duygusal, psikolojik boyutlarda beslenmeden başlayarak güvenlik, sevilme-saygınlık, ait olma, ilişki kurma, otonomi, kendini gerçekleştirme gibi çok farklı ihtiyaç tanımlamaları yapılmıştır. Aslında yapılan bu sınıflandırmalar temel insan ihtiyaçlarının özünde evrensel olduğunu gösterirken bu ihtiyaçların giderilmesinde kullanılan yöntemler bireysel niteliklere, toplumun ekonomik ve kültürel yapısına göre değiştiği de söylenebilir.

İhtiyaçların sınıflandırılmasında doğalcı yaklaşıma göre tek tek insanların biyolojik ve psikolojik yapıları tarafından oluşan ihtiyaçların toplamı ile oluşan sosyal psikoloji-kültür ihtiyaca toplumsal bir nitelik kazandırmaktadır. Doğalcı yaklaşımın eksiklikleri sebebiyle geliştirilen alternatif sınıflandırma ise gerçek ve yapay ihtiyaçlar sınıflandırmasıdır (Burhan, 2011: 22). Gerçek ihtiyaçlar insanın hayatını idame ettirmesi için gerekli olan şeylerle ilgiliyken, yapay ihtiyaçlar ise toplumsal statü ve imaj için gerekli görülen şeylerle ilgilidir. Bununla birlikte zamanla yapay ihtiyaçlar kişinin benliği ile bütünleştiğinde gerçek ihtiyaç gibi algılanabilmektedir (Burhan, 2011: 23).

İktisadi anlamda ihtiyaç ise insana hayatını sürdürebilmesinde fiziksel ve psikolojik yönden belli faydalar sağlaması sebebiyle değerli görülen ve temin edilmesi gereken mal veya hizmetlerdir (Güler, 2003: 500). Bu tanıma göre, ihtiyaçların hem somut (fizyolojik) hem de soyut (psikolojik ve sosyal) boyutları söz konusudur (Argunhan, 2024: 2).

İhtiyaç, insan davranışlarını motive eden ve yönlendiren temel unsurlar olup (Argunhan, 2024:4), insani faaliyetlerin ve özel olarak insani bir faaliyet türü olarak iktisadi faaliyetlerin temel amacı da insanın ihtiyaçlarını karşılamaktır. Buna göre ihtiyaçlar, kişilerin ve toplumların ekonomik kararlarını belirleyen en temel unsurlardan olduğundan (Argunhan, 2024: 2) iktisadi-ekonomik faaliyetlerin temelinde ihtiyaçların türü miktarı ve bunların karşılanması çabası bulunmaktadır.

Ekonomik faaliyetler temel olarak üretim ve tüketim olarak iki grupta toplanırken, her iki grubun varlığı birbirine bağlıdır. Bununla birlikte uzun vadede üretimi de belirleyen daha çok tüketim yani taleptir. Üretim nihayetinde tüketime dönük talebe göre şekillenecektir. Fakat tüketimin yapısı ise ihtiyaç anlayışı tarafından belirlenecektir. Yine bir toplumdaki ihtiyaçların tanımlanması o toplumun refahına dair kabulleri belirleyecektir. Bu sebepten kalkınma ve sosyal refah anlayışındaki gelişime uygun olarak kalkınma iktisadında ihtiyaçlar kümesi zamanla değişim göstermiştir (Çakmak, 2006: 127).

Bu önemi ve işlevi sebebiyle iktisat teorilerinin başlangıç noktalarından biri ihtiyaç kavramı olmuştur. İktisat teorilerinin gelişim sürecinde bu farklı yaklaşımların her biri ihtiyacın farklı özelliklerini - boyutlarını ortaya koyarak bu olgunun daha gerçekçi nitelikte ele alınmasını sağlamıştır. Buna göre klasik ve neo-klasik iktisat teorilerinde, insanın ihtiyaçlarını karşılamak için rasyonel hareket edeceği varsayılmıştır (Argunhan, 2024:2). Neoklasik iktisadın homo-economicus anlayışıyla bireylerin satın alma kararlarında sosyolojik ve psikolojik unsurlar göz ardı edilmiştir. Yine bireylerin rasyonel karar alma sürecinde faydalarını maksimize ederken

mallar, piyasalar ve diğ er tüm iktisadi konularda tam bilgiye sahip olduğu varsayılmıştır (Argunhan, 2024: 7).

