

**DAVRANIŞSAL İKTİSAT PERSPEKTİFİNDE TRUMP'IN SOSYAL
MEDYADAKİ SÖYLEMLERİ İLE DÖVİZ HAREKETLERİ
İLİŞKİSİNDE KAMUSAL ÖNLEMLER**

**Pamukkale Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Yüksek Lisans Tezi
Maliye Ana Bilim Dalı
Maliye Programı**

Volkan BOZDEMİR

Danışman: Doç. Dr. Aylin İDİKUT ÖZPENÇE

**Ocak 2022
DENİZLİ**

Bu tezin tasarımı, hazırlanması, yürütülmesi, araştırmalarının yapılması ve bulgularının analizlerinde bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini; bu çalışmanın doğrudan birincil ürünü olmayan bulguların, verilerin ve materyallerin bilimsel etiğe uygun olarak kaynak gösterildiğini ve alıntı yapılan çalışmalara atıfta bulunulduğunu beyan ederim.

Volkan BOZDEMİR

ÖNSÖZ

Tezin hazırlama sürecinde bilgilerini, tecrübelerini ve değerli zamanlarını esirgemeyen kıymetli danışmanım Doç. Dr. Aylin İDİKUT ÖZPENÇE'ye teşekkürlerimi sunarım.

Öğrenim hayatım boyunca üzerimde emeği olan ve gelişimime katkı sağlayan tüm hocalarıma ve arkadaşlarıma sonsuz teşekkür ederim.

Tezimi, bugüne gelmemde büyük emek ve fedakarlıkları bulunan aileme ithaf ediyorum.

Volkan BOZDEMİR

ÖZET

DAVRANIŞSAL İKTİSAT PERSPEKTİFİNDE TRUMP'IN SOSYAL MEDYADAKİ SÖYLEMLERİ İLE DÖVİZ HAREKETLERİ İLİŞKİSİNDE KAMUSAL ÖNLEMLER

BOZDEMİR, Volkan

Yüksek Lisans Tezi

Maliye ABD

Maliye Programı

Tez Yöneticisi: Doç. Dr. Aylin İDİKUT ÖZPENÇE

Ocak 2022, XI +122 sayfa

Bireylerin tutum ve davranışları karar vermelerinde etkili bir rol oynamaktadır. Ana akım iktisat teorilerinin aksine, kişilerin sınırlı rasyonellik ve risk altında karar verme gibi temel farklılıklara sahip olduğu varsayımıyla davranışsal politikalar, klasik politikalardan daha efektif sonuçlar vermektedir. Günümüzde birçok ülkede kamu ve özel sektörde davranışsal iktisadi politikalara sıklıkla başvurulmaktadır. Politikaların hazırlanmasında, uygulanmasında ve ölçülenmesinde günümüz teknolojilerinden optimal seviyede faydalanılmaktadır. Veri madenciliği ve derin öğrenme alanlarından da faydalanılan davranışsal iktisat, teoriyle kalmayıp, deneysel ölçümlerde de desteklenmektedir. Globalleşen dünyada gelişen teknolojiyle birlikte önem kazanan sosyal medya uygulamaları, bireylere topluları etkileyebilme fırsatı sunmuştur. Sosyal medyanın dünya genelindeki kullanımı sosyo-ekonomik gelişmişlik ile doğru orantılı olarak dağılım göstermektedir. Bu bağlamda, ekonomik gelişmişlik düzeyi yüksek olan ülkelerde, davranışsal politikaların uygulanmasında sosyal medyadan daha efektif faydalanılabilmektedir.

Tezde, sosyal medyanın, uluslararası politikaları ve ekonomileri etkilemek gibi avantajlarını kullanan 45. Amerika Birleşik Devletleri (ABD) başkanı Donald Trump'ın tweetleri incelenmektedir. Veri madenciliğiyle elde edilen Trump'ın tweetleri, SGDClassifier Modeli kullanılarak Duygu Analizi uygulanmıştır. Duygu analizi sonuçları ile döviz kuru hareketliliği ilişkisi değerlendirilmiş ve bu kapsamda Türkiye'deki kamusal önlemlere yer verilmiştir. 2016-2020 yılları arasındaki Trump'ın tweetleri ile döviz kuru arasındaki ilişki incelendiğinde pozitif yönlü bir sonuç elde edilmiştir. Türkiye, davranışsal politikalar ile kurdaki volatilité öngörülerine yönelik erken tespitlerde bulunabilmelidir.

Anahtar Kelimeler: Davranışsal Politikalar, Duygu Analizi, Sosyal Medya, Davranışsal Ekonomi, Döviz Kuru, Donald Trump

ABSTRACT**PUBLIC MEASURES ON THE RELATIONSHIP OF TRUMP'S DISCLOSURES
ON SOCIAL MEDIA AND FOREIGN EXCHANGE MOVEMENTS IN
BEHAVIORAL ECONOMICS PERSPECTIVE**

BOZDEMİR, Volkan

Master Thesis

Department of Public Finance

Public Finance Programme

Adviser of Thesis: Assoc. Prof. Dr. Aylin İDİKUT ÖZPENÇE

January 2022, XI + 122 Pages

Attitudes and behaviors of individuals play an effective role in their decision making. Contrary to mainstream economic theories, behavioral policies give more effective results than classical policies, with the assumption that people have fundamental differences such as limited rationality and decision making under risk. Today, behavioral economic policies are frequently used in the public and private sectors in many countries. Today's technologies are optimally utilized in the preparation, implementation and measurement of policies. Behavioral economics, which also benefits from data mining and deep learning areas, is supported not only by theory but also by experimental measurements. Social media applications, which have gained importance with the developing technology in the globalizing world, have offered individuals the opportunity to influence societies. The use of social media around the world is in direct proportion to socio-economic development. In this context, in countries with a high level of economic development, social media can be used more effectively in the implementation of behavioral policies.

In the thesis, the tweets of Donald Trump, the 45th President of the United States of America (USA), who use the advantages of social media such as influencing international politics and economies, are analyzed. Sentiment Analysis was applied using the SGDClassifier Model to Trump's tweets obtained by data mining. The relationship between sentiment analysis results and exchange rate mobility was evaluated and in this context, public measures in Turkey were included. When the relationship between Trump's tweets and the exchange rate between the years 2016-2020 was examined, a positive result was obtained. Turkey should be able to make early determinations regarding the volatility forecasts in the exchange rate with behavioral policies.

Keywords : Behavioral Policies, Sentiment Analysis, Social Media, Behavioral Economics, Exchange Rate, Donald Trump

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	i
ÖZET..	ii
ABSTRACT.....	iii
İÇİNDEKİLER	iv
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	vii
TABLolar DİZİNİ	viii
SİMGE VE KISALTMALAR DİZİNİ	ix
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

DAVRANIŞSAL İKTİSAT VE GELENEKSEL RASYONALİTE

1.1. İktisat ve Psikoloji Bilimlerinin Etkileşimleri	5
1.2. Davranışsal İktisadın Süreci.....	7
1.2.1. Erken Dönem	8
1.2.2. Marjinalist Dönem	10
1.2.3. Davranışsal İktisadın Ortaya Çıkışı ve Gelişim Süreci.....	11
1.2.4. Sistem 1 ve Sistem 2	12
1.2.5. Davranışsal İktisatta Yakın Dönem	14
1.2.5.1. Beklenti Teorisi (Prospect Theory).....	17
1.2.5.2. Sınırlı Rasyonellik.....	21
1.2.5.3. Çapa Etkisi (Anchoring)	22
1.2.5.4. Çerçeveleme Etkisi (Framing Effect).....	23
1.2.5.5. Bulunabilirlik Etkisi (Availability Heuristic).....	24
1.2.5.6. Sürü Psikolojisi (Bandwagon Effect / Herd Behavior).....	25
1.2.5.7. Hazır Bulunan Seçenekler Yatkınlık (Default Effect)	26
1.2.5.8. Sahiplik Etkisi (Endowment Effect) & İKEA Etkisi (IKEA Effect)	27
1.2.5.9. Yemleme Etkisi (Decoy Effect)	28
1.2.5.10. Son Tarih Belirleme Etkisi (Setting Deadline)	29
1.2.5.11. Temsiliyete Bakarak Karar Verme Etkisi (Representative Heuristic)	30
1.2.5.12. Kendine Hizmet Eden Sapma (Self-Serving Bias)	30
1.2.5.13. Odaklanma Etkisi (Focusing Effect).....	31
1.2.5.14. Zihinsel Muhasebe (Mental Accounting).....	32
1.3. Davranışsal İktisat ve Uygulamaları	34
1.3.1. Dünyada Davranışsal İktisat ve Uygulama Örnekleri.....	38
1.3.2. Türkiye’de Davranışsal İktisat ve Uygulama Örnekleri	44

İKİNCİ BÖLÜM

SOSYAL MEDYA'NIN GELİŞİMİ VE 2016-2020 SOSYAL MEDYA

2.1. İnternet ve Sosyal Medyanın Tarihsel Süreci	51
2.2. Popüler Sosyal Medya Uygulamaları.....	54
2.3. İnternet ve Sosyal Medya ile İlgili Verilerin İncelenmesi (2016-2020)	56
2.3.1. Dünya’da İnternet Kullanımı	57
2.3.2. Dünya’da Sosyal Medya Kullanımı	60
2.3.3. Türkiye’de İnternet ve Sosyal Medya	64
2.4. Dünya’da Sosyal Medya Regülasyonları	67
2.4.1. Almanya	68
2.4.2. Fransa	69
2.4.3. Avustralya	70
2.4.4. Çin.....	71
2.5. Türkiye’de Sosyal Medya Kanunu.....	73
2.5.1. Kanuna İlişkin Bazı Düzenlemeler ve Eklemeler	73
2.6. Twitter	75

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

2016-2020 DONALD TRUMP'IN TWEETLERİNİN DUYGU ANALİZİ DOLAR/TL KURU İLİŞKİSİ VE KAMUSAL ÖNLEMLER

3.1. Araştırmanın Konusu ve Amacı.....	77
3.2. Araştırmanın Önemi ve Sınırları.....	78
3.3. Araştırmanın Metodolojisi	79
3.4. Araştırmanın Örnekleme.....	80
3.5. Verilerin Analizi.....	80
3.6. D. Trump’ın Tweetleri ve Kur İlişkisi	81
3.6.1. Aralık 2016	82
3.6.2. Ocak 2017	85
3.6.3. Şubat 2017.....	87
3.6.4. Nisan 2017	90
3.6.5. Mayıs 2017	91
3.6.6. Ağustos 2018.....	93
3.6.7. Kasım 2018	95
3.6.8. Mart 2019	97
3.6.9. Mayıs 2019.....	99

3.6.10. Temmuz 2019.....	101
3.6.11. Ekim 2019	102
SONUÇ	106
KAYNAKLAR	109
ÖZ GEÇMİŞ	Hata! Yer işareti tanımlanmamış.

ŞEKİLLER DİZİNİ**Sayfa**

Şekil 1. 2020 Elazığ Depremi Sonrası "Biz Bize Yeteriz Türkiyem" Kampanyası Sonuçları	49
Şekil 2. D. Trump'ın Olumlu Söylemlerinde En Sık kullandığı Sözcükler	80
Şekil 3. D. Trump'ın Olumsuz Söylemlerinde En Sık kullandığı Sözcükler	81

TABLOLAR DİZİNİ

	Sayfa
Tablo 1. Belirsizlik Altında Karar Verme ve Beklenti Teorisi	18
Tablo 2. 2016-2020 Dünya'da İnternete Girişlerin Nüfusa Oranları	57
Tablo 3. Dünya'da İnternet ve Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Bazı Veriler.....	61
Tablo 4. Dünya'da Nüfusa Oranla Sosyal Medya Kullanıcılarının %'lik Dağılımı	63
Tablo 5. Türkiye'ye İlişkin Bazı Veriler.....	64
Tablo 6. Türkiye'de Nüfusa Oranla Sosyal Medya Uygulamalarının Kullanımı	66
Tablo 7. Bazı Devlet Başkanları ve Makamlarının Twitter Hesaplarına İlişkin Veriler	75
Tablo 8. Aralık 2016	82
Tablo 9. Ocak 2017	85
Tablo 10. Şubat 2017.....	88
Tablo 11. Nisan 2017	90
Tablo 12. Mayıs 2017.....	91
Tablo 13. Ağustos 2018.....	94
Tablo 14. Kasım 2018	96
Tablo 15. Mart 2019.....	98
Tablo 16. Mayıs 2019.....	99
Tablo 17. Temmuz 2019	101
Tablo 18. Ekim 2019	103

SİMGE VE KISALTMALAR DİZİNİ

AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AK	: Avrupa Konseyi
API	: Application Programming Interface
ARPANET	: Advanced Research Projects Agency Network
BETA	: Behavioural Economics Team of the Australian Government
BIT	: Behavioral Insights Team
BBN	: Bold, Beranek ve Newman Technologies
DARPA	: The Defense Advanced Research Projects Agency
DVLA	: Driver and Vehicle Licensing Agency
EVDS	: Elektronik Veri Denetim Sistemi
LON	: Geç Likidite Penceresi
LSE	: London School of Economics and Political Science
NATO	: North Atlantic Treaty Organization
NHS	: National Health Service
MAG Ms	: Magnüted Surface-wave
ODTÜ	: Orta Doğu Teknik Üniversitesi
OECD	: Organisation for Economic Co-operation and Development
OKS	: Ortak Katılım Sistemi
PEGI	: Pan European Game Information
PMO	: Prime Minister's Office
POTUS	: President of the United States
RSS	: Really Simple Syndication
SAE	: Society of Automotive Engineers
Science Po	: The Paris Institute of Political Studies
SBST	: Social and Behavioral Sciences Team
SDK	: Software Development Kit
STK	: Sivil Toplum Kuruluşu
T.C.	: Türkiye Cumhuriyeti
TCMB	: Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası
TEN	: The European Nudging Network
TL	: Türk Lirası
TT	: Trend Topic
Vb.	: Ve Benzeri
WIKI	: What I Know Is
WWW	: Word Wide Web

GİRİŞ

Davranışsal iktisat; diğer iktisat akımlarının aksine klasik ekolün yanlış olduğunu savunarak karşı çıkmak yerine, eksikliklerinin giderilmesi gerektiğini savunmaktadır. Bilişsel faktörlerin göz ardı edilmemesi gerektiğini ve insanların ekonomik birey olmasının yanı sıra psikolojik birer varlık olduğunun unutulmaması gerektiğine vurgu yapmaktadır. Davranışsal iktisadın tarihsel süreci göz önüne alındığında temellerinin klasik iktisat dönemlerine dayandığı görülmektedir. İktisat akımlarının doğuşu ile tanınma dönemleri farklılık göstermektedir. İktisat politikalarının, içinde bulunulan şartlara göre etkinlikleri değişmektedir. 21. yüzyılda bireylerin teknoloji kullanımlarının artması ve buna paralel olarak enformasyon döngüsünün hızlanması ile daha spesifik ekonomiler oluşmuştur. İnsan ve psikoloji odaklı bir devinim içerisindeki bu dönemde iktisadi politikalarında insan üzerinde etkin rol alması için davranışsal temeller üzerine kurulması gerektiği anlaşılmıştır. Kamu ve özel sektör hem arz ederken hem de talep yaratmak isterken çok yönlü olarak davranışsal iktisattan faydalanmaktadır.

Son yıllarda oldukça gündemde olan davranışsal iktisat politikalarının kamu alanına da entegre edilmeye başlandığı izlenmektedir. Kamu politikası üretim sürecinde davranışsal iktisat politikaları göz önünde bulundurularak çalışmalar yürütülmektedir. Bu alanda yaşanan gelişmeler birçok ülkenin gündeminde olduğu yürüttükleri projelerden takip edilmektedir. Hatta ülkeler bu alanda yapılan projeleri sıkı takip ettikleri bakanlık bünyesinde oluşturdukları birimlerden anlaşılmaktadır. Bireylerin karar alma süreçlerinde yaşadıkları psikolojik yanlılıklar kamu politikalarını da etkilediğinden; devletler karar alma süreçlerine bu yeniliği dahil ettikleri görülmektedir. Devlet de karar alma sürecinde; küçük riskleri olduğundan daha olağan, büyük riskleri ise olduğundan daha düşük ihtimalli görme yanlılığı, belirsiz risklere tahammül edememe ve bundan dolayı gerekmeyen tedbirler ve politikalar uygulama yanlılığı gibi hâkim iktisat teorisine göre irrasyonel davranışlar sergilemektedir.

Bilgi teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, bireylerin toplumu ilgilendiren hemen her konuda daha aktif rol alabilmesine olanak tanımıştır. Bireylerin aktif olarak teknolojiden faydalandığı bir dönemde yöneticiler ve liderler topluma yön vermiştir. Öte yandan dünya genelinde ele alınıp, kamu politikaları açısından incelendiğinde; davranışsal iktisat, etkinliği ve verimliliği arttırmaktadır. Davranışsal iktisat politikaları,

diğer kamu politikalarına göre; mikro değişikliklerle, makro etkiler yaratan bir çarpan görevi görmektedir.

Kamu politika yapıcılarının, sosyal bir varlık olan insanı hedefleyen politikalarından daha verimli sonuçlar alabilmek için davranışsal iktisat politikalarına başvurduğu sıklıkla görülmektedir. Sosyal medya platformlarının toplumun büyük bir çoğunluğu tarafından kullanılması ve çağın gerekliliği olarak hayatın bir parçası haline gelmesiyle politika yapıcıları tarafından sıklıkla kullanılan bir araç haline gelmiştir.

Davranışsal iktisat politikalarının etkin ve verimli bir şekilde uygulanabilmesi için sürekli güncellenmesi ve hedef kitleye uyumlaştırılması önem arz etmektedir. Politikaların istenilen sonuca erişebilmesi için iletişim kanallarının aktif kullanılması gerekmektedir. Teknoloji ve internetin hız kesmeden geliştiği dünyada, iletişimin verimli, etkin, kapsamlı ve hızlı olarak sağlanabilmesinde internetin rolü büyüktür. Kitle iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle geleneksel medyanın yerini sosyal medya almıştır. Geleneksel medyanın hâkim olduğu dönemde tam anlamıyla iletişim gerçekleşmemektedir. Günümüzde sosyal medya aracılığıyla bireyler tüm dünyadaki gelişmelerden anlık olarak haberdar olabilmekte ve kişisel yorumlarını tüm kamuoyu ile saniyeler içinde paylaşabilmektedir. Kamu politikaları açısından da sosyal medya önem arz etmektedir. Hemen herkesin kolayca erişebildiği sosyal medya platformları aracılığıyla, politikanın amacı doğrultusunda gerçekleştirilen her gelişme anlık olarak hedef kitleye ulaştırılabilmektedir. Geleneksel medyanın tek taraflı yetersiz iletişimi göz önüne alındığında, sosyal medya; yer, zaman, mekân gibi değişkenlerden bağımsız olarak global bir iletişim aracı olarak karşımıza çıkmaktadır. Politikaların bireylere ulaşması ve bireylerin bu politikalara karşı olan tutumları sonucunda tepki vermeleri sosyal medya platformları ile kolaylaşmıştır. Politikaların yanı sıra kamuoyu yoklamaları ve siyasi seçimler gibi birçok konuda sosyal medyadan dünya genelinde faydalanılmıştır.

ABD 45. Başkanı D.Trump sosyal medya uygulamalarını efektif bir şekilde kullanarak seçim faaliyetlerini buradan yürütmüş ve kazanmıştır. Özellikle mikroblog alanındaki en popüler uygulama olan Twitter aracılığıyla; yerel, ulusal ve uluslararası birçok politikanın etkinliğini ve verimliliğini sağlamıştır. Gerek Trump'ın söylemlerinin tutarsızlaşması, gerekse Trump'ın tepkilerinin önceden anlaşılabilmesi neticesinde söylemleri uluslararası etkinliğini azaltmıştır. Ayrıca 2019 yılında başlayan Covid-19 salgını, dünya ekonomilerinde ciddi etkilere sebep olmuştur. Salgın ekonomisinde

Trump'ın etkinliği azalmıştır. Türkiye zerindeki etkileri açısından incelendiğinde; dünyanın diğer ülkelerindeki gibi salgın sürecinde etkinliğini azaltmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

DAVRANIŞSAL İKTİSAT VE GELENEKSEL RASYONALİTE

İktisat bilimi; mevcut kaynaklar kullanılarak, sonsuz insan ihtiyaçlarının karşılanması olarak tanımlanmaktadır. Klasik iktisat yaklaşımı bireylerin davranışlarını rasyonel insan varsayımı altında incelemektedir. Bu varsayım altında, oluşturulan teorilere göre bireyin her zaman çıkarları peşinde koştuğu ve bencil davranışlar sergilediği düşünülmektedir. Ayrıca, bireyin kendisine sunulan alternatifler arasından en az maliyete katlanıp, en fazla faydayı elde ettiği tercihe yöneleceği kabul edilmektedir. Klasik iktisat yaklaşımının bu varsayımı gerçek hayatla örtüşmemektedir. Bireylerin her zaman rasyonel kararlar vermediği, bazı faktörler nedeniyle rasyonellikten uzaklaştıkları görülmektedir. Bireylerin karar verme sürecinde psikolojik, sosyal ve kültürel faktörlerden etkilendiği ve bilişsel hatalar yaptıkları anlaşılmaktadır. Bireyler karar verme aşamasında; rasyonel değil, sınırlı rasyonel bir tutum sergilemektedir.

Davranışsal iktisat, geleneksel iktisat teorilerine büsbütün karşı çıkmak yerine; geleneksel iktisat teorilerinin göz ardı ettiği psikoloji ve insan davranışlarının etkilerinin önemine vurgu yapmaktadır. Davranışsal iktisat ve geleneksel iktisat ana hatları ile birbirinden ayırmak mümkün olmasa da bazı noktalarda farklılıklar göstermektedir.

Geleneksel iktisat yaklaşımının en temel varsayımlarından biri olan rasyonalite; bireylerin tercihlerinde her zaman akılcı davrandıklarını kabul etmektedir. Bu kavram, sürekli çıkarları peşinde koşan bencil bireyi tarif etmektedir. Fakat bireylerin davranışları incelendiğinde; sürekli çıkarları peşinde koşmadığı hatta bazı kararlarında rasyonel tercihler yapmaması geleneksel iktisadın rasyonellik kavramının bu eksiklikleri açıklamakta yetersiz kaldığı anlaşılmaktadır. Davranışsal iktisadın bireylerin her zaman rasyonel olmadıklarını “sınırlı rasyonellik” kavramıyla açıklamaktadırlar.

Davranışsal iktisatta; bireylerin sınırlı rasyonel davranış sergilemesine bilişsel tuzakların etkili olduğu, yapılan çalışmalarla desteklenmiştir. Bu çalışmalar neticesinde bireylere yöneltilen sorunun sunum biçiminin bile etkili olduğu görülmektedir. Bunun en iyi örneklerinden biri; İngiltere’de halkın vergi bilincinin ve vergi gelirlerinin artırılması amacıyla bireylere gönderilen mektupların sonucunda elde edilen vergi gelirleri ile anlaşılmaktadır. Bu nedenle insan faktörünün olduğu tüm çalışmalarda davranışsal müdahalelerin kullanılmaya başlandığı görülmektedir.

1.1. İktisat ve Psikoloji Bilimlerinin Etkileşimleri

İktisat tarihi açısından aynı dönemde farklı toplumlarda, farklı zihniyetlerin hakim olduğunu görmek mümkündür. Modern ekonominin belirli teoriler çerçevesinde oluşturulduğu ve geliştiği dönemlerde, özellikle Avrupa’da Rönesans ve Reform aktivitelerinin yoğunlaştığı döneme denk gelmektedir. Bunların yanı sıra coğrafi keşiflerinde etkisi ile ipek yolu ve baharat yolu ile dünya ekonomisinin merkezi olan Çin ve Hindistan yerini Batı Avrupa ülkelerine bırakmış, yeni dünya ekonomi merkezleri batı Avrupa’da kurulmuştur. Uzun yıllar boyunca geçimlik tarım ekonomisi hüküm sürmüş olsa da skolastik düşüncenin yıkılmasından sonra aydınlanma çağı yaşayan Avrupa toplumları ekonomi bilimi ile de yakından ilgilenmiştir.

Başlangıcı 15. yüzyıla dayanan ve bir ülkenin ekonomisinin güçlü olması ve ulusal zenginliğin ölçütü altın, gümüş gibi değerli madenlere sahip olması gerektiğini savunan Merkantilizm görüşü ile geçimlik ekonomi terk edilmiş, bölgesel ekonomiden ulusal ekonomiye geçiş gerçekleşmiştir. Modern ekonomi ve teorilerin başlangıcından bu yana; Merkantilistler, Fizyokratlar ve daha sonrasında daha sistematik ve teori temellerine dayanan; Klasik İktisat Okulu, Neo-Klasik İktisat Okulu, Keynesyen İktisat, Chicago İktisat Okulu (Monetaristler), Freiburg İktisat Okulu, Virginia İktisat Okulu (Anayasal İktisat), Kurumsal İktisat Okulu, Arz Yönlü İktisat Okulu, Marksist İktisat, Libertarian İktisat gibi düşünce ve teorileri ortaya çıkmıştır. 1890 yılında Alfred Marshall’ın “Principles of Economics” adlı eserinde iktisadın; bireylerin sosyal olayları ekonomik, siyasi ve toplumsal yönden incelemesi çerçevesinde oluştuğunu vurgulayarak, Adam Smith’in soyut ve egoist insan modelini daha sosyo-aktif bir duruma evirmiştir (Dumludağ vd., 2018: 27). İktisat bilimi ilk zamanlar ne üretilecek, ne kadar üretilecek, kim üretecek gibi sorulara yanıt ararken, insanlar arası iletişim ve etkileşimin gelişmesi, teknolojinin hayatımızın her alanında yer alması, bilişsel gelişimin sürekliliği gibi faktörlerin etkisi ile daha geniş bir perspektife sahip olmuştur.

İktisadın babası olarak anılan, A. Smith 1776 yılında “Milletlerin Zenginliği” adlı kitabını yayımladıktan sonra kurucusu ve önde gelen isimlerinden biri olduğu klasik iktisadi düşünce; “rasyonel birey” kavramı ile dönemin ekonomi politikalarına şekil vermeyi amaçlamıştır. Rasyonel bireyi; satın alma ve karar verme gibi davranışlarında tamamen akılcı davranıp, diğer hiçbir koşul altında kalmadan kişisel çıkarlarını öncelikli gözeterek mantıksal ve akılcı şekilde karar verme olarak tanımlamak mümkündür.

Bireylerin irrasyonel olduğunu savunan birkaç iktisadi ekol olsa da matematiksel analizlerde değişken olarak insan davranışlarını hariç tutmuşlardır.

Modern psikolojinin bugün cevapladığı ve gelecekte cevaplaması muhtemel sorulara ve sorunlara geçmişte felsefe bilimi ile cevaplar aranmış hatta daha da geçmişe gidilecek olursa devletlerin sosyal yapıları incelenmiş ve bireyler ile ilişkileri sosyal psikolojinin bilimselliği yolunda zemin hazırlamıştır. Psikolojinin bilimsel açıdan çok köklü bir geçmişi olmasa da bilim olarak kabul edilmeden önce de izlerine rastlamak mümkündür. Örneğin; Antik Yunan filozofu Platon, insan ve toplum arasındaki ilişki üzerine çalışmalarda bulunmuş daha sonra öğrencisi olan bir başka Antik Yunan düşünürü Aristoteles, günümüzde halen psikoloji ve diğer ilintili disiplinlerde kullanılan ikna yöntem ve teknikleri ile sosyal etkileri alanında çalışmalar gerçekleştirmiştir.

Günümüzdeki akademik öğrenim olarak da adlandırılan yüksek öğretimin kurucusu Platon, insanların toplumun sosyal parçaları olduğunu savunarak felsefi perspektiften sosyallik olgusuna da çalışmalarında yer vermiştir. Ayrıca Platon'un yaşadığı dönemden ve çalışma gerçekleştirdiği felsefe disiplininden uzaklaşarak daha eski dönemler incelendiğinde Hammurrabi Kanunları ile devletin otoriter yapısının altında bulunan himayecilik olgusunun bireylerin sosyal hakları ile ilgili bir düzen oluşturması günümüzdeki sosyal psikolojinin temellerini meydana getiren ilk sosyal yazılı kanıtlar olarak kabul etmek mümkündür (Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2014: 25-27). Öte yandan ilk iktisat bilim insanının kendini iktisatçı olarak tanımlaması her ne kadar eskiye dayansa da psikoloji bilimi için aynı şeyleri söylemek mümkün olmamıştır.

Psikolojinin bir bilim olarak değer kazanması ve ilk psikoloji bilim insanı, ilk kez 1879 yılında Almanya'nın Leipzig kentinde Wilhelm Wundt tarafından kurulan deneysel psikoloji laboratuvarı kurulması ile meydana gelmiştir (Schultz ve Schultz, 2007: 27). Bu laboratuvarın kurulmasından itibaren çeşitli kentlerde farklı psikologlar tarafından başta psikoloji bilimi olmak üzere diğer disiplinler açısından da önemli katkılar sağlanmıştır. Bireylerin hedonizm ve zevke olan güdümlülüğü, güç arzusu, egoizm tutkusu ve A. Smith'in kişisel çıkarlar kavramı kişisel ve toplumsal sosyal davranışlar statüsünde incelenmiştir.

Davranışsal iktisadın sürecini incelediğimizde; davranışsal teorilerin psikoloji, felsefe, sosyoloji, politika gibi konular ile ilintili olarak ele alındığı ve ana akım iktisat teorilerine karşı bir tutum sergileyen erken dönem, I. Dünya savaşı ve 1929 Ekonomi

Krizi sonrasında yaşanan iktisadi değişikliklerle beraber psikolojik unsurların etkilerini daha detaylı ele alabilecek olan davranışsal iktisadın geçiş dönemi niteliğindeki marjinalist dönemi, gelişim süreçlerini ve son olarak günümüzdeki davranışsal iktisat politikaları ile teorilerini kapsayan birçok araştırmayı, deneyi içerisinde bulunduran yakın dönem olarak dört alt başlıkta incelemek mümkündür.

1.2. Davranışsal İktisadın Süreci

Davranışsal iktisat, diğer iktisat teorilerinde olduğu gibi belirli bir varoluş süreci sonucunda meydana gelmiştir.

İlk olarak 1705 yılında Mandeville tarafından yayımlanan “Arılar Masalı” adlı eserinde; insanların övgüye ve onaylanmaya ihtiyaç duymaları (Mandeville, 2011) ve 1759 yılında A. Smith’in “Ahlaki Duygular Kuramı” adlı eserinde; sempati ve kendini sevme kavramları (Smith A., 2018) davranışsal iktisatta erken dönem olarak karşımıza çıkmaktadır.

19. Yüzyılda psikolojinin bir bilim dalı olarak kabul edilmesinin ardından deneysel psikoloji önem kazanmıştır. Ekonomideki psikolojik unsurların; 1914-1918 yılları arasında meydana gelen I. Dünya Savaşı ve 1929 Ekonomi Krizi sonrasında daha etkin bir şekilde kullanıldığı dönem, davranışsal iktisatta marjinalist dönemdir.

20. yüzyılın ortalarında meydana gelen; II. Dünya Savaşı ve Bilişsel Devrim sonrasında, deneysel psikoloji alanında gerçekleştirilen çalışmalar; nöroiktisat ve bilişsel süreçler hakkında çeşitli sonuçlar elde edilmiştir. 1950’li yıllarda Simon’un çalışmalarıyla iktisat ve psikoloji arasındaki ilişki açıklanabilir bir duruma gelmiş (Simon, 1997), davranışsal iktisadın ortaya çıkış ve gelişim sürecine katkı sağlamıştır.

Deneysel psikoloji alanında yapılan çalışmalar neticesinde; Sistem 1 ve Sistem 2 olarak adlandırılan zihinsel süreçler meydana gelmiştir.

1970’li yıllardan itibaren Tversky ve Kahneman’ın öncülüğünde; bilişsel kısıtlar, belirsizlik altında karar verme, sezgisel ve duygusal süreçler (Kahneman ve Tversky, 1979) ile Thaler’in batık maliyetin göz ardı edilmesi ve irade gibi konularda çalışmalar ile günümüze kadar süregelen süreç, davranışsal iktisatta yakın dönem olarak karşımıza çıkmaktadır.

1.2.1. Erken Dönem

A. Smith 1776'da yayımladığı *Milletlerin Zenginliği* adlı kitabı ile ekonomiyi ahlak felsefesinin alt kuramı olmaktan ziyade ayrı bir bilim dalı olarak ele alınması ve kendine ait kuramları, etkenleri, değişkenleri olması gerektiğini göstermiştir. Eserin yazıldığı dönemin sosyoekonomik ve coğrafi konumu bakımından da anlaşılacağı üzere İngiltere'de büyük bir dönüşümün yaşandığı bir dönem olan sanayi devriminin ve buna bağlı olarak ticari sermaye hareketliliğinden sanayi kapitalizmine doğru geçişin izlerini eserinden yansıtmaktadır. Ana temasında devlet müdahalelerinin minimize edilmesi gerektiğini, bireylerin usçu davranışlar sergilediğini varsayarak piyasanın arz-talep dengesinin otomatik olarak dengeleneceğini ve görünmez el kuramı ile ayrıntılı olarak anlatmış, serbest piyasa ekonomisinin gerekliliğini, kapitalizmin temellerini, kapitalist endüstrileşmeyi ve iş bölüşümleri gibi (Smith A. , 2014) konuları kaleme alarak ekonomi ve diğer etkileşimli bilim dalları için bir başyapıt niteliğinde olup ve günümüzde halen yararlanılan bir kaynak haline gelmiştir.

İktisat dünyasının başyapıtı niteliğindeki *Ulusların Zenginliği* adlı eseri 1776'da A. Smith tarafından kaleme alınmadan önce ahlak felsefecisi kimliğiyle 1759 yılında *Ahlaki Duygular Kuramı* adlı eserinde, üzerinde durduğu temel iki kavram olan sempati ve kendini sevmeye kavramlarının yerini, *Milletlerin Zenginliği* eserinde; daha bencilleştirilmiş bir insan modelini ele almıştır. Akıl sahibi insan olarak bilinen homo-sapiens, A. Smith tarafından yapılan çıkarımlar neticesinde rasyonel insan olan homo-economicus'a dönüştürülmüştür. İnsanlar yalnızca kişisel menfaatleri için var olan birer varlık olarak anlatılmış, takas ve mübadele eğilimlerinden bahsetmiştir (Smith A., 2006: 4-18). Okuyucuların anladığının aksine A. Smith'e göre bu iki eser birbirini tamamlar nitelikteydi. İnsanlar kendilerine duyulan sempati ile mutluluklarını maksimize eder, kabul görmek temel istekleridir. Sonuç olarak Smith, bireylerin kişisel çıkarlar için sempati duyulan ve kabul gören bir sosyal benliğe sahip olması gerektiğini savunmuştur (Buğra, 1995). Buradan yola çıkarak ticari hayatta alıcı ve satıcılar yapılan işlemlerde takdir edilen, sempati duyulan kişiler olarak ekonomik ilerlemeyi gerçekleştirirler.

Sempati ve kendini sevmeye konusunda bireylerin dışardan takdir edilmesi ve yaptıklarının onaylanması kişisel hazzı tatmin ederken; sempatiyi, ego okşayan bir davranış olmasıyla kendini sevmeye kavramlarının yerini doldurmaktadır. Örnek verecek olursak; birey bir yakını kaybettiğinde acısını taziyeye gelenler ile paylaşmak ister, yine bir birey iş hayatında terfiyi aldığı anda bu mutluluğunu paylaşırken çevresinden bu terfi

hakkettiği ile ilgili onaylanma beklere, hatta hakkı olduğunun söylenmesi egosunu okşayacaktır. Çünkü insanlar sosyal birer varlıktır.

Smith (2006, s. 66-70), bu durumu şu şekilde ifade etmektedir:

“...Bu sosyalite gereği zenginliklerimizi sergilerken, yoksulluklarımızı gizlememiz insanların acımızdan çok mutluluğumuza sempati duymasından dolayıdır...”

Sempati duyulan biri olmaya ve takdir edilmeye olan dürtüsel ihtiyaçları, bireylerin davranışları ile duyguları arasında birçok yönden benzerlik gösterdiği anlaşılmaktadır. Örneğin, çevresi tarafından saygı gören bir esnaf aynı zamanda kabul gören bir kimliğe sahiptir. Ticari birçok işleminde saygın ve kabul gören esnaf kimliği ile diğer esnafardan bir adım önde olarak ekonomik ilerleme sağlayacaktır. İşin bir diğer makro boyutunda ise ülkeler nezdinde de durum buna benzerlik göstermektedir. Askeri, siyasi ve ekonomik olarak sempati duyulan ve fikirleri dünya kamuoyunda sempati gören ülkeler diğer dünya ülkelerinden ekonomik olarak önde olabilmektedir. Aralarındaki tek fark, makro boyutta ele alınırken siyasi, sosyal, kültürel ve uzun vadeli sözleşmeler ile sağlanan bağlar göz ardı edilerek örneklendirilmiştir.

A. Smith'in “Ahlaki Duygular Kuramı” adlı eserinde bahsettiği sempati ve takdir edilme duygusu; 1705 yılında Bernard Mandeville tarafından yayımlanan “Arılar Masalı” adlı eserinde insanların övgüye ve onaylanmaya ihtiyaç duymaları şeklinde vurgulanmıştır (Mandeville, 2011). A. Smith ise sempati ilkesi gereğince bireylerin diğer insanların gözünde nasıl görüldüğünün önemli olduğunu vurgulamıştır. Mandeville ve A. Smith'e göre insanların davranışlarındaki temel değişkenler bütünlük olarak aynı olsa da hangisinin öncelikli olduğu konusunda farklılıklar yaratmışlardır. Mandeville 'ye göre bencillik olgusu ilk sıradaki dürtü iken, A. Smith'e göre ilk sıradaki dürtü sempatidir. Fakat geleneksel iktisat insanın her şeyden önce “öz” olduğu vurgusundan yola çıkarak rasyonel olan bireylerin aynı zamanda bencil olduğunu aktarmaktadır.

Erken dönem davranışsal iktisadın diğer dönemlerden ve iktisadi sistemlerden en belirgin farkı bilişsel psikolojinin sezgisel yaklaşımlarını baz alarak ana akım iktisattaki modellere karşı alternatif bir model oluşturarak tepkili bir duruş göstermesidir. Neo-klasik iktisatçılar matematiksel formüllere dayanan, rasyonellik ve optimum fayda arasında sıkı ilişkiler tespit etmiştir. Buna karşılık davranışsal iktisatçılar egoizm, haz

alma, bencillik, takdir edilme, onaylanma gibi kavramlar çerçevesinde iktisat-psikoloji ilişkisi kurmuştur.

1.2.2. Marjinalist Dönem

1800'lü yıllarda başlayan iktisat-psikoloji çalışmaları 20. yüzyılın ilk çeyreğinde gereken önem ivmesini yakalayamamıştır. Davranışların birer değişken olarak ele alınması bir yana iktisat-psikoloji iş birliğine karşı yoğun bir kabullenmeyiş mevcuttur. Bu mevcudiyetin sebeplerine bakıldığında iki önemli olay yer almaktadır. Birincisi 1914 yılındaki I. Dünya Savaşı ve sonraki süreçteki savaşın etkileridir. İkincisi ise, 1929 Ekonomik Krizinde yaşanan ekonomik karışıklık ve bu kaostan çıkış için vazgeçilen ana-akım Klasik ekonomi yerine Keynesyen ekonomi sistemine geçilmesidir. Ayrıca bu dönemlerde psikoloji ve iktisat birlikteliği yerine daha aritmetiksel işlemler içeren, belirli parametreler doğrultusunda değişkenlerin değişiminin sayısal sonuçlarla incelendiği, mantıksal gözlemlerin üstün olduğu matematik-iktisat iş birliği baskın rol oynamıştır. 1929 Ekonomik Krizinin de etkisi ile siyasal iktisat kavramı yerini iktisat kavramına bırakmıştır. Buradaki basit kelime değişiminin altında yatan asıl sebep; sınıfsal analizleri, tarihsel ve stratejik coğrafi olayların etkilerini ve en önemlisi davranışsal olayların etkilerini analizlerde hariç tutarak, iktisadın kapsamını daraltıp, daha sayısal veriler ile farklı ekonometrik analizlere yer vermektir (Ruben ve Dumludağ, 2015: 6).

Tüm bu gelişmelerin yanında Keynes'in aksak rekabet piyasalarında spekülasyon yapan finansal yatırımcıların, psikolojik işlemler gerçekleştirilmesini irrasyonel davranış olarak değerlendirdiğini ve bu değerlendirmenin makro iktisada yöne veren bir fikir haline geldiğini belirtmekte fayda bulunmaktadır (Akerlof, 2002).

Robbins 1900'lü yıllarda ana-akım iktisadi konjonktürün merkezine yerleştirdiği "Rasyonel Tercih Teorisi" ile homo-economicus olarak bilinen; her bilgiye ulaşabilen ve sahip olabilen, kendi çıkarlarını her şeyden üstün tutan ve çıkarları doğrultusunda ilk adım olarak maddi zenginlik peşinde olan rasyonel bir bireyi kaleme alarak, 19. yüzyılda Edgeworth, Javons, Pareto, Walras gibi iktisat alanında çalışmalar gerçekleştiren bilim insanlarının bilişsel algılar ve dürtülerin oluşumu ve sonuçlarını incelemesine karşı bir duruş sergilemiştir (Robbins, 2007).

Jevons; şahsi duyguların miktarlarının karşılaştırıldığı Bain'in çalışmalarından yola çıkarak faydanın, zevkler ve engellenemeyen acılar toplamından ortaya çıktığını ve ordinal faydanın olmasından kaynaklı karşılaştırılamayacağını belirtmiştir (Matsuyama,

2009). Edgeworth; bireylerin ekonomik davranışlarında psikolojik faktörlerin önemini vurguladığı ünlü kutu diyagramı yine bu döneme ait bir çalışma olup davranışsal iktisattaki uyum kanununun temeli olan intibak kanununu ile hazzın ölçümlemesine ilişkin açıklamalarda bulunmuştur (Bruni ve Sugden, 2007).

Davranışsal iktisadın ortaya çıkışında ve gelişmesinin bu denli yakın geçmişe dayanmasının temelinde yatan sebep psikolojinin ayrı bir bilim dalı olarak değer kazanmasının 19. yüzyıla kalmasından kaynaklanmaktadır (Jahoda, 2011: 70-80). Psikoloji bilimi birdenbire meydana gelen bir bilim dalı değildir. Kuşkusuz interdisipliner çalışmalar ile karşımıza çıkan fakat diğer bilim dallarının bir kuramı olarak nitelendirilen Psikoloji biliminin de kendi içinde başlıca alt dalları ve hatta bu alt dalların oluşum süreçleri bulunmaktadır. Birçok kişi tarafından bilinen ve çevreden sıkça duyulan “Pavlov’un Köpekleri” olarak da anılan Klasik Koşullanmanın ya da tercihlerimizi etkileyen ve pazarlama tuzağı olarak da kullanılan Algıda Seçicilik kavramının da içinde bulunduğu Deneysel Psikoloji’nin ilk araştırmaları; Darwin’in solucanlar üzerinde gerçekleştirdiği deneylere dayanmaktadır. Davranışsal iktisadın alt dalı olan deneysel iktisat ile de yakından etkileşimde olan deneysel psikoloji; İlk Deneyler, Davranışçı Süreçler, Zihin ve Beyin İncelemeleri, Bilişsel Devrim ve günümüze kadar uzanan Bilinç Çalışmaları ile ilgili çalışmalar ile deneysel psikolojinin de kendi içinde süreçlere ayrıldığı görülmektedir (Hard-Davis, 2019).

1.2.3. Davranışsal İktisadın Ortaya Çıkışı ve Gelişim Süreci

İktisat tarihi incelendiğinde literatürde davranışsal iktisadın izleri; 18. yüzyılın başlarında B. Mandeville’nin “Arılar Masalı” ve 18. yüzyılın ortalarında A. Smith’in “Ahlaki Duygular Kuramı” adlı eserleri ile karşımıza çıkmaktadır. Fakat bu eserlerin iktisat dışındaki bilimlere yönelik oluşu ve o dönemde psikolojinin bir bilim dalı olmamasından dolayı davranışsal iktisat perspektifine ait çıkarımların gerçekleşmesi 19. yüzyıla kalmıştır.

II. Dünya Savaşı sonrası Bilişsel Devrim’in gerçekleşmesiyle birlikte daha deneysel bir hal alarak laboratuvar ortamlarında daha sık gerçekleştirilen psikolojik deneyler, ilerleyen süreçlerde teknolojinin de kullanılmasıyla insanların sinir sisteminin kararlarında ve diğer davranışlarında verdiği tepkimeleri ölçümleyerek oluşan nöroiktisat ve zihinsel süreçlerin bütünlüğü incelendiği diğer alt teorileri birlikte davranışsal iktisadın oluşum süreci baş göstermiştir (Dumludağ vd., 2018: 43-44). 19. yüzyılın son

çeyreğinden itibaren bilim dalı olarak değer kazanan psikoloji ile iktisadın yollarının kesişmesi ve bu kesişimin bilimsel olarak ispatlanması, 1950’li yıllardan itibaren davranışsal iktisat ile mümkün olmuştur. Simon’un bütün çabalarına rağmen davranışsal iktisada gereken önem gösterilmemiştir. 1960’lı yıllarda psikoloji biliminde bilişsel devrime kadar ne davranışsal iktisat ne de Simon’un çalışmalarına gereken özveri gösterilmemiştir. Takip eden yıllarda yeni tekniklerin geliştirilmesi, psikolojide deneylerden faydalanılması, ekonomideki bireylerin davranışlarının bilişsel faktörlerden etkilenmesi gibi sebeplerle birlikte davranışsal iktisat ana akım iktisada karşı eksikleri ve aykırılıkları eleştirerek antitez nitelikli çalışmalar ile yeniden gündeme gelmiştir (Gilad ve Kaish, 1986).

Simon tarafından sosyoloji, bilgisayar, işletme ve ekonomi gibi alanlarda gerçekleştirilen çalışmalar neticesinde 1978 yılında “Karar Alma” davranışının karmaşıklık ve sınırlı rasyonalite gibi komplike bir yapıda olması ve henüz o dönemde gerçekleşmesi mümkün olmasa da bu yapılar için gerçekleştirilecek analizlerde; yapay zeka-bilgisayar, insan-bilgisayar gibi ikili etkileşimlerden faydalanılması gerektiğini savunarak Nobel İktisat Ödülü’ne layık görülmüştür. (Dumludağ vd., 2018: 43).

Davranışsal iktisat alanında gerçekleştirilen çalışmalarda; sınırlı rasyonel olan bireylerin karar verme aşamasında sürekli matematiksel işlemler ile optimize edilmiş kararlar vermek yerine, sezgisel yaklaşımlar ve önceden öğrenilmiş bilgiler doğrultusunda kararlar alabildiğinden söz etmektedir. Bir bilginin kolay ya da zor hatırlanabilmesi veya bir kararın hızlı ya da yavaş alınabilmesi zihinsel süreçlerle ilgili bir durumdur. İnsan zihninde bulunan ikili sistem neticesinde bazı kararları sistem 1 aracılığıyla verirken, bazı kararları sistem 2 aracılığı ile vermektedir.

