

İyi Davranmaya İkna Etmek

Yazar: Tori DeAngelis

Çeviri: Gökçe Ergür

Davranış bilimi; daha iyi kararlara kolayca yönelmeyi amaçlayan araştırmaların yapılması ve politikaların oluşturulmasında merkezi bir rol oynamaktadır.

Sosyal psikoloji araştırmacıları yıllardır toplumun inançlarını sarsıyor. Philip Zimbardo'nun insanların biraz telkinle işkencecilere (acı çektiren insanlara) dönüşebileceğini keşfetmesini göz önünde bulundurun. Claude Steele'nin bulgularını ve yalnızca kalıplaşmış inançlara başvurarak insanların önemli ölçüde daha iyi veya daha kötü performans göstermesinin sağlanabileceğini düşünün.

Buna rağmen bilişsel ve sosyal psikoloji büyük olasılıkla bugünkü kadar küresel sonuçları değiştirme potansiyeline asla sahip olmamıştır. Hükümetler ve diğer organizasyonlar; ödenmemiş vergileri toplamak, çocuk ölümlerini azaltmak, insanların daha sağlıklı yemekleri tercih etmelerine yardım etmek ve çevre konusunda daha iyi seçimler yapılmasını sağlamak için "nudge ilkelerini" – psikologların kararlarımızı ve eylemlerimizi etkileyen insan eğilimleri hakkındaki bulguları - uyguluyorlar. Örneğin bir çalışmada araştırmacılar, geri dönüşüm kutularının çöp kapakları insanların geri dönüşürecekleri nesnelerin şekline göre kesildiğinde-kutular için daireler, kağıtlar için yarıklar- insanların daha fazla geri dönüşüm yaptığını buldular.

Nudge kavramı 2008'de Dr. Richard H. Thaler ve Cass R. Sunstein, JD'nin "Dürtme (Nudge): Sağlık, Zenginlik ve Mutluluk Hakkındaki Kararları Uygulamak" kitabı raflarda çok satanlara girdiğinde popüler hala geldi. Kitap insanların daha iyi karar vermeleri adına organizasyonların onlara yol gösterebilmeleri için davranış bilimini nasıl kullanmaları gerektiğini inceliyor.

Yazarlar 2008'de kitap çıktığında politikanın iki ucundan da sert eleştiri aldılar. Muhafazakâr taraftaki yazarlar nudge'ı insanların özel işlerine müdahil olmakla suçlarken, liberaller insanları sağlıklı veya toplum yanlısı seçimlere yeterince teşvik edecek kadar ileri gitmediklerini iddia ettiler. Bunun yanında kitap pek çok olumlu dönüş de aldı. Hükümetler, şirketler vb. kuruluşlar bu ilkeleri kendi alanlarında uygulamaya başladılar. Harvard Hukuk Fakültesi'nde nudge tarzı girişimler üzerine çalışan Dr. Oren Bar-Gill, "Nudge, hem bu ülkede hem de yurtdışında akademisyenler ve politikayı belirleyenler tarafında fırtına estirdi" diyor.

Birkaç örnek:

- İngiltere'de devletin oluşturduğu bir nudge ekibi, zamanında vergisini ödemeyen insanlara; sadece kendi toplumlarındaki çoğu vatandaşın vergilerini ödediğini bildirerek vergi ödemelerini milyonlarca dolar arttırdı.
- Amerika Birleşik Devletleri'nde devlet kurumları, kredi kartı ücretlerini ve faiz oranlarını tüketicilerin okumasını, anlamasını ve bunun sonucunda harekete geçmesini kolaylaştırmak için; insanların fazlaca karmaşık olan bu bilgiyi idrakini kolaylaştıracak kavramlar kullandılar.
- Norveç ve Danimarka'daki nudge girişimleri Avrupa Birliği'nin Haziran ayında kendi nudge ağlarını kurmalarına neden oldu. Avrupa ülkeleri bu taktikleri enerji tasarruflu

sağlayan cihazlar satın almayı teşvik etmek, çöp miktarını azaltmak ve uçak kullanımını kolaylaştırmak için kullandı.