Keynesyen iktisat, ihtiyaçların ve tüketim harcamalarının ekonomi üzerindeki etkilerini vurgulamış ve bireylerin ihtiyaçlarını karşılamak için yaptıkları tüketim harcamalarının ekonomik büyüme açısından kritik öneme sahip olduğunu savunmuştur (Argunhan, 2024:8). 20. yüzyılın sonları ve 21. yüzyılın başlarında psikoloji ve iktisat bilimlerinin birleşmesiyle ortaya çıkan ve insanların sınırlı rasyonel davranışlar sergilediğini ve tam bilgi sahibi olmadığını kabul eden bir yaklaşım olarak Davranışsal iktisat ise bireylerin ihtiyaçlarını karşılama sürecinde her zaman rasyonel davranmadıklarını, duygusal ve psikolojik faktörlerin etkisiyle irrasyonel kararlar alabileceklerini ortaya koymuştur (Argunhan, 2024:3,8).

Marksist iktisat, ihtiyaç algısını sınıfsal dinamikler ve üretim ilişkileri çerçevesinde ele alır. ihtiyaçları yalnızca bireysel tercihler ve piyasa dinamikleri çerçevesinde değil, aynı zamanda toplumsal yapıların ve sınıfsal ilişkilerin bir ürünü olarak inceler (Argunhan, 2024: 14). Liberal iktisat anlayışı ihtiyacı sübjektif bir olgu olarak kabul ederken, sosyalist anlayışta ise ihtiyaç objektif niteliğe sahip olarak kabul edilmektedir (Burhan, 2011: 19).

Kurumsal iktisatçılar, bireylerin ihtiyaçlarının ve tüketim alışkanlıklarının sosyal kurumlar, gelenekler ve kültürel normlar tarafından şekillendiğini  ne sürerler. Bu yaklaşımda ihtiyaçlar, bireylerin toplumsal konumlarını ve sosyal ilişkilerini ifade etmek için kullandıkları araçlar olarak görülür. Buna göre bireyler toplumsal statülerini ve prestijlerini artırmak için gösterişçi tüketim yaparak ihtiyaçlarının ötesine geçerler (Argunhan, 2024: 14). Post-Keynesyen iktisatçılar ise bireylerin ihtiyaçlarını karşılamak için yaptıkları harcamaların ve yatırım kararlarının belirsizlik ve geleceğe yönelik beklentiler tarafından şekillendiğini savunurlar (Argunhan, 2024: 15).

İnsanlığın gelişim sürecinde toplumsal yapı geleneksel, modern ve post modern olarak üç sınıfa ayrılırken, ihtiyaç anlayışı da bu süreçte değişmiştir. Geleneksel toplum yapılarında ihtiyaçlar kişinin toplumdaki rolüne ve statüsüne göre değişmekteydi (Burhan, 2011: 20). Geleneksel toplum yapısında kişiler yerine toplumun kendisi önemli olup, iyi olan şey toplum için iyi olandır. Hümanizm ve aydınlanma süreciyle başladığı kabul edilen ve sanayi devrimi ile somutlaşan modern toplum yapısında ise toplumun genel belirleyiciliği yerine bireyin düşüncesi önem kazanmaya başlamış ve ortak çıkarlara sahip toplumsal gruplar için iyi olanın toplumda iyi olarak benimsetme çabası söz konusudur.

İkinci dünya savaşından sonraki yıllarda başladığı ve halen gelişimini s rd rd ğu kabul edilen post-modern toplum yapısında ise tam bir bireyselleşmenin yaşandığı ve toplumsal gruplardan ziyade bireye kadar inen bir çeşitlenmenin söz konusu olduğu ve iynin de birey tarafından kabul edilen olduğu bir anlayış hakim olmaya başlamıştır (Bakırtaş ve Demirhan, 2015: 72-76).

Geleneksel toplum yapısında üretim ve tüketim imkanları sınırlıyken modern toplum yapısında makineleşme, piyasalaşma ve ulaşım imkanlarında artış ile birlikte üretim ve tüketim imkanları önemli ölçüde artmıştır. Post modern toplum yapısında ise bu artış bireysel düzeye inecek bir çeşitliğine kadar ulaşmıştır (Bakırtaş ve Demirhan, 2015: 80-81). Modern dönemde ihtiyaçlar ve tüketim bir taraftan yeni icatlar tarafından yani üretim hayat için sunduğu yeni

ürünler ve bu ürünlerin moda akımıyla ihtiyaç haline getirilmesiyle oluşmuş; çalışma, tasarruf etme ve sermaye birikimi başat toplumsal değerler olarak tüketim davranışını belirlemiştir. Postmodern dönemde ise tüketmek ve tüketim için harcamak benimsenen değerler haline gelmiştir (Sayın ve Terzi, 2023:148).

