

PAPER DETAILS

TITLE: Davranissal İktisat, Karar Verme Süreçleri ve Oy Verme Davranisini Etkileyebilecek Uygulama Önerileri

AUTHORS: Eren Kirmizialtin

PAGES: 1599-1616

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/3865988>



Fiscaeconomia

E-ISSN: 2564-7504

2024, Volume 8, Issue 3, 1599-1616

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/fsecon>

Submitted/Geliş: 17.04.2024

Accepted/Kabul: 22.08.2024

Doi: 10.25295/fsecon.1469201

Research Article/Araştırma Makalesi

Davranışsal İktisat, Karar Verme Süreçleri ve Oy Verme Davranışını Etkileyebilecek Uygulama Önerileri¹

Behavioral Economics, Decision Making Processes, and Recommendations for Possible Implementations that may Affect Voting Behavior

Eren KIRMIZIALTIN²

Öz

Davranışsal iktisat, temelde, hâkim iktisat anlayışındaki rasyonel davranış modellerinin insan varsayımına alternatif bir insan varsayımında bulunur. Rasyonel davranış modellerinin insanı “homo economicus” tutarlı, sosyal ilişkilerden soyutlanmış, her bir bilgiyi en iyi şekilde değerlendiren mükemmel bir analiz kabiliyetine sahip, her zaman kendi çıkarı peşinde koşan (kendi faydasını maksimize eden) bir varlık olarak tanımlanabilir. Davranışsal iktisat bu varsayımın hatalı olduğunu iddia eder. İnsanların karar verme süreçlerini etkileyen belirli psikolojik eğilimlere ve bilişsel sınırlamalara sahip olduğunu söyler. Bu eğilimlerin ve sınırlamaların homo economicus varsayımını geçersiz kıldığını savunur. Bu makale, rasyonel davranış modellerini eleştiren davranışsal iktisada odaklanmakta ve seçmen davranışını etkileyen bireysel karar alma süreçlerini davranışsal iktisadın yöntem ve kavramlarını kullanarak analiz etmeyi amaçlamaktadır. Bu doğrultuda, davranışsal iktisadın yöntem ve kavramlarının oy verme davranışını anlamaya yönelik ne tür öngörüler sunduğu, oy verme davranışını etkilemede nasıl işlevselleştirilebileceği konuları üzerinde durulmuş, ilgili konular somut örneklerle irdelenmiştir.

Jel Kodları: D72, D78, D90, D91

Anahtar Kelimeler: Rasyonalite, Davranışsal İktisat, Karar Verme, Oy Verme Davranışı

¹ Bu makale, 14-15 Eylül 2018 tarihleri arasında düzenlenen FSCONGRESS 2018 kongresinde sunulan “Davranışsal İktisat, Karar Verme Süreçleri ve Seçmen Kararını Etkileyebilecek Öneriler” başlıklı çalışmanın gözden geçirilmiş ve genişletilmiş versiyonudur.

² Araştırma Görevlisi Dr., Sinop Üniversitesi, ekirmizialtin@sinop.edu.tr, ORCID 0009-0009-4165-7379



Kırmızıaltın, E. (2024). Davranışsal İktisat, Karar Verme Süreçleri ve Oy Verme Davranışını Etkileyebilecek Uygulama Önerileri. *Fiscaeconomia*, 8(3), 1599-1616. Doi: 10.25295/fsecon.1469201

Abstract

Behavioral economics basically assumes an alternative assumption of human beings to the assumption of man of rational behavior models in the dominant understanding of economics. The human being of rational behavior models "homo economicus" can be defined as a coherent being, isolated from social relations, with an excellent analytical ability to make the best use of every piece of information, always pursuing self-interest (maximizing its own utility). Behavioral economics argues that this assumption is incorrect. It says that people have certain psychological tendencies and cognitive limitations that influence their decision-making processes. It argues that these tendencies and limitations make the homo economicus assumption invalid. This article focuses on behavioral economics, which criticizes rational behavior models and aims to analyze the individual decision-making processes that affect voting behavior using the methods and concepts of behavioral economics. To this end, the methods and concepts of behavioral economics are discussed in terms of what kind of insights they offer for understanding voting behavior and how they can be operationalized in influencing voting behavior, and the related issues are examined with concrete examples.

Jel Codes: D72, D78, D90, D91

Keywords: Rationality, Behavioral Economics, Decision-Making, Voting Behavior



1. Giriş

Davranışsal iktisat, esas olarak, hâkim iktisattaki rasyonel davranış modellerinin “homo economicus” varsayımını eleştirmektedir. Homo economicus, her bir bilgiyi en iyi şekilde değerlendiren mükemmel bir analiz kabiliyetine sahip, sürekli kendi çıkarı peşinde koşan (kendi faydasını maksimize eden), tutarlı, toplumsal ilişkilerden soyutlanmış bireydir. Davranışsal iktisat bu varsayımın hatalı olduğunu iddia eder. İnsanın, karar verme süreçlerini etkileyen bazı psikolojik eğilimlere ve bilişsel sınırlılıklara sahip olduğunu söyler. Bu eğilim ve sınırlılıkların homo economicus varsayımını geçersiz kıldığını savunur.

Bu çalışma, karar verme süreçlerini rasyonel davranış modellerinden farklı bir şekilde analiz eden davranışsal iktisadi merkeze alıp davranışsal iktisadın yöntem ve kavramlarından yararlanarak seçmen davranışını etkileyen bireysel karar verme süreçlerini çözümlemektedir.

Bu çalışmada yukarıda genel tanımı verilen davranışsal iktisattan yararlanılmasının iki temel sebebi vardır: Birincisi, davranışsal iktisat çalışmalarının karar verme süreçlerimize dair oldukça önemli sonuçlar ortaya koyması ve bu sonuçların seçmen davranışını değerlendirilmesinde de kullanışlı olmasıdır. İkincisi, diğer teoriler genellikle insanı normatif değerlendirerek çıkarımlarda bulunurken davranışsal iktisat insanı tanımlayıcı olarak ele alır. Yani diğerleri “insan nasıl davranmalı?” sorusu üzerinden ilerlerken davranışsal iktisat “insan nasıl davranıyor?” sorusu üzerinden ilerler, statik normatif tanımlamalara hapsolmaz. Bu anlamda, normatif değerlendirmelerin (kullanılan kavram ve bakış açılarının belirli bir amaçla sabitlenmesinden kaynaklanan) olası eksik ya da hatalı çıkarımlarından daha makul ve daha anlamlı çıkarımlarda bulunur.

Davranışsal iktisadın yukarıda tanımlanan özellikleri bağlamında yapılacak yorumlar, bireylerin seçimlerde kime oy vereceklerine dair karar verme süreci olarak ifade edilebilecek olan oy verme davranışının incelenmesinde kullanılan rasyonel seçim modelinin de bir eleştirisidir. Rasyonel seçim modeline göre oy verme davranışını fayda-maliyet hesabına bağlıdır. Bireyler, politik seçimlerinde ve bu seçimlerin somut çıktısı olan oy verme esnasında fayda-maliyet hesabı yaparlar. Bu modelin üç varsayımı vardır:

- Seçmenler ve siyasi partiler tarafından alınan tüm kararlar rasyoneldir, çünkü kendi çıkarları tarafından yönlendirilir, fayda maksimizasyonunu amaçlarlar;
- Seçmenler ve siyasi partiler sorumlu ve güvenilir aktörlerdir, kararlarının sonuçları öngörülebilirdir.
- Demokratik sistemde bir belirsizlik ve bilgi eksikliği vardır. Belirsizlik hem seçmenleri hem de siyasi partiler üzerinde etkiye sahiptir (Mahsud ve Amin, 2020:71-72).