Aynı zamanda sağlık alanında yapılan dikkate değer uygulamalar da bulunuyor;

- Mozambik'teki halk sağlığı görevlileri, HIV pozitif hastalara ilaç almalarını ve doktor randevularını hatırlamaları için zamanlanmış hatırlatma mesajları hazırladı.
- Kenya'da yetkililer, ortak su kaynaklarına klorlu su dağıtıcıları kurarak, evde klorlu su kullanımını önemli ölçüde artırdı ve çocuk ölüm oranlarını düşürdü.
- Güney Afrika'da devlet destekli borçlar için "örnek kredi" seçenekleri azaltılarak, bilgilerin daha kolay anlaşılması sağlandı. Bu uygulama, krediden faydalanan düşük gelirli insan sayısını arttırdı.

Daha hoşgörülü bir yaklaşım

Thaler ve Sunstein tarafından geliştirilen nudge, "liberal ataerkil" in günlük konuşma dili ile ifade edilmiş şeklidir. Bu yaklaşım, kişilerin kendileri için seçim yapabilmelerini vazgeçilmez hak sayan liberter yaklaşımla, kişiler veya gruplar adına hükümet ya da diğer kuruluşların söz sahibi olduğu paternalist görüşü birleştiriyor.

Thaler ve Sunstein insanların daha iyi kararlar almasını kolaylaştırmak, hatta otomatik hale gelmesini sağlamak için tasarlanmış müdahaleleri oluşturan, test eden ve iyileştirenlere "seçim mimarları" adını veriyor. Thaler "Küçük ayrıntılar çok önemli olabilir" diyor.

Bir durumda "yüzde 90 yağsız", diğerinde "yüzde 10 yağlı" olarak etiketlenen aynı yiyeceğe karşı verdiğiniz anlık tepkiyi düşünün. Thaler, "Bilginin sunulma şeklindeki ufak değişiklikler bile, insanların onu nasıl işlediği ve buna göre nasıl hareket ettiği üzerinde önemli ve öngörülebilir etkilere sahip olabilir" diyor.

Obama yönetiminin ilk döneminde Beyaz Saray Bilgi Düzenleme İşleri Dairesi yöneticisi olarak görev yapan Harvard Hukuk Fakültesi profesörü Sunstein, çok güçlü stratejiler biçiminde olmasa da, hükümetin nudge kullandığını ifade ediyor. Ofisin başarıları arasında, arabalar üzerindeki yakıt ekonomisi etiketlemesinin daha şeffaf ve kullanışlı olacak şekilde değiştirilmesi ve öğrenci kredisi başvurularının tamamlanmasının kolaylaştırılması yer alıyor.

Sunstein "Neden bu ilkeleri akıllıca, bilgi ve kanıtlarla beraber kullanmayalım?" diye soruyor.

Nudge araştırmacıları insanların basit, çekici, sosyal ve güncel bilgileri; karmaşık, işlenmesi zor bilgilerden çok daha kolay özümlediğini gösteren verilerden yararlanıyorlar. Kaliforniya Teknoloji Enstitüsü'nde davranış ekonomisti olan Colin Camerer, "Nudge uygulamalarında, daha az övülen özelliklerimizden bazıları (örneğin kısa görüşlülük, tembellik, şişirilmiş iyimserlik ve akran baskısına boyun eğme eğilimimiz) hakkında araştırma yapılır ve jujitsu dövüşçüsünün zayıf bir pozisyonu avantajına dönüştürmesi gibi kullanılır" diyor.

Örneğin bir nudge tasarımı, "varsayılan önyargı" dan yararlanarak toplum yanlısı davranışları tetikler, bu itici psikolojik eğilimlerin çoğu sayesinde, insanların önlerindeki ilk tercihi seçme eğiliminde oldukları bulgusuna varılır.

