

JACQUES PERETTI

DÜNYAYI
DEĞİŞTİREN
GİZLİ
ANLAŞMALAR



OBEZİTEDEN BITCOINE, MCKINSEY'DEN ROBOTLARA...
EKONOMİK HIRSLAR HAYATIMIZI NASIL ŞEKİLLENDİRDİ?



DÜNYAYI DEĞİŞTİREN GİZLİ ANLAŞMALAR

Jacques Peretti

Çeviri: M. Sinan Alpsöy



Birinci Bölüm

NAKİT: KİM, NEDEN ORTADAN KALDIRMAYA ÇALIŞIYOR?

2014 senesinde yeni bir dünyaya adım attık. Yaşadığımız büyük değişim ne televizyonda duyuldu, ne Wall Street'te dişe dokunur bir yükselişe sebep oldu ne de Twitter'ın gündeminde kendine yer bulabildi; kısacası küçük bir tantana bile olmadan yaşadık bunu: Tarihte ilk kez, 2014'te kartlı ve temassız ödemeler, nakit ödemeleri tahtından etti.

2025 yılına girdiğimizde torbacılar bile nakit parayla çalışmıyor olacak bu gidişle. Nitekim Güney Kore, 2020'ye kadar nakit parayı ortadan kaldırmayı planlıyor.¹ Nakit para kullanımını ortadan kaldıran ilk Avrupa ülkesi olan İsveç'te, sokak sanatçıları temassız ödeme makineleri kullanıyorlar. BuSK adında yeni bir uygulamaysa Londralıların aynı şeyi yapmalarına olanak sağlıyor. Hollanda'da evsizler için geliştirilen bir mont, insanların kol yenlerine kart okutarak evsizlere para vermesine imkân tanıyor.²

Kabul edelim ya da etmeyelim, şu anda cebinizde bulunan ve İsa'nın doğumundan 600 yıl önce kullanılmaya başlanmış bir ödeme sistemi olan nakit paranın artık sonu geliyor. Hatta Apple'ın CEO'su Tim Cook'a göre bir sonraki nesil "paranın ne olduğunu dahi" bilmeyecek.

Para ilk kez MÖ 6. yüzyılda üç kıtada birden tedavüle girdi. O zamanlar iPhone kadar kapsamlı ve son derece teknolojik bir buluştu. İstenilen bir bedel karşılığında küçük metal diskler alınıyordu. Para, güvenin vücut bulmuş haliydi ve iki yabancı arasında ortak bir paydada buluşmak gibi müthiş derecede karışık olan bir işi, kolay yoldan halletmenin şekliydi. Vikingler ve Güney Hindistan'daki tekstil üreticileri bu sayede ipek satışında anlaşmaya varabilmişlerdi. Para, pankartların üzerinde sömürünün bir çeşidi olarak yerini almadan çok daha önce “küreselleşme” kavramını yaratmıştı.

1860'lı yıllarda sadece ABD'de dolaşımda olan sekiz binden fazla, birbirinden farklı para birimi mevcuttu. Muhtelif bankaların, demiryollarının ve perakendecilerinin hepsinin kendine ait para birimi vardı: makbuzlar, döviz sistemleri ve çok sayıda farklı kredi şekli... 1863 tarihli Ulusal Banka Yasası bütün bu kaosu bitirmeyi amaçladı ve ABD'yi, dolar adı verilen tek bir para birimi altında birleştirdi.³

Nakit kullanımının sona gelmesiyle birlikte sekiz bin farklı para biriminin olduğu o günler artık yeniden geri geliyor. Mobil para, Bitcoin, dijital kuponlar, Apple Pay, iTunes, değiştirilebilir alışveriş hesapları ve denizaşırı döviz transferlerinden tutun da bir blokzincirin ucundaki dijital bir el sıkışmayla elde edilen milyar dolarlık anlaşmalara dek. Hepsi de para...

Ancak, nakit paranın ortadan kalkması yalnızca ödeme yöntemlerinin değişiminin doğal bir sonucu değil. Bu değişim ayrıca ödemeyi daha kusursuz ve tüketici dostu bir hale de getiriyor. Paranın ortadan kalkması, bankaların ve hatta hükümetlerin para üzerindeki kontrolünü ele geçirmeye çalışan ve bu kontrolü yeni oyuncuların eline, teknoloji devlerine vermeyi amaçlayan bir planın da sonucu aynı zamanda.

Ve aslında bütün bu plan, daha önce sıklıkla nakit kullanmış herhangi biri için bariz olan bir şeyi ispatlamak adına yapılan bir deneyin sonucunda ortaya çıktı. Hepimizin sıklıkla yaşadığı nö-

rolojik süreç şuydu: Nakit parayla ödeme yaparken çoğumuz acı çekiyoruz!

Anlaşma ve Deney

Ödemelerimizi nakit olarak yaptığımızda beynimizdeki nöronlar bir yılbaşı ağacının üstündeki süsler gibi parlamaya başlıyor. İşte bu, paranın bizden ayrılacağını anladığımız ve bundan kaçınmak istediğimiz an oluyor. Tam bu sırada beyin, elinize parayı vermemesi için sinyaller gönderiyor. İsteddiğimiz bir şeyi almak ve nöral acıyı yaşamamak arasında iki arada bir derede kalıyoruz ve bu da işte kaçınmak istediğimiz ânı yaratıyor.

Elimizde bulunan nakit para, vurdumduymaz bir şekilde harcama yapabileceğimiz anlamına gelmiyor aslında. Tam tersine, nakit paranın olması harcama yapmamızı engelliyor. Yani nakit kullanımını ortadan kaldıran bir ödeme sistemi oluşturduğumuzda nöral acıyı, o kaçınmak istediğimiz anı ortadan kaldırmış oluyor ve zihinsel anlamda limitsiz şekilde para harcamanın kapısını da beynimize açmış oluyoruz.

