

Prof. JEFFREY D. SACHS

Mutluluk ekonomisi

Şirket kârlarının çılgınca peşinde koşmak, hepimizi birden tehdit ediyor. Emin olmak için, ekonomik büyüme ve kalkınmayı desteklemeliyiz, ama yalnızca geniş bağlamda çevresel sürdürülebilirliği ve sosyal güven için gerekli olan **şefkat ve dürüstlük değerlerini özendiren bir kalkınma.** Mutluluk arayışı yalnızca güzel dağ krallığı Butan ile sınırlı kalmamalı…

Jeffrey D. Sachs, Columbia Üniversitesi'nde Ekonomi Profesörü ve Yeryüzü Enstitüsü Direktörü'dür. Ayrıca Birleşmiş Milletler Genel Sekreteri'nin Binyıl Kalkınma Hedefleri konusunda Özel Danışmanıdır.

Yoğun endişe içinde bulunduğumuz bir zamanda yaşıyoruz. Benzeri görülmemiş toplam zenginliğe rağmen, dünyada güvensizlik, kargaşa ve tatminsizlik var. Amerika Birleşik Devletleri'nde, Amerikalıların büyük çoğunluğu ülkenin "yanlış kulvarda" olduğunu düşünüyor. Kötümserlik arttı. Aynısı pek çok başka yer için de geçerli.

Bu arka perdenin önünde, ekonomik hayatlarımızdaki mutluluğun temel kaynaklarını yeniden düşünmenin zamanı geldi. Daha yüksek gelirin amansızca peşinde olmak, daha fazla mutluluk ve yaşam tatmini yerine, benzersiz eşitsizlik ve endişeye yol açıyor. Ekonomik ilerleme önemlidir ve yaşam kalitesini önemli oranda artırır, fakat ancak başka amaçlarla birlikte kovalanacak olursa.

Bu hususta başı Himalaya krallığı Butan çekiyor. Kırk yıl önce, Butan'ın genç ve yeni başa geçen dördüncü kralı, önemli bir seçim yaptı: Butan, gayri safi milli hasıla yerine "gayrisafi milli mutluluk / GSMM" peşinde olmalı. Ülke, o zamandan bu yana kalkınma konusunda, yalnızca ekonomik büyümeyi değil, kültürün, zihin sağlığının, şefkatin ve toplumun üzerinde duran alternatif, bütünsel bir yaklaşımı tecrübe ediyor.



Butan'ın başkenti Thimphu'da, ülkenin sicilini değerlendirmek için düzinelerce uzman bir araya geldi. Toplantıya Butan Başbakanı, sürdürülebilir kalkınma konusunda bir lider ve "GSMM" kavramının büyük bir savunucusu olan Jigme Thinley ile birlikte ev sahipliği yaptım. Birleşmiş Milletler Genel Kurulu'nun, ülkeleri ulusal politikaların toplumlarındaki mutluluğu nasıl özendirebileceğini incelemeye davet eden Temmuz ayındaki bildirisinden hemen sonra toplandık.

EKONOMİK YAŞANTIMIZ NASIL BAŞTAN DÜZELTİLEBİLİR?

Thimphu'da bir araya gelen herkes, gayrisafi milli hasıla yerine gayrisafi milli mutluluğu kovalamanın önemi konusunda mutabık kaldı. Ele aldığımız soru, hızlı kentleşme, kitlesel medya, küresel kapitalizm ve çevre bozunumu ile nitelenen bir dünyada mutluluğa nasıl erişileceği idi. Ekonomik yaşantımız, topluluk, güven ve çevresel sürdürülebilirlik duygusunu yeniden yaratmak üzere nasıl baştan düzenlenebilir?

İlk çıkarımların bazıları şöyle: Öncelikle, ekonomik ilerlemeyi kötülememeliyiz. İnsanlar aç, temiz su, sağlık hizmetleri ve eğitim gibi temel ihtiyaçlarından yoksun olduklarında ve anlamlı bir işleri olmadığında, acı çekerler. Yoksulluğu azaltan ekonomik kalkınma, mutluluğu artırmak için hayati bir adımdır.