Bu konudaki ünlü bir örnek organ bağışığıdır. Science dergisindeki 2003 tarihli bir makalede, psikologlar Dr. Eric J. Johnson ve Dr. Daniel Goldstein 11 Avrupa ülkesindeki organ bağışığı

oranlarını karşılaştırdılar. Vatandaşlarını otomatik olarak organ bağışına kabul eden politikalara sahip ülkelerin, vatandaşlara bağış yapma seçeneği sunan politikalarından çok daha yüksek bağış oranlarına sahip olduğunu buldular - örneğin Almanya'da yüzde 12'ye kıyasla Avusturya'da neredeyse yüzde 100.

Ya da bir kafeterya sırasını ele alalım. İnsanlara kurabiyenin sağlıkları için kötü olduğunu ve önermediğimizi söylemek yerine; nudge tasarımlarıyla şekerli tatlıların önüne meyve koyulabilir. Böylece daha sağlıklı atıştırmalıklara ulaşma olasılığı artar. Benzer şekilde, Columbia Üniversitesi İşletme Fakültesi psikoloğu Dr. Sheena Iyengar ve diğer araştırmacıların bulguları seçenek sayısının çokluğunun karar sürecimizi olumsuz etkileyebileceğini gösteriyor. Örneğin birçok şirket çalışanlarına anlamadıkları bunaltıcı seçenekler arasından seçim yaptırmak yerine, onları önceden belirlenmiş emeklilik planlarına dâhil etmeye başladı.

Camerer, karar vermeye yönelik bu incelikli yaklaşımın, geleneksel yaklaşımlardan daha etkili olma potansiyeline sahip olduğu için kesinlikle heyecan verici olduğunu söylüyor.

"Ekonomide davranışı değiştirmek için yapabileceğimiz sadece iki şey olduğunu düşündük: İnsanlara sahip olmadıkları bilgileri vermek veya fiyatı değiştirmek" diyor.

Ülke çapında müdahaleler

En büyük ve en başarılı nudge girişimlerinden biri, 2010 yılında Başbakan David Cameron Kabinesi'nin bir parçası olarak kurulan bir düşünce kuruluşu aracılığıyla İngiltere'de gerçekleşti. Şimdi İngiliz hükümetinin de sahipliğinde yarı-özel bir şirket olan Davranış İçgörüsü Ekibi (www.behaviouralinsights.co.uk) davranış bilimi, psikoloji ve sosyal antropoloji ilkelerini uygulayarak sosyal hayata yansıyan küresel projeler gerçekleştiriyor. Ekip, Thaler'in danışmanlığında Cambridge Üniversitesi psikoloğu ve eski İngiliz hükümet yetkilisi Dr. David Halpern tarafından yönetiliyor. Ekip, görmek istediği sonuçları (örneğin, azaltılmış enerji kullanımı veya evlerini yalıtın insan sayısındaki artış) belirleyerek işe başlıyor ve ardından bu sonucu elde etmek için en iyi stratejiyi tasarlamaya çalışıyor. Bu anlamda, uygulamalı bilimin bir çeşidi kullanılıyor. Bir kuramı test etmek ve ardından sonuçları görüntülemek yerine, nudge müdahaleleri önce görülmek istenen sonuçlarla başlıyor ve önceden tasarlanmış çeşitli çözümlerden bu sonuçlara ulaşmanın en etkili yolu bulunuyor.

İngiltere Ulusal Ekonomik Araştırma Bürosu için hazırlanan bir makale, stratejinin uygulanmakta olduğunu gösteriyor. Bir çalışmada ekip 120.000 İngiliz vergi mükellefine aynı mesajı farklı biçimlerde veren mektuplar gönderdi ve her bir mektup türüne verilen yanıtları test etti. Mektuplardaki açıklayıcı sosyal norm ifadeleri, genelden - "Birleşik Krallık'taki insanların büyük çoğunluğu vergilerini zamanında ödüyor"- özele - "Sizinki kadar borcu olan çoğu insan şimdiye kadar borcunu ödedi" değişiyordu. Bazı durumlarda da mektuplar, vatandaşların vergi mükelleflerinin yapması gerektiğini düşündüklerini temsil eden normlar içeriyordu: "İnsanların büyük çoğunluğu İngiltere'deki herkesin vergilerini zamanında ödemesi gerektiği konusunda hemfikir."

