

Keyifli Okumalar Dileriz

Binlerce kategoride milyonlarca PDF e-kitap, ders kitapları, dergiler ve romanlara platformumuz üzerinden ücretsiz ulaşabilirsiniz.

RESMİ WEB SİTEMİZ

<https://rantey.org>

Yedek ve Duyuru Kanallarımız

Sitemize erişim engeli gelmesi veya adres değişikliği durumunda aşağıdaki kanallardan güncel giriş adresine erişebilirsiniz:

- Telegram: <https://t.me/birkitapbir>
- WhatsApp Kanalımız : <https://whatsapp.com/channel/0029VbDHv8uE50Us4lvMoc0Y>

Orhan Erdem

**Beynimiz
ve Paramız**

*Boşa
Gitmesin*



Beynimiz ve Paramız

BOŞA

GİTMESİN

Orhan Erdem

Beynimiz ve Paramız

**BOŞA
GİTMESİN**

Orhan Erdem



ISBN 978-605-2261-55-2

© 2018, Orhan Erdem

Optimist Yayın Grubu San. ve Tic. Ltd. Şti.

Sertifika no. : 11971

Telefon : 0216 481 29 17-18

Faks : 0216 521 10 64

e-posta: optimist@optimistkitap.com

www.optimistkitap.com—www.iskitaplari.com

facebook.com/optimistkitap

twitter.com/optimistkitap

www.youtube.com/OptimistKitap

www.optimistkitapblog.com

Optimist yayın no. : 458

Konu : İş ve Yönetim

Yayına hazırlayan : Utku Umut Bulsun

Basım : Ocak 2018, İstanbul

Düzeltili : Esen Güray

Düzenleme : Nermin Uçar Vatan

Baskı ve cilt : Pasifik Ofset

Sertifika no. : 12027

Cihangir Mah. Güvercin Cad. No:3/1

Baha İş Merkezi A Blok Kat:2

34310 Haramidere / İstanbul

Tel: 0212 412 77 77

Orhan Erdem

Samsun'da doğmuşum. Üniversite eğitimini Boğaziçi Üniversitesinde, doktora eğitimini ise Universitat Autònoma de Barcelona'da tamamladım. Barselona'da, İstanbul'da, Dallas'ta ve Chicago'da çeşitli üniversitelerde dersler verdim. Şu an ABD'de Rockford Üniversitesinde öğretim üyesi olarak finans dersleri veriyor, aynı üniversitede insanların ekonomik ve sosyal davranışlarıyla ilgili araştırmalar ve deneyler yapıyorum. "İnsanların Finansal Kararlarını Etkileyen Psikolojik Temeller" temalı bu araştırmalarımın bir kısmı, *Finance Research Letters*, *Physica A*, *Emerging Markets Review* adlı dergilerde yayınlandı. Bir süre Borsa İstanbul'da Araştırma Bölümü'nde de çalıştım. Burada, Türkiye'deki yatırımcıların profillerini ve davranışlarını araştırdım ve bunları arkadaşlarımla beraber "Alım-Satım Bilmecesi" adı altında makale haline getirdik. Araştırmalarımın bir kısmı kitap olarak da yayınlandı: *Yeni Paradigma ve Bir Duayen ile İktisat ve Finansı Çok Boyutlu Düşünmek* bu kitaplar arasında. Son olarak Uğur Batı ile ortaklaşa *Ben Bilmem Beynim Bilir* adlı kitabı yayınladık. Bu kitapta, çeşitli gönüllü deneklerin karar alma süreçleri sırasındaki beyin dalgalarını izleyip, bunların hayatımızda ne anlama geldiğini yorumladık. Bu kitap yayınlandıktan sonra ABD'de ders vermeye başladım. O gün bugündür, edindiğim tecrübeleri ve yaptığım araştırmaları da elinizdeki bu kitapta derledim. Yazdıklarımı bir gezginin günlükleri gözüyle okuyabilirsiniz.

Ekonomiyi anlamak için insanı keşfetmem, insanı keşfetmek için de insan psikolojisini öğrenmem gerektiğini anlamam uzun sürdü. Bu kitapta, ekonomiyle ve insanla ilgili soruları ve olası cevaplar üzerine düşüncelerimi kendim için yazdım. Belki sizin de işinize yarayabilir. Derdim tomurcuk! Kâğıda döktüklerimin birilerinin zihninde tomurcuk olması, filizlenmesi ve bir fikre dönüşmesi ümidiyle yaşıyorum. Bu ümidi ilk önce Osman Emre ve Ömer Kerem için taşıyorum.

O.E.

Chicago, 2017

İçindekiler

<i>Giriş: Boşa Gitmesin</i>	9
1. Bölüm: Nereden Nereye	15
Tarihteki İlk İsim	17
Daha Zenginiz	19
İnsan Tatmin Olur mu?	23
Güneş Tutulması ve Ekonomi	26
Kanunları mı Yazmak İsterdiniz, Ekonomi Kitaplarını mı?	33
Maydanoz Balonu	37
Balonlar Patlamak İçindir	42
Asla “Asla” Deme!	47
Başka Dinden Bir Arkadaşınız Olsun İster misiniz?	55
Ekonomiyi Daha İnsani Hale Getiren Adam: Richard Thaler	61
2. Bölüm: Hata Yapıyorum Öyleyse Varım	67
Davranışsal Ekonomi Nedir?	69
Bol Bulunca Ne Yaparız?	73
Beynin Çıpalanması	78
Hediye mi İade mi?	81
Sizi Kimse İkna Edemez	85

3. Bölüm: Erteleme ve Savsaklama Sanatı **91**

Psikofinansal Test	93
Bugünzedelik	94
Kimler Bugünzede?	103
Bugünzedelik Niye Kötüdür?	108
Bugünzede Ülkeler	113
Bugünzedelikten Kurtulmanın Yolları-I	116
Bugünzedelikten Kurtulmanın Yolları-II	122
Örnek Vaka: Kendinizi Bağlamak İçin Para Verir misiniz?	126

4. Bölüm: Yatırım Davranışları ve Hayvansal Güdüler **129**

Riskin Zevki ve Sandviç Kontu	131
Görünen Şeytan, Görünmeyen Melek	134
Bilmediğini Bilmeyenler veya İnsanlardaki Güven Patlaması	138
Merak ve Zevk Molekülü: Dopamin	144
Kaybeden Pehlivan Güreşe Doymaz	147
Kırk Katır mı Kırk Satır mı?	148

5. Bölüm: Nasıl Bir Gelecek? **153**

Gökten Para Yağsa...	155
İyilik Yapmanın Beyindeki Etkisi	159
Örnek Vaka: Ünlüler, Gönüllüler	161
Zuckerberg'in Harvard'daki Konuşması	162
Para Mutluluğu Satın Aldı mı?	166
Bilginin de Fazlası Zarar	172
Öyleyse...	175

<i>Kaynaklar</i>	179
------------------	-----

<i>Teşekkür</i>	184
-----------------	-----

Giriş

Boş

Gitmesin

Mahallemizde bir Ümkiye teyze vardı. Annemden duyduğuma göre bir gün doktor, Ümkiye teyzeden MR çekirtmesini istemiş. İstenilen MR'ın masrafını SGK karşılamadığı için, ücreti cebinden vermesi gerekmiş. Azımsanmayacak kadar para verip MR'ı çekirtmiş ve doktora götürmüş. Filme bakan doktor, kendisine hiçbir şeyi olmadığını, her şeyin yolunda olduğunu ve üzülmemesi gerektiğini söylemiş. Ümkiye teyze, doktora şu cevabı vermiş: “Tüh, o kadar da para verdik, boş gitti, hiçbir şey çıkmadı.”

“Başkalarını
bilmek
bilgeliktir,
kendinizi
bilmek ise
aydınlanmadır.”
—Lao Tzu

Hepimiz sinemaya gitmişizdir. Seyrettiğimiz filmlerin bazıları iyi, bazıları kötü çıkmıştır. Peki, kötü bir filme denk geldiğiniz

zaman ne yaparsınız? Hemen sinemadan çıkar mısınız, yoksa “O kadar para verdim, boşa gitmesin, sonuna kadar oturayım” mı dersiniz? Eğer siz de herkes gibiyseniz, çoğunlukla oturup filmin sonunu beklemek istemiş, muhtemelen de şöyle bir akıl yürütmüşsünüzdür: “O kadar para verdim, boşa gitmesin.”

Bir de şu örneğe bakın: Varsayın ki bir mouse almak için mağazaya gittiniz. 20 TL’ye bir mouse beğenip ödemek için kasaya yöneldiniz ve sıraya girdiniz. Sırada beklerken önünüzdeki kişiyle muhabbete daldınız. Siz ona ne aldığını, o da size ne aldığınızı sordu. 20 TL’ye mouse aldığınızı duyan bu kişi, size aynı mouse’un 100 metre ilerideki başka bir mağazada 15 TL’ye satıldığını söyledi. 5 TL kâr etmeniz söz konusu. Sıradan çıkıp diğer mağazaya gider misiniz? Bu soruya verdiğiniz cevabı aklınızda tutun. Hatta unutmamak için şuraya yazın: Evet mi? Hayır mı?

Cevap:

Şimdi de şu senaryoya bakın: Varsayın ki, bir mağazada 2000 TL’ye bir bilgisayar beğendiniz ve alacaksınız, kasaya kadar geldiniz ve ödeme sırasına girdiniz. Yine önünüzdeki kişi, aldığınız bilgisayarını görüp, size aynı bilgisayarın 100 metre ilerideki başka bir mağazada 1995 TL’ye satıldığını söyledi. Yine 5 TL kâr etmeniz söz konusu. Öyleyse, aynı soruyu soralım: Sıradan çıkıp diğer mağazaya gider misiniz? Cevabınızı şuraya yazın: Evet mi? Hayır mı?

Cevap:

Muhtemelen iki soruya verdiğiniz cevap aynı çıkmadı, değil mi? Hatta durun tahmin edeyim: Birinci soruya evet, ikinci soruya hayır dediniz. Bu soruları dünyanın çeşitli yerlerinde verdiğim finans derslerinde birçok milletten öğrencilerime sordum. Genel olarak cevap hep böyle çıktı. Birinci soru evet, ikinci soru hayır. Her defasında da birkaç öğrenci seçip sebe-

bini sorup dinledim. Verilen cevaplara hiç yorum yapmadım ve tüm sınıfın dinlemesini istedim. 5-10 dakikalık bir müzakereden sonra öğrencilerimin çoğu verdikleri bu kararın saçma olduğunu, hiçbir açıklama yapmadan kabul etti.

İnsanlık son 200 yıl içinde daha önce hiç olmadığı oranda ve hızla zenginleşti. Bu da beraberinde ekonomi bilimini ve bu bilimin gelişimini getirdi. Bilindiği gibi, ekonomi bilimi, insanların tercihleriyle, kararlarıyla ilgilenir ve temel olarak insanların rasyonel olduğu varsayımı üzerine kuruludur. Rasyonel düşünce, kabaca insanların mantıklı ve tutarlı hareket ettiklerini varsayar. Ancak 2007 yılında başlayan küresel finansal kriz, hem ekonomi hem de insanlar hakkında bildiklerimizi kökten değiştirdi. Modern ekonomide belirleyici bir mihenk taşı olan insanların rasyonel olduğu düşüncesi, krizden sonra temelden sarsıldı. Birçoklarına göre ortadan bile kalktı. Daha önce IMF'ye danışmanlık da yapmış olan California Berkeley Üniversitesi profesörlerinden Barry Eichengreen bu durumu şöyle ifade ediyor: “Kriz, ekonomiyle ilgili bildiklerimizin çoğu hakkında bizi şüpheyne düşürdü.”

Zaman içinde rasyonel düşüncenin yerini yavaş da olsa insanların normal olduğu düşüncesi almaya başladı. Normal insanda, duygular ve inanışlar zaman zaman aklın, bilinenin ve hesapların önüne geçer. Normal insan, bazen doğru bildiğini göz ardı eder, aklını dinlemez, hesapların “yapma” dediği şeyi yapar. Bu durumlar istisna değildir ve bir araya geldiği zaman tüm toplum için dikkate alınması gereken sonuçlar doğurabilir. Sürü psikolojisiyle ev alan insanlar gibi. Klasik ekonomi veya finans teorisi insanı rasyonel kabul eder, normal kabul etmez. İddiaları, önermeleri ve tespitleriyle son zamanlarda gittikçe daha da yaygınlaşan “davranışsal ekonomi”de ise böyle değildir. Davranışsal ekonomiye göre insanlar bazen rasyonel davranıyor, bazen çok komik bulacağınız inanılmaz hatalar yapıyor. Bazen

hatalardan ders alıyor, bazen aynı hatayı defalarca yapıyor. Bu, size çok sıradan gelmiş olabilir. Ancak yukarıdaki örnekleri bir defa daha gözden geçirirseniz, çok basit hataları ne kadar sık yaptığınızı anlayacak, çözümü ne olabilir diye düşüneceksiniz.

Davranışsal ekonomi de tam burada devreye giriyor. Bu konu üzerine araştırmalarıyla bilinen bir isim olan Dan Ariely, bu bilim dalının faydasını şöyle ifade ediyor: “Bu konudaki tüm birikimimi ilk kez Sumi’yi benimle evlenmeye ikna ederken kullandım. Sumi’nin bu teklifi kabul ettiğini görünce, benim işime yarayan bu bilginin dünyada herkesin işine yarayacağına karar verdim ve bu konu üzerine kitaplar yazmaya başladım.” Davranışsal ekonominin evlenmeye ne katkısı olmuş olabilir ki demeyin. Sonuçta karar vermekten ve karar verdirmekten bahsediyoruz. Bu kitapta bunları, bilimsel detaylara girmeden popüler bilim tarzıyla sizlerle paylaşmaya çalıştım.*

İnsanlar rasyonel varsayılsa ne olur, varsayılmasa ne olur? 2007 yılındaki kriz rasyonel düşüncüyü nasıl etkiledi? Neden insanların her zaman rasyonel davranmadığı sonucuna vardık? Bu sonuç günlük hayatta bizlere ne ifade ediyor? İnsanların rasyonel davranmadıkları durumlar neler ve bu tür durumlarda doğru karar verebilmenin yolu var mıdır?

Elinizdeki kitabın ana teması, yukarıda tanımladığım yeni ekonomi, yeni ekonomiye göre insanlar ve insanların ekonomik ve finansal kararları. Kitapta geçen konular; ekonomi, psikoloji ve tıp gibi birçok bilim dalından bulgular içeriyor. Kitabın genel akışını herkesin anlayabileceği seviyede tutmaya, bilinmesi gereken her kavramı metnin içinde bütünlük bozulmadan açıklamaya çalıştım. Bu sırada, kendi yaptığımız araştırmalar da dahil olmak üzere dünyada bu konuda yapılmış birçok bilimsel çalışmaların da sonuçlarını sizlere sunmaya gayret ettim.

Kitabın birinci bölümünde, kısaca nasıl bir tarihi geçmişin bizi bugünlere getirdiğini ve yeni ekonominin hikâyesini bula-

caksınız. İkinci, üçüncü ve dördüncü bölüm, yeni ekonominin insanların ne tür problemleriyle ilgilendiğine ve ne tür çözümler sunduğuna değiniyor. Dördüncü bölüm, biraz daha finans odaklı ve ilk üç bölüme göre biraz daha teknik. Finans hiç ilginizi çekmeyen bir alansa, bu bölümü atlayabilirsiniz. Beşinci bölüm ise bütün bu bilgiler ışığında nasıl bir geleceğin bizi beklediği üzerine. Her bölümün sonunda o bölümün sizler ve yaşamınız için ne anlama geldiğini bir iki cümleyle özetlemeye çalıştım. Bu özetler, yeni ekonomi bilgileri ışığında size günlük hayatta yaptığınız ekonomik hataları göstermeyi, yaşamınızı kolaylaştırmayı ve geleceğinize ışık tutmayı amaçlamaktadır. Keyifli okumalar.

Chicago, Kasım 2017

Orhan Erdem

 orhanerdem@gmail.com

 orhan_erdem

* Günlük kararlarımızla ilgili olarak Dan Ariely'nin şu videosunu da ilgi çekici bulabilirsiniz:



1. BÖLÜM

Nereden Nereye

Tarihteki İlk İsim

Sizce, dünya kaç yaşındadır? Bilim insanlarının hesaplamalarına göre, yaklaşık 4,5 milyar. 4,5 milyar yıldır bu gezegen var ve dönüyor. Sizce dünya tarihinde adı bir yere kazınmış, yazılı olarak kayıtlara geçmiş ilk kişi kim olmuş olabilir? Bilinen ilk yazılı isim kimdir? Bir peygamber mi? Hz. Âdem olabilir mi? Yoksa bir kral mıdır? Mesela Midas? Yoksa bir prens ya da prenses mi? Kleopatra? Hayır, hiçbiri...

Yazıyı Sümerlerin icat ettiği biliniyor. Sümerler MÖ 4000-MÖ 2000 yılları arasında şimdiki Irak topraklarına denk gelen Mezopotamya'da yaşadıkları için ilk yazılı eserlerin çoğu bu topraklarda. Ve tahmin edeceğiniz gibi ilk imzalı tablet de burada bulundu. MÖ 3400-MÖ 3000 yılları arasında yazıldığı tahmin edilen ilk imzalı eserde şu yazıyor: *"29.086 birim arpa 37 ay içinde teslim alındı. İmza, Kushim."* Belki zaman geçtikçe daha eskisi de bulunabilir, ancak insanlık daha eskisini bulana kadar en eskisi bu. Kushim'in kim veya kimler olduğundan kimse emin değil. Ancak o devrin muhasebecilerinden, belki ekonomistlerinden biri olduğu tahmin ediliyor. Pek heyecan verici görünmüyor değil mi? En eski imzalı eser, bir prens ile prenses arasındaki bir aşk mektubu, tarihteki en ünlü krallardan birinin fermanı ya da bir peygamberin bir kavme olan dini daveti

değil. Kushim'in imzaladığı belge muhitin yönetiminin nasıl olacağı, işlerin nasıl yürüyeceği ya da kanunların nasıl işleyeceği üzerine de değil. Basit bir hesabın, teslim alınan arpanın kaydı. Ancak her ne kadar basit de dursa, önemli bir gerçeğe işaret ediyor. O da, insanların yazıyı bulur bulmaz ilk işlerinden birinin hesap tutmak olduğu gerçeği. Bilinen ilk anayasa olan Hammurabi kanunları Kushim imzalı belgeden yaklaşık bin yıl sonraya, MÖ 1754 yılına ait.

Yazının icadından sonra insanlık birçok şeyi kayda geçirdi. Ama bunların hiçbirinde bir kişinin imzası olmadı. Belki yazdıklarını o kadar önemli görmemiş olabilirler ya da birinin şahitliği gerekli olmamış olabilir. Sebebini bilmiyoruz. Bildiğimiz tek şey var, o da kayda geçirilip, biri ya da birileri tarafından imzalanıp onaylanan ilk belgenin bundan 5000 yıl önceye ait ve çok basit bir ticari faaliyet olduğu. Bu da tarihte ticari faaliyetlerin ne kadar ciddiye alındığını, hesap tutmanın ne kadar önemsendiğini bize gösteriyor. Hesap tutmak önemlidir çünkü insan unuttur, yanılır ve hata yapar. İnsanlık hata yapabildiğini bundan yaklaşık 5000 yıl önce keşfetmiş ve kayıt tutmaya başlamış. Toplumlari yönetmek için anayasa yazmak, mektup yazmak, davetiye göndermek gibi birçok sosyal faaliyet, kayıt tutmaktan sonra hayata geçirilen işler.

Hata yapmak insana mahsustur ve ayıp da değildir. Agustinus'a atfedilen "Hata yapıyorum, öyleyse varım" sözü, bundan tam 1600 yıl önce söylenmiştir. Hata yapmakta sorun yok da hatayı tekrar tekrar yapmak oldukça sorunlu. Ayrıca hatalardan bazıları öngörülebilir hatalardır. Aynı durumla karşılaşan çoğu insan aynı hatayı yapar. Bazı insanlar bunun farkında olup kendince çözüm bulurlar; kayda geçmek, kendine kurallar koymak gibi. Farkında olmayanlar ise hataları tekrar edip dururlar. Krizler, buhranlar sürer gider. Belki de insan denen meçhulü doğru tanımlayamadığımızdan, doğru anlayamadığımızdan. Binlerce yıldır...

Daha Zenginiz

Ashâb-ı Kehf ya da Yedi Uyurlar'ın hikâyesini bilirsiniz. Kısaca şöyle özetlenebilir: 7 Hıristiyan genç, dinlerinden dolayı kendilerine eziyet eden zalim bir kraldan kaçıp dağda bir mağaraya saklanırlar. Köpekleriyle birlikte geldikleri bu mağarada hep beraber uyuyakalırlar. Ancak bu uzun bir uykudur. Hiç farkında olmadan birkaç yüzyıl uyuyakalırlar ve uyanırlar. Tabii ki kendileri ne kadar uyuduklarının uzunca bir süre farkında olmazlar. Ta ki, aralarından bir kişiyi yiyecek almak için şehre gönderene dek. Bu kişi yanına para alıp şehre iner. Şehri eskiye göre çok değişmiş bulsa da pek aldırmadan pazar yerine gider. İlk bulduğu satıcıdan ihtiyaçlarını toparlar ve mal sahibine parayı uzatır. Mal sahibi şaşırır ve adamın kendisiyle dalga geçtiğini düşünür. Çünkü adamın kendisine uzattığı para çok eskidir. Parayı tanımaz bile. Bir alışveriş yapan kişiye, bir de paraya bakar. Parayı nereden bulduklarını sorar ve bunun birkaç yüzyıl öncesine ait olduğunu söyler. Cevabı duyan bu kişi, durumu anlar ve uzunca bir süre uyuduklarını fark eder. Pazar yerinden ayrılıp durumu arkadaşlarına anlatır. Böylelikle hepsi durumun farkına varır. Bu arada, zalim kral da çoktan ölmüştür. Rivayetler muhtelif olsa da hikâyenin 3. yüzyıl ile 6. yüzyıl arasında Suriye'de geçtiği yaygın bir kanaattir.

**"Bireyi ilkel
ve bedeviden
ayıran medeni
özelliklerden
biri, tarihi
vicdana sahip
olmak, tarihi
bilmek ve
sevmektir."
—Schandel**

Şimdi kendinizi bu insanların yerine koyun ve şöyle düşünün: 3. yüzyılda uyuyorsunuz ve 5. yüzyılda uyanıyorsunuz. Elinizdeki para geçmiyor, ama bir sürü ihtiyacınız da var. Kendinize ve arkadaşlarınıza bir şeyler almanız lazım. Yapabileceğiniz tek şey bir tarla sahibinin yanında çalışmak. Böyle bir iş

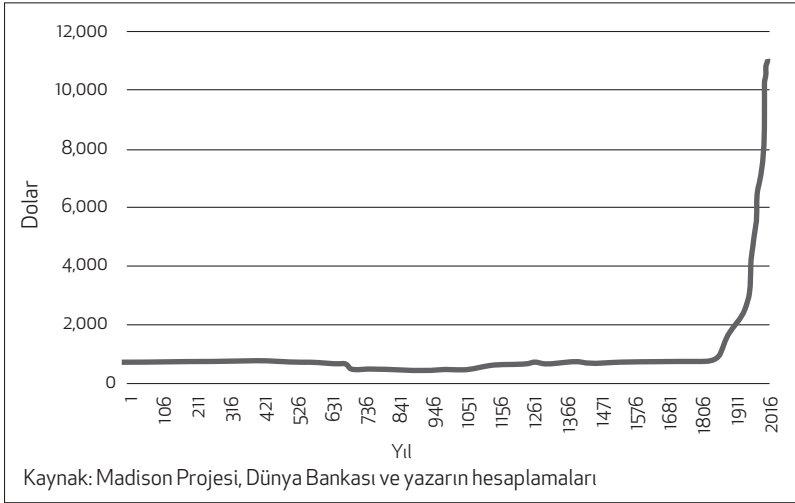
buluyorsunuz ve bir ay çalışmayı kabul ediyorsunuz. Peki, bu çalışma karşılığında ne kadar para isterdiniz? Muhtemelen, uyumadan önceki zamanı hatırlamaya çalışırdınız. Diyelim ki siz uyumadan önce, bir ay çalışan bir insana bir altın veriyorlardı. Şimdi yani uyandıktan sonra bir ay çalışarak ne kadar para kazanmayı hayal ederdiniz?

3. yüzyılda uyuyan ve 5. yüzyılda uyanan bir insan için iki yüzyılda değişen hiçbir şey olmadı maalesef. Yani iki yüzyıl sonra yine aynı parayı kazanırdınız: 1 altın. Her ne kadar para birimleri, paranın üzerinde olan kralın resmi vs. değişse de insanların ne gelirleri ne de yaşam şartları değişti.

Şimdi aynı soruyu 1816'da uyuyan ve 2016'da uyanan, yani başka bir çağda yine iki yüzyıl uyuyan bir insan için soralım. Uyumadan önce bir ay çalışan insana 1 altın veriyorlardı. İki yüzyıl sonra uyandınız ve aynı miktarda çalışarak ne kadar para kazanmayı hayal ederdiniz? Cevap ilk örnektekinden oldukça farklı: Yaklaşık 12 altın.

Dünya son iki yüzyıl içinde çok hızlı bir şekilde zenginleşti. MS 1'den MS 1800'lere kadar insanların kazançlarında önemli bir değişiklik olmasa da günümüzde yaşayan herhangi bir insan genellikle dedelerinden çok daha zengin. Evet, iki yüzyıl öncesine göre çok ama çok daha zenginiz. Bu durum, genel olarak tüm dünya için geçerli.

Şekil 1, bunu Gayrisafi Yurtiçi Hasıla (GSYH) ile gösteriyor. GSYH, genel olarak bir ülkenin bir yıl içindeki mal ve hizmet üretiminin toplamının parasal karşılığını gösterir. Bu sebeple de ülkede yaşayan tüm insanların gelirleri hakkında yaklaşık olarak bir fikir verir ve sıklıkla farklı ülkelerin gelirlerini karşılaştırmak amacıyla kullanılır. Şekil 1'de ise tüm ülkelerin GSYH toplamı hesaplanmış ve bu dünyada yaşayan toplam insan nüfusuna bölünerek, insanların ortalama gelirleri bulunmuştur. Buna da kişi başı GSYH deniliyor. Buna göre, MS 1'den 1800'lere kadar insanların ortalama gelirleri yaklaşık olarak hep



Şekil 1: Kişi başı Gayrisafi Yurtiçi Hasıla (GSYH) Dünya Ortalaması (Bugünkü fiyatlarla)

aynı kalırken, 1800'den sonra çok hızlı bir gelir artışı görülüyor. Son iki yüzyıl içinde dünyada kişi başı ortalama gelir yaklaşık 12 katına çıkmış durumda. 1800'lerin başında, yıllık ortalama kişi başı GSYH¹ dünya ortalaması yaklaşık 800 dolar civarında iken, 2016 yılında bu rakam yaklaşık 10.000 dolar civarına kadar yükseldi. Yani 1816'da bir kişi bir yıl çalışarak 800 dolar kazanırken, 2016'da bir yıl çalışarak 10.000 dolar kazanabiliyor. 1\$=3,5 TL olarak alırsak, dünyanın kişi başı GSYH'si 2016 yılında, yıllık 35.000 TL'ye (aylık ise 2916 TL'ye) denk geliyor.

Benzer bir şeyi Türkiye için de söyleyebiliriz. MS 1 yılında Bizans topraklarında yaşayan insanların yıllık kişi başı ortalama GSYH'sinin bugünün parasıyla 910 dolar civarında olduğu tahmin edilmektedir. Bu rakam 18 yüzyıl boyunca aşağı yukarı

1. Kişi başı GSYH: Bir ülkenin GSYH'sinin o ülkede yaşayan insan nüfusuna bölünmesiyle hesaplanır. Mesela, 2016 yılı itibarıyla Türkiye'nin GSYH'si 857 milyar dolar olup bu rakam toplam nüfusumuz olan 79,8 milyona bölünürse, kişi başı GSYH hesaplanmış olur. Buna göre, Türkiye'nin kişi başı GSYH'si 2016 yılında yaklaşık olarak 10.700 dolardır.

aynı kaldı ve 1820’de, 960 dolara ulaştı. Yani koskoca 1820 yıl boyunca şu an yaşadığımız topraklarda yaşayan insanların ortalama gelirleri sadece 50 dolar arttı. 1820’de 960 dolar olan kişi başı gelir ise 2016 yılında yaklaşık 10,700 dolara (37,450 TL) kadar yükseldi.² 18 yüzyılda sadece 50 dolar artan gelir, son iki yüzyılda 9740 dolar arttı.

Bu kadar hızlı artan gelir, beraberinde bu paranın nasıl harcanması gerektiği problemini getirdi. Başlarda politika başlığı altında incelenen ekonomik problemler, 18. yüzyılın sonlarında 19. yüzyılın başlarında ayrı bir bilim dalı altında araştırılmaya başlandı. Böylelikle ekonomi adı altında bir bilim ortaya çıktı. Yani modern manadaki ekonomi bilimi son iki yüzyıla ait bir bilimdir.³ Matematiğin en az 4000-5000 yıllık, fiziğin yine en az 2000-3000 yıllık bilimler olduğunu düşünürsek, ekonomi bilimi oldukça genç ve toy. Doğal olarak diğer temel bilimlerden etkilenmesi normal. Bugün modern ekonomi olarak bildiğimiz ve okuduğumuz bilgilerin çoğunun temelleri 18. yüzyılın sonlarında atıldı. Bu temeller, aslında insan merkezli, insan psikolojisinin önemli olduğu bir yapıya dayalıydı. Bugünkü modern ekonominin kurucusu kabul edilebilecek Adam Smith, sadece ekonomi biliminin temellerini atmakla kalmamış, aynı zamanda insan psikolojisinin de ekonomik aktivitelerde çok önemli bir yeri olduğunu vurgulamıştır. Ekonomi o yıllarda genç bir bilim dalı olsa da akla yatkın argüman ve önerileriyle birçok bilim dalını etkisi altına aldı. Mesela, Darwin’in Evrim Teorisi. Türlerin kendi aralarında yaptığı rekabet sonucu geriye en iyi türün kaldığını ve nesillerin bu türden devam ettiğini öne süren Evrim Teorisinin o yıllarda ekonomide çok yaygınca kullanı-

-
2. 1820’ye kadar olan veriler, Bourguignon&Morrisson, 2002’den; 1820-1960 arası Madison projesinden; 1960-2016 verisi ise Dünya Bankasından derlenerek yazar tarafından tek bir seri oluşturuldu.
 3. 14. yüzyılda yaşamış olan İbn-i Haldun’un çalışmalarının da ekonomi bilimine katkıları yadsınamaz. Ancak bugünkü anlamdaki ekonominin temelleri 18. yüzyıla dayanır.

lan serbest rekabet fikrinden evrildiği iddia edilir. Dolayısıyla ekonomi, ortaya çıktığı ilk yıllarda diğer bilimleri etkileyecek kadar güçlüydü. Ancak zaman içinde diğer bilimlerden o kadar soyutlandı ki, belki sadece ve sadece matematikle iletişim içinde kaldı denilebilir. Bu da onun kendi içinde tutarlı ama insanı anlamaktan uzak bir bilim haline gelmesine neden oldu.

Kıssadan hisse

- Dünya son iki yüzyıl içinde daha önce hiç olmadığı kadar hızlı zenginleşti.
- Ekonomi diğer bilimlere göre çok daha yeni bir bilimdir.
- Ekonomi bilimi, ilk kurulduğu yıllarda (18. yüzyılın sonu), daha insan merkezli ve insan psikolojisinin ön planda olduğu bir bilimdi.

İnsan Tatmin Olur mu?

İnsan, zenginleştikçe arzuları daha da arttı. Eskiden “başımı sokacak evim olsun” diye düşünürken, geliri artınca “bir de arabam olsun”, gelir daha da artınca, “daha büyük bir arabaya ihtiyacımız var” şeklinde düşünmeye başladı. Bu da insanlığı bitmek bilmeyen bir arzular helezonu içine soktu. Fakirliğin bir alt sınırı var ama zenginliğin üst sınırı yok. İnsan tatmin olamıyor. Mahatma Gandhi şöyle der: “Dünya, insanoğlunun tüm ihtiyaçlarını karşılar, ancak tüm hırslarını değil.” Nitekim öyle de oldu. Son iki yüzyıl tüketim yüzyılı olarak tarihe geçti. Parası olanlar paralarıyla satın aldı, parası olmayanlar krediyle aldı. Krediyle alanlar bir nevi gelecekteki kazanacakları parayı şimdi harcamış oldular. Bunu ileride bugünzedelik başlığı altında anlatacağım.

Ekonomi biliminin en temel hatalarından biri burada oldu. İnsanların ihtiyaçları ve tercihleri doğrultusunda harcama yapacakları varsayıldı. Öyle ya... Arabaya ihtiyacın varsa alırsın,

yoksa almazsın. Ama son yıllarda anladık ki, insanlar sırf başkalarında var diye ev aldı ya da herkesin finansal piyasalarda para kazandığını görüp kendisi de kazanmak istedi. Hiç bilmediği, hiç anlamadığı şeyleri alıp satmayı denedi. Şöyle bir örnek verebiliriz: İbrahim'in bir evi, bir arabası ve aylık 5000 TL maaşı olsun. Ancak İbrahim'in komşusu olan Mustafa'nın iki evi ve iki arabası var, aylık maaşı ise 10.000 TL. İbrahim'in geliri ikinci evi almaya yetmiyor, zaten ihtiyacı da yok. Ama Mustafa'nın ikinci evini kiraya verdiğini ve oradan aylık 1000 TL kazandığını görünce içindeki para kazanma isteği depresiyor ve o da ev almak istiyor. Parası yetmediği için de gidip A Bankasından kredi alıyor ve yirmi yıl boyunca aylık 2000 TL ödemeyi göze alıyor. Bu hareketi yapmasının tek nedeni, komşusu Mustafa'nın iyi para kazandığını görmesi, ihtiyacı değil.

Aslında bütün bu hevesi hırs diye tanımlayabiliriz. Hırs, insanı her şeyin daha fazlasına sahip olmaya iter ve bir defa bu kurgunun içine girerseniz kurtulmanız zordur. Mal, sonu olmayan bir şey olduğu için hırs bağımlılık yapar ve peşinizi bırakmaz. İki araba bir arabadan iyidir, üç araba ise iki arabadan iyidir. Ancak 20 tane arabamız olsa bundan nasıl zevk alacağımızı hiç düşünmeyiz.

2002 yılında Nobel Ekonomi Ödülünü⁴ alan Daniel Kahneman, 2012 yılı Temmuz ayında İngiliz *Guardian* gazetesine verdiği bir mülakatta şöyle bir hatırasını nakleder:

“Zengin olmak isteği çok güçlü bir istektir. Bir gün ABD’de bir finansal danışmana gidip şöyle dedim: ‘Daha fazla zengin olmak istemiyorum. Sadece şu an yaşadığım gibi yaşamaya devam etmek istiyorum.’ Bana dedi ki: ‘Seninle çalışsamam.’”

4. Orijinal adı “Alfred Nobel’in Anısına Ekonomi Bilimlerinde Sveriges Riskbank Ödülü” olan bu ödül, 1895 yılında başlayan orijinal beş Nobel Ödülünden biri değildir. 1968 yılında Alfred Nobel’in anısına verilmeye başlanmıştır ve halk arasında Nobel Ekonomi Ödülü olarak bilinir.

*Sadece iki Şey
sonsuzdur, evren
ve insanın aptallığı;
ancak birincisinden
o kadar da emin
değilim.*

—Albert Einstein

Güneş Tutulması ve Ekonomi

1919 yılının Mayıs ayıydı. Sir Arthur Eddington önderliğinde bir grup araştırmacı güneş tutulmasını izlemek için Afrika'nın güneyindeki Principe adalarına, Charles Davidson önderliğindeki başka bir grup araştırmacı ise Brezilya'ya doğru İngiltere'den yola çıktılar.

Doktorasını aldıktan sonra iş bulamamış, bir süre patent ofisinde memur olarak çalışmış, buradaki boş zamanlarında uzay hakkında teoriler üretmiş bir akademisyen, o gün hâkim olan fizik teorisine çok aykırı bir şey söylüyordu: Aynı elmanın veya armutun yerçekiminden etkilendiği gibi ışık da yerçekiminden etkileniyordu. Buna göre ışık, güneş gibi çok büyük kütlelerin yanından geçerken, kütleye doğru bükülüyor, bize bükülerek geliyordu. Bunun anlamı şuydu: Yıldızlar aslında bizim onları gördüğümüz yerde değildi. Bu adamın can sıkıntısından ne yapacağını şaşırdığını düşünenler de vardı. Hatta bir kısmı biraz ileri gidip şöyle bile dedi: “Bazı Almanlar tarafından ortaya atılan abartılı düşünceler ve yanlış iddialar tamamen bir hastalık sonucu ortaya çıkmıştır.” Ancak bu fikri ciddiye alanlar da vardı. Bazı fizikçiler, bu adamın yazdıklarını okuyup dikkate değer buldular. Yıldızları yanlış yerde görüyorduk, evet bilim insanının söyledikleri tam olarak bu anlama geliyordu.

Bu iddiaların doğru ya da yanlış olduğunu görmenin en iyi yolu güneş tutulması zamanını beklemektir. Bilim insanının hesaplarına göre yakında güneş, boğa yıldız kümesi ile dünyanın arasına girecek ve yıldız kümesinden gelen ışıklar dünyaya bükülerek gelecekti. Güneş tutulması geçtiğinde ise bükülmeden gelecekti. Dolayısıyla, yıldız kümesinin hem güneş tutulması esnasında hem de bir süre sonrasında fotoğrafı çekilse, iki fotoğrafın karşılaştırılması bu teorinin doğru olup olmadığını ortaya çıkaracaktı.

Eddington ve Davidson'un da tam olarak amacı buydu. Aynı yıldız kümesinin güneş tutulması esnasında ve sonrasında fo-

toğraflarını çekecekler ve karşılaştıracaklardı. Bu çekimleri iki ayrı yerde yapmalarının sebebi hava durumuydu. Ola ki bir yerde hava kapalı olur da fotoğraf çekimi için müsait olmazsa diğer yerdeki çekimler kullanılacaktı. Tabii hem Principe adalarında hem Brezilya'da hava elverişli olmazsa bunun için yapacak bir şey yoktu.

Teoriyi ortaya atan bilim insanının teorik hesaplamalarına göre iki görüntü arasında 1.7 ark saniyelik (1 ark saniye bir derecenin 3600'de biri) fark olmalıydı. Newton fiziğine göre ise bu tam bir saçmalıktı. Newton fiziğine göre ışığın düz hareket eden, herhangi bir kütleden etkilenmeyen bir yapısı vardı. Dolayısıyla, hangi yıldızın fotoğrafı ne zaman çekilirse çekilsin, yıldız aynı yerde görünmeliydi. Ne görüyorsak tam olarak yerli yerinde görüyorduk. Güneşin pozisyonunun fotoğraflar üzerinde bir etkisi olmamalıydı. Eğer bu yeni teoriyi ortaya atan adamın dedikleri doğru çıkarsa, o güne kadar bildiğimiz fizik kuralları tamamen altüst olacaktı. İşin garibi, bu bilim insanı bütün bu iddialarını herhangi bir teleskop veya gözlem cihazı kullanmadan, tamamen masa başında matematiksel hesaplar yaparak ortaya atmıştı. Esas ilgi alanı matematik olmasa bile, fizikle ilgili iddialarını ortaya atarken ağır ve karmaşık bir matematik kullanmak zorunda kalmış, bunun için de o zamanların en önde gelen matematikçilerinden destek almıştı.

Şimdi, dünyanın iki farklı yerinden iki farklı ölçümleme yapılacak ve bu iddialar test edilecekti. Beklenen an geldiğinde, Brezilya'daki hava Principe adalarındaki havadan daha iyiydi. O kadar ki, aşırı güneş ışığı fotoğraflara bir miktar zarar bile vermişti. Ama önemli değildi. Her iki ekip de yeteri kadar fotoğraf çekmeyi başarmıştı. Güneş tutulması sona erdiğinde Avrupa'nın önemli fizikçileri nefesini tutmuş, Brezilya'dan ve Afrika'dan gelecek haberi bekliyordu. Ancak o günkü teknolojiyle fotoğrafların karşılaştırılması ve gerekli hesapların yapılması aylar aldı. O sebeple bilim insanları bulundukları yerden ayrılmadılar.

Eddington'un Afrika'da, Davidson'un da Brezilya'da aylarca çalışması gerekti. Herkes merakla bekledi. Yaklaşık 4-5 ay sonra Afrika'dan ilk haber geldiğinde bilim dünyası şoktaydı: İki görüntü arasında 1.61 arksaniye fark vardı. Gözler Brezilya'ya döndü. Birkaç gün sonra oradan da haber geldi: 1.98 arksaniye. Ölçüm hataları hesaba katıldığında bu bilim insanının dedikleri doğru çıkmıştı. Adam, oturduğu yerden uzayda olanları inanılmaz netlikte tahmin etmişti.

Ertesi gün *The Times*'in manşeti şöyleydi: "Bilimde Devrim. Kâinatın Yeni Teorisi. Newton'un Fikirleri Çöpe Atılıyor." Birkaç gün sonra haber, Amerika'ya ulaştığında *New York Times* da şöyle manşet atmayı tercih etmişti: "Einstein'ın teorisi galip geldi." Evet o adam Einstein'dı.

Einstein 1905 yılından itibaren rölativite teorisi üzerinde çalışıyor, ışığın güneş gibi büyük cisimlerin yanından geçerken büküldüğünü düşünüyordu. Ancak bunu ispat etmek için bizim bildiğimiz klasik (Öklit) geometrisi yeterli değildi. Çünkü bükülen bir şeyi anlamak için üç boyutlu geometriye ihtiyaç vardır. Bizim liselerde hâlâ öğrendiğimiz geometri ise iki boyutlu geometridir. Yani çizgiler ve şekiller düz bir yüzey üzerindeyse buna iki boyutlu geometri, ya da diğer adıyla Öklit geometrisi denir. Ancak top gibi bir cismin üzerinde üçgenin iç açıları toplamı 180 derece etmediği gibi, iki paralel doğru da pekâlâ kesişebilir. Dünyayı, uzayı ve uzayda olanları anlamak için üç boyutlu bir geometri gerekir.

Einstein, üç boyutlu geometri bilgisine sahip değildi ama neye ihtiyacı olduğunu biliyordu. Dünyada bu işi bilenler vardı ve aklında var olan teoriyi ispatlamak için onlara ulaşması gerekiyordu. Yaptı da. İşe, Alman matematikçi Gauss'un kitaplarını okumakla başladı. Sonra üç boyutlu geometrinin temellerini atan Bernhard Riemann'ın kitaplarından üç boyutlu geometriyi öğrendi. Başka bir matematikçi olan Grossmann'la yaptıkları çalışmalar sonucunda da büyük teorisini ortaya atmış oldu. İş-

ğın bükülmesi, uzay-zamana dayalı dördüncü boyut fikri de bu matematiksel altyapının bir sonucu olarak bilime armağan oldu. Einstein'ın genel rölativite teorisi, o zamana kadar geçerli olan Newton fiziğini yerle bir etti. Çünkü Einstein, zamanın uzayabildiğini, uzayın kısalabildiğini gösteriyordu. Einstein'a göre mesela, ışık hızına yakın hızda giden bir trendeki insan dışarıdan ona bakanlara göre daha yavaş yaşlanırdı. Einstein, bütün bu teorisini, ancak kompleks ve üç boyutlu geometriye dayanan bir matematik bilgisiyle ortaya koyabilmişti.

