**# Uçurum İçgüdüsü**

İnsanlar, her şeyi hayali bir uçurum ile ikiye ayırma eğilimindedir.

İki tür ülke, iki tür insan, iyiye karşı kötü ya da zengine karşı fakir...

Bu hep böyledir.

Halbuki dünya değişiyor.

Günümüzde ülkeler ve insanlar arasında büyük uçurumlar kalmadı.

Gelir düzeyi, turizm, demokrasi, eğitim, sağlık gibi konulardaki grafiklerin hepsi aynı şeyi anlatıyor: dünya bir zamanlar iki parçadan oluşuyordu; ama artık öyle değil.

Bugün çoğu insan ortada bir yerde yaşamaktadır.

Batı ve diğer ülkeler arasında ya da zengin ile fakir arasında ciddi uçurumlar kalmamıştır.

Düşük gelirli ülkelerde bile, çoğu insanın yeterince yiyeceğe ve iyileştirilmiş suya erişimi vardır.

Çocukların çoğu aşılıdır ve kız çocukları okula gidebilmektedir.

İsveç ve Amerika'daki insanlara, "dünya nüfusunun yüzde kaçı düşük gelirli ülkelerde yaşamaktadır?" diye sorulmuştur.

Ortalama tahmin %59 çıkmıştır.

Oysa gerçek rakam %9'dur.

Günümüzde, dünyada sadece %9'luk kesim düşük gelirli ülkelerde yaşamaktadır.

Bunun yanında, bu ülkelerde durum genelde düşünüldüğü kadar vahim değildir.

Bu ülkeler tahmin edilenden daha fazla gelişmiş durumdadır.

Geriye kalan insanların çoğunluğu ise orta gelirli ülkelerde yaşamaktadır.

Bölünmüş zihniyet bu kategoriyi kabul etmez; fakat gerçek budur.

İnsanların %75'i tam uçurum olması gereken yerde, ortalarda bir yerde yaşamaktadır.

İnsanların %91'i orta ve yüksek gelirli ülkelerde yaşamaktadır.

Bu hümanistler için kutlanması gereken bir durumdur.

Diğer yandan, küresel ticaret için bu çok önemli bir veridir.

Dışarıda, hayatlarını iyileştirmek isteyen 5 milyar potansiyel müşteri bulunmaktadır ve firmalar bu kesimin "yoksul" olduklarını düşünürlerse, büyük bir iş potansiyelini kaçırmış olurlar.

**# Olumsuzluk İçgüdüsü**

Son yirmi yılda, dünyada aşırı yoksulluk içinde yaşayan nüfusun sayısı yarı yarıya azalmıştır.

Oysa, yapılan ankette, bu soruya doğru cevap verenlerin sayısı %10'un altında kalmıştır.

Sadece yirmi yıl önce, dünyadaki aşırı yoksul oranı %29 iken şu an %9'dur.

Fakat; insanlar umutsuz ve moralsiz.

Çünkü; televizyonda sürekli aşırı yoksul insanları görüyorlar ve hiçbir şey değişmiyor diye düşünüyorlar.

1800'lerde, İsveçliler açlıktan ölürken ve İngiliz çocuklar kömür madenlerinde çalışırlarken ortalama yaşam süresi ortalama 30 yıldı.

Dünyada bebeklerin yarısı çocukluk döneminde hayatını kaybediyordu.

Diğer yarısı ise; 50-70 yaşları arasında hayata veda ediyorlardı.

Bugün ise; dünyada ortalama yaşam süresi 72 yıldır.

Son yıllarda birçok alanda, dünya müthiş bir hızla iyiye gitmeye devam etmektedir.

Yasal kölelik, petrol sızıntısı, güneş panelleri maliyeti, HIV enfeksiyonları, çocuk ölümleri, savaş ölümler, idam cezaları, uçak kazası ölümler, çocuk işçi sayısı, ozon delinmesi, açlık seviyesi, kadınların oy hakkı, yayımlanan makale sayısı, okuryazarlık, demokrasi, elektrik erişimi, gözlemlenen türler bu alanlardan bazılarıdır.

