

## Piyasa Ekonomisi ve Ahlâk

Ömer Demir

### Giriş

Adam Smith'den beri serbest piyasa modeli, kendi çıkarını gözeten bireylerin, onu amaçlamasalar bile görünmez el vasıtasıyla toplumsal çıkarı da maksimize ettiklerini ileri sürer. Bu modele göre, bireyin istekleri veridir. O isteklerin meşruluğu sorgulanamaz, bunu sorgulamak için mâkul bir gerekçe yoktur, buna ihtiyaç da yoktur. Çünkü, serbest mübadele ortamında başkalarının yararına bir şey üretmeyen hiç kimse onlarla hiçbir şey mübadele edemeyeceği için, kendi çıkarını gözetmek amacıyla da olsa başkalarının yararına olan işler yapacak, sonuçta toplumun yararına çalışacaktır. Eğer tam bir serbestlik varsa her anlamda "kötü" olanı hiç kimse satın almak istemeyeceği için başkalarına vereceği "iyi" bir şeyi olmayanlar serbest mübadele dışında kalacaklardır. Bu da herkesi, eğer tek başına yaşamayı göze almıyorsa, başkalarının değer verdiği bir şeyler yapmaya sevkedecektir. İşte görünmez el budur. Bu muhakeme tarzının mantık kurgusunun çok güçlü olduğunu kabul etmeliyiz. Ancak burada açıklanmaya muhtaç hiçbir noktanın olmadığı sonucuna varmak yanlış olur. İnsan isteklerine birer çerçeve oluşturan, normları, idealleri, kültürü veri kabul etmek, açıklanması gereken şeyin çoğunu veri kabul etmekle neredeyse eşdeğerdir. Bu nedenle bireylerin isteklerinin nasıl oluştuğu, ekonomi dışındaki diğer kurumların bunu nasıl etkilediği de ele alınmalıdır. Ahlâk, piyasa faaliyetlerinin çerçevelendirilmesinde belirleyici kurumlardan biridir. Ancak piyasa ile ahlâk arasında tek yönlü bir ilişki yoktur. İlişki karşılıklıdır. Bu ilişkiyi üç soru bağlamında tartışacağız.

1. Serbest piyasa sistemi bir ahlâk kurumuna ihtiyaç duyar mı?
2. Serbest piyasa sistemi ahlâk ile çatışır mı, eğer çatışırsa bu ne gibi sonuçlar doğurur?
3. Serbest piyasa sistemi iyi bir ahlâkî ortamın oluşmasına katkıda bulunabilir mi? Şimdi bu soruları tek tek ele alalım.

## I. Piyasa Ahlâka İhtiyaç Duyar mı?

En az iki kişinin taraf olduğu, karşılıklılık niteliği taşıyan ilişki türlerinin gerçekleştiği bir ortam olarak piyasa, başka hiçbir kuruma ihtiyaç göstermeyen, tek başına varlığını sürdürebilecek bir kurum değildir. İnsan davranışlarına bir çerçeve çizen kurumlardan biri olarak ahlâk birçok yönden serbest piyasanın işleme için uygun ortam oluşturur. Piyasanın ahlâka ihtiyaç duyduğu alanları 5 başlık altında ele almak mümkündür.

### 1. Ahlâk işlem maliyetini düşürür.

Piyasa sistemi, bireylerin aralarında karşılıklı rızaya dayalı binlerce işlemle oluşan bir ortamın adıdır. Bu ilişkilerin sağlıklı yürümesini temin etmek için karşılıklı güven, doğruluk gibi temel ahlâkî davranış biçimlerine ihtiyaç vardır. Güzel ahlâklı karar birimlerinden oluşan bir piyasa, asimetrik bilgi ve uzmanlaşma nedeniyle ortaya çıkabilecek ters seçim (adverse selection) ve ahlâkî tehlike (moral hazard) risklerini büyük oranda ortadan kaldırır. Ahlâk işlem maliyetlerini düşürerek etkin bir piyasa sisteminin oluşmasına katkı sağlar. Peki ahlâk kurumu olmazsa ne olur? İnsanlar arasındaki tüm ilişkiler karşılıklı aldatılma riski ve korkusu altında oluşacağı için, günlük pazar alışverişlerinde bile her işlem, kayıtlı, şahitli ve ispatlı hale getirilecek, en sade ve basit ekonomik işlemler bile hukukun kapsamı içine alınacaktır. Bu da hukukî düzenlemenin alanını hızla genişletecek, bir ekonomik etkinliğin hukukî işlem maliyetine göre yapılıp yapılmayacağına karar verilmesine yol açacaktır. Bu durumda güçlü ahlâkî normların düşük işlem maliyeti ile mümkün kıldığı bir çok ekonomik faaliyet, ortaya çıkan yeni hukukî işlem maliyeti nedeniyle yapılamaz hale gelecektir. Daha az mal ve hizmet, daha yüksek toplam maliyetle üretilmiş olacaktır. Ahlâkî kurumların olmaması, yüksek işlem maliyetiyle ekonomik faaliyette bulunulmasına ve dolayısıyla toplumun ekonomik kaynaklarının daha az etkin kullanılmasına yol açacaktır. Yani ahlâklı olmayan bir toplum, düzenini sürdürmek için daha çok kaynağı daha az mal ve hizmet için harcamış olacaktır. Bu bedelin büyüklüğü, zamanla toplumu, iktisadî faaliyetlerin işlem maliyetini düşürecek bir ahlâkî kurallar bütünü geliştirmeye zorlayacaktır.