Matematiğin fiziğe yaptığı bu katkı o yıllarda birçok bilim dalını etkiledi. Herkes matematik kullanmanın büyüüne kapıldı. Öyle ya, Einstein gibi bir fizikçi tüm fizik kurallarını matematik kullanarak altüst etmişti. Böyle bir devrim kimi etkilemez ki? Tabii ki ekonomiyi de etkiledi. Sonuçta üretim, tüketim, harcama vs. hepsi rakamlarla ifade edilen değerlerdi. Öyleyse, insan ve davranışları da rakamlarla ifade edilebilirdi.

Ekonominin matematikselleşmesi bu yıllara denk gelir. Yani 20. yüzyılın ikinci çeyreği, 1925-1950. Einstein ve diğer başka büyük fizikçilerin matematiği kullanarak elde ettikleri başarı ekonomistleri de etkilemiş olacak ki, matematiksel modeller ekonomide yerini almaya bu yıllarda başladı.

Bilimde matematik kullanmanın inanılmaz faydaları var. Her şeyden önce tutarlılık sağlar, net görmeyi sağlar. Yerli yerinde kullanıldığında matematik hayatımıza ve bilime katkıda bulunur. Tıpkı Einstein örneğinde olduğu gibi. Ancak onun da sınırları vardır.

Basit bir örnek verelim. Adları A ve B diye belirtilen kahveyi tatmanız istensin. Siz en çok A'yı beğenmiş olun (Matematiksel olarak $A > B$ diyelim). Ancak aynı kahveler size bir ay sonra üzerinde fiyatlar yazılı olarak denetirse, bu sefer A silinip yerine 1 TL'lik kahve, B silinip üzerine 25 TL'lik kahve yazılsa ve tekrar hangi kahveyi beğendiğiniz sorulsa, üzerinde yazılı olan fiyatlardan etkilenerек tercihinizi B'den yana kullanmanız

çok muhtemeldir ($B > A$). Basit bir matematiksel tezat. Bu benim tahminim değil, defalarca yapılan deneylerin sonucu. İnsanların tercihleri sabit değildir, değişebilir, etkilenebilir, yani tutarsızdır. Dolayısıyla, tercihleri matematikle modellemek gerçekten çok zordur. Sürekli tezatlarla karşılaşsınız.

Bu, diğer bilimlerde böyle değildir. Hele fizik için hiç böyle değildir. Çok küçük istisnaları olsa da (örneğin ışığın dalga mı madde mi olduğu vs. gibi), evren ve madde çok büyük oranda tutarlılık sergiler. Bu sebeple, fizikçilerin buna güvenip, matematiksel modeller kullanmalarında hiçbir sakınca yoktur. Hatta büyük fayda vardır. Ancak durum ekonomide böyle değildir. Fizik ve ekonominin en temel farkı fizikçiler, yaratanı incelerler, ekonomistler ise insanı. Yaratan ne kadar kusursuzsa, insan da o kadar kusurludur.

Elhasıl, insanın rasyonel olduğu, tutarlı hareket ettiği gibi birçok varsayım bu tarihlerde ekonomik modellerde yer almaya başladı. Bunlardan bir tanesi dikkate değerdir: Beklenen Fayda Teoremi. 1947’de ortaya atılan bu teoriye göre hayattaki her iş ve zevkin faydasının sayılabildiği, matematiksel olarak sayılara dökülebildiği varsayılır. İnsanlar tercih yaparken, tercihlerini bu işlerin beklenen faydalarına göre kıyaslar ve ona göre karar verir. Mesela denizde yüzmek veya evde ders çalışmak diye iki seçeneğimiz olsun ve kâinattaki her şeyi bize verdiği fayda ve zararları hesaba katarak sıralayabileceğimizi varsayalım. Yüzmekten beklenen faydanın 40 birim, ders çalışmaktan beklenen faydanın 30 birim olduğunu düşünelim. Bu durumda yüzmek bize daha çok fayda sağlamış oldu. Bu sebeple bu teoriye göre bu matematik hesabının sonrasında insanlar yüzmeye karar verir. Fayda denilen şey ise sürekli artan, arttıkça artışı daha az önemli hale gelen bir şeydir. Karmaşık gelmesin, şöyle düşünün: 1000 TL’si olan Yavuz’a 500 TL daha verirsiniz, bu onu inanılmaz mutlu eder. Ancak 10.000 TL’si olan Erdal’a 500 TL verirsiniz, Erdal’ın bu paradan alacağı fayda Yavuz kadar

olmayacaktır. Aynı şekilde 100.000 TL'si olan Metin'e 500 TL verirsiniz, Metin bunu fark bile etmeyecektir. Yani bu teoremden, insanların geleceğe ait bir karar verirken, hep bir matematik hesabı yaptığı varsayılır. Bu varsayımlar dikkate alınarak da insanların davranışları incelenir. Bu teoriyi kim ortaya attı dersiniz?

Evet bildiniz. Bir matematikçi: Von Neuman. Von Neuman, sıradan bir matematikçi değildi. İnanılmaz bir bilim adamıydı. Matematikten fiziğe, ekonomiden istatistiğe birçok bilim dalına önemli şeyler kazandırdı. Ayrıca Einstein ile aynı yıllarda Princeton Üniversitesinde profesör olarak çalıştı. Güçlü matematik altyapısıyla birçok alanda söz sahibiydi. Sonradan pişman oldu mu bilinmez ama atom bombasını hazırlayan ekibin içinde de yer almıştı. Projenin tıkandığı yerlerde, yaptığı matematiksel modellemelerle inanılmaz çözümler sunmuş ve atom bombasının yapımını sağlamıştı. Bir ekonomist olan Morgenstern ile kafa kafaya vererek (Einstein'a yardım eden Grossmann gibi) geliştirdiği bu teori de yakın zamana kadar ekonomide sıklıkla kullanıldı. Her ne kadar kendi içinde tutarlı ve akla yatkın gibi dursa da normal hayatta böyle bir matematiksel fayda karşılaştırması hesabını kaç defa yaptığınızı ve kaç defa tutarlı davrandığınızı düşünürseniz, rasyonel insan varsayımının ne kadar geçerli olduğunu anlarsınız.

Rasyonel insan düşüncesinin işe yaradığı birçok yer vardır, tamamen hata değildir. Ancak işe yaramadığı yerler olacağı da aşîkârdır. Bir insanın bazen hata yapacağı, bazen duygusal olacağı, kısacası sürekli rasyonel davranmayacağı açıktır. Ancak bunun açıkça ilan edilmesi, insanın mekanik olmayan bir varlık olarak ele alınması için başka bir güneş tutulması gerekiyordu.

Tahmin Hataları

*Kristof Kolomb,
Japonya'nın
İspanya'nın 4375 mil
batısında olduğunu
hesaplamıştı. Ancak
gerçekte aradaki
mesafe 12.500 mil
olup, bir de Avrupa ile
Doğu Asya arasında
koskoca bir kıta
vardı.*

Kanunları mı Yazmak İsterdiniz, Ekonomi Kitaplarını mı?

Adamın biri büyük bir sürüsü olan çobanın yanına gider ve der ki: “Seninle bir iddiaya girmek istiyorum. Süründe kaç tane koyun olduğunu tahmin edeceğim. Eğer bilirim, sen bana bir koyun verirsin, bilemezsem ben sana 100 TL veririm.” Çoban bir sürüye bir adama bakar ve tahmin etmesinin imkânsız olduğunu düşünür, varım der. Adam “Süründe 973 koyun var” der. Çoban şaşırır ve “Bir çoban sözünden caymaz, hayvanlardan birini alabilirsin” der. Adam bir tane seçip giderken, çoban adamın arkasından seslenir: “Ben de sana bir iddia öneriyorum, ben senin mesleğini ve çalıştığın yeri doğru tahmin edersem bana koyunu geri ver, edemezsem ben sana 100 TL vereyim.” Adam, mesleğinin bir çoban tarafından bilinmesinin imkânsız olduğunu düşünür ve tamam der. Çoban, “Sen Tarım Bakanlığında çalışan bir ekonomistsin” der. Adam şaşırır, “Nasıl bildin” diye sorar. Çoban “Köpeği geri bırakırsan anlatırım” der.

“Sosyal
bilimler, bilim
olduğu kadar
sanattır da...”
—Young

Ekonomi biliminin önemli bir kısmı tahminler üzerinedir. Kur, üretim, işsizlik ve enflasyon tahmini bunlardan bazıları. Tahmin metotları genellikle matematiksel modellerdir. Birisi size Türkiye’nin gelecek yılki üretimini, yani GSYH’sini tahmin et derse, elinizde hiçbir bilgi olmadan bunu doğrudan tahmin etmeniz zordur. Ama bu kişi size geçen yıl GSYH’nin 850 milyar dolar olduğunu söylese, bunun üzerine birkaç varsayım ekleyerek (ki bunlara model diyoruz) yakın bir tahminde bulunabilirsiniz. Mesela, dersiniz ki, politikaların aynı kalacağını ve değişmeyeceğini varsayarsak, ülkenin yüzde 3 büyüyeceğini tahmin ediyorum. O zaman seneye GSYH 875,5 milyar dolar olacak demektir.

Politikaların düzeleceğini düşünürseniz tahmininizi artırır, kötüleşeceğini düşünürseniz tahmininizi azaltırsınız. Detayları biraz matematiktir. Ancak bu tarz modellerin çoğu, insanların rasyonel davranacakları, işler kötü gitse de bir çılgınlığa mahal veremeyecekleri gibi varsayımlara dayalıdır. Bu varsayımlar, insanların garip ve rasyonellik dışı hareketler yapacaklarını öngörmez. Mesela, niye 2001 yılında Cumhurbaşkanı Sezer, Başbakan Ecevit'e kitap fırlattığında ekonomik kriz çıktı? İnsanlar niye bu kadar anormal tepki verdiler? Bu gibi soruları geriye dönüp cevaplamak kolaydır. Ancak insanların önceden bu tarz tepkiler verecekleri rasyonel modellerde pek öngörülmez.

Yukarıda bahsettiğim gibi 1940'lardan sonra yazılan kitaplar ve makaleler, üretilen politikalar, verilen ekonomi eğitimi çoğunlukla insanın rasyonel olduğu, tutarlı hareket ettiği ve hataya pek açık olmadığı üzerine kurgulandı. Yazılan makalelerdeki matematiksel denklemlerin sayısı bile zaman içinde arttı. Pompeu Fabra Üniversitesinden Mario Espinosa'nın hesaplarına göre 1895-1905 arasında yazılan ekonomi makalelerinde ortalama denklem sayısı dört iken, bu rakam 1996-2006 yılları arasında 70'lere kadar yükseldi.

1901'den itibaren verilen Nobel Ödülleri, 1969'dan itibaren ekonomi alanında da verilmeye başlandığında, öncelik yine matematiksel modelleme yapan ekonomistlerin oldu. 1970 yılında ödülü alan Paul Samuelson, o tarihlerde üniversitelerde en çok okutulan ve dünyada 41 dile çevrilen *Ekonomik Analizin Temelleri* adlı kitabın yazarıydı ve kitabının adından da anlaşılabilceği gibi ekonomide matematiksel analiz taraftarıydı. Samuelson "Bir milletin kanunlarını kimin yazdığı umurumda değil, yeter ki ekonomi kitaplarını ben yazayım" diyerek, matematiksel analizi ekonomi bilimine yerleştiren kişilerin başında geliyordu. Artık ekonomi de tamamen mekanik bir bilim haline gelmişti.

Rasyonellik fikrine en güçlü karşı duruş 1970'li yıllarda Herbert Simon'dan geldi. Simon, insanların ekonomik teorisinin ön-

gördüğü kadar rasyonel olmadığını ve hayatta başına gelebilecek bütün olayların ihtimallerini ve muhtemel sonuçlarını beyinde işleyip en doğru sonucu bulmasının mümkün olmadığını söyleyerek *Sınırlı Rasyonellik* fikrini ortaya attı. Buna göre insanlar çok seçenekli durumlarda karar alırken, seçenekleri rasyonel olmayan kriterlerle ve kendi kafalarından uydurdukları kısa yollarla (höristik) azaltarak, az seçenek arasından seçim yapmaya çalışırlar. Simon, buna en güzel örnek olarak da satrancı verir. Satrançta taraflardan birinin 40. hamlede oyundan çekilmesi durumuna kadar bile 10^{120} (evet, 10'un yanında 120 tane sıfır) varyasyon vardır. Ancak hepimizin de bildiği gibi, insanlar bu kadar hamleyi düşünüp, en doğrusuna karar vermek yerine, belki 3-4 hamle arasından karar vermeye çalışırlar. Simon'a göre, geri kalan hamleleri insanlar kendilerince kısa bir yol kullanarak elerler. Simon, bu fikrinden ötürü 1978'de Nobel ekonomi ödülüne layık görülmüştü ama yine de fikirleri ekonomi literatüründe büyük destek görmedi.

Aynı tarihlerde bir psikolog olan Daniel Kahneman benzer çalışmalar yapmaya başlamıştı. Kahneman'ın çalışmaları daha çok deneylere dayanıyordu. Yaptığı deneylerle insanların hiç de varsayıldığı gibi rasyonel hareket etmediğini ortaya koyan Kahneman, kurduğu alternatif teoremini 1979 yılında yayınladı. Kahneman ve Tversky (1979), insanın belirsizlik altında nasıl karar verdiğini anlatan ve rasyoneliteye dayanan Beklenen Fayda Teoremi ile ilgili çelişkileri ortaya koydu ve yeni bir teori geliştirdi. Adını da *Varlık/Beklenti Teorisi* koydu. Birçok önermesinin yanında bu teori, insan psikolojisinin çok rasyonel işlemediğinden, bize anlamsız gibi görünen bazı şeylerden daha fazla etkilendiğinden bahsediyordu. Bir örnek vereyim: Mesela, pazartesi günü telefonunuz olmasın ve salı günü biri size çok güzel bir telefon hediye etsin. Yukarıda bahsettiğimiz, beklenen fayda teoremine göre bu hediye sizin mutluluğunuzu 10 birim artırmış olsun. Yani salı günkü mutluluğunuz pazartesi

günküne göre 10 birim fazla. Eğer çarşamba günü telefonu kaybederseniz, elde ettiğiniz 10 birim mutluluk kaybolacak tekrar pazartesi günkü seviyeye düşeceksiniz. Dolayısıyla pazartesi ile çarşamba arasında bir fark olmayacaktır. Ancak Kahneman, yaptığı deneylerle durumun böyle olmadığını gösterdi, hiç telefonu olmamakla telefon alıp sonra kaybetmek aynı şey değildi. Her ne kadar görünen durum aynı olsa da insan psikolojisi kaybetmekten daha fazla etkilenir. Birinin size telefon hediye etmesi mutluluğunuzu 10 birim artırıyorsa, o telefonu kaybetmek sizden mesela 20 birim mutluluk götürür. Bu durumda, Kahneman'a göre çarşamba günü pazartesiden daha mutsuz olursunuz. Kahneman, bir matematik profesörü olan Von Neuman'ın teorisine insan faktörünü eklemiş oldu. Kahneman, insan psikolojisinin ekonomik kararlarda çok önemli olduğunu, insanların makineler gibi hareket etmediğini iddia ediyordu.

Ancak o da uzun süre pek ilgi görmedi. Kahneman'ın 2002 yılında Nobel Ekonomi ödülüne layık görülmesi bile rasyonel düşünce fikrini pek sarsmadı. Bir sarsıntı olması ve ekonomistlerin kafalarındaki her şeyin yeniden kurulması gerekiyordu. Bir milat lazımdı.

İdare etmek, insanın doğasında vardır. Ne kadar hatalı ve eksik olursa olsun, insan eldekiyle idare etmeyi yeğler. Bu, fikir ve teoremler için de böyledir. Aksi yönde çok kuvvetli bir delil olmadıkça, insan bildiği fikirlerle idare eder, onlardan vazgeçmek istemez. Var olanı, diğer bir ifadeyle statükoyu yıkmak çok zordur. Statüko genellikle, karşı görüşlerin varlığından veya sağlamlığından dolayı yıkılmaz. Bir deprem gerekir, çok güçlü ve sarsıcı bir deprem. Buna kriz de diyebilirsiniz. Bu deprem eskiyi yıkmakla kalmayıp, bazı kalıcı hasarlar da verebilir. Geriye dönüp bakıldığında, insanlar eski düşüncelerinde neden bu kadar uzun süre ısrar ettiklerini anlamazlar, buna bir anlam veremezler. İşte ekonomi için bu deprem 2007 yılındaki finansal kriz oldu.

2007 krizi, ekonomi için yeni bir güneş tutulması vakası gibiydi. Birçok düşünce yinelenmeye, teoriler yeniden yazılmaya başlandı. Örnek olarak Kahneman'a Nobel kazandıran *Varlık/Beklenti Teorisi* makalesine değinmek isterim. Kahneman'ın 1979'da yazdığı bu makalesine, yayınlandığı 1979'dan 2006 yılına kadar toplam 11.800 atıf yapıldı. Yani 27 sene zarfında 11.800 tane makale bir şekilde Kahneman'ın fikrini bahse değer buldu. Bu da yılda yaklaşık 440 atıf ediyor. Ancak 2007'de başlayan kriz, bütün dünyaya rasyonel düşüncenin ne kadar sarsıcı etkisi olduğunu gösterdi. Herbert Simon'un ve Daniel Kahneman'ın yaptığı çalışmaların önemi ancak kriz sonrasında anlaşılabildi. Kahneman'ın 1979'da yazdığı bu makaleye 2007'den 2017 yılına kadar geçen 10 yılda yaklaşık 30.000 atıf yapıldı. Bu da yıl başına 3000 atıf demek. Toparlayacak olursak, 2006 yılına kadar yılda ortalama 440 atıf yapılan bu makaleye, 2007 yılından sonra yılda ortalama 3000 atıf yapıldı. Yani insanların psikolojik yönlerine vurgu yapan çalışmalar ancak 2007 yılında başlayan krizden sonra önemli hale geldi.

Maydanoz Balonu

Ekonomi biliminin en büyük dogmalarından biri de serbest piyasa teorisidir. Serbest piyasa, ürün fiyatlarının hiçbir müdahale olmadan alıcılarla satıcılar arasında karşılıklı anlaşarak belirlendiği, herkesin özgür iradesiyle istediğini aldığı ve sattığı piyasadır. Serbest piyasa fikri, insanların hür iradesinin var olduğu ve en iyi çözümün insanların hür iradesine güvenmek olduğu esasına dayalıdır. Müdahaleden kasıt ise devlet müdahalesidir. Devlet piyasaya ne kadar az müdahale ederse o kadar iyidir, fiyatlar makul bir dengeye ulaşır. Bir piyasaya devlet ne kadar müdahil olursa o piyasanın düzgün işlemesi, sürdürülebilir fiyatların hâkim olması o derece zorlaşır. Devlet müdahalesine örnek olarak fındık fiyatlarının devlet tarafından belirlenmesi

verilebilir. Mesela, piyasalar serbest bırakılsa fındık fiyatının alıcılarla satıcılar arasında 5 TL olarak belirlenebileceği bir piyasaya devlet müdahil olursa bu fiyatı 10 TL'ye çekip üreticiyi koruyabilir. Ya da 3 TL'ye çekip tüketiciden yana da tavır alabilir.

Makul denge, arz ve talebin dengelenmesidir ve şöyle çalışır: Şehirde maydanoz satan tek yerin Erdal Bakkal olduğunu ve onun da haftada bir bağ maydanoz getirip onu da sürekli 1 TL'den sattığını düşünün. Maydanozun fiyatı her hafta 1 TL. Mahallede maydanoz seven ve almak isteyen tek kişi İsmail ise 1 TL'yi verip maydanozu alır. Ancak bir gün gazeteler maydanozun faydalarıyla ilgili haberler yapmaya, televizyonlar da maydanozun kiloları eritmeye yardımcı olduğunu iddia eden bilim insanlarına programlarda bol bol yer vermeye başlarsa, mahallede herkes maydanoz almak isteyecektir. Yani maydanoza olan talep artacaktır. Herkesin maydanoz istediğini gören Erdal Bakkal da artık elinde sadece bir bağ maydanoz olduğu ve herkesin maydanoz istediğini gördüğü için kurnazlığının da verdiği cesaretle bu durumdan istifade etmek isteyecek, şöyle diyecektir: "Bu kadar çok kişi istediğine göre fiyatı biraz yukarı çeksem, İsmail almasa bile Mecnun alır, o da almazsa Yavuz alır. Ama mutlaka birisi alır." Böylelikle maydanozun fiyatı yükselir. Uzun lafın kısıası, talep fazlası fiyatı yukarı çekmiş olur ve yeni bir dengeye ulaşır. Mesela, maydanoz artık 3 TL'den satılır.

Eğer devlet müdahale etmezse, bir malın veya hizmetin fiyatı sürekli olarak piyasada belirlenir. Kötü olana talep düşer, talebi düşen ürünün fiyatı da düşer; aynı şekilde iyi olana talep artar ve iyinin de fiyatı artar. Yani teoriye göre iyinin fiyatı (küçük oynamalar hariç) her zaman yüksek, kötünün fiyatı da her zaman düşüktür. Her ürün ya da hizmet er ya da geç değerini bulur. Bu sebeple bu fikrin savunucuları, devletin piyasaya müdahale etmesini istemezler. Çünkü piyasada yeteri kadar çok insan olacağı için, sağlığa faydalı bir maydanozun fiyatının uzun süre 1 TL'de kalması mümkün değildir. İnsanlar rasyonedir. Kalitenin farkında olan birileri mutlaka fiyatı yükseltecektir.

Ancak şöyle bir durum düşünün: Maydanoz yetiştiricileri, televizyon kanallarına yalan haber yaptırırsalar, maydanoza gerçekte olmayan birçok başka faydalar atfedilse ne olur? Mesela, maydanozun ağrıları azalttığı, tansiyona iyi geldiği gibi uydurma haberler yayınlansa... Bu haberlerin sürekli yayınlandığı bir şehirde, aksini ispatlamanın yıllar alacağı düşünülürse, maydanozun fiyatı suni bir şekilde artmaya başlar. 2 TL'den 3 TL'ye, 3 TL'den 5 TL'ye oradan da 10 TL'ye arttığını düşünün. Bir süre sonra kilo veren birkaç kişi, bu durumu maydanoza bağlayacağı, tansiyonu düzene giren bir iki kişi de bunun kullandığı ilaçlardan değil maydanozdan olduğunu düşüneceği için dedikodu mekanizması çalışmaya başlar. Dedikodunun ekonomik gücünü küçümsemeyin. İnsanlar bazen sırf konu hakkında bir-iki çift laf etmek veya başkalarına hava atmak için konuşurlar. Sadece maydanoz muhabbetlerine katılabilmek için maydanoz tüketen, evinde maydanoz yetiştiren insanlar türemeye başlar. Bu durum maydanoz tohumunun fiyatlarını da yukarı çeker. İşin içine maydanozu tüketmek için değil de yatırım yapmak için almak isteyen insanlar girmeye başladı mı bu iş tamamdır. Tamamen suni bir şekilde maydanoz fiyatları 50 TL olur. Ancak önemli olan nokta şudur ki, maydanoz fiyatları maydanozun kendisinden kaynaklanan sebeplerle değil, tahrik edilen bir güdüyle yükselmiştir. Yani fiyatların yükselişinde etkili olan şey maydanozun besleyiciliği, faydalı oluşu vs. değil, tamamen psikolojik faktörlerdir. Buna *fıyat balonu* denir.

2017 yılında bütün dünyada yaygınlaşan, sonra bir anda kaybolan stres çarkları fiyat balonuna güzel bir örnektir. Bir ara tanesi 50-60 TL'ye kadar yükselmiş, ancak aylar sonra 5 TL'ye alıcı bile bulamamıştır. Her balon sağlam bir dedikodudan doğar, dedikodudan beslenir, dedikoduyla büyür ve dedikodunun kesilmesiyle de patlar. Tekrar edelim: Dedikodunun ekonomik gücünü küçümsemeyin. Kimse dedikodunun niye kesildiğini, dün 50 TL'ye bir bağının bile bulunamadığı maydanozun bugün niye 5 TL'ye alıcı bulamadığını bilemez.

Önce maydanozu almak için kredi çeken insanlar kredileri ödeyemezler. Sonra onlara kredi veren bankalar sıkıntıya girer. Çünkü bankaya mevduat yatıran mudiler, paralarını geri istemeye başlar. Şöyle bir genelleme yapılabilir: Bankalar genellikle kendilerine yatırılan 10 TL mevduatın 1 TL'sini bankada tutar, yaklaşık 9 TL'sini kredi olarak verirler. Dolayısıyla bankaya 10 TL yatıran mudilerin hepsi bir anda bankaya geldiğinde dünyadaki hiçbir banka bu parayı geri ödeyecek güce sahip değildir. Birkaç kişi geldiğinde hiçbir sorun oluşturmayan bu durum, tüm müşteriler geldiğinde tam olarak bir krizdir. Yapabilecekleri tek şey, kredileri geri çağırmasıdır. Dolayısıyla, kriz zincirleme olarak bankayı, bankaya para yatıran garibanları, sonra bankadan kredi çeken ve kredisini geri çağırılan yatırımcıyı da vurur ve sürer gider. Nur topu gibi bir kriz doğmuş olur.

Serbest piyasalar fikri, 20. yüzyılın tartışmasız en önemli ve benimsenmiş teorisiydi. Yatırımcı davranışlarıyla ilgili yazılmış en kapsamlı kitaplardan biri *Normal İnsanlar için Finans* kitabının yazarı ve halen Santa Clara Üniversitesinde finans dersleri veren Meir Statman, “serbest piyasaların devlet düzenlemelerinin fazla olduğu piyasalara göre her zaman daha etkin olduğuna” dair inancın 2007'deki krizin oluşumunda etkili olduğunu söylüyor. Yukarıdaki örneğe gelecek olursak, devlet en baştan maydanoz hakkında oluşan yalan, abartılı haberleri engelleseydi veya kredi kanallarının biraz daha tedbirli kullanılmasını sağlasaydı balon oluşmayacaktı.

Kıssadan hisse

- Dedikodunun ekonomik gücünü küçümsemeyin.
- Serbest piyasalar, her zaman en iyi çözümü sunmayabilir.

Balonlar Patlamak İçindir

Balon kelimesi her ne kadar günlük hayatta sık kullanılsa da ekonomi veya finans kitaplarında pek geçmez. Çünkü ekonomistlere göre satılan malın kalitesinde bir değişiklik olmadan

“Balonlar salgın hastalık gibidir, ikisini de aynı şekilde tedavi etmemiz gerekir.”

—Robert J. Shiller

fiyatların aşırı yükselmesi ve burada uzun süre kalması mümkün değildir. Böyle bir şey olduğu an birileri bu fırsatı görür ve malı hızlıca satmaya başlar. Bu da fiyatların düşerek yine eski makul seviyesine gelmesini sağlar. Dolayısıyla balon diye bir şey yoktur ve olamaz. Bildiğim kadarıyla akademi dünyasında bu kelime, ilk kez 2005 yılında Yale Üniversitesi profesörlerinden Robert Shiller tarafından kullanıldı. Shiller o yıl yazdığı kitabında balonu şöyle tarif etmişti:

*“Balon, etrafta sürekli dolaşan fiyat artışı haberlerinin insanların satın alma **iştahlarını** artırdığı, bunun diğer insanlara **psikolojik** bir şekilde sirayet ettiği ve zamanla artan bu tarz haberler sonucunda da bu haberlere şüpheyle yaklaşan ama başkalarının yatırım başarılarını içten içe **kıskanan** ve **kumar beyecanıyla** hareket eden daha çok yatırımcının piyasaya girdiği durumdur.”*

Bu tanımdaki koyu kelimelere dikkatinizi çekmek istiyorum. Tanımda geçen bu kelimelerin ekonomiyle, sayılarla ya da rasyonel düşünceyle hiçbir ilgisi yok. Tamamen içgüdülerimiz ve psikolojimizle ilgili. Ekonomi biliminin bu noktaya gelmesi, yani sosyal ve psikolojik faktörlerin insanların ekonomik kararlarındaki etkisinin anlaşılması 2007 yılındaki kriz nedeniyle oldu denilebilir. Her şerde bir hayır vardır derler ya... Aynen

onun gibi, krizin bir faydası da bu oldu. Önemsemediğimiz psikolojik faktörlerin insanların ekonomik kararlarındaki yerini bu sayede anladık. İnsanların her zaman ekonomik güdülerle yatırım yapmadığı, ekonomik kararların bazen dedikodularla şekillendiği, dahası bu dedikoduların bir hastalık gibi yayılıp milyonları etkisi altına alabileceğini kriz sayesinde görmüş ve öğrenmiş olduk.

Shiller'e göre balon, tamamen psikolojik nedenlerle insanların yanlış olduğunu bildiği bir ticarete hücum etmesi ve fiyatları sanal olarak şişirmesidir. İnsanlık tarihi onlarca hatta yüzlerce balon hikâyesiyle doludur. Önce bu hikâyelere biraz değinip daha sonra da fiyat balonlarının sebeplerine bakalım.

Türklerin Avrupa'da Bıraktığı Unutulmaz İz

17. yüzyılda Avrupa'daki lale fiyatları balonu, bir lalenin koskoca bir topluma yaşattığı dramatik bir hikâyedir. Hikâyenin bilinen başrol oyuncusu 1500'lerin ortalarında İstanbul'daki Avrupalı büyükelçilerden Ogier Ghislaine de Busbecq'dir. Hikâye, Busbecq'in İstanbul'da gördüğü ve satın aldığı laleleri memleketi Hollanda'ya götürmesiyle başlar. Türkiye'den Avrupa'ya giden Türk laleleri Hollandalıların pek hoşuna gitmiş olacak ki, Busbecq'in getirdiği laleler evlerin başköşesini süsler. Hollandalıların evlerine yerleşen bu laleler, Avrupa'ya bırakılacak unutulmaz Türk hatırasının tohumlarını oluşturur. Başlarda sadece varlıklı ailelerin evlerini ve bahçelerini süslemeye başlayan laleler sonradan halk arasında da tutulmaya başlar ve bir zenginlik sembolü olur. Laleye olan talep o kadar çok artar ki Hollanda'da lalelerin fiyatları hızla yükselir ve lale ticareti Osmanlı İmparatorluğu ile Hollanda arasında önemli bir bağ oluşturur. 1600'lerin başında Hollanda'da yaşayan bir insanın ortalama aylık maaşı 200 ile 400 florin (o tarihteki para birimi) arasında iken sıradan bir lalenin fiyatı 300 florinden başlıyor ve

2500 florine kadar çıkabiliyordu. 2500 florin, o tarihlerde yirmi yedi ton buğday, elli ton çavdar satın alabilecek bir para olsa da insanlar bunu umursamadılar. Çünkü alınan her lale daha yüksek fiyata satılabilecek bir yatırımdı.

O tarihte insanlar, gelecek hasatta çıkacak laleleri almak için evlerini, arabalarını, hayvanlarını ipotek olarak göstermeye başladılar. Bu kadar talep olan bir ürünün fiyatının artması kaçınılmazdı. Rivayete göre bazı lale çeşitlerinin fiyatı yirmi kat (evet 20) arttı. Hikâyenin sonu 3 Şubat 1637'dir. Bu tarihte kimsenin anlamadığı bir sebeple lale piyasasında oluşan balon patlar. Bir anda lale fiyatları düşmeye başlar ve bu düşüş beraberinde birçok aile dramına da sebebiyet verir.

Ressam Jan van Goyen'in hikâyesi de bugüne kadar gelenlerden bir tanesidir. Ünlü bir ressam olan Goyen'in krizden hemen önce 900 florin ve 2 tane harika tablosu karşılığında satın aldığı birkaç lale sonucunda başlayan dramı tam 19 yıl sürmüş ve borçlarını bitiremeden ölmesiyle sonuçlanmıştır.

California'ya Bedel Saray ve Kayıp 10 Yıl

Tarihçiler, 1637'den sonra yaşanan birçok balon hikâyesini naklediyorlar. 1820'lerde İngiltere'de demiryolları yatırımı çılgınlığı ve hisse fiyatlarının yükselmesi, 1980'lerde Japonya'daki varlık fiyatları artışı, 1990'larda ABD'deki teknoloji şirketlerindeki fiyatların yükselmesi gibi. Bunların hepsi de hüsrarla sonuçlanmış ve çoğunluğu o anormal fiyat hareketlerinin olduğu ülkeyi krize sokmuştur. Bunların arasında özellikle Japonya'nınki kayda değerdir, çünkü 1980'lerde hisse senedi ve gayrimenkul fiyatları o kadar anormal bir şekilde arttı ki 1991'de Tokyo'daki Kraliyet sarayının üzerinde olduğu yaklaşık 2 km² arazi, ABD'deki California eyaletinin (Hollywood'un da içinde bulunduğu yaklaşık 450.000 km²) tamamından daha değerli hale geldi. Yıllar boyunca yükselen fiyatlar, 1990'ların başında inanılmaz şekilde

düştü ve bu sektöre yatırım yapan birçok kişi ve kurumu felakete sürükledi. Dünya Bankası verilerine göre, 1995'te 5,33 trilyon dolar olan Japonya GSYH'sı, 2002'de 3,98 trilyon dolara kadar düşerek 7 yılda yüzde 25 azaldı. 2000'de başlayan fiyat düşüşleri sonraki yıllarda Japonya'nın kâbusu oldu ve bugün bile tam olarak çözülemedi. 1990-2000 arası hâlâ Japon tarihinde "kayıp 10 yıl" olarak anılmaktadır.

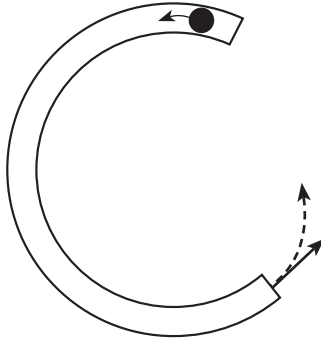
Balonların ortak özelliklerinden biri de şudur: Fiyatlar yavaşlamaz ya da bir süre durağan gitmez, aniden düşmeye başlar. Ekonomi teorisinin tam olarak açıklayamadığı şey de bu zaten. Nasıl oluyor da insanlar bir gecede görüşlerini değiştiriyorlar? Sorunun cevabını rasyonel gerekçelerle açıklamak maalesef mümkün değil.

Balon artık iktisadi hayatımızın olduğu kadar sosyal hayatımızın da bir parçası haline geldi. Modern ekonomik sistemde bugün birçok yatırım kararında, fiyatların "balon" olma ihtimalini konuşuyoruz. Özellikle de gayrimenkul yatırım kararlarında. "Sizce ev fiyatlarında balon var mı" sorusu son yıllarda en çok duyduğumuz sorulardan biri haline geldi.

Peki balon nasıl oluşur? İnsanlar neden satın aldıkları evlerin fiyatlarının sürekli yükseleceğini zanneder? Neden birçok kişi fiyatlarda balon olmadığını iddia eder de çok az kişi balonun varlığından söz eder?

Aslında psikologlar bu sorularla ekonomistlerden çok önce ilgilenmeye başlamışlardı ama o tarihlerde bu konu ekonomistlerin pek ilgisini çekmedi. Psikologlar, insanların hayatta karışık görünen her şeyde bir düzen arama eğiliminde olduklarını söylerler. Bulutları aslana benzetiriz, dağların şekillerini insan yüzüne benzetiriz vs.

Kaiser ve arkadaşları 1986 yılında yaptıkları bir deneyde öğrencilere aşağıdaki resimde gösterilen C şeklindeki tüpün üst tarafından bırakılan topun hangi yolu izleyeceğini sordular.



Şekil 2: Kaiser'in Deneyi

Verilen cevapların çoğu topun kesikli çizgiyi izleyeceği yönündeydi. Aslında bu da insanın düzen arama eğiliminin bir sonucuydu. C şeklindeki bir tüpteki topun yoluna yine C şeklinde yükselerek devam etmesini beklemek tamamen psikolojik bir yanılsamadır. Halbuki fizik bilgisi bize topun düz çizgiyi izleyeceğini ve eğik atış yapacağını söyler.

Daha önce de benzer bir deneyi McCloskey ve arkadaşları, Johns Hopkins Üniversitesinden 47 lisans öğrencisi üzerinde yapmışlardı. Birkaç farklı şekilde benzer bir soruyu sormuşlar ve öğrencilerin “dışarıdan bir etkinin olmadığı durumlarda cisimlerin düz yol takip ettiklerini” bilmediklerini ortaya koymuşlardır. Daha önce herhangi bir fizik dersi almayan öğrencilerden yüzde 49’u, üniversitede en az bir fizik dersi almış öğrencilerin ise yüzde 14’ü soruyu yanlış cevaplamışlardı.

Süregelen şeyler hep sürecelecekmiş hissi verir. Sıkıntılar, buhranlar da böyledir. Hiç bitmeyecekmiş zannedilir. Aynı şekilde, yükselen şeyler de her zaman yükselecekmiş hissiyatı verir ve bizler de bu harekete hikâyeye uydurmak konusunda iyiyizdir. Bu psikoloji tüm toplumu sardığında da balon oluşmuş olur.

Hollanda’da yaşanan balon hikâyesindeki “lale” kelimesini “konut” kelimesiyle, 1637 tarihini de 2007 ile değiştirirseniz, bir

sonraki bölümde anlatacağım ABD’de yaşanan konut balonunu elde etmiş olursunuz.

Bütün bunları bildiğimiz halde, neden sürekli kriz yaşıyıp duruyoruz? Neden beş on yılda bir dünyada büyük ölçekte ekonomik ve finansal krizler çıkıyor? Krizleri öngörmek zor olsa da, başka bilimlerde insanla ilgili olan birikimleri göz ardı etmemek gerekiyor. Çünkü yukarıda da bahsettiğim gibi, ekonomi yeni ve insan davranışları etrafında dönen bir bilim. Dolayısıyla insan davranışları doğru anlaşılmadan, insanlığın ürettiği sorunları anlamak mümkün olmayacaktır. İlerlemek isteyen toplumlar, en az sayısal bilimlere yaptıkları yatırım kadar sosyal bilimlere de yatırım yapmak zorundadırlar.

Her şeye rağmen, bütün bu yanılgılar kimseyi korkutmamalı. Matematikçi Mandelbrot, durumu şöyle ifade ediyor: “Finansal ekonomi, kimyanın 16. yüzyılda olduğu yerde: karmakarışık teknik bilgi, bulanık bir akıl, irdelenmemiş varsayımlar...” Finansın ve ekonominin birkaç yüzyıl önce ortaya çıkan bilimler olduğu düşünülürse daha gidilecek çok yol, çok teori var.

Asla “Asla” Deme!

Ünlü makroekonomistlerden Lucas, 2003’te yazdığı bir makalesinde şöyle diyordu: “Ekonomik durgunluğun nasıl önleneyeceği artık tamamen çözülmüş bir problemdir.” 21. yüzyıl geldiğinde ekonomistler bu kadar kendilerine güveniyorlardı. Her ne kadar 200-300 yıllık bir bilim de olsa, tüm temel problemlerin çözüldüğü zannediliyordu. Bir daha asla kriz olmayacağı düşünülüyordu. Öyle olmadı. 2007 yılında başlayan

“Kriz, ekonomi hakkında bildiklerimizin çoğu hakkında bizi şüpheye düşürdü.”
—Barry Eichengreen, UC Berkeley

kriz gerek ABD'nin gerek dünyanın gördüğü en büyük krizler arasında kayda geçti.

ABD'de reel ev fiyatları 1946-1996 arasındaki elli yıl boyunca yaklaşık olarak hep aynı kaldı. Reel fiyat, enflasyondan arındırılan fiyat demektir. Bir malın fiyatının artması mutlaka değerlendirildiği anlamına gelmeyebilir. Çünkü enflasyonu da hesaba katmak gerekir. Mesela, elinizde 100 TL'lik bir altın olsun. Altının fiyatı bir yılda yüzde 6 artsa ve aynı yıl enflasyon da yüzde 5 artsa, bu elinizdeki altının ancak yüzde 1 (yüzde 6-yüzde 5) değerlendirildiği anlamına gelir. Enflasyon yüzde 6 olsaydı, her ne kadar altının fiyatı artmış olsa da reel olarak hiç para kazanamadığınız anlamına gelirdi (yüzde 6-yüzde 6). Diğer bir ifadeyle, altının fiyatı reel olarak aynı kalmıştır.

ABD'de de 1946-1996 tarihleri arasında ev fiyatları enflasyon oranında yükselmmişti, ne daha az ne daha fazla. Ancak 1996'da ev fiyatları inanılmaz bir şekilde yükselmeye başladı. Elli yıl boyunca enflasyondan fazla kazandırmayan konut yatırımı bir anda ülkenin en kârlı yatırımı haline geldi. 1996 yılında 100.000 dolara alınan bir evin değeri 2006 yılında yaklaşık 237.000 dolar olmuştu. Enflasyondan arındırıldığında bu, yıllık olarak yüzde 6,5 reel kazanç demektir ki, bu da nereden bakarsanız bakın harika bir yatırımdır. Devamlı yükselen ev fiyatlarını gören tüm Amerikalılar bir yolunu bulup ev almaya çalıştılar. Herkes ev almak için çıldırıyor, bu trendin böyle devam edeceğini sanıyordu. Ev alanların birçoğu için en önemli motivasyon ev almış olan herkesin iyi para kazanmış olmasıydı. Yani ev alanların çoğunluğu sırf “başkaları kazanıyor, ben niye kazanmayayım?” diye düşünüyor ve konut fiyatlarının bir gün düşebileceğini akıllarına bile getirmiyorlardı. Bu düpedüz başkalarının ne yaptığıyla ilgili bir şey olup, sürü psikolojisiydi.

Bankalar da aynı şekilde kredi vermek için birbirlerini eziyor, bir sürü kredi çeşidi icat ederek tüketicilere sunuyordu. Bunların en başında adına “subprime” denilen ve genellikle dü-

şük gelir grubundaki insanlara daha yüksek faizle verilen krediler gelmekteydi. Şöyle bir örnek düşünün: Bir şirkette maaşlı çalışan Michael ile bir işi olmayan Carlos beraberce bankaya kredi çekmeye gidiyorlar. Michael'ın maaş bordrosunu gören banka, bu adamın düzenli bir maaşı olduğunu, dolayısıyla riskin düşük olduğunu düşünüp ona 100.000 doları yüzde 1 faizle borç veriyor. Carlos'un bir maaşı olmadığı için, banka Carlos'u riskli sınıfa koyup ona 100.000 doları yüzde 4'ten borç veriyor. Carlos'un hiçbir gelir göstermeden aldığı kredinin adı subprime'dır.

Bu “subprime” kredilerin birçok çeşidi vardı. Bir çeşidinde “sadece faiz ödemesi” kabul ediliyor, anapara ödemesini ise vadenin en sonunda yapabiliyordunuz. Başka bir çeşidinde ise her ay yapmanız gereken ödemenin sadece bir kısmını yapıyordunuz, kalan kısmı borcunuzun geri kalanına ekleniyor ve borcunuz sürekli artıyordu. Vade sonunda ise biriken ve büyümüş olan meblağı ödemeniz bekleniyordu. Bu kredi icatları o kadar abartıldı ki geliri, parası ve hiçbir varlığı olmayan insanlara bile “NINJA⁵ kredi” adında kredi verilmeye başlandı. Aslında bu kredi çeşidine Ninja değil de Harakiri dense yeridir. Çünkü geliri ve hiçbir varlığı olmayan insanlara kredi verilmesi bir banka için gerçekten de tam bir intihardır. Yukarıdaki örnekte devam edecek olursak, Carlos'un aylık kredi ödemeleri Michael'dan daha yüksek olacaktır. Mesela Michael'ın aylık 800 dolar ödemesi gereken bir yerde, Carlos'un 1000 dolar ödeme yapması gerekecektir. Çünkü Carlos, daha yüksek faizden borçlandı. Ancak Carlos'un hiçbir geliri yok. 800 doları bile ödeyemeyecek bir adam 1000 doları nasıl ödeyecekti?

