

T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SİYASET BİLİMİ VE KAMU YÖNETİMİ BÖLÜMÜ
ANABİLİMDALI

KAMU POLİTİKALARINDA DİJİTAL DÜRTME:
UYGULAMA ÖRNEKLERİ

TEZLİ YÜKSEK LİSANS
TEZİ

WAHİDULLAH MUBASHİR
ÖĞRENCİ NO: 18810401046

DANIŞMAN:
DR. ÖĞR. ÜYESİ SEMA MÜGE ÖZDEMİRAY

Konya- 2023

İÇİNDEKİLER

TBLÖLÖR	iii
BİLİMSEL ETİK SAYFASI	iv
ÖZET	v
ABSTRACT	vi
ÖNSÖZ	vii

GİRİŞ	1
-------	---

BİRİNCİ BÖLÜM DAVRANIŞSAL KAMU POLİTİKALARI

1.1. Dürtme Teorisinin Teorik Arka Planı	3
1.1.1. Klasik İktisat	3
1.1.2. Davranışsal İktisat	6
1.1.2.1. İkili Düşünme Modeli	10
1.1.2.2. Sınırlı Rasyonalite	12
1.1.2.3. Beklenti Teorisi	15
1.2. Dürtme Teorisi	15
1.2.1. Dürtme Teorisinin Temelleri	20
1.2.1.1. Liberter Paternalizm	20
1.2.1.2. Seçim Mimarisi	23
1.2.2. Dürtmeye Yöneltilen Eleştiriler	25
1.3. Kamu Politikalarında Dürtme	27
1.3.1. Kamu Politikası Araçlarında Değişim	29
1.3.2. Politika Oluşturma Sürecinde Davranış Bilimi	31
1.3.3. Bir Kamu Politika Aracı Olarak Dürtme	32

İKİNCİ BÖLÜM

DİJİTAL DÜRTME

2.1. Dürtme ve Dijital Teknoloji.....	34
2.2. Dijital Dürtme	35
2.2.1. Dijital Dürtmenin Tasarımı.....	41
2.2.2. Dijital Dürtmenin Etik Hususları.....	46
2.3. Farklı Alanlarda Dijital Dürtmenin Kullanımı	48
2.3.1. Kamu Sektöründe Dijital Dürtme	49
2.3.2. Sağlık Sektöründe Dijital Dürtme.....	51
2.3.3. E-Ticarette Dijital Dürtme	54
2.3.4. Yemek Seçimlerde Dijital Dürtme	58

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KAMU POLİTİKALARINDA DİJİTAL DÜRTME ÖRNEKLERİ

3.1. Kamu Politikalarında Dijital Dürtme.....	64
3.2. Kamu Politikalarında Dijital Dürtme Uygulama Örnekleri.....	65
3.2.1. İngiltere	65
3.2.2. Norveç.....	68
3.2.3. Japonya	73
3.2.4. Uruguay	75
3.2.5. Türkiye’de Dijital Dürtme	80
SONUÇ	83
KAYNAKÇA.....	87

TABLolar

Tablo 1: Sistem 1 ve sistem 2'nin özellikleri.....	11
Tablo 2: Dijital dürtme modelinin oluşturulması.....	43
Tablo 3: Water guide.....	51
Tablo 4: Vurgulayıcı (highlighting)dürtme	63
Tablo 5: Randevu alan hastalara gönderilen SMS örnekleri.....	66
Tablo 6: Birinci davranışsal müdahale tasarımı.....	67
Tablo 7: Birinci davranışsal müdahale sonuçları.....	67
Tablo 8: İkinci davranışsal müdahale tasarımı	68
Tablo 9: İkinci davranışsal müdahale sonuçları.....	68
Tablo 10: Kolorektal kanser taramasını hatırlatan iki mesajı.....	75
Tablo 11: Akıllı telefonla arayüzü randevusu	77
Tablo 12: Tedavi dalları	77
Tablo 13: İnternet sitesi müdahale aracı.....	81



Bilimsel Etik Sayfası

Öğrencinin	Adı Soyadı	WAHİDULLAH MUBASHİR		
	Numarası	18810401046		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	SİYASET BİLİMİ VE KAMU YÖNETİMİ BÖLÜMÜ ANABİLİMDALI		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans	✓	
		Doktora		
Tezin Adı	KAMU POLİTİKALARINDA DİJİTAL DÜRTME: UYGULAMA ÖRNEKLERİ			

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

Wahidullah MUBASHİR
İmzası



Öğrencinin	Adı Soyadı	WAHIDULLAH MUBASHIR		
	Numarası	18810401046		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	SİYASET BİLİMİ VE KAMU YÖNETİMİ BÖLÜMÜ ANABİLİMDALI		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans	✓	
		Doktora		
	Tez Danışmanı	DR. ÖĞR.ÜYESİ SEMA MÜGE ÖZDEMİRAY		
Tezin Adı	KAMU POLİTİKALARINDA DİJİTAL DÜRTME: UYGULAMA ÖRNEKLERİ			

ÖZET

Teknoloji çağında insanlara ulaşmada, insan davranışlarına yön vermede, onları kendileri ve toplum için daha faydalı karar ve tercihlere yönlendirmede dijital dürtme anlayışı giderek önem kazanmaktadır. Dijital dürtme; davranışsal iktisattan elde edilen içgörülerden faydalanarak dijital ortamdaki unsurlar yardımıyla kullanıcı davranışını arzu edilen hedefe doğru yönlendirerek birey ve toplum refahını artırmayı hedefleyen bir yöntemdir. Günümüzde gündelik hayatta; alışveriş, sağlık hizmetleri, yemek seçimleri ve seyahat planları gibi pek çok karar çevrimiçi olarak alınmaktadır. Bu nedenle; politika yapıcılar, iletişimciler, tasarımcılar için bireylerin davranışları hakkında bilgi edinmelerinin yolu dijital ortamlarda verilen kararların analizinden geçmektedir. Bireylerin sınırlı rasyonelitesi ile pek çok faktörün etkisinde karar vermesi, onları rasyonel kararlardan uzaklaştırabilmektedir. Özellikle dijital ortamda bireyler eksik kararlar vermeye eğilimlidir. İnternette mevcut olan çok miktarda bilgi nedeniyle, bireyler çoğu zaman optimal bir seçeneğe ulaşmak için ilgili tüm detayları işlemekte başarısız olmaktadır. Bunun yerine, genellikle ekranlar üzerinde aceleci ve otomatik bir şekilde karar almaktadırlar. Kamu otoritelerinin bireylerin çevrim içi karar alma ortamlarını birer seçim mimarı olarak şekillendirmesi olarak ifade edilebilecek dijital dürtme ile bireyler hem bireyin hem de toplumun refahını artıracak şekilde rasyonel karara yönlendirilebilmektedir. Aynı zamanda dijital ortamlar, dürtme için çeşitli avantajlar sunmakta; sürecin daha kolay, daha hızlı ve daha ucuza işlenmesini sağlamaktadır. Bu tespitten yola çıkarak ilgili tez çalışmasının amacı; Türkçe alan yazında henüz yeterli sayıda çalışma bulunmayan dijital dürtme kavramını, dünyadan örneklerle irdelemektir.

Anahtar kelimeler: Kamu politikaları, Dürtme, Dijital dürtme



Author's	Name and Surname	WAHIDULLAH MUBASHIR		
	Student Number	18810401046		
	Department	POLITICAL SCIENCE AND PUBLIC ADMINISTRATION		
	Study Programme	Master's Degree (M.A.)	<input checked="" type="checkbox"/>	
		Doctoral Degree (Ph.D.)	<input type="checkbox"/>	
	Supervisor	DR. ÖĞR.ÜYESİ SEMA MÜGE ÖZDEMİRAY		
Title of the Thesis/Dissertation	DIGITAL NUDGING IN PUBLIC POLICIES: PRACTICE SAMPLES			

ABSTRACT

In the technology era, the digital nudging approach is increasingly becoming important in reaching people, directing human behavior, and directing them to more beneficial decisions and preferences for themselves and society. Digital nudge: It is a method that aims to increase individual and social welfare by directing user behavior towards the desired goal with the help of elements in the digital environment by making use of the insights obtained from behavioral economics. In today's daily life, many decisions are made online, such as shopping, healthcare, food choices, and travel plans. Because for policymakers, communicators, and designers, the way to obtain information about the behavior of individuals is through the analysis of decisions made in digital environments. Individuals' limited rationality and decision-making under the influence of many factors can distract them from rational decisions. Especially in the digital environment, individuals tend to make incomplete decisions. Due to the vast amount of information available on the Internet, individuals often fail to process all the relevant details to arrive at an optimal option. Instead, they often make hasty and automated decisions on screens. With the digital nudge, which can be expressed as the shaping of individuals' online decision-making environments as choice architects by public authorities, individuals can be directed to rational decisions in a way that will increase the welfare of both the individual and the society. At the same time, digital media offers various advantages for nudging; It makes the process easier, faster, and cheaper. Based on this determination, the aim of the thesis study is this study aims to examine the concept of digital nudging, with examples from the world, which does not have sufficient number of studies in the Turkish literature.

Keywords: Public policies, Nudge, Digital nudge

ÖNSÖZ

Yüksek lisans çalışmamda beraber çalışmaktan onur duyduğum bilgi, birikim ve tecrübeleriyle bana yol gösteren, çalışmada beni cesaretlendiren, yardımlarını esirgemeyen ve bana yeni bir bakış açısı kazandıran stresli olduğum anlarda duyduğum desteği bana sağlayan sevgili danışman hocam Dr. Öğr. Üyesi Sema Müge ÖZDEMİRAY'den bu vesileyle teşekkürlerimi sunarım.



GİRİŞ

Hükümetler, topluma kamu hizmeti sunmak amacıyla farklı alanları kapsayacak politikalar oluşturmaktadır. Bu nedenle politikaların insan davranışlarına dayalı olarak oluşturulması, yani genel olarak kamu yararını gözetmesi gerekmektedir. Çünkü eylemler, alınan önlemler, yapılan değerlendirmeler, kısacasıyla kamu politikası süreci bireyler ve vatandaşlar için sunulmaktadır. Bu nedenle insan merkezli davranışsal politikaların, ekonomik model ve buna bağlı kavramlar çatısında genel bir davranışsal politika oluşturma aktivitelerinin bir tercihten ziyade zorunluluk haline geldiği görülmektedir. Bununla birlikte kamu hizmetin kalitesinin nasıl iyileştirileceği, kamu talebinin nasıl karşılanacağı ve kamu memnuniyetinin nasıl artırılacağı da üzerinde durulması gereken sorulardır. Hükümetler, söz konusu hedeflere varmada birey davranışını irdelemenin öneminin farkına vararak davranış bilimi tekniklerini giderek daha fazla kullanmaktadırlar. Hükümetler son dönemde sıkça başvurdukları “dürtme” müdahaleleri ile, insanların kararlarını zorlamadan veya ekonomik teşviklerde önemli değişiklikler yapmadan değiştirebilmektedir (Benartzi vd., 2017: 1).

İnsan davranışı odaklı yeni ve güncel kamu politikası aracı olarak dürtme (davranışsal içgörü) bireyleri olumlu davranış değişikliğine doğru yönlendirmede akademisyenler, bireyler ve hatta hükümetler tarafından üzerinde durulan önemli bir konu haline gelmiştir. Dürtme kavramı ilk olarak, Richard Thaler ve Cass Sunstein ile 2008 yılında tanınır hale gelmiştir. İki yazar tarafından dürtme, “insanların davranışlarını herhangi bir seçeneği yasaklamadan ya da ekonomik teşvikleri önemli ölçüde değiştirmeden, öngörülebilir şekilde değiştiren seçenek mimarisi”(Thaler ve Sunstein, 2008: 6) olarak tanımlanmıştır. Davranışsal müdahaleler politika oluşturma sürecinde diğer geleneksel politika araçlarına ek olarak önemli bir araç haline gelmiştir. Nitekim davranış biliminin kullanımı, politika oluşturma ve kamu yönetiminin geniş kapsamlı bir şekilde yeniden değerlendirilmesine yol açma potansiyeline sahiptir (Ewert, 2019: 2-3).

Bilindiği üzere dijitalleşme, günlük hayata giderek nüfuz etmektedir. Bilgi Sistemleri (IS) kullanımının aktif hale gelmesiyle birlikte dijital olarak desteklenen kararların kapsamı ve önemi de artmıştır. Giderek artan bir şekilde, kararlar çevrimiçi

ortamda alınmaktadır ve insanlar çevrimiçi ortamlarda gündelik hayatlarından farklı davranabilmektedir. Nitekim bilgi zenginliği nedeniyle, dijital ortamlar aşırı bir seçim zorluğuna yol açabilmektedir. Bu nedenle, Weinmann ve arkadaşları (2016) da dijital bir ortama odaklanarak dürtme tanımını genişletmiş ve dijital dürtmeyi “insanların seçimlerine rehberlik etmek veya çevrimiçi karar ortamlarında kullanıcıların girdilerini etkilemek için kullanıcı arayüzü tasarım öğelerinin kullanımı” olarak tanımlamıştır. Dijital dürtmelerin fiziksel bir ortama göre daha hızlı, daha ucuza ve daha özelleştirilmiş bir şekilde uygulanabileceği, bireysel tercihleri izlemenin ve analiz etmenin daha kolay olacağı öngörülmektedir.

Günümüzde bireylerin çevrimiçi olarak yaptıkları seçimlerin ve verdikleri kararların sayıca artması politika yapıcıların, karar vericilerin dijital süreçlere odaklanmalarını zorunlu hale getirmektedir. Çevrimiçi ortamlar, bireysel tercihleri izlemek, analiz etmek ve yönlendirebilmek için önemli bilgiler sağlamaktadır. Bu bilgilerden yola çıkılarak tasarlanan dijital dürtmeler de çevrimdışı dürtmeler gibi halkın günlük hayatındaki kararlarını etkilemekte büyük rol oynamaktadır. Bu çalışma “**Kamu Politikalarında Dijital Dürtme: Uygulama Örnekleri**” başlığı ile nitel araştırma yöntemine başvurularak hazırlanmıştır. Dijital dürtmelerin bireylerin hayatında taşıdığı önemin ve karar verme süreçlerinde oynadığı rolün farklı alanlar ve ülkelerde uygulanmış dijital dürtme örnekleri üzerinden irdelemeye odaklanmıştır.

Bu çerçevede çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde davranışsal kamu politikaların ortaya çıkışı ve gelişim süreci üzerinde durulmuştur. İkinci bölümde dijital dürtmenin kavramsal çerçevesi çizilmeye çalışılmıştır. Son bölümde ise dijital dürtmeye başvurularak hazırlanan davranışsal kamu politikalarına dünyadan örnekler verilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

DAVRANIŞSAL KAMU POLİTİKALARI

İnsanı rasyonel bir birey çerçevede ele alan geleneksel yaklaşımın tezleri gün geçtikçe azalmaktadır. Bu nedenle bireyin faydasını maksimuma çıkaracak rasyonaliteye dayalı araçlar yerine bireyin bilinçli sapmalarda ve hatalarda bulunduğunu göz önünde bulunduran, rasyonel bir varlık olmadığı bilincine dayalı araçlar gündemde getirilmelidir. Bu sayede birey nezdinde düzeltilen davranışlar ilerleyen aşamalarda tüm topluma işleyecektir. Tüm bu anlatılar ise davranışsal iktisat ve beraberinde getirdiği kavramlar aracılığıyla davranışsal kamu politikası araçları ve spesifik olarak dürtme teorisinin kullanımına vurgulamaktadır. Dürtme" teorisi, günlük hayatta verdiğimiz kararların tamamen rasyonel olmadığı ve davranışsal önyargılardan etkilendiği varsayımına dayanır. Teorinin destekçileri, insanlara doğru seçimi yaptırmanın yolu, bu seçimlere yol açan psikolojik faktörleri tespit etmek ve daha iyi karar vermeye yol açacak davranışsal müdahaleler veya 'dürtmeler' kullanmaktan geçtiğini düşünürler.

Çalışmanın bu kısmında üç ana başlıktan; sırayla dürtme teorisinin teorik arka planı olarak klasik iktisat, davranışsal iktisat ve ilkelerinden bahsedilmektedir. Ardından dürtme teorisi ve ana ilkelerini üzerinde durulmuştur. Son kısmı olarak kamu politikalarında dürtme başlığı çerçevesinde, kamu politikası araçlarında değişim, politika oluşturma sürecinde davranış bilimi ve bir kamu politika aracı olarak dürtme, üç alt başlık şeklinde incelenmektedir.

1.1. Dürtme Teorisinin Teorik Arka Planı

Dürtme yaklaşımının teorik arka planı olarak değerlendirilebilecek klasik iktisadın ve davranışsal iktisadın temellerine aşağıda yer verilmiştir

1.1.1. Klasik İktisat

Klasik ekolün başlangıcı Adam Smith'in Ulusların Zenginliği adlı eserinin basıldığı 1776 yılı, sonu da John Stuart Mill'in öldüğü 1873 yılı kabul edilirse, öğretisi

olarak bir yüzyıl gibi uzunca bir süre egemenliğinin sürdüğü görülür. Klasik ekol, iktisadi liberalizmi Neoklasiklere devreden bir zincirin halkası olduğu kadar, bunu tümünden reddeden Marx'ı ve izleyicilerini besleyen başlıca kaynaktır (Öztürk, 2010: 2).

Klasik iktisat teorilerinin mimarı olan iktisatçıların büyük bir çoğunluğu, teorilerin testi aşamasında psikolojik kısıtların modellenmesine gerek olmadığı gerekçesiyle davranışsal süreçleri modellerinin dışında bırakmışlardır. Bunu yaparken de homo-ekonomikus tasvirine başvurularak matematiksel analizler gerçekleştirilmiştir (Can Aktan ve Yavuzaslan, 2020: 102).

Klasik iktisat yaklaşımında birey, rasyonel olma özelliği ile gelir ve eyleme dönüştürmeye başlamak adına aldığı kararlarda faydasını maksimize etmeye çalışmaktadır. "Homo-ekonomikus" kavramının da rasyonel birey olgusunu karşı özellikte olduğu bilinmekte, birey "homo-ekonomikus" olarak nitelendirilir. Buna benzer insanlar tam ve eksiksiz bilgiye sahip olmalarına rağmen açık piyasa koşullarında yanılğı ve hataya hareket etmektedirler. Görüldüğü gibi, geleneksel iktisat teorisi kapsamında birçok davranışsal ve duygusal faktör ihmal edilmiştir. Her olgunun matematiksel hesaplamalar ve rasyonellik çerçevesinde açıklanabileceği düşünülmüş ve kişi, kabaca belirli çizgiler boyunca hareket eden ve insan dürtülerinden uzak bir robot olarak tasvir edilmiştir. Yalnızca kurumsal ekonomi denilen dönemle ve gerçekte durum bu şekilde gitmediğinde sorgulanmış, iktisat ve psikoloji birbirine bağlanmıştır. 1936 yılında JM Keynes tarafından yazılan "The General Theory of Employment, Interest and Money" (istihdam, faiz ve paranın genel teorisi), adlı kitabında rasyonalite adı verilen bir olgunun hiçbir durumda geçerli olmayacağını belirtmiştir. Bireylerin "Animal spirits" denilen, para kazanma arzusuna dayanan, ruh adı verilen hayvani içgüdülere sahip olduklarını ve insanların karar vermesi gereken noktalarda bu içgüdülerden yararlandıklarını, yani rasyonalite denilen olgudan saptıklarını açıklamaktadırlar (Kaya, 2021: 35).

Klasik ve neoklasik iktisat teorileri, insanların tamamen rasyonel olduğunu ve ekonomik sonuçları optimize etmeye çalıştıklarını ferz etmektedir. Simon, insan rasyonelliğinin sınırlı olduğunu, mükemmel olmadığını ve insanların ideal sonuçlardan ziyade tatmin edici sonuçlar aradığını savunmuştur (Simon, 1982). Sınırlı rasyonalite üzerine çalışmalar yapan Herbert Simon, ekonomi alanında Nobel ile

ödüllendirilmiştir (Ufuk, 2022: 10).

Klasik anlayışın psikoloji ile uyumuna dikkat çekmek için verilebilecek en önemli örneklerden biri Adam Smith'in "Ahlaki Duygular Teorisi" adlı kitabıdır. Birey sosyal bir varlık olduğu ve insanların davranışlarının psikoloji alanından ayrılmayacağı yaklaşım dayanan bir eserde yazar, özellikle sempati sözcüğüyle ilgilenir. Adam Smith, "Ulusların Zenginliği" adlı çalışmasında, bireyin yalnızca kendi menfaatini gözetmek için hareket etmediğini, aynı zamanda diğer insanlarla bir iletişim akışı sağladığını ve neticesinde istediğini elde etme yeteneği sağladığını ortaya koymuştur. İnsanların tüm faaliyetlerinde, davranışlarını şekillendiren olgunun, acıdan kaçmayı ve ulaşabileceği maksimum haz düzeyine ulaşmayı amaçladığı görüşünü ortaya koyan, faydacılık teoremi denilen Jeremy Bentham tarafından geliştirilmiştir. Jeremy Bentham'ın yarattığı teori ile ekonominin rasyonel insan arasında doğrudan bir ilişki bulunduğunu belirtir. "Homo ekonomist" olarak adlandırılan rasyonel insan menfaatleri yönünde akılcı bir şekilde yola çıkmaktadır (Kaya, 2021: 33-34).

Smith, insan davranışının psikolojik temellerine derinden ilgi duymaktadır. Ahlaki Duygular Teorisi kitabında, sempati kavramına vurgu yapmaktadır. Sempati ile kastettiği, yaşanan bir olayda, kişinin kendisini karşısındakinin yerine koyarak aynı olayın kendisinin başına gelirken, kendisine nasıl davranılması gerektiğini hissederek karşısındakine o şekilde davranmasını ifade etmektedir. Adam Smith, Ulusların Zenginliği kitabındaysa bencilliğe vurguda bulunmuştur. Smith'e göre refah bireyin bencil oluşundan kaynaklanmaktadır. Fayda bireyi harekete geçiren motivasyonun ana kaynağını oluşturmaktadır (Şimşek, 2018: 12).

David Hume, tartışılan kavramlar çerçevesinde insanların davranışlarının sadece rasyonaliteye dayalı olmadığını ve buna istinaden gösterdikleri seçim kararlarını incelemiştir. Bu görüşünü dayandırdığı olgular inatçılık, yaşam sevgisi, kazanma, kaybetme, harcama ve özellikle tutku gibi kavramlar sayılmaktadır. Irving Fisher, bu dönemin önemli bir teorisyen olarak ekonomi ve psikoloji alanları arasındaki uyumuna dikkat çeken, gerçek ve nominal değerler üzerinden algı ve yanılma kavramlarını açıklık getirmişlerdir. İnsanların tercihlerini gelirleriyle doğru orantılı olarak oluşturmamış, bunu bilişsel ve psikolojik değerler çerçevesinde açıklamışlardır. II. Dünya Savaşı sonrasında tarihte yerlerini alan savaş sonrası

neoklasik iktisatçılar, psikoloji ve ekonominin ayrı düşünülmesi gerektiğini savunmuşlardır. Wilfredo, dönemin önemli teorisyenleri arasında Pareto, John Hicks, Paul Samuelson, Roy George Allen gibi isimleri ve öne sürdükleri teorileri içermektedir. İktisadi kuramını öğretmek için tasarlanmış kitaplarda klasik iktisat olarak genelleştirilmiş, neoklasik iktisatta bir göndermedir. Ele alınan klasik iktisat başlığı altında bahsedilen maddeler de neoklasik iktisat temeline dayanmaktadır. Bunun nedenlerinden biri, iktisat ve psikoloji disiplinellerin kabul etmeyişinin tarihinin ve neoklasik iktisat dönemiyle birbirinden farklı düşünme ihtiyacının savaş sonrası dönemle tutarlı olmasıdır (Kaya, 2021: 34-35).

1.1.2. Davranışsal İktisat

Davranışsal iktisadın amacı, neoklasik iktisat modellerinin yerini alma olamamakla beraber, davranışsal iktisat, rasyonel olmayan kararlara etki eden davranış eğilimlerini tanımlayarak neoklasik modellerin daha iyi hale getirilmesini amaçlamaktadır (Can Kamber, 2018: 170). Davranışsal iktisat, insanların harcama yaparken, tasarruf ederken, yatırım yaparken ya da borçlanırken neden ve nasıl irrasyonel davrandıklarını açıklamaya çalışmaktadır. Diğer bir tanımlamaya göre davranışsal iktisat, insan kısıtlamaları ve komplikasyonları sergilediği piyasada araştırma yapan iktisadi aktörlerin, psikoloji ve ekonomi kombinasyonu olarak açıklanmaktadır. Davranışsal iktisat tanımlamalarında en çok fikir birliğine varılan nokta, davranışsal iktisadın fiziksel deneylerle ilgili olmasıdır. Davranışsal iktisat olgusu, büyük oranda laboratuvar, saha deneyleri ve bireysel raporlardan faydalanmaktadır. Bu açıklamalar doğrultusunda, davranışsal iktisat, bazı davranışsal iktisatçılara göre, ampirik metotlara dayandığı izlenimi vermektedir. Pratikte davranış neyin oluşturduğu, her zaman tanımlarla tutarlı olmayabilir; bunun anlamı bir iktisadi aktörün ekonomik davranışını anlamada psikolojik süreçlerin çok önemli rol oynadığıdır (Şimşek, 2018: 9-10).

Davranışsal iktisat, savunucularının rasyonel bireyi reddetmesiyle birlikte 1980'lerin başlarında ortaya çıkmıştır. Davranışsal iktisadın gelişmesinde en önemli adımlar Amos Tversky ve Daniel Kahneman'dır. Davranışsal iktisadın temelini oluşturduğu söylenebilecek çalışmaları, "Belirsizlik Altında Karar Alma: Ön Yargılar ve Zihinsel Kısayollar" (1974) ve "Beklenti Teorisi: Risk Altında Karar Analizi"

(1979)'dır. Tversky ve Kahneman'ın davranışsal İktisat üzerine çalışmalarını üç bölümde değerlendirebilmektedir. Kahneman ve Tversky, belirsizlik koşulları altında insanların karar vermelerinde etkili olan bilişsel kısayolları ve yanlılıkları ilk olarak tartışmış, ardından beklenti teorisini geliştirmiş ve beklenen fayda teorisinin başarısızlıklarını ortaya çıkarmış ve bireyin tercihlerinin risk altında bazı referans noktalarına yönelik bağlı olduğunu savunmuşlardır. Son olarak, çerçevelemenin etkisinden bahsederek, problemin sunulma şeklinin insanların seçimlerini etkilediğini göstermişlerdir. Daha sonra Kahneman ve Tversky'nin farklı zamanlardaki çalışmalarında davranışsal iktisada yer vermişlerdir (Çetin, 2021: 12-14). Davranışsal iktisattaki yaklaşımların çoğu aslında yeni değildir. Neoklasik iktisat alanında kökleşmiş birçok düşünceye dayanmaktadır. İktisat ayrı bir bilim dalı olarak ortaya çıktığında, psikolojinin henüz oraya çıkan bir disiplin olmadığı kabul edilmekte ve pek çok ekonomist, dönemlerinin psikoloğu olarak görülmektedir. Adam Smith'in Ahlaki Duygular Teorisi "The Theory of Moral Sentiments" adlı kitabında, insan davranışının psikolojik ilkelerini açıklar. Smith'in kitabı davranışsal ekonomi alanında önemli bir köşe taşı olarak görmektedir. Smith, insanların şimdiki zamana gelecekte daha fazla önem verdiğini gözlemlemiştir ve buna şimdiki yanlılık (present bias) adını tanımıştır. Adam Smith, günümüzde davranışsal iktisadın önemli kavramlarından biri olan "kayıptan kaçınma" hakkında da yazmıştır. Bireylerin belirli bir miktardaki kayba karşı olumsuz tepkileri, aynı miktarda kazanca verdikleri olumlu tepkiden daha güçlüdür. "Acı bütün durumlarda karşıt diğer duygulardan daha ağır basan bir duygudur" demiştir (Kuşseven, 2022: 12).

Davranışsal iktisat, psikologların yanı sıra ekonomistlerin çalışmalarıyla da ilgilidir. Yaklaşım alanda sorunlara neden olabilmektedir. Alandaki psikolojik verilerin incelenmesi, bazı ana akım iktisatçıların "gerçek" ekonomi olmadığı gerekçesiyle eleştirmesine yol açmıştır.

Akademik bakışla psikolojinin iktisatçılar tarafından reddedilmesi, neoklasik iktisat devrimle başlamıştır. Ekonomik davranışı "Homo ekonomi" kavramına dayandırdılar. 20. yüzyılın başında ekonomistler, disiplinlerinin doğa bilimlerine benzeyeceğini umdukları belirtmiştir. Psikoloji alanı o sıralarda yeni ortaya çıkmakta ve bilimsel olduğu söylenmez durumda olduğunu söylenmiştir (Kuşseven,

2022: 12-16). Geç neoklasik dönem boyunca psikolojik yaklaşımlara baktığımızda ise bilişsel bilimin bağımsız bir disiplin olarak ortaya çıktığını ve ordinalist eğilimlere en önce ve en sert eleştirilerden bazılarının 20. yüzyılın başlarındaki kurumsal iktisatçılardan geldiğini görülür. Wesley C. Mitchell araştırmasında iktisadın psikoloji ile ilişkisini koparması yönünde görüşler belirten Pareto gibi iktisatçıları eleştirmiştir. Kurumsal iktisatçılar yazılarında, hazzcı psikolojinin kusurlu olduğunu kabul ederler ama iktisatçıların psikolojiyi görmezden gelmelerinin bir hata olacağına da dşnrlr. Böylece Mitchell, hazzcı psikolojinin başarısızlığının, iktisatçıları analiz için daha sağlam bir psikolojik temel aramaya teşvik edeceğini ve iktisatçıların kendilerinin de psikolojiye katkıda bulunacağını ummuştur (Kamilçelebi, 2019: 21-22).

Davranışsal iktisat, diğer ekonomik düşüncelere benzer politik bir çerçeveye sahip olamadığını söylenmektedir. Davranışsal iktisada göre insanların rasyonel davranamamalarının nedeni, insanların davranış sırasında karşılaştıkları bilişsel önyargılar (cognitive biases) ve zihinsel kısa yollardır (sezgisel). Belirsizlik ve tehlike anlarında bu bilişsel önyargılara kapılarak insanlar sistematik hatalar yaparlar. Davranışsal iktisat, ana akım iktisat teorileri çerçevesinde bahsi geçen bilişsel tuzakların etkilerini en aza indirmeye çalışarak teorilerin geçerliliğini artırmayı amaçlar (Yücedoğru ve Diraz, 2021: 325).

Davranışsal iktisadın temellerinin 1950'lerde Herbert Simon'ın çalışmalarıyla atıldığı da söylenebilmektedir. Simon'ın çalışması, rasyonel aktör modeline karşı sınırlı rasyonalityyi vurgulayan Adaptive Behaviour and Cognition (Uyarlamalı Davranış ve Biliş) araştırma programının bel kemiğini oluşturmaktadır. Davranışsal iktisadın kurucularından biri olarak kabul edilen diğer biri de George Katona' olarak bilinmektedir. Katona, ekonomik süreçlerin doğrudan insan davranışından kaynaklandığını, ana akım ekonomistler tarafından göz ardı edilen bir gerçek olduğunu belirtmektedir. Katona'ya göre, ekonomik süreçleri anlamanın en iyi yolunun dikkatli ve yakın gözlem olduğuna inanan, ampirik yaklaşıma sahip bir ekonomisttir (şimşek, 2018: 9-12).

Katona, tüketiciler ve iş insanların motivasyonları, tutumları ve beklentilerinin harcama, tasarruf ve yatırımın belirlenmesinde önemli bir rol oynadığını ve modern

psikolojinin iktisadi davranışların araştırılmasında kavramsal ve metodolojik araçlar sağladığını savunmuştur. Bu tür değişkenleri dikkate almanın ve değişkenlere müdahale etmenin psikolojik analiz için önemli olduğunu ve değişkenler olmadan iktisadi davranış tanımının eksik kalacağını, davranış anlayışının sınırlı ve gelecekteki davranış tahminlerinin doğru olmayacağını belirtmiştir (Kamilçelebi, 2019: 26-27).

İktisatçıların insan davranışındaki anormallikleri göz ardı edilmemesi gereken örnekler olarak kabul etmeye başlanmasından sonra, psikoloji alanındaki gelişmeler yeni teorilere yön vermişlerdir. 1960'li yıllardan başlayarak, bilişsel psikolojideki gelişmeler ekonomiyi disipline şekillendirmiştir. Bilişsel psikoloji, beyni bir bilgi işleme makinesi olarak kavramsallaştırmıştır. Metaforun, beynin uyaranlara tepki veren bir makine olduğu görüşünün yerini almıştır. Bilgi işleme metaforu, araştırmaların hafıza, problem çözme ve karar verme gibi daha önce ihmal edilen konulara odaklanmasına yönlendirmiştir. Daniel Kahneman ve Amos Tversky benzer psikologlar, ekonomik modelleri kendine ait psikolojik modelleriyle karşılaştırmak için kullanmışlardır. Tversky ve Kahneman, bilişsel kısayolların (heuristic short-cuts) istatistiksel ilkelerden sapmalara neden olduğunu belirterek alanda büyük bir etki yaratmışlardır. Richard Thaler ve Cass Sunstein da 'Dürtme' adlı eserlerinde davranışsal iktisadın popülerleşmesine katkıda bulunmuşlardır. Bunun nedeni, yazarların davranışsal iktisat ve psikoloji disiplininin sunduğu verileri, politika yapıcıların umduğu davranışların (vergi iadelerini zamanında ödeme, enerji tüketiminin azaltılması, organ bağışının artırılması vb. önemli davranışların artırılması) geliştirilmesine katkıda bulunmak için pratik araçlar sağlayacak şekilde pekiştirmeleridir. Thaler, Sunstein, Tversky ve Kahneman gibi isimler, davranışsal iktisadın yaygın olarak bilinmesine büyük katkıda bulunmuşlardır. Ancak bu isimleri davranışsal iktisadın kurucuları olarak kabul etmekten daha doğrusu, yeniden doğuşuna sebep olan isimlerden saymak yanlış değildir (Kuşseven, 2022: 16).

