

Poker, Saçma Pazarlıklar, Saklambaç, Oyun Teorisi ya da Siyaset

II. Dünya Savaşı sırasında Türkiye'deki kahvelerde cephelerin durumunu tartışıp strateji ve taktik üretenlerle "Bitli Çörçil" (Churchill) diye alay edilirdi desek!

Devam edelim.

Kurmaca da olabilir şimdi anlatacağımız ama çarpıcı olduğu için devam edeceğiz. A Beautiful Mind filminden hatırlarsınız, Prof. John Nash'ın dört arkadaşı aynı sarışın kıızı çekici bulmaya başlar. Dört erkek de aynı kıza asılırsa, kuvvetle ihtimal kız şımaracaktır. İnsan doğası işte! Bu hiçbirinin o kızla çıkamaması sonucunu doğuracaktır. Oysaki mesela erkekler sarışın kızın etrafındaki esmer kızlarla ilgilenseler, hiç bir kız ikinci seçenek olmaktan hoşnut kalmayacağından sarışın kızın duruma bakışı farklı olacaktır. Grubun amacı da her birinin kendilerine bir kız bulmak olduğuna göre ve her biri sırf kendini düşünerek sarışın kıza kur yaparak bir sonuç alamayacaklarına göre, her birinin birinci seçenek olarak birer esmer kıza kur yapmaları çok mantıklı olacaktır. Böylece her birinin bireysel hedefine ulaşması kolaylaşacak ve gruptaki başarı oranını yükselecektir.

Sonuç şudur: Bireysel hedef için hareket ederken diğer insanların varlığı da hesaba katılıp işbirlikçi davranıldığı zaman başarı oranı yükselmektedir.

Yukarıda basit bir oyun teorisi yaklaşımını dile getirdik. Beynimiz sürekli olarak "bizden izinsiz" olarak stratejiler geliştiren mucizevi bir kutudur. Oyun teorisi de beynin strateji geliştirme yeteneği üzerine gelişen, temeli matematik olmasına rağmen hayatın her alanında uygulamasına rastladığımız önemli bir teoridir. Özellikle iktisatta, politikada ve biyolojide kullanımı yaygındır. Teori, aslında sosyal yaşamın matematiksel bir sınıflandırmasını yapar. Bireylerin diğerinin tutumunu etkileyeceği bir durumda, insanların neye eğilimli olduğunu ve diğerlerinin ne yapacağını öngörmeye çabalar. Oyun teorisini en iyi dile getiren kurgulardan biri "Tutsak İkilemi" oyunudur.

Ortak bir suçtan yakalanan Hakan ve Serkan tutuklanır ve farklı odalarda sorguya alınır. İki adamın 4 seçeneği vardır:

1. İtiraf etmek
2. Ötekini suçlamak
3. Sessiz kalmak
4. Reddetmek

Duruma bakıldığında tutuklular açısından en iyi seçim itiraf etmektir. Hakan'ın itirafını kesin görürsek, Serkan'ın yapabileceği en iyi seçimidir bu. İtiraf ederse 10, etmezse 20 yıl yatacaklardır. Yani Hakan da itiraf ederse, hiç olmazsa çok ağır bir ceza almaktan kurtulacaktır. Diğer sessiz kalırsa yegâne tanık olarak cezadan da sıyrılabilecektir. Bu noktada itiraf 'baskın strateji'dir. Oysaki birlikte olsalar ya da işbirliği yapabilseler, her iki tutuklu için en doğru strateji sessiz kalmaktır. Ancak ne olursa olsun akılcı oyuncular farklı hücrelerde birbirlerinin nasıl davranacaklarını öngörürken ulaştıkları sonuç olan (yani ikisinin de itiraf etme uygunluğu) oyunun Nash dengesidir. Çünkü ne Hakan ne de Serkan rakibin itiraf stratejisi karşısında kendi itiraf stratejilerini değiştirmek istemezler. Oysa her ikisi de, 20'şer yıl yerine 10'ar yıl hapis yatmayı tercih ederler. Akılcı bir oyuncu domine edilen bir stratejiyi kesinlikle oynamayacaktır. Her iki oyuncunun da dominant stratejisi itiraf etmektir. Ancak bu durumda itiraf stratejisi, ret seçimini domine eder. Akılcı Hakan ile Serkan, ret stratejisini hiç düşünmeyecektir. Çünkü oyun her zaman dengededir. Soğuk savaş dönemlerini düşünün. Sovyetler Birliği ile ABD'nin yaşadığı durum tam bir Tutsak İkilemi örneğidir. İki devlet, işbirliği yapsalar ve silahlanma yarışını bıraksalar kendileri için daha doğru olacaktır. Fakat her ikisi için de baskın strateji, silahlanma yarışına devam etmektir, nitekim onlar da öyle yapmıştır.

