

SAĞLIK İLETİŞİMİNDE DAVRANIŞSAL MÜDAHALE TASARIMI: İNGİLTERE ONLINE HASTANE RANDEVU SİSTEMİ ÖRNEĞİ¹

Şebnem ÖZDEMİR²

Özet

Davranışsal İlgörü, başta psikoloji, bilişsel bilimler, ekonomi, iletişim, davranış bilimleri olmak üzere pek çok sosyal bilim dalından beslenen ve bu alanlardan elde ettiği veriler doğrultusunda kişilerin ve/veya toplumun refahını yükseltmeye yönelik uygulamalar ve politikalar oluşturmaya yarayan yaklaşımdır. Dünyanın dört bir yanından pek çok ülke, özellikle son on yıldır, davranışsal içgörüyü bir politika oluşturma aracı olarak kullanmaktadır.

Bu çalışma, sağlık iletişimi bağlamında, kamu sağlık politikalarının tasarımında davranışsal içgörünün kullanımını ve etkilerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Davranışsal politika çalışmalarında en sık kullanılan yöntemin rastgele kontrol denemeleri olduğu görülmektedir. Bu çalışmada da, örneklem olarak İngiltere Ulusal Sağlık Hizmetleri'nde gerçekleştirilen randomize kontrol çalışmaları ele alınmıştır. İçerik analizi kullanılarak, rastgele kontrol denemelerinde uygulanan davranışsal müdahaleler Sunstein'in "10 Önemli Dürtme", çalışmasına göre değerlendirilmiş ve Türkiye için çıkarımlarda bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Davranışsal İlgörü, Dürtme, Seçenek Mimarisi, Davranışsal Müdahale Tasarımı, Sağlık İletişimi

Behavioral Intervention Design in Health Communication: United Kingdom Online Patient Appointment System

Abstract

Behavioral Insights is an approach that creates practices and policies aimed at improving the well-being of individuals and / or society in accordance with the data obtained from many social sciences, particularly psychology, cognitive sciences, economics, communication, and behavioral sciences. Many countries from around the world have been using behavioral insights as a policy making tool, especially for the last decade.

This article aims to demonstrate the use and the implications of behavioral insights in context of health communication for the design of a public health issue. It is seen that the oft-used method in forming a behaviorally-informed policy is randomized control trials. In this study, the randomized control trials performed in the United Kingdom National Health Service are addressed. By the use of content analysis, the behavioral interventions used within these trials are evaluated according to Sunstein's "10 Important Nudges", and some inferences are made for Turkey, accordingly.

Keywords: Behavioral Insights, Nudging, Choice Architecture, Behavioral Intervention Design, Health Communication

Giriş

Oxford Sözlüğü'ne göre içgörü, "Birisini veya bir şey hakkında doğru ve derin bir anlayış kazanma kapasitesi" olarak tanımlanmaktadır (Oxford Dictionary, 2018). OECD'nin tanımına göre davranışsal içgörü, insanların gerçekte nasıl seçim yaptıklarını keşfetmek amacı ile psikoloji, bilişsel bilimler ve sosyal bilimlerden edinilen bilgileri deneysel olarak test edilmiş sonuçlarla birleştiren politika oluşturucu bir yaklaşımdır (OECD, 2019). Davranışsal İlgörü, özellikle son 10 yıldır dünya çapında gittikçe popülerleşen bir konudur. Dürtme (Özendirme) Teorisi'nin (Nudge Theory) ortaya konması ile birlikte, davranışsal içgörü, öncelikle İngiltere

¹ Bu çalışma yazar tarafından 30 Ekim 2017 tarihinde tamamlanan "İkna Edici İletişim Bağlamında Davranışsal İlgörü Kullanımı: Kamu Sağlık Politikası Alanında Bir Araştırma" başlıklı doktora tezi esas alınarak hazırlanmıştır.

² Dr. Öğrt. Üyesi, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler A.B.D., sebnemozdemirtr@gmail.com

ve ABD, ardından da tüm dünyada yumuşak politika aracı olarak kullanılmaya başlanmıştır. Teorinin kurucularından, 2017 Nobel Ekonomi Ödülü sahibi Richard H. Thaler, bir röportajında dürtme kavramını, “insanları, kendi yararlarına uygun kararlar almaya teşvik eden nispeten ince bir politika değişikliği” olarak nitelendirmektedir (Chu, 2017).

Bilindiği üzere, klasik ekonomi, insanı “homo economicus” olarak nitelendirir. Homo economicus, genel olarak, sosyal ve ekonomik kararlarını “akılcı” şekilde alan, eylemleri sonucu fayda ve/veya kar maksimizasyonu sağlayan bir figür olarak karşımıza çıkmaktadır. Bununla beraber, homo economicus’un “akılcılık” özelliği daima tartışılmış ve hala tartışılmaktadır. Zira insanoğlu, homo economicus’tan farklı olarak, çoğu zaman akılcı olmayan kararlar da verebilmekte, intikam, özgecilik, yardımlaşma, sosyal fayda ve benzeri etkiler altında rasyonellikten uzak kararlar alabilmektedir. Benzer şekilde, insanın karar alma sürecini ele alırken, insana has düşünsel yanlılık ve/veya yanılımları (cognitive biases), kestirmeleri (heuristics), alışkanlıkları (habits), bilişsel cimriliği (cognitive miser) ve diğer etmenleri de göz önünde bulundurmak gerekir.

İnsanoğlunun kendisi ve/veya toplumun genel refahı için doğru kararları verebilmesi ve aldığı bu kararları uygulayabilmesi zaman zaman ve pek çok sebepten ötürü mümkün olmayabilir. Örneğin, Transplant Australia verilerine (2018) göre Avustralyalıların büyük çoğunluğu (%76) organ ve doku bağışta taraftarıdır, bununla beraber 2018’de Avustralya’da gerçekleşen organ bağışta sadece 22,2 dpmp³’dir. Yani, insanlar genel olarak organ bağışta taraftarı olmakla beraber fiili olarak organ bağışta olmamak için çaba harcamamakta, bağışta olmak için başvuru yapmamaktadırlar.

İnsanoğlunun bu özellikleri göz önüne alındığında, kamu politikalarında davranışsal içgörü kullanımı önem kazanmaktadır. 2018 sonu itibarı ile dünya çapında faaliyet gösteren davranışsal içgörü ya da dürtme birimlerinin sayısı 200’ü aşmıştır. Birimlerin sayısının artması ile birlikte, bu birimler öncülüğünde yapılan çalışmaların sayısı da hızla artmaktadır.

Tablo 1 2010-2016 Arasında Hükümetlere Bağlı Çalışan Davranışsal İçgörü Birimlerinin Yaptıkları Tahmini Deneysel Sayısı

Ülke	Deneme Sayısı	Uygulayan Kurum
İngiltere	300 - 400 arası	Davranışsal İçgörü Takımı (BIT, Cabinet Office), Majesteleri Gelir ve Gümrük (Her Majesty Revenue&Customs), Eğitim Bağış Vakfı (Education Endowment Foundation), Finansal Yürütme Mercii (Financial Conduct Authority)
Birleşik Devletler	30 - 50 arası	Sosyal ve Davranışsal Bilimler Takımı (Social and Behavioral Sciences Team) - (Beyaz Saray)
Avustralya	10 - 25 arası	Başbakanlık (Department of Premier and Cabinet (New South Wales), VicHealth, Department of Premier and Cabinet (Victoria))
Singapur	20 - 30 arası	Çalışma Bakanlığı, Başbakanlık (Ministry of Manpower, Prime Minister’s Office)
Hollanda	5 - 15 arası	Hazine, Çevre ve Altyapı Bakanlığı, İş İlişkileri Bakanlığı (Treasury; Department for Infrastructure and the Environment; Ministry of Business Affairs)
Uluslararası	10 - 30 arası	Dünya Bankası, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı
Toplam	375 - 550 arası	

³ Milyon kişiye düşen bağışta (donors per million people)

Kaynak: Halpern, D. ve Sanders, M. (2016). Nudging by Government: Progress, Impact, & Lessons Learned. Behavioral Science & Policy (Halpern & Sanders, 2016)

Dünyada pek çok ülkede davranışsal içgörü çalışmaları yapılırken, Türkiye’de de 2017 Kasım ayında faaliyete geçen ve hâlihazırda Davranışsal Kamu Politikaları Ve Yeni Nesil Teknolojiler Dairesi Başkanlığı adı altında faaliyet gösteren birim öncülüğünde davranışsal içgörü müdahaleleri tasarlanmaktadır.