Bireylerin duygu ve düşüncelerinin sosyal yaşamlarına zaman zaman doğrudan ve belli zamanlarda ise dolaylı olarak etkileri bulunmaktadır. Bireyler bu etkiler doğrultusunda karar verip yola devam etmektedirler. Davranış biliminin temellerini oluşturan bu kararlar sosyal yaşamdaki tercihleri etkilemektedirler. Bu

etkilerin oluşumu ise temelde “İkili düşünce modeli”, “Sınırlı rasyonalite” ve “Beklenti teorisi” kavramları ile anlatılmaktadır.

1.1.2.1. İkili Düşünme Modeli

Saghai (2013), Hansen'in (2016) dürtme tanımlarında açıkça yazdığı ve Thaler, Sunstein'in (2018) ve diğer birçok akademisyeninlesin belirttiğine göre, dürtme insan önyargılarını ve buluşsal yöntemleri kullanır. Bütün bunlar, iki düşünme modeli fikrine dayanmaktadır. Yaklaşımın, çağdaş sosyal psikolojide merkezi bir rol oynayan sözde ikili süreç teorilerinde bulunmaktadır. İkili süreç teorileri, bilişsel görevler için iki farklı süreç veya sistem olduğunu savunan teoriler sınıfı olarak bilinir. İlki hızlı, sezgisel, otomatik ve inanca dayalıyken İkincisi yavaş, müzakereci, analitik ve mantığa yatmaktadır. Dürtme teorisi, en son tanımların açıkça gösterdiği gibi, güçlü bir şekilde birinci sisteme dayanmaktadır (Korhonen, 2020: 6)

İnsanlar günlük birçok seçim, örnek olarak bugün ne giysem acaba? Bu akşam ne yemeliyim? veya bugünkü seçimde kime oy vereceğim? yapmak zorunda kalmaktadır. Seçimlerin bazıları bilinçli olarak yapılır, ancak çoğu bilinçsizce yapılmaktadır. Bilinçli seçimlere örnek olarak, eğitim almayı veya belirli bir kariyere sahip olmakta seçim yapmak, çocuk sahibi olmak veya çocuk sahibi olmayı seçmemeyi, gibi örnekler verilmiştir. Bilinçdışı seçimler ise otoyolda şerit değiştirmek ve örneğin öğle yemeğinde sandviç dolgunu seçmektir. Bilinçdışı seçimler "otomatik sistem" (sistem 1) aracılığıyla gerçekleşir: evrimsel olarak eski olan insan bilişsel sistemidir. İnsan zihnini sınırlı işleyen bellek kapasitesine sahip olduğundan, otomatik sistem esastır. "Sistem 1, doğuştan programlanmış içgüdüsel davranışlardan oluşmaktadır. Bilinçli seçimler “refleks sistemi” (sistem 2) aracılığıyla gerçekleşir: evrimsel olarak yeni olan ve insanları diğer hayvanlardan ayıran bilişsel bir insan sistemi. Bu sisteme göre, insanlar varsayımsal olarak akıl yürüterek ve düşünebilir. Sistem 2, çalışma belleği, yüksek çaba gerektiren düşük işlem kapasitesine sahiptir (Meiden, 2018: 13).

Sistem 1 kontrol edilmeyen, hızlı işleyen, otomatik ve bilinçsizce çalışan, genellikle zahmetsizce işleyen ve istemli denetim içeren çağrışımsal, düşünce sistemidir. Sistem 2 ise kontrollü, yavaş hareket eden, çaba harcayan, düşünsel ve bilinçli çalışan, öz farkındalık içeren, kuralları izleyen kurallara uyan çıkarımsal bir

düşünceci. Örneğin, beklenmedik bir şekilde size bir top atıldığında, hemen eğilirsiniz, uçağınızın sallanıp sallanmaya başlayacağından endişelenirsiniz veya sevimli bir köpek yavrusu görünce gülümsersiniz, sonra otomatik bir sistem olan Sistem 1' kullanılmaktadır. Sistem 2, dikkati zor hesaplamalar da dahil olmak üzere zor zihinsel işlemlere yönlendirir ve işleyişi sıklıkla eylem, seçim ve yoğunlaşmaya ilişkin öznel tecrübelerle ilişkilendirilir. Örneğin bir kişiden 137 ile 27'yi çarpması istendiğinde sistem 2 bilinen düşünce sistemi devreye girer. Aşağıda tablo 1 de otomatik sistem 1 ve düşünce sistem (sistem 2) özellikleri değinilmiştir (Çetin, 2021: 54-5

Tablo 1: Sistem 1 ve sistem 2'nin özellikleri

Otomatik sistem (sistem 1)	Düşünce sistemi (sistem 2)
Kontrolsüz	Kontrollü
Çaba gerektirmeyen	Çaba gerektiren
Çağrışımsal	Çıkarımsal
Hızlı	Yavaş
Bilinçsiz	Bilinçli
Beceriye dayalı	Kurallara göre

Belirli bir davranış, her iki zihinsel sisteme de dayanabilmektedir. Birey karar veya seçim yaparken, sistem 2'nin her şeyi yaptığı düşünülür ama aslında sistem 1 farkında olmadan sürekli işin içindedir çünkü sistem 1 daha ekonomiktir, beyin Enerjisi ve tüm dikkatleri üzerine çeker ve maliyeti yoktur. Sistem 2 tam kapasitede çalışırken bile Sistem 1 tepki vermeye hazırdır. Yani sistem 2, sistem 1 ile aynı anda çalışan otomatik ve yeni olmayan bir mekanizmadır. Bir kişi karar verirken dikkatli düşünmediğinde, Sistem 1 devreye girer ve çoğu zaman yanlış kararlara yol açar, örnek olarak karmaşık matematik problemlerini çözerken, bir kişiye lezzetli ama kalorisi yüksek bir çikolatalı kek mi yoksa sağlıklı, taze bir meyve salatası mı isteyip istemediği sorulduğunda, kişi çikolatalı keki seçmeye daha meyilli görünmektedir. Çünkü Sistem 2 devreye girdiğinde, Sistem 1 davranışlar üzerinde daha fazla etkiye

sahiptir. Burada görüldüğü gibi bazen otomatik sistem ekonomik karar alma birimlerinin bu yöndeki davranışlarını olumsuz etkileyebilmektedir. Sistem 1 ve Sistem 2'yi açıklayan bir diğer örnek ise nöropsikolojik bir test olan Stroop testidir. Renklerin veya nesnelerin adlarını söylemenin onları okumaktan daha uzun sürdüğünü gösteren Stroop testine göre, kırmızı, mavi, sarı, yeşil, mor ve turuncu sözcükleri yazıldığı şekliyle ilk okuduğunda, Kelimeleri söyleme hızı çok hızlı olacaktır çünkü Sistem 1 ile devrededir. Fakat kelimelerin yazıldığı renkleri söylemek istendiğinde o renkleri söyleme hızı görece olarak azalacaktır. Çünkü Sistem 2 devreye giriyor ve yine da daha yavaş ve bilinçli düşünmeye sevk eder (Çetin, 2021: 54-56).

Dürtme teorisyenleri, kötü yaşam tarzlarına yol açan seçimlerin genellikle Sistem 1 süreçleriyle meşgul etmemeye dayandığına belirtmişler. Bu nedenle, olumlu davranış değişikliği sağlamanın en pratik yolu, sapkın davranışın bağlı olduğu zihinsel kısayolları ve Sistem 1 süreçlerini hedeflemektir. Bu, karar vericinin genellikle farkında olmadığı bir süreçtir. Ancak, 2 sistem etkileşim halinde olduğundan, yalnızca 1. sistemi hedefleyen bir dürtü başarısız olacaktır. Bu nedenle, 2 tür dürtme vardır: 1. tip dürtme ve 2. tip dürtme. Tip 1 dürtme, kasıtsız olan, yargıyı içermeyen ve seçimleriyle ilgili olmayan davranışlarını etkilemeyi amaçlar. Öte yandan Tip 2 dürtme, yargıları ve seçimleri içeren davranışları etkilemeyi amaçlar. Sağlıklı gıdaların tüketimini artırmak için süpermarkette meyve ve sebzelerin açık bir şekilde sergilenmesi veya obeziteyi azaltmak için daha küçük tabaklar gibi eylemler, tip 1 dürtmeleri içerir. Düzenli egzersizin önemi hakkında uzun vadeli eğitim kampanyaları, tip 2 dürtmenin örneğidir. Amos Torsky ve Daniel Kahneman bilişsel kısayolların ve sapmaların, otomatik ve kontrollü düşünme biçimleri arasındaki etkileşimden kaynaklandığını belirtmişlerdir (Kuşseven, 2022: 17-20).

1.1.2.2. Sınırlı Rasyonelite

Rasyonellik ve sınırlı rasyonelite neoklasik iktisadın benimsediği rasyonelite kavramına göre iktisadi insanlar sınırsız iradeye sahip, karşılaştığı bütün seçeneklerin değerini hesaplayabilen ve bunun neticesinde aşırı oranda akılcı ve doğru kararlar alarak karını maksimize yapabilen duygusuz bireyler denilmektedir. Davranışsal iktisadın yaklaşımıyla beraber, rasyonellik ilkesine karşı sınırlı rasyonellik iktisatta daha büyük bir yer edinmeye başlamıştır. Dolayısıyla bireylerin psikolojik etkenlere

etkilenmesi düşünme ve bilgi kapasitesinin sınırlı olması gibi nedenler sebebiyetle kişinin rasyonellikten saparak tam rasyonel değil kısmen rasyonel olabileceği ileri sürülmüştür (Çetin, 2021: 24).

Ana akım ve davranışsal iktisadın kişi merkezli kavramsallaştırmaları aralarındaki farkı anlamak için "Homo ekonomi " ve " homo psikolojik " tanımlamalar arasındaki farka bakmak faydalı olabilecektir, her iki birey ekonomideki temel sorunla ilgilenmektedir. Maksimum faydayı elde etmek için kıt kaynakların nasıl tahsis edileceği, nerede yaşayacağını, kiminle evleneceği, nereye yatırım yapacağı gibi herhangi bir ortamda olabilir. "Ekon " (rasyonel insan) ve "insan" (Homo psychologicus), davranışsal iktisatta iki tür düşüncenin tanımıdır. Ana akım iktisat, soğuk, rasyonel ve çıkarıcı ekonomiyi vurgularken öte yandan, psikoloji disiplini, sınırlı bilişsel kapasiteye sahip ve birçok önyargıya (biases) eğilimli, hata yapabilen ve etkilenebilen duygusal olarak yumuşak insanı vurgulamaktadır. En saf haliyle, Econ mantıklı ve rasyonel kararlar verir, kişisel çıkar peşindekoşmakta ve maliyet-fayda analizi yaparak faydayı maksimize etmektedir. İnsanlardan farklı olarak Econ analitik ve zekidir ve fiziksel, ruhsal ve duygusal durumlardan etkilenmezler. Geleneksel ekonomi alanının en önemli kusuru, insanların karar verme kapasitesine aşırı güvenmesidir. Örnek olarak; iktisadi araştırmalar, çalışanların gelecekteki refahı için emeklilik birikimi planlarına büyük önem vermektedir ve birçok girişim, insanları kendilerine en iyi şekilde hizmet edecek şekilde emeklilik için birikim yapmaya teşvik eder. Ancak bulgulara göre birçok çalışanlar geleceği için para biriktirmemektedir (Çetin, 2021: 24-25).

Simon'a (1955) göre, sınırlı rasyonellik, evrensel olarak kabul edilen mükemmel rasyonelliğin pratik imkansızlığını ifade etmek için kullanılır. Simon, çoğu insan eylemlerinin duygusal oldukları için kısmen irrasyonel ve kısmen rasyonel olduğunu üzerine tartışmaktadır. Simon'a göre klasik teorinin rasyonel varsayımı güçlü ve kullanışlı bir araç olmasına rağmen günümüz ekonomisinin artan karmaşıklığının bir sonucu olarak rasyonel varsayımı karmaşık problemlerin çözümünde aciz kalmıştır. Bunlarla birlikte Simon, rasyonel davranmak isteyen kişilerin sadece yakın çevrelerinden değil, kendi öz çevrelerinin yani bilişsel sınırlılıklarının da etkilendiklerinde düşünmeleri gerektiğini iddia etmekte ve bu

nedenle rasyonel insan algısal ve bilişsel süreç ile alakalı düşünmek gerektiğini söylemektedir. Bu nedenle Simon'a göre psikolojik teoriler, iktisatta seçim teorilerini zenginleştirmede çok önemli bir rol oynamaktadır. Sınırlı rasyonalite görüşünün bir başka göstergesi, insanların mevcut tüm seçenekleri Basitleştirdikten sonra rasyonaliteyi uyguladıkları için optimal sonuçlara ulaşma yeteneklerindeki sınırlamalardır. İnsanlar, gelecekte ve şimdi bilgi edinmenin maliyeti konusunda belirsizlikle karşı karşıyadır (Doru, 2020: 26).

Davranışsal iktisat, geleneksel iktisadının "rasyonel insan" modeline karşıdır. Pozitivist insanlar, maliyet ve faydayı doğru hesaplar ve buna göre seçimini yapmaktalar. Klasik iktisat, insan davranışını tahmin etmek için bu varsayımlardan yola çıkmaktadır. Bu düşünce tarzından çıkan standart politika tavsiyesi, insanlara birçok seçenek sunmak ve bunlardan birini seçmelerine izin vermektir. Buna karşılık, davranışsal ekonomi, insanların aslında bu şekilde davranmadığını açıklamaktadır. Bireylerin bilişsel yetenekleri sınırlıdır ve her zaman kendi çıkarları doğrultusunda hareket etmezler. İnsanlar genellikle yanlış kararlar vermekte, kararlarını yanlış bilgilere dayandırabilir ve bazen mantıksız davranabilmekteler. Bu, ana akım ekonomistleri beğenini karıştırırken, davranışsal ekonomistleri ilham vermiştir. Bu psikolojik ve ekonomik durum önemli bir soruyu da beraberinde getirmiştir ki, devlet bilimsel olarak geçerli stratejileri kullanarak insanları dürtme yapıp bireyleri kendilerinden de koruyarak pozitif bir şekilde yönlendirmeli midir? Davranışsal ekonominin karar verme prensiplerine yönelik bu analizi, "dürtme teorisinin bel kemiğini oluşturmuştur. Thaler ve Sunstein'ın dürtme (Nudge) adlı eserinde davranışsal iktisadı geniş seviyede yaygınlaşmasına ve bilinmesine sağlamıştır. Bunun nedeni, yazarların davranışsal iktisat ve psikoloji alanının sunduğu verileri politikacıların umduğu davranışların (vergi iadelerini zamanında ödeme, enerji tüketiminin azaltılması, organ bağışının artırılması vb.) geliştirilmesine el vermek için pratik araçlar sağlayacak biçimde pekiştirmeleridir. Davranışsal ekonomi, bireylerin davranışı etkilemek için yeni politika araçları sunar. Psikoloji alanından gelen tahminler, politika sonucunda elde edilebilecek sonuçları olumlu istikamette etkilemek için yeni araçlar sağlar ve mevcut politikalar hakkında daha iyi tahminler yapılmasına olanak tanımaktadır (Kuşseven, 2022: 16-17).

1.1.2.3. Beklenti Teorisi

Hayat, doğumdan ölüme kadar riskler ve belirsizliklerle doludur. Gözlem, deneme yanılma, eğitim yoluyla kazanılan bilgi ve deneyimlerle bu belirsizlikleri azaltsa da bunlarla yaşamayı ve buna bezer durumlarda nasıl karar vermeyi öğrenmesi gerekmektedir (Özdemir, 2019). Daniel Kahneman ve Amos Tversky'nin belirsizlik altında karar vermenin davranışlarımıza etkisine ilişkin 1979'da sunduğu teorinin adı 'Beklenti Teorisi'dir. Beklenti teorisi üç temel davranış şeklini tanımlamaktadır. Bunlar: referans noktasına odaklanma, kayıp ve kazançlara verilen tepki ve kayıptan kaçınmadır (Kuşseven, 2022: 21). Beklenti teorisi İnsanların risk altında nasıl karar verdiklerinin açıklayan teoridir. Kararlarında genellikle rasyonel davranmayan insanların belirsizlik durumunda karar verme davranışlarına açıklık getirmek için Kahneman ve Tversky tarafından çeşitli deneysel çalışmalar yapılmıştır 1970'li yıllardan sonra yapılan bu çalışmalar davranışsal iktisadın temellerini atmıştır (Ufuk, 2022: 14). Tversky ve Kahneman, beklenen fayda teorisini geçersiz kılan birçok deney yapmış ve beklenti teorisi olarak adlandırılan ve bireylerin risk altında karar verme teorisini açıklamıştır. Beklenti teorisinde, fayda kavramı yerine değer kavramı kullanılmaktadır. Teorideki değer fonksiyonu, beklenen fayda fonksiyonundan farklıdır. Değer fonksiyonu, bir referans noktasından sapan kazanç ve kayıplardır. Bireyin öznel izlenimi, mevcut ve alternatif durumları karşılaştırdığı yer referans noktasının yerini işaret eder (Kamilçelebi,2019: 38).

1.2. Dürtme Teorisi

İnsanlar genellikle çok detaylı hesap yapmadıklarında ve tahminlerindeki hatalar nedeniyle yanlış kararlar alabilmekte, bazen bu durum tüm hayatlarını etkilemektedir. Thaler ve Sunstein, "Dürtme" adlı çalışmalarında bireylerin bazı durumlarda kendilerini kontrol edemediklerini, seçimlerini doğru yapamadıklarını ve kendilerine hâkim olamadıklarını iddia eder. dolayısıyla insanların tasarruf etmesini sağlamak veya finansal durumlarını daha iyi hale getirmek için aldıkları kararlarda onları yönlendirmek veya Thaler'ın tabiriyle dürtmek gerekmektedir (Kamilçelebi, 2019: 73).

Richard H Thaler ve Cass R. Sunstein, Davranışsal iktisat ve karar verme alanında isimleri bilinen iki ünlü teorisyen 2008 yılında literatüre kararlar geliştirme

Sağlık, zenginlik ve " Mutluluk" “Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth and Happiness” adlı eserleriyle, davranış bilimleri çerçevesinde politikaları şekillendirmek için kullanılan dürtme "Nudge" adına harika bir fikir ortaya çıkarmışlardır. Yaklaşım, "seçenekleri yasaklamadan veya insanların aldığı ekonomik teşvikleri değiştirmeden insan davranışını öngörülebilir bir şekilde yönlendiren bir seçim mimarisini" (Thaler ve Sunstein, 2008: 6) tanımlamak için kullanılmaktadır. Dürtme fikrinin geçerli olması ve geçerliliğini koruyabilmesi, müdahale olarak adlandırılabilmesi için uygulanmasının kolay olması ve insanların etkilenmek istemedikleri bir durumdan kaçınmaları için maliyetli olmaması gerekmektedir (Kaya, 2021: 43).

Temel olarak, dürtme kavramı, insanların tercihlerine göre iyi kararlar alamayacağı ve dolayısıyla faydayı maksimize edemeyeceği varsayımına dayanmaktadır. Bunun amacı fiili tercihlerin gerçek tercihlerini yansıtmadığı anlamına gelmektedir. Davranışsal iktisat ve psikolojideki gelişmeler, karar verme süreçlerin ve davranışların rasyonel bakış açısının sunduğu davranış modelinden nasıl saptığını göstermektedir. Bu davranışsal bakış açısı, karar alma bağlamının insanları nasıl hata yapmaya yönlendirdiğini ve tercih ettiğimiz sonuçlara ulaşmayı nasıl engellediğini gösterir. Dürtme insanları bilişsel eksiklikten kaynaklanacak davranışlardan uzaklaştırmak ve nihai hedeflerine ulaşmalarını sağlamak için politika yapıcılarca, yönlendirmesini amaçlamaktadır. Dürtme (Nudge) bu etkiyi, insanların seçiminde deneysel olarak kanıtlanmış bilişsel eksiklikleri kullanarak gerçekleştirmektedir. Bu politikayı uygularken finansal teşvikler kullanmayarak, insanların açıkça yaptığı seçimleri (Örnek olarak para statü vb.) etkilemek yerine, insanların umursamadığı bazı nitelikleri örnek şekilde; liste sıralaması, varsayılan seçenek, çerçeveleme vb. etkilemeyi amaçlar. Dürtme ile gelen davranış değişikliği kolaylıkla tersine çevrilebilir, yani birey diğer türlü hareket etmekte serbesttir. Dürtme teorisinde değişen motivasyonlar, değişen normlar, bilgi ve eğitim gibi müdahalelerden farklı ve yeni olan şey, bilişsel ve motivasyonel yetersizliklerini kullanarak insanların daha iyi kararlar almasına yardımcı olmaktadır. Thaler ve Sunstein Dürtmeyi (Nudge) insan davranışlarını tahmin edilecek biçimde, seçenekleri yasaklamadan ya da insanların muhatap olduğu ekonomik teşvikleri fazla değiştirmeden yönlendiren ‘seçim

mimarisi' olarak anlatmıştır. Thaler ve Sunstein 'seçim mimarisi' terimini kullanarak bağlamın, bir seçimin hangi çevrede alındığının önemine vurgulayarak seçimin sunuluş şeklinin insanların kararlarını etkileyeceğini ortaya koymaktadır. Dürtme yaklaşımına göre, politika yapıcılar seçimlerin mimarlarıdır ve vatandaşların doğru seçimi yapabilmeleri için politikaları tasarlar. Burada doğru seçim, insanların sınırlı bilişsel kapasiteye, zamana veya bilişsel önyargılara tabi olmadıklarında aldıkları kararları denilmektedir. Dürtme, liberal paternalizm felsefesine dayanmaktadır, yani hükümetlerin rolünün belirli davranışları teşvik etmek olduğu, ancak vatandaşların başka bir tercih seçmekte özgür olduğu bir duruma atıfta bulunmaktadır. Liberter paternalizm olarak da adlandırılan bu kavram, genellikle bireylerin istediklerini yapma özgürlüğünü ve istemedikleri her şeyden vazgeçme hakkını anlatmaktadır. Paternalist yönü, seçim mimarlarının daha sağlıklı ve daha iyi bir yaşam sürmeleri için insanların davranışlarını etkilemeye çalışmasının meşru olmasından kaynaklanmaktadır (Kuşseven, 2022: 47). Bir müdahalenin dürtme olarak nitelendirilebilmesi için sahip olması gereken özellikleri Thaler ve Sunstein şöyle sıralamıştır (Çetin, 2021: 48-49).

- Dürtme, değer menfaatleri tutarlı olmalıdır
- Dürtme sadece yasal ve meşru amaçlar için yapılmalıdır.
- Dürtme, bireysel hakları ihlal etmemelidir.
- Açık ve uygulaması kolay olmalıdır.
- Bir sevki reddetmenin maliyeti düşük olmalıdır.
- İnsanlardan rızası olmadan hiçbir şey almamalı ve zorlama ısrarda etmemeli

Thaler ve Sunstein, zorlama olmadan yumuşak güçle insanların tutum ve davranışlarını değiştirmenin mümkün olduğunu söylemiştir. Dürtme müdahalelerinin amacı, insanları seçim mimarileri vasıtasıyla nazikçe dürtmek ve onlara veya topluluklarına fayda sağlayan bir seçeneği seçme olasılıklarını artırmaktır.

Davranışsal iktisadın gelişmesiyle beraber insanların homo-ekonomist olmadığı anlaşılmış ve karar verme sürecinde izlenen yöntemler davranışsal iktisat çalışmalarıyla da netlik kazanmıştır. Her insanın ve ilgili her mekanizmanın bir hata

payına sahip olduğu toplumsal ya da bireysel bir yaşamda karar verme eylem yapmadan yaşamak mümkün olmadığına göre, mümkün olan en iyi kararı vermeye çalışmak insanlara kalmıştır. Bu durumda, dürtme teorisinin amacı, bu kararları insanların rızası ile memnuniyeti göz öne bulundurarak mümkün olan en faydalı yönde dürtmektir. Bunu, sorumlulukları nedeniyle hızlı karar veremeyen ve kendi amaçları için karmaşık görevleri düzenlerken ikincil sistemlerini aktif tutmaya çalışan insanlar tarafından çok yaygındır.

Sağlık alanında gelişmeyi sağlamak için yapılan dürtmeleri etik açıdan değerlendirildiği bir faaliyette, insanlara uygulanan dürtme türleri belirlenmiş ve bunların hangi konumda etik olarak değerlendirilebileceği noktalar belirlenmiştir. Bu araştırmaya göre, insanlara sağlıklarını iyileştirmek için 6 çeşit dürtme politikası uygulanmaktadır. Birinci olarak dürtme, insanlara sağlıklarına fayda sağlayabilecek davranışlarda bulunmaları için verilen maddi/manevi “teşviklerdir”. Sağlanan teşvik miktarı, dürtme politika olma özelliğini kaybetmemesi için çokönemli kılmaktadır. Teşvikin miktarı çok fazla ise, motivasyon verimli olmaktan çok "sıkıştırıcı" hale gelebilmektedir. 2.si, teşvikler gereğinden çok arttırınca, dürtmeyi daha düşük teşvik politikasını ihlal eder. Yürürlüğe getiren ikinci dürtme, seçim sırasında uygulanan "varsayılan" seçenekleri değiştirmektir. Varsayılan seçenek, bireyin seçim yapması gereken konumlarda, örnek sürücü belgesi alırken organ bağışçısını varsayılan seçenek olarak kabul etmesi bireye bildirimde bulunmaktadır. Bireyin bağışçı olmak istemediği takdirde, farz edilmiş olan seçeneğini değiştirebilmektedir. Varsayılan seçeneğin ahlaki olarak kabul edilebilir olması için, bireyin vazgeçmesi ilk önce nispeten kolay olmalıdır, yani arz edilen varsayılan seçeneği kabul etmektadar kolay olmalıdır. Bunlarla birlikte varsayılan seçenek bireye zararı tehdit etmemesi gerekir. Uygulanacak olan üçüncü dürtme politikası “belirginlik ve etki” dürtmesidir. Dürtme, kişinin yönlendirilmek istediği davranışın, görüntü ve film yapımı gibi ilgi çekici yöntemler kullanılarak gerçekleştirilmesidir. İnce bir dürtme hareketi olan belirginleştirme, manipülasyontek yönde hareket şeklinde kararları etkilediğinden, manipülasyon anlamına gelmeyecek şekilde uygulanmalıdır. Zira ki manipülasyon kararları belli tek yönde yönlendirilmesi şekilde etkilemektedir bunun dışında bu dürtmeyi kullanmak bireyler tarafından olumsuz bir dürtme olarak alınmaması

gerekmektedir. Dördüncü yöntem “norm ve haberci” yöntemidir. Bu dürtmede, insanların kendilerine kimin mesaj gönderdiğinden ve başkalarının ne yaptığından etkilendiği ilkesini kullanır. Bu tür dürtme ahlaki olarak kabul edilebilir kalması için dikkat edilmesi gereken noktalar şunlardır: Birincisi, başkalarının dürtülmek istenen kişiye diğer bireylerin ne yaptığı konusunda bildirileceğinin dikkatli seçilmesidir. Zira ki başkalarının davranışlarından güçlü bir şekilde etkilenen insanlar, düşünmeden aynı şekilde davranabilir veya kendilerini kötü etkileyecek şekilde davranabilmekteler. İkincisi, olarak dürtme adına istenilendavranışı kimin iletmediği daha önem taşımaktadır. Zira ki gönderici ile alıcı arasında ebeveyn- çocuk, doktor-hasta, öğretmen-öğrenci gibi bir güç farkı varsa, kişi mesajı bir dürtme olarak değil, emir olarak yorumlayabilir ve seçim yapma özgürlüğünü etkileyebilmektedir. İnsanları sağlıklı davranışlara yönlendirmek için kullanılan beşinci yöntem “hazırlama” yöntemidir. Bu yöntemde davranışların bilinçsiz olarak etkilenmesi ilkesi uygulanır, örneğin yemek odasındaki yemeklerin düzenlenmesi buna bir örnektir. Bu politikanın kabul edilebilmesi için insanların dürtme olduğu yönün kendilerine faydalı olduğunun ve insanların başka seçeneklere ulaşmasının zor olmadığına teyit ve ispat edilmesi gerekmektedir. Tanımlanan altıncı tür dürtme politikası, yalnızca sağlık alanında değil, diğer alanlarda da kullanılabilen dürtmelerdir ve bunların etik açıdan uygunluğu, belirtilen düzenlemelere ve belki de diğer daha değişikdüzenlemelere bağlı olabilmektedir. Her sosyal teoride olduğu gibi, dürtme teorisi ile ilgili düşünüldüğünde eleştiriler doğaldır, ancak ortaya çıktığı ve uygulanmaya başladığı günden bu yana insan hayatında onarılamaz kötü etkiler bıraktığı gözlemlenmemiştir. Uygulanan dürtmeler ve sonuçlarını incelendiğinde, seçim özgürlüğü bakımından ahlaki kaygıların görüldüğü gibi olmadığı algılanmaktadır (Yüksel, 2021: 43-49).

Dürtme politikası uygulamalarında, insanların karar verme mekanizmalarında rol oynayan bilişsel sınırlamalar, önyargılar ve alışkanlıklar insanlara rehberlik edebilmektedir. İnsanların yargılama ve karar verme süreçlerinde otomatik sistemden ve çaba sistemden etkilenmesi dürtme yaklaşımının ana ilkelerini oluşturmaktadır. Otomatik sistem ile çabalayan sistem arasındaki ayrım, gerçek insanlar ile ekonomik insanlar arasındaki farkı ortaya koymaktadır. Bir kişinin mantıklı, bilinçli ve mantıklı düşünmesi ekonomik davranış konusunda doğru kararı vermesini kolaylaştırırken

akılsız, cahil ve mantıksız düşünmenin yokluğunda doğru kararı vermesini engeller. Bu yüzden yanlış kararlar veren insanlar bir seçimmimarisine, bir dürtme politikaya ihtiyaç duyarlar. Neoklasik iktisadın sadece piyasa başarısızlıklarını ele alan önermelerinin aksine, dürtme kavramıyla desteklenen insanların sınırlı ve önyargılı bilişsel kapasiteye sahip olduğu görüşü, doğrudan insanların karar alma mekanizmalarını amaçlamaktadır. Zira ki çoğu zaman piyasa başarısızlıkları ortadan kalksa da istenmeyen davranışlar kalıcılığına devam etmektedir. Açıklamaların tümüne dayanarak, toplumda davranış değişiklikleri vasıtasıyla politika yapım ve tasarım sürecine gidilmesi, bu yolda dürtme teorisi ve ilgili kavramların kullanılması ve yararlanması kamu yönetimi ve psikoloji arasındaki iletişimin genel bir davranışsal politika tasarımı anlamına geldiği demektir. Tartışıldığı üzere, kamu politikasının geleneksel araçları olan yasaklama, teşvik gibi uyarılarla insanları yönlendirmek, bir dereceye kadar geçerliliğini koruyabilen olgulardır. Bu nedenle kamu politikasının geleneksel süreç ve araçları yerini davranışsal süreç ve araçlara bırakırken, hükümetlerin elde etmek istediği etkinin aynı zamanda insanların kendi iradeleriyle istedikleri etki haline geldiği söylenebilmektedir bölümünde tartışılmaktadır (Kaya, 2021: 43- 48).

1.2.1. Dürtme Teorisinin Temelleri

Bu kapsamda dürtme yaklaşımının temelleri olarak iki kavramdan, liberter paternalizm ve seçim mimarisinden bahsedilmektedir.

1.2.1.1. Liberter Paternalizm

Türk Dil Kurumu'na göre paternalizm, (babacılık)"devletin farklı sınıflar babacılık ederek bu sınıfların aralarında dengeleme girişimi yapması" olarak tanımlanmaktadır. Kişisel ve kamusal yaşamda paternalizmin pek çok örneğine rastlamak olanaklıdır. Emniyet kemeri takma zorunluluğu, acile giden bir hastaya doktor tarafından (kendisine sorulmaksızın) gerekli müdahalelerin yapılması, uyuşturucu ilaçlar kullanımının yasaklanması ve benzeri pek çok önlem paternalizm örnekleri olarak gösterebilmektedir. Kısacası paternalizmde amaç (tıpkı ebeveynler gibi) bireyin toplumun çıkarlarını ve refahını korumak ve arttırmaktır. Özünde iyi bir amaca hizmet etmeye benzer görünse de mantıksal olarak paternalizm, kendi kararlarını

özgürce verme hakkından mahrum bırakıldığı için bireyin özgürlüğüne doğrudan bir müdahale olarak da görebilmektedir (Özdemir, 2022: 38).