Yarışma, uzlaşma, pazarlık, saklambaç, poker ya da siyaset... Oy verme davranışı....Strateji geliştiren beynimiz ve oyun teorisi, oy verme davranışına bir perspektif sunabilir mi? Oyun teorisinin oy verme davranışında etkinliğini ortaya koymak için analogiler üzerinden bir değerlendirmeler yapacağız.

Oy verme öncesindeki klasik söylemler, hatırlayalım hepsi tanıdık gelecektir. Mesela son Cumhurbaşkanlığı seçiminin popüler söylemlerini ele alalım:

- “X adayını aslında desteklemiyorum ancak seçimlerde Y adayı kazanmasın diye X adaya oy vereceğim.”
- “Eğer seçimlerde katılım oranı düşük olursa X aday oylamayı kesin ilk turda kazanır.”

Ya da hemen her seçimde karşılaştığımız bir başka durum:

- “X partiye oy versem bir işe yaramayacaklar. Oyumun boşa gitmemesi için Y partisine oy vereceğim”

Şimdi bir önermeyi ortaya koyarak başlayalım: İnsanlar oy verirken salt kendi inançları ekseninde karar vermiyor, stratejik oynama güdüsüyle, diğer insanların, diğer değişkenlerin görüşlerini de değerlendiriyorlar.

Bu durumu açıklamak için analogilerden faydalanacağımızı söylemiştik. Bunlardan ilkiyle başlayalım.

1930’lu yıllardır. Medeniyet tarihinin en büyük ekonomik krizlerden biri yaşanıyor. Buhran, salt ABD’yi değil tüm dünyayı pençesine almıştır. Sonraları çok ünlenecek John Maynard Keynes adlı ekonomist de, iktisatta devlet müdahalesini lüzumsuz olarak niteleyen bakışa karşı argümanlar üretirken, çok önemli başka bir yaklaşım getiriyordu: Yatırım bilinen bütün anlamlarıyla psikolojik bir hadise olup, kararları alırken iyi sonuçlar elde etmek için toplum psikolojisini doğru olarak çözmek gerekiyordu. Keynes finansal piyasaları ele alırken güzellik yarışması analogisini kullanıyordu.

Aynı yıllarda İngiltere’de güzellik yarışmaları da gazetelerde yapılıyordu. Aday olan güzel kızların fotoğrafları gazetelerde yayımlanıyor, okuyucular oy verecekleri adayların isimlerini gazeteye gönderiyor, sonuçta en çok oyu alan aday ise güzellik kraliçesi oluyordu. Sadece güzel seçilen değil, oylayanlar da kazanıyordu. Her şey normal, ne olmuş ki dediğinizi duyar gibiyiz. Sorun nasıl karar verdiğimizdedir.

Oylamalarda okuyucuların ödül kazanma isteği, oy verme davranışını bütünüyle değiştirebiliyor. Keynes’in altını çizdiği durum şu: “Yarışma, en güzel olanın seçildiği adil bir yarışma olmaktan çıkıyor. Hatta güzelliğin önemi olduğundan bile emin değilim. Konu, kamuoyunun kimi seçtiğidir. Bu nedenle zamanla kamuoyunun nasıl değerlendirme yaptığını öngörmeye dönüşüyor durum. Bu karar vermede başka bir seviyedir.”