1998’de bir araya gelen iki adamın yapmaya karar verdiği şey de tam olarak buydu işte. O ana kadar iki yabancı olan Max Levchin ve Peter Thiel, Stanford Üniversitesi’ndeki boş bir amfide bir araya geldiler. Buluşma tesadüfen gerçekleşmişti. “Öylesine, döviz piyasası hakkında ücretsiz ders veren Peter Thiel adındaki adamı görmeye gitmiştim,” diyor Levchin. “Amfinin ağzına kadar dolu olacağını düşünmüştüm, fakat gittiğimde sadece altı kişinin katıldığı bir ders olduğunu gördüm. Sonrasında onunla iletişime geçmek de kolay oldu. Yanına gidip ‘Merhaba, şu Max dedikleri adam benim. Beş gündür Silikon Vadisi’ ndeyim ve yeni bir şirket kurmayı planlıyorum. Siz nasılsınız?’ deyiverdim.⁴

O zamanlar Levchin vahşi ve başıboş bir enerji kaynağı gibiydi. Geçmişte birkaç girişimi olmuştu elbette. Ama bunların hepsi de başarısızlıkla sonuçlanmıştı. Ona göre bu tarz işler, tıpkı insanın Las Vegas’daki bir kumar makinesinde gözüne kestirdiği ilk kişiyle

evlenmesine benziyordu. “Vurgun da yapabilirsiniz. Ama her şeyin mahvolması daha büyük bir olasılıktır,” diyordu.

Thiel ise farklıydı. Günümüzde Silikon Vadisi’nin en önde gelen isimlerinden biri olan ve Başkan Trump’ın beyin takımında bulunan Thiel’in, genç kalmak için on sekiz yaşındaki genç kızların kanını içtiğine dair söylentiler dahi var! (Durun, hemen telaş yapmayın; kimsenin kanını filan içmiyor.) Daha 1998 yılında Thiel çoktan farklı bir sebepten ötürü Silikon Vadisi’nde ün yapmaya başlamıştı aslında. Thiel nasıl olacağını bilmemesine rağmen geleceğin kendi ellerinde olduğuna inanıyordu. Thiel, gezegen üzerinde Levchin’in sonu olmayan hırsını paylaşan ve direkt görüşme imkânı olan az sayıdan insandan biri olduğundan dolayı Levchin onunla bir anlaşma yapmak istedi.

Thiel, Güney Afrika’da, kuralların en ufak bir ihlalinde bile öğrencilerin dövüldüğü, oldukça katı yatılı bir okulda büyümüşü. Gençlik yıllarında bile kendisini çoktan, sorgusuz itaate karşı nefret güden bir özgürlükçü olarak tanımlamaya başlamıştı.

1998’de Levchin ile buluştuğunda, emin olduğu tek bir şey vardı: Dünyayı değiştirmek istiyordu. Thiel, Mimetik Arzu Teorisi’ni ortaya koyan Fransız felsefeci René Girard’ın ve “taklidin gerçek yeniliği yok ettiği” inancının sıkı bir takipçisiydi. Ona göre ancak başkaları gibi olmaya çalıştığınız mimetik hapisaneyi yıkarak başarılı olabilirsiniz. Siz sadece kendiniz olmalıydınız, başkalarına ne kadar garip geliyorsa gelsin.

2007’de mortgage krizi başladığı sıralarda Thiel, *Washington Post*’a verdiği bir demeçte, toplum olarak bilim ve teknolojiye çok fazla güvence verdiğimiz ve sonunda hayal kırıklığına uğradığımızı söylüyordu. Ancak olaya mimetik açıdan bakacak olursak yanlış yere güvence vermiştik. Sadece Silikon Vadisi’ndekiler geleceğe sahip olacakken elit teknokrat kesim, bizlere giderek artan varlık üretimine inanmamızı söylemişti. Bu bağlamda mortgage krizi biraz da kendi suçumuzdu.

Levchin, 1998 senesinde Thiel ile görüşmek için o boş amfiye gittiğinde, Thiel dünyayı ele geçirecek mimetik zihniyete sahipti, fakat bunu gerçekleştirecek bir aracı yoktu. Birkaç başarısız girişimin tecrübesine sahipti yalnızca ve şimdiyse ufukta umut vaat eden hiçbir fikri yoktu.

1998’de internet daha yeni yeni ortaya çıkmaya başlamıştı. O yıllarda henüz kimse bunun üzerinden nasıl para kazanılacağını bilmiyordu. Silikon Vadisi’ndeki kutsal kâse, güvenilir bir online ödeme sistemi bulmaktı. Tam da Thiel ve Levchin ikilisinin yapmak istediği şeydi yani.

Levchin, şifreleme konusunda bir dâhiydi, fakat finanstan anlayan kişi Thiel’di ve Levchin’in şifreli bir online ödeme sistemi fikrini sağlama olarak önceki fikirleri gibi duman olmayacağından emin olmak için Thiel’a ihtiyacı vardı. Thiel ve Levchin arasındaki diyalog on dakika bile sürmedi. Confinity adında bir şirket kurmaya karar verdiler.

“Max ve ben zamanımızın çoğunu muhtelif piyasalardaki farklı fikirler üzerine beyin fırtınası yaparak geçirdik,” diyor Thiel. “Sonunda şifreli parayla Palm Pilot cihazları üzerinde bir şey deneme kararı aldık. Bu deneyeceğimiz şeyin dünyanın geleceğini belirleyeceğine inanıyorduk.”⁵

Bu kadar hırslı olmalarına rağmen işin gerçeği şu ki, tıpkı Thiel ve Levchin gibi, o sırada Kaliforniya’nın dört bir yanındaki farklı kafelerde sıra bekleyen binlerce teknoloji girişimcisi vardı. İnternetteki büyük altın yarışında elekten eleğe koşan altın arayıcıları gibiydiler. Bu ikili yalnızca bir açıdan diğerlerinden farklıydı. Palm Pilot’larda kimsenin görmediği bir şeyi görmüşlerdi: hem alım hem de satım yapılabilecek bir iPhone prototipi.