Liberter paternalizm, dürtmekten bahsederken dikkat gerektiren bir terimi olarak bilinmektedir (Korhonen, 2020: 7). İlk bakışta arasında birbiriyle çelişen iki kavram gibi görünseler de liberter ile paternalizm arasında güçlü ve karmaşık bir bağ vardır. Thaler ve Sunstein, bu iki kavramın birlikte doğru bir şekilde kullanıldığında, tek başlarına kullanıldıklarından çok daha etkili olduklarını savunmuşlardır. Liberter paternalist stratejinin liberter karakteri, insanların istediklerini yapmakta özgür oldukları ve istemedikleri emirleri reddetme hakkına sahip oldukları gerçeğine dayanmaktadır. Paternalizm, özel ve kamu sektörlerinin seçimleri insanların yaşamlarını iyileştirecek şekilde yönlendirme çabaları olarak tanımlanır. Bu çabalar, seçmenleri, kendi tarafından değerlendirildiğinde onları daha iyi bir konuma getirecek şekilde etkilemeye çalışırlarsa paternalist olarak kabul edilebilmektedir. Liberter paternalizm, kamu veya özel kurumlar tarafından herhangi bir zorlama olmaksızın, bireylere refah oranı artırmak için daha iyi seçimlere yönlendirmeye dayanır. Etkilenen tarafların tercihlerini daha yüksek fayda sağlayan seçeneklere yönlendirmeyi amaçlayan bir politikayı "paternalist" olarak tanımlamak gereken bir ilkedir. Paternalist politikanın "özgürlükçü" olarak nitelendirilebilmesi için partilerin çıkarlarını artırmak için zorlayıcı olmaması gerekir. Kısacası, liberter paternalizm, seçenekleri yoğunlaştırmadığı veya sınırlamadığı için nispeten müdahaleci değildir, zayıf ve ılımlıdır. Bu noktada Thaler ve Sunstein dürtme müdahaleleri, bireylerin seçim özgürlüğünü kısıtlamayan ve dolayısıyla özgürlükleri koruyan özgürlükçü ataerkil bir yaklaşımın ürünü olarak sunarlar. Liberter paternalizm, halkın refahını artırmak için seçim özgürlüğünü koruyarak insanlara rehberlik etmektedir (Çetin, 2021: 57). Liberter, özellikle son on yılda dürtme ve seçim mimarisi gibi kavramlarla birlikte sıklıkla kullanılmaktadır. Liberter paternalizm, kitleleri arzu edilen davranışa yön vermek amacıyla ikna ederken paternalist (babacı) uygulamalar benimsenmesinin, bunu uygularken de bireyin tercih özgürlüğünün korunmasının mümkün olduğu bir yaklaşım olarak söylenir (Özdemir, 2022: 38).

Bireylerin refahı iyileştiren davranışlara yönlendirmek, kavramsal olarak "liberter paternalizm" siyasi felsefesinden kaynaklanmaktadır. Vatandaşları kendi

yararına daha iyi olduğu düşünölen belirli amaçlara yönlendirmek üzere politika yapıcılar tarafından dürtme politikası tasarlanır. Politika yapıcılarının bireyleri, özel tercihleriyle belirli sonuçlara yönlendirme konusundaki yeteneği, dürtmeyi doğası gereği paternalizm hale getirebilmektedir. Ancak dürtmeyi savunanlar, aksine, insanların beğenmezlerse dürtmeden vazgeçebileceklerini savunmaktalar. Dürtme, seçim özgürlüğünü açık ve net bir şekilde sınırlamadan, fakat bireyleri diğer seçeneklerden ziyade belirli sonuçlara bağlamaktadır. Sonuç olarak, dürtme tasarımına gereği leberterdir (Banerjee ve John, 2022: 2-3)

Liberter paternalizm aynı noktayı vurgularsa de ikisini birbirinden ayıran önemli noktalar vardır. Liberter paternalizmin amacı, insanları daha iyi seçimlere yönlendirmek, piyasa başarısızlıklarını ortadan kaldırmak ve seçenlerin faydasını artırmaktır. Öte yandan dürtmeler, insanların faydasını artıran olumlu yönelimlerin yanı sıra insanların faydasını azaltan olumsuz yönelimleri de içermektedir. Örneğin, kamu politikası bağlamında bireylerin emeklilik birikimlerini artırmaya yönelik liberal paternalist uygulamalar bir dürtme politikası olarak da ifade edilebilmektedir. Bununla birlikte, şirketlerin bazen tüketici faydasını artırmak ve tüketici tercihlerini daha az yararlı alternatiflere yönlendirmek amacıyla kârlarını artırmak için yaptıkları dürtmeler, her zaman bireysel faydayı artırmayı amaçlayan liberter paternalizmin sınırları içinde değildir. Bundan dolayı, dürtme, liberter paternalizmi içeren dahageniş bir kavram olarak ortaya çıkmaktadır.

Paternalizm, dürtme ve liberter paternalizm kavramları, insanların karar vermede rasyonel olmadığı ve kendilerine zarar verme olasılığının olduğu durumlarda müdahalenin gerekliliğine dayanmaktadır. Özellikle kamu politikası alanlarında gündeme getirilen bu terimler, insanları rasyonel tercihlere yönlendirmeyi amaçlamaktadır. Dürtme, paternalizm ve liberter paternalizm kavramlarının birbirinden ayrıldığı nokta, bireylerin seçim özgürlüğünün korunup korunmadığıdır. Babacılık anlamına da gelen özgürlükçü paternalizm, bireylerin bireysel çıkarlarının peşinden gitme isteklerinin önüne geçen bir politikadır. Paternalizm, bireylerin özgürlüğünü ihlal eder veya kısıtlar. Ancak bu ihlal ve kısıtlamanın ancak amacı kişinin menfaatini artırmak olduğu takdirde paternalist olduğu söylenebilmektedir. Örneğin; Emniyet kemerinin zorunlu olarak takılması ve takmamanın para cezasına

çarpıtılması, kişilerin özgürlüğünü kısıtlamakla kısıtlamasının yanında olası bir kaza anı için bireylerin faydasına olacak bir önlem alma avantacı da içermektedir. Bu müdahale paternalizm çerçevesinde el alırken, bireyin özgürlüğünü kısıtlayarak zorbalık yapmak, bireyin özgürlüğünü ihlal etse dahi paternalist bir davranış olarak kabul görülmemektedir (Çetin, 2021: 56-58).

1.2.1.2. Seçim Mimarisi

"Dürtme" ve "seçim mimarisi" kavramları son yıllarda hukuk, iktisat, kamu politikalar ve benzer alanlarda yüksek derecede ilgi görmüştür. Bu literatürün arkasındaki ana sezgi, insan doğasına ilişkin davranışsal içgörülerin, örneğin, çeşitli önyargıları ve buluşsal yöntemleri anlaması karar vericilerin bireysel ve kolektif refahı iyileştirmesinde seçim mimarileri ve dürtmelerin tasarlamasına yardımcı olabilmeleridir (Felin, 2015: 3).

Thaler ve Sunstein, insanların karar verdiği ve kaçınılmaz olarak kararlarını etkilediği ortamı bir tür seçim mimarisi olarak kavramsallaştırılmışlardır. Bir seçim mimarı, insanların karar verme süreçlerinin gerçekleştiği koşulları belirlemekten sorumlu bir otorite veya kişi olarak tanımlanır. Karar vericiye tercihleri sunmanın farklı yollarını belirtmek için kullanılan seçim mimarisi, insanların sunulan seçeneklerin bağlamını değiştirerek kararlarını kaçınılmaz olarak etkilediği varsayımına dayanmaktadır. Seçeneklerin nasıl önereceğine planlayarak insanların davranışlarına istikamet veren seçim mimarisi, hayatın birçok alanında sıklıkla bilinçsizce karşılaşılan bir durum olarak değerlendirilmektedir. Marketlerin raflarının düzeni, açık büfede seçilen yiyecekler ve web siteleri seçim mimarisine bir örnek sayılmaktadır. Tercih edilen mimariyi davranışsal unsurlar yardımıyla tasarlamak, insanları özgürlüklerini kısıtlamadan kendilerine en uygun seçimlere yönlendirebilir ve böylece sosyal çıktılarının en iyi fayda düzeyine ulaşmasını sağlayabilmektedir. Liberter paternalizmin temel kuralına dayalı olarak, seçim mimarisinin bireysel karar verme üzerindeki etkileriyle başa çıkmak için, yararlı olması en yüksek ve zararı getirmesi en az olan dürtmeler kullanılmalıdır. Thaler ve Sunstein liberter yaklaşımlara paralel olarak büyük devlet yerine dürtme politikaları aracılığıyla daha iyi bir yönetime imkân tanıyan özgürlükçü bir devlet anlayışını, kısaca büyük hükümet anlayışı değil, daha iyi yönetim anlayışını savunmaktadır Thaler ve Sunstein,

etkili bir seçim mimarisinin temel ilkelerini 6 alt unvanda değerlendirebilmektedir. Bunlar ise hatayı kabul etme, geri bildirim, hazır bulunan seçeneklere yatkınlık, karmaşık seçimleri planlama, planlamayı anlamak ve teşvikler olarak belirtmiştir (Çetin, 2021: 51-53).

- Hazır bulunan seçeneklere yatkınlık (Default effect): İnsanlar bir karar vermek zorunda oldukları bir durumla karşı karşıya kaldıklarında, çaba göstermek yerine, kendilerini zorlamayan, sunulan hazır seçeneği kabul etme eğilimindedirler. Bu duruma en güzel örnek dergi aboneliklerinin otomatik şekilde yenilenmesidir. Pek çok insan tembellikten dolayı okumadıkları dergilere abone olmaya ve ödeme yapmaya devam etmekte.

- Hatayı kabul etme (expect error): Seçim mimarları, kişilerin olası hatalarını gözlemleyebilir ve iyi tasarlanmış sistemler ile bu hataların kişinin yararına sonuçlanmasını vedoğruya yönlendirilmesini sağlar. Örneğin Google'ın geliştirdiği bir programda ek dosyalarını unutursak gönderilen E-postaların içine konulduğu ek dosyaları unuttuğu halde, eğer metinde bir ekten söz edilirse ancak bu ek E-postaya eklenmediyse, Gönder butonu basar basmaz sistem kişiyi bir hatırlatma yoluyla uyarır. Bu bireylerin hata yapma eğilimlerinin gözlemlenmesiyle elde edilen sonucudur.

- Geri bildirim (feedback): Geribildirim, bireylerin yanlış yöne gittiklerini bilmeleri için çok yararlı bir yoldur., ancak gereğinden fazla uyarıya maruz kalmak, insanların duyurulara dikkat etme derecesini azaltır, ama seçim mimarlarının bu dengeyi kurlmaları önemlidir. Aktiviteden kısa bir süre sonra veya hemen alınan geri bildirim, kişinin amacı doğrultusunda yaptığı hataları veya eksiklikleri fark etmesini ve düzeltmesini sağlar. Geri bildirim örnekleri arasında trafikte hız sınırına yaklaştığında uyarı işaretleri, şarjı bittiğinde uyarı telefonlar veya çok fazla elektrik kullanıldığında dönen ampuller sayılabilir. Bunlarla birlikte telefonlardaki sağlık uygulamaları, o gün kaç kilometre bisiklet sürüldüğünün, atılan adım sayısı ve çoğu GSM operatörünün internet kullanımlarının veya telefon görüşmelerinin tarifedeki haklar anlık takibine izin verdiği gibi bilgiler de verir. Bu anlamda konuşulduğu olaylar geribildirime örnek olarak verilebilmektedir.

- Planlamayı anlama (understing mappings): Günlük hayatında hangi filme gideceği, hangi yemeği sipariş edeceği gibi basit seçimler yapmanın yanı sıra, kanser

tedavisi seçenekleri gibi yeterince bilmediği çok zor konularda da seçimler yapmak zorundakalabilir ve seçim yapmaya gerekebilmektedir. Seçeneğin Hangisi daha doğru olduğuna karar vermenin çok daha zor olduğu bu durumlarda, seçilen mimarlar sunulan seçenekleri daha anlaşılır hale getirerek daha fazla bilgi verirlerse kişilerin tercihleri daha doğru ve lehinde olacaktır.

- Karmaşık seçimleri planlanmak (structure complex choices): Seçeneklerin karmaşıklığı ve sayısı seçimleri büyük ölçüde etkiler. Basit bir şekilde açıklanan seçenekler arasından seçim yapmak çok daha kolay ve giderek daha karmaşık olanlardan daha az seçenekvar. Bu kadar zor ve karmaşık bir seçim yapmak zorunda kaldığında seçenekleri kendi aralarında kategorize ederek işimi kolaylaştırabilmektedir.

- Teşvikler (Incentives): Doğru kişilere doğru yöntemlerle doğru teşviklerin uygulanması seçim mimarisi için çok önem taşımaktadır. Zira ki yönlendirilen teşvikler her zaman kişiyi doğru yönde motive etmeyip teşvik çatışmalar ortaya çıkabilmektedir. Örnek olarak sağlık sigortası sisteminde tedavi şeklini doktor seçer ancak ilaç üreticisi tıbbi ekipmanın maliyeti veya yanlış tedaviyi savunmak için avukatlar gibi çeşitli faktörler vardır ve bu ilkelerin motive edici rolü farklı olabilir. Bu nedenle yaşanan teşvik çatışmalar sonucunda kişiye faydası olmayan referanslar olabilmektedir.

1.2.2. Dürtmeye Yöneltilen Eleştiriler

Bahsedildiği üzere davranış bilimi, insanların davranışlarını değiştirme ve bireylere fayda sağlayacak amacına kullanılabilir. Bu durum, bazı etik soruları gündeme getirmektedir. Dolayısıyla aracın akıllıca kullanmaları gerekmektedir. Görünüşte bazı önemsiz değişiklikler bilgi aktarma şeklindeki, seçimlerin nasıl düzenlendiği biçimindeki veya 'varsayılan' seçimlerin nasıl kullanıldığı, insanların nasıl davrandığını etkileyebilmektedir. Bu kapsamda kamu sektöründe olabilecek 'dürtme' kullanma etiği hakkında canlı bir tartışmalar gerçekleştirmiştir. Bu durum özel sektörle de ilgilenmektedir. Odaklandığı tartışmalar ise davranış bilimini uygularken nelere dikkat etmenin gerektiğini örnek verilebilmektedir. Bu anlamda dürtmenin nasıl yanlış yöne kullanılabilmesine aşağıda gözden geçirilmektedir.

Dürtme politikayı eleştirenleri dürtmeyi aldatıcı ve manipülatif olduğunu

anlatmaktadırlar. Eleştirenler dürtmenin, çevreyi manipüle ederek, kişinin rızası olmadan bir davranış kalıbından yararlanarak çeşitli insan önyargılarını sömürmeye dayandığından endişe duyurmaktalar. Bireyin seçimini manipüle ettiğinde, kendi iyiliği için olsa bile, onlara bir çocuk gibi davranma, karar vermek için özgür iradelerini değiştirerek özerkliklerini azaltmaktadır. Dürtme 'yumuşak paternalizm' olarak anlatıldığı içim insanların seçim iradesine saygı duymayacak, bununla birlikte dürtmeler şeffaf değıllerdir gibi ifadelere kullanıp eleştirmektedirler.

Potansiyel olarak daha büyük bir sorun, dürtmenin kaynağıdır. Dürtmeyi yapan insanlar yanlış anlayabilmektedir. Dürtücülerin kendi önyargıları vardır ve hata yapabilmekteler. Bir programla ilerlemek isteyebilirler çünkü bunun dürtülen kişinin iyiliği için olduğunu düşünürler ve dürtülen insanların onlarla aynı fikirde olmadıklarında sinirlendirebilmektedirler. Ayrıca, dürtüme yapanlar, insanların tercihlerini sağlam veya en azından makul gerekçelere dayanarak kararlar alırken irrasyonel olarak göstermek için çok hızlı oldukları söylenmiştir. İnsanların irrasyonel olduğunu öngörülebilir ama mantıksız olamayabilmektedir. Cips veya makarna üzerinde sağlıklı salatayı seçmek için kendi kendini kontrol etmeleri gerektiğini bilebilirler, ancak özellikle şu anda diyet yapmamaktalarsa, kasıtlı olarak yapmamayı seçebilmektedirler (Rubinstein, 2021: 13).

Dürtme savunucuların tanım gereğı, bir dürtmenin bireyleri zorlamadan seçim mimarisini değıştirdiğinden, nedeniyle seçime saygının korunduğunu savunmaktalar. Üstelik, birçok dürtmeler insanların menfaat ve refahını artırmayı amaçlamaktadır ve bezer durumlarda onları dürtmemesi etik olarak yanlış olduğunu söylenir. Hakikaten, dürtmeler özerkliği teşvik edebilmekte, karar vermeyi daha kolaylaştırır, böylece insanlar daha önemli endişelere odaklanmak için serbest bırakılırlar. "Seçim paradoksu", yalnızca bazı seçimlerin iyi olduğunu söylenince, diğere seçimler mutlaka daha iyi olduğu anlamına gelmediğı gerçeğini tanımlamaktadır. Ayrıca çok fazla seçenek çok zor olabilir, zayıf ve etkisiz karar vermeye yol açabilmektedir. Dürtmeler kullanmak, insanların daha rasyonel ve daha iyi kararlar almasına yardımcı olmaktadır. Ek olarak, dürtmelerin gizli veya manipülatif olması gerekmez. Dürtmeler şeffaf olabilir ve buna rağmen arkasındaki nedenler açıklandığında etkili olabilmektedir. Her ne kadar dürtücüler önyargılı olsa da dürtme savunucuları, dürtücülerin en iyi niyetle

hareket ettiklerini, faaliyetlerini mevcut kanıtlara dayandırdıklarını ve insanların dürtülmeye razı olduklarını söylemekte, o arada bu yöntemin, hata riski olsa bile, bu yöntem adildir ve makullerdir (Rubinstein, 2021: 14).

1.3. Kamu Politikalarında Dürtme

Bireylerin davranışlarını değiştiren ve refahı arttıran seçimlere yönlendirmek için kullanılan araç, dürtme anlayışı olarak bilinmektedir. Başlangıcından bu yana dürtme, kişisel finans, sağlık, eğitim, çevre, iklim, gizlilik, hukuk ve insanın refahı gibi çeşitli alanlarda kamu politikaları oluşturmak için yaygın olarak kullanılmaktadır. Bununla birlikte, dürtme uygulamalarındaki artışıyla beraber, dürtme araçları da büyük ölçüde genişlemiş ve sonuçta dürtmenin birden fazla farklı kavramsallaştırmasına ve tanımına yol açmıştır (Banerjee ve John, 2022: 2-3)

Thaler'in katkılarında kanıtladığı üzere, dürtmenin kökeni davranışsal iktisat ve psikolojideki çalışmalara dayansa da kısa sürede geniş bir kitlenin, özellikle de kamu politikaların düşük maliyetle geliştirme potansiyeliyle ilgilenmeye başlayan politika yapıcılarının dikkatini çekmiştir. Dürtme müdahaleleri, mektuplar gibi standart mesajlar kullanılarak veya bilgi mesajları olarak elektronik ortamlar aracılığıyla iletelebilmektedir. Hükümetler ayrıca, vatandaşların ve özel şirketler gibi diğer aktörlerin geçmesi gereken ve daha faydalı davranışlara yol açacak şekilde değiştirilebilecek çeşitli kurumsal prosedürlere de parmak uçlarında sahiptir. Örnek olarak sürücü belgesinin yenilenmesi sırasında organ bağıışı için istemli bir seçim tanıtmak. Bu kapsamda verilmiş örneği seçim mimarilerinin iyi örnekleri olarak bilinmekte ve politika yapıcılara varsayılanlar gibi dürtmelerle yeniden tasarlama seçeneği fırsat sunmaktadır (Banerjee ve John, 2022: 6-7).

Davranışsal kamu politikası, özellikle son yıllarda, bireysel ve toplumsal refah oranının yükseltilmesi için kamu politikalarının davranışsal iktisat ilkeleriyle bütünleştirilmesi yönünde bir meydana gelmiştir. Bu süreçte davranışsal kamu politikası ayrı bir disiplin olarak kabul edilmiştir. Davranışsal kamu politikasını, kamu politikası tasarlamak için özellikle davranışsal ekonomiden ve daha geniş anlamda davranış biliminden elde edilen içgörülerini kullanıp ve uygulanması olarak tanımlamaktadır. Yaklaşımın öncülerinden biri olan Oliver'in, davranışsal iktisadın kamu politikası sürecine artan şekilde dahil edilmesinin iki nedeni vardır. Öncelikle

2008 küresel finans krizi sonrasında krizin nedenleri arasında finans sektörünün yetersiz regülasyonu, standart ekonomik yaklaşıma alternatif yaklaşım arayışlarına yol harita açmıştır. İkinci neden ise liberal görüşlü politikacıların, kendilerine ve topluma zarar veren tüm bu karar verici birimlerin davranışlarını, bireylere, kamu veya ticari kuruluşlara karşı caydırıcı tedbirlere başvurmadan değiştirmenin yollarını aramaya başlamış olmalarıdır (Yılmaz ve Canbazer, 2020: 7-8).

Kamu politikası tasarımı davranışsal iktisat ilkelerin yaygın kullanımındaki en etkili entelektüel gelişmelerden biri, Thaler ve Sunstein'in 2008 yılında Sağlık, Zenginlik ve Mutluluk Hakkında Karar Vermek adlı kitabının yayınlanmasıyla bilinmektedir. Eserde yazarlar, davranışsal iktisadın ilkeler, artan vergi uyumu, organ bağışı, kilo verme yoluyla sağlığı geliştirme, enerji tasarrufu, geri dönüşüm yardımı, tasarruf ve daha iyi finansal karar verme gibi konuların kamu politikası tasarım ve uygulanmasında katkıda olunabileceğini öne sürmüşler. Thaler ve Sunstein (2008) provokatif (dürtme) müdahaleleri, bireylerin seçim özgürlüğünü kısıtlamayan ve dolayısıyla özgürlükleri koruyan liberter paternalist (libertarian paternalistic) bir yaklaşımın ürünü olarak ortaya çıkarılmıştır. Bu kapsamda yazarların bakış açısıyla, davranışsal iktisat bulgularından elde edilen bazı içgörülerin politika oluşturmaya entegre edilmesi, bireylerin yararına karar verme süreçlerinin iyileştirilmesi ve etkili seçimlerin teşvik edilmesiyle sosyal fayda oranı yükseltebilmektedir (Yılmaz ve Canbazer, 2020: 7-10).

Davranışsal iktisatçılar yaptıkları tecrübelerle insanları daha rasyonel kararlar almaya yönlendirmenin gerekliliğini ve bunun uzantısı olarak dürtme yaklaşımını ortaya çıkarmaktadır. Davranışsal içgörü; Ekonomik teşvikleri önemli derecede etkilemeden ve seçim seçeneklerini yasaklamadan bireysel davranışlarda öngörülebilir bir biçimde değiştirilmesine karşılık gelmektedir. Seçim mimarları, irade gücünden yetersizliğine sahip insanları seçimlerini dürtme yoluyla gerçekleştirmelerine yardımcı olmaktadır. Bununla birlikte insanların farklı seçeneklerle karşılaştıklarında tercihlerini oluşturmalarına yardımcı etmekte ve insanların karşılaştıkları her bir seçimin maliyet ve faydalarını değerlendirme biçimlerini değiştirmektedir. Herhangi bir davranış değişikliği müdahalesinin dürtme olması için müdahalenin zorunlu olmaması, basit olması ve müdahaleden kaçınmanın maliyetinin düşük olması

gerekmektedir (Kılıç, 2020: 9-11).

Davranışsal kamu politikalarının çerçevesi davranışsal içgöründen daha ferahtır, yani; davranışsal öngörüler yalnızca hükümet ve vatandaş arasındaki iletişim kanalına değil, hükümetin tüm faaliyetleri uygulamayı içermektedir. Günümüze kadar, davranışsal tahminler ve özellikle davranışsal içgörü yaklaşımı, geleneksel politika sürecinin son aşamalarında, yani uygulama ve değerlendirme proses uygulanmıştır. Yaygın bir biçimde bir uygulama veya hizmetten en iyi şekilde yürütülmesine yardımcı olmak için çalışma zamanında faydalanılmaktadır. Ama bu bağlamda, politika ile alakalı birçok karar verilmiştir. Politika değerlendirme prosesinde, politika yapıcılar sorunun parametrelerini ve olası çözümleri tanımlamışlardır.

Bu kapsamda davranışsal kamu politikaları, içerisinde davranışsal içgörü (dürtme) ve benzeri uygulamaları da barındıran ama bununla yetinmeyip gerek kamu politikası tasarımıda gerek uygulamada veya devletin işleyişinde davranışsal bilimlerin önerdiği kanıt ve araştırmaları baz alan büyük ölçekli bir dönüşümü ifade eder. ‘Davranışsal devlet’ terimi, literatürde sık sık önümüze gelen mimarisinin vatandaşları doğru davranışlara yönlendirmek adına seçim mimarisi uygulanması gibi teorilerin çok ötesine geçer. Bu kavram yalnızca insanı göze alana düşünceden fazla değil, kamu kurumlarının performansındaki değişimi ve devlet görevlilerinin zihniyetini de merkeze alan ve odaklanan bir yaklaşımdır.

Araştırmanın bu kısmında kamu politikalarında dürtme ile ilgili temelini oluşturan kavramları olarak kamu politikası araçlarında değişimi, politika oluşturma sürecinde davranış bilimi ve son olarak bir kamu politika aracı olarak dürtmeyi ayrıntılı şekilde ele alınmaktadır.

1.3.1. Kamu Politikası Araçlarında Değişim

Kamu politikası literatüründe sıklıkla karşılaşılan ve çalışmalarına hâkim olan kamu politikası aracı, kamu politikası amaçlarını gerçekleştirmek için tasarlanmış bir kavramdır ve çeşitli karmaşık yapılarda devlet tekelinin birçok tekniğini tanımlamak için kullanılmaktadır. Bir tür yönetim aracı anlamına da gelen kavramın nedenleri arasında politika oluşturma, uygulanan politikaya karar verme ve uygulanması arasındaki sürecin daha iyi anlaşılması gibi faktörler sayılabilmektedir.

Bu çerçevede anlaşılması gereken, hükümetin çeşitli alanlarda (gelir ve refah

düzenlemeleri, yoksullukla mücadele, bürokratik sorunlar vb.) karşılaştığı sorunları çözmek için ilgili araçlarla yeniden yapılanmaya gittiğidir. Bu yapılanma, çeşitli yazarlar tarafından geleneksel yöntemlerle veya geleneksel kamu politikası araçlarıyla tanımlanan bir süreçtir. Literatüre farklı isim ve tasniflerle giren bu kavramların aynı anlama geldiği ve dolayısıyla aynı amacı izlediği bilinir. Böylelikle, hükümetlerin davranış değiştirme iradesinin ortak amacıdır. Bu talebe ulaşma yolundaki araçlar davranışsal iktisat ve beraberinde getirdiği davranışsal kamu yönetimi yaklaşımı ile değişmiş ve insanları daha iyiye yönlendirmek için kullanılan yeni kamu politikası araçları, diğer bir deyişle davranışsal kamu politikası araçları literatürde yerini almışlar (Kaya, 2021: 49-50).

Dürtme tabanlı politikalar, bir politika yapıcının kullanabileceği tipik araçlardan farklı araçlar kullanır. Tipik bir politika yapıcısı, istenmeyen davranışları engel olmak için vergiler ve istenen davranışları teşvik etmek için sübvansiyonlar gibi araçları kullanır. Yalnız bunlar ekonomik müdahalelerdir ve kararların alındığı sosyal bağlamı dikkate almayacaktır. Davranış değişikliğini sağlamak için hükümet, kuvvete dayalı yöntemleri seçebilir ve yasaklar gibi düzenleyici tedbirleri, vatandaşların belirli davranışları sergilemesini engelleyebilmektedir. Zorlayıcı önlemler genellikle belirli davranışların topluma zararlı olduğu ve kaçınılması gereken durumlarda kullanılır. Fakat, insan davranışının standart politikalarla değiştirilemeyecek bazı yönleri vardır. Örneği olarak İnsanlara daha sağlıklı beslenme alışkanlığı kazandırmak, daha fazla egzersiz yapmak vb. Bu gibi alanlarda devletin araç kutusunda kullanabileceği diğer seçenek ‘yumuşak önlemlerdir’ (Kuşseven, 2022: 61-63).

Kamu politikalarının hayata geçirilmesi için gerekli olan araç setinin dikkatli ve özenli bir şekilde seçilmesi gereklidir. Üzerinde anlaşmaya varılamayan ve birden fazla yazar tarafından farklı kavramlarla tanımlanan kamu politikası araçları, politika tasarım ve uygulama sürecinde verimlilik ve etkinlik gibi başarı faktörleri ile ele alınan bir olgudur. Kavramlar üzerinde bir fikir birliği olmamasına rağmen ortak amaç, hükümetin neyi yapıp neyi yapmayacağı ve nasıl yapılacağına dair bir araç kutusu geliştirmektir ve bu noktada başarıya ulaşmak için atılan adımları kapsayan politika araçları karmaşık bir süreci ifade etmektedir. Bu süreçte kullanılan “yasalar, yaptırımlar, düzenlemeler, vergiler ve sübvansiyonlar, kamu hizmetlerinin sağlanması

ve bilgi ve rehberlik materyalleri dahil olmak üzere bir dizi politika aracı birey ve kurum nezdinde ekonomik, toplumsal ve sosyal alanlar başta olmak üzere davranış değişikliği için çaba göstermektedir (Kaya, 2021: 50).

Bahsedildiği gibi, insanı rasyonel bir birey çerçevesinde ele alan geleneksel yaklaşımın tezleri gün geçtikçe azalmaktadır. Bu nedenle bireyin faydasını maksimuma çıkaracak rasyonaliteye dayalı araçlar yerine bireyin bilinçli sapmalarda ve hatalarda bulunduğu göz önünde bulunduran, rasyonel bir varlık olmadığı bilincine dayalı araçlar gündemde getirilmelidir. Bu sayede birey nezdinde düzeltilen davranışlar ilerleyen aşamalarda tüm topluma işleyecektir. Tüm bu anlatılar ise davranışsal iktisat ve beraberinde getirdiği kavramlar aracılığıyla davranışsal kamu politikası araçları ve spesifik olarak dürtme teorisinin kullanımına vurgulamaktadır (Kaya, 2021: 50-53).

1.3.2. Politika Oluşturma Sürecinde Davranış Bilimi

Davranışsal psikoloji, sosyoloji ve davranışsal iktisat alanlarında araştırarak, davranış bilimciler, belirli koşullar altında nasıl karar aldıklarını içsel olarak incelemeye çalışırlar. Çalışmaların sonucunda ortaya çıkan şeye "davranışsal içgörü" denilmiştir. Ancak hükümetler bir politika üretmek istediklerinde toplumun psikolojik, sosyolojik ve ekonomik yönlerini inceleyerek belirli yargılarda bulunurlar. Bu yargıların belirlediği politikalarda daha az maliyetle daha etkin ve verimli politikalar ortaya çıkmaktadır. Davranışsal iktisadın günümüz modern devletinin kamu politikaları ve düzenlemelerindeki rolü, refah devletinin liberter paternalizm bir devlete dönüşmesi üzerinden değerlendirilebilmektedir (Kılıç, 2020: 14).

Yüzeyde önemsiz görünebilecek küçük değişiklikler, aslında parçanın tamamına bakıldığında büyük tasarruflar sağlayabilmektedir. Sonuçları eşit olmayan bir şekilde etkileyen küçük dürtmeler, maliyetli bilgi kampanyalarına veya zorlayıcı yasal değişikliklere gerek kalmadan politika hedeflerine ulaşılmasını sağlar. Örneğin, 2018 yılında İngiltere'de alkolsüz içeceklere vergi getirilmesi, diğer önlemlerle birlikte insanların tercihlerinde ciddi değişikliklere yol açmıştır. Bu durum İngiltere'de vergi oranı olan tüketicileri etkilerken, üreticilerin de tüketici sağlığı adına alkolün şeker içeriğini düşürmesine neden olduğunu bilinmektedir. Sonuç olarak, vergi oranı değiştirilerek ve alkollü içeceklerde küçük değişiklikler yapılarak insanların

tercihlerine saygı duyulmuş ve hem ekonomik hem de sağlık alanında olumlu sonuçlar elde edilmiştir. Davranışçı yaklaşımın kamuoyuna getirdiği yeniliklerden bazıları, genel olarak kamu iktisadı teorisi ve özelde vergi analizi alanında yapılmış yeniliklerdir. Vergi politikası araştırmalarında genel olarak araştırılan teorilerden biri olan optimal vergi teorisini içeren davranışsal yaklaşımı bu çerçevede güncellemek mümkündür (Arısoy, 2022: 27).

1.3.3. Bir Kamu Politika Aracı Olarak Dürtme

Kamu politikası, amaçlar veya içerik yoluyla olduğu kadar teknikler ve araçlar aracılığıyla da inşa edilen sosyopolitik bir alandır. Bir kamu politikası aracı, taşıdığı temsillere ve anlamlara göre devlet ile hitap ettiği kişiler arasında belirli sosyal ilişkileri düzenleyen hem teknik hem de toplumsal bir işleve sahiptir. Kamu politikası literatüründe politika araçlarının ne olduğunu anlamının veya tanımlamanın farklı yolları bulunmaktadır. Genel bir tanımlama ile politika araçları, önceden belirlenmiş bir dizi hedefe ulaşmak için yönetim makamları tarafından kullanılan tekniklerdir. Devlet-toplum ilişkisini vurgulayanlara göre politika araçları, devlet ve vatandaşlar arasındaki belirli ilişkileri organize ederek kamusal eylemi yapılandıran teknik ve sosyal araçlardır. Kamu müdahale araçlarının belirli bir gerçeklik olarak değil, sosyal ve analitik yapılar olarak var olduğunun altını çizen yaklaşıma göre, politika araçları politika yapıcılar tarafından birleşik bir şekilde kullanılan eşitsiz girişimleri gruplayan ideal kategorilerdir (Erat ve Savaş, 2022: 178)

Davranışsal içgörü veya dürtme, dünyada özellikle son birkaç yıldır hükümetler tarafından gittikçe artan şekilde kullanılan bir araç haline gelmiştir. Son on sene içerisinde yayınlanan pek çok yayın araştırma, rapor ve benzeri çalışmalar davranışsal içgörü, pek çok politika sorununa katma değerli çözümler getirebilme yetisine sahip olduğunu göstermektedir. Ödül (sübvansiyonlar, teşvikler, ödüller, burslar, krediler vb.) ve ceza (trafik ve vergi cezaları, yasal zorunluluklar, kısıtlamalar... vb.) gibi, devlet yönetiminin uyguladığı klasik yöntemlerin yanı sıra bir tür yumuşak politika olarak ortaya çıkan davranışsal içgörü / dürtme uygulamaları, çevre, sağlık, eğitim, enerji, finans, sosyal güvenlik ve daha pek çok alanda etkin, uygulaması kolay ve getirisi yüksek pratikler yapmaya olanak sağlamaktadır (Özdemir, 2019: 247).