Eğer işlem ve bilgi maliyeti sıfır olsaydı, (ki gerçek hayatta bunun sıfır olması mümkün değildir) etkin bir piyasa için bugün çok ihtiyaç duyulan birçok ahlâkî kurala gerek kalmayacaktı. Bütün insanların her tür ekonomik faaliyetin bilgisine, gelecekteki muhtemel sonuçları da dahil olmak üzere, sahip olduğunu düşünelim. Önünüzdeki vitrindeki malın kaç liraya alındığını, hammadde ve işçiliğinin nasıl olduğunu, aynı veya benzer ürünlerin başka satış birimlerinde kaç liraya, ne tür vade koşullarıyla satıldığını, satıcının size vereceği her türlü bilginin ne kadarının doğru ne kadarının yanlış olduğunu en az onun kadar bildiğinizi düşünün. Böyle (bilginin tam ve simetrik dağıldığı) mükemmel bir bilgilenme ortamında ne sizin satıcıyı ne de satıcının sizi aldatması, yanıltması, kandırması mümkündür. Bu durumda sözünde durmak veya durmamak (durulup durulmayacağı önceden bilindiği için), anlamlı bir ayırım olmayacaktır. Yani ahlâkî düzenlemelerin önemli bir

kısmına, bilginin eksik ya da yüksek maliyetli olması nedeniyle ihtiyaç duyulmaktadır. Teorik olarak bilgi ve işlem maliyeti düştükçe, ahlâkın işlevini bizzat piyasa yerine getirmeye başlayacak, böylece toplumun ekonomik faaliyetlerini görece düşük bir işlem maliyeti ile gerçekleştirmek için ideal tip erdemli insan oluşturma gereği azalacaktır.

## 2. Ahlâk karar birimlerinin amaç belirlemesine yardımcı olur.

Acaba ahlâk ekonomide işlem maliyetini düşürmekten öte bir işlev görmekte midir? Şimdiye kadar piyasa sisteminin ekonomik karar birimlerinin karşılıklı özgür irade sonucu karar oluşturdukları varsayıldı. Ama bir kararın oluşmasında o karara taraf bireylerin yaptırım gücünün farklı olabileceğine dikkat çekmek gerekir. Yani bireyler piyasa sistemine eşit güçle katılmamaktadırlar. Çalışma imkânı olmayan birisi, çok düşük ücretle çalışmaya "gönüllü olarak" razı olabilir. Bu ilişkinin iki eşit konumdaki birim arasındaki ilişki ile aynı görülmesi yanıltıcıdır. Dolayısıyla eşit yaptırım gücü bulunmayan karar birimlerinin karşılaşmasıyla oluşan bir piyasa dengesi, zayıf bireylerin kendileri açısından mecburiyet, çaresizlik olarak nitelendirilebilecek gerekçelerle oluşmuş olabilir. Aç bir insan bir tas çorba için üç gün çalışmaya razı olabilir. Burada şöyle bir yorum yapılabilir. Çorba o kadar kıymetlidir ki, onu elde etmek için üç günlük bir çalışma zorunludur. Eğer durum böyleyse denecek bir şey yoktur. Çaresiz, çorba içmek isteyen üç gün çalışacaktır. Ancak bunun tespitinin yapılması ve en azından tarafların bunu mâkul bulmaları gerekir. Mâkul bulmadığı halde mecburiyetten piyasada uzlaşan insanların piyasa kurumlarına saygı duymaları, uzun süre onların işleyişini kolaylaştıracak biçimde davranmaları beklenemez. İşte ahlâk kuralları "mâkul olmayan" ekonomik ilişkiler listesi çıkararak piyasanın bu ilişkileri zorlamasının önüne geçmektedir. Bir yoksul ailenin hayatını sürdürmek için günde 15 saat başkalarının hizmetinde çalışmaya razı olması ahlâkî bir sorun olarak algılanmayabilir. Ancak aynı işi organlarını ya da çocuklarını satarak yapması, meşru bir ekonomik faaliyet olarak görülmemektedir. Bu ilişkide ailenin buna razı olması piyasa meşruiyeti bakımından yeterli olsa da ahlâkî olarak meşru görülmemektedir. Çünkü bu, yoksulluğun dayattığı bir mecburiyetin sonucudur.

Çalınan bir malın başka birisine çok düşük fiyattan satılması ahlâkî meşruiyet sınırlarının nasıl çizildiğine değişik bir örnek olarak verilebilir. Burada alıcı ve satıcının karşılıklı memnun olmasına karşın, işlem ahlâk dışıdır ve meşru görülmez. Buradaki meşruiyet, mülkiyet hakkının elde edilmesi ve başkalarına devredilebilmesi konusundaki hukukî ve ahlâkî anlayış tarafından belirlenmektedir. Dolayısıyla ahlâk sadece işlem maliyetlerini düşürmekle kalmayıp, piyasası olabilecek bir ekonomik faaliyetin meşruiyetine karar vermede, bireylerin piyasada oluşan iradeleri üzerinde oluşabilecek baskıların giderilmesinde de temel kriterlerden biri olarak yer almaktadır.