Davranışsal iktisat rasyonel seçim modelinin temeline, fayda-maliyet hesabı yapan ve fayda maksimizasyonunu hedefleyen seçmen varsayımına itiraz eder. İnsanların karar verirken belirli eğilim ve sınırlılıklar dolayısıyla faydasını maksimize edemeyeceğini savunur.

Bu çalışmada, davranışsal iktisadın, seçmen davranışını anlamada kullanışlı olabileceği düşünülen bazı kavram ve çalışmalarından yararlanılarak oy verme davranışını etkileyebilecek öneriler sunulacaktır. Seçmen davranışını üzerine olduğu için sosyal psikolojiden de, elbette, yararlanılacaktır.

2. Herbert A. Simon: Sınırlı Rasyonalite

H. A. Simon'ın, "sınırlı rasyonalite" (Simon, 1957; McSweeney, 2010, s.240; Barros, 2010, s.459) tanımı insanın sınırlı hesaplama gücüne sınırlı bilgiye sahip olduğu varsayımına dayanır. Bu sınırlılıklara sahip olan insanın rasyonalitesi de, dolayısıyla, rasyonel davranış modellerinde tanımlanan insanın rasyonalitesi (Simon'ın ifadesiyle küresel -her yerde geçerli olan, farklı bölgelerin kendine özgü özelliklerini dikkate almayan- rasyonalite) uygun biçimde davranmaz.

"Neoklasik teoremin rasyonalitesi olan küresel rasyonalite, karar vericinin kapsamlı, tutarlı bir fayda fonksiyonuna sahip olduğunu, seçilebilir tüm alternatifleri bildiğini, her alternatifin beklenen fayda değerini hesaplayabildiğini ve beklenen faydayı maksimize eden alternatifi seçtiğini varsayar. Gerçek insanın seçim davranışına ilişkin bilğimizle tutalı olan sınırlı rasyonalite ise karar vericinin alternatifleri araştırması gerektiğini, eylemlerin sonuçları hakkında açıkça eksik ve hatalı bilgiye sahip olduğunu ve tatmin edici olması beklenen eylemleri seçtiğini varsayar" (Akt. Barros, 2010, s.460; Kırmızıaltın, 2021, s.33)

Buna göre insan beklenen faydayı maksimize eden alternatifi seçemez çünkü bilgi kapasitesi eksik ve hatalıdır, yanı sıra hesaplama becerisi de yetersizdir. "Bilgi kapasitesi sadece seçimlerin sonuçlarını etkileyecek çevresel değişkenlerin, şimdinin ve geleceğin eksik ve belirsiz bilgilerinin toplamından oluşur" (Kırmızıaltın, 2018, s.337). Bu sebeple insanın eylemini yorumlarken insanın daima kendi faydasını maksimize ettiği varsayımını değil, sınırlı rasyonaliteye bağlı hareket ettiği varsayımını kullanmak, "insanlar sınırlı rasyonaliteye sahip eyleyenlerdir" kabulü ile analiz yapmak gerekir (Simon, 1993, s.156).

3. Daniel Kahneman-Amos Tversky: Kısa Yollar, Yanlılıklar ve Beklenti Teorisi

D. Kahneman ve A. Tversky, yaptıkları çalışmalarda, insanların karar verme süreçlerini etkileyen bazı psikolojik eğilimlere sahip olduğunu ortaya koymuşlardır. Bu eğilimler insanların tutarlı seçimler yapmasını engelleyebilirler. Bu çalışma kapsamında, Kahneman ve Tversky'nin çalışmalarında ortaya konan ve seçmen davranışı açısından da önemli olduğu düşünülen şu kavramlar üzerinde durulacaktır: bulunabilirlik (availability); çerçeveleme etkisi (framing effect); referans noktası (reference point) ve değer fonksiyonu (value function). Kavramlar, bağlama uygun olarak aşağıdaki alt başlıklarda kısaca açıklanmıştır.

3.1. Bulunabilirlik

Çevremizde ya da birebir karşılaştığımız durumlar kararlarımızı etkileyebilir. Kendi yaşadıklarımızı daha çok ciddiye alır, daha çok önemseriz. Ev yangınına ilişkin iki senaryo düşünelim. Birinci senaryoda evin yandığını gözlerinizle gördünüz, ikinci senaryoda ise gazetede ev yangını haberi okudunuz. Ev yangınının öznel olasılığını değerlendirirken hangi senaryo sizi daha çok etkiler? Birebir karşılaştığımız durumların bizi daha çok etkilediğini dikkate alırsak yangını görmenin etkisi yangın haberini okumanın etkisinden daha fazla olacağını söyleyebiliriz. Bu durumda, evi yangın riskine karşı sigortalama kararınız üzerinde, ev yangınıyla ilgili gerçek bir deneyim yaşamamanın etkisi, gazete haberinden alınan bilginin etkisinden daha büyük olacaktır (Tversky ve Kahneman, 1974, s.1127). Bununla birlikte,

Kırmızıaltın, E. (2024). Davranışsal İktisat, Karar Verme Süreçleri ve Oy Verme Davranışını Etkileyebilecek Uygulama Önerileri. *Fiscaeconomia*, 8(3), 1599-1616. Doi: 10.25295/fsecon.1469201

örneğin, yanan bir ev görmenin sizin kararınıza etkisi, zaman geçtikçe, hafızada gitgide daha az yer alacağı için azalacaktır. Bu nedenle, eğer olumsuz bir durumun kararınıza etkisinin azalmamasını istiyorsanız, söz konusu olumsuz durumla ilişkinizi sürekli kılmalısınız.

3.2. Çerçeveleme Etkisi

Tversky ve Kahneman (1981 ve 1986) insanın karar verirken, karar vereceği duruma ilişkin kavrayışını değiştirebilecek müdahalelerden etkilendiğini söylerler. Bunu “karar çerçevesi” olarak kavramsallaştırırlar. Tversky ve Kahneman’ın (1981, s.453; 1986, s.257) ortaya koyduğu çerçeveleme etkisi ise, insanların çıkarımlarının ya da tercihlerinin, aynı seçim probleminin farklı olmakla birlikte mantıksal olarak eşdeğer biçimlerde sunulduğunda değiştiğini ifade eder (Wallin vd. 2016, 20; Giuliani vd. 2023, s.1115). Aynı problem farklı şekillerde çerçevelendirilirse (sunulursa), seçim yapacak olan kişinin probleme ilişkin perspektifinin ve dolayısıyla tercihinin değişebileceği vurgulanır.

“Asya Hastalığı” problemi, çerçeveleme etkisinin anlaşılması için iyi bir örnektir. (Bu örnekte “N” katılımcı sayısını; programların yanındaki köşeli parantez içerisindeki sayılar ise toplam katılımcılar içerisinde ilgili tercihi yapanların oranını göstermektedir):

“Problem 1) (N: 152): ABD’nin, 600 kişiyi öldürmesi beklenen sıra dışı bir Asya hastalığı salgınına hazırlandığını hayal edin.

Hastalıkla mücadelede iki alternatif program önerilmekte. Programların sonuçlarının kesin bilimsel tahminlerinin şöyle olduğunu varsayın:

Program A benimsenirse 200 kişi kurtulacak [72]

Program B benimsenirse 1/3 olasılıkla 600 kişi kurtulacak, 2/3 olasılıkla ise kimse kurtulmayacak [28]

Bu iki programdan hangisini onaylarsınız?

(...)