Şimdi bakınca size bile garip gelecek olan bu kredilerle, o tarihlerde ABD Merkez Bankası Fed'in başkanı olan Greenspan

5. NINJA kelimesi, İngilizce “No Income, No Jobs or Assets” (Gelir yok, iş yok, herhangi bir varlık yok) kelimesinin baş harflerinden oluşmaktadır.

gurur duyuyordu. 2005'te yaptığı bir konuşmasında subprime mortgage piyasasının büyümesiyle ilgili şöyle demişti:

“Bankalar müşterilerin risklerini en iyi şekilde hesaplayacak kadar sistemlerini geliştirdiler. Bu gelişmeler sayesinde bankalar subprime mortgage'larda önemli büyümeler kaydettiler: Yüzde 1'lerdeki pazar payı bugün yüzde 10'lara kadar geldi.”

Evet subprime piyasası eskiye göre çok büyümüştü. Bankaların bu işi yapmada birkaç motivasyonu vardı. Birinci motivasyonları tüketiciyle aynıydı: Nasıl olsa ev fiyatları artıyordu. Kişi borcunu ödeyemezse bile, sürekli değeri artan bir evi haczedip satmaktan hiçbir zarar etmeyeceklerini düşünüyorlardı. İkinci motivasyonları ise sürü psikolojisiydi. Citibank CEO'su Chuck Prince'in Temmuz 2007'de söylediği gibi, “Müziğin çaldığı yerde kimse dans etmeyi durdurmaz”. Yani tüm bankalar aynı riskli krediyi veriyordu, siz vermeyi durdurursanız, başkası verirdi, müşteriye kaybederdiniz. Herkes sürü psikolojisiyle ev almaya koştu ve bankalar da sürü psikolojisiyle kredi vermeye çalıştılar.

Hiçbir geliri olmadan ev almak ve bu ev taksitlerini ödemek ancak bir şekilde mümkündür: Ev fiyatlarının yükselmeye devam etmesi gerekir. Yukarıdaki örnekten devam edecek olursak hiçbir geliri olmayan Carlos'un 100.000 dolarlık ev satın aldığını ve bunun için bankadan 10 yılda geri ödemek üzere 100.000 dolar borç aldığını düşünün. Geliri olmayan bu kişinin tek beklentisi evin değerinin yükselmesi olacaktır. Çünkü evin değeri yükselirse evi satacak, bankaya olan borcunu kapatacak ve hatta elinde para bile kalacaktır. Borcu aldığı günün ertesinde, evin yakınına bir metro durağı yapılacağı dedikodusu çıktığını ve Carlos'un evinin değerinin bir günde 110.000 dolara yükseldiğini varsayın. Bu kişi, değeri yükselen evi 110.000

dolara satarak, 100.000 dolarlık borcunu (bir günlük faizin sıfır olduğunu varsayarak) kapatacak ve elinde 10.000 dolar nakit para kalacaktır. Bu iş defalarca yapıldığında, yapan kişinin elinde ev alacak kadar nakit parası bile olur. Nitekim öyle de oldu. Herkes ev fiyatlarının sürekli artacağına kendisini bir şekilde inandırmıştı. Bu da yukarıda “Maydanoz Balonu” adlı bölümde anlatılan konunun ta kendisiydi. Çıkmakta olan her şey, insanlara sürekli çıkacakmış hissi vermişti. Krizden sonra Aralık 2009 yılında yaptığı bir toplantıda ABD Hazine Müsteşarı Tim Geithner insanları bu sebepten dolayı şöyle suçladı:

“Bankalar ve yatırımcılar çok büyük riskler aldı, bu riskler onların hiç anlamadıkları risklerdi... Amerikalılar çok fazla borçlandılar, bunun sebepleri tasarruf etmeyi bilmemeleri ve konut fiyatları ve fon fiyatlarının her zaman yükselmeyeceğini anlamamalarıdır.”

Bu arada birkaç akademisyen de insanları uyarmaya çalışıyordu. Roubini ve Setser 2004’te makalelerinde, ABD’nin bu sistemi sonsuza kadar sürdüremeyeceğini ve er ya da geç faizleri yükseltmek zorunda kalacağını ifade ettiler. Princeton Üniversitesi profesörlerinden ve 2013 Nobel Ekonomi ödülü sahibi Robert Shiller ise 2005’te yazdığı kitapta ev fiyatları hususunda tedirgindi: Ev fiyatlarında bir balon vardı ve bu balon patlarsa herkesin canı yanabilirdi. Aynı şekilde, Michigan Üniversitesi profesörlerinden Edward Gramlich de çeşitli uyarılarda bulunmuştu. Bunlara verilen cevaplar o kadar kesindi ki, dikkate bile alınmadıkları ortadaydı. Haziran 2005’te parlamento üyelerinden Barney Frank, “Bir çöküş görmeyeceksiniz” diyerek yapılan uyarıları kesin bir dille kesmeye çalıştı. Daha da ilginç, hem 2006’ya kadar Fed başkanlığı yapmış Greenspan hem de sonrasında görevi devralan Bernanke konunun çok önemli olmadığını dair defalarca demeç verdiler ve makale yazdılar. Ben

Bernanke'nin 2005 Temmuz ayında çıktığı bir televizyon programında spikerle arasında şöyle bir diyalog geçmişti:

Spiker: Efendim, birçok ekonomist, “Bu bir balondur ve patlayacak, bu ekonomimiz için çok ciddi bir sorundur” diyorlar. Bazıları daha da ileri giderek, bunun bir durgunluğa sebep olacağından söz ediyorlar. Eğer gerçekten de ülke çapında ev fiyatlarının düşmeye başladığını görürsek en kötü senaryo nedir?

Bernanke: Sanırım önermenize katılmıyorum. Bu gerçekleşmesi oldukça zor bir ihtimal. Şimdiye kadar ev fiyatlarında hiç yurt çapında bir düşüş yaşamadık. (...)

Bankalar da tüm kuruluşlar da kendilerinden o kadar emindiler ki aksi görüşlere aldırıyor ve işlerin kötü gitme ihtimalini düşünmüyordu. Bu tam bir güven patlamasıydı.

2006 sonunda korkulan oldu. “Subprime” kredi sahiplerinin bir kısmı borçlarını ödeyemedi ve ev fiyatları düşmeye başladı. 2007 yılında yüzde 8 düşen ev fiyatları, 2008 yılında da yüzde 18 düştü. Bu bir serbest düşüştü ve kimse nerede duracağını bilmiyordu. İnanılmaz bir fiyat düşüşüydü. Her ne kadar sorunun büyüklüğünü o kadar iyi anlayamamış olsa da Freddie Mac, subprime kredilerle ilgili bir tehlike olduğunu fark ederek, bunlarla ilgili bazı işlemleri durdurduğunu 27 Şubat 2007’de ilk ilan eden kurum oldu. Ev fiyatları düşmeye başlayınca panik yapan ve kredilerini ödeyemeyeceklerini düşünen insanlar evlerini satıp borçlarını kapatmaya çalıştılar. Düşük gelir grubundaki insanlar evlerini satmaya çalıştılsa da birçoğu bunu başaramadı, başaranlar da düşük fiyatlara satabildiler. Sonucunda kitlesel bir haciz harekâtı başladı. Ancak çok fazla değer kaybeden evler ya satılmıyor ya da satılsa da bankaların zararını karşılamıyordu. Bu bankalardan verilen krediler üzerine ihraç edilen tahvilleri alan insanlar da ödemelerini alamadılar ve problem büyüdü.

9 Ağustos 2007’de BNP Paribas müşterilerinin bazı yatırım fonlarından para çekmesine izin vermedi. Ardından 15 Eylül 2008’de Lehman Brothers iflasını ilan etti. Ocak 2007’de hisse başına 172 dolara borsada işlem gören yatırım bankası Bear Stearns, 24 Mart 2008’de ABD Hazinesi ve Fed’in de yardımıyla JP Morgan Chase’e hisse başına 2 dolara devredilerek batmaktan kurtarıldı. Aynı yıl, bankaların konut kredilerine devlet desteği sağlayan Fannie Mae ve Freddie Mac kamulaştırıldı ve Merrill Lynch, “zoraki bir evlilikle” Bank of America’ya devreldi. Bütün bu bankalardaki kredileri sigortalayan ve ABD’nin en büyük sigorta kuruluşu olan AIG bu kadar batık kredinin sigorta ödemelerini karşılayamayınca onu bekleyen akıbet de farklı olmadı ve 16 Eylül 2008’de Fed’in de onayıyla 85 milyar dolar borç verilerek kurtarıldı. Haziran 2009’da ise bir zamanların dev şirketi olan General Motors iflas koruması için Amerikan Hazinesi’ne başvurdu. ABD hükümeti de ancak Kanada Hazinesi’nin yardımıyla General Motors’a 13,4 milyar dolar borcu onaylayarak şirketi ayakta tutmayı başardı. Aynı şekilde Chrysler’e de 4 milyar dolar borç aktarıldı. Böylelikle ABD’nin en büyük kuruluşları teker teker ya iflas ettiler ya kamulaştırıldılar ya da devlet desteğiyle kurtarıldılar. Tam bir zincirleme trafik kazasıydı. Her kuruluş bir diğerine güvenmişti ama hiçbirinin diğerinden farkı yoktu.

Sadece bankalar değil, sıradan ABD vatandaşları da krizden çok kötü etkilendiler. Fed’e göre ABD’de yaşayan insanların evlerinin toplam değeri 2006 yılının ilk çeyreğinde 22,7 trilyon dolar iken, yüzde 29,7 düşerek 2011 yılının sonunda 16 trilyon dolar oldu.

Avrupa’da da durum pek farklı olmadı. İngiltere başta olmak üzere birçok ülkede çeşitli büyüklükteki bankalar ya devlet desteğiyle ayakta tutuldu ya kamulaştırıldı ya da kendiliğinden iflas etti. İngiltere’de 1866’dan beri tarihinde ilk defa mevduat sahiplerinin akınına uğrayan bir banka oldu: Ülkenin en büyük

beşinci mortgage bankası olan Northern Rock. Mevduat sahipleri paralarını çekmek istiyorlardı. İngiltere hükümeti çareyi Northern Rock'ı kamulaştırmakta buldu. Ekonomistlerin bu krizin etkisini 1929 Büyük Buhranıyla karşılaştırmalarından da anlaşılacağı gibi, bu kriz birçok ülkede çok derin yaralar açtı. Bu tam olarak bir ekonomik durgunluktu. Ekonomik durgunluk başlayınca, tüketiciler harcamalarını kısıtlar, bankalar doğal olarak kredi vermeyi durdurdular, firmalar da yatırım yapamaz hale geldiler ve işçi çıkardılar. Dünya Bankası verilerine göre dünyadaki toplam gayri safi yurtiçi hasıla (GSYH) 2009 yılında son 50 yılın en büyük düşüşünü yaşadı.

Krizin ortaya çıktığı 2007 yılına kadar 19 yıl (1987-2006) Fed başkanlığını yapmış olan Alan Greenspan, piyasaların bu hale gelmesinde en büyük katkıyı yaptığı eleştirisine muhatap olunca sadece şöyle dedi:

“Bankalar gibi borç veren şirketlerin, hisse sahiplerini ve kendi menfaatlerini koruyacak şekilde bareket edeceklerini varsayarak hata yaptım.”

Bunu şöyle de okuyabilirsiniz: “Tüm ülkenin bu bataklığa girmesine sebep olduk. Daha önceki aşırı güven dolu cümlelerim de yanlışmış. Pardon...”

İnsan yanılabilir, bunda bir sorun yok. Ama ömrün boyunca etrafındaki hiç kimseyi, önerilen alternatif teorileri ve modelleri, eleştirileri dikkate almıyorsan, buna güven patlaması denir. Bir gün yanıldığın ortaya çıktığında yaptığından utanırsın ama iş işten geçmiştir. Ekonomistler insanların gayet rasyonel hareket ettiklerine ve piyasaların da bu sebeple her zaman bir dengeye ulaşabileceğine inanıyorlardı. Ama bu olmamış, Roubini ve Shiller gibi birkaç akademisyen haklı çıkmıştı.

Kıssadan hisse

Son yaşanan krizdeki psikolojinin etkisi:

- İnsanlar kolaylıkla trendlere kapılıyorlar. Yükselmekte olan şeyler yükselecekmiş hissi verir. Ev fiyatlarındaki yükseliş gibi...
- İnsanlar sürü psikolojisiyle hareket etmeyi seviyorlar. Sürü psikolojisi tamamen bir beyin tembelliğidir.
- Kendine güven sadece bizim gibi sıradan insanların değil, önemli pozisyonlardaki yetkili ekonomistlerin ve politikacıların da en büyük sorunlarından biridir.
- İnsanlar duydukları ve okudukları haberleri çoğunlukla işlerine gelen şekilde yorumlamayı tercih ederler.

Başka Dinden Bir Arkadaşınız Olsun İster misiniz?

Kısa adıyla Nobel Ekonomi ödülü, 2013 yılında, ender şekilde üç kişiye paylaştırıldı: E.F. Fama, L.P. Hansen ve R.J. Shiller. Ödüllerin sahipleri iki açıdan ilginçti: Birincisi ve en önemlisi Fama ve Shiller'in ekonomi değil finans çalışıyor olmaları. Finans, geleneksel olarak ekonomiyle pek yan yana gelmez, çoğunlukla işletmeyle beraber anıldığı için bu durum sıra dışıydı. Dolayısıyla bu ödülün verilmesi, ekonominin ilişkili olduğu diğer bilim alanlarına kucak açması olarak da kabul edilebilir. Ödülü ilginç kılan ikinci neden ise, Fama ve Shiller'in birbirine taban tabana zıt iki finans teorisini savunuyor olmaları. Shiller, 19 Ekim 2013'te *New York Times*'a verdiği bir mülakatta bu durumu şöyle resmetti: "... başka bir dine inanan iyi bir arkadaşınızın olması gibi bir şey. Aynı kilisede ibadet

"Birbirine tamamen zıt iki fikri savunan iki kişinin aynı anda Nobel alabildiği tek bilim dalı ekonomidir."
-Anonim

*"Eğer piyasalar etkin
olsaydı ben şu an
sokakta dilencilik
yapıyor olurdum."*

-Warren Buffet

2017 yılı

**Amerika'nın en
zengin ikinci kişisi**

etmeseniz bile böyle bir arkadaştan çok şey öğrenebilirsiniz.” Neresinden bakılsa ilginç olan bu durum, ekonominin yaşadığı paradigma değişiminin bir nevi dışa yansması oldu.

Çünkü ekonomide bir paradigma değişiminin olması gerektiği yıllardır dile getiriliyordu. Özellikle de 2007 yılında yaşanan krizden sonra. 2008 Nobel Ekonomi ödülü sahibi Paul Krugman bunu en açık yüreklilikle dile getirenler arasındaydı. Yakın zamanda ekonomi bilimini şu ağır ifadelerle eleştirdi: *“Son 30 yıldaki makroekonomi bilgisi en hafif ifadeyle işe yaramaz, hatta belki de zarar vericidir.”* Geç de olsa Nobel komitesi de bu değişimin farkındaydı ve farklı fikirlerin ekonomide seslendirilmesini memnuniyetle karşılıyordu. İki yıl sonra, 2015’te ise Dünya Ekonomik Forumu (WEF), yaptığı bir değerlendirmede bir adım daha ileri giderek, birçok sebepten dolayı küresel finansal sistemin yenilenmesi gerekliliğini vurgulamıştı.

Peki, neydi bu kadar zarar verici olan bilgi? Bilgi ne kadar zarar verici olabilirdi ki? Ekonomi bilimi, içinde yaşadığımız dünyayı daha kötü hale getirebilecek nasıl bir fikir öne sürüyor olabilirdi? Tartışmaların odak noktasında Etkin Piyasalar Hipotezi (EPH) geliyor.

EPH’nin iddiası iki kısımda özetlenebilir:

- **Bedava Yemek Yoktur:** Piyasadaki tüm bilgiler fiyatların zaten içindedir, fiyatları bilen bir kişinin piyasadaki başka bir bilgiyi bilmesine gerek yoktur. Şöyle bir örnek vereyim: Varsayın ki elinizde Aksüt diye bir peynir şirketinin hisse senedi var ve bu hisse senedini bir ay önce 10 TL’ye aldınız ve fiyatın 10 TL’nin üstüne çıkmasını bekliyorsunuz ki kâr edersiniz. Fiyatın 10 TL’nin üzerine çıkıp çıkmayacağını nasıl anlarsınız? Ya da anlayabilir misiniz? Akla şöyle bir öneri gelebilir: Peynir sektöründen tanıdığımız arkadaşlarınıza sektörün ve dolayısıyla Aksüt’ün durumu hakkında görüş sorabilirsiniz. Sektörde işler iyi gidiyorsa, Aksüt için de işler

iyi gidecek ve hisse senedinizin fiyatı yükselecektir. Ancak EPH'ye göre kimseye bir şey sormanıza gerek yok. Piyasada var olan tüm bilgiler zaten fiyatın içindedir, fiyata dahil olmuştur. Kimse hisse senedinin yükselip yükselmeyeceğine dair yeni bir bilgiye sahip olamaz (şirket yönetimindeki gizli bilgilere haiz olan kişiler hariç). Dolayısıyla peynir sektöründeki arkadaşlarınıza bir şey sormak size gelecekteki fiyatlarla ilgili yeni bir bilgi kazandırmayacaktır. Bu sebeple eğer fiyatları tahmin etmek istiyorsanız, geleceğe ait bilgiyi bilmeniz gerekir. EPH aynı zamanda fiyatların da rasgele hareket ettiğini varsaydığı için, yarınki fiyat bugünkü fiyattan tamamen bağımsızdır ve tahmin edilmesi imkânsızdır.

- **Fiyatlar Doğrudur:** Fiyatlar tüm bilgiyi içerdği ve insanlar da rasyonel hareket ettiği için, herhangi bir varlığın fiyatı onun gerçek değerini yansıtır. Fiyatlar doğrudur ve bir fiyat balonunun oluşması mümkün değildir. Buna da şöyle bir örnek verebiliriz: Bir evin fiyatı inşaat masrafları, manzarası, malzeme kalitesi, kira ederi gibi etkenlerle piyasada belirlenir. Bu evin fiyatı 100 TL ise, bütün bu etkenlerin katkısıyla 100 TL olmuştur. Eğer fiyat 100 TL'den 150 TL'ye çıkıyorsa, yukarıda sayılan kalemlerden birinin veya birkaçının fiyatı yükseldiği için evin değeri artmıştır. Kimse suni bir şekilde evin fiyatını sürekli olarak yukarıda tutamaz. Varsayın ki Müteahhit Ali değeri 100 TL olan bir evin fiyatını 150 TL'de tutmaya çalışıyor. Mutlaka, Ali'den daha akıllı birisi çıkıp o evleri gerçek değeri olan 100 TL'ye satacağı için, Ali de ister istemez fiyat indirmek zorunda kalacaktır. Dolayısıyla teoriye göre, rasyonel bireylerin olduğu bir piyasada fiyatlar, suni olarak yükselmez.

EPH, kısaca bu iki maddeyle özetlenebilir. Halen Harvard'da Emeritus Profesör olan ve birçokları tarafından geleceğin Nobel

adayları arasında gösterilen Michael Jensen, 1978 yılında EPH'yi şöyle övüyordu:

“Ekonomide Etkin Piyasalar Hipotezi kadar verilerle desteklenmiş, ayakları somut yere basan başka bir önerme yoktur.”

Yıllardır her türlü eleştiriye rağmen, EPH'nin ilk kısmı olan “Bedava yemek yoktur” iddiasının halen geçerliliğini koruduğunu söylemek yanlış olmaz. O sebeple ikinci kısım olan “Fiyatlar doğrudur” kısmına yukarıda anlattığım bağlamda değinelim.

Shiller, 1981'de yazdığı bir makalesinde hisse senedi fiyatlarının EPH'nin öne sürdüğünden beş ila on üç kat daha fazla oynaklığa sahip olduğunu göstermiş, 2005 yılında da (2007 krizinden çok önce) konut fiyatlarındaki anormal yükselişe dikkat çekmiş ve finans literatüründe olmayan balon kavramını gündeme getirmişti. Halbuki EPH'ye göre bir piyasada fiyatları yüksek bulanların o piyasadan hemen çıkmaları ve fiyatları düşürmeleri gerekirdi. Ancak böyle olmadı.

2007 küresel finansal krizde de görüldü ki, ev fiyatlarında balon oluşabiliyor ve bu balon uzun süre insanlar tarafından fark edilmeyebiliyor. Konut fiyatlarındaki balonun varlığıyla ilgili piyasayı uyaran Shiller bile uyarısını yaptığında 2005 yılıydı. Yani krizden tam iki yıl önce. İnsanlar yine satın almaya devam ettiler, balon patlamadı. Çünkü daha önce de açıkladığımız gibi, insanlar sırf başkalarından geri kalmamak için ne olduğunu bilmedikleri, nasıl ödeyeceğini hesaplayamadıkları, hatta riskli olup olmadığını bilmedikleri kredileri alabiliyorlar. Balonun patlaması genellikle aniden ve deprem şeklinde oluyor.

Fiyatların sanal olarak şişmesi, balon oluşması psikolojik bir vakadır ve EPH'nin ileri sürdüğü gibi imkânsız değildir. Tarihte defalarca olmuştur. Sadece biz unutuyoruz. Zaman zaman yaşanan krizler bize bunu tekrar hatırlatıyor. Tarihçi James Grant'ın da dediği gibi, “Bilimde ve mühendislikte gelişmeler kümülatiftir

(ekleyerek gider), ancak finansta mevsimseldir". Yani bir gün bilinen yarın unutulur gider ve dünya bir kısır döngü halinde kriz geçirip durur.

İnsan rasyonel bir varlık değildir. En azından her zaman rasyonel hareket etmez. Birçok psikolojik faktör, insanın rasyonel olmayan şekilde alım-satım yapmasına, bir mala ya da ürüne ederinden daha fazla vermesine sebep olabilir. Bu da fiyat balonlarına sebebiyet verir.

Krugman 2009 yılında, EPH'yi krizin en önemli sebeplerinden biri olarak gördüğünü söylemişti:

"Etkin piyasalar hipotezine olan inanç, ekonomistlerin çoğunluğunu olmasa bile birçoğunu tarihteki en büyük finansal balonu görmeyecek şekilde kör etmiştir. Teorinin kendisi de bu balonun oluşmasında birinci derecede rol oynamıştır."

Shiller'in de konuyla ilgili görüşü çok net:

"Etkin Piyasalar Hipotezi, iktisadi düşünce tarihindeki en çarpıcı hatadır."

Geldiğimiz noktada piyasa/devlet dengesinde ibre yavaş yavaş devletin biraz daha etkin olduğu bir mekanizmaya doğru kayıyor. Dolayısıyla sıkı denetleme ve düzenlemelere tabi bir ekonomik ve finansal piyasanın bunlardan arı olan piyasaya göre daha verimli çalışabileceği kriz sayesinde görülmüş oldu. Tabii ki hangi başlıkların düzenleneceği ve nasıl bir düzenleme yapılması gerektiği meselesi bu yazının konusu değildir.

Sonraki bölümlerde insanların gerek günlük yaşamda gerek ekonomik ve finansal işlerinde ne tür yanlışlara maruz olduğuna, bunların bazen kendimiz bazen de hükümetler tarafından nasıl yönetilebileceğine işaret edeceğim.

Ekonomiyi Daha İnsani Hale Getiren Adam: Richard Thaler

Rochester Üniversitesindeki doktora hocası onun için “Ondan fazla bir beklentim yoktu” demişti ama o, 2017 yılında Nobel Ekonomi ödülünü aldı. 1970 yılından beri klasik ekonomideki rasyonel, akıllıca ve tutarlı hareket eden insan varsayımına sürekli karşı çıkmış ve Etkin Piyasalar Hipotezi (EPH) pek akıllına yatmamıştı. Bu sebeple ekonomi teorisini hep sorgulamış, teoriyle ters düştüğünü düşündüğü olaylara dikkat kesilmişti. Bu akıldışılıkları nazikçe “anormallikler” olarak adlandırdı. Bu anormalliklerle ilgili yazılar yazdı, seminerler düzenledi, yaz okulları yaptı. Doğrunun peşinde koşuyordu.

Piyasadaki yatırımcıların bazen akıldışı hatta aptalca davrandığına dair iki önemli örneği vardı Thaler’ın. Bunlardan birincisi 2000 yılında Palm adlı şirketin değerinin 3Com adlı şirketin değerinin yaklaşık iki katına çıkmasıydı. Bu olayı akıldışı yapan şey şuydu: 3Com adlı şirket Palm’ın yüzde 94’ünün sahibiydi. Nasıl olurdu da bir şirket onun sahibi olan şirketten daha değerli olabilirdi? Düşünsenize on tane şubesi olan “Tatlises Lahmacun”un sahibisiniz. Şirketinizin toplam değeri 10 milyon TL olsun ama Beşiktaş’taki şubenizin değeri 15 milyon TL olsun. Eğer bu doğruysa diğer şubelerinizin değeri -5 milyon TL demektir. 3Com için de kabaca durum buydu. Eğer bu mümkünse, 3MCorp’un diğer şirketlerinin değeri de negatif demektir, ki böyle bir şey de mümkün değildi. Ama bu olmuştu. Hatta Thaler’ın anlattığına göre, bir öğrencisi bu durumdan istifade edip, hiçbir risk almadan kendisine spor bir araba bile almış. Bu öğrencinin yaptığı basit olarak ucuz olan 3Com şirketinin hisselerine yatırım yapmaktı,⁶ çünkü 3Com’un hisseleri sahibi olduğu şirketin hisselerinden daha ucuzdu.

6. Finans bilenler için biraz detay: Bu öğrenci 3Com’un hisselerini alıp, aynı değere denk gelecek kadar Palm’ın hisselerini açığa satmıştı. Ancak açığa satış için yeterli kadar hisse bulamadığı için ancak bir spor araba alabilmişti. Yoksa bu yolla milyarlar bile olunur.

İkinci örneği ise Cuba adlı borsada işlem gören bir fondu (şirket gibi düşünebilirsiniz). Bu şirketin Küba ile (Küba, İngilizce Cuba olarak yazılıyor) hiçbir alakası yoktu ve ABD borsalarında işlem görüyordu. 2014 yılı Aralık ayında ABD Başkanı Obama, ABD'nin Küba'ya uyguladığı bazı ambargoları ve sınırlamaları esnetme kararını açıkladığı zaman Cuba adlı fonun borsadaki fiyatı bir anda 6.2 dolardan 12.7 dolara fırladı. Cuba'nın kârında veya sahip olduğu varlıklarda bir gecede hiçbir değişiklik yoktu. Cuba'nın Küba ülkesiyle hiçbir alakası da yoktu. Buna rağmen Küba'yla ilgili iyi bir haber hisseleri tam iki katına çıkarmıştı. Diyebilirsiniz ki, insanlar (buna dünyanın en büyük finansal yatırım şirketleri dahil) bir anlığına hata yapmış olamaz mı? Evet olabilir. Ancak bu hatanın düzelmesi, yani fiyatların 6 dolar civarına geri gelmesi neredeyse bir yılı buldu. Thaler'a göre bu olay, yatırımcıların ne kadar heyecanlı ve akıldışı davrandığına ve piyasanın bazen bu akıldışı hareketleri düzeltemediğine işaret ediyordu.

Thaler, yaptığı araştırmalarla ve deneylerle insanların her zaman kendileri için en iyi olan seçeneği tercih etmediklerini, sıklıkla akıldışı davranışlarda bulunduklarını iddia ediyordu.

Bunlardan en bilinenlerinden biri de “batık maliyet”. Varsayın ki bir şirket sahibisiniz ve şirketiniz Samsun'da 100 milyon TL'lik bir yatırım yaptı ve çok işe yarar bir getiri elde edemediği gibi 100 milyon TL de boşa gitmiş oldu. İşleri düzeltebilmek için 50 milyon TL'ye daha ihtiyaç duydunuz. Aynı anda başka bir arkadaşınız size Trabzon'da 50 milyon TL'lik aynı derecede kârlı olabileceğini düşündüğünüz başka bir yatırım imkânından bahsetti. 50 milyon TL'nizi Samsun'daki fabrikaya mı harcarsınız, yoksa Trabzon'daki yeni işe mi? Aynı derecede kârlı olduğu halde çoğu insan, paranın battığı ilk işi kurtarmayı yeğler, yani Samsun'daki yatırımı. Batan parayı kurtarmaya çalışmak hiç rasyonel bir davranış değildir, batan batmıştır, önemli olan 50 milyon TL'yi en iyi şekilde değerlendirmektir. Bu aynı yarım

saat seyrettiğiniz ama beğenmediğiniz bir filmi paranız boşuna gitmesin diye sonuna kadar bir saat daha seyretmek gibidir. Halbuki kaybedeceğiniz bir saatin de size bir maliyeti olup, bilet parasını kurtarmaya çalışmanın anlamı yoktur. Tenisi çok seven Thaler, bir tenis arkadaşının hikâyesini anlatır. Arkadaşı dirseğini sakatlamıştır ama tenis oynamaya devam eder. Niye böyle yaptığını sorunca da “Tenis kulübüne 300 dolar para verdim. Boşa gitmesin” der. Kitabın giriş bölümündeki Ümmiye teyzenin hikâyesine ne kadar benziyor değil mi?

Thaler *Yanlışı Davranışlar* kitabında bir arkadaşının, kızına aldığı yeni elbisenin hikâyesini anlatır. Arkadaşı, 6 yaşındaki kızı Cindy okulda giysin diye bir elbise almıştır ama Cindy yeni elbiseyi giymek istemez ve eski elbiselerle okula gitmek ister. Arkadaşı da Cindy’ye her anne babanın dediği gibi: “O kadar para verdik, boşa gitmesin, neden giymiyorsun?” der. Aralarında anlaşamayınca komşuları Thaler’ı hakem seçerler. Thaler da arkadaşına bunun bir hata olduğunu anlatmayı dener. Giden gitmiştir. Elbiseye verilen parayı kurtarmanın bir yolu veya anlamı yoktur. Giyse de para gitti, giymese de. Kızı başka yeni bir elbise alınmasını istemiyorsa (ki istemiyor) bu durumda parayı kurtarmanın bir anlamı yoktur. Thaler’ın tavsiyeleri pek işe yaramaz.

İnsan o kadar enteresan bir varlık ki, bir konunun uzmanı olmak bile seni o konu hakkında hata yapmaktan kurtaramıyor. Nitekim Thaler da yıllar sonra benzer bir hataya düşer. Önceden parası verilmiş bir tatile, bu sefer de kendi kızı gitmek istemez. Çünkü bir arkadaşının yaş gününe denk gelir. Thaler da kızına aynı “o kadar para verdik, boşa gitmesin” cümlesini kurunca, küçük kızından bir ekonomist cevabı alır: “Batık maliyeti kurtarmanın bir anlamı yoktur. Giden gitmiştir.”

Thaler, bu işin sadece bireysel düzeyde kalmadığını, bazen devletlerin de büyük karar hataları yaptığını söylüyor. Mesela, kitabında ABD’nin Vietnam savaşını bu kadar uzun

sürdürmesinin sebebini savaşa çok yatırım yapmış olması ve bu sebeple vazgeçememesi olarak açıklıyor.

Thaler'ın Bardakları

Hayatta birçok şeye sahibiz: Ev, araba, iş, bisiklet, masa, sandalye, kalem vs. Bir de sahip olduğunuz ıvrı zıvrı şeyleri düşünün. İlkokul hayat bilgisi defteriniz, ortaokul karneniz, ilk pasonuz vs. Bunların hepsinin ekonomik olarak parasal bir karşılığı var. Ev çok değerli bir şeyken, araba ondan daha ucuz bir şeydir genellikle (eğer Ferrari sahibi değilseniz). Bazı eşyalar size göre çok değerli olsa da başkaları için hiçbir şey ifade etmeyebilir.

Hayatımda ilk defa Chicago'da rastlamıştım. Evinden taşınan bir mahalleli bahçe kapısına astığı bir ilanla evin içindeki tüm eşyaları satıyordu. Çamaşır makinesi, bulaşık makinesi, buzdolabı vs. gibi eşyaların yanında tişört, pantolon, ayakkabı, çay bardakları vs. gibi şeyler de satılıktı. Ancak satışı adamın kendisi değil aracı bir şirket yapıyordu. Evdeki tüm eşyaların üzerinde bir fiyat etiketi vardı ve evin kapısında da bir kasiyer bulunuyordu. Eve girip istediklerinizi alıp kasada ödeyip çıkıyordunuz. Meraktan gittim. Çok şaşırtıcıydı. Tişörtler 2-3 dolar, ayakkabılar 3-4 dolar, montlar 7-8 dolara satılıyordu. Ne kadar kullanılmış olsa da çok ucuz gelmişti bana. Ev sahibi de ortalıkta değildi. Neden ev sahibi değil de aracı bir şirket yapıyordu bu satışı? Fiyatları görünce o evden en fazla 3000-5000 dolarlık eşya çıkacağını düşündüm. Aracı şirkete sordum: "Neden satışı evin sahibi yapmıyor da siz yapıyorsunuz?" Şirket çalışanı delikanlı, ev sahiplerinin eşyaların her birinde bir hatırası olduğundan, satmaya kıyamadığından ve bu sebeple eşyalara hep yüksek fiyat verdiğinden bahsetti. Bu aslında bildiğim bir şeydi. Thaler'ın bir makalesinde okumuştum. Thaler, bunun sıkça rastlanan psikolojik bir vaka olduğundan bahsediyordu. Basit olarak olay şuydu: Thaler, öğrencilere üzerinde üniversitenin

amblemi olan bardaklar hediye etmiş ve bu öğrencilerden bardağın parasal değerini tahmin etmelerini istemişti. Başka bir grup öğrenciye ise bardak hediye edilmeden aynı şey sorulmuştu. Bardağa sahip olanlar, genellikle sahip olmayanlara göre bardağın değerini iki katından daha fazla tahmin etmişlerdi. Thaler'ın *sabıplık etkisi* diye adlandırdığı bu etki, bana Trabzon'da yaşayan ve evini 5-6 yıldır satmak isteyen ama satamayan bir akrabamı hatırlattı. Evini o kadar değerli görüyordu ki, kimse onun aklındaki parayı vermediği için evini satamıyordu ve ev yıllardır boş duruyordu.

Bu deneyin sonuçları dünyanın birçok ülkesinde tekrar edilmiş. Genellikle hep üzerinde üniversite amblemi olan kahve bardaklarıyla. Nedense pek kimse bu deney için defter, kitap, cüzdan vs gibi başka bir ürün kullanmayı düşünmemiş. Dolayısıyla deneyin yapıldığı her üniversitede bu deneyi yapabilecek kadar bardak satılmış. Thaler diyor ki: “Bu bardakları kim yapıyorsa bana bir akşam yemeği borçlu.”

Thaler'ın davranışsal ekonomi literatürüne katkısı saymakla bitmez. Arkadaşı Sunstein onun için şöyle demişti: “Bu alanda etkisi o kadar büyük ki, Thaler adını hiç duymayanlar, davranışsal ekonominin ne olduğunu hiç bilmeyenler bile onun müziğinin sesine kulak veriyorlar.”

Thaler, birçok araştırmasını aile ziyaretlerinden edindiği izlenimlerle yaptığını söylüyor. İnsanları anlamak için onlarla konuşmak gerektiğinden bahsediyor ve Adam Smith'in ekonomiyi anlamak için yaptığı iğne fabrikası ziyaretlerini örnek veriyor. Fildişi kulelerden insanların anlaşılamayacağını vurguluyor. O sebeple Thaler Nobel ödülünü aldığı anda bir arkadaşı onun için, “Ekonomiyi daha da insani hale getirdi” dedi. İnsanların akıldışlıkları hayatımızın her yerinde ancak ekonomi kitaplarında pek yok. Birinin bunu bize göstermesi gerekiyordu. Teşekkürler Thaler...

Öneriler

- Richard Thaler ve araştırmalarını merak ediyorsanız, *Misbehaving* adlı kitabını mutlaka okumalısınız. Tam bir şaheser. Bu kitabın yazıldığı tarihlerde henüz Türkçeye çevrilmemişti. Ama Nobel ödülünü yeni aldığı için, siz bu satırları okurken belki bir tercümesi yayınlanmış olur.

2. BÖLÜM

Hata

Yapıyorum

Öyleyse

Varım

Davranışsal Ekonomi Nedir?

Bir ekonomist bir gün kapısının önünde bir şeyler aramaktadır. Tam o sırada oradan geçmekte olan bir polis adamın yorgun halini görür ve ne aradığını sorar. Ekonomist:

- Çarşıda anahtarlarımı kaybettim onu arıyorum, der.
- Çarşıda kaybettiğin anahtarları neden evinin önünde arıyorsun? Çarşıya gitsene.
- Çarşı hem soğuk hem kalabalık. Burası hem sıcak hem de sakin. Burada aramak daha kolay.

Ekonomistlere atfedilen en büyük eleştirilerden biri hayattan kopuk oluşlarıdır. Onlar için önemli olan anahtarın olduğu yer değil, olması gereken yerdir. Olması gereken yeri de kendileri uydururlar.

İnsan hata yapan bir varlıktır. Ancak ekonomistler, insanı hata yapmayan ve her türlü bilgiyi düzgün bir şekilde inceleyerek en doğru ve en rasyonel kararı verebilen bir varlık olarak ele alır. Yani insanın olması gereken yer burasıdır. Burada rasyonellikten kastedilen kendisi için en iyiyi seçmek ve bunu tutarlı bir şekilde yapabilmektir. Bir örnek vereyim:

Kredi kartları. Klasik ekonomiye göre, herkes kredi kartı alırken ne kadar geliri olduğunu bilir. Dolayısıyla kaç tane kredi kartı alması ve her ay ne kadar harcaması gerektiğini hesaplar ve ona göre hareket eder. Ancak, hepimiz biliyoruz ki, birçok insan bu hesabı ya yapamıyor ya da ihmal ediyor. Sonuç; borcunu öde(ye)meyen yüzbinlerce insan. 2017 Ağustos ayında toplam öden(e)memiş kredi kartı borcu yaklaşık 7 milyar TL'yi buluyordu. Toplu rakam verince insana çok afaki geliyor biliyorum. Stalin, “Bir insanın ölümü trajiktir, ama bir milyon insan ölürse buna istatistik denir” der.

Asgari ücretle çalışan komşumuzun 50.000 TL kredi kartı borcu olduğunu duyunca şoke olmuştum. Bu onun için bir trajediydi. Etrafınızda benzer trajediler bulacaksınız eminim. Ekonomistlere göre piyasalarda herkes çok akıllıca hareket ettiği için ne insanları ne de bankaları korumaya gerek var. Ancak gördüğünüz gibi durum hiç de öyle değil. On binlerce kredi kartı mağduru var ve yıllardır bu sorunu nasıl çözeceğimizi tartışıyoruz. Halbuki basit bir önlemle, mesela bu maaşının belirli bir katından daha fazla borçlanamamak olabilir, bu tarz sorunların sayısı azaltılabilirdi. Hâlâ çok geç değil.

Davranışsal ekonomi, insanların normal olduğu varsayımı üzerine kuruludur. İnsanların hata yapabildiğini, bazen hiç akıllıca tercihler yapmadığını ve birçok şeyden etkilenerek normalde vermeyeceği bir kararı pekâlâ verebildiğini söyler. Bu sebeple, davranışsal ekonomi yazınında psikoloji biliminden önemli oranda istifade edilir. Psikolojinin yanında, sosyoloji, nöroloji, tıp ve hatta din bile davranışsal ekonomiye katkı sağlayan diğer alanlardır. Davranışsal ekonomide ileri sürülen teorilerin çoğu gözlem ve deneylere dayalıdır. Bu deneylerin çoğu sınıflarda, üniversite laboratuvarlarında yapılır. Bu sebeple ana akım ekonomistler tarafından pek benimsenmez. Adı üstünde deney. Ancak deneyler de insan davranışlarına dair çok önemli ipuçları verir. Bu kitapta insan davranışlarıyla ilgili bol bol de-

ney ve saha araştırması okuyacaksınız. Bunların bir kısmından kendinize dersler de çıkarabilirsiniz.

Davranışsal ekonomi son on yıla kadar pek önemsenmeyen bir bilim dalıydı. Bu alanda araştırmalarıyla bilinen Richard Thaler, Chicago Üniversitesinde beraber çalıştığı ve 1990 yılında Nobel ödülünü alan meslektaşısı Merton Miller'ın koridorda kendisiyle göz göze bile gelmek istemediğinden, bazen yolunu değiştirdiğinden bahseder. Davranışsal ekonomiyle uğraşanlara lüzumsuz işlerle uğraşan insanlar gözüyle bakıldı uzun yıllar. Son zamanlarda bu bakış açısı büyük oranda değişti. Bu değişimde 2007 krizinin önemli etkisi olduğunu düşünüyorum. Çünkü bu finansal kriz insan davranışlarını önemsememenin maliyetinin çok ağır olduğunu herkese acı bir tecrübeyle öğretti.

Bu alanda çalışanlar son zamanlarda ekonomi camiası tarafından daha fazla önemsenmeye başladı. Bu alanla ilgili çalışanlar Nobel ödülü almaya başladılar. Ekonomi alanında Nobel ödülü verilmeye başlandığı 1969 yılından 2006 yılına kadar geçen 37 yılda bu alanda çalışan sadece dört kişiye ödül verilirken (yaklaşık 10 yılda 1 kişiye denk geliyor), 2007 yılından 2017 yılına kadar geçen 10 yılda bu alanda çalışan üç kişiye ödül verildi.⁷

Davranışsal ekonominin bulguları sadece ekonomistleri değil aslında herkesi ilgilendiriyor. Çünkü bunlar bazen “alışveriş yaparken nasıl şampuan seçtiğimiz”, bazen “elimizdeki parayla nasıl yatırım yaptığımız” gibi günlük hayattaki birçok temel sorumuzla ilgilidir. Karar vermek son zamanlarda o kadar önemli bir konu oldu ki çeşitli bilim dalları bu konuyla ilgilenmeye ve teoriler geliştirmeye başladılar. Hatta “Karar Verme Bilimi” diye ayrı bir bilim alanı bile oluştu. Ekonomi bilimi de insanların bu tercih ve kararlarıyla fazlasıyla ilgilenir. Çünkü bireyler aldıkları kararlar sonucunda harcama yaparlar ve yapılan toplam harcamada da ülke ekonomisinin genel gidişatını belirler.

7. 1978-Herbert Simon, 1993-Robert Fogel, 2001-George Akerlof, 2002-Daniel Kahneman, 2009-Elinor Ostrom, 2013-Robert Shiller ve 2017-Richard Thaler.

Davranışsal Finans

“Davranışsal ekonomiyi anladık da davranışsal finans nedir?” diye soruyor olabilirsiniz. Davranışsal finans da, davranışsal ekonominin bir alt dalıdır ve finansal kararlarımızla ilgilenir. Bu alanda çalışan araştırmacılar benzer psikolojik veya dışsal faktörlerin finansal karar verme mekanizmalarımıza etkisini incelerler. Hangi etkenlerin hisse senedi satın alma isteğimizi artırdığını ya da azalttığını davranışsal finans çalışan araştırmacılar inceler. Mesela hava durumunun, o günkü ruh halimizin aynı günkü hisse senedi satın alma isteğimiz üzerinde etkisi olduğuna dair araştırmalar vardır. Ya da hesap açmak istediğimiz zaman hangi bankayı nasıl seçtiğimiz, kredi kartlarıyla neden normalden daha fazla harcama yaptığımız gibi konular davranışsal finansın ilgi alanına girer.

Kitabın ilerleyen bölümlerinde davranışsal ekonomi ve davranışsal finans alanında yapılan deneylerden ve çalışmalardan detaylı bir şekilde bahsedeceğim için bu bahsi şimdilik burada kapatıyorum.