### 3. Ahlâk ekonomik faaliyetlerde bir motivasyon unsurudur.

Kıskançlık, çekememezlik, kendisini büyük görme gibi birey istek veya arzularının bir kısmı bireyler arasında çatışma ortamı yaratır. Ahlâk, temelde bu tür çatışma merkezli duygu veya arzuların denetim altına alınmasını öngörür. Bireyler ahlâkın çizdiği sınırlar içinde kalabilmek için bu tür duygu ve arzularını meşru davranışlara kanalize ederler. Örneğin başkalarının sahip olduğu değerleri kıskanan birisi, kendisi o değerleri hatta daha fazlalarını elde etmek için daha fazla çaba sarfetmeye yönelebilir. Başkalarına kendi üstünlüğünü kabul ettirmek isteyen bir öğrenci, bunu kendisini överek yapabileceği gibi (ki bu ahlâkî olarak hoş görülmez) en yüksek notu alarak da gösterebilir. En yüksek notu almak için daha çok çalışır. Böylece kendisini başkalarından üstün görme duygusu, çok çalışma ve başarı elde etmeye dönüşebilir. Bu bağlamda ahlâkî kuralları, bireylerin enerjilerini meşru alanlarda yoğunlaştırmalarını sağlayarak kişiler arası çatışma ve gerilim yaratan duygu ve arzuların denetim altında tutulmasını sağlar. Bu da üretim ve paylaşım süreçlerini olumlu yönde etkiler. Üretim artar, paylaşım daha uzlaşmacı yollarla, dolayısıyla daha düşük işlem maliyetiyle gerçekleşir.

### 4. Ahlâk piyasa yoluyla oluşan anonim ilişkileri düzene sokar.

Gelişen piyasalar, insanların aynı soydan gelme, aynı aileye mensup olma, aynı bölgede yaşamalarından kaynaklanan ortaklıklar çerçevesinde sürdürülen ilişkilerin yerine, mallar dolayısıyla kurulan ilişkileri ikame eder. Böylece piyasa, insan-insan ilişkilerini insan-mal-insan ilişkisine dönüştürür. İnsanlar birbirleriyle yüzyüze ilişkiler yerine mal dolayısıyla ilişkiler kurmaya başladıklarında, yüzyüze ilişkinin sağladığı karşılıklı güven ve sosyal denetim zayıflamaya başlar. Piyasa aracılığı ile hiç görmediğiniz kişiler tarafından, ömrünüzde hiç görmediğiniz ve görmeyeceğiniz ülkelerde ve mekânlarda üretilerek size ulaştırılan mallar dolayısıyla ilişki kurmaya başlarsınız. Buna piyasanın insan ilişkilerini anonimleştirilmesi diyebiliriz. İlişkilerin anonimleşmesi, yüzyüze ve birebir ilişkinin sağladığı denetimin yok olmasına ve böylece söz ve taahhütlere olan sadâkat duygusunun zayıflamasına yol açar. İşlemlere taraf olanların, yüzyüze veya aileler yoluyla denetimin olmadığını sezdikleri anlarda istismar ve kandırma eğilimleri davranışlarına yön vermeye başlayabilir. Bu da karşılıklı güvene dayalı ilişkilerin azalmasına yol açar.

Aynı mahallede, aynı sokakta, ailece tanıştığımız birisinin yanında yapmayı uygun görmediğiniz birçok davranışı bir yabancı yanında yapabilirsiniz. Çünkü yabancının sizin üzerinizde denetim hak ve imkânı zayıftır. Buradaki denetimin, sizinle ilgili bilgilerin, sizin duymasını istemediğiniz yakınlarınıza ulaştırılmasıyla başlayıp, sizin üzerinizde baskı kurabilecek eylemler yapmaya kadar uzanan çok geniş bir uygulama alanı vardır. Bu nedenle mal dolayısıyla birbiriyle ilişkisi olan insanların davranışlarının denetimi için ortak bir ahlâk normu daha uygun ve ileri ilişkiler için bir zorunluluk haline gelir.

Piyasanın genişlemesi ve gelişmesi için, daha önce ahlâk normlarının uygulama alanı dışında kalan bazı alanlar ahlâkın düzenleme alanı içine girmeye başlar. Böylece ahlâkın uygulama alanının genişletilmesi gereği ortaya çıkar. Alışveriş âdabı, iş ahlâkı, müşteriye saygı vb.

### **5. Ahlâk insan davranışlarının önceden tahmin edilebilir olmasına ve nesiller arası ilişkilerde istikrarın sağlanmasına katkıda bulunur.**

Bir insan topluluğunun ortak deneyimi sonucu elde ettiği yararlı davranış biçimleri, ahlâk kodu biçiminde bir sonraki nesle geçer. Böylece insanlar arası ilişkilerin birikimsel ve nesiller arası olması temin edilir. Kuşkusuz bu sadece ahlâk kurumu ile sağlanmaz, ahlâk kurumunun yanısıra aile, hukuk, gelenek ve din gibi kurumlar da benzer işlevleri yerine getirir. Serbest piyasa ekonomisi, bütün iktisadî karar birimlerinin kendilerine özgü gerekçelerle yeniden kurulduğu bir ortamda gelişemez. Ekonomi ancak uzun dönemin görülebileceği, uzun dönem davranışlarının tahmin edilebileceği istikrarlı bir ortamda gelişir. Ortalama toplum bireylerinin olağan davranışları biçiminde tezahür eden ahlâk da insan davranışlarının uzun dönem tahminlerini mümkün kılacak biçimde bir istikrar kazanmasına katkıda bulunur. Bireylerin birbirlerine hangi durumda nasıl davranacaklarını tahmin etmelerine yarayan ahlâkî normların benimsenme düzeyi, toplum bireylerini ve nesilleri birbirine bağlayan en önemli göstergelerden biridir.