Oradan yaklaşık beş bin kilometre ötede MIT’de Sırp asıllı bir profesörse farklı ödeme yöntemlerinin beynimizde nasıl bir etkiye sahip olduğunu görmek için bir deney yapmaktaydı. Drazen Prelec, insanların para söz konusu olduğunda gösterdiği irrasyonel davranış şekilleri karşısında büyülenmişti. Neden piyango biletleri alıp bir

yandan kendimize sigorta yaptırıyorduk? Çünkü harcama konusunda tutarlı bir yaklaşıma sahip değildik. Bunun yerine Prelec'e göre yaşamlarımız boyunca para konusunda rastgele kurallar ve fikirler üretiyorduk ve bunlar daha sonra beyinlerimizde irrasyonel bir şekilde birlikte yer etmeye devam ediyordu. Marketlerde en ucuz olan markayı tercih ederken sırf otobüsü sevmediğimizden dolayı taksiyi kullanmamız gibi. Ya da ayda bir spa masajı yaptırırken nispeten ucuz olan kozmetik ürünleri tercih etmemiz gibi.

Prelec, nakit kullandığımızda paraya karşı olan bu irrasyonel davranışın nasıl ortaya çıktığını bilmek istiyordu ve bu yüzden beynin nakit ve kredi kartı ile yapılan ödemelere verdiği tepkiyi ölçmeye karar verdi.

Sırp araştırmacı, MIT kampüsündeki beş yüz öğrenciden, biletleri tükenmiş olan bir basketbol karşılaşmasının biletleri için yapılan sessiz bir müzayedede kapalı teklifler vermelerini istedi. Öğrencilerin yarısından nakitle, diğer yarısından da kredi kartıyla ödeme yapması talep edildi. Prelec'in içinde zaten kredi kartı ile teklifte bulunanların daha yüksek miktarlarda teklifler sunacağına dair bir his vardı. Ancak kredi kartıyla yapılan tekliflerin yüksekliği aklını başından aldı. Kredi kartıyla yapılan teklifler nakitle yapılan tekliflerden ortalama olarak iki kat daha yüksekti. Hatta bazıları nakitle yapılan tekliflerin altı katı kadardı. Nakitle teklifte bulunanlar paralarından ayrılmayı reddederken kredi kartı kullanıcıları verecekleri teklif konusunda herhangi bir sınır görmemişlerdi.

Prelec, şaşkına dönmüştü: "Tam bir delilik! Bu, kredi kartından bir dolar harcamanın psikolojik maliyetinin yalnızca elli sent olduğunu gösteriyor." Prelec'e göre bunun nedeni, kredi kartının herhangi bir psikolojik acı neden olmadan alışveriş keyfini yaşıtıyor olması: "Ahlaki yükümlülük bulanıklaşıyor. Tüketirken yapmanız gereken ödemeler hakkında düşünmüyor ve ödeme yaparken de, aslında ne için ödeme yaptığınızı bilmiyorsunuz."

Kredi kartlarının özgürce bir harcama gücü verdiği yönündeki aldanmaya olan inanç oldukça güçlü. Prelec'e göre bu inanç, çoğu

bankamatik kartının üzerinde ayrıca bir kredi kartı logosunun olmasının da sebebi. “Logonun kendisi bile harcama yapmak için güçlü bir teşvik niteliğinde. Tüketicilerin heyecanlanması için kredi kartı logosunu görmesi yetiyor. Tıpkı aç birinin önüne dumanı tüten bir yemek konulması gibi.”

Kredi kartlarının cazibesi aşikârdı ancak Prelec, nakit ödeme sırasından neden bu kadar sorun yaşadığımızı da bilmek istiyordu. Nakit harcamaya olan direnişimizin temeli daha derinlerde bir yerlerde miydi? Prelec, sessiz müzayedede nakitle teklifte bulunan öğrenciler üzerinde MRI taraması yaptırdı. Taramaların sonucunda bulunduğu şey, paranın rotasını değiştirecekti.

Prelec, bir şeyi almak için nakitle ödeme yaptığımızda belirli bir nöral yolun parladığını fark etti. Beynin paradan ayrıldığı ânı algıladığı, ölçülebilir miktarda acı hissettiğimiz saniyenin milyarda biri kadar olan o “kaçınma anını” keşfetmişti. Tam anlamıyla kaybı hissettiğimiz o zaman dilimini.

Deneyde müzayedede sırasında kredi kartıyla teklifte bulunanlar böylesi bir acıyı değil yalnızca alışveriş yapmanın verdiği hazzı yaşamışlardı. Prelec’in keşfi çok geniş kapsamlı etkilere sahip olacaktı. Nakit kullanımının harcamanın önünü açmadığını ancak bilfiil harcamayı engellediği sonucuna vardı. Nakdin ortadan kaldırılması ve ödemenin anında gerçekleştirilmesiyle beynin acıyı algılayacak vakti olmuyordu. Limitsiz bir şekilde harcama yapmak üzere özgür bırakılıyorduk çünkü yapılan işlem beynin takip edemeyeceği kadar hızlı gerçekleşiyordu.

Peter Thiel ve Max Levchin Silikon Vadisi’nin kutsal kâsesini kırmaya, şifreli bir ödeme sistemi geliştirmeye çalışıyorlardı. Prelec ise gerçek kutsal kaseyi çoktan keşfetmişti. Bunu gerçekleştiren internetin de sahibi olacaktı.