Modern dönemde tüketim görece sınırları daha belirgin ve toplumun geneli için benzer olan bir ihtiyacı giderme eylemi şeklindeyken, postmodern dönemde tüketim bireyin tercih ettiği bir yaşam tarzına göre gösteriş yapma, haz elde etme, bir toplumsal sınıf veya kültüre ait olma gibi çeşitli amaçları gerçekleştirme eylemi haline dönmüştür. Modern dönemde tüketilen ürünler bir ihtiyacı karşılamak için faydalı özellikleri bulunan bir meta iken, postmodern dönemde anlamların, sembollerin ve kimliğin yansıtıldığı kanallar olarak görülmektedir. Tüketim prestij, statü, gösterge, imaj ve semboller aracılığıyla bireysel, etnik, sosyal, siyasal gibi çeşitli kimlikleri gösterme aracı olmuştur (Sayın ve Terzi, 2023:149). Bu sebepten postmodern dönemde maddi olmayan ürün ve hizmetler ekonomi ve tüketimde hiç olmadığı kadar önemli hale gelmiştir (Sayın ve Terzi, 2023:153).

Ana akım iktisat düşüncesine rağmen bazı düşünürler, insan ihtiyaç ve isteklerinin sınırlı olduğunu, bilakis, kapitalist sistemdeki bazı unsurların yapay ihtiyaçlar oluşturarak yeni kısıtlılar oluşturduğunu ve bu şekilde insanların yeni ihtiyaçlarını karşılamak zorunda bıraktığını kabul etmektedirler (Bakırtaş ve Demirhan, 2015: 78).

Bilakis kapitalizm öncesi dönemde sınırsız istek ve ihtiyaç anlayışı söz konusu olmamıştır (Burhan, 2011: 19). Buna karşılık günümüzün kapitalist sisteminde insanların psikolojisi pazarlama araçlarıyla etkilenerek belirli nesnelere tüketilmesi için yönlendirilmekte ve sistemin devamını sağlayan bir tüketim yapısı oluşturulmaktadır. Tüketim için şartlandırılan bu toplumlara da tüketim toplumu denmektedir (Burhan, 2011:25-26).

Maslow, insanın ihtiyaçların birinin karşılandığında hiyerarşik olarak bir sonraki-üstteki ihtiyaca doğru gelişmesi sebebiyle sınırsız olduğunu ileri sürer (Sever, 2021:266). Modern iktisat teorileri de sınırsız kabul ettiği ihtiyaçları hiyerarşik bir yapıda ele alma yaklaşımını benimser (Argunhan, 2024: 2). Bu açıdan insanın yaratılış gereği dünyevi tatmin sağlamak için yapacağı tüketimlerle nihai bir tatmine ulaşamayacak nitelikte olması sebebiyle ihtiyaçlar hayat-zaman süreci içinde çeşitlilik anlamında sınırsızdır. Bu anlamda ihtiyaç olarak görülen bir dünyevi tatmin türü araç olmayıp amaç olarak tüketilmekte ve tüketildiği anda etkisini yitirip başka bir tatmin türünde yeni bir ihtiyaca kapı aralamaktadır.

Gerçekte insanın ihtiyacı tek başına yaşamaktan yakın çevresiyle başlayan ve sonrasında kademe kademe farklı katmanlarda insanlarla kurduğu etkileşim ile gelişen sosyal hayat boyunca nitelik olarak değişmektedir. Fakat burada ihtiyaç türlerinin değişmesi durumu söz konusu iken tüketim miktarındaki artış ise daha farklı gerekçelerle açıklanabilir bir durumdur.

Günümüzde tüketim moda ve pazarlama teknikleriyle çarpıtıldığı için ihtiyaçların karşılanmasının tüketicilerin edilgen olduğu bir süreç yerine her zamankinden çok, zihinde halledilmesi gereken bir beyin ve kafa meselesi olarak görülmektedir (Sever, 2021 :272). Şöyle ki, materyalist eğilimi yüksek olan kişilerin maddi nesnelere tüketerek, onlara sahip olarak kendilerini geliştireceklerine inandıkları ve materyalist tutumun tüketimin önemli bir

belirleyeni durumunda olduğu kabul edilmektedir (Yüksel ve Şener, 2023: 1181). Nitekim yapılan çalışmalar bilinçli farkındalığı yüksek olan kişilerin azaltılmış tüketim davranışı gösterme eğilimine sahip olduklarını ortaya koymaktadır (Yüksel ve Şener, 2023: 1189). İnsanın ihtiyaçlarına yapay şekilde sınır koymak mümkün olmadığı gibi bu durum ekonomik olarak da ters etkilere yol açacaktır. Bununla birlikte bir taraftan insanın para ve devlet gücüyle yanlış yönlendirilmesi engellenerek ve insanın kendisi hakkında daha bilinçli ve özgür karar verecek bir hale gelmesi ve kendi ihtiyaçları ve bunları tatmin ile ilgili kararlarını özgür ve bilinçli bir insan olarak vermesi en doğru yoldur.