Tüm bunlara rağmen, insanlardaki "dünya kötüye gidiyor" algısı olumsuzluk içgüdüsünden, yani kötüyü iyiden daha fazla fark etme içgüdüsünden kaynaklanmaktadır.

Bu konuda üç şey öne çıkar; geçmişin yanlış hatırlanması, gazeteci ve aktivistlerin seçici aktarımları ve bir şeyler kötüyken iyiye gittiğini söylemenin kalpsizlik olduğu duygusu...

İnsanlar her gün, dünyanın dört bir yanından savaşlar, kıtlık, doğal afetler, yolsuzluklar, felaket senaryoları, terör eylemleri gibi olumsuz haber bombardımanına maruz kalıyor.

Düşmeyen uçakların ya da başarılı geçen hasatların haberini yapan bir haberci, işini kısa sürede kaybedebilir.

Kademeli iyileşme haberleri, birçok insanı olumlu yönde etkilese bile gazetelerin ön sayfalarında yer bulmaz.

Öte yandan, aktivistler ve lobiciler, bir şey genel anlamda iyiye gidiyor olsa bile, o alandaki ani bir düşüşü dünyanın sonu gibi lanse ettirirler.

Bunların sonucunda, sürekli yaşanılan bozulma yansıması insanları gereksiz bir strese ve umutsuzluğa sürükler.

Factfulness, olumsuz haberler aldığında bunun farkına varmak ve kötü olayların insanlara ulaşmasının daha olası olduğunun bilincinde olmaktır.

İşler iyiye giderken genellikle insanların haberi olmaz.

Olumsuzluk içgüdüsünü kontrol etmek için kötü haberlere hazırlıklı olunmalıdır.

Bir durum hem kötü hem de eskisinden daha iyi olabilir.

Pembe gözlüklerle bakılan geçmişe karşı temkinli yaklaşılmalıdır.

**# Düz Çizgi İçgüdüsü**

İnsan nüfusu, on binlerce yıl boyunca artarak 1800 yılında bir milyara ulaşmıştır.

Sonra bir şey olmuştur.

Sonraki bir milyar, sadece 130 yıl sonra gelmiştir ve nüfus iki milyara çıkmıştır.

Ardından, yüz yıldan kısa bir zamanda nüfus yaklaşık beş milyar daha artmıştır.

İnsanlar, böyle bir artık gördüklerinde genelde kaygılanırlar ve nüfusun öylece arttığı, bunun hep devam edeceği yanılgısına düşerler.

Bu düz çizgi sezgisinden kaynaklanmaktadır.

Bu sezgi, araba kullanırken ya da üzerinize atılan bir taştan kaçarken işe yarayabilir.

Ancak, modern hayatta her zaman güvenilir değildir.

Bugün dünya nüfusu, yaklaşık 7,6 milyar insandan oluşmaktadır (2016 itibariyle) ve bu sayı süratle artmaktadır.

Fakat tüm bunlara rağmen, büyüme hızı şimdiden kesilmeye başlamıştır.

2100'lerde bu sayının 10-12 milyar arası bir rakama oturması ve düzleşmesi öngörülmektedir.

2100'lerde oluşacak bu artış ise, o tarihlerde şu ankinden daha fazla yetişkin olmasından kaynaklanacaktır.

Daha fazla çocuk ya da yaşlı değil; daha fazla yetişkin...

1948 yılında, kadınlar ortalama beş çocuk dünyaya getirmekteydi.

1965 sonrası, bu sayı hiç olmadığı kadar azaldı.

Son elli yılda inanılmaz bir düşüş yaşayan bu rakam %2,5'un da altına indi.

Artık küçük aile çiftliklerinde işçi olarak çalıştırılacak fazla çocuğa ihtiyaç yok.