1. İngiltere Ulusal Sağlık Hizmetleri Randevu Sisteminde Davranışsal Müdahale Tasarımı

İngiltere Sağlık ve Sosyal Yardım Bakanlığı’na göre, İngiltere’de her sene, ortalama olarak 10 hastane randevusundan 1 tanesi kaçırılmaktadır (UK Department of Health & Social Care, 2016). Kaçırılan randevuların sistem üzerinde yarattığı sosyal ve mali kaybı hesaplamak oldukça zor olmakla birlikte İngiltere Ulusal Denetim Ofisi’nin yaptığı çalışmaya göre 2012-2013 yılları arasında kaçırılan hastane randevularının maliyeti yaklaşık olarak 225 milyon pound’dur (UK Department of Health & Social Care, 2016).

İngiltere’de Türkiye’deki gibi tamamen merkezi bir randevu sistemi bulunmamaktadır. Pratisyen hekim veya hemşire randevusu almak için ise “GP Online Service (Pratisyen Online Servis)” sitesinden (NHS, 2016) randevu alınabilmektedir.

Kaçırılan randevu sayısını azaltmak amacı ile Imperial College of London, Sağlık Bakanlığı, İngiltere Davranışsal İçgörü Takımı (UK BIT) ve Barts NHS Trust işbirliği ile Kasım 2013 – Mayıs 2014 tarihleri arasında 2 adet rastgele kontrol denemesi (randomized control trial) yapılmıştır. Çalışma kapsamında, Barts bünyesinde bulunan 5 hastanede, yaklaşık 20 bin hasta üzerinde yapılan 2 aşamalı testin birinci aşaması Kasım-Aralık 2013’te (toplam hasta sayısı 10,111), ikinci aşaması ise Mart-Mayıs 2014’te (toplam hasta sayısı 9,848) gerçekleştirilmiştir.



Şekil 1. Randevu Alan Hastalara Gönderilen SMS Örnekleri

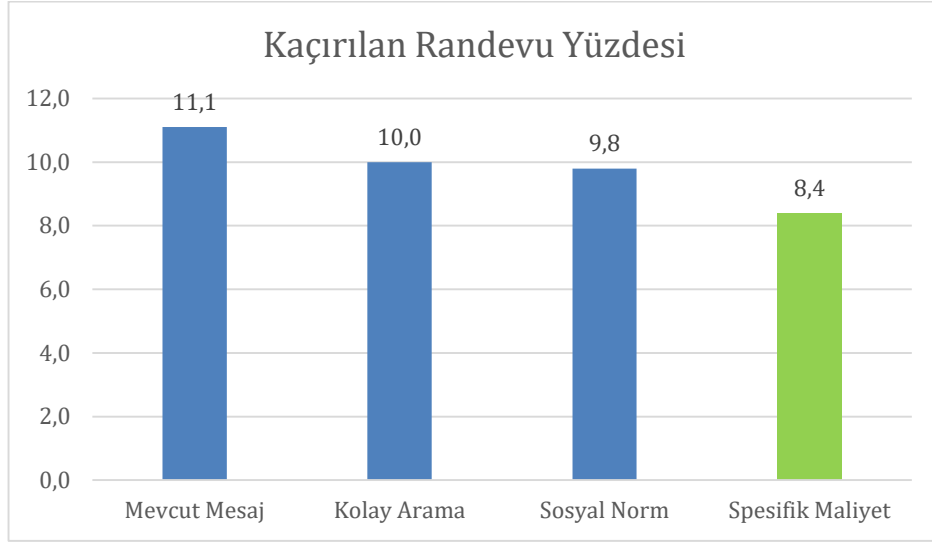
Kaynak: NHS England <https://www.slideshare.net/NHSEngland/our-vision-for-using-patient-insight-and-feedback-in-the-nhs-1200-pop-up-uni-2-september-2015> (NHS England)

Tablo 2. Birinci Davranışsal Müdahale Tasarımı (Kasım – Aralık 2013)

Mevcut Mesaj	Kolay Arama	Sosyal Norm	Spesifik Maliyet
26 Eylül saat 14:30'da, St. Barts Hastanesi'nde randevunuz bulunmaktadır. Randevunuzu iptal etmek ya da değiştirmek istiyorsanız randevu	26 Eylül saat 14:30'da, St. Barts Hastanesi'nde randevunuz bulunmaktadır. Randevunuzu iptal etmek ya da değiştirmek	Sizi, 26 Eylül saat 14:30'da, St. Barts Hastanesi'ne bekliyoruz. Her 10 kişiden 9'u randevusuna gelmektedir. Randevunuzu iptal	Sizi, 26 Eylül saat 14:30'da, St. Barts Hastanesi'ne bekliyoruz. Randevuya gelmemenin NHS'ye maliyeti yaklaşık £160'dır. Randevunuzu

mektubunuzdaki numarayarı arayınız. için 02077673200 'yı arayınız. etmek ya da değiştirmek için 02077673200 'yı arayınız. iptal etmek ya da değiştirmek için 02077673200 'yı arayınız.

Kaynak: www.gov.uk/government/publications/reducing-missed-hospital-appointments-using-text-messages/a-zero-cost-way-to-reduce-missed-hospital-appointments (UK Department of Health & Social Care, 2016)



Şekil 2. Birinci Davranışsal Müdahale Sonuçları (N=10,111)

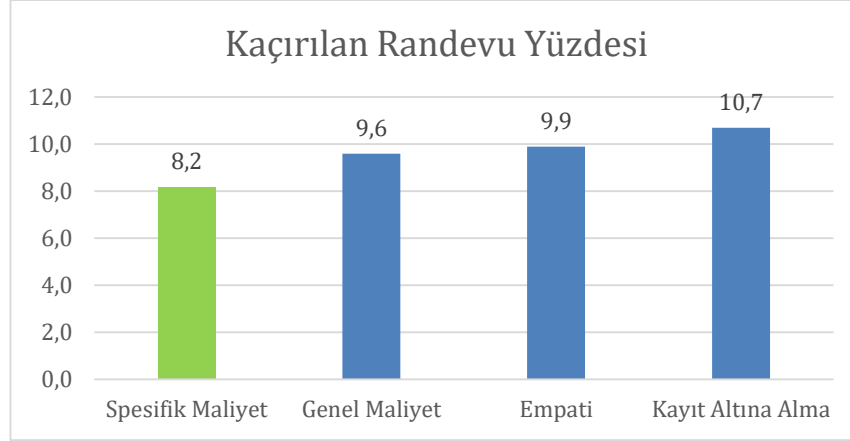
Kaynak: www.gov.uk/government/publications/reducing-missed-hospital-appointments-using-text-messages/a-zero-cost-way-to-reduce-missed-hospital-appointments (UK Department of Health & Social Care, 2016)

Bu müdahalede, “spesifik maliyet mesajı (“Randevuya gelmemenin NHS'ye maliyeti yaklaşık £160'dır”)” kaçırılan randevu oranında sağladığı %23'lük düşüşle 1. davranışsal müdahalede en iyi sonucu veren mesaj olmuştur.

Tablo 3. İkinci Davranışsal Müdahale Tasarımı (Mart - Mayıs 2014)

Spesifik Maliyet	Genel Maliyet	Empati	Kayıt Altına Alma
Sizi, 26 Eylül saat 14:30'da, St. Barts Hastanesi'ne bekliyoruz. Randevuya gelmemenin NHS'ye maliyeti yaklaşık £160'dır. Randevunuzu iptal etmek ya da değiştirmek için <u>02077673200</u> 'yı arayınız.	Sizi, 26 Eylül saat 14:30'da, St. Barts Hastanesi'ne bekliyoruz. Randevuya gelmemek mali kayba yol açmaktadır. Randevunuzu iptal etmek ya da değiştirmek için <u>02077673200</u> 'yı arayınız.	Sizi, 26 Eylül saat 14:30'da, St. Barts Hastanesi'ne bekliyoruz. Lütfen diğer insanlara karşı adil olunuz. Randevunuzu iptal etmek ya da değiştirmek için <u>02077673200</u> 'yı arayınız.	Sizi, 26 Eylül saat 14:30'da, St. Barts Hastanesi'ne bekliyoruz. Randevunuzu iptal etmek ya da değiştirmek için <u>02077673200</u> 'yı arayınız, (aksi taktirde) randevunuzu "kaçırılmış randevu" olarak kaydedeceğiz.