## **II. Piyasa Sistemi Ahlâk ile Çatışır mı?**

Piyasa sistemi, ahlâkî bir ön şart olarak görmez. Yani ahlâk dışı kabul edilecek birçok ilişkinin de bir piyasasından bahsedilebilir. Piyasa sisteminin meşruiyet şartları, karşılıklı rızaya dayanan arz ve taleptir. Arz ve talep varsa piyasa için meşruiyet oluşmuştur. Yani rüşvetin de bir piyasası vardır, eroinin de, insan organlarının da. Dolayısıyla piyasanın işlemlerinin tümünün ahlâkî değerler ve ideallere uygun olma zorunluluğu yoktur. Burada iki ayrı meşruiyet sınırı ile karşılaşılmaktadır. Ahlâk kurumu, şu veya bu gerekçe ile insan isteklerine bir meşruluk çerçevesi çizer. Bu çerçeveye ahlâkın evrimine bağlı olarak zamanla değişebilir. Ancak birer kurum olarak piyasanın meşruluk çerçevesi ile ahlâkın meşruluk çerçevesi her durumda örtüşmeyebilir. Eğer tümüyle örtüşüyor olsaydı, onları ayrı birer düzenleyici kurum olarak tanımlama gereği olmazdı.

Eğer en temel meşruluk kriterinin piyasa meşruiyeti olduğunu kabul edersek, ahlâk ile piyasanın çatışması durumunda ahlâktan vazgeçmemiz gerekir. Bu durumda ahlâkî normların olumlamadığı bir mübadele arzusu varsa bunu yasaklamak, karşılıklı rıza ile oluşan bir ilişkiyi yasaklamak anlamına gelecektir. Bunu yapmamız için mâkul bir sebep var mıdır? Bu sorunun cevabı, ancak piyasa ilişkilerinin dışsallığına bakılarak verilebilir. Bir ekonomik ilişkinin sonuçları, sadece o ilişkiye taraf olanlarla sınırlıysa, buna başkalarının karışmasının mâkul bir nedeni olmayacaktır. Ancak eğer bu ilişki üçüncü kişileri, şimdi veya gelecekte bir

şekilde etkileyecekse, o zaman durum farklılık arzeder. Bu durumda ahlâk kuralları, ağırlıklı olarak sonuçları karşılıklı rıza ile bir araya gelen kişilerin dışındaki üçüncü kişi veya tarafları etkiliyorsa devreye girmektedir.

Örneğin, rüşvet alan ve veren hiçbir baskı altında kalmadan tamamen kendi rızaları ile bir ilişki içinde olabilirler. Ancak rüşvetin sonucunda üçüncü kişiler bundan nasıl etkilenmektedirler? Eğer bir rüşvet olayı üçüncü kişilere hiçbir maliyet yüklemiyorsa, o zaman buna "rüşvet" demek yanlış olur. Rüşvet alan birisi bu davranışıyla, ayrımcılık yapıyorsa, birilerinin hakkını başkalarına kullanıyorsa, yapması gereken bir işi yapmadığı halde yapmış gibi gösteriyorsa, açıktır ki bundan başkaları olumsuz yönde etkilenecektir. Buradan şu sonuca varabiliriz: Eğer bütün faaliyetlerin pozitif ve negatif dışsallığı piyasa sistemi ile içselleştirilebiliyorsa, ahlâk kurumu büyük oranda işlevsiz kalacaktır, piyasa saikleri istenen optimum yararı sağlayacak, her davranış, her işlemin yarar ve maliyetine göre oluşacak, yarar sağlamayan veya maliyeti yararından çok olan işlemler hiç ortaya çıkmayacak, böylece bireysel ve toplumsal yarar ayrımı da anlamını kaybedecektir.

### III. Piyasa Sisteminin Ahlâk Kurumu Üzerindeki Etkisi

Bir kurum olarak ahlâk nasıl piyasayı etkiliyorsa, bir kurumlar bileşkesi olan piyasa da ahlâkı etkilemektedir. Ahlâk kuralları piyasaların gelişmediği, bireylerin yüzyüze ilişkilerle işlemlerini yürüttüğü topluluklar ile karmaşık üretim ilişkileriyle birbirine bağlı piyasaların egemen olduğu toplumlarda, doğal olarak, birbirinden farklılaşmaktadır.