Kıssadan hisse

- Davranışsal ekonomi, insanların rasyonel değil normal olduğunu varsayar. Normal insan hata yapar, karar verirken etrafında olup bitenlerden etkilenir ve tutarlı davranmayabilir.

Öneriler

- Bu alanla ilgileniyorsanız, Dan Ariely'nin *Akıldışı Ama Öngörülebilir ve Dürüst Olmamanın Ardındaki Dürüst Gerçek* adlı kitaplarını okuyarak iyi bir başlangıç yapabilirsiniz.

Bol Bulunca Ne Yaparız?

Varsayın ki bir parfüm dükkânına gittiniz ve kendinize güzel bir parfüm seçmek istiyorsunuz. Parfüm firmaları size (abartısız) yüzlerce seçenek sunuyorlar. İstedığınız kadar parfüm dene-yebilir ve istediğinizi satın alabilirsiniz.

Sonsuz bir seçme özgürlüğü. Vitrinle-rin önlerine konmuş test ürünlerinden birinci parfümü sıkıyor ve kokluyor-sunuz, fena değil ama daha iyisini bu-labileceğinizi düşünüyorsunuz. İkinci parfümü deniyorsunuz, sanki daha iyi ama tam da aradığınız bu değil. Üçün-cüye geçiyorsunuz, derken dört, beş. Durun bir dakika, ilk parfümün koku-sunu unuttunuz. Tekrar koklamak is-tiyorsunuz ama bu sefer ikinci nasıldı derken beyniniz isyan ediyor. Kontrolü kaybettiniz ve kokuları unuttunuz. En sonunda çoğu insan gibi ya eskiden kullandığınız parfümü satın alıyorsa-nuz ya da size o sırada yardımcı olan personelin tavsiyesini dinliyorsunuz. Yani önünüze konan yüzlerce seçe-nek işinizi kolaylaştırmış gibi görünse de aslında zorlaştırmış oluyor. Ancak

siz bunun farkında bile değilsiniz. Siz mağazanın size sonsuz seçim özgürlüğü sunduğunu zannediyorsunuz. Hepimiz karar verirken, en iyisini seçebilmek amacıyla var olan seçeneklerin olabildiğince çok olmasını isteriz. Çünkü daha fazla seçeneğin en iyiyi bulmayı kolaylaştıracağını düşünürüz. Daha fazla çeşi-din bize seçme, düşünme ve karar verme özgürlüğü verdiğini sanırız. Ama aslında hiç de öyle değildir.

İnsan rasyonel
bir hayvandır.
—Aristo

İnsan
rasyonel değil,
rasyonalize
eden bir
hayvandır.
—Robert Heinlein

İnsan ne zaman
akla uygun
davranması
gerekse kendini
kaybeden
rasyonel bir
hayvandır.
—Oscar Wilde

Şimdi Columbia Business School'da profesör olan Sheena Iyengar ve onun doktora yıllarında tez hocası olan Lepper, yaptıkları bir deneyde çok seçenekli mağazaların daha fazla müşteri çektiklerini, ancak bu seçenek sayısının satışlara yansımadağını gösterdiler. Seçenek bolluğu hayatımızın her yerine sirayet etmiş durumda. Süpermarketlerdeki şampuan sayılarını, diğ macunu çeşitlerini düşünün. Boyner gibi mağazalarda yaklaşık 50 çeşit jean pantolon vardır. Bunların hepsini denemek için özgürsünüz ve doğal olarak da istediğinizi alabilirsiniz. GSM şirketlerini aklınıza getirin. Onlarca tarife seçenekleri sunuyorlar. Bu tarifelerin kaç tanesini inceleyip kendiniz için en uygun olanına karar veriyorsunuz? Belki 1-2 tane inceleyip geri kalanlarına bakmıyorsunuz bile.

Bankalar için de benzer durum geçerlidir. Mesela ev kredilerini (mortgage) düşünün. Türkiye'nin en büyük bankalarından birinin web sayfasında tam 21 çeşit mortgage ürünü saydım. Bir de buna diğ bankaları ekleyin. Sonuç, tüketici için kesinlikle bir kafa karışıklığı. Bankalar bunu iyilik olsun diye yapıyor olabilirler. Sonuçta müşterilerine büyük bir özgürlük alanı açıyorlar. Ancak durum öyle değıl. Çokça finansal ürünün olduğı yerde insanların seçme zorluğu yaşadığı ve seçemediğini biliyoruz. Iyengar, seçenek sayısının azaltıldığı yerde insanların daha fazla katılım sağladığını ve daha rahat seçebildiğini yaptığı birçok deneyle gösterdi.

Mortgage ürünlerinin çokluğu ve seçme problemi ABD'de de çokça tartışılan konuların arasında olup, 2007 krizinin arkasında bu seçenek çokluğunu gösterip bankaları suçlayan bile oldu. Çünkü o kadar fazla kredi çeşidi vardı ki, insanların bu kredi çeşitlerinin arasından kendileri için en iyi olanı bulmak için saatlerce bazen günlerce hesap yapmaları gerekiyordu. Onlarca ürünün olduğı yerde ise bu hesapları yapmak bile başlı başına bir hizmet sektörü haline geldi ve insanların kararlarını kolaylaştırmak yerine başlarına yeni bir iş açtı. Ekstra para verip

bu araçlardan hangi krediyi seçmeleri gerektiğine dair hizmet alanlar olsa da birçok insan bunu yapamadı ve bankaların en iyi pazarladığı ürünü aldılar. Burada şöyle bir soru akla gelebilir: Sonuçta hiçbir banka kimseyi bir şeye zorlamadı, özgür iradelerine müdahale etmedi. Dolayısıyla ortada nasıl bir sorun olabilir ki? Evet bankalar ve finansal kurumlar insanların özgür iradelerine müdahale etmedi. Ancak yaşanan bu acı tecrübeden sonra öğrendik ki, insanlar özgür iradelerine müdahale edilmeden de yanlış ürünlere ve politikalara yönlendirilebiliyorlar.

Bu iki türlü olabilir: Birincisi insanların büyük bir çoğunluğu yeteri kadar finansal okuryazarlığa sahip değil. Faizli bir üründe ödeme nasıl hesaplanır, maliyet nasıl karşılaştırılır bilemiyorlar. Dolayısıyla, bu insanlar bankaların iyi dediğine iyi, kötü dediğine ise kötü gözle bakıyorlar. İkinci tür yönlendirme ise tamamen masum yollarla yapılıyor. Ortada onlarca ürün varsa, bu kuruluşlar ürünlerin arasından bir tanesini seçip bunu ön plana çıkarabiliyor. Size yanlış bilgi vermiyorlar ama ön plana çıkarılan bu ürün, sizin için uygun ürün olmayabiliyor.

Burada, dünyadaki bazı yanlış uygulamalara değinmekte fayda var. Bunlardan en çok bilineni değişken ödemeli kredilerde yaşıyor. Mesela, ABD’de bazı bankaların ilk ödemeleri düşük göstererek müşterilerini kandırdıkları ve bu sebeple cezaya çarptırıldıkları biliniyor. Müşteriler, düşük ödemeyle kandırılıyor ve sonradan yükselen ödemeler karşısında çaresiz kalıyorlar. Şöyle bir örnek verebiliriz: Varsayın ki toplamda her ay 1000 TL ödeyerek 12 ayda toplam 12.000 TL ödemeniz gerekiyor. Ancak, 1000 TL’nin size çok geleceğini bilen banka, size şöyle bir öneri getiriyor: Bu krediyi çekerseniz, ilk üç ayki ödemeniz 750 TL olacak, sonra ödemeleriniz gittikçe artacak. Başlarda yaptığınız az ödemeler, ilerideki taksitlerinizin yüksek olmasına neden olacak. İnsanlar ilk söylenen rakama, yani 750 TL’ye odaklanırlar ve ileriki rakamlar pek de gözüne çarpmaz. Bu sebeple, bu tarz öneriler müşterilere hep cazip gelir.

Bu tür durumlarda ne yapılabilir? Kredi çekmek gibi finansal alışverişlerde, insanlar bankaya gitmeden önce aylık ödeyebilecekleri miktarı mutlaka önceden belirlemeli. Bu, maaşın üçte birini asla aşmamalı. GSM örneğinde ise aslında insanların tek tek tüm seçenekleri incelemekten başka yapabileceği pek fazla bir şey yok. Firmalar da insanların bu şekilde davranacaklarını bildikleri için bazı ürünleri daha fazla öne çıkararak insanların kendi öne çıkardıkları ürünü tercih etmelerini sağlayabilirler. Aynı şey finansal kuruluşlar için de geçerli. O sebeple çok seçenekli ürün satın alırken, yine belirli kriterlerle alışverişe çıkmak en akıllıcası. Mesela, “aylık 500 dk. konuşma ve 2 GB internet bana yeter”, veya “mavi, bol kesim bir jean pantolon alacağım” gibi. Her şeyde kriter koymak kolay değil biliyorum ama bir-iki tane kuralla dahi olsa kendinizi önceden programlamazsanız kafa karışıklığı yaşamamız kaçınılmaz olacaktır.

Bu tür durumlarda, denetleyici ve düzenleyici kurumların önemi çok büyük. Bankalar için Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK), telekom şirketleri için Bilgi Teknolojileri Üst Kurumu gibi kurumlar yerinde düzenlemeler yaparak kişilerin özgürlüğünü sınırlamadan seçim yapmalarını kolaylaştırıcı tedbirler almalılar. BDDK'nın bu alanda çok yerinde düzenlemeleri var. Örneğin, ödeme plan ücreti vs. çeşitli adlarla istenen masrafların yasaklanması, kredinin önerildiği gün ile alındığı gün arasında en az bir gün olmasının zorunlu olması gibi tedbirlerle insanlara düşünme ve doğru karar verme alanları açtı. Zaman ilerledikçe bunun gibi başka birçok düzenleme yapılabilir. Burada amaç müşterilerin olası yanlış yönlendirilme durumlarını engellemek olmalı. Gerek telekomünikasyon, gerek finans, gerekse de başka sektörlerde düzenleyici kurumlar seçenek sayısının belirlenmesinde de etkin rol alabilir. Bu, özgür seçimi kısıtlayıcı bir uygulama değil, insanların zaten yapamayacakları bir iş yükünü üzerlerinden alıp rahat seçmelerini kolaylaştırıcı bir tedbir olacaktır.

Peki ideal seçenek sayısı nedir? Bu konuda çalışan bir bilim insanı olan Miller, bu soruyu yaklaşık 60 yıl önce cevapladı. Miller'a göre insanlar en iyi tercihi yedi seçenek arasından yapıyorlar. Bu, duruma göre iki aşağı iki yukarı olarak değişebiliyor, yani bazen beşe düşebiliyor bazen de dokuz çıkabiliyor ama bunun ötesindeki seçenek sayısının olduğu yerde insanlar hata yapmaya başlıyorlar. Bazı şirketlerin daha çok seçenek sunarak daha fazla müşteri çekmeye çalıştıkları doğrudur. Ancak bunun iki soruna yol açtığı unutulmamalıdır: Birincisi, çok seçenek daha fazla raf, tezgâhtar, kargo gibi kaynak kullanımı gerektirdiği için daha fazla masraf demektir. İkincisi ve daha önemlisi ise müşterilere daha fazla seçenek sunulması, onları kararsızlığa ittiği için satışların düşmesi anlamına gelebilir. Bazı şirketler insanların bu seçme sorununu çoktan keşfetti ve akıllı çözümler sunmaya başladılar bile. Mesela Procter&Gamble şirketi de bunu keşfedenlerden. Ürettikleri Head&Shoulders adlı şampuanın 26 çeşidini 15'e düşürünce satışları yüzde 10 arttı.

Sonuç olarak rasyonel aklın önermesinin tersine olarak her şeyin daha fazlası insanlar için daha fazla mutluluk verici değildir. Belirli bir noktaya kadar seçeneklerin çokluğu iyi bir şeydir. Bu belirli nokta ise yaklaşık yedi seçenektir. Bunun ötesindeki seçenek sayısı insanların kafasını karıştırmaktan başka bir işe yaramıyor.

Kıssadan hisse

- Fazla seçenek, çoğu zaman iyi değildir, kafa karıştırır.
- Aklınızda belirli kriterlerle alışverişe çıkın. Mesela “mavi, bol kesim jean pantolon alacağım” veya “aylık 500 dk. araması olan bir paket alacağım” gibi. Bu tarz kriterler koymazsanız, kafa karışıklığına maruz kalmanız kaçınılmaz.
- Finansal alışverişlerde, mutlaka önceden aylık geri ödeyebileceğiniz miktarı belirleyin. Mesela “aylık en fazla 1000 TL ödeyebilirim” gibi. Sadece başlardaki ödemelere değil, toplam ödemeye, ortalama faiz/katkı payına bakmak başlangıç için faydalı olabilir.

Araştırmacılar için öneriler

- Apple ve Samsung'un model sayılarını karşılaştırın. Zaman içinde model ve çeşitlerinde artış oldu mu? Sonuçları ne oldu?

Beynin Çıpalanması

Beynin çabuk hareket etmeyi seven bir yapısı vardır. Duyduğuna hemen inanma, çoğunluğun yaptığını yapma gibi davranışlar beynin düşünmeden, hızlıca yaptığı hareketlere örnek verilebilir. Buna otomatik pilotta hareket etmek de diyebiliriz. Yalnız, otomatik pilotta hareket etmek için de beynin bazı bilgilere ihtiyacı vardır. Önceden elde ettiği bilgileri referans alması, daha önce takıldığı bambaşka bir şeyin etkisinde kalması gibi etkiler bunların arasında sayılabilir.

Mesela, size Singapur'un nüfusu 35 milyonun üzerinde mi altında mı diye sorsam... Cevabınız ne olurdu? Lütfen devam etmeden önce cevabınızı aşağıda işaretleyin.

- a. Evet, 35 milyonun üzerinde
- b. Hayır, 35 milyonun altında

Peki şimdi, şuraya Singapur'da ne kadar insan yaşadığıyla ilgili tahminizi yazın:

Singapur'un nüfusu:

Eğer sorunun cevabını bilmiyorsanız, ikinci soruma verdiğiniz cevap 35 milyona yakın bir şey olmalı. Genellikle böyle oluyor. Halbuki Singapur'un nüfusu yaklaşık olarak sadece beş buçuk milyon. İlk sorudaki 35 milyon sayısı sadece sizi etkilemek ve ikinci soruda yanlış cevap vermenizi sağlamak için kurgulanmış bir soruydu. Ben size ilk soruyu sormadan,

Sheena Iyengar

Hintli bir ailenin çocuğu olarak Kanada'da dünyaya gelen Sheena Iyengar, Pensilvania Üniversitesinde hem ekonomi hem de psikoloji okudu. Doktorasını ise Stanford Üniversitesinde sosyal psikoloji alanında yaptı. Yazdığı doktora tezi, 1998'de yılın en iyi doktora tezi seçildi. Halen Columbia Business School'da profesör.

Iyengar'ı ilginç yapan şey mezun olduğu veya çalıştığı okullar değil sadece. Iyengar, 10 yaşından beri göremiyor. Dünyada hiçbir şeyi gözüyle seçemiyor yani. Eşini bile görmeden seçti. Ancak seçmek, tercih yapma ve seçenek sayıları konusunda dünyanın en önemli araştırmacılarından biri. Yazdığı The Art of Choosing adlı kitap gerek Amazon gerekse de Financial Times tarafından dünyanın en iyi iş kitapları arasında gösteriliyor.

doğrudan ikinci soruyu sorsam muhtemel gerçeğe daha yakın bir cevap verirdiniz. İlk soruyla beyninize 35 milyon gibi bir sayıyı yerleştirmiş, beyninizi çıpalamış oldum.

Bu ve benzer deneylerle insan beyninin çıpalandığını ilk gösteren bilim insanı olan Dr. Kahneman, aslında hayatta bazı kararları alırken hiç de rasyonel olmayan bir şekilde başka ve alakasız şeylerden etkilendiğimizi ortaya koydu. Tabii beynimizin bu hatasının farkındaysak, herkesin beyninin de aynı hatayı yapacağından hareketle kendimizi avantajlı duruma getirmemiz de pekâlâ mümkün. Karşı karşıya olduğumuz ve bir karara varılması gereken durumlarda ilk sözü söyleyen karşısındaki bireylerin beynini kendi kararına göre çıpalılar. Kahneman buna en iyi örneğin pazarlıklar olduğunu söyler. “Ne verirsin?” diye sorulduğu durumlarda soruyu cevapsız bırakmayın. Satış, ya sizin söyleyeceğiniz fiyat etrafında cereyan eder ya da hiç gerçekleşmez. Eğer fiyatı ilk söyleyen karşı tarafı ve önerilen fiyat kafanızdaki fiyata yakınsa pazarlığa girin. Eğer değilse, pazarlıktan çıkın, çünkü ilk sözü söyleyen karşısındaki beyni (yani sizinkini) çıpalılar ve kendi fiyatına yakın bir yerde pazarlığın sonuçlanmasını sağlar.

Firmaların indirim politikaları genel olarak çıpalama üzerine kuruludur. 80 TL etiket görseniz almayacağınız bir ürünün fiyatının 100 TL’den yüzde 20 indirimle 80 TL’ye düştüğünü görünce almak istiyorsunuz. Çünkü beyniniz ilk konulan rakama kendini çıpalıyor. Dolayısıyla o ürün sizin için kaçırılmaması gereken bir fırsat haline dönüşüyor.

Kıssadan hisse

- İndirimli ürünlerde dikkatli olun. İlk fiyata odaklanmayın ve indirimin miktarı sizi yanıltmasın. Ürünü sadece son fiyatıyla değerlendirin.
- Pazarlıkta mümkünse ilk fiyatı siz önerin. Mümkün değilse, teklif edilen fiyata bakın. Teklif edilen fiyat kafanızdaki fiyata yakınsa

pazarlığa girin. Teklif edilen fiyat kafanızdaki fiyata yakın değilse, pazarlığa bile girmeyin, kaybeden taraf siz olursunuz.

- “Ne verirsin?” diye sorulduğu durumlarda soruyu cevapsız bırakmayın.

Öneriler

- Kahneman’ın benzer çalışmalarını merak ediyorsanız *Hızlı ve Yavaş Düşünme* adlı kitabı okunabilir. Amazon tarafından en çok satılan ama en az okunan kitap seçilmiş. (Kitap biraz kalın ve ağır ama konu hakkında biraz bilgi sahibiyseniz okuyabileceğiniz en iyi kitap.)
- Farkında olmadığımız şeylerin üzerimizdeki etkisine sıkça vurgu yapan *Focus* adlı filmi izleyin.

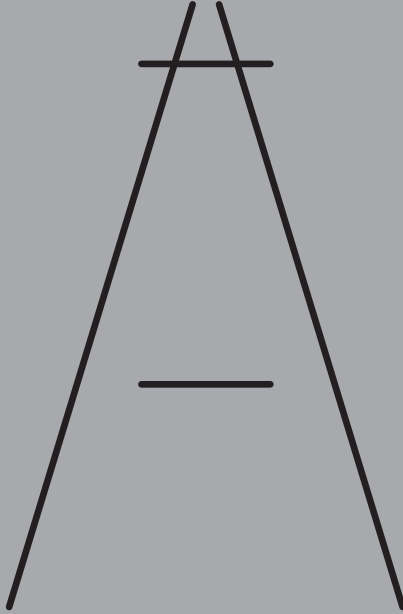
Hediye mi İade mi?

2007 krizi yaşanırken, ABD hükümeti yana yakıla krize çözüm bulmaya çalışıyordu. Tahvil alımları ve regülasyonlar gibi birçok şekilde ekonomiye müdahale ederek ekonomik durgunluğu aşmaya çalışıyordu. Bunlardan biri de 29 Ocak 2008’de çıkarılan vergi iadesi düzenlemesiydi. Buna göre ABD hükümeti, vatandaşlarına bazı vergi iadelerinde bulunacaktı. Amacı vergi iadesi alan insanların bunu harcayarak ekonomiye canlılık getirmelerini sağlamaktı. Ancak Chicago Üniversitesinden Nicholas Epley, 31 Ocak 2008’de *New York Times*’ta bir yazı kaleme alarak hükümete çok haklı bir itirazda bulundu. Epley daha önce yapmış olduğu bir deneyden yola çıkarak şunu iddia etti:

Sezgisel akıl
kutsal bir
hediyedir
ve rasyonel
akıl sadık bir
hizmetçidir.
Biz hizmetçiyi
onurlandıran
ve hediye
unutmuş bir
toplum yarattık.
—Albert Einstein

Bazen Sıfırdan Başlamak Gerekir

Önce, aşağıdaki şekle bakın ve yatay
iki çizgiden hangisinin uzun olduğunu
bulmaya çalışın.



İnsanlara verilen bir paraya vergi iadesi gibi bir isim vermek insanların onu harcamasına değil tasarruf etmesine sebep oluyordu. Bu tamamen psikolojik bir şeydi. Epley, vergi iadesi yerine, hediye veya ödül gibi isimlerin kullanılmasını öneriyordu. Verilen para aynı olduğu halde paraya konulan ad neyi değiştirebilirdi ki? İlk bakışta hiç de akla yatkın görünmeyen bu önerinin altında yatan gerçeğe hep beraber göz atalım:

Epley ve arkadaşları 2006 yılında yaptıkları bir deneyde öğrencileri iki gruba ayırarak herkese 50'er dolar verdiler. Birinci gruba bunun bir harç iadesi olduğu, diğer gruba ise bunun tamamen okulun araştırma fonundan öğrencilere verilen bir hediye olduğu söylendi. Bir hafta sonra öğrencilerin bu paradan ne kadar harcadığı kontrol edildi. Klasik ekonomi teorisi insanları rasyonel kabul ettiği ve insanlar da sadece ihtiyaçları kadar harcama yapacakları için, teoriye göre öğrencilere verilen paranın adının ne olduğunun, harcanacak olan miktarı değiştirmemesi gerekirdi. Paranın harç iadesi olarak verildiği söylenen grup, verilen 50 doların ortalamada sadece 9,5 dolarını harcarken, paranın okuldan bir hediye olduğu söylenen grup ise ortalamada 22,04 dolar harcamıştı. İkinci grubun harcadığı miktar birinci grubun harcadığı miktarın iki katından daha fazla. Paranın adının ne olduğu, onunla ilgili harcama miktarını değiştirebiliyor. İnsanlar, kendilerine “iade” adıyla verilen bir paraya zaten kendi parasıymış gözüyle bakıyorlar, ekstra kazanılmış bir şey gibi değil. Ancak hediye adıyla verilen bir para, zaten elinde olan bir miktara eklenmiş hissi uyandırıyor, dolayısıyla harcanmaya aday bir gelir oluyor. Bu tamamen psikolojik bir durum tabii ki, ancak işe yarıyor.

Düşünün

- Bireysel Emeklilik Sistemindeki yüzde 25'lik “Devlet Katkısı” adı doğru mudur? Başka bir ad olabilir miydi?

Sizi Kimse İkna Edemez

Tarihteki en önemli ekonomistlerden biri olan John Maynard Keynes'e katıldığı bir konferansta izleyicilerden biri, biraz da alaylı bir ifadeyle, şöyle bir soru sorar: "Gerçekler sizin görüşlerinize uymadığı zaman ne yaparsınız?" Keynes cevap verir: "Görüşlerimi değiştiririm, siz ne yaparsınız?" Keynes'in cevabı manidardır çünkü insanlar genellikle görüşlerini değiştirmeyi pek sevmezler. Amerika-lı milyarder yatırımcı Warren Buffett'ın bu konuyla ilgili sözü anlamlıdır: "İnsanoğlunun en iyi yapabildiği şey, yeni bir şey öğrendiğinde o bilgiyi eski yar-gılarını doğrulayacak şekilde yorumlamasıdır." İnsanlar, genellikle duymak istediklerini duyarlar, görmek istediklerini görürler. Genellikle bir olaydan çıkarılması gereken sonucu değil, çıkarmak istedikleri ve işlerine gelen dersi çıkarırlar. Doğrunun peşinde koşan insan çok azdır.

**Gerçekler
kaybolmazlar,
sadece onları
ihmal ederiz.
—Aldous Huxley**

Eski olsa da çok ilginç bir deneyden bahsedeceğim. 1967'de yapılan bir çalışmada bir grup insana çeşitli konularda bilgilendirici veriler içeren konuşmalar dinletildi. Bu konuşmalar önceden kaydedilmiş olup, ses kayıtları kasıtlı olarak cızırtı içeriyordu. Konular geniş bir yelpazede olmakla birlikte genellikle netame-li, tartışmalı konulardı. Mesela bir konuşma sigara içmekle akciğer kanseri arasındaki ilişkiye değinirken, başka bir konuşma ise din karşıtı öğeler içeriyordu. Yani kolaylıkla bu fikre katılan ve katılmayan birçok insan bulunabilecek konulardı.

Deney sırasında araştırmacılar insanların şöyle bir tavır sergilediğini gözlemlediler: Eğer bir insan sigara içmiyorsa, bozuk olan kaydı daha iyi duyabilmek için, sesini açıyor ve anlamaya çalışırken, sigara içiyorsa kaydın bitmesini bekliyor veya konuşmaya dikkat etmiyordu. Aynı şekilde, bir insan dindar

değilse din aleyhine yapılan konuşmayı daha iyi anlayabilmek için sesini açıyor, anlamaya çalışıyor, dindar ise konuşmaya pek dikkat etmiyordu. Yani hiç kimse karşı görüşten bir şey duymak istemiyordu. Duymazsanız anlayamazsınız, anlayamazsanız anlaşılamazsınız, anlaşılamazsanız kutuplaşırsınız. Her farklı görüş sizi daha çok geliştireceğine daha çok kendi görüşünüze bağlar ve bağnazlaştırır.

Bir sosyal medya ağı olan Twitter'ı düşünün. Herkes kendi görüşüne sahip insanları takip eder, onların fikirlerini okur. Böylelikle zaman içinde sadece ve sadece fikri katılaşır. Buna dair 1979'da Lord, Ross ve Lepper adlı üç araştırmacı tarafından yapılmış başka bir deney de ilginçtir. Bu deney idam cezasını destekleyen ve idam cezasına karşı olanlar olmak üzere iki grup üzerinde yapılmıştır. Deneyi yapan araştırmacılar, idam cezasıyla ilgili araştırma sonuçlarını iki gruba da okuttular. Ancak gördüler ki iki grup da aynı yazıyı okumalarına rağmen, farklı dersler çıkardılar. Deneklerden, yazıları değerlendirmeleri istendiğindeyse, kendi görüşleri lehine yazılan yazıları yeterince güçlü argümanlarla dolu ve ikna edici bulmalarına rağmen; karşı görüşteki yazıları her zaman ayakları yere basmayan ve ikna edici delillere sahip olmayan yazılar olarak değerlendirdiler. Dikkat edin, deneklerden istenen yazıya katılıp katılmadıkları değil, yazıyı ve içindeki görüşleri değerlendirmeleriydi. Yazı yeterince güçlü argümanlarla dolu olabilir, ama siz buna katılamayabilirsiniz. Dolayısıyla gerçek tek olmalıdır. Yazı ya iyidir ya kötüdür. İyiyse herkese göre iyi, kötüyse herkese göre kötü olmalıdır. Ancak bu deneyden de anlaşılacağı üzere insanlar kendi görüşlerinde yazılan yazıları daha ikna edici buluyorlar. Belki de bu psikoloji, birçok insanın gerçeği aramalarını ve görmelerini engelliyordu.

İnsanların bu tarz davranışlarda bulunduğunu 1960'ta Peter Wason da çok güzel bir şekilde ortaya koymuştur. Biraz daha matematik ve sayılara dayalı bu deneyde Wason, deneklere

2, 4, 6 sayılarını gösterip, bunların belirli bir kurala göre dizildiklerini ve bu kuralın ne olduğunu bulmalarını istedi. Denekler, kuralın ne olduğunu tam olarak bulabilmek için Wason'a kendi oluşturacakları farklı üçlü sayıları gösterecekler ve kurala uyup uymadığını sorabileceklerdi. Denekler, istedikleri kadar sayı setini sorabilirlerdi. Kuralın ne olduğundan emin oldukları anda ise Wason'a buldukları kuralı söyleyeceklerdi.

Devam etmeden önce kuralın ne olabileceğini bir düşünün ve bu kuralı bulmak için farklı üçlü sayılar yazmayı deneyin. Sizce 2, 4, 6 sayı setinin kuralı ne olabilir? Bu kurala uygun 3 ayrı sayı seti deneyin. Denemenizden sonra hangi cevabınızın doğru olduğunu öğreneceksiniz.

1. Sayı seti fikriniz:
2. Sayı seti fikriniz:
3. Sayı seti fikriniz:

Eğer siz de çoğunluk gibiyseniz muhtemelen “ikişer ikişer artan sayılar” veya “ardışık çift sayılar” gibi üçlüler denemişsinizdir. Wason'ın denekleri de böyle hareket ettiler. Deneklerin çoğu kuralın ikişer ikişer artan sayılar olduğunu düşünüp sürekli 8, 10, 12 veya 14, 16, 18 veya 20, 22, 24 gibi aynı kurala uyan sayılar söylüyorlardı. Halbuki bir kuralın ne olduğuna emin olmak için farklı fikirler denemek gerekirdi. Aynı kurala uygun sayı setlerini defalarca denemenin bir anlamı yoktu. İnsanlar çoğunlukla doğru olduklarını duymak isterler. Akıllarındaki düşünceyi doğrulayan delil ararlar, fikirlerinin yanlış olup olmadığıyla uğraşmazlar. Sorunun cevabı aslında deneklerin sandıklarından da basitti: Artan şekilde sıraya dizilmiş üç sayı; 1, 2, 3 gibi. Yirmi dokuz denekten sadece altısı doğru cevabı tek denemede bulabilmişti. Bu cevaba ulaşabilmek için farklı kurallara uyan sayı setleri belirlemek gerekirdi. Mesela, diyelim ki birinci sayı setinizi 8, 10, 12 gibi ardışık çift sayılar olarak

belirlediyseniz, ikinci sayı setini, 10, 20, 30 gibi artan ama ar-
dışık olmayan çift sayılar, üçüncü sayı setini ise 15, 41,163 gibi
sadece artan başka bir sayı seti olarak belirleyebilirsiniz.

Bu gösteriyor ki, bir fikre inandığımız zaman, aksi delil bul-
makta zorlanıyor, sürekli kafamızdaki fikri doğrulayıcı örnekler
bularak fikrimizi güçlendirmek istiyoruz. Buna *teyit yanlıgısı*
diyoruz. Mesela, bir yatırım yapmak istediğinizde, o yatırımın
neden akıllıca olduğunu anlatan insanları dinlemek ve kararla-
rınızı doğrulayıcı şeyler duymak istersiniz. Herkesin sizin ne ka-
dar güzel bir iş yaptığınızı söylemesini istersiniz. Yaptığınız bir
hatayı duymak istemezsiniz. O sebeple herhangi bir kişiye veya
fikre inanan insanı ikna etmek zordur. İstedığınız kadar haklı
olun. Karşınızdaki kişi doğruyu aramıyorsa, gerçeğin peşinde
koşmuyorsa, hata yapmış olabileceğine ihtimal vererek yola çık-
mamışsa, sizin söylediklerinizi değil, kendi duymak istediklerini
duyacaktır. Aksi yöndeki yorumları umursamaz bile. Francis Ba-
con'ın bu konudaki görüşü konunun özeti niteliğindedir:

*“İnsan bir kere bir görüşü benimsedi mi her şeyi bu görüşle
uyuşacak ve destekleyecek bir yöne çeker. Aksi yönde daha
çok sayıda ve ağırlıkta örnek olsa bile, bunları ya önemsiz
görür ve ihmal eder ya da başka bir sebeple bir kenara bıra-
kır ve reddeder. Bu büyük ve zararlı önyargılar neticesinde
görüşleri sarsılmamış olur.”*

Bu durumun bir sebebi karşı görüşü dinlemenin, anlama-
nın ve ona göre aksiyon almanın insan zihnine zor gelmesidir.
Yani düpedüz kolaycılık. Doğru olandan yana olmak zordur ve
bazen acı da verir. İkinci bir sebebi, insanın kendine olan aşırı
güvenidir. Yanlış yapmayı kimse kendine yakıştıramaz. Halbu-
ki hata yapmış olmak değil hatada ısrar etmektir esas kusur.
Üçüncü bir sebebi de insanların yıllardır inandığı bir fikrin dar-
madağın olma ihtimalinden korkmalarıdır. Yanlış fikirleri cam-

dan ve zayıf bir eve benzetirsek, karşı görüş ne kadar doğru olursa olsun evinizin yıkılmasını istemezsiniz. Savunduğunuz ve güvendiğiniz bir liderin, inandığınız bir fikrin yanlış olma ihtimali belki boşa geçen bir kırk yıl demek olabilir. Kimse kırk-elli yılının boşa geçmiş olmasını istemez ve fikrini değiştirmektense, hâlâ eski fikrinin geçerliliğini korumasını içten içe arzular. Ancak evinizin yıkılmasından korkuyorsanız, zaten eviniz sağlam değildir. Sapasağlam bir eviniz olsaydı insanların taş atmasından korkmazdınız. Son olarak da insanlar politik, dini veya ideolojik bazı gruplara mensuptur. Bu grupların görüşüne aykırı bir fikre kaymak grup tarafından hoş karşılanmaz ve dışlanmanıza sebep olabilir.

Ancak siz yine de karşı görüşü dinleyin, cam evlerinizi yıkın ve sağlam binalar inşa edin. Ne kadar farklı görüş dinlerseniz o kadar güçlü bir fikir binanız olduğunu fark edeceksiniz. Gerçek bir tanedir, yok olmaz; siz sadece dinlemeyerek onun yok olduğunu zannedersiniz.

Kıssadan hisse

- İnsanın hayatta en kolay aldatılabileceği aptal kendisidir.
- Beynimiz, vereceğimiz kararlarda aykırı fikirleri dinlemeyi pek sevmez. Ancak bir işi düzgün yapabilmek için mutlaka aykırı fikirlerden istifade etmek gerekir.
- Ne kadar çok aykırı görüş duyarsanız o kadar iyi karar verirsiniz.
- Görüşünüzün yıkılmasından korkuyorsanız, zaten görüşünüz sağlam değildir.

Düşünün

- Neler teyit yanılığını artırır? Mesela eğitim, yaş, din gibi faktörlerle teyit yanılığı artar mı azalır mı?

3. BÖLÜM

Erteleme ve Savsaklama Sanatı

Psikofinansal Test

Bu bölümü okumadan önce bu testi yapmanızı tavsiye ederim. 12 soruda da “Hangisini tercih edersiniz?” sorusuna A veya B’den birini seçerek cevap verin.

Test 1

	A sütunu	B sütunu
Soru (1)	☐ Bugün alabileceğiniz para 75 TL	☐ 1 ay sonra alabileceğiniz para 80 TL
Soru (2)	☐ Bugün alabileceğiniz para 70 TL	☐ 1 ay sonra alabileceğiniz para 80 TL
Soru (3)	☐ Bugün alabileceğiniz para 65 TL	☐ 1 ay sonra alabileceğiniz para 80 TL
Soru (4)	☐ Bugün alabileceğiniz para 60 TL	☐ 1 ay sonra alabileceğiniz para 80 TL
Soru (5)	☐ Bugün alabileceğiniz para 50 TL	☐ 1 ay sonra alabileceğiniz para 80 TL
Soru (6)	☐ Bugün alabileceğiniz para 40 TL	☐ 1 ay sonra alabileceğiniz para 80 TL

Test 2

	A sütunu	B sütunu
Soru (7)	☐ 6 ay sonra alabileceğiniz para 75 TL	☐ 7 ay sonra alabileceğiniz para 80 TL
Soru (8)	☐ 6 ay sonra alabileceğiniz para 70 TL	☐ 7 ay sonra alabileceğiniz para 80 TL
Soru (9)	☐ 6 ay sonra alabileceğiniz para 65 TL	☐ 7 ay sonra alabileceğiniz para 80 TL
Soru (10)	☐ 6 ay sonra alabileceğiniz para 60 TL	☐ 7 ay sonra alabileceğiniz para 80 TL
Soru (11)	☐ 6 ay sonra alabileceğiniz para 50 TL	☐ 7 ay sonra alabileceğiniz para 80 TL
Soru (12)	☐ 6 ay sonra alabileceğiniz para 40 TL	☐ 7 ay sonra alabileceğiniz para 80 TL

A sütunundan seçtiğiniz her bir cevap için 2 puan, B sütunundan seçtiğiniz her bir cevap için kendinize 1 puan verin ve her iki test puanınızı ayrı ayrı hesaplayın. (Dikkat: Her bir test puanınız 6'dan az, 12'den fazla olamaz.)

1. Test puanı:

2. Test puanı:

Toplam Puanınız: (1. Test puanı) – (2. Test puanı)

Sabır ölçeği

Negatif puan	0 puan	1-2 puan	3-4 puan	5-6 puan
Tutarsız	Sabırlı	Az sabırsız	Sabırsız	Çok sabırsız

Bu ölçekten aldığınız nota göre para harcamaya ne kadar meyilli olduğunuzu hesaplayabilirsiniz. Aldığınız notun ne anlama geldiğini anlamak için bu bölümü okumaya devam edin.

Bugünzedelik

Mahallenin kabadayısı adam dövmekten hâkimin karşısına çıkmış. Hâkim sormuş:

- Nerede ikâmet ediyorsun?
- Orada burada.
- Ne iş yapıyorsun?
- Şunu bunu.
- Dövdüğün adamı nereden tanıyorsun?
- Oradan buradan.
- Nasıl biridir dövdüğün adam?
- Şöyle böyle.

Hâkim kararını vermiş.

- Götürün bu adamı, içeri tıkın.

Kabadayı

- Durun bir dakika ne kadar yatacağım ne zaman çıkarım?

Hâkim:

- Bugün, yarın.

Ertelemek ve savsaklamak insanın ruhunda vardır. Atasözlerimizde, toplumsal jargonda bile yer bulmuştur bu konu: “Bugün git yarın gel”, “Salla gitsin”, “Siz telefon numaranızı bırakın, biz sizi ararız” gibi lafları çokça ya söylemiş ya da işitmişizdir. Bugün yapmak yerine yarın uğraşmak daha keyifli gelir hepimize. Neden bir işi yarın yapmak varken bugünkü eğlenmenizden feragat edersiniz ki?

Bazılarımız bu sorunun farkındadır ve zaman zaman kendini yargılar, “Çok mu tembelim?”, “Çok mu savsaklıyorum?” diye. Bununla ilgili size bir iyi bir de kötü haberim var. İyi haber şu ki, bu sorun sadece size ait bir sorun değil, herkes az ya da çok bu problemle baş etmek zorundadır. Bu problemle karşılaşmayan yok gibidir. Bu satırların yazarı da kendini birçok konuda tembel bulur. Bu konu herkesin problemi olduğu için çözümsüz değildir. Bu iyi haberdi. Kötü haber de şu ki: Bu problem sandığınızdan daha büyüktür ve hayatınızdaki birçok kararın (iddialı bir laf olmayacağını bilsem tümünün derdim) az ya da çok içindedir.

Bugünle mi uğraşmak, yarınla mı uğraşmak? Bugünkü basit ama eğlenceli şeylere mi vakit ayırmak yoksa karşılığını ancak iki yıl sonra alacağın bir işe mi koyulmak? Sadece şahsımızın değil toplumumuzun da problemidir bu. Bir anlığına etrafınızda tartışılan konulara dikkat edin. Bu konuların kaç tanesi uzun vadeli sorunlarımız üzerine, kaç tanesi günlük geyikler? Hangisini tartışmak daha keyifli, siz karar verin:

- Bugünkü sorun: Fenerbahçe bu sezon kimi alsın?
- Yarınki sorun: Fenerbahçe'nin altyapısını nasıl güçlendirelim?

Ya da şuna bakın:

- Bugünkü sorun: Servis fiyatlarına yapılan zam yüksek mi düşük mü?
- Yarınki sorun: Yapay zekâyı eğitim sistemimize nasıl uyarlayabiliriz?

Bu sorunların herhangi biri diğerinden daha az önemsiz değil ancak bugünkü sorunlara kafa yormak her zaman daha çekiçi olduğu için yarını unutma tehlikesiyle karşı karşıyayız.

Konuyu biraz daha ekonomi eksenine kaydırayım. Sorun aslında basitçe şudur: Yakın bir zamanda küçük bir ödül ile uzak herhangi bir zaman arasında büyük bir ödül arasında seçim yapmak. Örnek olarak iki kişi düşünün, Ümit ile Şeyma. Her ikisine de şu soruyu sorduğumuzu varsayın: Bugün 100 TL mi yarın 110 TL mi? Ümit yarın 110 TL'yi, Şeyma ise bugün 100 TL'yi tercih etmiş olsun. Şeyma parayı hemen alacak ama az alacak, Ümit ise yarın alacak ama daha çok alacak. Bu durumda Şeyma tercihini bugünkü daha az bir ödemededen, Ümit ise yarınki daha çok ödemededen yana koymuş oldu.

Yakın bir zamanda küçük bir ödül ile uzak herhangi bir zaman arasında büyük bir ödül arasında seçim yapmamız gerektiğinde, tercihimizi çoğunlukla yakın zamandan yana kullanmayı bugünzedelik⁸ diye tanımlayabiliriz. Bu sebeple yukarıdaki örnekte Şeyma, Ümit'ten daha bugünzede kabul edilir. Bu bir *parasal bugünzedelik*. Bir de *davranışsal bugünzedelik* vardır. Buna örnek olarak da karınca ile ağustosböceğini düşünün. Karınca bugün yorulup yarın güzel bir yaşam sürmeyi tercih ederken, ağustosböceği ise bugün dinlenmeyi, yarın daha kötü bir yaşam sürmeyi tercih ediyor. Yani ağustosböceği Şeyma gibi bugünkü kolaylığı yarınki daha iyi bir yaşama tercih etmiş oldu.

8. Bu durum İngilizcede *present-bias* olarak anılıyor olsa da Türkçede bildiğim bir karşılığı yok. Bu sebeple bu ismi ben vermiş oldum. tdk.gov.tr'de böyle bir kelime yok, Google aramasında da rastlamadım.

Bu sebeple ağustosböceği, karıncaya göre daha bugünzededir. Bugünzedelik hayatımızın her safhasında karşımıza çıkar: Tatlı yemek-diyet yapmak, yatmak-spor yapmak vs.

Walter Mischel 1970'li yıllardan beri bu konu üzerine çalışıyor. Doktorların kalp hastalarını takip etmeleri gibi, bazı insanların bugünzedelik problemlerini yıllarca takip ediyor. 1970 yılında 3-5 yaş arası küçücük bir çocukken incelemeye başladığı insanları aradan geçen 10-20 yıl sonra da takip etmiş bir araştırmacı. Çocukları bu problem açısından incelemenin en kolay yolu onlara çikolata vermek tabii ki. Tek başlarına bir odaya aldığı çocuklara hemen yiyebilecekleri bir çikolata ile 15 dakika beklerlerse yiyebilecekleri iki çikolata önerdi ve sonra da çocukların davranışlarını takip etmeye başladı.⁹ Çocukların büyük çoğunluğu (yüzde 70'i) bekleyip iki çikolata almak yerine, dayanamayıp ellerindeki tek çikolatayı yediler.

Dr. Mischel'in deneyini başka bilim adamları da farklı şekillerde tekrarladılar. Mesela Koriati ve Nisan adlı iki araştırmacı aynı deneyi pastel boya gibi farklı şeylerle İsrailli çocuklar üzerinde yaptı. Ana sonuç aynı olmakla birlikte ek olarak şunu da ortaya koydular: Çocuklara önerilen ödül ne kadar cazipse, çocukların o ödüle karşı kendilerini tutmaları da o kadar zorlaştı. Yani çikolata karşısında direnemeyen çocuklar, pastel boya karşısında biraz daha direnç sergileyebiliyorlardı.