Sahnenin Solu: Işıklar *Demir Adam*’da

2000 yılında, Confinity kurulduktan bir yıl sonra Levchin ve Thiel, Prelec’in ödeme ve nöral acı üzerine yürüttüğü çalışmanın

önemini anlayan başka bir girişimci olan Elon Musk ile bir araya geldiler. Musk, tıpkı Thiel gibi başkalarının görüşlerine açık, vizyon sahibi biriydi. Yirmi yıl sonrasındaysa artık, gezegen çapında bir göç ile insanlığı küresel ısınmadan kurtarmak ve Mars'ı kolonize etmek için elinden geleni ardına koymayacak olan adam olarak tanınıyor. Hatta Musk, *Demir Adam* serisindeki Tony Stark karakterinin sinema halinin bazı özelliklerine de esin kaynağı oldu.

Thiel gibi Musk da Güney Afrika'da büyümüştü ve yine Thiel gibi çocukluğunda yaşadığı bir travmadan dolayı kendisine oldukça hırslı, otorite karşıtı bir kimlik oluşturmuştu. Musk'ın eğitim gördüğü okuldaki istismar o kadar kötüydü ki bir defasında yediği dayak sonrasında bayıldığı için hastaneye kaldırılması gerekmişti.⁷

Musk, 2000'de ilk ticari girişimi olan Zip2'dan elde ettiği birikimi, Thiel ve Levchin'in kurduğu Confinity'ye ortak olmak için kullandı. İkilinin vizyonunu paylaşıyordu. Musk'a göre, Confinity şifreli güvenli ödemeyi bulduğu takdirde, limitsiz harcama krallığının kapısını açan anahtar ellerinde olacaktı. Ancak bunu tüketicilere nöral acıyı ortadan kaldırmanın bir yöntemi olarak satmak için, yani Silikon Vadisi'ndeki diğer zeki ve küçük teknoloji şirketleri tarafından çalınmadan gezegeni ele geçirecek bir dünya markası haline gelebilmek için, oldukça önemli bir şeyi yapmaları gerekiyordu: Tüketicie ödemenin anında, sadece "bir tık ötede" olduğu vaadini vermeliydiler.

Thiel, müthiş derecede zeki ve paradan anlayan biri olan Jack Selby adındaki bir adamı Wall Street'ten getirtti. Ben Selby ile San Francisco'da, George Lucas'ın ofisinin hemen bitişiğinde olan ofislerinde buluştum. Yirminci yüzyıl İskandinavı'nın mobilyalarıyla ve raflarında Kierkegaard, Ayn Rand, Marx gibi düşünürlerin yapıtları ile Donald Trump'ın bütün eserlerinin sıralı olduğu kitaplıklarla döşenmiş devasa bir ofisti bu.

Jack, *Muhteşem Gatsby* hikâyesinin esas kahramanı gibi arkaya taranmış saçları ve ezilmiş tekne ayakkabılarıyla sanki yatını yeni

demirlemiş gibi (aslında uçağını yeni indirmişti) zarafetle ofise girdi: “Sanki her şey öylece yapılmış, her şey oldubittiye gelmiş gibi, anlatıyorsun,” dedi Jack. “Bu tür hikâyeler uyduruluyor tabii. Aslına bakarsan başarılı olup olmayacağımız pamuk ipliğine bağlıydı. Son derece riskli bir işti bu.”

“Ancak Peter bir dâhiydi ve bütün bu *noktacom balonu* patlamadan önce çalışmaya koyulmamız gerektiğini fark etti. Balon patladıktan ve başarısız olanları ıskartaya çıkardıktan sonra geride ayakta kalmayı başaranların ileride devler olacağını biliyordu. Biz de ayakta kalanların arasında olmak istedik.”

Yeni şirketlerinin adını PayPal koydular, vaatleriye “bir tık ötenizde”ydi. İnternetin kapılarını sonuna kadar açacak anahtar artık bu dört adamın elindeydi. Bir yıl sonra, 2002 yılında, PayPal eBay ile 1,5 milyon dolar değerinde bir anlaşma yaptı. İnternet üzerinde artık PayPal aracılığıyla alışveriş yapılabilecek bir piyasa da vardı ve eBay’deki bütün müzayedelerinin %70’inde artık PayPal ile ödeme kabul ediliyordu. PayPal’ın kurucuları Silikon Vadisi’nde birer efsane haline gelmişlerdi. Dörtlü daha sonra “PayPal Mafyası” olarak adlandırılmaya başlandı. Hatırlatmam karşısında Selby, Gatsby gibi gülümsedi. “Evet, bize öyle derlerdi.”

Drazan Prelec’in MIT’de nakit ile nöral acı arasındaki ilişki üzerinde yürüttüğü çalışma aslında, uçsuz bucaksız, şaşalı ve zincirinden boşanmış yeni bir online ödeme dünyasına girmekte olduğumuz konusunda bize uyarı niteliğinde olmalıydı. Bunun yerine Prelec’in çalışması nakdin ölüm fermanını vermişti. Prelec’e göre nakit ile aramızdaki ilişki, ayağımızı yorganımıza göre uzatmamızı sağlayan tek bağdı. “Ne kadar boyumuzdan büyük harcamalar yaptığımızı öğrenmek ister misin?” diye sordu Prelec bulduğumuzda. “Bir haftalığına sadece nakit kullanmayı dene. Mortgage’ını nakitle öde. Binlerce dolardan oluşan bir dağ göreceksin. Paraya bakışın asla bir daha eskisi gibi olmayacak.” dedi.⁸

Halka Kredi Kartı Vermek, “Diyabeti Olana Şeker Vermek Gibidir”

“Elverişli” olmasından dolayı kredi kartı kullanımını nakit kullanımına tercih etmenin teşkil edeceği tehlikeler karşısında bize ilk uyarıları yapan Prelec değildi. Yalnızca ticari alanlarda kullanılan kredi kartları 1950’li yıllarda halkın kullanımına sunulmaya başlanmıştı. Alım satım işlerinde nakitten daha çabuk ve etkili oldukları vaadiyle dağıtılıyorlardı. Tüketici için asıl çekici olan yanlarıysa büyük bir servete sahip olduğunuz yanılığını verirken, dileğinizi gerçekleştirecek bir cin ya da bir sihir numarası olmadan yalnızca bir kartı okutarak istediğiniz yeni bir koltuğu, bir deri montu veya arabayı büyümlü bir şekilde ayağınıza getiriyor oluşlarıydı.

