

# MÜCADELE ARACI OLARAK TÜKETİCİ BOYKOTLARI

Aydınlık Gazetesi, 19 Kasım 2019

Yıldırım Koç

İşçilerin hak ve özgürlüklerini korumada ve geliştirmede kullandıkları üç temel araç vardır: (1) Grev, eylem, direniş, miting, yürüyüş, vb. (2) Siyasal güç, (3) Tüketici olarak güç.

Türkiye’de günümüzde gelir getirici bir işte çalışanların yüzde 70’i işçi ve memurdur. Ayrıca 6-7 milyon işsiz var. İşçi ve memur emeklileri de dikkate alındığında, hayatını bir başkasına ait işyerinde çalışarak kazanan (işçi ve memur), kazanmaya çalışan (işsiz) ve geçmişte kazanmış (işçi ve memur emeklisi) olanların toplum içindeki payı yüzde 80’i buluyor. Diğer bir deyişle, bir çok ürünün tüketicisi, birçok hizmetten asıl yararlanan bu kitle. Diğer bir deyişle, işçilerin elindeki en önemli mücadele araçlarından biri, tüketici olarak güçleridir.

## ÜRETİLEN ÜRÜNÜ SATIN ALMAMA

Diyelim bir şirket, en temel haklarını kullanmak isteyen işçilerin haklarını gaspetti. Eğer bu şirket, halkın doğrudan tükettiği bir ürünü üretiyorsa, o ürün boykot edildiğinde, şirket ürettiklerini satamaz ve en azından kendi işçilerine yaşattığı sıkıntı kadar bir sıkıntı yaşar. Bu uygulama belki bir arabada veya buzdolabında etkili olmaz; ancak bir içecek, bir gıda ürünü, bir gömlekte birçok alternatif vardır. Türkiye’nin yüzde 80’ini oluşturan böylesine büyük bir kitle, işçi düşmanlığı yapanı cezalandırmaya karar verirse, işçi düşmanlarını yasal yollardan perişan edebilir.

## ALIŞVERİŞİ ÖNLEME

Somut bir örnekten gidelim. Diyelim bir mağaza zinciri, işçilerini işten çıkardı veya işçilerinin bazı haklarını ödemiyor. Eğer Türkiye nüfusunun yaklaşık yüzde 80’ini oluşturan işçiler ve memurlar, işsizler ve işçi ve memur emeklileri o mağaza zincirinden alışveriş yapmazsa, işletmeyi çok zor durumda bırakabilir. Veya binlerce kişi bu mağazaya gidip alışveriş arabalarını doldurup kasanın önüne geldiğinde işverenin işçi düşmanı tavrını gerekçe göstererek ürünleri satın almaktan vazgeçerse, işyeri büyük sıkıntı yaşar. Ya da bir sakız alıp 50 TL verse, kasayı yine kitler.

## SUNULAN HİZMETİ BOYKOT ETME

Bir cafe, pastane veya lokanta, çalıştırdığı işçileri mağdur ettiğinde, o işyeri işçiler, memurlar, işsizler ve emekliler tarafından boykot edilirse, işletmenin yaşaması mümkün olmaz.

Diyelim bir banka, sendikal haklarını kullanan veya daha da basitinden temel haklarını talep eden işçilere baskı yaptı. Bu işçilerle dayanışmak isteyen binlerce kişi, bu bankanın şubelerinde az bir parayla vadesiz mevduat hesabı açırsa ve üç beş gün sonra gelip, bankaya güvenmediğini söyleyip bu hesabı kapatsa, bankayı felç edebilir.

## BAŞARISIZ ÖRNEKLER DE VAR

Ancak tüm bunların yapılabilmesi, işçiler arasındaki dayanışmanın geliştirilmesine bağlı.

Geçmişte ülkemizde tüketici boykotlarının başarılı olduğu örnekler de yaşadı, başarısız kaldığı durumlar da.

Bir keresinde bir ayakkabı fabrikası hak isteyen işçileri işten çıkarmıştı. İşçiler de fabrika önünde direnişe geçmişti. İşçileri örgütlemeye çalışan sendika da bu şirketin ayakkabılarının satın alınmaması için bir kampanya başlattı. Şirket de, satış mağazalarında bir karşı kampanya başlatarak, ürünlerinin fiyatlarında epeyce bir indirim yaptı. Başka işyerlerinde çalışan birçok işçi, bu ünlü marka ayakkabıdan satın alabilmek için satış mağazalarına koştu ve böylece direnişteki işçilere büyük zarar verdi.

Süt ürünleri üretip pazarlayan bir şirketin işçi haklarını gaspetmesine karşı başlatılan bir tüketici boykotunda da, şirket ürünlerinin fiyatının düşürülmesinden yararlanmak isteyen çok işçi ve memur oldu.

Kapitalizmin sömürüsü ve baskısına karşı mücadele eden işçilerle dayanışma yalnızca onları ziyaret etmekle ve başarı dilemekle sınırlı kalmamalı. Çalıştırdığı işçinin haklarına saygı göstermeyen şirketlerin sattığı ürünler ve sunduğu hizmetler milyonlarca kişi tarafından boykot edilirse, gerçek bir dayanışma örneği yaratılmış olur.