

Kentleşme Sürecinde Tüketim Önceliklerinde Meydana Gelen Değişme

Mustafa ORÇAN*

Özet

Bu çalışma, Türkiye’de tüketimin önceliklerinde meydana gelen değişmeyi incelemektedir. Ekonomideki gelişmelere bağlı olarak artan kentleşme süreciyle geleneksel üretim tarzı ve tüketim önceliklerinde bir kırılma yaşanmıştır. Nüfusun mekânsal değişimi arttıkça, tüketimin yapısı da değişmektedir. Kırsal dönemlerde ve mekânlar da daha çok zorunlu ihtiyaçlar ön plana çıkarken, kentte ve kentleşme sürecinde temel ihtiyaçların yanı sıra, lüks ihtiyaçlara da bir eğilim başlar. Ayrıca teknolojik gelişmelerin ortaya çıkardığı hesapta olmayan zoraki tüketim harcamaları, sıralamayı değiştirmektedir. Bu bakımdan tüketim önceliklerindeki değişimin genel ve özel yapısı ve nedenleri üzerinde durulmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Tüketim, Tüketimin Öncelikleri, Kentleşme, Kentleşme ve Tüketim, Tüketim Tarzı.

Changes in Consumption Preferences in Urbanization Process

Abstract

This study deals with the changes in consumption preferences in Turkey. An increase in the speed of the urbanization process due to the economic development has caused sudden changes in traditional production methods and consumption preferences. As the residential alteration of the population increases, the nature of the consumption preferences changes. In the rural way of life, vital needs are of more importance while in urban way of life there is a tendency towards a luxurious life-style. In addition, changes in technology cause unexpected expenses, which require a revision in the list of consumption preferences. Therefore the study focuses on general and

* Doç. Dr., Kırıkkale Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, mustafaorcan@yahoo.com.

specific nature and reasons of the changes in the consumption preferences.

Keywords: Consumption, Consumption Preferences, Urbanization, Urbanization and Consumption, Consumption Style.

Giriş

Bir toplumda yerleşim yerlerinin niceliksel ve niteliksel yapıları, tüketimin önceliklerini belirlemektedir. Geleneksel toplumlarda ve dönemlerde bu çok daha belirgin bir şekilde gözlemlenirken, küreselleşme ağı içinde bu kısmen azalma eğilimine girmiştir. Öncelikleri belirleyen asıl faktör, sanayi eksenli üretim tarzının değişmesi, kentleşmenin, eğitim seviyesinin ve mesleki çeşitlenmenin artmasıdır. Bu bakımdan 1985 sonrası kır-kent dengesinin kent lehine dönmesiyle Türk tüketim önceliklerinde ciddi değişme yaşanmıştır.

Bu çalışmada, genel anlamda, tüketim üç tipte değerlendirilecektir. Birincisi *zorunlu tüketim*, ikincisi *lüks tüketim* ve son olarak, bu her iki tüketim grubunun dışında kalan *zoraki tüketim*dir. *Zoraki tüketim/harcama* kavramı, Henry Lefebvre'nin zaman tiplemesinde kullandığı *zoraki zaman* kavramından esinlenerek ortaya konmuş bir kavramlaştırmadır (1998:58-59). *Zoraki harcama*, GSM ve internet giderleri gibi düne kadar hesapta olmayan, ama teknolojik gelişmelerle birlikte insanlara harcamalarını zorunluymuş gibi yaptıran bir harcama türüdür. Bunlar artık lüks tüketim içinde değerlendirilemez. Asli ihtiyaçlarını karşılamadan bu tür ihtiyaçlara yönelik yoksul kesim için lüks olarak değerlendirilebilir. Fakat onun dışında hayatı pratikleştirdiği ve rasonalleştirdiği için bazen temel ihtiyaca yakın bir bağımlılık oluşturabilir. Örneğin cep telefonunu unuttuğumuzda yaşadığımız önemli bir eksiklik ya da boşluk hissetmemizde olduğu gibi. Bu kavramlaştırmalar çerçevesinde, Türkiye'nin tüketim önceliklerine bakılabilir.

Kentleşme ve Tüketim

Türkiye'nin nüfus dinamiğine bakıldığında, 1985'e kadar kırsal nüfusun hâkim olduğu görülür. Kır ve kent nüfusu 1985 ila 1990 arasında dengeye ulaşmıştır. 1950'de her dört kişiden sadece biri kent-

te yaşarken, 2009 yılı itibariyle tam tersi bir durum ortaya çıkmış ve bu kez her dört kişiden üçünün kentlerde yaşadığı anlaşılmaktadır (Tablo 1). Önemli değişmelerin başladığı dönem dikkate alındığında yaklaşık 60 yıl içinde kırsal nüfus ile kent nüfus oranı yer değiştirmiş görünmektedir. Batıda gerçekleşen sanayiye bağlı kentleşme tarihine göre bu değişim yavaş olsa da, sosyolojik olarak hızlı ve sindirilebilir bir zaman olmanın ötesinde bir süreçtir.

Tablo 1 : 1950-2009 Arası Türkiye’de Kır ve Kent Nüfusu ve Oranları

<i>Sayım Yılı</i>	<i>Toplam Nüfus</i>	<i>Kentsel Nüfus</i>	<i>Kırsal Nüfus</i>	<i>Kentsel Oran</i>	<i>Kırsal Oran</i>
1950	20 947 188	5 244 337	15.702.851	25.0	75.0
1960	27 754 820	8 859 731	18.895.089	31.9	68.1
1970	35 605 176	11.550.644	24.054.512	32,4	67,6
1980	44 736 957	18.824.957	25.912.000	42,1	57,9
1985	50.664.468	23.926.262	26.738.196	47.2	52.8
1990	56.473.035	30.515.681	25.957.354	59,21	40,79
1997	62.865.574	40.882.357	21.983.217	65,03	34,97
2000	67.803.927	44.006.274	23.797.653	64.90	35,10
2007	70.586.256	49.747.859	20.838.397	70.5	29.5
2009	72 561 312	54 807 219	17 754 093	75.53	24.47

Kaynak: TÜİK, 2010a.