Problem 2) (N: 155):

Program C benimsenirse 400 kişi ölecek [22]

Program D benimsenirse 1/3 olasılıkla kimse ölmeyecek, 2/3 olasılıkla ise hepsi ölecektir [78]” (Tversky ve Kahneman 1981, s. 453; 1986, s. 260; Kahneman ve Tversky 1984, s. 343).

Program A ile Program C, Program B ile Program D aynı sonuçlara sahip olsalar da, sonuçlar farklı çerçevelendiği için tercihler değişmiştir.

3.3. Referans Noktası

Bir kazanç ya da kayıp değerlendirmesi, başlangıçta sahip olduğunuz varlık düzeyine bağlı olarak yapılır. Eğer varlık düzeyinizde bir artış (durumunuzun iyileşmesi) söz konusu ise kazanç, varlık düzeyinizde bir azalış (durumunuzun kötüleşmesi) söz konusu ise kayıp vardır. Bununla birlikte referans noktası önerilen beklentilerin nasıl formüle edildiği ve karar vericinin ne tür

Kırmızıaltın, E. (2024). Davranışsal İktisat, Karar Verme Süreçleri ve Oy Verme Davranışını Etkileyebilecek Uygulama Önerileri. *Fiscaeconomia*, 8(3), 1599-1616. Doi: 10.25295/fsecon.1469201

bir beklentiye sahip olduğundan etkilenebilir (Kahneman ve Tversky, 1979, s.274). Yani hem beklenti hem de mevcut varlık düzeyi referans noktası için önemlidir. Çünkü referans noktası, insanların fayda algısını etkiler. Örneğin, bir kahve için genellikle 30 TL alan bir dükkândan kahve aldığınızı düşünün. Bu fiyat sizin referans noktanızı belirler. Bir gün, yakınlarda, aynı kalitede kahve satan iki kahve dükkânı daha görüyorsunuz. Kahveyi, A kahve dükkânı 25 TL'ye satıyorken B kahve dükkânı 35 TL'ye satıyor. Bu seçenekleri dikkate aldığınızda A dükkânı, (referans noktanıza göre) bir kazanç sunuyor olarak algılıyorsunuz ve bu da onu cazip bir seçenek haline getirir. Tersine, B dükkânı ise (referans noktanıza göre) bir kaybı temsil eder, bu da onu daha az çekici kılar. Yani seçiminiz, bu fiyatların sizin referans noktanız olan 30 TL ile karşılaştırılmasından etkilenir.

Bir diğer ifadeyle, insanlar alternatifler arasında tercih yaparken bir fayda karşılaştırması yapar. Bu fayda karşılaştırmasında ise bir referans noktası, yani tercih yapmak için mevcut seçenekleri karşılaştırdıkları bir varlık düzeyi belirler. Yani tercih, hâkim ekonomik modellerin varsaydığı gibi, ortamdaki bağımsız sabit bir sıralamayla değil, alternatifler arasında karşılaştırma yapmak için belirlenen referans noktalarına bağlı olarak yapılır (Bogliacino ve Ortoleva, 2013).

3.4. Değer Fonksiyonu

Kahneman ve Tversky'nin (1979) Beklenti Teorisi'nin üzerine inşa edildiği iki kolondan biri olan değer fonksiyonu (diğeri ağırlıklandırma fonksiyonudur), "insanlar şeylere bir değer atfederken neleri dikkate alır ve bunları nasıl değerlendirir sorusuna cevap arar" (Kırmızıaltın, 2018, s.351; 2021, s.53) üç temel önermesi vardır denilebilir:

"1. Kayıplar kazançtan daha önemlidir: Kayıplara karşı tepkiler, onlara denk düşen kazançlara karşı tepkiden daha güçlüdür. İnsanlar "kayıptan kaçınırlar".

- Kişi pozitif alandaysa, yani kazanç söz konusu ise, riskten kaçınır (daha düşük kesin kazancı, olası daha yüksek kazançla tercih eder).

- Kişi negatif alandaysa, yani kayıp söz konusu ise, risk peşinde koşar (olası daha yüksek kaybı, kesin daha düşük kayba tercih eder).

2. Referans noktası değer verme sürecini, algılamayı etkilemesi sebebiyle etkiler.

3. Çerçeveleme etkisi kişinin değer verme sürecini, kayıp ve kazanç değerlendirmesini etkilemesi sebebiyle etkiler" (Kırmızıaltın, 2018, s.352; 2021, s.54)

4. Timur Kuran ve Cass R. Sunstein: Bulunabilirlik Çağlayanı

T. Kuran ve C. R. Sunstein (1999) çalışmalarında Kahneman ve Tversky'nin kısa yollar ve yanlılıklar ile beklenti teorisine dair çalışmalarından hareketle "bulunabilirlik çağlayanı" kavramını ortaya atarlar. Çalışmalarında öncelikle bulunabilirliğin çerçeveleme ve referans noktasını etkilediğini, bu nedenle bu ikisinden daha önemli olduğunu iddia ederler. Örneğin; kamusal söylem, hayal edilen çevresel saflığa bağlı olarak her türlü kirliliği bir kayıp olarak kodlarsa bu hayal edilen çevresel saflık referans noktası olur ve bu kodlamanın kolay

Kırmızıaltın, E. (2024). Davranışsal İktisat, Karar Verme Süreçleri ve Oy Verme Davranışını Etkileyebilecek Uygulama Önerileri. *Fiscaeconomia*, 8(3), 1599-1616. Doi: 10.25295/fsecon.1469201

bulunabilirliği, kişilerin kirlilik muhakemelerini nasıl çerçevelediğini de etkiler (Kuran ve Sunstein, 1999, ss.711-712). Yani herhangi bir konudaki savın bulunabilir olması sonucunda, söz konusu sav ilgili konunun referans noktasını ve kişilerin ilgili konuya dair muhakemelerini belirler. Bu nedenle bulunabilir olmak, karar vermeyi etkileyen diğer iki unsurdan –referans noktası ve çerçeveleme etkisi-, bu unsurları etkileyebilmesi sebebiyle daha önemlidir.

Daha sonra bulunabilir çağlayanını şöyle açıklarlar:

“Risk muhakemeleri ve tercihler sirküler sosyal süreçlerce biçimlenir. Tanımlanabilir sosyal mekanizmalar enformasyonun bulunabilirliğini kontrol eder ve bulunabilirlik kısa yolu aracılığıyla bu bulunabilirlik bir yandan çeşitli risklerin önemine dair muhakemeleri öte yandan bu risklerin kabul edilebilirliğini biçimlendirir. Eş anlı olarak, ardıl bireysel eylemler ve ifadeler enformasyonun bulunabilirliğini etkiler. Böylece sosyal neticeler ve bireysel bilişsel süreçler arasında karşılıklı etkileşimler meydana gelir. Bu karşılıklı etkileşimler bulunabilirlik çağlayanı biçimini alır, birey bulunabilirlik kısa yolunu kullandıkça belirli bir yoruma veya sonuca dikkat çeken verilerin kamusal bulunabilirliği artar ve bulunabilirlikteki artış bireysel tepkilerin kuvvetlenmesine neden olur” (Kuran ve Sunstein, 1999, s.712).

