

PROF. DR. MUSTAFA HATİPLER:

Boykotların yadsınamaz bir etkisi vardır

RÖPORTAJ: YAHYA AYYILDIZ

Ekonomik argümanların baskın olduğu günümüzde elbette ki boykotlar şirketler üzerinde etkilidir. Bunun yanında boykotların siyasi iktidarlar üzerinde de yadsınamaz etkisi olduğu gerçektir.

Bilinçli tüketim nedir?

Tüketim, tüketicilerin fayda amacını yerine getiren bir eylemdir. Bununla beraber tüketim, genel olarak ekonomik ve işe yararlılık, duygusal bağ kurma, sosyal etkileşim, ideal benlik ya da kendini ifade etme biçimi şeklinde yapılmaktadır. Bilinçli tüketim, bu üç etkeni kontrol altına alan tüketim şeklidir.

Bilinçli tüketimi, bireysel ve kolektif iyilik hâlini olumsuz etkileyen bilinçsiz tüketimin ilacı olarak tanımlamak mümkündür. Bilinçli tüketim, tüketimi, psikolojik olan istek dairesine taşımadan biyolojik olan ihtiyaç dairesinde tutmaktır. İhtiyaçların çeşitli araçlarla manipüle edilerek isteklere evrildiği günümüzde, bu eylem

sanıldığı kadar kolay değildir. İhtiyaçlar biyolojiktir ve doğal olarak sınırlıdır. İstekler ise psikolojiktir ve doğal olarak sınırsızdır. Öyleyse bilinçli tüketim, ihtiyaç dairesinde yapılan tüketimdir. Kapitalizm, reklam levyesini kullanarak tüketimi ihtiyaç dairesinden istek dairesine taşıma mücadelesi içindedir.

Bilinçli tüketim, az tüketim demek de değildir. Bilinçli tüketim, gerçek ihtiyaçların karşılanması için yapılan tüketimdir. Bilinçli tüketim; yerinde, zamanında ve gerçek ihtiyaçları karşılamaya yönelik tüketimdir. Tüketim farkındalığına varılarak yapılan tüketimdir.

Tüketimin bilinçli olması gerektiğine yönelik duyarlılık nasıl gelişti?

Günümüz insanını tüketim toplumu olarak değerlendirmek mümkündür. Bu toplumda gerek bireysel gerek toplumsal bazda bilinçsiz tüketimin meydana getirdiği aşırı tüketimin önüne geçilmesi, son derece önemlidir. Tüketimin bilinçli yapılmasına dair gereklilik, mevcut bilinçsiz tüketimin bugünden daha çok gelecek nesillerin imkânlarının bitirildiğinin, yok edildiğinin anlaşılması noktasında ortaya çıkmıştır. Çünkü bilinçsiz tüketim, mevcut kaynakların çok kısa sürede yok edilerek çöp hâline dönüştürülmesidir.

Tüketim bilinci ile tüketim karşıtlığı arasındaki fark nedir?

Tüketim bilinci ya da bilinçli tüketim, tüketimin olmadığı ya da olmaması demek değildir. Bu anlamda tüketim karşıtlığı fantastiktir, uygulama ihtimali yoktur. Tüketim karşıtlığı da farklı bir tüketim alanı doğurmaktadır. Çünkü insanın olduğu yerde az ya da çok bir tüketim söz konusudur. Aslo- lan, tüketim karşıtlığı değil, tüketimin bilinçli yapılmasıdır. Tüketim bilinci, tüketim karşıtlığı değil, tü-

ketimin ihtiyaçların karşılanmasıyla sınırlı yapılabilmesidir.

Türkiye’de tüketici bilinci hangi durumda?

Bilinçli tüketim, bilinçsiz ve aşırı tüketimin panzehiridir. Tüketici bilincinin güçlenmesi, tüketicinin eğitim durumuyla doğrudan ilişkilidir. Eğitim düzeyi yüksek fertlerden oluşan toplumlarda, ihtiyaçların manipüle edilmesi çok kolay olmamaktadır. Ancak eğitim düzeyi düşük toplumlarda ihtiyaçlar, reklamlar vasıtasıyla manipüle edilmekte ve ihtiyaç olmayan bir tüketim gerçekleştirilmektedir. Öte yandan bilinçsiz ve aşırı tüketim, hedonizm kapsamında yaşam bulmaktadır. Hedonist tüketim, tüketilen nesneden ihtiyacın giderilmesi değil, tüketimin yapılmasından mutlu olmaktır. Bu kapsamda, Türkiye’de tüketici bilincinin gelişmesi için uzun zamana ihtiyaç vardır. Türkiye’de tüketim; sosyal medya, yazılı, basılı, sözlü ve görsel basın araçlarıyla çok güçlü bir şekilde sürdürülmektedir. Bu durum, dünyanın diğer ülkelerinden çok daha yüksek dozdadır.