Kaynak: www.gov.uk/government/publications/reducing-missed-hospital-appointments-using-text-messages/a-zero-cost-way-to-reduce-missed-hospital-appointments (UK Department of Health & Social Care, 2016)



Şekil 3. İkinci Davranışsal Müdahale Sonuçları (N=9,848)

Kaynak: www.gov.uk/government/publications/reducing-missed-hospital-appointments-using-text-messages/a-zero-cost-way-to-reduce-missed-hospital-appointments (UK Department of Health & Social Care, 2016)

İkinci davranışsal müdahalede spesifik maliyet mesajı baz alınarak 3 farklı mesaj daha müdahaleye eklenmiştir. Bu müdahalede de spesifik maliyet mesajı en etkili mesaj olmuştur. Burada göz çarpan bir başka nokta da şudur ki, spesifik maliyet mesajı ile genel maliyet mesajı çok benzer olsa da, spesifik maliyet mesajı genel maliyet mesajına göre “uygulamada” daha etkili sonuç vermiştir.

2. Davranışsal İçgörü Bağlamında Dürtme (Özendirme) Yöntemleri

Dürtme kuramı kurucularından Cass R. Sunstein, “Dürtme: Kısa bir Rehber” isimli çalışmasında (Sunstein, 2014), 10 farklı dürtme çeşidi tanımlamıştır.

Tablo 4. Vakaların Değerlendirmesinde Kullanılan 10 Temel Dürtme (Özendirme) Uygulaması

1	Varsayılan Kurallar
2	Basitleştirme
3	Sosyal Norm Kullanımı
4	Kolaylık ve Elverişliliğin Artırılması
5	Açıklama
6	Uyarı, Grafik vb.
7	Ön-taahhüt
8	Hatırlatıcılar
9	Uygulama Niyetini Belirtmek
10	İnsanları Daha Önce Verdikleri Kararlar ve Bu kararların Sonuçları Hakkında Bilgilendirme

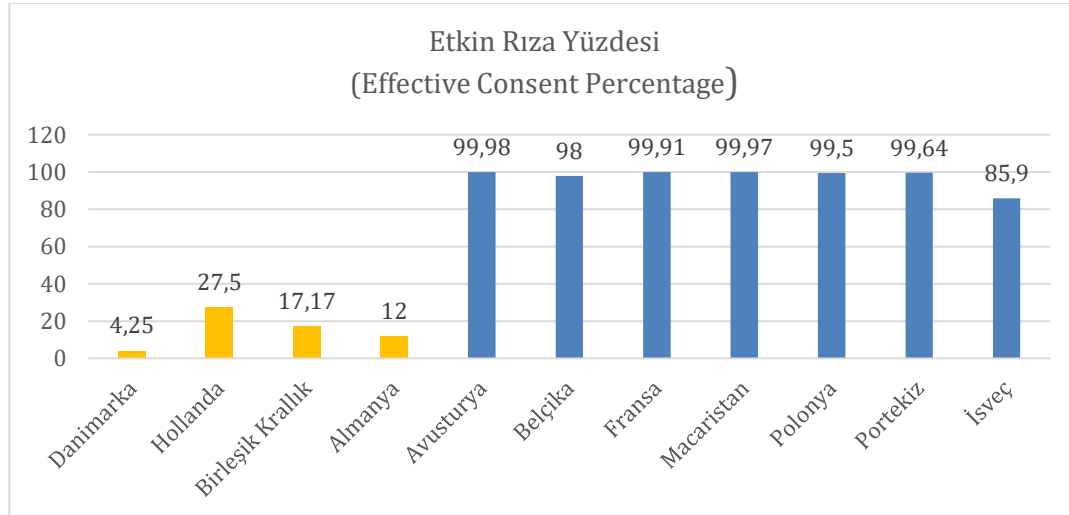
Kaynak: Cass R. Sunstein, Nudging: A Very Short Guide, 37 J. Consumer Pol'y 583 (2014). <https://dash.harvard.edu/handle/1/16205305> (Sunstein)

2.1. Varsayılan Kurallar

Varsayılan kurallar, kişi herhangi bir seçim yapmadan önce konulan kurallardan ibarettir. Örneğin ülkemizde 1 Ocak 2017'den itibaren uygulanmaya başlayan Otomatik Bireysel Emeklilik Sistemi varsayılan kurallar türü dürtme uygulamalarına güzel bir örnektir. Bireysel emeklilik sistemi uzun yıllardır gönüllü katılıma bağlı bir sistem iken, yasal düzenleme ile 1 Ocak 2017'den itibaren 45 yaş altı çalışanlar otomatik olarak sisteme dâhil edilmiş, bu şekilde otomatik bireysel emeklilik sistemi sayesinde 14 milyon çalışan otomatik BES kapsamına alınmıştır. Uygulamayı bir dürtme uygulaması kılan özellik ise, katılımın otomatik ve zorunlu olmasına rağmen çalışanlara 2 ay içerisinde cayma hakkı vermesidir. Katılımcı seçim yapmakta özgürdür, yaptığı seçim sonucundan herhangi bir ekstra maliyet ile karşılaşmamaktadır. Ayrıca sistemden çıkmak da basittir. Bu özellikleri ile otomatik BES sistemi varsayılan kurallar türü dürtme uygulamasının güzel bir örneğidir. Bu tür dürtme uygulamaları aynı zaman en etkin dürtme uygulamalarından biridir.

Varsayılan kurallar tipi dürtmeye verilecek diğer iyi bir örnek organ bağış sistemidir. Organ bağış sistemleri ülkeden ülkeye değişmekte ve “açık rıza (explicit-consent)” ve “tahmini / faz edilen rıza (presumed-consent)” olmak üzere iki tür organ bağış uygulaması bulunmaktadır. Açık rıza türü organ bağışı uygulamasında (ki ülkemizde de organ bağışında bu tür rıza geçerlidir), kişi veya kişinin ölümü halinde kişinin yasal temsilcisi, kişinin organını bağışlayabilmektedir; yani kişi sisteme dâhil olmak için resmi başvuru yapmalı ya da izin vermelidir (opt-in). Tahmini rıza türü organ bağışı uygulamasında ise, sistemin uygulandığı ülke sınırları içerisinde doğan her vatandaş doğumundan itibaren organ bağışçısı olarak kabul edilmekte, bununla birlikte kişi istediği zaman sistemden, kendi özgür iradesi ile çıkarak organ bağışçısı olmaktan vazgeçebilmektedir (opt-out). 2003 yılında yayınlanan çalışmada, iki sistemin farkı açık bir şekilde görülebilmektedir (Johnson & Goldstein, 2003); Ceteris paribus koşulda, birinci tür sistemde (opt-in) organ bağış oranı ikinci tür (opt-out) sisteme göre oldukça belirgin bir şekilde düşüktür.

Tablo 5. Bazı Avrupa Ülkeleri Organ Bağış Oranları



Kaynak: (Johnson & Goldstein, 2003)

2.2. Basitleştirme

Basitleştirme türü dürtme uygulamaları, seçimi, kullanıcı ya da seçen açısından kolaylaştıran uygulamalardır. İnsanoğlunun bilişsel kapasitesi sınırlıdır. Bilgiyi işleme anlamında belli bir kapasitenin üzerinde işlevsizleşmektedir. İnsanoğlu aynı zamanda bilişsel cimridir. Bilişsel işlemleri, mümkün olan en az enerji ile yapmak ister. Bu sebeple seçim ortamını karmaşıklaştırmak, seçimi, seçim yapanlar için zorlaştırmakta, seçim yapanların zaman zaman yanlış ya da eksik seçim yapmasına sebep olmakta ve hatta kişilerin seçim yapmaktan tümden vazgeçmesine yol açmaktadır.