1.2.4. Sistem 1 ve Sistem 2

Bireyler, olaylar ve sorunlar karşısında çözüm ararken ve hareket ederken, bazen otomatik bazen de olayı ya da sorunu düşünerek akılsal ve mantıksal sınamalara tabii tutarak çözümlenmektedirler. Günlük rutinlerimizi, her gün karşılaştığımız ya da karşılaşmamız muhtemel problemler karşısında beynimizi yormaksızın çok kolaylıkla çözüme kavuştururuz.

Basit bir matematik sorusu, yakın çevremizden birine ait yüzeysel bilgiler ya da dogmatik olduğunu kabul ettiğimiz ve benimsediğimiz birçok durum karşısında aktif olarak zihnimizi zorlamadan cevap verebilmemizi sağlayan durum Sistem 1 olarak

adlandırılmaktadır. Sistem 2 ile zihnimizi ve kişisel bilgi birikimimizi anlık olarak tarayarak, düşünerek sonuç verdiğimiz işlemlerin bütünü olarak nitelendirmek mümkündür. Sistem 2, Sistem 1'in cevap verebileceği soru ve sorunlar karşısında kendini devre dışı tutarken, Sistem 1 sürekli olarak açık bir şekilde Sistem 2'den öğretiler ile tecrübe edinerek tekrarlanmalar sonrasındaki süreçte tecrübe diye isimlendirdiğimiz durumda aynı sorun için artık daha hızlı ve yorulmadan Sistem 1 üzerinden cevap vermiş oluruz. Bu durum Sistem 2'nin Sistem 1'e öğretisi olmasına karşılık Sistem 1 uzun süre aktivite halinde olmaktan yorulmamaktadır. Sistem 2 için aynı durum söz konusu değildir. Sistem 2'nin uzun süre aktif olarak bulunması zihinsel bir yorgunluk sürecine yol açar. Sistem 2 mantık süzgecinden sürekli olarak bilgi akışı gerçekleştirerek gereken yanıtları ayıklama, algılama, akıl yürütme, karar alma, tuzak kurma gibi bütün işlemleri üstlenmektedir.

Her bireyin kendine ait bir ana dili bulunmaktadır. Anadil kullanımı Sistem 1 tarafından gerçekleşmektedir. Bireyler zaman içerisinde çeşitli sebeplerden dolayı yabancı bir dil öğrenmek istediklerinde, dili öğrenirken aktif bir şekilde Sistem 2'yi kullanırlar. İlerleyen süreçte Sistem 2 tarafından Sistem 1'e öğretilen yabancı dil artık öğrenilme sürecini tamamlayıp anadil seviyesine gelmiş olur. Günlük rutin konuşma dilimizi sistem 1 tarafından kullanırız (Kahneman, 2011).

Sistem 1 günlük otonom davranışlarımızdır. Bazı basit kararları alırken ince hesaplar yapmamız Sistem 1'de yanıtlanan bir işlemi işaret etmektedir. Fakat pahalı bir ürün alınacağı zaman ya da kritik bir karar alınacağı zaman devreye giren Sistem 2 batık maliyeti, pazarlama tuzağını, fırsat maliyet gibi kavramların muhasebeleştirilmesini karar vermeden önce gerçekleştirir. Bu işlemlerin sürekliliği de zihinsel yorgunluğa sebep olmaktadır.

Sistem 2 daha akılcı ve düşünme gerektiren, Sistem 1 daha önyargılı ve bilişsel öğreti, anımsama, akılda kalma gibi hata payı yüksek kararlar almamızı sağlarken, bu ikili sistemin birbirinden ayrılmasındaki temel nokta "dikkat" tir. İnsanların risk altında karar alırken harcadıkları dikkat sonucu, kararlarda farklılıklar ve buna oransal olarak risk boyutunda değişiklikler meydana gelir. Beklenti teorisiyle bireylerin irrasyonel davranışları olan yanılsama ve hata açıklanabilir, önlenabilir ve teste edilebilir bir duruma kavuşmaktadır (Dumludağ vd., 2018: 79).

1.2.5. Davranışsal İktisatta Yakın Dönem

1960'lı yıllarda zihinsel ve davranışsal süreçlerden faydalanarak karar alma ve çözümlenme, 1970'lerde ise; mevcut ana-akım iktisat teorisine karşı duruş sergilemek ya da açıklarını bularak eleştirmek yerine bilişsel kısıtları ve sapmalar belirleyerek bu alanda çalışmalar yürüten Tversky ve Kahneman Davranışsal İktisadın ortaya çıkış döneminde en belirgin farklılığı yaratmıştır (Kahneman, 2003). Klasik iktisat teorilerini temel alan Tversky ve Kahneman daha önceki dönemlerde yapılmayanı yaparak ilerleyen dönemlerde yeni-eski ayrımına yol açacak bir tutum sergilemiştir. Erken dönemde reddedilen ana-akım iktisat teorileri yakın dönemde muhafaza edilerek kendi içinde ayrılan bir dönem niteliğinde olsa da sonuç neticesinde aykırılık ve eksikleri giderecek olan davranışsal teoriler geliştirmişlerdir. 1990'lı yıllara gelindiğinde davranışsal iktisatta yeni olarak kabul gören teoriler etkin olarak karşımıza çıkmaktadır. Tversky ve Kahneman birer iktisatçı olmamalarına rağmen gerçekleştirdikleri çalışmalar ile davranışsal iktisada büyük katkı sağlamıştır.

İktisat biliminin, bilinenin aksine daha önceki zamanlarda da psikoloji bilimi ile etkileşim içerisinde olduğu Kahneman ve Tversky tarafından belirtilmektedir (Kahneman, 2003). 1974 yılında "Science" dergisinde belirsizlik altında karar almayı inceleyen makalelerini yayınlamış, 1979 yılında da iktisat bilimi açısından hatırı sayılır bir öneme sahip olan "Econometrica" dergisinde yayınladıkları risk altında karar alma başlıklı makalesinde ana akım iktisadın beklenen fayda kavramındaki eksikliklerini vurgulamıştır (Kahneman ve Tversky, 1979). Geleneksel iktisattaki beklenen fayda teorisinde bireylerin sezgisel ve duygusal süreçleri analizlerden hariç tutulmuştur. Kahneman ve Tversky ise; duygusal, bilişsel ve psikolojik etkenlerin karar almayı etkilediğini ve analizlerde bulunması gereken bir faktör olduğunu savunmuştur (Camerer vd., 2004).

Thaler 1980 yılında batık maliyetin (Sunk Cost) göz ardı edilmesi ve irade (Self-control) gibi tüketicilerin karar davranışlarını incelemiştir (Thaler R. H., 1980). Tüketicilerin karar davranışlarının yanı sıra rasyonel beklenen fayda teorisi bireylerin karar alma eylemini gerçekleştirirken her hesaplamayı göz önüne alarak bir sonraki kararını verdiğini belirtmektedir. Oysa bireyler birçok matematiksel ya da istatistiksel hesaplama yapmak yerine sezgilerinden ve tecrübelerinden faydalanarak hareket ederler. Tecrübeler zaman içerisinde sonucu belirli olmayan durumlar karşısında dahi kişisel karar alma sürecindeki etkili olan faktörlerden biridir. Friedman'ın meşhur bilardo oyuncusu

gözlemi ve çıkarımı sonucunda, atışı yaparken tüm matematiksel hesaplamaları ve olası durumları göz önüne alarak optimize bir atış yaptığının aksine oyuncunun bütün bunları “sanki biliyormuş gibi” (as if) davranarak atış gerçekleştirdiğini savunmuştur (Friedman, 1953).

Günümüzde İzlanda'nın da resmi olarak geçiş yaptığı, büyüme odaklı ekonomi modeli yerine mutluluk ekonomisinin tartışmaları Kahneman'ın ana-akım iktisattaki fayda teorisinin kapsamının sığ olmasına karşın söylemlerinden bu yana süregelmektedir. Faydanın ordinal bir yapıda olmasına karşılık mutluluğun kardinal bir yapıda bulunması ve deneyimlerle donatılmış bir faydayı da içerisinde barındırmasıyla birlikte en önemli noktalardan biri olan mutluluğun mukayese edilebilirliği ile mutluluğu baz alan ekonomi modellerine eğilim gösterilmiştir (Frey ve Stutzer, 2002).

1970'lerden sonra Camerer, Leowenstein, Rabin, Thaler gibi birçok iktisatçı davranışsal iktisat alanındaki literatürünün oluşmasında önemli katkılarda bulunmuştur. Camerer (2014) “*Behavioral Game Theory Experiments and Modeling*” adlı çalışmasında; 1980 sonrasındaki dönemde davranışsal iktisadın bu denli hızlı gelişmesinde gerek yaptıkları çalışmalar sonucu gerekse tüketici tercihleri, finans sektöründe karar almalar, tasarrufların değerlendirilmesi, pazarlama vb. birçok alandaki bulgularının aktif rol oynamasıyla birlikte olmuştur (Dumludağ vd., 2018).

1980 sonrasında uluslararası birçok platformda yer bulan davranışsal iktisat basılı kaynaklarda da kendine yer bulmuştur. Küresel çapta tanınırlığı olan birçok üniversitede bu alana ilişkin akademik çalışmalar, konferanslar, söyleşiler ve dergi yayınları gerçekleşmiştir. İnternet erişiminin belirli amaçlara ait olduğu ve isteyen herkesin rahatlıkla erişememesinden kaynaklı basılı yayınlara ağırlık verilerek tabana yayılma çabası içerisine giren davranışsal iktisat ile ilgili çalışma gerçekleştiren iktisatçılar tarafından; “*Journal of Economic Behavior And Organization*” ve “*Journal of Economic Psychology*” dergilerinin yayın hayatına girmesi de bu dönemde gerçekleşmiş, davranışsal iktisat alanındaki temel eserlerden olan 1986'da Gilad ve Kaish tarafından kaleme alınan “*Handbook of Behavioral*” ve Camerer, Leowenstein ve Robin (2004) tarafından derlenerek günümüz referans kaynaklarında biri olan “*Advances in Behavioral Economic*” kitapları da yakın zaman davranışsal iktisat eserlerindedir. (Dumludağ vd., 2018: 47).

Gelişimi ve popülaritesi ile dikkatleri üzerine çeken davranışsal iktisat alanındaki çalışmalar, günümüzde küresel çapta önde gelen Harvard Üniversitesindeki Shleifer gelecekte Nobel alma ihtimali olan muhtemel kişilere takdim edilen “John Bates Clark” ödülüne etkin piyasa hipotezinin fiyat uyarlaması, rasyonellik gibi varsayımlarını eleştirmesi ile davranışsal finansa katkılarından dolayı verilmiştir (Shleifer, 2000). Shleifer’in bu çalışması beklenti teorisindeki kayıp ve kazançların farklı tepkilerle karşılanmasını, bireylerin bilişsel karar verme süreçleri ile ilgili olduğunu destekler niteliktedir. Amerika Ekonomi Kurumu tarafından ödüllendirilen; Shleifer’in ardından, insan davranışlarını iyi gözlemleyen ve psikolojik bulguları ekonomiye entegrasyonunu başarılı şekilde gerçekleştiren Rabin’de “John Bates Clark” ödülüne layık görülerek, davranışsal iktisadın gelişmesine ve yayılmasına önemli katkılar sağlamıştır (Sent, 2004: 736-738).

Davranışsal iktisadın yayılmasındaki en önemli etkenlerden biri de Nobel Ekonomi ödülleridir. Akerlof, Spence, Stiglitz tarafından gerçekleştirilen ve asimetrik bilgi altında piyasa işleyişine yönelik çalışmaları Nobel Ekonomi Ödülüne layık görülmüştür. 2002’de Akerlof, Keynes’in nominal ücrete karşı direnç göstergelerinin psikolojik direniş ile uyumlu olduğu kanısına vararak kayıpların kazançlarda daha düşük bir eşik değerde yer almasının psikolojik etkenleri üzerine incelemelerde bulunmuştur (Tomer, 2007: 470-473).

2002 Nobel Ekonomi Ödülünü alan, Kahneman ve Smith; klasik iktisatta eleştirdiği uygulamaların aslında davranışsal iktisatla yakinen ilgili olduğunu, deneysel verilerden yararlanarak hazırlanan modellemelerde ve teorilerde başarılı sonuçlar elde edilirken; davranışsal ekonominin katkılarının göz ardı edildiğini öngörmüştür (Kahneman ve Smith, 2002).

Belirsizlik altında karar verme ve bilişsel sapmalar (Kahneman ve Tversky, 1979), beklenti teorisi (Kahneman ve Tversky, 1984), risk altında karar verme (Kahneman ve Tversky, 1986), çerçeveleme etkisi gibi birçok alanda öncü olan ve aslen bilişsel psikolog olan Kahneman ve Tversky 2002 yılında “Prospect Theory” adlı çalışmalarıyla Nobel Ekonomi Ödülünü layık görülmüştür. Bu çalışmalarından dolayı davranışsal iktisat kuramının gelişiminde önemli katkıda bulunmuşlardır.

2014’te Nobel Ekonomi Ödülünü “Dürtme” isimli eseri ile almaya hak kazanan Thaler, Kahneman ve Tversky ’ın aksine psikolojiden iktisada değil, iktisattan psikolojiye

yönelerek 1980 – 1985 dönemlerinde batık maliyet, fırsat maliyeti ve zihinsel muhasebe gibi anomaliler üzerine çalışmıştır. İnsanların olaylara dar bir açıyla baktıklarını, aslında daha geniş perspektiften bakıldığında; bilinen ve beklenenden daha farklı sonuçlar elde edilebileceği üzerine çalışmalar gerçekleştirmiştir. Thaler, “Dürtme” (Nudge) adlı kitabında ise insanların hayatlarındaki kararlarında ve tercihlerinde dışsal etkilerle zihinsel hesaplamalarla “dirsek teması”nda olduğunu başarılı bir şekilde ele almıştır.

Nobel Ekonomi Ödülünü almaya hak kazanan çalışmalar ile başarılı bir şekilde yaygınlaşan davranışsal iktisat alanında çeşitli deneyler ve gözlemler gerçekleştirilerek yeni teoriler geliştirilmiştir.

1.2.5.1. Beklenti Teorisi (Prospect Theory)

Hemen her konuda karar verirken ve diğer bireylerin kararlarını incelerken istemsiz bir şekilde belirli aralıklar içerisinde değerlendirmelerde bulunuruz. Mantık çerçevesinde gerçekleştirdiğimizi iddia ettiğimiz her davranış belirli referans noktalarının arasındaki optimum fayda düzeyini işaret etmektedir. Bulunulan duruma uygun olarak referans noktaları değişkenlik gösterebilmektedir. Beklenen fayda teorisinde refah durumu esas alınarak değerlendirilirken (Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı, 2018), beklenti teorisinde referans noktasına göre gerçekleşen değişim baz alınmaktadır.

Beklenti teorisine göre bireyler kayıplara ve kazançlara karşı tepkilerini davranışsal tutum içerisinde vermektedir. Kaybetmek, yitirmek kimsenin kabul etmek istemeyeceği bir durum olsa da her bireyin kaybetmeye vereceği tepkisi ve bu tepkinin şiddeti farklılık göstermektedir (Stearns, 2000). Kazanç durumunda da benzer şekilde bireylerin tutumları öznel farklılıklar içermektedir.

Beklenti teorisini bir durum değerlendirmesi ile açıklamak gerekirse; hemen herkesin bildiği ve birçok alanda iki seçeneğe sahip seçim durumlarında da kullanılan yazı/tura olayı madeni bir paranın havaya atılması ve kişinin yazı-tura seçeneklerine birer karar yerleştirmesi sonrasında üstte kalan yüzeye yüklenen kararı kabul edileceği bir seçim yöntemidir. Madeni bir para havaya atılıyor ve birinci seçenek olarak; yazı gelirse 100 Türk Lirası (TL), tura gelirse 50 TL alacağı, ikinci seçenek olarak; paranın yazı ya da tura gelmesine bakılmaksızın 70 TL alınabileceği belirtiliyor. Bu durum karşısında bireylerin birçoğu doğrudan 70 TL almayı tercih ederek, beklenen fayda teorisinin bireylerden beklediği rasyonel olma ve beklenen fayda hesabının sonucundaki kararı tercih etme durumlarına karşı bir duruş sergilemiş olurlar (Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı,

2018). Rasyonel bir birey olarak, sunulan seçeneklerdeki ihtimallerin, ağırlıklı getirilerin toplamı hangi seçenekte daha yüksekse, o seçeneğin tercih edilmesi gerekmektedir.

Tablo 1. Belirsizlik Altında Karar Verme ve Beklenti Teorisi

	Yazı Gelme Olasılığı x Kazanç		Tura Gelme Olasılığı x Kazanç	Sonuç
1.Seçenek	(0.50 x 100 TL)	+	(0.50 x 50 TL)	75 TL
2.Seçenek	Doğrudan 70 TL Kazanmak			70 TL

Kaynak: (Kahneman & Tversky, 1979) , Tarafımızca düzenlenmiştir.

Tablo 1 incelendiğinde, beklenen fayda teorisine göre bireyler rasyoneldir ve kararlarını verirken optimum fayda gözeterek verirler. Bu teorisi doğrultusunda yazı-tura durumunda bulunan bir bireyin 1. Seçeneği seçmesi gerekmektedir. Fakat uygulamalar da beklenen fayda teorisi ile uyuşmayan 2. Seçeneğin tercih edilmesi daha sık rastlanan bir olgudur ve sebebi 1979 yılında Kahneman ve Tversky tarafından ortaya atılan beklenen fayda teorisi ile açıklanabilir. Beklenen fayda teorisine göre bireylerden belirsizlik altında karar vermeleri istendiğinde rasyonel tercihlerde bulunmamasından kaynaklıdır. Gün içerisinde sayısız karar alan ve en zeki varlıklar olan insanlar belirsizlik durumunda karar verirken endişeli ve hata meyilli kararlar verebilmektedirler. Birçok birey yazı-tura gibi olasılık ve belirsizlik bildiren durumlarda karar verme eylemini gerçekleştirirken; referans noktalarına odaklanmak, kayıptan kaçınmak ve kayıp-kazanç noktalarını göz önüne almak gibi davranışsal insan (homo-behavioural) özellikler göstermektedir (Kahneman ve Tversky, 1979).

Bireyler madeni para atma durumunu algılamaları beklenenden farklı bir şekilde işleyiş göstermektedir. Yazı geldiği zaman “100 TL kazanacak”, tura geldiği zaman “50 TL kazanacak” ifadeleri yalnızca 1. Seçeneği değerlendirirken; yazı gelmiş olma ihtimaline karşılık tura geldiği zaman 50 TL kaybedeceğini ve 2. Seçeneği de değerlendirmeye eklediği zaman tura gelme olasılığını değerlendirirken hem yazı gelme ihtimalinde 50 TL kaybedeceğini hem de doğrudan 70 TL almak yerine 1. Seçeneği seçerek tura gelmesi durumunda 2. Seçenek ile arada var olan 20 TL farkın kayıp olacağı değerlendirmesini göz önüne alarak 2. Seçenek daha cazip görünmektedir. Oysa 2 seçenek kazanç odaklıdır. Başlangıçta yazı ya da tura geldiği zamana kazanacağı miktarların ve 2. Seçenek ile elde edeceği miktarın bu seçenekler sunulmadan önce ortada

olmaması gibi bir durum karşısında %100 olarak kazanç sağlayacaktır. Fakat buradaki karar verme davranışının temel aktörü beklenti teorisinin öngördüğü gibi kazanılacak miktarı optimize edebilmektir. Yine beklenti teorisi ile ilişkili bir başka çalışmada; farklı sıcaklıklara sahip 3 kase su ile gerçekleştirilen bir deneyde bir elini sıcak suya, bir elini soğuk suya eşit süre daldırıp bekleten bir birey daha sonra oda sıcaklığında bekleyen 3. kase suya iki elini de aynı anda daldırmış ve sonuç olarak iki elinde de eşit ısıyı hissetmesi gerekirken iki elinde de farklı sıcaklıklar hissetmiştir (Kahneman, 2011: 325-327). Bireylerin durum karşısında beklenen reaksiyonları her ne kadar farklı olsa da kişilerin şartlarının farklı olması gerçekleşmesi beklenen durumun sonuçlarında değişiklik gösterebilmektedir. Nispi farklılıklar beklenen durumlarda farklılık yaratmaktadır.

Bireylerin sıcaklıkları farklı ortamlardan, sıcaklıkları aynı olan ortama geçişinde yaşanan nispi farka benzer bir olay da kazanç ve kayıplarında da meydana gelmektedir. Beklenti teorisinin belirgin bir özelliği olan kayıptan kaçınma (loss aversion) beklenen fayda teorisinde kazanç refahı ile kayıp refahı arasındaki farka göre hareket etmesi planlanan bireyler; beklenti teorisine göre kaybetmenin yaşatacağı duygu ve hislerin kazanmanın yaşatacağı duygu ve hislerden daha baskındır (Kahneman, 2011a, s. 278).

Yapılan bazı araştırmalar ve deneylerde sıkça karşılaşılan kayıptan kaçınma oranı ise, bireyin kazanma ile kaybetme ihtimallerinin bulunduğu durumda, kaybederse kabul edilebileceği bir sonuç için kazancını belirlemesidir. Kayıptan kaçınma oranı (Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı, 2018, s. 28) bir nevi kaybetme riskinin kabul edilebilmesi için bireyin belirlediği bir kazanç durumudur. Kayıptan kaçınma oranı; tecrübe, riski tanıma, ekonomik ve sosyal yaşam şartları vb. başta olmak üzere birçok kişisel ve sosyoekonomik faktörlere bağlı olarak değişim gösterebilir.

Bireylerin kaybetmeye ne kadar yatkın olduklarını veya kaybederken hissettiklerini kayıptan kaçınma teorisi ile açıklanmıştır. Kayıptan kaçınma bireylerin risklere karşı tutumlarını değiştiren önemli bir etken olmasının yanı sıra kazanacaklarını ve kaybedeceklerini analiz etmek dışında, bireylerin bu tip risklere ne kadar maruz kalıp, risk alıp ne kadar miktarda kazanmayı veya ne kadar miktarda kaybetmeyi göze almaları miktara bağlı gerçekleşmektedir. Kesin kazanç ve kayıp ile kesin kayıp ve kazanç ikili olasılıklarının bireylerdeki etkilerini inceleyen bir çalışmada, birden fazla seçeneğin var olduğu durumda bireyler yüksek kazanç-yüksek risk ikilisindenise, nispeten daha düşük kazanç-düşük risk seçeneğini seçme eğilimindedirler.

Örnek durum (Kahneman, 2011: 270-272);

1.Bahis => Kesin 900 TL kazanacaksın ya da %90 olasılıkla 1000 TL kazanabilirsin.

2.Bahis => Kesin 900 TL kaybedeceksin ya da %90 olasılıkla 1000 TL kaybedebilirsin.

şeklinde kesinlik ve ihtimal belirten şekilde sunulmuştur.

Aynı kişilerin cevaplandığı bu iki bahiste de bireylerden beklenen fayda teorisi çerçevesinde aynı tip cevaplara yönelmesi beklenmektedir. Oysa beklenti teorisi bireylerin kazanç durumunda risk alma eğiliminin, kayıp durumunda risk alma eğiliminden daha düşük olduğu bir tablo meydana gelmektedir. Buradan yapılabilecek bir değerlendirme neticesinde, bireyler kazanç sağlarken daha az miktarda olmasına rağmen mutlak kazanç, kaybederken ise daha çok kaybedebilmeyi göze alarak ihtimalli kayıp seçeneğine yönelmektedir.

Genel hatları ile beklenti teorisinde karar verme eylemi iki adımdan oluşmaktadır. Birinci adım olan düzenleme (editing) sunulan seçeneği anlaşılabilir ve yalın bir hale getirirken, ikinci adım olan değerlendirme (evaluation) ise düzenlenmiş olan seçenekleri faktörler çerçevesinde karar ağırlıklarını (decision weight) göz önüne alarak algılanılan olasılıklar arasında karar verme işlemini gerçekleştirmektedir (Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı, 2018: 28). Burada algılanan olasılık kişilerin riski anlamasına, beklentilerine, sosyal baskılara, psikolojik etkenlere bağlıdır. Şans oyunlarında ikramiyenin kazanılma olasılığı oyuncuların beklentisinden daha düşük seviyede olmasına rağmen kazanma hırsı kişilerin beklentisini daha yüksek seviyede belirginleştirmektedir.

Davranışsal İktisat açısından literatür incelendiğinde Thaler'in beklenti teorisine bazı katkıları göze çarpmaktadır. Kayıp ihtimali yüksek oranlı durumlarda bireylerin risk alma yönelimlerinin yüksek olduğu varsayımının Başabaş Noktasına (Break-Even Effect) kadar geçerli olduğunu fakat başabaş noktasına gelindiğinde bireyler Ev Parası Etkisi (House Money Effect) altında kayıp ihtimalinde daha düşük riskler alma eğilimine döndüğünü belirtmektedir (Thaler R. H., 2019).

1.2.5.2. Sınırlı Rasyonellik

Klasik ekonominin temel varsayımı olan “homo-economicus” aslında analizlerde kullanım kolaylığı açısından; ideal, rasyonel, akılcı, istatistiksel hesaplar yapabilen ve rasyolar doğrultusunda hareket edip karar veren sistematik bir yapı olarak kabul edilmiştir. Oysa Simon bu tür bir ekonomik insan yaklaşımını eleştirip, bireylerin karar mekanizmalarının, amaç doğrultusunda bilinçli bir seçim politikası güderek, alternatif seçenekler arasından gerçekleştirmesi gerektiğini savunarak “yönetmel insan” kavramını tarif etmiştir (Kamilçelebi, 2019). Yönetmel insanın ekonomik insandan ayıran en temel özellik, seçenekler arasındaki en iyi olanı seçemeyeceğini bildiği için kendi amacı doğrultusunda var olan bilgi birikiminin de yardımıyla en makul olanı seçmesidir. Bireylerin ekonomik insan yerine yönetmel insan olarak değerlendirilmesinin en önemli etkeni hiç kuşkusuz eksik bilgidir kaynaklanmaktadır. Bilgi düzeyi karar verme noktasında yetersiz kaldığı durumlarda kişilerin sezgisel karar verme eğilimi daha da yüksektir.

Karar mekanizmasının içerisindeki amaç, bilinç, karar gibi temel kavramların arka planında istek, içgüdü, psikolojik etkenler, bilgi düzeyi gibi ölçülmesi ve düzeyinin belirlenmesi güç kavramlar bulunmaktadır. Bilginin ve bilgi edinmenin sonsuzluk döngüsü içerisinde olduğu bir ekosistemde; Klasik ekonominin tam bilgiye sahip olan ekonomik insan rasyonel kabul edilirken, bilginin sınırsız fakat bilgi sahibi olmanın sınırları olduğunu dile getiren Simon, “sınırlı rasyonellik” kavramını ortaya koymuştur (Simon, 1997). Karar verme kavramı tahmin edildiğinden daha geniş ve düşünülen daha karmaşık bir yapıdadır. Gün içerisinde sayısız kez karar verme eylemini gerçekleştiririz. Fiziki olarak gerçekleştirdiğimiz her hareket bir karar sonucu meydana gelmektedir. Hatta zihnimizde bugün ve gelecek için planlanan her bir an bir kararın meyvesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Ne zaman uyuyup uyanacağımız, ne yiyeceğimiz, ne giyeceğimiz, karşımızdakine ne söyleyeceğimiz, belirli durum senaryolarına karşı neler yapabileceğimiz gibi irili ufaklı birçok karar verme işlemi gerçekleştiririz. Günlük aktivitelerde ve genel geçer kararlarda sistem 1 aktif olarak kullanıldığı için pek farkına varmadığımız davranışlarımız ve gün sonunda bilişsel yorgunluğa sebep olan sistem 2'nin aktif rol aldığı kararlarımız bulunmaktadır.

Bütün bu kararlar silsilesinde her seferinde rasyonel bir birey olarak ve tam bilgiye sahip bir şekilde tüm karar seçenekleri arasından en ideal olan kararı vermek, uygulamada pek mümkün olmamaktadır. Bu noktada Simon sınırlı rasyonel bireyin karar vermede

kişisel tatminkarlık (satisficing) duyabilmek için ideale en yakın olanı seçerek tercihini optimize ettiğini savunmaktadır (Keskin, 2018). Bireyler tarafından oluşturulan gruplarda, takımlarda ve örgütlerde gerçek /tüzel kişilikler tam bilgiye haiz yapıda değildirler. Karar verme işlemini gerçekleştirirken sınırlı bilgi-sınırlı rasyonaliteyi doğurduğu için karar vericiler sınırlı rasyonalite kapsamında ele alınmalıdır. (Simon, 1997).

1.2.5.3. Çapa Etkisi (Anchoring)

Bireyler bilgilerinin olmadıkları durumlarda karar verme zorunluluğu karşısında tecrübelerinden, emsal olaylardan ya da toplumsal ortalamadan faydalanırlar. Burada önemli bir etken olan aidiyetlik duygusuyla birey kendini çevreleyen toplumun ortak kararına veya kararların ortalamasına göre kendi kararını verme eğilimindedir. Sınırlı bilgi perspektifinde, referans noktalarını ve eşik değerlerini toplumun kararları ortalamasına göre belirleyen bireylere, yöneltilen sorularda tahmini cevap verirler. Çapa etkisi; sorunun ne olduğu değil, nasıl sorulduğunun önem kazandığı bir tuzak yöntemidir. Verilen ön bilgiye bağlı olarak; tahmini verilecek cevabın, soruyu soran kişi tarafından alınmak istenen cevaba göre revize edilmesidir.

Örneğin; politika yapıcılar kamu politikaları inşa ederken veyahut geliştirirken, rant ve çıkar gruplarının etkisi altında kalmaktadır. Zam yapılması ya da sosyal bir hakkın sağlanmasını isteyen çıkar grupları, politika mimarlarına karşı beklentilerini olduğundan daha yüksek bir referans noktasında göstererek asıl istenilen kararın alınması için bir çapa etkisine başvurulmuştur. Benzer durumlar gündelik yaşantılarında bireylerin karşısına sıklıkla çıkmaktadır. Yolda yürürken aniden bir dernek adına dergi ya da gazete aracılığıyla yardım topladığını bireylere bildiren bir gönüllü çalışan, “dergi alarak bağış yardımında bulunmak ister misiniz?” diye sorup, birkaç saniye düşünme fırsatı tanıdıktan sonra bağış için dergi satın alan yardımseverlerin ortalama olarak 20 TL verdiğini dile getirdiği zaman aklınızdan daha düşük bir fiyatın geçmesini çapalamıştır, ayrıca dergi satın alarak yapılacak olan bağışın miktarı bireyin zihninde daha yüksek bir tahmine sahipse bağış yapma konusunda karar verme eylemini pozitif yönlü bir çapalama ile etki altına almıştır (Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı, 2018: 31).

Örnekte de açıklanan çapalama etkisi için deneysel bir çalışma da Almanya’da gerçekleştirilmiştir. Almanya’da 15 seneyi aşkın tecrübe sahibi olan hakimlere, hırsızlık suçunu işlerken yakalanan bir kadına ne kadar süreyle hüküm verileceği sorulmakta fakat

karar açıklanmadan önce yalnızca 3 ve 9 rakamları gelecek şekilde tasarlanmış bir adet zar atmaları isteniyor, ilk aşamada hırsıza verilecek olan cezanın zarın üst yüzeyinde gelen sayıdan az ya da çok olduğu soruluyor ve ikinci aşamada doğrudan kaç ay hüküm giydiği sorulmakta olup zarları 3 gelen hakimler ortalama olarak 5 ay ceza öngörürken, zarları 9 gelen hakimler ortalama 8 ay ceza ön görmektedirler (Kahneman, 2011b).

Bu deneyden yapılacak bir çıkarım sonucunda bireyler kararları ile hiçbir alakası yokken ve tecrübelerinden faydalandıkları durumlarda dahi çapa etkisi karar vermede etkin rol oynayabilmektedir. Bir şehirden diğer şehre göç edildiğinde; bireyler gittikleri şehirdeki fiyatları, sosyal yaşantıyı ve kira bedellerini az ya da çok olarak bir önceki yaşadıkları şehir ile kıyaslarlar. Bu kıyaslamada seçilen referans noktaları kişilerin az ya da çok algısı çapa etkisi ile oluşmaktadır (Ariely, 2010: 33). Akşam yemeğinde ne yiyeceği konusunda net bir fikri olmayan bir birey; restorana gidip menüye baktığında özenle hazırlanmış belki de spesiyal olan bir yemeğe bakar ve fiyatının 200 TL olduğunu gördükten sonra, fiyatı 100 TL olan başka bir yemeği tercih eder. Burada 200 TL değerindeki yemek bireyin tercihinde çapalama etkisine sebep olmuştur (Ariely ve Kreisler, 2020). Çapa etkisi, bireylerin referans değerleri alınacak karara göre belirli çerçevede düzenlenmiş bir karar tuzağıdır.

1.2.5.4. Çerçeveleme Etkisi (Framing Effect)

Beklenti teorisinin ana parçalarının biri olmasının yanında bilişsel sapmaların da temelinde bulunan bir bilişsel etki türüdür (Kamilçelebi, 2019). Karar verme noktasında davranışsal kuramda yer alan diğer etki türleriyle birlikte kullanımı oldukça sık bir şekilde karşımıza çıkmaktadır. Talep edilen karar için arz edilenin değil, arz edilenin hangi talep kararını hedeflediği bir kapsama sahiptir. Kelimelerin ve sayısal verilerin paradoksal bir biçimde kullanılmasıyla, kıyaslamalarda referans değerlerinin istenilen ölçeğe etik bir şekilde indirgenmesiyle, potansiyel karar merciinin karakteristik, sosyokültürel ve sosyoekonomik durumlarının etkin bir şekilde analiz edilmesi sonucuyla meydana gelen bir yapıdır. Davranışsal teori kapsamında hemen hemen bütün ilgili alanlarda çerçeveleme etkisinin izlerine rastlanmaktadır (Dumludağ, vd., 2018). Literatürü incelediğimizde Kahneman ve Tversky tarafından 1981 yılında yapılan deneyde; Örneklem kümesini oluşturan 300'e yakın kişinin cevapları temel alınarak yapılan bir varsayım deneyinde iki farklı şekilde seçenekleri bulunan öneriler yöneltilmiştir. 600 kişinin ölmesi muhtemel bir salgına karşı belirli çözüm seçenekleri sunulmuştur.

Birinci öneri;

1. Seçenek-> kabul edilirse 200 insan salgından kurtulacak.
2. Seçenek-> kabul edilirse 1/3 ihtimalle 600 insan salgından kurtulacak ve 2/3 ihtimalle herkes ölecek.

Buradaki seçeneklerin tercih edilme oranları; 1. Seçenek %72, 2. Seçenek %28 seviyesindedir. Bireyler 2. Seçenekte bulunan “herkes ölecek” vurgusundan etkilenerek 1. seçeneğe yönelmişlerdir. Bireyler insan hayatı konusunda hassas olduğundan, kesinlik belirten seçenek daha cazip gelmiştir. Oysa istatistiksel olarak iki seçenekte de benzer durumlar mevcuttur.

İkinci öneri;

1. Seçenek -> kabul edilirse 400 kişi salgın sebebiyle ölecek.
2. Seçenek -> kabul edilirse 1/3 ihtimalle kimse ölmeyecek ve 2/3 ihtimalle 600 kişi ölecek.

İkinci önerideki seçeneklerin tercih edilme oranları; 1. Seçenek %28, 2. Seçenek %72 seviyesindedir. Bireyler insan hayatı konusunda hassas bir tutum göstererek 1. Seçenekte yer alan “ölecek” ifadesi yerine, 2. Seçenekte yer alan “kimse ölmeyecek” ifadesi tercih etmektedir. Buradaki iki önerinin de oluşturulan seçenekleri birbiriyle benzerlik göstermektedir. Fakat yapılan çalışmada alınan sonuçlar farklılık göstermektedir. Bu farklılığın nedeni ise bireylerin “ölüm” ifadesinden kaçınarak “hayatta kalma” ifadesini çağrıştıran seçeneğe yöneldikleri görülmektedir. Aradaki oransal farklılık önerilerin sunulduğu çerçeveleme etkisinin bir sonucu olarak meydana gelmiştir (Kahneman ve Tversky, 1981: 453).

1.2.5.5. Bulunabilirlik Etkisi (Availability Heuristic)

Bir olay ya da durum karşısında akla gelen ilk seçenek, alternatif seçeneklerden daha doğru bir tercih olarak değerlendirilmektedir. Akla ilk seçenek olarak gelmesinin temelinde maruz kalmak ve sürekli olarak eklenen yeni seçenekleri dahi akla ilk gelene göre değerlendirerek doğruluğuna kanaat etmektedir. Bu mantalite “doğru bildiğinden şaşmamak” olarak pekiştirilmiş olsa da altında yatan sebep bireylerin karşılaştıkları sorunlar karşısında en hızlı çözümü sağlamak için içsel bir güdü ile ilk bilgi olarak nitelendirdikleri ve bulunabilirliği en yüksek olan bilgiye başvurmasından kaynaklanmaktadır. Bulunabilirlik etkisi, karşılaşılan durum ve sorun karşısında zihinsel

bir kısayoldur. Örneğin bir kişiye, hava sıcaklıklarını hiç bilmemesine rağmen; “Malezya mı daha sıcak Somali mi?” diye sorulduğunda, birey sınırlı bilgisi kapsamında; Somali’nin Afrika’da, Malezya’nın Asya’da olduğunu ve Afrika’nın Asya’dan daha sıcak olduğunu bildiği için, “Somali daha sıcaktır.” diye cevap verecektir (Gilovich ve Griffin, 2002: 6). Sorulan soruya cevap verebilmek için aklına gelen ilk ülke olan Somali’yi seçmesi, bireyin zihinsel bir kısayol olan bulunabilirlik etkisi kapsamında karar vermesine örnektir.

Aralık 2019 ‘da Çin’in Vuhan kentinde başlayan Covid-19 salgını kısa bir süre içinde dünya genelinde yayıldı. Dünya geneline yayılmasından itibaren Türkiye’de de etkileri görülmesinin ardından ölüm haberi aldıklarında, sebebi tam bilinmeyen bir ölüm durumunu Covid-19 kaynaklı olarak algılamaları muhtemeldir. Çünkü, sosyal medya paylaşımlarında, internet haberlerinde, televizyon yayınlarında, günlük gazetelerde sıklıkla Covid-19 sebepli ölüm haberleri akla işlenmiştir. Algı yönetiminde de benzer zihinsel tuzaklar kullanılmaktadır. Bulunabilirlik etkisi toplumsal karar alma durumunda sürü psikolojisi ile açıklanabilmektedir.

1.2.5.6. Sürü Psikolojisi (Bandwagon Effect / Herd Behavior)

Globalleşen dünya standartlarında sebepsizce gerçekleştirilen birçok davranış bulunmaktadır. Bu davranışlardan en çok sergileneni ve en sık telaffuz edilenlerinden biri sürü psikolojisidir. Siyasi, sosyal, politik, ekonomik, ticari ve daha birçok alanda sürülen dünya popülasyonu, hem fikir olma eğilimindedir. Sınırlı bilgi doğrultusunda hata riskini çoğulcu yapıda kabul edilebilir kılmak ya da popülasyonun yöneldiği kararın doğru olabileceğine inanmak olarak bilinen bu durum karşısında rasyonel davranması beklenen bireyler sınırlı rasyonellik gösteren bir tutum ile hareket etmektedir (Solomon, 1956). Gelişen dünyada her geçen gün teknoloji gelişmekte buna bağlı olarak yeni özellikler ve tasarımlar ile ürün çeşitliliğini arttırmaktadır. Belirli markaların yeni ürünlerini almak için mağazaların önüne uzun kuyruklar oluşması ve saatlerce beklemesinin ardından, yaşanan tüketim çılgınlığının temelinde sürü psikolojisi ile hareket eden bireyler bulunmaktadır (Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı, 2018). Türkiye’de 10 Nisan 2020 tarihinde İçişleri Bakanlığı tarafından yayınlanan “Sokağa Çıkma Kısıtlaması” konulu genelge sonrasında insanlar marketlerde, petrolerde ve fırınlarda uzun kuyruklar oluşturmuştur (Türkiye Cumhuriyeti İçişleri Bakanlığı, 2020).

Dışarıda bulunan insanlar birkaç kişinin sırada olduğunu görerek sıraya girmiş ve daha sonra orada oluşan kalabalığı gören herkes sokağa çıkma yasağı sürecinde ihtiyacı olabileceğini düşünerek, sürü psikolojisi ile kuyruklar oluşturmuştur. Sıranın uzadığını gören her birey ihtiyaç duyabileceği düşüncesi ile kuyruktaki diğer bireyler gibi sıraya eklenmiştir. Bireyler sokağa çıkamayacaklarını ve bazı ürünlere ihtiyaçları olacağını düşünebilecek kadar rasyonel davranış sergileyerek alışveriş yapmak istemektedirler. Yine aynı bireyler 2 günlük sokağa çıkma yasağı sürecinde; hangi ürüne ne miktarda ihtiyaç duyabileceği düşünmeden alışveriş yapabilecek kadar sınırlı rasyoneldir (Çakıroğlu, vd., 2020). Pandemi sürecinde sınırlı rasyonellik ile sürü psikolojisi etkisinde birçok davranış gösteren bireyler, bazı davranışları pandemi süreci sonrasında alışkanlık haline getirmiştir.

1.2.5.7. Hazır Bulunan Seçenekler Yatkınlık (Default Effect)

Bireyler yaşantıları sırasında farkında olmadan sayısız karar verme eylemi gerçekleştirmektedir. Karar verme işleminin gerçekleştirilmeyip olduğu gibi kabul etmiş oldukları ya da değiştirmeye erindikleri birçok örnek bilimsel incelemeler neticesinde kaleme alınmıştır. Telefon zil sesleri, sözleşme türevlerinin altında bulunan maddeler, gizlilik bilgilendirme formları, aydınlatma metinleri, değiştirilebilir hazır seçenekli kararlar olarak karşımıza sıklıkla çıkmaktadır. Daha önceden belirli bir otorite tarafından verilen kararı kabul etme eğilimi olumlu ve olumsuz birçok sonuca gebe bir şekilde karşımıza çıkmaktadır (Thaler ve Sunstein, 2009). Telefon ve bilgisayarlara uygulama yüklemesi yaparken otomatik kısayol oluşturma seçeneği seçili bir şekilde kurulum paketi indirilmekte ve genellikle zarar vermeyen bir yapıda görüldüğü için değiştirilmemektedir. Özellikle mobil cihazların ara yüzlerinde bulunan uygulama kısayolları batarya tüketimi, işlemci kullanımı, ekranda sınırlı alan kullanımı gibi olumsuz sayılabilecek sebepler yaratmaktadır. Öte yandan kişilerin aklına gelmeyen fakat kişisel ve toplumsal faydayı destekleyen hazır seçimlerde mevcuttur.

Bir durum ya da olay karşısında herhangi bir dışsal etken bulunmadığı sürece var olan pozisyonu koruma eğiliminin bilinçli veya bilinçsiz şekilde devam ettirilmesidir. Bulunulan konumu muhafaza etmeye devam etme kararı dışında herhangi bir karar almadan, içsel olarak daha önceden tercih edilen ve hazır bulunan seçeneğe yatkınlık gösterilmesidir. Örneğin; bireysel emeklilik sistemine katılım gerçekleştiren bireyler her ay belirli tutarın otomatik olarak gelirlerinden kesilmesini kabul etmektedir (Türkiye

Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı, 2018). Herhangi bir dışsal etkenle ya da zorunlukla karşı karşıya kalmadığı süreçte sistemden ayrılmayı veya başka bir banka ile çalışmayı düşünmemektedirler. Başka bir bankaya geçmek istediğinde ise; karar tuzaklarından bir diğeri olan yemleme tekniği ile müşterinin uzun süreli sadakatini devamlılığını sağlamayı hedeflerler.

1.2.5.8. Sahiplik Etkisi (Endowment Effect) & İKEA Etkisi (IKEA Effect)

Toplumsal ve kişisel olarak sahip olunan çeşitli kültürler ve gelenekler bulunmaktadır. Toplumsal kimliğin ve kişisel karakterin oluşumundaki en önemli etkenlerin başında gelen bu kültürlerin benzerlikleri olsa da farklı şiddetlerde yankılanmaktadır. Aidiyet duygusu korumacılık ve sahiplik olgularını beraberinde getirmektedir. Bu sahiplik olgusu kapsamında, benim/bizim olarak nitelendirilen hemen her şey değerli görülmektedir. Finansal bedeli olsun olmasın, elde bulunan eş değer olandan daha değerlidir. Mal ve hizmetler ile kurulan psikolojik bağın bedelinin finansal yansıması sahiplik etkisi (Thaler ve Sunstein, 2009) olarak nitelendirilmiştir.

Örneğin; kapalı gişe bir müzik resitaline muhakkak gitmek istiyorsunuz, elinizde 200 TL değerinde fakat 500 TL ödeyerek aldığınız bir biletiniz bulunmakta ve sizden daha çok gitmek ama gidemeyen farklı birisine bu bileti 3000 TL'ye satmayı kabul ediyorsunuz (Kahneman, 2011b). Burada sahip olmak için değer biçtiğiniz bilete sahip olduktan sonra, bir başkasına satarken daha yüksek meblağ belirlemenizin sebebi sahip olduğunuz şeyi satarken bilinçsizce sahip olma duygusunu ve buna bağlı elde edilen faydayı da satıyor olmanızdır. Birçok insan sürekli olarak satın almadığı gayrimenkullerde ve emtiada satış yaparken alış fiyatı ve kâr marjının da üzerinde fiyat belirlemektedir.

Günümüzde internet alışverişinin artmasıyla birlikte; aksesuar, gıda, giyim, kozmetik, temizlik gibi küçük paketlere sığabilecek birçok ürünü online alışveriş sitelerinden temin edilir bir hal almıştır. Büyük boyutlarda olan mobilyalar ise; paketleme kolaylığı ve kargo gönderimlerinin daha kolay yapılabilmesi için ürünleri demonte olarak göndermektedir. Demonte olarak gönderimi sağlanmasının sebebi bununla kalmayıp, “İKEA Etkisi” (IKEA Effect) ile açıklanabilmektedir (Thaler ve Sunstein, 2009).

Herhangi bir mağazasından alınan ürünün demonte olarak gönderildiği bir durumda, alınan bu ürün kılavuzuna uygun olarak birleştirdikten sonra nihai ürün elde edilmektedir. Elde edilen nihai ürün onu montajlayan kişi tarafından sahiplenilmektedir.