Piyasa sisteminin ahlâk normları üzerindeki etkisini iki bağlamda ele almak mümkündür. Bunlardan birincisi, gruplar arası, ırklar arası, dinler arası, ülkeler arası nitelik taşıyan piyasa ilişkileri, bu tür genellik taşıyan din, dil, etnik grup veya ulus üstü sayılabilecek ahlâk normlarının gelişmesine katkıda bulunur. Buna piyasanın ahlâkı evrenselleştirmesi diyelim. İkincisi, serbest piyasa ortamı farklı ahlâki amaç ve ilkeler arasında seçim imkânı sunar, dolayısıyla daha işlevsel ve daha kalıcı ilkelerin oluşmasına da zemin hazırlar. Buna da piyasanın ahlâkı etkinleştirilmesi diyelim. Bunları sırasıyla inceleyelim.

#### 1. Piyasanın ahlâki evrenselleştirme etkisi

##### a) Geleneksel toplum değerleri ve ahlâkı

Geleneksel toplumlarda, piyasa sistemine benzer, bütün insanları ait olduğu topluluğun özelliklerinden ayrı olarak alıcı (tüketici) veya satıcı (üretici) kimliği ile karşılaştıran bir piyasa ortamı sözkonusu değildi. İnsanlar küçük gruplar halinde ve içlerine kapalı olarak yaşıyorlardı. Ekonomik ilişkiler ile dinsel veya siyasal ilişkileri görece özerk kılan bir yapılanma yoktu. Üretim, mübadele ve tüketim küçük etnik veya dinsel grupların kendi içlerinde oluşturdukları kurallara göre gerçekleştiriliyordu. O toplumlarda piyasa, grup içi piyasa konumundaydı. Bireyler, o gruba özgü ahlâki ve sosyal değerler tarafından kuşatılmıştı. Böyle bir top-

lumda bireylerin birbirlerine karşı sorumluluk duygularının yüksek olmasına karşın, grup dışındakilere karşı sorumluluk duygularının oldukça zayıf olması beklendir. Çünkü egemen normlar sadece grup içi beklenti ve amaçlara göre oluşturulmuştur.

Piyasa toplumunda ise iktisadî ilişkiler çoğu zaman anonim alıcı ve satıcılar arasında gerçekleştirilir. Böylece piyasa birbirini akraba, komşu veya soy gibi bağlar yoluyla tanımayan bireylerin aralarında mübadele ilişkisi kurmalarını sağlar. Bu bireyler arasındaki ilişki, mübadelede buldukları mal ve hizmetlerle gerçekleştirilir. Mübadelede, karşı tarafın inancı, sosyal ve siyasal kimliği değil, mübadele edilen mal veya hizmetin niteliği önemlidir. Yani piyasa sisteminde insanları birbirine bağlayan temel bağ, onların sosyal, siyasal, etnik veya dinsel kimlikleri değil, mübadele ettikleri mal ve hizmetlerin fiyat ve kalitesidir. Her iki tarafın ilişkide bulunabilmek için ihtiyaç duydukları bilgi, mübadeleye konu malın özellikleri, fiyatı ve ödemenin hangi para birimi ile ne zaman ve nasıl yapılacağıdır. Bunun dışında bir bilgiye çok fazla ihtiyaç duyulmamaktadır.

Piyasa mekanizmasının işleyişinin, piyasada işlem yapan bireylerin sosyal, siyasal, kültürel veya dinsel özelliklere değil de, mübadele edilen mal veya hizmetin fiyat ve özelliklerine bağlı olması, yerel özellik ve niteliklerin üstünde genel geçer bir ahlâk anlayışının geliştirilmesini gerektirir. Bu yüzden piyasa sisteminin işlemesi için tarafların özel inanç ve değerlerinden kaynaklanan anlayışlarını iki tarafın yararına olacak biçimde dönüştürmeleri icabeder. Bunun bir sonucu olarak piyasa sistemi, anonim bireyler arasındaki işlemlerin yürütülmesi için gerekli soyut ilkelere dayanarak oluşan bir ahlâk anlayışının geliştirilmesini öngörür.

Piyasa sisteminin birçok toplumu içine alacak biçimde genişlemesi, etnik, sosyal, kültürel ve dinsel kimlikler yerine, alınıp satılan mal ve hizmetleri önemli kılan bir ilişki biçiminin gelişmesi, grup içindekilere karşı aşırı duyarlı, buna karşılık grup dışındakilere karşı ise sorumsuz ahlâk anlayışını tümüyle dönüşüme uğratmıştır. Grup içi geçerliliği olan ahlâkî değerler ve kurallar yerlerini, piyasanın işlemesini mümkün kılacak gruplarüstü değerlere ve kurallara bırakmaya başlamıştır. Önceleri grup dışında bulunanlara karşı sorumluluk duymayan bireyler, özellikle de iş adamları, işlerini sürdürebilmek için diğer tarafa karşı dürüst davranmayı ve söz ve taahhütlerini harfiyen yerine getirmede duyarlı ve titiz olmayı, erdemlilik adına değil, kendi menfaatlerini koruyabilmek için yapmak zorundaydılar. Aksi takdirde, serbest ticaretin gelişmesi ve birbirinin değer yargılarına ve ahlâk anlayışlarına yabancı insanların ortak iş yapmaları, karşılıklı menfaat sağlayacak gönüllü işbirliği içine girmeleri mümkün olamazdı. Bu "maddî" zorunluluk, "evrensel" bir piyasa ahlâkının ortaya çıkmasını sağlamıştır.