G. Sjoberg, bu formda süreci yaşayan kent tipini “geçiş dönemi kenti” olarak adlandırır (1965). Geçiş dönemi kenti dört aşamadan geçer. Birinci aşamada, geleneksel alışkanlık ve formlardan bir bölümü kent ortamında direnç göstererek varlığını sürdürmeye çalışır. İkinci aşamada, geleneksel yapıya ait formları tekrar gözden geçirerek değişime başlar. Üçüncü aşamada, daha köklü bir değişiklik ile geleneksel form ve ritüeller yavaş yavaş ortadan kalkmaya eğilimine girer ve son aşamada ise, kalkan bu alışkanlık ve formların yerine yenisi tercih edilir (Aslanoğlu, 2000:39).

Sjoberg’in belirlediği aşamalarla Türkiye’deki kentler karşılaştırıldığında, tüm kentler için farklı aşamaların yaşandığı söylenebilir. Günümüzden bakıldığında bazıları ilk aşamada, bazıları ikinci ve üçüncü aşamadır. Bazı semtler ise, G. Simmel’in de üzerinde

durduğu son aşamaya çoktan geçmişlerdir (2005:167-185). Bu bakımdan homojen bir değişimden söz edilemez. Niceliksel girişlere direnemeyen kentlerin, niteliksel yapıları ve direnme gücü de zayıf olmaktadır.

Kentleşme için nüfusun kente akması yeterli değildir, aynı zamanda yaşam tarzına adapte olmak için belli bir sürecin, geçiş sürecinin yaşanması gerekmektedir. Kırsaldan göç edenler bir anda kırsalla bağlantılarını kesmiyorlar; marmelat, salça, un, bulgur gibi ev tüketimine yönelik temel ihtiyaçlarını köyünden, kasabasından temin etmeye belli bir süre devam etmektedir. W. Mangin, göçten sonra ilk etapta yaşanan bu gelişmeyi “kentleşmeyi, kırsal göç bağlamında kentin kırsallaşması ya da ‘köylüleşme’ süreci olarak tanımlamaktadır” (Karpas, 2003: 62). Bunlara rağmen, bu kent tipinde üretim ve tüketimde belli bir karmaşıklık söz konusu olsa da, gelen nüfusun değişimini ve kentleşmesini sağlayan en basit ve kolay araçların başında, tüketim ve tüketim arzusu gelmektedir. Gelen nüfus ilk etapta giyim kuşam tarzını, ev eşyasını mümkünse evini değiştirerek yani tüketerek kentin sosyalleştirme sürecine katılmaya çalışır.

Ekonomik Yetersizlikler ve Tüketim

Türk toplumunun değişim deneyimi Batı eksenli olsa da, Batıdan oldukça farklı bir değişim süreci izlemiştir. Bu farklılık hem yaklaşım ve yönteminde, hem de önceliklerinde görülebilir. Batıdaki değişimin kökenlerinde ekonomi oldukça önemli bir yer tutarken, Türkiye’de ise daha çok siyasetin önemli rol üstlendiği bilinmektedir. Avrupalı sosyologlardan M. Weber’in kavramlaştırma ve tanımlarından hareketle Batıda değişimlere alt yapı (ekonomi) ve üst (tinsel, felsefe, sanat, siyaset vb. alanlar) yapıyla birlikte başlanırken, Türkiye’de ise üst yapıyla onunda belli bir kısmıyla başlanmış ve yakın zamanlara kadar da böyle devam etmiştir. Ekonomi, Batıda daha bağımsız hareket eder ve daha sonraları çoğu zaman siyasette dahil diğer alanları yönlendirir ve belirler. Türkiye’de ise siyaset ekonominin önünde bir engeldir ya da ona yön veren negatif bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır (Altan, 2001). Bu nedenle, ekonominin üretimden sonra ikinci en önemli asli unsuru olan tüketim, Türkiye’de bu yapıya ve yönetime bağlı olarak şekillenmiştir. Türk tüketim kültürünün yapısını belirleyen en önemli

etkenlerin başında, bu yaklaşım tarzı yer almaktadır. Bu nedenle özellikle kılık kıyafet ekseninde gerçekleşen tüketim, politikayla iç içe bir durum sergiler. Öncelikler içinde ekonomik faaliyet ve arzuların siyasetin gölgesinde kalması, tüketimin yoksul, yoksun ve kompleks bir şekilde yapılanmasına neden olmuş ve ortaya çıkan refah toplum ideali hep ertelenmiştir.

Hem Osmanlı hem de Cumhuriyet dönemi Türk tüketim tarzında Batılı anlamda kritik ve ani değişimler yaşanmıştır, fakat üretimde olduğu gibi tüketim önceliklerinde ve oranlarındaki değişme daha yavaş olmuştur. Bu anlamda, öncelikli olarak tüketim tarzındaki değişme ile tüketim tür ya da kalemlerindeki değişmeyi ayırt etmek gerekmektedir. Birincideki değişme daha çok kültürle siyasetle olurken, ikincide ise kültür yeterli değil, aynı zamanda ve oldukça güçlü olarak ekonomik kabiliyetin de güçlü olması gerekmektedir. Ekonomik yetersizlik içinde tüketim alanında gerçekleşen değişme, daha çok psikolojik bir yığılmaya neden olur ki bunun ileri boyutu, birey ve toplumda özentiye ve başka kompleks eğilimlere yol açar.