Burada sahiplik etkisini yaşatan temel olay; bireyin ürünü birleştirirken İKEA etkisinde olmasıdır. Demonte ürünlerin montajı sonrasında yaşanan başarı hissiyatı davranışsal bir durum olup, pazarlama başta olmak üzere birçok alanda kullanılmaktadır. Başarılı bir şekilde İKEA etkisinin amacına hizmet eden birey; ortaya çıkan ürünün kendi başarısı olduğunu savunarak sahiplik etkisine uygun bir davranış gösterir (Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı, 2018). Aynı tip ürünleri artık demonte olarak alıp montajlayarak, sahiplik duygusunu başarısı ile süsleyerek dolaylı yoldan statüko etkisine de uyum sağlamaktadır.

1.2.5.9. Yemleme Etkisi (Decoy Effect)

Karar verme eylemi sonrasında karardan etkilenecek olan kişiler, kurumlar ve kuruluşlar ellerindeki sınırlı bilgiyi ve karar alma tuzaklarının efektif bir şekilde kullanarak fayda beklentilerini optimize etme çabası içerisindeyler. Genellikle alternatif seçeneklerin dezavantajlı olduğuna vurgu yapılarak asıl verilmek istenilen seçeneğin olumlu yönleri göz önüne serilir. Yemleme etkisi (Dumludağ vd., 2018) diğer karar vermeyi etkileyen sürü psikolojisi, çerçeveleme etkisi, sahiplik etkisi gibi güçlendirilerek mal ve hizmet alımı başta olmak üzere bireysel ve toplumsal tercihlere yön vermektedir.

Sinema denildiğinde akla ilk gelenler kuşkusuz, güzel bir film ve patlamış mısır olmuştur. Birbirini tamamlayıcı nitelikteki bu hizmet ve mal ikilisinin zihinsel bir yöneliş olduğunu kabul etmekle beraber, kararsız kalınan nokta genellikle patlamış mısırın boyutu olmaktadır. Bu noktada devreye pazarlama stratejileri girmektedir. Küçük boy 10 TL ve büyük boy 25 TL olarak patlamış mısırların ilk etapta küçük ve büyük boy olarak sunulduğu düşünüldüğünde; bireyin küçük boy olanı tercih etme ihtimali yüksektir. Çünkü 2 adet küçük boy alarak 1 adet büyük boydan daha düşük ücret ödeyecektir. Fakat bireylere seçenekler genellikle 3 farklı boyutta sunmaktadır. Patlamış mısır boyut ve fiyatları; küçük boy 10 TL, orta boy 20 TL, büyük boy 25 TL olarak belirlendiği bir durumda birey, satın alma kararını büyük boydan yana kullanır. Burada yemleme etkisi altına almak amacı ile sunulmuş olan orta boy patlamış mısır, büyük boy patlamış mısıra göre dezavantajlı olacağı için bireyler kararlarını büyük boydan yana kullanırlar (Smith J. , 2015).

1.2.5.10. Son Tarih Belirleme Etkisi (Setting Deadline)

Globalleşen dünyada gün geçtikçe karar verme işleminin günlük ortalaması yükselmektedir. Hiç kuşkusuz teknolojinin ve popülasyonun hızlıca gelişmesinden kaynaklanan bu bilişsel yoğunlukta çağımızın kronik davranışı erteleme olarak göz önüne çıkmaktadır. Uyanmayı ertelemek, kitap okumayı ertelemekte, birilerini ziyaret etmeyi ertelemek, sıradan bir telefon görüşmesini ertelemek gibi birçok ertelenen basit günlük davranışlar hayatın rahatsız etmeyen bir parçası olarak devam etmektedir. Herhangi bir uyarıcı veya güçlü bir hatırlatıcısı olmayan ikinci plana itelenmiş bu davranışlar dışsal bir dürtme ile ani bir örnek arz etmeye başlamaktadır. Sorumsuzluk, plansızlık, umursamazlık gibi genel davranışların ana yapısını oluşturan etkenlerde belirli bir kısıtlamaya maruziyet durumunda ortaya çıkan etkiye son tarih belirleme etkisi denilmektedir (Ariely, 2010).

İş hayatında ve sosyal hayatta bel kemiği niteliğindeki zaman yönetimi konusunda kendi disiplinini oluşturmak konusunda birçok insan zorlanmaktadır. Ertelenmiş işler bütünü altında ezilmekten korkarak yüksek bir motivasyon ile başlanıp beklenenden daha uzun sürmüş olan sorumluluklar ya da bitim tarihi belirsiz olan hiç tamamlanamamış olan görevler hemen herkesin hayatında bulunmaktadır. Bireyler gündelik hayatlarında bir alışkanlığı kazanmak ya da bir bağımlılıktan kurtulmak için kendilerini şartlandırmanın dışında son tarih belirleyerek hedef-süreç ilişkisi içinde kendini disiplinize ederek etkin bir zaman yönetimiyle başarılı bir sonuç elde edebilmektedir.

Ariely tarafından yapılan bir deneyde 3 farklı sınıfa 3 farklı ödev vererek farklı teslim tarihleri ve farklı teslim şartları sunulmuştur. Birinci sınıfa; ödevleri teslim etmek istedikleri tarihi belirlemelerini ve belirlenen bu tarihten önce getirilen ödevleri kabul edeceğini fakat belirlenmiş olan son teslim tarihinden itibaren yaşanan her günlük gecikme için 1 puan daha düşük not vereceğini söylemiştir. İkinci sınıfa; ödevlerin dönemin son dersinden önce istenilen herhangi bir zamanda teslim edilebileceğini söylenmiş başka herhangi bir şey söylenmemiştir. Üçüncü sınıfa; ödevlerin hangi günler de getirilmesi gerektiği söylenmiş hiçbir şekilde gecikme ve erken teslim ile ilgili bilgi verilmemiştir. Dönem sonu geldiğinde 3 grupta ödevlerini tamamlamış ve ödevleri doğrultusunda puanlanmıştır. Sırası ile; kısmi esnek, tam esnek ve esnek olmayan şekilde koşullara bağlı alınan puanlarda zaman belirtmenin önemini gösterir nitelikte olmuştur. En başarılı olan sınıf; 3 ödevinde teslimi için belirli tarihler verilenler olurken, esnek bırakılan ve dönem sonuna kadar ödev teslimi yapabilecek olanlar en düşük

puanları almıştır. Tarihleri kendileri tarafından belirlenen kısmi zaman esnekliği olan birinci sınıf nispeten ortalama puanlar almıştır (Ariely, 2010: 128). Ariely tarafından gerçekleştirilen bu deneye göre; son tarihi belirli olan bir olay veya durum karşısında bireylerin zihinlerinin zaman kaynaklı bir baskıyla kararlarını ve davranışlarını daha disiplinli bir şekilde verdiği sonucu çıkarılmıştır.

1.2.5.11. Temsiliyete Bakararak Karar Verme Etkisi (Representative Heuristic)

Cevap aranan soru ve sorunlar ile karşılaşan bireyler karar verme aşamasında ellerindeki sınırlı bilgiler ve tahmin yeteneklerini kullanarak kararlarını olabildiğince doğru ve faydalı şekilde vermeye çalışırlar. Birey kararındaki hata payını düşürebilmek için sınırlı bilgilerinin yanı sıra tahminlerini gerçekleştirirken kendi içsel dünyalarında ve zihinlerindeki belirli yargılara bağlı olarak düzenleme ve değerlendirmelere tabii tutar. Bilgi edinimi öncesinde bu yargılamalara ve değerlendirmeler kişinin hayatındaki önyargılarının yoğun bir şekilde dışı vurumu ve verilen ön bilginin kişideki çağrışımı ile yakından bir alakaya sahiptir. Sınırlı rasyonaliteye ve beklenti teorisine bağlı olarak gerçekleştirdiği bu durum değerlendirmesi sonucunda tahmin etmesi beklenen bilginin kişide neyi temsil ettiğini verdiği karar doğrultusunda öğrenmek mümkündür (Kahneman, 2011a, s. 146).

1.2.5.12. Kendine Hizmet Eden Sapma (Self-Serving Bias)

Kavramsal olarak kişilerin kendini pozitif hissetmesi ve özgüvenlerinin tatmin edilmesi A. Smith'in Ahlaki Duygular Kuramı adlı eserinden de hatırlandığı gibi takdir edilme ve örnek gösterilme güdüsüyle meydana gelmektedir. Bir durum ya da olay karşısında elde edilen başarı ve takdir edilebilecek olan davranışlar kişinin kendi bilgi birikimi ve tasarruflarından kaynaklı olduğu gerekçesi öne sürülerek (Forsyth, 2008), başarısızlıklar ve tecrübe eksikliğinden meydana gelen hataların gerekçesi ise başkalarının başarısızlığı ve hatalı davranışlarının sonucu olarak nitelendirmektedirler. İnsanların doğası gereği öz güvenlerini destekleme gereksiniminde bulunurlar ve bu doğrultuda kendilerini övmeyi yahut bir başkasının kendisi hakkında pozitif bir şeyler söylemesini içten içe daima istemektedirler.

Öte yandan bireyler başarısızlıkları ile gündeme gelmekten pek hoşnut olmazlar. Bunun sebebi öz saygılarının ve toplumsal saygınlık statülerinin zedelenmesinden mutsuz

olurlar. Yapılan her tespit ve genellemeden ayrışan bireyler olduğu gibi bu durum karşısında da aykırılıklar meydana gelmekte ve karamsar, kronik psikolojik sorunları olan, öz güveni düşük ve mükemmeliyetçi yapıdaki bazı bireylerde durum farklılık gösterebilmektedir. Hatanın daima kendinde olduğunu, yanlış öz benliklerinde bulduklarını ve dışsal bir etmeden meydana gelebilecek olumsuzluklarda dahi ben merkezli hata olarak kabul edebilmektedirler. (Weiner, 1985).

Örnek vermek gerekirse; 100 üzerinden değerlendirilen bir sınavda bir öğrenci 100 tam puan aldığı durumda “ben 100 aldım” diyerek kendi başarısını karşısındakinin takdirine sunmakta iken, aynı öğrenci düşük diye nitelendirilen 40 puan aldığında “hoca bana 40 puan verdi” olarak sunmaktadır. “Ben aldım” ve “hoca verdi” kavramları incelendiğinde birinci durumda ben merkezli bir başarı arz edilirken, ikinci durumda hataları yapan kişinin kendisi olduğunu perdeleyerek düşük notun hoca tarafından verildiği ve bu sebeple başarısız olduğunu lanse etmektedir. Bu durum 1975 yılında Miller ve Ross tarafından başarının benimsenmesi, hataların ötekileştirilmesi olarak açıklanmıştır (Miller ve Ross, 1975). Bireyler durum ve olaylar karşısında genelde optimist bir tutum ile bekler ve olaylar beklenen gibi sonuçlanmadığı zaman gerekçe olarak genellikle dışsal faktörleri ortaya koyarlar.

1.2.5.13. Odaklanma Etkisi (Focusing Effect)

İnsanın en iyi öğretmeni şüphesiz kendisidir. Bireyler yaşam boyunca teorik ve uygulamalı birçok bilgi edinmektedir. Edinilen bu bilgilerin kullanılıp, sonuçlarını hata ve doğru olarak ayırt edilip, kabul edilmesiyle elde edilen tecrübeler, bir sonraki benzer durumlarda pratiklik göstererek hatadan kaçınma ve doğru olana yönelme eylemi ile hem zamansal hem doğru odaklı bir bilişsel bir sistematik oluşturacaktır. Merkeze alınan bir olgunun her durumda fayda sağlayacağını iddia etmek ispatlanamaz bir durumdur. Odaklanılan bilgi çerçevesi dışında bir durumla karşı karşıya kalındığında bilişsel sistematik yetersiz kalmaktadır.

Schkade ve Kahneman tarafından yapılan bir araştırmada; “*Kaliforniyalılar mı, yoksa Orta Batılı Amerikalılar mı daha mutlu*” diye bir grup insana soru sorulmuştur. Bireylerin bir kısmı Kaliforniyalı bir kısmı Orta Batı Amerikalı olmasına rağmen genel kanı Kaliforniyalı insanların daha mutlu olduğu yönündedir. Bireylerin bu iki bölgeyi kıyaslamak için akıllarına ilk gelen bilgi; Kaliforniya’da daha güneşli bir havanın olması ve daha rahat yaşam seçenekleri sunmasıdır. Sınırlı bilgi ile karar verme eylemini

gerçekleştirirken; Orta Batı Amerika’da deprem riskinin daha az olması, daha düşük suç oranları ile daha mutlu olabilmeleri düşünülemezdir (Schkade ve Kahneman, 1998).

Mutlu olma kavramı öznel yargılar çerçevesinde kişiden kişiye değişkenlik gösteriyor olsa bile günümüz şartlarında belirli kriterlerce sınırlandırılmıştır. Küresel Mutluluk Endeksi, ilk kez 1 Nisan 2012 yılında Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Komisyonu (UNDP) tarafından yayınlanmaya başlanmıştır (Royal Government of Bhutan , 2012). Piyasacı yaklaşımda alışlagelmiş Gayri Safi Milli Hasıla (GSMH) ve İnsani Gelişme Endeksi (İGE) gibi sayısal ve istatistiksel hesaplamalara, psikolojik unsurlar ekleyip; küresel mutluluk endeksine bakarak daha gerçekçi sonuçlar elde edilebilmiştir. Ülkelere belirli ölçütler sonucunda puan veren bu sistemde; Kişi başına düşen GSYİH, sosyal destek, sağlıklı yaşam beklentisi, cömertlik, yaşayış biçiminde özgürlük, yolsuzluk algısı gibi birçok alanda, çok sayıda parametre kullanılarak hazırlanmaktadır (World Happiness Report, 2020).

Hazırlanan raporlar temel alarak bireylere, “Kosta Rika’da yaşayan insanlar mı daha mutlu yoksa, Rusya’da yaşayan insanlar mı” diye sorarsak; ekonomisinin daha gelişmiş olduğu ve global basında sürekli yer alan haberlerden dolayı, Rusya’da yaşayanların daha mutlu olduğu söyleyebilirler. Fakat, “2019 Küresel Mutluluk Endeksi” ne göre; Kosta Rika 7167 puan ile 12. sırada yer alırken, Rusya 5648 puan ile 73. sırada yer almaktadır (World Happiness Report, 2019). Bireyler gelişmiş ekonomiye sahip olan Rusya’nın aynı zamanda nüfusunun da kalabalık olduğunu ve Kosta Rika’da; sağlıklı yaşam beklentisi, yaşam seçimleri yapma özgürlüğü, cömertlik ve yoksulluk algısının Rusya’dan daha yüksek olduğunu bilmeden karar vermektedir. Burada görüldüğü üzere bireylerin odaklanma etkisi sonucunda; kısıtlı bilgi ve ülkelerin akla ilk gelen özelliklerini kıyaslayarak karar vermektedir (Helliwell vd., 2019).

1.2.5.14. Zihinsel Muhasebe (Mental Accounting)

Yakın geçmişte davranışsal iktisat alanındaki çalışmaları ile adından sıkça bahsedilen Thaler, finansal kararlar ile ilgili olan ve iç görüler meydana getiren zihinsel muhasebe ve irade kavramlarını yalnızca davranışsal ekonomi modellerini açıklamak için değil, klasik ekolünde yanıldığı öngörülerini cevaplandırmada da yardımcı olmuştur (Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı, 2018: 41). Zihinsel muhasebe kavramı bir işletmenin; muhasebesinden çok da farklı gerçekleşmemektedir. Bir işletme; gelirini, harcamalarını, tasarruflarını ve yatırımlarını iyi bir şekilde değerlendirmek için sıklıkla

muhasabe işlemlerini kontrol ederek karar almaktadır. Tıpkı işletmeler gibi bireylerde satın alma, gelir elde etme, tasarruf ve yatırım yapma gibi kararlarında zihinsel muhasabe yaparak olağan ya da olağandışı kararlar alabilmektedir.

Bağlam farklılıkları benzer durumlar karşısında karar verme eyleminin can alıcı noktalarından biri olabildiğini Thaler'in yerel perspektif kavramı ile açıklamak mümkündür. Örneğin; birey bilgisayar ve dergi almak istemektedir. Bilgisayar almak için dükkâna gittiğinde fiyatının 2000 TL olduğunu söyleyen satıcı, 15 dakikalık mesafede aynı bilgisayarı 1990 TL fiyat ile alabileceğini söylemektedir. Dergi almak üzere girdiği dükkânda derginin 20 TL olduğunu söyleyen satıcı, 15 dakikalık mesafede aynı dergiyi 10 TL fiyat ile alabileceğini söylemektedir. Bireyin bu koşullar altında alması gereken karar çeşitli parametrelerin süzgecinden geçerek verilecek olsa da ilk bakışta her iki durumda da bireyin 10 TL daha uyuca ürün alıp 10 TL'sinin cebinde kaldığı aşıkardır. Sunulan çerçeve ve kişinin mevcut durumu, olası kazancı gibi çeşitli etkenler göz önüne alındığında sonuç değişmemektedir.

Farklı bir sonuç elde edebilmek için yerel perspektifte referans noktası ve içerisinde bulunulan durum ile mümkündür, kişinin kar edeceği miktar aynı olmasına rağmen; bilgisayar alırken elde edeceği kar ile dergi alırken elde edeceği kar ürünlerin fiyatlarının bağlamında ve referans noktalarında farklı kararlar almasını sağlayabilmektedir. Bilgisayar almak için 15 dakikalık uzaklıktaki dükkâna gitmeyen birey dergi almak için yarı fiyatını yakın bir karı kabul edip 15 dakika uzaklıktaki diğer dükkâna gidebilir (Thaler R. H., 1999).

Zihinsel muhasabede yanılsama olarak nitelendirilen bir diğer önemli nokta ise paranın ikame bir araç olarak kullanılmasında meydana gelmektedir. Klasik ekonomi de gelirin harcama, yatırım ve tasarruf kalemleri arasında esnek bir şekilde hareket edebildiği varsayılsa da uygulamada zihinsel yanılsamalar neticesinde tasarruf veya yatırım kararları katı bir tutum olarak karşımıza çıkabilmektedir. Tasarrufunda belirli bir miktar parası olan birey, ihtiyaç halinde nispeten daha yüksek faiz oranına sahip kredi kartını kullanabilmesi zihinsel muhasabe yanılgısı olarak çoğu zaman günlük yaşantımızda tanıklık ettiğimiz bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır (Thaler ve Sunstein, 2009: 51-60). Tabi ki bireyler her zaman bu tutumu sergileyecek diye kesin bir yargıda bulunmak mümkün değildir. Fakat bu tutumu bireyin kredi kartını her ne sebeple olursa olsun sonuna kadar kullanacağını ve tasarruflarının tüketiminden kaçındığını söylemekte mümkündür ancak burada klasik ekonomi çıkmaza girmekte çünkü bireylerin

rasyonel olduğunu varsayarken aynı bireylerin ay sonuna kadar kredi kartını iradesiz bir şekilde kullanması bireyin kişisel kontrolünü iradesine karşı mağlup etmesi demektir (Thaler R. H., 1999: 188-193). Benzer örnekler, dünyada ve Türkiye’de kamu ve özel sektörlerde karşımıza çıkmaktadır.

Dünya genelinde birçok alanda davranışsal ufak dokunuşlar ile gerçekleştirilmiş örnekler bulunmaktadır. Türkiye’de kamu politikası kapsamında uygulanmış örnekleri mevcuttur. Bu uygulamalar; toplumsal yardım kampanyaları ve nakdi bağışlar gibi transfer harcamaları ile eğitim politikaları, para politikaları, vergi politikaları gibi bakanlıklar çerçevesinde gerçekleştirilmiş, davranışsal unsurlar içeren kamu politikalarıdır.

1.3. Davranışsal İktisat ve Uygulamaları

İktisat biliminin yanıt aradığı sorulardan biri olan “kim üretecek?” sorusuna cevap verecek olursak, aslında bu mal ve hizmetlerin kamu sektörü tarafından mı yoksa özel sektör tarafından mı üretileceğidir. Kamu tarafından üretildiğinde mal türleri; kamusal, yarı kamusal, özel vb. şekilde çeşitlendirilebilirken, özel sektör tarafından üretildiğindeyse; yarı kamusal ya da özel mal olarak değer kazanmaktadır. Kamusal mallar niteliği gereğince; tüketiminde rekabet olmayan, fiyatlandırılmayan, faydası bölünemeyen, tüketimi zorunlu tutulabilen, finansmanı devlet ve kamu kesiminden elde edilen, kar amacı gütmeyen mal ve hizmetler bütünüdür (Samuelson, 1954). Özel mallar ise; tüketiminde rekabet olan, fiyatlandırılabilen, faydası bölünebilen, tüketimi zorunlu tutulamayan, finansmanı mal ve hizmet sağlayıcının sermayesi olan mal ve hizmetler bütünüdür. Ana akım iktisadi görüş bireyleri tek tip değerlendirmektedir. Oysa kamusal mallara her bireyin farklı bir talep yoğunluğu bulunmaktadır. Kamu politikalarını uygularken, toplumu olabildiğince sosyoekonomik ve psikolojik etmenlere göre incelemek gerekmektedir. Bireylerin kamu politikalarına uyumu oldukça önem arz eden bu noktada davranışsal kamu politikalarının önemi giderek artmaktadır.

Günümüzde davranışsal iktisadi devletler politika üretim sürecine dahil etmek amacıyla birimler oluşturmaktadır. Oluşan bu birimler davranışsal politikalar için çeşitli projeler hazırlamaktadır. Bu bağlamda devletler maliye ve para politikası üretiminde bireylerin tercihlerindeki psikolojik faktörleri göz önünde bulundurarak politika üretmeye çalışmaktadırlar. Devletlerde kendilerine, yardımcı birimler oluşturarak gelişmeleri yakından takip etmekte ve davranışsal kamu politikasına ilişkin çalışmalarda; güdülere

ve isteklere dayanan davranışlara göre hareket etmektedir. Kamu politikaları belirli bir sonucu hedefleyerek hazırlanmaktadır. Kamu politikaları değerlendirirken; hedeflenen sonuca ulaşıp ulaşılamadığını davranışsal kamu politikalarında gözlemlenebilmesi olasıdır (Gilad vd., 1984: 5-6).

Davranışsal kamu politikaları kullanılarak; bireylerin davranışlarını değiştirebilecek yeni politikalarla tasarlanmaktadır. Ayrıca, hali hazırda uygulanan politikaların etkinliği arttırılmakta ve uygulama sahası genişletilmektedir (Chetty, 2015). Dünyada 2018 yılı itibariyle en az 202 kamu kuruluşu kamu politikası oluşturma sürecinde davranışsal içgörü takımı ile çalışmalar yürütmektedir (Halpern ve Sanders, 2016: 62). Tam rekabet piyasası amaçlayan politikalarda; asimetrik bilgi, firma fiyatlaması, piyasaya giriş çıkış serbestliğinin ortadan kalkması, kamusal mallar, dışsallıklar vd. piyasa başarısızlığının temel sebebi olarak karşımıza çıkmaktadır. Ekonomide meydana gelen piyasa başarısızlığını gidermek ve piyasaların etkin çalışmasını sağlayabilmek için devlet, kamu politikaları aracılığıyla müdahale etmesi gerekmektedir. Para politikası araçları ile müdahale öngörülüyorsa, kısa dönemli bir müdahale söz konusudur. Uzun dönemli bir müdahale söz konusu ise maliye politikası araçlarından yararlanılmaktadır.

Hem kısa dönemde uygulamaya geçirilmesi hem de uluslararası ekonomilere etkisi açısından para politikası araçları yanı sıra maliye politikaları aracılığıyla da piyasalara müdahale edilebilmektedir. Maliye politikaları ile piyasa başarısızlığını giderebilmek için; vergi ve sübvansiyonlar ile piyasadaki fiyatlandırmaya müdahale edilmesi, asimetrik bilginin giderilmesi, piyasa giriş çıkışlarının düzeltilmesi, üretimin denetlenebilmesi gibi iyileştirici müdahaleler uygulanabilmektedir. Kamu politika yapıcıları; ana akım iktisatçıların belirttiği gibi, bireylerin tamamen rasyonel olduğunu, üretimde ve tüketimde fayda/maliyet analizleri doğrultusunda karar verdiklerini kabul etmektedirler (Madrian, 2014: 664). Oysa gerçek hayatta bireyler; psikolojik birçok unsurdan etkilenerek, davranışlarında ve kararlarında sınırlı rasyonel oldukları görülmektedir. Bu doğrultuda; sınırlı rasyonellik ve psikolojik etkenler piyasa başarısızlığının bir sebebi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Diğer bir önemli husus ise; bireylerin belirsiz risklere karşı aldıkları tedbirler, risk büyüklüğü ve riskin gerçekleşme olasılığı gibi durumlarda karar vermesidir. Kamu politika yapıcıları da birer birey olduğu için oluşturdukları politikalarda sınırlı rasyonel davranışlar sergiledikleri görülmektedir. Örneğin; kamu politikalarını belirlerken, riskin

belirsizliği noktasında gereğinden fazla tedbir alarak kaynak israfına yol aması ya da büyük risklerin gerçekleşme olasılığının kk risklerin gerçekleşme olasılığına göre daha düşük olduğunun yanılığı gibi psikolojik yanlılıklar ve sınırlı rasyonellikle örtüşen politik kararlar verilebilmektedir (Viscusi ve Gayed, 2015: 973-999). Bu tür yanlılıklar göz önünde bulundurularak oluşturulan davranışsal kamu politikaları sayesinde amaçlanan hedeflere ulaşılıp ulaşılmadığı incelenmektedir. Davranışsal kamu politikaları bireylerin güdülerine ve isteklerine bağlı olarak şekillendirildiğinde daha somut ve gerçekçi sonuçlar elde edebilmektedir.

Ana akım iktisat devlet müdahalelerinin, ekonomiye negatif dışsallık getirdiğini savunmaktadır. Buna karşılık davranışsal iktisatçılar; kamunun ekonomiye müdahale etmesi gerektiğini, bu müdahaleyi bireylerin psikolojik yanılığlarını ve sınırlı rasyonelliğini göz ardı etmeden hazırlaması gerektiğini savunmaktadır (Altman, 2008). Kamu politikaları bireylerin alışkanlıklarını ve kalıplaşmış davranışlarını değiştirmeyebilir. Uygulanan davranışsal politikalarda amaç; bireylerin geçici süreliğine alışkanlıklarının ve kalıplaşmış davranışlarının dışına çıkararak kamu politikasına uyum sağlamasıdır. Bireyler içselleştirdikleri davranışları ve bağımlılıkları doğrultusunda karar verme eğilimindedir. Negatif sonuçların temel sebebi olarak görülen yetersiz bilgi giderilse dahi, bireyler irade sebebi ile alışkanlıklarına devam etmektedir (Dolan vd., 2010: 4, Loewenstein ve Haisley, 2008: 211-212).

Kamu politikaları uygulanırken hedeflenen sonucun talep edilme şiddeti farklılık göstermektedir. Kamu, müdahalesinden mutlak pozitif sonuçlar beklediği durumlarda; vergi miktarını arttırabilir, ek vergiler getirebilir, yasaklarla bireylerin tercihlerinin çeşitliliği azaltabilir ve hukuki yaptırımlarla istenilen sonuca ulaşılabilir. Bireylerin tercihleri bilgi yetersizliğinden dolayı kamu politikası ile örtüşmüyorsa, kamu müdahalesi gerçekleştirilirken daha çok bilgilendirme ve bilinçlendirme ile bireylerin tercihlerini şekillendirebilmektedir. Kamu müdahalesi bireylerin seçeneklerine dokunmaksızın, bilişsel unsurların algılanmasında ve yorumlanmasında farklılar meydana getirerek, bireylerin politik uyumu hedeflenmektedir (Arad ve Rubinstein, 2018: 311-312).

Kamu politikaları çeşitli politika araçları ile meydana gelmektedir. Davranışsal kamu politikalarının araçları; davranışsal finansal teşvikler, dürtme ile hazırlanmış politikalar, bilgi temelli davranışsal unsurlar içeren teşvik ve sbvansiyonlardır. Çünkü bireyler, geleneksel ekolün varsaydığı gibi rasyonel bireyler değildir. Sınırlı rasyonel bireyler, politikalardaki drtmeler aracılığıyla, rasyonel birey varsayımı ile inşa edilmiş

olan politikalara uygun hale getirilmiş olacaktır. Ayrıca davranışsal kamu politikalarına uyum sağlarken; kararsız bireylerin tercihlerinin maliyetleri ve sağlanan fayda açısından da verimli bir sonuç elde etmiş olacaktır (Madrian, 2014: 676). Burada “dürtme” politikanın uygulanabilmesi için yasaklamalar ve sert tedbirler uygulamak yerine davranışsal unsurlar kullanarak politikalarda ufak ve basit düzenlemeler yapılması anlamındadır. Bir uygulamanın dürtme olabilmesi için yasaklayıcı olmaması, baskıcı bir şekilde dayatılmaması gerekmektedir. Politikaya uygun olan duruma teşvik edici bir tutum sergilerken, bireyin diğer seçenekleri tercih edebilme özgürlüğünün kısıtlanmamalıdır.

Politikalarda bireylere sunulan tercihler ve tercih çeşitlilikleri önem arz etmektedir. İlk bakışta tercih çeşitliliği bireylerin kendilerine en uygun politikayı tercih edeceği düşüncesini akla getirirse de aksak rekabet piyasalarında olduğu gibi; bireyler tüm seçenekleri sınırlı rasyonellik ve asimetrik bilgi çerçevesinde değerlendirecek ve en verimli olan politikayı tercih etmede zorlanacaktır. Bu gibi durumlarda bireylere yönelik bilişsel tuzaklardan, zihinsel yanlılıklardan, psikolojik unsurlardan ve alışkanlıklardan faydalanılmalıdır (Kahneman, 2011, Hansen, 2016: 7-11)

Kamu politikalarını daha cazip hale getirebilmek için çeşitli davranışsal unsurlardan faydalanılmaktadır. Kamu politikalarında finansal teşvikler aktif bir araçtır. Özellikle düşük ve orta gelir grupları etkisi altına almaktadır. Bireyler ve politika yapıcılar bu durumda iki yönlü olarak verimli sonuçlar elde edebilmektedir. Birey; politika kapsamında kendisinden bekleneni yaptığında parasal bir teşvikten faydalanacaktır. Aynı durumda politika yapıcılar; bireyin politikaya uygun davranışı sonucunda, politika uygulamasından istedikleri verimliliği elde edeceklerdir. Bu duruma “şartlı nakit transferi” denilmektedir (Kılıç, 2020). Dünya’da çeşitli örnekleri olduğu gibi kamu politikası kapsamında, Türkiye’de İŞKUR bünyesinde gerçekleştirilen İşbaşı Eğitim Programları (İEP) ve Mesleki Eğitim Kursları (MEK) şartlı nakit transferine örnek olarak karşımıza çıkmaktadır.

Davranışsal kamu politikaları inşa ederken; bireylerin önyargıları, algıları, toplumsal değerleri göz önüne alınarak gerçekleştirilmelidir. Kamu politikalarında finansal teşvikler bireyler için bir “dürtme” olarak değerlendirilebilir ve tasarımında davranışsal unsurlar içermelidir (Parke vd., 2011, Galizzi M. M., 2017: 420). Davranışsal kamu politikaları tasarlanırken, sadece tasarlanan politika için değil; daha önceden uygulanmaya başlayan ve halen devam etmekte olan politikalara, daha sonra inşa edilecek

olan politikalara da hizmet edebilmektedir. Bu duruma “davranışsal yayılma” denilmektedir. Davranışsal kamu politikalarının birden fazla girdisi ve birden fazla çıktısı davranışsal yayılma yaklaşımı sonucunda olmaktadır (Galizzi ve Whitmarsh, 2019: 1-2). Davranışsal yayılma; tasarrufların arttırılması, tüketimin azaltılması, mali yapının düzenlenmesi, vergi ahlakının oluşması gibi birçok konuda daha düşük maliyetli kamu politikalarına sebebiyet vermektedir.

Günümüzde dünyada davranışsal kamu politikaları belirleyici ve tamamlayıcı nitelikte uygulanmaktadır. Davranışsal kamu politikaları; “*pozitif sosyal etki*” ve “*davranışsal müdahalelerin sonuçlarının değerlendirilebilir olması*” ilkelerini benimsemiştir (Matjasko vd., 2016, Benartzi vd., 2017). Rastgele kontrollü deneyler gerçekleştirerek; bilişsel unsurlarla davranışsal müdahalelerin etkilerinin ölçümlenebilmesi ve verimliliğinin daha somut bir şekilde ortaya çıkarılabilmesi amaçlanmıştır.

Teknoloji ve iletişimin gelişmesiyle birlikte dünyanın herhangi bir yerinde gerçekleşen bir olay saniyeler içinde en uzak noktadaki bireyler tarafından bile bilinmektedir. Şüphesiz politika yapıcıları da diğer ülkelerin uyguladıkları politikaları takip edebilmektedir. Kamu politika yapıcıları, içerisinde buldukları toplumun sosyo-ekonomik ve psikolojik faktörlerini göz önüne alarak politikalar üretmektedir. Milliyetçilik duygusu yüksek bir topluma uygulanabilen bir politikanın, milliyetçilik duygusu diğer ülkelere kıyasla daha düşük olan bir toplumda uygulandığında; sonuçların nispeten daha az verimli olması muhtemeldir. Bu yüzden davranışsal politikalar üzerinde, toplumlara göre çeşitli revizeler gerçekleştirerek uygulanmalıdır. Dünya’da ve Türkiye’de davranışsal iktisat ve uygulamaları ile ilgili çeşitli bilgiler ve politika örnekleri mevcuttur.

1.3.1. Dünyada Davranışsal İktisat ve Uygulama Örnekleri

Davranışsal Kamu Politikaları Üniteleri gelişmiş birçok ülkede Başkanlık ya da Başbakanlık makamlarına bağlı olarak oluşturulmuştur. Alanlarda uzman ekonomistler ve kamu politikacılarının yanı sıra bilişsel, psikolojik, sosyolojik, nörolojik vb. alanlarda uzmanlaşmış kişilerle kurulan bu birimlerin ilki İngiltere’dedir (The Behavioural Insights Team, 2018). Davranışsal Kamu Politikaları Ünitelerinde kamunun alışlagelmiş, yasalaştırılmış ya da kanuni dayanaklar göz önüne alınarak hazırlanmış politikalar yerine, Thaler’in da dediği gibi küçük dokunuşlar ve dirsek temasları ile etki altına alınmıştır.

Günümüzde 200'ün üzerinde davranışsal kamu politikası çalışmaları yapan kurum bulunmaktadır (Whitehead vd., 2014). 2008 yılından itibaren; küresel çapta araştırmaları gerçekleştiren ilk davranışsal iktisat laboratuvarı Harvard Üniversitesi'ne bağlı olarak kurulan Ideas42, "The Paris Institute of Political Studies" (Science Po) ve London School of Economics and Political Science" (LSE) gibi akademik alanda çalışmalar yürüten birimler meydana gelmiştir.

İlk örnekleri Davranışsal İçgörü Takımı (Behavioral Insights Team – BIT) vergi borçlularına gönderilen tebligatlar üzerinde ufak değişiklikler gerçekleştirerek; "Sayın mükellefimiz" kelimeleriyle başlayıp, "borcunuzu ödeyin" kelimeleriyle biten yasal dayanaklı, cebri müdahaleli bir dil ile yazmak yerine, daha önceki borcunu zamanında ödediği ve bu borcunu da zamanında ödeyeceğinden kamu olarak emin olduğu ya da asil İngiliz vatandaşı vergisini zamanında öder gibi milliyetçilik ve üstünlük içgüdüsünü dürten farklı ve özelleştirilmiş bir üslup ile bilişsel bir temas sağlamış ve bunun başarılı meyvesini toplamıştır (Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı, 2018: 11-13).

Birçok yolu deneyen BIT kurucusu David Halpern 7 kişi ile başladığı ve başta İngiltere Krallığı olmak üzere ilerleyen süreçlerde diğer Davranışsal Kamu Politikaları Üniteleri oluşturan ülkelere de sorunlar, çözümler, gelişim gibi birçok konuda bu girişimine kamudan onay alabilmek için rastgele kontrol deneyleri, psikolojik etkenler ve radikal arttırıcılık (incrementalism) vb. aykırılıkları politikalara entegre ederek, kurulum için harcanan tüm finansal giderlerin 10 katını 2 yıl içerisinde geri kazandırma taahhüdü ile 500.000 dolar gibi kamu birimi olmak için küçük bir meblağ ile birkaç yıl içerisinde İngiliz kamu birimleri içerisindeki en önemli yatırımlardan biri olacak şekilde kurulmuştur (Halper, 2016). Radikal arttırıcılık tercih ederek; emek ve iyi analiz edilmiş bireysel çeşitliliği olan, belirli kategorilere ayrıldığında elde edilebilecek optimum hasılatı sağlayacak gruplar oluşturarak, köklü değişiklikler yerine küçük dokunuşlar ile minimum maliyet ve maksimum getiri gibi iki temel direnç ile şüphesiz herkes tarafından kabul edilebilirliği olan bir tutum sergilemişlerdir. Tıpkı yeni açılmış bir özel sektör işletmesi gibi ilk uygulamalarında büyük yenilikler ve değişimler peşinde olmamış, var olan uygulamalardaki bazı açık noktalardan ve yasal düzenlemedeki boşluklardan faydalanarak küçük fakat süreklilik arz eden uygulamalar ile hedeflenen kamu geliri hasılatı için yönetimi ve yönlendirmesi belirli sistemlere bağlı olan gelirlerin fonksiyonlarına yönelik uygulamalar geliştirilmiştir.

BIT hem ilk Davranışsal Kamu Politikası Ünitesi olmasının hem de hedeflenen kamu gelirlerinin toplanma başarısının olumlu ve olumsuz etkenlerini, bu süreçte karşılaştıkları hemen her sorunu ve çözüm yollarını “*Inside The Nudge Unit*” adlı kitapta APPLES kısmında anlatmıştır. Bürokratik desteğin politika yapımındaki ilk adım olduğunu ve bürokratları ikna ederken en önemli avantajlarının değişim ve yeniliğe açık bireylerden oluşan bir topluluğa karşı fikirlerini bildirdiğini belirtmiştir. İkincil olarak, politik desteğin sağlanması adımı ise; yine bürokratlarda olduğu gibi politikacıların davranışsal transformasyona pozitif tutum sergilemelerinin avantajından faydalanmaktadır.

Davranışsal politikaların en önemlisinin insan faktörü olduğunu göz önüne alarak, alanında ve etkileşimli diğer alanlarda donanımlı olan bireylerin bilgi birikimlerini karşılaştıkları durum ve kişilere yönelik fikir ve davranışları ile adaptif kişilerle gerçekleştirilmesi gerektiğini, göz ardı edilmemesi gereken yer faktörünü; kurumların lokasyon olarak birbiri ile dirsek temasında bulunması gerektiğini bunun bir çok maliyeti kısacağını ve daha hızlı etkileşim içerisinde politikalar üretip, çözümler bulabilmektedirler. Kanıt ve mukayese faktöründe; dezenformasyonun zirve yaptığı, kişilerin politik güven ve politik inanç konusunda ikame politikalar ile mukayesenin önemli bir nokta olduğunu, bütün bu bilimsel ve bilişsel sürecin temelinde bulunan akademik faktörün ne derecede önemli bir etken olduğunu vurguladığı referans niteliğinde bir kitap olmuştur (Halpern, 2015).

Davranışsal kamu politikaları inşa edebilmek için ülkeler çeşitli birimler oluşturmuş ve bazı ülkeler bu birimleri doğrudan kamu politikası yapım ekibine dahil etmiştir. İlk olarak 2010 yılında İngiltere’de kurulmuş olan BİT ve daha sonrasında; ABD kamu politikalarını davranışsal politikalar ile şekillendirebilmek için 2015 yılında, “*White House Social and Behavioral Sciences Team*” (Beyaz Saray Sosyal ve Davranışsal Bilimler Takımı – SBST) kurulmuştur. Avusturalya ve Asya Pasifi Bölgesinde aktif olarak kamu hizmetlerinde davranışsal politikalar uygulayabilmek için 2016 yılında, Avusturalya’da, “*Behavioural Economics Team of the Australian Government*” (Avustralya Hükümeti’nin Davranış Ekonomisi Ekibi- BETA) kurulmuştur. Ayrıca 2014 yılında bölgesel nitelikte olarak; “*The European Nudging Network*” (Avrupa Dürtme Ağı- TEN) kurulmuştur (Whitehead vd., 2014). Dünya genelinde birçok alanda davranışsal politika önerileri ve uygulamaları bulunmaktadır. Kamusal sorunların çözümü niteliğinde politikalar önerilmiştir. Dünya Bankası (2015) ve

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (Organisation for Economic Co-operation and Development – OECD) (2017) yıllarında yayınladıkları raporlarda; davranışsal kamu politikalarını gündemlerinde bulundurduklarını ve kamu politikası olarak önerdiklerini göstermektedir.

2015 yılında Dünya Bankası tarafından yayınlanan “*World Development Report 2015: Mind, Society, and Behavior*” adlı raporunda; yolsuzlukla mücadele, hanehalkı finansmanı, sağlık alanındaki iyileştirmeler, eğitimde süreklilik, verimlilik, su tasarrufu, hükümetlerin bireysel tercihleri biçimlendirmeleri gibi kamusal konuları ele almıştır (World Bank, 2015). 2017 yılında OECD tarafından yayınlanan “*Behavioural Insights and Public Policy*” isimli raporda; işsizliğin azaltılması, işgücü piyasalarındaki verimliliğin artırılması, enerji tasarruflarının artırılması, çevrenin korunması, vergi uyumunun artırılması gibi konularda davranışsal politikalar önerilmiştir (OECD, 2017).

Kamu müdahaleleri bakımından gelişmiş ve birçok gelişmekte olan ülke davranışsal içgörü takımı oluşturmaktadır. Dünya’da henüz davranışsal politikalarla ilgili bir birim kurulmadan önce de kamu politikalarında sıklıkla davranışsal unsurlara rastlamak mümkündür. Örneğin İngiltere’de BİT kurulmadan önce Adil Ticaret Ofisi; tüketici ve rekabet kanununun uygulanabilmesinde davranışsal politikalardan faydalanmıştır. Öte yandan kamu politikalarının yapımında davranışsal içgörü takımlarının önemli katkıları olmuştur. Bireysel Emeklilik Sistemi (BES) kapsamında dünyanın çeşitli ülkelerinde farklılıkları olmasına rağmen, Otomatik Katılım Sistemi (OKS) kullanılarak başarılı bir davranışsal kamu politikası gerçekleştirilmiştir. Bireylerin katılım için herhangi bir işlem yapmasına gerek kalmaksızın, OKS ile BES’e dahil edilmiştir. Ancak bireyler BES’ten ayrılmak istediklerinde ekstra bir başvuruda bulunmaları gerekmektedir. Yapılan bu çalışma neticesinde; İngiltere’de beş milyon birey daha tasarrufları ile emeklilik seçeneğinden faydalanmayı kabul etmiştir. Bireylerin emeklilik için, uzun vadeli bir tasarruf planını OKS aracılığıyla kabul etmesi davranışsal politikanın başarıyla gerçekleştirdiğini göstermektedir (Halpern ve Sanders, 2016: 54).

Kosta Rika Cumhuriyeti’nde ve Polonya’da vergi uyumu kapsamında benzer çalışmalar gerçekleştirilmiştir. Kosta Rika Cumhuriyeti’nde bir kontrol grubu ve iki deney grubundan oluşan toplam 12.515 kişilik bir topluluk incelenmiştir. Yapılan bu deneyde firmaların e-posta adresleri ve diğer birtakım üçüncü şahıs bilgileri kullanılmıştır. İnceleme kapsamında; kontrol grubuna herhangi bir ileti gönderilmezken, ilk deney grubuna davranışsal öğeler içeren bir e-posta gönderilmiştir. İkinci deney

grubuna da davranışsal unsurlar bulunduran bir e-posta gönderilmiş ayrıca diğer işletmelerin gerçekleştirdiği işlemlerle ilgili detaylı bilgi verilmiştir. Deneyin sonucunda ilk deney grubunun vergi beyannamesi vermesi %11,5'tan %32,5'e, ikinci deney grubu ise %34 seviyesine yükselmiştir. Polonya'da ise 2 farklı bölgede 31.929 vergi mükellefine yönelik gerçekleşmiştir. Kontrol grubuna hiçbir ileti gönderilmezken, bir kısım mükellefe Polonya vergi dairesi tarafından resmi bir hatırlatma iletisi gönderilirken, diğer deney grubuna davranışsal unsurlar ile hazırlanmış bir vergi hatırlatma iletisi gönderilmiştir. Deneyin sonucunda Polonya vergi dairesi tarafından hazırlanan resmi ileti %8 oranında vergi beyannamelerinde artışa sebep olurken, davranışsal unsurlarla hazırlanmış olan ileti %17 oranında vergi beyannamesi artışına sebep olmuştur (Behavioural Insights Team, 2016: 9, 66-69).

Güneydoğu Avustralya Bölgesi Davranışsal İç görü Birimi tarafından gerçekleştirilen bir çalışmada; FİTBİT takipçilerine kişiye özel olarak hazırlanmış günlük aktivite bilgilendirmeleriyle, nispeten daha az aktivite yapan kullanıcıların günlük 846 adım daha fazla atmasını sağlamıştır (Behavioural Insights Team, 2016: 77-78). Bu uygulama kapsamında bireylerin daha sağlıklı olması hedeflenmiştir.

2009 yılında ABD'de alınan bazı kararlarından davranışsal temellere dayalı olarak gerçekleştirilmiştir. Tüketicilerin özel olarak bilgilendirilmesi, emeklilik alanında yapılan yenilikler, sosyal güvenlik gelirlerinin arttırılması konusundaki çalışmalar, besin ürünlerinin etiketlemelerinde yapılan değişiklikler ve kredi kartı yasası kapsamındaki reformlarında davranışsal unsurlar içerek politikalar gerçekleştirmiştir (Lunn, 2014: 26).

Takip eden yıllarda verimli politikaların yanı sıra, 2015 yılında davranışsal temelli politikaları daha efektif tasarlayabilmek adına Sosyal ve Davranış Bilimleri ekibi kurulmuştur. Aile ve sağlık konularında çeşitli çalışmalar yapmıştır. Düşük gelir gruplarındaki ailelere çocuk eğitimi ve sağlık alanlarında politikalar oluşturmuş, aile içi şiddetin engellenmesi konusunda çalışmalar yapmıştır (Codagnone vd., 2014: 51, Matjasko vd., 2016: 14, OECD, 2017: 23-25). Davranışsal iktisat temelli uygulamalardan daha verimli sonuçlar elde edilmesinden dolayı politika yapımcıların son yıllarda daha etkin bir şekilde yararlanılmıştır. Bir diğer uygulamada; ABD'de 2015 yılında çocuk beslenmesine ilişkin çalışmalar yürütmek için ABD Tarım Bakanlığı adına Cornell Davranışsal İktisat Merkezi kurulmuş ve ilgili alanda faaliyetlere öncülük etmiştir. Çocukların eğitim alanlarında daha sağlıklı gıdalar tüketmesi için yasaklayıcı bir tutum yerine tercihlerini sağlıklı besinlere yöneltecek bazı düzenlemeler yapılmıştır. Süt

tüketiminde yağ oranı daha az olanın sunulması, çocukların sürekli kullandığı alanlarda fastfood yerine salata barlarının bulundurulması gibi basit değişikliklerle sağlıklı besin tüketimi arttırılmaya çalışılmıştır (Ly ve Soman, 2013: 14, Guthrie, 2019).