### b) Ulus devlet ve ahlâk

Gelişmiş ekonomilerin iktisadî kalkınma sürecinde ulus devletlerin önemli bir yer tuttuğu bilinmektedir. Bireyler iktisadî faaliyetlerini örgütlerken, bir ulusun mensubu olarak kendilerine ayrı bir misyon yüklemektedirler. Bu nedenle ihracat, ithalât, korumacılık gibi durumlar ancak ulus devletinin sınırları göz önüne alındı-

ğında anlam kazanmaktadır. Bir ülkenin vatandaşlarının kendi aralarında birbirlerine karşı duydukları ahlâkî sorumluluğun aynısını diğer ülke vatandaşlarına karşı da duymaları ulusal kalkınma mantığına pek uymamaktadır. Çünkü ulusal kalkınma, diğer ülkelerin vatandaşlarının refahı için kaygılanmadan, kendi ülkesinin refahını artırmaya yönelik faaliyetleri öncelemektedir. Ülke menfaatini öne çıkararak, ülke vatandaşlarının çalışma ve üretme motivasyonu harekete geçirilmeye çalışılmaktadır. Dolayısıyla ulus devletin kendi vatandaşı ile başka ülkelerin vatandaşlarını aynı biçimde görmesi mümkün olmamaktadır. Piyasa faaliyetlerini sınırlayıcı devlet uygulamaları, bu ahlâkî çifte standardı pekiştirmektedir.

### c) Globalleşme ve piyasa ahlâkı

Bugün dünyayı etkisi altına alan küreselleşme süreci ulus-devlet kökenli ahlâk anlayışlarını aşındırmaktadır. Ulus-üstü amaçlar ve değer yargıları daha evrensel bir ahlâk anlayışının oluşmasına zemin oluşturur. Ulus merkezli değer yargılarının ve ahlâk değerlerinin aşınması, bu yönde geliştirilecek politikalara yeni bir motive edici güç ihtiyacını ortaya çıkarmaktadır.

Geleneksel dar topluluklardan, ulus devletlerine, oradan küresel dünya ekonomisine giden süreçte, ahlâk normları, sadece kendi grubunu veya sadece kendi ülkesini düşünerek oluşturulan ahlâk normları yerine, tüm insanları içine alacak bir evrenselliğe ulaşmaktadır. Bir insan veya bir grup insan, diğer insanlarla ne kadar ilişki kurmak zorunda kalırsa, onlara o kadar değer verme gereği duyar. Dar bir topluluk hayatını sürdürmek için başkalarına ihtiyaç duymadığı için, onlarla uzlaşma gereği de görmez. Klavyesinde yazı yazdığımız bir bilgisayarı üreten Japon'a, yemeğimize tat veren baharatı üreten Hintli köylüye verilen bir zarar, dolaylı yoldan sizi de etkileyecektir. Bu nedenle, onlar için kaygı etmeniz mâkul bir nedeni vardır.

Birbirini hiç tanımayan, gelecekte de tanımayacak olan, birbirinden kilometrelerce uzaklarda yaşayan, birbirinin dilini bilmeyen, birbirlerinin inançlarından haberdar olmayan ancak ürettiklerini karşılıklı mübadele ederek birbiriyle ilişki kuran insanlar arasında bir ortak norm geliştirme ihtiyacı olacaktır. Evrensel düzeyde bir piyasa din, dil, renk ve etnik köken farklılıklarını gözardı ederek, insanları üretilen mal ve hizmetlerin karşılıklılık niteliğini koruyarak devamını sağlamak için ortak bir ahlâk paydasında birleştirir.

Dünyanın öteki yarısındaki bir mal için internette verdiğiniz bir siparişin bedelini, malı üreten kişinin milliyet, dil, din veya ırkını gerekçe göstererek ödemeniz, sonraki ilişkilerinizin de yönünü belirleyecektir. Kısa sürede başka insanlar çok rahat mal ve hizmet satın almaya devam ederken, siz bu ticaret halkasının dışına itildiğinizi göreceksiniz. Dolayısıyla dünya çapında gelişen piyasalar evrensel bir ahlâk anlayışının oluşmasına uygun ortam hazırlayacaktır.

Ancak burada bir noktaya işaret etmek gerekir. Gelişen toplumun kaynak tahsisinin en önemli aracı haline gelen piyasa, bireylerin piyasa denetiminin ulaşmadığı alanlarda ahlâkî normlarına uyma eğilimlerinin zayıflamasına da yol açabilir. Bu piyasa disiplininin olmadığı alanlarda ahlâksızlığın yayılması olarak tezahür



eder. Ama bu süreç aynı zamanda piyasa etkinliği geliştikçe, daha önceki değerlerin yerine yenilerini ikame ederek ahlâk normlarının değişiminin bir görüntüsüdür. Bir ahlâk kuralından başka bir ahlâk kuralına geçiş, geçiş sürecinde yaşayanlar için "ahlâkın kaybolması" biçiminde algılanabilir. Nitekim bugünün ahlâkî değerlerin aşınması yönündeki kaygılara benzer kaygıların asırlar önceki topluluklarda yaşandığı gözlenmektedir.