Geleneksel politika araçlarının etkililik açısından sınırlarına ulaşması, bu yeni yönetim tekniğini ortaya çıkaran genel nedendir. Artan kişisel borç seviyeleri, finansal kötü yönetim, obezite gibi yeni kişisel sağlık sorunlarının ortaya çıkması, aile sorunları, iklim değişikliğini ele alma ihtiyacının ortaya koyduğu yeni zorluklar gibi bir dizi sosyoekonomik süreç, devlet kurumlarının dünyadaki rolüne ilişkin tartışmaya katkı sunmuştur (Erat ve Savaş, 2022: 186).

Dürtme, kamu politikalarında birkaç açıdan faydalı olacağı savıyla giderek yaygınlaşmıştır. Bu savlar özetle şunlardır: Öncelikle dürtmeler faydalı politikaları teşvik etmek için uygun maliyetli politiklardır. Diğer araçlara göre nispeten ucuz ve uygulanması kolaydır. İkinci olarak, dürtmeler seçenekleri değiştirmedeği, tamamen ortadan kaldırmadığı ya da ekonomik teşvikleri önemli ölçüde değiştirmedeği için tipik olarak seçim özgürlüğüne saygı göstermektedir. Üçüncü olarak, bazı çalışmalar, vergilendirme ve para cezaları gibi geleneksel müdahalelerle karşılaştırıldığında, vatandaşların dürtmeleri kabul etme olasılığının daha yüksek olduğunu göstermektedir. Genel olarak, insanlar destekledikleri ve özdeşleşebildikleri taraflarca uygulandıkları sürece dürtmeleri memnuniyetle karşılama eğilimindedir (Erat ve Savaş, 2022: 187).

"Dürtme" teorisi, günlük hayatta verdiğimiz kararların tamamen rasyonel olmadığı ve davranışsal önyargılardan etkilendiği varsayımına dayanır. Bu teorinin destekçileri, insanlara doğru seçimi yaptırmanın yolunun, bu seçimlere yol açan psikolojik faktörleri tespit etmek ve daha iyi karar vermeye yol açacak davranışsal müdahaleler veya 'dürtmeler' kullanmaktan geçtiğini düşünürler. Örnek olarak, Afrika'da çiftçileri kimyasal gübre kullanmaya dürtmek: Afrika'da hükümet çiftçilere evlerine gübre teslimi teklif etmeye karar vermiştir, çünkü birçok çiftçi gübre satın almak için bir pazar yerine gitme çabası nedeniyle gübre satın alma kararını erteler. "Dürtme", çiftçilerin gübreleri zamanında satın almalarına yardımcı olmakta ve bu durumu da çiftlik çıktıları için iyi oluşmuştur (Duflo vd., 2011: 23-25).

İKİNCİ BÖLÜM

DİJİTAL DÜRTME

Dürtme, seçimlerin bir ortamda nasıl sunulduğunu değiştirerek insanların kararlarını etkileyebilen bir davranışsal kavramdır. Dürtmelerin amacı, bireylerin uzun vadeli refahını kendileri tarafından değerlendirip geliştirmesidir. Dijital dürtmeler ise insanların tercihlerini değiştirmek için çevrimiçi teknolojileri ve iletişim kanalları, E-posta, telefon mesajı, bildirimler, sosyal medya vb. kullanılmaktadır. Dijital dürtmeler, dijital olmayan dürtmelere göre, nispeten ucuz olmaları ve hızlı yayılma yeteneğine sahip olmaları gibi bazı avantajlar getirmektedir. Tasarımcılar, sanal dünyada bulunarak, insanların tercihlerini değiştirmek için ortam üzerinde yapacakları değişikliklerin birden çok testini yapabilmektedirler. Dijital dürtmeler, veri üretimini kolaylaştırır ve daha kolay ölçülebilir şekilde sağlayabilmektedir.

Çalışmanın bu bölümünde, dürtme ve dijital teknoloji, dijital dürtme kavramı, dijital dürtmenin tasarımı, etik hususları ve farklı alanlarda dijital dürtmelerinin kullanımlarına odaklanmıştır.

2.1. Dürtme ve Dijital Teknoloji

Günümüzde seçimler ve davranışlar dijital dünyada giderek daha fazla gerçekleşmektedir. Modern dünyada çoğu, gmail, zoom ve trendyol gibi dijital teknolojiler vasıtasıyla çalışma, alışveriş iletişim vs. işleri kurulur. Yemek ve egzersiz gibi diğer günlük davranışları bile sürekli yol arkadaşları olan akıllı telefonlar, giyilebilir cihazlar ve akıllı elektronik cihazlar ile gerçekleştirir. Bu araçları ve uygulamaların çoğu, günlük yaşamdaki seçimleri otomatikleştirmek ve artırmak için tasarlanmış algoritmalar ve öneri sistemleri tarafından desteklenmektedir. Sonuç olarak, dijital dünya bildiği şekliyle insan davranışını dönüştürmüştür.

Dijital teknolojilerin son yıllarda göstermiş olduğu başarısıyla, davranışsal bilimde dürtme kuramını motive etmiştir. Teknolojiler tüketiciye ürünleri hızlı bir şekilde arama yeteneği içeren ve tüketicinin tercihlerini basitleştiren, seçim mimarisi

fikrine yol açmaktadır. Dürtme kitabının orijinalinde, GPS ve otomatik yazım denetleyicileri gibi kararlara rehberlik eden teknolojiler, en iyi dürtme aracı olarak kullanılmıştır. Akıllı teknolojilerin yaygınlığından güç alan modern bilgi teknolojilerinin mevcut perspektifi, insanların günlük yaşamlarında tercihlerini önemli ölçüde değiştirmektedir. Seçim mimarisi artık her zamankinden daha dijital ve daha akıllı hale gelmiştir (Sobolev, 2021: 2). Dürtme teknikleri dijital iktisatta geçmişten günümüze ziyade yaygınlaşmıştır. Facebook gibi sosyal medya web siteleri, gözlemlenen kullanıcı tercihlerine ve geçmiş davranışlara dayalı bilgileri derleyerek katılımına yönelik seçim mimarisi tasarlar. Amazon gibi çevrimiçi alışveriş perakendecileri, kişiselleştirilmiş önerilerin yardımıyla seçim mimarisine sahip geleneksel pazarlama araçlarını ölçeklendirerek bireyleri tüketmeye dürtme uygular. İnsanların günlük saatlerce harcadığı akıllı telefon cihazları ve uygulamaları, anlamsız tüketimi ve rahat gezinmeyi teşvik etmek için tasarlanmıştır. İnsanların günde saatlerce vakit geçirdiği akıllı telefon cihazları ve uygulamaları, düşüncesizce tüketimi pekiştirmek ve alışkanlığını kontrol etmek için tasarlanmıştır. Dürtme uygulamalar ise, binlerce saha testi şeklindeki çevrimiçi deneylerin yardımıyla değerlendirilir ve ayarlanmaktadır. Teknoloji uzmanları, dijital çağa ayak uyduran ürünler tasarlamaya yönelik alışkanlık oluşturma ve davranış değiştirme tekniklerini kullanmaktalar (Sobolev, 2021: 2)

2.2. Dijital Dürtme

Klasik iktisadın baş aktörü olan "Homo Economicus"un aslında bir kurgu olduğu, insanların gerçek hayatta "Homo Economicus"tan tamamen farklı davranış kalıpları sergiledikleri uzun zamandır kabul edilen bir gerçektir. Gerçek insanlar sistematik olarak hatalar yapar ve genellikle kestirme yollara başvururlar. Gerçek insanlar bilişsel ön yargılara sahiptir ve kararları büyük ölçüde çevrelerinden etkilenir. Bu nedenle insanlar karar verirken sıklıkla hata yapmakta ve kararların alındığı ortamdaki küçük değişiklikler bile insanların tercihlerini etkileyebilmektedir. Bu durumda, bir dürtme kullanarak bu seçimleri tahmin edilebilir ve öngörülebilir bir şekilde değiştirmek mümkün olabilmektedir.

Günümüzün teknolojik çağında, birçok seçim çevrimiçi olarak yapılmaktadır. Teknoloji tabanlı dijital dürtme bu alanda önemli bir araç olarak bilinmektedir. Dijital

dürtme, dijital seçim ortamlarında karar vericilerin bilgi işlemlerini öngörülebilir şekillerde etkileyen kullanıcı arayüzü tasarım öğelerinin kullanımı olarak tanımlanmaktadır. Dijital seçim ortamları ise web tabanlı formlar ve ERP ekranları gibi kişilerin karar vermesini veya karar vermesini gerektiren kullanıcı arayüzleridir. Weinmann, Schneider ve Vom Brocke (2016) tarafından ilk tanımından bu yana, dijital dürtme, artan şekilde akademik ilgi görmüştür. Dijital dürtme yaklaşımının öne çıkan farklı tanımlarla spesifik olarak farklılık gösterse de bireyin seçim özgürlüğünü kısıtlamadan, ekonomik teşvikleri önemli ölçüde değiştirmeden, dijital ortamlarda insan davranışını öngörülebilir şekilde etkilemek için teknoloji içgörülerin kullanılması ortak bir tanım olarak ortaya çıkmaktadır (Koç, 2021: 441).

Günümüzde pek çok karar internet üzerinden alınmaktadır. Dijital dürtmeler hakkında içgörü elde etmek, iletişimcilere, karar vericilere ve tasarımcılara, kullanıcıların kendileri ve/veya toplumun refahı için en yüksek katma değere sahip seçeneği seçme konusunda büyük ölçüde yardımcı olabilmektedir. Dijital dürtme E-posta, SMS, anlık bildirimler, mobil uygulamalar, sosyal medya, oyunlaştırma, E-ticaret, E-devlet, konum servisleri, kurumsal dijital bilgi sistemlerine ve diğer dijital arayüzlere benzer dijital ortamlarda kullanışlı ve avantajlı bir araç olarak kullanılabilir. Herhangi bir karar verme sürecinde seçeneklerin sunulma şekli genellikle karar vericilerin tercihlerini etkiler. Dijital dürtme, basitçe kullanıcı davranışını bilmek, tahmin etmek ve dijital ortamlardaki tasarım öğelerini kullanmak sureti ile insan davranışlarını arzu edilen ve toplam refahı artıracak şekilde yönlendirme ve manipüle etme sürecidir (Özdemir, 2018: 75).

Son yıllarda teknolojinin kullanımı arttığından dolayı yeni nesiller, iş, boş zaman ve diğer işlerini değerlendirmek için bilgisayar ekipmanına giderek daha fazla bağlı kalmaktadır. Cep telefonları kapsamlı bir şekilde 21. yüzyılın simgesi olarak kabul edilmiştir. Bu artış, dijital bağlamda kullanıcıya daha uygun yeni çözüm arayışlarına yol açmıştır. Kullanıcı, kendilerine giderek daha fazla fayda sağlayan durumlara göre belirli eylemler gerçekleştirmeyi zorunlu kılmaktalar: x öğesi yerine y öğesini seçmek, önemli bir amaca varmak v.b. için dürtmeler uygulanır. Dürtmeler, seçeneklerin görüntülenme biçimindeki veya bilgilerin düzenlenme biçimindeki küçük değişikliklerdir, böylece davranış üzerinde bir etkisi oluşturulabilmesidir. Örneğin, Birleşik Krallık, insan davranışları stratejileri yoluyla kamu hizmetlerini geliştirmektedir,

sosyal normlar mesajı göndererek ve suça uğrayanı ona uygun olarak düzenlenmiş metin mesajı ile ceza ödemeleri teşvik edilir ki bunun sonucunda zamanında vergi ödemeleri önemli ölçüde artmaktadır. Diğer bir örnek ise, organ bağışına onay verme politikası uygulandığı varsayımdır, bu politikanın uygulandığı ülkelere bakıldığında, organ bağışı oranının varsayılan olarak onay isteme politikası olan ülkelere göre daha yüksek olduğunu göstermektedir. Organ bağışı için Çevrimdışı ortamlarda kullanılan dürtmeler, artık dijital ortamlarda kullanılmak üzere önem kazanmıştır. Dijital ortamdaki dürtüklemelere dijital dürtüme adı verilmiştir (Jacob ve Martins, 2021: 1)

Dijital dürtme, davranışsal ekonomiden gelen bir umut verici yaklaşımdır. Bireylerin karar verme sürecinde problem yaşadığında, dürtmeler, dijital sistem kullanıcıların davranışlarını tercihleriyle uyumlu hale getirerek destekleyebilmektedir. Dijital dürtmelerin geniş çapında kullanımlarına rağmen, çoğu, potansiyel yasal, etik veya bireysel kısıtlamaları veya tercihleri göz ardı ederek, bir şirketin bakış açısından istenen davranışı desteklemek için tasarlanmıştır. Yapay zekâ ya da büyük veri gibi modern teknolojilerle bu sorunlar çoğalanırken, dijital cihazların artan etkinliği ve yeni teknolojilerin kullanımıyla bu sorun daha da kritik hale gelmiştir. Örnek olarak, enerji tasarrufu seçenekleri veya hükümetlere finansal ve mali sağlığını geliştiren planlarının dijital platformlarda belirtilmesi, dürtme unsurları olarak kabul edilmiştir.

Dijital dürtmelerin yaygın kullanımına rağmen kritik olarak, etik veya yasal standartlara zarar veren birçok dürtme kavramı ortaya çıkmıştır. Thaler ve Sunstein, dürtmelerin bir bireyin hayatını daha güvenli, daha kolay ve daha fazla fayda sağlayacak şekilde tasarlanması gerektiğini açıklamaktadır. Bireylerin tercihlerine karşı bir alternatif seçme eğiliminde olduğu kararlarda, dürtmeler, bireylerin davranışlarını niyetleriyle uyumlu hale getirmelerini desteklemelidir. Bugüne kadar, bu standart mevcut dürtme konseptlerinde yeterince dikkate alınmamaktadır. Çoğunlukla, bireylerin ihtiyaçlarını desteklenmeyen ancak kuruluş ve şirketin ihtiyaçlarını destekleyen bir yöne dürtülür. Örneğin, çevrimiçi alışveriş ortamında, dürtmeler satıcının bakış açısından avantajlı olabilir, ancak bir kişiyi istemeden bir sözleşmeye girmesi veya bir fiyatı kabul etmesi için manipüle edebilmektedirler (Barev vd., 2021: 299-300).

Dijital dürtme, kullanıcı arayüzünün tasarım öğelerinin, insanların davranışlarını değiştirecek şekilde tanımlanır. Örneğin, dijital dürtmeye bir örnek,

insanların daha az bağımlı hale gelmesi için bir sosyal ağ detoksunun uygulanmasıdır. Bunun için, görüntüleme çubukları veya sitelerdeki reklamlar gibi bölümleri gizleyerek bölümleri ve bildirimleri gizlemek için bir dürtme uygulayabilme gibi, kullanıcılar içeriği görmek isterse, içeriği bir kez gösterme veya her zaman gösterme seçeneğine sahip olacaklardır. Varsayılan dürtme seçeneği, seçtiğinde sitelerin tüm multimedya içeriğini gizler ve görmek istediği ve istemediği içeriği seçmek için kullanıcının seçmesi gerekmektedir. Bu durum kullanıcıların zaman kaybettiklerini görmelerine ve sosyal medyayı çok sayıda kullanmaktan vazgeçmelerine yol açmaktadır. Günümüzde, dürtmelerin kullanımı web ortamında yaygınlaşmaktadır. Seyahatten gıda tüketimine ve E-ticarete kadar, dürtmeler her yer ve alanda, kovid-19 aşılmasını teşvik etmek için bile kullanılmıştır (Jacob ve Martins, 2021: 1).

Araştırmalara göre, dürtme mekanizmalarına ve bunların insan davranışlarını değiştirmek için nasıl kullanıldıklarına çeşitli yöntemler bulunmaktadır. Bu mekanizmalar birden fazla kategoriye ayrılmıştır. Her kategorinin bir amacı vardır ve kullanılan dürtme türünü tanımlayan bir dizi seçeneğe sahiptir. Dürtmeler, tasarımı normalde çevrimdışı bağlamla ilişkilendirilir. Veriler örneklere göre, büyük ölçüde algılanamayan dürtmelerin çeşitli çevrimdışı bağlamlarda etkili olduğunu gözlemlemekteyiz. Dürtmeler Çevrimdışı ortamlarda olduğu gibi, dijital ortamlarda da seçenekler sunmakta tarafsız ve adil yollar önerebilmektedir. Herhangi bir kurumsal web sitesi veya mobil uygulamadaki herhangi bir kullanıcı arayüzü, dijital seçim ortamı olarak tanımlanabilmektedir. Dijital bir seçim mimari, seçeneklerini yeniden düzenleyerek veya iş akışlarını düzenleyerek insanları dürterek dijital dürtmeye neden olmaktadır. Bu manada etkili dürtmeyi seçmek zordur çünkü dijital bir çalışma alanında belirli dürtmelerin uygulanmasının sonuçları her zaman net değildir. Bu kapsamda Dürtmeleri uygulamaya yönelik mevcut kılavuzlar, çevrimdışı ortamlar dikkate alınarak geliştirilmiştir.

Dijital dürtme fakat son zamanlarda ilgi görmüştür. Ancak, çevrimdışı çalışan yönergeler doğrudan çevrimiçi çalışmayabilir; örnek olarak, çevrimiçi kullanıcılar bilgileri ifşa etmeye daha isteklidir, ancak aynı zamanda varsayılan seçenekleri kabul etme konusunda daha temkinlidirler.

Dijital dürtme, dijital ortamlarda seçimleri uygulayan insanların davranışlarına rehberlik etmek için arayüz tasarım öğelerinin kullanılması olarak

tanımlanabilmektedir. Web formları gibi kullanıcı arayüzlerinde, web sayfalarının uygulama ekranlarında dijital seçimler görünmektedir. Normal olarak, bu tür sayfalar, insanların tam bir taahhütte bulunmadan önce bir seçim veya karar vermelerini gerektirir; bu, insanların kararları uygulaması gereken çevrimdışı ortamlarla karşılaştırılabilmektedir. Örneğin, bir elma ve bir pasta arasındaki tipik sağlıklı yiyecek seçimi. Arayüzdeki her bir değişiklik, insanların yapacağı nihai seçimi değiştirebilmektedir. Dolayısıyla, ortamdaki tek bir şeyi değiştirmek, insanların seçimini etkileyebilir ve onları beklenen bir davranışa dürtebilmektedir. Seçenekleri sunmanın tarafsız bir yolu yoktur. Dijital ortamda çeşitli seçimler yapılır. Günümüzde birçok hizmet çevrimiçi karar verme imkânı sunmaktadır. Dijital ortamların tasarımı insan seçimlerini etkiler. Çevrimiçi ortamlardaki dijital dürtülerin etkisini anlamak, tasarımcıların kullanıcıları en çok istenen seçeneğe yönlendirmesine yardımcı olacaktır. Örneğin, ödeme başvurusu, varsayılan bahşiş seçeneğini bir şeye ayarlayarak insanları bahşiş vermeye teşvik eder. Bahşiş vermeyi önlemek için, kullanıcılar aktif olan “bahşiş” seçeneğinin seçimini kaldırması gerekmektedir. Herhangi bir işlem yapmazlarsa, bahşiş vermiş olacaktır. Bu dürtme kullanılarak, özellikle çok az bahşişin yaygın olduğu veya hiç bahşişin olmadığı yerlerde bahşiş miktarı artışını imkân sağlamıştır.

Günümüzde teknolojiler hayatın ayrılmaz bir parçası gibi olmuştur, Her bireyin nezdinde akıllı telefon, tablet veya bilgisayar gibi sıklıkla kullandığı bir ekipmanı bulunmaktadır. Dijital teknolojiler, özel ve profesyonel hayatın geniş alanlarında öne çıkmakta ve bu nedenle insanlar önemli kararları genellikle dijital ortamlarda almaktalar. Çevrimiçi etkileşimlerin çoğu, hükümetlerin başvurusundan elektronik ticaret etkileşimlerine kadar insanların seçim yapmasını gerektirir. Hangi uygulamayı kullanırlarsa kullansınlar, insanların her zaman bir tür seçim yapması gerekmektedir. Web sitesi ve mobil uygulamalar gibi kullanıcı arayüzleri, dijital seçim ortamlarını içerir. Kurumsal bilgi arayüzleri, sistemin iş akışlarını nasıl organize ettiğine göre kararları etkileyen dijital seçim ortamlarıdır. Dijital bir seçim ortamı tasarımı, beklenmeyen sonuçlara yol açacak şekilde insanların seçimini etkileyebilmektedir. Dijital arayüz tasarımcıları, kullanıcıları kasıtlı olarak harekete geçiren bir tasarım veya kullanıcı katılımını artırmak için tasarım etkisini azaltan bir tasarım uygulamak için tasarımlarının kullanıcı seçimi üzerindeki etkilerini anlamaları

gerekmektedir.(Jacob ve Martins, 2021: 14-15). Dürtme kavramı, insanlar dijital ortamlarda daha fazla seçim yaptıkları için dijital çağda alakalı hale gelmiştir. İngiliz davranışsal müdahaleler ekibi, dijital dürtmeleri dürtmenin geleceği olmasını beklenmektedirler (Von ve Semar, 2020: 5).

Shlomo ve Benartzi “dijital dürtmelerin iki yönlü olduğunu” vurgular. Birinci noktada dijital ortam, çevrimdışı bir ortamda mümkün olmayacak kadar hızlı bir araştırmaya izin vermektedir. Bu şekilde yapılmış testler sonucunda hangisinin daha etkili olduğunu kontrol etmekte, dijital dürtmelerde normalde sonuçları günler veya haftalar içinde alınabilmekte, çevrimdışı bir ortamda ise müdahalenin etkili olup olmadığını kontrol etmek için yıllarca beklenmesi gerekmektedir. İkinci husus, dijital ortamın büyük ölçekli boyut sunmasıdır. Belirli bir tasarımla tek bir web sitesini veya uygulamayı değiştirerek, dünyanın her yerindeki insanların daha iyi finansal kararlar almasına potansiyel olarak yardımcı olabilmektedir. Bu analizden, dijital dürtmelerin çevrimiçi dünyada yararları olduğunu ve insanların seçimlerini iyileştirmek için kullanılabileceğini anlayabilmektedir. Her türün kendi ortamı ve farklı kullanım şekline sahip olduğundan, dijital dürtülerin çevrimdışı dürtülerden daha iyi olduğunu veya tam tersi olduğunu söylenmez, ancak dijital dürtülerin daha avantajlı olduğunu söylenebilmektedir (Jacob ve Martins, 2021: 14-15).

Bunlarla birlikte, dijital uygulamalar, dürtme müdahalelerinin etkinliğini artırma konusunda potansiyele sahip çok sayıda yenilikçi araçlar ve işlevler sunar. Bunların yanı sıra, aralarında filtre seçenekleri, öneri sistemleri, akıllı izleme ve hedefleme yöntemleri veya geri bildirim araçları ve çok çeşitli kişiselleştirme teknikleri yer almaktadır. Analog ve fiziksel dünya ile karşılaştırıldığında, dijital ortamlar dijital dürtme tasarımcısı için daha yüksek derecede bir özgürlük sunmaktadır. Fiziksel dünya "olduğu gibi" mevcutken ve ağaçları, sokakları veya benzerlerini kolayca yeniden şekillendiremez veya hareket ettiremezken, dijital alanda geliştiriciler ve tasarımcılar genellikle IS'lerinin (information system) görünümünü önemli miktarda parasal çaba harcamadan değiştirmek için çeşitli seçeneklere sahiptirler. Bunun dışında, bir şeyi mevcut durumdan tercih edilen bir şeye dönüştürme fırsatı dijital ortamlarda (örneğin dijital prototip oluşturma yoluyla) gerçekleştirmek daha kolaydır ve bu nedenle, dijital dürtüleri uygulamak ve test etmek, analog dürtülerden daha kolay ve hızlı olarak kabul edilebilmektedir (Lembcke vd., 2019: 8).

Dürtme ile dijital dürtme arasındaki en önemli fark, dijital dürtme işleminin dijital sistemler ve platformlar üzerinde gerçekleştirilmesidir. Teknoloji günlük hayatın önemli bir parçası haline geldiğinden, web siteleri veya uygulamalar aracılığıyla dijital olarak dürtmek, daha uygun maliyetli olmanın yanı sıra, dürtmenin ölçeğini ve uygulama hızını artırdığından oldukça etkili olmuştur. Bunun, dijital dürtmenin, dijital olmayan dürtmeyle karşılaştırıldığında çok sayıda kullanıcıya ulaşabileceği anlamına gelmektedir (Braekke vd, 2021: 5).

2.2.1. Dijital Dürtmenin Tasarımı

Dijital dürtme konseptinin tasarımı karmaşık olup, farklı yönüne dikkate alınması gerekmektedir. Örnek olarak, dürtme şeffaf ve kullanıcılar tarafından görülebilir olmasına dikkate alınması önem arz eder, aksi takdirde eleştirenler dürtmelerin manipülatif karakterde olabileceği ve bireyin özerkliğini ihmal edilebileceği sonucuna varabilmekteler. Bu nedenle, etik açıdan meşru dijital dürtmeler hakkında daha pratik uygulama ve erişilebilir bir tasarım bilgisi gereklidir. Meşruiyet, “bir varlığın eylemlerinin arzu edilir, uygun veya sosyal olarak inşa edilmiş bazı normlar, değerler, inançlar ve tanımlar sistemleri içinde uygun olduğuna dair genelleştirilmiş bir algı veya varsayım” olarak tanımlanır. Dijital dürtme konsepti geliştirmede daha iyi yönlendirilmek için, araştırmacılar ve uygulayıcılar meşru tasarımlar sağlayan süreç modelleriyle çalışmaktalar. Daha da önemlisi, mevcut dijital dürtme süreçleri, meşru dijital dürtmelerin tasarımı için gerekli olan etik ve yasal standartları yeterince dikkate almamaktadır. Dürtmenin konuşulan iki yönün alaka düzeyi yüksektir zira ki dürtme, bireyin davranışını değiştirebilir, ancak yine de bireyin refahını artırıp azaltabilmektedir. Sonuçlanan davranış kişinin tercihleri ile uyumlu olmadığında dürtmeler kişinin hayatını kısa ya da uzun vadede tehlikeye atabilmektedir (Barev vd., 2021: 300).

Dijital teknolojilerin özel ve profesyonel hayatın geniş alanlarında kullanımının artması, insanların sıklıkla dijital seçim ortamlarında önemli kararlar alması anlamına gelmektedir. Bütün alanları kapsamayacaksa da çoğu mevzuatlarda, E-devletten E-ticaret etkileşimlerine kadar çevrimiçi etkileşimler, insanların seçim yapmalarına yönlendirir. Web siteleri ve mobil uygulamalar gibi kullanıcı arayüzleri sıklıkla dijital seçim ortamlarını içerir; benzer şekilde, ERP (Customer Relationship Management)

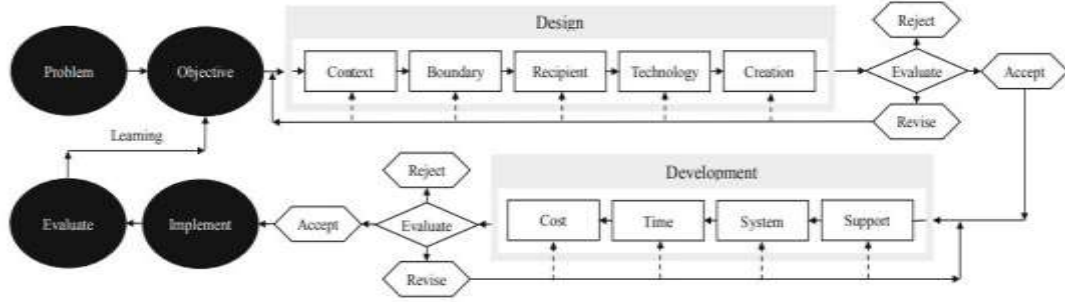
ve CRM (Müşteri ilişkileri yönetimi) sistemleri gibi kurumsal bilgi sistemlerinin arayüzleri, sistemin iş akışlarını nasıl organize ettiği ve sunduğuna göre kararları önceden tanımlayan veya etkileyen dijital seçim ortamlarıdır. Seçimleri sunmanın tarafsız bir yolu olmadığı için, kullanıcı arayüzü tasarımıyla ilgili tüm kararlar, genellikle tasarımcıların niyeti ne olursa olsun, kullanıcıların davranışlarını etkiler. İnsanların seçimlerini tesadüfen etkileyen bir dijital seçim ortamı tasarımı, istenmeyen sonuçlara yol açabilir; bu nedenle tasarımcılar, tasarımlarının kullanıcıların tercihleri üzerindeki etkilerini anlamalıdır, böylece özgür iradeyi artırmak için kullanıcıları kasıtlı olarak dürtten bir tasarım mı yoksa tasarımın kullanıcıların seçimleri üzerindeki etkilerini azaltan bir tasarım mı uygulayacaklarını seçebilmekteler (Schneider vd., 2018: 433-434).

Dijital dürtmelerin artan etkinliği ve büyük veri, yapay zekâ gibi yeni teknolojilerin kullanımı ile sorunlar çoğalmakta ve etik olarak tasarlanmış sistemler daha da önemli hale gelmektedir. Çünkü dürtmeler kişinin davranışını dinamik olarak başlatabilir ve davranışı her zamankinden daha etkili bir şekilde manipüle edebilmektedir. Örnek olarak modern teknolojiyle, bir web sitesini bir kez ziyaret eden bir kullanıcı gerçek zamanlı olarak değerlendirilirse, site, kullanıcıları siteden ayrılmadan önce belirli bir hizmete kaydolmaya dürterek yönlendirir. Sonuç olarak, dijital dürtme geliştirme süreçlerinin, yasal dijital dürtmeler yaratma yeteneğine sahip sistematik bir geliştirme süreci modelinde bütüncü bir unsur olarak bu normatif sınırları tanımlaması önemlidir (Barev vd., 2021: 301).

Bu anlamda dürtme tasarım modeli olarak, dijital dürtmelerin etkili ve meşru bir şekilde tasarlanmasına nasıl teşvik edebilir? sorusunu göze bulundurarak DELEN (Process Model for the Systematic Development of Legitimate Digital Nudges) veya (Meşru Dijital Dürtülerin Geliştirilmesi için Sistematik Bir Süreç Modeli), ele alınmıştır. Dijital dürtmelerin oluşturma sürecinde genel olarak bir sorun tanımlama ve bir hedef belirleme aşamasıyla başlar. Bu aşamalarda, seçim mimarlar değiştirmek istedikleri belirli davranışı belirlemeli ve odaklanması gerekmektedir. Sorunu tanımlanıp hedefi belirlendikten sonra dijital dürtmenin tasarım ve geliştirme sürecine başvurulması gerekmektedir. Ele alınan modelde, en çok tasarım ve geliştirme süreçlerine odaklanarak ayrıntılı olarak irdelenmektedir. zira ki söz konusu aşamalar dijital dürtüler oluşturma sürecinde anahtarları sayılmaktadır (Barev vd., 2021: 304).

Dijital dürtme tasarım sürecim tam modeli, tablo 2'de gösterilmektedir:

Tablo 2: Dijital Dürtme modelinin oluşturulması (Barev vd., 2021: 306).



Tasarım süreci: Dijital dürtülerin tasarım süreci, sistematik olarak dijital dürtmelerin nasıl oluşturulabileceğini açıklamaktadır. Bu modelde dijital dürtmenin tasarım süreci beş aşama şeklinde izlenmektedir. Bu aşamalar sırasıyla şöyledir (Barev vd., 2021: 306-307) :

Kontekst Değerlendirilmesi: Bu bağlamda kullanıcı sayfaya ilk kez girdiğinde yapılan müdahaleden bahsedilir. İlk olarak, seçim mimarlar, birey kullanıcıya yol haritasını çizmesi gerekmektedir. Bireylerin hangi noktada karar verdiğini belirlemesine ve müdahaleleri uygulamak için optimum zamanlamaları belirlemesine yardımcı olmaktadır. Aynı zamanda diğer süreçlere müdahale etmemek için herhangi bir müdahalenin uygulanmaması gereken süreçler belirlenmelidir. Bunu yaparken, bireyin karar vermesini belirleyen ilgili bağlam faktörlerini belirlemek için belirli seçim mimarisi analiz edilmelidir. Örnek olarak, karar bağlamını gizliliğiyle ilgili ve sağlıkla alakalı açısından kararlar farklılık göstermektedir.

Normatif Sınırların Belirlenmesi: Meşru dürtme tasarım eyleminde seçim mimarlar, dijital dürtmeyi kapsayan etik, yasal, psikolojik ve toplumsal standartları bir araya getirmesi gerekmektedir. Bu öğelerin seçilen mimariye göre farklılık gösterebileceğini ve büyük ölçüde içeriğe bağlı olduğunu vurgulamak önemlidir. Örneğin, şirketler ve hükümetler için farklı yasal sınırlar geçerlidir. Bunlarla birlikte, dürtme tasarımcıları, değerlendirilen bağlamla ilgili normatif sınırları keşfedip belirlemelidir. Mimarlar etik, yasal, psikolojik ve sosyal standartları bir araya getirmelidir.