American Express için çekilen ilk reklamlarda, güler yüzlü bir işadamı, havalı bir şekilde kredi kartını cebinden çıkarıyor ve elindeki, sanki bir çeşit VIP ID kartıymış gibi etkileyici bir şekilde karşısında nefes nefese kalmış olan hostese uzatıyordu. Kredi kartları, başarısız orta kademe yöneticileri James Bond’lara dönüştürüyordu. Gerçek olamayacak kadar iyiydi. Ki gerçekte hiç alakası da yoktu zaten.

Kısa bir süre sonra en yüksek hükümet kademelerinde de konuya ilişkin endişeler dillendirilmeye başlandı. Başkan Johnson’ın Tüketici İşleri Özel Asistanı Betty Furnace, kredi kartlarının sunduğu umudun büyük bir yanılgıdan başka bir şey olmadığını düşünüyordu. 1967’de “borçlanmaya yatkın” olan halka kredi kartı verilmesinin “diyabeti olana şeker vermek” kadar sorumsuz olduğu yorumunda bulunacaktı.

Ama halk gerçekten “borçlanamaya yatkın” mıydı? Kitleler ve özellikle yoksullarla ilgili en yaygın düşünce, para ve bütçe yönetimi konusunda yetersiz oldukları ve bu sebepten ötürü güvencesiz hayatlarını daha “idare edilebilir” hale getirmeye “yardımcı olacak” yeni teknolojileri talep ettikleri inanışıdır.

Gerçek aslında bunun tam tersidir. Yoksullar para yönetimi konusunda geriye kalan herkesten daha katıdır. 1950’lerde kulla-

nılmaya başlanan kredi kartlarından günümüzde kullanılan mobil paraya kadar, ortaya çıkan her yeni ödeme yöntemiyle birlikte yeni teknolojiler iddia ettiklerinin tam tersini yaparak kullanıma girdiler. Kitlelere “para idaresi” konusunda “yardımcı olmak” yerine, insanların daha çok borçlanmasına sebep oldular.

2016’da ortalama bir Amerikan ailesinin 16.061 dolar kredi kartı borcu vardı.⁹ Amerikan nüfusunun %70’i en azından bir kredi kartına, %50’si iki kredi kartına, %10’uysa üç taneden fazla kredi kartına sahipti ve bir ailenin ortalama 40.000 dolar kadar borcu vardı. İngiltere’deki borç miktarı da farklı değil ve bu miktar artmaya da devam ediyor. 2016’nın son çeyreğine gelindiğinde ortalama bir İngiliz ailesi son üç yılda, daha önce tarihte benzerine rastlanmamış bir şekilde borca batmıştı. Ekonomik yükselişin başladığı 1950’li yıllarda halk, ileride geri ödenmesi şartıyla borçlandırılmaya teşvik ediliyordu. 1980’li yılların ortalarında kredi kartları taksit yapmak için kullanılmaya başlandı ve 1990’lı yıllara gelindiğinde adını yazıp altına imza atabilen herhangi biri kredi kartı sahibi olabiliyordu. Hatta köpek sahipleri, evcil hayvanlarının adını kullanarak kredi kartı alabiliyorlardı, çünkü hiç kimse kartın kime gönderildiğini kontrol etmeye tenezzül etmiyordu. Borcun geri ödenmesi gereken bir kavram olduğuna dair bütün anlayış ortadan kaybolmuştu. Bunun yerine borçlanma, bir yaşam tarzı haline gelmişti.

Her geçen gün kullanımı daha kolay ve daha hızlı hale gelen kredi kartlarından dolayı, daha yüksek miktarda borçlanmayı normal karşılamaya başladık. Her ekonomik durgunlukta (1980’li ve 1990’lı yılların başları ve 2007 sonrası) kredi kartları kendilerine, insanların hayatta kalmalarını sağlamak gibi yeni bir rol edindi.

Kredi kartları artık ısınmak, karnımızı doyumak ve aylık kiramızı ödemek için kullandığımız bir geçim aracı oldu. Borç ayrıca hükümetlerin, kredi kartıyla yapılan tüketici harcamalarını GSYİH’ye ekleyerek “kalkındıklarını” göstermek için kullandıkları bir yöntem haline de geldi. Aynı zamanda, sahte bilançonun ger-

çekmiş gibi gösterilerek durağan bir ekonominin yükseliyormuş gibi gösterilmesinde de politik bir rol oynuyor.¹⁰

Sahne eBay’de: Webin Bir Satış Makinesi Haline Getirilmesi

PayPal, eBay ile 2000’deki o anlaşmayı yaptığında amaç oldukça basitti: İnternetin varlık sebebini tanımlamak. Anlaşmanın yapıldığı tarihe kadar Web 1.0; sadece akademik camia, hükümet ve askeriye için fikir alışverişi için kullandığı statik bir forum sayfasından ibaretti. Ancak Web 2.0 ile birlikte internet, bağlantısı olan her insanın beslediği, genişlettiği ve zenginleştirdiği yaşayan bir varlık haline geldi.