Bu karar vermenin gerçeğe değil, beklentiye dayandığı bir durumu işaret etmektedir.

Evet, Keynes’in Genel teori- İstihdam, Faiz ve Paranın Genel Teorisi (*The General Theory of Employment, Interest, and Money*) kitabında ele aldığı Güzellik Yarışması kavramında yukarıda da anlattıklarımızdan hareketle kabaca “Yarışmayı kazanacak adayı bulmak için kendi beğendiğiniz adayı değil diğerlerinin beğendiği adayı kestirebilmeniz gerekir,” diyor (Keynes, 2008). Seçme eylemindeki durumu da buna benzetebiliriz. Oy verirken de seçmenin gerçekten “tutulan” parti yerine, kazanabileceğini tahmin ettiği parti adına oy vermesi bu türden bir davranıştır. Diğer taraftan güzellik yarışmasından farklı olarak oy verme olgusunda “kazanmak”, verilen oyun boşa gitmemesidir. İstenmeyen partinin kaybedip, “tercih edilen” partinin kazanmasıdır.

Fakat tam bu noktada önemli bir tespitte bulunup, Keynes’in Güzellik Yarışması kavramının genelde buraya kadar bilindiğini ama fazlası da olduğunu belirtmeliyiz. Keynes, “seçilecek güzellik kraliçesini bulması durumunda bir ödül alacak olan seçicilerin” fotoğraflara baktığında eğer kendi seçimini yaparsa hatalı çıkma ihtimali yüksek olacağını belirtir, evet. Bu yüzden, diğer yarışmacıların tercih edeceği adayı da düşünmesi gerekir, buna da evet. Ama şu da vardır ki, diğer yarışmacılar da aynı şekilde düşünecektir. Bu durumda sadece kendi adayınızı değil (ilk ihtimal olan aday), diğerlerinin tercih edeceği yarışmacıyı değil (ikinci ihtimal), “diğerlerinin” beğeneceği adayın kim olduğunu öngörebilmeniz (üçüncü ihtimal) gerekir. Keynes, bu sürecin dördüncü, beşinci, altıncı ihtimallere kadar götürülebileceğini, kararların bu kadar karmaşık olabileceğini iddia eder. Bu ciddi bir iddiadır. Bu durumda aslında en güzel aday hiç bir zaman seçilemez.”

“X, Y ya da Z partileri, seçim havuzundadır. Birinin iktidar olmasını istiyorsunuz. Bir diğerinin seçimi kazanmasını asla istemiyorsunuz. Diğerleri için de tarafsızsınız, “ne olursa olsun” diyorsunuz. Üç partiden herhangi birinin kazanması, sizin tuttuğunuz partiyi tutan insanların sayısına bağlıdır. Aksi durumda, sizin hiç istemediğiniz parti seçimi kazanabilir. Sizin gibi düşünenlerin seçimlerine dair bilginiz yok ise ve bu insanlara bunu soramıyorsanız hangi partiye oy verirsiniz?”

Konu ekonomi, oy verme ya da herhangi bir karar mekanizması olduğunda oyun teorisi bu konuya net bir cevap vermiyor ama Thomas Schelling, “focal point” yaklaşımı ile buna bir çözüm getiriyor. Ve şöyle

diyor: Seçenler zaten kendi optimal noktalarını geliştireceklerdir. Birbirlerinden haberdar olmasalar bile! Bunu söylediğimizi şöyle de somutlayabiliriz: Bir şey söylendiğinde herkesin aklına gelen ilk şey gibi bir anlam hep olacaktır. Bir arkadaşınız arıyor sizi ve Beşiktaş'ta buluşalım diyor. Ardından tel kapanıyor. Beşiktaş mı? Ama neresinde? (Kaybedenler Kulübü ilmindeki meşhur Kadıköy iskelesi sahnesini düşünün. Ve oradaki başkarakterin çaresizliğini. Kızla buluşacak, Kadıköy iskelesi ama Kadıköy'deki Kadıköy iskelesi mi? Beşiktaş'taki Kadıköy iskelesi mi? Orada karakterimiz, sezilerine güvenip, doğruyu bulmuştu.) Akla ilk gelen bir kaç nokta var. Ama sanırım en barizi Beşiktaş İskelesi. İşte arkadaşınızla bu kadarcık bilgiden sonra gider ve Beşiktaş İskelesinde buluşursanız, bu noktaya odak noktası (focal point) diyoruz.