Basitleştirme türü dürtme uygulamalarını özellikle formlarda ve tabela / göstergelerde görmek mümkündür. Formların kullanıcı dostu olacak şekilde tasarlanması formların kullanıcı tarafından daha iyi anlaşılmasını ve daha doğru işlenmesini, tabela ve göstergelerin basitleştirilmesi, yine kullanıcının tabelanın vermek istediği mesajı daha doğru algılamasını sağlamak ve seçimi yapan kişiyi istenilen davranışa yönlendirmektedir.



Şekil 4. Ulusal Kamu Radyosu Kafeteryası'ndan Bir Dürtme Örneği
Kaynak: (Doucleff, 2014)

Görselde, Ulusal Kamu Radyosu kafesinde bulunan bir tabela bulunmaktadır. Tabelada tüm yiyecekler üç renkten biriyle kodlanmıştır: Yeşil, en sağlıklı yemekler için kullanılmıştır; sarı “iyi seçimler”i, kırmızı ise “arada sırada” yenilmesi gereken yüksek kalorili yiyecekleri vurgulamaktadır.

2.3. Sosyal Norm Kullanımı

Sosyal norm kullanımı, reklam ve pazarlama alanlarında sıklıkla rastlanabilen bir dürtme türüdür. Sosyal norm kullanımının temelinde, insanların kendi karar ve hareketlerine, başkalarının karar ve hareketlerini gözlemleyerek ve onlara uyum sağlayarak karar verme eğilimi yatmaktadır.

Sosyal norm ve sosyal etki ile ilgili çok bilinen iki deney 1956 yılında Solomon Ash tarafından (Ash, 1956) ve 1937 yılında Muzafer Sherif tarafından (Sherif, 1937) yapılmıştır. Solomon Ash, deneyinde, deneklere farklı uzunluktaki çubuklar göstererek bu çubukların boyları hakkında deneklerin yorumlarını almıştır. Deneye katılanların bir kısmı Ash tarafından deneye yerleştirilmiş kişilerdir ve bu kişiler sorulara önceden belirlenmiş cevapları vermektedirler. Bu deney hem Ash tarafından, hem de ilerleyen zamanlarda da farklı bilim insanları tarafından tekrarlanmış ve görülmüştür ki denekler, çubuk boyutlarını kendi gözleri ile gördükleri halde

verdikleri cevap (deneye özellikle dâhil edilen ve önceden belirlendiği gibi zaman zaman bilerek yanlış cevap veren) diğer insanların cevabı ile hemen hemen aynı olmaktadır. Sherif'in deneyinde ise ışık kullanılmış (otokinetik etki deneyi) ve kişilere ışığın hareketi ile ilgili sorular sorulmuştur. Bu deneyde de kişilerin grup standartlarına uyum sağlama eğiliminde olduğu ispatlanmıştır.

İnsanların, diğer insanların görüş, tutum, inanç ve eylemlerinden etkilendikleri gerçeğinden hareketle, sosyal norm kullanımı içeren dürtme uygulamalarının etkinliği tahmin edilebilir. “otelimizdeki her 10 misafirimizin 8'i havlularını tekrar kullanıyor”, “her 100 kişiden 90'ı bireysel emeklilik sistemine dâhil oluyor” ve benzeri bildirimler kişileri istenen davranışa uyum sağlayacak şekilde özendirilmektedir.



Şekil 5. Sosyal Norm Kullanımı

Kaynak: (Urban Nudges II: Using Social Norms to Reduce Energy Consumption, 2019)

2.4. Kolaylık ve Elverişliliğin Artırılması

Kolaylık ve elverişliliğin artırılması türü dürtme uygulamaları, oldukça etkin sonuçlar veren uygulamalardır. Bu tür uygulamalarda seçim yapan kişinin, arzu edilen seçeneği seçme ya da davranışı uygulama olasılığını artırmak amacı ile ortam yeniden tasarlanır.

Google'ın Manhattan ofisinde yapılan bir çalışma, bu tür dürtme uygulamalarına güzel bir örnektir. 24 saat açık büfe uygulaması olan ofiste, çalışanların daha sağlıklı ve fit olmaları amacı ile yemek alanlarında yeni bir düzenleme yapılmış ve daha sağlıklı yemek seçenekleri daha ulaşılabilir ve tercih edilir noktalara konulmuştur (örneğin, daha şekerli içecekler buzdolabında daha alt sıralarda sunulurken su göz hizasına konulmuş, salata alanı daha görülebilir, daha kolaylıkla ulaşılabilir ve salona girilince ilk olarak görülen noktalara yerleştirilmiştir)



Şekil 6. Google Manhattan Ofisi Salata Alanı Uygulaması

Kaynak: (The Google Diet: Search Giant Overhauled Its Eating Options to 'Nudge' Healthy Choices, 31)

2.5. Açıklama

Açıklama tipi dürtme uygulamalarında seçimi yapan kişiye yapacağı seçimle ilgili bilgi verilerek, seçiminin sonuçları hakkında kişi aydınlatılır. Bu tür dürtme uygulamalarına örnek vermek gerekirse, satın alınmak üzere olunan finansal ürünün gizli maliyetleri ya da kişinin gelecekteki finansal durumuna etkisinin ne olacağına dair verilen bilgiler, belirli bir otomobilin yakıt tüketimi ve çevreye vereceği zararı açık şekilde gösterir bilgiler veya satın alınan gıdanın içeriğinin ve potansiyel sağlık etkilerinin ne olduğunu içerir bilgiler bu tür dürtme uygulamalarına örnek gösterilebilir.

Sample label for Macaroni & Cheese

Nutrition Facts	
Serving Size 1 cup (228g) Servings Per Container 2	
Amount Per Serving	
Calories 250	Calories from Fat 110
% Daily Value*	
Total Fat 12g	18%
Saturated Fat 3g	15%
Trans Fat 3g	
Cholesterol 30mg	10%
Sodium 470mg	20%
Total Carbohydrate 31g	10%
Dietary Fiber 0g	0%
Sugars 5g	
Protein 5g	
Vitamin A	4%
Vitamin C	2%
Calcium	20%
Iron	4%

* Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your Daily Values may be higher or lower depending on your calorie needs.

	Calories: 2,000	2,500
Total Fat	Less than 65g	80g
Sat Fat	Less than 20g	25g
Cholesterol	Less than 300mg	300mg
Sodium	Less than 2,400mg	2,400mg
Total Carbohydrate	300g	375g
Dietary Fiber	25g	30g

1 Start Here →

2 Check Calories

3 Limit these Nutrients

4 Get Enough of these Nutrients

5 Footnote

6 Quick Guide to % DV

• 5% or less is Low

• 20% or more is High

Şekil 7. Peynirli Makarna İçin Hazırlanmış Örnek Açıklama Etiketi

Kaynak: (Improving the Design of Nutrition Labels to Promote Healthier Food Choices and Reasonable Portion Sizes, 31)

2.6. Uyarı, Grafik vb.

Uyarı, grafik, şema vb. tür uygulamaların bazıları da dürtme olarak ele alınabilir. Örneğin yüksek voltaj uyarıları, tütün ürünlerine konulan uyarı işaretleri vb. göstergeler birer tür dürtmedir. Zira kişinin özgür seçim hakkını sınırlamamakta, bununla beraber kişiyi olası sonuçlar hakkında uyarılmaktadır.



Şekil 8. Siğ Su Uyarı Tabelası

Kaynak: Anonim

2.7. Ön-taahhüt

2014 tarihinde yapılan bir çalışma (Alter & Hersfield, 2014), erişkinlerin yaşam süreleri boyunca her yeni 10 yıllık dönemlere ulaştıklarında (29, 39, 49, 59 gibi) yaşamlarında varoluşsal anlamlar aradıklarını ve yeni bir döneme girdiklerini hayal ettiklerini belirtmektedir. Bu çalışmaya benzer şekilde, insanların yılın belli dönemlerinde (örneğin yeni yıl, doğum günü vb.) kendilerine yeni hedefler belirleyebildikleri bilinmekte, genel olarak da zaman zaman yeni hedeflere (sigarayı bırakmak, spor yapmak, günde 2 litre su içmek gibi) yöneldikleri gözlenmektedir. Örneğin spor yapma hedefi dikkate alındığında, cep telefonuna indirilen bir spor uygulaması ön taahhüt tipi dürtmeye örnek verilebilir. Bu tür uygulamalar genellikle, indirildikten hemen sonra, kurulum aşamasında kişinin kendisi için hedef koymasına imkân tanımakta, bu taahhüt de başarı oranını artırabilmektedir.