Bu yeni ve yaşayan internetin kullanıcılara verdiği “güçlendirme”, “merkezsizleşme” ve “ulaşılabilirlik” gibi görkemli vaatlerin altındaysa acı bir gerçek yatıyordu: PayPal, Web 2.0’ı devasa bir otomat haline getirecekti.

eBay’le yapılan anlaşmadan sonra, Web 2.0’ın ilk büyük başarısı olan internet aldı başını yürüdü. eBay’in sahibi Pierre Omidyar şimdilerde toplumdan elini eteğini çekmiş bir şekilde vaktini Honolulu’daki bir kumsalda, online araştırmacı gazetecilik yapan Honolulu Civil Beat’e yatırım yaparak geçiriyor. Omidyar, 1998’de otuz bir yaşındayken eBay’i kurmuştu. O zaman anlatılanlara göre eBay, üzerinden Pez drajeleri için kullanılan şekerliklerin satılmasının amaçlandığı spekülâtif, kumarvari bir girişimdi. Ama aslında, Omidyar tam olarak ne yapacağını biliyordu.

eBay ile birlikte Omidyar bilinçli bir şekilde, ilk kez iki bin yıl önce paranın kullanılmaya başlandığında ortaya çıkan hareketli piyasayı tekrar oluşturmuştu. Fiyatların sürekli değiştiği pazar odaklı bu alanda her şey mübadeleye açıktı.

Günümüzdeyse her teknoloji platformu bir pazaryeri haline geldi. Bilgi için Google, ulaşım için Uber, konaklama için Airbnb ve gıda için Deliveroo kullanılması gibi. Ancak bu dijital devlerin ilki eBay’di. Ayakkabı ve eşyalardan tutun da konser biletlerine,

süpürgelere, tatillere, cinselliğe, eski kameralara, yedek insan organlarına ve hatta istenmeyen kocalara kadar envai çeşit döküntüyle doldurulacak boş bir alandı.

eBay, kapitalizmin en saf haliydi. Müşterinin aksine satıcının piyasayı kontrol ettiği ve mal değerinin tamamen alıcının belirli bir ürüne ne kadar ödeme yapmak istediğine göre belirlendiği devasa bir ticaret merkeziydi. İlanlar akıl almazdı: Papa'nın şapkasına benzediğinden dolayı 1.209 dolara satılan bir Doritos (üzerinde Meryem Ana'nın yüzünün olduğu kızarmış peynirli dürümü alan kişi tarafından satın alındı). Kurt Cobain'in sandalyesi. Britney Spears'ın çiğnediği sakız, 55.000 dolara satılan kavanozdaki hayalet. Birinin alınının reklam alanı olarak kiralanması ve belki de ilanların en dokunaklısı; yalnızca 3,26 dolara satılan yaşamın anlamı.

Bütün ülkeler eBay kullanıyor. Örneğin Avusturalya nüfusunun %60'ı online alışverişte eBay'i tercih ediyor. Avusturalya ayrıca arktik dairede yer alan Jan Mayan adındaki, on sekiz kişilik nüfusa sahip küçük bir Norveç adasının en çok ticaret yaptığı ülke. Küçük adanın sakinleri 2014 yılında Avusturalyalı eBay satıcılarından toplamda yirmi altı ürün satın aldı. Buysa Avusturalya'da kişi başına düşen ihraç ürününden sadece bir adet daha fazla.¹¹

eBay, nakit paranın sunmadığı bir şeyi, online müzayedenin bağımlılık yapıcı heyecanını sunuyordu. Kumar oynandığında yaşanan adrenalin patlaması gibiydi. Bununla karşılaştırıldığında nakit kullanımı sönük kalıyordu. Online alışveriş, online kumarla aynı yıllarda, 2000'lerde hızla yayılmaya başladı. Her ikisi de aynı şeyi, artık herhangi bir kısıtlama olmadan kapalı perdelerin ardında keyfine bakmanın sarhoş edici kalitesini sunuyordu.

Antropolog Benjamin Barber'e göre online alışveriş, "anında hazzın sağlandığı bir şeker dükkânının" kapılarını araladı. Yetişkin tüketiciye çocukmuş gibi davranarak, hepimizi çocukluğumuza geri döndürdü. "Bir çocuk, 'Şunu istiyorum! Şimdi istiyorum, şimdi!' dediğinde ebeveyni, çocuğa 'hayır' cevabını verebiliyor. Ancak benzer bir davranışı online alışveriş sırasında bir yetişkin gösterdiğinde,

onu durdurabilecek hiçbir şey olmuyor.”¹² Para elimizden çıkarken yaşadığımız nöral acı ortadan kalkıyor ve bizi sınırsız bir şekilde alışveriş yapmaktan alıkoyacak hiçbir şey kalmıyor. Ebeveyn figürü ortadan kaldırılıyor.

Yeni Para Birimi Sizensiz

Elinize on pound ya da bir dolar verecek olsam, bu alışverişten hiç kimse kazanç sağlamaz. Para sadece el değiştirmiş olur. Ancak ödemeyi online olarak yaparsam birilerinin bu ödemeyi mümkün kılması gerekir. Aramızdaki bu boşluk, para kazanılabilecek bir alana dönüşmüş olur.

Facebook, Apple, Google, Amazon ve Microsoft gibi teknoloji devlerinin hepsi bu alana sahip olmak istiyor. Paranın kendisine sahip olmayı ve sonrasında bireyleri yeni para birimi olarak tanımlayarak paranın anlamını baştan yazmayı istiyorlar.