Yukarıda sorduğumuz hangi partiyi seçersin sorusunun önemli taraflarından biri de, bu seçimler esnasında beyinde ne oluyor konusu da ayrı bir önem taşıyor.

Nörobilimciler Giorgio Coricelli ve Rosemarie Nagel tarafından gerçekleştirilen bir çalışma, bu soruya çok net ve ilginç bir cevap veriyor (Coricelli ve Nagel, 2010). İsmi geçen nörobilimciler bir seçim oyunu oynatıp, insanların fMRI filmlerini çekiyorlar. Söz konusu çalışmayı iki farklı koşulda gerçekleştiriyorlar. İlk koşulda deneklere yalnız olmadıkları, diğerlerinin de bu oyunu oynadıklarını, onunkilerle sonuçların karşılaştırılacağını ve kazanırsa, bir miktar para ödeneceğini belirtmişler. İkinci koşulda ise, başka kimsenin olmadığı, sadece bir bilgisayara karşı oynadıklarını söylemişler. Sonuçlar ise oldukça ilginç gelmiş: Beyinde olan etkinliklerin bir insana karşı oynandığında bir bilgisayara kıyasla daha fazla olduğu ortaya çıkmış. Bunun yanında beynin medyal prefrontal korteks, dorsomedyal gibi bölgelerinde aşırı hareketlenme meydana gelmiş. Ek olarak, ventromedyal prefrontal korteks, ön singulat gibi bölgelerde ve ayrıca sağ-sol temporoparietal bağlantı çelişkili kararları veren bölgelerde de hareketlenme gerçekleşmiş. Hareketlenen bölgeler, nörobilimde bir şekilde "akıl kuramı" devresi veya "zihinsel devre" olarak adlandırılıyor. Bu bağlantılar diğer insanların ne öngördüğünü tahmin etmekte kullanılır. Bu çalışmaların gideceği seyir önemlidir. fMRI'larda deneklerin dorsomedial prefrontal korteks'indeki aktiviteyi görüyorsunuz. Bu bir ileriki safhada, hangi aday hangi mesajı verirse, daha çok oy toplara kadar gidecek bir süre."

Beyin aktivitesine bakıp söyleyeceğiniz başka şeyler de var: Bu aday, sosyal anlamda zayıf görünüyor. Ya da insanların derdi, bu adaya güvenmemek. Asıl oy verme sebeplerini de ortaya koymak mümkün. Mesela mevcutta Türkiye'de borçlu hane halkı sayısı inanılmaz oranlarda. Bu insanlar garanti istiyorlar. Bu nedenle insanların oy verme motivasyonunun önemi bir parçası bu. Denge ve istikrar arayışındır bu. Üstelik beynin de bununla uyumlu bir pozisyonu var: Beyin de statükocudur. Kolay kolay değişmek ve değiştirmek istemiyor.

Peki, soruyoruz: Hangi seçimde muhalif adayların bu mesajı, bu garantiyi verdiğini duydunuz? Hayır, duymadık dediğinizi der gibiyiz, çünkü duymadık. Şimdi bunu bilip, "gerçek alanlara", "gerçek ihtiyaçlara" dair atışlar yapmak önemli değil mi? Bilim, zihinsel devrenin beynin neresinde olduğunu bildikten sonra seçme ve karar verme mekanizmalarına ilişkin kuşkusuz daha fazla şeyler söyleyecek bize.