2013 yılında İngiltere’de, BIT ve İngiltere Ulusal Sağlık Servisi (NHS-National Health Service) başta olmak üzere 3 kamu kurumu desteğiyle organ bağışısı konusunda bir çalışma yürütülmüştür. Daha önce yapılan bir araştırmada (Behavioral Insights Team, 2013) her 10 kişinin 9’u organ bağışısını destekliyor ve her 3 kişinin 1’i organ bağışısında bulunduğu saptanmıştır. Bu çalışmada ehliyet kaydı yaptırmak ve araçların vergilerinin ödemek için ziyaret edilen, “Sürüş ve Araç Lisansı Ajansı (DVLA)” nın web sitesinde 8 farklı mesaj ile deney yapılmıştır. İlk mesaj kontrol grubuna uygulanmak üzere tasarlanmıştır. Bu mesajlar aşağıdaki şekildedir.

1. “NHS organ bağışısı listesine kayıt olun.”
2. “Her gün bu mesajı gören binlerce kişi kayıt olmaya karar veriyor.”
3. İkinci mesaj aynı yazılarak insan görseli ilave edilmiş.
4. İkinci mesaj aynı yazılarak kurum logosu ilave edilmiş.
5. “Yeterli bağışısı olmadığı için her gün 3 kişi ölüyor.”
6. “Organ bağışısı olursanız 9 kişiye kadar hayat verebilir ya da iyileştirebilirsiniz.”
7. “Bir organa ihtiyacınız olsaydı, bulabilecek miydiniz? Öyleyse diğerlerine yardım edin.”
8. “Eğer organ bağışısını destekliyorsanız, desteğinizi aksiyona dönüştürün.”

Gerçekleştirilen bu çalışmanın sonuçları incelendiğinde organ bağışısı olarak kaydolanların genel sonuçları %2,5 - %3 aralığında pozitif yönlü sonuçlar verdiği hesaplanmıştır. Deneydeki kontrol grubu %2,3 organ bağışısı olarak kayıt yaptırmıştır. Organ bağışısı olarak kaydolma oranı en yüksek olan grup 7. Mesajı görenler tarafından %3 olarak gözlemlenmiştir.

Dünya genelinde ehliyet alma başvurusu, motorlu taşıtlar vergilerini ödeme ekranları vb. birçok işlemler için doldurulan formlarda işaretlenmiş ya da otomatik katılım gösterilmiş olarak karşımıza çıkmaktadır. Organ bağışısı olma durumunda karşımıza çıkan “Hazır Bulunan Seçenekler Yatkinlık” (Default Effect) olarak bilinen davranışsal bir yapıdır (Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı, 2018, s. 142). Bireylere

başlangıçta organ bağışçısı olup olmadıkları sorulmadan hazır bir seçenek ile karşılayan bu tip formlarda, dilerlerse daha sonrasında belirli prosedürlere uygun olarak hazırlanan dilekçeleri ilgili kuruluşlara vererek bu durumu değiştirebilecekleri bilgisi verilmektedir. Verilen bu bilgiye rağmen birçok birey, hazır bulunana seçeneklere yatkınlık göstererek davranışsal bir karar mekanizmasına örnek olmaktadır. 2003 yılında Johnson ve Goldstein tarafından yapılan bir çalışmaya göre, organ bağışığı için form doldurarak gönüllü katılım gösterenlerin oranı, formlarda hazır olarak seçilmiş olan organ bağışıcılığı durumu; organ bağışçısı olmak istemeyenlerin ayrıca bir form vererek bu seçimin değişebileceğini bilen ülkelere göre oranları yüzdesel olarak daha düşüktür.

1.3.2. Türkiye’de Davranışsal İktisat ve Uygulama Örnekleri

Dünya tarihinde politikalar incelendiğinde; içerisinde davranışsal unsurlara rastlamak mümkündür. Günümüzde de hemen her ülke geliştirdiği politikalarda davranışsal unsurlar içermektedir. Türkiye’deki birçok gerçekleşmiş politikada, davranışsal unsurlar bilinçli veya bilinçsiz olarak gerek tasarım aşamasında gerekse uygulama aşamasında etkin rol oynamıştır. Türkiye 2015 yılından itibaren bilinçli bir şekilde davranışsal politikalara yönelmiştir. Bu yönelimde; komşu ülkelerin ve dış ilişkilerinin iyi olduğu ülkelerin davranışsal politikalar için oluşturdukları birimler etkin rol oynamıştır. Davranışsal kamu politikalarının etkili olması ve sağlanan kamusal yarar göz önüne alındığında; diğer ülkelerle rekabete geç kalmamak adına ilgili bakanlık bünyesinde çalışmalara başlanmıştır. Kamu tarafından gerçekleştirilen bu adım, aslında özel sektördeki bazı köklü firmaların pazarlama psikolojisinde kendine sıklıkla, farklı isimlerdeki stratejilerde yer bulabilmektedir.

28 Mart 2015’te BIT ile Türkiye’den yüksek lisans yapmak amacıyla İngiltere’de bulunan uzmanların aralarında geçen ilk görüşmede ekiplerin tecrübe ve beklentileri birbiriyle paylaşıldıktan sonra, Türkiye’de ilk Nudge (Dürtme) departmanı “Davranışsal Kamu Politikaları ve Yeni Nesil Teknolojiler Dairesi Başkanlığı” adı ile Ekonomi Bakanlığı bünyesinde Eylül 2015’te temelleri atılmıştır. Türkiye, gelişmekte olan ülkeler statüsünde olması, demografisinin davranışsal yaklaşımlara elverişli olması ve ikili ilişkilerde bulunduğu diğer birçok ülkelerin davranışsal birimlerin kuruluşuna başlamış olmasından dolayı hızlı ve doğru adımlarla amaçladığı know-how transferlerini sağlamak amacıyla 2016’nın son çeyreğinde bu birim için özel olarak seçilmiş kişilerden oluşan “Davranışsal Aksiyon Takımı” olarak kurulan bir ekip kararı almış ve daha sonrasında

BIT ile anlaşma aşamasına ivme kazandıran nitelikteki ikili ilişkileri geliştirme kapsamındaki fona davet ve daveti kabul etmesi sonucunda hem BIT ile hızlı ve güçlü ilişkiler kurulmuş hem de ülkelerin ekonomik ilişkilerinin pekiştirilmesi sağlanmıştır (Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı, 2018: 15-16).

2018 yılında Türkiye’de Ekonomi Bakanlığı bünyesinde Davranışsal Kamu Politikaları ve Yeni Nesil Teknolojiler Dairesi kurularak, kamu alanlarında davranışsal politikalara yer vermeye başlamıştır. Daire, İhracat Genel Müdürlüğü bünyesinde faaliyet göstermektedir. İhracat destekleri, ihracat belgelerinin tamamlanması, devletin ihracat teşviklerinden faydalanılması gibi alanlarda rastgele kontrollü deneyler gerçekleştiren Davranışsal Kamu Politikaları ve Yeni Nesil Teknolojiler Dairesi, kamu politikalarının davranışsal temeller üzerinde daha verimli sonuçlar elde edebileceğini ön bulguları ile desteklemektedir (Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı, 2018: 21,108-124).

Gerekli protokollerin sağlanmasının ardından çalışma yapılan konulardan biri olan devlet yardımlarına başvurmanın arttırılması konusunda davranışsal öğeler ile özenle hazırlanmış e-postalar göndererek başvuru oranlarında artış hedeflemiştir. Türkiye’de ilk defa uygulanacağı için örnek teşkil etmesi açısından; BIT tarafından çokça gerçekleştirilmiş Randomised Controlled Trials (Rastgele Kontrollü Çalışma - RCTs) (Haynes vd., 2012) incelenmiş ve bölgesel, kültürel farklılıklardan arındırarak Türkiye’ye uygun hale getirilmek istenmiştir. Bu doğrultuda gerçekleştirilen saha görüşmeleri neticesinde ortaya çıkan yapısal bir engel teşkil eden web sitesinin yerine daha kullanıcı dostu ve kullanımı kolay olan www.kolaydestek.gov.tr adresini kullanıma sunmuştur. Önceki döneme kıyasla kullanıcıların tıklama sayısında gözle görülür artış meydana gelmiş ve firmalara gönderilmesi planlanan davranışsal öğeler ile hazırlanan ileti 27 Mart 2018 tarihinde gönderilerek ihracatta devlet desteği başvurularını arttırmaya yönelik ilk davranışsal müdahalesini (RCT-1) gerçekleştirip, verilen desteğin ve başvurunun hızlandırılmasını hedefleyen (RCT-2) devreye alınmıştır (Kolay Destek, 2019b).

Gerçekleştirilen çalışmalarda Nudge Turkey ile eş güdümlü çalışmalar ilerletilerek, emin adımlar ile kararlı bir davranışsal politika yürütülmüştür. Sosyal medya platformlarını da aktif bir şekilde kullanarak, başta T.C. Ticaret Bakanlığı Twitter hesabıyla gerçekleştirilecek toplantıları ve uygulanacak olan davranışsal politikaları duyurarak olabildiğince geniş kitlelere ulaşmayı hedeflemiştir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2019). Başta Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan’ın kişisel resmi hesabıyla olmak üzere,

Nudge Turkey hesabı tarafından RT (Retweet) edilerek etkileşimi arttırmıştır (Retweetler, 2019).

İhracat alanında gerçekleştirilen çalışmalardan sonra yeni davranışsal politikalar üretirken akademisyenlerinde katkısını sağlamak amacıyla Nudge Bootcamp'lar gerçekleştirilmiştir. T.C. Ticaret Bakanlığı bünyesindeki Davranışsal Kamu Politikaları Dairesi 1 Aralık 2018 tarihinde Orta Doğu Teknik Üniversitesi (ODTÜ) İşletme Bölümü öğrencileriyle (Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı, 2018), 13-14 Aralık 2018 tarihinde Boğaziçi Üniversitesi akademisyenlerinin görüşlerine başvurarak ve öğrencilere eğitimler vermiştir (Boğaziçi Üniversitesi, 2018). Çalışmalarına hız kazandıran Ticaret Bakanlığı kapsamındaki Davranışsal Kamu Politikaları Dairesi ve Nudge Turkey, 15-16 Nisan 2019 tarihinde, Marmara Üniversitesi İktisat Fakültesi öğrencilerinin katılımıyla "Nudge Boatcamp" (Davranışsal Kamu Politikaları Eğitimi) çalıştayında; "*Kamu Politikasında Davranışsal Yaklaşım*" ve "*Ürün Güvenliği Farkındalığı*" alanlarında eğitimler verilmiştir (Marmara Üniversitesi İktisat Fakültesi, 2019). Çalıştayın ikinci günü, eğitime katılım sağlayan öğrenciler Türkiye için çeşitli temalarda atölye çalışmaları ve sunumlar gerçekleştirmiş ve ilerleyen süreçlerde uygulanabilirliğine bağlı olarak hayata geçirebileceği aktarılmıştır.

Davranışsal Aksiyon Takımı ve T.C. Ticaret Bakanlığı 5 Kasım 2019 tarihli "*1. Ulusal Davranışsal Kamu Politikaları Konferansı*"nı gerçekleştirmiştir. Dünyadaki birçok ekonomide davranışsal politikaların varlığı ve son yıllarda davranışsal yaklaşımlar içeren çalışmaların Nobel ödüllerini almasının da etkisiyle; insanı merkeze alan kamu politikaları planladıklarını belirtmiştir. "kolaydestek.gov.tr" isimli internet sitesi ile mevzuatlarla dolu olan bir önceki web sitesi ve nispeten karmaşık başvuru portalına oranla, 5 kat daha fazla erişim sağlanmasını ve gönderilmiş olan, 4 e-postanın en yüksek dönüş oranı %27 olarak başarı kaydettiklerini belirtmişlerdir (Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı, 2019). Ayrıca; gerçekleştirilen Nudge Bootcamp'ların "Akıllı İhracat Platformu" için zemin hazırladığını, verilen eğitimlerle de geleceğin davranışsal politika yapıcısı olarak bilinçlenmelerini sağlamayı hedeflediklerini açıklamış ve katılımcı olarak orda bulunan kamu kuruluşları temsilcilerini davranışsal politikalara davet ederek, ülke ekonomisine katkı sağlayacak her çalışmanın, T.C. Ticaret Bakanlığı tarafından destekleneceğini belirtmiştir.

Son olarak, davranışsal kamu politikalarını başarı bir şekilde tasarlamak, uygulamak ve pozitif sonuçlar elde edebilmenin temel yolunun "veri" olarak karşımıza

çıkıldığını ve bu veri ihtiyacının giderilebilmesi için yeni teknolojinin önemini vurgulayarak; Türkiye'nin ilk “*Canlı Kamu Blok Zinciri Uygulaması*” hazırlanmış olduğunu açıklamıştır (Çakır, 2019). Teknolojinin ve insan odaklı kamu politikalarının sosyoekonomik ve psikolojik sonuçları ile ilgili konularla ilgili gerçekleştirilen bütün çalışmalarda, ekonomik büyüme ve sosyal devlet ilkesine uygun bir şekilde harcanabilir kamusal gelir elde etmek amaçlanmıştır.

Türkiye’de davranışsal iktisat uygulamaları; doğrudan politika olarak uygulanabildiği gibi belirli amaçlara hizmet eden kamusal kampanyalar ve kamu spotlarıyla da gerçekleştirilmektedir. Hedeflenen kamusal fayda doğrultusunda gerçekleştirilen davranışsal uygulamalarda sıkça psikolojik unsurlara yer verilmektedir. Davranışsal uygulamalar ile hedeflenen kamusal faydanın yanı sıra, pozitif veya negatif dışsallıklar sağlanabilmektedir. Bölgesel yürütülen bir iktisadi uygulamanın; asıl hedefi yerel fayda sağlamak iken, ulusal bir dışsallığı söz konusu olabilmektedir. Burada parçanın bütüne olan etkisi söz konusu iken; ülken genelinde yürütülen davranışsal bir uygulamanın, pozitif veya negatif dışsallığının bölgesel etkileri olabilmektedir. Bu dışsallıklar bütünün parçaya olan etkileri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Türkiye’de davranışsal unsurlar kullanarak, hedeflenen sonuç doğrultusunda dışsallıklar oluşturabilecek çeşitli uygulamalar gerçekleştirilmiştir. Davranışsal uygulamalar genellikle, halkın daha kolay bir şekilde benimseyebilmesi ve daha hızlı reaksiyon elde edilebilmesi için kampanyalar aracılığıyla gerçekleştirilmiştir.

Sosyal devlet ilkesi gereğince toplumun karşılaştığı her zorlukta kamusal yardımlar ve desteklemeler ile yeniden yapılandırılıp normal düzenine geri dönmesini amaçlayan kamusal düzen doğrultusunda Türkiye’de doğrudan ilgili bakanlıklar tarafından ve bazı vakıflar, dernekler, Sivil Toplum Kuruluşları (STK) aracılığıyla da sosyal devlet ilkesi yerine getirilmektedir. Doğal afetler, salgın hastalıklar, pozitif ayırım gerektiren desteklemeler başta olmak üzere birçok alanda faal olarak sosyal devlet ilkesi yürütülmektedir. Bir toplumda yaşanan doğal afetler ve diğer afet türleri can ve mal kaybına yol açtığı gibi ülke ekonomilerini etkilemektedir.

Türkiye’de en sık karşılaşılan doğal afet olan depremler fay hatlarındaki titreşim sonucu meydana gelmektedir. Jeolojik olarak genç oluşum statüsündeki Anadolu’da 3 ana fay hattı ve çok sayıda küçük fay hattı bulunmaktadır. Cumhuriyet tarihinde can ve mal kaybına sebep olan doğal afetler bulunmaktadır. 17 Ağustos 1999’da merkez üssü

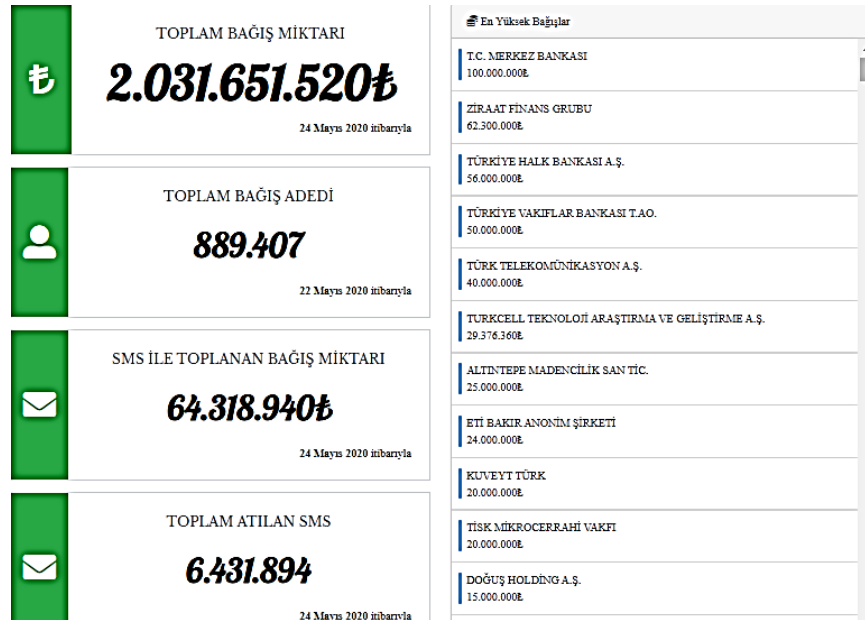
Gölcük (Kocaeli) olan 10 şiddetinde ve 7,8 büyüklüğündeki (MAG M_s) depremde 17480 kişi hayatını kaybetmiş ve 73342 hasarlı bina kaydedilmiştir (Boğaziçi Üniversitesi, Kandilli Rasathanesi ve Deprem Araştırma Enstitüsü). Yaşanan bu afet gerek yoğun nüfuslu bir bölgede olduğu için gerekse yıkım gücü yüksek bir deprem olduğu için sosyoekonomik açıdan da etkin olmuştur.

Aktif olarak çok sayıda fay hattı bulunan Türkiye’de sıklıkla depremler karşımıza çıkmaktadır. Yapıların sağlam inşa edilmemesi, bireysel koruyucu önlemler konusunda yeterli bilgi sahibi olunmaması, afet anındaki panik gibi sebeplerden birçok can ve mal kaybı yaşanmaktadır. Devlet, kamusal yardımlar ve transfer harcamalarını kanalize ederek zor durumda kalan kişilere aynı ve nakdi olarak destek olmaktadır. 24 Ocak 2020 tarihinde Elazığ’da meydana gelen deprem sonrasında “*Haydi Türkiye İyilik Sensiz Olmaz*” ve “*Gün Elazığ İçin Birlik Olma Günü*” sloganlarıyla Türk Kızılay’ı tarafından başlatılmış, nakdi yardımlar için SMS ile bağış yöntemi tercih edilmiştir. (Türk Kızılay, 2020) Türk Kızılay’ın STK olarak gerçekleştirdiği bu dayanışma çağrısının ardından, Türkiye Cumhuriyeti İçişleri Bakanlığı bünyesindeki AFAD (Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı) Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi ile hazırlanan bir yardım kampanyası başlatmış ve bunu geleneksel medyanın yanı sıra AFAD Resmi Twitter hesabı üzerinden kamuoyuna duyurmuştur (AFAD, 2020). Sosyal devlet ilkesine bağlı kalarak gerçekleştirilen bu çalışma neticesinde, halkında katkıda bulunduğu bu yardımlaşmaların toplam bilançosunu AFAD web sitesinde ve T.C. İçişleri Bakanlığı YouTube kanalı aracılığıyla kamuoyuna duyurmuştur (Türkiye Cumhuriyeti İçişleri Bakanlığı, 2020).

Aralık 2019’da Çin Halk Cumhuriyeti’nin Vuhan kentinde başlayan ve kısa bir sürede tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 virüsünün sebep olduğu salgınının ekonomik sonuçları tüm ülkeleri finansal destek politikalarına yöneltmiştir. Türkiye’de 30 Mart 2020 tarihinde Cumhurbaşkanı öncülüğünde başlatılan Milli Dayanışma Kampanyası “*Biz Bize Yeteriz Türkiyem*” sloganı ile basın açıklaması ve kişisel Resmi Twitter hesabı ile yayınladığı tweetle halka duyuruldu (Erdoğan, 2020).

Türkiye Cumhuriyeti halkının var olan birlik ve beraberlik bilincini dürterek, maddi açıdan kamusal gelir elde edip, transfer harcaması olarak ihtiyaç sahiplerine kanalize etmek amaçlanmıştır. Başlatılan “Milli Dayanışma Kampanyası” kapsamında, Cumhurbaşkanı başta olmak üzere siyasi ve bürokratik birçok gerçek kişi kampanyaya destek vermiştir. Gerçek kişilerin yanı sıra kampanyaya birçok kurum ve kuruluş tüzel

kişiliğini kullanarak katkıda bulunmuştur. Bu destekler halkın birlik beraberlik duygusunu harekete geçirmenin yanı sıra gerçek ve tüzel kişiler ile halkın bir bütüncül harekette olduğu gösterilmiş, “*Biz bize yeteriz Türkiye*” sözcüklerindeki ilk “Biz” olan kampanyaya katkı sağlayan kesimin tarafında olduğunu ve sosyal devlet ilkesini gerçekleştirdiğini göstermiştir. Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığınca açılan yardım hesabına bankalar aracılığı ile kampanyaya katılım sağlanabileceği gibi dileyen kişilerin SMS üzerinden de bağışta bulunabilecekleri duyurulmuştur. Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Daire Başkanlığı “www.bizbizeyeteriz.gov.tr” web adresinden güncel olarak kampanya kapsamında gerçekleştirilen; toplam bağış tutarı, toplam bağış adedi, en yüksek bağışları, SMS ile toplanan bağış miktarı ve toplam atılan SMS adedi kamuoyu ile paylaşılmıştır (Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Daire Başkanlığı, 2020).



Kaynak: (Biz Bize Yeteriz Türkiye, 2020)

Şekil 1. 2020 Elazığ Depremi Sonrası "Biz Bize Yeteriz Türkiye" Kampanyası Sonuçları

Davranışsal kamu politikaları kapsamında gösterilebilecek bir diğer uygulama ise Otomatik Katılım Sistemi'dir. Türkiye'de toplam tasarruf oranını artırmak ve vatandaşların emeklilik sistemine entegre edilebilmesi amacıyla Otomatik Katılım Sistemi (OKS) uygulanmaya başlanmıştır. 4632 sayılı *Bireysel Emeklilik Tasarruf ve Yatırım Sistemi Kanunu*'nun 1 Ocak 2017 tarihinde yürürlüğe giren *Otomatik Katılıma İlişkin Hükümleri* uyarınca, işverenler çalışanlarını Otomatik Katılım Sistemi'ne (OKS)

dahil etmekle yükümlüdür. Uygulamaya giren sistemle 250 - 1000 çalışanı bulunan şirketler ve 45 yaş altı memurlar otomatik olarak sisteme dahil edilmiştir. Sisteme otomatik dahil edilen bireylere istedikleri zaman sistemden ayrılacakları ve bunun sonucunda ise çok fazla kayıplarının olmayacağını bilgisi verilmiştir. Bireylerin yeni yürürlüğe giren sistemin kayıp kazanç durumunu bilmediklerinden ve öğrenmek içinde çaba harcamak istemediklerinden dolayı temkinli davrandıkları anlaşılmıştır. Bu nedenle otomatik katılım sistemiyle bireylere güven telkin edilmeye çalışılmıştır. Bireylerin üşengeç olmalarından dolayı ise sistemden çoğunun çıkmadığı mevcut durumlarında kaldıkları görülmektedir (Emeklilik Gözetim Merkezi, 2020).

İKİNCİ BÖLÜM

SOSYAL MEDYA'NIN GELİŞİMİ VE 2016-2020 SOSYAL MEDYA

Sosyal medya platformlarının gelişimine hızlı bir bakış yapıldığında; ilk internet ağı ARPANET'in (Advanced Research Projects Agency Network - Gelişmiş Araştırma Projeleri Dairesi Ağı) kurulumundan bugüne çok yol katetmiştir. 1969'da başlayan bu süreç; mikroişlemcilerin gelişimi (1971), kişisel bilgisayarların ortaya çıkması (1981-1984), kompakt disklerin kullanımı (1982), internet hayatı için büyük bir devrim niteliğindeki WWW'nun (Word Wide Web) kullanımı (1991) ve web 2.0 değişimi ile internet hayatımıza hızlı giriş yapan sosyal paylaşım platformlarıyla (Facebook (2004), Youtube (2005), Twitter (2006)) günümüzdeki şeklini almaya başlayan sosyal ağlar oluşmuştur (Taş, 2015).

2.1. İnternet ve Sosyal Medyanın Tarihsel Süreci

Günümüzdeki iletişim kanallarının ve iletişim araçlarının gelişimine büyük katkı sağlayan internet, ilk olarak askeri amaçla Amerika Birleşik Devletleri (ABD) tarafından kullanılmıştır. 1960 yılında projelendirilmeye başlanan, ABD askeri olaylar ve nükleer saldırılara karşı geliştirilmiş olan DARPA (Defense Advanced Research Projects Agency - Savunma İleri Düzey Araştırmaları Projeleri Kurumu) isimli çalışma, yıllar içinde başarılı ve hızlı bir gelişim göstererek, açık arttırma ihalesi usulü ile özel bir firma olan BBN (Bold, Beranek ve Newman) tarafında üstlenilen ilk kesin ARPANET; Kaliforniya Üniversitesi ile SAE (Society of Automotive Engineers - Amerikan Otomotiv Mühendisleri Birliği) arasındaki işlemciler üzerinde 27 Kasım 1969'da hayata geçirilmiştir (İstanbul Teknik Üniversitesi Bilgi İşlem Daire Başkanlığı, 2013). Takip eden yıllarda e-posta, dosya aktarımı, ses trafiği gibi gelişmeler yaşanmıştır.

Bugünkü ağ sistemi ve internetin temellerini oluşturan WWW 1990'lı yıllardan itibaren kullanıma sunulmuş ve post-endüstriyel toplumdan, enformasyon toplumuna doğru hızlı geçişin temelleri atılmıştır (Lister vd., 2009). Türkiye'de internet bağlantısı ilk kez, ODTÜ tarafından Ekim 1992 tarihinde X.25 ile sağlanmıştır (Orta Doğu Teknik Üniversitesi Bilgi İşlem Daire Başkanlığı, 2005).

İnternetin ve web serverlarının gelişiminin bu tarihten sonra ivme kazandığı da göz önünde bulundurularak; Türkiye'nin internet bağlantısının sahip olması, birçok alanda başarılı sonuçlar doğurabilecek bir durum olmuştur. 1992'den sonra başta ODTÜ olmak üzere birçok kurum ve kuruluş interneti kullanmaya, geliştirmeye ve internet

arayüzü olan ekipmanlar kullanmaya yönelmiştir. Ülkemizde teknolojinin gelişmesinde aktif rol oynayan internet günümüzde bireylerin hayatında önemli bir rol oynamaktadır.

21. yüzyıla girerken artık internet ortamı, iletişimin ve enformasyonun merkezi haline gelmiştir. Bu denli hızlı değişim, insanların hayatlarındaki iletişim güdüsü ve enformasyonun hızlı sirkülasyonu sonucunda elde edilen bilgiyi; doğrulama, saklama, paylaşma, geliştirme gibi ihtiyaçları ortaya çıkarmıştır. Ortaya çıkan bu ihtiyaçlar aynı zamanda çift yönlü internetin ve enformatiğin gelişimine katkı sağlamıştır. Teknolojinin imkanları dahilinde bireysel iletişim araçlarının dışında kitle iletişim araçları da yaygın olarak kullanılmaktaydı. Basın-yayın kuruluşlarının yazılı ve görsel medya araçları kullanması ve dijital yayın olarak bilinen günümüzde halen aktif olarak kullanılan televizyon programcılığını da içinde bulunduran sistemler bütününe medya denilmektedir.

Avrupa Birliği'ne (AB) ait olan Avrupa Konseyi (AK) medya ile ilgili tanımı “*Council of Europa 2010*” da yer alan tanımdan daha geniş kapsamlı olarak düzenleyerek medya okuryazarlığını ön plana çıkarmıştır (European Union, 2019). Medya okur yazarlığı bireylere doğru veriyi bulma, bilgiyi bilişsel ve mantıksal sınamalara tabii tutarken psikolojik manipülasyondan ve enformasyonel manipülasyondan ayırt edebilme yetisi kazandırmaktadır. Gerek kişisel bilgi edinimi sırasında gerek bilgiyi aktarım sırasında dezenformasyonu engellemek adına, medya okuryazarlığı konusunda belirli önlemlerin alınması gerekmektedir (European Union, 2018). Medyanın tanımındaki değişimi ve medya okur yazarlığının önem kazanmasını; internet tabanlı birçok hizmetin kullanılması ve geniş bir kullanıcı kitlesine erişmesi ile açıklamak mümkündür.

Sosyal bireyin edindiği bilgiyi depolama ve çevresine yayma işlemleri web 2.0 serverların hayata geçmesi ile daha etkili hal almıştır. Bloglar, v-loglar, video paylaşım siteleri, mesajlaşma platformları, sosyal paylaşım ağları ve bunlara benzer özellikteki çoklu kullanıcı ortamların birçoğu geleneksel medyaya karşılık olarak yeni medya sistemi içerisinde yer almıştır. Yeni ağ sistemi içerisindeki en önemli gelişmelerden biri olan sosyal ağ araçları ile bireyler kişisel profiller oluşturabilir ve sosyal ağ araçları üzerinden iletişim kurabilir hale gelmiştir (Karaca, 2019: 15).

Görsel (fotoğraf iletisi, video iletisi) ve yazılı (elektronik posta) iletişime, web 2.0 ile gelen görüntülü ve sesli iletişim seçeneklerinin de eklenmesi ile internet üzerinden iletişim yeni bir boyut kazanmış ve kullanıcı ihtiyaçlarına göre şekillendirilerek yeni

özellikler eklenip daha interaktif iletişime olanak tanımıştır (Altınkaynak, 2019). İnternetin gelişimi teknoloji başta olmak üzere birçok alanda etkili olduğu kadar iletişim alanında da çarpan etkisi yaratmıştır.

Cep telefonlarının ortaya çıkması ve kullanımının yaygınlaşmasıyla eş zamanlı internetin de gelişimi iletişim kanallarında çeşitliliğe ve enformatik yelpazenin genişlemesine sebep olmuştur. İnsanlar internet aracılığı ile daha hızlı bilgi edinip, daha hızlı bir şekilde bilgilerini internetteki sosyal ve resmi ağlar aracılığıyla depolayıp, paylaşabilmeye başlamıştır. Elbette telefon, telekomünikasyon, internet, bilgisayar ve diğer bütün gelişimleri bütün olarak ele aldığımızda, teknolojinin gelişmesinin iletişime etkilerini görmek daha anlaşılır bir hal almaktadır. Günümüzde insanlar meraklarını, bilgi gereksinimlerini, iletişim ihtiyaçlarını, alışveriş gibi kişisel birçok eylemi interneti olan bir cep telefonu aracılığıyla yapabilmektedir. Hatta akıllı telefonlar ve bunlara senkronize işlem gerçekleştiren ikincil ve üçüncül kaynaklı uygulamalar üzerinden belirli otomasyon, kontrol, denetim, izleme gibi makro ölçekte gerçekleştirilecek işlemler dahil yapılabilmektedir.

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte internetin de önemi artarak, bazı maliyetlerde azalmalar meydana gelmiştir. İletişim için gereken giderler, bilgi edinimi için ayrılan masraflar, eğitim masrafları, materyal masrafları vb. giderlerin büyük ölçüde azalması ile elde edilen tasarrufun daha geniş perspektifte yatırıma dönüşmesi, gelir aktarım mekanizmasında internetin önemini göstermektedir. İnternetin gelişimi zaman yönetimi konusunda avantaj sağladığı kadar sanal zaman tüketimini de arttırmaktadır. Bir birey standart bir bilgiye internetsiz erişim sağlarken belirli giderlere katlanmaktadır. Katlanılan bu giderlerin bir kısmı finansal bir kısmı zamansal giderlerdir. Bütün bu giderler büyük ölçüde minimum seviyede gerçekleşse de internette oluşan bilgi kirliliğinden sıyrılarak doğru ve aranılan bilgiye ulaşmak, bu bilginin güvenilir olduğunu öğrenmek belirli bir zaman almaktadır. Kişiler bir diğer zamansal harcamayı da internetteki ilgi çekici içeriklere yönelik harcamaktadır. Sanal zaman yönetimi konusunda kişilerin medya okur yazarlığı ve sosyal ağlarda zaman yönetimi için belirli eğitimler ve otokontrollerini sağlamalarına yardımcı olacak uygulamalar bulunsa da bu uygulamaların kullanım açısından teşvik ediciliği pek bulunmamaktadır. Yine de geleneksel medyada sunulan içeriklerin çeşitliliğinin düşük olması ve sınırlandırılmış içerikleri ile hem maliyetli hem de imkanları kısıtlıdır.

Geleneksel medyada izleyici ile medya arasındaki çizgi belirgin bir şekilde kendini göstermektedir. Oysa interneti de içine alan yeni medyada bu çizgi günden güne bulanıklaşmaktadır. Geleneksel medya monolog olmasına karşılık, yeni medya diyalog halinde olup; kullanıcı hakkında bilgi sahibi olarak içerikleri daha efektif şekilde yönetebilmektedir (Sarı, 2019). Yeni medyanın, geleneksel medyanın elektronikleştirilmiş ve internetten sıkça faydalanılmış bir versiyonu gibi algılanmasının altında yatan sebep geleneksel medya araçları ve yayın kültüründen rol çalması olarak gözlemlenmektedir. 1999'da hayatımıza giren RSS (Really Simple Syndication); zamandan ve veri harcamaktan büyük ölçüde kurtaran, yeni eklenti takibine yaramaktadır (Güçdemir, 2012: 38). RSS'ler ile desteklenmiş e-gazete ve e-habercilik, basılı halde yayınlanmış formları dahil olmak üzere e-kitaplar ve e-dergiler RSS, çeşitli konularda tek veya setler halinde bulunan ansiklopedilerin 2000'li yıllardan itibaren yerini başta wikipedia.com olmak üzere çeşitli wikilere bırakması, TV kanallarından diziler yerine uygulama veya site üzerinden dizi yayınları, bir ekibin emek ve masraf ile hazırladığı canlı yayınların uygulamalar ve siteler tarafından bireysel ve masrafsız şekilde gerçekleştirilmesi ve hatta kamusal bir yayın olan Resmi Gazete'nin dahi e-gazete olarak yayınlanması; rol çalmaya ve alternatif olarak kullanımdan birincil platform olarak kullanılmaya geçiş süreci niteliğindedir.

2.2. Popüler Sosyal Medya Uygulamaları

Günümüzde teknolojiyle birlikte internet ve bunlara bağlı olarak mobil cihaz teknolojisi de hızlı bir şekilde gelişmektedir. Kişilerin hayatlarını zamansal, mekânsal ve nesnel olarak rahatlatan bir hale gelen cep telefonları; fotoğraf çekebilme, video kaydedebilme, anlık iletilen ve e-postalar alma ve iletme, müzik çalabilme, ihtiyaç halinde canlı bir haritaya dönüşebilme, internet sayesinde gerçekleştirilebilecek birçok işi gerçekleştirme gibi sayısız özelliklerle donatılmıştır. Böylesine gelişmiş bir elektronik dünyada sosyal medya platformlarının da belirli sınırlar içerisinde gruplandırmak güçleşmiştir.

Temel olarak bazı özelliklerine göre sosyal medya türleri mevcuttur. Wikiler; "What i know is ..." olarak adından da anlaşıldığı üzere kişilerin bir konu hakkında "bildiğim kadarıyla" etiketi ile bilgilerini paylaştıkları ve en yaygın olan Wikipedia'nın da dahili olduğu bir sosyal medya türüdür (Brand Age, 2010). Podcasting; İpod ve Broadcast kelimelerinin birleşmesi sonucu meydana gelen, feedback (geri bildirim) ile

beslenen, genellikle düzenli yayınların gerçekleştirildiği ve abone olarak etkileşim içinde bulunulan bir sosyal medya türüdür (Akar, 2010: 106). Bloglar; herhangi bir konuda, herhangi bir kişinin yazılı, görsel, işitsel dosya destekli bir paylaşım türüdür. Bloglar istenilen her alanda açılabilir. Yaygın olarak bilinenin aksine bloglar sadece yazılı metinlerin belirli internet sunucular aracılığıyla kullanıcılara sunulan bir medya aracı değildir. Canlı yayınlar ve kayıtlı yayınlar oluşturulabilen platformlardır. Periscope ve Twitch gibi canlı yayınlar, World of Warcraft gibi sanal oyun ağları, YouTube gibi video paylaşım ağları bunlara örnek olarak verilebilmektedir (Kaplan ve Haenlein, 2010). Mikroblog; blogların belirli fiziki kısıtlamalara sahip halidir. Boyut olarak, görüntü karesi olarak hatta karakter sayısı olarak blogların çeşitli kısıtlamalarla sınırlandırılmış halidir. Mikroblogların en yaygın kullanılanı ve aynı zamanda en yaygın sosyal medya uygulamalarından biri olan Twitter'dır. Sosyal medya site ve uygulamaları bazıları kısa sürede yoğun kullanım ile karşılaşsa da bazıları popülaritesini kaybederek yerini yeni uygulamalara bırakmıştır. MySpace (2003) kişisel profiller oluşturulabilen, bloglar yazılabilen, arkadaşlıklar kurulabilen kullanışlı bir uygulama olarak karşımıza çıkmıştır.

Thefacebook (2004) Harvard Üniversitesi öğrencilerine ait bir sosyal ağ olarak karşımıza çıksa da 1 yıl kadar kısa bir süre sonra lise sürümü daha sonra özel şirketlere ait bir sürüm olarak karşımıza gelmiş ve aynı yıl genel sosyal ağ olarak yerini almıştır (Sarı, 2019). YouTube (2005) alışılmışın dışına çıkarak video tabanlı sosyal medya platformu olarak karşılaştığımız ve gelişen sistemde günümüzde adından birçok alanda bahsedilen hatta geleneksel medyaya uygulama olarak entegrasyonu bulunan bir sosyal medya sitesi ve uygulamasıdır (Eğri, 2019).

Twitter (2006) 140 karakter kullanımıyla microblog kültürüyle sosyal medyalar arasına girmiştir. 2008 yılına gelindiğinde Facebook kullanımında MySpace'i geçerek en yoğun kullanılan sosyal medya sitesi olmuş ve ABD Başkanlık seçiminde aktif olarak rol almıştır (Brown, 2010: 10). Pinterest (2009) ve Instagram (2010) Twitter gibi microblog olarak fotoğraf ağırlıklı bir şekilde sosyal medya olarak karşımıza çıkmıştır.

Facebook Messenger (2011) yılında ciddi bir dönüşüme daha uğrayarak 2004'te çıktığı sosyal medya platformunda bir adım daha öteye giderek, dünyanın birçok ülkesinde kullanımını arttıracak olan; anlık ileti, çeşitli formlarda belgeler, fotoğraflar, video kayıtları, ses dosyaları hatta son eklenen özelliği ile bazı ülkelerde geçerli olmak üzere para transferi gibi birçok işlemi portföyüne eklemiştir (Altunkaynak, vd., 2019: 31). Hemen her uygulamanın alternatifini barındıran Google, sosyal ağlar kulvarında da

kendine yer bularak Google+ (2011) ile yerini almıştır. Vine (2012) Twitter tarafından tanıtımı yapılan uygulama kısa video gibi yenilikler ile sosyal medya bandını geliştirme eğilimde ortaya çıkmıştır. Medium (2013) günümüzde birçok yazılım, teknoloji, akademik ve sosyal analizler konusunda bilgi ve birikimlerin paylaşılabilirdiği blogging tarzı bir sosyal medya olarak hayata başladı (Zengin, 2013).

Twitter, 2017 yılında gerçekleştirdiği bir güncelleme sonucunda; kullanıcıları için büyük bir değişikliğe giderek, bireylerin kendilerini daha net ifade edebilmeleri için 140 karakter kullanımı yerine, 280 karakter kullanımına geçiş yapmıştır. Twitter'ın sahibi Jack Dorsey 27 Eylül 2017'de attığı tweete artık karakter sayısının 140 karakter yerine 280 olarak güncellendiğini duyurmuştur (Twitter, 2017b). Bazı dillerde bu güncelleme gerçekleştirilmemiştir. Gerekçe olarak; dil bilgisi yapısı ve anlatım zenginliği göz önünde bulundurulduğu söylenmiştir. Japonca, Çince, Korece vb. dillerde tek bir karakterin, İngilizce, Almanca, Türkçe vb. dillerdeki birden fazla karaktere tekabül ettiği gerekçesiyle bazı diller 280 karakter üst limiti yerine, 140 karakter sınırında kalmıştır. Kullanıcıların microbloglarında nispeten daha uzun tweetler paylaşmasına imkân sağlanmıştır (Twitter, 2017a).

Bu dönemden itibaren birçok alt uygulama ve web sitesi sosyal medya olarak ortaya çıkmış ve çeşitlilik artmıştır. Kullanıcı bularak, popüler olabilen ve aktif sosyal medyalarından farklı bir karakteristik özelliği bulunan sosyal medyalar kullanıcı özelliklerinin çeşitliliğine göre kısa vadeli veya uzun vadeli kullanım fırsatı bulmuştur. GSM operatörleri, kurumsal medya platformları ve kullanımı belirli kişilere tahsis edilmiş olan sosyal medya platformları; kurum içi haberleşme, hızlı veri alışverişi, bulut depolama vb. amaçlarla kullanılan uygulamalar sosyal medya uygulamalarının özelleştirilmiş bir hali olarak karşımıza çıkabilmektedir. Bölgelere ve ülkelere göre internet ile sosyal medya uygulamalarının kullanım yoğunluğu çeşitli sebeplerden kaynaklı farklılıklar göstermektedir.

2.3. İnternet ve Sosyal Medya ile İlgili Verilerin İncelenmesi (2016-2020)

Bu bölümde *We Are Social* ve *Hootsuite* iş birliğinde hazırlanan “*Dünya Dijital Raporlarına*” ilişkin veriler incelenmiştir. Her yıl ocak ayında, bir önceki yıla ait verileri dünya kamuoyuna duyurarak kamusal ve özel politikaların hazırlanmasına katkılar sağlamıştır. Yaygınlaşan internet kullanımı, sosyal medya uygulamalarının ve kullanıcılarının artması, teknolojinin gelişmesi, bireylerin dijital olarak sosyalleşmeye

yönelmesi ve veri toplama yöntemlerinin geliştirilmesiyle birlikte verilerde çeşitlilikler meydana gelmiştir. Bölgeleri daha küçük ölçeklerde belirli özelliklere göre ele almaya çalışarak detaylı bilgi edinme ve veri toplama ile kamusal ve özel politikalar için başvurulabilecek bir duruma gelmiştir. Dünya’da ve Türkiye’de internet ve sosyal medya ile ilgili veriler incelenerek, kamusal ve özel kurumlarca kullanılmaktadır.

2.3.1. Dünya’da İnternet Kullanımı

Bilgi edinme, iletişim kurma, sanal sosyalleşme, yeni yetenekler edinme, eğitim, finans, kültür vb. hemen her alanda yeniliklerle dolu olan ve amaca uygun kullanımında kişisel ve toplumsal büyük gelişmelere sebep olabilecek olan internetin kullanımı ile ilgili bazı veriler 2016-2020 We Are Social raporunda Tablo 2’de gösterilmektedir.

Tablo 2. 2016-2020 Dünya'da İnternete Girişlerin Nüfusa Oranları

İnternete Giriş (Penetrasyon)	2017	2018	2019	2020
Kuzey Amerika	%88	%88	%95	%88
Orta Amerika	%53	%61	%63	%66
Karayipler	-	%48	%51	%60
Güney Amerika	%66	%68	%73	%72
Kuzey Avrupa	-	%94	%95	%95
Batı Avrupa	%84	%90	%94	%92
Güney Avrupa	-	%77	%88	%83
Doğu Avrupa	%67	%74	%80	%78
Kuzey Afrika	%29	%49	%50	%53
Batı Afrika		%39	%41	%36
Orta Afrika		%12	%12	%22
Güney Afrika		%51	%51	%60
Doğu Afrika		%27	%32	%23
Batı Asya	%60	%65	%66	%72
Orta Asya	%48	%50	%50	%54
Güney Asya	%33	%36	%42	%48
Güneydoğu Asya	%53	%58	%63	%66
Doğu Asya	%57	%57	%30	%63
Okyanusya	%68	%69	%69	%70
Dünya Ortalaması	%50	%53	%57	%59

Kaynak: (We Are Social, 2017, 2018, 2019, 2020) , Tarafımızca düzenlenmiştir.

Tablo 2’de görüldüğü üzere, teknolojinin gelişmesi, internete erişim imkanının kolaylaşması, teknoloji çağındaki nüfusun iletişim kanallarını internet üzerinden tercih etmesi gibi sebeplerden dolayı dünya genelinde İnternet Girişi (Penetrasyon) ivmeli bir şekilde artış göstermiştir. Dünyadaki nüfusun internete erişimini ve internet kullanım oranlarını daha yakından incelemek gerekmektedir. Popülasyondaki her bireyin farklı istek ve beklentileri olduğu kadar imkanlarının elverişliliği de ayrı bir etkidir. Teknoloji, üretimi ve tüketimi bölgeler olarak farklılık göstermekte olsa da genel itibariyle ekonomisi güçlü ülkelerin kapsamında gelişmekte ve geliştirilmektedir. İnternet kullanımının büyük çoğunluğunu cep telefonu, tablet, kişisel bilgisayar vb. üzerinden gerçekleştirdiğimiz yıllarda piyasada birbirine benzer özellikte ve sürekli birer kademe geliştirilen modeller bulunmaktadır. Gelişen teknoloji ürün çeşitliliği ve marka çeşitliliğini birlikte getirmektedir. Üretimden satış evresine kadar geçen tüm süreçlerin maliyeti güçlü bir ekonomi gerektirmektedir. Bu sebeple; gelişmiş ekonomilere sahip ülkelerde bulunan markalar uluslararası pazarlarda hakimiyet kurmuştur.