Ayrıca çocuk ölümlerine karşı fazla çocuk yapmaya da ihtiyaç kalmadı.

Kadınlar ile erkekler eğitim alıyor ve iyi eğitim alacak az sayıda çocuğa sahip olmak istiyorlar.

Daha az seks yapmadan bunu gerçekleştirecek harika doğum kontrol yöntemleri de bu konuda ailelere büyük fayda sağlıyor.

İnsanlar aşırı yoksulluktan kaçmaya devam ettikçe, daha fazla kadın eğitim aldıkça ve doğum kontrol yöntemleri hakkında daha fazla insan bilgi sahibi oldukça kadın başına düşen bebek sayısı düşmeye devam edecektir.

fazla bir şey yapmaya gerek yok.

İsnanlar zaten yaptıkları şeyi, gelecekte biraz daha fazla yapmaya devam etmeliler.

Factfulness, bir çizginin düz bir şekilde uzayacağı yanılgısını fark etmek ve bu olaya aslında çok nadir rastlandığını hatırlamak demektir.

Düz çizgi içgüdüsünü kontrol edebilmek için, eğrilerin farklı şekillerinin de olduğu hatırlanmalıdır.

**# Korku İçgüdüsü**

İnsan, korktuğu zaman hiçbir şeyi net göremez.

Hiçbir insan, var olan bütün bilgiyi tüketme kapasitesine sahip değildir.

Burada önemli olan, bilginin hangi parçasının kullanılacağıdır.

İşlemeye en yakın görülen bilgi türü hikayelerdir.

Başka bir deyişle, kulağa dramatik gelen bilgilerdir.

Yapılan anketlerde, insanlara en çok nelerden korktukları sorulduğunda dört cevap zirveyi bırakmaz.

Bu dört şey; yılanlar, örümcekler,yükseklik ve dar alanda sıkışma korkusudur.

Bunları, insanların önünde konuşma yapmak, iğne, uçak, fare, yabancılar, köpek, kalabalık, kan, yangın ve boğulma korkuları izler.

Bu korkular, evrimsel nedenlerden ötürü beynimizin derinliklerine işlemiştir.

Medya, korku içgüdüsünü harekete geçirmeyi çok iyi başarır.

En büyük hikayeler her zaman birden çok korku türünü tetikleyen hikayelerden çıkar.

Örneğin; adam kaçırma ve uçak kazaları hem zarar görme hem de tutsaklık korkularını harekete geçirir.

Deprem kurbanları hem fiziksel zarar gördükleri hem de mahsur kaldıkları için ilgi çekerler.

Ne kadar fazla korku tetiklenirse, hikâye o kadar ilgi çekici olur.

Aslında yüz yıl öncesine göre, doğal afetler nedeniyle ölen kişi sayısı dörtte bire düşmüş durumdadır.

Hatta, nüfusun artığını düşünür ve kişi başına düşen ölüm sayısı hesaplanırsa, durum daha da net ortaya çıkıyor.

Kişi başı ölüm sayısı, günümüzde yüz yıl önceki rakamın %6'sı seviyesinde.

Ama buna rağmen, doğal afetlerin eskisinden daha tehlikeli olduğu algısına sahibiz ve eskisinden daha çok korkuyoruz.

En çok korktuğumuz riskler, aslında şu an bize en az zarar veren risklerdir.

2011'de Japonya'da bir tsunami felaketi yaşandı.

Şehir sular altında kalırken, dünya haber ajansları fiziksel zarar görme ve radyoaktif kirlilik korkusunu insanlara sistemli bir şekilde empoze etti.

İnsanlar şehirden hızla kaçsa da 1.600 kayıp daha verildi.

Kaçılan şeyden, yani radyoaktif sızıntıdan ölen tek bir kişi bile yoktu.

Ölüm nedenleri fiziksel ve zihinsel stres ya da tahliye sığınaklarındaki yaşam şartlarıydı.