Anlaşılabileceği üzere kamusal bulunabilirliğin görünürlük seviyesinin yüksek olması önemlidir. Kamusal bir değişkenin dönüşümü, görünür olmasına bağlı olarak bireysel düşünceler ve eğilimleri doğrudan etkiler; eğer içme suyunun temiz olduğunu destekleyen bir gazete haberi yapılırsa binlerce okur bir anda kendini güvende hisseder. Buna karşın özel değişkenlerin etkisi sınırlıdır; içme suyunun kirli olduğuna dair bir endişe varken bu endişenin gereksiz olduğuna dair bilimsel raporlar yazılırsa, bu bilginin, endişe duyan insanların bulabildiği enformasyon üzerinde hiçbir etkisi olmayacaktır; görünürlük seviyesi yüksek değildir. Endişe duyan insanların algısını etkileyecek olan şey, kamusal olarak söylenenlerdir (Kuran ve Sunstein, 1999, s.716). İçme suyu örneği üzerinden devam ederek şunu söyleyebiliriz: içme suyunun temiz ya da kirli olduğuna yönelik algının oluşmasında, bilimsel dayanağı olmayan bir enformasyonu görünür kılmak (örneğin bu enformasyonun ulusal kanal ve/veya gazetelerde haber olması) bilimsel dayanaktan daha belirleyicidir. Hatta bilimsel dayanak görünür enformasyonla çeliştiğinde görünür enformasyona inancın devam etmesi olasılığı yüksektir.

Kuran ve Sunstein, yukarıda kısaca açıklanan bulunabilirlik çağlayanını iki bileşene ayırırlar: enformasyonel bileşen ve itibari bileşen. Enformasyonel bileşen, insanların inançlarındaki önemli değişiklikler olarak işler. Örneğin eğer A, B ve C bireyi su kanalının hastalık yaydığına ikna olmuşsa, D bireyi bu iddiaya, arkadaşlarının hepsinin hatalı olamayacağını düşünerek, üzerine pek düşünmeden inanabilir; birçok kişinin bu iddianın doğru olduğunu düşünmesini, bu konu hakkında güvenilir kişisel enformasyonunun olmamasını telafi edici olarak değerlendirerek bu iddiaya inanabilir. İtibari bileşen ise sosyal onaylanma sağlama ve eleştirilmekten kaçmak ile işler. Eğer A ve B bireyi su kanalının çok kirlendiğini düşünüyorsa C bireyi, bu iddiaya inanmamasına rağmen, duyarsızlık veya aptallıkla suçlanmamak için kendi çekincelerini açıklamaktan imtina edebilir ve panik yaratan pozisyonu destekleyebilir. Bu örnekte su kanalının tehlikeli olduğuna dair enformasyonun bulunabilirliği, algılanan sosyal baskılarca motive edilen yanlış açıklamalarla artar (Kuran ve Sunstein, 1999, s.714).

5. Richard H. Thaler: Donanım/Mülkiyet Etkisi ve Batık Maliyet Etkisi

R. H. Thaler, Beklenti Teorisi'nin sonuçlarından hareketle iktisat dilini kullanarak pozitif bir tüketici seçimi teorisi ortaya koyar. Bu teori, insan "nasıl seçmeli" ile değil "nasıl seçiyor" ile ilgilenir. Davranışsal iktisada birçok katkısı vardır. Bu çalışma kapsamında, seçmen davranışı açısından önemli olduğu düşünülenler donanım/mülkiyet etkisi ve batık maliyet etkisidir. Bunlar bağlama uygun olarak kısaca şu şekilde açıklanabilir:

5.1. Donanım/Mülkiyet Etkisi

Donanım/mülkiyet etkisi harcama üzerinden açıklanabilir. "Cepten yapılan harcamanın kayıp, fırsat maliyetin ise beklenen kazanç olarak görülmesi durumunda, cepten yapılan harcamanın fazla ağırlıklandırılmasıdır" (Kırmızıaltın, 2018, s. 357; 2021, s.60). Buna göre insanlar sahip oldukları varlıkların değerini, sahip olmadıkları ancak sahip olabilecekleri varlığa kıyasla daha fazla ağırlıklandırır (Thaler, 1980, s.44).

5.2. Batık Maliyet Etkisi:

"İktisat teorisi, kararları sadece artan maliyet ve faydaların etkilemesi gerektiğini söyler. Geçmişe ait maliyetler konu dışı olmalıdır. Peki (iktisatçı olmayan) tüketiciler batık maliyeti gündelik hayatlarında her zaman yok sayarlar mı? (...) *ceteris paribus*, bir malın ya da hizmetin kullanım hakkı için yapılan ödemenin, malın yararlanılacağı oranı artıracığını varsayan alternatif bir hipotez öneriyorum" (Thaler, 1980, s.47).

Buna göre, kişinin bir mal ya da hizmet için ödeme yaptığını varsayalım. Bu ödeme, kişinin ilgili mal ya da hizmet tüketimini artıracaktır ve nihayetinde, bir ödeme yaptığı için, ilgili mal ya da hizmet tüketiminden olumsuz etkilense dahi ilgili mal ya da hizmeti tüketmeye devam edebilir. İşte bu batık maliyet etkisidir. Thaler'ın verdiği örneklerden biri şudur:

"Kişi tenis kulübüne üye olur ve yıllık üyelik ücreti olan 300\$'ı öder. İki haftalık oyunun sonrasında tenisçi dirseği oluşur. Kişi (acı ile) oynamaya devam eder ve '300\$'ı israf etmek istemem' der" (Thaler, 1980, s.47).

Tenis oynayan kişinin kararı zamansal olarak şimdi ile ilgilidir ve kararında şimdinin maliyet ve faydasını dikkate alması beklenir ancak kişi böyle davranmaz. Yıllık üyelik ücretini yani zamansal olarak daha önceye ait olan maliyetini de hesaba katar. Nihayetinde, kişi tenisçi dirseğinden mustarip olmasına rağmen zamansal olarak daha önceye ait olan yıllık ödemesini yani batık maliyetini hesaba katarak oynamaya devam eder (Kırmızıaltın, 2018, ss.360-361; 2021, s.64).

6. Keith E. Stanovich ve Richard F. West: İki Sistem

K. E. Stanovich ve R. F. West (2000) çalışmalarında insanların akıl yürütürken iki sistem kullandıklarını söyler.³ Kısaca, Sistem 1 otomatik, büyük oranda bilinçsiz, basit hesaplama kapasitesi ile nitelendirilirken Sistem 2 analitik zekâ süreçleri ile nitelendirilir (Stanovich ve West, 2000, s.658). İki Sistem tablo olarak şöyle özetlenebilir:

Tablo 1: İki Sistem

Sistem 1		Sistem 2	
Özellikler	Görev Kurgusu	Özellikler	Görev Kurgusu
. Çağrışımlı . Bütüncül . Otomatik . Görece basit bilişsel kapasite . Görece hızlı . Biyoloji, maruz kalma ve kişisel deneyim ile kazanılır	. Büyük ölçüde bağlam içinde ele alma . Kişiselleştirilmiş . Konuşma ve sosyalleşme ile ilgili	. Kurala bağlı . Analitik . Kontrollü . Bilişsel kapasite talep eden .Görece yavaş . Kültürel ve formel eğitim ile kazanılır	. Bağlamdan ayrı olarak ele alma . Kişisel ilişkileri kesmiş . Asosyal

Kaynak: Stanovich ve West (2000, s.659)

Yani Sistem 1'in yaptıkları tipik olarak hızlı, otomatik, çaba gerektirmeyen, çağrışımlı ve genel olarak duygu yüklü iken Sistem 2 daha yavaş, çaba gerektiren, daha bilinçli ve kontrol edilenlerle ilgilidir; Sistem 1 alışkanlıklarca yönetilen ve dolayısıyla kontrol etmenin ya da değiştirmenin zor olduğu düşünme biçimi iken Sistem 2 görece esnektir ve potansiyel olarak kural ile yönetilir (Kahneman, 2003, s.698).