2.8. Hatırlatıcılar

İnsanlar, vergi ve fatura ödemeleri, hastane randevuları, kurum başvuruları vb. pek çok konuda “zamanında hatırlama” sıkıntısı çekerler. Bu tür durumlarda, kişiyi istenen davranışa yönlendirmek amacı ile hatırlatıcı türü dürtme kullanılması faydalı olacaktır.

Hatırlatıcılar türü dürtme uygulamasına iyi bir örnek Danimarka Ticaret Mercisi uygulamasıdır. Danimarka’daki işyeri kayıtlarından sorumlu Danimarka Ticaret Mercisi, CVR Sicili denilen kayıttan sorumludur. Kurumların, kayıt yenilemedeki verileri güncelleştirmek amacı ile uygulamaya soktuğu bu müdahalede aşağıda görülen pop-up kullanılmıştır.

Şekil 9. Danimarka Ticaret Mercisi Pop-up Örneği
Kaynak: (A Prompt To Nudge Better Company Data, 2018)

Bu uygulamada, internet sitesini herhangi başka bir iş için ziyaret eden kullanıcı yukarıdaki pop-up ile karşılaşmıştır. Pop-up’ta, “onaylıyorum”, “Düzeltilme” ve “şirket verisinden sorumlu kişi değilim” şeklinde 3 adet seçenek bulunmaktadır. 20 günlük test süresince pop-up 14,377 defa gösterilmiş, kullanıcıların %52,5’i mevcut veriyi onaylamış, %41,6’sı ise “verileri güncelle” tuşuna basmıştır (“verileri güncelle tuşuna basan kullanıcıların bir kısmının pop-up’ı kaldırmak için tuşa bastığı düşünülmektedir) (A Prompt To Nudge Better Company Data, 2018).

2.9. Uygulama Niyetini Belirtmek

Uygulama niyetini belirtmek türündeki dürtme uygulamalarında, seçimde bulunacak kişinin arzu edilen seçeneği seçeceğine dair bir taahhütte bulunması beklenmektedir.

1987 tarihli bir çalışmada (Greenwald, Carnot, Beach, & Young, 1987), öğrenciler telefonla aranarak öğrencilere gerçekleşecek olan seçimde oy verip vermeyecekleri sorulmuş, oy verme işlemi öncesi arandıklarında seçimlerde oy kullanacaklarını söyleyen öğrencilerin kontrol grubuna nazaran daha fazla oy kullandıkları bulunmuştur.

2.10. İnsanları Daha Önce Verdikleri Kararlar ve Bu kararların Sonuçları Hakkında Bilgilendirme

Bazı kurumlar çoğunlukla kişiler / tüketiciler hakkında, zaman zaman söz konusu kişinin kendisinin dahi sahip olmadığı, çok sayıda ve düzenli veriye sahiptir. Bu verilerin, verilerin asıl sahibi kişiler ile paylaşılması kişilerin daha akılcı ve refah artırıcı seçimler yapmasına imkân verebilir.

Bilgilendirme türü dürtme uygulamalarına güzel bir örnek İngiltere’de hayata geçirilen “Midata” projesidir. Midata, tüketicilerin, kendi kişisel verilerine, taşınabilir ve elektronik formatta erişebilmeleri için önde gelen işletmeler ve tüketici gruplarıyla üstlendiği bir çalışma programıdır (Potential Consumer Demand for midata: Findings of Qualitative and Quantitative Research, 2018).

Midata ile kişilere aşağıdaki maddelerdeki, kendi kişisel verileri hakkında bilgi verilmektedir:

- Kendi verilerinin kontrolünü sağlama (kredi kartı derecelendirmesi)
- Taşınma işlemleri (adres değişikliği halinde bazı gerekli kurumlarla iletişime geçme)
- Edinilen teminat ve garantilerin tek bir yerde tutulması
- Sağlık yönetimi (sağlık verilerine tek yerden ulaşım)
- Enerji kullanım verileri ve harcamaları konusunda geri bildirim
- Finansal yönetim (kişisel finansal verilere ve bütçe verilerine ulaşım)
- Etkinlik yönetimi (terzi-işi öneriler verme)
- Satın alma verilerinin yönetimi (e-fatura vb.)
- Fiyat karşılaştırma sitelerinin etkin kullanımı
- Yeni işe başlamada gerekli dokümanların eldesi (Potential Consumer Demand for midata: Findings of Qualitative and Quantitative Research, 2018)

Midata Projesi, sunduğu bu verilerle “önceki kararları ile ilgili bilgilendirilmesi” tipi dürtmeye güzel bir örnektir.

3. İngiltere Ulusal Sağlık Hizmetleri Randevu Sistemi Davranışsal Müdahalesinin Dürtme Bağlamında Analizi

Bu çalışma kapsamında, İngiltere’de, sağlık sisteminde ciddi bir yük oluşturan, randevu kaçırma oranını azaltmak amacı ile uygulanmış, Kasım-Aralık 2013’te ve Mart-Mayıs 2014’te olmak üzere iki etapta, SMS yolu ile gerçekleştirilen rastgele kontrol denemesi sonuçları incelenmiş ve yapılan müdahalelerin ne tür dürtme uygulamaları içerdiği tartışılmıştır.

3.1. Araştırmanın Yöntemi

Nitel bir araştırma olan bu çalışmada içerik analizi tekniği kullanılmıştır. Nitel araştırma şemsiye bir kavram olup, bu şemsiye kavram altında yer alabilecek birkaç alt kavram ‘etnografi’, ‘antropoloji’, ‘durumsal araştırma’, ‘yorumlayıcı araştırma’, ‘aksiyon araştırması’, ‘doğal araştırma’, ‘tanımlayıcı araştırma’, ‘teori geliştirme’, ‘içerik analizi’ olarak sıralanabilir

(Yıldırım, 1999). Stone vd. ise içerik analizini “metin içinde tanımlanan belirli karakterlerden sistematik ve tarafsız sonuçlar çıkarmak için kullanılan bir araştırma tekniği” şeklinde tanımlamıştır (akt. Koçak & Arun, 2006).

3.2. Evren ve Örneklem

Çalışmanın evreni, İngiltere Ulusal Sağlık Sistemi'nde yer alan sağlık kurumları olup, bu çalışma kapsamındaki örneklem ise St. Barts bünyesinde faaliyet gösteren 5 hastaneden ve davranışsal müdahaleye tabi tutulan yaklaşık 20 bin hastadan oluşmaktadır. Rastgele kontrol denemesi yöntemi ile yapılan 2 aşamalı testin birinci aşaması Kasım-Aralık 2013'te (toplam hasta sayısı 10,111), ikinci aşaması ise Mart-Mayıs 2014'te (toplam hasta sayısı 9,848) gerçekleştirilmiştir.

3.3. Varsayımlar

Imperial College of London, Sağlık Bakanlığı, İngiltere Davranışsal İçgörü Takımı (UK BIT) ve Barts NHS Trust tarafından açıklanan verilerin gerçeği yansıttığı varsayılmıştır.

3.4. Sınırlılıklar

Araştırma, İngiltere'de, birinci aşaması Kasım-Aralık 2013'te, ikinci aşaması ise Mart-Mayıs 2014'te uygulanan 2 rastlantısal kontrol çalışması ile sınırlıdır.

3.5. Model

Araştırmada, St. Barts bünyesinde Kasım-Aralık 2013'te ve Mart-Mayıs 2014'te uygulanan 2 rastlantısal kontrol çalışması birlikte değerlendirilmiştir. Çalışma kapsamında uygulanan davranışsal müdahalelerin her biri Sunstein'in 10 temel dürtme (özendirme) uygulaması bağlamında değerlendirilmiştir.