21. yüzyıla kadar, Türk ekonomisindeki değişmelere bakıldığında, en önemli yapısal gelişmelerin iki dönemde kendini gösterdiği söylenebilir. Birincisi, 1948'den itibaren Marshall Yardımlarının ve yeni siyasi ve ekonomik yaklaşımın da etkisiyle 1950'li yıllar, diğeri ise "Özal Dönemi" olarak da bilinen 1980'li yıllardır. Her iki dönemin ortak özelliği, tercih edilen liberal ekonomik sistemdir. Kapalı ekonomiden çıkıp dünya ekonomisiyle tanışma ve kaynaşma eğilimi görülür. Devletin refahı kadar, toplum ve bireylerin de refahının dikkate alındığı ve öncelendiği bir anlayışın varlığı söz konusudur. Fakat her iki dönemde de tüketimi etkileyen asıl faktör, geleneksel üretim tarzında meydana gelen kırılmalardır. Geleneksel üretim tarzı olan tarım ekonomisinden, sanayinin öncelendiği modern üretim tarzına geçişle birlikte meydana gelen üretim (Tablo 2) önceliğindeki değişme tüketim önceliğindeki değişmeye yol açmıştır.

Tablo 2 : Sektörel Gelişmelerin GSYH İçindeki Payı (%)

Yıllar ve Sektörler	1962	1974	1981	1987	1995	2000	2003	2006	2008 ¹
Tarım	38,1	24	22,2	17,9	15,7	13,2	12,3	11	9,2
Sanayi	15,4	23,4	21,6	25	26,3	23,3	28,8	29,1	26,8
Hizmetler	46,5	52,6	56,3	57,1	58	59,5	58,9	59,9	62,2
Toplam	100	100	100	100	100	100	100	100	98,2

Kaynak: TÜİK, 2005; DPT, 2009.

Sektör bazından bakıldığında ilk aşamada, tarım sektörü düşerken, sanayi ve hizmet sektörünün GSYH'daki oranları yükselmektedir (Tablo 2). Fakat 2006'dan sonra sanayi sektöründe gerileme eğilimine girilirken, hizmet sektöründe ilerleme devam etmektedir. Bu göstergelere daha çok gelişmiş ekonomilerde rastlanır. Tüketim de ise, gıda ürünleri alkollü ve alkolsüz içecekler, giyim ve ev eşyası gibi önceliklerin yerini; konut-kira giderleri, gıda, ulaşım ve haberleşme gibi hizmet sektörü ürünleri aldığı görülmektedir (Tablo 6 ve 7).

Tablo 3 :Türkiye'de Gelir Dilimlerinin Dağılım Oranları

Dilimler Yıllar	1. %20	2.%20	3. %20	4.%20	5.%20	
1973	3,5	8	12,5	19,5	56,5	
1978-79	4,7	8,9	14,6	25,3	46,5	
1987	5,2	9,6	14,1	21,2	49,9	
1994	Toplam	4,9	8,6	12,6	19	54,9
	Kent	4,8	8,2	11,9	17,9	57,2
	Kır	5,6	10,1	14,8	21,8	47,7
2005	Toplam	6,05	11,08	15,83	22,60	44,44
	Kent	6.4	11.5	16.0	22.6	43.5
	Kır	6.1	11.3	15.9	22.6	44.2
2008	Toplam	5,8	10,4	15,2	21,9	46,7
	Kent	6,1	10,7	15,3	21,9	46
	Kır	6,5	10,8	15,6	22,5	44,5

Kaynak: TÜİK,2008.

¹ Dolaylı ölçülen mali aracılık hizmetleri ile vergi ve sübvansiyonlar nedeniyle, sektörler toplamı GSYH'ya eşit değildir (DPT, 2009:25).

Türkiye'nin makro ekonomik yapısındaki değişmelerin sosyal sınıflara da yansıdığı (Tablo 3'de) görülmektedir. Erken dönemlerde, sosyal sınıflar arasında gelir bakımından oldukça yüksek oranda farklılıklar mevcuttur. 1973 yılında en alt ile en üst sınıflar arasında, yaklaşık on-altı kat fark varken; yarı kentleşmenin yoğunlaştığı 1987'de bu fark yaklaşık on kata inmiş, 2005 ve 2008'de ise yedi-sekiz kat arasında gezinmektedir (Tablo 3). Sınıflar arasındaki farklılıkların onaltı kattan yaklaşık sekiz kata inmesi olumlu bir gelişmedir. Gelişmelerin, alt ve orta sınıf lehine, kısmen üst sınıf aleyhine bir çizgide seyretmektedir. Bu durum ise her sınıfın daha fazla tüketime aktif olarak katılması anlamına gelmektedir.

Her sosyal sınıfın kendine özgü bir tüketim anlayışı, felsefesi, algısı ve alışkanlığı vardır. Örneğin, alt ve orta sınıfta yer alan insanların lüks malları, üst sınıfların günlük zorunlu malları olabilir (Douglas & Isherwood, 1999:127). Sınıfına göre, giyinmek, yemek-çemek, eğlenmek, eğitim almak, toplumsal bir beklenti, hatta bir kuraldır. Bir işadınının, sıradan bir markaya ve düşük model bir arabaya binmesi, hem kişisel olarak ayıplanır hem de mesleki imajını olumsuz bir şekilde etkileyebilir. Bir iş adamı için kaliteli marka ve son model arabaya binmek, zorunlu olmasa da zoraki bir tüketim olmaktadır.