Örneğin panoda büyük harflerle yazılı cümleyi okumak Sistem 1'in görevi iken bir makalede kaç bağlaç kullanıldığını saymak Sistem 2'nin görevidir. Ya da "Ali ata baktı" cümlesini anlamak Sistem 1'in görevi iken "Dedesi Nazi komutanı olan Matthias, 'keşke Nazi komutanlarının hiçbiri doğmamış olsaydı' cümlesini kurarken varoluşsal bir ikilemle yüz yüze geldi" cümlesini anlamak Sistem 2'nin görevidir. Thaler ve Sunstein (2008, s.20), seçmen davranışlarının

³ İki sistem daha sonra Kahneman (2003: 698-699; 2013: 20-23) ve Thaler ile Sunstein'in (2008: 19-20) çalışmalarında da ele alınmış, davranışsal iktisat için çok kullanışlı bir teorik araç olmuştur. İki sisteme dair birçok çalışma vardır. Bu çalışma, diğer çalışmaların da derli toplu şekilde ele alınarak iki sistemi tablo halinde sunması bakımından önemlidir.

Kırmızıaltın, E. (2024). Davranışsal İktisat, Karar Verme Süreçleri ve Oy Verme Davranışını Etkileyebilecek Uygulama Önerileri. *Fiscaeconomia*, 8(3), 1599-1616. Doi: 10.25295/fsecon.1469201

otomatik sisteme –Sistem 1- dayandığını⁴, karmaşık argüman ve istatistik gösterimleriyle oy toplamaya çalışan adayın sorun yaşayabileceğini belirtirler.

7. Solomon E. Asch: Asch Deneyi

S. E. Asch deneyi sosyal psikolojinin en bilinen deneylerindendir. Asch, kişinin tek başına olmasının ve gruba dâhil olmasının kararı üzerindeki etkisini analiz eder. Farklı versiyonları olmakla birlikte, deneyin basit formu kısaca şöyledir:

Katılımcılara iki beyaz kart gösterilir. Birinin üzerinde dikey siyah tek bir çizgi, diğerinin üzerinde ise boyutları farklı üç siyah çizgi var. Katılımcılardan, birinci karttaki tek siyah çizginin, ikinci karttaki farklı çizgilerden hangisi ile aynı uzunlukta olduğunu belirlemesi istenir. Bu eşleşme farklı kartlarla tekrarlanır. Birinci ve ikinci eşleşmede oy birliği gerçekleşir, sonraki eşleşmelerde ise oy birliği gerçekleşmez. Esas katılımcının (bir katılımcı var, katılımcı olarak orada bulunanların geri kalanı Asch'in talimatlarını uygular) seçtiği çizgi Asch'in talimatlarını uygulayanların oy birliği ile seçtiği çizgiden farklı olur. Bu farklılık devam eder ve katılımcı kendi algılarının kanıtı ile grubun görüşü arasında kalır ve katılımcıların belli bir oranı deney ilerledikçe grubun seçtiği (kendi algılarının yanlış dediği) çizgiyi seçmeye başlar. Bu deney farklı şekillerde de yapılır. Sonuçta katılımcı tek kişinin seçimi ile uyuşmazlık yaşadığında tesir altında kalma yoğunluğu çok düşük iken, iki kişinin ortak seçimi ile uyuşmazlık yaşadığında yanlış olan ortak seçimi seçen katılımcı sayısı %13,6, üç kişinin ortak seçimi ile uyuşmazlık yaşadığında ise bu oran %31,8 olur (Asch, 1955, ss.32-34).

Asch deneyi, kişilerin grup kararına -yanlış olduğunu bilse bile- bağlı kalabileceğini gösterir. Buna göre sosyal baskı, kişinin kendi seçimini –herhangi mantıklı bir dayanak olmaksızın- değiştirmesine sebep olabilir.

8. Politika Yapıcıların Dikkate Alması Gereken Bir Öge: Farklılık

Farklılık, sosyal ve politik katmanları olan bir terimdir; basitçe, insanların belirli kararlar verirken farklı yaklaşımda, muhakemede bulunmasıdır (Huettel, 2014, s.125). Farklılık sosyal gruplar için belirleyici bir özelliktir. Grubun ne kadar homojen ya da heterojen –ayrıştırıcı ya da kapsayıcı- olduğunu/olabileceğini belirler. (Bazı gruplar için homojen –ayrıştırıcı- olmak belirleyici iken [örneğin, aşırı ırkçı gruplar] bazı gruplar için heterojen –kapsayıcı- olmak belirleyicidir [örneğin, insan hakları ile ilgili gruplar]. Farklılık ile kapsayıcılık arasında pozitif bir korelasyon vardır, grup içerisinde farklılık arttıkça grubun kapsayıcılığı artar. Farklılığın artmasından kasıt niceliksel ve niteliksel artıştır. Yani farklı olanların sadece bulunması yetmez, grup kararlarında belli oranda –gerekirse grubun temel sınırlarını esnetebilecek- belirleyici bir güce de sahip olmaları gerekir ve bu güç grubu yeniden biçimlendirmek, grubun ruhuna aykırı hareket etmek değil grubu geliştirmek ve genişletmek olarak değerlendirilmelidir. (Grubun ruhuna karşı olsalar zaten grupta bulunmazlar.)

Herhangi bir siyasi partinin başarısının, kabaca, aldığı oy oranı ile ölçüldüğünü kabul edersek, siyasi partinin kapsayıcı bir grup olması gerekir. Yani grup kararlarında, farklı olanlar da söz

⁴ Sistem 1'i "otomatik sistem" olarak adlandırırlar.

hakkına sahip olmalıdır. Neden böyle olması gerektiği, grup karar verme süreçlerine dair Huettel'in (2014, ss.126-129) çalışmasında belirtilen sonuçlar ile açıklanabilir:

- Sadece yüksek beceri kabiliyetine sahip kişilerin oluşturduğu gruplar, genellikle, yüksek ve düşük beceri kabiliyetine sahip olanların oluşturduğu gruplardan daha kötü kararlar verirler. Çünkü farklılaşmış gruplar karar verirken farklı yollar deneyen kişilerden yararlanır ve bu etkinliği artırır.
- Kişilik özellikleri farklı olan üyelere sahip gruplar, benzer kişilik özelliklerine sahip üyelere sahip gruplardan daha başarılı kararlar verirler.
- Kararlarımızın çoğunda enformasyon toplama fırsatına sahip oluruz ancak bu enformasyonu küçümseme eğilimindeyizdir.
- İnsanlar kendi muhakemesini bir başkasının muhakemesinden çok daha kesin görürler. Diğer insanların sunduğu enformasyonu, onlar (diğer insanlar) muhakemelerinde ve verdikleri kararlarda başarılı olsalar dahi kullanmama eğilimindedirler.
- İnsanlar örnek sayısı ile ilgilenmezler. Daha az güvenilir birçok kişiden gelen tavsiye yerine güvenilir bir kişiden gelen tavsiyeyi dinlerler. İnsanlar kanıtın niteliğine olması gerekenden fazla, kanıtın niceliğine ise olması gerekenden az değer verirler.
- Gruplar farklı bakış açıları sunan farklı kişilerden oluşuyorsa tekil bireylerden daha etkin, aynı bakış açısına sahip kişilerden oluşuyorsa ise (aynı yanlılıklara sahip kişilerden oluştuğu için) tekil bireylerden daha az etkin karar verirler.