3.6. Bulgular ve Yorum

Tablo 2 ve Tablo 3'te de verildiği gibi, İngiltere Ulusal Sağlık Hizmetleri bünyesinde uygulanan davranışsal müdahaleler kapsamında 2 aşamalı “rastlantısal kontrol” deneyleri yapılmış ve bu deneylerde toplam 7 adet mesaj test edilmiştir. (Okuyucuya kolaylık olması açısından) bu mesajlar aşağıda liste olarak verilmiştir:

1. (Standart Mesaj) 26 Eylül saat 14:30'da, St. Barts Hastanesi'nde randevunuz bulunmaktadır. Randevunuzu iptal etmek ya da değiştirmek istiyorsanız randevu mektubunuzdaki numarayı arayınız.
2. 26 Eylül saat 14:30'da, St. Barts Hastanesi'nde randevunuz bulunmaktadır. Randevunuzu iptal etmek ya da değiştirmek için 02077673200 'yı arayınız.
3. Sizi, 26 Eylül saat 14:30'da, St. Barts Hastanesi'ne bekliyoruz. Her 10 kişiden 9'u randevusuna gelmektedir. Randevunuzu iptal etmek ya da değiştirmek için 02077673200 'yı arayınız.
4. Sizi, 26 Eylül saat 14:30'da, St. Barts Hastanesi'ne bekliyoruz. Randevuya gelmemenin NHS'ye maliyeti yaklaşık £160'dır. Randevunuzu iptal etmek ya da değiştirmek için 02077673200 'yı arayınız.
5. Sizi, 26 Eylül saat 14:30'da, St. Barts Hastanesi'ne bekliyoruz. Randevuya gelmemek mali kayba yol açmaktadır. Randevunuzu iptal etmek ya da değiştirmek için 02077673200 'yı arayınız.
6. Sizi, 26 Eylül saat 14:30'da, St. Barts Hastanesi'ne bekliyoruz. Lütfen diğer insanlara karşı adil olunuz. Randevunuzu iptal etmek ya da değiştirmek için 02077673200 'yı arayınız.

7. Sizi, 26 Eylül saat 14:30'da, St. Barts Hastanesi"ne bekliyoruz. Randevunuzu iptal etmek ya da değiştirmek için 02077673200 'yı arayınız, (aksi takdirde) randevunuzu "kaçırılmış randevu" olarak kaydedeceğiz.

Davranışsal müdahaleler kapsamında test edilen SMS'lerin Sunstein'in 10 Temel Dürtme Uygulaması kapsamındaki değerlendirmesi ise şu şekilde özetlenebilir:

Tablo 6. Hastane Randevularına Gelme Oranının Azaltılması Rastlantısal Kontrol Çalışması Değerlendirmesi

1	Varsayılan Kurallar	-
2	Basitleştirme	-
3	Sosyal Norm Kullanımı	✓
4	Kolaylık ve Elverişliliğin Artırılması	✓
5	Açıklama	✓
6	Uyarı, Grafik vb.	✓
7	Ön-taahhüt	-
8	Hatırlatıcılar	✓
9	Uygulama Niyetini Belirtmek	✓
10	İnsanları Daha Önce Verdikleri Kararlar ve Bu kararların Sonuçları Hakkında Bilgilendirme	-

Yapılan davranışsal müdahalelerde kullanılan dürtme uygulamaları ise şunlardır:

- 3 no'lu müdahalede ("Sizi, 26 Eylül saat 14:30'da, St. Barts Hastanesi"ne bekliyoruz. Her 10 kişiden 9'u randevusuna gelmektedir. Randevunuzu iptal etmek ya da değiştirmek için 02077673200 'yı arayınız") ve 6 no'lu müdahalede ("Sizi, 26 Eylül saat 14:30'da, St. Barts Hastanesi"ne bekliyoruz. Lütfen diğer insanlara karşı adil olunuz. Randevunuzu iptal etmek ya da değiştirmek için 02077673200 'yı arayınız."), "Sosyal Norm Kullanımı" kullanılmıştır.
- Standart mesaj (1 no'lu mesaj) dışındaki tüm müdahalelerde "Kolaylık ve Elverişliliğin Artırılması" türü dürtme kullanılmıştır. Standart mesaj dışındaki tüm SMS'lerin içeriğinde yer alan telefon numarası, kişinin numaraya dokunduğu anda numarayı aramasını sağlayacak şekilde düzenlenip, sürtünmeyi azaltmak (numarayı bulmak için ekran ya da mecra değiştirmek, numarayı doğru hatırlayıp doğru yazmak vb.) sureti ile kolaylık ve elverişlilik arttırılmıştır.
- 4, 5, 6,7 no'lu müdahalelerde "Açıklama" türü dürtme kullanılmış, müdahaleye maruz kalan kişiye yapacağı seçim ile ilgili bilgi vermek sureti ile seçimin sonuçları hakkında kişi aydınlatılmıştır.
- Randevu alan kişilerin SMS yolu ile uyarılması sebebi ile "Uyarı, Grafik" türü dürtme kullanıldığı yorumu yapılabilir.
- Randevuların SMS yolu ile hatırlatılmasının "Hatırlatma" türü bir dürtme uygulaması olduğu söylenebilir.

- 7 no'lu mesajın (“Sizi, 26 Eylül saat 14:30'da, St. Barts Hastanesi'ne bekliyoruz. Randevunuzu iptal etmek ya da değiştirmek için 02077673200 'yı arayınız, (aksi takdirde) randevunuzu "kaçırılmış randevu" olarak kaydedeceğiz”), “Uygulama Niyetini Belli Etmek” türü bir dürtme olduğu söylenebilir. Bununla beraber şu noktayı da belirtmekte fayda vardır ki: bu tür dürtme uygulamalarında genellikle dürtülen kişinin uygulama niyetini belli etmesi söz konusudur. Bu uygulamada ise mesajın sahibi uygulama niyetini belli etmiştir.

“Varsayılan kurallar”, “basitleştirme”, “ön-taahhüt” ve “insanları daha önce verdikleri kararlar ve bu kararların sonuçları hakkında bilgilendirme” türü dürtme uygulamaları ise bu müdahaleler kapsamında kullanılmamıştır.

Yapılan rastgele kontrol deneyleri sonucu; birinci deneyde %8,4 il en başarılı müdahale “spesifik maliyet (“Randevuya gelmemenin NHS'ye maliyeti yaklaşık £160'dır.”)” olmuştur. Deneyin ikinci aşamasında, “spesifik maliyet” müdahalesinin yanına 3 yeni müdahale eklenmiş, bu aşamada da en başarılı müdahale %8,2 ile “spesifik maliyet” olmuştur. Bu sonuçlar göz önüne alındığında, uygulanan 7 davranışsal müdahale arasında en başarılı sonuç veren müdahale “spesifik maliyet”tir. Bunun sebebinin insanların ölçülebilir verilere karşı daha hassas olması şeklinde yorumlanabilir, zira genel maliyet mesajının etkisi de %9,6'da kalmıştır. Manoj Thomas ve diğerlerinin yaptığı bir çalışmaya göre, insanlar küsuratlı fiyatları (örneğin 325,425\$) benzer büyüklükteki yuvarlak fiyatlardan (örneğin 325,000\$) daha düşük algılama eğilimindedir (Thomas, Simon, & Kadiyali, 2007).

Empati ve sosyal norm kullanımı tarzı (3 ve 6 no'lu mesajlar) mesajların %9,9 ve %9,8 ile neredeyse aynı sonucu verdiği söylenebilir. Kayıt altına alma (%10,7) ise standart mesaja (%11,1) çok yakın bir sonuç vermiştir. Bu sonuç da insanların 7 no'lu mesajı tehditkâr bir mesaj olarak algılamış olması ihtimalidir. Bu sonuç bir anlamda Jack W. Brehms'in Tepkisellik Teorisi (Brehm, 1966) ile açıklanabilir. Tepkisellik Teorisi gereğince, kişi, davranışsal özgürlüğünün kısıtlandığını ya da tehdit edildiğini hissederse buna direnç göstermekte ve özgürlüğünü yeniden kazanma eğilimine girmektedir.

4. Türkiye'de Uygulamada Olan Benzer Sistemin Değerlendirilmesi: Merkezi Hekim Randevu Sistemi (MHRS)

T.C. Sağlık Bakanlığı'nın Sağlıkta Dönüşüm Projesi kapsamında uygulamaya koyduğu Merkezi Hekim Randevu Sistemi, AB'nin kabul ettiği 20 temel kamu hizmetinden biridir (Sağlık Bakanlığı, 2019). Vatandaşlar MHRS üzerinden Sağlık Bakanlığı'na bağlı 2. ve 3. basamak sağlık tesislerinden, ağız ve diş sağlığı merkezlerinden ve aile sağlığı merkezlerinden, Alo 182, web veya mobil uygulama üzerinden randevu alabilmektedir.