İkincisi, diğer amaçları göz ardı edip amansızca GSMH peşinde koşmak da mutluluğa giden bir yol değildir. ABD'de GSMH son 40 yıl içinde keskin şekilde arttı ama mutluluk artmadı. Onun yerine GSMH peşindeki kararlı takip, servet ve erk üzerinde büyük eşitsizliklere yol açtı, büyük boyutta bir alt sınıfın büyümesini ateşledi, milyonlarca çocuğu



yoksulluğa mahkûm etti ve ciddi çevresel bozunuma neden oldu.

Üçüncü olarak, mutluluk, hem bireylerin hem de toplumların hayata dengeli yaklaşımı ile elde edilebilir. Bireyler olarak, en temel maddi ihtiyaçlarımız reddedilirse mutsuz oluruz, fakat aile, arkadaşlar, şefkat ve içsel dengemizi korumak üzerindeki odağımızın yerini daha yüksek geliri kovalamak alırsa da mutsuz oluruz. Toplum olarak, yaşam standartlarının yükselmesini sürdürmek için ekonomik politikalar düzenlemek başka bir şeydir, toplumun değerlerini kâr peşinde olmanın altındaki sıralara koymak başka bir şey.

Yine de ABD'deki politika, şirket kârlarının diğer tüm isteklere hükmetmesine izin vermiştir: Açıklık, adalet, güven, fiziksel ve zihinsel sağlık ve çevresel sürdürülebilirlik. Şirketlerin kampanya bağışları, ABD Yüksek Mahkemesi'nin rızasıyla, demokratik süreci giderek artan şekilde baltalıyor.

KÜRESEL OBEZİTE EKONOMİYİ TEHDİT EDİYOR

Dördüncüsü, küresel kapitalizm mutluluğa karşı pek çok doğrudan tehdit sunuyor. Petrol endüstrisinin amansız propagandası insanları bu konuda bilgisiz bırakmaya devam ederken, iklim değişikliği ve diğer kirlilikler yoluyla doğal çevreyi tahrip ediyor. Klinik depresyon açıkça yükselişe geçip yaygınlaşmışken, sosyal güven ve zihinsel istikrarı zayıflatıyor. Kitlesel medya, çoğunluğu alenen bilimsellik karşıtı olan kurumsal "mesaj verme" yerine döndü ve Amerikalılar genişleyen bir tüketim bağımlılığı yelpazesinden mustarip. Hızlı yemek sektörünün, obeziteyi artıran gıdalara sağlıksız bağlılığı yaratan yağları, şekeri ve diğer alışkanlık yapan maddeleri nasıl kullandığını düşünün! Artık, Amerikalıların üçte biri obez. Dünyanın geri kalanı da, ülkeler çocuklara sağlıksız ve alışkanlık yapan gıdaların reklamı da dâhil şirketlerin tehlikeli kurumsal uygulamalarını kısıtlamazlarsa, eninde sonunda obez olma durumunda kalacaktır.

Sorun yalnızca gıdalar değil. Kitlesel reklam, aşırı TV seyretme, kumar, ilaç kullanımı, sigara içme ve alkol alımı dâhil, büyük kamu sağlığı maliyetleri getiren pek çok başka tüketim bağımlılıklarını da artırıyor.

Beşinci olarak, mutluluğu özendirmek için, toplumun esenliğini arttırabilen veya azaltabilen pek çok faktörü tespit etmeliyiz. Çoğu ülke GSMH'yi ölçmek için yatırımlar yapar, fakat kötü sağlığın (hızlı yemek ve aşırı TV seyretme gibi), azalan sosyal güvenin ve çevresel bozunumun kaynaklarını tespit etmek için pek az harcama yapar. Bu faktörleri anladığımız zaman, harekete geçebiliriz.

Şirket kârlarının çılgınca peşinde koşmak, hepimizi birden tehdit ediyor. Emin olmak için, ekonomik büyüme ve kalkınmayı desteklemeliyiz, ama yalnızca geniş bağlamda çevresel sürdürülebilirliği ve sosyal güven için gerekli olan şefkat ve dürüstlük değerlerini özendiren bir kalkınma. Mutluluk arayışı yalnızca güzel dağ krallığı Butan ile sınırlı kalmamalı.

Telif Hakkı: Project Syndicate, 2010.
www.project-syndicate.org

Amerikalıların üçte biri obez. Dünyanın geri kalanı da, ülkeler çocuklara sağlıksız ve alışkanlık yapan gıdaların reklamı da dâhil şirketlerin tehlikeli kurumsal uygulamalarını kısıtlamazlarsa, eninde sonunda obez olma durumunda kalacak...