9. Oy Verme Davranışını Etkileyebilecek Öneriler

Oy verme davranışına ilişkin çalışmalar üç gruba ayrılarak modellenilebilir: sosyolojik model; psikolojik model ve rasyonel seçim modeli. Sosyolojik model öncelikle sosyal faktörlerin oy verme kararlarını nasıl etkilediğine odaklanır ve seçmenlerin birincil sosyal gruplarının siyasi tercihlerini ve davranışlarını şekillendirmedeki rolünü vurgular. Model, sosyal sınıf, din, etnik köken ve coğrafya (kentsel ve kırsal) gibi faktörler de dâhil olmak üzere bireyleri çevreleyen sosyal bağlama önemli bir vurgu yapar. Sosyolojik model, sosyal yapıların oy verme davranışı üzerindeki çok yönlü etkisini incelerken, yerleşik sosyal bağların ve grup normlarının siyasi alanda bireysel veya bağımsız karar alma süreçleri üzerindeki baskınlığını vurgular. Psikolojik model ise, oy verme davranışının sadece sosyal sınıf, etnik köken veya ekonomik çıkarların doğrudan bir yansıması olmadığını, aynı zamanda partilere ve adaylara yönelik tutumlar, inançlar ve duygusal bağlantılar da dâhil olmak üzere siyasete yönelik (siyasi partiye psikolojik bağlılık, siyasi sürece bilişsel olarak katılımın artmasıyla parti kimliği yerine konu ve aday değerlendirmelerine güvenme, seçim kampanyası sürecindeki kısa vadeli faktörlerin seçmen tercihini ve algısını değiştirebilmesi gibi) bireysel psikolojik yönelimlerden de derinden etkilendiğini ileri sürmektedir. Rasyonel seçim modelinin temelinde ise seçmenlerin kendi faydalarını maksimize etmeyi amaçladıkları varsayımı yatmaktadır. Buna göre seçmenler araçsal rasyoneldirler ve seçimlerini, hangi parti veya adayın kişisel veya kolektif ekonomik durumlarına en büyük faydayı sağlayacağına dair pragmatik bir değerlendirmeye dayanarak yaparlar. Rasyonel seçim modeli, seçmenlerin en iyi ekonomik çıkarlarını yansıtan seçimler

yapan hesaplayıcı aktörler olarak görüldüğü, hâkim iktisadın rasyonalitesine dayanan bir oy verme davranışı görüşünü savunur (Mahsud ve Amin, 2020).

Bu çalışmada ele alınan çalışmalar kapsamında ortaya konan görüş, oy verme davranışına ilişkin, yukarıda kısaca açıklanan modellerden farklı bir perspektife sahiptir. Daha doğrusu, sosyolojik ve psikolojik modellerle kısmen kesişen, bununla birlikte rasyonel seçim modelinin temelini oluşturan varsayıma itiraz eden bir yapıya sahiptir ve herhangi bir modele dâhil değildir. Bu anlamda, oy verme davranışına dair yapılan çalışmalardan farklı bir içeriğe sahiptir. Dolayısıyla, diğer çalışmalardaki bakış açıları bağlamında oy verme davranışını etkilemeye yönelik sunulabilecek öneriler ile bu çalışmada sunulan öneriler bağlamsal olarak farklıdır. Çalışmanın bağlamı kapsamında sunulan öneriler şunlardır:

I) İnsanların bilişsel kapasitesi sınırlıdır. Mükemmel karar vericiler olarak değerlendirilmemelidir. Dolayısıyla seçmen de mükemmel karar verici olarak değerlendirilmemelidir. Seçmenin her bir bilgiyi optimal şekilde işleyecek bir bilişsel kapasiteye sahip olduğu varsayılmamalıdır. Bilişsel kapasite farklılığı hesaba katılmalı, verilen tepki ve kararlar kapasite farklılığına uygun şekilde değerlendirilmelidir. Kendi rasyonalite ve bilgi stokunun genel seçmen kitlesi için de geçerli olduğunu kabul etme hatasından özellikle sakınılmalıdır. (Sıklıkla bu hataya düşeriz. Bu hataya düşmemizin en önemli sebebi, az çok benzer niteliklere sahip insanlardan oluşan görece [en azından daha düşük nitelikteki insanlara] kapalı bir sosyal yaşam sürmemizdir. Bunun sonucunda, dâhil olduğumuz kapalı cemaatin bilgi stoku ve niteliksel özelliklerinden yola çıkarak yaptığımız çıkarsamaları genelleştiririz. Hâlbuki muhtemelen söz konusu kapalı cemaatimizin –gündelik yaşam pratiklerinden birincil ihtiyaçlarına kadar birçok konuda- görece homojenliğine büyük ölçüde uymayan bir seçmen kitlesi vardır.)

II) Bulunabilirlik karar verirken kullanılan önemli bir kısa yoldur. Kendi yaşadıklarımızı olması gerekenden fazla ağırlıklandırırız. Bunu akılda tutarken, toplumun genelinin yaşadığı problemlerin merkezinde ekonomi olduğu unutulmamalıdır. Vurgu daima sosyal politikalara, ekonomik koşullara olmalıdır. Ayrıca ekonomik koşullardaki kötüleşmenin hafızada daha az yer alması önlenmelidir. Çünkü hafızada ne kadar az yer alırsa kararlara o kadar az etki yapar. Seçmenin hafızası sürekli canlı tutulmalı, yaşadığı kayıplar sürekli hatırlatılmalı, güncel yaşam koşullarındaki bozulmalar vurgulanmalıdır.

III) Çerçeveleme etkisi düşünülerek argümanlar iyi bir şekilde sunulmalıdır. Herkesin gördüğü bir sonucu nasıl çerçevelediğiniz oldukça önemlidir. Kayıp, çerçeveleme ile kazanç gibi gösterilebilir, bunu dikkate almak gerekir. (Çerçeveleme etkisi ile sorumluluk devri de sağlanabilir. Örneğin herhangi bir devletin yöneticilerinin uyguladıkları politikaların neden olduğu sıkıntı ve buhranın görmezden gelinemeyecek boyuta ulaştığını varsayalım. Bu durumda, devlet yöneticileri sıkıntı ve buhranı herkesten daha çok dile getirip bunların kendi politikalarından değil başka unsurlardan kaynaklandığını, kendileri ile ilgili olmadığını söyleyerek hem olası “sıkıntı ve buhranın farkında olmama” eleştirisini bertaraf edip hem de sıkıntı ve buhranın sorumluluğunu devredebilir. Herkesin farkında olduğu bir problemin farklı çerçevelenmesiyle sorumluluk devrini sağlamış olur.)

IV) Referans noktaları iyi kullanılarak sürekli rakip partinin sebep olduğu kayıplar üzerinde durulmalıdır.

V) Seçmenin kayıp karşısındaki negatif tepkisi, aynı düzeydeki kazanç karşısındaki pozitif tepkisinden büyüktür. Hem kazanma hem kaybetme söz konusu olduğunda ise riskten kaçınarak, mevcut yönetime yönelebilir. Siyasi parti, kendisini seçtiği takdirde kayıp yaşamayacağına seçmeni inandırmalıdır. Bunun için yıkıcı değil yapıcı bir dil kullanılmalıdır. Olası kayıplardan, önceki dönemlerde yapılan herhangi bir yapıyı yıkmaktan söz edilmemelidir.

VI) Bir kararı etkilemeye dönük bilginin etkin olup olmaması bulunabilirlik çağlayanına, bulunabilir enformasyona -kamusal olarak ulaşılan enformasyona- dâhil olup olmamasına bağlıdır. Bulunabilirlik çağlayanı dikkate alınarak, somut bilgilerin herkesin ulaşabildiği enformasyon ağına dâhil olması sağlanmalıdır. Eğer mevcut enformasyon ağına dâhil olunamıyorsa genel olana, kamusal yapıya uygun alternatif bir enformasyon ağı oluşturulmaya çalışılmalıdır.

