

## “Yerli Malı Alın!” Sloganının Tuhaf Mantığı\*

Sanford Ikeda

Çeviri: Fatih Emre Eldeş

“Yerli Malı Alın!”, popüler bir slogan, fakat bu konuda bazı şeyleri göz önünde bulundurmamayı ihmal etmeniz mantıklı değil.

Hiçbir şey gitgide artan “yerli malı alın” nasihatleri ve “Nereden geldiysen oraya dön!” gibi gerici söylemler kadar farklı ve özünde ayırık görünemez. Ancak gitgide artan bu nasihatler gerici nidalara yol açıyor.

Her şeyden önce, “yerli malı alın” fikrinin arkasında; yerli satıcılara, bizim topluluğumuzda olmayan satıcıların daha az kazanması pahasına daha fazla iş vermek var. Bu, çoğu kere yerel mallar ve hizmetler için daha fazla ödemek anlamına geliyor, ancak yerel ekonomiyi ve erdemlerimizi yükseltiyor olmak fazladan ödememizden kaynaklanan kişisel kayıplarımıza ağır basmalı. Özünde bu bir hayırseverlik davranışı.

Yerli satınalmacılık ile alakalı burada detaylarından fazla bahsetmeyeceğim birkaç problem var, mesela şunlar:

- i. Tüm mallar, hâlihazırdaki kalitede çoğu kişinin bütçesine uygun olarak yeterince düşük maliyetlerde üretilemez: Kuzey Amerika’daki ve Avrupa’daki kahve bunun için iyi bir örnek.
- ii. Eğer kahve için bir istisna koyarsanız, bu kararları kimler hangi ölçütlere dayanarak verecek?
- iii. Sadece yerel olarak üretilmiş aletleri, üretim ve satış için ihtiyaç duyulan diğer materyalleri kullanarak kendini yalnızca yerli talep ile ayakta tutabilecek az sayıda işletme var.
- iv. Başka muhitlerdeki insanlar biz onlardan alışveriş yaptığımızda elde ettikleri geliri sonrasında bizden alışveriş yapmak için kullandıklarından; sadece yerli olanı satın almak, böyle bir şey mümkün olsaydı bile, onlar için daha az satış ve böylece onların bizden eskisi kadar alışveriş yapamamaları anlamına geliyor. Başka bir deyişle, yerli olanı satın alıyor olmak ihracatımızı düşürüyor.
- v. “Yerli olan”ın herhangi bir tanımı keyfi olarak yapılabilir. Mesela New York City’de yerli demek Red Hook Mahallesi mi (nüfusu 37 bin) yoksa Brooklyn’in tamamı mı (nüfusu

---

\* **Orijinal Kaynak:** Ikeda, Sanford. (2020, August 24). “[The Twisted Logic of ‘Buy Local’](#)”, *Libertarianism*.

**Atf Şekli:** Ikeda, Sanford. (2020, Aralık 26). ““Yerli Malı Alın!” Sloganının Tuhaf Mantığı”, Çev. Fatih Emre Eldeş, *sosyalbilimler.org*, **Link:** <https://sosyalbilimler.org/yerli-mali-tuhaf-mantik>

2,5 milyon) yoksa tüm New York Metropolitan alanı mı (nüfus 20,3 milyon)? Tamamıyla keyfi davranmadan bu kısıtlamayı nasıl yapacaksınız?

- vi. Eğer odak noktası yerli satıcılarsa (bu satıcılar ürünlerini topluluklarının dışından edinebilirler) ve malların yerli üretimini artırmak değilse (destekçiler bu ayrımı yapmıyor olmasına rağmen), o hâlde bunun yalnızca “Size en uygun yerden alışveriş yapın” demekten farkını anlamak zor. Açıkça söylemek gerekirse bu, “yerli malı alın”ın görünüşte hedeflediği noktaya güçlkle erişebiliyor.