Dr. Mischel, 1970'te deney yaptığı çocuklarla ve aileleriyle yaklaşık yirmi yıl sonra tekrar görüştü, sosyal hayatlarını inceledi, geçen zaman zarfında ne tür başarılarla imza attıklarını veya ne tür başarısızlıklarla karşılaştıklarını araştırdı ve şu sonuca ulaştı: Yirmi yıl önceki deneylerde sabırlı davranarak bir çikolatayı almayıp daha sonra ödül olarak iki çikolatayı alan çocuklar, diğerlerine göre akademik ve sosyal olarak daha başarılıydılar.

9. Bu deneyin bir örneğini şuradan seyredebilirsiniz: http://www.youtube.com/watch?v=QX_oy9614HQ

Çikolataya dayanamayıp iki çikolata yerine bir çikolatayı tercih etmek bir davranışsal bugünzedelik örneğidir ve hepimizin sıklıkla karşılaştığı bir problemdir. Sadece kişiden kişiye bu problemin şiddeti artar ya da azalır. Mischel'in yaptığı deneyler sayesinde çikolataya direnememenin beceriksizlik, oburluk gibi basit bir zaaf olmadığını anlamış bulunuyoruz. Direnmek başlı başına bir iştir ve benliğimiz, eğitim tarzımız, psikolojimizle ve dahası hayattaki başarılarımızla da yakından ilgilidir. Hemen hemen tüm kutsal kitaplarda anlatılan Hz. Adem'in cenneteki elma hikâyesi de bunun farklı bir versiyonudur. Hz. Adem'in karşı karşıya olduğu soru "Bugün bir elma mı yarın sonsuz cennet mi?" idi. Bugün bu soruyu kime sorsanız tabii ki sonsuzluğu tercih edeceğini söyleyecektir. Ancak o durumla karşılaşmadan bunu iddia edemezsiniz. İnsan zayıf bir yaratıktır ve bu tür durumlarda çoğunlukla çuvallar.

Meraklı bazı akademisyenler, benzer problemin hayvanlarda da olup olmadığını araştırmak istemiş olacaklar ki, benzer deneyi hayvanlar üzerinde de yaptılar. Ne sonuç almış olabilirler sizce? Sanırım bildiniz, hayvanların büyük çoğunluğu güzel bir yiyeceğe birkaç saniyeden fazla dayanamamışlar. Ama birkaç hayvan hariç. Köpekler ve bazı kuş türleri birkaç dakikaya kadar dayanabilmişler. Bu işe en dayanıklı hayvanı asla tahmin edemezsiniz. 2015 yılında yapılan bir araştırmada hayvanlar âleminde bugünzedelik problemine karşı en dayanıklı hayvanın *Psittacus erithacus* adıyla bilinen gri bir papağan türü olduğu bulundu. Ancak bu hayvancağız bile çikolataya en fazla 15 dakika dayanmayı başarabildi.

Bugünzedeliği yabana atmayın, büyük bir problemdir.

Çikolata Yememek de Bir İştir

Bir insana, gününün nasıl geçtiğini, nelerle uğraştığını sorsanız, çoğunlukla size yaptığı işleri ve bunların sebep olduğu yorgun-

lukları anlatacaktır. Mesela şöyle cümleler duyabilirsiniz: “Çok yoruldum çünkü beş saat ayaktaydım. Sürekli ekrana bakmaktan başım ağrıyor. Altı saattir direksiyon başındayım, yoruldum.”

Kimse yapmadığı işlerden ve bunların sebep olduğu yorgunluktan bahsetmez. Mesela, herkes tatlı yerken ben yemedim. Ya da herkes sigara içiyordu, ben kendimi tuttum içmedim. Herkes cips yerken ben istemediğimi söyledim.

Aslında bu tarz işler de yani direnmek de en az iş yapmak kadar insanı yorar. Çikolata yemek kadar yememek de bir iş tir. Sigara içmek kadar içmemek de bir iş tir. Cips yemek kadar yememek de bir iş tir. Peki neden? Bu soruyu cevaplamadan önce şunu düşünün: Neden çoğu insan çikolataya direnemez? Eminim çoğunuzun aklından çikolatanın tatlılığıyla ve dayanılmazlığıyla ilgili cevaplar geçiyordur. Ancak durum hiç de sanıldığı kadar basit değil. Zevke direnmek de en az bir iş yapmak kadar beyni yorar. Yani çikolataya veya herhangi bir cazip şeye direnmek de beyne enerji tükettiren bir iş tir.

Dr. Baumeister bu alanda çalışmalarıyla ünlü bir bilim insanı ve yaptığı bir deneyle insanların cazip bir şeye direnmesinin de beyni yorduğunu çok güzel bir şekilde gösterdi. Dr. Baumeister yaptığı deneyde insanlardan yeni pişmiş kurabiyelere direnmelerini istedi. Yeni pişmiş, mis gibi kokan kurabiyelerin olduğu bir odaya aldığı deneklerin bir kısmından kurabiyeleri yememelerini isterken, diğer kısım insanları ise istediklerini yemekte serbest bıraktı. Daha sonra her iki gruba da 30 dakikada bitirmelerini istediği bir bulmaca oyunu/puzzle verdi. Sıcak kurabiyelerden tadamayan grup, ortalama 8 dakikada pes ederken, serbest bırakılan grup ortalama 19 dakika bulmacayla uğraştılar. Kurabiye yiyemeyen grup pes etti, çünkü daha önce beyinlerindeki enerjiyi kurabiyeye karşı direnmekte kullandılar.

Evet direnmek her ne kadar pasif bir işmiş gibi dursa da aslında değildir. Beyniniz, canınızın çok istediği bir şeye karşı direnirken de enerji sarf eder. Git-geller yaşar. Bu süre zarfında

pasif bir şekilde enerji kaybeder. Bu da onun sonraki işler için daha az enerji sahibi olması anlamına gelir. Barajda su tutmak gibi. Gayet kalın, büyük ve sağlam duvar gerekir. Suyu bırakırsanız su akmak ister, ama tutmak isterseniz pasif bir enerji tüketimi gerektirir. İnce duvarlarla bunu sağlayamazsınız. O sebeple bugünzedeliğe direnmek yorucu ve kesinlikle enerji gerektiren bir iştir. Bu tarz bir durumla karşı karşıya kalırsanız, enerjiniz azalır ve sonraki işleri daha az enerjiyle yapmak zorunda kalırsınız. Oruçlu olan insanlara alışverişe çıkmamaları tavsiye edilir. Bunun sebebi, zaten aç olduğu için her gördüğünü istemesi değildir. Gerçek sebebi, gün boyunca, dünyevi hazlara direnmeye çalışan beynin yorulması ve enerji kaybetmesidir. Enerji kaybeden bir beynin bu esnada doğru karar vermesi zorlaşır. Bu durumu genelleyebiliriz: Canınızın arzuladığı herhangi bir şeye direnmek de küçümsemeyecek derecede önemli bir iştir. Spor yapmak, diyet yapmak, ders çalışmak, vs. gibi emeğin bugün harcanacağı ama faydasının sonra görüleceği işlere organize olmak bile bir iştir, küçümsememek lazım.

Yapılan başka bir çalışmada, bir grup insandan iki basamaklı, başka bir grup insandan da yedi basamaklı bir sayıyı akıllarında tutmaları istendi. Bu insanlar daha sonra içinde çok güzel tatlıların ve yiyeceklerin olduğu bir odada bekletildiler. Kendilerine arzu ederlerse çağrılınca kadar atıştırabilecekleri söylendi. Akıllarında iki basamaklı sayı tutmaları istenen grup, tatlılara direnmeyi başarabilirken, akıllarında yedi basamaklı sayı tutmaları istenen grup ise bunu başaramadı. Peki neden? Çünkü aklında yedi basamaklı sayı tutması istenen grubun beyinleri daha fazla meşgul olduğu için tatlıya direnç gösteremeyip geçen zamanı boşa geçirmek (!) yerine tatlı yiyerek geçirmeyi tercih etti. Yorulan beyin sağlıklı kalma kararını doğru verememiş oldu. Diğer bir ifadeyle tatlı yemeye direnç göstermek de bir iştir ve zinde bir beyin ister. Beyni, sayı ezberlemek gibi bir işle yorulmuş insanlar bu direnci gösteremez.

Uzun lafın kisası direnç göstermek zor bir iştir. Spor yapmak kadar; spor yapmaya giderken yataktan kalkmak da zordur ve beyni yorar. Diyet yaparken, sadece yemediğiniz yemekler kadar değil, yemeklere gösterdiğiniz direnç kadar da enerjiniz azalır. Sadece bunlarla sınırlı değil, sevmediğiniz birine karşı güler yüzlü olmaya çalışmak, gözyaşlarını tutmak da beyni istemediği bir işe zorladığı için enerji sermayesinden yer.

Peki, beyinle kalp arasındaki bu savaşı yöneten, enerjiyi nereye harcaması gerektiğini belirleyen beyin bölgesi neresi? Bu konuda yapılmış çalışmalar çok yeni olmasına rağmen, sonuçlar yukarıda anlatılanları destekliyor. Dr. Hare ve arkadaşları, iradeyi ortaya koyarak bugünün cazibesine direnen insanların, beyinlerinin prefrontal korteksi (ventromedial kısmı) tarafının aktif hale geldiğini söylüyor. Beynimizin detaylarına ait yerlerin adını bilmenize gerek yok. Bilinmesi gereken şey şu, beynimizin bu kısımları düşünsel (otomatik değil) kısımlar. Yani bir matematik problemi çözerken veya hayatınızla ilgili önemli bir kararı verirken, saatlerce düşünmeniz gerektiğinde beyninizin bu kısmını kullanıyorsunuz. Bu da gösteriyor ki, çikolataya direnmek o kadar da kolay bir iş değildir. *Ben Bilmem Beynim Bilir* adlı daha önceki kitabımızda etraflıca anlattığım bir konuya burada da kısaca değineyim. Beynimizin kararları genel olarak ikiye ayrılır: otomatik kararlar ve düşünsel kararlar. Kapıyı açmak, vites değiştirmek, yemek yemek gibi kararlar otomatik karar sınıfına girer, çok fazla düşünme gerektirmez. Düşünsel kararlar ise adından da anlaşılabilceği gibi düşünme gerektiren kararları ifade ediyor. Düşünsel kararlar zordur ve beyni yorar. Matematiksel işlem yapmak, harcama kararı vermek, hangi üniversiteye gideceğine karar vermek veya iş seçmeye çalışmak bu tür karar sınıfına girer. Görüldüğü gibi bunlar kolay kararlar değil. Düşünsel kararlar, beynimizin prefrontal korteks kısmı tarafından idare ediliyor. Bu bölge, tam alnımızın olduğu yere denk geliyor. Dolayısıyla burası beynimizin en önemli kararlarının verildiği bir nevi genel müdürlük. Dr. Hare'nin de tespit ettiği

gibi direnme kararları da bu bölgede veriliyor. Umarım çikolataya direnmenin ne kadar zor olduğunu anlatabilmişimdir. Siz bir de spor yapmak ve diyet yapmayı düşünün.

Kendine hâkim olabilmek aslında sadece harcamalarla ilgili bir şey değildir. İnsan başarısının da temel anahtarıdır. Günümüzde bugünzedelik sadece çikolata veya televizyon olarak karşımıza çıkmıyor. İnternette azıcık zaman geçireyim diye başlayıp Facebook'tan, Twitter'den kendini alamayan, "bir de Instagram'a azıcık bakayım, ne var ne yok" diyen insanlar günümüzün bugünzedeleridir. Bu tür sosyal medya araçları şu an yapmanız gereken işler sırasında "iki dakika bakayım çıkarım" bahanesiyle aklınıza gelir. Ancak sonuç boşa geçen saatler ve sonunda yoğun bir haber kirliliğine maruz kalıp bir türlü bitirelemeyen işler, ödevler, okunamayan kitaplar...

Kıssadan hisse

- Bugünzedelik, herkesin karşı karşıya olduğu önemli bir beyin problemidir.
- Cazip olan herhangi bir işe (tatlı yemek, uyumak vs...) direnmek başlı başına bir iştir ve beynimizi yorar. Bu tarz işleri yabana atmayın. Bunlara karşı direnmek programlı bir tavır almayı gerektirir.
- Aklınızda bir şey tutarak iş yapmayın (alışveriş vs.). Bir şeyi akılda tutmak zihni yorar ve yanlış karar verirsiniz.

Kimler Bugünzede?

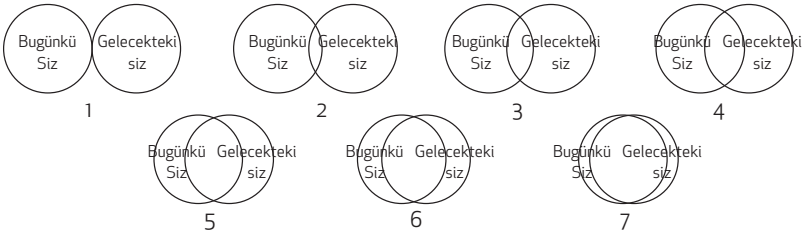
Akıl hastanesinde yatan Temel ile Dursun bir gün ortadan kaybolmuşlar. Bütün gün hastanede aramadık yer bırakmayan görevliler, ikiliyi bulamamış. Sonunda aramaktan vazgeçmişler ve kaçtıklarına karar vermişler. Akşam olunca Temel'i de Dursun'u da odalarında bulmuşlar.

**"Başta
direnmek sonda
direnmekten
daha kolaydır."
—Leonardo da
Vinci**

- Neredeydiniz? Bütün gün sizi aradık, demiş görevli.
- Bugün prova yaptık, yarın hastaneden kaçacağız.

Bu bölümü okumadan önce bugünkü kendiniz ile on yıl sonraki kendiniz arasında ne kadar fark gördüğünüzü düşünün. Yani bundan on yıl sonra

kendinizi ne kadar değişmiş bulmayı hayal ettiğinizi düşünün. Buna bağlı olarak aşağıdaki şekilden bir seçim yapın. Ayrık çemberler çok değişimi, örtüşen çemberler az değişimi ifade ediyor.



Şekil 3: Bugünkü Siz ve Yarınki Siz

Bu soru Dr. Hershfield ve arkadaşlarına ait. Bugünzedeliğin birçok sebebi olabilir, ama bunlardan en bilineni yukarıdaki deneyle ilgilidir. Bu teoriye göre bugünzede insanlar bugünkü benlikleriyle yarınki benlikleri arasında büyük fark gördükleri için yarına yatırım yapmanın pek mantıklı olmadığını düşünüyorlar. Yani yukarıdaki şekilde, seçtiğiniz çemberin numarası ne kadar düşükse, bugünzede olma ihtimaliniz yüksektir. Yani, 1 numaralı çember bugünzedeliğin en yüksek olduğu karakteri, 7 numaralı çember ise bugünzedeliğin en düşük olduğu kişinin seçimini gösteriyor. Kendinizi yarına ne kadar uzak hissediyorsanız, bugünzede olma ihtimaliniz o kadar yüksek.

Aynı araştırmacılar, başka bir deneyde insanlara gelecekleri için ne kadar tasarruf etmek istediklerini sordular. İki gruba yapılan bu ankette, birinci gruba şu anki vesikalık resimleri verilirken, ikinci gruba ise bundan on yıl sonraki tahmini resimleri çizilerek verildi. Her iki grubun da ne kadar tasarruf etmek istedikleri ölçüldü ve şu sonuca ulaşıldı: Önüne konulan kâğıtta kendisinin gelecekteki resmini gören insanlar o günleri hayal etti ve diğer gruba göre (kâğıtta kendisinin bugünkü resmini görenler) yüzde 30 daha fazla tasarruf etmeyi yeğlediler. Bu da gösteriyor ki gelecekteki kendimiz ile bugünkü kendimiz arasında ne kadar bağ kurabiliyorsak geleceğe o kadar yatırım yapmak istiyoruz. Geleceğinizi düşünmezseniz, tavır ve davranışlarınızın, hatta suça eğiliminizin bile arttığı çeşitli araştırmalarla gösterilmiştir.

Erkekler dikkat

Erkekler için çok cazip olan bir şey kadınlar için aynı derecede cazip olmadığı gibi bunun tersi de doğru olabilir. Ancak iş çalışmaya gelince, okul testlerinde kızların ortalamada erkeklerden daha başarılı oldukları görülüyor. Örnek olarak üniversite yerleştirme sınavlarına bakalım. Aşağıdaki tablo 2017 LYS test sonuçlarını gösteriyor. Buna göre tüm kategorilerde, kızların ortalama puanları erkeklerden daha yüksek. Dünyanın başka ülkelerinde de benzer bir durum var. İş çalışmaya gelince kızlar erkeklerden biraz daha iyiler. Ancak IQ gibi zekâ testlerinde ise durum tam tersi çıkıyor. Bu sefer erkekler kızlardan daha iyiler.

Cinsiyet	MF Ortalama Puanı	TM Ortalama Puanı	TS Ortalama Puanı
Erkek	233,760	209,160	213,248
Kız	237,408	215,624	220,216

Şekil 4: 2017 LYS Sonuçları (Kaynak: ÖSYM 2017 Lisans Yerleştirme Sonuçları)

Bu durum için birçok sebep sunulabilir. Ancak yapılan bir kısım araştırma, erkeklerin kızlara göre daha fazla bugünzede olduğunu iddia ediyor. Diğer bir ifadeyle, erkekler daha çok ağustosböceği gibi, kızlar daha çok karınca gibi çalışıyorlar. Yani erkekseniz dikkat. Hayat şartlarının da bugünzedeliğe etkisi inkâr edilemez. Şimdi ona bakalım.

Fakirlik Zihni Kilitliyor

Maastricht Üniversitesinden arkadaşım Dr. Burak Can ile yıllar önce bir araştırma yapmıştık. Merak ettiğimiz soru şuydu: Acaba bugünzedelik, gelir seviyesiyle ilişkili bir sorun olabilir miydi? Diğer bir ifadeyle acaba gelir seviyesi düşük insanlar, zenginlerden daha bugünzede olabilirler miydi? Bizi bu düşünceye iten şey şuydu: Gelir seviyesi düşük olan insanlar, ellerindeki kısıtlı imkânlardan dolayı, bugünkü paraya daha şiddetle ihtiyaç duyabilirlerdi. Gelir seviyesi yüksek olanlar ise bu isteklerini bir süre bastırabilirlerdi, çünkü zaten ellerinde yeteri kadar mal ve para vardı. Yukarıda verilen birinci ve ikinci soruyu biraz daha detaylandıran bir testi (bu bölümün başındaki psikofinansal test) farklı gelir grubundan insanların ne kadar bugünzede olduklarını anlamak amacıyla kullandık.

Ve tahmin ettiğimiz sonuç karşımıza çıktı: Gerçekten de gelir durumu düşük olan insanların yaklaşık yüzde 32'sinde görülen bugünzedelik problemi, gelir durumu görece iyi durumda olan grupta yüzde 5'e kadar düşüyordu. Yani fakir insanlar daha fazla bugünzedeydi. Fakat bunun nedeni ne olabilirdi? Bu sorunun cevabını da aynı sene Hindistan'da yapılmış bir saha araştırmasında bulduk. Hindistan, yaklaşık yıllık 2000 dolar kişi başı gelirin olduğu ve 1,5 milyarlık nüfusuyla büyük ama fakir sayılabilecek bir ülke. Dolayısıyla fakirlik sorunu üzerine araştırma yapılabilecek doğru bir yer. Kendisi de bir Hindistanlı olan Harvard Üniversitesinden Dr. Mullainathan ve üç arkadaş, fakirliğin etkilerini araştırmak için memleketlerine gittiler.

Daha sonra dünyanın en saygın bilim dergilerinden biri olan *Science*'da yayınlanan araştırmada farklı gelir grubundan insanlara bakmak yerine, aynı insanları ellerinde nakit para bolluğu varken ve yokken karşılaştırdılar. Bunun için Hindistan'a kadar gitmeleri gerekti. Buradaki bazı tarım işçileri yılda sadece bir defa, hasat teslim edildikten sonra paralarını alıyorlardı. Yani yılın belli bir ayına kadar nakit darlığı çekiyorlar, ödemelerini aldıktan sonra ise bir süre bolluk içinde yüzüyorlardı. Daha sonra *Kutlık* adında bir kitapta topladıkları araştırmada Dr. Mulla-lainathan ve arkadaşları aynı insanlara hasat öncesi ve sonrasında bazı zihin egzersizleri yaptırdılar. Sonuçlar inanılmaz çıktı: Tarım işçilerinin zekâ seviyeleri hasat öncesinde ve sonrasında inanılmaz bir farklılık gösterdi. Hasat sonrası yapılan teste cevaplar yaklaşık yüzde 25 daha iyiydi. O zaman sorun fakirlerde değil, fakirliğin kendisindeydi. Yani, fakirlik veya nakit darlığı insanın gerçekten de düşünmesini, sağlıklı karar vermesini zorlaştırıyor ve kişinin düşünce yelpazesini tamamen kapatıyor. Bu durumda, paradan başka bir şeye odaklanamayan insanların zekâ testlerinde de, hayattaki başka sınavlarda da başarılı olmaları beklenemez. Gündelik problemlere akılcıca çözümler sunmaları hayal edilemez. Dolayısıyla kişinin içinde bulunduğu ortam, akıl, zekâ, duygu gibi birçok şeyi etkileyebileceği gibi daha fazla ya da daha az bugünzede olmanızı da etkiliyor. Aynı insanlar bugün bugünzedeyken, yarın bugünzede olmayabilir. Eğer fakirlik insan zihnini kilitliyor, sağlıklı düşünmesini engelliyorsa, fakirlikle mücadele, sadece fakir kişilerin maddi olarak kalkınması değil, topyekûn daha çalışkan, daha yarını düşünür, hatta daha çalışkan bir toplum sonucunu doğurabilir.

Kıssadan hisse

- Ortalama olarak, erkekler kadınlardan daha fazla bugünzedeliğe yatkındırlar.
- İnsanların maddi durumları da bugünzede oluşları üzerinde etkilidir.

- Gelir durumları kötü olan insanlar, gelir durumları iyi olan insanlara göre daha fazla bugünzede olabilirler.

Bugünzedelik Niye Kötüdür?

Bugünzedelik, günlük hayatta yüzlerce farklı şekilde karşımıza çıkar. Bunlardan bazılarını detaylı incelemekte fayda var:

Bu dünyada ben senin hizmetindeyim,
Tek bir emrinle ne istersen gerçekleştiririm,
Öbür tarafta tekrar buluştuğumuzda
Aynı şekilde davranacaksın sen de bana
[Mefistoteles, Faust'a hitaben]

Bankalar ve Kredi Kartları

Kredi kartları, alışveriş yapmak isteyen insanların işini kolaylaştırır. Bir ürünü alırsınız ve ödemeyi ileri atarsınız. Ödemeyi peşin yapmadığınız için de hiç canınız yanmaz. Bu bilimsel olarak da ortaya konmuş bir gerçektir. Örnek olarak hem 1986'da hem 2001'de yapılmış iki çalışmanın varlığından söz etmek istiyorum.

Feinberg, ABD'de birçok televizyon kanalının tüketici davranışları üzerine görüşünü almak için peşinde koştuğu bir isim. Yaklaşık otuz yıldır Purdue Üniversitesinde çalışıyor. Kredi kartlarının insanlar üzerindeki psikolojik etkisini ilk araştıranlardan. Yaptığı bir çalışmada 60 öğrenciye bir katalog gösterdi ve içindeki ürünlere ne kadar para ödemek isteyeceklerini sordu. Ancak katalogların yarısında (30 öğrencinin katalogunda) Mastercard logosu vardı. Ve katalogunda Mastercard logosu olan öğrenciler, gördükleri ürünlere diğer öğrencilerden fazla para ödeyebileceklerini beyan ettiler. Durum şöyle:

Ürünler	Kredi Kartlı Katalog	Kredi Kartsız Katalog
Kıyafet	41,5 Dolar	27,8 Dolar
Çadır	77,7 Dolar	69,9 Dolar
Erkek süveter	20,6 Dolar	13,9 Dolar
Lamba	40,4 Dolar	28,4 Dolar
Satranç seti	43,1 Dolar	35,3 Dolar

Kredi kartının kendisi bile değil, sadece isminin ve logo-sunun varlığından söz ediyoruz. Ancak, Feinberg'in çalışması sadece bir niyet beyanı. Sizi ikna etmemiş olabilir. Öyleyse Prelec'in 2001 yılındaki çalışmasına bakın: Prelec, bir maç biletini açık artırmayla satışa sundu ve almak isteyenlere iki seçenek önerdi: Nakit ödeme veya kredi kartı. İsteyen maç biletini nakit olarak ödeyebilecekken, isteyen de ödemeyi kredi kartıyla yapabilecekti. Prelec'in sonuçlarına göre kredi kartıyla ödeyenler diğerlerine göre yüzde 100'e kadar daha fazla ödediler. Evet, yanlış okumadınız. Kredi kartıyla ödeme yapanlar aynı ürüne iki katı kadar para önermişlerdi. Yani, kredi kartıyla alışverişe çıkan insanlar, nakit parayla alışverişe çıkanlardan daha fazla harcamaya yatkın olurlar.

Kredi kartı, harcamayı iki açıdan kolaylaştırır: Birincisi, insanlar kredi kartıyla ödemeyi yaparken, var olan parasına dokunmaz ve cebinden para eksilmez. Cebinizden kart çıkartır ve aynı kartı tekrar cebinize koyarsınız. Cebinden bir şeyin eksilmesinin insan üzerinde olumlu etkisi vardır. Psikolojik olarak sizi daha rahat hissettirir. 5000 TL'ye bir çamaşır makinesi aldığınızı düşünün. Yanınızda taşıdığınız koca bir tomar para destesini karşınızdaki satıcıya vermenin üzerinizde yaratacağı ağırlığı hayal edin. Bir de bunun yerine paranız yerine geçen bir kartın cebinizden çıkıp tekrar cebinize girdiğini düşünün. Hangisi size kendinizi daha rahat hissettirecektir?

Bu konu Duke Üniversitesinden Dan Ariely'nin uzmanlık alanı. Ariely, dünyanın çeşitli ülkelerinde yaptığı deneylerle

davranışsal ekonominin gelişimine katkı sağlamış sayılı isimlerden biri. Yaptığı şu deney kredi kartına ve parayla aranızda olan her şeye bakış açınızı değiştirebilecek nitelikte: Ariely ve deney ekibi, ortak kullanılan bir alana 6 adet kutu kola koydular. 72 saat sonra yapılan kontrolde kolaların tamamının ortadan kaybolduğunu gözlemlədiler. Birileri kolaları almıştı veya yerini değiştirmişti (!). Aynı yere 6 kutu kola fiyatına denk gelen 6 adet bir dolarlık banknot koyduklarında ise üstünden 72 saat geçmesine rağmen paraya kimsenin dokunmadığını gördüler. Dolayısıyla insanlar nakit parayla aralarına bir araç (kutulu kola) girmesi halinde, farklı tutum takındılar. Bu araç illa ki kutulu kola olmayabilir. Jeton, puan, çek, kredi kartı vs. gibi şeyler de parayla aranızda girebilecek şeyler.

Ariely'e göre insanlar nakit söz konusu olduğunda farklı davranıyorlar. Bu örnekte farklılık dürüstlük olarak karşımıza çıktı. Kolayı alan insanlar, parayı almamışlardı. Ama biraz sonra anlatacağım gibi farklı davranış, çok başka şekillerde de karşımıza çıkabilir. Kredi kartı da insanla para arasına giren bir şey olduğu için bu gözle değerlendirilebilir. Kredi kartıyla harcama yaparken parayla harcama yaptığımız duruma göre kesinlikle daha rahattır. Bu da kredi kartı firmalarının işine gelir.

Kredi kartının harcamayı kolaylaştıran ikinci yönü ise isteğinize hemen ulaşmanız ama ödemeyi bir ay sonra yapmanızdır. O an alacağınız ürünün parasını sonradan veriyor olmanız canınızın o an yanmamasını sağlar; mutluluğu öne çekmiş, acıyı ise ertelemiş olursunuz. Yani tipik bir bugünzedelik problemi. Bu konuda yapılmış o kadar çok çalışma var ki saymakla bitmez. Bu çalışmaların ortak sonuçlarından biri şudur: Bugün/yarın tercihlerinde bugünün cazibesine kapılan insanlar diğerlerine göre daha çok kredi kartı harcaması yapıyorlar.

Meier ve Sprenger (2010) günün cazibesine kapılan insanların diğerlerine göre çok daha yüksek kredi kartı borcu olduğunu ve daha fazla borçlandıklarını ortaya koydu. İnsanların

hemen alabilecekleri paraya karşı olan hassasiyetleri sebebiyle, kredi kartı faizleri, kısa vadeli ihtiyaç kredileri gibi kredilerin faizleri genellikle normal faizlerin çok üzerindedir. Ancak ve maalesef insanlar bu faizlerin yüksek olmasını fazla önemsemezler ve tam da bu sebeple etrafta birçok kredi kartı mağduru bulunmakta ve bu da hem ailelerin hem de devletin üzerinde önemli bir yük teşkil etmektedir.

Spor Salonu Üyelikleri

Aylık, yıllık üyelikler bu tarz zaafları olan insanlar için çok kötüdür. Sağlık, güzellik ve spor salonları bunların başında gelir. Size yıllık belirli bir ücret karşılığında sınırsız kullanım hakkı gibi cazip tekliflerde bulunurlar. Ancak salon yönetimleri de gayet iyi bilir ki, çok az kişi bu sınırsız hakkını verimli bir şekilde kullanır. Dolayısıyla bu salonlar ortalamada çok iyi kâr elde ederler. Ben de bu tarz bir bugünzedelik problemi yaşadığımı itiraf edeyim. Yıllar önce çalıştığım üniversitenin spor salonuna yıllık 300 TL karşılığında sınırsız üye olmuştum. O günün şartlarında bu çok iyi bir fiyattı. Çünkü dışarıdaki normal salonlar bu üyeliği 500 TL'den aşağı vermiyorlardı. Üye olduğum salonun tek girişi ise 20 TL idi. İyi bir alışverişte bulunmuştum. Yılda sadece 15 defa gitsem, harcadığım parayı çıkarıyordum ve sonraki girişlerim bedavaya gelecekti. Sonra o sene kaç defa spor salonuna gittiğimi saydım. İnanılmaz gelebilir ama sadece 5 defa gidebilmiştim. Sonraki sene aboneliğimi yenilemeyip, salona giriş başına para vermeyi denedim. Bu sefer de giriş sayım 10'a çıkmıştı ama seneyi 200 TL vererek kapatmışım.

DellaVigna ve Malmendier, 2006 yılında tam da buna benzer bir çalışma yaptılar ve Boston civarındaki 7500 sağlık kulübünü, jimnastik salonunu ve onların üyelerini üç yıl boyunca incelemeye aldılar ve şu sonucu buldular: Bu kulüplerin üyelerinin üyelik için ödedikleri ücretin her bir ziyaret başına

düşen miktarı yaklaşık 17 dolara geliyordu (Yıllık 170 dolar verip, ortalamada 10 defa gitmek gibi düşünebilirsiniz). Halbuki aynı kulüpler tek giriş için sadece 10 dolar alıyorlardı. Bu israf bir kişiye yıllık olarak 600 dolara maloluyordu. Siz de bir spor salonuna gidiyorsanız, yıllık gidiş sayınızı hesaplayın ve ödediğiniz aidatla karşılaştırmayı unutmayın.

Bu Son Oyun, Bırakacağım

Oynadığınız bir bilgisayar oyununu düşünün. Gece geç vakit olmuştur, uyumanız gerekmektedir ama siz hep kendi kendinize şu sözü söylersiniz: “Son bir defa daha oynayıp bırakıyorum.” Ama bu çoğu zaman hiç gerçekleşmez. Bunun tek sebebi o an oyun oynamanın size başka işlerden daha cazip gelmesidir. Yine bugünzedelik...

Sınavdan Bir Gün Önce

“Bugünün işini yarına bırak, belki vazgeçersin.”

Tembellik Anayasası’ndan

Üniversitede okurken Vural diye bir arkadaşım vardı. Her sınavdan bir gün önce gelir ve şöyle derdi: “Keşke bir günüm daha olsaydı.” Sanırım bu, tüm öğrencilerin ortak derdidir.

Hemen Teslim

İnternet sitelerinden satış yapan şirketler genellikle dışarıdaki mağazalara göre daha ucuz olsalar bile önemli bir dezavantaja sahiptirler. Bu da bu online şirketlerin bugünün cazibesini normal mağazalar kadar iyi kullanamamalarından kaynaklanmaktadır. Mis gibi kokan bir restoranın önünden geçerken yemeğe karşı duyduğunuz iştah ile internetten verilebilecek bir ye-

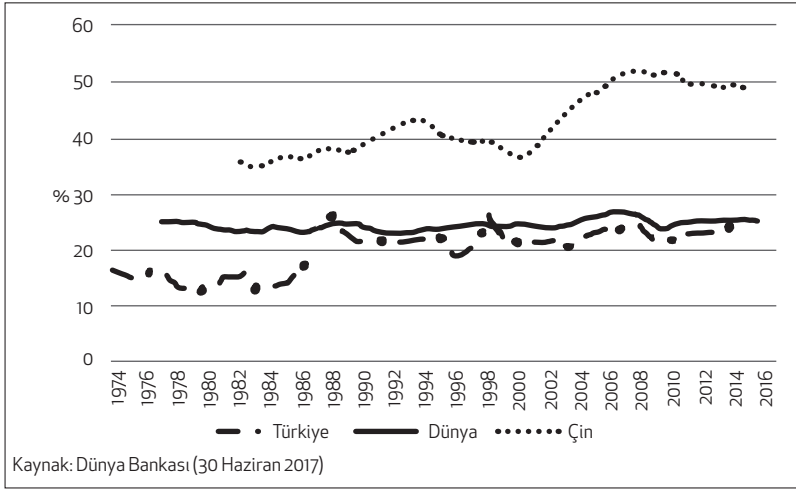
mek siparişinde yemeğe karşı duyduğunuz iştah aynı değildir. Ancak sıkça bulamayacağınız başka ürünlerde, online siteler, ürünlerinin yanına “Hemen teslim”, “1 saatte teslim” gibi şeyler yazarak insanların hemen satın alma ve hemen sahip olma arzularını kullanmak isterler. Yani bugünzedeliği farklı bir şekilde kullanmaya çalışırlar.

Bugünzede Ülkeler

Bugünzedelik, toplumlar için de çok önemli bir konudur. Çünkü toplumlar, geleceklerini garantiye almak adına tasarruf etmek zorundadırlar. Bazı ülkelerdeki insanlar sürekli tasarruf ederken, bazı ülkelerdekiler ise harcamadan yana tavır koyuyorlar. Birinci grup ülkelere örnek olarak Çin, ikinci grup ülkelere örnek olarak ABD verilebilir. Dünya Bankası verileri, dünyada ortalama olarak GSYH'nın yüzde 25'inin tasarruf edildiğini gösteriyor (Şekil 5 düz çizgi). Yani, insanlar ortalama olarak kazandıkları 100 TL'nin 25'ini biriktiriyorlar. Ekonominin en temel yapı bloklarından biri tasarruf etmektir. Ancak tasarruf eden toplumlar yatırım yapabilirler. Alacağınız her ekonomik karar ne kadar biriktirdiğinizle ilgilidir.

Tasarruf edemeyen insanlar veya toplumlar, finansmanlarını borçlanarak sürdürmek durumundadırlar. Borçları ödeme zamanı geldiğinde de borcu borçla kapatırlar ve bu böyle sürer gider. Halbuki yüksek tasarruf oranlarına sahip toplumlar bu tasarrufları yatırıma dönüştürerek ülkenin kalkınmasını sağlarlar. Çin'in son yıllardaki büyümesi böyle bir efsanenin sonucudur. Çin halkının inanılmaz derecedeki tasarruf oranları ülkedeki yatırımların finanse edilmesini sağladı. 1980'lerde yüzde 36'lar civarında olan ülke tasarrufları, sürekli yükselerek 2015 yılında yüzde 48 seviyesine ulaştı.

Türkiye'de ise durum çok kötü olmasa da pek parlak değil (Şekil 5, kesikli çizgi). Ülkemizdeki tasarruf oranları, 1975



Şekil 5: Dünya Tasarruf Oranları Ortalaması (% Gayri Safi Yurtiçi Hasıla)

yılından bu yana genel olarak dünya ortalamasının altında. Son olarak 2016 yılında yapılan hesaplamalara göre, Türkiye'deki tasarruf oranı yüzde 24,7. Türkler kazandıkları her 100 TL'nin 24,7 TL'sini gelecekleri için biriktiriyorlar. Bu oran dünya ortalamasına çok yakın olmakla birlikte ortalamanın altında. Yani Türkiye'de dünya ortalamasından daha az tasarruf yapılıyor, bunun yerine harcama yapmak yeğleniyor.

Türkiye'nin son yıllarda sürekli konuştuğu cari açık sorunu da kabaca bu şekilde gerçekleşmiş oluyor. Yani tasarruf edemeyen bir toplum dışarıdan borçlanmaya başlıyor. Tasarruf etmek de aslında bugünle yarın arasında bir tercih meselesidir. 2017 Nobel Ekonomi ödülü sahibi Thaler ve Shefrin'in de işaret ettiği gibi kendine hâkim olmak, harcama içgüdüsüne dayanabilmek, ulusal tasarruf oranlarının altında yatan en önemli unsurlardan biridir. O yüzden bu konunun iyi anlaşılması toplumsal tasarruf oranlarının artırılmasına da önemli katkı sağlayacaktır.

Bu durum, ülkeler için de bireyler için de aynıdır. Tasarruf edemezseniz borçlanırsınız. Borcu borçla kapatırsınız. Ta ki bir krizle karşılaşana kadar... Krizle karşılaştığınız zaman girdiğiniz

Tembellik Anayasası

- 1.** İnsanlar yorgun doğar ve dinlenmek için yaşar
- 2.** Çalışmak yorar
- 3.** Yarın yapabileceğin işi sakın bugün yapma
- 4.** Bugünün işini yarına bırak, belki vazgeçersin
- 5.** Dinlenen biri görürsen otur ve ona yardım et
- 6.** Oturmak mümkünse ayakta durma, yatmak mümkünse oturma
- 7.** Tembellikten kimse ölmemiş
- 8.** Çalışma isteği duyunca bir yere otur ve geçmesini bekle

kısır döngü sona erer ve her şeyinizden olursunuz. Bu durum ülkelerin krize girmesinden biraz farklıdır, çünkü siz para basarak krizden kurtulmaya çalışamazsınız. Bir şekilde bedelini ödemek durumunda kalırsınız.

Tek tek konuştuğunuz zaman insanlar birikim yapmayı çok istediklerini ifade ederler, ancak iş icraata geldiğinde bunu yapamazlar. Çoğumuz birikim yapamayız. Bunun sebebi ise çoğunlukla piyasayla alakalı değildir, aksine psikolojiktir. Üşengeçlik veya harcama yapmanın cazibesi gibi şeyler birikim yapmamızı engeller. Tasarruf etmenin yolu beyni kandırmaktan geçer. Peki ama nasıl?

Kıssadan hisse

- Bugünzedelik insanlar için olduğu kadar toplumlar ve ülkeler için de bir problemdir.
- Türkiye'deki tasarruf oranları dünya ortalamasına çok yakın olmakla birlikte, ortalamanın altındadır.

Bugünzedelikten Kurtulmanın Yolları-I

Bugünzedeliğin hayatımızda ne tür sorunlara neden olduğuna sizi ikna edebilmişsem, şimdi aklınıza şu gelmiş olmalı: Bugünzedelikten kurtulmak mümkün müdür? Cevap evet. Basit ama etkili yolları var. Bu yolları hem kendinize hem de çocuklarınıza tatbik edebilirsiniz. Hatta bu yolları çocuklarınıza öğreterek onların geleceğine de yatırım yapmış olursunuz. Hatırlayacağınız gibi, küçükken bugünzedeliğe karşı direnebilen çocukların, gelecekte daha başarılı oldukları bilimsel bir bulgu. Yapılabilecekleri sizin yapabilecekleriniz ve devletin yapabilecekleri diye ikiye ayırıp anlatalım:

Sizin Yapabilecekleriniz

1. Aklını Kullan, Kredi Kartından Uzak Dur

Kredi kartı sayınızı ve limitlerini gözden geçirin. Sakın ha, ne fark eder demeyin, fazla limitin fazla harcabileceği deneylerle gösterilmiştir. Mümkünse alışverişe çıkarken kredi kartlarınızdan bir kısmını evde bırakın ve kredi kartı kullanmak yerine nakit parayı tercih edin. Böylelikle nakit paranın gücünü kullanarak pazarlık da edebilirsiniz. Eğer bu bölümün başındaki psikofinansal testteki puanınız -3'ün altındaysa, kredi kartı harcamalarınızı bir daha kontrol etmenizi öneririm.

2. Özgürlük O Kadar da İyi Değildir: Kendini Bağla

Tüm ailelerin yaşadığı bir sorundur sanırım: Çocuğumuzu ne kadar özgür bırakmalıyız? Liberal düşüncenin dünyada giderek yaygınlaşması eğitimde de bir liberalleşmeyi beraberinde getirdi. Bu sadece eğitimle sınırlı değil. Herhangi bir işte, bireyleri ne kadar özgür bırakırsak o kadar iyi sonuçlar alacağımız varsayılır hep. Ancak şimdi size bahsedeceğim araştırma bu konudaki fikrinizi gözden geçirmenize sebep olacak.

Araştırmayı 2002 yılında Ariely ve Wertenbroch ortak olarak yaptılar. Her deneysel araştırmada olduğu gibi iki grup öğrenci seçtiler ve bu öğrencilere bir ödev verdiler. Amaçları özgür bırakılan öğrencilerle özgür bırakılmayan öğrencilerin ödev performansını karşılaştırmaktı. İlk gruptaki öğrencilerden, ödevlerinin son teslim tarihini kendilerinin belirlemesi istendi. Okullar kapanmadan önce olmak kaydıyla istediği bir günü son teslim tarihi olarak seçecekler ve bu tarihten önce ödevlerini teslim edeceklerdi. Her öğrenci farklı bir teslim tarihi seçebilirdi. İkinci grubun, buna da çaresiz grup diyelim, son teslim tarihi ise dersin hocası tarafından belirlendi. Özet olarak, birinci gruptaki öğrenciler ödev teslim tarihini kendi seçti, ikinci gruptaki öğrencilerin ödev teslim tarihi hocaları tarafından seçildi. Ödevlerini son teslim tarihinde getirmeyen öğrenciler notları kırıılarak

cezalandırıldılar. Sonuçlara geçmeden önce bir anlığına hangi gruptaki öğrencilerin daha başarılı olmuş olabileceklerini bir düşünün. Özgür grup mu, yoksa çaresiz grup mu?

Şimdi sonuçlara geçebiliriz:

1. Özgür gruptaki öğrencilerin, kendilerine seçtikleri son teslim tarihi okulun son gününden bayağı erkendi. Bu, öğrencilerin kendilerini kontrol etme problemleri olduğunun farkında olmaları ve hatta bunu çözmeye yönelik adımlar atmaya çalıştıkları şeklinde yorumlanabilir.
2. Esas önemli olan sonuç ise şu: Çaresiz grubun ödevden aldıkları notların ortalaması (88.7), özgür grubun not ortalamasından (85.6) anlamlı bir şekilde yüksek çıktı. Yani çaresiz grubun notları ortalamada özgür gruptan biraz daha yüksek çıktı. Bu da özgür bırakılmak yerine dışarıdan belirlenen bir şekilde kısıtlanmanın biraz daha başarı getirdiği şeklinde yorumlanabilir.