Tablo 2’de internet kullanım oranları yüksek olan bölgelerde kurulmuş köklü firmalar bulunmaktadır. 1976’da Kuzey Amerika’da Amerika Birleşik Devletleri (ABD) Kaliforniya eyaletinde, günümüzdeki internet ve teknolojinin gelişimindeki yapı taşlarında emeği bulunan; Steve Jobs, Ronald Wayne ve Steve Wozniak öncülüğünde kurulmuş olan ve teknolojik birçok alanda boy gösteren Apple firması Kuzey Amerika Bölgesi’nin yoğun internet kullanımında önemli bir faktördür. 1969’da Samsung Electric Industries (Samsung Elektrik Endüstrisi) ve 1988’de Samsung Electronic (Samsung Elektronik) ile Güneydoğu Asya’da Güney Kore Suwon kentinde kurulmuş olan ve günümüzde en büyük bilgi teknolojileri şirketlerinden biri olmanın yanı sıra çeşitli marka isimleri ile de karşımıza çıkan, ev aletleri ve diğer teknolojik ürün çeşitliliğine sahip olan Samsung Güneydoğu Asya Bölgesi’nin internet kullanımının yüksek olmasında etkin rol oynamaktadır.

2003’ten bu yana Avrupa’da bulunan içerik işaretleri ve uyarıları ile oyun, video ve görsellerde Avrupa Birliği (AB) ülkelerinde birçok yerinde içerik sınıflandırmaları yaparak ülkelerin kendi yaş derecelendirme sistemlerinin yerine kullanılan, kullanıcıların ve ebeveyn gözetimindeki kullanıcıların uygun içerikler ile karşılaşması için derecelendiren PEGI (Pan European Game Information – Avrupa Oyun Bilgi Sistemi) Avrupa Bölgesi’nde bilinçli ve güvenilir internet kullanımına yönelterek; internet kullanım oranlarının yüksekliğinde önemli bir pay sahibidir. Özellikle teknoloji ve

yazılım şirketleri kurulduğu bölgenin; ekonomisine, iletişimine hatta kalkınmışlığına katkı sağlamaktadır. Gelişmiş teknoloji şirketlerinin bulunduğu ülkelerde ve kıtalarda yüksek internet kullanım oranları mevcuttur.

Tablo 2’de incelenen veriler ışığında, İnternet kullanımında yılı Dünya Ortalaması (toplam internet girişi / toplam dünya nüfus) 2016 - 2020 yılları arasında oransal ve sayısal olarak sürekli artış göstermiş, ortalama olarak sırası ile 2017’de %50 (3,738 Milyar), 2018’de %53 (4,024 Milyar), 2019’da %57 (4,375 Milyar), 2020’de %59 (4,572 Milyar) olarak internet kullanıcı sayısında artış göstermiştir.

Kuzey Amerika, Kuzey Avrupa, Batı Avrupa, Güney Avrupa, Doğu Avrupa bölgelerinde nüfusa oranla internet kullanıcıları 2016-2020 yıllarında yüksek bir yüzdeye sahiptir. Sosyokültürel ve sosyoekonomik açıdan gelişmiş İskandinav ülkelerinin de içinde bulunduğu Kuzey Avrupa Bölgesi ve G8 (Group of 8) ülkelerinin bir kısmına ev sahipliği yapan Batı Avrupa, Kuzey Amerika bölgesinde ise, nüfusun ve internet kullanıcı sayısının büyük bir kısmını oluşturan ABD ve Kanada ülkelerinin oransal büyüklükteki payı gözlemlenmiştir. Bunun yanı sıra Güney Amerika, Güney Avrupa ve Doğu Avrupa’da nüfusun internet kullanımını %66-%88 oranlarında değişkenlik göstermektedir. Dijital dönüşümün hızlı yol kat ettiği Kuzey Amerika ve Avrupa’da internet kullanımını da paralel bir seyir izlemektedir.

Ocak 2017 (We Are Social, 2017) raporunda bir bütün olarak ele alınan Afrika bölgesi genel anlamda %29 gibi Dünya Ortalamasının altında bir internet erişimi gerçekleştirmiştir. Takip eden yıllarda, G20 (Group of 20) ülkesi olan Güney Afrika’yı da içinde bulunduran Güney Afrika Bölgesi internet kullanım oranları konusunda Dünya Ortalamasına yakın bir seyir izlemiştir. Kuzey Afrika da bulunduğu konum itibariyle teknolojik, ekonomik, kültürel ve ticari bir lokasyonda yer almasının neticesinde ortalamaya yakın bir seyir izlemiştir. Nüfus olarak yüksek fakat teknolojik, ekonomik, altyapısal büyük sorunlar içinde bulunan ve 3.dünya ülkelerinin birçoğunu kapsayan Orta Afrika Bölgesi 2017’de %12, 2018’de %12 ve 2019’da %22 oranında internet erişimi sağlamıştır. Gelişimin dijital ortamlardan ve internet aracılığı ile hızlandırıldığı teknoloji çağında, imkanların elverişsizliği ve gelişmemiş ülkeler statüsünde yer almasının handikabını yaşayan Orta Afrika Bölgesi nispeten aynı kaderi paylaşan bir diğer bölge de Doğu Afrika Bölgesi’dir.

Dünya'nın en kalabalık ülkelerini içinde bulunduran Asya'ya baktığımızda yüzdelik oranların düşük olmasına rağmen kullanıcı sayısının çok yüksek olduğu görülmektedir. Dünya'nın en kalabalık 2 ülkesi olan Çin (Doğu Asya) ve Hindistan (Güney Asya) dünya nüfusunun %36,3'ünü oluşturmaktadır (Worldometer, 2019). Batı Asya ve Orta Asya bölgelerinde internet kullanımını düzenli olarak artış göstermektedir. Yine bir G20 ülkesi olan; ucuz işgücü, yazılım geliştiricileri bireylerin çoğunluk olduğu gelir dağılımında geniş bir makasa sahip olan dünyanın en kalabalık 2.ülkesi unvanına sahip olan Hindistan'ı da içinde bulunduran Güney Asya Bölgesi'nde internet girişi dünya ortalamasından aşağıda yer alsada da demografik dağılımı göz ardı edilmemelidir. Daha önce de değinildiği üzere; dünyanın teknoloji devlerinden biri olan Samsung, Güneydoğu Asya Bölgesine ait olan Güney Kore ülkesine ait bir markadır.

Güneydoğu Asya Bölgesi internet girişleri dünya ortalamasına doğru orantılı olarak artmakla birlikte; Doğu Asya Bölgesi'nde ekonomik, kültürel ve teknolojik açıdan kendini geliştirmiş ve adından her alanda bahsettiren Çin ve Japonya ülkeleri de yer almaktadır. Çin özellikle dünyanın nüfus, üretim ve teknolojik açıdan yükünün büyük bir kısmını üstlenmekle beraber; Japonya'nın teknolojik gelişmişliği ve internet ağ yapısı sayesinde bölgenin diğer ülkelerinin daha az internet kullanmasından dolayı oluşabilecek oransal açığı telafi edebilmektedir.

Son olarak, Yeni Zelanda ve Avusturalya ülkelerinin çoğunluğu oluşturduğu, düşük nüfuslu ada ülkelerinin de içinde yer aldığı Okyanusya Bölgesi oransal olarak ortalamanın üzerinde internet girişi gerçekleştirmiştir. Gelişmiş ülkeler ile ticari, kültürel, ekonomik ve siyasi birçok bağlantısını internet aracılığıyla gerçekleştirmektedir. Haziran 2019'da meydana gelen Avusturalya'daki yangının dünya basınında yer bulması ve birçok kişi, kurum, kuruluşun yangından haberdar olması dünyanın internet sayesinde küçüldüğünü ifade eder niteliktedir (Wikipedia, 2020).

2.3.2. Dünya'da Sosyal Medya Kullanımı

Dünya genelinde sosyal medya kullanıcısı gün geçtikçe artış göstermektedir. Küresel nüfusun artışı; yalnızca dünya üzerinde yaşayan insan sayısında bir artıştan ibaret değildir. Küresel Nüfusun artmasıyla birlikte birçok alanda da değişimler meydana gelmektedir. İnternet kullanıcılarındaki artışının temelinde, nüfus artışı, internet kullanım yaşının küçülmesi, teknolojinin gelişmesi vb. sebepler bulunmaktadır. Gelişen

teknolojiye ayak uyduran insanlar, interneti hayatın hemen her alanında aktif olarak kullanmaktadır.

Tablo 3 incelendiğinde dünya genelinde 2016-2020 yıllarına ilişkin; internet kullanıcı sayısına, aktif sosyal medya kullanıcı sayısına, cep telefonu kullanıcı sayısına, cep telefonu ile aktif sosyal medya kullanıcı sayısına ve kentleşmeye ilişkin veriler bulunmaktadır.

Tablo 3. Dünya'da İnternet ve Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Bazı Veriler

Toplamları	2016 – 2017*	2017 – 2018*	2018 – 2019*	2019 – 2020*
İnternet Kullanıcısı	3,773 Milyar	4,021 Milyar	4,388 Milyar	4,54 Milyar
İnternet Kullanıcı Sayısı Artışı	%10	%7	%9,1	%7
Aktif Sosyal Medya Kullanıcısı	2,789 Milyar	3,196 Milyar	3,484 Milyar	3,80 Milyar
Aktif Sosyal Medya Kullanıcı Sayısı Artışı	%21	%13	%9	%9,2
Mobil Kullanıcı	4,917 Milyar	5,135 Milyar	5,112 Milyar	5,19 Milyar
Mobil Kullanıcı Sayısı Artışı	%5	%4	%2	%2,4
Aktif Mobil Sosyal Medya Kullanıcısı	2,519 Milyar	2,958 Milyar	3,256 Milyar	-
Aktif Mobil Sosyal Medya Kullanıcı Sayısı Artışı	%30	%14	%10	-
Kentleşme	%54	%55	%56	%55

*elde edilen verilerin her yılın ocak ayından bir sonraki yılın ocak ayı arasında hesaplanmıştır.

Kaynak: (We Are Social, 2017, 2018, 2019, 2020), Tarafımızca düzenlenmiştir.

Her yılın ocak ayında yayınlanmış veriler ile hazırlanan Tablo 3'te göre bir önceki yıl yayınlanan verilere göre internet kullanıcıları artışı sırasıyla; %10 (354 Milyon), %7 (248 Milyon), %9,1 (367 Milyon), %7 (298 Milyon) olarak hesaplanmıştır. Ortalama olarak yılda %8,3 (313 Milyon) oranında artış belirlenmiştir. Teknolojik gelişmeler eşliğinde hemen herkesin internet kullanımına ihtiyaç duyduğu globalleşen dünyada, internet kullanım oranlarındaki değişim nüfus, teknolojik gelişmişlik ve internete erişebilme imkanları kapsamında olağan seyirde artış göstermiştir.

Aktif sosyal medya kullanıcıları artışı; Ocak 2016- Ocak 2017 arasındaki artışın diğer yıllardan nispeten daha yüksek olması (%21- 482 Milyon) teknolojinin gelişiminin ivme kazanması ve akıllı telefonlarda yüklü olarak gelmeye başlayan sosyal medya

uygulamalarının sayısındaki artıştan kaynaklandığı düşünülmektedir. Bir web sitesi kurmak, podcast yayınlamak ya da kişisel blog yazmak; sosyal medya uygulamalarında bir hesap açarak benzer davranışlar sergilemekten daha uğraştırıcı ve emek isteyen bir durumdadır. Ayrıca bireylerin içinde bulunduğu dijitalleşme sürecinde en kolay dijitalleşebilme sosyal medya uygulamaları üzerinden sağlanmaktadır. Diğer yıllardaki artışlar da (2017; %13- 362 Milyon, 2018; %9 - 288 Milyon, 2019; %9,2 - 321 Milyon) benzer sebeplerle gerçekleşmiş ve popülerlik kazanmış sosyal medya uygulamalarının, internet kullanan hemen herkes için gerekli olduğu düşüncesi toplumlarda hakim duruma gelmiştir.

Cep telefonu, kullanımının her geçen gün yaygınlaşmasıyla birlikte optimize edilerek ve daha fonksiyonel aygıtlara dönüşmüştür. Üretimde ve tüketimde akıllı telefonların tercih edilmeye başlamasından bu yana, yazılımsal olarak yüklü gelen uygulamaların içerisinde gün geçtikçe sosyal medya uygulamalarının sayısında artış meydana gelmiştir. Birçok sosyal medya uygulamasının web sitesi olmasına rağmen; mobil sürümleri daha kullanışlı arayüzlere sahip olması ve destekleyici uygulamalarla daha kullanıcı dostu bir hal almasıyla birlikte cep telefonu ile aktif sosyal medya kullanımında ciddi artışlara yol açmıştır.

Cep telefonu ile aktif sosyal medya kullanımı verilerinin; 2016-2017 yılları arasında %30 (581 Milyon), 2017-2018 yılları arasında %14 (360 Milyon), 2018-2019 yılları arasında %10 (297 Milyon) artış göstermesi uygulama olarak kullanımının bireyler için elverişli olduğunu ve uygulama geliştiricileri tarafından gerçekleştirilen proaktif iyileştirmeler sonuçlara pozitif katkı sağlamıştır.

Nüfus artışı göz önüne alınarak kentleşme verileri incelendiğinde; ortalamanın %55 düzeyinde olduğu görülmektedir. Kentleşme oranının sabit sayılabileceği bu durum; internet ve sosyal medya kullanımının yer kavramı açısından önemini yitirdiğini işaret etmektedir. Kırsal kesimlerde yaşayan bireylerin dünya gündemini takip edebilmesi ve iletişim, haberleşme, sosyalleşme gibi konularda dezavantajlı duruma düşmemesi teknolojinin küresel çaptaki pozitif yankısı niteliğindedir.

Tablo 3'te aktif sosyal medya kullanıcısı olarak belirtilen nüfusun, bölgeler bazındaki toplam nüfusun % kaçına ilişkin olduğu Tablo 4'te belirtilmiştir.

Tablo 4. Dünya'da Nüfusa Oranla Sosyal Medya Kullanıcılarının %'lik Dağılımı

Toplam nüfusun % kaçını sosyal medya kullanıcısı	2017	2018	2019	2020
Kuzey Amerika	%66	%70	%70	%69
Orta Amerika	%51	%59	%62	%64
Karayipler	-	%40	%46	%51
Güney Amerika	%59	%63	%66	%67
Kuzey Avrupa	-	%66	%67	%67
Batı Avrupa	%54	%54	%53	%54
Güney Avrupa	-	%56	%58	%59
Doğu Avrupa	%44	%45	%48	%49
Kuzey Afrika	%14	%38	%40	%39
Batı Afrika		%11	%12	%13
Orta Afrika		%6	%7	%6
Güney Afrika		%31	%38	%36
Doğu Afrika		%7	%8	%8
Batı Asya	%38	%55	%54	%56
Orta Asya	%7	%12	%16	%22
Güney Asya	%15	%20	%24	%27
Güneydoğu Asya	%47	%55	%61	%63
Doğu Asya	%57	%64	%70	%71
Okyanusya	%52	%55	%57	%57
Dünya Ortalaması	%37	%42	%45	%49

Kaynak: (We Are Social, 2017, 2018, 2019, 2020), Tarafımızca düzenlenmiştir.

Genel itibariyle dünya ortalamasının altında kalan Doğu Afrika, Batı Afrika, Orta Afrika, Orta Asya bölgelerinin diğer bölgelerden daha düşük oranda sosyal medya kullanması; internet alt yapılarının yetersizliği, teknolojinin yeteri kadar gelişmemesi, ekonomik koşulların elverişsiz oluşu gibi sebeplerden kaynaklanmaktadır. Yine dünya ortalamasının altında olan fakat bu bölgelere göre daha fazla sosyal medya kullanıcısına sahip olan Kuzey Afrika ve Güney Afrika bölgelerindeki bu farklılığın sebebi yine teknoloji ve bilişim alt yapılarının nispeten daha gelişmiş olmasıdır.

Teknolojinin ve bilişim sektörlerinin gelişmiş olduğu ayrıca birçok sosyal medya uygulamasının da yoğun olarak kullanıldığı Kuzey Amerika, Batı Avrupa, Kuzey Avrupa, Doğu Asya ve Güneydoğu Asya bölgeleri dünya ortalamasının üzerinde sosyal

medya kullanıcılarına sahiptir. İnternet altyapısının ve teknolojinin dışına bu bölgelerdeki nüfus yoğunluğu da göz önüne alındığında, dünya genelindeki sosyal medya kullanıcı sayısının büyük bir oranının bu bölgelerde bulunduğu görülmektedir.

2.3.3. Türkiye’de İnternet ve Sosyal Medya

Dünya’da internet kullanımının ardından Türkiye’de internet ve sosyal medya kullanım verileri incelendiğinde, nüfusa oranla birçok ülkeden daha aktif kullanıldığı gözlemlenmiştir. Toplumun büyük çoğunluğunun internet erişimi olan cihazlara sahip olması, sosyal medya kullanımını pozitif yönlü etkilemektedir.

Tablo 5. Türkiye'ye İlişkin Bazı Veriler

Türkiye’de Sosyal Medya Kullanımı (Nüfusa Göre)	2017	2018	2019	2020
Nüfus (milyon)	80,02	81,33	82,44	83,88
Kentleşme	%74	%75	%75	%75
İnternet Kullanıcısı (milyon)	48,00	54,33	59,36	62,07
Aktif Sosyal Medya Kullanıcısı	%48	%51	%52	%54
Telefon Kullanıcısı	%95	%98	%98	%90
Akıllı Telefon Kullanıcısı	%75	%77	%77	%89
Tablet Kullanıcısı	%17	%25	%25	%45
Bilgisayar Kullanıcısı	%51	%48	%48	%67
Günlük Zaman Harcama	03:01 saat	02:48 saat	02:46 saat	02:51 saat
Sosyal Medya Kullanıcısı	%60	%63	%64	%64

Kaynak: (We Are Social, 2017, 2018, 2019, 2020), Tarafımızca düzenlenmiştir.

Türkiye demografik olarak genç bir yapıya sahiptir. Teknolojik yeniliklere daha hızlı adapte olabilen genç nüfus gün geçtikçe artmaktadır. Tablo 5’te görüldüğü gibi; Türkiye’nin nüfusu 2016-2020 verilerine göre her sene 1 milyondan fazla artış göstermektedir. 2017 verilerine göre 80,02 milyon olan nüfus, 2018 verilerinde bir önceki yıla göre %1,64 artış göstermiştir. 2019 verileri incelendiğinde 2018 verilerine göre %1,37 artmıştır. 2020 verilerinde nispeten artan nüfus artış hızı, bir önceki yıla göre %1,75 artış göstermiştir. İç göç, sanayileşme ve şehir yapılanmasının etkileri ile oluşan kentleşme de yüzdelik olarak bir değişime rastlanmamasına karşın; artan nüfus göz önüne alındığında kentleşmiş nüfusta artış meydana gelmiştir. 4 yıl içerisinde 3,86 milyon nüfus artışı olmasına rağmen kentleşme oranı sabit kalmıştır.

İnternet kullanıcı sayısı incelendiğinde ortalama olarak 4.69 Milyon ve yeni internet kullanıcısı eklenmektedir. Nüfus artışından daha hızlı bir şekilde internet kullanıcısı sayısında artış meydana gelmiştir. Nüfusun 3,86 milyon arttığını göz önüne alındığında, internet kullanıcı sayısının 14,02 milyon artış göstermesi; daha önce internet kullanmayan bireylerin çeşitli sebeplerle yeni internet kullanıcısı oldukları açıkça görülmektedir. Aktif sosyal medya kullanıcılarındaki oransal büyüme; artan nüfusun ve gelişen teknolojinin yanı sıra daha geniş kesimlere ulaşabilmek adına sosyal ağlarda yapılan çalışmaların başarı ile sonuçlandığının izlerini taşımaktadır. Telefon kullanıcılarında 2020 verilerine bakıldığında bir önceki yıla göre %8 oranında bir azalma meydana gelmiştir. Buradaki %8’lik azalma bireylerin bilinçlenmesi ve ebeveynleri oldukları çocukların teknoloji ile tanışırken cep telefonu gibi belirli GSM operatörlerine bağlı olmayan ve dijitalleşme çağında daha büyük ekranlar ile karşımıza çıkan tabletlere yöneldiği gözlemlenmiştir.

Öyle ki; tablet kullanım oranlarındaki gözle görülür artışın sebebi yalnızca çocuk kullanıcılarından kaynaklanmamaktadır. Yetişkin bireyler hobi amaçlı kullanım sağladığı gibi ayrıca; restoranlar, kafeteryalar, hastaneler, bankalar, üniversiteler, okullar vb. birçok alanda aktif olarak tablet kullanımında artış mevcuttur. Günlük internette harcanan zaman verileri incelendiğinde; bireylerin sosyal medya uygulamalarında, internet tabanlı işlerinde ve birçok alanda harcanan zamanı bir bütün olarak ele aldığını bilmemiz gerekmektedir. Dünya genelinde, boş vakitlerde kullanılması daha doğru olan sosyal medya uygulamaları ve diğer eğlence içerikleri beklenenin aksine bir şekilde kullanımda olduğu bilinmektedir. Artan nüfus faktörü göz önüne alındığında harcanana zamanın azalması gerekirken, tüketilen zaman miktarı da nüfusla doğru orantıda artış gösterdiği için 2016-2020 yılları arasında ortalama harcanan zaman 2 saat 51 dakika olarak karşımıza çıkmaktadır. Tablo 5 incelendiğinde genel itibariyle Türkiye’de; artan nüfus, internet ve sosyal medya unsurlarından dolayı tabana yayılan teknoloji ve iletişim cihazları kullanımında artış gözlemlenmiştir.

Dünya genelinde sosyal medya uygulamalarının kullanımına ilişkin veriler incelendiğinde global popülaritesi olan uygulamaların, kullanıcıların büyük çoğunluğu tarafından tercih edildiği gözlemlenmektedir.

Tablo 6. Türkiye'de Nüfusa Oranla Sosyal Medya Uygulamalarının Kullanımı

Türkiye'de Kullanılan Sosyal Medya (Sosyal Medya Kullanıcılarına Göre)	2017	2018	2019	2020
Youtube	%57	%55	%92	%90
Facebook	%56	%53	%58	%76
Instagram	%45	%46	%84	%83
Twitter	%44	%36	%58	%61
Google +	%34	%31	-	-
LinkedIn	%25	%20	%30	%32
Pinterest	%19	%16	%28	%34
Tumblr	%19	%14	%21	%20

Kaynak: (We Are Social, 2017, 2018, 2019, 2020), Tarafımızca düzenlenmiştir.

Dünya genelinde birçok sosyal medya ve haberleşme uygulaması mevcuttur. Yerel, ulusal, bölgesel ve küresel olarak kategorize edilebilecek sosyal medya uygulamaları Türkiye'de de yoğun bir şekilde kullanılmaktadır. Türkiye'de 2016- 2020 yılları arasında video içerik paylaşım platformu olan Youtube sırası ile %57, %55, %92 ve %90 kullanıcı oranları ile en yoğun kullanılan sosyal medya platformu olmuştur. Diğer uygulamalar ile entegre olabilmesi ve YouTube'un kazanç politikasında değişiklikler sebebi ile daha fazla içerik üretilmeye ve tüketilmeye başlanmıştır.

Facebook popüler sosyal medya uygulamalarının ilk örneklerinden olmasının avantajını uzun bir süre en yaygın kullanılan platform olarak elde etmiştir. Türkiye'de Facebook 2016-2020 yılları arasında sırasıyla; %56, %53, %58 ve %76 kullanıcı oranları ile en popüler sosyal medya ağları arasında yerini almıştır.

Instagram, Facebook'un kullanımının azalmasıyla ve kullanıcılara yeni özellikler sunması ile son yıllarda daha yoğun kullanıcı kitlesine ulaşmıştır. Fotoğraf paylaşım ağı olmanın yanı sıra eklenen video, efekt vb. yenilikler ile nüfusun daha büyük bir kesiminin ilgi odağı olmuştur.

Twitter, diğer tüm sosyal ağlardan microblog olma özelliği ile ayrılması ve görsel açıdan Facebook, Youtube, Instagram gibi sosyal medya ağlarından daha kısıtlı olmasından dolayı nüfusun en fazla %61'inin kullanmasını sağlayabilmiştir. Ancak burada, bir iletişim ağı olan sosyal medyanın verimlilik ve kitlelilik özellikleri ön plana çıkmaktadır. Toplum genelinde diğer sosyal medya ağlarından daha ciddi içeriklerin, haber gündemlerinin, siyasi ve politik kullanıcıların aktif olarak kullanıldığı

gözlemlenmiştir. Kitlemel hareketlerin verimliliği açısından, nüfusun %61'inin kullanmasına rağmen bilinçli kullanıldığında en etkin kitle iletişim ağı olarak karşımıza çıkmaktadır.

Google+ sosyal ağına ilişkin 2019 ve 2020 yılında raporlarda yer verilmemiştir. Google, aldığı bir karar sosyal medya ağı olan Google+ 'ın faaliyetine son vermiştir.

LinkedIn daha çok profesyonel sosyal ağ olarak kullanıma sunulmuş, çeşitli sosyal medya araçları kullanan iş ve profesyonel yaşam üzerindeki bireylerin etkileşimine odaklanan bir sosyal medya ağıdır. Ortalama kullanıcı sayısının, hedef kitlesine uygun olduğu gözlemlenmiştir.

Pinterest, görsel içeriklerin baskın olduğu bir sosyal ağdır. Burada bireylerin; ilgi, zevk ve tercihleri doğrultusundaki görsel içeriklerle buluşturulması amaçlanmıştır. Instagram kadar efektif bir yapısının bulunmaması ve kullanıcı kitlesinin daha çok genç nüfus odaklı olmasından dolayı kullanıcı sayısı nüfusun belirli bir oranına hitap etmektedir.

Genel itibariyle Tablo 6 incelendiğinde; Türkiye'de nüfusa oranla sosyal medya uygulamalarının kullanımı belirtildiği gibi 2016-2020 yılları arasında yaklaşık nüfusun %63' ünün en az 1 sosyal medya hesabı bulunmaktadır. Gelişen teknoloji kapsamında benzer sosyal medya ağları oluşturulmuştur. 2019 ve 2020 yılında bireylerin sosyal medya uygulamalarında yeni uygulamalardan etkilendiği gözlemlenmiştir. Snapchat %31 - %29 , Twitch %20 - %24 , Reddit %13 - %16 , Badoo %12 – (-) ve TikTok (-) - %29 olarak yeni akımlara yönelmiştir. İlerleyen dönemlerde pandemi sürecinin de etkisiyle daha yoğun kullanılan Twitch ve TikTok uygulamalarının da sosyal medya uygulamaları arasında trend olmuştur (We Are Social, 2019, 2020, 2021).

2.4. Dünya'da Sosyal Medya Regülasyonları

Dünya genelinde medya açısından, hukuka aykırı davranışlardan kaçınmak ve bunları engellemek için hemen her ülkede internet ve internet kullanımına ilişkin belirli yasal düzenlemeler bulunmaktadır. Bu yasal düzenlemeler teknolojinin gelişmesi ile birlikte yetersiz kalmıştır. Yetersizliğin temel sebebi olarak görülen sosyal içerik üreticiliğine bir regülasyon getirebilmek adına bazı düzenlemeler yapılmıştır. Bu düzenlemelerin zemininde yasal bir dayanak olarak kanunlar yer almaktadır. İlgili ülkenin belirlediği düzenlemelerin aksi durumlarında ülke hukukunda belirlenen yasalarca, sorumlular cezalandırılmaktadır. Ayrıca mevcut kanunlarda belirtilen

kurumlara ek olarak devletin regüle etmesi doğrultusunda yeni denetim birimleri kurulması gerekmektedir. Kurulan bu denetim birimleri kamunun sosyal medya platformlarındaki temsilcisi niteliğindedir. Sosyal medya hukukuna uygun olmayan her türlü paylaşımın incelenmesi ve ilgili kanunlarca hükmedilen çerçevede sonuçlandırılması ile görevlidir (BBC News, 2020).

2.4.1. Almanya

Aşırı sağ görüşlü grupların artışı ve göçmen karşıtlığı sebebi ile Almanya sosyal medya alanında bazı düzenlemeler gerçekleştirmiştir. Bu düzenleme kapsamında; yalan haberlerin yapılması, kişilere karşı ölüm tehdidinde bulunma, terör saldırıları öncesinde topluma korku yayacak paylaşımlarda bulunma ve sosyal ağlarla terör örgütlenmeleri gibi nedenlerle sosyal medya alanında yeni düzenlemeler gündeme gelmiştir. Batılı anlamda sosyal medyanın düzenlenmesi ve kısmi olarak denetlenmesi açısından ilk hukuki düzenlemedir. Bu tür kanuni düzenlemelerde; bireylerin içerikleri şikâyet edebileceği ve gelen şikâyetleri değerlendirebilecek bir sisteme ihtiyaç duyulmaktadır. Yasa incelendiğinde, şikâyet edilen içeriğin değerlendirilmesi sonrasında olumsuz bir sonuca varılıyorsa; 24 saat içerisinde silinmesi veya erişiminin engellenmesi kararı verilmektedir (Bundesamt für Justiz, 2017).

NetzDG yasasına göre; mahkeme kararı olması halinde sosyal medya uygulamalarında ürettiği içerik bir başkasının kişisel haklarını ihlal eden kişinin, kimlik bilgileri ilgili mağdura verilebilecektir. Ayrıca belirli bir kullanıcı sayısının üzerinde kullanıcısı bulunan sosyal medya platformları altı ayda bir olmak üzere, gelen şikâyetlerin nasıl değerlendirildiği ve ne yapıldığı yönünde kamuoyunu aydınlatmak ve ilgili makamlara iletebilmek adına internet sayfalarından yayınlanmak üzere Almanca hazırlanmış raporlar düzenlemeleri kanunca karara bağlanmıştır.

Sosyal medya platformları merkeziyetsiz bir yönetim anlayışı ile genellikle vergi cenneti ya da teknoloji diyarı diye bilinen merkezlerde bulunmaktadır. Ancak Almanya ülke sınırları içerisinde sosyal medya platformlarından hukuki ve idari işlemlerin daha efektif yürütülebilmesi için bir temsilci bulundurmalarını zorunlu kılmıştır. Yasa kapsamında idari para cezalarının hem sosyal medyada içerik üreticisine hem de sosyal medya platformuna kesebileceği açıkça belirtilmiştir (Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz, 2021).

Yasayı 2018 yılında etkin şekilde kullanan Almanya, ilk cezasını Facebook'a kesmiştir. Ancak Facebook'un itirazları sonucunda incelemeleri devam ettirilmiş ve NetzDG kanununda belirtilen şikâyet ve raporlama esasları yeterince şeffaf olmadığı için yeniden düzenlemelerine teknolojinin gelişimine paralel olarak devam edilmiştir. Almanya hukuk sisteminin meclise sunduğu rapor incelendiğinde 2020 haziran ayı itibariyle; kanunun işleyişini etkin kılmak için büyük hassasiyetle çalışan şikâyet sistemi sonucunda açılan soruşturmaların yaklaşık 600 tanesini kapatmış (BBC News, 2020), geri kalanının soruşturmasına devam edildiği söylenmiştir. NetzDG, aşırı ırkçı söylemlerin önüne geçme konusunda yetersiz olunca, 1 Ocak 2017 'den beri yürürlükte olan ve işleyişlerinde aksaklıklar bulunan "Ağ İcra Yasası" 6 Mayıs 2021 tarihinde Federal Almanya Meclisi görüşmeleri ardından oylama ile Federal Hükümetin yasa üzerinde değişiklikler içeren yasa tasarısını kabul etmiştir (Deutscher Bundestag, 2021).

Genel olarak kanunun çıkışından bu yana düzenlemeler sonrasında; cinayet, terör saldırısı, ölüm tehdidi vb. gibi barışçıl ve ulusal huzuru bozabilecek durumlarda idari para cezasının yanı sıra, hapis cezası da verilmektedir. Ayrıca bu ve benzeri içerik paylaşanların sosyal medya hesaplarının şifreleri ve diğer erişim bilgileri içerik sağlayıcı tarafından devletin ilgili kurumuna vermekle hükümlü kılınmıştır. Bu düzenlemelere getirilen bazı yorumlar; insan haklarına aykırı olması, sosyal medya platform sağlayıcıların gelen şikâyetleri devletin ilgili birimlerine iletmek yerine, şikâyete konu olan gönderiyi silerek sonuçlandırdığında hukuki olarak dezavantaj oluşturacağı şeklinde eleştiri niteliğinde olmuştur.

2.4.2. Fransa

Fransa'da benzer bir yasa ile sosyal medya platformları regüle edilmek istenmiştir. Fransız Ulusal Meclisi tarafından Haziran 2020'de kararlaştırılıp, Temmuz 2020 itibaren yürürlüğe alınan Avia Yasası, yasalara uygun olmayan içeriklere daha efektif ve hızlı bir müdahaleyi hedeflemektedir. Avia Yasası, 7 bölüm ve 19 maddeden oluşmaktadır (Republique Française, 2020b).

Avia Yasası genel itibariyle incelenecek olursa; çevrimiçi ortamlarda ırkçılık ve nefret söylemleri başta olmak üzere birçok suça ve suç sayılabilecek paylaşımı engellemeye çalışmaktadır. İçeriklerin bir şikâyet mekanizması ile ilgililere bildirilmesi ve bildirimde bulunan kişilerin gerçek ve tüzel kişiliklerine ilişkin ayrıntılı veriler talep edilmektedir. Bu verilerin toplanmasındaki amaç, bildirim gerçeği ve iletişim

aksaklıklarını hızlıca gidermektir (Republique Française, 2020a). Avia Yasası'na göre; çocuk istismarları ve teröre ilişkin içeriklerin bir idari mahkemece tebligatından itibaren silinme süresi 1 saate düşürülmüş ve “açıkça yasa dışı” olarak nitelendiren durumların 24 saat içerisinde sosyal medya sağlayıcısı tarafından kaldırılmasına ilişkin hükümler mevcuttur (Edri, 2020).

Avia Yasası'na Avrupa Birliği Konseyinden ve sosyal toplumdaki çok sayıda eleştiri ve diğer yasalara aykırı olduğu ifade edilmiştir. Fransa Anayasa Mahkemesi; bildirimlerin incelenmesi ve karara bağlanmasının kısa bir zaman dilimine isabet etmesi yasalara aykırılığın doğru tespitinde hataya yol açabileceği göz önüne alınmış ayrıca ifade özgürlüğü ilkesiyle ters düşmesi ve sosyal medya platformlarına ilişkin cezaların aşırı ağır (orantısız) olması gerekçesi ile 18 Haziran 2020 tarihinde yasayı iptal etmiştir (TBMM, 2020).

2.4.3. Avustralya

Konvansiyonel medyanın önemini yitirmesiyle birlikte sosyal medya platformlarına hükümetlerin regülasyon ve denetimi artmıştır. Avustralya 2014'ten bu yana başta çocuklar için çevrimiçi güvenliği artırma yasaları olmak üzere, çevrimiçi ortamların regülasyonu konusunda sistematik bir ilerleme kaydetmiştir (Australian Government, 2021a). 2015'te temelleri atılan ve 2021 yılında yeniden revize edilerek kapsam ve içerikleri detaylandırılan “Enhancing Online Safety Act 2015” – “Çevrimiçi Güvenliği Geliştirme Yasası 2015”- bulunmaktadır. Geniş çaplı revizeler sonucunda, “Online Safety Act 2021” adında “Çevrimiçi Güvenlik Yasası 2021” yürürlüğe alınmıştır.

Yasaya göre bir “e-Güvenlik Komiseri” bulunacaktır. Bu komiserin başlıca görev ve yetkileri bulunmaktadır. Avustralya Federal Mevzuat Kayıtları incelendiğinde; çevrimiçi güvenliği teşvik sistemi, çocuklara yönelik siber zorbalıklar ve yetişkinlere yönelik siber taciz ve istismarlar için oluşturulan her nevi içerik için şikayet sistemi, mahrem olarak nitelendirilen görsel paylaşımlar için şikayet ve itiraz sistemi, çevrimiçi içerik şemalarının sistematik yönetimi ve ilgili departmanların yetkililerini ve kurumlarının faaliyetlerini koordine etme ve diğer sistemlerin yönetimi hukuki olarak e-Güvenlik Komiseri'nin başlıca görev ve sorumlulukları arasında tanımlanmıştır (Australian Government, 2021b). Çevrimiçi Güvenlik Yasası 2021 incelendiğinde, bahsi geçen konularla ilişkili materyalleri barındıran internet hizmet sağlayıcılarına, verdikleri bu hizmetin geri çekilmesi için “*kaldırma bildiri*” verildikten sonra söz konusu içeriği

kaldırması gerekmektedir. Ayrıca söz konusu içeriği kaldırdıktan sonra özür dilemesinin beyan edildiği “*son kullanıcı bildirim*” verilebileceği açıkça ifade edilmiştir. Çevrimiçi Güvenlik Yasası 2021’de mahremiyet içeren görüntülerin rıza alınmadan paylaşılması veya paylaşılma ile tehdit edilmesi, şantaj yapılması gibi durumlarda idari para cezasına çarptırılabilirliğini beyan edilmiştir. Çevrimiçi içerik şemasında herhangi bir internet arama motoru hizmeti sağlayıcısının, bahsi geçen durumlarda, bağlantı vermeyi tamamen durdurmasına ilişkin “*bağlantı silme bildirim*” verilebileceği bildirilmiştir. Sosyal medya hizmet sağlayıcılarının da söz konusu içeriklerin son kullanıcıya erişimini engellemesi için “*uygulama kaldırma bildirim*” verilebileceği yasa hükmüne alınmıştır. E- Güvenlik Komiseri dışında, ilgili bakan tarafından, sosyal medya hizmetleri ve elektronik hizmetler için çevrimiçi güvenlik beklentilerinin düzenlenebileceği ve belirleyebileceği yine aynı kanun ile kabul edilmiştir. Düzenli olarak şikayetlerin incelendiği ve sonuçlandırıldığı Çevrimiçi Güvenlik Yasaları, Avusturalya Temsilciler Meclisi’nde rapor edilip, revizeleri gerçekleştirilmektedir (House of Representatives, 2019-2020-2021). Avusturalya Parlamentosu, idari para cezalarını ve diğer cezaları çevrimiçi güvenlik yasaları dışında, diğer yasalarca sağlamaktadır (Australian Government, 2021a). Son olarak internet servis sağlayıcılarına yönelik; tiksindirici ve şiddet içeren davranışları teşvik eden, öğreten, betimleyen içerik ve materyallerin engellenmesinin istenebileceği belirtilmiştir.

2.4.4. Çin

Dünya genelinde sosyal medya sağlayıcılarına karşılık birtakım düzenlemeler ve kısıtlamalar uygulanmaktadır. Kuşkusuz uzun yıllardır internet alanındaki en katı sansürü ve regülasyonu Çin uygulamaktadır. 21.yüzyılda uluslararası platformlarda yükseliş halinde bulunmasının yanı sıra, teknoloji ve internet alanlarında da birçok yenilik ve düzenlemede bulunmuştur. İnternet aracılığıyla bilginin ve iletişimin en hızlı gerçekleştiği bu dönemlerde Çin, statükoyu koruyabilmek ve kamusal işleyişte aksaklıkları engelleyebilmek adına uzun yıllardır uyguladığı katı sansürlere devam etmektedir. Diğer ülkelerin aksine Çin’de sosyal medya regülasyonları kanunların yanı sıra, kısıtlama politikalarıyla gerçekleştirilmektedir.

Çin, uluslararası imaj yönetimi ve kültürel etkinliğini arttırmak için sosyal medya sağlayıcılarını tamamen kontrol altında tutmak istemektedir. Siyaset bilimci Joseph Nye tarafından kullanılan “*yumuşak güç*” kavramını sosyal ağ sağlayıcılarındaki

hakimiyetiyle uygulamaya çalışmaktadır. Yumuşak güç; daha çok uluslararası siyasetteki stratejik bir durumdur. Söz konusu ülkenin refah seviyesi, sosyal durumu, istikrarı vb. durumlarının örnek alınmak istenmesi ile etkilenmesidir (Nye, 2017, s. 14). Dünya kamuoyundaki baskıcı yönetim imajını düzeltmek, yeni dostlar ve müttefikler edinebilmek, benzer kültürleri asimile etmek gibi bir dizi stratejik hamlelerde bulunmaktadır (D'Hooghe, 2011, s. 164). Çin yerli sosyal medya platformlarının uluslararası kullanıcılara cazip hale getirebilmek için büyük sosyal medya şirketlerinin benzeri uygulamalar geliştirmiştir. Öte yandan Facebook, Twitter, YouTube gibi sosyal medya ağlarını ulusal çapta yasaklamıştır. Barışçıl, yardımsever, güvenilir, iş birliğine yatkın bir imaj sergilemek isteyen Çin, askeri veya ekonomik güç yerine, yumuşak güç kullanımıyla imajını yönetmek istemektedir. Geleneksel ve modern medya kanallarını aktif bir şekilde kullanarak kültürel, ekonomik, siyasal birçok kulvarda kendini kabul ettirmeyi hedeflemektedir (Yanqiu, 2014). Öyle ki 2010 yılından sonra Afrika'daki etkinliğini arttırarak Çin'e ait televizyon kanalları, radyo yayınları ve gazeteler yayınlamış, bu yayınları çok dilli bir şekilde gerçekleştirmiştir (Yanqiu, 2014). Çin her yıl ekonomisinde uluslararası medya ve yayıncılık için milyonlarca dolar değerinde bütçe hazırlamaktadır (D'Hooghe, 2011, s. 180-184). Medya, Çin'in dış dünyadaki vitrini olarak benimsenmektedir.

En popüler olarak kullanılan Twitter, Facebook, Youtube vb. sosyal medya uygulamalarına karşılık, tamamen Çin'e ait olan Weibo, Tencent Video vb. yerli sosyal medya uygulamasının kullanımını desteklemektedir. Yerli uygulamalar ile kitlesel veri akışlarının kontrolünü kamusal bir otoriteyle gerçekleştirmektedir. Diğer tüm sosyal medya sağlayıcılarının optimum uygulama deneyimi ve iş ortakları ile paylaşılmak üzere erişim izni istediği veriler, kamu kuruluşu olan Çin İnternet Ağı Bilgi Merkezi tarafından toplanmakta ve işlenmektedir (Guo, 2018). Verilerin denetlenmesi, toplanması, işlenmesi toplumsal refah ve ulusal güvenliğin dışında siyasal amaçlar gütmektedir. Geleneksel ve modern medyanın üzerinde sürekli bir hükümet gölgesi bulunmaktadır. Çin devleti 1949'da kurulduğundan bu yana bilgi akışında sürekli müdahalelerle toplumsal yönlendirmelerde bulunmaya çalışmaktadır. Ayrıca teknoloji ürünlerinde yerli malı cazip hale getirerek kullanıcıları daha kolay bir şekilde Çin yapımı uygulamalara yönlendirmektedir. Çin'in ürettiği yerli marka teknoloji ürünlerin, diğer markalardan daha uygun fiyatlı olması küresel pazarlamada avantaj sağlamaktadır.

2.5. Türkiye’de Sosyal Medya Kanunu

Türkiye’de sosyal medya uygulamaları ve dijital içeriklerle ilgili bir regülasyon bulunmaktadır. İnternet ortamındaki hemen her içeriği kapsamında regüle eden yasalar mevcuttur. Ancak teknolojinin gelişmesi ile birlikte ilgili yasalarda da düzenlemeler, yeni kanunlar yapılmaktadır.

31 Temmuz 2020 tarihinde, 31202 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanan ve 7253 sayılı “*İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi Ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun*” başlıklı kanunda, 5651 sayılı “*İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanunu*” başlıklı kanuna ilişkin düzenlemeler ve ek maddeler bulunmaktadır.

2.5.1. Kanuna İlişkin Bazı Düzenlemeler ve Eklemeler

7253 sayılı kanunun 5651 sayılı kanundaki düzenlemeleri incelendiğinde; “port bilgisi” ibaresi eklenmiştir. Böylelikle, daha önce yalnızca “IP adresi” ibaresi bulunana 5651 sayılı kanunun kapsamı genişletilmiştir. 7253 Sayılı kanunla düzenlenen bir başka husus 5651 sayılı kanunda bulunmayan “Sosyal ağ sağlayıcı” tanımlanmış ve “s” bendi olarak eklenmiştir. Böylelikle kanun yalnızca içerik oluşturan ve içeriği kullananları kapsarken, artık içeriğin yapıldığı mecranın sorumluları, görüntülenmesine izin veren taraflar ve paylaşımlara imkan sağlayanlarda kanunen tanınmış oldu.

Yurt dışında bulunan ve hakkında idari para cezası hükmüne varılan gerçek ve tüzel kişilere, “Tebliğat Kanunu” usul ve esaslarına uygun olarak ilgili kişiye tebliğ edilebilmesine ilişkin hükümler eklenmiştir.

5651 sayılı kanunda bulunan “yer sağlayıcılık bildirim” ve kanundaki diğer yükümlülüklerin yerine getirilmemesi koşulunda yer sağlayıcıya verilecek olan idari para cezasının alt limiti 10.000 TL’den 100.000 TL’ye, üst limiti 100.000TL ‘den 1.000.000TL’ye olarak değiştirilmiştir.

5651 sayılı kanunun kapsamını genişletmek amacıyla; “*İçeriğin çıkarılması ve erişimin engellenmesi kararları ile yerine getirilmesi*” şeklinde kanunda bulunan ibarenin, “*erişimin engellenmesine*” ibaresi “*içeriğin çıkarılmasına ve/veya erişimin engellenmesine*” ve kanunda bulunan diğer bir ibare “sorumlu kişi” yerine, “içerik, yer ve erişim sağlayıcıların sorumluları” şeklinde değiştirilmiştir.

Ayrıca kanunda değiştirilen bu ibarenin gerçekleştirilmesi konusunda ivediliğine karar verilmiştir. Verilen bu karar kanuna “... *derhâl, en geç dört saat içinde ilgili içerik ve yer sağlayıcılar ile erişim sağlayıcı tarafından yerine getirilir.*” ibaresini ekleyerek gerçekleştirilmiştir.

Halk arasında ve kanun ile ilgili gerçek/ tüzel kişilerce; “7253 sayılı “*İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi Ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun*” kısaca sosyal medya kanunu olarak anılmaktadır. Bu şekilde anılmasının temel sebebi hiç kuşkusuz 5651 sayılı kanuna yeni eklenen “*EK MADDE 4*” ile ilişkilidir. Bu madde kapsamında; “Türkiye’den günlük erişimi bir milyondan fazla olan yurt dışı kaynaklı sosyal ağ sağlayıcı” idari, hukuki ve adli işlemlerin işleyişinde aksaklık meydana gelmemesi için yine ilgili kanunda yer vererek; “... *en az bir kişiyi Türkiye’de temsilci olarak belirler ve bu kişinin iletişim bilgilerine kolayca görülebilecek ve doğrudan erişilebilecek şekilde internet sitesinde yer verir. Sosyal ağ sağlayıcı bu kişinin kimlik ve iletişim bilgilerini Kuruma bildirmekle yükümlüdür.*” şeklinde kanunda açıkça belirtmiştir.

