

# İHTİYACIN KARŞILANMASI MI, KÂR MI?

Aydınlık Gazetesi, 29 Ocak 2018

Yıldırım Koç

Kapitalizm insanların ihtiyacının karşılanmasına dayalı bir üretim ve hizmet sunumu sağlamaz. Amaç, işyeri sahibinin kârının en üst düzeye çıkarılmasıdır. Bu anlayış, sağlık hizmetlerinde en acımasız bir biçimde görünür. Ancak diğer ürünlerde de geçerlidir.

## HASTA MISINIZ, MÜŞTERİ Mİ?

Hastalandınız. Bir sağlık kuruluşuna başvurduunuz. Size iki türlü yaklaşılabilir.

Birinci tür yaklaşım, sizi veya sizin aracılığınızda Sosyal Güvenlik Kurumu'nu yolunacak bir kaz gibi gören anlayıştır. Dükkana gelmiş müşterisiniz. Elmanın veya buzdolabının iyisini anlayabilirsiniz, ancak sağlık hizmetinin iyisini bilmezsiniz. Size sağlık hizmeti satanlar, sizin bu alandaki bilgisizliğinizden azami biçimde yararlanmaya çalışırlar. Onlar için sizin hastalanıp hastalanmamanız hiç önemli değildir. Tam tersine, hastalanmanızı isterler. Hastalanacaksınız ki, onlar para kazansın, kârları artsın. Hastalanacaksınız ki, ilaç şirketleri, tıbbi araç gereç üreten şirketler ürünlerini satabilsin, hastanelerin yatakları boş kalmasin. Gereksiz ameliyatlar yapılacak ki, hastaneler kâr etsin. Bazı hekimler bu anlayışla hareket etsinler ki, hastane sahipleriyle ilaç ve tıbbi araç gereç şirketlerinin kârları artınca, onlara da sofa kırıntıları verilsin.

İkinci tür yaklaşım, önce sizin hastalanmamanız için gereken önlemleri alır. Sonra, tedavinizi, size uzun vadede en az zarar verecek ve vücudunuzun savunma sistemlerini güçlendirecek biçimde sürdürür. Gereksiz ilaç kullanmaz, gereksiz tetkik yaptırmaz. Böylece tedavinizin topluma maliyetini de düşük tutar. Bu yaklaşımda hekimin karşısına çıktığınızda yolunacak kaz değilsiniz, sorunlarına çözüm bulunmaya çalışılan hastasınız, bir insansınız.

Hangi yaklaşımda hekime güvenirsiniz?

Kapitalizm ve sağlık hizmetlerinin özel sektör eliyle veya anlayışıyla sunulmasında birinci yaklaşım geçerlidir.

## TÜKETİLEN MALLAR VE İSRAF

Piyasaya her gün yüzlerce yeni ürün sunuluyor.

Bunların bir bölümü gerçekten insanların ihtiyaçlarını karşılıyor. Bir bölümüyse kapitalist düzenin yarattığı bir tüketim çılgınlığının ürünü. Bencilleştirilen insanlar tüketimde birbiriyle yarışa giriyor. Sermayedar çalıştırdığı işçinin ürettiği artık-değere el koyar. Ancak bu yeterli değildir. Bu artık-değerin "gerçekleştirilmesi", yani ürünün satılarak paraya dönüştürülmesi gereklidir. Bunun için de büyük paralar ödenerek reklam yapılır. Bir de ürünlerin gösterişli ambalajlarını düşünün. Reklamların, albenili ambalajların, sizi bu malları kullanmaya ikna etmek için gösterilen çabaların maliyeti de ürün fiyatlarına eklenir.

Ayrıca bu mallar dayanıksız yapılırlar. Dayanıksız ürünler hem daha ucuza malolur, hem de hızla eskir ve siz yenisini almak zorunda kalırsınız. Böylece işverenlerin kârları daha da artar. Üretimin amacı kâr değil de insanların ihtiyaçlarının karşılanması olursa, durum değişiyor; ürünler dayanıklı yapılıyor. Böylece hem insan emeğinden, hem de hammaddeleden tasarruf sağlanıyor. 1976 yılında Demokratik Alman Cumhuriyeti'ne (Doğu Almanya) gitmiştim. 42 yıl önce aldığım çarşafları hâlâ kullanıyoruz.

Bunların yanı sıra, piyasaya sürekli yeni modeller sürülür. Cep telefonları belirli aralıklarla yeni model çıkarır. Moda değişir; evinizde eskimemiş ve ancak "modası geçmiş" eşyalar birikir.

Bu süreçte, çeşitli ürünlerin insan sağlığına verdiği zararlar da genellikle gizlenir. Bunların zararlarını ancak yıllar sonra, iş işten geçtikten sonra öğreniriz.

Bu arada kapitalizm doğayı tahrip eder.

Ürünlerin, insanların ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla mı, patronların kârı için mi üretileceğine karar vermek size düşüyor.