Bu sebeple özgür olursam kendimi kontrol ederim, daha iyi çalışırım veya harcamalarım daha hâkim olurum, spor salonuna daha rahat giderim diye düşünmeyin. Bir şekilde kendinizi kısıtlayın. Bu kısıtlama kredi kartının limitinin azaltılması olabileceği gibi kendinize koyacağınız bir ödül-ceza sistemiyle de olabilir. Arzu ettiğiniz bir işi yapmak karşılığında kendinize bir ödül veya yapmamanız karşılığında bir ceza vererek kendinizi bağlayabilirsiniz. Bunu sürekli yapar ve hatta bir kişinin de bunu kontrol etmesini sağlarsanız, bundan daha iyisi olmaz.

Birçok insan kendilerinde bu problemin olduğunun farkında ve çözüm arıyor. İnsanların bugünzedelik probleminin üzerinde çalışmalar yapan iki kafadar tarafından tasarlanan, SnuzNLuz da insanlara önerilen çarelerden biri. Bir çalar saat olan SnuzNLuz, sabahları çaldığında uyanmaz da erteleme düğmesine basarsanız, daha önce belirtmiş olduğunuz bir vakfa otomatik olarak

sizin banka hesabınızdan küçük bir miktar bağış yapıyor. Bir defadan tabii ki bir şey olmaz ama bu işi sürekli yapar hale gelirseniz, bu kadar iyiliksever olmak size pahalıya mal olabilir.

3. Bugün Olmasa Bile Yarın Biriktir, Ama Biriktir

Hayatta aldığımız ekonomik kararların birçoğu kazancımız ve bu kazancımızı nasıl birikime dönüştüreceğimizle ilgilidir. Tasarruf edebilmenin anahtarı, daha çok kazanmakta değil, zihinsel olarak bu işe hazır olmakta ve bu işin olabildiğince kolaylaştırılmasında. Çünkü kişiler veya toplumlar harcamaya alıştırlarsa, bu insanları tasarruf etmeye yönlendirmek zordur. İnsanların ortalama ömrü son yıllarda gittikçe artıyor. Bu bir taraftan iyi bir haberken, diğer taraftan da kötü haber. Çünkü bu değişim yavaş yavaş meydana geldiği için birçok insan babalarından, dedelerinden devraldıkları yaşam tarzını sürdürüyor. Kendilerinden daha kısa yaşamış olan büyükleri gibi yaşayınca ölümünden, mesela 5 yıl önce beş parasız kalıyor. Türkiye’deki durumu net olarak bilmiyoruz ama ABD’de emeklilik yaşına yaklaşanların yaklaşık yüzde 20’si bir emeklilik birikimine sahip değiller. O sebeple para biriktirmek hayati derecede önemli ama bir o kadar da zordur. Bugünzede insanlar birikim yapamazlar, çünkü bugün harcamaya alışmışlardır. Bu insanlara para biriktirmenin faydalarını anlatmak nafile bir çaba olacaktır. Bunun yerine farklı bir şey denenip, şöyle bir yol önerilebilir: “Bugün kazandığın paradan tasarruf etmene gerek yok, tamam. Ancak ilerideki maaş artışların otomatik olarak açmış olduğun bir birikim hesabına (mesela Bireysel Emeklilik Sistemine) aktarılsın. Bu birikime de yıllarca dokunma.”

Bugün biriktirmeye sıcak bakmayan insanlar, ilerideki maaş artışından yapılacak bir birikime aynı derecede olumsuz yaklaşmayacaklardır. En azından yapılan deneyler bunu gösteriyor. Biliyorum böyle bir mekanizma henüz Türkiye’de kurulmuş değil ancak dünyada bazı örnekleri var ve gayet güzel işliyor.

Şirketler kendi çalışanları için ya da bankalar müşterileri için bu tarz tasarrufu artırıcı modeller geliştirseler, hem insanlara hem de ülkemize büyük bir iyilik yapmış olurlar.

4. Açken Karar Verme

Beynimizin doğru kararlar vermek için enerjiye ve bakıma ihtiyacı vardır. Her ne kadar farkında olmasak bile almaya çalıştığımız her bir karar, beyin için bir iş ve enerji kaybı demek. Facebook'un kurucusu ve CEO'su Mark Zuckerberg'e neden hep gri tişört giydiği sorulduğunda şöyle cevap vermişti: "Hayatımı olabildiğince sade tutmak, bunun için de olabildiğince az karar almak istiyorum."¹⁰ Çünkü her bir karar beyni meşgul eden bir şeydir ve enerjimizden yer. Dr. Wang 2010'da yaptığı bir araştırmada şekerli içecek içen deneklerin bugünzedeliğe karşı daha dayanıklı ve sabredip yarın daha büyük ödül almaya daha yatkın olduklarını ortaya koydu. Yanlış anlaşılmasın, bu şekerli içecek için anlamına gelmiyor. Sadece içinde bulunduğunuz an yeteri kadar enerjiniz yoksa bugünzedeliğe direnemeyeceksiniz demektir. Daha önce de bahsetmiştik: Karar verme işinin kendisi de enerji tüketen bir iştir.

Kendine hâkim olmaya çalışmak küçük bir iş değildir. Bunu küçümsemeyin. Sadece bu iş bile vücutta önemli oranda enerji kaybına sebep oluyor. 2007 yılında yapılan bir deney, cazip bir şey karşısında (örneğin bilgisayar oyunu oynamak) kendine hâkim olmaya çalışan deneklerin bile kanlarındaki glikoz seviyesinin önemli oranda düştüğünü ortaya koydu. O sebeple bu deneklere verilen ikinci bir işte daha kötü bir performans sergiledikleri bulunmuştur. Diğer bir ifadeyle, herhangi bir şeye karşı direnmek, almamaya çalışmak, yememeye çalışmak, uyumamaya çalışmak insanın zihnini farkında olmadan yoruyor.

10. <http://www.telegraph.co.uk/technology/facebook/11217273/Facebooks-Mark-Zuckerberg-Why-I-wear-the-same-T-shirt-every-day.html>

Birçok kişi pek farkında değildir ama büyük mağazalardan alışveriş yapmak insanı yoruyor. Çünkü karşılaştığımız her seçenek, beyninizin karar verme mekanizmasını çalıştırıyor ve yoruyor. Bu sebeple yüzlerce ürün arasında karar vermeye çalışan insanların enerjileri tükeniyor ve bir süre sonra karar vermekte zorlanıyorlar. O sırada yenilen bir yemek, insana karar verme gücü kazandırabilir. Tokken yapacağınız tercihler, açken yapacağınız tercihlerden daha verimli olacaktır. Bazı mağazalar bu duruma çözüm bulmuş görünüyorlar. İsveç menşeli IKEA bunlardan biri. Dünyanın birçok ülkesinde mağazaları olan IKEA'nın binaları gayet büyük ve çoğunlukla iki katlı olup, ürün seçimleri ikinci ve üst katta yapılır. Buradan alacakları ürünü ve çeşidini seçen insanlar alt kata inip onu teslim alırlar. Dolayısıyla ikinci kat seçimlerin yapıldığı ve zihnin en fazla yorulduğu kattır. IKEA'nın ikinci katında ayrıca bir restoran ve hatta bir de kafeterya bulunur. Yatakların, dolapların arasında bir restoran görmek insana garip gibi gelse de aslında yukarıda anlattığımız sebeplerle çok yerinde bir seçimdir. Restoranın varlığının müşteriye de şirkete de faydası vardır. Dışarı çıkan müşterinin kolay kolay geri gelmeyeceğini mağaza sahipleri bilir. Mağaza içine konan bir restoran, alışverişten ve seçim yapmaktan yorulan insanların mağaza dışına çıkmadan dinlenmelerini ve karınlarını doyurmalarını sağlar. Böylelikle müşteriler alışverişlerine daha sağlıklı bir zihinle devam ederler. IKEA hem size yiyecek satmış, hem de diğer ürünlerinden biraz daha fazla alışveriş yapma ihtimalinizi artırmış olur. Siz de yorulmadan karnınızı doyurmuş olursunuz.

5. Kafanı Çevir

O an size cazip gelen bir şeyin sizi etkilemesinden korkuyorsanız, yani bugünzedelik probleminiz varsa, ona direnmeye çalışmak en iyi çözüm değildir. Size çekici gelen şeyden uzak durmaya çalışmak, yaklaşmamak, dikkatini ondan uzak tutmak daha iyi bir çözümdür. Yukarıda bahsettiğimiz Walter Mitchel'in

çikolata deneyinde çikolataya dayanabilenlerin ortak özelliği şu olmuş: Bu çocuklar dikkatlerini çikolatadan uzak tutmaya çalışmışlar. Ya gözlerini kapatmışlar ya dikkatlerini başka bir tarafa yönlendirmişler ya da kendi kendilerine konuşarak başka bir konuya odaklanmışlar vs. Ama her halükârda çikolataya direnmenin yolunun ona bakmamak olduğunu keşfetmişler. Birçok insanın kilo alışının sebebi aslında o an gördüğü yemeği yemek için tetiklenen arzusudur. Aslında o yemeği o an görmesiniz aklınıza yemek bile gelmeyecektir. Bu sebeple, “nefsinize hâkim olun” gibi bir şey söylemeyeceğim. Çünkü bunu yapmak oldukça zordur. Diyetisyenler hastalarına yemekten sakınmak yerine çikolata, tatlı gibi yiyecekleri göz önünde tutmamalarını tavsiye ederler. Çünkü bunların cazibesine kapılan bir insanın bunları yememek gibi bir seçeneği pek olmaz.

Kıssadan Hisse

Birikim yapmak istiyorsanız bunun yolu beyninizi kandırmaktan geçiyor. Bunun için farklı yollar deneyebilirsiniz:

- Yapacağınız iş ne olursa olsun, iş için kendinize bir zaman kısıtlaması veya hedef koyun. Bu, performansınızı artıracaktır. Aynı şeyi çocuğunuz/öğrencileriniz için de deneyebilirsiniz.
- Maaşınızı alır almaz biriktirebileceğiniz bir miktarı başka bir hesaba transfer edin ve o hesaba asla ve asla dokunmayın.
- İhtiyaçlarınızı alışverişe çıkmadan önce kafanızda netleştirin.
- Kredi kartı sayınızı ve limitlerini gözden geçirin. Azaltmak iyi fikir olabilir.

Bugünzedelikten Kurtulmanın Yolları-II

Kurumların Yapabilecekleri ve Yönlendirici Düzenlemeler

İş yaptığınız kurumların da bu konuda size destek olması pekâlâ mümkün. İnsanların önemli bir kısmı tasarruflarını ban-

kalarda tutuyor. Ancak, istedikleri oranda tasarruf edebildikleri, biriktirebildikleri söylenemez. Bu konuda bankaların, üzerlerine ekstra bir iş alarak müşterilerine yardımcı olmaları mümkün.

Bu, davranışsal ekonomistlerin yeni yeni üzerinde çalıştıkları bir konu. İnsan iradesine müdahale etmeden, yapılabilecek küçük düzenlemelerle insanların tercihlerini olumlu yönde etkilemek mümkün. Thaler'ın yazdığı *Dürtme* adlı kitap bu konuda geniş örneklerle dolu. Thaler kitabında, akıllıca kurgulanmış yönlendirici düzenlemelerin¹¹ insanların daha rasyonel tercihler yapmalarını sağlayabileceğini ileri sürüyor. Mesela, caddelere çizilen enine çizgiler, sürücülerin yavaşlamasını sağlar. Tamamen psikolojik bir düzenleme olan bu çizgiler, birçok trafik levhasından daha etkilidir. Aynı şekilde, bankaların müşterilerine gönderdikleri basit hatırlatma mesajlarının çok işe yaradığı biliniyor. Peru, Filipinler ve Bolivya'da bu tarz denemeler yapıldı. İnsanlar, önceden kendileri için uygun bir tasarruf oranı belirlediler. Mesela, "aylık 100 dolar biriktireceğim" gibi. Bankalar da ay sonunda müşterilerine, bu miktara ulaşp ulaşmadıklarına dair SMS'ler gönderdi. "Bu ayki hedefinize 20 dolar kaldı" gibi mesajlar. Basit gibi görünen bu hatırlatma mesajı çok işe yaradı. Kendilerine SMS ile hatırlatma yapılan müşteriler, SMS ile hatırlatma yapılmayan müşterilere göre biraz daha fazla biriktirmeyi başardı.

Benzer metotlar, davranışsal bugünzedelikler için de denebilir. Mesela diyetisyenler, hastalarına haftalık mesajlar veya e-postalar gönderip, gerekli takipleri basit bir web sitesi üzerinden yapabilirler. Mesela, "bu hafta hiç çikolata yediniz mi" gibi sorularla dolu bir web sitesine yönlendirip takip sağlamak insanların istedikleri hedefe daha rahat ulaşmaları hususunda onlara yardımcı olacaktır.

11. İngilizcesi "nudge" olan bu kelime Türkçeye "dürtme" diye çevrildi. Dürtmek, Türkçede genellikle olumsuz anlamda kullanıldığından burada kastedilen olumlu fiili karşıladığını zannetmiyorum. Ayrıca kulağa da hoş gelmiyor. Bu sebeple ben "yönlendirici düzenlemeler"i kullanmayı tercih ediyorum.

Devletlerin Yapabilecekleri

Dr. Laibson, ülkelerdeki düşük tasarruf oranlarının (aşağıdaki “Örnek Vaka: Kendinizi Bağlamak İçin Para Verir misiniz?” adlı bölümü bu gözle okuyun) bir sorumlusunun da finansal inovasyonlar ve kredi kartları olduğunu iddia etmektedir. Aynı şekilde başka çalışmalar da emeklilik birikimlerinin az oluşunun altında da harcamayı kontrol etme problemi ve kredi kartı olduğunu iddia etmektedir.

Bilindiği üzere bu konu ülkemiz gündemini de sıklıkla meşgul ediyor. Son olarak kredi kartı harcamalarında taksitlendirmeye sınırlama getirilerek kredi kartlarının aşırı kullanımının ve bankacılık sistemi için bir risk oluşturmamasının önüne geçilmeye çalışıldı. Buna göre, Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK) mal ve hizmet alımlarında ve nakit çekimlerinde taksit sayısını sınırlandırdı. Her ne kadar kredi kartını finansal gücü ölçüsünde bilinçli kullanan tüketiciler olsa da azımsanamayacak sayıda kullanıcı için kredi kartı sınırsız tüketim hevesleri için bir ödeme aracı, kredi kartı limitlerinin ise mutlaka ulaşılması gereken bir hedef haline geldiği inkâr edilemez bir gerçek. Merkez Bankası verilerine göre, Türkiye’de kredi kartı harcamaları 2001 yılında 2,5 milyar TL iken, 2016 yıl sonunda bu rakam 82 milyar TL’ye kadar ulaştı.

Dolayısıyla tasarruf oranlarını artırmak isteyen devletlerin kredi kartı sorununu da ciddi bir konu olarak ele almaları ve Davranışsal Finans’ın bu konuyla ilgili bulgularından istifade etmeleri gerekmektedir. Peki neler yapılabilir?

Kredi kartı kullanımıyla ilgili avantajların yanında yükümlülük koşullarının da sözleşmelerde büyük harflerle belirtilmesi (gecikme faizi, nakit çekim ücreti, alınan komisyonlar vs. ya da belirli aralıklarla kalan bakiyenin SMS yoluyla hatırlatılması) uyarıcı bir yol olarak düşünülebilir. Söz konusu adımlar kesinlikle kişilerin tercih özgürlüğünü kısıtlamayacak, sadece daha az rasyonel kullanıcıları herkes için daha optimal olan tercihler

yapmaya ve kontrollü olmaya yöneltecektir. Unutulmaması gereken diğer bir nokta da bu şekilde tasarlanacak bir düzenlemenin basit ve düşük maliyetli olduğudur.

İnsanların kendilerine bırakıldığında hayatlarında bu tarz değişimler yapması zor görünüyor. Çünkü beynimiz yapı itibariyle bugünzededir. Yarını düşünmeyi pek sevmez. Ancak devletler bilimin bulgularından yola çıkarak ekonomik ve finansal olarak istediğimiz sonuçlara ulaşmamız için gündelik hayatta minik düzenlemeler yapabilirler. İngiltere’de bu tarz inisiyatifleri kurulamak üzere devlet nezdinde “Davranışsal Anlayış Grubu” diye bir grup kuruldu. Türkiye’de de kurulmaması için hiçbir neden yok.

Araştırmacılar için ucu açık sorular

- Kredi kartlarıyla ilgili olarak: Bugünzedelik testiyle takibe düşme oranları arasında bir ilişki olabilir mi?
- Kredi kartlarında uygulanan tek limitin tüketici kredilerinde de uygulanması gerekir mi?

Öneri

- Richard Thaler ile Cass Sunstein’in beraber yazdıkları *Dürtme* kitabını okuyabilirsiniz. Sunstein bir hukukçu, Thaler bir ekonomist olduğu için ortaya çıkan kitabın dili de değişken. Bazen ağırlaşıyor, bazen kolaylaşıyor. Ama yine de okumaya değer.

Örnek Vaka: Kendinizi Bağlamak İçin Para Verir misiniz?

Birçok insan kilo vermek için diyetisyenlere dünyanın parasını döküyor. Bazısı başarılı oluyor, bazısı olamıyor. Ancak hiç kimse para biriktirmesine yardımcı olması için bir danışmana para vermek istemez. Aynı şekilde, spor salonuna düzenli gitmesine yardımcı olması için de ayrı bir danışman tutmaz (*danışmana vereceğin ücret, kazancından az olabilir*). Yukarıda da anlatıldığı gibi, bu tarz kararların çoğunda esas sorun kararı almak değil, o kararı tembellik yapmadan uygulamaktır. Bu diyetle de böyledir, spor salonuna gitmekte de, para biriktirmekte de... İnsanlar maalesef bu tarz kararlarda kendilerini bir şekilde bağlamadan başarılı olamıyorlar. Bunu bilen Yale Üniversitesinden iki hoca bir web sitesi kurdular: www.stickk.com

Times, *Financial Times* gibi birçok medya organının haberlerine de konu olan web sitesi, hayatında bir kararı uygulamak isteyen ama bugünzedelik problemi yüzünden uygulayamayan insanlar için kuruldu. Çalışma prensibi çok basit. Önce uygulamak istediğiniz bir kararı siteden seçiyorsunuz: Kilo vermek, ders çalışmak, spor salonuna gitmek, sigarayı bırakmak, para biriktirmek vs. Sonra bu kararınızı kontrol edecek üç hakem belirliyorsunuz: Anneniz, arkadaşınız vs. Son olarak da kararı uygulamamanız durumunda hesabınızdan çekilecek belirli bir miktar para cezası belirliyorsunuz. Eğer sizi kontrol eden kişiler, kararınızı uygulamadığınız konusunda hemfikir olursa, site banka hesabınızdan otomatik olarak o ceza miktarını çekiyor ve daha önce seçtiğiniz bir yere bağış olarak yatırıyor.

Bu site, birçok davranışsal finans bulgusunu aynı anda kullanmış oluyor. Birincisi, insanların bugünzedelik problemi vardır ve birçok insan bu konuda gittikçe daha da bilinçli hale geliyor. İkincisi, yukarıda da anlatıldığı gibi insanların kayba olan hassasiyetleri kazançtan daha fazladır. İnsana ceza ver-

mek, genel olarak ödül vermekten daha etkilidir. Üçüncüsü, sosyal normlar ve başkalarının ne yaptığımızı bilmesi de bizi fazlasıyla motive edici bir şeydir.

Bu kitabın yazıldığı tarihlerde, 375.000 karar birileri tarafından takip ediliyor, yaklaşık olarak 33 milyon dolarlık bir ceza da web sitesinde askıda bekliyordu...

Düşünün

- Bugünzedelikle ilgili olarak insanlara günlük hayatta kullanabilecekleri ne tür pratik çözümler üretebiliriz? Bu çözümleri şuradan paylaşabilirsiniz: <https://davranissalekonomi.blogspot.com/>

4. BÖLÜM

Yatırım

Davranışları

ve Hayvansal

Güdüler

Riskin Zevki ve Sandviç Kontu

Efsanedir anlatılır, burada da anlatalım. Bir sınavda hoca öğrencilerine cevabı olmayan bir soru yöneltir: “Risk nedir?” Hoca, öğrencilerinin ne cevap vereceğini merak eder. Herkes kendince bazı cevaplar bulmaya çalışırken, öğrencinin biri boş kâğıt verir ve kâğıdın en sonuna minik bir not düşer: “Risk budur.”

İnsanın riske karşı olan tavrı onun ekonomik kararlarının temelini oluşturur. Mesela, risk almayı seven insanlar, hisse senedi yatırımına daha yatkındır. Aynı şekilde, hayatta da riski sevenlerin maaşlı işte çalışmak yerine kendi işini kurmaya daha yatkın oldukları söylenir. Riskin insana haz veren yapısı vardır. Risk alan, haz alır. Ama tabii ki herkes aynı riskten aynı hazzı alamaz. Dostoyevski, aslında kendi hayatını anlattığı, ünlü *Kumarbaz* adlı eserinde kumarı sadece kumar oynamış olmak için oynayan İvanoviç adlı bir adamın hikâyesini anlatır. Bu adam sadece oynamaktan zevk alır ve ne kazandığının da bir önemi yoktur. Her ne kadar bir roman da olsa, bunun gerçeklik payı vardır. Risk zevk verir.

Nobel ödüllü Kahneman’ın da içinde olduğu beş kişilik bir ekip 2001’de hırsın finansal piyasalardaki etkisini bir deney ortamında araştırmak istedi. Bu deneyde Breiter ve arkadaşları, insanların riskli durumlar sonucunda kazandığı veya kaybettiği

paraların beyinde nasıl bir hareketlenmeye yol açtığını merak ettiler ve fMRI görüntüleme tekniği kullanarak insanların beyinlerindeki aktiviteleri ölçmeye karar verdiler.

fMRI'in bu tarz deneylerde kullanılmaya başlaması çok yeni. Yaptığı şey basit ama işe yarar. fMRI cihazları, vücudun istenilen bölgesinde bir manyetik alan oluşturup, bu manyetik alanı kullanarak o bölgedeki kan hücrelerinin içindeki elektriklenmenin değişimi sayesinde kan akışının nasıl değiştiğini tespit ediyor. Diğer bir ifadeyle, fMRI cihazları vücudun herhangi bir yerindeki kan akışının artıp artmadığını tespit etmek amacıyla kullanılıyor.

Araştırmacılar ise insanlara herhangi bir görev veriyorlar ve bu görev sırasında fMRI aletlerini kullanıp beynin hangi bölgesinde kan akışının arttığını ölçüyorlar. Böylelikle verilen işin beynin o bölgesi tarafından yapıldığı tespit edilmiş oluyor.

Kahneman'ın yaptığı deney şöyleydi: Deneklere oyunun başında 50 dolar verildi ve deney sırasında bu parayı artırabilecekleri, kaybedebilecekleri veya paranın aynı kalabileceği söylendi. Deneklere çeşitli oyun çarkları gösterildi. Deney, bu çarklardan rasgele seçilen bir tanesinin deneğin önüne gelmesiyle başladı ve çarkın tam ortasında dönen bir ok, dilimlerin bir tanesinde durdu. Üzerinde durduğu dilimde yazılı olan para deneğin parasına katıldı veya alındı (negatif ise). Deneğin para kazandığı veya kaybettiği durumlar yaratılarak deneğin beyni gözlemlendi. Deneyin sonucunda şunu buldular: Deneklerin karşılaştıkları parasal ödüller karşısında beyinlerindeki NAcc (nucleus accumbens), SLEA (sublenticular extended amygdala), VT (ventraltegmental) ve Gob (orbitofrontal korteks) bölgelerinde hareketlenme oluyordu. Bölgelerin isimlerinin bir önemi yok. Ama görevlerinin bir önemi var. NAcc (Nucleus Accumbens) bölgesi birçok farklı özelliğiyle bilinmektedir:

- 1. Zevk Merkezi:** Birçok tıbbi araştırmada beynin bu bölgesinin zevk ve haz durumlarında hareketlendiği ortaya koyuldu.

2. **Uyuşturucu Merkezi:** Dr. Breiter ve ekibi, başka bir deneyde, kokain ve morfin kullanımlarında da beynin bu bölgesinin aktif olduğunu gösterdi.
3. **Ödül Merkezi:** Dopamin de ödül aldığımızda çoklukla salgılanan bir nörotransmitter (bu bölümün ilerleyen kısmındaki “Merak ve Zevk Molekülü: Dopamin” adlı yazıda daha detaylı bilgi bulabilirsiniz) olup, NAcc ise beynimizin dopamin açısından zengin olan bir bölgesidir.

Bu maddeleri biraz açalım. 1. Maddeden şu sonuç çıkıyor: Risk alan insanlar haz alıyorlar. Dolayısıyla yatırım yapan insanlar, sadece yatırım yapmakla kalmıyor, aynı zamanda i le-rindeki zevk ve haz duygularını da tatmin ediyorlar. Bu kadar da değil. 2. Madde çok daha ilginç: Risk aldığımız zaman beynimizde kontrolü ele alan kısımla uyuyturucu alındığı zaman hareketlenen bölge aynı bölgedir. Buradan şu söylenebilir: Risk almanın biyolojik olarak bağımlılık yapıcı bir tarafı vardır. Aynı eroin almanın yaptığı gibi. Bu sebeple hiçbir zaman tatmin olmayan bir duygudur para kazanmak. MIT’de (Massachusetts Institute of Technology) finans profesörü olan Andrew Lo şöyle diyor: “Kokain söz konusu olduğu durumda buna bağımlılık diyoruz, parasal kazançların söz konusu olduğu durumda ise buna kapitalizm diyoruz.”

1700’l  yıllarda yaşamış olan  nl  Sandwich kontu John Montagu, kumara çok düşkün bir adammiş. O kadar ki, yemek saati geldiğinde kumar masasından kalkmamak için masasına sürekli ekmek arasına sıkıştırılmış et, peynir vs getiriyormuş. Rivayete göre, şu an sandviç diye tükettiğimiz yiyeceğin ilk ortaya  ıkışı Sandwich kontu John Montagu’nun kumar masasından kalkmamak için hazırlattığı bu ekmeklermiş. Gördüğünüz gibi, riskin zevki, bazen büyük devlet adamlarını da tarihe böyle katkılar yapmak zorunda bırakabiliyor.

Kıssadan hisse

- Para kazanmak insana hem zevk verir hem de onu bağımlı yapar.

Öneriler

- *İç İşler* adlı belgeseli izleyin. Üst düzey finans yöneticilerinin uyuşturucu bağımlılığına şahit olun.

Düşünün

- Ödül verilen insanların beyinlerindeki NAcc bölgesinin aktif hale geçtiği bilindiğine göre, ödül daha fazla risk almaya sebebiyet veriyor olabilir mi?

Görünen Şeytan, Görünmeyen Melek

"Önceden
bilebilmenin
tamamen imkânsız
oluşu, ufkun
bütün ihtimallere
her zaman açık
bulunması,
hakiki hayatın,
varlığımızın
gerçek
zenginliğinin
nişanesidir."
—Ortega y Gasset,
"Kütlelerin
İsyanı"ndan

Daniel Ellsberg, 1962'de Harvard Üniversitesinden ekonomi doktora almış ilginç bir isim. 1971'de ABD'nin Vietnam savaşıyla ilgili bazı bilgilerini medyaya sızdırma suçundan 115 yıl hapse mahkûm olmuş, 1973 yılında affedilmiş, 2006 yılında ise gerçeklerin ortaya çıkması uğruna hayatını riske atarak başkalarına örnek olduğu için alternatif Nobel kabul edilen "Doğru Yaşam" ödülünü almıştı. Doktorası risk ve karar verme üzerineydi, bugün bile birçok teoriye ilham olan Ellsberg Paradoksu adıyla bilinen açmazı ortaya attı. Bu paradoks insanların belirsizlik

“Yatırım yapmak
eğlenceliyse ya da
zevk alıyorsanız,
muhtemelen para
kazanmıyorsunuzdur.
İyi yatırım sıkıcıdır.”

George Soros

durumlarında nasıl saçma hesap yaptıklarının en iyi göstergesidir. Deney kısaca şöyledir:

Önünüze içinde 100'er tane misket olan iki torba konulsun. Birinci torbada 50 kırmızı ve 50 siyah top var; diğer torbada da kırmızı ve siyah toplar var ama siz kaç tane siyah, kaç tane kırmızı top olduğunu bilmiyorsunuz. Sizden bir torbadan top çekmeniz isteniyor ve eğer kırmızı topu çekerseniz ödül kazanacaksınız. Hangi torbadan top çekersiniz?

İnsanların çoğu bu soruya birinci torba şeklinde cevap veriyorlar. Eğer siz de bu insanlar gibi düşünüyorsanız, birinci torbadan kırmızı çıkma ihtimalinin ikinci torbadan daha yüksek olduğunu düşünüyorsunuz demektir.

1. Torba: 100 top	
50 kırmızı	50 siyah

2. Torba: 100 Top	
? kırmızı	? siyah

Peki, aynı ödül siyah top için verilse hangi torbadan seçmek isterdiniz? Yani sizden bir torbadan top çekmeniz isteniyor ve siyah topu çekerseniz ödül kazanacaksınız. İnsanlar bu soruya da genellikle birinci torba şeklinde cevap veriyorlar. İlk soruya birinci torba şeklinde cevap verdiyseniz, bu torbada kırmızı çıkma ihtimalinin siyah çıkma ihtimalinden yüksek olduğunu düşünüyorsunuzdur. Bu durumda ikinci soruda da birinci torbayı değil ikinci torbayı tercih etmeniz gerekir. Çünkü birinci torbada durum yüzde 50'dir. Ancak insanlar her iki soruya da birinci torba şeklinde cevap veriyorlar. Bunun sebebi birinci torbada risk, ikinci torbada belirsizlik oluşudur. Risk ölçülebilirdir. Yani yazı-tura attığınızdaki durum risktir. Durum yüzde 50 diye tanımlanır. Belirsizlik ise ölçülemez. Yarın yağmur yağma ihtimali gibi.

İnsanlar çoğunlukla riski belirsizliğe tercih ederler. Yani insanlara göre, görünen şeytan görünmeyen melekten iyidir.

Newton bile...

Modern fiziğin babası olarak kabul edilen Isaac Newton tam bir dâhiydi. Mekanikten astrofiziğe, optikten matematiğe kadar birçok bilim dalına çok önemli katkıları oldu, bugün bile hâlâ kullanılan birçok teoriyi o yıllarda geliştirdi. Herkesin çokça duyduğu "Etki-Tepki" prensibinin de içinde olduğu Hareket Yasalarını da mekanik bilimine aynı yıllarda kazandırdı.

Ancak dâhi olmanın bile doğru yatırım kararı vermek için yeterli olmadığıнын en büyük örneği yine Newton'un kendisiydi. 1720'de satın aldığı South Sea adlı şirketin hisselerinden kısa sürede parasını ikiye katlayan Newton, önce biraz daha, sonra biraz daha hisse senedi satın aldı. South Sea'nin fiyatları bir yılda yaklaşık olarak 10 katına çıkarken Newton almaya devam ediyordu. Fiyatların en zirve olduğu zaman da hisse alan Newton, hızla düşen fiyatlar karşısında beklemeyi tercih etti ve o günün parasıyla 20.000 pound (bugünün parasıyla 4 milyon pound'a yakın) kaybetti ve şu meşhur sözü söylemek zorunda kaldı: **"Yıldızların hareketlerini hesaplayabiliyorum ama insanların çılgınlıklarını asla."** Newton, o günden sonra yanında "South Sea" isminin zikredilmemesini istedi.

Bilmediğini Bilmeyenler veya İnsanlardaki Güven Patlaması

Üniversitede ileri makroekonomi dersindeydik. Dersin adından da anlaşılabilirceği gibi konular biraz ağırdı, anlaması ve takip etmesi de oldukça zordu. Arkadaşlarımızdan biri parmak kaldırıp hocaya bir soru sordu. Garip gelecek ama soruyu hatırlayamıyorum, cevabı bugün gibi aklımda: “Bilmiyorum, ama öğrenip size anlatacağım.” Galiba kimse soruyu duymamıştı ama herkes cevaba dikkat kesilmişti. Evet, hoca “bilmiyorum” demişti. Hayatımda ilk defa bir hocanın bilmiyorum dediğini duymuştum. Sanırım bu şaşkınlık sadece bana değil, tüm arkadaşlarıma aitti ki ders arasında da herkes bu konuyu tartıştı. Bize çok garip gelen durum aslında normalin ta kendisiydi. Üniversite hocası da olsa her şeyi bilemezdi, bundan daha doğal bir şey yoktu ancak nedense alışık olmadığımız bir cevaptı “bilmiyorum”. Hocamız, bilmediği bir şeyi biliyormuş gibi görünmek istememişti ve en doğrusunu yapmıştı, sonraki derste de bilmediği şeyi öğrenip gelip bize anlattı. Sürekli bir şey öğrenmenin peşinde koştuğumuz o yıllarda, ilk defa bilmemeyi öğrenmişim.

Ayıp gelir herkese bilmiyorum demek. Bir eksiklik gibi algılanır toplumda. Adres sorarsınız, bilmiyorum diyen pek çıkmaz.

“Çoğu insandaki, yeteneğini olduğundan pek büyük görme, ... eskiden kalma bir derttir. Oysa bu belki ... salgın bir hastalıktır. Şöyle sağlığı, keyfi yerinde olup da biraz bu biçim düşünmeyen adam, henüz anasından doğmamıştır.”

—Smith, *Ulusların Zenginliği*

“Bu alanda 45 yıldır çalışmama rağmen hâlâ kendime aşırı güven sorununu aşabilmiş değilim.”

—D. Kahneman, 2002 Nobel Ekonomi ödülü sahibi psikolog

Hatta adresinizin, öyle değil böyle olabileceği şeklinde cevap alırsınız. Faruk Eczanesi'ni sorarsınız, "Sinem Eczanesi olabilir mi?" diye cevap alırsınız. Ancak dünyada var olan bilgi birikimini d   n rseniz, bazı şeyleri bilmemekten daha doğal bir şey olamaz.

Bilmemek kadar rahatlatıcı bir şey yoktur aslında, ancak yoktan yere biliyormu  gibi davranmanın yükünü alır insan omuzlarına. Biliyormu  gibi davranmanın yükü o kadar ağırdır ki sürekli size hata yaptırır. Çünkü bir şeyi biliyormu  gibi yaparsanız, ilgili başka bir şeyi de biliyor olmanız gerekir ve bu sürer gider. Tam bir angarya.

Bunun bir sebebi, son yıllarda her yerde karşımıza çıkan inanılmaz bir kendine güven furması. Kendine güvenen herkesin mutlaka  ne çıkacağı, mutlaka en iyiler arasına gireceği ve mutlaka başarılı olacağı gibi algıya hemen hemen her yerde rastlayabilirsiniz. "Seni kesseler bir şey olmaz, aslansın, kaplansın vs..." Bu kadar motive edilen bir toplumda "bilmiyorum" demek tabii ki kötü algılanacaktır.

Bazı insanlar ise doğuştan böyledir. Gaza gelmeye ihtiyacı yoktur. Hayatında topa vurmamı tır ama milli takım teknik direkt r nden daha iyi taktik bilir, dinle ilgili tek bilgisi ortaoakuldaki din kültürü dersidir ama müftüden daha iyi fetva verir, enflasyonun ne olduğunu bilmez ama bor madenlerinin ülkenin ihracatı için tek kurtuluş olduğunu iddia eder vs.

Bilmez, bilmediğini de bilmez. Bu yazının konusu bu insanlar. Bilmediği kadar şeyi ve bunların sorumluluklarını gereksiz yere sırtına alan insanlar modern çağın en büyük problemlerine imza atıyorlar. Bu insanlar illa ki cahil insanlar olmuyor, bazen gayet eğitimli, donanımlı insanlar da bu hatayı yapıyorlar. Belki de tam bu yüzden hata yapıyorlar. "Bu kadar eğitimliyim, bu sorunun cevabına bilmiyorum desem ne tepki alırım" gibi bir soru birçok yönetici, idareci, eğitmeni yanlış yapmaya itiyor. "Ben bilmiyorum, sen ne düşünüyorsun?" demek insanlara o

kadar ağır geliyor ki, yanlış yapma ihtimali bile bu insanları o hatadan alıkoyamıyor. Bu alanda onlarca yıldır yaptığı araştırmalarla bilinen Walter Mischel de iyi eğitilmiş insanların kendine olan aşırı güveninden yakınıyor:

“Evet, biliyorum’ şeklindeki iyimserlik yanılgıları çok tecrübeli üst düzey yöneticilerin bile aşırı risk almalarına neden oluyordu. Bu insanlar iyi eğitilmiş, dürüst, kontrollü ve disiplinli insanlar olsalar bile.”

Kendine aşırı güven, ekonomik kararlarımızda da karşımıza çıkıyor. Finansal kazalar da bu yüzden olur. 2007’de yaşanan küresel finansal krizden önce gerek ABD’deki gibi bazı parlamenterler gerekse de Fed Başkanı Greenspan gibi önemli isimler uyarılara resmen kulak tıkamışlardı. 1. Bölümden de hatırlayabileceğiniz gibi Greenspan’a defalarca fiyatlarda balon olabileceği yönünde uyarı yapılmasına rağmen, bırakın uyarıları dikkate almayı, yaptıklarıyla gurur duyuyordu. Greenspan hem kendine hem de ekonomi teorisine çok güveniyordu.

California Berkeley Üniversitesinden Terrance Odean, bu alandaki araştırmalarıyla dünyaca meşhur bir isim. Kendisini 2013 yılında İstanbul’a davet etmiştik. Sağ olsun teklifimizi kabul etti ve yatırımcı davranışları üzerine bir konuşma yaptı. Dr. Odean, kendine aşırı güvenmenin finansal kararlarımızı nasıl etkilediğini şöyle özetledi: “Kendine aşırı güvenen insanlar, çok iyi bildiklerini zann ediyorlar. Bu da onları aşırı alım-satım yapmaya itiyor.”

Dr. Odean’ın söyledikleri, kendi ülkesi Amerika için geçerli olabilirdi. Ne de olsa dünyanın en eski, en çok işlem yapılan borsaları oradaydı. İnsanların çok fazla işlem yapması doğal olabilirdi. Ya da Amerikalılar kendilerine fazla güveniyor olabilirdi. Benzer bir şey doğu ülkeleri, hatta Türkiye için geçerli olmayabilirdi. Dolayısıyla bu sorunun Türkiye’de de geçerli

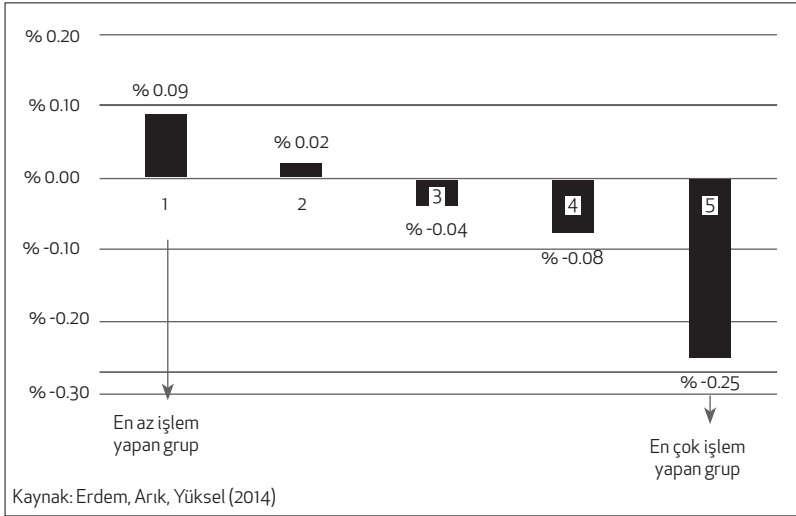
olup olmadığını merak edip konuyu Dr. Odean'la da tartıştık. İkimiz de sorunun cevabını merak ediyorduk. Bu kültürel bir sorun muydu yoksa herkes için geçerli miydi? Yani acaba Türk yatırımcılarında da kendine aşırı güven sorunu var mıydı? Hararetili bir fikir jimnastiğinden sonra bu sorunu araştırmak üzere yola koyulduk.

 nce Borsa İstanbul hakkında kısa bir bilgi vereyim. Borsa İstanbul'un 2017 Mart ayı itibariyle yaklaşık olarak 1.025.926 adet yerli, 9433 adet ise yabancı yatırımcısı bulunuyordu. Bu rakama hem bireyler hem de kurumlar dahil. Yabancıların portföylerinin piyasa değeri (yani ellerindeki finansal ürünlerin parasal değeri) toplam piyasanın yüzde 64' n  oluşturuyor. Bu demektir ki piyasadaki paranın  oğ  yabancılara ait. Bu yabancılar toplam işlem hacminin¹² ise sadece yüzde 25'ini yapıyorlar. Basitleştirecek olursak, borsadaki toplam para 100 TL ise bunun 64 TL'si ve piyasadaki her dört alım-satım işleminin sadece bir tanesi yabancılara ait. Yabancıların hisse senetlerini ortalama olarak elde tutma süreleri 212 g nken, yerlilerin elde tutma süreleri ortalama olarak 42 gün. Yabancıların bir hisse senedini ortalama ellerinde tutma süreleri yerlilerin yaklaşık altı katı.

Durumun  zeti ř : Yabancılar hisse senetlerini alıp bir köşede beklerken, yerli yatırımcılar sürekli al-sat yapıyorlar. Peki, bu stratejilerinin sebebi nedir? Hangi strateji daha iyi sonuç vermektedir? Çok işlem yapan bu yatırımcılar gerçekten bir şey bildikleri için mi sürekli alıp satıyor? Ve kim daha çok kazanıyor?

Bunu anlamak için ben ve arkadaşlarım Serkan Yüksel ve Evren Arık, Türk yatırımcısının Borsa'da yaptıkları alım-satımlarını incelemeye koyulduk. Ocak 2011-Aralık 2012 arasına ait

12. İşlem Hacmi: Bir piyasada alınan ve satılan her varlığın toplam değeri gösteren miktardır. Mesela borsada 60 TL'lik A hissesi ve 40 TL'lik B hissesi el değışirmiş olsa, toplam 200 TL'lik işlem hacmi olmuştur. Çünkü A hissesini alan 60 TL'lik işlem yaptığı gibi, satan da 60 TL'lik işlem yapmıştır. Aynı şekilde B hissesini alan 40 TL'lik işlem yaptığı gibi satan da 40 TL'lik işlem yapmıştır. Bu sebeple toplam işlem hacmi=60+60+40+40=200 TL'dir.



Şekil 6: Beş Yatırımcı Grubunun Haftalık Getirileri

olan 20.000 yatırımcı üzerinde yaptığımız inceleme sonucu şunu gösterdi: Daha çok işlem yapan daha çok kaybediyor.

Şekil 6'da bu durum açıkça görülüyor. Yaptıkları işleme göre azdan çoğa doğru sıralanan yatırımcılardan en az işlem yapan birinci grup en çok kazanırken (haftalık ortalama yüzde 0,09), en çok işlem yapan beşinci grup en az kazanıyor (hatta haftalık ortalama yüzde 0,25 kaybediyor). Sürekli alıp satmak yerine, satın alıp elindeki hisse senedinin değerinin artmasını beklemek genel olarak daha kârlı. Ancak bu demek değil ki sürekli al-sat yapan herkes kaybediyor. Söylemek istediğimiz şey genel durum için geçerli.