Kır ve Kentin Tüketim Önceliklerinde Değişme

Yerleşim birimleri bakımından tüketim, kırsal ve kentsel tüketim diye ikiye ayrılır. Hem tüketimin niteliği, hem de niceliği bakımından bu ayrıma gidilmektedir (Corrigan, 1998). Kırsalda değişim daha yavaş, sade olur ve gelenekselliğe daha yakinken; kentte tüketim daha hızlı ve karmaşık olup modernlikle içkindir². Benzer farklılık, tüketimin önceliklerinde de görülmektedir. Kırsal tüketimde temel ihtiyaç maddeleri ön plandayken, kent ölçeğinde ise, temel ihtiyaçlar kadar lüks ve zoraki tüketim de öne çıkmaktadır.

² Kır-kent farklılığını içecek tür ve kültüründe de görmek mümkündür. Çay içme alışkanlığında kırsalın; alkollü ve alkolsüz içeceklerde kentin daha fazla tüketimde bulunduğu görülmektedir. Her iki yerleşim birimlerinde ikamet edenlerin eşit oranda tükettikleri ürün ise süttür (Özdemir ve Vatandaş, 2009:78-79).

İbn Haldun'un *bedevi ve hadari umran* kuramı, ayrıca Abraham Maslow'un *ihtiyaçlar hiyerarşisi* kuramı, yerleşim yerlerinin kendine özgü tüketim önceliklerinin varlığı konusunda önemli açıklamalar getirmektedir. *Bedevi umran* ya da günümüzde kullanıldığı anlamda *kırsal yaşamda* insanlar, ihtiyaçları kadar üretip, yine temel ihtiyaçları karşılayacak kadar tüketirler. Bu nedenle mesleki farklılaşmaya ve tüketim fazlasına pek rastlanmaz (İbn Haldun, 2005:323-325). Bazen asıl ihtiyaçları bile karşılamakta zorlanırlar. Temel ya da asıl ihtiyaç denildiğinde; gıda ürünleri, barınma, giyinme ve korunma yolları ve harcamaları anlaşılabilir. Ev ve gündelik eşyalar, sade, kaba ve en önemlisi sağlam ve pratik olmasına özen gösterilir. Bu nedenle bedevi, yani kırsal yerleşim birimlerinde lüks tüketimden fazla söz edilemez.

Hadari ya da şehirli/kent toplumunda ise tüketim, temel ihtiyaçlar kadar lüks ihtiyaçlarla da karşılanmaktadır. Çünkü şehir, farklılığa dayanır, farklı birey ve grupların bir arada yaşadıkları bir sosyal birim olduğu için insanların tanınmaları ilk önce imaj ve algılara dayanır. Bir başka ifadeyle şehir, gösteriş toplumunun mekanıdır. Gösteriş toplumunda, lüks tüketim kendini belli eder³. İbn Haldun'a göre, kentte insan ilişkileri daha nazik, ama kurnazdır; zanaat ve sanatkarlık gelişmiştir (2005:324). Bu bakımdan satılan ürünler de daha estetik ve pahalı olacaktır. Şehir, aynı zamanda alışverişin yani ticaretin merkezidir.

Psikoloji alanında bir klasik olarak bilinen Maslow'un 1943 yılında yayımladığı *A Theory of Human Motivation* adlı eserinde insan doğasından hareketle insanların önceliklerinin ne olduğunu ortaya koymaya çalışır. En temel yada birincil ihtiyaçlardan, lüks yada tali ihtiyaçlara göre ihtiyaç sıralaması yapmıştır. İlk aşama/lar giderilmeden diğer aşamalara pek geçilmez, geçilse bile sağlıklı bir süreçten söz edilemez. İleri sürülen bu kurama göre, ihtiyaç önceliği şu şekilde sıralanmaktadır (50, 370-396):

1. Fizyolojik ihtiyaçlar: Yeme, içme, barınma, giyinme, uyuma, cinsellik ve üreme vb. ihtiyaçlar,

³ W. Sombart'a göre lüks, nicel ve nitel olmak üzere çift anlamlıdır. Nicel anlamda, malların ziyan edilmesiyle eş anlamlıdır. Nitel anlamda ise, daha kaliteli ve iyi malların alınıp kullanılması demektir (1998:89). Bir başka ifadeyle lüks, temel gereksinimi giderme amacının dışına taşacak ölçüde harcamada bulunmaktadır.

2. Güvenlik ihtiyacı: Tehlikelerden korunma ve sağlıklı yaşama ihtiyacı,
3. Ait olma ihtiyacı: Bir gruba, kimliğe duyulan aidiyetlik hali,
4. Sevgi ve sevecenlik ihtiyacı: Karşılıklı olarak duyulan duygusal ihtiyaç,
5. Saygın olma ya da saygınlık ihtiyacı: Toplumsal beklentilerden doğan ihtiyaç,
6. Kendini gerçekleştirme ihtiyacı: Sanat ve zanaat gibi beceri ve kabiliyetleri gerçekleştirme ihtiyacı.

Maslow'un kuramında yer alan ilk iki ihtiyaç, temel, birincil öne sahip *zorunlu ihtiyaçlardır*. Bu aşama tamamlanmadan diğer aşamalara geçilmesi pek sağlıklı görülmez. Üçüncü, dördüncü ve beşinci aşamada yer alan ihtiyaçlara *sosyo-psikolojik ihtiyaçlar* denilebilir. Birinci gruptakiler kadar olmasa da, saygınlık kazanmak ve kendini gerçekleştirmek için yapılan sanat ve gösterişe yönelik harcamalar da önemli sayılabilecek ihtiyaçlardır. Bireylerin sosyalleşme ve duygusal ihtiyaçlarını karşılar. Bu ihtiyaçlar karşılanmadığında, psikolojik sorunlar ortaya çıkarabilir. Ve son aşamada, *bireyin kendini gerçekleştirmek için yaptığı çabayı ifade eden ihtiyaçlardır* ki, burada sanat, zanaatkarlık, kabiliyet ve beceri gibi unsurlar ön plana çıkar. Bireyin yaptığı işten zevk alması, motive olması, işine bir sanat edasıyla yaklaşması, kendini ve işini önemseyen ve bunu ispatlamaya çalışan biri olarak karşımıza çıkar.