VII) Seçmen için sahip oldukları, potansiyel olarak sahip olacaklarından daha önemlidir. Seçmen için kazançtan daha önemli olan sahip olduklarını kaybetmektir. Seçmen, herhangi bir kayıp yaşamayacağına inandırılmalıdır. Burada, seçmenin sadece bugünün maliyet ve faydasını değil, geçmişte ödediği maliyetleri de dikkate alacağının farkında olarak hareket edilmelidir.

VIII) İnsanlar karar verirken iki sistem kullanır. Seçmen kararları genellikle otomatik/1. Sistem ile verilir. Bu sistem maruz kalma ve kişisel deneyim ile kazanılır. Sosyal ilişkiler belirleyicidir. Bu bağlamda, seçmenin kararını etkileyebilmek için Sistem 1'in belirleyicilerinden olan sosyal ilişkiler yoğun şekilde kullanılmalıdır. Yani sıra, insanların yanlış olsa dahi grup kararlarına katılma eğiliminde olduğu dikkate alınmalıdır. Sosyal baskı karar değişimine neden olabilir, bu nedenle sosyal baskıyı azaltıcı önlemlerin üzerinde durulmalıdır.

IX) Grup kararlarında, farklı bakış açıları sunan farklı nitelikteki kişilerden oluşan grup, benzer bakış açısı ve benzer niteliğe sahip kişilerden oluşan gruptan daha başarılıdır. Dolayısıyla partinin politika karar merkezleri (parti meclisi, merkez yürütme kurulu vb.) benzer niteliklere sahip insanlardan oluşmamalıdır. Kültür, eğitim, ikamet yeri vb. bakımından farklı nitelikteki insanlar karar merkezlerinde görev almalıdır. Bunların görüşleri toplanıp bu görüşler, dikkate alınmayan enformasyon olarak değil, kararlarda bir ölçüde belirleyici olan farklı bakış açıları olarak değerlendirilmelidir.

10. Sonuç

Davranışsal iktisat, bireysel karar verme süreçlerini daha iyi kavrayabilmemiz ve yorumlayabilmemiz için önemli bir bakış açısı ve kullanışlı kavramlar sunmaktadır. Bu bakış açısını ve kavramları sadece iktisadi konularla ilgili karar verme süreçlerinde değil herhangi bir karar verme sürecini değerlendirirken işe koşturmak, ilgili süreci daha iyi anlayabilmek için şüphesiz ki yararlıdır. Bu çalışmada, bu yapılmaya çalışılmıştır. Davranışsal iktisadın vurguladığı (bireysel karar verme süreçlerinde etkili olan) sınırlılıkların ve eğilimlerin oy verme davranışını etkileyip etkileyebileceğini anlamak için davranışsal iktisadın teorik kavramları pratik önerilerle ilişkilendirilmeye çalışılmıştır.

Burada, her bir bilgiyi en iyi şekilde değerlendiren mükemmel bir analiz kabiliyetine sahip, sürekli kendi çıkarı peşinde koşan (kendi faydasını maksimize eden), tutarlı, toplumsal ilişkilerden soyutlanmış bireyin gerçek hayatta var olmadığı varsayılmıştır. İnsanın sosyal bir



Kırmızıaltın, E. (2024). Davranışsal İktisat, Karar Verme Süreçleri ve Oy Verme Davranışını Etkileyebilecek Uygulama Önerileri. *Fiscaeconomia*, 8(3), 1599-1616. Doi: 10.25295/fsecon.1469201

varlık olduğu ve seçimlerini etkileyen belirli psikolojik eğilimlere sahip olduğu dikkate alınmıştır. Nihayetinde, insanı insan yapan toplumsal ve psikolojik eğilimler dikkate alınmadan seçim süreçleri uygun bir şekilde analiz edilemez.

Çalışmada, bu değerlendirmelerden hareketle, yani çalışma kapsamında incelenen davranışsal iktisat yaklaşımında vurgulanan toplumsal ve psikolojik eğilimler dikkate alınarak bir uygulamaya dönük bir öneri seti oluşturulmuştur. Somut bir öneri setinin oluşturulabilmesi, bir diğer ifadeyle çalışma kapsamında ele alınan kavramların ve bakış açısının somut öneriler ile ilişkilendirilebilmesi, davranışsal iktisadın, oy verme davranışına dair incelemeler için son derece yararlı bir teorik ve pratik perspektif sunduğunu göstermektedir. Dolayısıyla, davranışsal iktisadın vurguladığı sınırlılıklar ve eğilimler dikkate alınarak oy verme davranışının etkilenebileceği çıkarımını yapmak mümkündür.

Kaynakça

- Asch, S. (1955) Opinions and Social Pressure, *Scientific American*, 193(5), 31-35.
- Barros, G. (2010) Herbert A. Simon and The Concept of Rationality: Boundaries and Procedures, *Brazilian Journal of Political Economy*, 30(3), 455-472.
- Huettel S. (2014) *Behavioral Economics: When Psychology and Economics Collide*, Virginia: The Great Courses.
- Kırmızıaltın, E. (2018) Davranışsal İktisat, içinde *İktisat Sosyolojisi Kurucu Düşünürler ve İktisat Okulları Özelinde Bir Çalışma*, (Ed. A.A. Eren-E. Kırmızıaltın), Ankara: Heretik Yayın, 325-376.
- Kırmızıaltın E. (2021) *Davranışsal İktisat Kısa Bir Giriş: Kurucu Düşünürler*, Ankara: Heretik Yayın.
- Kahneman, D. (2003) A Perspective on Judgement and Choice Mapping Bounded Rationality, *American Psychologist*, 58(9), 697-720.
- Kahneman D. (2013) *Thinking Fast and Slow*, US: Farrar, Straus and Giroux.
- Kahneman D. and Tversky A. (1984) Choices, Values, and Frames, *American Pshychologist*, 39(4), 341-350.
- Kuran T. and Sunstein, C. S. (1999) Availability Cascades and Risk Regulation, *Stanford Law Review*, 51, 683-768.
- Mahsud N.H.K. and Amin H. (2020) Theoretical Approaches to the Study of Voting Behaviour: A Comparative Analysis, 3(3), 65-73
- McSweeney, L. W. (2010) Introduction to A Behavioral Model of Rational Choice, *Competition Policy International*, 6(1), 239-240
- Simon, H. A. (1957) *Models of Man, Social and Rational: Mathematical Essayd on Rational Human Bahavior in Social Setting*, US: John Wiley and Sons
- Simon H. A. (1993) Alturism and Economics, *The American Economic Review*, 83(2), 156-161.

- Kırmızıaltın, E. (2024). Davranışsal İktisat, Karar Verme Süreçleri ve Oy Verme Davranışını Etkileyebilecek Uygulama Önerileri. *Fiscaeconomia*, 8(3), 1599-1616. Doi: 10.25295/fsecon.1469201
- Stanovich, K. E. and West, R. (2000) Individual Differences in Reasoning Implications for the Rationality Debate?, *Behavioral and Brain Sciences*, 23, 645-726.
- Thaler, R. (1980). Toward A Positive Theory of Consumer Choice, *Journal of Economic Behavior and Organization*, 1(1), 39-60.
- Thaler, R. H. and Sunstein, C. D. (2008) *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth and Happiness*, US: Penguin Books.
- Tversky A. and Kahneman D. (1974) Judgement Under Uncertainty: Heuristics and Biases, *Science New Series*, 185(4157), 1124-1131.
- Tversky A. and Kahneman D. (1981) "The Framing of Decisions and the Psychology of Choices" *Science New Series*, vol.211, no.4481, ss.453-458.
- Tversky A. and Kahneman D. (1986) Rational Choice and the Framing of Decisions, *The Journal of Business*, 59(4), (Part.2, The Behavioral Foundations of Economic Theory), 251-278.
- Weirich, P. (2004). Economic Rationality, *The Oxford Handbook of Rationality* içinde, Ed. By. Alfred R. Mele and Piers Rawling, Oxford: Oxford University Press, 380-398.