Bu alanı değerli kılan, alışverişin gerçekleştirilmesi için yapılan ödenen bedel bile değil. Ödeme işlemleri artık ücretsiz sağlanıyor. Bu alanı değerli hale getiren veri madenciliği (*data mining*) ile şahsınıza ait bilgilerin ele geçirilebiliyor olması. Bilgilerimiz, yaptığımız herhangi bir işlemde ödediğimiz gizli bedel haline geldi. Bu bedeli de gönüllü bir şekilde ödüyoruz, çünkü nakit parayı başkasına vermek istemiyoruz. Bunun yerine hayatımıza dair en küçük detayları başkalarına veriyoruz: O anki ruh halimize uygun olan neşeli veya melankolik şarkı listesinden hangisini dinliyoruz? Çin mutfağını mı yoksa Hint mutfağını mı tercih ediyoruz? Heteroseksüel mi homoseksüel mi yoksa mormon muyuz? Sörf mü yoksa örgü yapmayı mı seviyoruz? Dikkat eksikliğinden mi muzdaribiz? Tatile Karayipler’e mi yoksa Canvey Adası’na mı gidiyoruz?

Elde edilen bu bilgiler 2016’da, Brexit referandumunda ve ABD başkanlık seçiminde dengeleri değiştirme potansiyeline sahip seçmenlerin profillerini öne çıkarmak için kullanıldılar ve oylamaların seyrini değiştirdiler de. 2017’de İngiltere’de gizlilikle ilgili gözlemci bir kurum, kişisel verilerin seçim kampanyaları üzerindeki tesirini

öğrenmek için kapsamlı bir inceleme başlattı. Avrupa Birliği'nden çıkış politikasının destekleyicisi Cambridge Analytica, daha önce benzeri görüşmemiş bir keskinlikle oy verenleri hedef aldı. Bu çalışma olmadan hiçbir seçim kampanyası, hele başa baş olanları, başarılı olamazdı.

Eleştirmenler yapılan veri madenciliğinin bir gizlilik ihlali olduğunu savunuyorlar, fakat halkın aynı endişeyi paylaştığını söylemez zor. Tıpkı 2015'te *Harvard Business Review*'de belirtildiği gibi: "Araştırmalarımız tüketicilerin gözlem altında olduklarının farkında olduklarına işaret ediyor... (ancak) tüketiciler veri paylaşımının; hayatlarını kolaylaştıran ve daha eğlenceli hale getiren, kendilerini eğiten ve tasarruf etmelerini sağlayan ürün ve hizmetlere ulaştırmasından memnunlar."¹³ Bilgilerimizi başkalarına veriyor olmamız hiç de umurumuzda değil. Sağlığımızla ilgili konulara gelince veri madenciliği konusundaki endişelerimiz artıyor. Tesadüf o ya, teknoloji devlerinin en çok ilgilendiği alan da tam olarak sağlık alanı.

2007'de her şeyi değiştiren ve bu yeni dünyanın miladı olan bir şey yaşandı. Bankacılık sistemi çökmeye başlamıştı ve iPhone piyasaya sürülmüştü. Mortgage krizi, yüzyıllardır paranın dalgalanmasını ve akışını kontrol eden bankaların bakımsız daireler gibi yıkılmaya başlamalarına sebep olacak bir bombanın fitilini yakmıştı.

Bu finansal kurumlar yüzyıldan uzun süredir ekonomik yükseliş ve düşüş döngüsü üzerinden kazanç sağlıyorlardı. Wall Street Krizi'nden Glass-Stiegel ve regülasyona, Reagan ve re-regülasyondan Mortgage Krizi'nin gizli tetikleyicisi olan 1990'larda yaşanan ekonomik durgunluğa her şeyden yararlanmışlardı. Kısa bir anlığına savunmasız kaldıkları zamansa başkaları yerlerini hemen dolduramazlardı. Teknoloji devleri iş başındaydı.

Bu devler kendilerini "teknoloji" şirketleri olarak tanıtıyor, ancak teknoloji, yeni bankalar olmak için kullandıkları bir paravandan ibaret sadece. Eski bankaların çöküşe geçmesiyle de bu fırsatı yakalamış oldular.

2008’de iPhone, alışverişi bilgisayardan telefona taşıdı ve parayı bankaların egemenliğinden çıkararak gücü teknoloji şirketlerinin eline veren ilk adımı atmış oldu. Teknoloji şirketleri önce alışverişi, daha sonra para yönetimini ve finansal hizmetleri tekellerine alacak ve en sonunda da yeni bankalar haline geleceklerdi. Ancak aşılması gereken ilk basamak alışveristi ve bunun içinse *uygulama* adını verdikleri yeni bir silahları vardı.

Steve Jobs ilk başta olayı anlayamamıştı. Jobs’un ilgisini üçüncü taraf uygulamalara çeken ve iPhone’un gerçek potansiyeliyle neler yapılabileceğini gösteren, John Dooer adındaki bir risk sermayedarının ve iPhone’u kırmaya çalışan “jail-break” hacker grubunun çalışmaları oldu. Jobs, web uygulamaları konusunda oldukça katıydı, ancak iPhone çikalı daha bir yıl olmadan Special iPhone Roadmap Event’te yüz seksen derecelik bir dönüşün altına imzasını attı. Geliştiriciler artık yerel iPhone uygulamaları oluşturabilecek ve bunları App Store adı verilen bir platform üzerinden satabileceklerdi.¹⁴

Üçüncü parti uygulamaları, Apple’ın kurucusunun, “arada bir her şeyi değiştiren bir teknolojik gelişme olur” şeklindeki yorumunu haklı çıkarmış oldu. Uygulamalar iPhone’un yalnızca olağanüstü bir başarıya ulaşmakla kalmayıp günümüzün en önemli buluşu haline gelmesinde başrolü oynadı.

