

Organ Bağışı: Davranış Bilimlerinin Etkisi

Dünya genelinde organ bağışı oranları ülkeden ülkeye büyük farklılıklar göstermektedir. Genel olarak, organ bağışı oranı düşük olmakla birlikte, bazı ülkelerde daha yüksek oranlar gözlemlenmektedir. Örneğin, İspanya, organ bağışı konusunda en yüksek orana sahip ülkelerden biridir ve her milyon kişi başına yaklaşık 92,2 bağışla öne çıkmaktadır. Diğer yandan, bazı ülkelerde bu sayı her milyon kişi başına 1-5 bağış civarındadır. Türkiye'de de organ bağışı oranı, genel olarak dünya ortalamasının altında kalmaktadır. 2023 itibarıyla, Türkiye'deki organ bağışı oranı her milyon kişi başına yaklaşık 5-10 bağış civarındadır ancak organ bağışını teşvik etmek amacıyla yapılan çalışmaların devam etmesi, bağış oranlarının artmasına katkı sağlayabilir. Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) verilerine göre, organ bağışı oranları genellikle toplum bilinci, yasalar, sağlık hizmetleri ve kültürel faktörlere bağlı olarak değişmektedir. Örneğin, zorunlu bağış sistemine sahip ülkelerde, (İspanya, Belçika, Fransa, Özbekistan, Avusturya gibi) genellikle "varsayılan onay" sistemi uygulanmaktadır.

Nudge İlkeleriyle Organ Bağışında Devrim Yaratan Sistem

Organ bağışına yönelik tutumları değiştirmek amacıyla yapılan araştırmalar, insanların bağış yapma konusunda daha istekli hale gelmelerini sağlamak için "Nudge" ilkelerini kullanmaktadır. Örneğin, Dr. Eric J. Johnson ve Dr. Daniel Goldstein tarafından yapılan bir çalışma, organ bağışı oranlarının ülkeler arasında büyük farklılıklar gösterdiğini ortaya koymuştur. Bu araştırma, otomatik organ bağışı sistemine sahip ülkelerin, bu seçeneği bireylere bırakan ülkelere göre çok daha yüksek bağış oranlarına sahip olduğunu göstermiştir. Almanya'da bağış oranı yüzde 12 iken, Avusturya'da bu oran neredeyse yüzde 100'dür. Bu durum, varsayılan bağış sisteminin, bireylerin daha fazla bağış yapma olasılığını artırdığını göstermektedir. Aynı zamanda Fransa'da organ bağışı ile ilgili bir "varsayılan onay" sistemi bulunmaktadır. Bu sisteme göre, tüm bireyler doğuştan organ bağışçısı olarak kabul edilir, ancak bunu istemedikleri takdirde resmi olarak kaydettirebilirler. Yani, organ bağışçısı olmak istemiyorsanız, bunu belirtmeniz gerekir. Aksi takdirde, organlarınız bağışlanacak şekilde kabul görecektir. Bu yöntemle vatandaşların her zaman çekilmek gibi bir seçeneği vardır. Ancak bu yönlendirme aslında kişide, toplumda kabul görmüş bir fayda algısı oluşturduğundan dolayı vazgeçme oranını düşürür.

Bir Bağış, 10 Hayat: Organ Bağışının Sosyal Etkisi ve Önemi

Organ bağışının bu denli düşük olmasının birden farklı düzeyde ve birden farklı sebebi olabilir. Nedenleri belirlemek bu alanda bağış oranını arttırmak adına önemli bir etmenddir. Nudge kuramı, uygun karara giden yolu kişi için daha anlaşılır hale getirmek için gerekli bilimsel alt yapıyı sağlar.

Kişinin konu hakkında yeterince bilgisi olmayabilir; sürecin nasıl ilerlediği, nasıl sonuçlar alındığını bilmeyebilir. Aynı şekilde bağış kampanyalarında veya konunun aktarımında kullanılan kelimelerin sadeliği ve anlaşılabilirliği önemli rol oynamaktadır. Kişi aşına olmadığı terimleri anlamakta zorluk çekebilir, bu da kişinin konu hakkındaki ilgisini azaltabilir. Aynı zamanda, organ bağışına ilişkin formların basit ve anlaşılır olmaması, başvuru sürecini zorlaştırarak katılımı azaltabilir. Kültürel ve dini inançların insanların hayatına yansımaları çerçevesinde bağışa karşı tutum ülkeden ülkeye değişiklik gösterebilir. Sosyal normlar da kişiyi etkileyebilir, eğer sosyal çevresinde organ bağışı kabul görmüyorsa, kişi de bu kavrama yakın olmayabilir. Böyle bir durumda herkesin anlayabileceği bir biçimde süreç açıklığa

kavuşturulabilir ve konu hakkında şeffaf olunarak bireylerin akıllarında var olan sorulara ışık tutulabilir. Ayrıca, sosyal normlar ve başkalarının katkıları gösterildiğinde, bireylerde bu olumlu davranışa yönelme eğilimi olabilir. Alınan sonuçlar hakkında toplumu bilgilendirmek, toplumsal dayanışmayı güçlendirdiğini, organ bağışının aslında ne kadar hayat kurtardığını, olumlu neticelerin kaç kişinin hayatını değiştirdiğini göstermek bu anlamda organ bağışı oranını arttıracaktır.

Son olarak, duygu odaklı yaklaşımlar, insanlara bağış yapmanın olumlu sonuçlarını ve yaşam kurtarma potansiyelini hatırlatarak motivasyonlarını artırabilir. Örneğin, bağışlarla kişi daha hayattayken hayat kurtarma potansiyeli olduğu hatırlatılabilir. Duyguların kendiliğinden yoğun yaşandığı bağış hikâyeleriyle desteklenen kampanyalar insanları harekete geçirebilir.