Bu iki yaklaşımdan hareketle kırsal ve kentsel tüketimin önceliğine bakıldığında, kırsaldaki tüketimin daha çok zorunlu ihtiyaçları gidermeye dönük olduğu söylenebilir⁴. Gerçi modernleşmeyle birlikte kırsal da kentin karakteristiğine yaklaşmış olsa da, tarihsel süreç içinde kırsal tüketim serüveninin böyle bir yönünün olduğunu görebiliriz. Sosyal ilişkiler kente göre daha sınırlıdır, çünkü mekân ve nüfus yapısı buna pek müsait değildir. Dinlenme zamanı ile boş zaman arasında esnek bir yapı söz konusudur. Eğlence mekânı pek gelişmemiştir. Eğlence türleri de sınırlıdır. Kentte ki gibi, deği-

⁴ Tüketimin anlam, algılama ve değerleri de; kır ve kente göre, gelenek ve modernleşme durumuna göre değişmektedir. Zamanla "israf" gibi dini terminoloji, "cömert ve cimri" gibi kültürel alışkanlık ve açıklamaların yerini, lüks ve gösteriş gibi seküler anlam ve betimlemeler yer almaya başlamıştır (Torlak, 2000)

şime pek açık değildir. Bireylerin asıl amacı temel ihtiyacı gidermeye yönelik olduğu için, sanat ve zanaatkârlık da belli alanlarla ve nüfusla sınırlıdır. Kentte ise, hem üretim çeşitliliği ve fazlalığı vardır, hem de tüketim fazladır. Tüketimi asıl motive eden unsur, üretim ve gelir seviyesidir. Her ikisinin de kesiştiği mekân kentlerdir. Kentte yaşayanlar, asıl yada zorunlu ihtiyaçlar kadar diğer ihtiyaçları da karşılama kabiliyeti ve imkanı yüksek olan bireylerden oluşur. Ticaretin, üretimin aktığı yerdir. Sosyal ilişkiler ve mekânlar çeşitli ve fazladır. Birçok sınıfa, farklı cinsiyetlere, farklı kültürlere hitap edebilir. Bu bakımdan ikincil grup (zoraki tüketim) ve son (lüks) ihtiyaçların önemsendiği bir yerleşim birimidir.

Tablo 4: Kırsalda Türlerine Göre Tüketim Harcama Oranları

Anket Yılı	Toplam	Gıda ve Alkol/lü/süz İçecekler, Tütün	Giyim ve Ayakkabı	Konut ve Kira –	Mobilya, Ev Alet, Bakım Hizmet	Sağlık	Ulaştırma/Haberleşme	Eğlence ve Kültür/Eğitim	Lokanta ve Oteller	Çeşitli Mal ve Hizmetler –
1973	100	59,25	12,32	9,39	6,34	4,8	2,07	0,34	3,64	1,15
1987	100	40,96	12,81	12,78	12,43	2,9	6,45	3,67	2,98	5,03
1994	100	45,28	8,87	19,02	8,47	2,5	7,33	2,03	2,29	4,21
2002	100	32,5/4,7	6,2	23,4	8,1	2,7	7,0/4,1	2,4/0,9	3,5	4,5
2005	100	32,6/4,7	6,8	20,2	7,5	2,0	11,2/4,3	2,4/1,0	3,4	4,0
2008	100	30,7/4,7	5,6	22,7	6,5	2,0	12,8//4,7	2,0/1,0	3,5	4,0
2009	100	33,9/5,3	5,7	20,5	6,2	2,4	11,6/4,2	2,1/0,9	3,8	3,6

Kaynak: TÜİK, 2009.

Tüketimde belli bir döneme kadar kısmen niceliksel, belli bir dönemden sonra ise hem niceliksel hem de niteliksel gelişmeler gözlenmektedir. Tablo 4'e bakıldığında, ilk üç sırada, Maslow'un fiziki ihtiyaçlar dediği gıda, içecek, giyim ve konut gibi alanlarda yapılan harcamaların yer aldığı görülecektir. Anketin ilk kez yapıldığı ve nüfusun büyük çoğunluğunun kırsalda yaşadığı yıllara denk gelen 1973'te yapılan harcamaların % 60'nın gıdaya ayrılması oldukça dikkat çekicidir. Kentleşmenin göstergelerinden olan ulaşım, haberleşme, kültür, eğlence, lokanta harcamalarının toplamı ise, gıda

⁵ 2002'den önceki gıda türünün içinde alkollü ve alkolsüz içecekler olarak birlikte değerlendirilmekteydi. Sonraki yıllarda, içecek türleri gıdadan bağımsız değerlendirilmeye başlandı.

harcamasının ancak 1/10'nuna tekabül etmektedir. Kırsal ve kent nüfusunun eşitlenme yıllarına denk gelen 1987'deki anket sonucuna bakıldığında ise, konut, mobilya, ev eşyası ve ulaşım, haberleşme harcamalarında ciddi artışlar görülmektedir. 2009'a gelindiğinde ise, Türkiye kırsalında gıda birinci harcama olsa da oranı oldukça azalmış, bunun yanı sıra konut-kira giderleri ikinci, haberleşme-ulaşım harcaması ise üçüncü sıraya yerleşmiştir (Tablo 4). Kırsaldan göç eden nüfusun artık kentsel tüketim alışkanlıklarına nesnel bir şekilde adapte olduğu görülmektedir. Göç eden nüfus bir anlamda kentle tüketim aracılığıyla bütünleşmeye çalışmaktadır.