Türkiye’de tüketici haklarının korunması için yeterli kurumsal mekanizma var mı?

Türkiye’de tüketici haklarının korunması konusunda kurumsal mekanizma vardır ve çalışmaktadır. Bu anlamda 6502 sayılı Tüke-

PROF. DR. MUSTAFA HATİPLER

1959 yılında Edirne’de doğdu. 1982 yılında Uludağ Üniversitesi İşletme Fakültesi Maliye Bölümü’nden mezun oldu. 1995 yılında Trakya Üniversitesi’nde yüksek lisansını yapan Hatipler, 2010 yılında Namık Kemal Üniversitesi’nde doktorasını tamamladı. 2011 yılından beri Trakya Üniversitesi Edirne SBMYO Dış Ticaret ve Pazarlama Bölüm Başkanlığı görevini sürdürmektedir. Küreselleşme, yoksulluk, gelir dağılımı, göç, kültür ekonomisi, tüketim ekonomisi, kalkınma ekonomisi alanlarında yayınlanmış çok sayıda makalesi ve kitabı bulunmaktadır.



ticinin Korunması Hakkında Kanun işlevseldir. Ancak göz önünde bulundurulması gereken husus, tüketicinin haklarını bilmesi ve kendisine satılan ürünün almak istediği ürün olup olmadığı konusundaki yetkinliğidir. Tüketici, yaptığı tüketimde gönüllü olarak davranıyorsa onun hakkını koruyacak bir mekanizma dünyanın hiçbir

yerinde yoktur. Bu durum, gönüllü köleliğe benzer, hiçbir gönüllü kölenin kölelikten şikâyeti olmaz. Eflatun’un Mağara Teorisi’nde ifade ettiği durum da budur aslında.

Tüketicilerin sahip olduğu güçlerden biri de boykottur. Tüketici boykotunu nasıl tanımlayabilirsiniz?

Tüketimin temel nesnesi olan alışverişte, “Satılan malın mesuliyeti alıcıya aittir” durumundan “Müşteri daima haklıdır” konumuna geçildiğinden bu yana, müşteriler yani tüketiciler, satın alma gücünü farklı kullanabilmektedir. Bu farklılık, ödül maksatlı bazı ürünlerin daha çok miktarda satın alınması şeklinde olduğu gibi ceza amaçlı olarak bazı ürünlerin satın alınmaması şeklinde de tezahür edebilmektedir. Bu hâl, tüketicilerin pazarın işleyişini yönlendiren bir güç olmasına imkân vermektedir.

Ceza amaçlı olarak yapılan bazı ürünlerin satın alınmaması eylemi, genel olarak boykot ya da tüketici boykotu olarak değerlendirilmektedir. Tüketici boykotunu toplu tüketici hâkimiyeti olarak tanımlamak mümkündür. Bu hâkimiyet, alıcının haklarının korunmasına yönelik olarak firmayı etkilemek amacına sahiptir.

Tüketici boykotu, tüketim bilincinin zirve araçlarından biridir. Tüketici boykotu, bizim ahi kültürümüzün temelidir. “Pabucun dama atılması” deyiminde ifade edilen durum, dünyanın ilk tüketici boykotlarından biridir. Tüketiciyi aldatan esnafın pabucu dama atılır ve pabucu dama atılan esnaftan alışveriş yapılmaz.

Tüketici boykotunun yumuşak karnı, toplumsal boyutudur. Top-

lumun tüm kesimlerini kapsamayan tüketici boykotu, dışsallık meydana getirmektedir. Başka bir ifadeyle, tüketici boykotu, toplumun tüm kesimlerini kapsamadığında, firmaların fiyat politikası değişikliği, boykota uymayanlara ekonomik bir avantaj sağlayabilmektedir.

Tüketici boykotunun doğuş ve gelişimi nasıl oldu?

Son dönemde tüketici boykotlarında amaç ve gereklilik de-

.....

Tüketici boykotu, tüketim bilincinin zirve araçlarından biridir. Tüketici boykotu, bizim ahi kültürümüzün temelidir. “Pabucun dama atılması” deyiminde ifade edilen durum, dünyanın ilk tüketici boykotlarından biridir. Tüketiciyi aldatan esnafın pabucu dama atılır ve pabucu dama atılan esnaftan alışveriş yapılmaz.

.....

ğişikliğinin yaşandığı gözlemlenmektedir. Son yıllarda gelişen boykotlar, genellikle ürün fiyatlarının yüksekliğinden daha çok, sosyal ve politik nedenlere dayanmaktadır.