Tüm bu stratejiler, organ bağış oranlarını artırmak için davranış bilimlerinin sunduğu etkili araçlardır ve toplumda kalıcı değişiklikler yaratma potansiyeline sahiptir.

Davranış Bilimi ve Organ Bağışı: Toplum Sağlığını Güçlendiren Stratejiler

Organ bağışı yapan bir kişi, genellikle 8 ila 10 yaşam kurtarabilir. Bu, bağışlanan organa göre değişebilir. Örneğin; kalp, pankreas, ince bağırsak gibi organlar bir kişiyi hayata bağlarken, bölünebilir yapısıyla karaciğerimiz, akciğerlerimiz, böbreklerimiz ve kornealarımızın bağışıyla iki farklı insanı sevdiğimize bağışlayabilirsiniz. Türkiye’de bir geniş aile yapısı ortalama 15-20 kişiden oluşur. Sonuç olarak organ bağışı yapan birey 8 ila 10 kişinin hayatını kurtarıırken ortalama 200 kişiyi sevdiğimize bağlamış olur.

Organ bağışı, bu açıdan bakıldığında toplum sağlığı açısından kritik öneme sahip bir konudur ve davranış bilimleri, insanların bağış kararlarını nasıl verdiklerini anlamak ve bu kararları etkilemek için çeşitli yönergeler geliştirmektedir. Öncelikle, bireylerin organ bağışı hakkında bilgi düzeyini artırmak için etkili iletişim yöntemleri kullanılmaktadır. Bilgilendirici kampanyalar, toplumda organ bağışının önemini vurgularken, kişisel hikayelerin paylaşılması empati oluşturarak bağış yapma isteğini artırabilir. Toplumda organ bağışının yaygın olduğu mesajları iletmek, insanların kendilerini bu duruma daha yakın hissetmelerini sağlamak ve bağış yapma kararlarını kolaylaştırmaktadır. Bu noktada, hükümetler ve sağlık kuruluşları, davranış bilimleriyle desteklenen politikalar geliştirmekte ve bu politikaları uygulamaktadır. Örneğin, bazı ülkelerde organ bağışı kaydı için başvuruların sayısını artırmak amacıyla, bağış yapmanın bir sosyal norm haline geldiği kampanyalar düzenlenmektedir. Bu kampanyalarda, “Toplumumuzdaki insanların büyük bir kısmı organ bağışında bulunuyor” gibi ifadeler kullanılarak, bireylerin toplumsal beklentilere uygun davranışları teşvik edilmektedir. Ayrıca, sosyal normların güçlendirilmesi, davranış değişikliği için önemli bir unsurdur. İnsanlar, çevrelerinde başkalarının bağış yaptığını gördüklerinde benzer davranışları benimsemeye daha yatkındır. Bu nedenle, toplumsal liderlerin ve ünlülerin desteklediği kampanyalar, organ bağışını teşvik edici bir etki yaratabilir.

Pankreas kanseriyle mücadele ederken karaciğer nakli gerçekleşen Steve Jobs ve girişimcilik dünyasının diğer bir popüler ismi olan Oprah Winfrey gibi isimler organ bağışı konusunda farkındalık yaratmak için kampanyalara katılmıştır. Öne çıkan bir diğer örnek ise, “Donate Life” kampanyasıdır. Bu kampanya, Amerika Birleşik Devletleri’nde organ bağışının önemini vurgulamak amacıyla düzenlenmiştir. Aynı zamanda “The Gift of Life” kampanyası organ bağışını geniş kitlelere duyuran diğer bir organizasyondur. Bu kampanyaya katılan ünlüler, organ bağışının hayat kurtarıcı etkisini vurgulamak için çeşitli etkinliklere katılmakta ve aynı

zamanda sosyal medya üzerinden de bu konuyu desteklemektedirler. Bu tür kampanyaların etkisi, toplumda organ bağışına yönelik olumlu bir algı oluşturması ve insanları bağış yapmaya teşvik etmesi açısından oldukça önemlidir. Her kampanyanın etkinliği, yerel ve ulusal bağış oranları üzerinde farklı etkiler yaratabilirken genel olarak bu tür girişimler, organ bağışında belirgin bir artışa yol açmaktadır. Örneğin, 2003 yılında "Donate Life" kampanyası başladığından bu yana, organ bağışına kayıtlı kişilerin sayısında %50'den fazla bir artış sağlanmıştır.

Sonuç olarak nudge ilkeleri, insanların bağış yapma isteğini artırmak için etkili bir yöntem sunmaktadır; otomatik bağış sistemleri ve varsayılan onay mekanizmaları, bireylerin karar verme süreçlerini kolaylaştırmaktadır. Bilgilendirici kampanyalar ve toplumsal normların güçlendirilmesi, organ bağışını teşvik eden stratejiler arasında yer almaktadır. Öne çıkan kampanyalar, ünlülerin desteğiyle birlikte organ bağışına dair farkındalığı artırarak toplumda olumlu bir algı yaratmaktadır. Dolayısıyla, etkili iletişim ve davranış bilimlerinin sunduğu araçlar sayesinde, organ bağışında önemli artışlar sağlanabilir. Her bireyin yapacağı bir bağış, birden fazla hayat kurtararak, toplumsal dayanışmayı güçlendirebilir. Bu nedenle, organ bağışının teşvik edilmesi, yalnızca bireylerin değil, toplumun da sağlığını ve geleceğini güvence altına almak açısından hayati bir öneme sahiptir.

İnsanları sevdiklerine bağışlayın, organ bağışlayın...