Öyleyse, tüm bu meseleleri bir tarafa bırakırsak, “yerli malı alın” ne demek? Yerli satınalmacılık, topluluğumuza ziyarete gelenlere tavırlarımızı nasıl etkiler?

- i. “Yerli malı alın” demek “yerli malı satın” demek mi, yani yerli satıcılar sadece yerli alıcılara mı satmalı? Akılda bulundurmakta fayda var ki eğer siz dışarıdan gelenlere satış yapmaya yetkiliyseniz o hâlde dışarıdan gelenlerin topluluklarındaki “yerli malı alın” kısıtlamalarını ihlâl ediyorsunuz. Fakat eğer tüm mallarımızı ve servislerimizi yerli olarak satın almak zorundaysak (bunu yapabilenlerimiz için) ve dışarıdan şehrimize gelenlere satabiliyor ya da diğer topluluklara ihraç edebiliyorsak slogan hakikaten “Yerli Malı Alın, Küreselde Satın!” olmalı. Bu senaryoda yerli satınalmacılık; evrensel, ahlaki bir prensip olmaz ancak dar görüşlü kendine hizmet eden bir politika olur. İstikrarlı olma adına, yerli satınalmacılık her yerde tüm muhitlere eşit şekilde uygulanmalı ki bu da ihracatın ve ithalatın olmaması anlamına gelir.
- ii. Bunun uygulamalarından biri olarak, eğer kendi topluluğumuzun dışına seyahat ediyorsak; yerli olanı satın almaya ve yolda tüketmeyi beklediğimiz gıdayı ve barınmayı da içeren her şeyi yanımıza almaya hazırlıklı olsak iyi olur, “yerli malı alın” prensibini ihlâl etmek istemiyorsak tabi. Durun, barınma mı? Evet! Mesela moteller yerel hizmetlerdir ve yerli satınalmacılık prensibince bu hizmeti başka bir yerelden satın almamalıyız. Tabii ki bu durum o motellerin yetersizlikten dolayı muhtemelen kapatılması anlamına gelecek, ayrıca yerli iş yerlerinin de elbette. Mesela, Orta Amerika’da ve Afrika’daki kahve üreticileri, Kuzey New York’taki elma üreticileri, müşterileri tamamen kendi topluluklarının dışında olan Hollywood aktörleri gibi.
- iii. Ya şehir sakinlerinin yol kenarında durup yerel çiftçilerin pazarlarında stok yapmalarını gösteren pastoral fotoğraflar? Unutun bunu! Ya da kırsalda yaşayanların akşam eğlencesi için şehrinize gelmesi? Gidin kendi şehirlerinizde eğlenin (muhtemelen yerli olarak üretilmiş gösterileri, müzikleri ve televizyon programlarını izleyerek)! Dahası, diyelim eğer ki Manhattan’dan Brooklyn’e iş için gidip geliyorsanız? Bizim işlerimizi almanızın imkânı yok! Nereden geldiyseniz oraya dönün!

Eğer herkes her yerde yerli satınalmacılık uygularsa, neden kendi topluluğumuzun dışına çıkmak isteyeceğimizi ya da neden dışarıdan bizi ziyarete gelenleri anlayışla

karşılacağıımızı görmek zorlaşır.

Bu durumların her biri elbette çiftlik üretimi, eğlence, istihdam gibi şeylerin yerli olarak üretilebileceğini farz ediyor çünkü eğer üretilemezse —ben günlük hayatta birçok malın ve hizmetin üretilemeyeceğini gözlemledim— artık alışveriş yapamayacağınız iş yerlerinin sahipleri ve orada çalışanlar bu durumu telafi edecek herhangi bir kazanç olmadan şu anki durumdan çok daha kötü hâlde olacaklar.

- iv. Peki, belki tüm bunların çok aşırı olduğunu düşünüyoruz ve dış dünyayla olan tüm ticaretin kesilmesi gerektiğini kast etmiyoruz. Daha ziyade “imkânlar elverdiğinde daha sık yerli malı alın” demek istiyoruz ya da bir ekonomistin tabiriyle “marjinal değerde yerli malı alın.”