Bu 1.600 kişi kaçtıkları için ölmüşlerdi.

İnsanları öldüren korku olmuştu.

Korku içgüdüsünün gücünü en iyi anlayan ve onu en iyi kullanan kişiler ise teröristlerdir.

Korkuyu amaç edinirler.

Oysa ABD'de, bir sarhoş tarafından öldürülme riski, bir terörist tarafından öldürülme riskinden tam elli kat fazladır.

Ancak, dramatik terör olayları, 4. seviye ülkelerde alkolizmden daha fazla ilgi görmektedir.

Özelikle 11 Eylül saldırısı, ABD vatandaşlarında büyük bir travma yaratmıştır.

Bu tarihten bir hafta sorna yapılan bir ankette, ABD halkının %51'i aile fertlerinden birinin geröre kurban gitmesinden korktuğunu belirtmiştir.

Bundan tam 14 yıl sonra, aynı anket tekrar yapılmış ve yine %51 rakamı ortaya çıkmıştır.

İnsanlar, bugün de neredeyse 11 Eylül saldırısından bir hafta sonra yaşadığı korkunun aynısını yaşamaktadır.

Doğal afetler bütün ölümlerin sadece %0,1'ini, uçak kazaları %0,001'ini, cinayetler %0,7'sini, nükleer sızıntılar %0'ını ve terörizm %0,05'ini oluşturmaktadır.

fakat buna rağmen, bu olaylar müthiş bir medya ilgisi görmektedir.

Korkutucu ile tehlikeli farklı şeylerdir.

Korkutucu bir şey, algılanan bir riski oluşturur.

Tehlikeli bir şey ise, gerçek risk demektir.

İnsanlar, enerjisini korkutucudan çok tehlikeliye aktarmalıdır.

Factfulness, korkutucu şeylerin bütün dikkati üstüne çektiğini fark etmek ve bu şeylerin illa en riskli şeyler olmadığını anlamaktır.

Korku içgüdüsünü kontrol etmek için riskler hesaplanmalı ve harekete geçmeden önce sakinleşme hali beklenmelidir.

**# Boyut İçgüdüsü**

İnsanlar abartma eğilimi taşımaktadır.

Abartmak ya da bir şeylerin boyutunu yanlış değerlendirmek, insanların doğal olarak yaptığı bir şeydir.

Boyut içgüdüsü, olumsuzluk içgüdüsü ile bir araya gelerek, dünyada kaydedilen ilerlemenin sistematik şekilde hafife alınmasına neden olur.

Yapılan testlerde, insanlar sürekli olarak, dünyadaki insanların sadece %20'sinin temel ihtiyaçlarını karşılayabildiği cevabını vermektedir.

Oysa çoğu vakada cevap %90'a yakındır.

Örneğin; dünyada aşılanan çocuk oranı %88, elektriğe erişimi olan kişi oranı %85, ilkokula giden kızların oranı %90 seviyesindedir.

Fakat, hayır kuruluşları ve medya tarafından sürekli servis edilen acı çeken insan görüntüleri, insanların algısını olumsuz yönde etkilemektedir.

Bu da ilerlemenin hafife alınmasına neden olur.

Abartıya kaçmamak ve oranı gereğinden fazla büyütmemek için sadece iki sihirli araca ihtiyaç vardır; karşılaştırmak ve bölmek.

1918 yılında, İspanyol gribi dünya nüfusunun neredeyse %2,7'sini öldürdü.

2009 yılında ise, domuz gribinden binlerce insan öldü.

Ancak, 2014 yılındaki Ebola'nın aksine, vaka sayısı ikiye katlanmadı.

Hatta düz bir çizgi halinde bile yükselmedi.

Tıp insanları, bu gribin işaret ettiği ilk tehdit kadar tehlikeli olmadığına karar verdi.

Fakat, gazeteciler korkuyu haftalarca körüklemeye devam ettiler ve insanlara sürekli felaket senaryolarını servis ettiler.

