

TÜKETİCİ OLARAK İŞÇİ SINIFI

Aydınlık Dergisi, 19 Mart 2000

Yıldırım Koç

Tüketim alışkanlıklarımız hızla değişiyor, karmaşıklaşıyor. Bizim kuşağın çocukluğu 1950'li yıllarda geçti. Ev eşyaları çok basitti. Mutfak eşyaları pirinç gazocağıyla, bakır tencere, tepsi ve sinilerle, birçok evde tahta kaşıkla sınırlıydı. Bir elbise uzun yıllar giyilirdi. Sümerbank'tan güvenilerek alınan kumaş, tanıdık bir terzide diktirilirdi. Günlük alışverişinizi yaptığınız mahalle bakkalı ile bugünkünden farklı ilişkiler söz konusuydu. Esnafla tüketici arasında birebir insan ilişkileri, güvene dayalı ilişkiler vardı. Bu koşullarda da, satınaldığınız üründe aldatılma kaygısı pek yaşanmazdı. Bir hata olursa, güvene dayalı insan ilişkileri içinde, bir çözüm bulunurdu. Tüketici hakları sorunu diye bir tartışma yoktu.

Ama son 30-40 yılda her şey hızla değişti. Bu değişim kaçınılmazdır. Tüketim kalıplarımıza, geçmişte hayal bile edemediğimiz ürünler katıldı. Pirincin, elmanın, kumaşın iyisinden anlayabilirsiniz. Ama bir otomatik çamaşır makinesini, televizyonu, buzdolabını, ütüyü, mobilyayı veya bir başka yeni ürünü değerlendiremezsiniz. Bunlara ödenen paralar ise çalışan insanların bütçesinin önemli bir bölümünü oluşturuyor. Halkımızın çok büyük bir bölümü parayı çok zor kazanıyor. Çok zor kazandığı parayı çok iyi harcamak durumunda. Ancak reklamlar bizi hem daha fazla tüketmeye zorluyor, hem de gerçekten niteliğini bilmediğimiz mallara yönlendiriyor. Reklamların yeterince denetlendiğini, tüketiciyi yanıltıcı yönlendirmelerin önlendiğini söylemek ise olanaklı değil. Sürekli yeni ürün ve reklam sağanağında sağlıklı karar verebilmek giderek zorlaşıyor. İşçisiyle, memuruyla, emeklisiyle milyonlarca insanımız, kıt olanaklarının küçümsemeyecek bir bölümünü bu yoldan israf ediyor. Tüketici hakları ve reklam konularında çıkarılan mevzuat ve haklarımız yeterince bilinmiyor. Sendikalar ve tüketici dernekleri kamuoyunu bilgilendirme konusunda yeterince etkili olamıyor veya çaba göstermiyor. İşçi ve memur tüketim kooperatifleri, hem hipermarketlerle rekabet edemiyor, hem de tüketiciyi bilinçlendirme konusunda başarısız. Halbuki, zor kazanılan paranın iyi harcanması, ücretlerin satınalma gücünü de artıracaktır.

Ayrıca, özellikle sendikaların tüketici konusuna ağırlık vermelerinin önemli bir diğer boyutu daha var.

Sendikaların ve işçilerin, hak ve çıkarlarını korumada üç ana aracı bulunuyor. Bunların birincisi, genellikle üretimden gelen güç olarak ifade edilen, iş durdurma hakkı. Bu hakkın kullanılması önemli bedellerin ödenmesini de gerektirebiliyor. Bu nedenle, bir grev veya eylem kararı, ancak uzun tartışmalardan ve değerlendirmelerden sonra verilebiliyor. İkinci araç, siyasi alandaki güç. İşçiler ve sendikalar, siyasi partiler üzerindeki demokratik etki ve baskılarını kullanarak, isteklerini yerine getirmeye çalışıyor. Üçüncü araç ise, tüketimden kaynaklanan güç. Bugün birçok ülkede, yasalara saygı göstermeyen işverenlere karşı tüketici boykotları düzenleniyor. Bu tüketici boykotları yalnızca bir ülke ile de sınırlı değil. Örneğin, Pakistan'da veya Hindistan'da halılar çocuk emeğiyle üretilmişse, bu ürünlere karşı tüketici boykotları uygulanıyor. Türkiye'de de bazı sendikalar bu aracı kullandı; ancak bunun yeterince etkili bir biçimde gündeme getirildiğini de söyleyemiyoruz. Sendikalar, sendikalı işçiler tarafından üretilen malların tüketimini teşvik ederek de bu aracı kullanabilirler.

Tüketicilik konusunda duyarlı olmanın diğer bir gereği, Avrupa Birliği ile gümrük birliği sonrasında ortaya çıktı. Türkiye'de işçilerin ve işverenlerin üzerinde anlaştığı konulardan biri, yerli malı kullanımıdır. Yerli malı kullanımı, düşük kaliteli mallara mahkum olmak veya başta işçi hakları olmak üzere yasaları çiğneyen işyerlerinin mallarının kullanımını teşvik etmek demek değildir. Ancak, ülkemizde yabancı mal düşkünlüğü de, mücadele etmemiz gereken bir yanlılık. Yabancı mal düşkünlüğü, birçok kalitesiz malın ülkemize gelmesine, ülkemizde işyerlerinin kapanmasına, işçilerin işten çıkarılmasına yol açıyor. İşçi ve işveren kuruluşları, işçi haklarına saygılı ve kaliteli mal üreten yerli işletmelerin ürünlerinin kullanımını teşvik ederlerse, ülkemizin bazı sorunlarının çözümüne de katkıda bulunmuş olacaklardır.