Öncelikle, eğer her şey buraya varıyorsa slogan pratikte boş, çünkü marjinal değerde alım, marjın belli bir zaman diliminde karar veren bir kişinin karşılaştığı faydalar ve maliyetler tarafından belirlendiğinde, her birimizin zaten her zaman düşünmeden yaptığı şey oluyor. İkinci olarak, eğer yerli satınalmacılığın kalitesiz bir versiyonu insanların yerli malı harcamalarını normalde yapacaklarından çok az bir miktar değiştirecekse bahsettiğim sonuçlar da mutlak versiyondan daha az etkili olacaktır. Fakat bu sonuçların arkasındaki güçler oyunda kalmaya devam edecekler.

Asıl mesele, bu slogan daha evrensel, daha istikrarlı ve sonuçlar daha ayrımcı ve daha tepkisel oldukça, insanlar gönüllü veya zorla bu politikayı takip edecek olmasıdır. Yerli satınalmacılığın hâlihazırda bizim alışkın olduğumuz sosyal halkamızın dışındaki insanlarla etkileşimimizi kısıtlıyor. Yerli satınalmacılığı daha fazla ciddiye aldıkça yerli dolaşımın ve alışverişin mücadele gücünü daha fazla kırmalıyız, aksi takdirde başka bir yerdeki başka biri için yerli satınalmacılığı ihlâl etmeyi anlayışla karşılıyor hatta destekliyor oluruz. İstikrarlı, prensip sahibi bir yerli satınalmacılık uygulamasının faal bir savunucusu daha acımasız fakat dürüst bir sloganı benimsemeli: “Yerli Malı Alın, Evinize Dönün!”

Coğrafi sınırlar arasında ticaret yapma özgürlüğü bu sınırlar arasında hareket edebilme kabiliyetiyle birbirinden ayrılmaz şekilde birbirine bağlı ve bunlardan birini kısıtladığımızda diğerlerini de kısıtlamak zorundayız.

Elbette, dışlamak ve muhafaza etmek bazı insanların yapmayı çok isteyeceği bir şey, özellikle dışarıdakilerle ve onların yeni ürünleriyle kaçınılmaz bir iletişimi beraberinde getiren tahmin edilemez, alışverişimizdeki özgürlüğümüzde gelişigüzel sınırlamaların olmadığı bir dünyadaki değişimden korkan insanların. Bu, açıkça birçok yenilikçi ve muhafazakârın uzlaşabileceği bir nokta.

\*\*\*

Kayda Değer Akademik Metinler mottosuyla, 10 Ağustos 2015 tarihinde yayın hayatına başlayan [sosyalbilimler.org](http://sosyalbilimler.org), sosyal bilimler alanında çalışma yürüten her bireyin yararlanmasına veya katkı sunmasına açık akademik bir web sitesidir. Hakkında detaylı bilgi almak için [sosyalbilimler.org/hakkinda](http://sosyalbilimler.org/hakkinda) sayfasını ziyaret edebilirsiniz.

Facebook, Twitter, Instagram ve YouTube’da [@sosbilorg](https://www.facebook.com/sosbilorg) kullanıcı adıyla *Sosyal Bilimler*’i takip edebilirsiniz.

[sosyalbilimler.org/abonelik](http://sosyalbilimler.org/abonelik) sayfasından e-bülten abonesi olarak, her pazar günü, o hafta içinde [sosyalbilimler.org](http://sosyalbilimler.org)’da yayımlanan

Çalışmaların tamamını size gönderilecek bir e-posta ile alabilirsiniz.

sosyalbilimler.org'da yayımlanan metin, video ve podcastlerin paylaşıldığı Telegram grubuna [t.me/sosbilorg](https://t.me/sosbilorg) adresinden katılabilirsiniz.