Boykotların başlangıçta tüketim karşıtı hareketlerin içerisinde yer aldığı bilinmektedir. Boykotlar, 1970’li yıllarda toplumsal düzene karşı çıkan gruplar arasında ortaya çıkıp yaşanırken 2000’lere

gelindiğinde neo-liberal politikaların ve küreselleşmenin meydana getirdiği olumsuzluklara karşı uygulanmaya başlamıştır. Bu noktadan sonra, “Satın Almama Günü” (Buy Nothing Day), “Sevgililer Günü Karşıtları” (Anti-Valentines), “Gönüllü Sadelik Taraftarları” ve “Yavaş Şehir” (Cittá Slow) uygulamaları ile dünya çapında bir nitelik kazanmıştır.

Tüketici boykotunu, belli bir markaya yönelik olumsuz tavırlar olarak adlandırılan marka boykotu ya da marka kaçınması ile sadece bir kurumun ürünlerine karşı yapılan boykotlar olan örgüt (işletme/ülke) boykotu şeklinde sınıflandırmak mümkündür.

Son günlerde Gazze dolayısıyla tüketici boykotları yapılmaktadır. Bu boykot hakkında ne söylenebilir?

İsrail, hâlen sınırları belli olmayan bir ülke konumundadır. 1948 yılında işgalci bir güç olarak gelmiş ve geldiği günden bu yana çeşitli işgal hareketi içinde olmuştur. Başlangıçta Filistin topraklarında sahip olduğunu iddia ettiği alan günümüzde işgal ettiği alan arasında çok büyük farklılık vardır. Özellikle son 10 yıldır Gazze’yi açık cezaevine dönüştürmüştür. Gazze’de yaşayan iki buçuk milyon insanı açık cezaevi mahkûmu konumunda tutmuştur. Bunun yanında gay-



rihukuki tutuklama ve yargısız infazların sahibidir. 7 Ekim'den bu yana Gazze'de Filistinlilere karşı bir soykırım ve katliam yürütülmektedir. Dolayısıyla İsrail ürünlerine karşı başlatılan boykot naif kalmıştır. Çok daha önce başlatılmalı ve çok daha kapsamlı olarak sürdürülmeliydi. Bununla beraber daha güçlü olarak sürdürülmelidir. İsrail ürünlerine karşı yapılan bu boykot, Gazze soykırımında İsrail'e şartsız destek veren ülkeleri de kapsayarak büyütülmelidir. Bu yapılırken yerli ve milli olanların, bu durumdan istifade eden konumunda olmamaları sağlanmalıdır.

Boykotlar, şirketler veya siyasi iktidarlar üzerinde ne kadar etkili olabiliyor?

Günümüzün demokratik rejimlerinde şirketlerin mi hükümetleri, yoksa hükümetlerin mi

şirketleri yönettiği sorusu tam bir muammadır. Ekonomik argümanların baskın olduğu düşünülürse, elbette ki boykotlar şirketler üzerinde etkilidir. Bunun yanında boykotların siyasi iktidarlar üzerinde de yadsınamaz etkisi olduğu gerçektir. Bunun en çarpıcı örneği, Mahatma Gandhi tarafından yapılan boykotlardır. Gandhi, Hindistan'ı yöneten İngilizlere karşı kapsamlı bir boykot yürütmüştür. Önce İngilizlerin yanında çalışmayı, sonra İngiliz kıyafetlerini giymeyi boykot ettirmiş ve en son İngilizlerin Hindistan'da uyguladığı tuz yasasını delerek Hindistan'ın bağımsızlığının yolunu açmıştır.

Tüketici, tüketimden kaynaklanan gücünü yeterince kullanabiliyor mu?

Tüketicinin, tüketimden kaynaklanan gücünü arzu edilen ya

da olması gereken boyutta kullanmadığı bilinmektedir. Bundaki eksiklik, tüketicinin firmalara göre daha ağır ve daha yavaş hareket etmesi olabilir. Öte yandan, boykotlara karşı ülkelerin karşı hamlesinin gücünü de yadsımak doğru değildir. Bunun en çarpıcı örneği, geçmişte, terör örgütü PKK'yı desteklemesi ve onun elebaşısını himaye etmesi sonucunda Türkiye'de İtalya ve İtalyan mallarına yapılan boykottur. Çok canlı yapılan bu boykot, İtalyan hükümetinin stratejik davranışları sayesinde kısa sürede kırılmış ve ilişkiler, zaman içinde eskisinden daha ileri düzeye taşınmıştır.

Sonuç olarak, birlikte hareket etme yeteneğini muhafaza ettiği müddetçe, tüketicinin tüketimden kaynaklanan gücü, caydırıcılığını koruyacaktır.