Tablo 5: Kentlerde Türlerine Göre Tüketim Harcama Oranları

Anket Yılı	Toplam	Gıda ve Alkol/lü/süz İçecekler, Tütün	Giyim ve Ayakkabı	Konut ve Kira	Mobilya, Ev Alet, Bakım Hizmet	Sağlık	Ulaştırma/Haberleşme	Eğlence ve Kültür/Eğitim	Lokanta ve Oteller	Çeşitli Mal ve Hizmetler
1978	100	41,2	14,9	12,9	12,8	2,8	5,55	3,54	2,56	4,8
1987	100	27,22	12,02	25,2	11,09	2,38	9,77	5,17	3,73	3,48
1994	100	30,7	9	24,48	9,3	2,65	9,52	4,61	3,21	6,24
2002	100	23,9/3,8	6,3	29,2	6,9	2,1	9,5/4,7	2,5/1,5	4,9	4,6
2005	100	21,9/3,9	6,0	28,1	6,5	2,3	13,1/4,3	2,6/2,2	4,8	4,2
2008	100	20,5/3,6	5,3	30,8	5,6	1,9	14,4/4,3	2,6/2,2	4,6	4,1
2009	100	20,3/3,8	4,9	30,2	6,1	1,8	14,1/4,3	2,8/2,1	5,5	4,2

Kaynak:TÜİK, 2009.

1978'de kentte yapılan tüketim anketine (Tablo 5'e) bakıldığında, yine ilk üç sırayı zorunlu ihtiyaçların aldığı görülecektir. Dikkat çekici olanı ise, yapılan harcamaların % 41,2'sinin gıdaya ayrılmasıdır. Bu yıllarda Türk kentlisinin de kentte kırsalı yaşadığı ileri sürülebilir. Yoksulluğun ve yoksunluğun devam ettiği, bazı tüketim ürünlerinin zor bulunduğu, karaborsaya düştüğü ve kuyruklarla alındığı yıllardır. Özellikle kenar mahallelerde kırsal yaşamla kent yaşamı iç içedir. Büyük ve orta ölçekli kentler de bile hayvan yetiştirilir ve belli bir kısmında aktif olarak ziraatla uğraşılırdı. Halen Anadolu kentlerin bir kısmında bu gelenek devam etmektedir. 2002 yılına gelindiğinde, ilk kez kentte gıda harcaması ikinci duruma düşmüş ve ilk sırayı konut ve kira harcamaları almıştır. 2009'da ise bu fark, konut ve kira harcaması lehine daha da açıl-

mıştır. Kentleşmenin göstergelerinden olan bir başka harcama türü ulaşım ve haberleşme masraflarının da büyük ölçüde arttığı ve üçüncü sıraya yerleştiği görülmektedir.

Türk toplumunun tüketimle kentleşme eğilimi, 1990'larda başladığı söylenebilir. Tablo 5'te görülebileceği gibi, 1994 yılı anketine kadar gıda giderleri birinci sırada yer alırken, bu tarihten sonra kent ölçeğinde gıda her zaman ikinci sırada, konut birinci ve ulaşım-haberleşme ise üçüncü sırada yer almaktadır. En fazla değişme, zoraki tüketim harcaması olan ulaşım ve haberleşme giderlerinde yaşanmıştır. Yaklaşık olarak dört kat bir artış olmuştur. Harcama kalemlerinde sürekli olarak artan bir başka gider de, lokanta ve otel masraflarıdır. Artık Türk toplumu, kendi memleketi dışında, daha fazla tatil yapabilmekte ve ev dışı mekanları daha fazla tercih edebilmektedir. Bu tablonun oluşumunda refah seviyesinde görülen kısmi iyileşmeyi de not etmek gerekmektedir. Refah seviyesi arttıkça, tüketim ürünlerinin hem oranlarında hem de kalitesinde de bir artış meydana gelmektedir.

Tablo 6: Tüketim Önceliklerine Göre Kır-Kent Karşılaştırması

Anket Yılı	Gıda ve Alkol/lü/süz İçecekler, Sigara vb.		Giyim ve Ayakkabı		Konut ve Kira		Mobilya, Ev Aletleri ve Ev Bakım Hizmetleri		Sağlık		Ulaştırma/Haberleşme		Eğlence ve Kültür/Eğitim		Lokanta ve Oteller		Çeşitli Mal ve Hizmetler	
	Kır	Kent	Kır	Kent	Kır	Kent	Kır	Kent	Kır	Kent	Kır	Kent	Kır	Kent	Kır	Kent	Kır	Kent
1973 ⁶ / 1978	1	1	2	2	3	3	4	4	5	8	7	5	9	7	6	9	8	6
1987	1	1	2	3	3	2	4	4	9	9	5	5	7	6	8	7	6	8
1994	1	2	3	5	2	1	4	4	7	9	5	3	9	7	8	8	6	6
2002	1	2	5	5	2	1	4	4	9	9	3	3	8	8	7	6	6	7
2005	1	2	5	5	2	1	4	4	8	8	3	3	7	6	7	6	6	7
2008	1	2	5	5	2	1	4	4	9	9	3	3	8	6	7	7	6	8
2009	1	2	5	6	2	1	4	4	9	9	3	3	8	7	6	5	7	8

Kırsal da (Tablo 6) farklı olan, gıda harcama oranında düşme olmasına karşın her zaman için birinci gider olarak tabloda yerini almıştır. Mobilya ve ev eşyası da sabitlenmiş görülmektedir. Konut-ki-

⁶ 1973 yılı kırsalın, 1978 yılı ise kentin tüketim harcama oranlarını göstermektedir.