Yalnız burada bir soruna işaret etmeliyiz. Ahlâk normlarını evrenselleşmesi, onlara uyma konusundaki motivasyonu olumsuz etkileyebilir. Yüz yüze, küçük ölçekli ilişkilerin yaptırım gücü genel ve anonim ilişkilere göre daha yüksektir. Bütün insanları kapsayan, genellikteki ilkeler, bireyleri harekete geçirmede daha az etkili olabilir. Örneğin, tüm insanların sevilmeye layık olduğunu düşünen birisinin ifade ettiği sevgi ile diğerlerinden çok farklı olduğu düşünülen bir insana olan ayrımcı nitelikteki sevgiyi karşılaştıralım. Genellik taşıyan ilke ve normlar, onları koruma konusunda bireyleri yeterince harekete geçirmeyebilir. Çünkü bu kurallar o kadar genel ve evrenseldir ki, bireyler için birer kamusal mal niteliğine dönüşüverirler. Bu durumda, herkesi içine alacak kadar genel bir ahlâkî ilkenin korunmasının ve ona uyulmasının sağlanması ek özendiricilere ihtiyaç hissettirebilir. Yani ahlâk evrenselleştikçe somut bireylerden uzaklaşır ve bu da bedelini başkalarının ödediği bir bedava mal olarak kullanılma eğilimde bir artışa yol açabilir.

## 2. Piyasanın ahlâkî etkinleştirme etkisi

Piyasa sistemi daha etkin bir ahlâkın ortaya çıkmasına yol açabilir. Burada birebir ve zorunlu bir ilişkiden ziyade bir ihtimaller kümesinden ve eğilimlerden bahsetmek daha doğrudur. Piyasa sisteminin ahlâkî etkinleştirme iki yönde ortaya çıkabilir. İlki, birey özgürlüğünü artırarak, özgür bireylerin özgür seçimlerine imkân sağlaması ikincisi de, buna bağlı olarak, tercih çarpıtmasını\* azaltarak daha içten ve daha samimi ilişkilere ortam hazırlamasıdır.

### a) Özgürlük

Özgürlük, çok genel ifadesiyle, kişinin istediğini yapabilme düzeyini ifade eder. Kişinin neyi, niçin istediğinin belirlenmesi oldukça zordur. Bu nedenle sistem karşılaştırması yapılırken insan istekleri veri kabul edilmektedir. Bir ekonomik sistemin bireyleri özgürleştirici olup olmadığı, sistem içinde yaşayan insanların veri isteklerini ne düzeyde gerçekleştirdiğine bakılarak kararlaştırılabilir. Bireylere daha çok imkân sunan bir ekonomik sistem daha özgürleştirici olarak tanımlanabilir.

Serbest piyasa sisteminde, bireyler, sahip oldukları bir veya birkaç üretim faktörünü piyasaya sürerek elde ettikleri gelir karşılığında mal ve hizmet tüketme hakkı kazanırlar. Bireyler bu haklarını, elde ettikleri anda kullanabilir, kullanmak üzere başkalarına devredebilir veya başka bir zaman kullanmak üzere erteleyebilirler. Bu üç ihtimal de bireyin isteğinin bir sonucudur. Bir kişi ne kadar üretime

\* Tercih çarpıtması, gerçek tercihler ile, ifade edilen tercihler arasında farklılığın olmasıdır.

katkıda bulunursa, faktör fiyatlarının hakemliğinde o kadar gelir elde eder, dolayısıyla o kadar da tüketim hakkı kazanır. Kişinin toplumsal üretime katkı düzeyi de, doğal olarak sahip olduğu emek, sermaye, girişim ve toprak faktörlerinin bileşimine bağlıdır. Bu durumda herkes üretime katkısının parasal değeri kadar tüketim hakkı elde eder, toplam üretim toplam gelire eşit olur, bireylerin gelir ve harcamalarını farklı zamanlara aktarmaları dışında üretimi dalgalandıracak ciddi bir durum ortaya çıkmaz. Daha çok tüketmek isteyen birey, üretime daha çok katkıda bulunur, daha çok katkıda bulunduğu için daha çok gelir elde eder. Sağlam özel mülkiyet hakları da elde edilen kazancın korunmasını ve nesilden nesile aktarılmasını garantiler.

Serbest piyasa ortamında üreten ve tüketen bireyler, başkalarıyla işbölümü ve mübadele bağlamında zorunlu ve karşılıklı ilişki kurmak durumunda olmalarına rağmen, üretim ve tüketimlerini büyük oranda kendi yeteneklerine borçlu oldukları için, ilişkilerinde kendilerini özgür hissederler. Hayatını rekabetçi piyasa koşullarında kazanan bireylerin özgüvenleri yüksek, otoriteye itaat ile hayatını devam ettirme eğilimleri de görece düşük olur. Hayatını devam ettirmenin kuralının, kişinin üretime olan katkı oranına bağlanması, bu konuda yetenekli olduğunu düşünenlerin özgüvenini artırır, ayrımcılığı ve keyfiliği de minimize eder. Kendine güvenen bireyler de kendilerini güçlü ve özgür hissederler. Özgürleşmek, sahip olduğu imkân ve seçeneklerin artmasıyla yakından ilişkili olduğu için daha çok imkânı ve alternatifleri olan kişi, daha özgür olacaktır. Bu bağlamda serbest piyasa sisteminin insanları görece daha özgürleştirdiğini söylemek mümkündür.