MHRS, kamu hastaneleri ve bağlı sağlık kurumlarını tek çatı altında toplayarak merkezileştiren bir randevu sistemi uygulaması olup, kamu hastanelerinin randevu sistemlerini bir merkezden yöneten dünyadaki ilk ve tek sistem olma iddiasını taşımaktadır (Sağlık Bakanlığı, 2019).

MHRS'nin tarihçesine bakıldığında (Sağlık Bakanlığı, 2019) sistemin kademeli ilerlemesi görülebilmektedir:

- T.C. Sağlık Bakanlığı tarafından Sağlıkta Dönüşüm kapsamında 2010 yılında Merkezi Hekim Randevu Sistemi (MHRS) hayata geçirilmiştir. Yine aynı yıl randevu kanallarından ilki olan ALO182 çağrı merkezi Erzurum ve Kayseri de faaliyete başlamıştır.
- 2011 yılında, MHRS Web Portal da hizmete dâhil edilerek internetten randevu alma süreci de başlamıştır.
- 2012 yılında, MHRS İstanbul ilinin de dâhil edilmesiyle birlikte tüm Türkiye kapsamında hizmet vermeye başlamıştır.
- 2013 yılında, sağlık bilişim teknolojileriyle donatılan MHRS, mobil uygulamasıyla da hizmet verme ağını genişletti. Aynı yıl, Aile Sağlığı Merkezleri de MHRS kapsamına eklenmiştir.
- 2014 yılında, kamu hizmeti olan e-Nabız Kişisel Sağlık Sistemi ile MHRS entegrasyonu sağlanmıştır.
- 2015 yılından itibaren online randevu alan veya iptal eden vatandaşlarımıza randevu durum bilgileri e-posta ile hatırlatılmaya başlandı. Aynı yıl; yüksek riskli gebeler, 65 yaş üstü hastalar ve engelli vatandaşların randevu alırken öncelik kazanması sağlanmıştır.
- 2015 yılında, SMS ve sesli yanıt sistemi ile randevu hatırlatma pilot uygulamasına başlanmıştır.
- 2016 yılında, e-Devlet uygulaması üzerinden de MHRS"ye erişim sağlanmıştır.
- 2016 yılında, Ankara Mevki Asker Hastanesi ile Ankara Etimesgut Asker Hastanesinde başlatılan pilot uygulama sonrasında, tüm askeri hastanelerin sivilleşmesiyle birlikte hastanelerin tamamı MHRS"ye dâhil edilerek Türkiye genelinde hizmete sunulmuştur.
- 2016 yılında, MHRS"de kişisel verilerin korunmasını sağlamak ve sisteme erişimi kolaylaştırmak için PIN kodu uygulaması devreye alınmıştır. e-Devlet kullanıcısı ile sisteme giriş yapıp PIN kodu oluşturan vatandaşların MHRS işlemleri PIN koduna bağlı olarak yapılmaya başlanmıştır (Sağlık Bakanlığı, 2019).

MHRS'de yoğunlaşan talebe cevap vermek, randevuları hatırlatarak MHRS kolaylığından yararlanma oranını yükseltmek ve gerekli durumda iptalini gerçekleştirerek muayene saatlerini tekrar randevuya açmak için randevu tarihinden 1 gün önce vatandaşlara tercihinin göre SMS ve sesli arama ile randevu hatırlatma/iptal servislerini hayata geçirilmiştir (Sağlık Bakanlığı, 2019).

Tablo 7. MHRS İstatistikleri

Açılan Kapasite Sayısı	165.278.142
MHRS'ye Esas Toplam Muayene Sayısı	266.732.699
Kapasite Açma Oranı	61,96%
Alınan Randevu Sayısı	100.318.886
Randevu Doluluk Oranı	60,70%
Gerçekleşen Randevu Oranı	76.211.526
Gerçekleşme Oranı	75,97%
Randevulu Muayene Oranı	28,57%

Kaynak: (Kamu Hastaneleri Genel Müdürlüğü, 2018)

Tablo 8. Yıllara Göre Randevu ve Çağrı İstatistikleri

Yıllara Göre Cetvel, Randevu ve Çağrı İstatistikleri	2013	2014	2015	2016	2017
Toplam Çağrı Sayısı	67.909.875	86.535.014	99.347.650	108.365.018	128.981.855
Günlük Ortalama Çağrı Sayısı	186.054	237.082	272.189	296.079	353.375
Toplam Randevu Sayısı	68.156.577	83.795.226	93.040.090	104.822.902	121.270.608
Günlük Ortalama Randevu Sayısı	270.371	332.493	360.608	418.713	344.519
Bir Günde Ulaşılan En Yüksek Randevu Sayısı	393.125	435.676	488.621	529.450	610.697
Randevu Cetveli Oluşturulmuş Uzman Hekim Sayısı	32.534	35.768	38.328	40.856	40.074
Randevu Cetveli Oluşturulmuş Aile Hekimi Sayısı	18.120	16.872	14.207	11.875	13.590

Kaynak: (Kamu Hastaneleri Genel Müdürlüğü, 2018)

Bu istatistikler göstermektedir ki, Türkiye’de de hastane randevu kaçırma oranı bir hayli yüksektir ve bu konuda bir çalışma yapılması faydalı olacaktır.

Bu makale çalışması kapsamında yapılan araştırmalarda, Türkiye’deki mevcut sistemde, kaçırılan randevuların sistem üzerindeki işgücü kaybı ve yarattığı finansal kayıp üzerine nicel bir çalışmaya ne Türkçe yazında ne de resmi kurum verilerinde rastlanmıştır. Sağlık Bakanlığı yetkilileri ile yapılan görüşmelerde, kaçırılan randevuların sistem üzerinde ciddi bir iş gücü kaybı ve maliyet yarattığının bilindiği ancak bu verileri hesaplamının çok zor olduğu, bu hesapların yapılmasına ilişkin çalışmaların sürdüğü belirtilmiştir.

Sonuç

Davranışsal İlgörü özellikle son on senedir gerek özel kurum ve kuruluşlar gerekse hükümetler tarafından gittikçe daha çok benimsenen uygulamalı bir sosyal bilimler alanıdır. Davranışsal ilğörü, insanların karar verme mekanizmalarını anlayarak insanların karar verme süreçlerindeki etmenleri düzenlemek ve bu şekilde, karar veren kişinin, kendisi ve/veya toplum için en çok refah artırıcı kararı vermesine yardımcı olmak amacı taşır.

İnsanoğlu, karmaşık bir karar verme mekanizmasına sahiptir. Klasik ekonomide insan her ne kadar “homo economicus” olarak tasvir edilse de gerçek hayatta insanın tümüyle rasyonel olmadığı bilinmektedir. İnsanoğlu gerek günlük hayatta gerekse önemli ve büyük olaylar kapsamında verdiği pek çok kararda yüzde yüz rasyonel olamayabilir. Bu gerçeğin altında yatan pek çok etmen olmakla birlikte, kestirmelerin, yanlılık ve yanılığın, alışkanlıkların, sevgi, sosyal yardımlaşma ve sosyal baskı, kabullenilme ihtiyacı, intikam, altruizm ve benzeri etmenlerin insanın karar verme mekanizmasına etki eden en temel etmenlerden bazıları olduğunu söylemek mümkündür.

Genel anlamda ilğörü, “örtük anlamları anlama durumu” olarak tanımlanabilir. Anlaşılmaya çalışılan anlam ya da davranışın “örtük” olması sebebi ile davranışsal ilğörü çalışmalarında kullanılan bilimsel yöntemler arasında en öne çıkan yöntemin rastgele kontrol deneyleri olduğunu söylemek mümkündür. Zira müdahalelere maruz kalan deneklerin karar verme süreçlerini anlamak için en doğru ve en etkili yöntemlerden biri budur. Bu tür deneylerde, tasarlanan davranışsal müdahalelerden elde edilen sonuçlar kontrol grubundan elde edilen sonuçlarla karşılaştırılarak tasarlanan müdahalenin başarısı ölçülebilir.