Müdahalelerin tümü daha fazla insanın vergilerini ödemesiyle sonuçlandı ve toplamda fazladan 15 milyon dolar kazanç elde edildi. Bununla birlikte, açıklayıcı normlar kullanan ve vatandaşların ödeme yapmaması halinde ceza ile karşı karşıya kalacağını belirten mektuplar, diğer vatandaşların görüşlerini temsil edenlere kıyasla daha etkili oldu. Bu da çalışmanın en etkili stratejiyi bulma ve nihayetinde kullanma amacını gösteriyor.

Amerika Birleşik Devletleri de nudge gücünden yararlanmaya devam ediyor. ABD hükümeti Beyaz Saray Sosyal ve Davranış Bilimleri Ekibi adında bir davranış analizi ekibi oluşturdu. Genel Hizmetler İdaresi'ne dayalı ve Beyaz Saray Bilim ve Teknoloji Politikası Ofisi tarafından yönetilen davranış analizi ekibi kurumlar arası bir girişim. Ekibin, sosyal bilimin ve davranış biliminin iç görülerini para tasarrufu, halk sağlığını iyileştirme, daha etkili çevre standartları belirleme ve diğer olumlu sonuçlar elde etmeyi amaçlayan somut tavsiyelere ve müdahalelere dönüştürmek için devlet kurumlarıyla yakın bir şekilde çalışıyor. Ayrıca hangi müdahalelerin en etkili olduğunu belirlemek için titiz saha denemeleri tasarlıyorlar.

Nudge'ın geleceği

Nudge politikalarının uzun süredir şirketler tarafından ürün satmak için kullanıldığını söylemeye gerek bile yok. Ama şimdi uygulamalar ve web programları sayesinde bireyler tarafından benimseniyorlar. Davranışsal ekonominin ilkelerini kullanarak hazırlanan web siteleri (örneğin: Stickk.com ve Beeminder.com gibi) insanların hedef belirlemesine ve bunlara uymazlarsa kayıpla yüzleşmelerine imkân tanıyor.

Yine de vaatlerine ve bazı erken başarılarına rağmen, nudge politikaları her zaman dört dörtlük işlemiyor. Emeklilik tasarruflarını ele alalım. Emeklilik tasarruflarını artırmayı amaçlayan nudge politikası, varsayılan emeklilik planlarına dâhil olan insanların sayısını artırırken, tasarruf edilen toplam para miktarı artmadı. Neden? Çünkü geçmişte aktif olarak kendi planlarını seçen ancak varsayılan plana geçen insanlar, toplamda eskisinden daha az tasarruf ettiler.

Harvard'dan Bar-Gill, "Bu açıklamaları nasıl tasarlayacağımız ve varsayılanı nasıl belirleyeceğimiz konusunda gerçekten çok düşünmeniz gerekiyor" diyor. "Yapmazsanız, sonuçlar geri tepebilir" diye ekliyor.

...

Hayatımızın artan teknolojik, çevresel ve kişisel karmaşıklığı göz önüne alındığında, tüketiciyle ilgili, çevresel ve diğer sorunlarımızdan bazılarını ele almak için eşit derecede karmaşık yöntemlere ihtiyacımız olması neredeyse kaçınılmaz görünüyor. Sunstein bunun modern teknolojinin tüm araçlarını ve veri analizini kullanarak insan davranışını ele almak anlamına geldiğini öne sürüyor. Önümüzdeki 10 ila 20 yıl içinde, hangi konuda sorun olursa olsun - yoksulluk, hava kirliliği, trafik güvenliği, okul şiddeti veya cinsel taciz - psikolojik veya davranışsal temelleri hakkında netlik kazanarak bu sorunu çözüp çözemeyeceğimizi görmeye artan bir ilgi olacağını düşündüğünü belirtiyor.

Özgün metin için: DeAngelis T. Coaxing better behavior [İnternet]. Uygun erişim: <https://www.apa.org/monitor/2014/12/cover-coaxing>