Etik Beyanı: Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara uyulduğunu yazar beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Fiscaeconomia Dergisinin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk çalışmanın yazarlarına aittir.

Ethical Approval: The authors declare that ethical rules are followed in all preparation processes of this study. In the case of a contrary situation, Fiscaeconomia has no responsibility, and all responsibility belongs to the study's authors.



Kırmızıaltın, E. (2024). Davranışsal İktisat, Karar Verme Süreçleri ve Oy Verme Davranışını Etkileyebilecek Uygulama Önerileri. *Fiscoeconomia*, 8(3), 1599-1616. Doi: 10.25295/fsecon.1469201

Behavioral Economics, Decision Making Processes, and Recommendations for Possible Implementations that may Affect Voting Behavior

Eren Kırmızıaltın

Extended Abstract

Behavioral economics essentially assumes an alternative assumption of man to the assumption of man of rational behavior models in dominant economics. The human being of rational behavior models is "homo economicus," which can be defined as consistent, isolated from social relations, with a perfect analytical ability to make the optimal use of all information, always pursuing his or her own self-interest (maximizing his or her own utility). Behavioral economics argues that this assumption is false. It argues that human beings have certain psychological tendencies and cognitive limitations that affect their decision-making processes. It argues that these tendencies and limitations override the homo economicus assumption. This article focuses on behavioral economics, which assumes an alternative human being to the "homo economicus" of rational behavior models and aims to analyze the individual decision-making processes that affect voter behavior by using the methods and concepts of behavioral economics. The issues to be addressed are the following:

H. A. Simon's definition of "bounded rationality." This definition is based on the assumption that humans have limited computational power and limited knowledge. The rationality of human beings with these limitations cannot, therefore, be the rationality of human beings as defined in models of rational behavior.

The concepts proposed by D. Kahneman and A. Tversky. In their studies, Kahneman and Tversky revealed that people have certain psychological tendencies that affect their decision-making processes. These are tendencies that may prevent people from making consistent choices. In the context of this study, the concepts that are considered important for voter behavior are availability, framing effect, reference point, and value function.

The "availability cascade" was proposed by T. Kuran and C. R. Sunstein as a concept. In their work, Kuran and Sunstein argue that findability affects framing and reference points and is, therefore, more important than both. They argue that it is important for public availability to have a high level of visibility and that the transformation of a public variable directly affects individual thoughts and tendencies depending on its visibility.

Concepts introduced by R. H. Thaler in a positive theory of consumer choice. This theory is not concerned with "how one should choose" but with "how one chooses". In this study, the endowment effect and sunk cost effect are considered to be important in terms of voter behavior.

The two systems identified by K. E. Stanovich and R. F. West. System 1 is characterized by automatic, largely unconscious, simple computational capacity, while System 2 is characterized by analytical intelligence processes.



Kırmızıaltın, E. (2024). Davranışsal İktisat, Karar Verme Süreçleri ve Oy Verme Davranışını Etkileyebilecek Uygulama Önerileri. *Fiscaeconomia*, 8(3), 1599-1616. Doi: 10.25295/fsecon.1469201

The Asch experiment analyzing the effect of being alone and being in a group on one's decision. The Asch experiment shows that people can stick to the group decision - even when they know it is wrong. Accordingly, social pressure can cause a person to change his or her own choice - without any rational basis.

Diversity as a term with social and political layers. Diversity simply means that people have different approaches and judgments when making certain decisions. Diversity is a defining characteristic of social groups. It determines how homogeneous or heterogeneous - divisive or inclusive - the group is/can be.

Within the scope of this study, as a result of the issues addressed, suggestions that will affect the voting behavior of voters are presented:

- Human cognitive capacity is limited. They should not be considered perfect decision-makers. Therefore, the voter should not be considered a perfect decision-maker either. It should not be assumed that the voter has the cognitive capacity to optimally process all information. Differences in cognitive capacity should be taken into account, and reactions and decisions should be evaluated in accordance with the differences in capacity.
- Availability is important when making decisions. We overweight our own experiences more than we should. While keeping this in mind, it must not be forgotten that the economy is at the center of the problems faced by society at large. The emphasis should always be on social policies and economic conditions. In addition, the worsening of economic conditions should not be under-emphasized. Because the less it takes place in the memory, the less effect it has on the decisions. The memory of the voters should be kept alive, the losses they have experienced should be constantly reminded and the deterioration in the current living conditions should be emphasized.
- Arguments should be presented properly with the framing effect in mind. How you frame a result that everyone sees is very important. A loss can be made to look like a gain by framing; this should be taken into account.
- By properly using reference points, the losses caused by the competitor should be constantly emphasized.
- The negative reaction of the voter in the face of loss is greater than the positive reaction in the face of the same level of gain. When both gains and losses are in question, they may avoid the risk and turn towards the current administration. The political party should convince the electorate that it will not suffer any loss if it is elected.
- The effectiveness of information in influencing a decision depends on whether or not it is included in the availability cascade, the information that is available, publicly accessible information. By taking into account the availability cascade, it should be ensured that concrete information is included in the publicly accessible information network.



Kırmızıaltın, E. (2024). Davranışsal İktisat, Karar Verme Süreçleri ve Oy Verme Davranışını Etkileyebilecek Uygulama Önerileri. *Fiscaeconomia*, 8(3), 1599-1616. Doi: 10.25295/fsecon.1469201

- For the voter, what they have is more important than what they could potentially have. Losing what they have is more important for the voter than gaining. The voter must be convinced that he/she will not experience any loss. Here, it should be recognized that the voter will take into account not only today's costs and benefits but also the costs paid in the past.

- People use two systems when making decisions. Voter decisions are usually made with the System 1. This system is acquired through exposure and personal experience. Social relations are decisive. In this context, in order to influence the voter's decision, social relations, one of the determinants of System 1, should be used intensively. In addition, it should be taken into account that people tend to agree with group decisions even if they are wrong. Social pressure may cause a change of decision; therefore measures to reduce social pressure should be emphasized.

- In group decision-making, a group of people with different qualifications offering different perspectives is more successful than a group of people with similar perspectives and similar qualifications. Therefore, the party's policy decision centers should not consist of people with similar qualifications. People with different qualifications in terms of culture, education, or place of residence should take part in the decision centers. Their views should not be collected and treated as disregarded information but as different points of view which, to some extent, determine the decisions.

As a result, behavioral economics presents an important perspective and useful concepts for better understanding and interpreting individual decision-making processes. It is undoubtedly useful to apply this perspective and concepts not only in decision-making processes related to economic issues but also in evaluating any decision-making process in order to understand that process better. This is what is done in this study. The perspective and concepts of behavioral economics are used to understand the decision processes that determine voting behavior and to show how the determinants of voting behavior can be formalized.

The fact that the concepts and perspectives discussed in this study can be linked to concrete recommendations shows that behavioral economics offers an important theoretical and practical perspective for the study of voting behavior.