Yerli yatırımcıyı çok alım-satım yapmaya iten şey, onların kendilerine olan aşırı güveni. Yerliler, Türkiye piyasasını yabancıardan daha çok bildiklerini düşündükleri için daha çok işlem yapıyorlar ve sürekli bir hisseyi satın başka bir tanesini alıyorlar. Yatırımcılar bildikleri ve tanıdıkları bir yerde her duydukları tüyonun sadece kendilerinde olduklarını düşünüyorlar. Yabancı yatırımcılar ise yerlilerin aksine, yerliler kadar aşına olmadıkları bir piyasada işlem yaptıkları için kendilerine o kadar

fazla güvenmeden, iyice araştırıp bir hisseyi alıyor ve uzun süre ellerinde tutuyor olabilirler.

 nl  işadamı ve yatırımcı Warren Buffett, yatırımlarını yönlendirdiği insanlara 2005 yılında bir mektup yazdı. Mektubunda  nl  fizikçi Newton'a atfen, onun iyi bir yatırımcı değil, piyasalarda al-sat yapıp aptalca yollarla para kazanmaya çalışan bir spe  lat r olduğunu söyleyerek, iyi bir yatırımcı olsaydı dördüncü hareket yasaını çoktan bulmuş olacağını söyledi. Buffett, mektupta aynen şöyle yazıyordu:

“Yıllar  nce S r Newton, tam bir dâhi işi olan üç tane hareket kanunu bizlere gösterdi. Fakat Newton'un kabiliyetleri yatırım alanına uzanamadı: South Sea Balonunda tam bir servet kaybederek şöyle dedi: ‘Yıldızların hareketlerini besaplayabiliyorum ama insanların çılgınlıklarını asla.’ Bu kayıptan dolayı başı d nmeseydi hareketin dördüncü kanununu keşfedebilirdi: Tüm yatırımcılar için, hareket arttıkça getiri düşer.”

Evet, yaptığımız çalışma da dünyada yapılmış benzer çalışmalar da benzer bir şeyi söylüyor. Sürekli al-sat yapanların kazançları diğerlerine göre daha düşük (işlem başına ödenen ücret bile hesaba katılmadığı halde). Bu matematiksel bir gerçek. Ancak bu gerçeğin matematiksel bir açıklaması yok. Neden çok al-sat yapanlar daha çok kaybediyor, emin değiliz. Akla en yatkın açıklama bu insanların aşırı özgüvenle hareket ettikleri, bildiklerini sandıkları ama yanıldıkları.

Bununla ilişkili başka bir gerçeğe daha vurgu yapacağım, o da şu: Yukarıda bahsettiğim çalışmamızda ayrıca erkeklerle kadınların finansal performansını da karşılaştırdık ve gördük ki erkekler kadınlardan daha çok alım-satım yapıyorlar. Ve erkeklerin kazançları kadınlarınkinden düşük. Erkekler belki de kendilerine olan aşırı güvenle kadınlardan daha fazla işlem yapıyor olabilirler. Bu da onların daha fazla kaybetmesine neden oluyor.

Benzer durum günlük hayatta da geçerlidir. Genellikle erkekler, kadınlardan daha iyi araba kullandıklarını, daha iyi pazarlık yaptıklarını ve daha başarılı olduklarını düşünürler. Bu doğru mu yanlış mı bilmiyorum. Ama böyle düşündüklerini biliyorum (nereden biliyorum acaba?).

İnsanların ve özellikle erkeklerin kendilerine olan güvenleri, onları almamaları gereken riski almaya itiyor. Görünen o ki kadınlarla erkeklerin risk alma davranışları aynı olmadığı gibi, belki de bu sebeple alım-satım karakterleri de aynı değil. Ama sonuç olarak yukarıda bahsi geçen her iki çalışmanın sonuçlarından da görülüyor ki, kadınlar erkeklere göre daha başarılılar.

Kıssadan hisse

- İleriye yönelik yatırım kararı alırken, içgüdülerinize fazla güvenmeyin. İçgüdü insana biliyormuş hissi verir. Ya gerçek veriler üzerinden hareket edin ya da yaptığınız işten dolayı büyük bir beklentiye girmeyin.
- Hisse senedi yatırımla ilgileniyorsanız: Sürekli al-sat yapmayın, alın, bekleyin.
- Bilmeyen ve bilmediğini bilen, öğrencidir; ona öğretin.
- Bilen ve bildiğini bilmeyen, uykudadır; onu uyandırın.
- Bilmeyen ve bilmediğini bilmeyen, aptaldır; ondan sakının.
- Bilen ve bildiğini bilen, liderdir; onu izleyin!
- Erkekler, kadınlardan daha fazla kendilerine güvenirler.

Merak ve Zevk Molekülü: Dopamin

Tüm kararlarımız beynimiz tarafından yönetildiğine ve beynimiz de hormonlar tarafından uyarıldığına göre bu hormonlardan bazılarının yüzeysel de olsa bakmakta fayda var. Tıpta haz veya mutluluk hormonu olarak bilinen dopamin hormonunun, finansal piyasalardaki insan davranışlarını da etkilediği

*Bilginin en büyük
düşmanı cahillik
değil, bildiğini
zannetmektir.*

Stephen Hawking

düşünülmektedir. Yemek yemek, eğlenmek gibi kendinizi ödüllendirdiğiniz faaliyetler vücudunuzdaki dopamin seviyesini yükseltir. Fred Previc, insan beyninin sol yarımküresiyle ilişkili düşünce ve dil için çok gerekli olan birçok kavrama ve anlama kabiliyetinin gelişmesinde anahtar molekülün dopamin olduğunu söylüyor. Zaman içinde insanların yeme alışkanlıklarının değişmesinin ve özellikle ete gittikçe daha fazla meyilli olmasının ise dopamin üreten hücre artışı tetiklediğini söylemiştir.

Peki ya para kazanmak? O da kendimizi bir şekilde ödüllendirmek olarak kabul edilebilir mi? Cevap, evet. Araştırmacılar, beynimizin para kazanmayı da aynı yemek yemek gibi, eğlenmek gibi bir ödül olarak kabul ettiğini söylüyorlar. Dolayısıyla para kazandığınız zaman da kanınızdaki dopamin seviyesi yükselir.

Dr. Horvitz ise olayı bir adım daha öteye taşıyıp şunu iddia ediyor: Beklemediğimiz sonuçların başımıza gelmesi de beynindeki dopamin salgısını artırıyor. Aynı finansal piyasalarda olduğu gibi. Yani bir yatırım yaptığınız zaman ne kadar kazanacağınızı veya ne kadar kaybedeceğinizi bilmediğiniz için, bu sizde yarına yönelik bir belirsizlik oluşturuyor. İnsan beyni ise bu tarz belirsizliklerden zevk alıyor. Yani belirsizlik veya risk bize zevk veriyor.

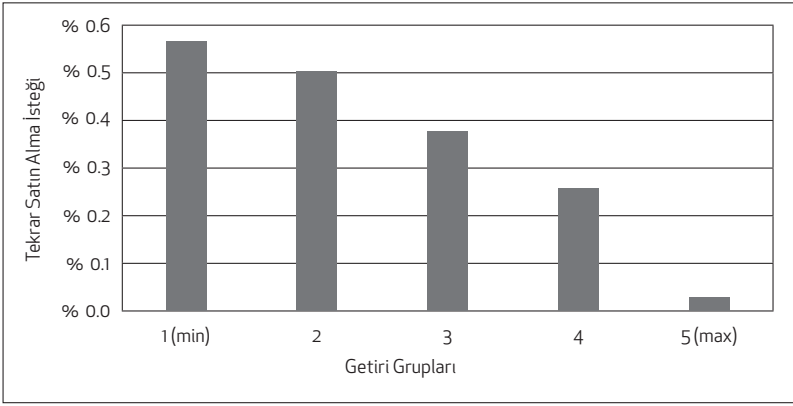
Dolayısıyla kumarbazların kumar bağımlılığının para kazanma isteklerinden değil, kumar oynamanın bizatihi kendisinin zevk vermesinden kaynaklandığını söylemek çok iddialı olmayacaktır. Aynı şey belirsiz para kazanma durumlarının hepsi için geçerlidir. Ev alıp fiyatının yükselmesini beklemek, hisse senedi alıp fiyatının yükselmesini beklemek kadar zevkli olmayacaktır. Çünkü ev fiyatları, yavaş yavaş yükseldiği için içindeki zevki gıdıklayacak, ancak hisse senedi, altın, döviz gibi yatırımlar kanınızdaki dopamin seviyesinin sıkça değişmesine neden olup size daha fazla zevk verecektir. Dolayısıyla bu tür

yatırımlarda dopamininizin esiri olup sürekli işlem yapmak yerine, kendinizce kârlı bulduğunuz bir yatırımı yapıp sabırlı bir şekilde beklemek daha akıllıca görünmektedir.

Kaybeden Pehlivan Güreşe Doymaz

Yenilen pehlivanların rakibini yenene kadar sürekli güreşmek istedikleri söylenir. Bu, satranç ve tavla gibi oyunlarda da böyledir. Ancak kimse bunun rasyonel bireylerden oluşan finans piyasalarında olmasını beklemez. En azından klasik ekonomi ve finans teorisi bunu kabul etmez. Finansal piyasalarda yapılan alım-satım sonucunda da bir gün kazanır, başka bir gün kaybederiz. Ama biri size güreş için geçerli olan bu sözün piyasalar için de doğru olduğunu söylese inanır mısınız? Yani kaybeden yatırımcıların kazanmak için daha fazla istek duyduklarını söyleseler ne düşünürsünüz?

Yaptığımız bir çalışma bu konuda bize ilginç bir bulgu sundu. Şekil 7’de bu bulgunun özetini görebilirsiniz. Ortalama getiri performanslarına göre beş gruba ayrılan yatırımcılardan 1 numaralı grup en az kazanan grupken, 5 numaralı grup ise en fazla kazanan grup. Dikey ekseninde ise bu grupların ertesi gün başka bir hisse senedi alma isteklerinin nümerik ölçümleri var. Yani bir gruba ait olan kolon ne kadar yüksekse, o grubun satın alma isteği daha yüksek demektir. Mesela, birinci grup en az kazanan grup ve ertesi gün başka bir hisse senedi alma isteği yaklaşık yüzde 0.55 (bu sayıyı bir şeyle kıyaslamayın, sadece en yüksek kolonun bu olduğuna dikkat edin). Aynı şekilde beşinci grup en çok kazanan grup ve satın alma isteği yaklaşık yüzde 0.5. Buradan da görülüyor ki, bir gün az kazananların (1. grup), ertesi gün başka bir hisse senediyle şansını deneme ihtimali diğerlerine göre daha yüksek. Birinci gün çok kazananların (5. grup) ise ertesi gün bir şey satın alma ihtimalleri düşüyor.



Şekil 7: Getiri Grupları ve Teker Satın Alma İsteği

Kazananlar ertesi gün kazançlarının keyfini sürerken, kaybedenlerin satın alma isteği yüksek bir şekilde devam ediyor. Yani kaybeden pehlivan güreşe doymuyor.

Kıssadan hisse

- Finansal kararlarda başarısız olanlar, ertesi gün tekrar denemek istiyorlar.
- Kayıp kayıptır, kurtarmaya çalışmayın.

Kırk Katır mı Kırk Satır mı?

Ödül mü daha iyi motive eder, ceza mı? 100 TL kazanmanın bize vereceği keyif mi fazladır, yoksa 100 TL kaybetmenin vereceği üzüntü mü? Nefret mi daha güçlüdür, sevgi mi? Bunlar cevabı çok zor sorular. Ancak insanların bu konuyla ilgili genel eğilimleri araştırmacılar tarafından tespit edilmiş durumda. Bu tespitlerden işinizde, görevinizde istifade edebilir, sorumlu olduğunuz kişilerin eğitiminde veya gelişmesinde faydalanabilirsiniz.

Kahneman ve Tversky, bunun doğru olmadığını Allais'in deneyinden yola çıkararak test etmek istediler. İnsanların kazanç ve kayıp ihtimallerine aynı derecede yaklaşıp yaklaşmadıklarını ölçmek amacıyla şu soruyu sordular:

şu iki seçenekten birini seçmek zorunda kalsanız, hangisini seçerdiniz?

A. Yazı-tura atılacak ve yazı gelince 200 TL alacaksınız.

B. Hiçbir şey yapmadan 100 TL alacaksınız.

Bu deneyin yapıldığı insanların çoğunluğu garanti parayı (B) seçiyor. Ancak seçenekleri tersine çevirdiğimizde işin rengi biraz değişiyor.

şu iki seçenekten birini seçmek zorunda kalsanız, hangisini seçerdiniz?

C. Yazı-tura atılacak ve yazı gelince bana 200 TL vereceksiniz.

D. Hiçbir şey yapmadan bana 100 TL vereceksiniz.

 lk deneyde B şikkını seçen rasyonel bir insanın ikinci deneyde de D şikkını seçmesi beklenirken, insanlar C şikkını, yani yazı-tura atmayı tercih ediyorlar. Halbuki olasılık tercihleri açısından bakıldığında, iki deneyin birbirinden farkı yoktur. Bu duruma davranışsal ekonomi literatüründe **Kayıptan Kaçınma** kusuru deniyor. Yani çoğumuz için para kaybetme endişesi, aynı miktarda para kazanma ümidinden daha baskındır. Kaybetme korkusu, kazanma ümidinin her zaman önündedir. Hatta bir çalışmaya göre para kaybetme endişesi beynimizi aynı miktarda para kazanma ümidinden 2,5 kata kadar daha fazla etkiliyor. Bizi mutsuz yapabilecek şeylerin listesi mutlu yapabilecek şeyler listesinden daha uzundur. Çünkü mutluluktan duyduğumuz  mit, mutsuzluktan duyduğumuz endişe kadar beynimizi meşgul etmez. Dolayısıyla herhangi bir işte insanlara

bir kararı uyguladıklarında ödül vermektense, uygulamadıklarında ceza vermek daha etkilidir.

Bu konu finansal yatırımlarda kendini şöyle gösterir: Varsayın ki 100 TL'niz var ve tanesi 20 TL'den beş tane hisse senedi aldınız.

Birinci senaryo şu olsun: Ertesi gün, hisse senedinin fiyatı 21 TL'ye çıktı. Yani yatırımınızın değeri 105 TL (21x5) oldu. Eğer hisse senedini satarsanız 105 TL'niz olacak. Bir günde yüzde 5 kâr. Hisse senetlerinizi satar mısınız?

İkinci senaryoda ise şu olsun: Ertesi gün, hisse senedinin fiyatı 19 TL'ye düştü. Yani yatırımınızın değeri 95 TL (19x5) oldu. Eğer hisse senedini satarsanız 95 TL'niz olacak. Bir günde yüzde 5 zarar. Hisse senetlerinizi satar mısınız?

Birinci senaryoda satarım diyenler, ikinci senaryoda ne der? Genellikle durum şudur: Birinci senaryoda yüzde 5 kârı görür ve satarız, ancak ikinci senaryoda hisse senedi fiyatının yükselmesini bekler ve satmayız. Sanki hisse senedi fiyatları bir gün yukarı çıkmak zorundaymış gibi. Halbuki 19 TL olan bir hisse senedinin fiyatı çıkabileceği gibi daha da düşebilir. Birçok kişi bu ihtimali düşünmez ve zararını telafi etmeyi bekler. Çünkü zarar etmek insanı korkutur ve korku insanda çok baskın bir duygudur.

Günlük hayatta ise şirketler insanların bu özelliklerini çok akılcıca kullanır. “Bir alana bir bedava” bunun en güzel örneğidir. Aslında ikinci ve bedava ürün olmasa ilk ürün daha ucuzdur. Ancak böyle yaparsanız, kimse ikinci ürünü para verip almak istemez. “Bir alana bir bedava” şeklinde sunulduğu zaman insanlar genel olarak ikinci ürünün gerçekten bedavaya geldiğini düşünüp onu kaybetmekten korkarlar. Hatta böyle durumlarda stok yapana bile rastlayabilirsiniz.

Avrupa ve ABD’de birçok süpermarket verdikleri poşetten 1 cent gibi komik bir ücret alıyorlar. Bu kadarcık kayba bile insanların tahammülü olmadığı için marketlerin torba masraflarını

önemli derecede azalttıkları biliniyor. Tabii şimdi diyebilirsiniz ki, böyle bir şey Türkiye’de yapılsa, o mağazadan kimse alışveriş yapmaz. Mağaza torbadan üç beş kuruş kazanayım derken, tüm müşterilerini kaybedebilir. Bu düşünce doğrudur. Bu da ekonominin kültürel bir tarafı olduğunun en iyi göstergesi.

Aynı şekilde, yakın zamana kadar benzin istasyonları aldığı gibi benzin karşılığında size puanlar veriyor ve bu puanlar karşılığında marketlerden başka ürün alabiliyordunuz. Aslında o puanlar verilmesi siz benzini daha ucuza alabilecektiniz. Ancak puan verilmesi insanlarda puanla alınabilecek ürünleri bedavaya getirdikleri hissini uyandırıyor. Ya da tersten bakacak olursanız: Eğer benzini almazsanız bedavaya gelebilecek bir ürünü kaçırmış oluyorsunuz. Yani beyninizde kayıptan kaçınma güdüsünü tetikliyor. Çok şükür ki Enerji Piyasası Düzenleme Kurumu (EPDK) benzinde bu tarz promosyonları yasakladı. Bunun gibi yönlendirici düzenlemelere ekonomik hayatımızda daha çok ihtiyacımız var. Çünkü insanlar, yukarıda da bahsedilen birçok hatayı farkında olmadan yapıyorlar. Merkezi bir otoritenin insanları bu tarz hatalara düşmekten alıkoymak için düzenlemeler yapması ve hatta bunun gibi “akıllı tasarım” düzenlemeleri için özel bir devlet birimi kurması çok yerinde olacaktır. Bu tarz devlet kuruluşları İngiltere ve ABD gibi ülkelerde bir süredir faaliyette.

Vodafone’un “memnun kalmazsanız paranız iade” kampanyası, Netflix’in ücretsiz bir ay deneme hesabı, LinkedIn’in bir ay ücretsiz “profesyonel versiyonu” deneme süresi de benzer örnekler olarak verilebilir. Genelde insanlar bu tür ürünleri aldıktan sonra iptal etmek veya para iadesiyle uğraşmak istemezler ve aboneliğe devam ederler.

İnsanların kayıptan korkmasının hayatta da bazı pratik karşılıklarını bulabilirsiniz: Mesela, doktorlar hastalarını motive ederken ne kadar iyileşeceklerinden değil, ilaç kullanmazlarsa ne kadar kötüleşeceklerinden bahsederlerse daha etkili olabilir.

Bir olayı bazen olumlu bazen de olumsuz şekilde resmedebiliriz. Yarıyı dolu bardak, yarıyı boş bardak gibi. Berabere kalınan bir maçta, “neyse ki kaybetmedik” ya da “az kaldı kazanıyorduk demek” gibi. Kazanç ve kayıp da böyle bir şeydir. Okullarda tüm öğrenciler döneme 0 notuyla başlar, çalıştıkça iyi not alırlar ve sene sonundaki geçme notu da bu alınan notların birikiminden oluşur. Bu her yerde böyle değildir. Mesela birçok ülkede trafik notu sıfırdan değil 10’dan başlar, ceza aldıkça notunuz aşağıya doğru iner. Peki hangi sistem daha etkilidir? Kesinlikle ikincisi. İnsanlar kayıptan kaçarlar. O sebeple sıfırdan başlamak değil 10’dan başlamak daha etkilidir. Ama bu her alanda uygulanamayabilir.

Kıssadan hisse

- Kampanyaları değerlendirirken beyninizin “kayıptan kaçınma” etkisine maruz kalma ihtimalini bilerek değerlendirin. İhtiyacınız yoksa “bedava”lı ürünleri almayın.
- Bir işyerinde herhangi ücretsiz bir şeyin (çay/kahve vs.) tüketimini azaltmanın yolu onu 1 kuruş olarak ücretlendirmek olabilir.
- Herhangi bir hizmete abone olmak istiyorsanız deneme süresini kullanmak iyi bir fikir olabilir. Ancak süre bitiminde, durumu düşünmek için takviminize bir işaret veya telefonunuza hatırlatıcı koyun. Aksi takdirde unutmanız çok olası.

Araştırmacılar için ucu açık sorular

- Politikada veya eğitimde, sevgi/aşk mı daha baskındır, nefret mi?
- Kutsal kitaplarda “cennet” kelimesi mi daha çok geçer yoksa “cehennem” mi?

5. BÖLÜM

Nasıl

Bir

Gelecek?

Gökten Para Yağsa...

2000 yılıydı. Üniversitede bu sefer başka bir makroekonomi dersindeydik. Daha sonra Türkiye'nin büyük şirketlerinden birinin baş ekonomisti olacak hocamız, Afrika'da fakirlik üzerine düzenlenen bir konferanstan yeni gelmişti. Konferansı Dünya Bankası organize etmişti. Hocamız o gün derste, bizimle konferansta konuşulanları paylaşacaktı, ama yaşadıklarını anlatmayı tercih etti. Aklımda kaldığı kadar anlatıyorum.

Âdettendir, her konferansta davetli olan konuşmacıların masrafları organizasyonu yapan kurum tarafından karşılanır. O gün de öyle olmuştu, Dünya Bankası, hocamızın masraflarını hakkıyla karşılamıştı. Yalnız hocamız bu duruma pek bir kızmıştı, şöyle ki: “3 dolarlık taksi faturası götürdüm, düz olsun deyip 5 dolar verdiler. 380 dolarlık uçak faturası götürdüm, düz olsun deyip 500 dolar verdiler, vs...” dedi. Belli ki tüm davetli konuşmacılara çok cömert davranılmıştı. Hocamıza göre, fakirlikle mücadele edilirken, para doğru şekilde harcanmıyor, boşa gidiyordu. “Bunlar fakirlikle mücadele edeceklerine, ellerindeki parayı çuvala helikopterlere yükleseler, sonra da Afrika'nın üzerine boşaltsalar, tüm Afrikalılar helikopterden dökülen paradan ellerine geçen kadarıyla yaşamaya çalışsa, fakirlikle daha iyi mücadele etmiş olurlar” diye dersi bitirdi.

Evet, dünya ortalama olarak zenginleşiyor, ancak iki büyük problem çözülebilmiş değil: Birincisi fakirlik ve beraberinde getirdiği gelir dağılımı eşitsizliği; ikincisi ise mutsuzluk. Dünya Bankası'nın verilerine göre, 2013 yılı itibariyle, dünyanın yüzde 10,7'si (yaklaşık 700 milyon insan) günlük 1,90 dolar gelirin altında bir gelirle yaşıyor. Aşırı fakirlik olarak tanımlanan bu sınırın altındaki insan sayısı zaman içinde azalıyor. Ancak buna paralel olarak gelir dağılımı eşitsizliği de bozuluyor. Yani günlük 1,90 doların altında yaşayan insan sayısı azalsa da en zengin kesim de hızlı bir şekilde zenginleşiyor. Zenginlerin gelirlerindeki artış hızı, fakirlerin gelirlerindeki artış hızından çok yüksek. Dolayısıyla aradaki fark bir türlü kapanmıyor, bilakis gittikçe açılıyor.

Kendisi bir ekonomi hocası olmasına rağmen, hocamın yurtdışında bahsettiğim görüşü, rasyonel temellere dayanan ekonomi teorisine aykırı bir görüştü. Teoriye göre böyle bir hareket insanları tembelliğe iter ve kimse çalışmaz. Düşünsenize gökten para yağsa çalışır mısınız? Genel kanı çalışılmayacağı yönünde. O sebeple denemeye gerek yoktur.

Gerçekten de öyle mi? Fakirlikle para dağıtarak mücadele etmek saçma değil mi? Parayı alan çalışmaktan soğumaz mı? Para dağıtılan insanlar daha tembel olmazlar mı?

Bazı sıra dışı ekonomistler teoriye katılmıyor olacaklar ki, böyle bir şeyin olup olmayacağını farklı ülkelerde denediler. Sırayla bakalım.

Önce eski bir örnekle başlayalım. Adı Progres a olan bir program 1997 yılında Meksika'da 24.000 han halkı üzerinde denendi. Seçilen bazı ailelere belirli bazı gereklilikleri yerine getirmek koşuluyla nakit para verilirken, geri kalan ailelere ise bu para verilmedi (kontrol grubu). Aradaki fark gerçekten de inanılmaz çıktı: Progres a programı ile fakirlik seviyesinin altındaki insan sayısı yüzde 10 azalmış, erkek çocukların okula katılma oranında yüzde 14, kız çocuklarının okula katılma ora-

nında ise yüzde 8 artış sağlanmıştı. Aileler kendilerine verilen nakit parayı çarçur etmemiş gerçekten de çocuklarının eğitimi-ne harcamış, daha iyi bir yaşam için çırpınmıştı. Görüldüğü gibi nakit yardım hiç de insanları tembelleğe itmemiş, bilakis gelir seviyelerini artırmasını sağlamıştı.

Daha yakın tarihli bir örneğe bakalım. Tarih: Mayıs 2009. Yer: Londra, İngiltere. Bazıları 4-5 aydır, bazıları 40-50 yıldır Londra sokaklarında yaşayan 15 evsiz insan. Eskiden ne yediklerini, ne içtiklerini, ne iş yaptıklarını kendilerinin bile çoktan unuttuğu 15 zavallı insan. Bu insanlara yardım edenler yok değil tabii ki. Ama bildik usulle. Yani yiyecek, içecek yardımı. Yardım bittiği an yine aynı problemler baş gösteriyor. Broadway adlı bir yardım kuruluşu bazı devlet kurumlarıyla işbirliği yaparak bu insanlara karşılıksız aylık nakit para vermeyi teklif etti. Nedendir bilinmez iki kişi teklifi reddetti ve deneme sonuçta 13 kişiyle yapıldı. Bu insanlara sadece tek bir soru soruldu: Sokaktan kurtulup yeni bir hayat kurmanız için aylık ne kadar paraya ihtiyacınız var? Bırakın yardım almayı bu parayı hayal etmek ve hesaplamak bile kendileri için o kadar zordu ki, bazıları yardım programıyla çalışmaya başladıktan ancak aylar sonra bir eve çıkmayı başarabilmişlerdi. Parasızlıktan değil, sadece sokak dışında bir hayatı hayal edemiyorlardı. Yardım programında kişi başı aylık 3000 pound'luk bir bütçe ayrılmıştı ancak bu bütçe miktarı insanlara söylenmedi. İnsanların kendisinin belirlemesi istendi. Sonuçta ne oldu dersiniz?

Juliette Hough adlı araştırmacının raporuna göre, aylık ortalama harcama miktarı 794 pound oldu. Ayrılan bütçenin neredeyse üçte biri. Araştırmanın en çarpıcı ve en önemli sonucu bence şuydu: Bu insanlar parayı alıp yatmayı tercih etmediler. Nasıl olsa para geliyor diye, bir eve geçip paranın gelmesini beklemediler. Kendilerine ev aradılar, eve yerleştiler ve iş bulmaya çalıştılar vs. Bir buçuk yıl sonunda bu insanların 11'i bir ev bulmayı ve kendini sokaktan kurtarmayı başardı. Kendilerine

gelecek planları yapmaya başladılar. Bazıları ders almaya, bazıları aileleriyle iletişime geçmeye, bazıları da düzenli doktor kontrolüne gitmeye çoktan başlamışlardı bile.

On üç kişiden biri olan ve sonunda bir eve geçmeyi başaran Harald, tam 25 yıl sokaklarda yatmıştı ve 60 yaşındaydı. Sonunda kurtuldu. Bir diğeri ise Simon. Simon 18 yıl sokaklarda yatmıştı, 20 yıldır eroin kullanıyordu ve bu program sayesinde tedaviye bile başladı. Bu yardımı alanlardan bir kişinin söyledikleri çok çarpıcı: “Artık kendimi tamamen farklı bir yaratık olarak görüyorum.”

Türkiye de dahil olmak üzere dünyanın birçok yerinde fakirlere yardım ediliyor. Ancak bunlar çoğunlukla aynı yardım şeklinde oluyor. Ramazan paketlerini düşünün. 30 TL’lik, 40 TL’lik, 50 TL’lik paketler yerine, ihtiyacı olan insanlara 30 TL, 40 TL veya 50 TL verilse daha iyi olmaz mı? Paketin içindeki bir ürün hiç bilemediğiniz bir alerji sebebiyle, o ailenin hiç kullanmayacağı bir şey olabilir. Ya da çay içmeyi sevmeyen bir aileye gelen dört paket yardımdan dört paket çay çıktığını düşünün. İsraf değil mi bu? O sebeple paranın doğrudan fakirlere verilmesi daha verimli olmaz mı?

Şunu söylemeye çalışıyorum: 2007 finansal krizinden sonra dünya çok hızlı değişti. Önceki kuralların, dogmaların ve varsayımların doğru olmadığı artık ortaya çıktı. Bu, ekonomi için de geçerli. İnsanların rasyonel olmadığını anladığımız gibi, insanlara ulaşma yollarının da rasyonel ve düz mantıkla çalışmadığını anlamamız gerekiyor. Çok mobilize bir çağda yaşıyoruz. Makineler, teknoloji hızla insanların iş olanaklarını ellerinden alıyor. İşsizlik problemine bir de bu gözle bakmalıyız. Birçok kişi artık istese de çalışamayacak. Bir teknoloji işsizliği problemiyle karşılaşacağız. Bu problemi eski metotlarla çözmeye çalışmak, Süleyman Demirel’in tabiriyle “dünkü güneşle bugünkü çamaşırını kurutmaya” benzer. Her şeyi ama her şeyi sil baştan düşünmeliyiz. Yardım etme yöntemlerimizi de.

Kıssadan hisse

- Dünyanın çeşitli yerlerinde yapılan denemelerde, fakirlere yapılan düzenli para yardımının onlara hayata tutunmayı öğrettiği ve kendilerini fakirlikten kurtardığı görüldü.

İyilik Yapmanın Beyindeki Etkisi

Modern ekonominin en büyük sorunlarından biri de yoksulluk ve gelir dağılımı eşitsizliğidir. Eğer ekonomi diye bir bilim alanı varsa, bu bilimin en temel amaçlarından biri insanları yoksulluktan kurtarmak olmalıydı. Ancak olmadı. Zenginlerin gelirlerindeki artış hızı, fakirlerin gelirlerindeki artış hızından çok daha yüksek seyrediyor. Dolayısıyla aradaki fark bir türlü kapanmıyor, bilakis gittikçe açılıyor. Klasik yöntemler, yoksulluğu veya gelir dağılımı eşitsizliğini çözmekte yeterli olmuyor. Başka yöntemler denemek gerekiyor. Bunlardan biri insanları sistematik bir şekilde iyilik yapmaya yönlendirmek olabilir.

Amerika Emekliler Derneği (AED) bir grup avukattan, ihtiyacı olan kişiler için normal saatlik ücretlerinin 30 dolar aşığına hukuki danışmanlık yapıp yapamayacaklarını sormuş. Avukatların büyük çoğunluğu hayır cevabını vermiş. Saatlik 30 dolarlık bir indirim Amerika'nın en zengin kesimlerinden biri olan avukatlara çok gelmiş. Durumdan hiç memnun olmayan AED, bu kez başka bir avukat grubuna soruyu biraz daha değiştirerek sormuş: "Bir grup ihtiyaç sahibi emekliye ücretsiz hukuk danışmanlığı yapar mısınız?" Normal şartlarda, yukarıdaki ilk soruya hayır cevabı verdiklerinden, avukatlardan bu soruya da hayır cevabı vermeleri beklenir. Ancak avukatlar ikinci teklifi olumlu karşılamışlar ve emeklilere yardım etmişler.

"Ekonomist, dün tahmin ettiği şeyin bugün niye olmadığını yarın açıklayabilen uzmandır."
—Laurence J. Peter

Rasyonel ölçüler içinde iyilik yapmak, gelirimizi ve zamanımızı harcıyor gibi görünse de insanı rahatlatan bir şeydir. Hatta bu karşılıksız olsa bile. Dr. Harbaugh ve arkadaşları yaptıkları bir deneyle bunu gösterdiler. Bu araştırmacılar, yaptıkları çalışmalar sonucunda zorunlu dahi olsa, bir hayır kurumuna yapılan ödemenin beyindeki NAcc bölgesinde bir hareketlenmeye neden olduğunu gözlemlediler. Yukarıda da anlatıldığı gibi NAcc, beynin ödül mekanizmasını idare eden bölgesidir. Dolayısıyla bu tarz bir zoraki bağış bile insanda haz uyarıyor. Aynı çalışmaya göre eğer bu ödeme, zorunlu değil de gönüllü yapılırsa beyindeki bu hareketlenmenin daha yüksek olduğu görülüyor.

Ekonomik sistemlerin, insanın iyilik yapma isteğini yeteri kadar değerlendirdiğini söyleyemeyiz. Gelir dağılımı eşitsizliğinin dünyadaki en büyük iktisadi problemlerden biri olduğu düşünüldüğünde, iyilik yapmak isteyen insanların sistematik bir şekilde fakirlere yardım etmek üzere organize edilmesi kazan-kazan şeklinde sonuçlanabilir. Bir yandan veren insanlar manevi bir haz elde ederken, diğer yandan alan insanların maddi durumlarının iyileşmesi yönünde bir adım atılmış olur. Tüm bu kurgu da toplumsal gelir dağılımı eşitsizliğinin düzelmesine katkı sağlamış olur.

Fakirlere yardım etmek dünyada ilk defa benim aklıma gelmiyor tabii ki. Eminim, dünyanın birçok yerinde binlerce yardım mekanizması fakirlere yardım etmeye çalışıyordur. Ancak dünyada yaklaşık 700 milyon insanın günlük 1,90 dolar gelirin altında bir gelirle yaşadığı düşünüldüğünde, farklı yardım mekanizmalarının denenmesinde fayda var. Örnek olarak devletler, zengin ve fakir insanlar arasında doğrudan para transferine izin verecek ve tamamen isteğe bağlı çalışacak bir mekanizma üzerinde çalışabilirler. Bu hem fakirliği azaltacak hem de iyilik yapan insanları mutlu edecek bir şeydir. Ancak iyilik yapmak isteyen insanların suiistimal edildiğini de unutuyor veya atıyor

değilim. Her sistemde suiistimaller mümkündür ve sistemleri kuranlar bu sorunları çözmekle veya en aza indirmekle mükelleftir. Peki ama ne yapmalı?

Örnek Vaka: Ünlüler, Gönüllüler

Radyo Trafik'i bilmeyenler olabilir. Bu radyoyla tanışıklığım pek hoş başlamamıştı ama sonradan çok sevdim. Her gün eve giderken bindiğimiz servisin şoförü bizi bu radyoyla karşılardı. Düşünsenize saat akşamın altısı, gün boyu yorulmuşsunuz, dinlenmek ve belki biraz uyumak için servise biniyorsunuz. Ama servis buna müsait değil. Çünkü sesi sonuna kadar açık olan bir radyoda bir spiker sürekli yol durumu anlatıyor, telefonla arayıp yol durumu bildirmek isteyenlerle canlı bağlantılar yapıyor, yollarla ilgili öneriler alıyor, bu önerileri canlı yayında gerekli makamlara duyuruyor vs. Bu Radyo Trafik'in ta kendisiydi. Radyo, İstanbul'daki yol durumu hakkında bilgi almak isteyenlerin, özellikle de taksicilerin dinlediği, gün boyunca İstanbul'un hemen her yeriyle ilgili trafik bilgisini anlık olarak alabileceğiniz bir radyo. Gitmek istediğiniz istikamette kaza var mı yok mu hızlıca öğrenmek istiyorsanız bu radyo birebirdir. Gideceğiniz istikametteki kazalar, intihar girişimleri, yol yapımı çalışmaları vs.

İstanbul'da bu ve benzer olaylar size en iyi ihtimalle birkaç saate mal oluyordu. O sebeple Radyo Trafik sürekli trafikte olan insanların favorisiydi. Öyle ki eski servis şoförümüz şarkı, haber dinlemeyi bırakmış, sürekli Radyo Trafik dinler hale gelmişti. İnanın böyle bir serviste yolculuk etmek istemezsiniz. Servisimizdeki Hilal Hanım'ın ısrarlı itirazları sayesinde, servis şoförümüz birkaç hafta sonra radyonun sesini kısma, gerekli olmadığı zamanlarda radyoyu kapatmaya başladığında hepimiz çok mutlu olmuştuk.

Bir zaman sonra servisten ayrılmak ve işe arabayla gitmek zorunda kaldığımda bu radyonun ne kadar kıymetli olduğunu anlamıştım. Mesela, bir yerde kaza olduğunu bilmek bazen saatlerinizi kurtarabiliyordu. Radyoyla kötü başlayan maceram İstanbul'dan ayrılmadan önce tatlıya bağlanmıştı.

Konuya gelecek olursak, bu radyonun insanlara sağladığı bilgi tamamen gönüllülük esasına dayanan bir şekilde elde ediliyor. Yani insanlar yolda gördükleri bir sorunu Radyo Trafik'e telefon açarak bildiriyorlar. Hem de arama ücretini kendileri ödüyorlar.

Bir modern çağ ansiklopedisi olan Wikipedia da benzer bir yapıya sahip. Gönüllü bir grup insan, milyonlarca konu hakkında gayet detaylı ve donanımlı bilgi sunuyorlar. Bu bilgilerin bazıları gerçekten uzmanlık ve araştırma gerektiren, oldukça hassas konular. Verilen bilgilerin çoğu gerekli tüm referanslarla birlikte veriliyor ve gayet tatmin edici. Bildiğim kadarıyla bu işi yapanlar karşılığında hiçbir ücret almıyorlar. Çünkü tamamen açık kaynak bir web sitesi. Modern çağda bu tarz örnekler hızla artıyor. Uzman blogları, tamir videoları, ders anlatımları vs. Bu tarz yerlerin çoğalmasının birçok sebebi olabilir. İnsanlar kendilerini daha iyi hissediyor olabilirler, paylaşmak insanı rahatlatıyor olabilir, bilinir ve duyulur olmak insana zevk veriyor olabilir vs. Bazıları bir süre sonra reklam da almaya başlıyor ama bunların sayısı çok az. Sebebinin çok bir önemi yok. Önemli olan şu ki, insanlar iyilik yapmayı seviyorlar. Dolayısıyla insanları doğru, bilinçli ve kolay bir şekilde iyilik yapmaya yönlendirmek de yeni ekonomi biliminin bir parçası ve ekonomi yönetimlerinin bir görevi olmalıdır.

Zuckerberg'in Harvard'daki Konuşması

Asgari ücret uygulaması dünyada birçok ülkede deneniyor. Herhangi bir işte çalışan kişiye bu ücretin altında maaş vermek

yasak. En az bu kadar verilmeli. Üstü işverene kalmış. Bu ücret, Türkiye’de 2017 yılı itibarıyla yaklaşık 1400 TL. Başka ülkelerde başka miktarlar geçerli. Ancak çalışmayan insanlar için böyle bir ücret yok. Yani işiniz yoksa maaşınız da yok. Bundan daha normal ne var diyebilirsiniz.

Ancak yaşadığımız çağda teknoloji birçok meslek grubunu yok ediyor. Artık bankalar daha az sayıda kasiyer çalıştırırken, birçok şirket satış elemanlarını azaltıyor, çünkü internetten satışlar çık gibi büyüyor. Akıllı telefonlar başlı başına hesap makinesi, fotoğraf makinesi, saat gibi onlarca ürünün üretiminin durmasına sebep oldu. Online ders veren okullar, üniversiteler artık eskisi kadar öğretmen veya öğretim görevlisi istihdam etmiyor. Teknoloji büyük bir hızla insanların elinden işlerini alıyor. O kadar ki dünyaca ünlü Çinli şirket Ali Baba’nın yönetim kurulu başkanı Jack Ma, onlarca yıl sürecek küresel bir acının ufukta olduğunu söylüyor. Microsoft’un kurucusu Bill Gates makineleri şimdiden vergilendirmemiz gerektiğinden bahsediyor.

Teknoloji hız kesecek gibi görünmüyor. 2017 yılında yapılan bir çalışma, günümüzde geçerli iş kollarının yaklaşık yüzde 47’sinin robotlar tarafından yapılı hale geleceğini ve 10 veya 20 yıl içinde yok olacağını öngörüyor. Bu her iki işten birinin yok olacağı, dolayısıyla bu işlerde çalışan insanların da işsiz kalacağı anlamına geliyor. Yanlış anlamadınız, her iki işten biri yok olacak. Tabii burada şöyle bir şey akla gelebilir: Yeni teknoloji yeni iş kolları yaratmayacak mı? Tabii ki yaratacak. Ama bırakın insanları, demode makineleri bile çizgi dışına iten bir teknolojiden söz ediyoruz. Artık fotoğraf makinesi, hesap makinesi, navigasyon cihazı, kronometre, ajanda, radyo hatta saat bile

**“Fakirliğin
çözümünün,
herkes için
(işsizler de
dahil y.n.)
asgari ücret
olduğuna ikna
oldum.”
—Martin Luther
King, 1967**

kalmadı. Bütün bu fabrikalarda çalışan insanlar artık işsiz. Hepsinin yerini akıllı telefonlar aldı. Bu sebeple, iPhone gibi akıllı telefonları üreten şirketlerin ihtiyacı kadar istihdam gerekiyor.

Yapay zekâ (A.I.) denilen teknoloji, size sadece var olanla değil, gelecek olanla ilgili de yol gösteriyor. Öğrenen bir teknolojiden bahsediyoruz. Mesela, her gün gittiğiniz yolu takip edip, siz sormadan size daha hızlı ve kısa yollar önermek böyle bir teknoloji. Ya da yapmak isteyebileceğiniz işleri siz daha yapmadan tahmin etmek de... Birçok internet şirketi, bu teknolojiyle internetteki davranışlarınızı takip edip bir ürünü alıp almayacağınızı önceden tahmin ediyor, size tam da isteyebileceğiniz ürünleri tavsiye ediyor. Ve bir süre sonra sizi sizden daha iyi tanır hale geliyor. Kişisel hayatınız için bir yandan büyük kolaylık sağlarken, diğer yandan sizi yönlendiriyor, özel hayatınıza giriyor vs. İşin bu kısmı apayrı bir yazı konusu. Ancak böyle bir teknolojinin dünyada tezgâhtar bırakmayacağı da bir gerçek. Dolayısıyla genel olarak kaybolan iş sayısı yeni çıkan iş sayısından kat be kat daha fazla. Öyleyse, işsizliğin daha da artacağını öngörmek hiç de yanıltıcı olmaz. İnsanları bu durumla baş başa bırakmak ne kadar insani olacaktır?

Sadece üç beş kişiye değil de belirlenen bir fakirlik seviyesinin altındaki herkese ülkeler doğrudan nakit para yardımı yapsa, fakirlik azaltılabilir mi? Bu sorunun cevabını tam olarak bilmiyoruz. Ama bazen soruların cevabı hiç de rasyonel aklın tahmin ettiği gibi sonuç vermiyor. Nakit para yardımı yapılan insanların, belki çocuklarını, belki geleceğini belki onurlarını düşünerek parayı çok verimli bir şekilde kullandıklarını öğrendiğimize göre, aynı şey neden daha sistematik bir şekilde yapılmasın? Denemekte fayda olmaz mı?