Müşterileri Hedefleme: çoğu dürtmeler, doğru bireyleri yeterince

hedeflemediğinden etkinliğinin azaldığını göstermektedir. Bu nedenle, kullanıcının bilişsel ve duygusal süreçlerinin yanı sıra kullanıcının hangi sezgisel yöntemlerinin erişilebilir olduğunu anlamak önemlidir. Sundar ve arkadaşları Belirli bir buluşsal yöntemin iç mantığına daha güçlü bir inancı olan bireylerin, daha zayıf bir inanca sahip bireylerle karşılaştırıldığında, bir ipucu sunulduğunda bu buluşsal yöntemi kullanma olasılıklarının daha yüksek olduğunu vurgulamıştır. Bu nedenle, daha yüksek dürtme etkinliği elde etmek anlamında, bazı bireyleri dijital dürtmelerle diğerlerinden daha ayrıntılı olarak ele alınabileceğinden, kullanıcılar buna göre bölümlere ayrılmalı ve hedeflenmelidir. Etkisiz dürtmeler iş süreçlerini yavaşlatabileceği veya bireyi olumsuz yöne uyarabileceği için hedef grup yeterince sınırlandırılmalıdır. İstenen davranışın, dürtülen bireyin tercihleri ve değerleriyle örtüştüğünden emin olmak gereklidir. Zira ki bunlar dijital dürtme tasarımlarının etik gerekçelendirilmesinin ve meşruiyetinin önemli yönleri olduğundan çok önem taşımaktadır.

Teknolojiye Uyum Sağlamak. Seçim mimarlarınca, kullanılan teknolojinin özel niteliklerini temel almalı ve birey onunla nasıl etkileşime girdiğini dikkate almalıdır. Teknoloji görsel, işitsel veya dokunsal geri bildirim sağlayabildiğinde, dürtmeler farklı şekilde tasarlanmalıdır. Örneğin, bir kişiye kırmızı bir düğme (görsel), bir alarm sesi (işitsel) veya bir sallama dürtüsü (dokunsal) yoluyla bir dur sinyali iletebilmektedir. Ayrıca, bir dürtme, sabit bir cihazda bir mobil cihazdan farklı görünebilmektedir.

Dijital Dürtme Oluşturma: Önceki analize dayalı olarak, seçim mimarları uygun dürtme öğesini seçmektedirler. Dijital kullanıcı arayüzlerdeki dürtme öğeleri, örneğin belirli bir seçeneği önceden belirleyen varsayılan ayarları örnek verebilmektedir. Diğer unsurlar, bir kararın çerçevesini içermektedir. Birey için faydalı olan seçenekler yeşil renkle gösterilmektedir.

Geliştirme süreci: Geliştirme süreci dört unsurdan oluşur ve etkili bir uygulama için ayarlanması gereken faktörleri dikkate alan uygulama sürecin bir ön aşamasıdır. Geliştirme, dürtme tasarımıyla yakından bağlantılıdır, bu nedenle seçim mimarları bu süreçleri birbiriyle bağlantılı olarak değerlendirmelilerdir (Barev vd., 2021: 306-307).

Destek rolü: Dürtmeler, dikkatli tasarıma rağmen istenmeyen çelişkili davranışlara yol açabilmektedirler. Dürtmeler, diğer önemli hedefleri riske atabilir, örnek

olarak, kirliliği azaltmak için tasarlanan bir dürtme, örneğin toplumun en dezavantajlı üyeleri için enerji maliyetleri gibi başka bir faktörü artırdığında bu nedenler, baştan itibaren, herhangi bir zararlı davranışa karşı koymak için ek destek mekanizmaları uygulanabilmektedir. İstenmeyen davranış sergileyen kişiler yeniden yakalanabilir ve yeniden yönlendirilebilmektedir. Bu amaca ulaşmak için çeşitli mekanizmalar kullanılabilir. Bu anlamda çok önemlidir, zira ki bir alternatifte yol açmak alternatif mekanizmalarla gerçekleştirilebilir. Dürtmeler, yumuşak babacılık araçları olarak tanımlandığına göre Seçim mimarları, yasalar veya yönetmelikler gibi diğer yumuşak hatta daha zor mekanizmaları bile düşünebilmektedir. Uygulanan mekanizma, genel hedefe ulaşılmasını sağlamak için genel strateji ve mevcut iş süreçleri ile uyumlu hale getirilmesi gerekmektedir.

Sistem: Günümüzde, dürtmelerin etkinliğini etkileyebilecek çok çeşitli sistemler bulunmaktadır. Seçim mimarları, örneğin yapay zekanın veya büyük verinin dijital dürtüleri ne ölçüde artırabileceğine karar vermelidir. Örnek olarak, Ferreyra ve arkadaşları yapay zekanın (AI) dijital dürtüleri dinamik hale getirebilmesini artırabileceklerini anlatmaktadır.

Zaman: Birtakım dijital dürtülerin başarısı, tam istenen süre içinde (timely) gerçekleşmesine bağlıdır. Çeşitli araştırmacılar, dürtmelerin farklı zamanlamalarının etkisi üzerinde nasıl bir etkiye sahip olduğuna dair kanıtlar sunmuştur. Bu nedenle, dürtmenin sistemde ne zaman uygulandığını ve kişiye ne zaman maruz kaldığını dikkate almak önemlidir. Bu, sabah, öğlen, akşam veya özel olaylardan sonra gibi günün herhangi bir saatinde gerçekleştirilebilmektedir.

Maliyet: Dijital dürtüleri uygularken, seçim mimarlarını maliyetleri ve faydaları ölçmeleri gerekmektedir. Diğer alternatiflerin daha iyi bir maliyet-fayda oranına sahip olup olmadığına ve hangi davranış değişikliği mekanizmasının kullanılacağına karar verilmelidirler. Dijital dürtme Tasarım ve geliştirme aşamasından sonra, test ve değerlendirme aşaması izlenmektedir ve gerektiğinde adapta olmalıdır. Geliştirme aşamadan sonra, tasarlanan dijital dürtme test edilmesi gerekmektedir. Bu aşamada, seçim mimarları, geliştirilen dürtmenin örneğin sınır koşullarını karşılayıp karşılamadığını ve kullanıcıların bununla nasıl etkileşime girdiğini değerlendirmeleri icap etmektedir.

Geliştirme sürecinden sonra, dürtme tasarımcıları, örneğin destek

mekanizmalarıyla iş birliği içinde veya sistemdeki farklı zamanlarda dürtmenin nasıl çalıştığını test etmesi gerekmektedir. Değerlendirme aşamasının ardından, seçim mimarları farklı faktörleri buna göre ayarlayabilir ve gerekirse diğer bir tasarım ve geliştirme döngüsü için belirli öğrenmeleri dikkate alabilmektedirler. Tasarlanan ve uygulanan dürtmeler başarısız olduğunda (adapte olduğunda veya reddedildiğinde) bile, seçim mimarlarının artık neyin yanlış gittiğini daha iyi analiz etmek ve ardından gelecekteki iyileştirmelere iyi şekilde anlamasına yönelik bir yöntemi olduğu anlamına gelmektedir (Barev vd., 2021: 307-308).

Delen modeli, dijital dürtülerin meşru ve etkili bir şekilde tasarlanmasını ve geliştirilmesini teşvik eden bir dijital dürtükleme süreci modeli sağlayarak teori ve pratiğe katkıda bulunması amacına ortaya koymuştur. Bu anlamda etik, yasal, psikolojik ve toplumsal normatif sınır koşullarını karşılayan dijital dürtülerin oluşturulması için sistematik rehberlik sağlanmıştır. Yapılandırılmış süreç modeli, seçim mimarlarına önemli yasal ve etik standartları karşılayan dijital dürtülerin nasıl tasarlanacağı hakkında anlaşılması kolay ve erişilebilir bilgiler sağlamak için yoğunlaştırılmış ve resmileştirilmiştir. Diğer modellerden farklı olarak, normatif sınırları bu modelin ayrılmaz bir unsuru olarak uygulanır ve hedef grup segmentasyonunu temel bir unsur olarak sunmuştur. Hedef grup segmentasyonu, dürtme etkinliğini artırır ve diğer bireyler için gereksiz sorumlulukları önlemektedir. Unsurlar göze alarak, söz konusu modelin meşru ve daha etkili dijital dürtmelerin yolunu açmaktadır. Sistematik modeli takip ederek, seçim mimarları dürtme tasarımlarını daha kolay karşılaştırabilip ve geliştirebilmekteler. Dijital dürtmeler başarısız olduğunda bile, seçim mimarları sistematik modelin her ögesini sistematik olarak gözden geçirebilir ve uygulamalarını değerlendirebilmektedir (Barev vd., 2021: 310-311).

2.2.2. Dijital Dürtmenin Etik Hususları

Kararları verirken göz önünde bulundurulması gereken önemli bir husus, dürtme kullanımının etik hususları sayılmaktadır. Dürtmeler, insanların daha iyi seçimler yapmasına yardımcı olmak üzere kullanılmaktadır. Dürtmelerin uygulama sırasında durum her zaman konuşulduğu gibi mümkün olmayabilmektedir. Örneğin, bazı Avrupa düşük maliyetli hava taşıyıcıları, müşterileri gerekmeyen seçenekleri

sunarak satın almaya yönelik dürtme ederler. Bu şekilde etik olmayan dürtüler, şirket için kısa vadeli kazançlara yol açabilirken, uzun vadede itibar kaybının, olumsuz yansımaları olabilmektedir. Bu nedenle tasarımcılar, dürtmelerin etik hususlarının farkında olmaları gerekmektedir (Schneider vd., 2018: 434).

Dijital dürtmeler, bireylerin tüm seçim özgürlüğünü korumak zorundadır. Bunu sağlamak üzere, dijital dürtmelerde dürtmelerin özerkliğini göze alınması gerekmektedir. Müdahaleler, belirli seçenekleri yasaklamamalı veya sınırlandırmamalıdır. Araştırmalara göre kullanıcıların analog seçim ortamlarının aksine dijital bir bağlamda dürtüldüklerinde daha da az farkında olduklarını göstermektedir. Bu nedenle seçim mimarının bu kısıtlı dikkat ve aşırı seçim yükünü dijital ortamlarda suistimal etmeme konusunda daha büyük sorumluluğa sahiptirler.

Dikkate değer başka bir husus da dijital dürtmelerin daha kolay ve neredeyse sıfır maliyetle uygulanabilirliğidir. Bu nedenle seçim mimarlar bu mekanizmaları aşırı derecede kullanma eğiliminde olabilmekteler. Artan bir şekilde, dijital seçim tasarımcıları, bir web sitesi veya uygulama gibi bir dijital yapının her bir ögesini teorik olarak değiştirebilecekleri için daha yüksek serbestlik derecelerine sahiptir. Örneğin, bireylere daha fazla spor yapmak gibi belirli bir davranış sergilemelerini hatırlatmak için dijital dürtmeler kullanılabilir. Bu bildirimler (örneğin: bir uygulama aracılığıyla) herhangi bir uygulama maliyetine neden olmayacak şekilde (örnek olarak saatlik bildirimler göndererek) uygulanmasıdır ve sonuç olarak bireyleri aşırı dürtme riski taşıyabilmektedir. Bu nedenle, dürtmenin yalnızca sıklığı değil, aynı zamanda zamanlaması ve şekli de insanların seçim özgürlüğünü ve genel özerkliğini etkileyebilir (örneğin, titreşim veya sesli bildirimler toplantıları kesintiye uğratmasıyla beraber, insanların daha uzun süre tam olarak konsantre olmasını engelleyebilmektedir (Lembcke vd., 2019: 9-10).

Bir çözüm olarak, dijital seçim tasarımcıları, dürtme müdahalelerini sömürücü ve yasaklayıcı olmayan ve seçimleri koruyan bir şekilde tasarlama sorumluluklarına karşı özellikle duyarlı hale getirilmesi gerekmektedir. Bireylerin seçim özgürlüğünü korumak için mümkün olan en üst düzeyde yeni dijital teknolojiler kullanılmaları gerekmektedir (Lembcke vd., 2019: 9-10).

2.3. Farklı Alanlarda Dijital Dürtmenin Kullanımı

Dijital olmayan dürtmeler, insanların o alanı ziyaret edecek fiziksel bir ortama gerektirir. Dijital dürtüler ise, insanların kullandığı herhangi bir uygulamaya, web sayfasına veya herhangi bir dijital ürüne yerleştirilebilmektedir. Dijital dürtmeleri kullanmanın dijital olmayan dürtmelere göre en büyük avantajlarından ise, birden çok seçim mimari üzerinde test yapma zaman olarak bilinmektedir. Dijital dürtmeler günler veya haftalar alabilirken, dijital olmayan dürtmeler tam tersi sonuçları kontrol ve ele geçirmek için daha fazla zaman ve çaba gerektirmektedir.

Bu kapsamda, şirketler ve bazı projeler için kullanılmış olan birtakım dijital dürtme örneklerini incelenir. Dijital dürtmeye bir örnek olarak, müşterilerin varsayılan "bahşış" seçeneğini etkinleştirerek bahşış vermesini sağlayan mobil ödeme uygulamasıdır, böylece müşteriler bahşış vermemeyi seçerlerse "bahşış yok" seçeneğini seçmelidir. Bu basit dürtme kullanılarak, bahşış miktarı, özellikle hiçbir bahşışın yaygın olmadığı yerlerde, birçok şekilde artırıldığını belirtilmiştir. Başka bir örnek, web sitelerinde insanları bir haber bülteninde oturum açmaya dürtmek için katılım veya devre dışı bırakma politikaları kullanmasıdır. Yine aynı mantıkla bir diğer örnek, düşük maliyetli hava taşıyıcıları, müşterilerin bilişsel yüklerini artıracak şekilde onların bu seçenekleri seçmeye dürterek, seyahat sigortası gibi ekstra isteğe bağlı hizmetleri satın alma ve almamaya konusunda kullanıcıların karar vermelerini çerçeveleri sunmaktır.

Dijital dünyada, kullanıcılara seçenekler sunmanın sinirsel bir yolu olmayıp, herhangi bir arayüz, insanları bir yöne yönlendirme gibi bir niyeti olmasa bile, her türlü dürtükleyerek kullanıcı seçimlerini etkileyebilmektedir. Dijital ortamlarda, tasarımcılar seçim mimarilerinin etkilerini anlamalı ve böylece özgür iradenin etkilerini kasıtlı olarak artırıp veya azaltabilmekteler. Çevrimdışı ortamlarda, araştırmacılar, dürtmelerin etkilerini seçmek, uygulamak ve test etmek için bazı yönergeler önermekteler. Bu anlamda bu örneklerden, birçok dijital olmayan dürtme türlerin dijital dürtme modellerine dönüştürülebileceğini anlayabilmektedir (Jacob ve Martins, 2021: 16).

Varsayılan dürtme, (Defaults) güçlü bir seçim mimarisi aracı olmakla beraber dijital teknoloji bunlarla doludur. Varsayılan dürtmelerin örneği olarak güvenlik ve gizlilik ayarı, über bahşış verme varsayılanları ve Amazon'da ürün sıralamalardan

adlanabilmektedir. Varsayılan dürtmeler, bireylerin tercihlerine uyacak şekilde tasarlanırsa onlar için daha yararlı olabilmektedir. Uber yolculuklarında, yaklaşık %60'ı hiç bahşış vermeyecek şekilde yalnız %1'i her zaman bahşış vermektedir. Bu gözlem, varsayılan seçeneği kişiselleştirmeyi ve her sürüşte aktif seçimden kaçınmayı garanti eder. Bireysel düzeyde kişiselleştirmenin ötesinde, belirli bir yolculuğun özellikleri, her bir yolculuk için bahşış önerisini uyarlamak için de kullanılabilir, örnek olarak geç varışa, daha az bahşış verilir. Araştırmacılar teknoloji varsayılanları bireyler için her boyuttan fayda sağlanacağına göre daha akıllı hale gelebilirliğini ve getirilmesini beklenmektedirler (Sobolev, 2021: 3).

Bu çerçevede dijital dürtmenin farklı alanlarda kullanımı olarak dört başlık altında; Kamu sektöründe dijital dürtme, sağlık sektöründe dijital dürtme, E-ticarette dijital dürtme ve son olarak yemek seçimlerde dijital dürtme şekilde ele alınmaktadır.

2.3.1. Kamu Sektöründe Dijital Dürtme

Kamu sektöründe, daha spesifik olarak siyasi politika oluşturma sürecinde dürtmenin kullanımını motive eden ve potansiyel avantajları; herhangi bir zorluk ve maddi motivasyon uygulamamadan bireylerin seçimlerine ucuz ve efektif bir şekilde etkilemesidir. Dolayısıyla, bireylerin seçim özgürlüğüne müdahale etmeden davranışlarını ucuzca etkilenmesi ve yanı sıra politika yapıcılara avantajlı yolu olabilmektedir. Örneğin, vatandaşların kamu katılım süreçlerine katılımını artırmak için bir sisteme çeşitli ikna edici özellikler veya dürtüler yerleştirebilmektir. Kullanıcıların konumuna göre bilgi sağlamak ve sosyal etkiyi kullanmak- diğer kullanıcıların hangi katılım süreçlerinde yer aldığı hakkında kullanıcıları bilgilendirmek- etkili ikna edici özellikleri sayılmaktadır.

Hükümetler tarafından dürtmenin uygulanıp uygulanmaması konusunda bir sürü tartışmalar yapılmıştır. Geçen bölümlerde tartışıldığına göre, bir grup araştırmacıların dürtmenin seçim özgürlüğüne karşı çıkan bir seçim manipülasyonu olduğunu iddia edilmektedirler. Özel şirketler ve hükümet için dürtme ile ilgili bir ihtilaf, özel şirketlerin işleri kendi çıkarlarına en uygun şekilde yapması beklenebilirken, halbuki vatandaşlar hükümetten çok daha fazlasını beklenmektedirler. Bu anlamda vatandaşlar hükümetten beklentisi, en iyi olanı hükümet, toplum vatandaşlar için düşünmelerini istemektedirler (Braekke vd., 2021.11).

Halkın dürtmeyi kabul etmesi, sağlık davranışını değiştirmek için karar verirken hangi müdahalenin kullanılacağını politika yapıcılar için önemlidir. Vatandaşlar dürtmeyi kabul görmediği halde, güçlü tepkilere neden olup ve dürtmenin etkili olmasını engelleyebilmektedir. Politika yapıcıların kamu yararına en iyi şekilde hareket etmeleri için halkın dürtmeleri kabulü hakkında bilgi sahibi olmakta önem arz etmektedir.

Araştırmacılar dürtmenin halkın kabulünü analizi Sonucunda, insanların büyük bir bölümünün bunu kabul edilebilir bulduğunu göstermektedir. Cass ve Sunstein altı Avrupa ülkesinden (Danimarka, Fransa, Almanya, Macaristan, İtalya ve Birleşik Krallık) insanların dürtmeyi belirtmişler. Anket araştırma yöntemi ile yapılan araştırmanın verileri katılımcıların, çoğu insanın çıkarlarına uygun olduğuna inandıkları takdirde dürtmeyi kabul ederler. Ek olarak, sonuçlar insanların çoğunluğunun ekonomik teşvikler içeren bir dürtmeyi desteklemediğini göstermektedir. Hagman ve arkadaşların raporuna göre, dürtmenin kabulünün İsveç ve Amerika Birleşik Devletleri'nde de yüksek olduğunu bildirmiştir. Ancak, sosyal refahla ilgili dürtmelerin kabulü, özel refaha odaklanan dürtmelerden daha yüksek olduğunu vurguladılar (Ytterland, 2021: 22-23).

Dürtülerin bazılarının normal hayatta ne kadar yaygın olduğunu tasvir etmelerde yardımcı olabilmektedir. Bir aileye iletilecek e postada aylık ne kadar elektrik tükettiklerini gösteren bir mektup alır. Mektupta, mahalledeki diğer insanların ne kadar elektrik tükettiğine kıyasla ne kadar elektrik tüketimlerini gösteren görsel bir diyagram yer almaktadır. Bu dürtme politika bu ailenin enerji tüketimine bağlı, diğer komşulardan ayırmaktadır. Bu kapsamda E-postada yer alan dürtme politikası söz konusu ailenin diğer komşularından daha fazla enerji kullandıklarını söyleyip elektrik tüketimini azaltmalarını bildirmektedir ve ailenin mahallelerinin diğer komşuların bağlı olduklarını hissettirmek için davranışlarını değiştirmeye teşvik etmektedir. Danimarka'da su kıtlığıyla mücadele etme kapsamında çevresel dürtüler kullanılmaktadır. Water Guide su ve enerji kullanımını algılayan duş başlıklarına bir atışmandır (Tablo 3 water guide). Duş aktıkça, Water Guide kullanıcılarını ne kadar su kullanıldığı konusunda bilgilendirir ve daha kısa duş almaları için dürtme politika kullanılmaktadır. Katrin Bennhold'un 2013 tarihli bir makalesinde, Britanya'nın kamu sektöründe, yukarıda verilen örneklere benzeyen bazı ilginç dürtüleri özetlemiştir.

Dürtme birimi bireyleri zamanında vergi ödemeye, organ bağışına kaydolmaya, hamilelik sırasında sigarayı bırakmaya ve hayır kurumlarına bağışta bulunmaya teşvik eder. Vergilerin zamanında ödenmesi örneğine spesifik olarak bakıldığında, dürtme birimi aidatlarını ödemeyen vatandaşlara çeşitli mektupları göndererek hatırlatmaktadır. Vergi mükelleflerine unutan vatandaşlara gönderilen dürtme mesajı ise, toplumda diğer insanların aidatlarını çoğu çoktan ödediğini söyleyen bir cümle olarak bireylere hatırlatma, olarak gönderilmektedir (Moseley, 2020: 26-27).

Tablo 3: Water guide



Kaynak: <https://inudgeyou.com/en/the-waterguide-saves-energy-with-a-smiley/>

2.3.2. Sağlık Sektöründe Dijital Dürtme

Bireylerin davranışı etkilemenin bir yöntemi olarak, dürtme politikaları kullanılmaktadır. Dünyanın dört bir yanındaki araştırmacılar, bireyin davranışını yönlendirmek, değiştirmek veya etkilemek için dürtmeyi başvurmaktadır. Özel şirketler tarafından daha yüksek gelir elde etmek için aynı zamanda hükümetler tarafından nüfus sağlığını iyileştirmek ve geliştirmek için dürtmeleri kullanılmaktadır (Ytterland, 2021: 11). Sağlık davranışını değiştirmek ve desteklemek, günümüzde dünyanın en önemli zorluklarından biri olarak kabul edilmektedir. İnsanların fiziksel olarak daha aktif olmasına, daha sağlıklı beslenmesine, sigara ve alkolü bırakmasına ve stresi azaltmasına yardımcı olmak için tasarlanan mobil uygulamaların yaygınlaşması ve popülaritesinin kanıtlandığı gibi, mobil teknolojiler genellikle çözüm olarak önerilmiştir. Sağlık uygulamaları ve cihazları dijital dürtülerle dolu olsa da kontrollü ortamlarda nadiren sistematik olarak test edilirler. Değişimi sağlamak için, insan davranışının temel unsurlarını göz önünde bulundurarak ve gelişen sağlık davranışları biliminden bulgular elde ederek, gelişen sağlık teknolojilerini kullanması gerekmektedir. Çalışmalar ve klinik deneyler, çeşitli dürtmelerle ilaç bağımlılık, fiziksel

aktivite ve sigara içme gibi günlük sağlık davranışlarını hedefleyen Dijital dürtme, sağlık davranışını desteklemek için teknoloji tasarımı ile dürtme arasındaki boşluğu dolduran bir yaklaşım olarak değerlendirilmiştir (Sobolev, 2021: 4).

İnsan davranışı karmaşıktır, geçmiş deneyimler, fiziksel, duygusal ve kültürel faktörler gibi çeşitli faktörler tarafından şekillendirir. Her bireyin referans noktası, nasıl davrandıklarını ve yapılan seçimleri etkiler. Glanz ve Bishop'a göre, insanların neden bu şekilde davrandığına dair en etkili faktörlerin anlaşılması, daha bilgili sağlık programlarına yol açabilmektedir. Bu nedenle, insanların sağlık programlarına katılımı sağlamak için nasıl karar verdiklerini tam olarak anlamak önemlidir.

Dürtme bireylerin Davranışlarını etkilemek anlamda bir yolu olarak kullanılmaktadır. Araştırmacılar dünyanın dört bir yanındaki, dürtmeyi insan davranışını yönlendirmek, değiştirmek veya etkilemek amaçla yararlanmaktalar. Özel şirketler tarafından daha yüksek gelir elde etmek için yanı sıra hükümetler tarafından vatandaşların sağlık hizmetleri iyileştirmek için kullanılmaktadır. Thaler ve Sunstein'a göre dürtmenin arkasındaki fikir, küçük detayların insanların davranışları üzerinde önemli bir etkiye sahip olabilmesidir. Bir dürtme hiçbir alternatifi dışlamadan, fakat insanların davranışlarını tahmin edilebilir bir şekilde etkilemesi ve kolayca önlenmesidir. Araştırmacılar, bu bilgiyi kullanarak, bilgilerin sunulma biçiminde küçük değişiklikler yaparak kullanıcıları istenen davranışa yönlendiren dijital ortamlar tasarlamışlar. Bunlar genellikle küçük kaynaklar ve uygun maliyet gerektiren değişikliklerdir. Dürtme hem fiziksel hem de dijital ortamlarda kullanılmıştır. Ancak, fiziksel dürtülere kıyasla dijital dürtülerin tasarlanma biçiminde bir fark vardır.

Weimann dijital dürtmeyi “dijital seçim ortamlarında insanların davranışlarını yönlendirmek için kullanıcı arayüzü tasarım öğelerinin kullanımı” olarak tanımlar. Bu nedenle seçim mimarları, nasıl sunulacağını düzenleyerek seçimleri etkileme konusunda önemli bir güce sahiptir. Binaen Schneider ve arkadaşlarına göre, dijital dürtme çevrimiçi ortamlarda arayüzde değişiklik yapılarak kullanılır. Dijital dürtmelerde bir takım uygulama prensip vardır örneğin bir işin Sırayı, rengi veya sunulma şeklini değiştirmek gibi metotlar, seçim mimarlar tarafından kullanılan yöntemlerdir. Dürtmenin zamanlaması da dijital ortamlarda dürtülerin başarısına uğratan önemli bir parçasıdır. Thaler ve Sunstein'a göre, bir dürtmenin performansı, kullanıldığı durum ve zamanına bağlıdır. Bu nedenle, istenen şeyi elde etmek için

insanları doğru zamanda dürtmek önemli kılınmıştır. İnsanlar, daha önce deneyimlemedikleri veya zor buldukları durumda, bir dürtmeden etkilenmeye daha hassaslardır. Schneider'e göre insanlar günlük dürtülürler. Bir nesneyi nasıl sunulduğu, neyi seçtiğini etkiler, bu durum sonuçta dürtmemeyi zorlaştırır ve Thaler ve Sunstein'ın inandığı şeyle tutarlıdır. Onlara göre “tarafsız” tasarım olarak bir şey yoktur. Birey ister veya istemezse de insanlar her zaman bir şekilde herhangi yöne etkileneceklerdir (Ytterland, 2021: 11-12).

Hükümetler ve politika yapıcılar dijital dürtmeyi, vatandaşlara sağlık hizmetleri vermek ve geliştirmek amacıyla giderek daha fazla uygulamaktadır. Bu nedenle son on yıllarda sağlık sektöründe çok fazla ilgi görmüştür. Barack Obama'nın başkanlığı sırasında, dürtme departmanını kurularak, Richard Thaler ile dürtmeyi başlatıp Cass R. Sunstein uzmanlığıyla bu departmana danışmanlık yapmıştır. Birleşik Krallık eski başbakanı David Cameron, kamu hizmetlerini iyileştirmek için (The Behavioral Insights Team) dürtme birimi olarak bilinen adlı bir ekip kurarak te Richard Thaler alandaki bilgisiyle bu ekibi de danışmanlık yapmıştır. Harrison ve arkadaşlarına göre sağlık müdahalelerinde bir takım etkili dürtmeler belirtmiştir. En iyi uygulamaları olarak beş tür dürtme önermişlerdir: Varsayılan seçenekler, etkinleştirme/aktif seçim, hızlı uygulama, çerçeve bilgisi ve bilgi sağlama. Konuşulan dürtme çeşitlerinin arasından en etkili olarak görülen dijital dürtülerin eğer iyi bir şekilde uygulanırsa, varsayılanlar ve etkinleştirme/aktif seçim olarak kabul edilmiştir. Bunlar tip dürtmeler karar verme anında sunulur. Varsayılan dürtmeyi kullanmanın yolu, etkin koşulundan bir devre dışı bırakma koşuluna geçmektir (Ytterland, 2021: 13). Lehmann ve arkadaşları, yaptığı deney çalışma ile sağlık çalışanların daha etkili bir şekilde aşılama teşvik etme amacıyla planlanmış bir randevu ile aşı alımında etkisinin olup olmayacağını test etmişler. Katılımcılar iki gruba ayrılıp Bir grup planlanmış randevuyu aldı ve diğer grup ise motivasyon verme yoluyla aşılama teşvik ettiler. Sonucunda, planlanmış randevuyu alan katılımcıların aşığı alma olasılığının daha yüksek olduğunu gösterdiğini belirttiler. Kahneman'a göre, insanlar farklı seçenekle karşı karşıya kaldıklarında, herhangi bir düşünme veya zaman gerektirmediği için genellikle varsayılan seçeneği seçmektedirler (Ytterland, 2021:13-14).

Sağlık endüstrisinin büyük bir kısmı son on yılda dijitalleştiğinden, mektuplar ve telefon hatırlatmaları giderek artan bir şekilde metin mesajlarıyla değiştirilmektedir.

Sağlık hizmetleri ile halk arasındaki iletişimin büyük bir kısmı günümüzde dijital olarak yapılmaktadır. Araştırmalara göre, metin mesajlarının çeşitli sağlık müdahalelerinde etkili olduğunu göstermiştir. Cep telefonlarının sağlık müdahaleleri için bu kadar yaygın olmasının nedenlerinden biri, her yerde bulunabilmeleridir. İnsanlar telefonlarını her yerde yanlarında taşıyor olması, bu da onları her zaman erişilebilir kılmaktadır. Cep telefonlarının da sayısız yeteneği kapsadığı (metin mesajları, internet, uygulamalar vb.) ve çoğu kişi arayüze aşinadır. Çok sayıda farklı versiyon göz önüne alındığında ekonomiktirler ve kolayca bulunabildikleri için erişilebilmekteler. Thackeray ve Hunter, mobil cihazları “Mesafeler boyunca diğer cihazlara veya insanlara bilgi veya iletişim göndermek için kablosuz teknolojiyi kullanan bir iletişim cihazı” olarak tanımlamaktadır. Cep telefonları en yaygın olanıdır”. Klasnja ve Pratt'a göre, her birey olumlu bir şekilde bağlandığı özelleştirilmiş bir telefon yarattığından, insanlar telefonlarıyla müdahalelere daha açıktır. Bu nedenle, kullanıcının telefonuyla duygusal bir ilişkisi olduğundan, metin mesajı veya başka bir müdahale şekli almak daha kabul edilebilir olabilmektedir. Cep telefonları ayrıca, ister telefon görüşmesi, metin mesajları veya bir uygulama aracılığıyla iletişim olsun, kullanıcıyla etkileşime açılır. Norveç'ten alınan istatistikler, 2020 yılına kadar 9-79 yaşındaki insanların %99'unun cep telefonuna sahip olduğunu ve %96'sının akıllı telefona erişimi olduğunu göstermektedir. Guy ve arkadaşlarına göre, kısa metin mesajı hatırlatıcılarının sağlık hizmetlerinde planlanmış randevulara katılımı artırdığı kanıtlanmıştır. Sağlık hizmetlerinde metin mesajı hatırlatıcılarının kullanıldığı 18 çalışmanın literatür taraması yoluyla, hepsi planlanmış randevulara katılım üzerinde önemli etkileri olduğunu bildirdiler. Kısa metin mesajı hatırlatmaları bu nedenle sağlık hizmetlerine katılım için etkili bir müdahale olarak görülmektedir (Ytterland, 2021: 16-17).

2.3.3. E-Ticarette Dijital Dürtme

İnternetin gelişmesiyle birlikte insanlar web siteleri veya mobil uygulamalar gibi dijital ortamlarda çok sayıda karar almaktalar. Araştırmaların sonucunda İnsanların rasyonel kararlar verme yeteneğinin sınırlı olduğu gösterilmiştir. Karar vermeyle ilişkilendirilebilecek bilişsel yükü azaltmak için genellikle sezgisel yöntemler ve önyargılardan yararlanır, bu kapsamda dijital dürtme, kullanıcıları bir

seçim seti içinde belirli bir seçime doğru yönlendirmek üzere arayüz tasarım öğelerini kullanan davranışsal iktisatta bir araştırma alanı haline gelmesiyle beraber kamu yönetiminde de yayılmıştır. E-ticaret ortamındaki dijital dürtme, kullanıcıları belirli bir seçeneğe yönlendirmek için kullanılabilir, ancak E-ticaret bağlamında dijital dürtmelerin etkinliğine ilişkin araştırmalar sınırlı olduğunu belirtilmiştir

Son yıllarda alışverişlerde, tatil rezervasyonları ve sigortaların alımları çevrimiçi olarak yapıldığından, dijital bağlamda dürtmenin önemi daha da önemli hale gelmiştir. Dijital dürtmelerin kullanıcılarını belirli seçimlere yönlendirme yeteneği, E-ticaret alanında ilişkilendirmektedir, ki sonucunda kuruluşlar tarafından müşterilerini daha menfaatli seçimlere yönlendirmek için kullanılabilir. Dijital dürtme nispeten yeni bir fenomen olduğunu ve bu nedenle E-ticaret bağlamında geniş çapta test edilmemiştir. Ancak ön araştırmalar, dijital dürtmenin E-ticaret alanında etkili bir araç olabileceğini göstermiştir (Von ve Semar, 2020: 1-2).