Ölçüm yapılan iki hafta boyunca, İspanyol gribinden 31 isnan ölmüştü.

Fakat, bu süreçte yapılan haber ve makale sayısı 253.442 idi.

Ölüm başı 9.176 haber düşüyordu.

Aynı iki haftalık süreçte, tüberkülozdan 63.066 kişi ölmüştü.

Bu konuda yapılan haber oranı ise, ölen insan başına sadece %0,1 idi.

Domuz gribi kaynaklı ölümler, kendisi ile eşit derecede trajik tüberküloz ölümlerinden tam 82.000 kat fazla ilgi toplamıştı!

(Günümüzdeki olayla ne kadar benzer değil mi?)

İşleri orantıdan kurtarmak için 80/20 kuralı pratik bir çözümdür.

Bu kural, konu ne olursa olsun, toplam rakamın %80'lik kısmına odaklanmayı içerir.

Örneğin; dünyadaki enerji kaynaklarına baktığımızda, biyoyakıtlar, gaz, güneş, hidro, jeotermal, kömür, nükleer, petrol, rüzgar gibi pek çok enerji kaynağı ile karşılaşırız.

Bunların hepsi aynı önem derecesinde gözükebilir.

Oysa bunlardan %80'inden fazlasını petrol, kömür ve gaz oluşturur.

Öncelikli olarak bu üç enerji kaynağına odaklanmak, 80/20 kuralının getirdiği bakış açısıdır ve ciddi bir tasarruf sağlar.

Bugün, Kuzey Atlantik'in etrafındaki zengin ülkelerde yaşayan ve dünya nüfusunun %11'ini oluşturan insanlar, 4. seviye gelir düzeyinin %60'ını oluşturmaktadır.

Gelirler, bu şekilde devam ederse 2027 itibariyle bu rakam %50'ye düşecek, 2040 yılında ise 4. seviye tüketicilerin %60'ı Avrupa dışında yaşayan insanlardan oluşacaktır.

Yani, Batı dünyasının hegomonyası yakın bir zamanda son bulabilir.

Factfulness, bir sayının tek başına etkileyici görünebildiğini fark etmek ve alakalı başka bir sayıya bölündüğünde ya da karşılaştırma yapıldığında aksi yönde etki bırakabileceğini hatırlamaktır.

Boyut içgüdüsünü kontrol etmek için, olaylar doğru perspektife oturtulmalıdır.

Tek bir sayı görüldüğünde, daima karşılaştırma ve bölme eğilimde olunmalıdır.

**# Genelleme İçgüdüsü**

Her hamilelik, kabaca iki yıllık bir adet dönemini kapsamaktadır.

Hijyenik ped üreticileri için bu kötü bir haberdir.

Bu yüzden, bir ped üreticisi, dünyanın her yerinde kadın başına düşen bebek sayısının düştüğünü ve kadınların her geçen gün evlerinden uzaklaşarak daha fazla çalışma hayatına katıldığını bilmeli ve mutlu olmalıdır.

Çünkü bu gelişmeler, 2. ve 3. seviyede yaşayıp adet gören milyarlarca kadın arasında büyük bir pazar patlaması yaratmıştır.

Oysa, Avrupalı ped üreticilerinin çoğu bu durumu atlatmakta ve bunun yerine müşteri stratejilerini, 4. seviyedeki kadınlar üzerine kurmaktalar.

Bikini giyecekler için daha ince pedler, dağcılara özel pedler, tayt altına giyebilecek şekilde özel dizayn edilmiş pedler gibi şeylere kafa yormaktalar.

Ancak bu seviyede temel ihtiyaçlar zaten karşılanıyor ve daha küçük segmentte talep yaratmak için boş yere mücadele veriliyor.

Öte tarafta, 2. ve 3. gelir seviyelerinde iki milyar adet gören kadın tayt giymiyor ya da ultra ince ped hayali kurmuyor.