Davranışsal içgörü müdahaleleri sağlık, enerji, çevre, finansal sistemler, eğitim ve daha birçok alanda uygulanabilir ve uygulandığı da görülmektedir. Dünya çapında pek çok hükümet, bu alanda yaptıkları çalışmalarını açık şekilde yayınlamaktadır. Zira davranışsal içgörü müdahaleleri, manipülasyondan uzak, kişilerin özgürlüğünü kısıtlamayacak nitelikte ve şeffaf olmalıdır. Bazı şirketler ve devletlerin yanı sıra, başta OECD olmak üzere, Dünya Bankası ve Birleşmiş Milletler gibi uluslararası organizasyonlar da davranışsal içgörü ile ilgili çalışmalar yapmakta ve zaman zaman yayınlamaktadır.

Bu çalışmada, İngiltere’de, Imperial College of London, İngiltere Sağlık Bakanlığı, İngiltere Davranışsal İçgörü Takımı ve Barts NHS Trust işbirliği ile Kasım 2013 – Mayıs 2014 tarihleri arasında yapılan 2 adet rastgele kontrol denemesi ve bu denemeler kapsamında uygulanan 7 adet davranışsal içgörü müdahalesi değerlendirilmiştir. Yapılan davranışsal müdahaleler Sunstein’in “10 Önemli Dürtme” kriterlerine göre yorumlanmıştır. Elde edilen bu çıkarımlar Türkiye için de örnek olabilir.

Türkiye’de hâlihazırda yürürlükte olan Merkezi Hekim Randevu Sistemi üzerinden alınan randevulara gelmeme oranı %25 civarında olup, –Sağlık Bakanlığı tarafından açıklanan nicel bir veri bulunmasa da- bu durumun sağlık hizmetlerinde ciddi bir iş ve maliyet kaybı yarattığı açıktır. İngiltere’de yapılan bu uygulamadan yola çıkarak, Türkiye için yapılacak benzer bir sağlık iletişimi uygulamasının sağlık sistemi üzerinde ciddi bir katma değer yaratması beklenebilir.

Kaynakça

- A Prompt To Nudge Better Company Data.* (2018, 01 12). <http://tenudge.eu>: <http://tenudge.eu/project/a-prompt-to-nudge-better-company-data/> adresinden alındı
- Alter, A., & Hersfield, H. (2014, Aralık 2). People Search for Meaning When They Approach a New Decade in Chronological Age. *PNAS*, *111*(48), 17066-17070.
- Ash, S. (1956). Studies of Independence and Conformity: I. A Minority of one Against a Unanimous Majority. *Psychological Monographs: General and Applied*, *70*(9), 1-70.
- Brehm, J. (1966). *A Theory of Psychological Reactance*. Oxford: Academic Press.
- Chu, B. (2017, Ekim 9). *What is ‘nudge theory’ and why should we care? Explaining Richard Thaler’s Nobel economics prize-winning concept.* Ocak 23, 2019 tarihinde www.independent.co.uk: <https://www.independent.co.uk/news/business/analysis-and-features/nudge-theory-richard-thaler-meaning-explanation-what-is-it-nobel-economics-prize-winner-2017-a7990461.html> adresinden alındı
- Doucleff, M. (2014, Ocak 7). *National Public Radio.* Ocak 30, 2019 tarihinde www.npr.org: <https://www.npr.org/sections/thesalt/2014/01/06/260270504/want-to-eat-healthier-in-2014-try-a-traffic-light-system> adresinden alındı
- Greenwald, A., Carnot, C., Beach, R., & Young, B. (1987). Increasing Voting Behavior by Asking People If They Expect to Vote. *Journal of Applied Psychology*, *72*(2), 315-318.
- Halpern, D., & Sanders, M. (2016). Nudging by government: Progress, Impact, & Lessons Learned. *Behavioral Science & Policy*, *2*(2), 53-65.
- Improving the Design of Nutrition Labels to Promote Healthier Food Choices and Reasonable Portion Sizes.* (31, 01 2019). www.nature.com: <https://www.nature.com/articles/ijo201486> adresinden alındı
- Johnson, E., & Goldstein, D. (2003, November 21). Do Defaults Save Lives? *Science*, 1338-1339.

- Kamu Hastaneleri Genel Müdürlüğü. (2018). *MHRS Hizmet Raporu 2017*. Ankara: Kamu Hastaneleri Genel Müdürlüğü.
- Koçak, A., & Arun, Ö. (2006). İçerik Analizi Çalışmalarında Örneklem Sorunu. *Selçuk İletişim*, 4(3), 21-28.
- NHS. (2016, 09 22). *Start Using GP Online Services*. www.nhs.uk: www.nhs.uk/using-the-nhs/nhs-services/gps/gp-online-services/ adresinden alındı
- NHS England. (tarih yok). Haziran 30, 2017 tarihinde <https://www.slideshare.net/NHSEngland/our-vision-for-using-patient-insight-and-feedback-in-the-nhs-1200-pop-up-uni-2-september-2015> adresinden alındı
- OECD. (2019, Ocak 12). *Behavioural insights*. www.oecd.org: <http://www.oecd.org/gov/regulatory-policy/behavioural-insights.htm> adresinden alındı
- Oxford Dictionary. (2018). *Insight*. en.oxforddictionaries.com: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/insight> adresinden alındı
- Potential Consumer Demand for midata: Findings of Qualitative and Quantitative Research*. (2018, 02 12).assets.publishing.service.gov.uk: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/34742/12-976-potential-consumer-demand-for-midata.pdf
- Sağlık Bakanlığı. (2019, Ocak 10). *MHRS'de Cepten Randevu Hatırlatma Dönemi*. www.hastanerandevu.gov.tr: <https://www.hastanerandevu.gov.tr/Vatandas/haberler.xhtml?haberId=11> adresinden alındı
- Sağlık Bakanlığı. (2019, Ocak 10). *T.C Sağlık BakanlığıMerkezi Hekim Randevu Sistemi*. www.hastanerandevu.gov.tr: <https://www.hastanerandevu.gov.tr/Vatandas/hakimizda.xhtml> adresinden alındı
- Sherif, M. (1937). An Experimental Approach to the Study of Attitudes. *Sociometry*, V..1 No:1/2, 90-98.
- Sunstein, C. (2014). Nudging: A Very Short Guide. *37 Journal of Consumer Policy*, 583.
- The Google Diet: Search Giant Overhauled Its Eating Options to 'Nudge' Healthy Choices*. (31, 01 2019). abcnews.go.com: <https://abcnews.go.com/Health/google-diet-search-giant-overhauled-eating-options-nudge/story?id=18241908> adresinden alındı
- Thomas, M., Simon, D., & Kadiyali, V. (2007, Eylül). Do Consumers Perceive Precise Prices to be Lower than Round Prices? Evidence from Laboratory and Market Data. *Thomas, Manoj and Simon, Daniel H. and Kadiyali, Vrinda, Do Consumers Perceive Precise Prices to be Lower than Round Prices? Evidence from Laboratory and Market Data (September 2007). Johnson School at Cornell University Research Paper No. 09-07. Availabl(09-07)*. doi:<http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1011232>
- Transplant Australia. (2018). *The Facts*. Ocak 18, 2019 tarihinde [transplant.org.au: https://transplant.org.au/the-facts/](https://transplant.org.au/the-facts/) adresinden alındı
- UK Department of Health & Social Care. (2016, 01 04). *A zero cost way to reduce missed hospital appointments*. <https://www.gov.uk/government/publications/reducing-missed-hospital-appointments-using-text-messages/a-zero-cost-way-to-reduce-missed-hospital-appointments> adresinden alındı
- Urban Nudges II: Using Social Norms to Reduce Energy Consumption*. (2019, 01 31). [favelissues.com/: https://favelissues.com/2014/03/08/urban-nudges-ii-using-social-norms-to-reduce-energy-consumption/](https://favelissues.com/https://favelissues.com/2014/03/08/urban-nudges-ii-using-social-norms-to-reduce-energy-consumption/) adresinden alındı
- Yıldırım, A. (1999). Nitel Araştırma Yöntemlerinin Temel Özellikleri ve Eğitim Araştırmalarındaki Yeri ve Önemi. *Eğitim ve Bilim*, 23(112), 7-17.