Temsilci belirleme ve bulundurma, kanun çerçevesinde belirlenen sosyal ağ sağlayıcıları yasada belirlenen usul ve esaslara uymadığı takdirde idari cezalarla karşılaşmaktadır. Para cezalarının yanı sıra; yeni reklam verememek, reklama ilişkin sözleşme kuramamak, reklama ilişkin ödeme yapamamak, internet bant genişliğinin düşürülmesi, internet trafiğini kısıtlayıcı önlemler alınması gibi cezalara tabii tutulmuştur. Ayrıca sosyal ağ sağlayıcıları aldıkları yeni yükümlülük ile daha önceden elde ettikleri içerik sağlayıcısı veya yer sağlayıcısı olmalarına ilişkin yükümlülüklerini değiştirmemektedir.

Dünya genelinde kişisel veriler çeşitli şekillerce sosyal ağ sağlayıcıları tarafından korunmaktadır. Ancak ağ yapılarında bulunan sistematik açıklardan kaynaklı olarak bu veriler dışarıya zaman zaman sızmaktadır. Hem diğer ülkelerdeki otoritelerin bu verilere erişimini engellemek hem de ülke içindeki verilerin korunmasına ilişkin önlem almak amacıyla Türkiye’deki kullanıcıların verilerinin Türkiye’de bulundurulması ve gereken tedbirleri alması konusunda da kanunca düzenlemeler yapılmıştır.

2.6. Twitter

Twitter, karakteristik özellikleri açısından diğer sosyal medya uygulamalarından farklı bir yapıdadır. Bu farklılıkların başında kuşkusuz yazılı ifadelerin ağırlıkta olması ve karakter sınırlaması ön plana çıkmaktadır. Ayrıca popülerlik ve yoğunluk göstergesi olarak kullanılan “Trend Topic” (TT) yapısı belirli kişilerin ve grupların kullanıma yönelmesinde etkin rol oynamaktadır. Ayrıca, birçok sosyal medya ağında içerik kirliliğinden kaynaklanan “aranan içeriğin doğrudan bulunamaması” gibi bir sorunsala, gelişmiş arama filtreleri ve “Başlık Etiketleri” (Hashtag) anlamını gelen, (#) simgesi ile özdeşleşen bir yapısal farklılığı bulunmaktadır.

Tüm bu özelliklerinin birçok insanın ilgisini çekmektedir. Tablo 7’de görüldüğü gibi sosyal medyayı hem iletişim hem de politik bir araç olarak kullanan ülke liderleri de bulunmaktadır.

Tablo 7. Bazı Devlet Başkanları ve Makamlarının Twitter Hesaplarına İlişkin Veriler

Dünya Sıralaması	Ülke	Adı	Takipçi	Takip edilen	Attığı Tweet	Etkileşim oranı
9	ABD	Donald J. Trump @realDonaldTrump	76 066 375	47	50 444	%0.25
18	Hindistan	Nandra Modi @narendramodi	54 971 395	2 367	26 403	%0.15
48	Hindistan	PMO India @PMOIndia	33 418 671	486	25 923	%0.10
61	ABD	President Trump @POTUS	29 167 810	39	9 096	%0.00
96	ABD	The White House @WhiteHouse	21 382 873	19	17 061	%0.01
164	Türkiye	Recep Tayyip Erdoğan @RTErdogan	15 415 093	95	6 630	%0.58
225	Endonezya	Joko Widodo @jokowi	13 294 579	59	2 448	%0.15
298	Pakistan	Imrah Khan @ImranKhanPTI	11 384 187	18	6 343	%0.40
361	BAE	HH Sheikh Mohammed @HHSkMohd	10 081 394	62	5 960	%0.05
464	Hindistan	President Of India @rashtrapatibhvn	8 505 766	1	7 327	%0.20
563	Türkiye	T.C. Cumhurbaşkanlığı @tcbestepe	7 403 937	9	11 508	%0.20
664	Meksika	Andrés Manuel @lopezobrador_	6 692 855	250	4 801	%0.34
714	Brezilya	Jair M. Bolsonaro @jairbolsonaro	6 414 492	504	9 060	%0.85

Erişim 6/04/2019 23:45

Kaynak: (Social Blade, 2019) (Twitter, 2019) (Boomsocial, 2019), Tarafımızca düzenlenmiştir.

Twitter'daki takipçi sayılarına göre dünya sıralamalarına göre sıralanmış olan ve kamu siyaset sektöründe bulunan devlet ve hükümet başkanlarının (aktif dönemdeki) kişisel hesapları, devlet başkanı hesapları (başkanlık & başbakanlık) ve devlete ait kurumsal hesaplar listelenmiştir. Sosyal medyanın geleneksel medya ve iletişim araçlarının yerini aldığı 21. yüzyılın ilk çeyreğinde devlet yöneticileri TV, gazete, dergi gibi yayın araçları dışında kişisel ve kurumsal resmi sosyal medya hesapları aracılığıyla da halk ile etkin bir şekilde iletişim halindedir. İletişimin yanı sıra yerel, ulusal ve uluslararası basın-yayın kuruluşları üzerinden gerçekleştirilen her durumu sosyal medya araçları üzerinden çok daha hızlı ve zahmetsiz bir şekilde gerçekleştirebilmektedirler.

Zaman, mekân ve daha birçok unsurun oluşturduğu zahmeti ortadan kaldırarak eş zamanlı uluslararası etkileşimde bulunabilme imkânı sunan sosyal medya ile kimi zaman yardım kampanyaları, seçim faaliyetlerini, duyurular, birlik çağrıları hatta aylık/yıllık ekonomik göstergeler dahi paylaşılmaktadır. Burada adı geçen Twitter hesapları ile atılan tweetler herkese açık (public) olarak gerçekleştiği için takipçisi olmadığımız liderlerin dahi hesaplarını ziyaret edebilme imkânı sunmaktadır. Tablo 7'deki veriler ışığında sosyal medyayı aktif kullanan liderlerden; Donald Trump (ABD), Nandra Modi (Hindistan) ve Recep T. Erdoğan (Türkiye) kişisel twitter hesaplarını, devlet başkanı Twitter hesaplarını ve devlete ait kurumsal Twitter hesaplarını aktif olarak kullanmaktadırlar. Bunun yanı sıra Joko Widodo (Endonezya), İmran Khan (Pakistan), Muhammed b. R. El Maktum (BAE), Andrés Manuel (Meksika) ve Jair M. Bolsonaro (Brezilya) hesapları da 5 milyon üzerinde takipçileri ile kişisel Twitter hesaplarını kullanmaktadırlar.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

2016-2020 DONALD TRUMP'IN TWEETLERİNİN DUYGU ANALİZİ DOLAR/TL KURU İLİŞKİSİ VE KAMUSAL ÖNLEMLER

3.1. Araştırmanın Konusu ve Amacı

Döviz kurları içsel ve dışsal birçok sosyoekonomik unsurdan etkilenebilmektedir. Yürütülen para politikaları neticesinde istikrarlı bir volatilité sağlanması ve döviz kurunun düşük olması, ülke ekonomisi için olumlu durumdur. İç karışıklık, siyasi istikrarsızlık, para ve maliye politikalarının eşgüdümlü olmaması, politikaların gecikmeli uygulanması gibi durumlar içsel unsurlardan birkaçını oluşturmaktadır. Dışsal unsurlar; uluslararası anlaşmalar, dış ticaret ilişkileri, uluslararası kuruluşların finans raporları, yabancı yatırımcı ve diğer devlet başkanlarının söylemleridir. Bu unsurları arttırmak mümkün olmakla birlikte; doğrudan Türkiye ekonomisiyle ilgili olabileceği gibi dünya ekonomisi ile de ilgili olabilmektedirler.

Gelişen teknolojiyle birlikte sosyal medyanın kullanımı sadece bireyleri değil toplumları ve hatta devletleri etkilemiştir. Öyle ki; 2011 yılında Mısır'da meydana gelen devrimde sosyal medya uygulamaları kitle iletişiminde önemli rol oynamıştır. Hızlı organizasyon, anlık haberleşme, yayılma hızı, mobil olmak gibi avantajları kullanılmıştır. Takip eden yıllarda dünya genelinde birçok eylem, etkinlik, kutlama, anma vb. olaylar sosyal ağlar aracılığıyla organize edilmiştir. 2019 yılında dünya genelindeki Covid-19 salgını kapsamında tedbir amaçlı sokağa çıkma kısıtlamaları, bireylerin sosyal medya kullanımını arttırmıştır.

Bu çalışmada; ABD Başkanı D.Trump'ın tweetlerinin (söylemlerinin), Dolar/TL kuru üzerinde etkili olup olmadığı incelenmiştir. Trump görev süresi boyunca başta ekonomi piyasaları olmak üzere birçok alanda manipülatif söylemlerde bulunmuştur. Seçim faaliyetlerinden itibaren dünya genelini etkileyen Covid-19 salgınına kadar yüksek etkinlikte bir algı yönetiminde bulunmuştur. Salgın sürecinde ABD'nin sağlık sisteminin özel sektörde olması ve nüfusun kalabalık olmasından dolayı söylemleri daha çok aksaklıklara yönelik olmuştur. Trump'ın etkin söylem dönemi olarak ele alınabilecek olan bu süreçteki sosyal medya söylemlerinin, Dolar/TL kuru üzerindeki etkileri incelenmiştir. Sosyal bilimlerde sayısal analizlere sıklıkla yer verilmektedir. Bu çalışmanın önemi, klasik iktisat teorilerinde göz ardı edilen sayısal olmayan verilerin,

Duygu analizi yapılarak, davranışsal İktisat perspektifinden incelendiğinde ekonomideki etkinliğini göstermesidir.

Duygu analizi sonucunda elde edilen sonuçlar günlük dolar kuru verileri ile ilişkilendirilmiş ve Trump'ın Dolar/TL kuru üzerindeki etkisine karşılık olarak gerçekleştirilen kamusal müdahaleler incelenmiştir.

3.2. Araştırmanın Önemi ve Sınırları

Geçmişten günümüze devlet başkanlarının söylemleri, ekonomiler üzerinde güçlü etkiler göstermektedir. Özellikle Ortadoğu'da saldırgan ve stratejik bir tutum gösteren ABD, dünya ekonomisinde ciddi söz sahibi olan ülkelerden biridir. Kırılgan ekonomiler göz önüne alındığında, ABD başkanlarının politik kararları ve söylemleri ekonomilerde dalgalanmalara sebebiyet vermektedir. Türkiye ekonomisi açısından; ABD başkanlarının tutum ve söylemleri döviz kurunun belirlenmesindeki güçlü etkenlerden biridir. Teknolojinin gelişmesi, sosyal medyanın popülaritesinin artışı destekler nitelikte olmuştur. Diğer sosyal medya uygulamalarından belirli noktalarda farklılıklar gösteren Twitter ise başta devlet başkanları olmak üzere, bireylerin söylemlerini evrenselleştirmiştir. Twitter, ABD Başkanlık seçim sürecinde; D. Trump tarafından etkin bir faaliyet aracı olarak kullanılmıştır. D.Trump'ın tweetleriyle, seçim sonrasında da aktif bir şekilde dünya kamuoyuna söylemlerde bulunmuştur.

Literatürü incelediğimizde sosyal bilimlerde, D.Trump'ın söylemleri ve Türkiye'deki dolar kuru ilişkisini incelerken; duygu analizi ve döviz kurlarındaki hareketliliğin arasındaki ilişkiyi inceleyen bir çalışma bulunmamaktadır.

ABD'de 8 Kasım 2016 tarihinde gerçekleştirilen devlet başkanlığı seçimini D. Trump'ın kazanması ve Aralık 2019'da başlayan küresel Covid-19 salgını araştırmanın başlama ve bitiş tarihlerini oluşturmaktadır. Bilindiği üzere Covid-19 salgını ekonomilerde büyük etkiler yaratmıştır. Bu tarihten itibaren D.Trump'ın söylemlerinin salgın öncesi döneme göre, ekonomilere etkisinin azaldığı öngörülerek veri setinin tarih aralığı Kasım 2016-Aralık 2019 olarak belirlenmiştir. Gerçekleştirilen bu çalışmanın duygu analizi kısmında kullanılan veriler; D. Trump'ın belirtilen tarih aralığında, sadece kendi kişisel hesabından attığı tweetler olarak alınmıştır. Kasım 2016-Aralık 2019 tarihleri arasındaki günlük Dolar/TL kuruna ilişkin veriler Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası'nın (TCMB), Elektronik Veri Denetim Sistemi (EVDS) üzerinden elde edilmiştir.

3.3. Araştırmanın Metodolojisi

Veriler, 2 farklı metot kullanılarak toplanmıştır. D. Trump'ın resmi Twitter hesabı üzerinden attığı tweetler Python programı aracılığıyla toplanmıştır. Döviz kuru verileri ise TCMB'nin EVDS üzerinden elde edilmiştir.

Twitter diğer sosyal ağ ve yazılımlardan farklı bir veri politikası kullanmaktadır. Veri toplama ve paylaşım konusunda şeffaf bir yazılım olan Twitter, yazılımcı ve geliştiriciler için herkese açık veri politikası gereği varsayılan (default) olarak belirli izinleri sağlasa da kişisel verilerin korunması ilkesi gereğince özel verileri ve özelleştirilmiş hesap bilgilerini varsayılan API'ler aracılığıyla erişime sunmamaktadır (Twitter, 2020a).

Twitter geliştiricilere ve twitter verilerini kullanarak çalışmalar gerçekleştirmek isteyenlere, gizlilik politikası sınırları içerisinde imkan sağlamaktadır. Her internet kullanıcısının Twitter hesabı olmaksızın ziyaret edebildiği, Twitter kullanıcısı olup takip edilenler arasında olmasa bile kolaylıkla görebildiği “Herkes Açık” (Public) olan Twitter hesaplarına ait tweetler “*Herkes Açık Tweetler*” olarak sınıflandırılmıştır. ABD Başkanı D. Trump'ın kullanmış olduğu kişisel Twitter hesabına (@realDonaldTrump) ait tweetlerinin ayarlarını “*Herkes Açık Ttweetler*” olarak kullanmaktadır. Twitter “Herkes Açık” varsayılan ayar olarak kabul etmektedir. Bireyler, hesap ayarları aracılığıyla gizlilik ayarları menüsünden isteğe bağlı olarak tweetlerini “*Korumalı Tweet*” olarak değiştirebilmektedirler.

Twitter, veri analizi için araştırmacının “*geliştirici*” unvanıyla işlem yapmasına olanak vermektedir. Veri madenciliğinin ve veri işlemenin siber saldırı olarak nitelendirilmemesi için yasal izin Twitter tarafına yapılan özel başvuru ile tanımlanmıştır. Verilerin elde edilebilmesi için gerekli olan; API (Application Programming Interface-Uygulama Programlama Arayüzü Anahtarı) ve Twitter API'si ile Consumer (Tüketici) API bilgileri olan; API Key (API Anahtarı), API Secret Key (API Gizli Anahtarı), Access Token (Erişim Belirteci) ve Access Token Secret (Gizli Erişim Belirteci) bilgilerini Twitter Developer (Geliştirici) kısmından sağlamaktadır (Twitter, 2020b).

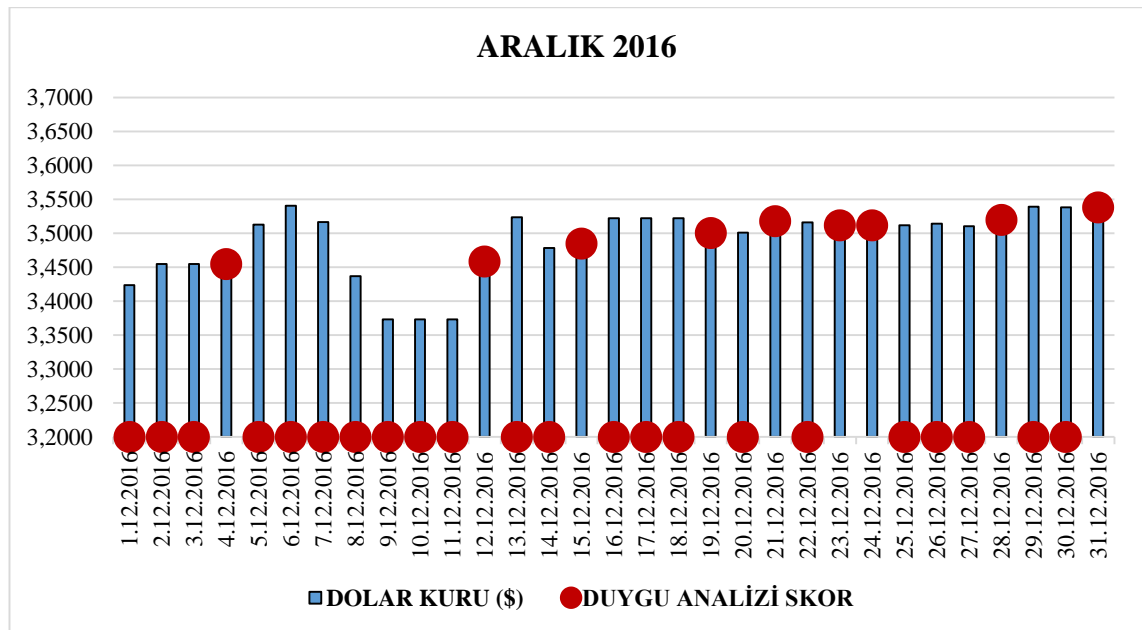
Twitter Developer kimlik doğrulaması ve uygulama başvurusunun ardından, Python 3.6.1 programı ve Anaconda 2019.10 versiyonu program ile veri kazıma işlemi gerçekleştirilmiştir. Python 3.sürümü ile uyumlu olan, gerçekleştirilecek çalışmada kullanılmak üzere Python ile veri kazıma işlemi için gerekli olan kütüphanelerden

3.6.1. Aralık 2016

Kasım ayından gerçekleştirilen ABD Başkanlık seçimlerinin faaliyetlerinde sosyal medyanın gücünden oldukça yoğun faydalanan Donald Trump, söylemlerini faaliyete dönüştürdüğünde de bunu sıklıkla sosyal medyadan kamuoyuna duyurmaktadır. ABD'nin 45.Başkanı için gerçekleştirilen seçim sonuçları resmi olarak 8 Kasım 2016 tarihinde açıklanmıştır. Yeni Başkan Donald Trump, sosyal medyadaki takipçileri ve kamuoyu ile seçim sonucunu da paylaşmıştır.

Trump, ırkçı ve tehditkâr söylemleri tüm dünyada endişe yaratmış, seçim sonuçları dünya ekonomi piyasalarında olumsuz bir etki yaratarak, doların diğer para birimleri karşısında değer kazanmasını sağlamıştır. Öyle ki Kasım ayındaki veriler incelendiğinde Dolar/TL kurunun 3.30 seviyesini geçtiği görülmektedir. Trump'ın seçilmesi dünya genelinde ekonomik kararsızlıklara sebep olmuştur. Öte yandan seçim sonuçları açıklandıktan sonra Aralık ayının ortasına doğru, FED'in faiz kararındaki beklentiler döviz kurunu aylık ortalamanın üstüne taşımıştır.

Tablo 8. Aralık 2016



10 Aralık 2016 Cumartesi günü İstanbul Beşiktaş'ta meydana gelen 2 canlı bomba saldırısında çok sayıda insan yaralanmış ve hayatını kaybetmiştir (Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı, 2016c). 11 Aralık 2016 Türkiye'de ulusal yas ilan edilmiş ardından birçok ülke ve sivil toplum kuruluşları tarafından gerçekleşen bu patlamanın terör saldırısı olduğu kabul edilmiştir (Vikipedi, 2017). Hafta başı ekonomik piyasalarda

terörden kaynaklı güvensizlikler döviz kurlarına olumsuz bir şekilde yansımıştır. Bir önceki haftayı 3.3730 seviyesinde kapatan döviz kuru, pazartesi günü 3,4586 seviyesine yükselmiştir. Trump'ın tweetlerine bakıldığında 12 Aralık'ta olumsuz söylemleri göze çarpmaktadır. Burada genel itibariyle, üzüldüğünü belirtmesi ve klasikleşecek olan terörü kötülemesinin yanı sıra, tweetlerinde ABD'deki siyasi ve ekonomik güven ortamını anımsatarak, dünya finans piyasalarının yönünü kanalize etme eğiliminde olduğu göze çarpmaktadır (Trump, 2016).

Türkiye'de meydana gelen terör saldırılarının yanı sıra, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) 12 Aralık 2016 tarihinde, Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYH) hesaplama yönteminde değişiklik yaparak 3. Çeyreğe ilişkin büyüme ve kişi başına düşen milli geliri hesaplamıştır. Değişen yöntem neticesinde hesaplanan, kişi başına düşen milli gelirden yaklaşık 2000 dolar daha yüksek sonuçlar elde etmiş, ancak ekonomi 2015 yılının 3. çeyreğine göre %1,8 küçülmüştür (Eğilmez, 2016).

FED, en son 16 Aralık 2015 tarihinde 25 baz puan faiz artırımını gerçekleştirmiş ve 14 Aralık 2016 tarihine kadar gerçekleşen 7 toplantıda faizde değişikliğe gitmemiştir (Board of Governors of the Federal Reserve System, 2021). 14 Aralık 2016 tarihli FED toplantısından %0,50 olan faiz oranını 25 baz puan arttırarak %0,75 seviyesine yükseltmiştir. FED'in faiz artırımını ile dolar değeri kazanmıştır. Trump'ın seçimi kazanması sonrasında söylemlerini gerçekleştirdiği takdirde istihdam alanında gelişecek olan ekonominin enflasyon yaratacağı konusuna vurgu yapan FED başkanı Janet Yellen, enflasyona karşı 2017 yılında faiz artışlarının devam edebileceği konusunda açıklamalarda bulunmuştur (BBC News, 2016). Bu açıklamalar ışığında dünya piyasalarının 2017 yılındaki faiz artırımlarını göz önüne alarak Türkiye'nin de içinde bulunduğu, gelişmekte olan ülkelerdeki yatırımlarını faiz oranı ile orantılı olarak değiştirebilecekleri göz önüne alınmıştır. Trump'ın seçimi kazanması, FED'in faiz kararının açıklaması ve gerçekleşen terör saldırılarıyla birlikte Dolar/TL kuru 3,5 üzerine yükselmiştir.

Türkiye'de bir terör saldırısı da 17 Aralık 2016 tarihinde Kayseri'de meydana gelmiştir (Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı, 2016d). Yıl biterken, Almanya'da 19 Aralık 2016 tarihinde Berlin'de bir terör saldırısı gerçekleşmiş bu saldırıdan çok sayıda insan etkilenmiştir (Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı, 2016). İsviçre'de de 20 Aralık 2016 tarihinde Zürih'te bir camiye silahlı saldırı düzenlenmiştir (Wikipedia, 2017). Gerçekleşen bu terör saldırıları sonrasında Trump, "*Bugün Türkiye, İsviçre ve*

Almanya'da terör saldırıları vardı. Daha kötüye gidiyor. Uygur dünya düşüncesini değiştirmek zorunda!” anlamına gelen bir tweet paylaşmıştır.

Kasım ayındaki seçim sonuçları ardından dolar kurundaki hızlı yükseliş sinyalleri ve ekonomik küçülme göz önüne alınarak, Türkiye’de döviz kurlarındaki artışa karşı Aralık ayı içerisinde sözlü önlemler alınmış. Cumhurbaşkanı, Aralık ayının başında Ankara’da katıldığı bir açılış töreninde; *“Yastığının altında döviz olanlar gelsin parasını altına, TL’ye dönüştürsün. Türk Lirası değer kazansın, altın değer kazansın. Ne lüzumu var; dövize değer kazandıracamız. Gelin bunu yapın ve bu adımı attığımız sürece birilerinin oyunu da bozulacaktır”* ifadesiyle sözlü müdahalede bulunmuştur (Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı, 2016a). Yine aynı toplantıda Cumhurbaşkanı faiz için; *“Faizleri düşürmekten başka çare yok”* diyerek, faiz oranlarını düşüreceğinin sinyalini vermiştir.

Cumhurbaşkanı, İstanbul’da katıldığı bir açılış töreninde; *“Döviz bir baskı aracıdır ve bu döviz karşılığı olmadan bastırılan para ve karşılığı olmadan bastırılan bu parayla da yüz milyarca dolar birilerine akmaktadır; mesele bu. Bir defa bizim bunu çözmemiz lazım. Niçin yastığının altında bu karşılığı olmayan parayı saklayacaksınız? Gelin bu parayı millî paramıza çevirelim. Millî değerlerimize sahip çıkacağız, dem bu dem, zaman bu zaman. Gelin şu anda dolarınız, avronuzu TL’ye çevrin. Bizi yıkmak, bizi mahkûm etmek isteyenlere karşı yastığımızın altındaki parayı TL’ye çevirmeliyiz”* ifadesiyle tasarrufların milli para cinsinden yapılmasına, Dolar ve Euro olarak tasarruf edilen birikimlerinse Türk Lirası ve altın olarak tasarruf edilmesi konusunda vurgu yaparak sözlü müdahalelerine devam etmiştir (Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı, 2016b). Uluslararası ticari alanlarda Türk Lirası ve karşı ülkenin para biriminin kullanılması konusunda bazı girişimlerde bulunulmuş ve bu girişimlerin gerekçesi olarak; Türk Lirası’nın değerini korumak, ticari borç-alacak ilişkisini döviz kurundaki dalgalanmalardan arındırmak gibi ekonomik amaçlar hedeflenmiştir. Cumhurbaşkanı; *“... Rusya’ya, İran’a ve Çin’e, Türkiye ile aralarındaki ticarete TL’nin ve bu ülkelerin resmî paralarının kullanılması teklifinde bulunduğunu ve bu teklifinin sıcak karşılandığını, gerekli talimatların merkez bankalarına verildiğini....”* (Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı, 2016b) sözlü olarak konuşmasında kamuoyuna belirtmiştir. Döviz kurlarındaki artışa yönelik sözlü müdahaleler ay içerisinde devam etmiştir.

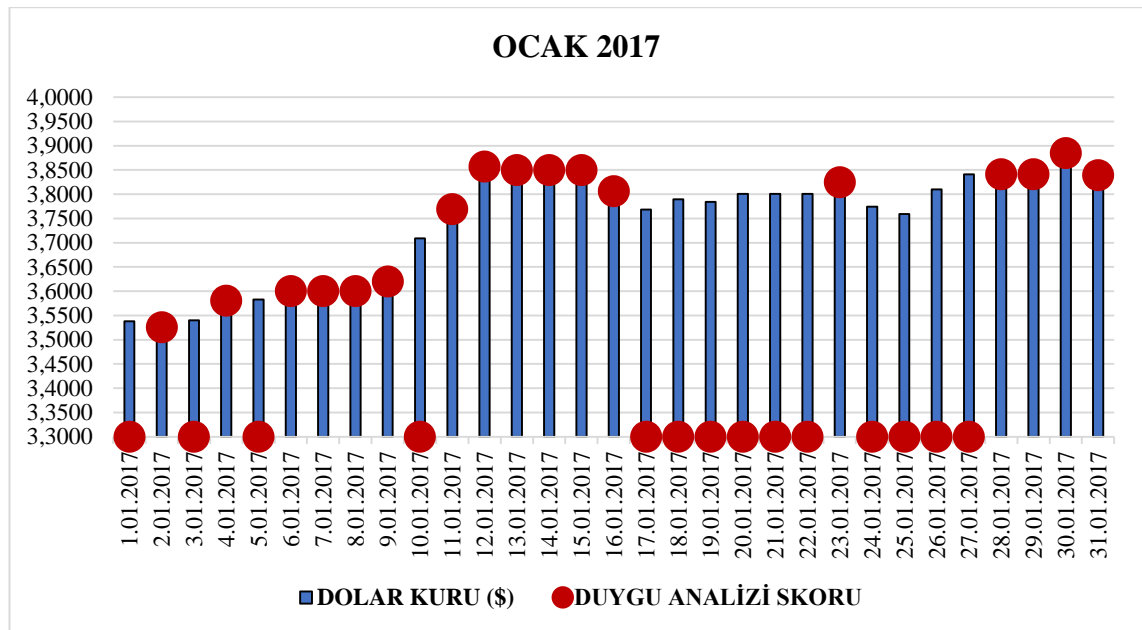
Cumhurbaşkanı bir diğer basın açıklamasında; “*Madem kriz operasyonu döviz üzerinden yapılıyor, öyleyse biz de kullanabileceğimiz her yerde kendi paramızı kullanıp dövize bağımlılığımızı düşürmeliyiz*” ve “*Türk Lirası üzerinden yapabileceğimiz işlemleri, kiralamaları, alımları ki devlet olarak da Cumhurbaşkanlığında yaptığımız ekonomi zirvesinde onu da karara bağladık, yapılabilecek tüm ihaleleri TL üzerinden bu şekilde gerçekleştireceğiz.*” (Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı, 2016b) cümleleriyle kamusal birçok alanda Türk Lirası ile işlem yaparak, dövizin piyasa hakimiyetini kırmayı hedefleyen bir müdahalede bulunmuştur.

Grafik incelendiğinde; Trump’ın olumlu söylemlerinin çoğunluk olduğu gözlemlenmiştir. Gerçekleştirilen sözlü müdahalelerin ve yaşanan olayların etkisiyle Aralık ayında Dolar kuru, en düşük 3,37 seviyesine gerilemiş ve en yüksek 3,53 seviyelerine ulaşmasını sağlamıştır.

3.6.2. Ocak 2017

Bir önceki yılın Aralık ayında ortalama 3.4925 olan dolar kuru ortalamaya yakın bir şekilde yıla başlamıştır. Ancak Türkiye ekonomisindeki bazı durumlar ve dış piyasalardaki etkin faktörlerin etkisiyle dolar kuru artış yönlü hareketler sergilemiştir. Aylık ortalamasını 3.7478 ile tamamlamıştır.

Tablo 9. Ocak 2017



Dış piyasalardaki durgunluğun hareketliliğe dönüşümü, ABD başkanlık seçiminin sonuçlanması ile birlikte hız kazanmıştır. Trump'ın söylemlerini ve buna bağlı davranışlarında tutarlılık göstererek; ABD ile Meksika arasındaki kara sınırına duvar inşasını başlatmıştır. Kuzey Kore ve Çin karşıtı söylemleriyle de yılın ilk ayında küresel bir tedirginliğe sebebiyet vermiştir. Trump'ın olumsuz söylemleri genel itibariyle Türkiye piyasasındaki dolar kurunun yükselmesi ile eş zamanlı olarak meydana gelmiştir. Yatırımcılara ABD'ye fayda sağlayacak şekilde gerçekleştirecekleri üretimde vergi ile ilgili kolaylıklar tanıyarak küresel sermaye hareketliliğini iç piyasada bulundurmaya çalışmıştır. Trump; Fiat Chrysler, Toyota ve Ford gibi markaların ABD için gerçekleştirecekleri yatırımları dünya kamuoyuna Twitter hesabıyla duyurmuştur (BBC News, 2017a).

Trump seçim vaatlerinde olduğu gibi görevinin ilk zamanlarında sıklıkla küçük işletmelere destek olduğunu (BBC News, 2018) dile getirmiş ve böylelikle ABD için küçük olan, fakat Türkiye gibi kur farkının yatırımcı için avantaj olduğu ülkelere sermaye göçünü engellemeye çalışmıştır. Bu gibi küçük ve büyük ölçekli yatırımcıları iç piyasada tutması sonucunda dolar dünya piyasasında değer kazanmıştır. Ayrıca otomotivdeki sermaye hareketliliği Türkiye'de de döviz kurunda artışa yönelik bir kırılmaya sebep olmuştur.

Türkiye kamusal politikalar kapsamında döviz kuru hareketliliğine karşılık olarak para politikaları ile bazı düzenlemeler yapılmıştır. Bankalararası Para Piyasası'nda bankaların borç alabilme limitleri kademeli olarak azaltılmış, yabancı paralarda zorunlu karşılık oranlarının vadelerinde indirimde bulunarak likit döviz sağlamıştır (Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası, 2018). Döviz kurundaki hareketliliği karşısındaki bu önlemleriyle iç piyasadaki döviz talebine karşılık sağlayabildiği grafikte görülmektedir.

20 Ocak 2017 tarihinde başkanlık yemini eden Trump, dünya ticaretinde bazı adımlar atarken, iç piyasa talebini Amerikan yerli malına yöneltmek ve sermayenin ABD sınırlarında kalması için yine, Twitter hesabı ve diğer medya araçları üzerinden kamuoyuna söylemlerde bulunmuştur.

23 Ocak 2017'da Trump, ABD ile Çin arasındaki ticari ilişkilerde gerginliğin yaşadığı bu dönemlerde yine Twitter hesabından, başkanlık emri (executive order) ile Trans-Pasifik Ortaklık (TPP) ticaret anlaşmasından çekilmesine ilişkin kararı imzaladığını kamuoyuna bildirmiştir (Anadolu Ajansı, 2017). Bu karar dünya ticaretinde

olumsuz bir durum yaratsa da Türkiye'nin ticaret ilişkileri ve jeopolitik konumu gereği olumlu sonuçlara yol açabilecek niteliktedir.

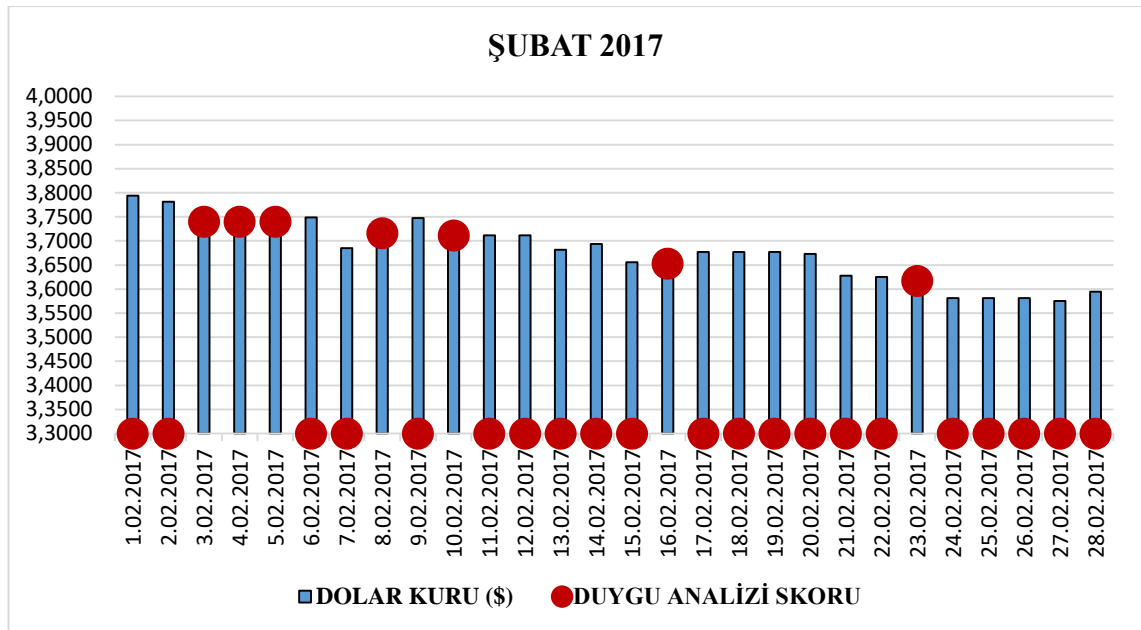
Trump, ayın son günlerinde Ortadoğu ile ilgili çeşitli söylemlerde bulunmuş ve ABD'deki küçük işletmelere vergisel anlamda mali yardımların hazırlığından söz etmiştir. Bu dönemde tweetlerinde sıklıkla olumsuz ifadeler kullanan Trump, Çin ile ilgili olumsuz söylemlerde bulunmuştur.

Seçim belirsizliğinin ardından tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de Trump belirsizliği yaşanmıştır. Ayrıca ayın son günlerinde S&P ve Fitch, Türkiye'nin uzun vadeli döviz cinsi notunu ve pozisyonunu düşürmüştür. Türkiye Trump'ın negatif söylemleri, belirsizliği ve ülkenin yatırım yapılabilirlik notunun düşürülmesinden sonra politika faizini sabit tutarak, marjinal fonlama oranı üst bandını 75 baz puan arttırmıştır (Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası, 2017a).

Trump başkanlığının ilk aylarında, söylemlerinde tercih ettiği olumsuz kelimelerle negatif bir tutum ifade etmiştir. Yapılan duygu analizi sonucunda 2017 yılının Ocak ayındaki söylemlerinde olumsuz ifadelerin yoğunluğu saptanmıştır. Türkiye'deki döviz kuru ile ilişkisi incelendiğinde; Trump'ın dünya ekonomisinde ve uluslararası ilişkilerdeki tutumlarının Türkiye'deki döviz kuru hareketliliğiyle eş zamanlı hareketliliği gözlemlenmiştir.

3.6.3. Şubat 2017

Aylık ortalama bazında bir önceki ayın ortalaması olan 3,7431'den, 3,6768 seviyesine gerilemiştir. Şubat ayının ilk haftasında Trump'ın olumsuz söylemleri ve dünya ekonomilerindeki dalgalanmalardan etkilenen Dolar/TL kuru, yaşanan olumlu gelişmeler ve Trump'ın nispeten olumlu söylemleri ile aylık ortalamasını düşüşle kapatmıştır.

Tablo 10. Şubat 2017

Trump, Şubat 2017’de Ortadoğu ile ilgili eleştirilerini sıklaştırmıştır. İran’a karşı bir tutum sergileyerek, İran’ın savunma sanayindeki gelişmeleri dünyaya bir tehdit olarak değerlendirmekte ve buna karşılık vereceğini dile getirmektedir (Trump, 2017). Şüphesiz ki savaş, kazananı olmayan bir durumdur. Bu gibi söylemler ve tehditler ekonomik piyasalardaki yatırımcıları tedirgin etmektedir. Güvensizlik ortamında yatırımcılar uzun vadeli sermaye hareketlerini kısa vadeli pozisyona çevirmektedir. Dolayısıyla ülkelere yabancı sermaye akışı hızlansa da katma değer katacak kadar uzun vadeli bulunmadığı için ekonomik dalgalanmalara yol açmaktadır. Döviz kurları kısa süreli olarak aşağı yönlü ya da stabil bir ortalama izlemektedir. Trump’ın İran ve Irak gibi Müslüman ülkeler dışında, Müslümanların azınlık olduğu bölgelerde de İslam karşıtı söylemleri bulunmaktadır. 3 Şubat 2017 günü Paris’teki Louvre Müzesi’nde gerçekleşen saldırının ardından İslamafobi üzerinden söylemlerine hız kazandırmıştır (Trump, 2017). ABD vizesi verilmemesi gereken ülkelerin nüfuslarının çoğunun Müslüman bireylerden oluşması, asıl vize kısıtlamalarının temelini oluşturmaktadır. Çünkü Trump, kendi vatandaşlarının üstün olduğunu ve ABD’nin diğer tüm devletlerden daha üstün olduğunu savunmaktadır. Bundan dolayı rekabet edebileceği hemen her toplumu zararlı olarak nitelendirmektedir. Örnek vermek gerekirse, Çin, Meksika gibi ülkeler ve göçmenler, mülteciler, Müslümanlar Trump tarafından daha göreve gelmeden zararlı olarak nitelendirilen kesimlerdir.

8 Şubat 2017 tarihinde ABD Başkanı Trump ile Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan arasında geçen telefon görüşmesi ardından piyasalarda iyileşmeler gözlemlenmiştir. Telefon görüşmesinin olumlu geçmesi ve Trump'ın ilerleyen süreçlerdeki diğer ülkeler ve dünya kamuoyunu ilgilendiren tweetlerindeki olumlu söylemleri ile Dolar/TL kuru Şubat ayının ikinci yarısından itibaren aylık ortalamanın altında seyretmiştir.

Trump'ın olumlu söylemleri sadece Türkiye için değil birçok devlet ve uluslararası ticari kuruluşlar için etkili olmuştur. Gündemindeki en önemli konuları Twitter hesabından paylaşımları ile dünya kamuoyuna paylaşan Trump'ın; Çin ile olan ticaret anlaşmazlığı devam ederken, ABD sınırları içerisinde üretimi desteklemekte ve ihracattaki vergileri düşük tutma çabasındadır. Ticaret ve teknoloji alanlarında birçok firmayı ABD'de faaliyet yapması için uzlaşmaya çalışmıştır. Güney Kore menşeli Samsung ile Şubat ayında anlaşmaya varılmış ve bunu yine Twitter hesabıyla duyurmuştur (Trump, 2017).

Öte yandan Uzakdoğu'da Japonya ile devlet düzeyinde ilişkilerini güçlendirmek adına 11 Şubat 2017 tarihinde Japonya Başbakanı Shinzo Abe ve eşini ABD'de ağırlamış ve bunu dünya kamuoyuna yine Twitter hesabından duyurmuştur. Bu görüşme de Kuzey Kore ile ilgili konular yoğunlukta olmuştur. Sonuç olarak ABD ve Japonya, Kuzey Kore karşısında ortak kararlar almıştır. Trump'ın bu tutum, bazı ülkeleri karşısına alırken bazı ülkeleri yanında görmek istediğini göstermektedir. Kuzey Kore'nin ve İran'ın savunma sanayi geliştirerek savaş tehdidinde bulunduğunu, Ortadoğu'nun sürekli teröre bağlı olarak güvensiz olduğunu, Çin'in yüksek vergi yaptırımlarının olduğu (Trump, 2017) gibi konular ile dünya kamuoyunda ABD'yi ve ABD menşeli ürünleri cazip kılmaya çalışmıştır. Yine Twitter hesabında başta duyurmak üzere; yabancı yatırımcıların ABD sınırlarında üretim yapmasına karşılık olarak vergisel kolaylıklar sağlayacağını beyan etmiş, ekonomik alanlarda genişletici maliye politikalarına başvuracağı söylemlerinde bulunmuştur.

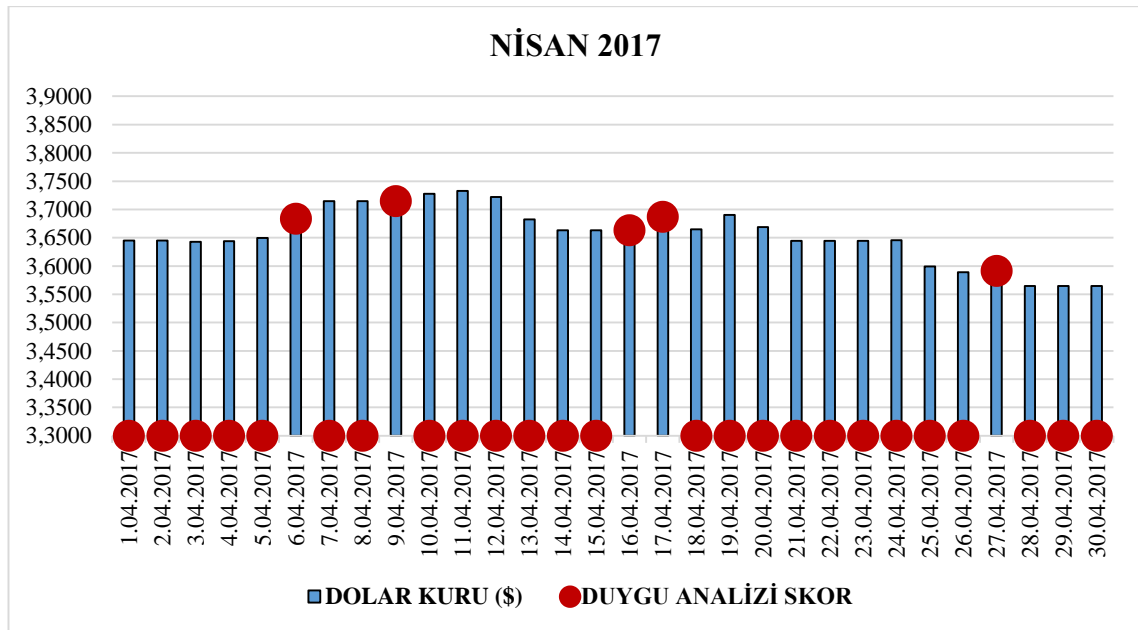
Trump'ın tweetleri incelendiğinde genel anlamda, ekonomik açıdan daha büyük bir Amerika söylemleri sürekli bulunmaktadır. Bunun yanı sıra ekonomik ve siyasi birçok devlet ile iş birliği ve belirli yaptırımlar üzerinden ilişkiler yürütmektedir. Başkanlığının ilk dönemlerinde iş birliği kurabileceği ve rakip gördüğü ülkeler ile ilgili çeşitli tweetler paylaşmıştır. Bu tweetler duygu analizi sonucunda 2017 yılı şubat ayı için genel itibariyle olumlu olarak gözlemlenmiştir.

3.6.4. Nisan 2017

Şubat ayında başlayan döviz kurundaki kademeli düşüşü Mart ayında yaşanan; ABD'nin faizleri 0,75-1,00 arasında bir seviyeye yükseltmesi, İngiltere'nin resmi olarak Brexit kararı, TCMB'nin geç likidite penceresi faiz oranını %11'den %11,75'e yükseltmesi ve Türkiye'nin bir önceki yıl %2,9 büyüme gerçekleştirdiğinin haberleri takip etmiştir (Hürriyet, 2017).

Nisan 2017'de Türkiye Cumhuriyeti Anayasa Referandumu gerçekleşmiş ve sonraki süreçte Trump'ın Twitter hesabından yaptığı paylaşımlarından da duyurduğu üzere ABD askerlerinin Suriye'den geri çekilmeye başladığı bilgisi ile nispeten daha az dalgalanan Dolar/TL kuru gözlemlenmiştir. Trump'ın "eve dönüş çağrısı" niteliğindeki tweetleri (Trump, 2017) ve bu kararı destekler nitelikteki açıklamaları, ekonomilerde olumlu bir etki yaratmıştır. Mart ayındaki Brexit kararı ve Türkiye'nin döviz talebini destekler nitelikteki faiz artırımını Dolar/TL kurunu olumlu etkilemiştir.