Çevrimiçi (dijital) ortamları kullanarak elde edildiği bilgiler, kararları ciddi oranda etkilemektedir. Yaygın bir şekilde bahsedildiği üzere internetin bilgiye erişimi kolaylaştırdığı dikkate alınır, bu kararlar mükemmel bilgi altında rasyonel bir şekilde mi verilmektedir? Yoksa dijitalleşme ile ortaya çıkan yeni bilgi asimetrisi türlerinden istifade edilerek yönlendirilen, aslında karar vericilerden kontrolü dışında gerçekleşen rasyonellikten uzak kararlar mı ortaya çıkmaktadır? Elbette bu soruya basit bir şekilde cevap bulmak mümkün değildir. Ancak dijital ortamlar aynı zamanda hem mükemmel hem de asimetrik enformasyon kaynağı olabilmektedirler. Yani teorik olarak karar vericiler istedikleri takdirde çevrimiçi olarak mükemmel bilgiye ulaşabilir ve mükemmel bilgi sahibi olarak daha rasyonel kararlar alabilirken, öte yandan karar verme sürecini etkileyen dijital dürtme, çevrimiçi davranışsal hedefleme veya bilişsel yanlılıkların etkisi altında kalarak sınırlı rasyonel kararlar verebilmektedirler (Bozyer ve Doğan, 2022: 198-199).

İnsanlar, dijital ortamlarda bir ürün hakkında bilgi ararken, satın alırken ve hatta deneyimlerini paylaşırken kendileri hakkındaki birçok özel bilgiyi de dijital platformlara teslim etmektedirler. Bu durumun farkında olan işletmeler ise tüketicileri daha kolay ikna edebilmek için bu bilgileri kullanmakta ve dijital reklamcılık, çevrimiçi müşteri hizmetleri, E-posta pazarlaması, sosyal medya pazarlaması vb. yeni pazarlama araçlarına başvurmaktadır. Öte yandan göz önündeki bu araçlar dışında her

bir tüketiciye özel “davranışsal hedefleme” ve “dijital dürtme” gibi dijital pazarlama teknikleri de kullanılmaktadır. Son on yıl içerisinde daha yaygın hale gelen çevrimiçi davranışsal hedefleme (Behavioral Targeting) pazarlama girişimlerinin, bireylerin ziyaret ettikleri sayfalar, yaptıkları aramalar, web’de gezinme davranışı gibi dijital bilgileri kullanılarak kişiye özel olarak gerçekleştirilmesi şeklinde tanımlanmaktadır. Çevrimiçi davranışsal hedefleme çevrimiçi reklamcılar tarafından kampanyalarının etkinliğini artırmak için kullanılmaktadır ve çevrimiçi reklamcılık pazarında giderek daha önemli bir rol oynamaktadır (Yan vd., 2009: 261). Çünkü çevrimiçi davranışsal hedefleme sayesinde işletmeler, bireylerin internet ortamında arkalarında bıraktıkları dijital bilgi kırıntılarını toplayıp pazarlama faaliyetlerinde kullanmak suretiyle tüketicilerin satın alma kararlarını etkilemektedirler (Bozyer ve Doğan, 2022: 199).

Dijital dürtme, arayüzlerinin öğelerin, kullanıcılarını dijital seçim ortamlarındaki davranışlarını etkileyecek şekilde tasarlanmaya ifade etmektedir. Seçim ortamları, kullanıcılarının yargılamaları ve karar vermesini gerektirir ki, ister çevrimiçi bir mağazadan ürün satın alınır ister E-devlet için çevrimiçi formları doldurmada olsun veya E-bankacılık olsun bireyler günlük zorluklara karşı karşıya kalmaktalar. Bilişim teknolojilerinin (sosyal ağlar, E-ticaret web siteleri, akıllı telefon uygulamaları vb.), artan bir şekilde sanal ve çevrimiçi ortamlarda sürekli karar verme ile bireyin hayatını zenginleştirmiştir. Bir kullanıcının yaptığı herhangi bir seçimin sonucu, yalnızca bir homo-ekonomikus olarak rasyonel mantığıyla değil, aynı zamanda bilgilerin sunulduğu seçim ortamının tasarımından da etkilenir. Son zamanlarda araştırmalar, çevrimdışı seçim ortamlarındaki dürtüleri araştırmaya odaklanmıştır, fakat günümüzde bilgi sistemleri araştırma topluluğunda dijital dürtme konusuna artan bir ilgi görmüştür. Dijital seçim ortamlarının tasarımcıları, insanların seçimlerini etkilemeye çalışır: örnek olarak, bireyleri sosyal açıdan daha sorumlu davranmaya, çevreyi korumaya veya daha sağlıklı bir yaşam tarzı benimsemeye teşvik etmektedir. Bu tür seçim ortamlarının oluşturulması sırasında, tasarımcılar veya seçim mimarlar, varsayılanlar, farklı özniteliklere bölümlene veya yıldız derecelendirmelerine benzer seçenekleri farklı dürtme teknikleri kullanmaktadırlar (Djurica ve Figl, 2017: 1).

Dijital dürtme ise, insanların bilişsel yanlılıklarından ve bilgi işleme kapasitelerinin sınırlılığında yararlanılarak E-ticaret siteleri, dijital ürün katalogları

gibi dijital seçim ortamlarında bireylerin davranışlarını yönlendirmek amacıyla, arayüz tasarım öğelerinin ve dijital içeriklerin kullanılmasıdır. E-ticaret sitelerinde bazı ürünlere ait görsellerin diğerlerinden farklı olarak dikkat çekecek biçimde tasarlanması, tanıtım yazılarının farklı renklerle vurgulanması, ürün fiyatındaki değişimin veya stok miktar bilgisinin verilmesi, ürünün internet sayfasında kolay görünecek bir bölgeye yerleştirilmesi vb. çalışmalar dijital dürtmelere örnektir. Arayüz tasarımlarının dışında bilgi ve iletişim teknolojileri ile iletilen özel tasarlanmış ilanlar, mesajlar ve hatta bildirimler de bu kapsamda değerlendirilmektedir. Dijital dürtmeler, basitçe bir ürünü potansiyel müşterilere sunmak üzere kullanılabilirdiği gibi çevrimiçi davranışsal hedefleme kapsamında bir kişiyi veya grubu etkilemek için de tasarlanabilmektedir. E-ticaret platformlarında karşılaşılan “size özel indirim”, “çok satılan ürün”, “kaçırılmayacak fırsatlar” vb. sıklıkla karşılaşılan dürtme mesajlarıdır (Bozyer ve Doğan, 2022: 198-199).

Weinmann (2016), Meske ve Potthoff'un (2017) de tanımladığına göre dijital dürtmeler, günlük hayatta yaygındır. Örneğin olarak spor malzemeleri satan bir E-ticaret sitesini ziyaret etmeleri düşünülürse, açılış sayfasında öne çıkan ürünler listesinde farklı özelliklerde gösterilen belirli ürünler bulunmaktadır. Bir futbol ayakkabısı ürün sayfasını açtığına diğer bir müşteriden beş yıldızlı puan aldığını fark edilmesi aslında bir dürtmedir. Bir dürtme, alışveriş sepetine parlak sarı botları eklediğinde sonunda, site futbol ayakkabısı alan kişilerin genellikle tekmelik ve futbol çorabı aldıklarını de hatırlatır, yine de birey dürtülür. Web sitesi, müşterilerinin davranışlarını istenen yöne yönlendirmeye çalışmaktadır (Korhonen, 2020: 11-12).

İnsanlar, diğerlerin görüşlerine değer verip ve sürüyü az ya da çok irrasyonel yollarla takip etme eğilimindedir. Ayrıca insan davranışlarına yön veren birçok norm, kural ve standart vardır. Bu önyargıya uyum (conformity) denir. İnsanlar çevrelerine uyarlar. Bu önyargı, insanlar için son derece doğal bir şey gibi görünmektedir (Korhonen, 2020: 15). Dürtmelerin sınıflandırmalarına göre (conformity nudges) İsmi geçen öne gelmektedir. Bu dürtme tipi E-ticarete, kullanımı yaygındır. Bunun klasik örnekleri, belirli ürünlerin popülaritesini gösteren dürtmelerdir. Ürünün popüler olduğunu, beğeni sayısını veya ortalama puanını gösteren bir etiket olabilmektedir (Korhonen, 2020: 15-16).

Dijital ortam, dürtme için geleneksel bağlamlardan çok daha verimli bir alan

olabileceğini söylenmektedir. Akademisyenler, özellikle dijital dürtmeleri odaklanılması gereken bir alan haline getiren birkaç noktaya dikkatini çekmektedirler. İlk olarak, dijital ortamlar genellikle altında yatan dürtme mekanizmalarına çok uygundur. Yani ekranda alınan kararlar önemli ölçüde otomatik ve hızlıdır. Öte yandan, çevrimiçi dürtülerin uygulama ve test etme konusunda hızlı, etkili ve kolaydır (Korhonen, 2020: 11-12).

2.3.4. Yemek Seçimlerde Dijital Dürtme

Uluslararası gıda ve içecek firmaların sağlığa zararlı yiyecek ve içecekleri (topluca "sağlığın ticari belirleyicileri" olarak da bilinen) teşvik etmek üzere kullandıkları stratejiler, bireylerin yetersiz beslenmesindeki rolleri açısından değerlendirmesi giderek daha fazla vurgulanmaktadır. Yiyecek ve içecek pazarlaması, pazarlanan ürünlerin arzu edilebilirliğini ve kabul edilebilirliğini artırmak için yiyecek ve içecek endüstrisi tarafından kullanılan önemli bir stratejidir. Dürtmeler ise diğer bir anahtar strateji olarak bilinen; bireylerin seçim mimarisinde (veya insanların karar verdiği çevrede), "insanların davranışlarını herhangi bir seçeneği engellemeden veya ekonomik teşviklerini önemli ölçüde değiştirmeden öngörülebilir bir şekilde değiştiren" değişiklikler yaparak seçimleri etkilemeye çalışmaktadır. Dürtmeler genellikle diyetleri iyileştirmek için nasıl kullanılabilecekleri açısından ele alınır ve bu bağlamda beslenme etiketlemesi ve porsiyon boyutlarındaki değişiklikler gibi müdahaleleri içermektedir (Brooks vd., 2022: 1291)

İnsanlar günlük ne pişireceklerini aradıklarında, ilham almak için çevrimiçi yemek tarifleri siteleri giderek daha fazla kullanılmaktadır. Bu tip tarif siteleri, uygun bir seçim bulmayı kolaylaştırmak amacıyla genellikle popüler tarifleri göstermektedir. Ancak bu popüler tarifler her zaman en sağlıklı seçenekler olmayıp, sağlıksız bir yaşam tarzını teşvik edebilmektedirler. Bu çerçevede yazı dijital dürtme yoluyla insanların yiyecek seçimini yönlendirmenin ne ölçüde mümkün olduğunu anlamayı amaçlanmaktadır. Dürtmelerin insanların fiziksel dünyadaki yiyecek seçimleriyle ilgili davranışlarını etkilediği gösterildiğine göre, dürtmelerin çevrimiçi yiyecek seçimleri üzerindeki etkisine ilişkin çok az araştırma bulunmaktadır. Spesifik olarak, farklı dürtmelerin (i) insanların davranışlarını, (ii) karar vermeleri için ihtiyaç duydukları zamanı ve (iii) seçimlerinden duydukları memnuniyet ve güvenlerini nasıl

etkilediği açık değildir. Ekonomistler, insanların "homo-ekonomikus", kar odaklı ve mantıksal olarak düşünen bir varlık olduğunu savunmuşlardır. Bununla birlikte, bu gerçekte anlamında geçerli görünmemektedir. Aslında, tüketiciler gıda seçimlerinin çoğunu bilinçsizce, sezgisel yöntemlere veya temel kurallara dayanarak, çevresel etkilerle önyargılı ve uzun vadeli sağlık kazanımları üzerinde kısa vadeli zevki en üst düzeye çıkarmaya odaklanmış gibi görünmektedir. Bu iddianın altı, çoğu insanın sağlıklı bir diyet uygulamaya niyetlenmesi, ancak çoğu zaman bu niyetlerini günlük yaşamda uygulamada başarısız olması gerçeğiyle vurgulanmaktadır (Cordts vd., 2021: 3-4). Hâkim obezite krizi ve obezojenik ortamların ışığında, sağlıklı yaşam tarzı dürtüleri, sağlıksız davranışlar yerine sağlıklı davranışları kolaylaştıracak şekilde ortamları yeniden tasarlama fırsatı olarak sunulmaktadır. Dürtmeler tüketicilerin istedikleri veya en azından sağlığına iyi olan sezgisel seçimler yapmalarına yardımcı olmayı amaçlamaktadır. Bu, özellikle süpermarketler gibi birçok seçeneğin olduğu, verginin yüksek olduğu durumlarda geçerlidir (Cordts vd., 2021: 3-4).

Dürtme, müdahaleci bir yaklaşımdan ziyade bir grup çevresel müdahale için semsiye bir terimdir. Gıda sektöründe dürtmenin yaygın örnekleri, beslenme etiketleri aracılığıyla bilgi sağlanması, bir ürünün yerleştirilmesi veya dikkat çekiciliği ile ilgili fiziksel olarak yerini değiştirmesi veya popüler gıda maddelerini belirtmek için sosyal normların kullanılmasıdır. Dürtme müdahalelerinin etkinliği, kullanılan bağlama (örnek olarak; yemek seçimi, fiziksel aktivite, organ bağışları), ortam ise (örneğin. Çevrimiçi veya gerçek hayatta) ve dürtme türüne göre değişir. Sonuç olarak, bu eksenler arasında farklılaşmaya gerekmektedir (Cordts vd., 2021: 3-4).

Bireyler enerji yoğun gıda tüketimini düşürdüğü sürece aşırı kilo ve obeziteyi önleyebilmiş olur. İnsanlar genellikle sağlıklı bir diyet tüketmek için iyi niyetli olsalar da herkes bunu başaramaz. Bu durum hükümetlere tüketicilere yardım etme çağrısına yol açmıştır. Yıllar geçtikçe insanları daha arzu edilen bir tüketime yönlendirmek için politikalar ve kısıtlamalar yapılmıştır. Hükümetler, alkolsüz içecekler gibi yüksek enerjili ürünlerin fiyatını artırmak için vergilendirme politikaları uygulamıştır. Ayrıca, spor veya eğitim etkinliklerinde yiyecek veya içecek şirketlerinin sponsorluklarına kısıtlamalar getirmektedirler. Ancak halkın, seçme özgürlüğünü kısıtladığı için bu politika ve kısıtlamalara her zaman sıcak bakmamaktadırlar (Steggerda, 2017: 1).

Yukarıda anlatılanların ışığında, dürtme teorisi günümüze kadar farklı

alanlardaki (örnek olarak, sağlık, tarım, sigortacılık, enerji, vb.) uygulamalı araştırmalara konu olmuştur. Ancak, bu çalışmaların önemli bir bölümü özellikle son zamanlarda dürtme yoluyla sağlıklı beslenmeyi teşvik etme üzerine yoğunlaşmakta olup yapılan küçük müdahaleler ile kişilerin daha sağlıklı beslenmeye yöneltebileceğini ortaya koymaktadır. Sağlıklı beslenme alanındaki dürtme çalışmalarının sayısındaki artışın en önemli sebeplerinden biri fazla kilo ve obeziteye bağlı sağlık sorunlarının örnek olarak kalp, damar hastalıkları, diyabet, vs. bütün dünyada dikkate alınması gereken bir konu olmasıdır (İpek vd., 2020: 361).

Obezite ve sağlıksız beslenme davranışı günümüzde daha sorunlu hale gelmiştir. Öyle ki dünya sağlık örgütü tarafından belirlenen verilerine göre dünya çapındaki, aşırı kilolu çocukların ve yetişkinlerin oranının son yıllarda arttığını göstermektedir. Spesifik olarak, 2016 yılında 1,9 milyardan fazla yetişkin ve 340 milyondan fazla çocuk ve ergen fazla obez olarak kayıtlara geçmiştir. Araştırmalara göre, obez kişilerin kardiyovasküler hastalıklar, diyabet, kas-iskelet sistemi bozuklukları ve kanser gibi bulaşıcı olmayan hastalıklara yakalanma riskinin daha yüksek olduğunu göstermektedir. İnsanlar çocukluklarında aşırı kilolu ise, yetişkinlik yıllarında aşırı kilolu olma, erken ölüm ve gelecekte başka riskler alma riskiyle karşı karşıyadır. Bu nedenle, insanlara, özellikle gençlere, günlük alımları konusunda daha sağlıklı seçimler yapmalarında yardımcı olmak gerekmektedir (Jesse ve diğerleri., 2021: 1). Aşırı kilolu veya şişman olmanın ana nedeni, sürekli olarak aşırı enerji alımıdır, bu da uzun vadede harcanan enerjiden daha fazla enerji tüketilmesi anlamına gelir. Çalışmalar, bu aşırı enerji alımının, yağ ve şeker oranı yüksek ürünlerin tüketimi ile ilişkili olduğunu göstermiştir (Steggerda, 2017: 1).

Buna bağlı olarak, sağlıksız beslenme kaynaklı hastalıkların önüne geçebilmek için sağlıklı ve daha düşük kalorili yiyeceklerin tüketiminin desteklenmesi gerektiği şiddetle vurgulanmış ve dürtme yaklaşımı sağlıklı beslenme alanında farklı ülkelerde, çeşitli dürtme müdahaleler uygulanan kamu sağlık politikaları ile hayata geçirilmeye başlanmıştır (İpek vd., 2020: 361).

İnsanların besin alımını olumlu yöne etkilemek amacına çok sayıda yöntem (örneğin, farklı tıbbi tedaviler ve diyetler) bulunursa da birçoğunun genel olarak başarılı olması için önemli derecede çabalar ve kaynaklar gerekebilmektedir. Genellikle, bu yöntemler yalnızca küçük ölçekli topluluklarda çalışır, yine de bu

yöntemleri ölçeklendirmeyi zorlaştırır veya neredeyse pratik olmayabilmektedir. Bu pratik kısıtlamalar nedeniyle, araştırmacılar bireylerin kararları etkilemenin alternatif yollarını araştırmaya yola çıkarak dürtme politikalara başvurmuşlar. Dürtmeler, örneğin belirli bir karar durumunda daha sağlıklı seçeneğin vurgulanmasını içerebilen, nispeten hafif ve daha az maliyetli bir alternatif örneği olarak belirlenmiştir.

Thaler ve Sunstein (2008) dürtme terimini ortaya koydular ve bunu insanların davranışlarını değiştiren seçim mimarisinin herhangi bir yönü olarak tanımladılar. Tasarım gereği, dürtmeler etkilenen kişinin menfaatine olup, ekonomik teşvikleri değiştirmeden, herhangi bir seçeneği yasaklamadan öngörülebilir sonuçlara sahip olmasıdır. Dijital dürtmeler, insanların davranışlarını esas alarak kullanıcı arayüzündeki değişikliklerle etkiler ve bu tür dürtmeler sağlık, transit veya E-ticaret gibi çeşitli alanlarda test edilmiştir. Genel olarak, dijital dürtme çevrimdışı dürtmelerin olduğu gibi, insanların kararlarını etkilemek için umut verici bir araç olduğunu göstermiştir. Dürtmeler bireylerin sağlıklı yiyecek ve içecek seçimlerinde "çevrimdışı" karar verme senaryolarında katkıda bulunması nispeten iyi anlaşılmıştır ve çeşitli araştırmalar, bu tür gerçek hayat senaryolarında öğelerin seçiminde dürtmelerin başarılı bir şekilde etkilediğini bulmuştur. Örneğin Arno ve Thomas (2016), sistematik incelemelerinde, bir çalışmada dürtmelerin sağlıklı beslenme davranışı üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu ve %15,3 daha sağlıklı diyet seçimlerine yol açtığını belirmişler. Diğer çalışmalar ise Sağlıklı beslenme için hangi dürtmelerin en etkili olduğunu anlamayı amaçlamaktadır. Cadario ve Chandon (2020), mevcut literatürün bir meta analizini gerçekleştirdiler. Genel olarak, dürtmelerin sağlıksız yemeyi azaltmayı amaçladıklarında (toplam alımı azaltmayı veya sağlıklı yemeyi artırmayı amaçlamamanın aksine) daha etkili olduğunu bulmuşlardır. Yapılmış testlere göre dürtmelerin çoğu, kararları başarıyla etkilediğini ve şeker ve genel enerji alımının azalmasına yol açtığını göstermiştir. Bergeron ve arkadaşları (2019), varsayılanların bir restoranın yemek seçimi üzerindeki etkilerini araştırmışlar. Özellikle araştırmacılar, önceden seçilmiş bir tatlı hazırlama yöntemiyle alternatif menü düzenlerini incelediler. Bulguları, menünün tasarımını bu şekilde değiştirmenin daha sağlıklı seçimleri teşvik etmeye yardımcı olabileceğini vurgulamaktadırlar (Jesse vd., 2021: 2).

Dijital dürtme üzerine farklı alanlarda araştırmalar gerçekleştirdiğine rağmen,

çevrimiçi yemek seçimlerinde dijital dürtmeler üzerine araştırma hala az sayıda yapılmıştır. Starke ve arkadaşları (2021) 'de gerçekleştiren araştırmada menülerin yanında resimlerin kullanımına da odaklandılar. Araştırmanın bulgularına göre, görsel olarak çekici resimler kullanmanın daha sağlıklı menü seçimini artırdığını belirttiler. Bunların dışında, tavsiye listesinin en üstünde yer alan menülerin seçilme şansının, tavsiye listesinin altındaki menülere göre daha yüksek olduğunu gösterdiler. Bir dizi ilgili çalışma, bireysel dijital dürtülerin her zaman etkili olmadığı, yani bazen kullanıcıların karar verme davranışları üzerinde güçlü etkiler göstermediği konusunda benzer gözlemlere yol açmıştır. Bir örnek, Forwood ve arkadaşları (2015) çalışmasıdır. Çalışmalarında, çevrimiçi müşterilere, alışveriş sürecinin farklı noktalarında alışveriş sepetlerindeki sağlıksız bir ürünü daha sağlıklı bir ürünle değiştirmeleri teklif edilmektedir. Sonunda, bu tür yiyecek takaslarını dürtme olarak sunmanın, bir müşteriyi daha sağlıklı seçeneklere yönlendirme konusunda yalnızca sınırlı bir potansiyele sahip olduğu sonucuna vardılar. Ayrıca, Lee ve arkadaşları (2011), Berger ve arkadaşları (2020), her ikisi de çevrimiçi marketler bağlamında dijital dürtülerin her zaman beklendiği gibi çalışmadığı durumları belirtmişler (Jesse vd., 2021: 2-3).

Berger ve arkadaşları (2020), üç tür dürtmenin çevrimiçi alışveriş yapanların kararlarını ne ölçüde etkilediğini incelediler: (i) bir varsayılan ayarlama; (ii) her bir ürünün ekolojik sürdürülebilirliği hakkında özet bilgi sağlayarak karar sürecini basitleştiren dürtme, (iii) diğer insanların seçim davranışları hakkında bilgi sağlamak. Çalışmalarında varsayılanları ayarlanmış dürtme basitleştiren dürtmeler ile işe yaradığını, ancak bir dürtme olarak sosyal bilgi sağlamanın öğelerin seçimini önemli ölçüde etkilemediğini buldular. Varsayılan dürtme, Lee ve diğerleri tarafından yapılan çalışmalarında da etkili olduğunu göstermişler. Bununla birlikte araştırmacılar iki çeşit dürtme daha de incelediler, biri bir öğe hakkında ek bilgi sağlayan ve diğeri bir seçeneğin diğere kıyasla avantajlarını vurgulayan dürtmeler, ancak bu iki ek dürtme etkili olmadığını belirttiler (Jesse vd., 2021: 3). Araştırmaların analizine göre, dijital dürtmelerin, online yemek seçimlerde ve gıdayla ilgili bir karar senaryosunda çevrimiçi kullanıcıların seçim davranışlarını etkilemek için etkili bir araç olabileceğini açıkça doğrulamaktadır. İlk olarak, dürtmelerin hem çevrimiçi kullanıcıları belirli bir seçeneğe yönlendirme açısından hem de onları belirli bir seçimden uzaklaştırma açısından (uyarı dürtme yoluyla) etkili olabileceğini bulunmuştur. Sonuç olarak, dijital

dürtmeyi, çevrimiçi kullanıcıların yemek yeme ve pişirme davranışlarını daha sağlıklı seçimlere yönlendirmek için umut verici bir yaklaşım olarak değerlendirmişler. Ancak araştırmalara göre, dürtme müdahale çeşitleri de önemli olabileceğini yadsınmamalı. Deneylere göre, yalnızca iki dürtme ilkesinin vurgulayıcı (Tablo 4), ve sosyal bilgi sağlama bir kombinasyonu, farklı yiyecek kategorilerinde tutarlı bir şekilde istenen etkilere yol açmaktadır (Jesse vd., 2021: 9).

Tablo 4: Vurgulayıcı (highlighting)dürtme (Jesse vd., 2021: 5).



Sosyal Referans Dürtüsü: En çok kullanılan dürtmelerden biri, sosyal referans dürtmelerdir. Dürtme tipik olarak insanlara bir seçim konsensüsü veya halkın neyi onaylayıp onaylamadığına dair bir gösterge vermektedir. Sosyal referans dürtülerinin başlıca uygulamalarından biri, yaygın çevrimiçi perakendeci web sitelerindeki yorum bölümü ve yıldız derecelendirmeleridir. Gerçek hayattaki bir ortamda, insanların sağlıklı seçimlerin sıklığını ve olasılığını artırmak için daha sağlıklı bir gıda maddesi seçmiş gibi görünmesini için 'insanların seçimi' etiketi veya yorum gibi görsel ipuçları yerleştirilmesidir. Örnek olarak, bir süpermarket ortamında 'en çok satan' seçenek olarak yüksek yağlı bir peynir üzerinde az yağlı bir peynirin belirtilmesinin, az yağlı alternatifin alımlarını artırdığını gösterilmesidir. Sosyal referans dürtmelerinin altında yatan fikir, insanların genellikle başkaları tarafından sıklıkla yapılan seçimlerin yanlış çıkma ihtimalinin daha düşük olduğuna veya örneğin sağlık veya keyif açısından kendileri için daha yüksek bir hedonik faydaya sahip olabileceğine güvenmeleridir. Sonuç olarak, davranışlarını bir grubun normatif etkilerine göre yönlendirmeleri, popüler davranışa uyma eğiliminde olmaları veya en azından belirli bir bağlamda uygun davranışı sosyal çevrelerinden çıkarmaları beklenmektedir (Cordts vd., 2021: 4-5).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KAMU POLİTİKALARINDA DİJİTAL DÜRTME UYGULAMA ÖRNEKLERİ

Kamu sektöründe, daha spesifik olarak siyasi politika oluşturma süreçlerinde dürtmeyi kullanmanın motive eden ve potansiyel avantajlarından biri, herhangi bir zorluk ve maddi motivasyon uygulamadan bireylerin seçimlerine ucuz ve efektif bir şekilde etkilendirmesi olarak bilinmektedir. Dolayısıyla, bireylerin seçim özgürlüğüne müdahale etmeden davranışlarını ucuzca etkilenmesi, yanı sıra politika yapıcılara avantajlı yolu olabilmektedir.

Hükümetler ve politika yapıcılar dijital dürtmeyi, vatandaşlara sağlık hizmetleri vermek ve geliştirmek amacına giderek daha fazla uygulamaktadır. Bu nedenle son on yıllarda sağlık sektöründe çok fazla ilgi görmüştür. Sağlık endüstrisinin büyük bir kısmı son on yılda dijitalleştiğinden, mektuplar ve telefon hatırlatmaları giderek artan bir şekilde metin mesajlarıyla değiştirilmektedir. Sağlık hizmetleri ile halk arasındaki iletişimin büyük bir kısmı günümüzde dijital olarak yapılmaktadır.

Araştırmanın bu bölümünde kamu politikalarında dijital dürtmelerin uygulama örneklerini beş ülkeyi ele alarak sırayla; İngiltere, Norveç, Japonya, Uruguay ve Türkiye'ye odaklanmaktadır.

3.1. Kamu Politikalarında Dijital Dürtme

Dürtme, sağlık bölümü dahil olmak üzere çeşitli kamu politikası alanlarında küresel, ulusal ve yerel yönetimler tarafından yaygın olarak uygulanmaktadır. Son zamanlarda, bireyler için politika efekt geliştirmek üzere politikalar ve sosyal hizmet sunumlarında davranış bilimini uygulayan profesyonellerden oluşan bir ekip olan dürtme birimleri veya davranışsal politika tasarım ekipleri ismi altına, dürtmelerin birçok hükümetler ve uluslararası kuruluşların politikaları tasarımında kullanılmasını desteklemek için kurulmuştur. Söz konusu örgütlerden ise Dünya Bankası, Birleşmiş Milletler ve Ekonomik İş birliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) adlanabilmektedir. OECD'ye göre, Ağustos 2018 itibarıyla dünya çapında 200'den fazla dürtme birimi

bulunmaktadır. Della, Vigna ve Linos tarafından yapılan bir meta-analizinde, dürtme birimleri tarafından uygulanan dürtme müdahalelerinin, akademik araştırmanın bir parçası olarak dikkatlice tasarlanan ve uygulanan müdahalelerden daha az etkili olduğunu belirtmişler. Bununla birlikte, kamu politikalarda dürtme uygulaması, geleneksel yaklaşımlara kıyasla idari yükü ve uygulama maliyetini azaltabileceği için yine de faydalı olarak kabul edilmektedir (Murayama vd., 2023: 3).

Dürtme teorisinin, devletin teknolojik altyapısını geliştirmek için de çok önemli bir fırsat sunmaktadır. ‘Dijital Devlet’ kavramının kamuda yaygınlaşmaya başlamasıyla bu gelişmeden dürtme uygulamalarında da faydalanılmaya başlanmıştır, örnek olarak, Birleşik Krallık Dürtme Birimi BIT, kamu sektöründe birçok dürtme fikrini test etmek üzere dijital müdahaleler kullanmaya başlamıştır. Bu müdahalelerden biri, insanlara sigarayı bırakmalarına yardımcı olmak için tasarlanmış bir web sayfasının alternatif formlarının test edilmesidir. Benzer şekilde, gençlere kariyer tavsiyeleri vermek ya da bireyleri organ bağışına katılımını sağlamak için web sayfalarının çeşitli sürümleri test edilmektedir (Kuşseven, 2022: 61)

Dürtmeleri uygulama sürecinde, sosyal ve kültürel bağlamları dikkate alınması önem arz ettiğini söylenmiştir. Araştırmalara göre insanların dürtmeleri kabul görebilirliği ile, aynı zamanda dürtmelerin etkinliğini de ülke ve bölgeye göre farklılık gösterdiğini belirtmiştir. Dürtme yaklaşımının genelleştirilebilirliğinin daha fazla araştırılması gerektiği ve politika yapımcıların farklı sosyal/kültürel bağlamlardan gelen dürtme bulgularını dikkatli bir şekilde yorumlaması gerektiği anlamına gelir. Bununla birlikte, dürtmelerin her bağlamda örnek olarak ülke ve bölgelerde kamu politikasına nasıl dahil edildiğini ve dürtme uygulamalarının kamu politikasına uygulanmasıyla ne tür kazanımlar geliştirildiğini anlamının önemini de göstermektedir (Murayama vd., 2023: 3-4).

3.2. Kamu Politikalarında Dijital Dürtme Uygulama Örnekleri

Bu kapsamda dijital dürtmelerin bir kamu politika olarak farklı ülkelerde uygulama örneklerini şöyle yer verilmektedir.

3.2.1. İngiltere

Dürtmeler çeşitli uygulamalarda etkili olduğu gösterilmiştir. Dürtme

kullanılarak, kişinin davranışı tahmin edilebilir şekilde istenen bir son noktaya doğru değiştirilebilmektedir. Hasta davranışını değiştirmeye yönelik dürtme örnekleri arasında hastaları aşılatmak, kronik hastalıkları kendi kendine yönetmek ve HIV ve sıtma testlerini geliştirmek için metin tabanlı hatırlatmalar; yaşlı hastaları grip aşısı yaptırmaları için dürtmek üzere E-posta yoluyla gönderilen mektuplar yer almaktadır (Wolf vd., 2022: 2).

Birleşik Krallık sağlık ve sosyal yardım bakanlığı tarafınca, Birleşik Krallık'ta ortalama 10 hastane randevusundan 1 tanesi kaçırılmaktadır. Sistemde kaçırılan randevuların sosyal ve finansal maliyetlerini hesaplamak olmakla beraber, Birleşik Krallık Ulusal Denetim Ofisi tarafından yapılan bir araştırma sonucunda, 2012 ile 2013 yılları arasında hastanelerde kaçırılan randevuların maliyetinin yaklaşık 225 milyon pound olduğunu tahmin etmiştir. Kaçırılan randevu sayısını azaltmak için Imperial College London, Department of Health, UK Behavioral Insights Team (UK BIT) ve Barts NHS Trust ¹ ile iş birliği ile Kasım 2013 ile Mayıs 2014 arasında 2 randomize kontrollü çalışma yapılmıştır. Çalışma kapsamında 2 aşamalı deneyin ilk aşaması Kasım-Aralık 2012 tarihlerinde 5 Barts hastanesinde yaklaşık 20 bin hasta (toplam hasta sayısı 10111) üzerinde uygulanmış ve ikinci aşaması ise Mart-Mayıs 2014 (toplam hasta sayısı 9848) gerçekleştirilmiştir (Özdemir, 2019: 350).

Tablo 5: Randevu alan hastalara gönderilen SMS örnekleri (Özdemir, 2019: 350).