ra ile ulaşım ve haberleşme giderlerinin de kırsal bölgelerde önemli gider kalemi oluşturduğu dikkat çekicidir. En fazla düşüş yaşayan harcama kalemi ise, giyim ve ayakkabı giderleri olarak gözükmektedir. Bu verilere bakarak, 21. yüzyıla girerken Türk kırsalının tüketim karakteristiğinde de kentsel bir eğilim olduğu açıktır.⁷

Türkiye geneliyle ilgili tablo 7'ye bakıldığında, erken yıllarda harcamaların yaklaşık olarak 1/3'nün gıda, alkollü ve alkolsüz içeceklerle ayrıldığı görülmektedir ve ilk kez 2008 yılında konut ve kira giderleri, gıda giderlerini geçmiştir.⁸

Tablo 7: Türkiye Geneline Göre Hanehalkı Tüketim Oranları

Anket Yılı	Toplam	Gıda ve Alkol/lü/süz İçecekler, Tütün	Giyim ve Ayakkabı	Konut ve Kira	Mobilya, Ev Alet, Bakım Hizmet	Sağlık	Ulaştırma/Haberleşme	Eğlence ve Kültür/Eğitim	Lokanta ve Oteller	Çeşitli Mal ve Hizmetler
1987	100	32,2	12,29	20,79	11,57	2,58	8,61	4,65	3,46	3,17
1994	100	35,62	8,96	22,84	9,02	2,6	8,78	3,73	2,9	5,56
2002	100	26,7 / 4,1	6,3	27,3	7,3	2,3	8,7 / 4,5	2,5 / 1,3	4,4	4,6
2005	100	24,9 / 4,1	6,2	25,9	6,8	2,2	12,6 / 4,3	2,5 / 1,9	4,4	4,1
2008	100	22,6 / 3,8	5,4	29,1	5,8	1,9	14,1 / 4,4	2,5 / 2	4,4	4,1
2009	100	23 / 4,1	5,1	28,2	6,2	1,9	13,6 / 4,2	2,6 / 1,9	5,2	4

Kaynak: TÜİK, 2010b.

En fazla artış, ulaşım ve haberleşmede yaşanmıştır. 1987'ye göre iki kattan daha fazla tüketiciler harcamada bulunmuşlardır. Gıda, içecek ve konut gibi zorunlu harcamalarda olmasa da, özellikle ulaşım ve haberleşme gibi kentleşme ve küreselleşmenin getirdiği bir durum olarak zoraki harcama türlerinde ciddi artışlar olmuştur. Bu artışlarla birlikte sıralamada da değişiklikler meydana gelmiştir.

⁷ Bazı Avrupa ve Amerikan köylerinde ya da küçük kasabalarında yapılan alışverişle büyük kentlerdeki alışveriş arasındaki ayrım yok olmaya başlamıştır (Ritzer, 2000:181). Benzer durum; İstanbul, İzmir, Bursa, Adana-Mersin gibi kentlerde de görülmeye başlamıştır.

⁸ Kentleşme sürecinde tüketim önceliklerindeki değişmeye paralel olarak, tüketicinin niteliğinde de çok önemli değişimler yaşanmıştır. Bu yönde yapılan çalışmalardan anlaşılacağı üzere, kentleşme arttıkça, tüketici yaşamın küçüldüğü ve daha da önemlisi aktif tüketicilerin cinsiyet oranlarının değiştiği gözlenmiştir (Orçan, 2008:196-204). Kadınların hiç olmadıkları kadar tüketimde daha aktif oldukları anlaşılmaktadır.

Anket Yılı	Gıda ve Alkol/lü/süz İçecekler, Tütün	Giyim ve Ayakkabı	Konut ve Kira –	Mobilya, Ev Alet, Bakım Hizmet	Sağlık	Ulaştırma/Haberleşme	Eğlence ve Kültür/Eğitim	Lokanta ve Oteller	Çeşitli Mal ve Hizmetler –
1987	1	3	2	4	9	5	6	7	8
1994	1	4	2	3	8	5	7	9	6
2002	1	5	2	4	9	3	8	7	6
2005	1	5	2	4	8	3	6	6	7
2008	2	5	1	4	9	3	6	7	8
2009	2	6	1	4	9	3	7	5	8

1994’de kentte gıda harcaması ikinci sırada olmasına rağmen, bunun Türkiye geneline yansımaları, ancak 2007 anketinden (gıda harcaması % 27,9’a karşın konut ve kira harcaması % 28,9 olarak gerçekleşmiştir) sonra görülmektedir. Ulaşım ve haberleşme, ayrıca mobilya, ev eşyası ve bakım hizmeti de sabitlenmiştir. İlk kez refah seviyesi yüksek AB ülkelerine kısmen benzer bir tüketim önceliği sıralamasına bu kadar yaklaşılmıştır. 2003 verileri temel alındığında AB ülkelerinde farklı olan, kültür ve eğitimin dördüncü sırada, lokanta ve otel masraflarının altıncı sırada olmasıdır (Europe, 2005). Ayrıca giyim ve ayakkabı (8. sırada) ile ev eşyasının (7. sırada) da son harcama grubunda yer alması, Türk bireyinin harcama kalemlerinin geleceği hakkında fikir verebilir. Fakat bu harcamalarda dikkat çeken bir durum, eğlence, kültür ve eğitim harcamalarının sırasında beklenildiği gibi bir değişimin yaşanmamış gözükmesidir. Aslında daha fazla harcama var, ama diğer kalemlerin hızına istikrarlı bir biçimde katılmadığı anlaşılmaktadır.