Mark Zuckerberg, 400 milyar dolarlık Facebook'un kurucusu ve CEO'su. Bundan tam 12 yıl önce Harvard Üniversitesine kaydoldu. Ancak aklındaki iş fikrinin peşinde koşmayı denedi ve başardı. Zuckerberg, Harvard Üniversitesine geri döndüğün-

de artık dünyanın en meşhur ve en zengin insanlarından biriydi. Tam 12 yıl sonra, 2017’de mezun oldu. Dönüşünün şerefine Harvard Üniversitesi kendisinden bir konuşma yapmasını rica etti. Dünyanın en zenginlerinden biri olan Zuckerberg’in konuşması “Gaye” üzerineydi. İlham verici konuşmanın bir kısmını buraya aynen alıyorum:

“Bizim neslimizin amacı sadece kendimizin değil, herkesin bir gayesi olduğu bir dünya yaratmak olmalı... Gaye kendinden büyük bir şey için çalışmaktır... Herkesin gayesine ulaşma özgürlüğüne sahip olacak şekilde eşitliği yeniden tanımlamamız lazım. Facebook, benim yaptığım ilk iş değil. Öncesinde birçok oyun programladım, chat sistemleri kurdum, müzik programları yazdım. Bu konuda yalnız değilim. J.K. Rowling, Harry Potter’ı yazıp bastırana kadar 12 defa reddedildi... En büyük başarılar, insanlara başarısız olma özgürlüğü tanındığı zaman ortaya çıkar... Hayatta birçok girişimci ile tanıştım ama okulunu bırakıp bir iş kurma fikri peşinde koşan tek kişi tanımadım. Çünkü insanlar başarısız olmaktan korkuyorlar. Diğer yandan, başarısız olurlarsa güvenebileceği geliri olmadığı için hayallerinin peşinden koşma şansı olmayan çok insan tanıdım. Eğer kodlamayı öğrenmek yerine aileme bakmak zorunda olsaydım, Facebook fikri işe yaramasaydı bile her şeyin yolunda gideceğine emin olmasaydım, şu an karşınızda olmazdım... Her nesil, kendi eşitsizlik tanımını kendi yapar... Şimdi, bizim neslimizin yeni bir sosyal anlaşma tanımlamasının tam zamanı... Herkesin yeni fikirler denediği ama başarısız olduğu zaman güvenebileceği bir geliri olması için Küresel Asgari Gelir konusunu tartışmalıyız.”

Zuckerberg’in Küresel Asgari Gelir diye bahsettiği şey, çalışan çalışmayan herkese belirli bir gelirin garanti edilmiş olması.

Bazı ülkeler küçük projelerle de olsa, bu asgari geliri denemeye başladılar. İtalya'nın Livorno belediyesi şehrin en fakir 100 ailesine Haziran 2016'da aylık 500 avro vererek bunu ilk deneyenlerden oldu. Henüz sonuçlarını bilmiyoruz ama yakında göreceğiz.

Siz bu satırları okurken Kanada ve Finlandiya da pilot uygulamayı devreye sokmuş olacak. Finlandiya, 2000 işsize yaklaşık 1.120.000 avro ayırarak bu işi deneyeceklerini duyurdu. Kanada ise biraz daha cömert bir denemede bulunacak. Kanada'nın bütçesi yaklaşık 25 milyon dolar. Belki de sonuçlarını siz ben-den önce göürsünüz.

Para Mutluluğu Satın Aldı mı?

Faşlı bilim insanları öncülüğünde yürütülen bir kazı çalışması, 2017 yılında ilginç bir sonuca ulaştı: Buldukları bir insan kemiği en az 300.000 yıllık. Bu, daha önceki bilgilerimizi yenileyecek nitelikteydi. Çünkü o zamana kadar insanoğlunun yeryüzündeki bilinen tarihi 100.000 yılıktı. Belki zaman içinde bu bilgi de değişebilir ama şimdilik bu dünyada en az 300.000 yıldır var olduğumuzu biliyoruz. Peki 300.000 yıl-

"İnsanın rasyonel bir hayvan olduğu söylenir. Hayatım boyunca bunun doğru olduğunu gösteren delil aradım."

**—Bertrand Russell
King, 1967**

da ne değişti? İnsanoğlu geçmişe göre hangi konularda ilerleme kaydetti? Bilgi olarak geçmişe göre daha ilerideyiz. 2018 yılında yaşayan herhangi biri akıllı telefonlar ve internet sayesinde, bundan 50 yıl önce yaşamış herhangi bir başbakan, bilim insanı ya da istihbarat ajansından daha fazla bilgiye sahip. Günümüzde sıradan bir akıllı telefon, 1960'lı yıllardaki NASA'nın sahip olduğu tüm bilgisayarlardan daha güç-

l  ve ileri. Benzer durum maddi refahta da geçerli. Yukarıda değinmiştik. Geçmişe göre daha da zenginiz. Son iki yüzyıl içinde dünyadaki insanların ortalama geliri yaklaşık on bir katına  ıktı.

Peki, artan gelir seviyesi, insanlığa daha fazla mutluluk getirdi mi? Zaman geçtikçe insanların mutluluğu arttı mı? Bu soruyu cevaplayabilmek için öncelikle mutluluğu ölçmek gerekir. Mutluluk ölçülebilir mi, ölçülürse de nasıl?

Mutluluğun tanımı kişiden kişiye göre değişir. Öyle ya, her şeyi aynı olan iki birey, mesela aynı evde yaşayan ikizler, aynı olaylar karşısında aynı derecede mutlu olmayabilir. Mutluluğun derecesi nedir ki zaten? Seni mutlu eden bir olay beni mutlu etmeyebilir. Öyleyse mutluluk sübjektif bir şeydir. Yani kişiden kişiye değişir.

Bu sebeple bilim insanları mutluluğu sübjektif olarak ölüyorlar. Yani insanların kendilerine sorarak. Değişik ülkelerde farklı yollar denense de sübjektif mutluluk genellikle şuna benzer bir soruya verilen cevapla ölçülüyor: “Her şeyi hesaba kattı ınızda, genel olarak ne kadar mutlusunuz?” Cevaplar da genellikle şuna benzer seçeneklerden oluşuyor ve insanlar bunların arasından seçiyor: Çok mutsuz, mutsuz, mutlu, çok mutlu...

Türkiye İstatistik Kurumu da (TÜİK) bu araştırmayı 2003 yılından bu yana yapıyor ve bunu Yaşam Memnuniyeti Araştırması olarak adlandırıyor. TÜİK anket yapılan kişilere    seçenek sunuyor: mutsuz, orta, mutlu. G r ld   gibi bu soru, tamamen kişinin o gün içinde bulunduğu ruh haliyle ilgili olup, kişiden kişiye göre farklılık gösterebilir ve bu sebeple de adı sübjektif mutluluktur. Amaç da zaten tam olarak bunu ölçmektir. Anketin yapıldığı yıl, binlerce kişiye bu soru sorulunca, cevapların ortalaması alınarak ülkenin o yıl genel olarak yüzde kaçının mutlu olduğunu anlamış oluyorsunuz.

Mutlulukla, zenginlik arasındaki ilişkiyi keşfetmeye çalışan ilk ekonomist, 1974’te Pensilvania  niversitesinden Dr. Easterlin’di. Easterlin Paradoksu olarak anılan paradoksa göre, bir

ülke içinde genellikle zenginler, fakirlerden daha mutlu olsa da iki farklı ülke karşılaştırıldığında, daha zenginler daha mutlu çıkmadı. Şöyle bir örnek düşünün: İstanbul'un Etiler semtinde yaşayanların aylık ortalama geliri 10.000 TL, Mecidiyeköy'de yaşayanların aylık ortalama geliri ise 5000 TL olsun. Yapılan araştırmalar genellikle Etiler'de yaşayanların Mecidiyeköy'de yaşayanlardan daha mutlu olduğunu gösterebilir. Ancak daha zengin bir ülke olan Almanya'nın Hamburg kentinde yaşayanların aylık ortalama geliri ise 8000 avro (yaklaşık 32.000 TL) olmasına rağmen, Hamburglular Etiler'de yaşayanlardan daha mutlu olmuyor. Ya da şöyle bir örnek de düşünebilirsiniz: Etiler'de yaşayanların da Mecidiyeköy'de yaşayanların da aylık maaşlarına 1000 TL zam yapılırsa, ikisinin de mutluluk seviyesinde bir değişiklik olmuyor. Yani daha mutlu olmuyorlar. Easterlin, konuyu parayla mutluluk arasında bir ilişki olmadığına ve daha çok zenginleşmenin daha fazla mutluluk getirmediğine bağladı.

Durumu, bir de 1998 yılında Solnick ve Hemenway'in yaptığı deneyi inceleyip düşünelim. Bu deneyde öğrencilere şu soru soruldu: Aşağıdaki seçeneklerden hangisini tercih edersiniz?

A: Başkalarının yıllık 25.000\$ kazandığı yerde 50.000\$ kazanmak

B: Başkalarının 200.000\$ kazandığı yerde 100.000\$ kazanmak

(Her iki durumda da ülkedeki fiyatların ve alım gücünüzün aynı kaldığını varsayın.)

Deneklerin çoğunluğu (yaklaşık yüzde 56'sı) A şıkkını seçti. Yani 100.000\$ yerine 50.000\$'ı tercih etti. Peki neden? Neden insanlar daha fazla kazanma seçeneği varken azla yetiniyorlar? Tevazularından mı? Değil. Sebebi yine psikolojik. İnsanlar, kendilerini diğer insanlarla kıyaslıyorlar ve bunun etkisiyle karar veriyorlar. İnsanlar, toplamda çok para kazanmak yerine başkalarına kıyasla daha çok kazanmayı daha fazla önemsiyorlar. Bu da onları daha mutlu ediyor. Ancak bunun kötü tarafı şu:

İnsanlar maalesef kendi mutluluklarını başkalarının hayatlarına endekslemiş oluyorlar. Bu da aslında Etiler ve Mecidiyeköy’de yaşayanların mutluluk durumlarını açıklıyor. Yani Etiler’de yaşayanlar için önemli olan Mecidiyeköy’de yaşayanlardan fazla kazanmak (unutmayın bu sadece uydurulmuş bir örnek). Bu sebeple her ikisine de 1000 TL maaş zammı yapılıncaya mutluluk seviyelerinde önemli bir değişiklik olmuyor. Çünkü görece olarak durumlarında bir değişiklik olmuyor. Mecidiyeköy’de yaşayanlar yine Etiler’de yaşayanlardan 20.000 TL az kazanıyor. Eskiye göre daha fazla kazansa da bu Mecidiyeköylüleri daha fazla mutlu etmiyor. Yani insanlar için genellikle önemli olan çok para kazanmak değil, diğerlerinden fazla kazanmak. Veya zenginlerin maaşına yaklaşmak.

Ancak Easterlin’den sonra yapılan birçok araştırma, parayla mutluluk arasında az da olsa bir ilişkinin var olduğuna dair güçlü kanıtlar sundu. Buna göre, belirli bir gelir seviyesinin (buna mutluluk eşiği diyelim) altındaki insanlar için gelir arttıkça mutluluk artıyor. Mutluluk eşiğinin üstündeki insanlar içinse gelir artışının mutluluğa önemli katkısı yok, mutluluğu değiştirmiyor. Bu seviyeden sonra gelir artsa da mutluluk artmıyor. Mutluluk eşiğinin ne olduğuna dair kesin olmayan birçok fikir var. Kahneman ve Deaton bunun ABD için aylık 6250 dolar (yaklaşık 22.000 TL) olduğunu söylüyor. Farklı rakamlar söyleyenler de var. Bu rakamın ülkeden ülkeye de değişebileceğini düşünüyorum. Ancak yine de şöyle bir tespit yapabiliriz: ABD’nin kişi başı GSYH’sı aylık 4750 dolar (yıllık 57.000 dolar) civarında. Dolayısıyla, bu mutluluk eşiği ortalama gelirin biraz üzerinde. Diğer ülkeler için de benzer şeyler düşünülebilir, ortalama gelirin biraz üzeri mutluluk eşiği olabilir.

Böyle bir seviyenin varlığı akla çok yatkın geliyor. Şöyle bir örnek verip durumu açayım: Türkiye’de mutluluk eşiği aylık 6000 TL olsun. İstanbul’da Armutlu’da yaşayanların ortalama aylık maaşı 500 TL, Mecidiyeköy’de yaşayanların maaşı 5000

TL, Etiler’de yaşayanların maaşı da 10.000 TL olsun. Bu durumda Etiler’dekiler mutluluk eşiğinin üstünde, Mecidiyeköy ve Armutlu’dakiler mutluluk eşiğinin altında kalıyorlar. Bu durumda herkes için yapılacak bir maaş zammı, Etiler’deki insanların mutluluğuna önemli bir katkıda bulunmazken, Mecidiyeköy’deki ve Armutlu’daki insanların mutluluk seviyelerini bir miktar artıracaktır. Çünkü aylık 10.000 TL kazanmakla 11.000 TL kazanmak arasında önemli bir fark yoktur. Ancak Armutlu’daki insan için durum böyle değil, aylık 500 TL kazanan bir insan kirasını ödemekte zorlanacağı için, maaşına yapılan 1000 TL’lik bir zam bu insanları fakirlik sınırından kurtaracak, kiralarını rahat ödemelerini temin edecektir. Benzeri bir şeyi Mecidiyeköy’deki insanlar için de kısmen söyleyebiliriz.

Şimdi biraz gerçek rakamlara bakalım.

Türkiye’de Yaşam Memnuniyeti Araştırması 2003 yılından beri yapılıyor ancak halini “mutlu” olarak tanımlayan insanların yüzdesinde önemli bir değişiklik yok: 2003’te yaklaşık olarak yüzde 60 olan oran 2016’da yüzde 61’e gelmiş. Durumu önemli bir değişiklik yok diye özetleyebiliriz. ABD’ye ait veri biraz daha eskiye dayanıyor. Stevenson&Wolfers, 2008’e göre ABD’deki kişi başı gayrisafi yurtiçi hasıla 1972’de 6109 dolar iken 2006’da 46.443 dolara kadar yükselmiş. Ancak aynı tarihler için yapılan anketlerde mutluluk seviyesini “çok mutluyum” diye ifade eden insanların oranı yüzde 37’den yüzde 33’e kadar düşmüş. Tüm dünya için geçerli bir istatistiğimiz olmasa da yapılan araştırmalardan çıkardığımız şu: İnsanlar geçmişe göre daha zengin olmalarına rağmen, daha mutlu değiller.

Peki neden?

Bunun bir sebebi zenginleştikçe arzuların da artması olabilir. Eskiden “başımı sokacak evim olsun” diye düşünürken, bu düşünce gelir artınca “bir de arabam olsun”, gelir daha da artınca, “daha büyük bir arabaya ihtiyacımız var” şeklinde evriliyor. Etrafımızdaki insanların daha iyi evlerde oturduğunu, daha iyi

arabalara bindiğini görünce biz de onlardan almak istiyoruz. Bu da bizi bitmek bilmeyen bir arzular helezonu içine sokuyor ve bir türlü mutlu olamıyoruz. Fakirliğin bir alt sınırı var ama zenginliğin üst sınırı yok. İnsan tatmin olamıyor. ABD’li psikolog Barry Schwartz bu durumu şöyle açıklıyor: “Her şeyin en mükemmelini istiyoruz. Aldığımız eğitim hem merak uyandırıcı, hem faydalı, hem heyecanlı, hem sosyal olarak değerli, hem de kârlı olmalı. Benzer beklentiler eşlerimiz ve çocuklarımız için de geçerli. Hiçbir şeyin ‘yeteri kadar iyi’siyle yetinmeyişimiz bizi mutsuz yapıyor.” Daha fazla mal, beynimizde başka şeyleri tetikliyor. Beklentilerimiz elde ettiklerimizden daha hızlı büyüyor, bu da yeni elde ettiğimiz bir şeyin bizi o kadar da mutlu etmemesine sebep oluyor. O nedenle bir yerde irademizi ortaya koyup, bu kadar yeter demediğimiz sürece mutsuz olmaya devam edeceğiz. 2002 yılında Nobel Ekonomi ödülünü alan Daniel Kahneman şöyle bir hatırasını nakleder:

“Zengin olmak isteği çok güçlü bir istektir. Bir gün ABD’de bir finansal danışmana gidip şöyle dedim: ‘Daha fazla zengin olmak istemiyorum. Sadece şu an yaşadığım gibi yaşamaya devam etmek istiyorum.’ Bana dedi ki: ‘Seninle çalışamam.’”

Kıssadan hisse

- Para mutluluğu satın alabiliyor. Ancak bir noktadan sonra fazla paranın mutluluğa hiçbir katkısı yok.
- “Bu kadarı yeterli” deyip şükretmesini bilmek bizi daha mutlu yapabilir.

Araştırmacılar için ucu açık soru

- Türkiye’de mutluluk eşiği nedir?

Bilginin de Fazlası Zarar

Modern dünya ve bilim o kadar hızlı bilgi üretir hale geldi ki, insanlığın sahip olduğu bilgi birkaç ayda bir ikiye katlanıyor. Eski meslekler birer birer kayboluyor ve yepyeni meslekler ortaya çıkıyor. Şimdi liseye giden çocukların önemli bir kısmı üniversiteden mezun olduklarında bugün yeryüzünde henüz var olmayan işlerde çalışacaklar. Bu hızlı değişimin en önemli sebeplerinden biri sahip olduğumuz teknolojik aletlerin yaşamımızın her anını bilgiye ve veriye çevirmesi. Elinizde akıllı telefon varsa, içinde yüklü olan programların hepsi sizin ondan aldığınız bilgiden fazlasını sizden geri alıyor. Mesela, telefonunuzdaki Google Maps'ten yol tarifi aldığınızı düşünün. Diyelim ki Aksaray'da kebabçı aradınız. O da size kebabçıların listesini verdi ve siz de arasından Hatay Sofrası'nı seçtiniz ve yol tarifi aldınız. Siz bu programdan Hatay Sofrası'nın yol tarifini alırken, o da sizden oraya saat kaçta gittiğinizi, hangi yoldan gittiğinizi, hangi restoranları seçmeyip de Hatay Sofrası'nı tercih ettiğinizi, arabanızı nereye park ettiğinizi, hatta arzu ederseniz o mekân hakkındaki yorumunuzu ve değerlendirmenizi vs. alıyor. Bu arada Google Maps, telefonunuza yüklü olan diğer programlarla da haberleşip, orada hangi yemeklerle ilgilendiğinizi, yemek beklerken hangi haber kanallarında gezindiğinizi, hangi reklamlara baktığınızı, hangilerine bakmadığınızı, Facebook'ta ne yorumlar yaptığınızı vs. de alıyor.

Uzatmayalım, bu karşılıklı bir alışveriş, aldığınız bedava bilgi kadar, belki daha fazla bedava bilgiyi geri veriyorsunuz. Bu kadarla da sınırlı değil tabii. Hiçbir iş yapmazken, yanınızda gezdirdiğiniz telefonunuz sizin yaptığınız ve yapmadığınız hemen hemen her şeyi kayda geçirip sizin hakkınızda bir harita çıkarıyor. Bu harita bireye özel. Sevdiğiniz/sevmediğiniz ürünler, gittiğiniz/gitmediğiniz yerler, hoşunuza giden her şey bu bireysel

haritaya kaydedilmiş oluyor. Artık bu veriye sahip kurumlar sizi arkadaşlarınızdan, annenizden, babanızdan ve eşinizden bile daha yakın tanıyor.

Tabii bu bilgilerin işlenmesi başlı başına bir endüstri. Adına Büyük Veri deniyor. Bu bilgileri işlemek ve onlardan anlamlı bilgiler çıkarmak Google ve Apple gibi büyük şirketler için gayet kolay. Sonra bu işlenmiş bilgiler ve kişisel haritanız, reklam yapmak isteyen şirket, kurum ve devletlere satılıyor. Modern dünyada yeni güç bu. Tam da bu sebeple dünyanın en değerli şirketleri sıralamasında artık petrol veya silah şirketleri değil bilgi şirketleri var. Her yıl Google, Apple ve Amazon aralarında dönüşümlü olarak dünyanın en değerli şirketleri seçiliyorlar. Ekim 2017 itibariyle Apple'ın piyasa değeri 794 milyar dolar, Google'ın (Alphabet) 665 milyar dolar, Amazon'un ise 461 milyar dolardı. Karşılaştırma olsun diye söylüyorum, aynı aylarda Tüpraş'ın piyasa değeri 33 milyar dolardı.

Ancak şirketler için bu kadar büyük bir güç olan bilgi, bireyler için biraz tehlike arz ediyor. Bunun iki sebebi var: Birincisi insan beyni bu kadar bilgiyi işleyecek güce sahip değil. Üstelik aktüel bilgilerin çoğu sizin için gereksiz ve hatta bazen yalan haber içerebiliyor. Olay başına üretilen gereksiz ve yalan haber sayısı zaman içinde üstel şekilde artıyor. Bir tane doğru haber başına alacağınız yalan haber sayısı, siz haberleri daha sık kontrol ettikçe artıyor. Gerçek bir tane ama gereksiz ve yalan haber milyonlarca. O sebeple haberleri, sosyal medya hesaplarınızı sık sık kontrol etmeyin. Bu beyniniz üzerinde gereksiz bir yük yaratıyor. Günlük hayatta o kadar fazla bilgiye maruz kalıyoruz ki, bu bilgilerden anlamlı bir şey çıkarmak bireyler için çok zor, hatta imkânsız. Örnek olarak bir Fenerbahçe-Galatasaray maçını düşünün. Maç 90 dakikada bitiyor. Önce maç sonrası röportajlar başlıyor. Bu iş en az bir saat sürüyor. Sonra maçın önemli anları ve bunların tartışması geliyor. Sonra hakem üzerine tartışmalar, kulüp başkanlarının atışmaları vs derken en az 4-5 saat heba

olup gidiyor. Bu kadar olsa yine iyi. Tartışmalar sosyal medya hesaplarından devam ediyor. Birkaç saat de burada heba olsa yine iyi. Konu sadece heba olan zaman değil, maruz kaldığınız gereksiz bilgi. İnsan beyni bu kadar lüzumsuz bilgiye maruz kalırsa yorulur. Sonra gerçekten üzerinde düşünülmesi gereken bir bilgi olduğunda, doğru kararı vermekte zorlanır.

Bu durum finansal piyasalarda da geçerlidir. Haberleri ne kadar az kontrol ederek işlem yaparsanız başarılı olma şansınız o kadar artar. Çünkü yukarıdakine benzer şekilde, finansal piyasalardaki haberlerin de çoğu gereksiz ve işe yaramaz haberdur. Sadece aklınızı karıştırır. Bir örnek vereyim yine: Uğur'un her gün haberleri kontrol ederek yatırım kararını yenilediğini, buna mukabil Murat'ın ayda bir haberleri kontrol ettiğini varsayın. Böyle bir durumda Uğur, Murat'a göre doğru haber başına yaklaşık beş kat kadar daha fazla kirli habere maruz kalır. Bu da Uğur'un doğru karar almasını zorlaştırır.

İnternet ile sık sık haşır neşir olmanın ikinci dezavantajına da Emre Soyer değiniyor: "Sosyal medyada karşılaştığınız içerikler hakkında tıkladığınız 'Beğen' ya da 'Beğenme' seçeneği sizin sürekli aynı içerikle beslenmenize neden oluyor. Bu tarz yazılımlar aslında satış artırmak için geliştirilmiş olup, bir ürünü incelerseniz, benzer ürünleri de incelemenizi sağlamayı amaçlar. Örneğin bir gün bir ütü alırsanız, ertesi gün size ütü masası, ütü masası bezi vs. gibi reklamlar gelmeye başlar. 'Bu ürüne bakanlar, şu ürüne de baktılar' cümlesi size tanıdık gelecektir. Ancak bunun fikir gerektiren konularda büyük dezavantajı var. Şöyle düşünün: Diyelim ki Facebook'ta gündemde olan bir konu hakkında yapılan birkaç yorumu beğendiniz. Bu konu cep telefonu kullanmanın faydaları olsun. Arkadaşlarınızın yazdığı yorumların altındaki 'beğen' ikonunu tıkladığınızda, sürekli benzer içerikte haber ve içeriğin önünüze gelmesini sağlamış olacaksınız. Dolayısıyla cep telefonu kullanmanın zararlarıyla ilgili bir içerik almanız oldukça zorlaşacak. İlgilendiğiniz konularla ilgili sürekli tek taraflı haber ve içerik almış olacaksınız."

Kıssadan hisse

- Sosyal medya hesaplarınızı veya haberleri sık sık kontrol etmeyin. Bu size gereksiz ve işe yaramaz bilgiden başka bir şey getirmeyecektir.
- Sosyal medyadaki “Beğen” ikonlarını tıklamanız o konularla ilgili tek taraflı içerik almanıza sebep olabilir.
- Finansal kararlarınızı verirken daha fazla gazete okumanın size katkısı değil zararı olacaktır.

Öyleyse...

Bir fizikçi, bir matematikçi ve bir ekonomist aynı işe başvururlar ve mülakata çağırılırlar. Mülakatı yapan kişi matematikçiye sorar:

- İki kere iki kaç eder?

Matematikçi cevap verir:

- Dört.

Matematikçi çıkar ve ardından fizikçi odaya girer. Mülakatı yapan kişi bu sefer aynı soruyu fizikçiye sorar. Fizikçi:

- Dört eder. Bazen beş, bazen üç ettiği de olur ama ortalama dört eder.

Fizikçi çıkar ekonomist içeri girer, aynı soru ona da yöneltilir.

Ekonomist ayağa kalkar, kapıyı kilitler, perdeyi kapatır ve görevliye yaklaşır:

- Kaç etsin istersiniz?

İnsanlık son üç yüzyılda, ondan önceki binlerce yıldan çok daha hızlı bir gelişme ve zenginleşmeye şahit oldu. Bu zenginleşme önce ekonomi diye bir bilim dalının ortaya çıkmasına, sonra da hayatımızın bir parçası olmasına neden oldu. Şu an size normal geliyor olabilir ama ekonomi sayfalarına eskiden

gazetelerde pek rastlanmazdı. Ekonomi artık hayatımızın her yerinde. Ancak birçok bilimin aksine, ekonomide mutlak doğruya pek rastlanmaz. Bugün doğru olan bir şey yarın yanlış olabilir veya Almanya'da işe yarayan bir politika burada işe yaramayabilir. Çünkü ekonomi insanlar ve insanların tercihleriyle ilgili bir bilim dalı. İnsanların herhangi bir ekonomik olaya verecekleri tepki o günkü psikolojilerine göre değişir. Ekonomiyi anlamak için insan psikolojisini anlamak gerekir. Diğer bir ifadeyle insanı anlamaya çalışmadan ekonomiyi anlayamayız. Ekonomi, bir bilim olarak ortaya çıktığı 1800'lü yıllarda daha kapsayıcı ve insan psikolojisini önemseyen bir bilimken, 20. yüzyılda ve özellikle 20. yüzyılın sonlarına doğru daha matematiksel ve insanın rasyonel davrandığını kabul eder hale geldi.

Bu düşünce yapısının 2007 kriziyle birlikte yıkılmaya başladığını düşünüyorum. 2007 yılında yaşanan küresel finansal kriz, sadece bir finansal kriz olmakla kalmayıp, bazı düşüncelerimizi de derinden sarstı. İnsanları milyonlarca kişiden oluşan rasyonel bir topluluk olarak varsaymak artık demode. Hızla makineleşen ve hızla teknolojinin hayatımızın en derin yerlerine kadar girdiği bir çağdayız. Makineleşme varsayılanın aksine, bireyleri kaybetmek yerine bireyler üzerine odaklanıyor. Eskiden bir reklam milyonlarca kişiye izlettirilirken, şimdi herkese akıllı telefonlar sayesinde kendisiyle ilgili reklamlar izlettiriliyor. Sadece reklamlar değil, sistemler de daha birey odaklı. Eskiden bir gazete varken, şimdi herkes internet siteleri, bloglar, vs aracılığıyla bir gazete çıkarabiliyor. Bireyin daha ön plana çıktığı bir çağa doğru ilerliyoruz.

Dolayısıyla bireyin iyi anlaşılması, insanların parayla ve ekonomiyle olan ilişkisinin doğru analiz edilmesi gerekiyor. Bireyler, bazen ekonomi teorisinin öngördüğünden farklı davranıyor. Davranışsal ekonomi de son yıllarda gelişen ve de tam olarak bu davranışları anlamaya, yönlendirmeye çalışan ekonominin yeni bir dalı.

Bu kitap, bu yeni ekonomi düşüncesini çok da akademik olmayan ve herkesin anlayabileceği bir dille ele almak, kendimizi daha iyi tanımak ve hayatta vereceğimiz kararlara destek olmak amacıyla yazılmıştır. İnsan, bazen farkında olmayarak, bazen de etrafından etkilenerek doğru bildiğinden uzaklaşabilmekte, asla yapmam dediği işleri gönül rahatlığıyla yapabilmektedir. Ödeyemeyeceğini bildiği bir krediyi çekmek, hiçbir geliri olmadan kredi kartıyla borçlanmak, 5 TL'ye pahalı bulunduğu bir ürünü birkaç gün sonra 10 TL'ye almak ekonomide sıkça rastladığımız bu tarz hatalara birer örnek. Bu tarz davranışlar sadece insanın kendisine zarar vermekle kalmayıp, bazen bir salgın hastalık gibi yayılmakta ve önü alınamayacak krizlere sebep olmaktadır. Son yıllarda krizlerin eskiye göre daha sık yaşanmasının sebebi de bu. İnsanı önemsemeden, insanı anlamadan ekonomik politika üretmenin maliyeti gittikçe sıklaşan krizler olarak ortaya çıkıyor. Öyleyse ne yapmalı? Kısaca bazı çözüm önerilerim şöyle (bunların bir kısmı başka bilim dalları için de geçerlidir):

- Birincisi ve her şeyden önemlisi, okullarda sorgulamanın önemi öğretilmeli. Davranışsal ekonomi var olan bilime (klasik ekonomiye) bir itiraz olarak doğdu. İtiraz edemeyen toplumlar var olanı kabulleniyorlar ve hiçbir zaman daha iyisini elde edemiyorlar.
- Var olan bilgilerimiz çok hızlı bir şekilde artıyor ve değişiyor. Bilgiye ulaşmak çok kolay ama yorumlamak o kadar kolay değil. Öğrencileri bilgi hamalı yapmak yerine, onlara ilk defa karşılaşılacak durumlarla nasıl baş edebileceklerini ve hızla artan bilgiyi nasıl yorumlayabileceklerini öğretmeliyiz.
- Sosyal bilimlere daha fazla yatırım yapmalı ve toplumu sosyal bilimlere özendirmeliyiz. Daha sağlıklı bir toplum için, bireylerin tercihlerini daha iyi anlamak zorundayız ve bu da

sosyal bilimlerle mümkün. (Türkiye gibi çok kültürlülüğün hâkim olduğu ülkeler için bu durum daha da önemli.)

- Ekonomi lisans programlarına psikoloji, sosyoloji ve eleştirel düşünce dersleri konulmalı.
- Üniversitelerin ekonomi derslerinde sürü psikolojisi, balon, bugünzedelik, kendine aşırı güven, hırs, kıskançlık gibi insan psikolojisiyle ilgili konular mutlaka tartışılmalı.
- Liselerden başlayarak öğrencilere sağlıklı ekonomik karar almanın yolları öğretilmeli. Mevduat, kredi, getiri, pazarlama, reklam gibi kavramlar artırıyla ve eksileriyle ders kitaplarında işlenmeli.
- Ekonomi politikaları tasarlanırken davranışsal bilimlerin bulgularından istifade edilmeli, bireylere ekonomik kararlarında yardımcı olmak amacıyla akıllıca tasarlanmış yönlendirici düzenlemeler (dürtme) kullanılmalı. Kredi kartlarıyla, sağlıkla, emeklilikle ilgili düzenlemelerin çoğunda bu bakış açısından yararlanılabilir. Hatırlatma mesajları, uygun tasarlanmış web siteleri vs. gibi uygulamalar buna birkaç örnek. Zekice tasarlanmış, basit küçük düzenlemelerin yüksek maliyetli politikalardan çok daha etkili olduğu biliniyor.
- Bu minvalde, artık dünyada merkezinde insan olan ekonomik sistemlerin kurulması ve davranış eğilimlerinden beslenen politikaların öne çıkması zorunlu görülmektedir.

Kaynaklar

1. Bölüm

- Harari, Y.N. (2015). *Sapiens*. Harper.
- Bourguignon, F., & Morrisson, C. (2002). The size distribution of income among world citizens, 1820-1990. *American Economic Review*, 92(4), 727-44.
- Ferreira, P.G., 2014. *The Perfect Theory: A Century of Geniuses and the Battle over General Relativity*. s.23. New York: HMH.
- Espinosa, M., Rondon, C., & Romero, M. (2012, Eylül). The use of mathematics in economics and its effect on a scholar's academic career. *MPRA*. <http://mpra.ub.uni-muenchen.de/41363/> adresinden alındı.
- Kahneman, D., ve Tversky, A.; (March 1979), "Prospect Theory: An Analysis of Decision Under Risk." *Econometrica* 47, no. 2.
- Shiller, R. (2005). Irrational Exuberance. *Princeton University Press*.
- Stone, D., & Ziemba, W.T. (1993). Land And Stock Prices in Japan. *The Journal of Economic Perspectives*, 7 (3).
- Kaiser, M.K., McCloskey, M., & Proffitt, D.R. (1986). Development of intuitive theories of motion: Curvilinear motion in the absence of external forces. *Developmental Psychology*, 67-71.
- Roubini, N., & Setser, B. (2004). *The US as a Net Debtor: The Sustainability of the US External Imbalances*. NYU.
- Kahneman, D., Knetsch, J.L., & Thaler, R.H. (1991). Anomalies: The endowment effect, loss aversion, and status quo bias. *The journal of economic perspectives*, 5(1), 193-206.
- Thaler, R.H. (2015), *Misbehaving. The making of behavioral economics*. New York: W.W. Norton&Company.

2. Bölüm

- Iyengar, S., & Lepper, M. (2000). When choice is demotivating: Can one desire too much of a good thing. *Journal of Personality and Social Psychology*, 995.
- Miller, G.A. (1956). The magical number seven, plus or minus two: some limits on out capacity for processing information. *Psychological Review*, 81-97.
- Iyengar, S. (2011). *The Art of Choosing*. New York: Twelve.
- Kahneman, D. (2011). *Thinking Fast and Slow*. New York: Farrar, Straus and Giroux.
- Epley, N., Mak, D., & Idson, L.C. (2006). Bonus of Rebate? The Impact of Income Framing on Spending and Saving (Cilt 19). *Journal of Behavioral Decision Making*.
- Lord, C.G., L. Ross, and M.R. Lepper. 1979. "Biased Assimilation and Attitude Polarization: The Effects of Prior Theories on Subsequently Considered Evidence." *Journal of Personality and Social Psychology* 37:2098-109.
- Wason, P.C. (1960). On the failure to eliminate hypotheses in a conceptual task. *Quarterly Journal of Experimental Psychology*, 12 (3).

3. Bölüm

- Ebbesen, E.B., & Walter, M. (1970). Attention in Delay of Gratification. *Journal of Personality and Social Psychology*, 329-337.
- Mischel, W. (2014). *The Marshmallow Test-Mastering Self-Control*. New York: Little, Brown and Company.
- Koepke, A.E., Gray, S.L., & Pepperberg, I.M. (2015). Delayed gratification: A grey parrot (*Psittacus erithacus*) will wait for a better reward. *Journal of Comparative Psychology*, 129(4), 339.
- Baumeister, Roy F.; Bratslavsky, Ellen; Muraven, Mark; Tice, Dianne M. (1998, Mayıs). Ego Depletion: Is the Active Self a Limited Resource? *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol 74(5), 1252-1265.
- Shiv, B., & Fedorikhin A. (Aralık, 1999) Heart and Mind in Conflict: the Interplay of Affect and Cognition in Consumer Decision-Making. *Journal of Consumer Research*, Vol. 26, No. 3, sayfa 278-292.
- Hare, T.A., Camerer, C.F., & Rangel, A. (2009). Self-Control in Decision-Making Involves Modulation of the vmPFC Valuation System. *Science*, 324, 646-648.
- Batı U., Erdem O. (2016). *Ben Bilmem Beynim Bilir*. İstanbul: Mediacat.
- Hershfield, H.E., Garton, M.T., Ball, K., Samanez-Larkin, G.R., & Knutson, B. (2009). Don't stop thinking about tomorrow: Individual differences in

- future self-continuity account for saving. *Judgment and Decision Making*, 4(4), 280-286.
- Hershfield, H.E. (2011). Future self-continuity: how conceptions of the future self transform intertemporal choice. *Annals of The New York Academy of Sciences*, 1235, s. 30-43.
- Duckworth, A.L., & Seligman, M.E. (2006). Self-Discipline Gives Girls the Edge: Gender in Self-Discipline, Grades, and Achievement Test Scores. *Journal of Educational Psychology*, 98(1), 198-208.
- Erdem, O., Can B. (2013). Present-bias in different income groups. Research memorandum 008 Maastricht University, Graduate School of Business and Economics (GSBE) (2013)
- Mani, A., Mullainathan, S., Shafir, E., & Zhao, J. (2013, Ağustos 30). Poverty Impedes Cognitive Function. *Science*, 341(6149), s. 976-980. doi:10.1126/science.1238041.
- Feinberg, R.A. (1986). Credit cards as spending facilitating stimuli: a conditioning interpretation. *Consumer Research*, 384-356.
- Ariely, D. (2010). *Akıldışı Ama Öngörülebilir*. İstanbul: Optimist.
- Meier, S., & Sprenger, C. (2010). Present-Biased Preferences and Credit Card Borrowing. *American Economic Journal*, 2 (1), s. 193-210.
- DellaVigna, S., & Malmendier, U. (2006, Haziran). Paying not to go to the Gym. *American Economic Review*, 96(3), 694-719.
- Hershfield, H.E., Goldstein, D.G., Sharpe, W.F., Fox, J., Yeykelis, L., Carstensen, L.L., & Bailenson, J.N. (2011, Kasım). Increasing Saving Behavior Through Age-Progressed Renderings of Future Self. *Journal of Marketing Research*, XLVIII, 23-37.
- Marte, J. (2014, Ağustos 7). Almost 20 percent of people near retirement age have not saved for it. *Washington Post*.
- Ariely, D., & Wertenbroch, K. (2002). Procrastination, Deadlines, And Performance: Self-Control by Precommitment. *Psychological Science*, 13(3).
- Wang, X.T., & Dvorak, R.D. (2010). Sweet future: fluctuating blood glucose levels affect future discounting. *Psychological Science*, 21(2), 183-188.
- Galliot, M. (2007). Self-Control Relies on Glucose as a Limited Energy Source: Will power is more than a metaphor. *Personality and Social Psychology*.
- Karlan, D., McConnell, M., Mullainathan, S., & Zinman, J. (2016, Aralık). Getting to the Top of Mind: How Reminders Increase Saving. *Management Science*, 62(12), 3393-3411.
- Laibson, D. (1997). Golden Eggs and Hyperbolic Discounting. *Quarterly Journal of Economics*.

4. Bölüm

- Breiter, H.C., Aharon, I., Kahneman, D., Dale, A., & Shizgal, P. (2001). Functional Imaging of Neural Responses to Expectancy and Experience of Monetary Gains and Losses. *Neuron*, 30, 619-639.
- Breiter, H.C., Gollub, R.L., Weisskoff, R.M., Kennedy, D.N., Makris, N., Berke, J.D., Goodman, J.M., Kantor, H.L., Gastfriend, D.R., Riorden, J.P., et al. (1997). Acute effects of cocaine on human brain activity and emotion. *Neuron* 19, 591-611.
- Borsa Trendleri Raporu. (2017, Ocak-Mart). Merkezi Kayıt Kuruluşu, T. Y. Kuruluşu. 11 Temmuz 2017 tarihinde <https://www.mkk.com.tr/project/MKK/file/content/Bilgi%20Merkezi%20Dosyalar%C4%B1%2FBorsa%20Trendleri%20Raporu%2FBorsa%20Trendleri%20Raporu%20XX> adresinden alınmıştır.
- Erdem, O., Arık, Evren, Yüksel, Serkan. (2014 Aralık). Trading Puzzle, Puzzle Trading İktisat İşletme ve Finans, Cilt 29, Sayı 345.
- Warren Buffett'in mektubu: <http://berkshirehathaway.com/letters/2005ltr.pdf>
- Previc, F.H. (1999). Dopamine and the Origins of Human Intelligence . *Brain and Cognition*.
- Horvitz, J. (2000). Mesolimbocortical and nigrostriatal dopamine responses to salient non-reward events. *Neuroscience*, 651-656.
- Turna, G. (2014). İstanbul Bilgi Üniversitesi Master Tezi.
- Novemsky, N., & Kahneman, D. (2005). The Boundaries of Loss Aversion. *Journal of Marketing Research*, 28-119.

5. Bölüm

- Progres: <http://www.ifpri.org/publication/mexico-progres>
- Hough, J., & Rice, B. (2010, Ekim 28). Providing personalised support to rough sleepers. *Joseph Rowntree Foundation*. Retrieved from <https://www.jrf.org.uk/report/providing-personalised-support-rough-sleepers>
- Harbaugh, W.T., Mayr, U., & Burghart D.R. (15 Haziran 2007). Neural Responses to Taxation and Voluntary Giving Reveal Motives for Charitable Donations. *Science*, 316 (5831), 1622-1625.
- Frey, C.B., & Osborne, M.A. (2017, Ocak). The future of employment: How susceptible are jobs to computerisation? *Technological Forecasting and Social Change*, 114, 254-280.
- İtalya için: <http://basicincome.org/news/2016/12/italy-basic-income-pilot-launched-italian-coastal-city/>
- Kanada ve Finlandiya için: <https://www.theguardian.com/world/2017/jan/03/finland-trials-basic-income-for-unemployed>

- Easterlin, R.A., 1974. Does Economic Growth Improve the Human Lot? Some Empirical Evidence.
- Solnick, S.J., & Hemenway, D. (1998). Is more always better?: A survey on positional concerns. *37*(373-383).
- Kahneman, D. & Deaton, A., 2010. High income improves evaluation of life but not emotional well-being. *PNAS*, 21 Eylül.
- Schwartz, B. (2004). *The Paradox of Choice: Why More Is Less*. Harper Perennial.
- Soyer, E., & Hogarth, R. (2016, Ekim 7). *A Yin Yang Social Media Button Could Help Stem the Tide of Polarization*. Retrieved 21 Ekim 2017, from Tech Perspective: <http://techspective.net/2016/10/07/yin-yang-social-media-button-help-stem-tide-polarization>

Teşekkür

Aslında bu kitap ona bir armağan. Sevgi kadar acıyı da paylaştık onunla. Beraber tutunduk hayata. Bu kitap da bu tutunun bir meyvesi. Teşekkürler Şükran Erdem. İyi ki varsın. Elinizdeki kitabın bu hale gelmesinde birçok dostumun emeği geçti. Sevgili öğrencilerim Okan Serbest, İpek Çavuşoğlu, Doruk Bozkurt, Şeyma Çağlayan, Ümit Kıvanç Battal, sevgili kuzenim Zeynep Arslan, değerli arkadaşım Memduh Er ve Prof. Mehmet Dik kitabı didik didik okuyarak kitabın daha iyi hale gelmesi için çok güzel önerilerde bulundular. Önerilerinin çoğunu uyguladım. Hepsine en içten teşekkürlerimi sunarım.

Üniversitelerde okutulması gereken, tamamen özgün ve etkileyici, değişen ekonomiyi ve dünyayı sıkı modan öğrenmenizi sağlayacak mükemmel bir eser. Matematik, fizik, tıp gibi birçok bilimle ilgili çok eğlenceli bağlantılar içeren bu kitap sayesinde ekonomiyi sevecek, her gün karşılaştığınız birçok ekonomik kararı daha iyi vereceksiniz.

— Prof. Mehmet Dik, Chicago, ABD

- Dünya tarihinin en zengin zaman diliminde yaşamamıza rağmen neden bu kadar borçluyuz?
- Neden sürekli erteleriz ve savsaklarız?
- Davranışsal Ekonomi ve Davranışsal Finans nedir?
- Para mutluluğu satın alır mı?
- Ödül mü daha iyi motive eder, ceza mı?
- Neden kredi kartıyla normalden daha fazla harcama yaparız?
- Neden bankalar müşterilerine kredi kartı vermek için birbirlerini ezerler?
- Neden “Bu son, bırakıyorum” deriz ama bir türlü bırakamayız?
- Ekonomik kararlarınızın arkasındaki esrarengiz beyin hareketleri nelerdir?