Tablo 11. Nisan 2017



İç piyasalardaki önemli bir gelişme olan Ortak Katılım Sistemi (OKS) yürürlüğe girdi. Davranışsal bir unsur olan OKS ile kamu ve özel sektör çalışanları tasarrufa teşvik edilmiştir. Tasarruf teşvikinin yanı sıra dış ticaret gelirlerini arttırmaya yönelik uygulanan maliye politikasının süresi uzatılmıştır. Şubat 2017'de Bakanlar Kurulu Kararı ile indirimine uğrayan (Resmi Gazete, 2017) ihracatta önemli bir gelir kaynağı olan mobilyalar ve beyaz eşyalardaki vergi indirimini 6 ay daha uzatarak bu tür ürünlerin ihracatını

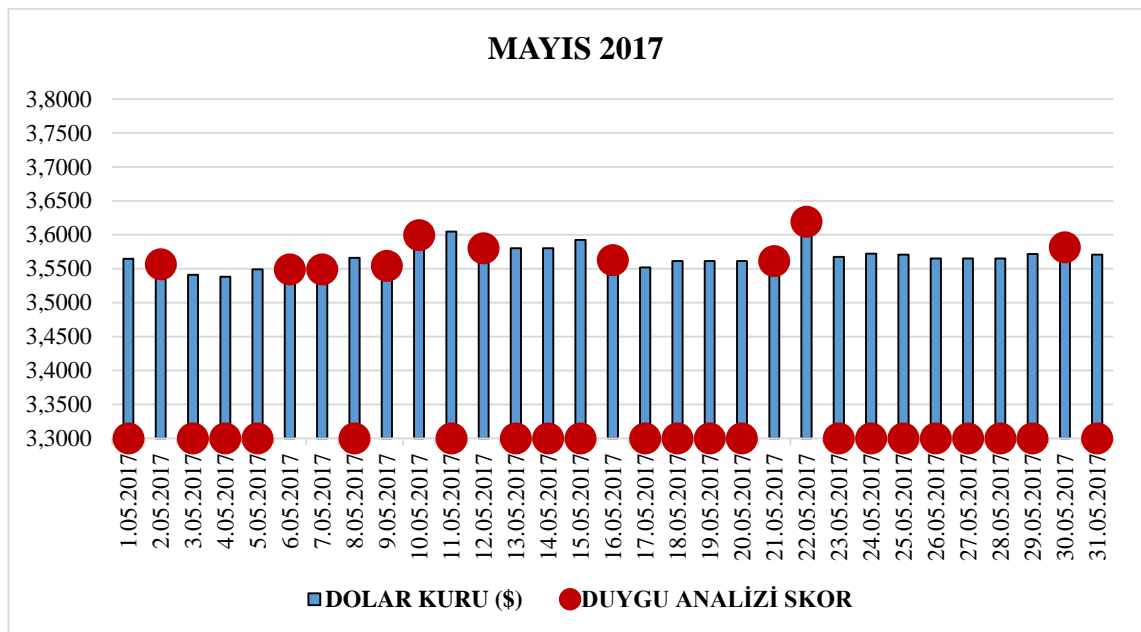
arttırmayı hedeflemiştir. Uygulanan vergi indiriminin Eylül ayının sonuna kadar uzatılması kararıyla, iç piyasadaki belirli malların fiyatları açısından enflasyona karşı korumacı bir tutum sergilemiştir.

Mart ayında arttırılan LON (Geç Likidite Penceresi Faiz Oranı-GLP), Nisan ayında da %0,5 arttırılarak %12,25 seviyesine yükseltilmiştir (Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası, 2017b). Aylık ortalamaya yakın bir trend gözlemlendiği Nisan 2017’de Trump’ın söylemleri ile dolar kuru yoğunluk olarak pozitif yönlü bir tablo çizmektedir.

3.6.5. Mayıs 2017

Bu dönemde, dolar kuru bir önceki aya göre daha düşük bir ortalama sahiptir. 2017 yılının Nisan ayında 3,65 seviyesinde aylık ortalama sahip olan dolar kuru, aynı yılın Mayıs ayında 3,56 seviyesine gerilemiştir. İç ve dış piyasalarda önemli gelişmelerin yaşandığı bu dönemde dolar kurunun hassasiyetine rağmen istikrarlı bir şekilde, aylık ortalama ekseninde hareketler gözlemlenmiştir.

Tablo 12. Mayıs 2017



2017 yılında finansal piyasaların Türkiye ekonomisine temkinli yaklaşmasının ilk sebebi olarak, bazı otoritelerin Türkiye ekonomisindeki büyüme beklentilerinden kaynaklanmaktadır. EBRD 2017 yılında Türkiye için ekonomik büyüme oranı beklentisini %2,6 olarak belirlemiştir (Bloomberg, 2017). Bilindiği üzere bir ülkede nüfusa bağlı ekonomik büyüme %3 dolaylarında otonom olarak gerçekleşmektedir.

Buradaki beklentinin, otonom büyümenin de altında olması ekonomik açıdan zorlu bir yıl geçireceğinin tahmin edilmesini sağlamıştır. IMF ise, aynı cari yılı ait büyüme beklentisini %2,5 olarak belirlemiştir (BBC, 2017a).

Trump, bu dönemde Türkiye, Ukrayna, Kolombiya devlet başkanları ile görüşmeler gerçekleştirmiştir. Trump'ın gündeminde; sıklıkla “yalan haber” ile suçladığı medya kuruluşları, ticari anlaşmazlık yaşadığı Çin, iyi ilişkiler kurmak istediği Rusya ve terörizm bulunmaktadır. Ortadoğu'da barış için çabaladığını dile getiren Trump kendi söylemleri ile çelişmektedir. Trump 16 Mayıs 2017 tarihinde attığı tweetlerde; havayolu güvenliğinin sağlanması ve Rusya'nın bazı terör örgütlerine karşı gerçekleştirdiği müdahalenin arttırılmasından bahsetmiştir. Ancak, terörizmden şikayet ederken, Türkiye sınırındaki bir başka terör örgütüne silah ve mühimmat sağlaması ve sürekli Ortadoğu barışı için çabaladığını direkt ya da dolaylı yoldan dile getirmesi Trump'ın söylemleri ile eylemlerinin uyumsuzluğunun bir göstergesidir.

Trump'ın başkan seçilmesinin ardından Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ile ilk kez 17 Mayıs 2017 tarihinde Beyaz Saray'da yüz yüze görüşmesi gerçekleşmiştir (Arslan, 2017). Bu görüşme Türkiye ile ABD arasındaki ilişkinin gidişatı açısından önem arz etmekteydi. Trump bu görüşmeyle ilgili basın açıklamalarında ve sosyal medya hesaplarından yaptığı açıklamalarda pozitif ifadeler kullanmıştır. Türkiye, bu görüşmede çözüleceğini düşündüğü birçok soruna yanıt alamamıştır. Dünya piyasaları Trump'ın olumlu söylemleriyle stabil seviyede seyretmiştir. Bu süreçte, Türkiye iç piyasalarında; görüşme sonucu beklenen çözümlerin gerçekleşmemesiyle dünya piyasalarının aksine bir duruş gerçekleşmiştir. Ancak; Dolar/TL kuru dış piyasanın olumlu tepkisi ve iç piyasada beklentilerin gerçekleşmemesinden dolayı oluşan olumsuz etkiyle aylık ortalamaya yakın bir seyir izlemiştir. Yine aynı buluşmada, Cumhurbaşkanlığı korumaları ile ABD halkı arasında yaşanan gerginlik, diplomasi alanın ilerleyen tarihlerde pürüzler oluşmasına neden olmuştur (BBC, 2017c). Ayrıca görüşmede çözüme kavuşmayan durumlar, Türkiye ekonomisinin geniş zamanlı ekonomik sorunlarının zemininde bulunacaktır.

Trump'ın sosyal medya söylemleri her ne kadar kelime, kelime grupları ve dil bilgisi gibi yapılarca olumlu olsa da Türkiye ekonomisinin beklentisini karşılamamıştır. Bu görüşme sonucunda iki ülke arasındaki sorunların çözülmesine ilişkin atılacak herhangi bir adım, Türkiye'de döviz kurlarının aşağı yönlü hareketi ile sonuçlanabilirdi. Ancak görüşme sonrasında piyasalarda belirsizlik hakim olmuştur. Dünya piyasalarının

olumlu bekleyişi dışında İngiltere'nin Brexit kararı da özellikle Euro Bölgesi ekonomilerinden tedirginliğe yol açmıştır. Bu olumsuz tedirginlik Avrupa piyasalarına gerçekleşmesi olası yatırımların yönünü Asya piyasalarına kaydırabileceğinin sinyalleri gözlemlenmiştir.

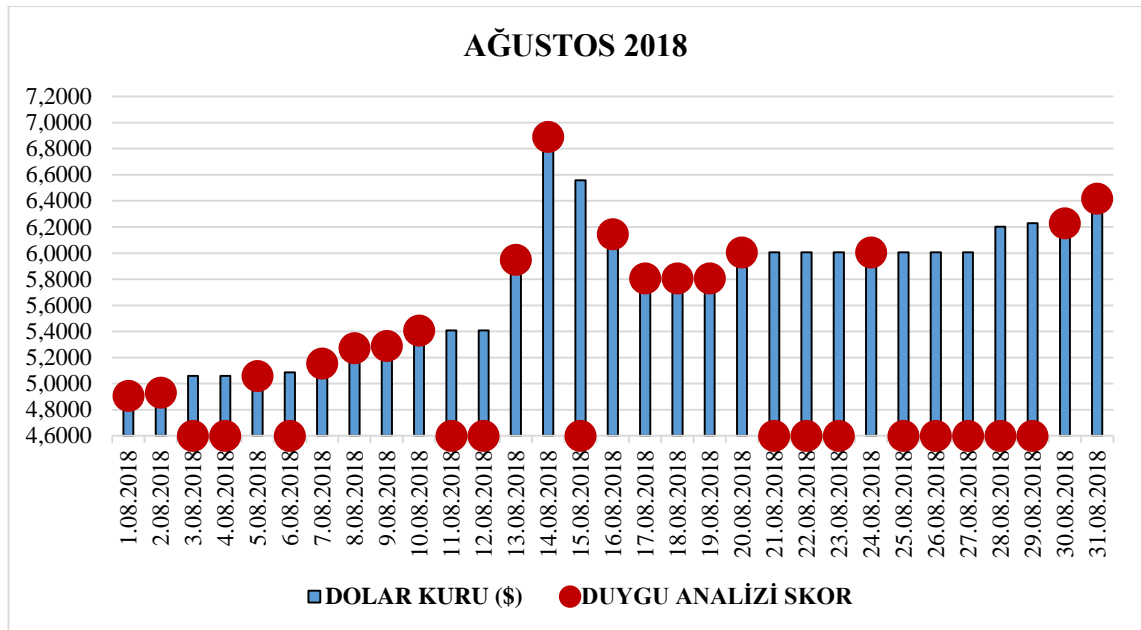
3.6.6. Ağustos 2018

2018 yılında Türkiye ekonomisi de dünya ekonomisi de tansiyonu yüksek bir yıl geçirmiştir. Avrupa Ekonomisi; İngiltere'nin Brexit kararı ve Yunanistan, İspanya gibi Euro Bölgesi ülkelerdeki ekonomik krizlerden dolayı volatilitesi yüksek bir yıl geçirmiştir.

ABD Başkanı Trump, sosyal medya hesaplarından ülke içi ve uluslararası nitelikli söylemleri ile özellikle Twitter'da yoğun bir mesai yapmıştır. Öyle ki; Twitter hesabından da duyurduğu üzere gümrük vergilerini arttırmış, dünya genelinde daha güçlü bir dolar istemini sıklıkla tweetlerinde dile getirmiştir. İthalatı azaltmaya yönelik bir uluslararası bir kamu politikası olarak Çelik ve Alüminyum ithalatında %25 ve %10 oranlarında vergi getireceğini yine bir tweet ile duyurmuştur (Trump, 2018). Trump'ın dünya ekonomilerini de etkileyen olumsuz söylemleri Dolar'ı diğer ülkelerin para birimleri karşısında güçlendirmiştir.

Ekonomik açıdan büyüme hedefleri doğrultusunda kararlar alan Türkiye, aynı zamanda sınır güvenliğini korumak adına askeri adımlarda atmıştır. Türkiye, sınır komşusu olan Suriye'de bulunan ve sınır güvenliğini tehdit eden terör unsurlarına karşı Zeytinalı ve Afrin Operasyonları başta olmak üzere pek çok askeri hareket gerçekleştirmiş (Türkiye Cumhuriyeti Milli Savunma Bakanlığı, 2018), bu müdahaleler neticesinde ABD-Türkiye arasındaki gerginlik yükselmiştir. Bu süreçte Türkiye ekonomisinin gidişatında askeri operasyonlar etkili rol oynamıştır. Ocak 2018 'de 3,78 olan Dolar/TL kuru, Mayıs 2018'e gelindiğinde 4,92 seviyelerine gelmiştir.

Dolar/TL kurundaki bu yükselişe karşılık TCMB, sözlü olarak piyasalara kamusal birtakım müdahalelerde bulunarak döviz kurlarındaki yükselişi dizginlemek istemiştir. Daha sonra 8 yıldır yürürlükte bulunan "geniş faiz koridoru" yapısını yılın ikinci yarısında sadeleştirmiştir (Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası, 2018). TCMB'nin bir diğer müdahalesi geç likidite penceresi borç verme faiz oranını Nisan 2018'de %13,50 iken, toplamda 725 baz puan yükselterek Haziran 2018'de %20,75 seviyesine çıkartmıştır (Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası, 2018).

Tablo 13. Ağustos 2018

İç piyasalarda, Haziran ayı sonunda gerçekleşen Cumhurbaşkanlığı ve Milletvekili seçimlerinden kaynaklanan belirsizlik, seçimin sonuçlanması ile son bulmuştur.

2016'dan bu yana gündemde olan İzmir Diriliş Kilisesi'nde uzun yıllardır Rahip olarak görev yapan, ABD vatandaşı Pastör Andrew Craig Brunson "...Silahlı Terör Örgütüne Üye Olma" suçundan tutuklu yargılandığı dönemler bulunmaktadır (Andrew Craig Brunson Başvurusu, 2020). Bu konuda ilgili iki ülke arasındaki ilk görüşmeler Eylül 2016'da başlamış ve Washington-Ankara gündemindeki kritik yerini sürekli korumuştur. Trump doğrudan ve dolaylı olarak sürekli Brunson'un serbest bırakılması lehinde tweetler paylaşmıştır. Ayrıca ABD'nin birçok bürokrati da aynı yönde açıklamalarda bulunmuştur. ABD – Türkiye arasındaki gerginlik en üst seviyeye gelmiştir. Trump'ın bu konudaki tweetleri incelendiğinde, başlarda daha olumlu ifadeler içerse de 2018 yılına geldiğinde ekonomik ve siyasi yaptırımlardan söz ederek olumsuz bir söylem kazanmıştır. Trump'ın olumsuz sosyal medya söylemleri ve Türkiye ekonomisine doğrudan kasıtlı negatif müdahaleleri ile dolar kuru tarihi bir zirveye imza atmıştır.

Brunson Krizi yoğunlukta olmak üzere Trump, Türkiye'yi hedef alan birçok tweet paylaşmış ve söylemlerinin büyük çoğunluğunda olumsuz ifadelere yer vermiştir. Dolar/TL kuru 14 Ağustos 2018 tarihinde en yüksek zirvesi olan 7,24'e yükselmiştir. Brunson

krizinin çözümlenmesi ile dolar kurunda Trump'ın söylemlerine bağlı olarak gerçekleşen yükseliş hem aylık ortalamayı yükseltmiş hem de Ağustos ayının ikinci yarısındaki dolar kuru düzeyini yükseltmiştir.

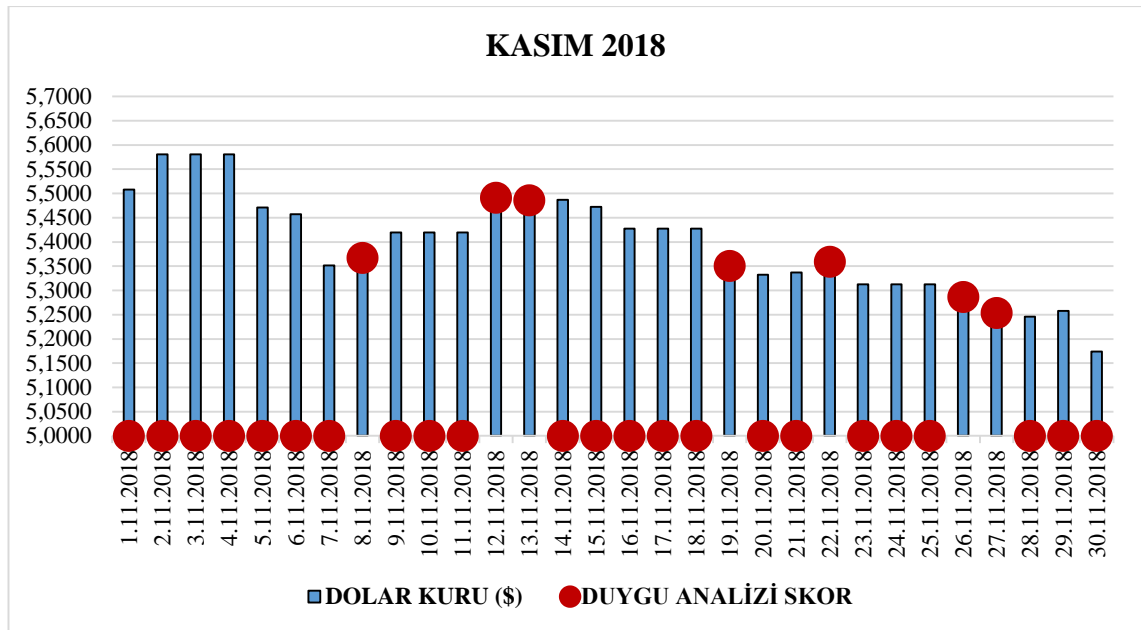
Trump; 13 Ekim 2017 - 18 Nisan 2019 arasındaki süreçte, Ağustos 2018 yoğunlaşmakla birlikte, Twitter'da Brunson ve Türkiye içerikleri ile sıklıkla tweetler paylaşmıştır. Zaman zaman olumlu söylemlerde bulunsa da bu olumlu söylemler dahi iki ülke arasındaki birçok ilişkiyi etkilediği gibi ekonomiyi de olumsuz yönde etkilemiştir.

Kuzey Atlantik Antlaşması Örgütü (North Atlantic Treaty Organization – NATO) üyesi olan Türkiye ve ABD arasındaki bu krize ek olarak, sınırlarını ve ülkesini korumak için Türkiye S-400 füze savunma sistemlerinin üretici Rusya'dan alması gündemdeki harareti arttırmıştır (Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı, 2017). Döviz kurlarının yükselişini ilerleyen zamanlarda tetikleyecek olan S-400 krizinin zemini bu dönemde atılmıştır.

3.6.7. Kasım 2018

Ağustos ayında yaşanan Rahip Brunson Krizi'nin ardından Kasım ayına kadar gerçekleşen bazı olaylar ve Trump'ın bu konular hakkındaki tweetleri, Dolar/TL kurunun yükselmesini etkilemiştir. Ağustos ayında 5,7466 seviyesinde olan kur seviyesi, Dünya genelinde yaşanan doğal afetler ve ülkelerin iç dinamiklerindeki değişimlerle 5,3970 seviyelerine kadar gerilemiştir. 14 Eylül'de ABD'de meydana gelen Florence Karsırgası'nda çok sayıda insan hayatını kaybetmiş ve doların dünya genelinde diğer para birimleri karşısında yükselişine ket vurmuştur. Yine Eylül ayında bir başka doğal afet Endonezya'da meydana gelmiş 2 bini aşkın insan hayatını kaybetmiş ve dünya ekonomilerine etkide bulunmuştur (TRT, 2018).

Dünya piyasalarında doların değer kaybı sürerken; Ekim ayında Suudi Gazeteci Cemal Kaşıkçı, İstanbul'da Suudi Arabistan Konsolosluğu'nda öldürülmesi, Ekim-Kasım dönemlerinde Türk Lirası aleyhine bir etki yaratmıştır. Tüm dünya kamuoyunun gündemini meşgul eden bu olay karşısında Türkiye, şeffaf ve titiz bir çalışma yürütmüştür. Politik ve ekonomik olarak Ağustos ayında Trump'ın ekonomik yaptırım tweetleriyle de desteklediği Rahip Brunson Krizi, Brunson'un Ekim ayında serbest bırakılmasıyla sonuçlanmıştır.

Tablo 14. Kasım 2018

15 Ekim 2018- 19 Ekim 2018 arasındaki süreçte sıklıkla Trump'ın tweetlerinde yer verdiği Kaşıkçı Cinayeti'ne ilişkin söylemleriyle Suudi Arabistan arasındaki ilişkiler gerilmiştir. Kaşıkçı'nın; Washington'da yaşaması ve Washington Post gazetesinin mensubu olması, dünya basınında ve dünya siyasetinde etkin rol oynamıştır (Wikipedia, 2019). Ayrıca dünya kamuoyu ve Trump tarafından başta Twitter olmak üzere birçok sosyal medya platformunda Suudi Arabistan eleştirisi ve kınamalara uğramıştır. 17 Kasım tarihinde Fransa'da "Sarı Yelekliler" olarak anılan bir grup insan eylemler yapmaya başlamıştır (Wikipedia, 2020). Avrupa genelinde önemli bir gündem oluşturan sarı yelekliler Euro bölgesi ekonomilerinde negatif etki sebep olmuştur.

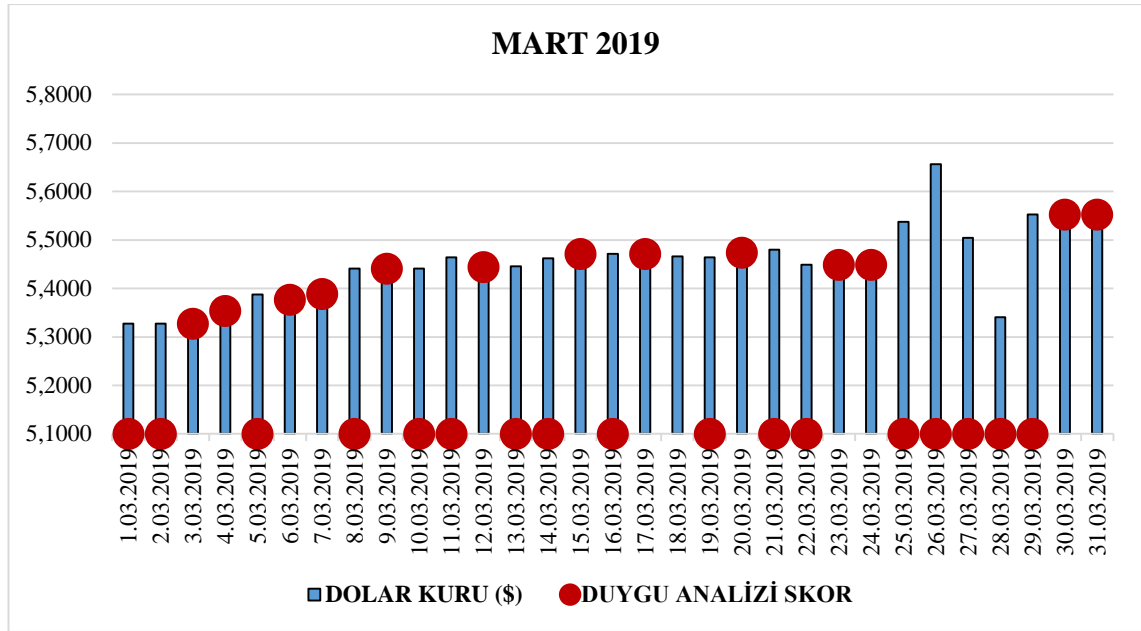
25 Kasım tarihinde İngiltere'nin Brexit anlaşması onaylanması ve Euro bölgesi aynı ay içinde toplumsal ve uluslararası iki farklı sorunsal ile karşılaşmıştır. Trump bu dönemde tweetlerinde olumlu söylemlerde bulunmuş, pozitif ifadelerle sıklıkla yer vermiştir. Gelişmiş ekonomilerde meydana gelen olumsuzluklar Türkiye ekonomisi lehine sonuç vermiş aylık ortalama bazında ve Dolar/ TL kurunun günlük seyrinde düşüşler meydana gelmiştir.

3.6.8. Mart 2019

2018 yılında Türkiye ekonomisi %2,8 küçülme yaşamış ve yıllık enflasyon %25,24 seviyelerine kadar yükselmiştir (Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2019). Birçok şirket konkordato başvurusunda bulunmuş ve ekonomi darboğaza girmiştir. Makro ekonomik konjonktürdeki olumsuz gelişmeler çeşitli kamusal müdahalelerde bulunulmuştur. Yükselen döviz kurları, enflasyonist bir etki yaratmıştır. Tanzim satışlarıyla anti-enflasyonist bir kamusal müdahale gerçekleştirilmiştir. Tüketiciyi ve üreticiyi koruyabilmek için tarımsal destek programları ve yapısal değişiklikler gerçekleştirilmiştir. Dış ticarete ise, yükselen döviz kuru için katma değer yaratabilecek ürün ve hizmetlerin üretim ve ihracatına yoğunlaşmıştır. Türkiye Ekonomisi; 2019 yılında başta turizm gelirleri ile döviz kurunu dizginlemeyi ve enflasyonu azaltmayı hedeflemiştir. Diğer bir kamusal destek TCMB tarafından, karının Ocak ayında hazineye devredilmesi yönünde gerçekleştirilmiştir (Palabıyık, vd., 2019).

Uluslararası sorunların kırılgan ekonomileri etkilediği bu dönemde ABD ve Çin arasında ticaret savaşları iç piyasadaki talebi ve dış ticaret ilişkilerini etkilemiştir. Trump'ın Çin'e ve Çin ile ticari ilişkileri bulunan devletlere karşı yaptırımları ve tehditleri başta kırılgan ekonomileri olmak üzere tüm dünyayı etkilemiştir. Tweetlerinde sıklıkla Çin'e karşı olumsuz söylemlerde bulunmuştur.

Türkiye'de siyasi seçimler; yerli ve yabancı yatırımcılara göre belirsizlik içerdiği için ekonomide durağan bir dönem yaşanmaktadır. 31 Mart Yerel Seçimleri siyasi, politik ve ekonomik durumları yakından etkilemiştir. Piyasalar çekimser bir tutum sergilerken, uluslararası platformlarda da çeşitli sorunsallar meydana gelmiştir. Dünya'nın şekli ve eksen eğikliğinden dolayı birçok farklı coğrafi özelliği bulunmaktadır. İnsanların ilk yerleşim yerini seçiminden bugüne temel olarak su kaynaklarına yakınlık, besin bulabilirlik ve güvenlik gibi başlıca temel ihtiyaçları gözettiği bilinmektedir. İsrail coğrafi konumu gereğince su ihtiyacının önemli bir kısmını Şeria Nehri ve su kaynakları açısından verimli olan Golan'dan karşılamaktadır. Ayrıca Golan Tepeleri jeopolitik konumu gereğince, bulunduğu bölgenin en yüksek noktalarından biri olmasının yanı sıra Şam kentine yakınlığıyla da İsrail için önem arz etmektedir (Bağ, 2020). Uluslararası hukuka göre Suriye topraklarında olmasına rağmen İsrail işgalinde bulunan Golan Tepeleri, 1967'den bu yana sık sık gündeme gelmektedir.

Tablo 15. Mart 2019

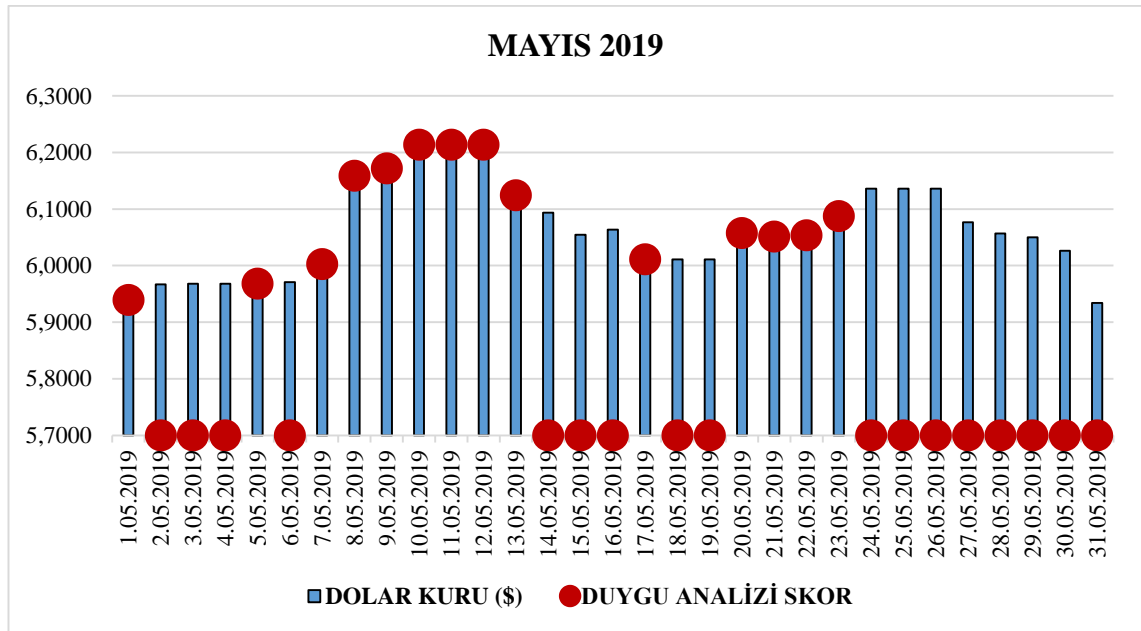
13 Mart'ta Avusturalya'da camilere yapılan silahlı saldırı Dünya'da anti-islam bir hareket olarak kınansa da islam ülkelerinin birçoğunda yatırımcılar için endişe katsayısı artmıştır (Öz Gözellik, vd., 2019). Algı yönetimi açısından islamafobi oluşturmaya çalışan çıkar grupları ve destekçileri müslümanların azınlık olduğu bölgelerde silahlı eylemler ile diğer bireylere islamın tehlikeli olduğu sinyali vermeye çalışmaktadır. Bu da islam ülkelerinin ekonomik girdi ve çıktılarına olan talepleri etkilemektedir. Dünya'nın her yerindeki olaylara bir çok iletişim aracıyla tutum ve tepkilerini dile getiren Trump, olaya ilişkin paylaşımları pozitif sonuç vermesine rağmen nötr bir tutum sergilemiştir. Bu da Trump'ın tweetlerinin şiddetinin politik bir şekilde kullanabilmesinin önemli bir göstergesi niteliğindedir.

1967 yılında İsrail tarafından işgalini ve daha sonra 1981'de tek taraflı ilhakını uluslararası toplum bu kararı tanımamıştır (Bağ, 2020). İsrail-Suriye arasındaki Golan Sorunu için 2000 yılında ABD arabuluculuğunda ortak bir karar alınamamıştır. 2008 yılında Türkiye'nin arabulucu olarak bulunduğu bir başka görüşmede sorun yine çözümsüz kalmıştır. Ancak 2019 yılında Trump'ın basın açıklaması ile duyurduğu ve dünya kamuoyuna tweetleriyle; Golan Tepeleri'nde İsrail hakimiyetini resmen tanıdığını bildirmesiyle (Trump, 2019) Türkiye Ekonomisi ve diğer kırılgan ekonomileri olumsuz yönde etkilemiştir. Trump tweetlerinde pozitif ifadeler kullanmasına rağmen, sonuç bakımından olumsuz bir etki yaratmıştır.

3.6.9. Mayıs 2019

Dolar kurunun günlük ve aylık olarak artışı süreklilik kazanmıştır. Aylık ortalama bazında; Mart ayında 5,4506 olan Dolar/ TL kuru, bir önceki aya göre %5,5 artış göstererek Nisan ayında ortalama olarak 5,7546 seviyelerine yükselmiştir. Mayıs ayının ortalaması %5,3 artış ile 6,0621 düzeyine yükselmiştir.

Tablo 16. Mayıs 2019



Trump 2016 seçim kampanyalarında sıklıkla dile getirdiği 1980'lerden bu yana ABD'nin ticaret ortaklıkları tarafından parçalandığı söylemlerine bağlı olarak ortaya attığı "haksız ticaret uygulamaları" kapsamında birçok faaliyette bulunmuştur. Başta yerli üretime teşvik etmek, büyük üreticilere ABD sınırları içerisinde sübvansiyonlar tanınması gibi adımlar atmıştır. GSMH'nin GSYİH'ya dönüştürülmesini hedefleyen ekonomi politikaları çerçevesinde, ABD'nin en büyük işbirlikçisi Çin'e karşı ekonomik ve ticari yaptırımlarda bulunacağı konusuna sıklıkla tweetlerinde yer vermiştir. Ayrıca seçim döneminde tarım ürünleri fiyatlandırmasının yüksek olmasını ithal ürünlerden dolayı olduğunu ve yerli üreticileri korumak için ithal ürünlere gümrük ve vergi tedbirleri ile çiftçileri koruyacağı söylemlerini gerçekleştirmiştir (Wikipedia, 2020).

İki ülkenin de önemli gelir kaynakları arasında yer alan teknoloji mal ve hizmetleri konusunda da çeşitli vergilendirmeler ve engeller gerçekleştirilmiştir. ABD menşeli küresel bir şirket olan Google, Çin'e ait olan teknoloji markası Huawei markasının müşterilerinin Android işletim sistemine olan erişimini askıya alması küresel çapta

teknolojinin talebini etkilemek için gerçekleşmiş bir müdahaledir. Trump ABD malı olan Apple'ı ön planda tutarak Çin'e ait birçok teknoloji malını çeşitli yönlerinden eleştirmiştir. ABD ile Çin arasındaki "Ticaret Savaşı" sürekliliğini korumaktadır. Grafikte görünen, 8 Mayıs'tan itibaren başlayan Dolar/TL kurunun yükselmesi, Trump'ın tweetlerinde de sıklıkla yer verdiği Çin'e ticari ve ekonomik yaptırımlarda bulunacağı söylemlerinden kaynaklanmaktadır. 9 Mayıs'ta dünya piyasalarında çekimser bir tutum hâkim olmuştur (Bloomberght, 2019). Borsaların çakılabileceği düşüncesi ile birçok ülkede dolar değer kazanmıştır.

ABD'de, Çin menşeli ürünleri %25 ek gümrük vergisi uygulanmaya başlanması ile Çin'de ABD ürünlerine karşı politikalar gerçekleştirmiştir. Trump tweetlerinde üreticileri ve tüketicileri koruyacağını iddia ettiği bu vergilendirmenin muhtemel bir sorunu arz yönlü oluşabilecektir. Bir taraftan ABD piyasası korunmaya çalışıyor ancak Çin'den hammadde ve ara madde temininde sıkıntı yaşayan ABD'li firmalar fiyatların yükselmesine sebep olabilecektir. Bütün bunların yanı sıra dünyanın en büyük iki ekonomisinin ticaret savaşından birçok ülke etkilenmiştir. Türkiye'de teknoloji pazarında büyük paya sahip olan ABD ve Çin menşeli ürünlerin gerek teknik özelliklerinde gerekse fiyatlandırılmasında olumsuz etkiler meydana gelmiştir (Bloomberght, 2018).

Trump yaptırımlarını desteklemek amacıyla birçok olumsuz tweet paylaşmış ve arz zincirinin küresel dağılımını etkilemeye çalışmıştır. Öyle ki dünya genelinde ekonomilerde küçülmeler öngörülmüştür. Kısa ve orta vadeli büyüme hedefleri Trump'ın söylemleri sonrasında yerini küçülmeye ve istikrarsızlığa bırakmıştır (Bloomberght, 2018). ABD ile yakın ilişkileri bulunan Türkiye, bu süreçte tarafsız kalmaya çalışsa da kırılğan ekonomilerin yüksek oranda etkilendiği ticaret savaşları ve Trump'ın yaptırım söylemleri ile döviz kurlarında artışlar meydana gelmiştir.

Ayrıca; Mayıs ayında ticari kargo gemilerinin sabotaja uğraması ile ABD İran'a göz dağı vermek istemiştir. ABD'nin sürekli hedefi olarak bilinen Ortadoğu coğrafyasında güvensizlik meydana gelmiştir. Dünya petrol ihtiyacının büyük çoğunluğu bu bölgeden sağlanmaktadır. Trump İran ekonomisine müdahale etmiş ve bu konuya Mayıs 2019'daki tweetlerinde sıklıkla yer vermiştir. Avrupa ülkelerinin de İran karşıtı tutum sergilemesi için görüşmeler gerçekleştiren Trump, Fransa Başkanı Macron'un da kendisi ile aynı görüşte olduğunu sıklıkla dile getirerek İran karşıtı tweetlerine devam etmiştir (Macron, 2019). Kısa süreli olarak dolar kurunun düşüşüne sebep olmuştur.

Türkiye'nin sınırındaki bu müdahale dolar kurunu yükseltici etki yaratsa da başarılı politika yönetimi ile kur yükselişi kısa süreli olarak minimize edilmiştir.

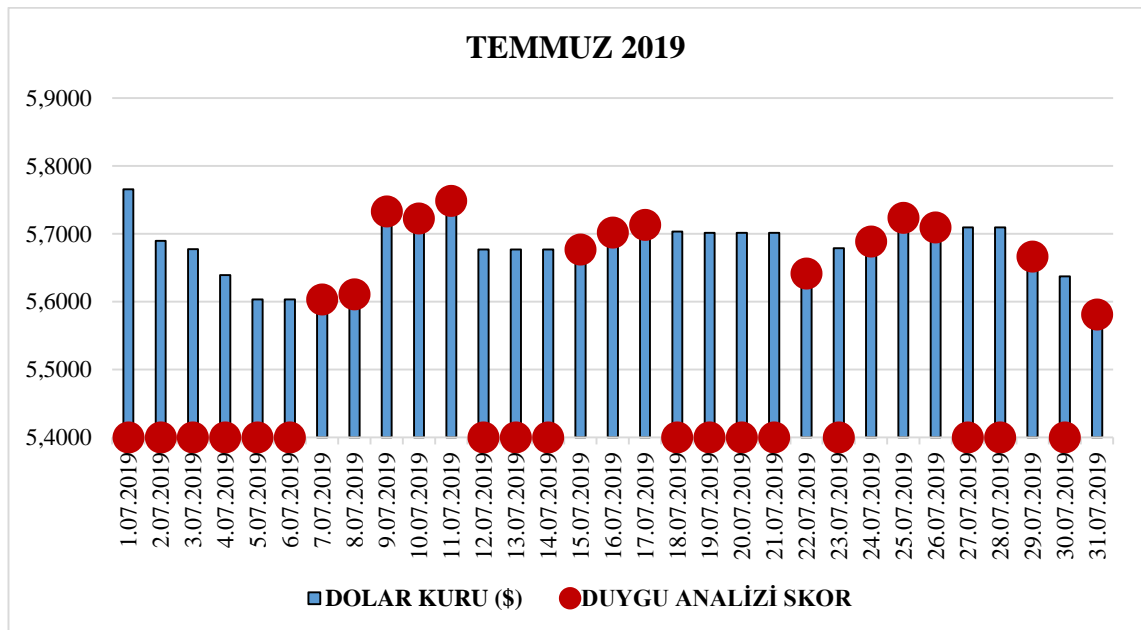
Grafik incelendiğinde Trump'ın tweetleri ayın sonuna doğru istikrarlı bir biçimde pozitif sonuç verse de dünya ekonomilerinde yarattığı olumsuz etkilerin izlerini temizleyememiştir.

3.6.10. Temmuz 2019

Siyasi ve ekonomik açıdan dinamik bir yıl olan 2019 yılının ilk yarısında küresel etkileri olan bir çok olay yaşanmıştır. Veneuella Ekonomik Krizi, Cezayir, Sudan ve Mısır'da meydana gelen ülke liderlerinin değişimi, ABD-Çin ticaret savaşı, Hong Kong iade yasası, Yeni Zellanda'da müslümanlara yönelik ve Sri Lanka'da Hristiyanlara yönelik saldırılar, BAE'ne ait önce ticari gemilere sabotaj daha sonra petrol tankerlerine saldırı düzenlenmesi (Lindsay, 2019) gibi birçok olay Türkiye ve diğer dünya ekonomilerinde etkin rol oynamıştır.

Son olarak; ABD Başkanı Trump ile Kuzey Kore lideri Kim Joung-un bir araya gelmiş ve Trump'ın Twitter'daki; Trump ile Joung-un'un birbirine güveninin sürekliliği dünya gündemine duyurmuştur (Trump, 2019). Türkiye ekonomisi açısından volatilitisi yüksek bir dönem olmasına rağmen; Mayıs ayından Temmuz ayna kadar ki süreçte Dolar/TL kurunda kademeli düşüşler gözlemlenmiştir. Mayıs ayında 6,0621 olan aylık dolar kuru ortalaması, Temmuz ayında 5.6797 seviyelerine kadar gerilemiştir.

Tablo 17. Temmuz 2019



Aralık 2018'den bu yana, Amerikan askerlerinin Suriye'den çekilmesi ile ilgili tweetler paylaşan Trump, bölgedeki bazı terör örgütlerine silah ve nakdi yardımlarda bulunduğunu kabul etmiştir (Trump, 2019).

Uluslararası güvenlik ve bölgesel güvenlik bakımından füze savunma sistemi sahibi olmak isteyen Türkiye, Rusya'dan S-400 Hava Savunma Sistemleri satın alacağını daha önce duyurmuştu. Trump'ı aşırı derece rahatsız eden bu tutumu eyleme çeviren Türkiye, Trump'ın yaptırım tehditleri ile karşılık bulmuştur (Trump, 2019). Ancak kendi güvenliğini ve ülke sınırlarındaki kararlı savunmasını geliştiren Türkiye, S-400 yaptırımları karşısında finansal piyasalarda başarılı bir duruş sergilemiştir. S-400 teslim alındığı haberlerinin ardından Trump'ın tweetleriyle gösterdiği tepkiler ile dolar kurunda yükselen tansiyon, Trump'ın olumsuz tweetleri ve basın açıklamalarına rağmen güçlü bir duruş sergilemiştir. Ayrıca ABD-Çin ticaret savaşında suların durulduğu yöndeki Trump'ın tweetleri dünya ekonomilerine güven vermiştir. Trump'ın tweetlerinin ortalaması incelendiğinde aylık düzeyde sayısal açıdan dengeli görünmesine rağmen doğrudan Türkiye'yi hedef alan tweetleri bulunmaktadır. Trump'ın S-400 sistemleri için yaptırım tweetleri yankı uyandırır da Türkiye ekonomisi istikrarlı düşüş trendini Temmuz ayında da koruyabilmiştir.

3.6.11. Ekim 2019

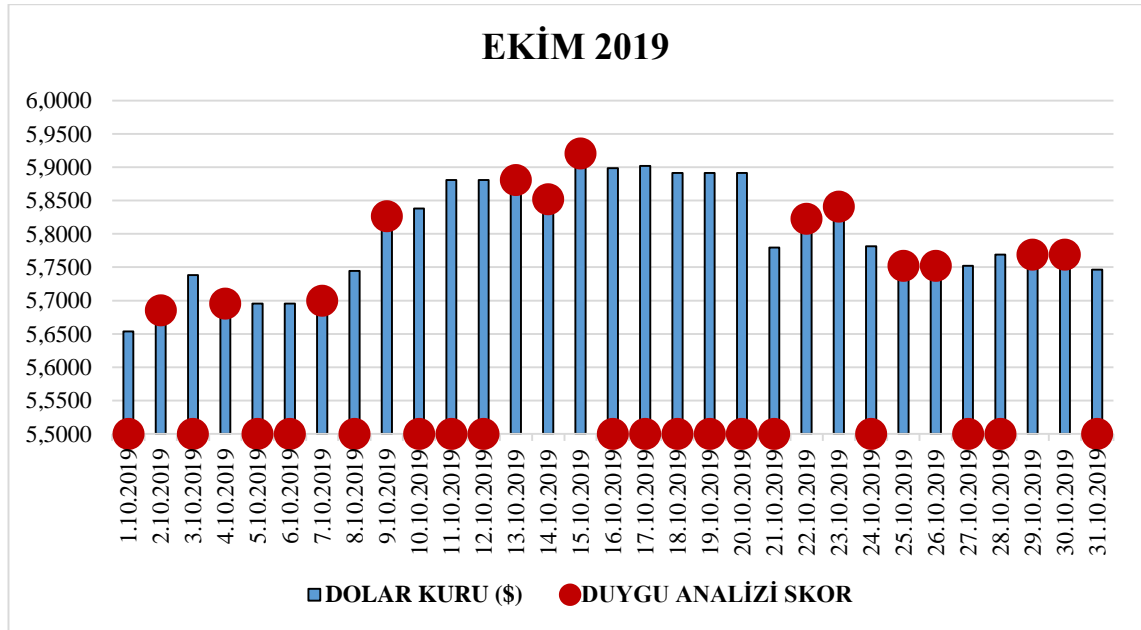
Küresel piyasalarda finansal istikrarsızlaşmaya, petrolün fiyatlanmasında ve döviz kurlarında ciddi etkiler yaratan bir diğer olay, 14 Eylül 2019 tarihinde Suudi Arabistan'da devlete ait olan "*Saudi Aramco*" petrol işleme tesislerine SİHA (Silahlı İnsansız Havaaracı) kullanılarak saldırı düzenlenmesidir (Vikipedi, 2020). Saldırıdan sonra Trump, hem basın açıklamasında hem de Twitter'da İran'ı sorumlu tutmuş ve Ortadoğu'da yeni bir savaşın başlamasını istemediğine vurgu yapmıştır (Trump, 2019). İran'ın suçlamaları reddetmiş olmasının yanı sıra Trump'ın dünya ekonomilerinin çıkarlarını gözetmesi ve Amerika'nın petrol fiyatlanmalarından ciddi derecede etkileneceğini göz önüne alması sonucunda barışçıl bir söylemde bulunmuştur. Trump genel olarak tweetlerinde İran için olumsuz söylemlerde bulunmuştur. 2018 yılındaki nükleer ve balistik programından çekilmiş ve İran'a katı amborgo uygulamıştır (Holland & El Gamal, 2019). Trump görev süreci boyunca Ortadoğu'da savaş çıkarmamış ancak herhangi bir devletin savunma sanayi geliştirmesinden bir hayli rahatsız olmuştur.

Ortadoğu'da karşısında güçlü bir devlet görmek istememektedir. Savunma sanayi yatırımlarında Türkiye ile S-400 sistemleeri konusunda da sıklıkla karşı karşıya kalmıştır.

Trump, ABD ekonomisine kişisel kararlarının katkılarından bahseden tweetler paylaşmaya hız kesmeden devam ederken, Çin ile olası bir ticaret anlaşmasının olumlu sinyallerini vermektedir (Trump, 2019). Öte yandan Çin'i ekonomisini kötü etkilemekle tehdit ederek, ticaret anlaşmalarına ikna etmeye çalışmaktadır. Seçim vaatlerinden biri olan Meksika sınırına duvar örmenin finansal bilançosunu Meksika'ya ödetmek istemekte ve göçmenlerin sorun olduğunu tweetlerinde ayrımcılık içeren bir dil ile belirtmektedir. Dış ilişkilerindeki olumsuz söylemlerinin yoğunluğunun farkında olan Trump, bu dönemlerde; Amerika'yı öven, gerçekleştirilen yatırımlardan, borsa piyasalarının başarılı yükselmelerinden ve toplumsal pozitif konularda da tweetler atarak olumlu-olumsuz söylem dengesi kurmaya çalışmaktadır.

Türkiye'nin güney sınırını korumak için gerçekleştirdiği operasyonları dünya kamuoyuna faşist bir şekilde yansıtan Trump, hazırlıkları yapılan operasyonların durdurulması konusunda Türkiye'ye yönelik tweetler atmış ve terör sorununu, kürt sorunu olarak isimlendirmiştir (Trump, 2019). Trump'ın tweetlerinde sıklıkla bölgedeki durumu eleştirmesi ve sınır güvenliğindeki tehditler, yabancı yatırımcıları alternatif yatırımlara yönlendirmiş ve döviz kurlarında negatif etki yaratmıştır.