Bu kadınlar, gün içinde onları yarı yolda bırakmayacak, dayanıklı ve hesaplı bir ped arıyorlar.

Aynı zamanda bu kadınlar, bir markadan memnun kalınca ömür boyu ona bağlı kalma eğiliminde oluyor ve tanıdıklarına tavsiye ediyorlar.

Yani, bu pazar çok daha mantıklı ve karlı bir pazar.

Bu, diğer tüm tüketici ürünleri için de geçerlidir.

Stratejik iş planlayıcılarının gelecekteki müşterilerini bulabilmek için, olguya dayalı bir dünya görüşüne ihtiyacı bulunmaktadır.

Kategorilerin yanıltıcı olabileceği varsayımıyla hareket etmek faydalıdır.

Gruplar içinde farklılıklar ve benzerlikler aranmalıdır.

Örneğin; Afrika kıtası elli dört üllke ve bir milyardan oluşan bir kıtadır.

Tüm Afrika ülkeleri bir tutulursa, Liberya ve Sierra Leone'de ortaya çıkan ebola salgınının, arabayla yüz saat uzaklıkta olan Kenya'da turizmi etkilemesi gibi saçma bir düşünce ortaya çıkacaktır.

Factfulness, bir açıklamada kategorilerin kullanıldığını fark etmek ve kategorilerin yanıltıcı olabileceğini hatırlamaktır.

Genelleme içgdüsünü kontrol etmek için genellemeler sorgulanmalıdır.

Gruplar içindeki benzerlikler ve farklılıklar aranmalıdır.

"Çoğunluk" tabirine ise temkinli yaklaşılmalıdır.

Çoğunluk, %51'i de %99'u da kapsayabilir.

**# Kader İçgüdüsü**

Kader içgüdüsü, insanların kaderlerini, ülkelerini, dinlerini ve kültürlerini doğuştan gelen özelliklerin belirlediği görüşüdür.

Her şeyin kaçınılmaz olduğu düşüncesidir.

Oysa kültürler, milletler, dinler ve insanlar kaya değildir.

Sürekli bir dönüşüm halindedirler.

Toplumlar ve kültürler, sürekli hareket halindedir.

Küçük ve yavaş gibi duran değişimler bile zamanla birikir ve büyürler.

Her yıl %1'lik bir büyüme küçük gibi görünür ama bu, yetmiş yıl içinde iki katına çıkmak demektir.

%2'lik bir büyüme otuz beş yıl içinde, %3'lük bir büyüme yirmi dört yıl içinde iki katına çıkmak demektir.

Factfulness, birçok alanda yaşanan değişimin, küçük olduğu için sabit göründüğünü fark etmek ve küçük değişimlerin bile zamanla birikerek büyük değişimlere neden olabileceğinin bilincinde olmaktır.

Kader içgüdüsünü kontrol etmek için, yavaş deişimlerin de bir değişim olduğu asla unutlmamalıdır.

Bilgiler sürekli güncellenmeli, kademeli iyileşmeler takip edilmelidir.

**# Tekil Bakış Açısı İçgüdüsü**

Basit fikirler insanlara oldukça çekici gelir.

Bir şeyi gerçekten anladıklarını ve bildiklerini hissetmek, insanlara haz verir.

Dünya basitleşir.

Bütün problemlerin tek bir nedeni, her zaman tamamen karşı olunması gereken bir şey vardır.

Ya da bütün sorunların tek bir çözümü vardır.

İnsanların dünyaya karşı geliştirdiği bu tekil bakış açısının iki nedeni vardır.

İlki ve bariz olanı olan politik ideoloji ve mesleki yaklaşım...

Böyle düşünmek yerine, insanlar en değer verilen bilgilerde bile zaaf aramalıdır.

Uzmanlık alanlarında dahi mütevazi olunmalıdır.