¹- Barts Health NHS Trust, merkezi Londra, İngiltere'de bulunan 2012 yılında kurulan, Londra Şehri ve Doğu Londra'da beş hastane yönetmektedir

Tablo 6: Birinci davranışsal müdahale tasarımı (Kasım – Aralık 2013) (Özdemir, 2019: 350-351).

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 mektubunuzdaki numarayı arayınız.	26 Eylül saat 14:30'da St. Barts Hastanesi'nde randevunuz bulunmaktadır. Randevunuzu iptal etmek ya da değiştirmek için 02077673200 'yı arayınız.	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.	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.

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 (Özdemir, 2019: 351).

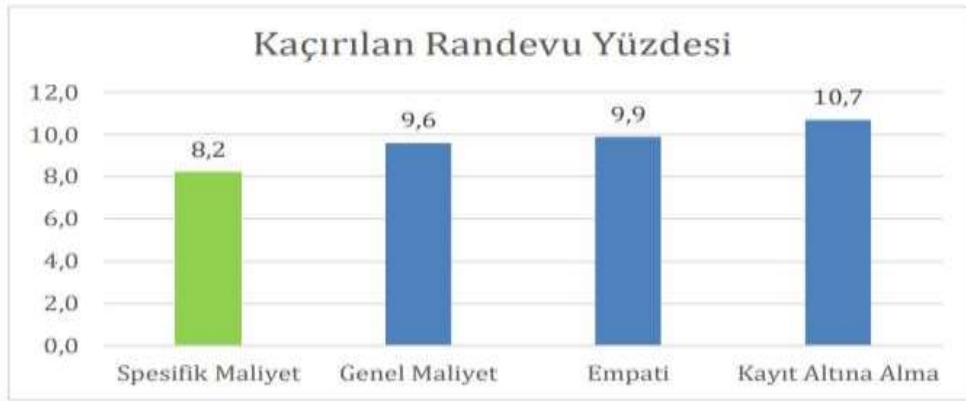
Tablo 7: Birinci Davranışsal Müdahale Sonuçları (N=10,111) (Özdemir, 2019: 351).



İkinci davranışsal müdahalede spesifik maliyet mesajı baz alınarak 3 farklı mesaj daha müdahaleye eklenmiştir. Bu müdahalede de spesifik maliyet mesajı en çok etkili mesaj olarak değerlendirilmiştir. 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 (Özdemir, 2019: 352).

Tablo 8: İkinci Davranışsal Müdahale Tasarımı Mart- Mayıs 2014 (Özdemir, 2019: 351)

Spesifik Maliyet	Genel Maliyet	Empati	Kayıt Altına Alma
Sizi, 26 Eylül saat 14:30'da, St. Barts Hastanesine bekliyoruz. Randevuya Gelmemenin NHS'ye Maliyeti yaklaşık £160'dır. Randevunuzu iptal etmek ya da değiştirmek için 02077673200 '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 02077673200 '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 02077673200 'yı arayınız.	Sizi, 26 Eylül saat 14:30'da St. Barts Hastanesi'ne bekliyoruz. Randevunuzu iptal etmek ya da değiştirmek için 02077673200 'yı arayınız, (aksi taktirde) randevunuzu "kaçırılmış randevu" olarak kaydedeceğiz.

Tablo 9: İkinci davranışsal müdahale sonuçları (N=9,848) (Özdemir, 2019: 352).

3.2.2. Norveç

Norveç'te eşdeğer hizmetler diğer aktörler tarafından sunulmadığından, bir kullanıcının kamu sektörü tarafından sağlanan dijital çözümleri kullanmama konusunda genellikle bir tercihi yoktur. Bu nedenle, çevrimiçi çözümlerde bulunan dijital dürtülere maruz kalmaktan başka seçenekleri bulunmamaktadır. Vatandaşlar ve Norveç hükümeti arasındaki güven düzeyi diğer ülkelere kıyasla yüksek olduğundan, tipik bir Norveç vatandaşı da kamu sektörünün seçimini hiçbir şekilde etkilememesini bekleyebilmektedir (Braekke vd., 2021b: 1).

Dünya Sağlık Örgütü (WHO) 2018'de dünya çapında, rahim kanserini ortadan kaldırmak için önleyici tedbirler içeren bir hedef yayınlanmıştır. 2018 itibarıyla, Norveç'teki insidans oranı 100.000 kadında 12,8 kanser vakası kaydedilmiştir.

DSÖ'nün hedefi, 100.000 kadın başına 4 vakanın altında bir insidans oranına ulaşmaktır. Bu nedenle, rahim ağzı kanseri vakalarından önlemek için daha fazla kadının teste katılmasını sağlamak gerekli olduğunu söylenmiştir. Test şartlarını taşıyan tüm kadınlar servikal testi katılmak için davet mektubu gönderilmiştir. Bu davetiyeler, yeni bir “Pap smear” alma zamanından iki ay öncesinden gönderilir. 2020 yılına kadar bu davetlerin yaklaşık %40'ı postayla, %60'ı ise dijital mektuplar olarak gönderilmiştir. Pop smear testi 25-69 yaş arası kadınları etkileyen kanser hastalığının bir türüdür. Test ile önlenebilen kanser çeşitlerinden biridir. Bu nedenle Norveç'teki Servikal Tarama Programı, 25-69 yaşlar arasındaki tüm kadınların “Pop smear” almayı da içeren testi düzenli olarak katılmalarını önermiştir. Buna rağmen birçok bayanla testi yapmamayı tercih ettiğini öğrenilmiştir. Norveç'te yaklaşık 250.000 kadın son on yılda taramaya katılmadıkları teşhis edilmiştir. Rahim kanseri teşhisi konanların yarısı Servikal test Programının tavsiyelerine uymadıklarını belirtmiştir. Araştırmacılar, kadınların neden servikal testi katılmadıklarını araştırırken, Sonuçlar nedenlerin karmaşık olduğunu, ancak randevu almayı unutmanın, kendi başına randevu almak zorunda olmanın ve mevcut davetin çok zayıf olmasının nedenler arasında olduğunu göstermektedir. Son çalışmalara göre Norveç'te Servikal testi Programına katılmayanlarla ilgili, bugünkü davet stratejisinin bazı kadınları testi katılmaya motive etmekte başarısız olduğunu belirtmişler. Araştırmacılar, davet stratejisindeki değişikliklerin katılımı artırmak için etkili olabileceğini öne sürmüşlerdir. İkna edici teknoloji, davranışı değiştirmek, şekillendirmek veya etkilemek üzere Human-Computer Interaction (HCI) ² İnsan-Bilgisayar Etkileşimi alanında yaygın olarak kullanılmaktadır. Son on yılda, hükümetler ve politika yapıcılar söz konusu ikna edici teknolojiyi bireylerin sağlığını iyileştirmek için kullanırlar. Davranışı etkilemenin bir yolu olarak, 2008 yılında Thaler ve Sunstein tarafından tanımlanan dürtme kullanımıdır. Dürtme, “Herhangi bir seçeneği yasaklamadan veya ekonomik teşviklerini önemli ölçüde değiştirmeden insanların davranışlarını öngörülebilir bir şekilde değiştiren seçim mimarisinin herhangi bir yönü” olarak tanımlanır. Bir dürtme

² HCI, özellikle teknoloji tasarımıyla ilgili olarak, insanların bilgisayarlarla nasıl etkileşime girdiğinin incelenmesidir.

sayılabilmesi için, müdahalenin kolay ve kaçınılması ucuz olması gerekir. Çalışmalara göre, dürtmenin sağlık davranışlarını etkilemede veya değiştirmede etkili olduğunu bildirmiştir. Sağlık müdahalelerinde yaygın olarak kullanılan dürtmeler, bir metin mesajı (SMS) yoluyla gönderilen ikna edici mesajlardır. İkna edici mesajlar metin aracılığıyla davranışı değiştirir, şekillendirir veya etkiler (Ytterland, 2021: 3-4).

Norveç hükümeti, kamu sektörünün verileri ne zaman ve kiminle paylaştığını düzenleyen çeşitli düzenlemeler oluşturmuştur. Bununla birlikte, kamu sektörünün, nüfusun tercihlerini yönlendirmek üzere dijital dürtmeyi nasıl kullanabileceğine ilişkin herhangi bir düzenleme veya kılavuz bulunmamaktadır. Değerler ve hedefleri geniş kapsamlı ve fazla olan kamu sektörü için alanda doğru kararlar almak özel sektöre göre daha da zorlayıcı olabilmektedir. Kamu sektörü hem vatandaşlara yanı sıra siyasetçilere karşı sorumlu olduğu için demokratik ve yasal yönler ile kamu yararı gibi hususları dikkate almak zorundadır. Norveç'te kolektif ve eşitlikçi değerler konusunda da genel bir fikir birliği olduğu için, ilgili kılavuzların da bu değerlerle uyumlu olması gerekmektedir (Braekke vd., 2021b: 1).

Son on yılda sağlık endüstrisinin bazı bölümleri dijitalleştiğinden, mektuplar ve telefon hatırlatmalarının yerini giderek artan bir şekilde metin mesajları almıştır. Araştırmalara göre, metin mesajlarının servikal test dahil olmak üzere çeşitli sağlık müdahalelerinde etkili olduğunu göstermektedir. Guy ve arkadaşlarına göre. Kısa metin mesajı hatırlatıcılarının sağlık hizmetlerinde planlanmış randevuların katılımı artırdığını kanıtlanmıştır. Jung ve Mellers'e göre, halkın dürtmeleri nasıl algıladığını anlamak, onları başarılı bir şekilde uygulamak için önemli olduğunu vurgulamışlar. Bireylerin dürtmeyi kabul etmemesi, güçlü tepkilere neden olabilir ve dürtmenin etkili olmasını engelleyebilmektedir (Ytterland, 2021: 3-4).

Araştırmacılar tarafından dürtme etiği ile ilişkin uzun süredir tartışılmaktadır. Diepveen ve arkadaşlarına göre halkın dürtmeyi kabul etmesi, sağlık davranışını değiştirmek için önlemler geliştirirken politika yapıcılar için önemli kılmaştır. Halkın dürtmeyi kabul etmemesi, güçlü tepkilere neden olabilir ve dürtmenin etkili olmasını engelleyebilmektedir. Politika yapıcıların kamu yararına en iyi şekilde hareket etmeleri için halkın kabulü hakkında bilgi sahibi olmak da önem taşıdığını söylenmiştir (Ytterland, 2021: 6).

Çalışmada, dijital dürtmenin kadınların daha fazla teste katılmasını sağlayıp

sağlayamayacağı amacına İkna edici metin mesajları, ikna edici teknoloji ve dijital dürtme teorisine kullanarak beş ikna edici mesaj tasarlanmıştır (Ytterland, 2021: 31-34).

Mesaj 1- Affekt: Araştırmacılara göre duygusal mesajlar karar verme sürecinde güçlüdür. Araştırmalar, korku çağrılarına dayalı dürtmelerin, daha fazla kadının servikal testi katılmasını ve daha fazla insanın organ bağışçısı olarak kaydolmasını sağlamak için kullanıldığını göstermektedir.

” Norveç'te her yıl yaklaşık 300 kadına rahim ağzı kanseri teşhisi konuyor ve yaklaşık 70 kadın ölüyor. Şimdi yeni bir pap smear alma zamanı. GP'nizle bir randevu planlayın. Servikal test Programı hakkında daha fazla bilgi için buraya tıklayın. Saygılarımla, Servikal Tarama Programı ”

Mesaj 2 – Varsayılan: Hofmann ve Stanak dürtmenin servikal taramada literatür taraması yoluyla gerçekleştirilen, araştırmasında, planlanmış randevular gibi varsayılan yanlılığın en sık kullanılan dürtmelerden biri olduğunu bulmuşlardır. Araştırmalara göre, varsayılanların servikal taramaya katılımı oranını artırmada, aşılama ve daha fazla insanın organ bağışçısı olarak kaydolmasını sağlamasında etkili olduğunu göstermektedir.

” Artık yeni bir pap smear alma zamanı. GP'nizden 20.04.2021 tarihinde saat 09.30'da planlanmış bir randevu aldınız. Randevu değiştirmek için tıklayınız. Servikal Tarama Programı hakkında daha fazla bilgi için buraya tıklayın. Saygılarımla, Servikal Tarama Programı ”

Mesaj 3- Sosyal Normlar: Axelrod'a göre, bir grup içinde yerleşik normlar, bireylerin elde etmeye çalıştıkları davranışsal beklentiler olduğundan, önemli bir güce sahip olabilmektedir. Bir grup insan veya toplum içinde kabul edilebilir davranış biçimini temsil eder. Dolayısıyla araştırmacılar davranış değişikliği için benzer durumda diğerler nasıl davrandığını ortaya koyarak, sosyal normları kullanmaya teşvik eder. Yapılan çalışmalara göre, sosyal normlara dayalı dürtü uygulamanın davranışı başarılı bir şekilde etkilediğini bildirmiştir. Sallis ve arkadaşlarına göre toplumsal normlara dayalı bir mesajın organ bağışı kayıtlarını olumlu etkilediğini bildirmiştir.

” Her yıl yaklaşık 400.000 kadın pap smear yaptırır, siz de yapmalısınız. Şimdi yeni bir pap smear alma zamanı. GP'nizle bir randevu planlayın. Servikal Tarama Programı hakkında daha fazla bilgi için buraya tıklayın. Saygılarımla, Servikal

Tarama Programı”

Mesaj 4 – özendirici dürtme: İnsanlar masraflara karşı duyarlı olduğundan, ekonomik teşvikler davranışları etkilemek veya değiştirmek için etkili olabilmektedir. Araştırmalara göre, teşvik edici dürtmelerin sigarayı bırakma ve kilo verme bağlamında etkili olduğunu göstermektedir.

” Pap smear yaptırmak için GP'nizden 20.04.2021 saat 09.30'da planlanmış bir randevu aldınız. Planlanan randevuya katılmadığınızda sizden 50 € ücret alınacaktır. Randevu değiştirmek için tıklayınız. Servikal Tarama Programı hakkında daha fazla bilgi için buraya tıklayın. Saygılarımla, Servikal Tarama Programı”

Mesaj 5- Kontrol mesajı: Araştırmalarda genellikle Deneysel bir koşul etkisini test etmek için bir kontrol değişkeni kullanılır. Kontrol mesajı, diğerlerine kıyasla en az etkili mesaj olarak rapor edilmiştir. Bunun nedeni ise, dürtme olmadan yalnızca standart metni içeren bir mesaj tasarlandığındandır.

” Artık yeni bir pap smear alma zamanı. GP'nizle bir randevu planlayın. Randevu değiştirmek için tıklayınız. Servikal Tarama Programı hakkında daha fazla bilgi için buraya tıklayın. Saygılarımla Servikal Tarama Programı”

Araştırmalara göre, ikna edici mesajların servikal taramaya katılımı artırma olasılığına sahip olduğunu göstermektedir. Ancak, tüm mesajlar eşit derecede etkili olmadığını belirmişler. Araştırmanın Bulgularına göre, dijital dürtmenin kadınların servikal taramaya katılmasının artırım sağlamada etkili olduğunu inanılmaktadır. Yapılmış çalışmanın elde ettiği Sonuçlarına göre, servikal taramaya katılımı artırmak için en yüksek potansiyele sahip iki mesaj, planlanmış randevulu mesajı (Varsayılan dürtme) ve duygusal olarak bilgilendirilmiş mesaj (Affekt dürtme) olduğunu göstermektedir. Planlanmış bir randevu içeren mesaj, en etkili mesajı olarak ve farklı yaşta kadınları servikal taramaya katılmaya motive etme potansiyeli sahip en yüksek olan dürtme mesajı olarak belirmiştir. Kahneman'a göre, insanlar birkaç seçenekle karşı karşıya kaldıklarında, herhangi bir düşünme veya zaman gerektirmediği için genellikle varsayılan seçeneği seçerler. Dolayısıyla kısa mesajın neden bu kadar iyi performans gösterdiğine dair olası bir açıklama olabilmektedir. Duygusal mesajı içeren kısa mesaj, affekt dürtme, servikal taramaya katılımı artırmada ikinci en yüksek potansiyele sahip olan mesaj olarak belirtirmiştir. Bunun Muhtemel bir nedeni ise, içeriğin ölüm ve kanser gibi kelimeler içermesi nedeniyle göz korkutucu ve nahos

olarak deneyimlenmesi olabilmektedir. Katılımcıların taramaya katılmanın önemini ve aynı zamanda katılmamanın olası sonuçlarını fark etmelerine yol açmış olabilmektedir. Yapılmış çalışmalardan elde edilen bulgulara göre, davranışı değiştirmek için korkuya dayanan mesajların etkili olduğunu da bildirmektedir (Ytterland, 2021: 49-50).

Sosyal Norm dürtme ve dürtme içermeyen metin mesajlar, çalışma boyunca benzer sonuçları verdiğini söylenmiştir. Araştırmanın Sonuçlarına göre, servikal taramaya katılımı artırmak için varsayılan dürtme ve affekt dürtmesinden daha az potansiyele sahip olduklarını göstermektedir. Dürtme içermeyen mesajın neden motive edici olarak algılandığına dair olası bir açıklama, diğer dürtmelere kıyasla daha az karmaşık olması söylenmiştir. En kısa mesaj olarak tasarlandığı dolayısıyla işlemek için daha az bilişsel çaba gerektirir (Ytterland, 2021: 49-50). Araştırmanın bulgularına göre servikal taramaya katılımı artırma potansiyeli en düşük olan mesaj, planlanan randevuya gelmeme karşılığında bir ücret içeren mesajı özendirici dürtme sayılmıştır. Katılımcıların çoğunluğu mesajı motive edici veya etik bulmadıklarını bildirmişler (Ytterland, 2021: 50-51).

3.2.3. Japonya

Japonya, kamu politikalarında dürtmelerin uygulanmasında adı geçen ülkelerden biri sayılmaktadır. Bununla birlikte, son birkaç yılda, ülkenin yerel yönetimleri ve belediye yönetimleri arasında dürtme politika tasarım sürecinde uygulaması önemli ölçüde ivme göstermiştir. Japonya'nın ilk dürtme birimi 2015 yılında Çevre Bakanlığı tarafından kurulup ve Japon dürtme birimleriyle koordinasyon ve irtibat sağlayan ulusal Davranış Bilimleri Ekibi (BEST) ise 2017'de kurulmuştur. 2019'ın şubat ayında Japonya yerel yönetiminin ilk dürtme birimi olarak Yokohama Behavioral Insights and Design Team (YBIT) kurulmuştur. Birim, diğer yerel yönetimler için bir model olarak hareket ederek, yerel yönetim düzeyinde politika oluşturmaya yeni bir boyut kazandırmıştır. Bu kurumun kurulmasıyla sekiz yerel yönetim dürtme biriminin ortaya yol açıp ve Japonya'nın genelinde belediye düzeyinde dürtmenin uygulanmasını artmasına yol açmıştır (Murayama vd., 2023: 5-6).

Japonya Sağlık Politikasında Dürtme Uygulaması Örnekleri: Sağlık Kontrollerine Odaklanma: Sağlık kontrollerinin talimatlarını alınması, sağlıklı bir yaşamın ve sağlıklı yaşlanmanın kritik belirleyicileridir. Bununla birlikte, çeşitli bilişsel önyargılar, sağlık kontrolleri ile ilgili karar ve eylemleri engellemektedir. Bireylerin, düzenli sağlık kontrolleri yoluyla hastalıkların veya sağlıkla ilgili risklerin erken tespitinin faydalarını bilmesiyle birlikte, bireyler zaman zaman kontrolleri geciktirebilir veya kontrollerden vazgeçerler. Bu durum bireylerin irrasyonel davranmalarını göstermektedir. Davranış bilimi, politika yapıcılarının, bilişsel önyargıların insanların sağlık kontrolleriyle ilgili karar verme sürecini neyin ve nasıl etkilediğini belirlemesine yardımcı olup ve dürtmeler, bu tür önyargıları yönetmek için etkili ve uygun maliyetli bir araç olabilmektedir.

Japonya'nın Sağlık, Çalışma ve Refah Bakanlığı, sağlık kontrollerinin alınması için çeşitli dürtme müdahaleleri içeren bir el kitabı ortaya çıkarılmıştır. Takahama şehri, Fukuide kasabasında sağlık kontrolü alma seçeneği ek bir seçenek yerine varsayılan bir seçenek olarak sunulmuştur. Kasabada, kanser testini genel tıbbi muayeneye entegre edilerek vatandaşlardan, teste teşvik edilmek yerine, istenen kanser testi tarihini bir form üzerinde altını çizmelerini istenmişti. Buna ek olarak, teste katılım göstermeyen vatandaşların nedenlerini form üzerinde belirtmek zorunlu hale getirilmişti. İnsiraftan tip formunu alan grup, katılım formunu alan gruptan (müdahaleden önce: %36) daha yüksek bir alım oranı (müdahaleden sonra: %53) sergilediğini söylenmiştir. Chiba şehrin genel sağlık kontrolünün alınması amacıyla farklı türde dürtmeler basit ve net talimatlar kullanılmıştır. Şehir yetkilileri, bölge sakinlerine check-up'ın "nereden yaptırılacağını" vurgulayan bir mektup yazıp göndererek, bölgenin sakinlerini belirsiz bir şekilde teşvik etmek yerine, bir hastane seçmeye ve randevu almaya yönelik somut talimat verilmiştir. Değerlendirmelerden sonra geleneksel yöntemle karşılaştırıldığında genel kabul oranında %3,7'lik bir artışla sonuçlandığını görülmüştür (Murayama vd., 2023: 5-6).

Tokyo'nun Hachioji şehrinde, düşük maliyetli bir dürtme müdahalesi kullanarak kolorektal kanser taramasının alım oranını geliştirmiştir. Şehir genellikle kolorektal kanser tarama alıcılarına dışkıda gizli kan testi kitleri göndererek, birkaç aydan sonra hatırlatma postası gönderir. Bu bağlamda Beklenti teorisi kullanılarak hatırlatıcıya bir dürtme tekniği uygulanmıştır. Teori ise insanların asimetric olarak

kayıpların eşdeğer kazançlardan daha büyük olduğunu hissettikleri kayıptan kaçınmaya dayanmaktadır. Teoriye dayanarak iki tür mesaj oluşturulmuştur: (A) bir kazanç mesajı ve (B) bir kayıp mesajı olarak tasarlanmıştır. Tablo 10: Şehirde, 1761 kişiye A mesajı ve 1767 kişiye B mesajı gönderdi ve iki grubun tarama alım oranlarını karşılaştırmıştır. A mesajını alan grupta alım oranı %22,7 iken, B mesajını alan grupta bu oran %29,9 ulaştığını göstermiştir. Bu anlamda spesifik olarak, kayıptan kaçınma mesajını alan grubun alım oranı %7,2 daha yüksek olduğu söylenmiştir (Murayama vd., 2023: 5-6).

Tablo 10: Vatandaşlara kolorektal kanser taramasını hatırlatan iki mesaj (Murayama vd., 2023: 5-6).

Mesaj A: Kazanç mesajı “Bu yıl bir tarama yaptırırsanız, gelecek yıl bir tarama kiti alacaksınız.”

Mesaj B: Kayıp mesajı “Bu yıl tarama yaptırmazsanız gelecek yıl tarama kiti almayacaksınız.”



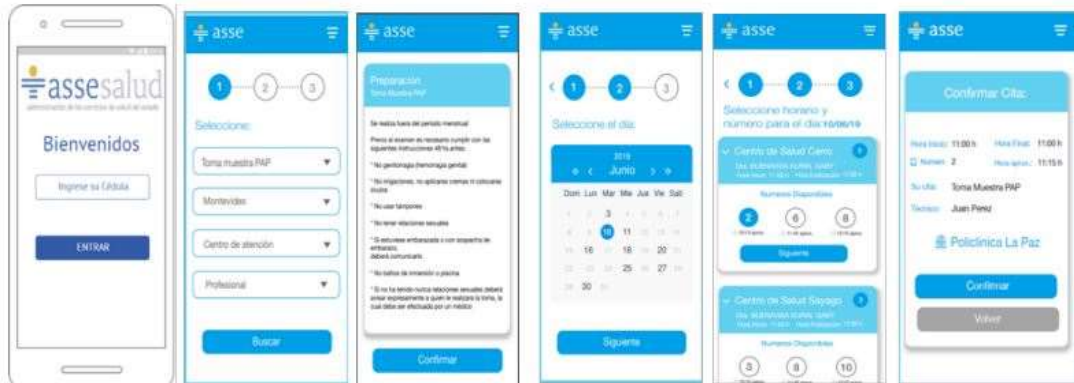
3.2.4. Uruguay

Son on yılda özel şirketler, çalışanların ve tüketicilerin nasıl düşündüklerini ve davrandıklarını anlamak üzere davranışsal içgörülere başvurmaktadırlar. Geniş kapsamlı veri toplama ve işleme yoluyla, büyük şirketler operasyonlarını geliştirmek ve tüketicilere sunulan ürünleri kişiselleştirmek amacıyla söz konusu içgörülere güvenmektedirler. Kamu kurumları, özellikle de şehirler, davranışsal içgörüler ve seçim mimarilerindeki müdahaleler hükümetlere düşük maliyetle daha hızlı ve daha iyi kararlar vaat ettiğinden, davranış bilimine giderek daha fazla ilgi duymaya başlamaktadırlar (Ranchordas, 2019: 6)

Uruguay, yaklaşık 3,5 milyon nüfusuyla yaklaşık 1,4 milyonu Montevideo'da yaşayan Güney Amerika'da küçük bir ülkedir. Uruguay, en gelişmiş Latin Amerika ülkeleri arasında yer alır, ancak yine de OECD ortalamasının (46.500 ABD doları) ve Amerika Birleşik Devletleri'nin (65.300 ABD doları) oldukça gerisindedir. Bu nedenle, ülke orta gelirli bir ülke olarak kalkınma zorluklarıyla karşı karşıyadır. Uruguay'da dijital dürtmenin uygulama örneği, Sağlık Bakanlığı ve E-Devlet ve Bilgi Toplumu Ajansı (Agencia de Gobierno Electrónico y Sociedad de Información veya AGESIC) ile iş birliğinde, dijital devlet kapasitelerine yatırım yapmak için iki adımda gerçekleştirmiştir. İlk adım, dijitalleştirilmiş ancak dağılmış bilgileri birleştirmek, sağlık kullanıcılarının bir kaydından verileri, hastaların elektronik klinik geçmişi ve tıbbi randevu sisteminden elde edilen verileri bir araya getirmeye çalışmıştır. İkinci olarak, Pap smear randevularını çevrimiçi olarak planlamak için bir uygulama tasarlamak ve uygulamak projenin ortaklarıyla birlikte çalışmıştır. Akıllı telefonlar ve masaüstü bilgisayarlarla uyumlu olan uygulama, kullanıcılarına yerel kliniklerinde bir dizi uygun tarih ve saat arasından seçim yapmalarını sağlar. Konuşulan buluştan önce, çoğu kadın randevularını bizzat yerel kliniklerinde alınmalarını söylemiştir (Cuesta vd., 2021: 6).

Söz konusu çalışma, kadınları Pap smear randevuları almaya teşvik eden rastgele ölçekte bir alan deneyi deney olarak yürütülmüştür. Uruguay'ın başkenti Montevideo'da halk sağlığı kullanıcılarının kadın nüfusunun yaklaşık yüzde 80'i katılmıştı (N=47.600). Katılımcı kadınları dört tedavi koluna ve bir kontrol grubuna randomize edilmişti. Tedavi kollarındakiler, yerel kliniklerin normal randevuları planlamaya veya çevrimiçi randevu almakta, dijital uygulamanın bir bağlantısını kullanarak randevu almaya teşvik edilmiştir. Kayıp ve kazanç çerçeveli mesajlar sağlık davranışlarını farklı şekilde etkileyebileceğinden, teşvik mesajlarının her birini PAP smear hakkında fayda veya risk çerçeveli bilgilerle eşleştirerek şekilde dört tedavi grubu oluşturulmuştur. Ayrıca kontrol grubundaki kadınlar hiçbir mesaj veya ek bilgi almayacak şekilde tasarlanmıştır (Cuesta vd., 2021: 2-3).

Tablo 11: Akıllı telefonla arayüzü randevusu (Cuesta vd., 2021: 7).



Tablo 11de belirtiğine göre kullanıcılar ulusal kimlik numaralarıyla oturum açtıktan sonra üç adımı takip ederler. 1. Adımda, yerel kliniklerini ve tıp uzmanlarını seçerler. 2. Adımda uygun bir tarih seçerler. 3. Adımda, uygun bir zaman dilimi seçerler. Sonunda randevuyu onaylarlar (Cuesta vd., 2021: 7).

Müdahaleler, kadınları çevrimiçi aracı kullanarak veya yerel klinikleriyle iletişime geçerek bir servikal tarama randevusu almalarını hatırlatan mesajlardan oluşturacak şekilde tasarlanmıştır. Mesajlar ayrıca fayda veya risk bilgilerini de içerecek şekilde tasarlandığını söylenmektedir. Tüm mesajlar, servikal testi taramasının planlanmasını ve katılımını artırmak için tasarlanmakta, müdahaleyi dört tedavi koluna ve bir kontrol grubuna randomize edilmiştir Kontrol grubundaki kadınlar, sağlık merkezinin randevu planlamasına ilişkin standart prosedürlerini sürdürüp ve PAP smear'ları ile ilgili herhangi bir iletişim veya ek bilgi almayacak biçimde tasarlanmıştır.

Tablo 12: Tedavi dalları (Cuesta vd., 2021: 8)

	Hakkında bilgi:	
Randevu alınması teşvik edilir:	Fayda	Riskleri
Çevrimiçi (düşük işlem maliyeti)	Mesaj 1	mesaj 2
Sağlık merkezinde (statüko)	Mesaj 3	mesaj 4

Tablo 12 dört tedavi dallar sınıflandırma şeklini gösterir. Tedavi dal 1 ve 2'deki

(ilk sıra) kadınlara çevrimiçi planlama aracını kullanmaları için bir bağlantı içeren bilgi mesajları gönderilmiştir. Bunlarla beraber Randevu planlamasında işlem maliyetlerini azaltmak için bu bileşeni tasarlanmıştır. Online kanaldan randevu alan kadınlara randevularından 48 saat önce bir hatırlatma mesajı da gönderilmiştir. Tedavi kolu 3 ve 4'teki (ikinci sıra) kadınlar, her zamanki gibi sağlık merkezlerinde randevu almalarını tavsiye eden mesajlar almışlar ve statüko olarak etiketlenmiştir. Bunlarla birlikte, Önleyici sağlık davranışlarının benimsenmemesinin yarar ve risklerin hafife alınmasıyla ilişkili olabileceği iyi bir şekilde ispatlandığından dolayısıyla, mesajlarda faydalar veya riskler hakkında bilgiler sağlanmıştır. Sütun 1'deki (tedavi kolları 1 ve 3) kadınlar için mesajlar, Pap smear almanın yararlarını ve önemini vurgulamış şekilde tasarlanmıştır. Sütun 2'deki ise kadınlar için mesajlar (tedavi kolları 2 ve 4), servikal testi ile ilişkili riskleri göz önünde bulundurarak Pap smear'ın önemini vurgulamıştır. Tüm mesajlar, alıcının ilk adıyla kişiselleştirilmiş ve ASSE, Sağlık Bakanlığı ve belediye hükümeti (Intendencia Municipal de Montevideo) tarafından imzalanmış şekilde tasarlanmıştır (Cuesta vd., 2021: 8-9-10).

1. Tedavi dalı: Merhaba [İsim]. Pap smear testi rahim kanserini önleyebilir. Test yaptırmak önemlidir. İşte randevu almak için linkini tıklayın.

2. Tedavi dalı: Merhaba [İsim]. Her üç günde bir kadın rahim kanserinden ölür. Pap smear yaptırmamak hayatınıza mal olabilir. İşte randevu almak için linkini tıklayın.

3. Tedavi dalı: Merhaba [İsim]. Pap smear rahim kanserini önleyebilir. Tarama yaptırmak önemlidir. Testinizi sağlık merkezinizde planlayın.

4. Tedavi dalı: Merhaba [İsim]. Her üç günde bir kadın rahim ağzı kanserinden ölür. Pap smear yaptırmamak hayatınıza mal olabilir. Testinizi sağlık merkezinizde planlayın.

Deneyin uygun örneği olarak, ASSE ile kullanan, 30 ila 70 yaşları arasında olan ve Montevideo'da yaşayan kadınlardan teşkil ettiğini belirtmiştir. ASSE ile ortaklığı nedeniyle ulusal Sağlık Fonu tarafından sübvans edilen ve kamu sağlık hizmetlerinden yararlanan kadınları değerlendirilmiştir. Rahim kanseri prevalansı 30'da arttığı ve 70'ten sonra düştüğünden 30 ila 70 yaşları arasındaki kadınlara odaklandığını belirtmiştir. Deney ise Montevideo'da gerçekleştirilecek şekilde tasarlanmış, zira ki şehir ülkenin en yüksek internet penetrasyon oranları ve internet

bağlantısı, müdahalenin işe yaraması için bir koşul olarak söylenmiştir. 2019'ın Mayıs ayında ASSE verilerine göre yüzde 35'i Ulusal Sağlık Fonu'na kayıtlı olan yaklaşık 1,4 milyon üyesi olduğunu belirtmiştir, yarısı (250.000) kadın olarak ve yaklaşık 76.000'i Montevideo'da yaşamaktaymış. 76.000 kadından 58.800'ü 30 ile 70 yaşları arasında ve en az bir kayıtlı cep telefonu numarası olduğunu tespit edilmiş, bu nedenle çalışmaya uygun görüşmüştür. Veri seti, ise doğum tarihini ve beş yıl içinde yapılmış son Pap smear tarihini içermekte. Uruguay veri koruma yasasına uygun olarak, telefon numaraları veya herhangi tanımlanabilir bir bilgi verilmeden Tüm analizleri, ASSE tarafından oluşturulan anonim tanımlayıcılarla yapılmıştır (Cuesta vd., 2021: 10).