Apple, online işlemler sırasında her şeyin gerçekleştiği yeni Ay’a bayrağı ilk diken oldu. Bu alanın kapısını araladığınızda, sonsuz bir veri âlemine adım atmış oluyordunuz. Daha önce yaptığınız satın alma işlemindeki veriler, örümcek ağlarına benzer dijital ağlarla sizin, ailenizin ve tanıdığınız herkesin satın alma işlemlerine bağlanıyordu. Çoktan yapılmış olan alım işlemlerin ötesinde algoritmik tavsiyelerin sonucunda belirlenmiş, bilmeniz gerektiği halde o ana kadar bilmediğiniz, şahsınızın, ailenizin ve bütün sevdiklerinizin yalnızca otuz saniye içinde gerçekleştireceği yapılmayı bekleyen alım işlemleri vardı.

Bütün devler bu alana hâkim olmak için yarış halindeydi. Bu yarışın ne kadar kıyasıya olduğunu görmek içinse Apple'ın 2014'te Chase ile yaptığı Apple Pay anlaşmasına bakmak yeterli.

Bir fikir olarak ortaya atıldığından beri bu anlaşma oldukça gizli bir projeydi. Proje, çalışanlardan biri tarafından “kod adı çılgınlığı” olarak nitelendirilmişti. Kredi kartı şirketlerinin Apple için kullandıkları ve Apple'ın da kredi kartı şirketleri için kullandığı kod adları vardı. Örneğin Visa'da projeye dahil olmayan çalışanların dikkatini dağıtmak için projeye alakası olmayan bir ticari elektronik şirketinin adı kullanılmıştı.

2013 yazında Apple, gizli projesinde yer almaları için en büyük beş bankayla, paranın eski sahipleriyle, projede yer alan diğer bankaların adlarını saklı tutarak anlaşmaya oturdu. ABD'deki en büyük kredi kartı şirketi olan JPMorgan, San Francisco'da penceresiz bir konferans salonunda bir komuta merkezi kurdu. Proje üzerinde çalışan 300 JPMorgan çalışanından yalnızca 100'ü Apple ile ortaklaşa iş yaptıklarını biliyordu.

9 Eylül'de, JPMorgan Chase'in finans direktörü Marianne Lake New York'da sahneye çıktı ve işaretin gelmesini bekledi. Yaklaşık üç bin kilometre ötede Apple CEO'su Tim Cook, Kaliforniya'daki sahneye çıktı ve asistanına dönerek başını salladı. Apple ve JPMorgan zamanlamanın, piyasadaki rakiplerini hazırlıksız yakalamanın ve bunun yanında teatral bir hava oluşturmanın her şeyden daha önemli olduğuna inanıyordu.

Saatler 11.35'i gösterirken Tim Cook sürpriz haberi verdi. Apple kullanırken bir bedel ödemeyeceğiniz, ancak dünya üzerindeki her mağazanın ve online alışveriş şirketinin aboneliği olacağı bir ödeme sistemini devreye sokuyordu. “Apple Pay” adında yeni bir para birimidir bu. New York'da Marianne Lake'in vekillerinden biri çantasından yeşil bir elma çıkarıp önündeki masaya bıraktı. Marianna Lake'in beklediği sinyal buydu. Başını salladı.

“Ee,” dedi Lake, “oldukça heyecanlıyız.”¹⁵

Londra’da anlaşmanın yapılmasında hayati bir rol oynayan bir beyefendiyle buluştum ve anlaşmayı nasıl başardıklarını sordum. “Bütün gemilerin ufuktan aynı anda geçmesini sağlayarak. Gerçekten zordu,” dedi adam. Masaya konan yeşil elma sinyalinden bahsettiğimdeyse, “Aa! Ondan haberim yoktu,” cevabını verdi. Kimse ona yeşil bir elmadan bahsetmemişti.

Bu bir ‘sarsıntı’ değil, yüzyılı aşkın süredir paranın bütün kontrolüne sahip olan şirketlerin tahtını titreten bir ‘depremdi.’ Mastercard Genel Başkan Yardımcısı James Anderson, Chase-Apple Pay anlaşmasının “diğer ödeme ağlarına saygı duymadığını” belirtti.

Anderson’ın bu yorumla söylemek istediği Apple Pay’in aslında büyük bankaların ve kredi kartı şirketlerinin gelir akışına saygı duymadığıydı. Apple ve Chase, ABD’nin ek köklü finansal kurumlarının ön önemli gelir kaynağına çöreklenmişlerdi.

Daha da önemlisi Apple bu hizmeti herhangi bir ücret talep etmeden verecekti. Üzerinden para kazanılan online işlemlerdeki o alandan, artık boş olduğu için para kazanılamıyordu. Apple rakiplerini iyice geride bırakmak için bu alanı kasıtlı olarak boşaltıyordu. Neden mi? Çünkü bu alan, işlemlere yapılan ücretlendirmeler üzerinden kazanılan paradan dolayı değil de yeni paraya, yani şahsi bilgilerinize ulaşım sağladığı için önemliydi. Bu artık yeni para birimiydi.

Olay Silikon Vadisi’nde Değil Afrika’da

Aralık 2016’da Facebook CEO’su Mark Zuckerberg verinin para yerine geçtiği bu yeni dünyada kendine yer edinmek istiyordu. Zuckerberg’in uçağı Kenya’ya iniş yaptı. Sırf Apple gibi geleceğin, online işlemler için kesilen ücrette değil de işlem sırasında elde edilen veride olduğunu bildiğinden değil; buna ek olarak kazanmaya giden yolun Silikon Vadisi ya da Wall Street’te değil, aksine Orta Afrika’da olduğunu düşünüyordu.

2007’de ülke vatandaşlarının bir telefonda diğer telefona direkt para transferi yapmasını sağlayabilen M-Pesa adında bir uygulama,