Ancak insanların yetenekleri ve sahip oldukları faktörlerin dağılımındaki farklılık, ekonomik hayatta başlangıç koşullarını farklılaştıracaktır. Yani yarışa herkes aynı imkânlarla ve aynı noktadan başlamadığı için görece avantajları yüksek kişi veya kesimler öne çıkacak ve bu durum çoğu zaman katlanarak devam edecektir. Bu, serbest piyasa sisteminin herkesi aynı oranda ve aynı yönde özgürleştirmeyeceği anlamına gelmektedir.

Sonuçta, piyasa sistemi, insanlara görece özgür ve bağımsız karar alma imkânı sunarak, ahlâkî değerlerine uygun tercihlerde bulunma ortamı sağlar. Hayatını serbest piyasada, sahip olduğu yeteneklerini kullanarak kazanan insanların sahip oldukları ahlâkî değerlerini yeniden üretmeleri ve bunun için gereken fedakârlıkları yapmaları, hayatını merkezî otoritelere bağımlılıkla kazananlardan daha kolaydır. Bu yönden serbest piyasa ahlâkî etkinleştirir.

### b) İçtenlik ve tercih çarpıtması

Serbest piyasa sisteminin ahlâkî etkinleştirilmesi, özgürlüklerin artmasına paralel olarak tercih çarpıtmasının azalması yoluyla da meydana gelebilir. Ahlâk kuralları ve bunların işleyişi insanların bu kuralların doğruluğuna olan inanç ve güvenleriyle paralellik arzeder. Kişilerin bir kurala ne düzeyde inandıkları ve ona bağlı kaldıkları kurala aykırı davranma imkânlarının olmasına rağmen kurala uymalarıyla anlaşılabilir. Gündümlü bir ekonomide, bireylerin bağımsız olarak davranma esneklikleri son derece azdır. İnsanlar davranışlarının olumlu veya olum-

suz sonuçlarını görme imkânından yoksun olduklarında, bir kurala ne düzeyde onu doğru buldukları için inandıklarını bilmezler. Her ekonomik kararın bir merkezden verildiği bir ekonomide, kişiler iktidara yakın olduklarını, onu benimzediklerini ifade ettikleri ölçüde ekonomik değer elde edebildikleri için, kişisel görüş ve anlayış farklılıklarını gizleyecek, sonuçta kamusal alanda tek tip bir söylemin egemen olmasına yol açacaklardır. Egemen olan, en çok beğenilen görüntüsü taşıyacaktır. Egemen olan, moral olarak da iyi olabilir ama olmaya da bilir. Böyle bir ortamda bireylerin sağlıklı bir ahlâkî tutum geliştirmeleri görece zordur.

Bu nedenle ekonomik kararların tek merkezden denetlendiği toplumlarda tercih çarpıtmasının daha yaygın olacağını söylemek mümkündür. Ekonomik gücü elinde tutan güç odakları, tercih çarpıtmasına zorlayarak tek tip bir toplumsal söylemin ortaya çıkmasına yol açacaklardır. Piyasa ekonomisi, farklılıkların ifade edilmesinin riskini azaltarak tercih çarpıtmasının azalmasına yol açar. Böylece insanlar kamusal baskı altında kalmadıkları için birkaç yüz, birkaç söylem taşımaktan kurtulurlar.

Hayatını kendi yeteneklerinin bir sonucu olarak piyasadan kazanan insanlar, inanç ve değerlerini daha özgürce ifade etme imkânı bulacak böylece alternatif ilke ve inançların rekabet ortamında birbirini elemesi mümkün olacaktır. Bu şekilde piyasa ekonomisi, anlayış, kural ve ilkelerin eleştirel biçimde ve etkinlik yönünden değerlendirilmesine uygun zemin hazırlayacaktır. İnsanların daha az iltifat ettiği değerler elenecek, daha çok iltifat ettikleri de yerleşip yaygınlaşacaktır.

Kararların tek bir merkezden verildiği, değerlerin tek bir noktadan belirlendiği ve takdir edildiği bir toplumda farklılık, zamanla suçlulukla özdeşleşebilir. Bu nedenle zorunlu benzeşme, yalan ve ikiyüzlülüğü yaygın biçimde toplumsal kimliğini saklama stratejisi haline getirir. Aynı formlar içinde farklılıklarını saklayarak diyaloga geçen bireyler, birbirlerinin gerçek tercihlerini öğrenmek için daha fazla çaba ve emek sarfetmek zorunda kalacaklardır. Ortak normların eleştiri ve rekabete açılmadığı ve bir merkezî gücün baskısıyla sürdürüldüğü bir toplumda, farklı tercihleri olan bireyler de kendilerini saklamak için daha fazla çaba sarfetmek zorunda kalacaklardır. Bu ikisi birlikte tercih çarpıtmasının toplumsal maliyetinin artmasına yol açar.

Farklı düşünmelerine, farklı tercihlerde bulunmalarına rağmen aynı şeyleri paylaşıyor gibi davranarak birbirini kandıran bireyler yerine, farklı düşüncelerini birbirine söyleyerek birbirini etkileyen bireylerin daha ahlâkî oldukları söylenebilir. Bu yönüyle piyasa, tercih çarpıtmasını azaltarak kişilerin daha etkin bir ahlâkî tutum kazanmalarına ortam sağlar.