Bir SMS firma vasıtasıyla, mesajları farklı tedavi dallarına, hangi tür mesajın kime, kaç tane ve hangi tarihte kaydedilerek gönderilmiştir. Mesajlar, 18 Kasım 2019'dan 11 Şubat 2020'ye kadar her salı öğleden sonra sıralı olarak iletilmektedir. Mesajlar Kasım ve Aralık 2019'da açık zaman grubundaki kadınlara ve ardından Ocak ve Şubat 2020 ye kadar geciken gruba gönderilmiştir. Her kadın dört hafta boyunca en fazla dört mesaj alabilecek ve Alıcı eğer verilen süre içinde randevu kaydettiğinde mesaj almayı durduracak şekilde ayarlanmıştır (Cuesta vd., 2021: 12). Yapılmış çalışma kamu sektöründe yeni teknolojilerin kullanımına ilişkin literatüre katkıda bulunmaktadır. Dijital teknoloji, verilerin depolanması, hesaplanması ve iletilmesi maliyetlerini azaltmıştır ve hükümetler, politikalar geliştirmek ve uygulamak için dijital teknoloji kullanma kapasitesini geliştirmektedir (Cuesta vd., 2021: 5).

Değerlendirmelere göre yapılmış araştırmada, kadınların Pap smear ve önemi hakkında iyi bilgilendirildiğini öne süren kanıtlar bulunmuştur. Bununla birlikte, kontrol grubu ve tedavi dallarındaki kadınlar da Pap smear almanın ücretsiz olduğunu ve rahim kanseriyle ilişkili ölüm oranlarının farkındalık ürettiğini söylenmektedir. Araştırmanın Sonuçlarına göre, mesajların teşvik unsurunun tedavi etkilerini yönlendirmede ana rolü oynadığını göstermektedir. Statüko teşvik mesaj alanları ise akıllarına PAP sınavını getirdiğini ve kadınları test yaptırmaya teşvik ettiğini varsaymıştır. Çevrimiçi aracı kullanarak randevu almaya teşvik edilen kadınlar için, dikkat çekici etkiler, azalan işlem maliyetlerinin faydaları ile desteklenmiştir. Kamu hizmetlerinin alımını artırmak için dijital hükümete yatırım yapma potansiyelini vurgulamaktan, deneyin literatüre önemli bir katkı olarak görüldüğün söylenmiştir (Cuesta vd., 2021: 44-45).

3.2.5. Türkiye’de Dijital dürtme

Dünyada dürtme ve benzer politikaların ortaya çıkmasına paralel olarak Türkiye’de de davranışsal iktisat ve sosyal psikoloji alanlarının sağladığı veriler bir şekilde kullanılmaktadır. Özellikle halkla ilişkiler firmaları ve araştırma kurumları bu alana hâkim olmuştur. Davranışsal iktisat ilkelerini kullanan kuruluşlar, çalışmalarını kamu kurumlarına veya politikacılara satmaktadır. Bu anlamda devlet kurumlarına bu yönde bir hizmet verilmektedir. Bununla birlikte sosyal medya reklam kampanyaları ile çok daha hızlı sonuca ulaşıldığına inanılmaktadır. Dolayısıyla Türkiye’de oluşturulan davranışsal kamu politikası birimini bunlardan ayırt etmek gerekir. Bu anlamda, Davranışsal Kamu Politikası Birimi, Türkiye’de ilk kez resmi olarak kamu politikasında kanıta dayalı yaklaşımı benimseyen ilk hükümet birimidir. Bürokraside ilk kez kullanıldığı ve bu alandaki ilk RCT olduğu için bürokrasiye yönelik çok yenilikçi bir yaklaşımdır. Kamu politikası açısından bakıldığında, Türkiye’de bir davranışsal kamu politika biriminin kurulması süreci, politika transferi ve politika girişimciliğine iyi bir örneği teşkil etmektedir (Kuşseven, 2022: 171).

Türkiye’de kamu politikalarında davranışsal içgörüler (dürtme) Kasım 2017’den bu yana uygulanmaya başlanmıştır. Türkiye’de kurulan ilk resmi kamu davranış politikası birimi Ekonomi Bakanlığı bünyesinde kurulmuş olup, başkanlık sistemine geçişle birlikte Ticaret Bakanlığı denetiminde "Türkiye Davranışsal Aksiyon Takımı" isim altında faaliyetlerine devam etmiştir. Türk Davranışsal Aksiyon Takımı ilk olarak Kolaydestek.gov.tr projesini kurarak hayata geçirmiştir. Kolay destek, ticaret bakanlığı tarafından 14 farklı desteği daha sade ve anlaşılır bir şekilde sunmayı amaçlayan bir web sitesidir. Proje kapsamında ilk etapta iki farklı test tasarlanmış ve test sonuçlarına göre Kolaydestek.gov.tr sitesinin tasarımı oluşturulmuştur (Özdemir, 2019: 260).

Ticaret bakanlığı çerçevesinde uygulanan dürtme politikalar ismi altına geçmiştir, bu politikaların uygulanma sürecinde dijital dürtme politikaların müdahale araçlarını (E posta, internet sitesi vs.) kullanıldığına göre dijital dürtme politikası olarak adlandırılabilir.

Ticaret bakanlığı, ihracata yönelik şirketlere veriler devlet destekleri konusunda farkındalık geliştirmek için bu projeyi başlatmıştı. Ticaret bakanlığı, firmaların ihracat etmesine yardımcı olan 18 farklı destek maddesi altında

Tablo 13: internet sitesi müdahale aracı.



Kaynak: <https://ticaret.gov.tr/>

desteklemektedir. Türkiye İhracatçılar Meclisine üye firma sayısı 69 bin iken, son 5 yılda Bakanlığın desteklerinden yararlanan firma sayısı ise yalnız 10 bindir. Ayrıca her yıl devlet ihracat desteği için ayrılan bütçenin bir kısmının atıl kaldığı bilinmektedir. Bu desteklerin kullanımını artırmak için öncelikle tasarlanmış bir müdahale, çeşitli davranışsal öğeler içeren E-postalardır. Ancak bundan önce yapılan araştırma sonuçlarına göre birçok şirketin desteklerden haberdar olduğu ancak Bakanlığın internet sitesinden bilgi almanın zorluğundan dolayı harekete geçemediği öğrenilmiştir. Bu kapsamda kısa süre içinde Kolaydestek.gov.tr Web sitesi adresinde verilen web sitesi sade, açık ve anlaşılır bir şekilde tasarlanmış ve site ziyareti 21.000'i aşmıştır. Hazırlanan web sitesi, deneyin küçük bir parçası şeklinde ve 30.000'den fazla şirkete özel olarak tasarlanmış E-postaların gönderilmesini hedeflenmekteydi. 27 Mart 2018 tarihinde, devlet ihracat desteği başvurularının sayısını artırmayı amaçlayan bir toplu E-posta gönderilerek ilk randomize kontrol deneyi gerçekleştirilmiştir. Deneyde amaç, devlet yardımı taleplerini %20 artırmaktır. Hedef kitle, daha önce Bakanlığın ihracata yönelik desteklerinden yararlanmamış firmalardır. Örneklem ise 30.000 firmadır. Bu 30.000 firma ise 1 kontrol grubu, 4 deney grubu olarak ayrılmıştır. Müdahale araçları ise E-posta, video ve internet sitesidir (Tablo 13 internet sitesi müdahale aracı). Kontrol grubu olarak belirlenen firmalara herhangi bir E-posta atılmamıştır. 4 deney grubuna ise çeşitli davranışsal öğeler içeren E-postalar iletilmiştir (Kuşseven, 2022: 148-149).

Birinci grupta doğrudan ticaret bakanı tarafından yazılan içerik kullanılarak işletmeler ile bakan arasında bir etkileşim duygusu yaratılmıştır. İkinci grup için desteği tanıtan ve alan firmanın destekten yararlanabilmesi için gerekli şartları taşıdığına dair mesaj gönderilmiştir. Üçüncüsü başvuru sürecinin ilk başlarda zor olabileceğini ama zahmete değdiğini vurgulayan ve başvuru sürecini 5 adımda özetleyen dürüstlük, çarpıcı fayda ve sürece hazır olma gibi davranışsal unsurları içeren bir mesaj gönderilmiştir. Dördüncü gruba, doğrudan destekten yararlanan bir şirketin deneyimlerini anlatan bir mesaj gönderilmiştir. Diğer bir müdahale aracı olarak ise sitede kolaydestek.gov.tr'ye yönlendiren bir link eklenmiştir ve müdahale aracı olarak da o dönemin ekonomi bakanı Nihat Zibekçi'nin konuşması sitenin ana sayfasına eklenmiştir. Zibekçi, konuşmasında firmaları destekler konusundaki yanlışlarını düzeltmeye ve desteklere başvurmaya teşvik eden bir üslupla açıklamalar yapmıştır. Bu deneyin temel amacı, destekten yararlanan şirket sayısını artırmasıdır. Ancak bunu kısa vadede ölçmek mümkün olmadığı. Kısa vadede, farklı deney gruplarında E-posta açılma ve linklerin tıklanma oranları ikincil göstergeler olarak incelenmiştir. Yapılan çalışmanın analiz aşaması halen devam etmekte olmasına rağmen ön sonuçlar mesajların açılış ve link tıklanma oranları arasında farklılıklar olduğunu ortaya koymuştur. E- posta açılma oranları (konu satırının önemi büyük) %29 ile %36 arasında değişmektedir. Link tıklama oranları ise %6 ile %15 arasında değişmektedir. İhracat firmalarının E-postalar verdiği tepkilerin farklılaşması, davranışsal öğelerin mesajın algılanması ve firmayı harekete geçirmesi açısından bir etki sahibi olduğunu göstermektedir (Kuşseven, 2022: 148-149).

SONUÇ

Adam Smith'in insan doğası ve ahlaki duyguları içeren Theory of Moral Sentiments (1759) adlı çalışması davranışsal iktisat alanındaki çalışmaların ilk örneklerinden biri olarak kabul edilmiştir. Çağdaşı Hume'un (1739) insan doğası üzerine çalışmasını Smith'in çalışmasından yirmi yıl önce yazdığı düşünülürse, bu çalışmaların davranışsal iktisadın temel taşı olduğu söylenebilmektedir. Arkadaşı Hume'dan da etkilenen Smith, insan davranışının psikolojik temellerine güçlü bir ilgi duymuştur. Ardında 20. yüzyılda ortaya konulan mantıksal pozitivistin etkisiyle bireylerin rasyonel olduğu fikri ekonomi alanına egemen olmaya başlamıştır. Davranışsal iktisat alanındaki ilk sistematik çalışmalar, 1950'lerin sonlarında Herbert Simon tarafından, neoklasik iktisadın "rasyonel insan" varsayımı üzerinde gerçekleştirilmiştir. Herbert Simon; davranışsal iktisadın gelişim sürecinin erken dönemi olarak sınıflandırıldığı bu dönemde, davranışsal ekonominin temellerinden biri olan sınırlı rasyonelite üzerine yaptığı çalışmalar ile ekonomi disiplinde Nobel Ekonomi Ödülü almıştır.

1970'lerin başında, bilişsel psikologlar Daniel Kahneman ve Amos Tversky, iktisat disiplinde bir dizi deney gerçekleştirmişlerdir. Beklenen fayda teorisi ile ilgili paradokslara dayanarak, ekonomide beklenti teorisi adını verdikleri yeni ve çığır açan bir teori sunmuşlardır. Bireylerin sınırlı rasyonelliğe sahip oldukları, sistematik hatalar yaptıkları ve ön yargılı olduğu gibi bir dizi psikoloji temelli araştırma ve deney gerçekleştirmişlerdir. Bunlarla birlikte Tversky ve Kahneman bireylerin çerçevelemeden etkilendiklerini, zihinsel kısayollara başvurdıklarını, önyargılı davrandıklarını ve bu nedenle çıkarlarını maksimize edemediklerini ortaya koymuşlar. Beklenti teorisinde, insanlar belirli bir referans noktasına göre kar ve zararın değerine dayalı kararlar alırlar. Karar vericilerin kazanç noktasında riskten kaçınma, kayıp noktasında ise riskli seçimler yapma eğiliminde olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda kişinin olumlu ya da olumsuz söylerle çerçevesine yerleştirildiği ve böyle bir durumda rasyonel davranmadığı da kanıtlanmıştır.

Kahneman'ın 2002 yılında davranışsal iktisat alanına dair çalışmaları ile Nobel Ödülü alması alana olan ilgiyi artırmış, insanların irrasyonel davranışlarını yıllarca önceden tahmin edip lehlerine çevirebilecek bilgilerin bulunması da bu alanda yapılan çalışmaların artmasına neden olmuştur. Davranışsal iktisat disiplini, dürtme gibi

uygulamalarla hem ekonomik kalkınmaya hem de ekonomik olayların daha iyi anlaşılmasına yardımcı olmaktadır. Bireyleri teori ve yöntemden dışlayan standart iktisat disiplini, artık bu eleştirileri barındıracak biçimde gelişmeye başlamıştır (Kamilçelebi, 2019: 14)

Neoklasik iktisat düşüncesine göre insanlar, tercihlerine ve bütçelerine göre kararlar alan rasyonel, fayda maksimize edici ajanlar olarak kabul edilmektedir. Davranışsal iktisat ise; insanları psikolojik, sosyal, bilişsel ve duygusal motivasyonlardan etkilenen karar vericiler olarak görmektedir. Bu nedenle, davranış bilimleri, belki de daha kesin olarak, insanların nasıl karar vermelerini belirlemek için psikolojik, mikroekonomik ve nörolojik içgörülerini kullanmaktadır.

Kamu politikası oluşturma sürecinin insan odaklı olması, geleneksel kamu politikası oluşturmada davranışsal kamu politikası oluşturmaya geçiş ve hatta kamu politikası araçlarının gelenekselden davranışa dönüşmesi belli bir sürecin sonucunda meydana gelmiştir. İlk olarak, ülkeler geleneksel kamu politikası sürecini yaşamışlar, ardından yukarıda tartışıldığı gibi davranışsal kamu politikalarına evrilmesi gerçekleştirilmiştir. İnsan odaklı politika yapımı ve bireylerin davranışları ve bilinçli sapmaları dikkate alınarak oluşturulan politikaların uygulanması bu kadar önemli bir alan iken, ülkelerin bu disiplini ve uygulamalarını görmezden gelmeleri neredeyse olanaksız duruma gelmiştir. Devlet içinde ve dışında oluşturulan ekipler aracılığıyla davranışsal kamu politikalarının oluşturulması yönetimin en önemli sorumluluklarından biri haline gelmiştir. Çalışmaların bulgularına göre, bir kamu politika olarak dürtme teorisi, dünya çapında ülkelerde kamu veya özel kurum ve kuruluşlar tarafından mevcut sorunların çözümünde bir araç veya politika aracı olarak kullanılmaktadır. İnsan davranışını inceleyerek karar vermek istediği konular için doğru, basit ve düşük maliyetli yöntemler sunan bir teori, sağlıktan modern hayata, ekonomiden doğanın korunmasına kadar birçok alanda kullanılmaktadır.

Davranışsal kamu politikası yaklaşımı tam olarak hayata geçirilirse, düşüncenin temelindeki yaklaşımlar modern devletin demokratik karakterini güçlendirebilmektedir. Davranışsal kamu politikaları veya davranışsal içgörü birimleri, devlet ve hükümetlerin daha fazla hesap verebilirliği, katılımı ve şeffaflığı için fırsat yaratabilir ve kamu yönetiminde olumlu değişikliklerin yolunu açabilmektedir. Ayrıca davranışsal içgörü (dürtme) düşüncesine yatırım yapılması,

gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde kamu hizmeti sunumunda tasarım, sunuluş ve değişiklik için bir harika fırsat olarak düşünülmektedir.

Dürtme, kamu otoritelerince bir kamu politikası aracı olarak uygulanırken, vatandaşların özgür iradelerini göz önünde bulundurarak herhangi bir manipülasyona maruz kalmadan seçim yapabilmelerine imkân sağlanmak zorundadır. Ancak bazı etik eleştirilerin bireylerin veya vatandaşların seçmeme hakkına sahip olduğuna odaklandığı görülmektedir. Dürtme eleştirileri dürtmenin, çevreyi manipüle ederek ve bir kişinin rızası olmadan bir davranış kalıbından yararlanarak çeşitli insan önyargılarını sömürmeye dayandığından endişe duymaktadırlar. Bireyin seçimini manipüle ettiğinde, kendi iyiliği için olsa bile özerkliklerini azaltmaktadır.

Dürtme savunucuları ise bir dürtmenin insanları zorlamadan seçim mimarisini değiştirdiğini, bu nedenle seçime saygının korunduğunu savunmaktadır. Üstelik, birçok dürtme insanların menfaat ve refahını artırmayı amaçlamaktadır ve bu gibi durumlarda onları dürtmemenin etik olarak yanlış olduğu söylenir. Hakikaten, dürtmeler özerkliği teşvik eder, karar vermeyi daha kolaylaştırır, böylece insanlar daha önemli endişelere odaklanmak için serbest bırakılırlar. Dürtmelerin kullanılması, insanların daha rasyonel ve daha iyi kararlar almasına yardımcı olmaktadır. Ek olarak, dürtmelerin gizli veya manipülatif olması gerekmez. Dürtmeler şeffaf olarak da etkili olabilmektedir. Her ne kadar dürtücüler önyargılı olsa da dürtme savunucuları, dürtücülerin en iyi niyetle hareket ettiklerini, faaliyetlerini mevcut kanıtlara dayandırdıklarını ve insanların dürtülmeye razı olduklarını savunmakta, yöntemi hata riski olsa bile, adil ve makul olarak değerlendirmektedir.

Araştırmalara göre dürtme kavramı dijital alanda giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Günümüzde görüldüğü gibi bir seyahat hedefi seçiminden her türlü alışverişe, yatırıma kadar, kararlar web siteleri veya mobil uygulamalar gibi ekranlarda giderek daha fazla alınmaktadır ve bu durum bireyin hayatının ortağı haline gelmiştir. Ancak dijital ortamda özellikle bireyler eksik kararlar vermeye eğilimlidir. İnternette mevcut olan çok miktarda bilgi nedeniyle, bireyler çoğu zaman optimal bir seçeneğe ulaşmak için ilgili tüm detayları işlemekte başarısız olurlar. Bunun yerine, bireyler genellikle ekranlar üzerinde aceleci ve otomatik bir şekilde kararlar alırlar. Bu bağlamda, dürtme, kullanıcıların karar vermesine rehberlik edecek etkili bir araç olabilmektedir. Fiziksel bağlamlarla karşılaştırıldığında, dijital ortamlar dürtme için

çeşitli avantajlar sağlamakta ve dijital dürtmelerin uygulanmasına daha kolay, daha hızlı ve daha ucuza getirmektedir. Ayrıca, internet, kullanıcılara sunulan dürtmelerin kişiselleştirilmesine izin veren ve potansiyel olarak daha etkili hale getiren kullanıcı izleme gibi belirli işlevler sağlamaktadır.

Teknoloji çağında insanlara ulaşmak ve davranışlarını daha faydalı hale getirmek ancak dijital bir sistemle etkili olabilmektedir. Bu yeni yöntem 'dijital dürtmedir. Davranışsal iktisattan elde edilen içgörülerden yola çıkarak dijital ortamdaki unsurlar yardımıyla kullanıcı davranışını öğrenmeye çalışan ve bu bilgiler çerçevesinde insan davranışını arzu edilen yönde yönlendiren ve toplam refahını artıran bir sistemdir. Günlük hayatta çoğu kararlar çevrimiçi olarak alınmaktadır. Bu nedenle, dijital dürtme, politika yapıcılara, iletişimcilere ve tasarımcılara, bireylerin davranışları hakkında bilgi edinmelerini ve buna bağlı olarak kendilerinin ve toplumun refahını artıracak akıllıca kararlar vermelerini sağlayacak seçeneği seçmelerinde büyük ölçüde katkı sağlamada çok önem taşımaktadır.

Dijital ekranda giderek daha fazla karar alınması, dürtmenin de bilgi sistemleri kullanılarak dijital bir ortama aktarılmasına sebep olmuştur. Teknoloji tasarımcıların isteyerek veya istemeyerek oluşturdukları uygulamalar tüketicilerin seçimlerinde irrasyonel olmaya neden olabilmektedir. Bu irrasyonel teknolojide, kullanıcıların davranışlarını anlamak ve yönlendirmek için başarılı dijital dürtme uygulamaları kullanılabilir. Toplum refahının artırılması kamu politikası için önemli olduğundan, obezite ile mücadelede, çevre dostu ürünlerin tüketiminin artırılmasında, sağlık sisteminin maliyetlerinin düşürülmesi kaydıyla ilerlemesinde, vergi ödemelerinin hızlandırılması, su, elektrik ve doğalgaz israfının önlenmesinde politikacılar, tasarımcılar ve iletişimciler tarafından hazırlanacak doğru dijital dürtme uygulamalarıyla başarılı sonuçlar elde edilebilmektedir.

Çalışmada ele alınan dijital dürtmenin çeşitli ülkelerdeki uygulama örnekleri değerlendirildiğinde dijital dürtmelerin bireylerin kararlarını kendileri ve toplum için “iyi ve doğru olana” yönlendirmede etkili bir araç olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İlerleyen çalışmalar için; teorik olarak etkinliği ortaya konulan dijital dürtmeye yönelik deneysel çalışmaların yürütülmesi ve bu alandaki çalışma sayısının artmasına katkı sağlanması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Aldemir, C., ve Kaya, M. (2020). “Dürtme” Fikrinin Bir Kamu Politikası Aracı Olarak Covid-19 Döneminde Hükümetler Tarafından Uygulanması**”, Gaziantep University Journal of Social Sciences, <https://doi.org/10.21547/jss.742934>
- Arısoy, C. (2022). “Etik olgusu çerçevesinde kamu politikalarında dürtme: zorunlu bireysel emeklilik sistemi”**.
- Benartzi, S., Beshears, J., Milkman, K. L., Sunstein, C. R., Thaler, R. H., Shankar, M., Tucker-Ray, W., Congdon, W. J., ve Galing, S. (2017). “Should Governments Invest More in Nudging?”**, Psychological Science, 28(8), 1041–1055. <https://doi.org/10.1177/0956797617702501>
- Banerjee, S., ve John, P. (2022). “Nudge and Nudging in Public Policy”**, *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/SSRN.4314881>
- Barev, T. J., Schöbel, S., Janson, A., ve Leimeister, J. M. (2021). “DELEN – A Process Model for the Systematic Development of Legitimate Digital Nudges”**, Lecture Notes in Computer Science (Including Subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics), 12807 LNCS, 299–312. https://doi.org/10.1007/978-3-030-82405-1_30/COVER
- Brooks, R., Nguyen, D., Bhatti, A., Allender, S., Johnstone, M., Lim, C. P., ve Backholer, K. (2022). “Use of artificial intelligence to enable dark nudges by transnational food and beverage companies: analysis of company documents”**, *Public Health Nutrition*, 25(5), 1291–1299. <https://doi.org/10.1017/S1368980022000490>
- Bozyer, S., ve Doğan, S. (2022). “E-Ticarette Bilişsel Önyargılar ve Tüketici Kararlarına Etkileri”**, Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 13(26), 195–219. <https://doi.org/10.47129/BARTINIIBF.1181624>
- Braekke, H. L., Larssen, I. A., ve Farshchian, B. A. (2021). “Digital Nudging in the Public Sector in Norway”**, <https://ntnuopen.ntnu.no/ntnu-xmlui/handle/11250/2788811>
- Çetin, M. (2021). “Dürtme Teorisi Kapsamında Sosyal Normların Bireysel Tasarruflara Etkisi Üzerine Nitel bir Uygulama”**.
- Can Aktan, C., ve Yavuzaslan, K. (2020). “Davranışsal İktisat: Bireylerin İktisadi**

- Karar ve Tercihlerinde Zihinsel, Duygusal ve Psikolojik Faktörlerin Analizi**”, *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 12, 100–120.
- Can Kamber, S. (2018). “**Davranışsal İktisat ve Rasyonellik Varsayımı: Literatür incelemesi**”, *Journal of Economics and Management Research*, 7(1).
- Doğru, Y., ve Diraz, R. (2021). “**Davranışsal İktisadın Çerçevesi: Teorik, Epistemolojik ve Metodolojik Bir Bakış. Sosyo ekonomi**”, 29(49), 323–343. <https://doi.org/10.17233/SOSYOEKONOMI.2021.03.17>
- Doğru, F. (2020). “**Davranışsal İktisat ve Çıpalıma üzerine bir İnceleme**”, Aydın Adnan Mender Üniversitesi.
- Duflo, E., Kremer, M., ve Robinson, J. (2011). “**Nudging Farmers to Use Fertilizer: Theory and Experimental Evidence from Kenya**”, *American Economic Review*, 101(6), 2350–2390. <https://doi.org/10.1257/AER.101.6.2350>
- Djurica, D., ve Figl, K. (2017). “**The Effect of Digital Nudging Techniques on Customers’ Product Choice and Attitudes towards E-Commerce Sites**”.
- Erat, V., ve Savaş, D. A. (2022). “**Bir Kamu Politikası Aracı Olarak Dürtme**”, *Bingöl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(2), 175–206. <https://doi.org/10.33399/BIIBFAD.1119347>
- Erdoğan, M., ve Karagöl, V. (2019). “**Davranışsal İktisat Dürtme ve Günlük Hayatta Kamusal Müdahaleler Türkiye Örnekleri ve Tavsiyeler**”.
- Ewert, B. (2019). “**Moving beyond the obsession with nudging individual behavior: Towards a broader understanding of Behavioral Public Policy**”, <https://doi.org/10.1177/0952076719889090>, 35(3), 337–360.
- Felin, T. (2015). “**Nudge: Manager as Choice Architect Under Review**”.
- Kamilçelebi, H. (2019). “**Davranışsal iktisat**”, www.ijopecc.co.uk
- Kaya, M. (2021), “**Dürtmenin davranışsal kamu politikası aracı olarak kullanılması “İngiltere ve Türkiye karşılaştırmalı analizi**”.
- Kılıç, E. (2020). “**Kamu politikalarında davranışsal iktisadın önemi: Dünya ve Türkiye uygulama örneği**”, *Uluslararası Ekonomi, İşletme ve Politika Dergisi*, 4(1), 237–262. <https://doi.org/10.29216/ueip.672686>
- Lin, H. (2020). “**Nudge and Improvement of Quality in Public Service: Process**

- and Enlightenment**”, Modern Economics & Management Forum, 1(2).
<https://doi.org/10.32629/MEMF.V1I2.173>
- Meiden, I. van der.** (2018). **“Encouraging Stair Use Among Office Users: The Effect of Nudging Interventions in an Office Environment”**. June, 53.
<http://edepot.wur.nl/455083>
- Morrison, B., ve Okello, O.** (2020). **“The Nudge Making an Impact on Employee Skills Development”**.
- Moseley, A.** (2020). **“Nudging in Public Policy. Oxford Research Encyclopedia of Politics”**. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228637.013.949>
- Rubinstein, H.** (2021). **“Behavioral Science in the private sector: guideline for avoiding misuse”**.
- Ranchordas, S.** (2019). **“Nudging Citizens through Technology in Smart Cities”**.
University of Groningen Faculty of Law Research Paper Series, 1.
- Şimşek, H.** (2018). **“Davranışsal iktisadın politika yapımına etkisi”**,
www.ijopecc.co.uk.
- Thaler, R. H., ve Sunstein, C. R.** (2008). **“Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness”**. In *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar* (Vol. 6, Issue August).
- Ufuk, S. Ö.** (2022). **“Davranışsal kamu politikalarında dürtme: Covid 19 aşısı yaptırma kararı üzerine Kırklareli ilinde bir araştırma”**, 56 8.5.2017, 2003–2005.
- Cordts, F., Taal, E., Blom, S., ve NI Graduate, S. S. A. H. B.** (2021). **“Nudging and Attitude: Exploring Nudges in an Online Food Choice Environment”**.
- Cuesta, A.; Delgado, L.; Gallegos, S.; Roseth, B.; ve Sánchez, M. A.** (2021). **“Increasing the take up of public health services: An experiment on nudges and digital tools in Uruguay”**, [Washington, DC: Inter-American Development Bank (IDB)]. In Inter-American Development Bank.
<https://doi.org/10.18235/0003397>

- İpek, İ., Duman, S., Akdeniz, G., ve Göklen, M. (2020). “**Bilişsel -Yönlü Dürtme ile Üniversite Öğrencilerini Sağlıklı İçecek Tercih Etmeye Yönelme**”. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 13(2), 359–378. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ppad/issue/60993/906008>
- Jacob, F., ve Martins, T. (2021). “**Digital Nudging-A Human Component Automation Tool**”. https://digituma.uma.pt/bitstream/10400.13/3985/1/Thesis_Fernando.pdf
- Jesse, M., Jannach, D., ve Gula, B. (2021). “**Digital Nudging for Online Food Choices**”. *Frontiers in Psychology*, 12, 5870. <https://doi.org/10.3389/FPSYG.2021.729589/BIBTEX>
- Koç, E, Erdoğan. M. (2021). “**Dijital dürtmenin Kullanım Alanları ve Faydası**”. <https://www.researchgate.net/publication/354860455>
- Korhonen, M. (2020). “**Personality And the Effectivity of Digital Nudges**”. www.aalto.fi
- Kuşseven, A. (2022). “**Devlette Davranışsal Kamu Politikalarının Ortaya Çıkışı ve Gelişim Süreci: Türkiye Örneği**”.
- Kuşseven, A. (2022b). “**Kamu Politikalarında Dürtme Yaklaşımının ve Yapay Zekanın Kullanımı**”, *Kamu Yönetimi ve Teknoloji Dergisi*, 4(1), 59–77. <https://doi.org/10.1787/9789264270480-EN>
- Lembcke, T.-B., Engelbrecht, N., Benedikt Brendel, A., Kolbe, L., ve Benedikt, A. (2019). “**To Nudge or Not to Nudge: Ethical Considerations of Digital Nudging Based on Its Behavioral Economics Roots**”. https://aisel.aisnet.org/ecis2019_rp/95
- Özdemir, S. (2018). “**Dijital Dürtme**”. 4. Uluslararası Medya Çalışmaları Sempozyumu. https://www.academia.edu/39849252/Dijital_Dürtme
- Özdemir, Ş. (2019). “**Bir Kamu Politikası Aracı Olarak Davranışsal İçgörü**”. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*/26306220, 34, 247–274. <https://doi.org/10.17829/turcom.526240>
- Özdemir, Ş. (2019). “**Sağlık iletişiminde davranışsal Müdahale Tasarımı: İngiltere Online Hastane Randevu Sistemi Örneği**”. C.Ü. İktisadi ve İdari

- Bilimler Dergisi, 1(Cilt 20). <https://www.slideshare.net/NHSEngland/our-vision-for-using-patient-insight>
- Özdemir, Ş. (2022). “**Liberter Paternalizm (Özgürlükçü Babacılık) ve Devlet Politikaları**”. 3,1–2. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/tpd>
- Öztürk, N. (2010). “**Klasik ve Neoklasik İktisatta Gelir Bölüşümü**”. *I*.
- Sánchez, M., Roseth, B., Cuesta, A. M., Gallegos, S., ve Delgado, L. (2021). “**Increasing the Take up of Public Health Services: An Experiment on Nudges and Digital Tools in Uruguay**” [Inter-American Development Bank]. In IDB Publications (WorkingPapers). <https://ideas.repec.org/p/idb/brikps/11391.html>
- Schneider, C., Weinmann, M., ve Vom Brocke, J. (2018). “**Digital Nudging-Influencing Choices by Using Interface Design. Communications of the ACM**”, 61(7), 67–73. <https://doi.org/10.1007/s12599-016-0453-1>
- Sobolev, M. (2021). “**Digital Nudging: Using Technology to Nudge for Good**”. Behavioral Science in the Wild, 292–299.
- Sobolev, M. (2021). “**Digital Nudging: Using Technology to Nudge for Good**”, SSRN Electronic Journal. <https://doi.org/10.2139/SSRN.3889831>
- Steggerda, S. (2017). “**Digital nudging towards healthier food choices**”.
- Von, H., ve Semar, W. (2020). “**Digital Nudging Decoy Effect and Social Norms Nudge in E-commerce**”.
- Murayama, H., Takagi, Y., Tsuda, H., ve Kato, Y. (2023). “**Applying Nudge to Public Health Policy: Practical Examples and Tips for Designing Nudge Interventions**”, [Multidisciplinary Digital Publishing Institute (MDPI)]. In International Journal of Environmental Research and Public Health (Vol. 20, Issue 5). <https://doi.org/10.3390/IJERPH20053962>
- Wolf, A., Sant’Anna, A., ve Vilhelmsson, A. (2022). “**Using nudges to promote clinical decision making of healthcare professionals: A scoping review**”. *Preventive Medicine*, 164, 107320. <https://doi.org/10.1016/J.YPMED.2022.107320>
- Ytterland, T. B. (2021). “**Can Digital Nudging Get More Women to Participate in Cervical Screening?**” <https://kristiania.brage.unit.no/kristiania-xmlui/handle/11250/2826897>

Yılmaz, V., ve Canbazer, C. (2020). "Kamu Politikalarında davranışsal yaklaşım ve Türkiye'ye yansımaları", Toplum ve Sosyal Hizmet, 31(4),1827–1854.

<https://doi.org/10.33417/TSH.779756>

Yüksel, H. (2021). "Dürtme Kuramı Perspektifinden Bağışçılık Davranışlarının Yönlendirilmesi üzerine Deneysel bir Çalışma".