Tablo 18. Ekim 2019



Son olarak Trump'ın doğrudan doğruya Türkiye ekonomisinin istikrarına ilişkin yaptırımlar ve bölgedeki ABD'nin rantını korumaya çalışmasını ifade eden şu tweeti atmıştır.

“Daha önce güçlü bir şekilde ifade ettim, şimdi bir kez daha yinelemek için söylüyorum; Türkiye, benim derin ve eşsiz anlayışıma göre, sınırların dışında olduğunu düşündüğüm bir şey yaparsa, Türkiye'nin ekonomisini mahvederim ve yok ederim (Bunu daha önce yaptım).”

Trump'ın bu söylemleri piyasada büyük etki uyandırmış, ancak kurda değişikliğe yol açmamıştır. Trump'ın kur üzerinde etkisiz olmasının temelinde Türkiye'nin başlatmak üzere olduğu askeri hareket bulunmaktadır. Askeri hareketin Türkiye ekonomisini nasıl etkileyeceği ve hareketin düzenlendiği jeopolitik konumda bulunan diğer dünya ülkelerinin tutumları yabancı sermaye hareketliliğine yön verecektir. Öte yandan Türkiye Cumhurbaşkanı ve ABD Başkanı arasında 8 Ekim'de gerçekleşen telefon görüşmesi, ABD'nin bu harekatta etkisiz kalacağını açıklaması piyasalara nötr yansımıştır.

Türkiye, kararlı bir şekilde 9 Ekim 2019 tarihinde Barış Pınarı Harekatı'nı başlatmıştır (Türkiye Cumhuriyeti Milli Savunma Bakanlığı, 2021). Harekatın başlatılması ile finansal piyasalarda tedirginlik gözlemlenmiş ve dolar kuru 5,82 seviyelerine ulaşmıştır. Türkiye; sınır güvenliğini korumak ve güney sınırında bir terör devletinin kurulmasını engellemek adına gerçekleştirdiği harekate yoğunlaşmış, döviz kurlarındaki artışa bu dönemde etkin şekilde müdahale edememiştir. Barış Pınarı Harekatı ve Trump'ın yaptırım söylemleri, iç piyasada alınan kısmi tedbirlere rağmen, Ekim ayının başında 5.65 seviyelerinde olan Dolar/TL kurunu 5.94 seviyelerine kadar yükselmiştir.

Döviz kurlarındaki dalgalanmanın beklenenin altında kalması, Türkiye'nin askeri alanda gerçekleştirilen bu harekattaki kararlılığı ile Dolar/TL kurunun artışı baskılanmıştır. Türkiye'nin egemenlik haklarını ve sınır güvenliğini korumadaki başarısı finansal yatırımcılara güven ortamı sağlamış ve Dolar/TL kuru hareketin başlangıcından önceki seviyesine gerilemiştir. Bu dönem, döviz kuru bazında incelendiğinde; Türkiye'nin dış politikadaki başarılı duruşu, Trump'ın yaptırım tehditlerinin etkisini nötrlemiştir.

Türkiye; başarıyla devam ettirdiği Barış Pınarı Harekatının yanısıra, dış ilişkilerde ABD ve Rusya ile Suriye'deki politikalarına ilişkin pozitif kararlar almıştır. Ay ortasındaki yükseliş trendi, ayın sonlarındaki politikaların etkin bir şekilde piyasaya yansımalarıyla Dolar/TL kurunun aylık ortalamasını düşürmeye yardımcı olmuştur.

SONUÇ

Davranışsal iktisat politikalarının, ekonomi modellerinin eksik yanlarını tamamlayacak olan önemli bir parçası olduğu gözlemlenmiştir. Davranışsal iktisatta bireylerin sınırlı rasyonel oldukları göz önüne alınarak; risk altında karar verme, var olan stratejilerde bilişsel tuzaklarla tercih yönlendirme ve talep yönetimi konusunda aktif politikaları bulunmaktadır. Bu politikalardan faydalanabilmek için dünya genelinde davranışsal içgörü takımları oluşturulmuş, kamuda ve özel kesimde politika yapıcı/uygulayıcı olarak politikaların başarılı sonuçlanmasına büyük katkı sağlamıştır. Dünya genelinde davranışsal politikaların etkinliği kabul edilmiş ve ülkeler kamusal olarak politika yapıcı/uygulayıcı birimler kurmuştur.

Globalleşen dünyada geleneksel medyanın yerini almakla kalmayıp kapsamını genişleten sosyal medyanın politikaların uygulanmasında daha efektif bir süreç yönetimine olanak sağlamıştır. Sosyal medyaya ilişkin veriler incelendiğinde, ülkelerin gelişmişlik düzeyleri, internet kullanma alışkanlıkları, ağ altyapısı, ekonomik refah düzeyleri vb. birçok etkenden etkilendiği gözlemlenmiştir. Ayrıca dünya genelindeki davranışsal içgörü takımlarına bakıldığında, sosyal medya kullanımlarının yoğun olduğu bölgelerde kurulmaya başlandığı görülmektedir. Teknolojinin gelişmesi; internet ve sosyal medya uygulamalarının bireysel ve kurumsal kullanımı artmıştır. Temel iletişim ve haberleşmede yoğun olarak kullanılan sosyal medya uygulamaları çeşitli sebeplerden dolayı regüle edilmiştir. Gerçekleştirilen bu regülasyonda; ırkçılık ve nefret söylemlerini engellemek, terörizme karşı ulusal güvenliği sağlamak, toplumsal düzeni bozucu içerikleri engellemek, siber zorbalığın önüne geçmek ve diğer şikâyete tabi içerikleri düzenleyebilmek için düzenlemeler gerçekleştirilmiştir. Güvenli internet kullanımıyla dezenformasyon ve toplumsal güvenlik sağlanarak, politikaları çevrimiçi ortamlarda daha etkin yönetmek amaçlanmıştır. Davranışsal politikaların etkinliği ve sürecin uzunluğu sosyal medyaya erişim ve doğru kullanabilmekle paralel bir seyir izlemektedir.

Araştırma sürecindeki aktif görev alan ve Twitter kullanan devlet başkanları ve devlet başkanlarına ait kurumların Twitter hesaplarına bakıldığında Trump'ın bu konudaki yoğun mesaisi göze çarpmaktadır. Ayrıca ABD devlet başkanlarının kullanımına sunulan “@POTUS” hesabı yerine kendi kişisel hesabı olan “@realDonaldTrump” hesabını kullanmayı tercih etmiştir.

Gerçekleştirilen Duygu Analizi (Sentiment Analysis) sonucundan elde edilen verilere göre; Trump'ın söylemlerindeki gücü her geçen dönem giderek azalmaktadır. 2016 döneminden 2019'a kadar ki süreçte Başkan Trump, ulusal ve uluslararası hemen her olayda Twitterdaki söylemleri aracılığıyla aktif rol almıştır. Başkanlık seçimlerinden itibaren görev süresi de dahil olmak üzere dünya kamuoyu gündemindeki birçok olayda etkin bir şekilde bulunmuştur. Trump'ın sosyal medyayı başarılı kullanmasının yanı sıra ABD Başkanı olması da tweetlerinin etkisini arttırmıştır. Trump'ın tweetleri ilk olarak seçim öncesi süreçte sosyal medya üzerinden gerçekleştirdiği seçim faaliyetleriyle dünya kamuoyunun gündeminde yerini almıştır. Rusya, Çin, Meksika, İran gibi dünya ülkelerini hedef alan birçok olumsuz söylemine rağmen başkanlık seçimini kazanmıştır. Dünya piyasalarında tedirginliğe sebep olan seçim sonucu, Türkiye'deki döviz kurunda yukarı yönlü harekete neden olmuştur.

Trump'ın davranışsal unsurlar içeren bu tutumları Türkiye ekonomisini doğrudan ve dolaylı yollardan etkilemiştir. Öte yandan uluslararası politikaları ile hem dünyayı hem de Türkiye'yi etkisi altına almıştır. Buradaki etki altına alma; doların konvertibilitesinin yüksek olmasından kaynaklanmaktadır. Trump'ın söylemlerinin, döviz kuru etkileri analizde açıkça görülmektedir. Kırılgan ekonomilerdeki kısıtlı döviz stoku ve faiz oranlarındaki sürekli dalgalanmaya karşılık FED faiz kararlarındaki uzun süreli istikrar sonrası kademeli artışlar, yatırımcıları nispeten daha az riskli olan dolara yöneltmiş ve TL' de değer kaybı yaşanmıştır. Trump'ın; Türkiye lehine söylemlerde bulunduğu dönemlerde dolardaki volatilité azalmış, politikaların etkin bir şekilde uygulanmasına fırsat yaratmıştır.

Duygu analizi sonuçları bir bütün olarak incelendiğinde, Trump'ın olumlu tweetleri, olumsuz tweetlerinden sayıca üstündür. Buradaki sayısal ayrımın temelinde, analizde kullanılan modelin algoritmasının çalışma prensibi bulunmaktadır. Rastgele seçilen ve el yordamıyla önceden eğitilen 1002305 farklı veri, eğitim (train) verisi olarak kullanılmıştır. Veri madenciliğiyle elde edilen Trump'ın tweetleri SGDClassifier Modeli kullanılarak Duygu Analizi gerçekleştirilmiştir. İngilizce dilinin yapısı ve Trump'ın ima ederek söylemlerde bulunması, analizdeki kabul edilebilir hata payına isabet etmektedir. Ayrıca vektörel olarak elde edilen sonuçlar 0 ya da 1 olacak şekilde 2 kutba ayrılmıştır. Bu sebeple olumsuz söylemlerin şiddeti ve olumlu söylemlerin şiddeti tespit edilmemiştir. Ancak; çıkan sonuçlarda olumlu söylemlerin sayıca üstün olmasına

rağmen, olumsuz söylemlerin daha etkin rol oynadığı görülmektedir. Bu bağlamda olumsuz söylemlerin şiddetinin daha yüksek olduğu sonucuna varılmıştır.

Periyotlara bölünerek incelendiğinde; benzer sonuçlar veren duygu analizi ve kur ilişkisi, 2019'a doğru daha çok kur bazlı olarak negatif eğim göstermektedir. Trump'ın başkan seçilmesi ile Covid-19 salgınına kadar olan, 2016-2019 yılları arasındaki Trump'ın tweetleri ile döviz kuru arasındaki uyum incelendiğinde doğrusal yönlü bir ilişki bulunmaktadır.

Ekonomik hafıza ve kırılğan ekonominin getirdiği tedirginlikler giderilerek, davranışsal iktisat politikalarından etkin bir şekilde faydalanılmalıdır. Türkiye kamusal müdahalelerinde davranışsal politikalar kullanılmalı ve kurdaki volatilité öngörülerine yönelik erken tespitlerde bulunabilmelidir.

KAYNAKLAR

- AFAD, (2020). AFADBaskanlik, www.twitter.com/AFADBaskanlik/status/1221103021192511488 (25.01.2020)
- Akar, E. (2010). "Sanal Toplulukların Bir Türü Olarak Sosyal Ağ Siteleri – Bir Pazarlama İletişimi Kanalı Olarak İşleyisi". *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 107-122.
- Akerlof, G. A. (2001). "Behavioral Macroeconomics and Macroeconomic Behavior", www.nobelprize.org/uploads/2018/06/akerlof-lecture.pdf (05.01.2020)
- Akerlof, G. A. (2002). "Behavioral Macroeconomics and Macroeconomic Behavior". *The American Economic Review*, 92(3), 411-433.
- Altınkaynak, K. (2019). *Sosyal Medyanın Kavramsal Çerçevesi ve Teknik Altyapısı-Sosyal Medya Platformları*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir
- Altman, M. (2008). *Behavioral Economics, Economic Theory and Public Policy*. 1-96.
- Anadolu Ajansı, (2017). Trump ABD'yi TPP'den çekti, www.aa.com.tr/tr/dunya/trump-abd-yi-tpp-den-ckti/733400 (04.03.2020)
- Andrew Craig Brunson Başvurusu, (2020). 2018/28400, <https://kararlarbilgibankasi.anayasa.gov.tr/BB/2018/28400?BasvuruAdi=Brunson> (30.01.2021)
- Arad, A. ve Rubinstein, A. (2018). "The People's Perspective on Libertarian-Paternalistic Policies", *The Journal of Law and Economics*, 61(2), s. 311-333.
- Ariely, D. (2010). *Akıldışı Ama Öngörülebilir*, (çev. Asiye Hekimoğlu Gül, ve Filiz Şar), Optimist Yayınları, İstanbul.
- Ariely, D. ve Kreisler, J. (2020). *Tamamen Duygusal*, (çev. Taner Gezer), Optimist Yayınları, 1. Baskı, İstanbul.
- Arslan, R. (2017). Trump - Erdoğan görüşmesi: 'İki lider anlaşmamak konusunda anlaştı', <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-39943049> (21.11.2020)
- Australian Government, (2021a). Federal Register of Legislation. www.legislation.gov.au/Search/online (01.11.2021)
- Australian Government, (2021b). Online Safety Act 2021, www.legislation.gov.au/Details/C2021A00076 (01.11.2021)
- Bağ, M. (2020). İşgal Altındaki Golan Tepeleri Neden Önemli? Nerede ve Kimler Yaşıyor?, <https://tr.euronews.com/2020/01/28/isgal-altindaki-golan-tepeleri-neden-onemli-nerede-ve-kimler-yasiyor> (10.03.2020)
- BBC, (2017a). IMF Türkiye büyüme beklentisini yüzde 2,5'e düşürdü, www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-39628389 (21.11.2020)
- BBC, (2017c). Trump-Erdoğan görüşmesi: ABD ve Türkiye hiç olmadığı kadar yakın, www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-41356708 (22.10.2020)
- BBC News, (2016). Fed'den bir yıl sonra ilk faiz artırımını, <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-38318636> (01.11.2021)

- BBC News, (2017). Trump says Toyota will face tariffs on cars made in Mexico, <https://www.bbc.com/news/business-38525389> (15.01.2020)
- BBC News, (2018). Yemin töreninin yıldönümü Trump'ın bir yıllık karnesi nasıl? <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-42745591> (15.01.2020)
- BBC News, (2020). Sosyal medya düzenlemesi: 'Almanya modeli' nedir?, <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-53414098> (15.01.2021)
- Behavioral Insights Team, (2013). *Applying Behavioural Insights to Organ Donation: Preliminary Results from a Randomised Controlled Trial*, Government Digital Service, London
- Behavioural Insights Team, (2016). *The Behavioral Insights Team Update Report 2015-2016*.
- Benartzi, S., Beshears, J., Milkman, K., Sunstein, C., Thaler, R., Shankar, M., Galing, S. (2017). "Should Governments Invest More in Nudging?", *Psychological Science*, 28(8), 1041–1055.
- Biz Bize Yeteriz Türkiyem, (2020). Bizbizeyeriz, <https://bizbizeyeriz.gov.tr/> (25.05.2020)
- Bloomberg, (2017). EBRD, 2017'de Türkiye için yüzde 2,6 büyüme bekliyor, www.bloomberght.com/haberler/haber/2011635-ebrd-2017de-turkiye-icin-yuzde-2-6-buyume-bekliyor (21.11.2020)
- Bloomberght, (2018). Ticaret Savaşının Kronolojisi ve Olası Etkileri, www.bloomberght.com/haberler/haber/2136550-ticaret-savasinin-kronolojisi-ve-olasi-etkileri (28.03.2020)
- Bloomberght, (2019). Ekonomi Basınında Bugün - 9 Mayıs 2019, www.bloomberght.com/ekonomi-basininda-bugun-9-mayis-2019-2217973 (26.03.2020)
- Board of Governors of the Federal Reserve System, (2021). Policy Tools, www.federalreserve.gov/monetarypolicy/openmarket.htm (01.11.2021)
- Boğaziçi Üniversitesi, (2018). Etkinlik Takvimi. www.takvim.boun.edu.tr/bu/?q=node/1714 (11.07.2020)
- Boğaziçi Üniversitesi Kandilli Rasathanesi ve Deprem Araştırma Enstitüsü, (2020). Türkiye'de 1900-2004 Yılları Arasında Can Kaybı ve Hasara Neden Olmuş Önemli Depremler, www.koeri.boun.edu.tr/sismo/Depremler/tlarge2.htm (12.04.2020)
- Boomsocial, (2019). Karşılaştırma Listem, www.boomsocial.com/Sayfakarsilastir (06.04.2019)
- Brande Age, (2010). *Markalar İçin Güçlü, Genç, Dinamik ve Hızlı Bir Yeni Mecra*, 66.
- Brown, R. (2010). *Public Relations and the Social Web: How to Use Social Media and Web 2.0 in Communications*. Kogan Page.
- Bruni, L. ve Sugden, R. (2007). "The Road not Taken: How Psychology was Removed from Economics and How It Might Be Brought Back" *The Economic Journal*, 117(516), 146-173.

- Buğra, A. (1995). *İktisatçılar ve İnsanlar*, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Bundesamt für Justiz, (2017). Gesetz zur Verbesserung der Rechtsdurchsetzung in sozialen Netzwerken, www.gesetze-im-internet.de/netzdg/BJNR335210017.html (02.03.2021)
- Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz, (2021). Regeln gegen Hass im Netz – das Netzwerkdurchsetzungsgesetz, www.bmjv.de/DE/Themen/FokusThemen/NetzDG/NetzDG_node.html (21.07.2021)
- Camerer, C. F. (1999). “Behavioral Economics: Reunifying Psychology and Economics” *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 96(19), 10575-10577.
- Camerer, C. F., Leowenstein, G. ve Rabin, M. (2004). *Advances in Behavioral Economics*. Princeton University Press.
- Chetty, R. (2015). Behavioral Economics and Public Policy: A Pragmatic Perspective. *American Economic Review*, 150(5), 1-33.
- Codagnone, C., Bogliacino, F., Veltri, G. A., Lupiáñez-Villanueva, F. L.-V. ve Gaskell, G. (2014). Nudging in the World of International Policy Making, *The Behavioral Economics Guide 2014*.
- Çakır, M. Ö. (2019) Ekonomi : Ticaret Bakanı Pekcan: Rastgele Kontrol Deneyi'ni Başarıyla Yürüttük, www.aa.com.tr/tr/ekonomi/ticaret-bakani-pekcan-rastgele-kontrol-deneyini-basariyla-yuruttuk/1636147 (19.05.2020)
- Çakıroğlu, I., Pirinti, S. ve Çengel, Ö. (2020). “Covid-19 Sürecinde ve Post-Pandemi Döneminde Yaşam Tarzı Açısından Tüketici Davranışlarının Değişen Eğilimi Üzerine Kavramsal Bir Çalışma”, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(37), 81-103.
- Demir, Ö. (2013). *Akıl ve Çıkar Davranışsal İktisat Açısından Rasyonel Olmanın Rasyonelliği*. Sentez Yayıncılık.
- Deutscher Bundestag, (2021). Bundestag stimmt Änderung des Netz – werk – durch – setzungs-gesetzes-zu. www.bundestag.de/dokumente/textarchiv/2021/kw18-denetzwerkdurchsetzungsgesetz-836854 (17.10.2021)
- D'Hooghe, I. (2011). *The Limits of China's Soft Power Beijing's Public Diplomacy Puzzle, Public Diplomacy and Soft Power in East Asia*, Palgrave Macmillan, New York.
- Dolan, P., Hallsworth, M., King, D. ve Vlaev, I. (2010). *MindSpace: Influencing Behaviour for Public Policy*. Institute for Government View Publication. <https://pauldolan.co.uk/other/mindspace-influencing-behaviour-through-public-policy.html>
- Dumludağ, D., Gökdemir, Ö., Neyse, L. ve Ruben, E. (2018). *İktisatta Davranışsal Yaklaşımlar*, İmge Kitabevi, 2. Baskı, Ankara.
- Edri. (2020). French Avia Law Declared Unconstitutional: What Does This Teach us at EU Level? <https://edri.org/our-work/french-avia-law-declared-unconstitutional-what-does-this-teach-us-at-eu-level/> (27.02.2021)

- Eğilmez, M. (2016). GSYH Hesaplaması Değişti, Kişi Başına Gelirimiz Arttı. www.mahfiegilmez.com/2016/12/gsyh-hesaplamas-degisti-kisi-basna.html (01.11.2021)
- Eğri, T., Çizmeçi B., Eşitti Ş., Çanakçı M., Derindağ Ö. F., Toksarı D., Şahan G. ve Yıldırım K. E., (2019). *Sosyal Medyaya Giriş*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir
- Emeklilik Gözetim Merkezi, (2020, Ocak 14). Rapor ve Envanter Yayınlama, www.egm.org.tr/bilgi-merkezi/istatistikler/ (14.03.2021)
- Erdem, B., Adaçay, R. F., İslatince, H., Tiryaki, A., Demir, Ö. ve Acar, M. (2012). *İktisadi Düşünceler Tarihine Giriş*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1. Baskı, Eskişehir.
- Erdoğan, R. T. (2020). RTErdoğan, www.twitter.com/RT Erdogan/status/1244706919866122240 (21.05.2020)
- European Union, (2018). *Audiovisual Media Services Directive a REVISED media framework for 21st century*. Europa Council, 33-a.
- European Union, (2019). Media Literacy - European Commission, <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/media-literacy> (04.04.2020)
- Forsyth, D. R. (2008). “Self-Serving Bias”, *International Encyclopedia of the Social Sciences*, 7.
- Frey, B. S. ve Stutzer, A. (2002). “What Can Economists Learn from Happiness Research?” *Journal of Economic Literature*, 40(2), 402-435.
- Friedman, M. (1953). *Essays in Positive Economics*, The University of Chicago Press, Chicago.
- Galizzi, M. M. (2017). *Behavioral Aspects of Policy Formulation: Experiments, Behavioral Insights, Nudges*, Handbooks of Research on Public Policy, Edward Elgar Publishing.
- Galizzi, M. M., ve Whitmarsh, L. (2019). “How to Measure Behavioral Spillovers: A Methodological Review and Checklist” *Frontiers in Psychology*, 10(342), 1-15.
- Gilad, B. ve Kaish, S. (1986). *Handbook of Behavioral Economics*, JAI Press.
- Gilad, B., Stanley, K. ve Peter, D. L. (1984). “From Economic Behavior to Behavioral Economics”, *Journal of Behavioral Economics*, 1(13), 1-22.
- Gilovich, T., Griffin, D. ve D. Kahneman (2002). *Introduction - Heuristics and Biases: Then and Now, Heuristics And Biases The Psychology of Intuitive Judgment*, Cambridge University Press.
- Guo, B. (2018). *Regulating Social Media in China : Foucauldian governmentality and the public sphere*. Peter Lang, New York
- Guthrie, J. (2019). A Nudge in the Right Direction: USDA Sponsors Behavioral Economics Research to Promote Healthy Eating at School. www.usda.gov/media/blog/2010/11/18/nudge-right-direction-usda-sponsors-behavioral-economics-research-promote (01.02.2021)

- Güçdemir, Y. (2012). *Sanal Ortamda İletişim - Bir Halkla İlişkiler Perspektifi*, Derin Yayınları, İstanbul.
- Halper, D. (2016). *Inside The Nudge Unit How Small Change Can Make A Big Difference*, Penguin Random House UK, London
- Halpern, D. (2015). *Inside the Nudge Unit: How Small Changes Can Make a Big Difference*, WH Allen, London.
- Halpern, D. ve Sanders, M. (2016). “Nudging by Government: Progress, Impact, Lessons, Learned”, *Behavioral Science and Policy*, 2(2), 53-65.
- Hansen, P. G. (2016). “The Definition of Nudge and Libertarian Paternalism: Does the Hand Fit the Glove?”, *European Journal of Risk Regulation*, 155-174.
- Hard-Davis, A. (2019). *Pavlov'dan Günümüze Deneylerle Psikoloji*, Epsilon Yayınevi, 1. Baskı, İstanbul.
- Haynes, L., Owain, S., Goldacre, B. ve Torgerson, D. (2012). *Haynes, L., GoldacreTest, learn, adapt: de Developing Public Policy With Randomised Controlled Trials*, Cabinet Office, London.
- Helliwell, J. F., Layard, R., Sachs, J. D. ve De Neve, J.-E. (2019). *World Happiness Report*, Sustainable Development Solutions Network, New York.
- Helliwell, J. F., Layard, R., Sachs, J. D. ve De Neve, J.-E. (2020). *World Happiness Report*.
- Holland, S. ve El Gamal, R. (2019). Trump Says He Does Not Want War After Attack on Saudi Oil Facilities, www.reuters.com/article/us-saudi-aramco-idUSKBN1W10X8 (01.11.2021)
- House of Representatives, (2021). *Online Safety Bill 2021*. Canberra: The Parliament of the Commonwealth of Australia.
- Hürriyet, (2017). Finansal Piyasalarda 2017 Böyle Geçti, www.hurriyet.com.tr/ekonomi/finansal-piyasalarda-2017-boyle-gecti-40683133 (20.01.2020)
- İstanbul Teknik Üniversitesi Bilgi İşlem Daire Başkanlığı, (2013). İstanbul Teknik Üniversitesi. <https://bidb.itu.edu.tr/seyir-defteri/blog/2013/09/07/internet'in-tarih%C3%A7esi> (01.04.2020)
- Jahoda, G. (2011). *Sosyal Psikoloji Tarihi*, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 1. Baskı, İstanbul.
- Kağıtçıbaşı, Ç. ve Cemalcılar, Z. (2014). *Düünden Bugüne İnsan ve İnsanlar Sosyal Psikolojiye Geçiş*, Evrim Yayınevi, 16. Baskı, İstanbul
- Kahneman, D. (2003). “A Psychological Perspective on Economics”, *The American Economics Review*, 93(2), 162-168.
- Kahneman, D. (2003). “Maps of Bounded Rationality: Psychology for Behavioral Economics” *The American Economics Review*, 93(5), 1449-1475.
- Kahneman, D. (2011a). *Thinking, Fast and Slow*, Allen Lane Publisher.
- Kahneman, D. (2011b). *Hızlı ve Yavaş Düşünme*, Varlık Yayınları, 3. Baskı, İstanbul.

- Kahneman, D. ve Smith, V. (2002). "Foundations of Behavioral and Experimental Economics", *Nobel Prize in Economics Documents*.
- Kahneman, D. ve Tversky, A. (1979). "Prospect Theory: An Analysis of Decision Under Risk", *Econometrica*, 263-292.
- Kahneman, D. ve Tversky, A. (1981). "The Framing of Desicions and The Psychology of Choice", *Science*, 211(1481), 453-458.
- Kahneman, D. ve Tversky, A. (1984). "Choise, Values and Frames", *American Psychologist*, 39(4), 341-350.
- Kahneman, D. ve Tversky, A. (1986). "Rational Choice and the Framing of Decisions", *The Journal of Business*, 59(4), 251-278.
- Kahneman, D., Krueger, A. B., Schkade, D., Schwarz, N. ve Stone, A. A. (2006). "Would You Be Happier If You Were Richer? A Focusing Illision", *Science*, 312, 1908-1910.
- Kahneman, D., Netsch, J. L., & Thaler, R. H. (1991). "Anomalies: The Endowment Effect, Loss Aversion, and Status Quo Bias", *Journal Of Economic Perspectives*, 193-206.
- Kamilçelebi, H. (2019). *Davranışsal İktisat*, IJOPEC Publication Limited, 1.Baskı, London
- Kaplan, A. ve Haenlein, M. (2010). "Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media", *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Karaca, M. (2019). *Sosyal Medya Platformları*, Anadolu Üniversitesi Yayını, Eskişehir
- Kılıç, E. (2020). "Kamu Politikalarında Davranışsal İktisadın Önemi: Dünya ve Türkiye'den Uygulama Örnekleri", *Uluslararası Ekonomi, İşletme ve Politika Dergisi*, 4(1), 237-262.
- Lindsay, J. M. (2019). "Ten Most Significant World Events in 2019". *Council On Foreign Relations*, www.cfr.org/blog/ten-most-significant-world-events-2019 (10.06.2020).
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I. ve Kelly, K. (2009). *New Media: A Critical Introduction*, Routledge Publisher, 2. Baskı, London.
- Loewenstein, G. ve Haisley, E. (2008). *The Economist as Therapist: Methodological Ramifications of Light Paternalism*, *The Foundations of Positive and Normative Economics: A Handbook*, 1, 210-250. Oxford University Press, Oxford.
- Lunn, P. (2014). *Regulatory Policy and Behavioral Economics*. OECD Publishing.
- Ly, K. ve Soman, D. (2013). *Nudging Around The World*, Rotman School of Management University of Toronto, Toronto.
- Macron, E. (2019). EmmanuelMacron. Kasım 1, 2020 tarihinde Twitter: www.twitter.com/emmanuelmacron/status/1166005345648431104 (01.11.2020).
- Madrian, B. C. (2014). "Applying Insights from Behavioral Economics to Policy Design", *The Annual Review of Economics*, 6(1), 663-688.

- Mandeville, B. (2011). *The Fable of the Bees or Private Vices, Publick Benefits*, The Online Library Of Liberty: <http://oll.libertyfund.org/title/847>
- Marmara Üniversitesi İktisat Fakültesi, (2019). Davranışsal Kamu Politikaları Eğitimi Ürün Güvenliği Farkındalığının Artırılması Uygulamaları, <https://ikf.marmara.edu.tr/notice/davranissal-kamu-politikalari-egitimi-urun-guvenligi-farkindaliginin-artirilmasi-uygulamalari/> (14.05.2020)
- Matjasko, J., Cawley, J., Baker-Goering, M. ve Yokum JD, D. (2016). “Applying Behavioral Economics to Public Health Policy: Illustrative Examples and Promising Directions”, *American Journal of Preventive Medicine*, 50(5), 13-19.
- Matsuyama, N. (2009). “Relativity of Alfred Marshall’s Psychological Research and Economics”, *İktisat Tarihi*, 51(2), 51-66.
- Miller, D. T. ve Ross, M. (1975). “Self-Serving Biases İn the Attribution of Causality: Fact or Fiction?”, *Psychological Bulletin*, 82(2), 213-225.
- Nye, J. (2017). *Yumuşak Güç*, BB101 Yayıncılık, Ankara.
- OECD, (2017). *Behavioural Insights and Public Policy: Lessons from Around the World*, OECD. https://read.oecd-ilibrary.org/governance/behavioural-insights-and-public-policy_9789264270480-en
- Orta Doğu Teknik Üniversitesi Bilgi İşlem Daire Başkanlığı, (2005). Türkiye’de İnternet: www.internetarsivi.metu.edu.tr/tarihce.php (04.04.2020)
- Öz Güzellik, E., Aytekin, E., Doğru, A. ve Öğütce, B. S. (2019). Dünyada 2019 böyle geçti, *Anadolu Ajansı*, www.aa.com.tr/tr/dunya/dunyada-2019-boyle-gecti/1674750 (14.02.2020)
- Palabıyık, D. Ç., Zengin, D., Ünal, A. Y. ve Çakır, M. Ö. (2019). Ekonomide 2019 böyle geçti, *Anadolu Ajansı*, <https://www.aa.com.tr/tr/ekonomi/ekonomide-2019-boyle-gecti/1676870> (03.04.2020)
- Parke, H., Ashcroft, R., Brown, B., Marteau, T. M. ve Seale, C. (2011). “Financial Incentives to Encourage Health Behavior: An Analysis of UK Media Coverage”, *Health Expectations*, 16(3), 292-304.
- Republique Française, (2020a). Journal officiel "Lois et Décrets", Legifrance, <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/jo/2020/06/25/0156> (27.02.2021)
- Republique Française, (2020b). LOI n° 2020-766 du 24 juin 2020 visant à lutter contre les contenus haineux sur internet (1). Legifrance, <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFSCATA000042031971> (27.02.2021)
- Resmi Gazete, (2017). 3 Şubat 2017 Tarihli ve 29968 Sayılı Resmî Gazete, www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2017/02/20170203.htm (06.04.2020)
- Retweetler, (2019). Twitter, www.twitter.com/ticaret/status/1130499258367598595/retweets/without_comments (14.01.2020)
- Robbins, L. (2007). *An Essay on the Nature and Significance of Economic Science*, The Misses Institute, Alabama.

- Royal Government of Bhutan, (2012). *Defining a New Economic Paradigm: The Report of the High-Level Meeting on Wellbeing and Happiness*, United Nations Headquarters, New York.
- Ruben, E. ve Dumludağ, D. (2015). “Davranışsal İktisat”, *İktisat Ve Toplum* (58), 4-9.
- Samuelson, P. A. (1954). “The Pure Theory of Public Expenditure”, *The Review of Economics and Statistics*, 36(4), 387-389.
- Sarı, Ü. (2019). *Sosyal Medya Uygulamaları*, İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi Yayınları, İstanbul.
- Schkade, D. A. ve Kahneman, D. (1998). “Does Living in California Make People Happy? A Focusing Illusion in Judgments of Life Satisfaction”, *Psychological Science*, 9(5), 340-346.
- Schultz, D. P. ve Schultz, S. E. (2007). *Modern Psikolojinin Tarihi*. (Y. Aslay, Çev.) , Kaknüs Yayınları, 1. Baskı, İstanbul.
- Sent, E. M. (2004). “Behavioral Economics: How Psychology Made Its (Limited) Way Back Into Economics”, *History of Political Economy*, 36(4), 735-760.
- Shelifer, A. (2000). *Inefficient Markets: An Introduction to Behavioral Finance*, OUP Oxford.
- Simon, H. A. (1997). *Models of Bounded Rationality*. MIT Press.
- Smith, A. (2006). *The Theory of Moral Sentiments*, MetaLibri, 1. Baskı, Sao Paulo.
- Smith, A. (2014). *Milletlerin Zenginliği*, (çev. Haldun Derin), Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 9. Baskı, İstanbul
- Smith, A. (2018). *Ahlaki Duygular Kuramı*, (dü. Adem Beyaz ve çev. Derman Kızılay), Pinhan Yayıncılık, 1. Baskı, İstanbul.
- Smith, J. (2015). Alıcının Doğru Seçeneği Seçmesine Yardımcı Olmak İçin Decoy Efektini Nasıl Kullanılır, <https://blog.jeremysaid.com/how-to-use-the-decoy-effect/> (08.01.2020)
- Social Blade, (2019). Twitter, www.socialblade.com/twitter/ (06.04.2019)
- Solomon, A. E. (1956). “Studies of Independence and Conformity: I. A Minority of One Against a Unanimous Majority”, *Psychological Monographs: General and Applied*, 70(9), 1-70.
- Stearns, S. C. (2000). “Daniel Bernoulli (1738): Evolution and Economics Under Risk”, *Journal of Biosciences*, 25(3), 221-228.
- T.C. Ticaret Bakanlığı, (2019). Twitter, 20.05.2019, ticaret: www.twitter.com/ticaret/status/1130499258367598595 (25.09.2019)
- Taş, G. (2015). Sosyal Medya Tarihçesi, www.dijitalajanslar.com/sosyal-medya-tarihcesi/ (18.02.2020)
- TBMM. (2020). Milletvekilleri Üye Komisyon Konuşma Tutanağı Adalet Komisyonu, www.tbmm.gov.tr/Milletvekilleri/UyeKomisyonKonusmaTutanakDetay?tutanakId=36454 (27.02.2021)

- Thaler, R. H. (1980). "Toward a Positive Theory of Consumer Choice", *Journal of Economic Behavior and Organization*, 1(1), 39-60.
- Thaler, R. H. (1999). "Mental Accounting Matters", *Journal of Behavioral Decision Making*, 12(3), 183 - 206.
- Thaler, R. H. (2019). *Akıllı İnsanların Mantıksız Kararları*, (çev. Gizem Aloğan), Pegasus Yayınları, 1. Baskı, İstanbul.
- Thaler, R. H. ve Sunstein, C. R. (2009). *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness*. Penguin Books.
- The Behavioural Insights Team. (2018). About us, <https://www.bi.team/about-us/> (14.01.2020)
- Tomer, J. F. (2007). "What is Behavioral Economics?", *The Journal of Socio-Economics*, 36(3), 463-479.
- TRT, (2018). 2018'de Dünyada En Çok Depremler Can Aldı. www.trthaber.com/haber/dunya/2018de-dunyada-en-cok-depremler-can-aldi-398243.html (29.01.2020)
- Trump, D. (2016).realDonaldTrump, www.twitter.com/realDonaldTrump (14.01.2020)
- Trump, D. (2017).realDonaldTrump, www.twitter.com/realDonaldTrump (14.01.2020)
- Trump, D. (2017).realDonaldTrump, www.twitter.com/realDonaldTrump (14.01.2020)
- Trump, D. (2017).realDonaldTrump, www.twitter.com/realDonaldTrump (14.01.2020)
- Trump, D. (2017).realDonaldTrump, www.twitter.com/realDonaldTrump (14.01.2020)
- Trump, D. (2017).realDonaldTrump, www.twitter.com/realDonaldTrump (14.01.2020)
- Trump, D. (2018).realDonaldTrump, www.twitter.com/realDonaldTrump (14.01.2020)
- Trump, D. (2019).realDonaldTrump, www.twitter.com/realDonaldTrump (14.01.2020)
- Trump, D. (2019).realDonaldTrump, www.twitter.com/realDonaldTrump (14.01.2020)
- Trump, D. (2019).realDonaldTrump, www.twitter.com/realDonaldTrump (14.01.2020)
- Trump, D. (2019).realDonaldTrump, www.twitter.com/realDonaldTrump (14.01.2020)
- Trump, D. (2019).realDonaldTrump, www.twitter.com/realDonaldTrump (14.01.2020)
- Trump, D. (2019).realDonaldTrump, www.twitter.com/realDonaldTrump (14.01.2020)
- Trump, D. (2019).realDonaldTrump, www.twitter.com/realDonaldTrump (14.01.2020)
- Trump, D. (2019).realDonaldTrump, www.twitter.com/realDonaldTrump (14.01.2020)
- Trump, D. (2019).realDonaldTrump, www.twitter.com/realDonaldTrump (14.01.2020)
- Türk Kızılay, (2020). Türk Kızılay Kurumsal Haberler, <https://www.kizilay.org.tr/Haber/KurumsalHaberDetay/4937> (24.05.2020)
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı, (2016a). Bugünkü Türkiye, 14 Yıl Önceki Türkiye'den 3 Kat Daha Zengin, <https://www.tccb.gov.tr/haberler/410/63188/bugunku-turkiye-14-yil-onceki-turkiyeden-3-kat-daha-zengin> (01.11.2021)

- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı, (2016b). Türkiye Ekonomisi Sağlam Temeller Üzerine İnşa Edilmiştir, <https://www.tccb.gov.tr/haberler/410/64199/turkiye-ekonomisi-saglam-temeller-uzerine-insa-edilmistir> (01.11.2021)
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı, (2016c). Basın Açıklaması, www.tccb.gov.tr/basin-aciklamalari/365/65314/basin-aciklamasi (01.11.2021)
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı, (2016d). Terör Örgütlerine Karşı Millî Seferberlik Ruhuyla Mücadele Edeceğiz, <https://www.tccb.gov.tr/haberler/410/66390/teror-orgutlerine-karsi-mill-seferberlik-ruhuyla-mucadele-edecemiz.html> (01.11.2021)
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı, (2017). NATO'nun S-400 Alımına Müdahale Yetkisi Yok, www.tccb.gov.tr/haberler/410/83489/natonun-s-400-alimina-mudahale-yetkisi-yok (16.11.2020)
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Daire Başkanlığı, (2020). Biz Bize Yeteriz Türkiyem, <https://bizbizyeteriz.gov.tr/> (23.05.2020)
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, (2019). Temel Ekonomik Göstergeler. <https://www.sbb.gov.tr/temel-ekonomik-gostergeler/#1539970123300-b0aebfc4-3e3b> (01.07.2020)
- Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı, (2016). Berlin'de 19 Aralık 2016 Tarihinde Meydana Gelen Saldırı Hk. Kasım 1, https://www.mfa.gov.tr/no_-330_-20-aralik-2016_-berlin_de-19-aralik-2016-tarihinde-meydana-gelen-saldiri-hk_.tr.mfa (01.11.2021)
- Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı, (2018). *Senin Kararın! (mi?) Kamu Politikası Tasarımında Davranışsal Yaklaşım*, Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı, Ankara. www.ticaret.gov.tr/data/5b9623ea13b8761ce82c5e34/senin_kararin_mi.pdf (25.06.2019)
- Türkiye Cumhuriyeti İçişleri Bakanlığı, (2020). 2 Gün Sokağa Çıkma Yasağı, www.icisleri.gov.tr/2-gun-sokaga-cikma-yasagi#:~:text=10.04.2020%20tarihi%20saat%2024,%2C%20Kayseri%2C%20Kocaeli%2C%20Konya%2C (10.11.2020)
- Türkiye Cumhuriyeti İçişleri Bakanlığı, (2020). YouTube. Elazığ Deprem Sonrası Yapılan Tüm Yardımlar: https://youtu.be/gzC_h-1vMWs (19.12.2019)
- Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası, (2017a). Faiz Oranlarına İlişkin Basın Duyurusu - 24/01/2017, (2017-24), www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/tr/tcmb+tr/main+menu/duyurular/basin/2017/duy2017-04 (08.06.2020)
- Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası, (2017b). Faiz Oranlarına İlişkin Basın Duyurusu - 26/04/2017, (2017-21): www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/tr/tcmb+tr/main+menu/duyurular/basin/2017/duy2017-21 (08.04.2020)
- Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası, (2018). Para Politikası Operasyonel Çerçevesine İlişkin Basın Duyurusu (2018-21).

www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/tr/tcmb+tr/main+menu/duyurular/basin/2018/duy2018-21 (06.11.2020)

Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası, (2018). TCMB Faiz Oranları (%) Geç Likidite Penceresi(LON).

www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/tr/tcmb+tr/main+menu/temel+faaliyetler/pa-ra+politikasi/merkez+bankasi+faiz+oranlari/ gec+likidite+penceresi+%28lon%29 (19.08.2020)

Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası, (2018). *Yıllık Faaliyet Raporu*, Ankara: Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası, <http://www3.tcmb.gov.tr/yillikrapor/2017/files/tr-full.pdf>

Türkiye Cumhuriyeti Milli Savunma Bakanlığı, (2018). Terörle Mücadele, www.msb.gov.tr/tr-TR/TerorleMucadeleDetay/5e4ba56947e7d91f20cf7f41 (11.01.2021)

Türkiye Cumhuriyeti Milli Savunma Bakanlığı, (2021). Barış Pınarı Harekâtı İki Yaşında, www.msb.gov.tr/SlaytHaber/9102021-78722(01.11.2021)

Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı, (2018). Duyurular, “Davranışsal Kamu Politikaları ve Yeni Nesil Teknolojiler Dairesi Başkanlığı” www.ticaret.gov.tr (01.06.2020)

Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı, (2019a). Haberler, www.ticaret.gov.tr/haberler/1-ulusal-davranissal-kamu-politikalari-konferansi (06.05.2020)

Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı, (2019b). Kolay Destek, www.kolaydestek.gov.tr/ (15.12.2019)

Twitter, (2017a). Blog Twitter: www.blog.twitter.com/official/en_us/topics/product/2017/Giving-you-more-characters-to-express-yourself.html (02.05.2020)

Twitter, (2017b). Twitter and Jack, www.twitter.com/jack/status/912784057863245824 (02.05.2020)

Twitter, (2019). Twitter, www.twitter.com/ (9 Nisan 2020)

Twitter, (2020). Twitter Help Center - Glossary. www.help.twitter.com/en/glossary (02.05.2020)

Twitter, (2020a). Twitter Yardım Merkezi - Twitter API'leri Hakkında, www.help.twitter.com/tr/rules-and-policies/twitter-api (27.01.2020)

Twitter, (2020b). Twitter Developer, API Referance Index, www.developer.twitter.com/en/docs/api-reference-index (01.05.2020)

Vikipedi, (2017). 2016 Beşiktaş saldırıları, https://tr.wikipedia.org/wiki/2016_Be%C5%9Fikta%C5%9F_sald%C4%B1r%C4%B1lar%C4%B1 (01.11.2021)

Vikipedi, (2020). 2019 Abkayk ve Hureys saldırısı, https://tr.wikipedia.org/wiki/2019_Abkayk_ve_Hureys_sald%C4%B1r%C4%B1s%C4%B1 (01.11.2021)

- Wikipedia, (2021, Mayıs 14). Barış Pınarı Harekâtı, https://tr.wikipedia.org/wiki/Bar%C4%B1%C5%9F_P%C4%B1nar%C4%B1_Harek%C3%A2t%C4%B1 (01.11.2021)
- Wikipedia, (2020). 2019-2020 Avustralya Orman Yangınları, https://tr.wikipedia.org/wiki/2019-2020_Avustralya_orman_yang%C4%B1nlar%C4%B1 (25.03.2020)
- Viscusi, W. K. ve Gayed, T. (2015). “Behavioral Public Choice: The Behavioral Paradox of Government Policy”, *Vanderbilt University Law School Law and Economics*, 973-999.
- We Are Social, (2017). Digital in 2017 Global Overview, www.wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview (01.10.2020)
- We Are Social, (2018). Digital Report, www.digitalreport.wearesocial.com/ (01.10.2020)
- We Are Social, (2019). Global Digital Report 2019, www.wearesocial.com/global-digital-report-2019 (01.10.2020)
- We Are Social, (2020). Digital 2020, www.wearesocial.com/digital-2020 (01.10.2020)
- We Are Social, (2021). The Digital 2021 Global Overview Report, www.datareportal.com/reports/digital-2021-october-global-statshot (01.09.2021)
- Weiner, B. (1985). “An Attributional Theory of Achievement Motivation and Emotion”, *Psychological Review*, 92(4), 548-573.
- Whitehead, M., Jones, R., Howell, R., Lilley, R. ve Pykett, J. (2014). “Nudging All Over The World”, *Economic and Social Research Council*.
- Wikipedia, (2017). Zürich Islamic Center Shooting https://en.wikipedia.org/wiki/Z%C3%BCrich_Islamic_center_shooting (1.11.2021)
- Wikipedia, (2019). Cemal Kaşıkçı, https://tr.wikipedia.org/wiki/Cemal_Ka%C5%9F%C4%B1k%C3%A7%C4%B1 (11.07.2020)
- Wikipedia, (2020). Amerika Birleşik Devletleri - Çin Ticaret Savaşı, https://tr.wikipedia.org/wiki/Amerika_Birle%C5%9Fik_Devletleri-%C3%87in_ticaret_sava%C5%9F%C4%B1 (30.12.2020)
- Wikipedia, (2020). Sarı Yelekliler Hareketi, https://tr.wikipedia.org/wiki/Sar%C4%B1_yelekliler_hareketi (1.10.2020)
- World Bank, (2015). World Development Report 2015: Mind, Society, and Behavior, <https://www.worldbank.org/en/publication/wdr2015> (15.04.2020)
- Worldometer, (2019). Population: Asia, www.worldometers.info/population/asia/ (16.10.2020)
- Yanqiu, Z. (2014). *Understand China's Media in Africa from the Perspective of Constructive. China and Africa Media, Communications and Public Diplomacy*. Beijing, Chr. Michelsen Institute. www.cmi.no/file/2922.pdf

Zengin, M. (2013). Medium Nedir? Medium: www.medium.com/sosyal-medya/medium-nedir-347919b7df49 (20.10.2020)