Bu noktada Müslüman filozof-düşünürlerin İslami ihtiyaç yaklaşımını ortaya koyan düşünceleri günümüz insanı ve toplumları için en sağlıklı yol olarak öne çıkmaktadır. Mesela Farabi tüketim ve tasarrufta orta yolun ahlaki olarak olumlu olan tutum olduğunu salık vermektedir (Mutluel, 2014: 691). İbn Miskeveyh insan hayatının bir amacı olması gerektiği ve amacın bilincinde olarak ihtiyaçlarını gidermeye yönelik davranışlarının da bu amaca uygun olması gerektiğini söyler (Mutluel, 2014: 691, 694). Aynı şekilde Nasiruddin Tusi, Kınalızade Ali Efendi dünya malını az ve çok tüketmede orta yolu dengeyi tutturmak gerektiğini söyler (Mutluel, 2014: 692).

Yine Kınalızade'ye göre kişi kazancının bir kısmını kıtlık veya ihtiyaç zamanlarında harcamak için biriktirme yoluna gitmelidir (Mutluel, 2014: 693). Günümüzün kapitalist sisteminin bir taraftan insanları daha çok tüketmeye yönlendirirken, bugünün piyasa ekonomisinde toplumun üretim gücünü arttırmasının ise toplumun tüketim kapasitesini kısmakla yani tasarruf seviyesini arttırmakla mümkün olabileceği gerçeği (Burhan, 2011: 29) İslami bir yaklaşım olan Kınalızade'nin düşüncelerinin ne kadar doğru ve geçerli olduğunu göstermektedir.

Son olarak, sınırsızlık anlayışıyla yapılan tüketimin insanoğlunu hem bireysel hem de toplumsal olarak felakete sürüklediği herkes tarafından bilinen bir güncel gerçek olup, çözümün tüketimin kısılmasından geçtiği de yine sürekli dile getirilmektedir. Bu nokta da modern insanın en kolay gördüğü yol ise nüfusun azaltılmasıdır. Oysa nüfusun azaltılması da yine mekanik bir mühendislik olup gerçek ve doğal bir çözüm değildir. Bu nokta da yukarıda insanın amacıyla ihtiyacı ilişkilendiren tanım dikkate alınarak, insanın isteklerini ve bu isteklerden yola çıkarak ihtiyaçlarını sınırsız yapanın aslında onun kendine bir varlık olarak biçtiği sınırlar olduğu kabul edilmelidir. Buna göre tanrı tanımaz bir insan için evrendeki hareketlerinin bir sınırı olmazken, kendini Allah'ın bir kulu olarak gören bir kişi ise hareketlerinde olduğu gibi isteklerinde ve ihtiyaç duyduğu şeylerde de kendisine bir sınır çizmek zorunda kalacaktır. Bu insan hem tüketimde aşırıya gitmeyecek hem de elindekini bölüşerek kıt kaynakları herkes için yeterli hale getirecektir.

Kaynaklar

Argunhan, E. (2024). İhtiyaç Kavramının İktisadi Teoride İncelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Batman Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Batman.

Bakırtaş, D. ve Demirhan, H. (2015). İhtiyaç ve İstek Paradoksu: İktisadi ve Metafizik Bir Yaklaşım, Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi, cilt 3, sayı 3, 71-87.

Burhan, Nuri. (2011). İhtiyaç Kavramı Üzerine Düşünceler Ve Kamu Ekonomisi. İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası 38 (3-4). <https://izlik.org/JA97CR89XL>.

Çakmak, H. K. (2006). Kalkınma İktisadında Temel İhtiyaçlar Etiği, İÜ Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, 123-135.

Güler, M. N. (2003). Ekonomide İhtiyaç Kavramı ve İslam Dünyası'nda Eski ve Yeni Bilim Adamlarındaki Karşılığı, İslami Araştırmalar Dergisi, Cilt 16, Sayı 4, 499-511.

Mutluel, O. (2014). İslam Düşüncesinde Meta Kavramı Ve Tüketim Ahlakı, Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic Volume 9/8, 683-696

Sayın, M. E. ve Terzi, H. (2023). İhtiyaç Olgusunun Dönüşümü Üzerine Bir İnceleme* Ekonomi, İşletme ve Yönetim Dergisi, Cilt:7, Sayı:1, 127-167

Sever, M. (2021). İhtiyaçlar Ve Tüketim Kültürü, Kültür Araştırmaları Dergisi, 8: 265-274

Yaran, R. (2000). İhtiyaç, TDV İslam Ansiklopedisi, 21. Cilt, 573-574.

Yüksel, S.ve Şener, A. (2023). Materyalist Tüketim veya Azaltılmış Tüketim: Bilinçli Farkındalık Bakış Açısıyla Bir Değerlendirme, İşletme Araştırmaları Dergisi, 15 (2), 1178-1195.