Görüşe uymayan yeni bilgilere ve başka alanlardan bilgilere her zaman açık olunmalıdır.

Gelişebilmek için, sadece aynı fikirde olan insanlarla konuşmak yerine, karşıt fikirde olan insanlarla da konuşmak gerekir.

Factfulness, tekil bakış açısının hayal gücünü sınırlandıracağını fark etmek ve sorunlara pek çok farklı açıdan bakmanın her zaman için daha iyi ve faydalı olduğunu bilmek demektir.

Tekil bakış açısı içgüdüsünü kontrol etmek için, fikirler sınanmalı; basit fikirlere ve çözümlere her zaman temkinli yaklaşılmalıdır.

**# Suçlama İçgüdüsü**

Suçlama içgüdüsü, olan bir şeye basit bir sebep bulma içgüdüsüdür.

Bir otel odasında, sıcak su kolunu sonuna kadar çevirdiğinizi düşünün.

Bir süre sonra kaynar su sizi yakacaktır.

O anda, önce tesisatçıya, sonra otel müdürüne, sonra da yan odada soğuk suyu açan olası müşteriye öfkelenirsiniz.

Oysa bu insanların hiçbirisinin suçu yoktur.

Kimse size bilerek zarar vermemiş, ihmalkâr davranmamıştır.

Suçlu sizsinizdir.

Ama eğiliminiz, suçu başkasının üstüne atma şeklindedir.

Factfulness, bir olayda, bir günah keçisinin öne sürüldüğünü fark etmek ve bu suçlamanın, genellikle odağı diğer olası açıklamalardan uzaklaştırdığını bilmektir.

Suçlama içgüdüsünü kontrol etmek için, bir günah keçisi bulmaya karşı konulmalıdır.

Kötü adam değil, neden aranmalıdır.

Kahraman değil, sistem aranmalıdır.

**# Telaş İçgüdüsü**

"Ya şimdi ya hiç. Factfulness öğrenme zamanı! Yarın çok geç olabilir!".

Bu tarz ifadeler, hayatın birçok alanında duyulan ifadelerdir.

Özellikle tezgahtarlar ve aktivistler bu tarz ifadeleri sıkça kullanırlar.

Telaş içgüdüsü, insanlarda yakın bir tehdit karşısında hızlı harekete geçme isteği uyandırır.

En çok endişe edilmesi gereken beş sorun, küresel salgın riski, finansal çöküş, dünya savaşı, iklim değişikliği ve aşırı yoksulluktur.

Çünkü; gerçekleşmesi çok olasıdır.

Üçü daha önce yaşandı; diğer ikisi de şimdi yaşanıyor ve her birinin insani ilerlemeyi on yıllarca geriye götürme potansiyeli büyük.

Bunlar, mümkün olduğunca iş birliğiyle ve adım adım hareket edilerek kaçınılması gereken sorunlardır.

Bu riskler, yalancı çobanlık yapılmayacak kadar büyük risklerdir.

Factfulness, bir kararın aciliyet gerektirip gerektirmediğini fark etmek ve nadiren gerçekten acil olacağını bilmektir.

Telaş içgüdüsünü kontrol etmek için, küçük adımlarla ilerlemek, sert ve keskin eylemlere temkinli yaklaşılmalıdır.

**# Okurun Yorumu**

\*\*\*Aslında her ne kadar şu anki küresel dünyada hiçbirimiz habercilere ve medyaya güvenmesek de sürekli karşımıza konulan bir yemeğin kokusu burnumuza geliyor: korku.

2020'de çıkan salgında da aynı politikalar uygulanmadı mı?

Ölen kişi sayısı belli, hastaneye yatanlar belli, öyle bir korku pompalanıyor ki etrafımızdaki herkesi öldürecek zannettik.

Birileri nasıl düşünmemizi istiyorsa öyle düşündürecek olayları bizlere sunuyor.

Algılarımızın ve gözlerimizin açık olması gerekiyor.\*\*\*