Sonuç

Tüketicilerin önceliklerini belirleyen makro ve mikro nedenler vardır. 20. yüzyılın ikinci yarısında, siyasette ve ekonomi politikasında meydana gelen değişimlerle üretim tarzı, nüfus, kır-kent yapısı gibi makro yapılar; iletişim, ulaşım gibi daha spesifik alanlarla daha çok mikro alanlar değişmiştir. Kırsal dönemlerde ve bölgelerde, geleneksel tüketim tarzı hâkimken; kentleşmeyle birlikte öncelikli olarak metropollerde ve diğer kentlerde modern tüketim tarzı ve anlayışı hakim olmaya başlamıştır. Tarihsel olarak ise tüketim önceliklerinde değişim, 1950’den itibaren başlamış ve 2000’li yıllarda

keskin dönüşümler yaşanmıştır. Bunun en önemli nedenleri arasında, refah seviyesinde ve yaşam kalitesinde belirgin bir artışın yaşanmış olmasıdır.

Değişen tüketim tercihlerinin niteliğine bakıldığında Türkiye’de kırsal dönemlerde tüketimde zorunlu ihtiyaçlar öncelikliken, kentleşme ve küreselleşmeye bağlı olarak yaşanan geçiş sürecinde ise, *zorunlu/temel ihtiyaçlar* kadar *zoraki ve lüks ihtiyaçların* da öncelendiği ve tercih edildiği bu çalışmada görülmüştür. Bu nedenle, refah seviyesinde ve kentleşmede meydana gelen değişmeler, doğrudan tüketim ve önceliklerini değiştirmektedir.

Kaynakça

- Altan, Mehmet, 2001, *Köylüler Ne Zaman Manşet Olur*, Zaman Yayıncılık, İstanbul.
- Aslanoğlu, Rana, 2000, *Kent, Kimlik ve Küreselleşme*, 2. Baskı, Ezgi Kitapevi, Bursa.
- Corrigan, P., 1998, *The Sociology of Consumption*, Sage P., London.
- Douglas, M & Isherwood, B., 1999, *Tüketimin Antropolojisi*, Çev., E. A. Ertekin, Dost Kitapevi, Ankara.
- DPT, 2009, *2009 Yılı Katılım Öncesi Ekonomik Programı*, DPT Yayınları, Ankara.
- Europe, 2005, *Eorupe in Figures*, Eurastat Yearbook.
- İbn Haldun, 2005, *Mukaddime*, Cilt 1, 4. Baskı, Çev., S. Uludağ, Dergah Yayınları, İstanbul.
- Karpat, Kemal, 2003, *Türkiye’de Toplumsal Dönüşüm*, Çev., A. Sönmez, İmge Yayınları, Ankara.
- Lefebvre, H., 1998, *Modern Dünyada Gündelik Hayat*, Çev., I. Gürbüz, Metis Yayınları, İstanbul.
- Maslow, Abraham, 1943, *A Theory of Human Motivation*, Psychological Review, 50, 370-396.
- Odabaşı, Yavuz, 1999, *Tüketim Kültürü*, Sistem Yayıncılık, İstanbul.
- Orçan, Mustafa, 2008, *Osmanlıdan Günümüze Modern Türk Tüketim Kültürü*, 2. Baskı, Harf Yayınları, Ankara.
- Orçan, Mustafa, 2008, *Kır ve Kent Hayatında Kadın Profili*, Harf Yayınları, Ankara.
- Orçan, Mustafa, 2007, “*Modern Türk Gündelik Hayatında Alamerikanlaşma Eğilimi*”, Euro Agenda/Avrupa Günlüğü, Yıl, 6; Sayı, 10; ss, 125-140.

- Özdemir, Ş ve Vatandaş, C., 2009, “Hane Halkı ve Aile Yaşam Döngüsü (AYD) Ölçekleri ile İçecek Tüketimi Harcamalarının Analizi”, *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, Cilt 1, Sayı 1, ss, 67-90.
- Ritzer, G, 2000, *Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek*, Çev., Ş. S. Kaya, Ayrıntı, İstanbul.
- Simmel, Georg, 2005, “Metropol ve Zihinsel Yaşam”, *Şehir ve Cemiyet*, Haz., A. Aydoğan, 2. Baskı, İz yayıncılık, İstanbul. Ss., 167-184.
- Sombart, Werner, 1998, *Aşk, Lüks ve Kapitalizm*, Çev., N. Aça, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.
- Torlak, Ömer, 2000, *Tüketim-Bireysel Eylemin Toplumsal Dönüşümü*, İnkılâp Yayınları, 2000.
- Tönnies, Ferdinand, 2005, “Gemeinschaft ve Gesellschaft”, *Şehir ve Cemiyet*, Haz., A. Aydoğan, 2. Baskı, İz yayıncılık, İstanbul. Ss., 185-218.
- TÜİK, 2005, *Haziran İstatistikî Göstergeler*, 1923-2004. www.tuik.gov.tr/Gosterge.do?metod=GostergeListe&tb_id=39&ust_id=11
- TÜİK, 2008, “Gelir ve Yaşam Koşulları Araştırması” http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?tb_id=24&ust_id=7, (Erişim:01.06.2010)
- TÜİK, 2009, *Hanehalkı Tüketim Harcamaları*, Ankara.
- TÜİK, 2010a, “Nüfus ve Kalkınma Göstergeleri” <http://nkg.tuik.gov.tr/>, ve “2009 Nüfus Sayım Sonuçları”, *Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi*, <http://tuikapp.tuik.gov.tr/adnksdagitapp/adnks.zul>(Erişim, 01.06.2010)
- TÜİK, 2010b. “Hanehalkı Tüketim Harcaması”, http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?tb_id=22&ust_id=7
- Yanıklar, Cengiz, 2006, *Tüketimin Sosyolojisi*, Birey Yayınları, İstanbul.
- Zorlu, Abdülkadir, 2006, *Üretim ve Tüketim Teorileri*, Glocal Yayınları, Ankara.